

T.C

BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

**KADIKÖY'DE KAFELERİN TERCİH SEBEPLERİ
(OSMANAĞA VE CAFERAĞA MAHALLESİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HÜLYA ÖZKAN

TEZ DANIŐMANI

DOÇ. DR. TANER KILIÇ

BİLECİK, 2022

10299287

T.C

BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

**KADIKÖY'DE KAFELERİN TERCİH SEBEPLERİ
(OSMANAĞA VE CAFERAĞA MAHALLESİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HÜLYA ÖZKAN

TEZ DANIŐMANI

DOÇ. DR. TANER KILIÇ

BİLECİK, 2022

10299287

BEYAN

“Kadıköy’de Kafelerin Tercih Sebepleri (Osmanağa ve Caferağa Mahallesi Örneği)” adlı yüksek lisans/doktora/sanatta yeterlik tezi/dönem projesinin hazırlık ve yazımı sırasında bilimsel araştırma ve etik kurallarına uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlandığım bölümlerde bilimsel kurallara uygun olarak atıfta bulunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin herhangi bir kısmının Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Bu çalışmanın, Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP), TÜBİTAK veya benzeri kuruluşlarca desteklenmesi durumunda; projenin ve destekleyen kurumun adı proje numarası ile birlikte, ETİK KURUL onayı alınması durumunda ise ETİK KURUL tarih karar ve sayı bilgilerinin beyan edilmesi gerekmektedir.			
DESTEK ALINMIŞTIR		DESTEK ALINMAMIŞTIR	
Destek alındı ise;			
Destekleyen kurum;			
Desteğin Türü		Proje Numarası	
1- BAP (Bilimsel Araştırma Projesi)			
2- TÜBİTAK			
Diğer;.....			
ETİK KURUL onayı var ise;			
ETİK KURUL karar tarih/sayı:			

HÜLYA ÖZKAN

Tarih

ÖN SÖZ

Kadıköy İlçesi'nde kafelerin yoğun olduğu Osmanağa ve Caferağa mahalleleri yaşadığım bölgeye yakın ve yıllardır sık sık uğradığım mekânlardır. Kadıköy'e her gittiğimde buranın sosyal, kültürel ve mekânsal açıdan İstanbul'un diğer ilçelerinden farklı oluşu daima dikkatimi çeken bir husus olmuştur. Lisans eğitimim boyunca mekân kavramına olan ilgim ve ayrıca birçok eserinde mekân kavramını konu alıp tartışan David Harvey'ın okuduğum eserlerinin etkisiyle de mekân-kimlik ilişkisi konusuna yönelip bu doğrultuda çalışmaya karar verdim.

Kadıköy bölgesindeki sosyal işletmeler, mekâheterojen bir yapıya sahip olmasıyla dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. Burada beşeri çeşitliliğin oluşturmuş olduğu farklı aktivite mekânlarına erişmek mümkündür. Kadıköy'deki bu mekânların sayısı her geçen gün artarak beraberinde yeni kimlikleri de kendine çekmektedir. Bu konu çerçevesinde Kadıköy'de mekânsal çeşitliliğin çok olduğu aktivite mekânlarından biri olan kafelerin tercih sebepleri çalışma konusu olarak belirlenmiştir.

Bu doğrultuda tez çalışmamda mülakat ve gözlem yöntemleriyle Kadıköy'deki mekân ve kimlik etkileşimini sebep sonuç ilişkisi içerisinde ele alarak inceledim. Gerek tez konusunun seçimi ve gerekse tezin yazımı sürecinde bana yol gösteren tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Taner Kılıç'a ve bölgeyle ilgili yazılı kaynaklara ulaşmamı sağlayan Kadıköy Belediyesi çalışanlarına teşekkürlerimi sunarım.

HÜLYA ÖZKAN

Tarih

ÖZET

KADIKÖY'DE KAFELERİN TERCİH SEBEPLERİ

(OSMANAĞA VE CAFERAĞA MAHALLESİ ÖRNEĞİ)

Bu çalışma İstanbul'un Kadıköy İlçesi'nde kafelerin tercih sebeplerinin incelenmesini kapsamaktadır. Örneklem alanı olan Osmanağa ve Caferağa mahallelerinde aktivite mekânlarına bakıldığında bu alanların mekânsal açıdan homojen olmadığı görülmektedir. Araştırma kapsamında olan kafeler, bölgede geniş bir alansal çerçevede heterojen bir alanı oluşturmaktadır. Burada Kadıköy İlçesi'nde toplumsal farklılaşma boyutunun mekân üzerindeki etkisini etkin bir şekilde görmek mümkündür. Bu kapsamda ünlü Coğrafyacı David Harvey'in mekân üzerine olan çalışmaları doğrultusunda Kadıköy İlçesi, mekân-kimlik etkileşimi için uygun bir çalışma alanı olarak tercih edilmiştir. Harvey özellikle "Sınıfsal Yapı ve Mekânsal Farklılaşma Kuramı" adlı makalesinde mekânsal çeşitliliğin toplumsal farklılık ile aynı ölçüde ilerlediğini izah etmiştir. Ayrıca bu çalışmasında toplumsal farklılaşmaya bazı faktörlerin etki ettiğini ileri sürmüştür. Bu faktörlerden biri olan Endüstri devrimiyle birlikte global ölçekte yoğun bir üretim sürecinin gerçekleşmesi mekânın homojen yapısı üzerinde birtakım değişimlere sebep olduğunu belirtmektedir. Bu dönemde sermaye ve üretim sonucunda da dünya genelinde insanların bulunduğu mekân üzerindeki etkisi artmıştır. Ayrıca kapitalizm sonucunda emeğin bölünmesi ile toplumsal farklılaşmanın ortaya çıkmasını ele alıp kapitalizmin, doğrudan toplum üzerinde etkili olduğunu ve bunun sonucunda birçok olgunun etkilendiği vurgulanmıştır. Harvey bu çalışmasında mekânsal farklılaşmayı genel etkisiyle ele alıp bu noktada eleştirel bir coğrafya analizine doğru gitmiştir. Böylece mekânsal farklılaşmanın dinamizminin uzun bir süreçte devam edip ve bu farklılaşmada bireylerin tercihlerinin önemli olduğunu ekler.

Kadıköy mekân-kimlik etkileşimi kapsamında kafelerin yoğun olduğu bir ilçedir. Burada kafeler hem toplum kimliği hemde mekân kimliği açısından bir çeşitlilik göstermektedir. Kadıköy'de özellikle Osmanağa ve Caferağa mahalleleri kafe mekânı bakımından çeşitliliğin daha çok olduğu yerlerdir. Bu sebeple bu mahalleler çalışmaya uygun yerler olmasından dolayı çalışmanın örneklem alanı olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın amacı kafelerin mekân-kimlik etkileşimi bakımından tercih edilme sebeplerinin incelenmesidir. Bu amaca yönelik olarak çalışmanın konusu kapsamında geçerliliği yüksek verilere ulaşmak için belirlenen mahallelerde kafelere yönelik saha çalışması yapılmıştır. Bu mahallelerde bir yıla yakın bir süreçte farklı kafelerde farklı zaman dilimlerinde kafeler ziyaret edilerek gözlemler yapılmıştır. Yapılan gözlemlerde kullanıcı kitlesi ile mekân arasındaki kimlik ilişkisine bir açıklık getirmek için kafe müşterilerine yönelik mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Saha çalışması sonucunda elde edilen veriler analiz edilip tablo ve grafikler şeklinde çalışmaya eklenmiştir. Çalışmanın diğer bölümünde ise belediyeden alınan ve *Google Earth* yazılımı ile temin edilen veriler sayısallaştırılıp haritalarla gösterilmiştir.

Çalışmada kafe çeşitliliğinin çok olduğu ve bu çeşitliliğin kafe mekânları için bir tercih oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan gözlemler sonucunda kafe müşterilerinin kafe tercihinde bulunurken kendi kimliklerine yakın mekânları seçtiği bilgisi elde edilmiştir. Burada bireyin yaşı, cinsiyeti ve mesleği gibi kimliksel özellikleri kafe tercihinde belirleyici olmuştur. Örneğin ders çalışan bir öğrenci ile arkadaşlarıyla vakit geçiren öğrencinin ortam bakımından farklı kafeleri tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bu şekilde yapılan gözlemler doğrultusunda bireylerin kendi kimliklerine hitap eden farklı kafelere yöneldiği tespit edilmiştir. Ayrıca Kadıköy’de aktif olarak çalışan kafelerin dağılışı, bu dağılışı etkileyen faktörlerin etkisi incelenmiştir. Ulaşım ve coğrafi konum gibi etmenlerin kafelerin dağılışında belirleyici olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstanbul, Kadıköy, Kafe, Kimlik, Aktivite Mekânı.

ABSTRACT

PREFERENCE REASONS FOR CAFES IN KADIKÖY (THE CASE OF OSMANAĞA AND CAFERAĞA DISTRICT)

This study investigates the reasons for preference of cafes in Kadıköy District of Istanbul. When the activity spaces in Osmanağa and Caferağa neighborhoods, which are the sampling areas, are examined, it is seen that these areas are not spatially homogeneous. The cafes within the scope of the research constitute a heterogeneous area in a wide spatial framework in the region. Here, in Kadıköy District, it is possible to see the effect of the social differentiation dimension on the space effectively. In this context, Kadıköy District was chosen as a suitable study area for the interaction of space and identity, in line with the studies of the famous geographer David Harvey on space. Harvey, especially in his article titled "Class Structure and Spatial Differentiation Theory", explained that spatial diversity progresses at the same rate as social difference. In addition, in this study, he argued that some factors affect social differentiation. One of these factors, the Industrial Revolution, states that the realization of an intensive production process on a global scale has caused some changes on the homogeneous structure of the space. In this period, as a result of capital and production, the impact on the place where people live has increased throughout the world. In addition, it has been emphasized that capitalism has a direct effect on society and that many phenomena are affected as a result, by addressing the division of labor and the emergence of social differentiation as a result of capitalism. Harvey, in this study, dealt with spatial differentiation with its general effect, and at this point, he went towards a critical geography analysis. Thus, he adds that the dynamism of spatial differentiation continues in a long process and the preferences of individuals are important in this differentiation.

Kadıköy is a district where cafes are concentrated within the scope of space-identity interaction. Here, cafes show a diversity in terms of both community identity and spatial identity. In Kadıköy, especially Osmanağa and Caferağa neighborhoods are places where diversity is more in terms of cafe venues. For this reason, these neighborhoods were determined as the sample area of the study because they are suitable places for the study.

The aim of the study is to examine the reasons why cafes are preferred in terms of space-identity interaction. For this purpose, a field study was conducted for cafes in the determined neighborhoods in order to reach high-valid data within the scope of the study. In these neighborhoods, observations were made by visiting different cafes in different time periods in a period of about a year. In the observations made, interviews were conducted with cafe customers in order to clarify the identity relationship between the user group and the space. The data obtained as a result of the fieldwork were analyzed and added to the study in the form of tables and graphs. In the other part of the study, the data obtained from the municipality and provided with Google Earth software were digitized and shown with maps.

In the study, it was concluded that there is a large variety of cafes and this diversity creates a preference for cafe places. As a result of the observations, it has been learned that cafe customers choose places close to their own identities while choosing cafes. Here, the identity characteristics of the individual such as age, gender and occupation were decisive in the cafe preference. For example, it has been determined that a student who studies and spends time with his friends prefer different cafes in terms of environment. In line with the observations made in this way, it has been determined that individuals tend to different cafes that appeal to their own identities. In addition, the distribution of actively working cafes in Kadıköy and the effects of the factors affecting this distribution were examined. It has been learned that factors such as transportation and geographical location are determinative in the distribution of cafes.

Keywords: Istanbul, Kadıköy, Cafe, Identity, Activity Space.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
HARİTALAR LİSTESİ	ix
FOTOĞRAF LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	4
2.1. Kafelerin Ortaya Çıkışı ve Kafe Kavramı.....	4
2.2. Aktivite Mekânları	8
2.3. Mekân-Kimlik İlişkisi	9
3. KADIKÖY İLÇESİ	13
3.1. Kadıköy'ün Kuruluşu ve Gelişimi	13
3.2. İstanbul'da Kafelerin Ortaya Çıkışı	18
3.3. Kafelerin Kadıköy'e Kaymasının Sebepleri	19
3.4. Kadıköy'de Kafelerin Dağılışı ve Bu Dağılışı Etkileyen Faktörler.....	24
4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	32
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	32
4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları.....	32

4.3. Araştırmanın Yöntemi.....	32
4.4. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi.....	33
4.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları	35
4.5.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler.....	35
4.5.2. Kadıköy’deki Kafelerin Tercih Nedenlerine İlişkin Kelime Bulutu	36
4.5.3. Kadıköy İlçesi’nde Yıllara Göre Açılan Kafelere İlişkin Bulgular	37
4.5.4. Müşterilerin Gittiği Kafeyi Tercih Etmelerine İlişkin Bulgular	42
4.5.5. Kafe Müşterilerinin Yaşlarına İlişkin İlişkin Bulgular	45
4.5.6. Cinsiyet Durumuna İlişkin Bulgular	48
4.5.7. Zaman Dilimine Göre Kafeye Gitme Sıklığına İlişkin Bulgular	50
4.5.8. Müşterilerin İkamet Durumuna İlişkin Bulgular	53
5. SONUÇ VE TARTIŞMA	55
KAYNAKÇA.....	57
EKLER.....	.64

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 4.1. Çalışmanın İş Akış Şeması.....	33
Tablo 4.2. Güvenirlilik Katsayısı.....	34
Tablo 4.3. Geçerlilik Faktör Analizi.....	34
Tablo 4.4. Mülakat Yapılan Kafe İşletmeleri.....	36
Tablo 4.5. Kafeyi Tercih Etme Sebebi Frekans Analizi	43
Tablo 4.6. Kafenin Tercih Edilme Sıklığı Frekans Analizi	44
Tablo 4.7. Yaş Grupları Frekans Analizi	45
Tablo 4.8. Kafeye Gitme Sıklığı İle Yaş Durumu Anova Analiz Tablosu	46
Tablo 4.9. Tukey Testi Analiz Tablosu.....	49
Tablo 4.10. Cinsiyet Durumunun Homojenliği Testi.....	49
Tablo 4.11. Kafeye Gitme Sıklığı İle Cinsiyet Durumu Anova Analiz Tablosu	50
Tablo 4.12. Kafeye Gitme Sıklığı İle Cinsiyet Durumu	50
Tablo 4.13. Korelasyon Sonuç Tablosu	51

HARİTALAR LİSTESİ

Harita 3.1. Çalışma Alanın Lokasyon Haritası.....	13
Harita 3.2. Kadıköy İlçesi Ulaşım Haritası.....	15
Harita 3.3. Kadıköy İlçesi Kafe Yoğunluk Haritası	25
Harita 3.4. Osmanağa Mahallesi Kafe Yoğunluk Haritası	27
Harita 3.5. Caferağa Mahallesi Kafe Yoğunluk Haritası.....	28
Harita 4.1. Kadıköy’de 2000-2005 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı.....	39
Harita 4.2 Kadıköy’de 2006-2010 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı.....	39
Harita 4.3. Kadıköy’de 2011-2015 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı.....	40
Harita 4.4. Kadıköy’de 2016-2020 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı.....	40

FOTOĞRAF LİSTESİ

Fotoğraf 2.1. Osmanlı'da Kahvehane Tasviri.....	5
Fotoğraf 2.2. Avrupa Kafelerinden Görüntüler.....	7
Fotoğraf 2.3. Sagrada Familia, İspanya.....	10
Fotoğraf 3.1. Kadıköy'de Ulaşım Ağlarının Kesiştiği Osmanağa Meydanı	21
Fotoğraf 3.2. Küff Kafe'de Öğrencilerin Ders Çalışmalarına Yönelik Bölümler.....	21
Fotoğraf 3.3 Kadıköy Haydarpaşa Garı'ndaki Sahaflar	22
Fotoğraf 3.4 Ali Suavi Sokak Sahaf Festivali	23
Fotoğraf 3.5. Kadıköy Kafelerinde Dış Mekânda Farklı Dekorasyonlar	23
Fotoğraf 3.6. Kadıköy Kafelerinde İç Mekânda Farklı Dekorasyonlar.....	24
Fotoğraf 3.7. Osmanağa Mahallesi Yasa Caddesi'ndeki Kafeler.....	29
Fotoğraf 3.8. Piraye Kafe'de Yaz Aylarında Dış Mekân Kullanımı	30
Fotoğraf 3.9. Kavşak Noktasında Yer Alan Zincir Kafelere Örnek Starbucks Kafe	30
Fotoğraf 4.1. Aktivite Mekânlarında Gece ve Gündüz Zamansal Yoğunluk	41
Fotoğraf 4.2. Farklı Kafelerde Müşteri Profili.....	42
Fotoğraf 4.3. Mâruf Kahve'de Müşteri Profili	48
Fotoğraf 4.4. Kafelere İlişkin Gündüz Görüntüleri	52
Fotoğraf 4.5. Kafelere İlişkin Akşam Görüntüleri.....	53

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1. Tercih Nedenlerine İlişkin Kelime Bulutu	37
---	----

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 4.1. Kadıköy'de Yıllara Göre Ruhsat İzni Verilen Kafe Sayıları	38
Grafik 4.2. Ankete Katılanların Cinsiyete Göre Kafeye Gitme Dağılımı	49
Grafik 4.3. Müşterilerin Kafeye Gittikleri Zaman Dilimleri	51
Grafik 4.4. Kafe Müşterilerinin İkamet Durumları.....	54

1.GİRİŞ

Kafelerin ortaya ilk çıkış noktası 15. yüzyılda Afrika Kıtası'nda kahve çekirdeğinin üretimiyle başlamıştır. Kafeler neredeyse 15. yüzyıldan günümüze kadar sürekli bir değişim içerisinde olmuştur (Ulusoy, 2011:159-169). Geçmişte sohbet mekânı olarak kullanılan kıraathaneler, değişime uğrayıp daha modern bir tür olan kafeleri oluşturmuştur. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de kafeler neredeyse aynı işleve sahiptir. Bu mekânlar farklı dönemlerde insanlar için birer buluşma noktası olmuştur. Bu mekânlar önceden beşeri açıdan farklı kimliklere hitap edemezken, günümüzde ise farklı kimlikten bireylere hitap edebilmektedir. Böylece birçok kentte mekân-kimlik etkileşimi çerçevesinde gelişen çeşitli kafelere erişmek mümkündür.

Özellikle günümüzde küresel etkiye sahip olan kentlerde bu çeşitlilik büyük bir boyuta ulaşmıştır. New York, Paris, Roma ve İstanbul gibi küresel etkiye sahip kentler bunların başlıcalarını oluşturmaktadır. Bu kentlerde mekânsal çeşitlilik bakımından farklı işlevlere sahip ve demografik açıdan hareketli mekânlardan bahsetmek mümkündür. Hatta bu şehirlerdeki kafelerin bazı film ve dizilerde önemli bir arka plan oluşturduğu söylenebilir. Örneğin, 1998 yılında New York'ta çekilen "*You've Got Mail*" adlı filmde kafe olgusu ön planda yer almıştır. Sosyal işletme alanları olan kafelerin insanlar için çok fonksiyonlu yerler olduğu filmin ana konusu olarak vurgulanmıştır. Filmde çocuklarını kafelerin oyun alanına götüren ebeveynler, kafeye kitap okumaya giden bireyler ve ellerinde kahve bardaklarıyla sokaklarda yürüyen insanlar kafelerin çeşitliliğini ve önemini filmde vurgulayan noktalar olmuştur. Her ne kadar eski bir senaryo olmuş olsa da günümüzde de kafelerin bu öneminden kapsamlı bir şekilde bahsetmek mümkündür.

Kafelerin mekânsal çeşitliliğinin çok olduğu diğer bir şehir ise İstanbul'dur. Kafeler, İstanbul'un kültürel çeşitliliğini, mekâna çok iyi bir şekilde yansıtmaktadır. Geçmişten bu yana İstanbul'da kafe mekânları değişime uğrayarak toplumda yer edinebilmiştir. İstanbul'un kafe mekânları öncesinde sadece belirli alanlarda, Beyoğlu ve Fatih çevresinde yoğunlaşmaktaydı. Buralar İstanbul için merkezi konumda yer almış popüler mekânlardır. Durum böyle olunca o dönem için bu mekânların kullanıcı kitlesi şairler ve yazarlar gibi belirli kişilerden oluşmuştur. Örneğin Cemal Süreya ve Turgut Uyar gibi şairler şiirlerini Beyoğlu çevresindeki çeşitli kafelerde zaman geçirerek yazan isimler olmuştur

(Birsell, 1983). Beyoğlu hem geçmişte hem de günümüzde kafeleriyle İstanbul için önemli bir mekân konumundadır. ncesinde İstanbul'daki sosyal aktivite mekânlarının çoğu Beyoğlu vresindeydi. Ancak bu durumun değişip günümüzde İstanbul'daki kafelerin Beyoğlu vresinden iç kısımlara doğru kaydığını görebilmekteyiz. Bunun başlıca sebebi ise günümüzde İstanbul'daki birçok yerin işlev olarak Beyoğlu'yla aynı konuma ulaşabilmiş olmasındır. Bu durumda İstanbul'un kentsel gelişim bakımından çok çekirdekli bir yapıya sahip olması etkili olmuştur. Çünkü İstanbul önceden tek merkezli bir yapıya sahip iken günümüzde ise çok merkezli yapıya sahip bir şehir konumundadır (Amicis, 2021). İstanbul'un bu şekilde birden çok merkezi alana sahip olması aktivite mekânlarının dağılışı üzerinde de etkisi olmuştur. Böylece İstanbul'da yer alan aktivite mekânları tek bir alanda toplanmayıp, şehrin birçok bölgesinde dağılış göstermektedir. Kadıköy, şkdar ve Beşiktaş gibi ilçeleri bu duruma örnek olarak göstermek mümkündür.

