


Araştırma Makalesi

DEKORATİF VE AİDİYET TAMAMLAYICI (VURGULAYICI-ANIMSATICI) BİR SİMGE OLARAK İZNIK ÇİNİLERİNİN LONDRA'DA ÜÇ TÜRK LOKANTASININ İÇ MİMARİSİNDE KULLANIMININ İNCELENMESİ**Şebnem KARACA[†], Işık AYDEMİR^{††}**[†] İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, Türkiye^{††} İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, Türkiye[†] sebnemugekaraca@gmail.com, ^{††} iaydemir@ticaret.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8462-0885>, <https://orcid.org/0000-0002-9398-2220>

Atıf/Citation: Karaca, Ş., Aydemir, I., (2021). Dekoratif Ve Aidiyet Tamamlayıcı (Vurgulayıcı- Animsatici) Bir Simge Olarak Iznik Çinilerinin Londra'da Üç Türk Lokantasının İç Mimarisinde Kullanımının İncelenmesi. *Journal of Technology and Applied Sciences* 4(1), 19-32.

ÖZET

Çini Anadolu Türk Mimarisinin her döneminde kullanılan bir süsleme unsuru olmuştur. İlk kullanımlarını dini yapıların mimarisinde gördüğümüz bu sanat, XVI. yüzyıldan itibaren sivil yapılarda kullanılmaya başlanmıştır; Sarayın desteğiyle gelişmiş ve dünya çini sanatları içinde kendine özgü geliştirilen sır altı uygulama tekniğiyle birlikte "İznik Çinisi" adıyla anılan ünik bir hal almıştır. Geleneksel sanatlarımızdan olan çinicilik Türklerle özdeşleşmiş bir sanat olarak kullanıldığı yere kimlik kazandıran en önemli öğelerin başında gelmektedir. Çini sanatının bu özelliği ile Londra'daki üç Türk lokantasının iç mimarisinde kullanılmasını incelediğimiz çalışmamızda, lokantalarda ifade edilmeye çalışılan kimliği yansıtan en güçlü aracın, iç mimari ortamın tasarımına görsel katkı sağlayan ve lokantanın Türk kimliği ile özdeşleşen çinilerin olduğu açıkça görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İznik çinisi, mekân kimliği, iç mimari, Türk lokantası

INVESTIGATION OF IZNIK TILES AS A DECORATIVE AND COMPLEMENTARY SYMBOL (HIGHLIGHTER- REMINDER) IN THE INTERIOR ARCHITECTURE OF THREE TURKISH RESTAURANTS IN LONDON**ABSTRACT**

Tile has been an ornamental element used in every period of Anatolian Turkish Architecture. Initially this art was used in the architecture of religious buildings; and it has been started to be in civil buildings since the 15th century as well. With the great support of the palace, art has developed; became a unique art known as "Iznik Tiles" with the under-glaze application technique developed in the world tile arts. Being a traditional art, tile making is one of the most important elements that give identity to the usage area as an art identified with Turks. In our study, where we examine the use of this feature of tile art in interior architecture of three Turkish Restaurants in London, it is clearly seen that the tiles are the most powerful tool that designed that make visual contribution to design of the interior architecture environment; and they become synonymous with the Turkish identity of the restaurants.

Keywords: Iznik tiles, venue identity, interior architecture, Turkish restaurant

1. GİRİŞ

Günümüzde dışarıda yeme-içme eyleminin artması, lokantaların sundukları hizmetin şekillenmesine ve dolayısıyla yeme- içme işletmelerinden lokantaların çeşitlenmesine zemin hazırlamıştır. Çeşitlenen lokantaların günümüz rekabetçi koşullarında başarılı olabilmesi için her aşamada iyi bir planlama ve uygulama yöntemine ihtiyaç duymaktadır. Bunların başında da belirlenen hedef kitleye yönelik çalışmalarla işletmenin markalaşması gelmektedir. Markalaşma, mekânın güçlü bir kimliğe sahip olmasının beraberinde, amaca yönelik çözümlenmiş, konforlu bir iç mekân tasarımıyla sağlanabilmektedir.

İç mekân tasarımları mekânın sahibinin istek ve beklentilerine göre şekillenirken, yeme içme işletmelerinde mekânlar sahiplerinden ziyade hedef kitle özelliklerine göre gruplanıp, tasarlanan yerler olmaktadır. Bunun yanı sıra yeme-içme işletmelerinden lokantaların iç mimarisinde mekânlar, lokantaların kendi kültürünü yansıtan öğelerle kurgulanıp, tasarlanmaktadır. Bu nedenle mekânın kimliğini oluşturan konseptin çıkış noktası, o lokantanın temsil ettiği ülkenin geleneksel bir sanatı ya da o ülke ile özdeşleşen bir obje olabilmektedir. Örneğin; Çin lokantalarında kırmızı rengin ve Çin balonlarının kullanılması vb.

