

ALMANYA'DAKİ TÜRK KAHVEHANELERİNİN UYUM SÜRECİNE ETKİLERİ

Dr.phil. Mustafa Acar

1. GİRİŞ

Almanya'da yaşayan Türk Toplumunun Alman Toplumuna entegrasyonu konusu, her iki tarafın da uzun yıllardan beri, hem akademik hem de siyasi düzeyde en fazla tartıştığı, en çetrefilli konulardan biri olmuştur ve olmaya devam etmektedir. Bugüne kadar, özellikle toplumsal, kültürel, eğitim ve dini alanlarda bir sürü neden, Türklerin entegrasyonunu engelleyen Faktörler olarak görülmüş, karşılıklı değişik tezler ileri sürülmüş ve derinlemesine irdelenmiştir. Bu çalışmada daha çok, entegrasyon teorilerinin dokunmadığı veya üzerinde araştırma yapılmayan engelleyici nedenler üzerinde durulacaktır. Bunlardan bir tanesi de, bugüne kadar üzerinde hiç durulmamış olan Almanyada'ki Türk kahvehaneleridir.

Esas itibariyle teori ve araştırma olarak iki ana bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümü, bir içecek olarak kahvenin ve onun ortaya çıkardığı kahvehanelerin tarihsel gelişim süreçlerini araştırırken, ikinci bölümde, Hamburg' da 100 aile üzerinde yapılmış olan alan çalışmasının sonuçları değerlendirilmektedir.

Kahve bir içecek olarak günümüzde petrolden sonra ikinci yaygın ticaret malıdır. Kahvenin ortaya çıkışıyla ilgili olarak kabul gören iki sonuç vardır: Birincisi,

kahvenin “Etiyopya ve Yemen’de ortaya çıktığı”, ikincisi “sufi-cemaatler ve hacılar aracılığı ile yayıldığı, ve bazı tüccarlar tarafından Mısır ve Suriye’ye götürüldüğüdür” (Hattox 1988: 11). Evliya Çelebi¹, 1700 lü yıllarda Kahire’de 3000 civarında Kahvehane olduğunu yazar. İslam dünyasında ‘Alkolsüz Şarap’ olarak tanınmış, taraf olanlarla karşı olanlar arasında ki mücadele yıllarca sürmüştür.

Kahve Avrupa’ya İstanbul üzerinden yayılmıştır. Ulla Heise (2002: 23), kahvenin İstanbul’a giriş yılı olarak 1517’yi vermektedir ve yine Heise’ye göre 1600’lü yıllarda tüm osmanlı imparatorluğunda yaygın bir içecektir artık.

Kahve, kahvehanelerin ortaya çıkış nedenidir. “Başlangıçta meyhaneye benzemelerinden dolayı ‘Şarapsız Meyhane’ olarak adlandırılmış ve kahvehane sahipleri ile müdavimleri hırsızlarla, homoseksüellerle aynı sosyal hiyerarşide görülmüş ve aşağılanmışlardır” (Lapidus 1967: 82).

Tarihçi İbrahim Peçevi’ye (1864/67, 1: 363) göre, İstanbul’da ilk Kahvehane 1555 yılında Hakim ve Cems adlı iki suriyeli tarafından açılmıştır. Normal bir yer olarak kabul görmesi uzun zaman almış ve sonra çığ gibi yayılmıştır.

Yeni bir toplumsal ilişki ve davranış biçimini mümkün kılan kahvehanelerin gelenekselleşmesinde en etkin rolü, üstlendiği toplumsal Fonksiyonlar oynamıştır ve bu rol onlara “Toplumsal Yerler” (Heise, 2002: 25) statüsü kazandırmıştır. Bu yerleri çekici kılan nedenlerin başında buralardaki çeşitli aktiviteler gelmektedir. Kahvehaneler, bugün olduğu gibi, geçmişte de sohbet ve oyun yerleridir ve günümüzde bu oyunların sadece türleri değişmiştir. “Karagöz-Hacivat oyunları, Meddah, çalgıcı eğlenceleri” (Hattox 1988: 92 ve Heise 2002: 37.) gibi aktiviteler bugün ortadan kalkmış olsa da, bir buluşma yeri olarak kahvehaneler hala toplumsal öneme sahiptirler.

Açıktır ki, kahvehanelerin üstlendiği Fonksiyonlar başlangıçtan günümüze kadar çok değişmiştir. Günümüz kahvehanelerine yöneltilen üç çeşit temel eleştiri vardır: Bunlar, şehirleşmeyi geciktirdiği, argo kültürü yaygınlaştırdığı ve işsizliğin kökleşmesine neden olduğudur.² Buna karşın, Kahvehanelerin pozitif yönlerinin

1 Ulla Heise’den alınmıştır, S.37.

2 C. Yıldız, Özgür Politika, 06.04.2002.

olduğunu savunanlarda vardır. Bunlardan biri olan Besim Tibuk³, kahvehanelerin, sosyal dayanışmayı yaratıp güçlendirdiğini ve toplumsal patlamayı önleyen sosyal bir supap, bir denge olduğunu ileri sürmektedir.

2. ALMANYA'DA TÜRK KAHVEHANELERİ

Türkiye'ye özgü yaşam biçimlerinin buraya taşınmasının en özgün örneklerinden birini kahvehaneler oluşturmaktadır. Bu yerlerin Almanya'da açılıp yaygınlaşması, türk nüfusunun buraya yerleşme dönemine denk gelmektedir. Bu dönem 1983-84 yıllarıdır. Geri dönüşü teşvik yasasından sonra burada kalanlar, Almanya'nın, artık geçici bir çalışma yeri değil, bir yerleşme yeri olduğunda karar kılmışlar ve kendi sosyal yaşam biçimlerini burada oluşturmaya başlamışlardır. Çeşitli dernek ve camilerin yanısıra kahvehanelerde günlük problemlere çözüm arama ve bir dayanışma yaratma yerleri olmuşlardır. Kahvehaneler, Almanya'da daha çok kültür dernekleri adı altında açılmıştır yada bu dernekler kahvehaneye dönüşmüştür ve bunlar doğal olarak Türklerin yoğun yaşadığı yerlerdedir.