Özellikle Kadıköy mekânsal dokusuyla İstanbul'da dikkat çeken bir konumdadır. Burada gerek mekânsal doku gerekse demografik yapı ilçe genelinde çeşitlilik göstermektedir. Bu şekilde ilçede farklı kimliklerin oluşumunda Kadıköy'n geçmişte farklı kültürlere ev sahipliği yapmış olmasının büyük bir etkisi bulunmaktadır. Burada belirli mahallelerde bulunan Levanten ve Gayrimüslimlerin, 1950'li yıllardan sonra Kadıköy' terk etmeye başlaması Kadıköy'de mekânsal değişime zemin oluşturmuş ve o mekânların yerini farklı bir yaşam kültürüne bırakmaya başlamıştır (Akbulut, 1994). Kadıköy'deki değişimin ilk temeli bu olayla hareketlilik kazanmıştır. Daha sonra Kadıköy' mekânsal boyutta makro ölçekte etkileyen diğer bir etken ise sanayileşme olmuştur. 1950'li yıllar, ülkemizde ve İstanbul'da g hareketinin hızlanmasının başlangıç yılları olmuştur. İstanbul'da sanayinin gelişmesi, İstanbul'a göç edenler için Kadıköy ve vresini çekici bir yerleşme merkezi konumuna getirmiştir. 20.yy'ın ortasından itibaren İstanbul'a olan ge bağlı olarak bölgenin yapısında temel değişimler olmuştur (Arslan, 2011:101-124). Bu değişimler günümüzde de etkisini devam ettirmektedir. Günümüz değişimine baktığımızda Beyoğlu-Kadıköy önemli bir konumdadır. Beyoğlu'nun kafe ve sahaflarının Kadıköy'e doğru kayması Kadıköy'n mekânsal çeşitliliği açısından önem arz etmektedir. Günümüzde İstanbul'da sahaf sayısı ve çeşitliliğinin en fazla olduğu ilçelerden birisi de Kadıköy'dr. Bu şekilde sahafların Kadıköy'e kayması beraberinde İstanbul'un sosyal yaşamında önemli bir grup olan ğrenci kitlesini de Kadıköy'e yönlendirmiştir. Kadıköy'n ulaşım bakımından bir geçiş bölgesinde yer alması mevcut alana gelen ziyaretçilerin ihtiyaçları doğrultusunda mekânsal bir çeşitliliği oluşturmuştur.

Aktivite mekânlarından biri olan kafeler Kadıköy'de geniş bir alanda dağılışı göstermektedir. Kadıköy'de bu mekânların demografik açıdan farklı kimliklere hitap edeceğini söyleyebiliriz. Özellikle burada Rihtım çevresi, Osmanağa ve Caferağa mahalleleri kafe sayısı bakımında hareketli alanları oluşturmaktadır. Ayrıca Osmanağa Mahallesi ile Caferağa Mahallesi Kadıköy'de ulaşımın en iyi olduğu yerlerdendir. Buralar birbirine yakın mahalleler olup, gün içerisinde birçok insanın uğradığı mekânları içermektedir. Bu durum bölgedeki beşeri çeşitliliği artırarak farklı kimliklere sahip kafelerin oluşmasında etkili olmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kafelerin Ortaya Çıkışı Ve Kafe Kavramı

Mekânsal Bir Alan Olarak Kafeler...

Türk Dil Kurumuna göre kafe sözcüğü hafif yiyeceklerin satıldığı yerler olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Çeşitli kaynaklarda ise kafe sözcüğünün kahve ve kahvehane sözcüklerinden türediği söylenmektedir. Tarihsel serüvene bakıldığında kahve bitkisinin ilk bulunduğu yer Afrika Kıtası'nda Habeşistan olmuştur (Smith, 1985). Kahve bitkisinin ilk kez 15. yüzyılda Afrika'da yetiştirilmeye başlaması, bölge halkında kahve içme alışkanlığını oluşturmuştur. Habeşistan'dan sonra Yemen ve Mekke'de kahve hızlı bir şekilde yayılış göstermeye başlamıştır. O dönemde kahvenin yoğun bir talep almasıyla birlikte kahve Afrika'dan Arabistan'a Avrupa'ya ve hatta Amerika'ya kadar ulaşabilmiştir (Ulusoy, 2011:159-169).

Afrika (Habeşistan)'da ortaya çıkıp dünyada hızlı bir şekilde yayılış gösteren kahve 16. yy.'da Osmanlı toplum hayatına da girmiştir. Zamanla kahve Osmanlı toplumunda kültürel bir boyuta ulaşmış çeşitli eğlence ve aktivitelerde geleneksel bir içecek olarak ikram edilmiştir. Osmanlı döneminde İstanbul'un kahve ile tanışması 1519 yılında olmuştur. İstanbul, Asya ile Avrupa arasında transit geçiş özelliğinden dolayı kahve tüccarları için bir geçiş noktası konumundaydı. Kahve ilk olarak Yemen, İskenderiye ve Kahire kentlerinden gelen Müslüman tüccarlar aracılığıyla İstanbul'a getirilmiştir (Heise, 2001). İstanbul bu süreçte adeta Avrupa ile Arabistan arasında kahve ticareti için bir köprü konumuna gelmiştir. Kahve ticaretinin hız kazanmasıyla Arabistan'dan İstanbul'a getirilen kahveler buradan Venedik, Lyon, Paris, Viyana ve Marsilya gibi çeşitli Avrupa şehirlerine ulaştırılmıştır. Bu ticari ilişki İstanbul'u da etkileyip İstanbul'da kahve kavuran ve kahve dövmeyle uğraşan yerel esnafların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu dönemde Osmanlı'da kahve içmek ve kahveyi satmak için özel bir mekân mevcut değilken zamanla toplumun kahveye artan ilgisinden dolayı kahvehane denilen mekânlar ortaya çıkmıştır (Fotoğraf 2.1).



Fotoğraf 2.1. Osmanlı'da kahvehane tasviri (Akıncı, 2016).

Türk Dil Kurumuna göre kahvehane; çay, kahve, nargile içilen ve sohbet edilen mekânlar olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Bu mekânlarda sohbet etme ve gazete okuma gibi çeşitli aktiviteler gerçekleşmektedir. Bu şekilde farklı fonksiyonlara sahip olan bu mekânlar, aynı zamanda farklı sınıflardan bireylere hitap eden heterojen yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yapılar tarihi bakımdan ilk olarak 1511 yılında İslam ülkelerinde ortaya çıkmıştır. Bu dönemdeki ilk kahvehane Mekke'de ortaya çıkmış ve zamanla Medine, Kahire gibi şehirlere doğru bir yayılım göstermiştir (Açıkgöz, 1999).

Hızlı bir şekilde yayılım gösteren kahvehanelerin dünyadaki yerini alması Osmanlı'yı etkileyen bir konu olmuştur (David, 1999). Kahvehaneler, 16. yy.'da Osmanlı'nın sosyal hayatında yer almaya başlamıştır. Osmanlı'daki ilk kahvehaneler çoğu zaman çeşitli tepkiler sonucunda kapatılmıştır (Hattox, 1996). Osmanlı döneminde kahvehanelere oturan kişiler işsiz olarak, kahvehaneler ise haşerat yuvası olarak nitelendirilmiştir (Birsell, 1983). Çünkü bu dönemde bu mekânlarda devlet adına olumsuz sohbet ve konuşmalar yapılmış ve bu yüzden kahvehane mekânları denetim altında, kontrol edilen yerler olmuştur. Hatta kahvehanelerdeki bu olumsuz sohbetler ileri boyuta ulaştığı için IV. Murat kahvehaneleri yasaklamış, açılan kahvehaneleri ise yakıp yıktırıştır (Faroqhi, 2014).

Kahvehanelerin İstanbul'daki yeri ise 1555 yılını bulmuştur. İstanbul'daki ilk kahvehane Beyazıt çevresinde Halepli Hâkim ile Şamlı Şems tarafından kurulmuştur. Fakat zamanla Aksaray, Eminönü, Haliç, Beyoğlu, Galata ve Kadıköy kahvehanelerin yoğunlaştığı yerler olmuştur (Ayverdi, 2003). Hatta Beyoğlu'nda kahvehanelere talebin fazla olması sonucunda bölgedeki birçok meyhane, gündüz kahvehane gece ise meyhane olarak

kullanılmıştır. Bu dönemde İstanbul'da kahvehanelerin hızlı bir şekilde yayılması kahvehane mekânları için çeşitli fonksiyonları oluşturmuştur. Böylece çeşitli işleve sahip olan kahvehaneler İstanbul'daki kültür hayatının temelini atmıştır. Hatta bu mekânlar birçok yazar ve şair için durak yeri olmuştur. Reşat Nuri Güntekin, Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Nazım Hikmet ve Halit Ziya Uşaklıgil bu isimler arasında yer almaktadır (Birsell, 1983). Bu şekilde İstanbul kahvehanelerinin önemli bir noktaya ulaşması, birçok esere konu olmuştur. Örneğin, Reşat Nuri Güntekin "Anadolu Notları" kitabında kahvehanelerin kültüre katkısından çokça bahsetmiştir. Böylece bu mekânlar geçmişten günümüze kadar toplumdaki yerini koruyabilmiştir.

19. yüzyıldan sonra ise daha çok edebiyatçıların ve aydınların toplandığı batılılaşma sürecinin tartışma ortamları, dinlenme, muhabbet ortamları sunan kahvehaneler, Osmanlı için bir kamusal alan haline gelmiştir. Çünkü kahve, çeşitli toplumsal kesimlerden, kültürlerden insanları sohbet aracılığıyla bir araya getirebilen içecek olarak Osmanlı'nın toplumsallaşma sürecinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Kahve kültürü, zamanla doğu kültürü ve özellikle Osmanlı ile bütünleşmiş ve genellikle kültür tarihçileri tarafından "sohbet eşliğinde bir sosyalleşme pratiği" olarak tanımlanmıştır (Georgeon, 1999). Bu kültür geniş bir coğrafi sahada varlığını sürdürerek günümüze kadar ulaşabilmiştir.

Temelini 15. yüzyılda kahve içme alışkanlığıyla atan kahvehaneler günümüzde toplumda aktif kullanım alanı olan kafeler için bir zemin oluşturmuştur (Ediz, 2008). Günümüzün kafe mekânları, kahvehaneler ile aynı işleve sahip olmuş olsa da fiziksel ve yapısal değişimi açısından günümüzün kafe mekânları daha heterojen bir yapıyı oluşturmaktadır. Bu yapısal değişim özellikle 19. yy.'da hız kazanarak toplumdaki yerini almıştır. Hızlıca gelişen bu değişim sonucunda "kafe" olarak adlandırılan bu mekânların fonksiyonları kahvehanelere göre daha çeşitli olmuştur.

Günümüzde Avrupa, kafe mekânları bakımından dünyada merkezi bir konumdadır. Burada özellikle Fransız kafeleri küresel etkiye sahip mekânları oluşturmaktadır. Paris, Lyon, Viyana ve Strasbourg bu mekânların başlıcalarını oluşturmaktadır (Fotoğraf 2.2). Hatta Türkiye dahil olmak üzere farklı ülkelerde Fransız kafeleri olarak belirtilen mekânlara erişmek mümkündür. İstanbul mekânsal çeşitliliğin ön plana çıktığı şehir kimliği ile genel olarak farklı kültürlerden birçok kafeye ev sahipliği yapmaktadır. Çalışma alanı olan ve tarihinde birçok imparatorluğa başkent olan İstanbul'un mekânsal yapısına baktığımızda burada çeşitli kafe örnekleri görmek mümkündür. Kafe alanları için önemli bir mekân olan İstanbul yaşadığı döneme bağlı olarak sürekli bir değişim içerisinde olmuştur. Bu değişim

kafeler üzerinde de ayırt edilebilir bir noktaya ulaşmıştır. Örneğin modernleşme süreci öncesine bakıldığında İstanbul'daki ilk kahvehane alanları tek tip mekânsal yapılar olarak okur-yazar olan kişilerin zaman geçirdiği yerler olup sadece belli gruplara hitap etmiştir. Sonrasında ise modernleşme süreciyle birlikte bu kahvehane alanları kafe alanları olarak sadece belli bir kitleye değil farklı gruplardan kişiler için de sosyalleşme mekânı halini almayı başarmıştır.



Fotoğraf 2.2. Avrupa kafelerinden görüntüler (Sarımaden, 2015).

Kafe kültürü, Osmanlı'dan günümüze toplumda varlığını artırmış ve kültürel olarak belirlenmiş coğrafi bir konudur. Kafe kültürüne coğrafi olarak baktığımızda yaklaşık 400 yılı aşkın olan kahvehane kültürü ile paralel olarak önemli bir tarihsel geçmişe sahiptir (Ayvazoğlu, 1999). Bu tarihsel süreç içerisinde kahvehaneler sürekli olan yapısal bir değişim sonucunda günümüzdeki kafeleri oluşturmuştur.

Günümüzde kafeler, insanların boş vakitlerini geçirip ve sosyalleşme, eğlenme, yemek yeme gibi çeşitli amaçlar ile kullandığı önemli aktivite mekânlarına dönüşmüştür. Bu mekânlar birçok açıdan çeşitlilik arz etmekte ve mekânların kullanım amacında olduğu gibi yaş, cinsiyet ve kültür gibi kullanıcı kimliklerinde de farklılıklar görülmektedir. Örneğin bir mekânın dekorasyonu veya sunumu mekânın kullanıcı kitlesi tarafından tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Böylece mekânsal olarak çeşitlilik gösteren kafeler ile o kafeyi kullanan kişilerin kimliği arasında bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Çünkü genel olarak bireyler ekonomik veya kültürel özellikler gibi farklı açılardan kendilerine hitap edebilecek aktivite mekânlarını tercih etmektedir. Bu mekânların içerikleri de ihtiyaç doğrultusunda farklılık göstermektedir. Aynı zamanda her mekân bir kimliği de yansıtır. Bu yüzden farklı kimliklere sahip bireyler tarafından kullanılan bu kafeler aktivite mekânında oluşabilecek değişimlerin ipuçlarını vermektedir. Bu şekilde kafe olgusu geçmişten günümüze çeşitliliği bakımından bir alternatif mekân olarak varlığını sürdürüp, vakit geçirme ve sosyalleşme alanları olarak toplumdaki

yerini almıştır. Böylece farklı bir sosyalleşme mekânı olan kafeler varlığını ve önemini günümüzde de korumaktadır.

2.2. Aktivite Mekânları

Aktivite mekânı; kafe, restoran, bar, spor salonu, sinema salonu ve alışveriş merkezi gibi çeşitli mekânları kapsamaktadır. Aktivite mekânı, kimliğin etkisiyle sosyal coğrafyada kitlesel bir boyuta ulaşabilen mekânlar olarak tanımlanmaktadır. Aktivite mekânı, tek başına oluşabilecek bir kavram değildir. Bu mekânlar hem fiziki hemde sosyal yapıları kapsamaktadır (Knox & Steven, 2017). Ancak sosyal bir yapı olan kültür, bu mekânların şekillenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Mesela bir şehre baktığımız zaman aslında orada kültürel bir manzarayı izlemekteyiz. Bu yüzden orada sosyal, siyasal ve mekânsal farklılıkları açıkça görmek mümkündür. Örneğin İstanbul ve New York kültürel bakımdan birbirinden farklı şehirlerdir ve bu farklılık gerek sosyal gerek mimari alanda birçok mekânsal faaliyete yansımaktadır (Alver,2012: 139-153). Şehrin dizaynı, sosyal-mekânsal aktiviteleri ve beşeri yapısı gibi unsurları bu faaliyetlere örnek olarak vermek mümkündür.

Mekân üzerindeki dağılışı, coğrafyanın temel prensiplerindedir. Bu yüzden aktivite mekânlarının dağılışı, birçok bilimde olduğu gibi coğrafya biliminde incelediği konulardan bir tanesidir. Aktivite mekânı dağılışı kapsamında kültürel ve mekânsal boyutuyla ele alınmaktadır. Belirli bir mekânın tarihi, o alanın dışındaki olaylarla yakından ilgilidir. Bu yüzden aktivite mekânları da bulunduğu bölgeden bağımsız yerler değildir (Ayman, 2012). Aktivite mekânları o bölgenin sosyal kimliğini yansıtmaktadır. Çünkü kültür ve mekân birbirleriyle ilişkili sosyo-kültürel yapılardır. Bu bakış açısıyla aktivite mekânı, beşeri coğrafyacıların inceleme alanında yer almaktadır.

İnsanlar gerek bazı ihtiyaçlarını karşılamak için gerekse güzel vakit geçirmek amacıyla aktivite mekânlarını kullanmaktadır. İnsanların ihtiyaçları doğrultusunda, aktivite mekânının kullanım amacı değişkenlik göstermektedir. Aktivite mekânlarının çoğunda olduğu gibi kafe dağılışı da bölgeler arasında farklılık göstermektedir. Böylece kafe için bir kimlik oluşup kafe tercihinde etkili olmaktadır. Kafe kimliği, müşteri kimliğinden etkilenmekte ve kişilerin talebine göre şekil alabilmektedir. Bu durum kafe tercihinde mekân-kimlik etkileşimini oluşturmaktadır.

2.3 Mekân-Kimlik İlişkisi

Mekân, yerelden evrensele toplumların paylaştığı yaşamsal bir deneyimdir (Tutal, 2011).

Mekân Arapça'dan Türkçe'ye geçmiş ve bir varlığın bir yerde olması anlamına gelmektedir. Aynı zamanda mekân, içerisine psikolojik ve toplumsal anlamı dahil ederek tüm çevreyi üç boyutlu olarak kapsamaktadır (Özgüç & Tümertekin, 2014). Mekân kavramı bu şekilde makro düzeyde önemli bir konudur. Genel itibariyle mekân kavramının literatürde farklı tanımları mevcuttur ve birçok yazar çalışmalarında mekân kavramına değinmiştir. Descartes ve Aristoteles geçmişte mekân kavramına değinerek günümüzde de farklı yazarların çalışmalarında yer alan önemli düşünürlerdir. Her iki düşünürde mekân kavramı için genel bir fikir ortaya koymuştur. Descartes, mekânın özgürleşmenin oluşumunda belirleyici olduğunu, Aristoteles ise mekân için hissedilebilir olguları sınıflandırmayı mekânın sağladığını savunmuştur (Lefebvre, 2014). Bu düşünürlerin mekânsal düşüncelerine bakılarak mekânsal çalışmanın tarihsel olarak çok öncelere dayandığını söylemek mümkündür.

Aristoteles ve Descartes'ten sonra biraz daha yakın bir döneme bakacak olursak mekân konusunda, akla ilk gelen yazarlardan birisi Henri Lefebvre olmuştur. Lefebvre özellikle "Mekânın Üretimi" adlı eserinde mekânın oluşumundan başlayarak mekânın birçok etken ile ilişkisine değinmiştir. Lefebvre için mekân, tarihi olan toplumsal bir üründür ve her toplum kendi mekânını üretebilmektedir. Eğer bir toplum kendi mekânını üretemiyorsa o toplum sahip olduğu kimliği yitirerek zamanla yok olacaktır (Lefebvre, 2014).

Mekân üzerine önemli vurgular yapan diğer bir isim ise David Harvey olmuştur. Henri Lefebvre gibi David Harvey'de mekânın toplumdan ve kimlikten ayrı düşünülemeyeceğine vurgu yaparak mekânsal kimliğe değinmiştir. Harvey için mekân, insan tarafından biçimlendirilen toplumsal bir boyut olmuştur (Harvey, 2001). Ayrıca Harvey mekân ile ilgili çalışmalarında mekânın toplumdan ayırt edilemez bir kavram olduğunu vurgulamıştır. Harvey'e göre her toplum kendi mekânını üretip kendi kültürüne uygun bir biçimde mekâna eklemeler yapmaktadır. Böylece bir mekâna baktığımız zaman temelinde nasıl bir kültürü barındırdığı hakkında bir ön bilgiye ulaşabiliriz. Aynı zamanda mekânsal yapıdan bir bölgenin coğrafyası hakkında da temel bilgilere ulaşmak mümkündür. Biraz daha geniş bir ölçekte ele alındığında geçmişten günümüze doğru insanların yaşadıkları mekânları kendi kültürlerine uygun bir şekilde dizayn ettiklerini görebiliriz. Bu doğrultuda bir toplumun inanç kültürü, yaşayış tarzı gibi unsurların mekân ile bütünleşip mimariye yansıdığını görebiliriz.