Bu çalışmada; Londra'da hizmet veren üç Türk lokantasının iç mekânındaki çini kullanımları incelenmiştir. Çinilerin mekân kimliği bağlamı ile mekânın dekoratif ve aidiyet tamamlayıcı unsuru olarak kullanımı değerlendirilmiştir.

2. MEKÂN KİMLİĞİ

Mekân, genel anlamada; “İnsanların içinde hareket edebileceği, eylemde bulunabileceği; düzlem elemanlarının bir araya gelmesiyle elde edilen kavramsal bir varlıktır” şeklinde tanımlanmaktadır (Sancak, 2009, s. 4). Mekân, bileşenleri aracılığı ile oluşmakta ve yine bileşenleri aracılığı ile kullanıcının istek ve ihtiyaçları doğrultusunda kendine özgü bir karakter kazanmaktadır. Çeşitli şekillerde sınıflandırılan mekân kavramında en sık karşılaşılan sınıflandırma şeklini dış mekân – iç mekân ayrımı oluşturmaktadır (Ayber, 2012, s. 4).

Kimlik, insanları ve diğer varlıkları niteleyen, onları tanımamızı ve diğerlerinden ayırt etmemizi sağlayan en büyük yol gösterici araçtır. Mimari kimlik ise; mimari yapının hangi amaç ve işlev için yapıldığını, hangi dönemdeki mimari üsluba ait olduğunu veya mimarın oluşturduğu sanatçı kimliğini barındırıp, barındırmadığını ifade eden kavramdır (Yarımay, 2018, s. 7).

Kimlik, mekân ve iç mekân kurgusu içinde düşünüldüğünde; geçmişten günümüze ve günümüzden geleceğe aktarılan bir bellek ve miras niteliği göstermektedir (Koç Altuntaş ve Ertaş Beşir, 2019, s. 426).

Kahvecioğlu (1998); mekânsal kimliğin oluşum süreci duyum aşaması, algı aşaması ve imaj aşaması olmak üzere alt aşamalara ayırmaktadır. Bunlar;

- Duyum aşaması, imaj oluşum sürecinin geneli içinde mekânla ilgili fiziksel verilerin, bilişsel süreçlerde işlenmesine imkân sağlayacak olan dönüşümlerin yapıldığı aşamayı oluşturmaktadır.
- Duyumun gerçekleşmesi ile ikinci aşama olan algı aşamasına geçilmektedir.
- İmaj aşamasında ise algısal süreç sonunda geçmiş deneyim ve imajların yardımı ile anlamlı birer algıya dönüşen duyumsal imgeler aynı zamanda yeni birer imaj olarak zihinde yerlerin almaktadır

İç mekâna kimlik kazandırmada: renk, doku, boyut gibi mekânın fiziksel özelliklerinin belirleyiciliğinin yanı sıra mekânın kurgusal özelliklerinin de kimlik şekillenmesinde belirli etkiye sahip olduğu belirtilmektedir (Ayber, 2012).

2.1. Yeme – İçme İşletmelerinde Mekân Kimliği

Yeme içme mekânlarının kimliğinin belirlenmesinde mekânın hangi kültürü temsil ettiği önemlidir. Temsil edilen kültüre ait biçim, form, malzeme, renk gibi birçok öge hem özgül nitelikleriyle hem de birbirleriyle olan ilişkileri yönüyle ele alınmalıdır. Bir yeme-içme işletmesinin mekân kimliğini belirleyen tasarım öğelerine karar verilirken öncelikle;

- Mekânın servis şekli
- Hedef müşteri kitlesi
- İşletmenin türü (işletmelede sunulacak yemek çeşidi) belirlenmelidir.
- Belirlenen işletme türü doğrultusunda iç mekân kimliğini oluşturan mekânın atmosferi ile ilgili tasarım öğeleri kurgulanmalıdır. Bu tasarım öğeleri “Fiziksel Öğeler” ve “Algısal Öğeler” şeklindedir (Uçar Kahraman, 2019, s. 12).

Tablo 1. Mekan Kimliğini Oluşturan Öğeler (Uçar Kahraman, 2019).

| Fiziksel Öğeler | Algısal Öğeler |
|--------------------------------|-------------------------|
| Yerleşim/ oturma düzeni | Renk |
| Yapısal öğeler/iç-dış ilişkisi | Aydınlatma |
| Mobilyalar | Aksesuar/ Sanat öğeleri |
| Malzemeler | Grafik tasarım öğeleri |
| Doku, desen, form | Müzik |

3. İZNIK ÇİNİSİ

Çini kelimesi, Osmanlı döneminde, Sarayın XV. yüzyıl Çin porselenlerine hayranlığından dolayı dilimize yerleşmiş bir kelime olup, zaman içinde çini sanatının Çin’den geldiği kanısı değişerek, Türklere özgü bir sanat kavramına dönüşmüştür. (Atalay, 1983).