Birinci kuşak için vazgeçilmez yerler olan kahvehaneler, ikinci kuşak için ne ifade etmektedir? Genç kuşakla kahvehane arasındaki ilişkide iki önemli sosyalizasyon faktörü dikkat çekmektedir: Aile ve toplumsal çevre. Aile yapısı burada da geleneksel Türk aile yapısıdır. "Bu yapı içerisinde kadın, erkek ve çocukların yerleri bellidir. Kadının ve kız çocuğunun alanı evdir, yani içeridir, özellikle yabancı bir yerde erkeklerin kendi alanını yarattığı yerler ise kahvehanelerdir, yani dışarıdır" (Straube 1987: 43). Geleneksel erkek değerleri ve normlarıyla yetiştirilen genç kuşaklar, daha çocuk yaşlarda, bu erkeksel alanı çabucak ve severek kabullenmektedirler.

Etnik bir Toplumsal Çevre oluşturmak, göçün doğal sonucudur ve bu çevre Almanya'da daha çok mezhepsel, yöresel, kültürel ve birazda siyasal oluşturulmuştur. Bu durum içerisinde Kahvehaneler, sadece geleneksel kültür biçimini ve kimliği yaşatma ve dış etkilerden koruma yerleri değil, aynı zamanda genç kuşak

3 Besim Tibuk, Zaman,13.09.2000.

erkekleri bu yapı içerisinde tutma yerleridir. Bunun tabii sonucu da toplumsal izolasyondur.

3. ALMANYA'DA KAHVEHANELERİN FONKSİYONLARI

Almanya'da ki Türk kahvehanelerinin fonksiyoları aslında Türkiye'de ki kahvehanelerin fonksiyonlarından farklı değildir ve sosyal, toplumsal ve kültürel olarak sınıflandırılabilir.

Kahvehaneler herşeyden önce, boş zamanların değerlendirildiği yada boşa zaman geçirildiği, erkekler arasında sosyal ilişkilerin en üst düzeyde yaşandığı sosyal yerlerdir. Burdaki insanlarımızın 'boş zaman' kavramını algılayışı farklı farklıdır. Birinci kuşak erkekleri için geleneksel alışkanlıklar daha belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu alışkanlıkta kahvehane merkezli bir alışkanlıktır. Klasik mahalle kahvehanelerinden çok camiiye giden insanlar içinse bu görevi, camilerle iç içe oluşturulmuş çay ocakları yerine getirmektedir. Buradaki amaç, geleneksel köy yaşam biçimini devam ettirmek, sohbet etmek ve bir parça Türkiye'yi yaşamaktır.

Son yıllarda Türkiye'de peş peşe açılan kadın kahvehaneleri, Almanya'da ilk defa 2004 yılında Hannover' de açılmış⁴ ve diğer şehirlere de yayılmaya başlamıştır. Bu durum, aile içinde kadın ve erkeğin mekansal alanlarını pekiştiren ilginç gelişmelerden biridir.

Boş zaman alışkanlığı olarak genç kuşaklar, birinci kuşaktan farklı olarak Alman toplumuyla daha çok ilişki içinde olsada, kız-oğlan ayırımına dayanan aile içi eğitimi, geleneksel yapının kuşaklara aktarımını kolaylaştırmaktadır. Bu yapı, gençleri kahvehaneye iten nedenlerden biridir ve burada kahvehanelerin sosyal kontrol fonksiyonu ortaya çıkmaktadır. Gençler açısından kahvehaneler, yaşlı kuşakla iletişim kurulan yerler, yaşlı kuşak içinse gençlerin kontrol edildiği alanlardır. Bu tür yerlerin türklerin yoğun yaşadığı yerlerde açılması, bu sosyal kontrol mekanizmasını daha da kolaylaştırmaktadır.

Kahvehaneler, geleneksel toplumsal fonksiyonlarını Almanya'da da yerine getirmektedir. Ev ve iş aramaktan, çeşitli yardım faaliyetlerine; bazı kararların alınıp

4 Milliyet, 29.02.2004, S.16

açıklanmasından, küçük firmaların büroluğuna kadar bir dizi faaliyet buralarda olup bitmektedir. Kahveler aynı zamanda politik ve etnik gruplara göre şekillenmiştir. Bu durum, özellikle kürtlerle türkler arasındaki ayrımcılığı daha açık ve kesin bir şekle sokmaktadır. Hatta bazı Kahvehaneler, küçük kürdistan olarak adlandırılmaktadır.⁵ Sosyal, kültürel ve mekansal bütünlükte Kahvehaneler artık burada, bireysel ve grupsal kimliğin korunup geliştirildiği ve bu kimliğin yeni nesillere aktarıldığı mekansal bir semboldür.