Hatta şatolar, camiler ve manastırlar gibi bu mimari yapılar buldukları mekân üzerinde bir kimlik konumundadırlar. Örneğin dini simgeler olan kilise ve camilerin buldukları kültür hakkında birçok özellik yansıttığını söylemek mümkündür (Fotoğraf 2.3).



Fotoğraf 2.3. Sagrada Familia, İspanya (Aykut,2016)

Mekân etkileşiminde bahsettiğimiz kimlik kavramı, çağımızda çeşitli tanımları yapılan kavramlardan bir tanesidir. Türk Dil Kurumuna göre kimlik, sosyal bir varlık olarak insanın nasıl bir birey olduğunu gösteren özelliklerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (TUİK,2021). Bir süreç içerisinde oluşup, kişinin niteliklerine ilişkin olarak onu diğerlerinden ayırmaktadır. İngiliz yazar Paul Gilroy kimliği bir süreç olarak kabul etmektedir. Paul Gilroy, kimliğin tarihsel süreç içerisinde birçok etkene bağlı olarak değişiminin devam ettiğini öne sürmüştür. Gilroy, kimliği mekâna bağlı olarak nasıl olduğumuza ve bunu nasıl temsil ettiğimize dayandırır. Ona göre kimlik dış etkenlerden çok etkilenmez içerde inşa edilen bir kavramdır (Gilroy, 1994). Paul Gilroy'un ifade ettiği gibi kimliğin temeli içsel davranışlar sonucunda oluşur. Daha sonra zaman içerisinde kültürel özellikler, bireyin duygusal algıları ve fonksiyonel ihtiyaçları doğrultusunda bazı değişimlere uğrayabilmektedir (Ujang, 2012). Mekân-Kimlik kapsamında çalışmaları olan David Morley de kimliğin, kişinin geçmişi ile toplumsal ilişkileri sonucunda oluştuğunu ve sürekli bir oluşum süreci olduğunu vurgulamaktadır (Morley & Robins, 2011). Böylece kimliğin kişinin varoluşundan bu yana olup, yaşantılar sonucunda şekillenen bir kavram olduğunu ileri sürmüştür.

Ünlü Sosyolog Zygmunt Bauman ise kimlik ile ilgili deneyim ve görüşlerini gazeteci Benedetto Vecchi ile birlikte yaptığı söyleşi de açıklamıştır. Kimlik hakkında yapılan bu kapsamlı söyleşi, Bauman'ın kendi kimliği ile ilgili bir süreci kapsamaktadır: *“Siyasi sebeplerden dolayı Polonya vatandaşlığından çıkarılan Bauman, kariyerine yıllarca İngiltere’de devam eder. Bauman Charles Üniversitesi tarafından fahri doktora ile*

ödüllendirilecektir ve yapılacak törende ulusal marş tercihi yapması istenir. Bauman bu durumda ne Polonya ne de İngiliz marşını tercih etmek istemez. Tercihini Avrupa Birliği marşı olarak belirler.” Onun buradaki kimlik hakkındaki görüşü, kimliğin bireyin seçim özgürlüğüne bağlı olarak davranış biçimleri sonucunda kendini gösterdiği şeklinde olmuştur. Benedetto Vecchi ise söyleyişinin sonunda kimliğin önemini şöyle ifade eder: *“Kimliğin belirsizliği hangi çalışma alanında test edilirse edilsin, onun toplumsal varoluşa dayattığı algısı hayati bir öneme sahiptir”* (Bauman, 2019).

Kimlik kavramı üzerine olan çalışmalar doğrultusunda kimliğin birey için önemli olduğu varsayılır. Kişinin benliğine bağlı olarak yaşayışı sonucunda şekillenen ve toplumdan bağımsız olarak inşa edilemeyen bu kavram, mekân ile etkileşimdedir. Ruşen Keleş’in, kent-kültür konulu çalışmaları sonucunda bu noktadaki genel açıklaması *“kentin kimliğini oluşturan o kentin kültür varlığıdır ve kültür de toplumun bir kimliği statüsü haline gelmiştir”* şeklindedir. Keleş’in bu ifadesi kimlik için bu doğrultudaki görüşü destekler niteliktedir. Bu etkileşim günümüzde başta coğrafya olmak üzere sosyoloji, felsefe ve siyasi bilimler gibi farklı bilimlere temel alan bir konu haline gelmiştir (Şimşek, 2002: 31-33). Örneğin bireyin yaşadığı mekânsal alan onun kimliğinden izler barındırmakta ve böylece insanlar kimliklerine hitap eden mekânsal alanlara yoğun ilgi göstermektedirler. Ayrıca kimlik birey için aidiyet duygusu oluşturmaktadır. *“Ben kimim?”* sorusuna cevap verip nereye ait olduğunu belirler. Böylece kişi kimliği sayesinde bulunduğu toplum ile kimliği arasında bir ilişki kurabilmektedir. Birey ve toplum burada birbirlerini inşa edip birbirlerinin ürünü olmaktadır. Burada toplumsal ve mekânsal olarak bir farklılaşmanın oluşması söz konusu olur. Bu şekilde mekân ve kimlik kavramları arasında bir etkileşimin oluşabileceğini söyleyebiliriz (Stephenson, 2010). Böylece mekân ve kimlik arasındaki etkileşim, mekânsal kimlik olarak bütünleşmiş bir durumda insanların tercihleri üzerinde etkili olmaktadır.

Mekân-kimlik etkileşimi, fiziksel ve toplumsal açıdan bir insan ürünüdür. Kimlik mekânı inşa edip şekillendirmektedir. Kimliğin etkisi belli bir süreçten sonra insan ilişkileri sonucunda mekâna yansımaktadır. Kimlik toplum ile birlikte oluşurken, mekân ilişkisi de burada toplumdan ayrı olarak inşa edilememektedir (Stephenson, 2010). Mekânın sosyal ve toplumsal koşullar kapsamında kimlik ile birlikte aktivite mekânlarını biçimlendirdiği gözlemlenmektedir. İnsan eliyle inşa edilen aktivite mekânları insanoğlunun yaşamının vazgeçilmez bir bütünü olarak hem toplumsal hem de bireysel kimliklerin inşa sürecinde etkili olmaktadır. Fiziksel olarak inşa edilen mekânlar, kimliğin etkisiyle onlara yüklenen anlamlarla kurgulanır.

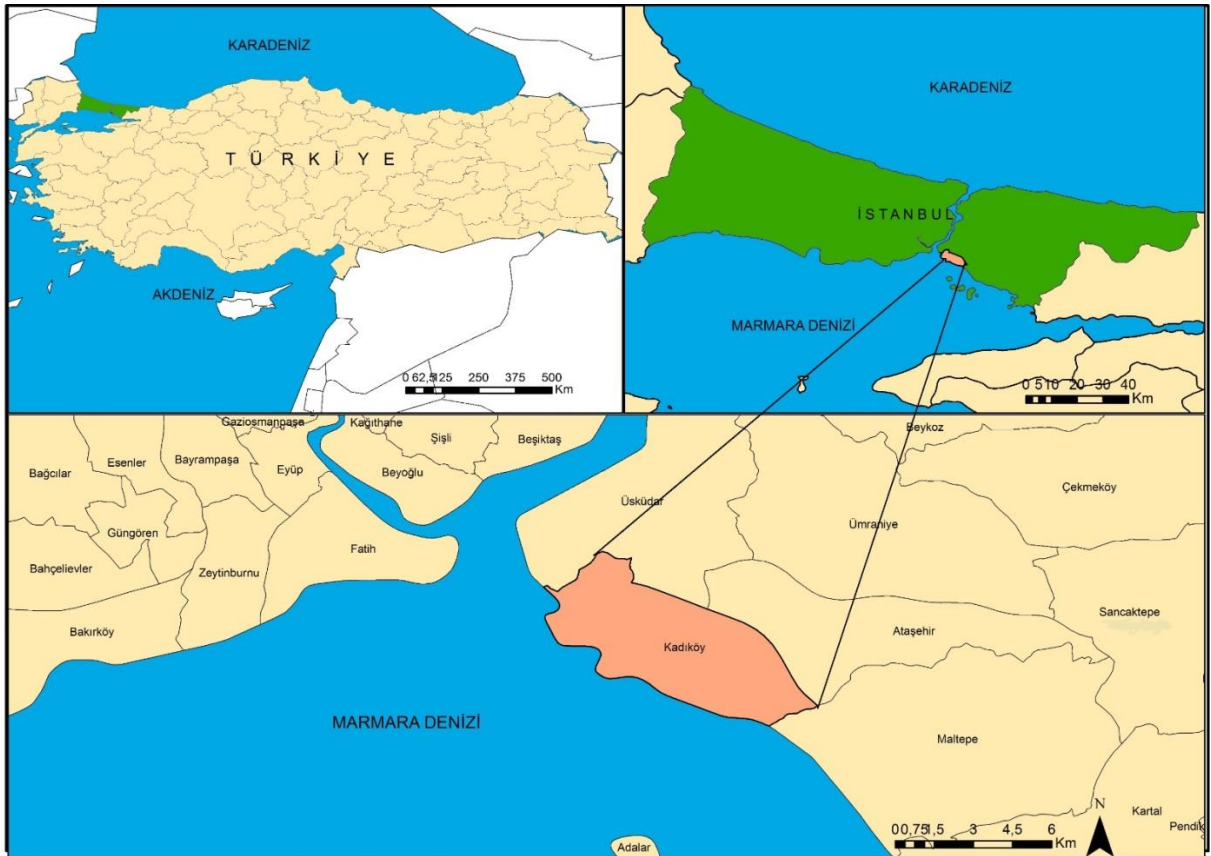
Bu kapsamda çalışmada üzerinde durulan araştırma sorusu: “*mekân ve kimlik boyutuyla kafelerin tercih sebepleri?*” sorusu olmuştur. Araştırma kapsamında baktığımızda genel itibariyle mekân kavramının birey için gerekli olan bir donatım ve bireyin yaşam tarzına bağlı olarak değişebileceğini söyleyebiliriz. Mekân aynı zamanda bireylerin kimliklerinin doğal çevre ile olan etkileşimini kapsamaktadır. Hatta insanlar temel ihtiyaçları doğrultusunda bile mekâna farklı anlamlar yükleyebilmektedir (Solak, 2017:13-37). Örneğin çalışmanın da konu kapsamında olan kafe mekânları tercih konusu olduğu zaman bireyler yine kimlikleri bazında gidecekleri yerleri tercih etmektedir. Bu tercih seçenekleri ürün fiyatları, lezzet, mimari yapı, kullanıcı profili, coğrafi konum hatta mekânın döşemesi gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Böylece burada mekânın kimliği yansıttığını da görebiliriz. Bu yüzden müşteriler kafe tercihi yaparken kendi kimlikleri doğrultusunda bir tercihte bulunmuş olurlar. Bu noktada özellikle kafenin lokasyonu, döşemesi, sunumları ve orayı tercih eden bireyler gibi etkenler aktivite mekânları için ayırt edici özellikler olmuştur.

Sonuç olarak aktivite mekânı olan kafelerin yoğun bir şekilde bulunduğu döneme ve coğrafyaya uygun olarak değişime ve dönüşüme devam edeceğini söyleyebiliriz. Bu dönüşümde kimlik ve mekân kavramları arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Çünkü zamana bağlı olarak bireylerin değişen kimlikleri mekânın kimliğini de etkilemektedir. Dünya coğrafyasına baktığımız zaman tıpkı toplumlara özgü olan kültürel değerler gibi her kültürün simgesi olan mevcut bir mekândan söz edilebilir. Kimlik kavramı da bu mevcut mekânlar gibi bir kültür simgesidir. Böylece her toplum kendi kültürünün simgesini oluşturabilmektedir. Bunu global düzeyde birçok örnekte görmemiz mümkündür.

3. KADIKÖY İLÇESİ

3.1. Kadıköy'ün Kuruluşu ve Gelişimi

Kadıköy, İstanbul için konum bakımından önemli bir ilçedir. Bunun etkisiyle de geçmişten bu yana yabancı gezginlerin dikkatini çekmeyi başaran bir ilçe olmuştur. Kadıköy'ün önemini en iyi anlatanlardan biri olan Ünlü Fransız yazar Theophile Gautier'in "Kadıköy'den İstanbul'a doğru bakıldığı zaman, insan dünyanın en güzel manzarasının tadını çıkarır. Karşı kıyıda kubbeler, minareler ve evler adeta büyüleyici bir manzarayı oluşturmuştur. Bu zevki tatmak için Kadıköy rıhtımında bir kahvehaneye oturup çay yudumlamaktan daha iyi bir seçenek yoktur" sözü olmuştur (Gautier, 2007). Böylece Kadıköy'ün coğrafi konum bakımından İstanbul için merkezi bir konumda olduğunu söylemek mümkündür.



Harita 3.1. Çalışma Alanı Lokasyon Haritası

Kadıköy, konum olarak kuzeybatı-güneydoğu yönünde Haydarpaşa'dan Bostancı'ya kadar uzun bir sahil şeridinde sahiptir. Doğusunda Maltepe İlçesi, batısında İstanbul Boğazı, kuzeyinde Üsküdar ve Ataşehir ilçeleri ve güneyinde ise Marmara Denizi ile çevrilidir (Harita

3.1). Kadıköy, İstanbul şehir içi ulaşımında da önem teşkil etmektedir. Buradan şehir hatları vapur seferleri, İstanbul deniz otobüsleri ve deniz motorları ile Eminönü, Karaköy, Beşiktaş Adalar gibi birçok yere deniz ulaşımı, otobüs ve dolmuş güzergahı ile de Anadolu yakasındaki her ilçeye karayolu ulaşımı sağlanmaktadır. Ayrıca Kadıköy-Kartal Metro hattının son durağı doğrudan Kadıköy Meydanı sınırları içerisinde yer almaktadır (Harita 3.2). Bu şekilde bölgede ulaşım ağı sisteminin çeşitli olması bölgenin hareketliliğini artıran bir faktör olmuştur.



Harita 3.2. Kadıköy İlçesi Ulaşım Haritası

Kadıköy'ün ulaşım bakımından hareketli bir kıyı çizgisinde bulunması mekânın demografik açıdan aktif olmasında önem taşımaktadır (Ay, 2018). Bu durum özellikle Kadıköy Meydanı'nı günün her saati kalabalık olan insan hareketinin ve çeşitliliğinin yoğun olduğu bir kamusal alan haline getirmiştir. İlçenin bu mekânsal hareketliliği, kafelere olduğu gibi aktivite mekânlarına da bir yansıma oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Saha çalışmalarının yapıldığı Osmanağa ve Caferağa Mahalleleri Kadıköy'de mekânsal hareketliliğin hissedildiği yerlerdir. Bu hareketliliği aktivite mekânlarının çeşitliliği sayesinde demografik çeşitlilik de oluşturmaktadır. Bu durumun oluşmasında Kadıköy'ün ulaşım, turizm ve kültür gibi fonksiyonel çeşitliliğinin etkisi olmuştur. Vapur ve deniz otobüs iskeleleri, metro hattı, nostaljik tren ve Haydarpaşa Garı gibi Kadıköy'ün önemli unsurları bu bölgede etkin bir konumdadır. Bu unsurların mekânsal etkisiyle bu mahalleler kafe mekânları başta olmak üzere çeşitli alışveriş mekânları, alternatif barları ve restoranları ile her kitleye hitap edebilecek bir yapıya sahip olmuştur. Kadıköy'ün simgelerinden olan boğa heykelinin de bu alan içerisinde bulunması mekânın hareketliliğini artırmada ayrı bir etken olmuştur. Böylece bu mahalleler ilçede ziyaretçilerin dikkatini çekmeyi başarmış en yoğun alanlardır.

Kadıköy'ün kuruluşu oldukça eski yıllara dayanmaktadır. Anadolu yakasında yontma taş devrine ait ilk el baltaları Kadıköy de bulunmuştur. Bu yüzden İstanbul çevresinde tarih öncesine ait en önemli yerleşme alanı Kadıköy'dür. Kadıköy'ü M.Ö 685 yılında Kalkhedonyalılar olarak bilinen Fenikeliler kurmuştur. O tarihlerde bölge “Yenişehir” anlamına gelen Kalkhedon adıyla anılmıştır. Daha sonra Kalkhedon olarak adlandırılan bu alan tarihsel süreçte birçok değişim yaşamıştır (Korcun, 2007).

Kadıköy 1353 yılında Orhan Bey döneminde Osmanlı İmparatorluğu topraklarına katılmıştır. Osmanlı döneminde Kadıköy çevresi Roma ve Bizans zamanında olduğu gibi, üst düzey yöneticilerin tercih ettiği gözde bir yerdir. Osmanlı döneminde Kadıköy'de ilk yerleşim günümüzde Osman Ağa Camisi çevresinde kurulmuştur. Fetihden sonra Osman Ağa Camisi çevresinde ilk Türk mahalleleri oluşmaya başlamıştır. Daha sonra bölgede yapılan her yapı küçük bir yerleşimin temelini oluşturmuştur. 1453'te Fatih Sultan Mehmet İstanbul'u fethettiğinde İstanbul Kadılığı'nı devrin ilim adamlarından biri olan Hızır Bey Çelebi'ye verir. Kadı Hızır Bey Çelebi'nin isminden dolayı bölge “Kadıköy” olarak anılmaya başlamıştır (Boncukoğlu, 2020).

1857 yılında başlayan buharlı gemi seferleriyle hızla gelişen Kadıköy, 1860 yılında büyük bir yangın geçirir. O dönemde bir Avrupalı seyyah bu duruma işaret ederek, şöyle der: *“Kadıköy kısa bir süre önce tamamen yanmışken şimdi tıpkı bir Avrupa kenti gibi yeniden*

inşa edilmekte ve gözle görülür bir şekilde, her ulustan insanın toplandığı İstanbul'un en gözde yeri olarak gelişmektedir.” (Ekdal,1997). Burada bahsedilen gelişim ve etnik çeşitlilik günümüzde Kadıköy’de devam eden bir durumdur.

İlk etapta küçük bir yerleşim birimi olan Kadıköy, 1869 yılında o dönem için daha büyük ve önemli bir merkez olan Üsküdar Sancağına bağlanmıştır. Uzun süre Üsküdar’a bağlı olan Kadıköy, 1930 yılında ilçe olmuştur. 18.yy’dan itibaren bugünkü çarşı çevresindeki birkaç yapıdan ibaret olan Kadıköy’ün merkezi, 19. yy’da sınırlarını Altıyol’a kadar genişletmiştir. Fakat 20. yüzyılın başına gelindiğinde Kadıköy İskelesi’nin çevresi ve çarşının yer aldığı bölge merkeze dahil olmuştur. Demiryolu boyunca istasyon çevrelerinde ortaya çıkan yerleşmeler daha geniş alanları kaplamıştır (Aktunç, 1994). Bu dönem için Kadıköy’ün İstanbul’da en gelişmiş semtlerden biri olduğu söylenebilir. Ayrıca Kadıköy bölgesinin stratejik açıdan ulaşılabilir bir konumda olması tarihsel serüvende buranın çeşitli medeniyetler için yerleşim alanı olmasında etkili olmuştur. Farklı kültürler için yaşam alanı olması çeşitlilik açısından mevcut mekânın yapısına yansımıştır. Hem üst gelir grubu bireylerin hem de mütevazı halk tabakasının oluşturduğu renkli sosyal doku ve mekânsal etki Kadıköy’de varlığını 1950’lere kadar sürdürmüştür.

Kadıköy, günümüzde 481 bin (TÜİK, 2021) nüfusu ile İstanbul için merkezi öneme sahip bir ilçedir. Kadıköy, eski dönemlerde olduğu gibi tek merkezli değil artık çok merkezli bir ilçedir. Osmanağa, Caferağa, Rüstempaşa, Caddebostan ve Göztepe gibi mahalleler Kadıköy için merkezi bölgeleri oluşturmaktadır. Eski dönemlerde biraz daha geri planda kalan mahalleler ise kentsel dönüşüm ile birlikte bir değişim yaşamıştır. Sahrayıcedit ve Fikirtepe bu mahallelere örnek olarak verilebilir. Bu tür yerler değişimden sonra yaşam koşullarının iyileşmesiyle birlikte özellikle genç nüfusu kendine çekmeyi başarmıştır. Tamamıyla yoğun nüfuslu bir yerleşim alanı içinde bulunan Kadıköy, mahalleleri ile her dönemde gelişen bir yerleşme haline gelmiştir.

Sonuç olarak Kadıköy geçmişten bu yana birçok kültüre ev sahipliği yapan bir ilçe olmuştur. Kadıköy’ün farklı kültürlerden insanlara ev sahipliği yapmış olmasıyla ilçe beşerî özelliklerin mekâna yansıdığı hareketli bir alan halini almıştır. Bunda en önemli etken ise bölgenin jeostratejik konumunun elverişliliği olduğunu söyleyebiliriz.

3.2. İstanbul'da Kafelerin Ortaya Çıkışı

İstanbul'un Asya ve Avrupa kıtaları arasında bir kavşak noktasında yer alması, İstanbul'da kahve kültürünün gelişmesinde etkili olmuştur. Kahvehane kültürü 16. yüzyılın ikinci yarısından itibaren İstanbul'da ticari mekânlar olarak yer edinmeye başlamıştır. Kahve içmek ve kahvehaneler başlangıçta toplum için ahlak dışı bir davranış olarak nitelendirilip tepkiler almıştır. Fakat zamanla yoğun bir talep alması ve yurt dışından getirilip Avrupa'ya gönderilen kahveler devlet hazinesi için önemli bir gelir kaynağı olmuştur. Böylece kahve kültürü İstanbul toplumunda yer edinmeyi başarmıştır.

Ortadoğu'da başlayan kahve ticaretinin dünya ticaretine yansması, beraberinde İstanbul'da kahve ticaretine de bir hareketlilik katmıştır. Özellikle Halep'ten Avrupa'ya başlayan kahve ticareti için İstanbul transit geçişinden dolayı önemli bir noktada yer almıştır (Georgeon, 1999). Bu ticaret İstanbul'un merkezi ilçelerinde başlayıp kafelerin kuruluşu için bir zemin oluşturmuştur. İstanbul'da kahvehaneler ilk olarak Şamlı Şems ile Halepli Hakem adlı kişiler tarafından dönemin önemli ticari merkezi olan Tahtakale'de küçük işletmeler halinde kurulmuştur (David, 1999). Bu işletmeler zamanla demografik açıdan hareketlilik kazanarak ilgi görmeye başlamıştır. Böylece İstanbul'un küçük işletme alanları olan kahvehaneler Eyüp ve Fatih gibi ilçelerde kurulmaya başlayıp hızlı bir dağılım göstererek toplumsal bir olgu haline gelmeyi başarmıştır. Sonraki süreçlerde ise Eminönü, Sultanahmet, Beyazıt, Beyoğlu, Galata ve Aksaray gibi yerleşimlerde yayılıp etkisini göstermeye başlamıştır. Böylece bu bölgeler İstanbul için önemli kahvehane merkezlerini oluşturmuştur. Zamanla buradaki kahvehaneler fiziki açıdan bir takım değişimler yaşayarak günümüzün kafe mekanlarını oluşturmuştur.

Beyoğlu bu mekânlar arasında popüler oluşuyla önde gelmektedir. Kafe mekânlarının temelini atan yerlerden biri olan Beyoğlu kafelerin çeşitliliği ile yoğun ilgi alan bölgelerin başında gelmektedir. Beyoğlu kafeleri, lokantaları ve gazino gibi eğlence merkezleri ile geçmişte İstanbul'un en popüler mekânları arasındadır. Beyoğlu'nun bu eğlence mekânları genelde alkollü mekânlar olup dönemin seçkin kişileri tarafından tercih edilen yerler olmuştur. Aynı zamanda bu mekânların o dönem İstanbul'u için olan önemini birçok yazar ve şairin eserlerinde de görmek mümkündür. Hatta bazı mekânlar birden fazla yazar tarafından birçok yapıtta yer almaktadır. Örneğin Flamme Kahvesi ve Lüksemburg bu dönemin en çok bilinen kafeleridir. Beyoğlu'nu kafe ve gazinolarıyla konu alan başlıca yazarlardan olan Ahmet Midhat Efendi "Bahtiyarlık" romanında Senayi Bey adındaki kahramanın, Beyoğlu'na Flamme Kahvesi'ne gittiğini romandaki önemli bir mekân olarak

anlatır. Fakat zamanla mekânsal bir değişim yaşanıp Beyoğlu ve çevresindeki birçok kafe Kadıköy'e doğru kaymaya başlamıştır. Beyoğlu'ndaki kahvehaneler bu şekilde popüler yerler iken zamanla gerek toplumsal tepkiler gerekse mekânsal değişimler sonucunda bu aktivite mekânlarında değişimler yaşanmıştır (Birsnel, 1983).

Bu değişimde dikkatleri en çok çeken yer ise Kadıköy İlçesi olmuştur. Kadıköy İstanbul'da kahvehane merkezlerinin karşısında kurulmuş olan bir ilçeyken bir dönem sonra kafeler için merkezi alan olmayı başarabilmiştir. Bu durumun oluşmasında Kadıköy'ün sahip olduğu beşerî ve fiziki unsurlarının etkisi olmuştur. Kadıköy demografik açıdan hareketli bir merkez olmasının etkisiyle günümüzde kafeler için önemli bir aktivite mekânını oluşturmaktadır.

3.3. Kafelerin Kadıköy'e Kaymasının Sebepleri

Kadıköy İstanbul genelinde, birçok ilçeye kıyasla eğitim, sanat ve kültür gibi çeşitli alanlarda daha entelektüel bir yerleşim bölgesi olarak tanımlanmaktadır. Bu durum mekâna da yansiyarak Kadıköy'de zengin bir kafe kültürünün oluşmasına zemin oluşturmuştur. Böylece Kadıköy'de kafeler, toplumda yer edinin günümüzde bir (mekânı) mekânda toplanmayı başarabilmiştir. Ancak bu durum İstanbul'un her ilçesi için geçerli olmamıştır. Hatta İstanbul'un bazı bölgelerinde kahvehaneler toplumsal tepki ile karşı karşıya kalmıştır. Bu bölgelerin başlıcaları ise Fatih ve Beyoğlu gibi ilçelerdir (Birsnel, 1983). Özellikle bir dönem kahvehaneleriyle bilinen bu ilçeler kahvehanelerde alkol tüketimi veya kadınların da bu mekânları kullanmaya başlaması ile buralarda bu mekânların kapatılması söz konusu olmuştur. Fatih'te bölge halkının muhafazakâr oluşu 16. ve 19. yüzyıllar arasında bölgede kahvehanelerin kapatılmasının en büyük etkenlerinden birisi olmuştur. Beyoğlu ise bu dönemde İstanbul için önemli kahvehane alanlarını oluşturmaktadır. Fakat bu dönemde kafelere karşı gelişen olumsuz tutumlarla karşı karşıya gelmiştir. Beyoğlu, çoğunlukla yabancıların kullandığı ticaret, finans ve eğlence mekânlarının etkisiyle olumsuz tutumları geride bırakıp 19. yüzyıldan itibaren hızlı bir şekilde morfolojik değişim yaşamıştır. Bu şekilde yaşanan toplumsal, sosyo-ekonomik ve politik değerler ile Beyoğlu büyük bir değişim geçirmiştir (Özbek, 2020: 35-54). Genel olarak bu bölgelerde 16. ve 19. yüzyıllar arasında kahvehanelere karşı gelişen olumsuz tutumlar, kafelerin Kadıköy'e kaymasında etkili olmuştur.

Kadıköy'de kahvehaneler için bir temel oluştuktan sonra 19. yüzyıldan önce kahvehaneleri ile meşhur olan Beyoğlu'nun yerini Kadıköy almıştır. Buradaki kahvehaneler şairler, yazarlar, esnaflar ve devlet memurları gibi birçok kişinin kullanabileceği mekânlar

olmuştur. Kahvehanelerin Kadıköy’de yer edindiği süreçte birçok yazar ve şair Kadıköy’e yerleşmiştir. Örneğin Halit Ziya Uşaklıgil, Ahmet Haşim ve Yakup Kadri Karaosmanoğlu gibi yazarlar Kadıköy’e yerleşen ve gençlik yıllarını Kadıköy’deki kahvehanelerde geçirmiş kişilerdir (Birsal, 1983). Hatta bu yazarlar birçok eserini Kadıköy’de Kalamış Koyu çevresindeki kafelerde oturup yazmıştır. Bu şekilde kahvehaneler Kadıköy’de önemli mekânlar haline gelmiştir.

Kadıköy günümüzde de kafe kültürüyle bilinen bir bölgedir. Bu bölge genel olarak farklı inanç ve kimliklerin yaygın olduğu bir mekân olarak dikkat çekmektedir. Bu durum Kadıköy’de aktivite mekânı olan kafelerde mekânsal çeşitliliğin oluşmasında etkili olmuştur. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de İstanbul’da birçok kafe Kadıköy’e doğru kaymaktadır. Bunda Kadıköy’ün eski bir yerleşim alanı olmuş olması ve ulaşım fonksiyonunun gelişmiş olmasının büyük bir etkisi vardır. Kadıköy’ün coğrafi konumu, tarihsel geçmişi, ulaşım alt yapısı, üniversitelerin barındırdığı öğrenci kitlesi, kitlesel sahafların olması, fiziki mekân ve demografik çeşitlilik Kadıköy’de hızlı bir şekilde yeni kafelerin açılmasını etkileyen temel faktörlerdir. Kadıköy’de çeşitli kafelerin açılmasında etkili olan diğer bir unsurda siyasi olarak belediye faktörüdür. Kadıköy Belediyesi, ruhsat ve denetim müdürlüğü yönetmenliğinde *“Kadıköy’de her türlü alkollü içeceğin bulunduğu işyerlerinin açılabilmesi”* maddesinin yer alması kafelerin Kadıköy’de yoğunlaşmasında etkisi olmuştur. Bu durum Kadıköy’de demografik açıdan farklı kimlikleri barındıran kafelerin oluşmasına da sebep olmuştur. Böylece Kadıköy diğer ilçelere kıyasla kafeler için merkezi konuma ulaşabilmiştir (Kadıköy Belediyesi, 2021).

Ulaşım, ilçe genelinde kafelerin yayılmasında önemli bir etken olmuştur. Hatta buradaki en önemli ulaşım ağı ise demir yolu ulaşımında Kadıköy-Maltepe metrosudur. Kadıköy-Maltepe metrosu, Göztepe yerleşkesindeki öğrencilerin Kadıköy’e sık sık uğramalarını sağlayan bir ulaşım hattıdır.

Ulaşım, Kadıköy’de ticari alanları etkileyen önemli faktörlerden bir tanesidir. Kadıköy’de birçok kafenin kuruluş yeri seçiminde ulaşım sistemine dikkat edilmektedir. Örneğin saha çalışmasında kafe işletme sahiplerinin birçoğu bu konuya *“Üsküdar- Çekmeköy metro hattı açılmadan önceki müşteri yoğunluğumuz şu ana göre daha fazlaydı. 2017 yılında Üsküdar metrosunun kullanıma açılması ile birçok müşterimiz Üsküdar’daki kafelere yöneldi ve artan talep sonucunda Üsküdar’da yeni kafe işletmeleri açılmaya başladı”* şeklinde ifade etmişlerdir. Kadıköy genelinde kafelerin yer seçimi ulaşımına uygun bir şekilde tercih edilmiş ve kafelerin dağılımında ulaşım önemli bir faktör olmuştur (Fotoğraf 3.1).



Fotoğraf 3.1. Kadıköy’de ulaşım ağlarının kesiştiği Osmanağa Meydanı.

Kadıköy’ün geniş bir öğrenci kitlesine sahip olması ilçedeki kafe mekânlarını etkileyen diğer bir faktördür. Özellikle bölgede üniversite öğrencilerinin fazla olması yeni kafelerin açılmasına zemin oluşturmuştur. Hatta saha çalışmasında kafe işletme sahipleri ile yapılan görüşmelerde, bazı işletme sahipleri kafeye sadece öğrencilerin geldiğini belirtmiştir. Bu yüzden kafelerin büyük bir kısmında müşteri kimliği dikkate alınarak mekânın donanımı müşteriye yönelik hazırlanmaktadır. Kimliğin buradaki etkisi beraberinde kafe mekânlarındaki çeşitliliği oluşturmaktadır. Örneğin Kadıköy’de son yıllarda popüler olmaya başlayan kitap kafeler çoğunlukla öğrencilere yönelik dizayn edilmiştir (Fotoğraf 3.2). Saha çalışması esnasında kafelerde yapılan gözlemlerde kitap bölümü olan bu kafelerin daha çok ders çalışan öğrenciler tarafından tercih edildiği gözlemlenmiştir. Bu şekilde müşteri profili ile tercih edilen mekân arasında bir ilişki söz konusudur diyebiliriz.



Fotoğraf 3.2. Küff Kafe’de öğrencilerin ders çalışmalarına yönelik bölümler.

Kadıköy yıllardır sahaflarıyla bilinen bir ilçedir. İstanbul'daki birçok köklü yayınevinin ofisi Kadıköy'de yer almaktadır. Aynı zamanda Kadıköy çeşitli alanlarda sahafların kurulduğu bir ilçedir. Buradaki sahafların çoğu Beyoğlu'ndan Kadıköy'e doğru kayan sahafları oluşturmaktadır. O dönemden beri Kadıköy sahafları ile bilinen bir bölge olmuştur. Hatta bu durum dışarıdan yoğun ziyaretçi almada etkili olmaktadır. (Fotoğraf 3.3 ve 3.4). Kadıköy'de kuruluş yeri seçiminde sahaf ve kafeler birbiri ile ilişkili yerlerdir. Sahafların ilçe genelinde bu şekilde yoğun talep alması buralara yakın birçok kafe işletmesinin kurulmasında etkili olmuştur. Böylece kafe işletmeleri buraya gelen ziyaretçileri kolaylıkla kendine çekmektedir.



Fotoğraf 3.3. Kadıköy Haydarpaşa Garı'ndaki sahaflar
(Gazete Kadıköy, 2021).

Kadıköy genel olarak birbirinden farklı kafe mekânlarının olduğu bir bölgedir. Kadıköy'de neredeyse aynı sokakta bile dekorasyon, lezzet ve fiyat bakımından çeşitli kafelere erişmek oldukça kolaydır. Özellikle dekor açısından farklı mekânların bulunması müşteriler için dikkat çekici olmuştur.



Fotoğraf 3.4. Ali Suavi Sokak sahaf festivali
(Gazete Kadıköy, 2021).



Fotoğraf 3.5. Kadıköy kafelerinde dış mekânda farklı dekorasyonlar.



Fotoğraf 3.6. Kadıköy kafelerinde iç mekânda farklı dekorasyonlar.

Kafelerin hem iç hemde dış dekorasyonu müşteri açısından tercih edilmede önemli bir faktördür. Yaz aylarında dış mekânın daha sık kullanılmasından dolayı dış dokorasyon müşteri için daha dikkat çekici olmaktadır (Fotoğraf 3.5). Havanın soğuk olduğu dönemlerde ise iç mekânın daha sık tercih edilmesinden dolayı iç dekorasyon önemli olmaktadır (Fotoğraf 3.6). Kadıköy’de demografik çeşitliliğinin fazla olması farklı kafe mekânlarının oluşmasında etkisini göstermiştir. Böylece mekân ve kimliğin oluşturduğu ilişki ilçe genelinde yeni kafe mekânlarının oluşmasına zemin oluşturmuştur. Bu durum Kadıköy’de birbirinden farklı kafe mekânlarına seçim yapmayı mümkün kılmaktadır.

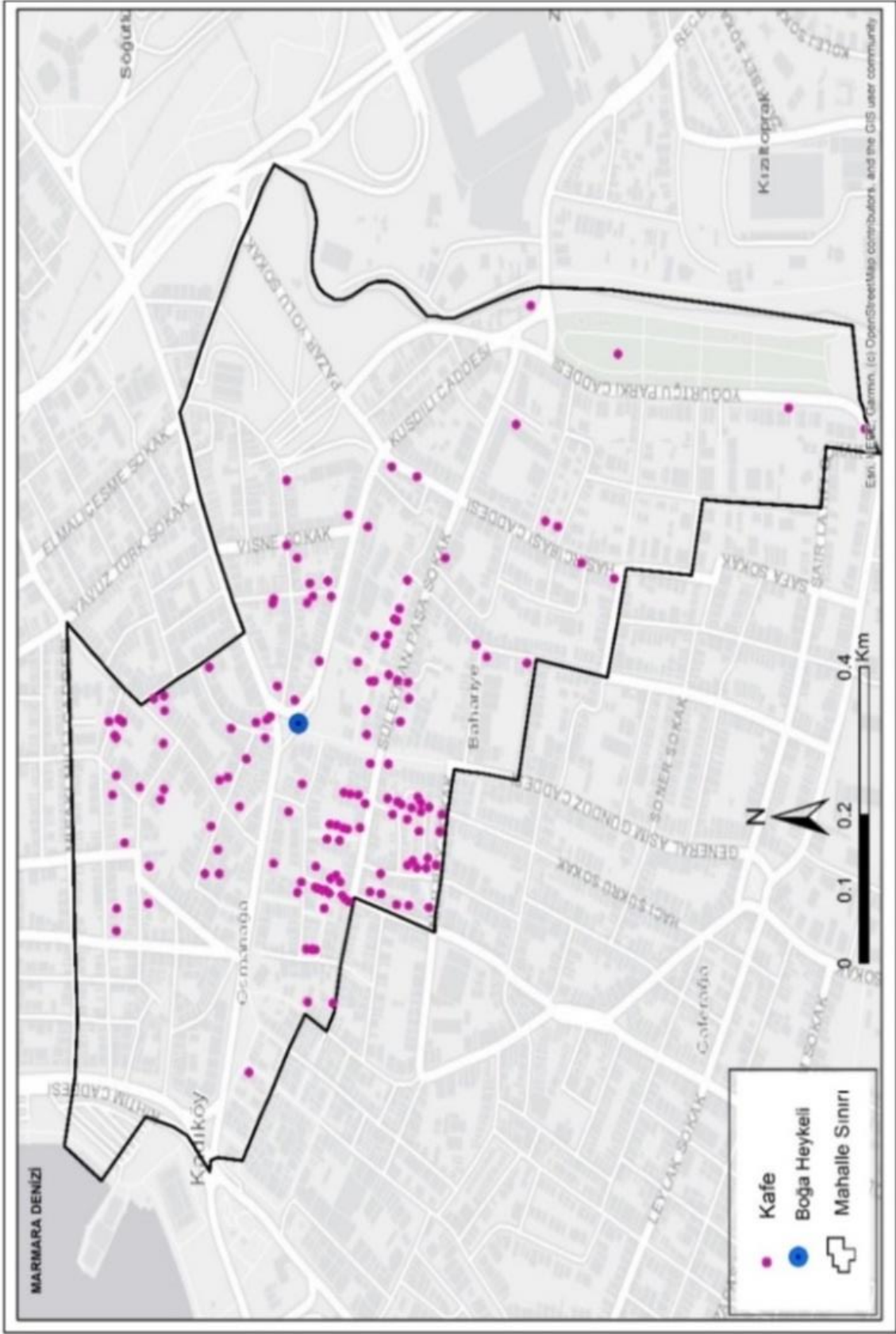
3.4. Kadıköy’de Kafelerin Dağılışı ve Bu Dağılışı Etkileyen Faktörler

Kadıköy, geçmişten bu yana İstanbul için mekânsal hareketliliğin yoğun olduğu bir ilçedir. Kadıköy eğlence, kültür, ulaşım ve eğitim gibi alanlardaki fonksiyonel çeşitliliğinden dolayı önemli bir aktivite mekânını oluşturmaktadır. Bu mekânlar içerisinde yer alan kafeler, ilçede geniş ölçekte bir yayılım göstermektedir.