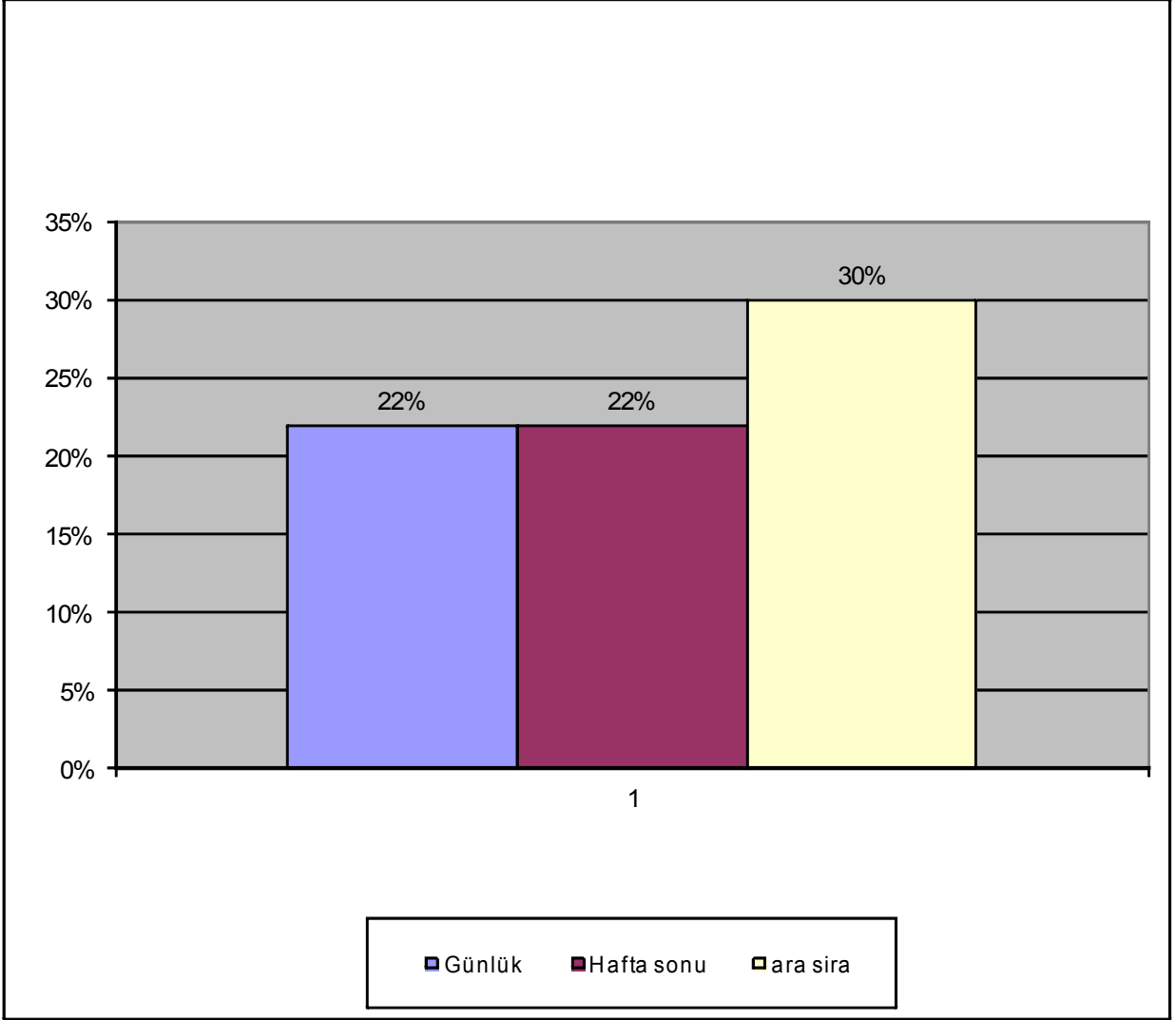
Kültürel Fonksiyonları açısından baktığımızda, Kahvehane kültürü tarihsel bir birikimi ve dönüşümü betimler. Geçmişte, çeşitli etnik ve dinsel gruplar arasında dialoğu sağlayan, edebiyat ve sanata damgasını vuran bu kurumlar, maalesef bugün hem Türkiye’de hem de burada bu tarihsel misyonunu artık kaybetmiştir. Kahvehane kültürü, aynı zamanda 500 yıllık erkek egemen bir kültürü kendine has diliyle devam ettirmektedir. Bu dil ve kültür, kabul etsek de etmesek de, kuşaklar arası iletişimde aracılık etmektedir. Bu bağlamda buradaki Kahvehaneler de, kapalı toplum yapısını devam ettiren feodal yerler olmanın ötesine geçememiş ve gettolaşmanın devamını sağlayan önemli unsurlardan biri olarak kalmıştır.

4. AMPİRİK ARAŞTIRMA SONUÇLARI

İstese de istemesek de, Almanya’da yaşayan Türk toplumunun günlük yaşamında önemli bir yer tutan Kahvehaneler, özellikle uyum konusunda, ilginç bir şekilde hiç dikkate alınmamıştır. Bu konudaki boşluğu doldurmak, en azından bir başlangıç yapmak amacıyla girilen bu çalışmanın ana unsurunu, Hamburg’da 100 Türk ailesi ile yapılan araştırma oluşturmaktadır. Birinci kuşağın davranış biçimi bilindiği için anket, tamamen ikinci ve sonraki kuşaklar üzerinde yapılmıştır. Burada ki amaç, insanlarımızın günlük hayatında önemli bir yer tutan Kahvehanelerin, Alman Toplumuna entegrasyon önünde bir engel olarak görülüp görülmediğini ortaya çıkarmaktır. Anket çalışması sadece erkeklerle değil, kahvehane alışkanlığından direkt etkilenen eşlerle de yapılmıştır. Burada kullanılan yöntem, ‘Face-to-Face’, yani yüz yüze anket metodudur. Araştırmanın sonucu altı ana Başlık altında analiz edilmiştir.

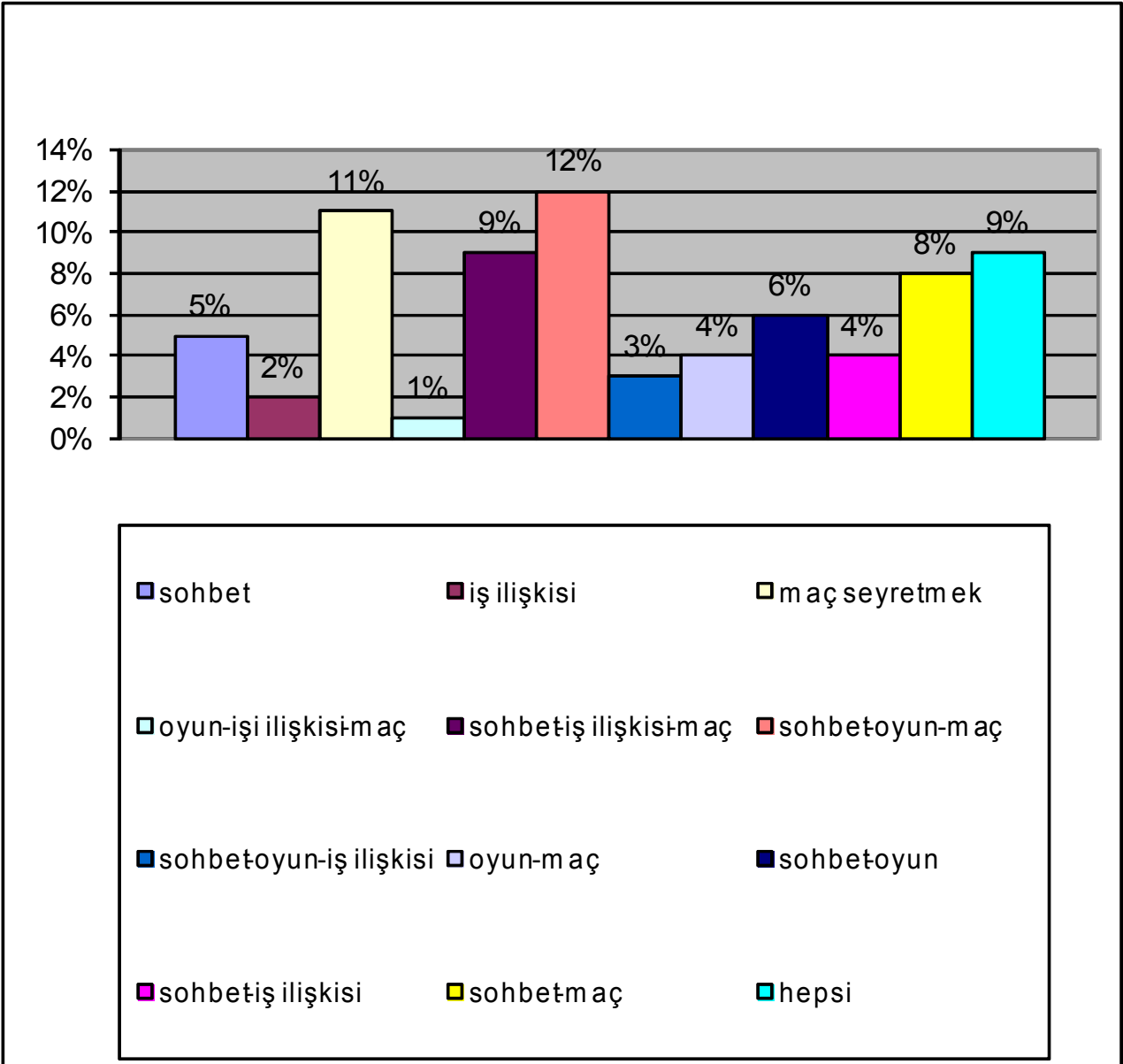
⁵ Özgür Politika, 03.01.2000

4.1. Erkeklerin Kahvehaneye gitme alışkanlığı ve sıklığı



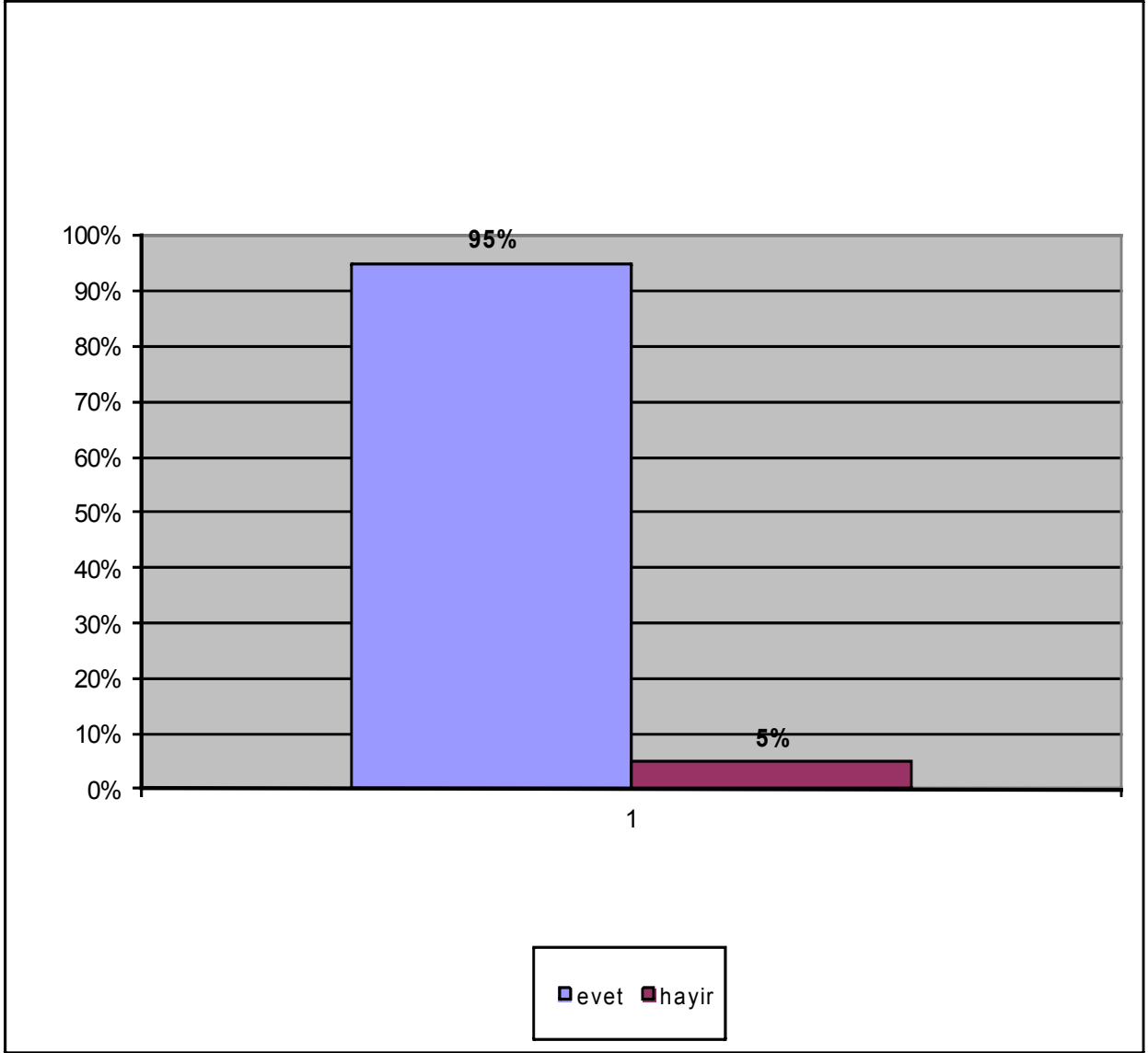
Grafikte de görüldüğü gibi, 100 erkekten 74'ü kahvehaneye giderken, sadece 26'sının kahvehane alışkanlığı yok. Bu sonuç bize, Hamburg'daki erkeklerin büyük çoğunluğunun boş zamanlarını Kahvehanelerde geçirdiğini gösteriyor. Kahvehaneye gitme sıklığının, bu yüzde 74 lük oran içinde dağılımı ise şöyledir: Yüzde 22'si günlük, yüzde 22'si hafta sonlarında, yüzde 30'u ise arasıra gidiyor.