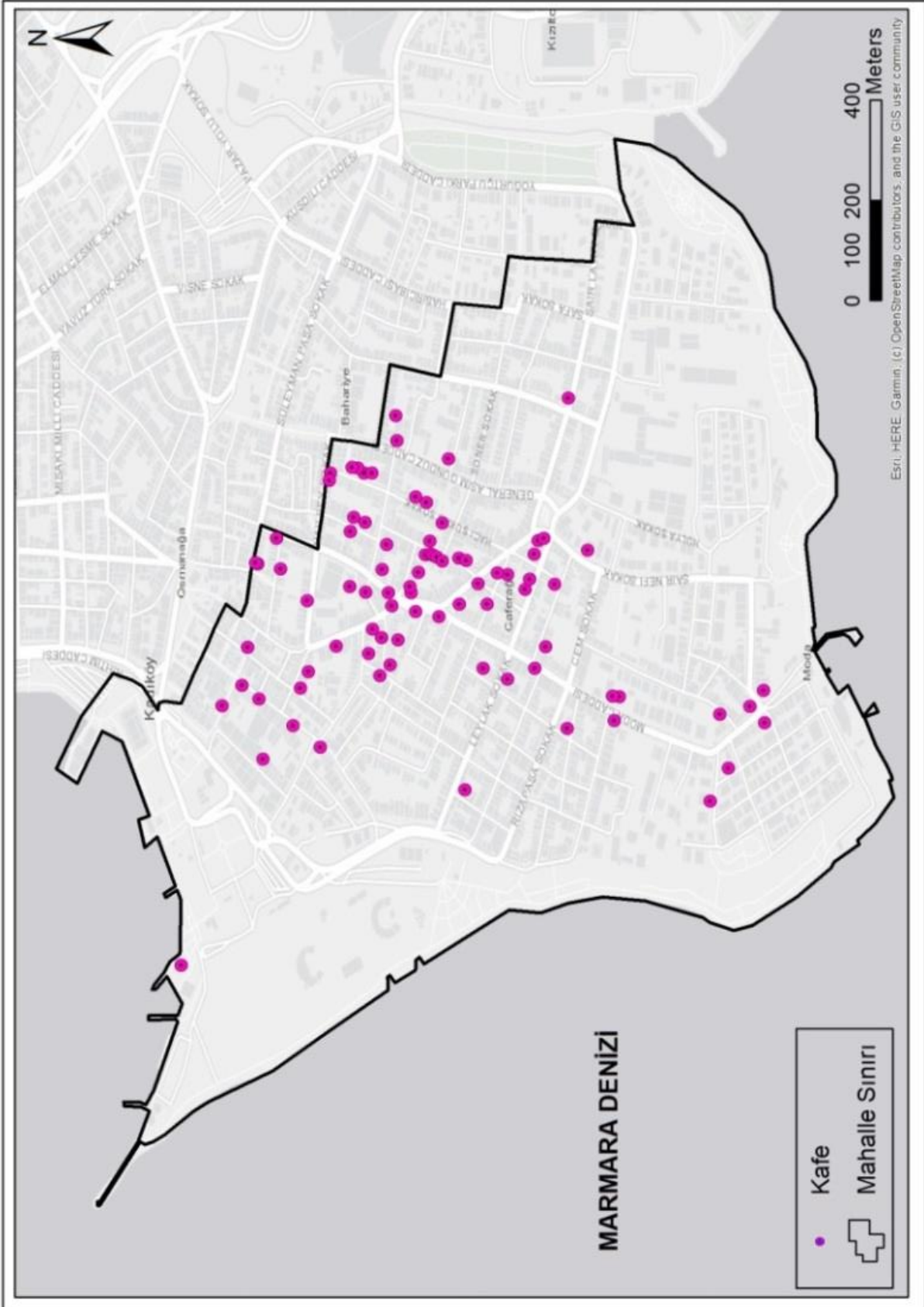
Harita 3.3'te yer alan yoğunluk haritasında Kadıköy genelinde aktif olan kafeler gösterilmektedir. Harita incelendiğinde kafelerin en yoğun olduğu yerler Osmanağa, Caferağa ve Rüstempaşa mahalleri olarak yer almaktadır. Bu üç mahalle yan yana sıralanmış olup merkezi olma özelliği göstermektedir. Haritada Osmanağa Mahallesi yoğunluğun en fazla olduğu bölge olarak dikkat çekmektedir. Genel olarak haritada kafelerin yoğun olduğu bölgelerin yol güzergahlarını takip ettiği görülmektedir. Özellikle güneydoğu-kuzeybatı doğrultusunda uzanan Bağdat Caddesi ile Minibüs Caddesi boyunca kafelerin sıralandığını görmek mümkündür. Sonuç olarak Kadıköy İlçesi'ndeki kafelerin ilçenin batısında yoğunluk gösterdiğini söyleyebiliriz.

İlçe genelindeki kafelerin dağılışının tespitinden sonra çalışmanın örnekleme olan Osmanağa ile Caferağa mahallelerindeki kafelerin dağılışını daha net bir şekilde görebilmek için bu mahallelerin dağılış haritaları yapılmıştır. Bu haritalarda kafelerin dağılışı cadde ve sokak boyunca daha ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir. Osmanağa Mahallesi ile Caferağa Mahallesi genel itibariyle ilçenin mekânsal ve beşerî açıdan en hareketli bölgeleridir. Buralar Kadıköy için ulaşım hatlarının birleştiği güzergâh konumundadır. Burada özellikle metro ve deniz ulaşım seferlerinin aktif olması bölgeye bir hareketlilik katmıştır. Her iki mahallenin bu şekilde kolay erişilebilir konumda olması buraları Kadıköy'e gelen insanlar için bir buluşma noktası haline getirmiştir. Mahallelerin bu özelliklerinden dolayı ilçeyi ziyaret eden kitlenin talepleri doğrultusunda kafeler başta olmak üzere ilçenin ticari mekânları genel olarak bu bölgelerde yoğunluk göstermektedir.

Harita 3.4 incelendiğinde Osmanağa Mahallesi'nde kafelerin daha çok Kadıköy için bir simge haline gelen Boğa Heykeli çevresinde yayılış gösterdiği görülmektedir (Harita 3.4). Burada Söğütlü Çeşme Caddesi, Süleyman Paşa Sokak, Nail Bey Sokak ve Vişne Sokak kafelerin en yoğun olduğu yerlerdir. Buradaki kafelerin, gelen kullanıcı profiline hizmet vermek amacıyla mimari, lezzet, sunum ve fiyat gibi birbirinden farklı mekânları oluşturduğu gözlemlenmiştir. Bu şekilde oluşan mekânsal çeşitlilik sonucunda Osmanağa mahallesinde birçok kafe mekânı çeşitli kimliklere hitap edebilecek duruma erişmiştir. Bu mekânlar kullanıcı kitlesine daha kolay bir şekilde hizmet verebilmek amacıyla ilçedeki beşerî yoğunluğun en fazla olduğu Kadıköy'ün merkezi olan Osmanağa Mahallesi'nde kurulmuştur.



Harita 3.4. Osmanağa Mahallesi Kafe Yoğunluk Haritası



Harita 3.5. Caferağa Mahallesi Kafe Yoğunluk Haritası

Caferağa Mahallesi, çalışmanın diğer örneklem alanını oluşturmaktadır. Harita 3.5'in sunduğu verilere göre Caferağa Mahallesi Kadıköy için kafelerin yoğun olduğu bir bölge olarak belirlenmiştir. Burada kafeler genel olarak Moda Caddesi çevresinde yayılış göstermektedir. Saha çalışmasında yapılan gözlemler sonucunda Caferağa Mahallesi'ndeki kafelerin diğer bölgelere göre daha özgün mekânlar olduğu saptanmıştır. Burada farklı kimliklere sahip kafelerin fazla olması aynı zamanda farklı kimliklerdeki kullanıcı kitlelerini de bölgeye çekebilmiştir. Bu durum aynı zamanda kafe tercihinde bulunan bireyler için farklı seçenekleri oluşturmuştur.



Fotoğraf 3.7. Osmanağa Mahallesi Yasa Caddesi'ndeki kafeler.

Kadıköy'de kafelerin dağılımını etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Bunlara literatürde ulaşılan bilgiler ve saha çalışması sırasında elde edilen veriler ile ulaşılmıştır. Kadıköy'de sosyal işletme alanı olan kafelerin yoğun olmasında bazı sokak ve caddelerin trafiğe kapalı olması bu veriler arasında yer almaktadır. Kadıköy'de kafelerin yoğunlaştığı yerleri genel olarak trafiğe kapalı alanlar oluşturmaktadır (Fotoğraf 3.7). Yapılan görüşmeler esnasında kafe müşterileri ve işletme sahipleri, işletmenin bulunduğu alanın trafiğe kapalı olmasının tercih edilmede önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir. Bunun haricinde özellikle yaz aylarında açık alanı olan kafelerin en çok tercih edilen kafeler arasında yer aldığı bilgisine ulaşılmıştır (Fotoğraf 3.8).



Fotoğraf 3.8. Piraye kafe’de yaz aylarında canlı müzik eşliğinde dış mekân kullanımı.

Kadıköy’de ulaşım, kafelerin dağılışını etkileyen diğer bir faktördür. Ulaşıma bağlı olarak kavşak noktalarında yer alan kafeler farklı bir müşteri kimliğini kapsamaktadır. Starbucks Kafeler bu kafelerin başlıcalarını oluşturmaktadır. (Fotoğraf 3.9). Bu kafeleri ziyaret edenler genelde başka bölgelere gitmek amacıyla Kadıköy’ü geçiş bölgesi olarak kullananları kapsamaktadır.



Fotoğraf 3.9. Kavşak noktasında yer alan zincir kafelere örnek olarak Starbucks Kafe.

Kadıköy’de kafelerin dağılışını etkileyen diğer bir unsur ise ilçedeki öğrenci kitlesi olmuştur. Saha çalışması sırasında işletme sahipleri özellikle Marmara Üniversitesi ile Medeniyet Üniversitesi öğrencilerinin bu mekânları sıkça ziyaret eden kullanıcı kitlesi arasında yer aldıklarını belirtmiştir. Ara sokaklarda ve yoğunluğun düşük olduğu kafeler çoğunlukla üniversite öğrencilerine hizmet vermektedir. Bu yüzden öğrenci kitlesine hizmet veren bu işletmeler okul döneminde yoğun iken öğrencilerin olmadığı yaz mevsiminde daha sakinidir. Bu şekilde saha çalışmasında elde edilen bilgilere dayanarak her kafenin hizmet verdiği farklı müşteri kimliklerinin olduğunu söyleyebiliriz.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Mekân ve kimlik birbirleriyle ilişkili olan kavramlardır. Geçmişten bu yana mekân bireyin kimliğini yansıtan bir kavram olmuştur. Bu yansımadan etkilenen yerlerden biri de kafe mekânlarıdır. Bireyler kafe tercihi yaptıklarında kendilerine en çok hitap eden mekânları seçmektedir.

Araştırmanın amacı; Kadıköy İlçesi'ndeki aktivite mekânlarından biri olan kafelerin tercih sebeplerinin incelemesidir. Kadıköy'de mekânsal çeşitlilik açısından birçok kafe mevcuttur. Bu kapsamda Kadıköy'deki kafeler mekân-kimlik ilişkisi bazında incelenebilecek örnek alan olarak belirlenmiştir. Burada mekân üzerinde konumlanan her kafe kendine özgü bir kimliği yansıtmaktadır. Kimlik, birey için önemli olduğu kadar mekân içinde önem arz etmektedir. Bu yönüyle aktivite mekânlarından biri olan kafe kimliği ile müşteri kimliğinin kafe tercihinde etkisinin incelenmesi çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Araştırmanın kapsamı Kadıköy'de Osmanağa Mahallesi ile Caferağa Mahallesi'nde kafe işletme sahipleri ve kafe müşterilerini kapsamaktadır. Araştırma kapsamının bu mahallelerle sınırlandırılması, Kadıköy'ün büyük bir ilçe olması ve ilçedeki kafelerin çoğunlukla bu bölgelerde yer almasından kaynaklanmaktadır. Araştırma için müşterilere yönelik 6 soru sorulmuştur. Soru sayısının sınırlı sayıda tutulmasında, müşterilerin görüşmeleri kısa sürdürmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca görüşme yapılan işletme sahibinin 9 kişi ile sınırlı olması ve aynı kafeden birden fazla müşteri ile görüşme gerçekleşmesi, 2020 Mart ayından itibaren Türkiye'de görülen Covid-19 salgını nedeniyle bu mekânların belli dönemlerde kapalı olması ve açık olduğu dönemlerde de tedbir amaçlı bu mekânlarda görüşme kabul edilmemesinden kaynaklanmaktadır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma, Kadıköy İlçesi'ndeki kafelerin tercih edilme sebeplerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi ve verilerin analiz edilebilirliği olan durum çalışması uygulanarak mevcut durum anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla kafe işletme sahipleri ve kafe müşterileri ile yapılmış nitel bir çalışmadır.

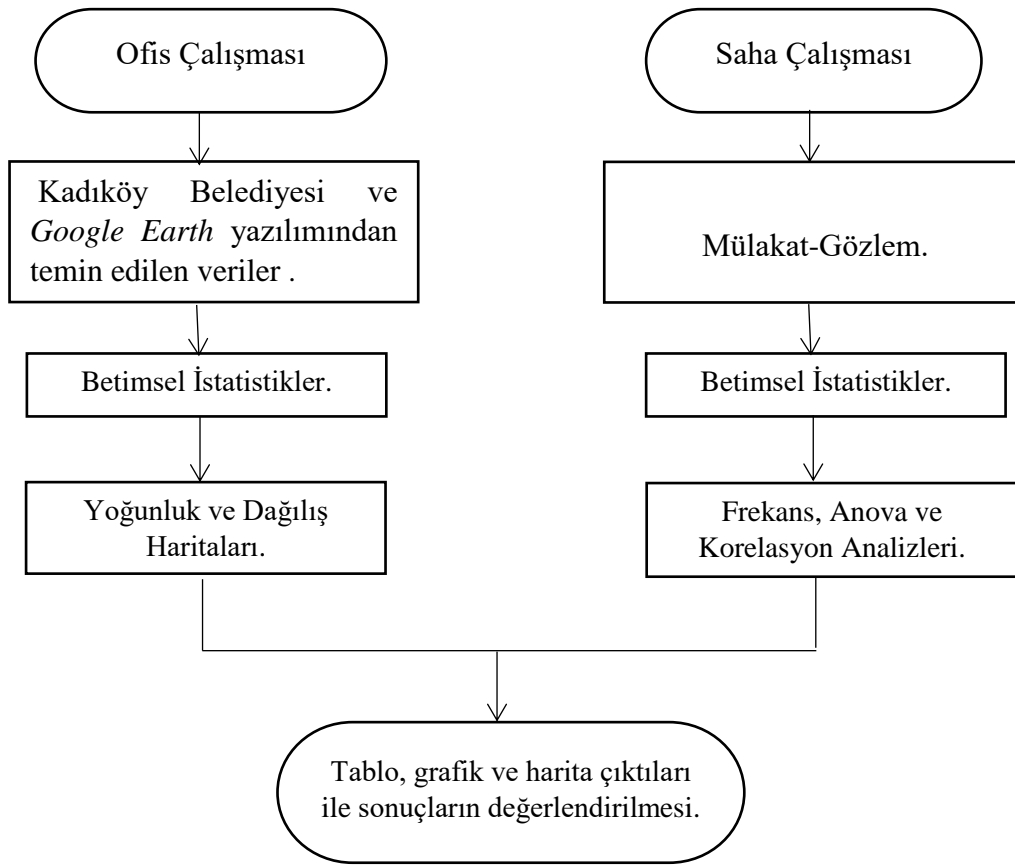
Nitel araştırma, insanların yaşamlarını içeriden dışarıya yönelik olarak katılımcının gözünden betimleyen bir araştırma yöntemidir. İnsanların kendi doğal ortamlarındaki ön görülme durumu, bilinmeyen bilinen içerisinde araştırıp durumu kestirebilir hale

getirmektedir. Nitel araştırma kapsamında araştırmacı oluşan olguları, karmaşıklığı içinde irdeleyerek sonuca ulaşmaya çalışmaktadır (Coşkun, 2019).

4.4. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Araştırmada veri toplama işlemi, mülakat yoluyla yapılan görüşmeler, Kadıköy Belediyesi'nden temin edilen ikincil veriler ve *Google Earth* ortamından alınan verilerden oluşmaktadır. Veriler sonucunda yapılan analizler çalışmanın iş akış şemasında gösterilmiştir (Tablo4.1).

Tablo 4.1. Çalışmanın İş Akış Şeması



Saha çalışmasında yapılan mülakatlar 2019 Ekim ile 2020 Aralık tarihleri arasında belirli aralıklarda yapılmıştır. Mülakat yönteminde kişilere “Rasgele Örneklem” yöntemiyle ulaşılmıştır. Farklı zaman dilimlerinde farklı kafelerde 310 tane kafe müşterisine ve 9 işletme sahibine sorular sorularak not alınmıştır. Müşteriler ile yapılandırılmış görüşmeler, işletme sahipleri ile yapılandırılmamış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Saha çalışması Osmanağa ile Caferağa mahallelerindeki kafeleri kapsamaktadır. Osmanağa ile Caferağa mahallelerinde toplamda 45 kafe ziyaret edilip bu kafelerde toplamda 310 kişi ile görüşmeler

gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular *IBM SPSS Statistics 26.0* paket programına işlenerek analiz edilmiştir.

Analiz sonucunda güvenilirliğin hesaplanmasında *Cronbach's Alpha* katsayı değeri kullanılmış ve değer 0.713 bulunmuştur. *Cronbach's Alpha* değerinin 0.70'ten yüksek olması programda kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Geçerlilik katsayısı (KMO Değeri) %95 düzeyinde 0.732 olarak hesaplanmış (Tablo 4.3) 0,80 üzerindeki değerler mükemmel olarak kabul edilmiştir Barlett's küresellik testinin sonucu ise anlamlı düzeyde (<0,05) çıkmıştır (Yaşlıoğlu, 2017: 74-85).

Tablo 4.2. Güvenirlilik Katsayısı

Güvenirlilik Analizi		
Cronbach's Alpha Katsayısı	Cronbach's Alpha Standartlaştırılmış Ögelere Dayalı	N Değeri
0,713	0,709	6

Tablo 4.3. Geçerlilik Faktör Analizi

KMO ve Bartlett's Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,732
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	760,437
	Df	15
	Sig.	,000

Mülakat yönteminde örneklem sayısı fazla tutularak güvenilirlik düzeyinin yüksek olması hedeflenmiştir. Ayrıca kafelere farklı zaman dilimlerinde farklı kişilerin gelebileceği düşünülüp belirli aralıklarla görüşmeler ve gözlemler yapılmıştır. Gözlem esnasında fotoğraflar da çekilerek kafeler için gerekli notlar alınmıştır.

Kadıköy Belediyesi'nden temin edilen, ruhsatlı kafe verileri *ArcGIS 10.1* programına yüklenmiştir. Bu verilerden yoğunluk haritaları yapıp Kadıköy'de açılan kafelerin yıllara göre mekân üzerindeki yoğunluğu gösterilerek yorumlanmıştır.

Diğer bir veri toplama metodu olarak *Google Earth* yazılımı kullanılmıştır. Bu metot, Kadıköy'de aktif olarak kullanılan kafelerin dağılımını tespit etmek amacıyla kullanılmıştır.

Google Earth ortamında kafelerin konumu tespit edilerek *Kml* dosyası haline getirilmiştir. *Kml* dosyası haline getirilen veriler, *Arcgis* ara yüzünde sayısallaştırma metoduyla haritalar üzerinde gösterilmiştir. Burada kafe mekânlarının dağılışını daha iyi tespit amacıyla hem ilçe geneli hem de örneklem alanlar olan Osmanağa ile Caferağa mahallelerinin yoğunluk haritaları oluşturulmuştur.

4.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

Bu bölümde kafelerin mekân üzerindeki dağılışını incelemek amacıyla Kadıköy Belediyesi ve *Google Earth* yazılımından temin edilen veriler ile mülakat sırasında katılımcılardan elde edilen bulgular yer almaktadır.

4.5.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

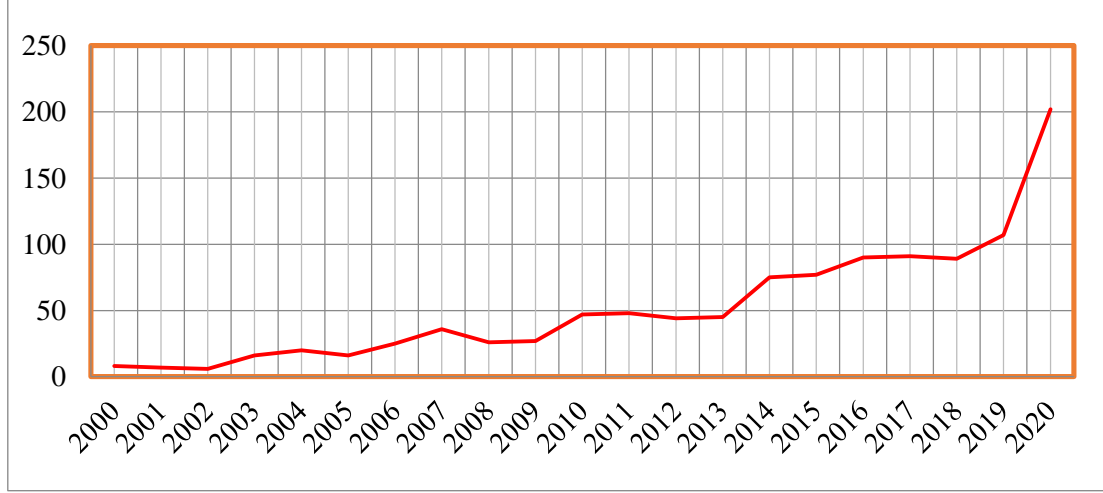
Osmanağa Mahallesi ile Caferağa Mahallesi'nde 45 kafe işletmesinde müşteriler ile görüşmeler yapılmıştır (Tablo 4.4). Mekân ile kullanıcı kimliği arasındaki ilişkinin kafe tercihi etkisini daha iyi ifade etmek için ziyaret edilen bazı kafelerin işletme sahipleri ile görüşmeler yapılmıştır. Yapılan bu görüşmelerin içeriği, kafe ile kafeye gelen müşteri kimliği ilişkisi olmuştur. Elde edilen bulgular tablo ve grafik haline getirilmiştir.