4.2. Kahvehaneye gitme amacı



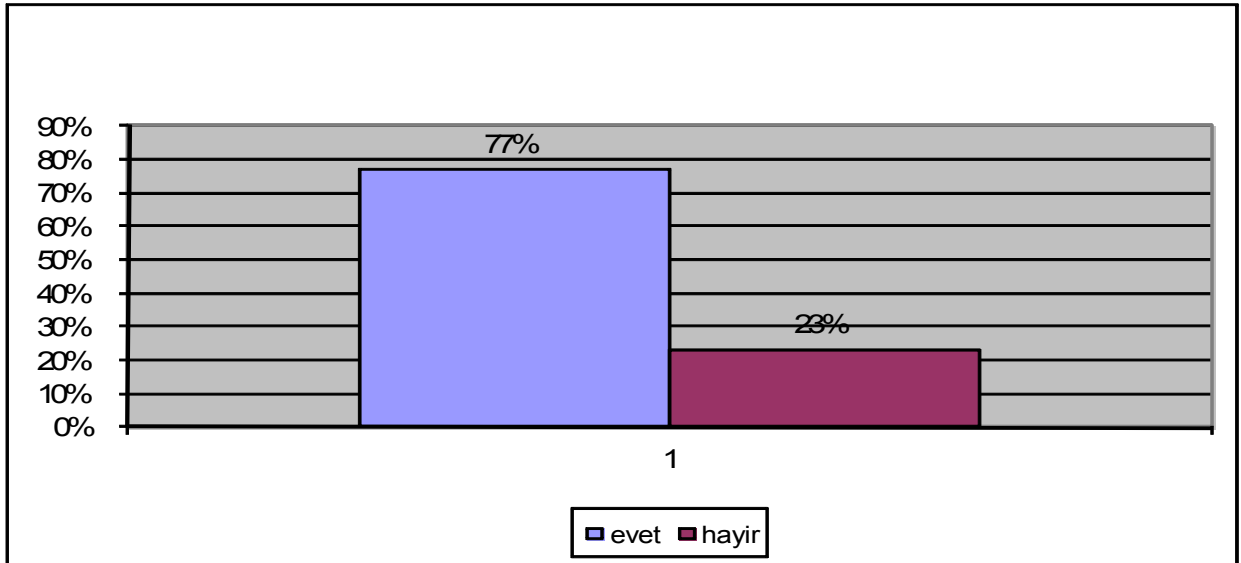
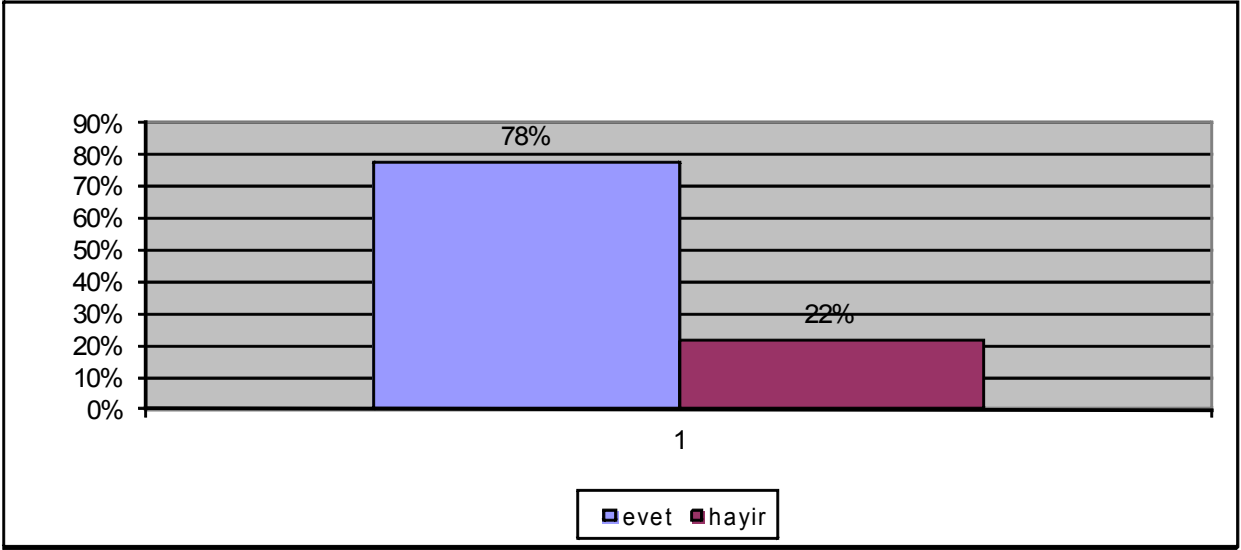
Erkekler Almanya'da kahvehanelere farklı amaçlardan dolayı gidiyorlar. Bu amaçların tek başına ve birbirleriyle oluşturdukları Kombinasyonlar grafikte görülmektedir. Yüzde 12 ile en yüksekseği Sohbet-Oyun-Futbol kombinasyonudur. Yüzde 11'i sadece Futbol seyretmek için, yüzde 9'u ise bütün amaçlar için, yani Sohbet, İş ilişkisi, Futbol ve Oyun için kahvehaneye gidiyor.