Tablo 4.4. Mülakat Yapılan Kafe İşletmeleri

Leylek Cafe Bestro	Marut Kahve	Zeuve
Köşem Közde Kafe	Kutu Kafe	Necatibey
Tosbağa Cafe	Cafe Shop	Rider Cafe
Marmatis Cafe	Füreyya Meyhanesi	Demos Cafe
Tost Akademisi Cafe	Cadıköy Kafe	Ağaç Ev
Emsalsiz Cafe	Nudem Cafe	Boğam Cafe
Katina Elit Fal Cafe	Piraye Cafe	Aylak
Cafe Diogeness	Gri Meyhane	Livane
Oda Cafe Bar	Nazım Hikmet	Cafe Jele
Malavita Coffee	Lusnika Cafe	Vera
Kimyon Kadıköy	Sarnıç Meyhane	Küf
Meylihane Meyhane	Nayah Kadıköy	Woodstoo
Maruf Kahve	Kediköy	Kubbe
Kafe Bahçede	Şiraz	Evidda Cafe
Mola Kafe	Yaykoop	Antika

4.5.2. Kadıköy'deki Kafelerin Tercih Nedenlerine İlişkin Kelime Bulutu

Kelime bulutu, bir metindeki kelimelerin ne sıklıkla kullanıldığını göstermek amacıyla kullanılan bir araçtır. Metin içerisinde çok sık tekrar edilen kelimeler kelime bulutunda boyut olarak daha büyük gösterilmektedir. Daha az tekrar edilen kelimeler ise daha küçük boyutta yer almaktadır.

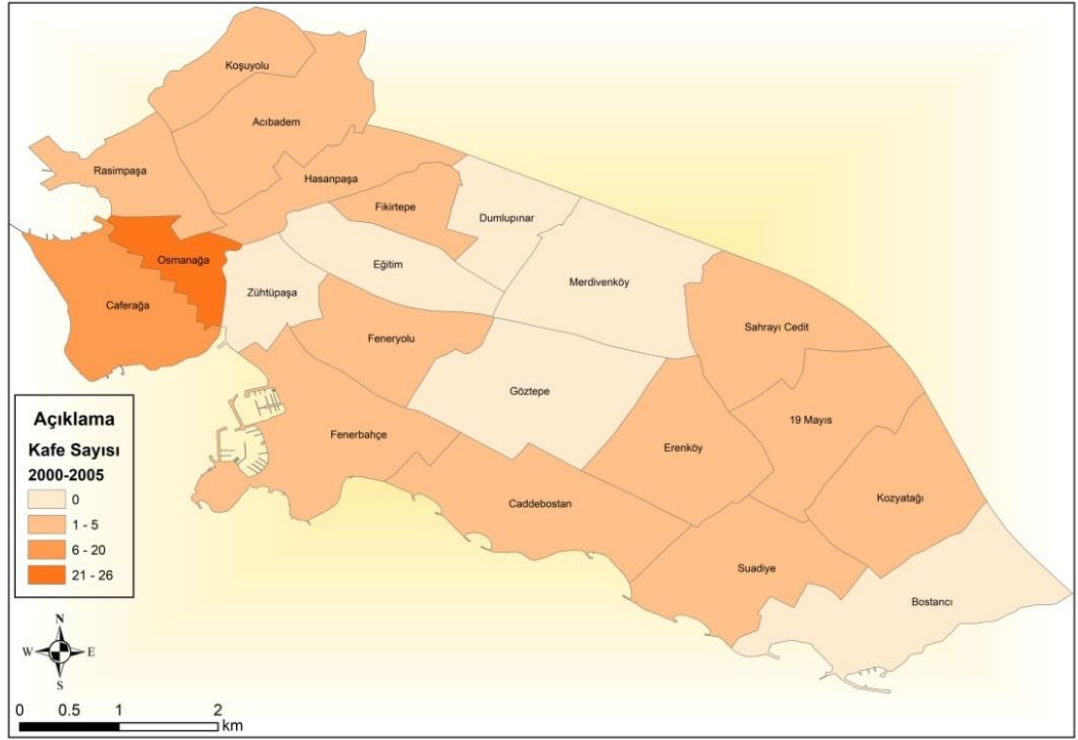


Grafik 4.1. Kadıköy’de Yıllara Göre Ruhsat İzni Verilen Kafe Sayıları

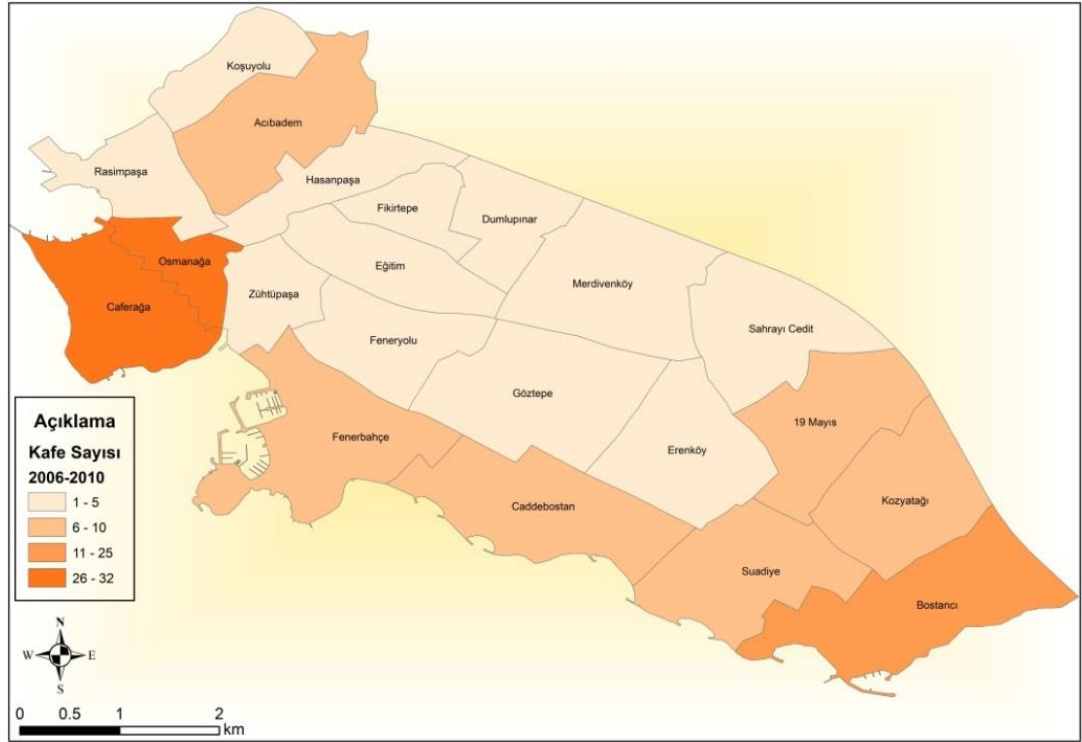
Grafikte 2000 ile 2020 yılları arasında ruhsat verilen kafeler yer almaktadır. Bu veriler pandemi süreci öncesini kapsamaktadır. Grafiğe göre en az kafe açılan yıl 2000 iken en fazla ise 2020 yılı olmuştur. Grafiğe bakılarak Kadıköy’de açılan kafelerin her yıl artış gösterdiğini söylemek mümkündür (Grafik 4.1).

Belediyeden alınan kafelerin ruhsat verileri yıllara göre yoğunluk haritalarında gösterilmiştir. Haritalara bakılarak Kadıköy’de açılan kafe sayısının 2020 yılına doğru sürekli olarak artış gösterdiği görülmektedir. Bu yıllar içerisindeki artış dönem dönem farklı bölgeleri kapsamaktadır.

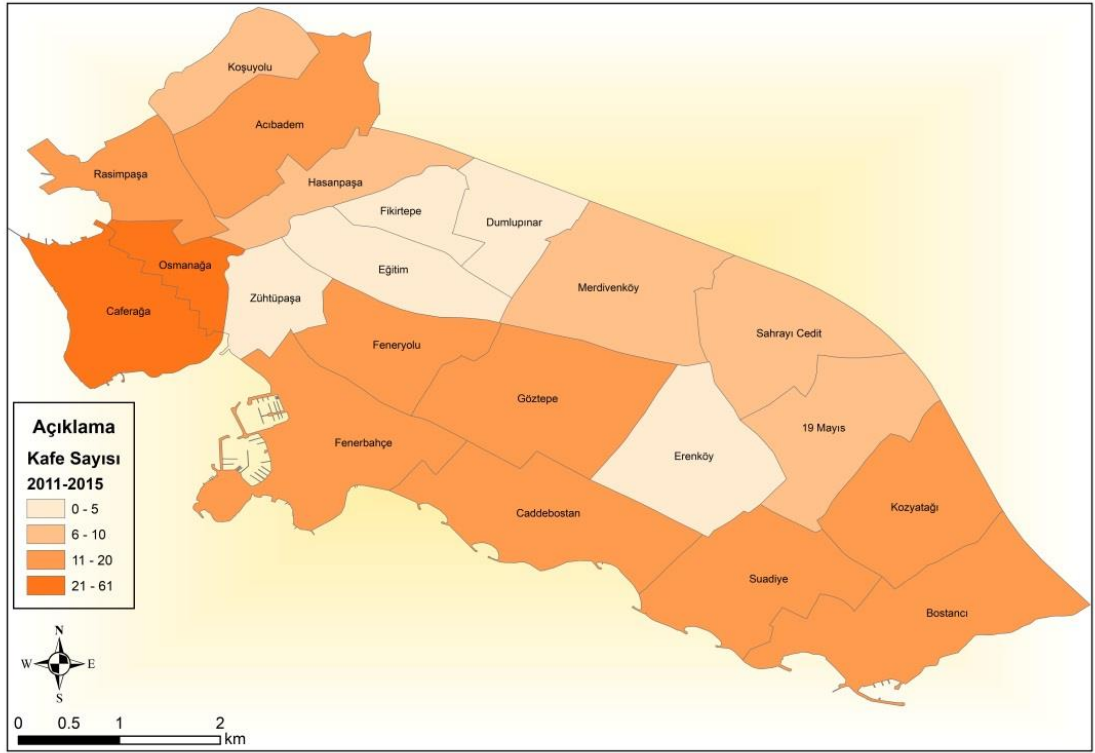
2000 ile 2005 yılları Kadıköy’de kafelerin pek yoğun olmadığı dönemleri kapsamaktadır. Bu dönemde en çok kafe açılan mahalle Osmanağa iken Merdivenköy, Göztepe, Bostancı, Dumlupınar, Eğitim ve Zühtüpaşa mahalleleri ise kafelerin en az açıldığı yerler olmuştur (Harita 4.1). 2006 ile 2010 tarihleri arasında Osmanağa, Bostancı ve Caferpaşa mahalleleri kafelerin en çok açıldığı yerlerdir. Aynı tarihlerde en az kafe açılan yerler ise Erenköy’den Hasanpaşa’ya kadar uzanan mahalleleri kapsamaktadır (Harita 4.2).



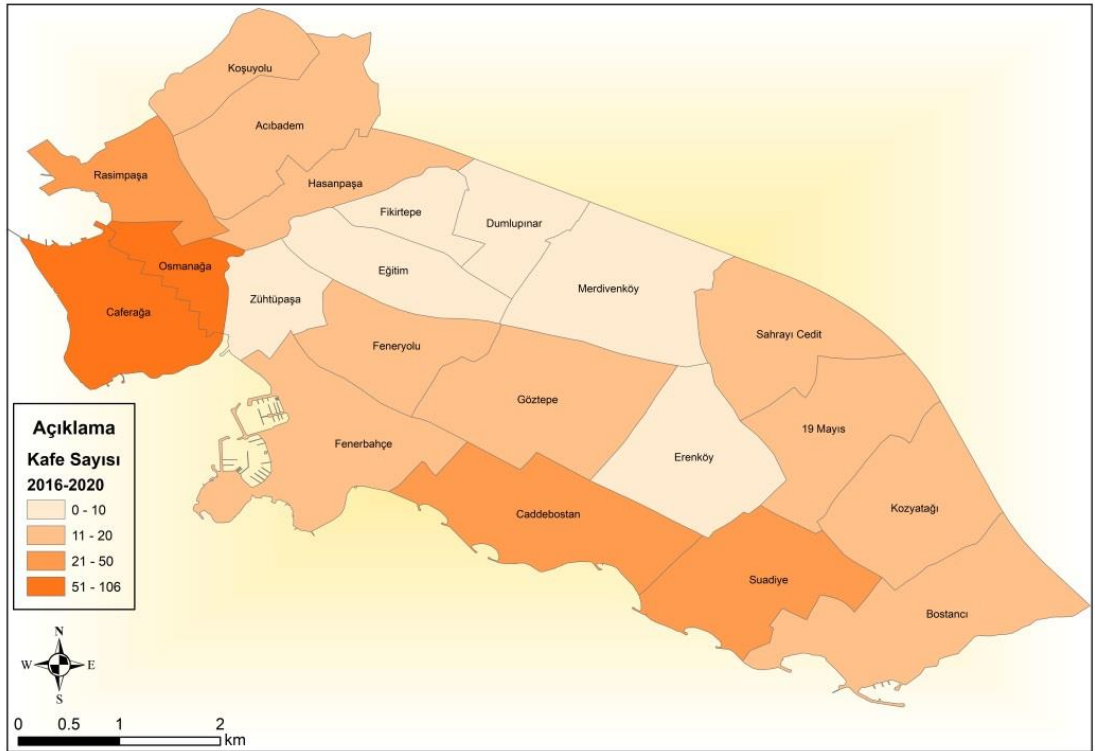
Harita 4.1. Kadıköy'de 2000-2005 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı



Harita 4.2. Kadıköy'de 2006-2010 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı



Harita 4.3. Kadıköy'de 2011-2015 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı



Harita 4.4. Kadıköy'de 2016-2020 Yılları Arasında Açılan Kafe Sayısı

2011 ile 2015 yıllarında Kadıköy genelinde açılan kafe sayısında artış olmuştur. Osmanağa ve Caferaga başta olmak üzere Fenerbahçe, Caddebostan, Rasimpaşa, Acıbadem ve Göztepe bu artışın olduğu mahalleler arasında yer almaktadır. Ayrıca Fikirtepe, Dumlupınar ve Erenköy ise bu tarihte yoğunluğun en az olduğu bölgeleri kapsamaktadır (Harita 4.3).

Harita 4.4'e göre 2016 ile 2020 yılları arasında Caferaga ve Osmanağa mahalleleri en çok kafe açılan yerler olmuştur. Bu mahalleleri Rasimpaşa, Caddebostan ve Suadiye takip etmektedir. Zühtüpaşa, Erenköy, Fikirtepe ve Merdivenköy gibi mahalleler ise bu tarihler arasında en az kafe açılan bölgeler arasında yer almaktadır (Harita 4.4).

Yapılan gözlemler sonucunda Kadıköy'deki çeşitli kafelerde zamansal açıdan bir yoğunluk farkı olduğu gözlemlenmiştir. Gündüz vakitlerinde kafeler, akşam vakitlerinde ise barlar yoğunluk göstermektedir. Genel olarak ilçe merkezi gündüz saatlerinde daha sakin iken akşam saatlerinde ise daha yoğun ve kalabalık bir hâl almaktadır (Fotoğraf 4.1). Saha çalışmasında işletme sahipleri ile yapılan görüşmeler sonucunda mekânların akşam saatlerinde çok yoğun olmasında çalışan kesimin iş çıkışlarında mekânlara uğramalarının etkisinin olduğu kanısına varılmıştır.



Fotoğraf 4.1. Aktivite mekânlarında gece ve gündüz saatlerinde zamansal yoğunluk (Şemsiyeli Sokak).

Kafelerin tercih edilmesine yönelik yapılan gözlemler sonucunda, müşteri profili ile mekân arasında bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Kadıköy'deki kafe çeşitliliği müşteri kimliğine de yansımaktadır. Her kafenin birbirinden farklı müşteri profili vardır. Örneğin bazı kafeler daha sessiz bir ortama sahip olmalarından dolayı bireysel oturmak isteyen

kişilerin tercih ettiği mekânları oluştururken, bazı mekânlar da sosyal aktivitelerin yoğun olduğu ve kalabalık gurupların tercih ettiği kafeleri oluşturmaktadır (Fotoğraf 4.2).



Fotoğraf 4.2. Farklı kafelerde müşteri profili.

4.5.4. Müşterilerin Gittiği Kafeyi Tercih Etmelerine İlişkin Bulgular

Saha çalışması sırasında kafe müşterileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye katılanlara yaşları, gittikleri kafeyi tercih etme sebepleri, nerede ikamet ettikleri, haftada kaç defa ve hangi zaman diliminde kafeye gittikleri soruları sorulmuştur. Katılımcılardan gelen cevaplar doğrultusunda bireylerin gittikleri kafeyi tercih etmelerinde çeşitli etkenlerin olduğu saptanmıştır. Kafenin lokasyonu, kafeye ait sunumlar, lezzetler veya

müşteriye gösterilen ilgi, müşterilerin kafeleri tercih etmesinde başlıca sebepler olduğu tespit edilmiştir. Müşterilerin gittikleri kafeyi neye göre tercih ettiklerini belirlemek amacıyla “Neden Bu Kafeyi Tercih Ettiniz?” sorusu açık uçlu bir soru olarak sorulmuştur. Gelen cevaplara yönelik olarak bir gruplama yapılarak değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 4.5. Kafeyi Tercih Etme Sebebi Frekans Analizi

Neden Bu Kafeyi Tercih Ettiniz?	Frekans	Yüzdellik
Konum	83	26,8
Kafe Ortamı	58	18,7
Fiyat	43	13,9
Dekorasyon	32	12,6
Lezzet-Sunum	39	10,3
Diğer	28	9,0
Hizmet	27	8,7
Toplam	310	100,0

Sorulan soruya verilen cevapların sıklığının belirlenmesi amacıyla ulaşılan verilere frekans analizi uygulanmıştır. Cevaplar analiz sonucuna göre değerlendirilip tablolaştırılarak gösterilmiştir. Ulaşılan cevaplara göre % 26,8’lik bir pay ile kafenin konumu, kafe tercihinde ilk sırada yer almaktadır. Mülakat çalışmasına katılanlar arasında 83 kişi kafenin konumuna göre, 58 kişi de kafe ortamının kendisine hitap etmesinden dolayı tercihte bulduklarını belirtmiştir. Kafe ortamı cevabını verenlerin önemli bir kısmı “*kafenin sakin bir mekân olarak müşteriye yönelik olması*” yanıtını kapsamaktadır. Kafeyi dekorasyondan dolayı tercih edenler 32 kişiyi oluştururken, kafedeki lezzet ve yapılan sunumdan dolayı tercih edenler 39 kişiyi oluşturmaktadır. Bunların haricinde 27 kişi yapılan hizmetten memnun kaldığından dolayı kafe tercihinde bulunurken, 43 kişi ise menü fiyatına göre tercihte bulunmuştur. Gelen yanıtlar doğrultusunda % 9,0 pay diğer olarak gelen yanıtları kapsamaktadır (Tablo 4.5). Bu yanıtlar kampanyalar, kafedeki kitaplar, müzik ve kafe sahibinin tanınmış olmasını kapsamaktadır. Bu doğrultuda müşterilerin verdiği farklı yanıtlar bulunmaktadır. Kampanyalara yönelik kafe tercihinde bulunan bir müşterinin verdiği yanıt (K2) “*Kadıköy’e*

genellikle hafta sonları zaman geçirmek için gelirim ve burada geçirdiğim zaman diliminde yeme-içme için uygun kampanyaların olduğu kaferi tercih ederim.” olmuştur. Diğer bir müşterinin (K3) müzik için verdiği yanıt ise “Kalabalık alanları çok sevmem, bu yüzden klasik müzik eşliğinde sakın kafeler zaman geçirmem için tercih ettiğim yerler oluyor.” yanıtı olmuştur. Gelen yanıtlar doğrultusunda müşterilerin kafe tercihinde bulunmasında çeşitli etkenlerin olduğunu söyleyebiliriz.

Aynı kişilere kafeye gitme sıklığının belirlenmesi amacıyla, “Haftada Kaç Defa Kafeye Gidiyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Elde edilen verilerle müşterilerin haftada kaç defa kafeye gittiği sıklığı tablolaştırılarak gösterilmiştir. Tabloya göre % 22,9’luk pay ile 72 kişi haftada iki defa diyerek en fazla payı oluşturmuştur (Tablo 4.6).

Tablo 4.6. Kafenin Tercih Edilme Sıklığı Frekans Analizi

Haftada Kaç Defa Kafeye Gidiyorsunuz?	Frekans	Yüzdelerik
Bir	44	17,2
İki	72	22,9
Üç	53	16,9
Dört	42	13,4
Beş	28	8,9
Altı	26	8,3
Yedi ve Daha Fazla	35	11,1
Toplam	310	100,0

Görüşme yapılan müşterilerden bir kısmının sorulan soruya yanıtı (K4-K5-K6) “iş yerim buraya çok yakın ve kafe işletme sahibi arkadaşım olduğu için vakit buldukça buraya gelirim” şeklinde olmuştur. Ayrıca bu kişiler kafe ortamını en sık kullanan ve neredeyse hergün kafeye giden kitleyi oluşturmaktadır.

Mülakat sonucunda verilen cevaplara dayanarak kafeye çok sık gidenlerin genellikle Kadıköy’de çalışıp ve iş yerine yakın olmasından dolayı dinlenme zamanlarında kafeleri

kullanan kişiler olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu mekânları çok sık kullanan diğer bir grup ise üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Görüşmeye katılan öğrencilerin bu soruya verdikleri ortak cevap “Kadıköy sosyal aktivite açısından öğrencilere hitap eden bir yer, bu yüzden boş vakitlerimizde arkadaşlarımızla Kadıköy’e gelip buradaki kafelerde buluşup zaman geçiriyoruz” şeklinde olmuştur. Elde edilen sonuçlara göre kafeye haftada beş defa veya daha fazla gidenlerin genelde işletme sahibinin tanıklarından veya Kadıköy’e giden öğrencilerden oluştuğu tespit edilmiştir.

4.5.5. Kafe Müşterilerinin Yaşlarına İlişkin İlişkin Bulgular

Kadıköy’deki kafelerin farklı kimliklere sahip mekânlar olması bu mekânların her yaştan bireylere hitap etmesinde etkisi olmuştur. Bu yüzden mülakat görüşmesi yapılan kafe müşterilerinin yaşları farklı grupları oluşturmuştur. Bu noktada analiz sonucunu daha kolay yorumlamak için kafe müşterilerinin yaşları gruplandırılmıştır. Bu gruplama içerisinde en fazla paya sahip olan 18-25 yaş aralığı olmuştur. Bu sonuca dayanarak üniversite öğrencilerinin ve genç müşterin kafe mekânlarına büyük katkısının olduğunu söyleyebiliriz.

Kadıköy’de kafeleri ziyaret eden müşterilerin yaş gruplarını belirlemek amacıyla frekans analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre görüşmeye katılanlar arasında 130 kişi en çok pay ile 18-25 yaş arasındaki müşterileri oluştururken, 34 kişi ile 35 yaş ve üzeri en az payı oluşturmaktadır (Tablo 4.7). Buradaki verilere bakılarak Kadıköy’de kafe müşterilerinin genç bireylerden oluştuğunu söyleyebiliriz. Gözlemlere dayanarak genç bireylerin çoğunlukta olmasında Kadıköy’de çalışma çağındaki kişilerin ve öğrencilerin fazla olmasının etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 4.7. Yaş Grupları Frekans Analizi

Yaş	Frekans	Yüzdellik
0-18	64	20,4
18-25	130	41,4
25-35	82	26,1
35 ve üzeri	34	10,8
Toplam	310	100

Saha araştırmalarından farklı zaman dilimlerinde ve farklı kafelerde gözlem çalışmaları yapılmıştır. Yapılan gözlemler sonucunda 35 yaş üzerindeki müşterilerin genellikle akşam saatlerinde kafeleri tercih ettiği görölmüştür. 18 yaş ve altındakiler ise çoğunlukla gündüz saatlerinde kafeleri kullanmaktadır. 18 ve 35 yaş aralığı ise çoğunlukla akşam saatleri olmak üzere farklı zaman dilimlerinde kafeleri ziyaret etmektedir. Gözlem sonucuna dayanarak çalışma alanında gündüz saatlerinde kafe müşterilerinin çoğunun gençlerden olduğunu, akşam saatlerinde ise ağırlıklı olarak orta yaş grubundan olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.8. Kafeye Gitme Sıklığı İle Yaş Durumu Anova Analiz Tablosu

Kafeye Gitme Sıklığı	Karelerin Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar Arasında	105,130	3	35,043	10,124	,000
Grup İçinde	1059,141	307	3,461		
Toplam	1164,271	310			

Elde edilen verilere ilişkin olarak kafeye gitme sıklığı ile yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını göstermek amacıyla anova analiz uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre p (sig.) değeri (<0,05) olduğu için kafeye gitme sıklığı ile yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 4.8).

Tablo 4.9. Tukey Testi Analiz Tablosu

Yaş	Yaş	Ortalama Kare	P
0-18	18-25	-,18930	,938
	25-35	-1,48412*	,000
	35 ve üzeri	-,59467	,356
18-25	0-18	,18930	,938
	25-35	-1,29482*	,000
	35 ve üzeri	-,40537	,514
25-35	0-18	1,48412*	,000
	18-25	1,29482*	,000
	35 ve üzeri	,88945*	,021
35 ve üzeri	0-18	,59467	,356
	18-25	,40537	,514
	25-35	-,88945*	,021

Tablo 4.9’da müşterinin yaşı ile kafeye gitme sıklığı arasındaki ilişki yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre p (sig.) değeri (<0,05) olan gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Tabloya göre birinci grupta yer alan 0-18 yaş ile 25-35 yaş arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İkinci grupta da 18-25 yaş ile 25-35 yaş arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü grup olan 25-35 yaş ile 0-18 ve 18-25 yaş arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Tabloda bu veriler dışında kalan diğer yaş grupları arasında ise anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür (Tablo 4.9).

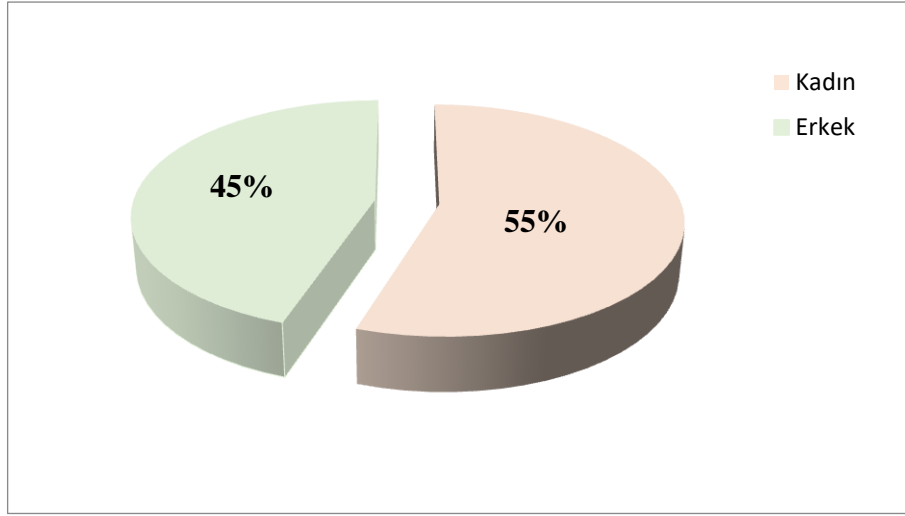
Yapılan gözlemler sonucunda kafelerin zamansal açıdan müşteri profilinin değiştiği bilgisine ulaşılmıştır. Akşam vakitlerinde genellikle yaş grubu büyük olan bireylerin gündüz vakitlerinde ise yaş grubu küçük olan bireylerin kafeleri kullandığı gözlemlenmiştir (Fotoğraf 4.3).



Fotoğraf 4.3. Haftanın farklı günlerinde Mâruf Kahve’de müşteri profili.

4.5.6. Cinsiyet Durumuna İlişkin Bulgular

Saha çalışmasından elde edilen verilere dayanarak kafelerdeki müşteri profilinin çoğunun kadınlardan oluştuğu bilgisine ulaşılmıştır. Mülakatlar yapılırken cinsiyet dağılımına her ne kadar dikkat edildiysede kadınların oranı daha fazla olmuştur.



Grafik 4.2. Mülaka Katılanların Cinsiyete Göre Kafeye Gitme Dağılımı

Araştırma yapılan kafelerde kadın müşteri sayısının fazla olması çalışma verilerine de yansımıştır. Çalışmaya katılan görüşmecilerin % 55'i kadınlardan oluşurken, % 45'i ise erkeklerden oluşmaktadır (Grafik 4.2).

Tablo 4.10. Cinsiyet Durumunun Homojenliği Testi

Levene istatistik	Df1	Df2	P
287	1	248	,001

Tabloda bağımsız değişken (cinsiyet) ile bağımlı değişken (kafeye gitme sıklığı) arasındaki homojenlik durumu yer almaktadır. Buna göre verilen p (sig.) değeri (<0,05) olduğu için (,001) varyansların homojen olduğu bilgisine ulaşılmıştır (Tablo 4.10). Bu şekilde varyans analizinin temel varsayımı sağlandığı için, varyans analizinden elde edilecek olan sonuçların doğruluğu sağlanmıştır. Bu durum cinsiyet ile kafeye gitme arasında bir ilişkinin olduğu ve kadınların erkeklere oranla kafeleri daha çok kullandığını belirtmektedir.

Tablo 4.11. Kafeye Gitme Sıklığı İle Cinsiyet Durumu Anova Analiz Tablosu

Kafeye Gitme Sıklığı	Karelerin Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar Arasında	4,626	1	4,726	1,295	,002
Grup İçinde	969,870	309	3,970		
Toplam	974,496	310			

Anova tablosu kafeye gitme sıklığı ile cinsiyet arasında bir farklılığın olup olmadığını test etmek için kullanılmıştır. Tabloda verilen p (sig.) değeri ($<0,05$) olduğu için ($,002$) gruplar arasında bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4.11). Bu durumda tablodaki verilere bakılarak cinsiyet ile kafeye gitme sıklığı arasında bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.12. Kafeye Gitme Sıklığı İle Cinsiyet Durumu Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Cinsiyet	Mean Difference (I-J)	Atd. Error	Sig.
Kadın	3,5280	,18407	,003
Erkek	3,4800	,16833	,001

Tablo 4.11'e göre kafeye gitme sıklığı ile kadınlar arasındaki ortalama fark 3528'dir. İki grup arasındaki anlamlılık düzeyi ise ($<0,05$) olduğu için iki grup arasında anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cinsiyete göre kafeye gitme sıklığı ile erkekler arasında ki fark ise 3480'dir. Anlamlılık düzeyi kadınlarda olduğu gibi ($<0,05$) olduğu için iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır (Tablo 4.12). Bu durum kafe müşterileri arasında kadın sayısının daha fazla olduğunu göstermektedir.

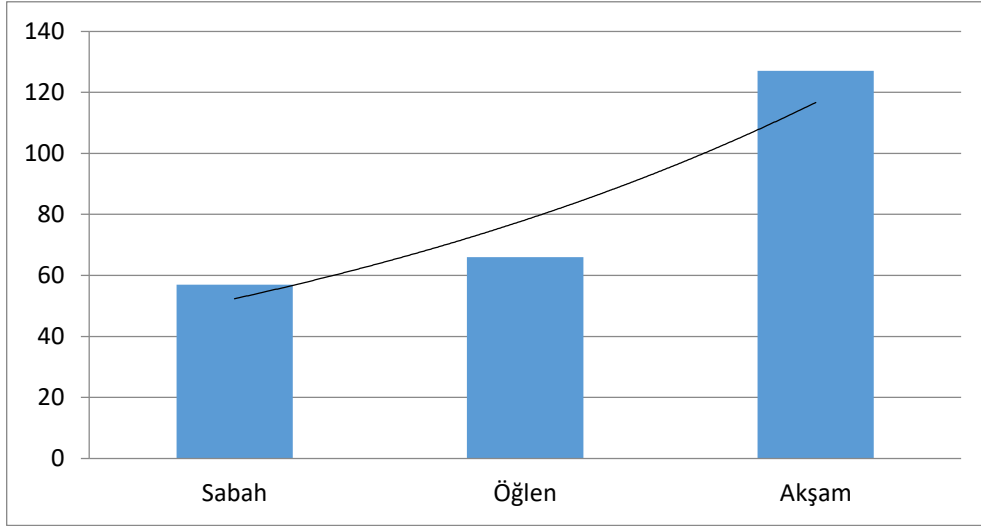
4.5.7. Zaman Dilimine Göre Kafeye Gitme Sıklığına İlişkin Bulgular

Müşterilerin kafeye gitme sıklıkları ile kafede harcadıkları zaman dilimi arasındaki doğrusal ilişkiyi göstermek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Değişkenler ilişki düzeyi, anlamlılık düzeyi, ilişki derecesi ve ilişki yönüne göre değerlendirilmiştir.

Tablo 4.13. Korelasyon Sonuç Tablosu

Değişkenler	İlişki Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	İlişki Derecesi	İlişki Yönü
Kafeye Gitme Sıklığı Kafeye Gidilen Zaman Dilimi	,833**	,001	Yüksek	Pozitif

Tablo 13'te ilişki düzeyinde iki yıldız olması değişkenler arasında 0,01 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Korelasyon analizinde değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olabilmesi için anlamlılık düzeylerinin ise ($<0,05$) olması gerekiyor. Tabloda anlamlılık düzeyinin ($<0,05$) olması değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Böylece değişkenler arasında pozitif yönde yüksek bir ilişki olduğu belirtilmiştir (Tablo 4.13). Bu durum kafelerin farklı zaman dilimlerinde aynı yoğunlukta olmadığını göstermektedir.



Grafik 4.3. Müşterilerin Kafeye Gittikleri Zaman Dilimleri

Grafik 4.3'te farklı zaman dilimlerinde müşterilere “genellikle hangi zaman diliminde kafeye gitmeyi tercih edersiniz?” sorusuna verilen yanıtlar yer almaktadır. Mülakat esnasında farklı kafelerin tercih edilmesine ve zaman dilimlerinin dağılımına dikkat edilmiştir. Gelen cevaplar doğrultusunda en çok tercih edilen zaman dilimi, akşam saatleri yanıtı olmuştur.

Müşteriler ile birebir görüşmeler sağlanmış ve sabah saatleri yanıtı verenler genellikle iş yeri Kadıköy’de olan kişilerden oluşmaktadır. Bu kişiler kafeleri çoğunlukla sabah saatlerinde kahvaltı yapmak için kullanmaktadır. Öğlen saatlerinde kafede yer alan müşterilerin büyük çoğunluğu ise Kadıköy’e gezmek için gelenleri kapsamaktadır. Akşam saatlerinin müşteri grubu da genelde iş çıkışında arkadaşlarıyla zaman geçiren kişileri kapsamaktadır. Bu kişiler daha kalabalık gruplar halinde olup kafede uzun süre oturan müşterilerden oluşmaktadır.



Fotoğraf 4.4. Kafelere ilişkin gündüz görüntüleri.

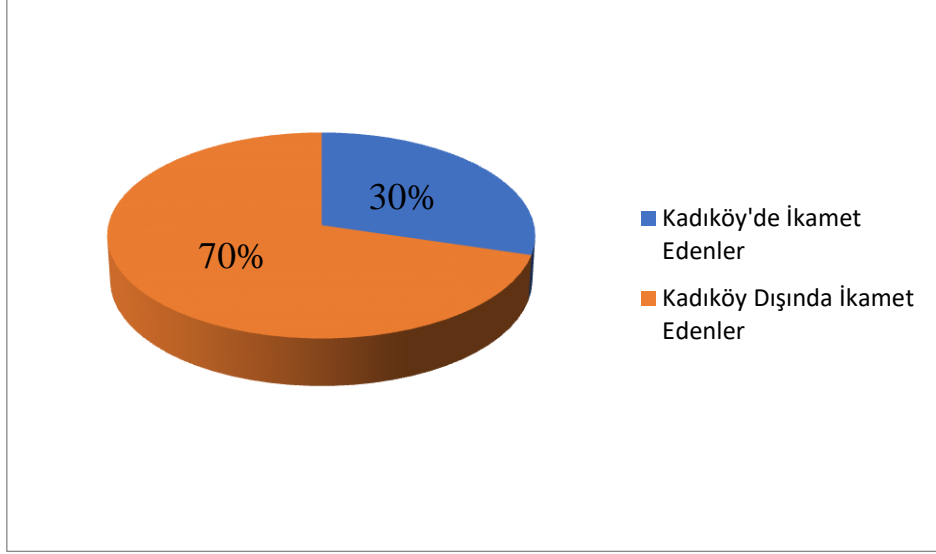
Yapılan gözlem çalışmalarında kafelerin büyük bir kısmının gündüz saatlerinde çok yoğun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Fotoğraf 4.4). Hatta bazı kafeler sadece akşamları hizmet vermektedir (Fotoğraf 4.5). Saha çalışmasında gündüz vakitlerinde kafeyi kullananların kahvaltı yapmak için veya Kadıköy’e gezmeye gelip dinlenmek amacıyla kafelere uğrayan kişilerden oluştuğu gözlemlenmiştir.



Fotoğraf 4.5. Kafelere ilişkin akşam görüntüleri.

4.5.8. Müşterilerin İkamet Durumuna İlişkin Bulgular

Saha çalışmasında farklı mekânlarda rasgele seçilen 310 müşteriye “*Nerede İkamet Ediyorsunuz?*” sorusu sorulmuştur. Müşterilerin bir kısmı güvenlik açısından bu soruya cevap vermek istememiştir. Cevap verenler arasında çoğunluk Kadıköy dışında oturanları kapsamaktadır. Cevap verip, ikamet ettiği yeri söyleyenler arasında Ümraniye, Çekmeköy, Ataşehir ve Sancaktepe ilçeleri yer almaktadır. Bu ilçeler sosyal aktivitelerin Kadıköy’e göre daha yetersiz olduğu yerlerdir. Ayrıca bu ilçeler denize kıyısı olmayan bölgeleri oluşturmaktadır. Kadıköy’ün geniş bir kıyı çizgisine sahip olmasıyla birlikte çeşitli sosyal mekânlara sahip olması bu bölgelerden nüfus çekmektedir. 2020 Mart ayında Türkiye’de yaşanan COVID-19 salgını etkisiyle de görüşme yapılan müşterilerden şehir dışından geldim yanıtı olmamıştır. Bu yanıtlar çalışma için daha güvenilir sonuçlara ulaşmamızda etkili olmuştur.



Grafik 4.4. Kafe Müşterilerinin İkamet Durumları

Katılımcıların ikamet durumu ile kafeleri ziyaret etmeleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla ikamet durumlarına yönelik soru sorulmuştur. Görüşme sırasında elde edilen bulgular Kadıköy'de ikamet edenler ve Kadıköy'de ikamet etmeyenler olmak üzere iki grupta değerlendirilmiştir. Kadıköy'de ikamet etmeyenler %70 ile en çok paya sahiptir (Grafik 4.4).

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Aktivite mekânları, buldukları lokasyona göre şekillenen coğrafi unsurlardır. Kimlik ise kişinin niteliklerine ilişkin onu diğerlerinden ayıran bir etikettir. Her bireyin kimliği olduğu gibi aktivite mekânlarının da bir kimliği bulunmaktadır. Aktivite mekânlarından biri olan kafeler, kimliği çerçevesinde gelişim gösteren mekânlar arasında yer almaktadır. Kafeler sahip olduğu coğrafyaya uygun bir şekilde dizayn edilmektedir. Kafenin yer aldığı bölgedeki demografik çeşitlilik kafenin oluşumunda önemli bir unsurdur. Burada kafeyi tercih eden bireyin kimliği önem taşımaktadır. Çünkü birey kafe tercihinde bulunurken kendi kimliğine yakın mekânları tercih etmektedir. Bu çerçevede mekân ve kimliğin birbiriyle etkileşim içerisinde olan kavramlar olduğunu görebiliriz.

Çalışmada mekân ve kimlik kavramlarının etkisiyle kafelerin tercih sebepleri incelenmiştir. Araştırmalarımız mekân-kimlik etkileşiminde coğrafi bir bölge olan Kadıköy İlçesini kapsamaktadır. Kadıköy beşeri çeşitliliği ile birbirinden farklı aktivite mekânlarını barındıran bir ilçedir. Kadıköy’de her cadde ve sokakta farklı aktivite mekânlarına denk gelmek mümkündür. Bar, restoran, kafe, meyhane ve oyun salonları bu mekânlardan bazılarıdır. Bu mekânlar içerisinde yer alan kafeler Kadıköy’de geniş bir alanı kapsamaktadır. İlçe genelinde yoğunlaşan bu kafeler birbirinden farklı mekânları oluşturmaktadır. Mekânlardaki bu farklılık kafe için bir kimlik oluşturup kafeyi ziyaret eden müşterinin kimliği ile kafenin kimliği arasında bir etkileşim yaratmaktadır. Bu durum ise kafe tercihinde bulunan bireyler için farklı seçenek oluşturmaktadır. Çalışmada da incelendiği üzere kişinin kimliği ile mekânın kimliği arasında bir etkileşim mevcuttur.