4.3. Erkeklerin Kahvehane Kùltürü



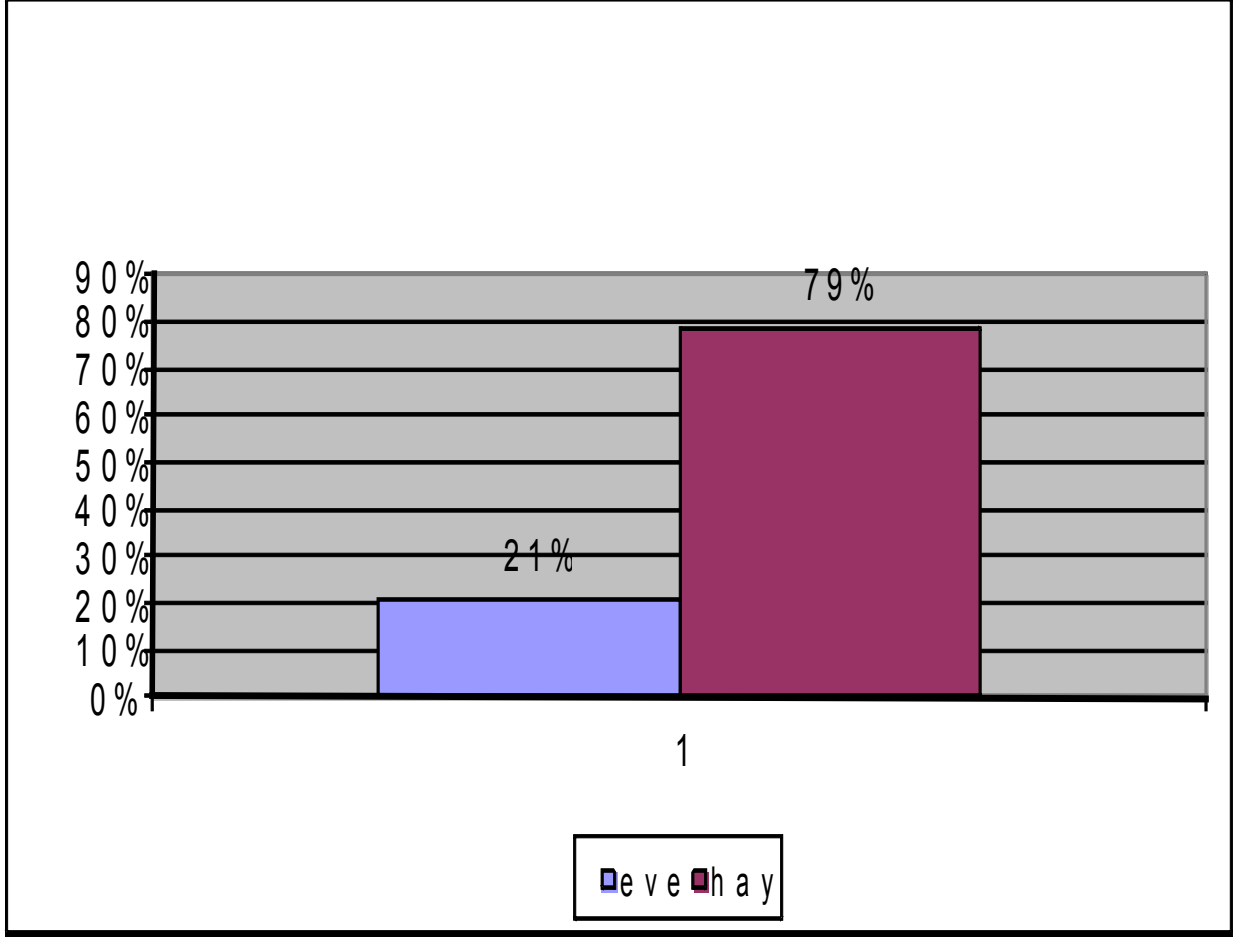
Kahvehane kültürü, burada konuşulan dili ve davranış türünü betimliyor. Ankete katılanların yüzde 95 gibi büyük bir oranı, kahvehanelerin, kendine özgü bir dili ve davranış biçimi olduğuna inanıyor. Kahvehane kültürü diye bir şeyin olmadığına inanan kesim ise sadece yüzde 5'tir. Bu sonuç bize, ikinci Kuşak Türk Erkeklerinin, geleneksel erkek egemen kültürü kabullendiğini gösteriyor.