Kadıköy’de kafelerin tercih sebeplerini incelemek amacıyla çalışma alanında araştırma yöntemi olarak gözlem ve mülakatlar uygulanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, kafenin konumu, yiyecek-içeceklerin lezzetli olması ve kafe ortamının müşteriye hitap etmesi kafe tercihinde etkili olan unsurlar olmuştur. Ulaşım kolaylığının, kafedeki müşteri yoğunluğuna etkisi olmuştur. Kadıköy metrosuna ve otobüs duraklarına yakın olan bölgelerdeki kafeler oldukça kalabalık mekânları oluşturmaktadır. Trafığe kapalı ve ara sokaklarda yer alan kafeler ise sakin mekânları oluşturmaktadır. Genç bir müşteri kitlesine sahip olan bu mekânlarda sunulan lezzetler oldukça önemli olmuştur. Özellikle içecek olarak kahve, mekân seçiminde etki yaratmıştır. Kahvenin fiyatı dikkate alınmaksızın lezzetinin müşterileri çektiği belirtilmiştir. Kafe ortamının sessiz ve sakin olması ders çalışan ve kitap okuyanlar için tercih edilen yerler olduğu tespit edilmiştir. Müşterilerin kafeye gitme sıklığı çeşitli etmenlere göre değişkenlik göstermektedir. Kadıköy’de öğrenci olan veya iş yeri Kadıköy’de bulunan kişilerin gün içerisinde bir kaç defa kafeye gittikleri tespit edilmiştir.

Öğrenciler kafeleri boş zamanlarını ders çalışmak için kullanırken çalışanlar ise dinlenme saatlerinde soluğu bu mekânlarda almaktadır. Kadıköy'ün genç bir nüfusa sahip olması ve geniş bir öğrenci kitlesini barındırması kafe müşterilerinin yaş ortalamasına etkisi olmuştur. Bu sebeple müşterilerin çoğunluğu gençlerden oluşmaktadır. Kafeleri kullanan yaş gurubunu gençlerin oluşturması kafe mekânlarının dizaynında etkisi bulunmuştur.

Kadıköy'de kafe müşterilerinin cinsiyet bakımından büyük bir fark oluşturmadığı gözlemlenmiştir. Ancak ankete katılanlar içerisinde kafeye giden müşterilerin %55'inin kadınları kapsadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kadıköy'deki kafelerin çoğu akşam vakitlerinde yoğun olmaktadır. Akşam vakitlerinde kafeye gidenlerin büyük bir kısmının çalışan kesim olduğu tespit edilmiştir. Bu kişiler genellikle iş çıkışlarında arkadaşlarıyla vakit geçirmek amacıyla kafeleri kullananlardan oluşmaktadır. Gündüz vakitlerinde ise bu mekânları kullananların öğrenciler ve gün içerisinde Kadıköy'e gezmeye gelen ziyaretçilerden oluştuğu görülmektedir.

Kadıköy gün içerisinde çok fazla ziyaretçi alan bir ilçedir. Şehir dışından gelenlerin ilçedeki ulaşım araçlarını kullanıp başka yerlere geçtikleri tespit edilmiştir. Marmaray, deniz ulaşım araçları ve Kadıköy metrosu bu noktada önem kazanmıştır. Kadıköy'ün çevre ilçelerinden gelen günübirlikçi ziyaretçilerin kafeleri yoğun olarak kullandıkları gözlemlenmiştir. Bu kişiler günün her vaktinde kafe ziyaretçileri arasında yer almıştır. Çevre ilçelerden Kadıköy'e ulaşımın kolay olması bu duruma olanak sağladığı tespit edilmiştir. Kadıköy'de bu şekilde beşeri çeşitliliğin olması birbirinden farklı kafe mekânlarının oluşmasında büyük bir etkisi olmuştur.

Kadıköy gerek demografik açıdan gerekse mekân açısından birbirinden farklı kimlikleri barındırmaktadır. Kafeler bu mekânlar içerisinde büyük bir paya sahip olmaktadır. Bu mekânların temel özelliği müşteri kimliği ile mekân kimliğinin benzer kategorileri oluşturmasıdır. Böylece kafe müşterileri mekân tercihinde bulunurken kendilerini daha iyi hissedecekleri ve kendi kimliklerine hitap edecek kafeleri tercih etmektedir. Böylece çalışmada mekân ve kimlik ilişkisi temel alınarak kafelerin tercih sebepleri açıklanmıştır. Çalışma boyunca yapılan saha çalışmalarında Kadıköy'deki kafelerin kendine özgü bir müşteri kimliğinin olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum mekân içinde mevcut bir kimliği oluşturmaktadır. Araştırmada, yapılan incelemelere dayanarak Kadıköy'ün mekân-kimlik kapsamında birbiriyle etkileşimde olan bir bölge olduğu ve bu etkileşimin kafe tercihinde etkisi savunulmuştur.

KAYNAKÇA

- Abasıyanık, S. F.** (2019). *Mahalle Kahvesi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Açıkgöz, N.** (1999). *Kahvehane*. Akçağ Yayınları, Ankara.
- Adler, C. & Ramsay, A.** (2012). *İstanbul 1898 Kahvehane Hikayeleri*. Maya Kitap, İstanbul.
- Akıncı, A.** (2016). *Osmanlı'da Kahve Kültürü ve Kahvehaneler-IV* [2016]. [Erişim: 01.12.2021, <http://www.tarihhaber.net/osmanlida-kahve-kulturu-ve-kahvehaneler-iv/>]
- Akıncı, T.** (2019). *Beyoğlu*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Aktunç, H.** (2009). *Bir Kadıköy Oğlu*. Heyamola Yayınları, İstanbul.
- Alangu, T.** (1943). *Çalgılı Kahvelerdeki Külhanbey Edebiyatı ve Nümuneleri*. Ahmet İhsan Matbaası, İstanbul.
- Alver, K.** (2012). Ütopya: Mekan ve Kentin İdeal Formu. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3 (18) , 139-153.
- Amicis, E. D.** (2021). *İstanbul*. (Çevirmen:Sevinç Tezcan Yanar), Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Arslan, R.** (2011). İstanbul Kentleşme Sürecinde Yapısal Değişme. *Sosyoloji Konferansları*, 0 (12), 101-124.
- Aşkın, M.** (2016). Kimlik Ve Giydirilmiş Kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (12) , 214-220.
- Aykut, K.** (2018). Bitmeyen Kilisenin Hikayesi: La Sagrada Familia! (2018). [Erişim: 15.12.2021, <https://onedio.com/haber/bitmeyen-kilisenin-hikayesi-la-sagrada-familia-829980>]
- Ay, S.** (2018). *Bir Kaçış Mekânı Olarak Heterotopya: Moda (Kadıköy) Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.
- Ayman, P. D.** (2012). *Mekan, Kimlik, Güç ve Dış Politika*. Yalın Yayıncılık, İstanbul.
- Ayvazoğlu, B.** (1999). *Kahvehane*. Kapı Yayınları, İstanbul.
- Ayverdi, S.** (2003). *İstanbul Geceleri*. Kubbealtı Neşriyatı, İstanbul.

- Bauman, Z.** (2019). *Kimlik*. Heretik Yayınları, Ankara.
- Berting, J.** (2019). *Kimlik Siyaseti*. Bilge Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.
- Birsel, S.** (1983). *Kahveler Kitabı*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- Boncukoğlu, M.** (2020). *Kadıköyün Arkası Yel Değirmeni*. Gece Kitaplığı Yayınları, İstanbul.
- Coşkun, R.** (2019). Türkçe Nitel Araştırmalarda Nitelik Sorunu: Nitel Araştırmalar Ne Kadar Bilimsel?, 6. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi: İzmir.
- Çağlayan, S.** (2012). Anadolu'nun İlk Kamusal Mekânı: Kahvehane. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29) , 95-110.
- Çakı, F. & Kızıltepe, B.** (2017). Üçüncü Yerler Olarak Kafeler Ve Gençlik: Balıkesir Örnek Olay İncelemesi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 12 (1) , 175-200.
- Çetinkaya, S. C. & Göközkut, B.** (2021). Ulusötesi Bir Mekânın Boşnak Kolektif Belleği İle Yaratım Süreci ve Kimliğin Mekânsal Sunumu: İstanbul Yıldırım Mahallesi. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 19 (1) , 61-91.
- Dalbay, S. & Avcı, N.** (2018). Kimlik İnşasına İlişkin Temel Yaklaşımlar ve Bu Yaklaşımların Türkiye'ye Yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (1) , 17-39.
- David, J. C.** (1999). *Osmanlı Döneminde Halep'teki Kahvehaneler: Çarşı ve Mahalle Kahvehaneleri*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Deniş, H. E.** (2011). Osmanlı ve Cumhuriyet Döneminde Kahvehaneler: Sosyal ve Siyasal Yaşamın İncelenmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, 5 (2) , 210-226.
- Doorley, S. & Witthoft, S.** (2018). *Mekan Yaratmak*. Aba Yayınları, İstanbul.
- Duvarcı, A.** (2012). Kültürümüzde İstanbul Kahvehaneleri ve Halk Edebiyatına Katkıları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1) , 75-86.
- Ebüzziya, T.** (1914). *Kahvehaneler*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Ekdal, M.** (1997). *Bizans Metropolünde İlk Türk Köyü Kadıköy*, Kadıköy Belediye Başkanlığı Kültür Yayınları, İstanbul.
- Entrikin, N.** (1991). *Betweenness Of Place*. Johns Hopkins University Press, Maryland-ABD.

- Esad, C.** (2011). *Kadıköy Hakkında Belediye Araştırmaları*. Kadıköy Belediye Başkanlığı Kültür Yayınları, İstanbul.
- Evren, B.** (1996). *Eski İstanbul'da Kahvehaneler*. Milliyet Yayınları, İstanbul.
- Faroqhi, S.** (2014). *Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Gautier, T.** (2007). *İstanbul-Dünyanın En Güzel Şehri*. Profil Yayıncılık, İstanbul.
- Gazete Kadıköy** (2021). *Kültür Sanat Haberleri*. [Erişim:05.11.2021, <http://www.gazetekadikoy.com.tr/>]
- Georgeon, F.** (1999). *Osmanlı İmparatorluğu'nun Son Döneminde İstanbul Kahvehaneleri*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Gezgin, S. & İralı, A.** (2017). *Gelişen Teknoloji Değişen Mekan*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Ghulyan, H.** (2017). Lefebvre'nin Mekân Kuramının Yapısal ve Kavramsal Çerçevesine Dair Bir Okuma. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 26 (3) , 1-29.
- Gilroy, P.** (1994). *The Black Atlantic: Modernity And Double Consciousness*. London.
- Goldoni, C.** (2009). *Kahvehane*. Mitosboyut Yayınları, İstanbul.
- Gürkaş, E. T. & Barkul, Ö.** (2012). Yer Üzerine Kavramsal Bir Okuma Denemesi. *Sigma Dergisi*, (4) , 1-11.
- Gürsoy, D.** (2005). *Sohbetin Bahanesi Kahve Kitabı*. Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Hall, S. & Gay, P.** (1996). *Cultural Identity*. Sage Publications, London.
- Harvey, D.** (1998). *From Space To Place And Back Again, İn J. Bird (Ed.) Mapping The Futures: Local Cultures, Global Change*. London.
- Harvey, D.** (2001). *Sermayenin Mekanları*. Sel Yayınları, İstanbul.
- Harvey, D.** (2002). *Sınıfsal Yapı ve Mekansal Farklılaşma Kuramı*. (Derleyen; Ayten Alkan ve Bülent Duru) İmge Kitabevi, Ankara.
- Hattox, R. S.** (1996). *Kahve ve Kahvehaneler-Bir Toplumsal İçeceğin Yakındoğu'daki Kökenleri*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Heise, U.** (2001). *Kahve ve Kahvehane*. Dost Yayınları, Ankara.

- Jenkins, R. (2016).** *Bir Kavramın Anatomisi Sosyal Kimlik*. Everest Yayınları, İstanbul.
- Kadıköy Belediyesi (2014).** *Merkez Kadıköy Mekansal Stratejik Plan Mevcut Durum Raporu*, İstanbul.
- Kadıköy Belediyesi (2021).** *Ruhsat ve Denetim Müdürlüğü*. [Erişim: 03.12.2021, <https://www.kadikoy.bel.tr/Kurumsal/Mudurlukler/ruhsat-ve-denetim-mudurlugu>]
- Kardeş, Z. (2017).** *Benim Kadıköy'üm*. Cinius Yayınları, İstanbul.
- Kaya, Ö. (2020).** *Yitip Giden İstanbul*. Kronik Kitap, İstanbul.
- Kaygılı, O. C. (1937).** *İstanbul'da Semai Kahveleri ve Meydan Şairleri*. İstanbul Eminönü Halkevi, İstanbul.
- Kırlı, C. (2000).** *19. Yüzyıl Ortalarında Osmanlı'da Sosyal Kontrol*. Kültür Yayınları, İstanbul.
- Kırpık, G. (2010).** Üst Üste Gelen Tarihler ve Renkli Medeniyetler Şehri: Kâhire. *Medeniyetler Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 142-152.
- Kitchin, R. & Hubbard, P. (2018).** *Mekan ve Yer Üzerine Büyük Düşünürler*. Litera Yayıncılık, İstanbul.
- Knox, P. & Steven, P. (2017).** *Urban Social Geography*. Routledge, London.
- Korcun, S. (2007).** *Kadıköy'ün Tarihi*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Koz, S. (2015).** *Türk Kahvesi*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Kösoğlu, N. (2013).** *Milli Kültür ve Kimlik*. Ötüken Neşriyat Yayınları, İstanbul.
- Kundera, M. (2014).** *Kimlik*. Can Yayınları, İstanbul.
- Lefebvre, H. (2014).** *Mekanın Üretimi*. Sel Yayınları, İstanbul.
- Mantran, R. (2015).** *İstanbul Tarihi*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Mazak, M. (2021).** *Gündelik Hayattan Renklerle Eski İstanbul*. Yeditepe Yayınevi, İstanbul.
- Morley, D. & Robins, K. (2011).** *Kimlik Mekanları*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Morris, J. (2019).** *Çekirdekten Fincana Kahve*. Mona Kitap, İstanbul.

- Nar, M. Ş.** (2019). Kültürel Kimlik Sorunsalı: Görecelik Mi, Evrenselcilik Mi? Yoksa Uzlaşa Mı? *Antropoloji Dergisi*, (37) , 72-80.
- Neyzi, L.** (2013). "*Ben Kimim?*": *Türkiye'de Sözlü Tarih, Kimlik ve Öznellik*. İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Ortaylı, İ. & Ümit, A. & Uzuner, B.** (2012). *Yazarların İstanbul'u*. Pozitif Yayıncılık, İstanbul.
- Özbek, M. Ö.** (2020). Tarihsel Süreçlerde Taksim Meydanı ve Beyoğlu Bölgesinin Morfolojik Evrimi ve Sentaktik Analizleri. *Tasarım Kuram Dergisi*, 17 (32), 35-54.
- Özgül, M.** (2017). Kolektif ve Bireysel Kimlikler Bağlamında. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 3 (28) , 383-400.
- Özgüç, N. & Tümertekin, E.** (2014). *Geçmiş Kavramlar Coğrafyacılar*. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Özyurt, C.** (2012). *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma*. Açılım Yayınları, İstanbul.
- Pala, İ.** (1999). *Kahvelerim Pişti Gel*. Kapı Yayınları, İstanbul.
- Pala, İ.** (1999). *Osmanlı'da İlk Kahvehane*. Kapı Yayınları, İstanbul.
- Pamuk, E.** (2019). *Kimlik ve Tarih Kimliğinin İnşasında Tarihin Kullanımı*. Yeni İnsan Yayınları, İstanbul.
- Paşalı, İ.** (2003). *İstanbul Kriterleri*. Profil Kitap, İstanbul.
- Philip, G.** (2006). *Identifying Identity: A Semantic History*. Routledge, Oxford.
- Rosén, C.** (1981). *Coffee*. London.
- Sarımaden, S. D.** (2015). Turizm Global (2015). *Avrupa Kafeleri* [Erişim: 01.12.2021, <https://www.turizmglobal.com/iste-avrupanın-muze-gibi-cafeleri/>]
- Schivelbusch, W.** (2000). *Keyif Verici Maddelerin Tarihi*. Dost Kitabevi, İstanbul.
- Smith, A. M.** (2014). *Kahve Öyküleri*. İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Smith, R. F.** (1985). *A History Of Coffee* . Springer, Netherlands.
- Solak, S. G.** (2017). Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (1) , 13-37.
- Sökmen, C.** (2019). *Eski İstanbul Kahvehaneleri*. Ötüken Yayıncılık, İstanbul.

- Stephenson, J.** (2010). *People And Place*. University of Otago, New Zealand.
- Strelecky, J.** (2020). *Dünyanın Kıyısındaki Kafe*. Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, S.** (2002). Günümüzün Kimlik Sorunu ve Bu Sorunun Yaşandığı Temel Çatışma Eksenleri. *Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (35) , 31-33.
- Tekeli, İ.** (2010). *Mekansal ve Toplumsal Olanın Bilgibilimi Yazıları*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Tuan, Y. F.** (2000). *Space And Place The Perspective Of Experience*. Universite Of Minnesota Press, London.
- Tuchscherer, M.** (1999). *Osmanlı Döneminde Mısır Kahvehaneleri*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Tunç, B. & Sevinç Kayıhan, K.** (2018). Ortak Çalışma Olgusu ve Ofis Kafeler. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi* , 3 (2), 231-248.
- Total, O.** (2011). Kırk Yıllık Hatırın İletişim Mekanı Olarak Kahvehaneler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (3) , 151-166.
- Türk Dil Kurumu** (2021). [Erişim: 12.06.2021, <http://www.tdk.gov.tr/index.php>]
- Türkiye İstatistik Kurumu** (2021). [Erişim: 02.05.2021, <http://www.tuik.gov.tr/index.php>]
- Türkoğlu, İ.** (2017). *Eskiçağ'da Kadıköy*. Ege Yayınları, İstanbul.
- Ujang, N.** (2012). *Place Attachment and Continuity Of Urban Place Identity*. Procedia- Social and Behavioral Sciences, Kuala Lumpur.
- Ulusoy, K.** (2011). Türk Toplum Hayatında Yaşatılan Kahve ve Kahvehane Kültürü. *Milli Folklor Dergisi*, Ss. 159-169.
- Yaşar, A.** (2005). Osmanlı Şehir Mekanları: Kahvehane Literatürü. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, (6) , 237-256.
- Yaşoğlu, M. M.** (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi* , 46 (0) , 74-85.

Yazgan, P. (2016). Hareketlilikte Kimlik İnşasına Yönelik Analitik Bir Çerçeve. *Göç Dergisi*, 3 (2) , 280-290.

Yıldız, C. (2006). *Kahvehane Kültürü*. Beyan Yayınları , İstanbul.

EKLER

Ek-1: Mülakat Soruları

1	Cinsiyet?
2	Yaş?
3	Neden bu kafeyi tercih ettiniz (konum, sunum, lezzet, fiyat, dekorasyon vb)?
4	Haftada kaç defa kafeye gidiyorsunuz?
5	Hangi zaman diliminde kafeye gidiyorsunuz?
6	Kadıköy’de mi oturuyorsunuz?

Ek-2 : Görüşme Yapılan İşletme Sahipleri

İşletme Sahibi	Yaş	Eğitim	Sosyal İşletme
M1	41	Lise	Evidda Kafe
M2	53	Üniversite	Mola Kafe
M3	35	Lise	Piya Cafe
M4	47	Lise	Kadıköy Simit Cafe
M5	30	Üniversite	Kediköy Cafe
M6	44	Ortaokul	Kurukahveci Osmanbey Cafe
M7	54	Ortaokul	Odacafebar
M8	60	Lise	Acemi Cafe Bar
M9	39	İlkokul	Piraye Meyhanesi

Ek-3: Çalışmada Görüşlerine Yer Verilen Müşteriler

Müşteri	Cinsiyet	Yaş	Eğitim
K1	Kadın	26	Üniversite
K2	Erkek	30	Lise
K3	Erkek	22	Üniversite
K4	Kadın	40	Lise
K5	Kadın	32	Üniversite
K6	Kadın	35	Üniversite
K7	Erkek	35	Üniversite
K8	Erkek	28	Lise
K9	Kadın	27	Üniversite
K10	Kadın	25	Lise
K11	Kadın	29	Üniversite
K12	Kadın	30	Üniversite
K13	Erkek	23	Üniversite
K14	Kadın	32	Lise
K15	Erkek	36	Üniversite