4.4. Kadınların Kahvehaneye Bakışı



Grafiklerde de görüldüğü gibi, kadınların Kahvehanelere bakışı olumsuz. Ankete katılan eşlerin yüzde 78'i, eşinin ya da oğlunun Kahvehaneye gitmesinden rahatsız oluyor. Rahatsız olmayan kesim ise yüzde 22. Rahatsızlık duyanların öne sürdüğü en büyük neden, kötü alışkanlıklar edinme olasılığı. Eşlerin yüzde 77'si, kocalarının ya da çocuklarının Kahvehanelerde kötü alışkanlıklar edindiğine iniyor, yüzde 23'nün ise böyle bir korkusu ve endişesi yok.

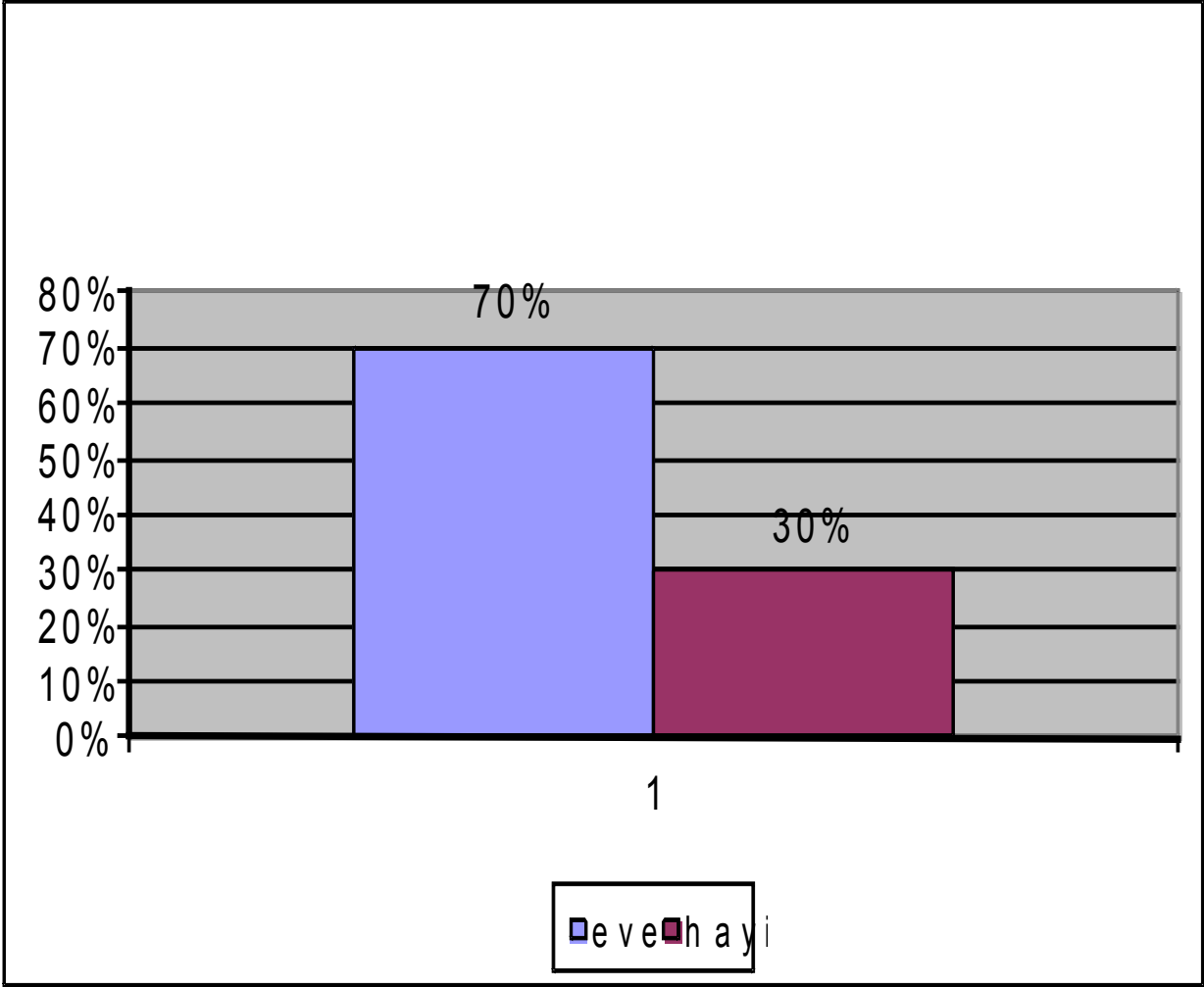
4.5. Kadınlar ve Kahvehaneler



Kadınların kahvehaneye negatif bakışlarında, kendilerinin kahvehaneye gitmesi söz konusu olduğunda da, bir değişiklik görülüyor. Yüzde 79 çoğunluk, eşleri ya da çocukları ile birlikte kahvehaneye gitmek ya da gidebilmek istemiyor. Yine aynı şekilde, kadınların yüzde 61'lik bölümü, sadece kadınların gidebileceği kahvehanelerin olmasını da istemiyor.

Buna karşılık, eşlerin yüzde 21'i, kocaları ya da çocuklarıyla birlikte kahvehaneye gidebilmeyi isterken, yüzde 39'u, sadece kadınların gidebileceği kahvehanelerin de olmasını istiyor.

4.6. Entegrasyon ve Kahvehaneler



Özelde Hamburg'da, genelde Almanya'da ki türk kahvehanelerinin Entegrasyon önünde bir engel olup olmadığı kadınlara ve erkeklere ayrı ayrı sorulmuştur. Diğer başlıklardaki aykırı düşüncelerin, entegrasyon konusunda paralellik gösterdiği dikkat çekmektedir. Erkeklerin yüzde 70'i, kadınların ise yüzde 76'sı, kahvehaneleri entegrasyonu engelleyen faktörlerden biri olarak görmektedir. Bir engel teşkil etmediğine inanan kesim ise, erkeklerde yüzde 30, kadınlarda yüzde 24'dür.

5. SONUÇ

Bütün bu soruların ve cevapların ışığında, sonuç olarak diyebiliriz ki, türk kahvehaneleri ikinci kuşak Türklerin Alman toplumuna entegrasyonu önünde bir engel teşkil etmektedir. Bu sonuç, entegrasyon çalışmaları ile tanınan Profesör Hartmut Esser'in konseptine de uygun düşmektedir. Bu konseptte göre, türk kahvehaneleri özellikle üç alanda Türklerin entegrasyonunu engellemektedir.

Bunlardan **birincisi Dil** alanıdır. Alman dilini öğrenmek ve konuşabilmek bu ülkeye ve toplumuna entegre olabilmenin temel koşulu olarak görülmektedir. Kahvehanelerde konuşulan dil ağırlıklı olarak Türkçedir ve bununda ötesinde buralarda argo dili hakimdir. İkinci ve sonraki kuşakların kahvehane alışkanlığı, sadece Almanca açısından değil, Türkçe'nin de bozulmasına ve argonun günlük dil olarak kalıcılışmasına neden olmaktadır. Bu bakımdan kahvehaneler, her iki dilinde iyi öğrenilmesi ve konuşulabilmesi önünde bir engeldir. Ayrıca, Türkiye'den yeni gelen erkeklerin almanca'yı öğrenememelerinin nedenlerinden de biridir.

İkinci engel sosyal alanda ortaya çıkmaktadır. Kahvehaneler, etnik ilişkileri güçlendiren yerler olarak, gettolaşmanın da devamını sağlamaktadır. Bu durum, giderek Alman toplumundan kopmayı ve dar bir çevre de izolasyonu getirmektedir. Yine aynı şekilde, kahvehaneler Almanya'ya sonradan gelen erkek ya da kadınlar için sosyal ilişki alanını daraltmaktadır. Buraya yeni gelen bir erkek için kahvehane, dışarı yaşamı olarak hazır bir ortamdır ve bu sırada eş evde ya da kendi etnik grubuyla biraradadır. Kahvehaneye giden bura doğumlu birinin eşi olarak Türkiyeden gelen bir kadın içinde aynı durum sözkosudur.

Üçüncü olarak kahvehaneler, entegrasyonun önemli koşullarından biri sayılan, insanın yaşadığı toplumla ve bu toplumun değerleriyle özdeşleşmesi konusunda bir engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bozuk bir Türkçenin konuşulduğu, etnizite içi feodal sosyal ilişkilerin yoğun olduğu, varlığı Kadın-Erkek ayrımına dayanan bu yerler, bir taraftan etnik kolonilerin kemikleşmesine neden olurken, diğer taraftan da içinde yaşadığımız toplumun sosyal, kültürel ve siyasal değerlerini kabul etmemiz bir yana, anlamamızı bile zorlaştırmaktadır. Gurbet yaşamının geleneksel

kimliği pekiştirdiği bir gerçekliktir, ama bu gerçeklik uzun zamandan beri birlikte yaşadığımız toplumun değerleriyle bir çatışma yaratmamalıdır. Binlerce yıllık Anadolu'nun kültürel birikiminin son tahlili olan 'Birlikte yaşama ve Dayanışma' ilkesi, Almanya'da da Anadolu insanının kimliği ve tanımı olmalıdır.

LITERATUR

HATTOX, Ralph S.: Coffee and Coffeehouses. The Origins of a Social Beverage in the Medieval Near East, Washington 1988 (University of Washington Press).

HEISE, Ulla: Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees, Frankfurt am Main und Leipzig 2002 (Insel Verlag).

LAPIDUS, Ira: Muslim Cities in the Later Middle Ages. Harvard Middle Eastern Studies No. 11, Cambridge 1967 (Harvard University Press).

PEEVI, İbrahim: Peevi Tarihi (Historie von Peevi), 2 Cilt, Istanbul 1864/67.

STRAUBE, Hanne: Türkisches Leben in der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt- New York 1987 (Campus Verlag).

YILDIZ, Cengiz: Gnmz Kahvehaneleri (Die Kaffeehäuser in der heutigen Zeit), zgr Politika 06. 04. 2002.