“Çini; kil, kuvars, kaolin, tebeşir gibi maddelerin belirli oranda karıştırılmasıyla elde edilen hamurun şekillenmesi, astarlanıp birinci pişiriminin yapılması, üzerine aktarılan desenlerin renklendirilmesi, sırlanması ve ikinci pişiriminin yapılması sonrası meydana gelen bir üründür” şeklinde tanımlanmaktadır (Atalay, 1983, s. 8).

Türk mimarisinde, bir bezeme düzeni içinde mimariyle bütünleşik kullanılan çini sanatının izleri, XIV. yüzyılda İran’da Büyük Selçuklu eserlerinde takip edebilmemize rağmen, çini sanatı asıl gelişimini Anadolu Türk mimarisinde gerçekleştirmiştir (Yetkin, 1972, s. 206). Anadolu Selçuklularından sonraki Beylikler dönemini Yetkin (1972, s. 194) “Selçuklu devri mozaik tekniği ile Osmanlı renkli sır tekniğinin bir geçiş devri olmuştur” şeklinde tanımlamaktadır.

Beylikler döneminden sonra Çini sanatı, Osmanlı’nın XV. yüzyıldan itibaren Anadolu’nun büyük bir bölümüne hakim olmasıyla birlikte Osmanlı’nın birbirini izleyen dönemleri içerisinde gelişimini sürdürerek, Klasik dönemde üretilmesi ve mimaride kullanılması açısından doruk noktasına ulaşmıştır (Öney, 2007). Bu dönem İznik atölyeleri kabarık parlak mercan kırmızısını çinilerde usta bir teknikle kullanmıştır. Kırmızının yanı sıra firuze, mavi, yeşil, lacivert, beyaz, siyah olmak üzere toplam yedi rengin çinilerde sır altına uygulaması, dünya çini sanatında benzeri görülmemiş bir tekniğin gelişmesine neden olmuştur (Şahin, 2015, s. 31).

XVI. yüzyılda doruk noktasına ulaşan İznik Çiniciliği, XVII. yüzyılda devletin siyasi ve ekonomik olarak çökmeye başlamasıyla saray desteğinden mahrum kalmış, çini ustalarının bu zor koşullarda farklı yollar izlemesi kaliteyi düşürmüş, yeni ticaret yollarının keşfedilip, piyasaya tercih edilen yeni ürünlerin de girmesiyle çini sanatı büyük bir çöküntüye uğramıştır. Bu dönemden sonra XIV. yüzyıldan beri İznik ile eş zamanlı olarak çoğunlukla halk sanatı şeklinde üretim yapan Kütahya ön plana çıkarak üretim devam etse de XVIII. yüzyıla gelindiğinde artık birer birer kapanan İznik atölyelerinden geriye yazılı kaynakların da bulunmaması İznik Çini sanatının tüm sırlarıyla birlikte tarihe gömülmesine zemin hazırlamıştır (Çalışkan, 2019).

İznik Çini'sinin günümüzde yeniden üretilmesine neden olan ilk adımlar İznik ve çevresinde yapılan kazılar sayesinde olmuş, bu çalışmaların sonrasında 1989 yılında İslam Eserleri Müze'sinde bir sergi gerçekleştirilmiş ve daha sonra bu konu hakkında yayınlar hazırlanmıştır. 1993 yılında sanatı geliştirmek, geleneği korumak, İznik ve çevresinin kültür ve sanat değerlerini tanıtmak, mevcut potansiyeli harekete geçirmek, geleneksel İznik Çini sanatı ile ilgili var olan ve elde edilecek bilgileri bir sistem dahilinde eğitim ve öğretimle gelecek kuşaklara aktarmak amacıyla kurulan ve bir şahıs vakfı olan "İznik Eğitim ve Öğretim Vakfı" kurulmuştur.

İznik Çinisinin yapımı, hamurunun hazırlanması, pişirilmesi, boya vb. yöntemlere dair TÜBİTAK'ın yanı sıra bazı üniversiteler ile ortak çalışmalarını yürüten Vakıf, yıllar süren araştırmalar ve binlerce deney sonucu, eski kalitesinde geliştirilmiş geleneksel yöntemlerle XVI. yüzyıl İznik Çini sanatını günümüzde yeniden üretme başarısına erişmiştir (Küçükylmazlar, 2006, s. 14).

3.1. İznik Çinilerinin Özellikleri

Küçükylmazlar (2016)'ın İstanbul Ticaret Odası için hazırladığı çini araştırmasında, İznik çinilerinin özellikleri;

- Çiniler beyaz astarları sert sırlı ve sıraltı tekniğindeki bezemeleri ile üretilmesi güç bir çalışma sonucu elde edilmektedir.
- Dona dayanıklıdır. (TS- EN2002)
- Parlak sır tabakası nedeniyle yüzeyinde su tutmaz, bakteri ve küf oluşumunu engeller. Bu sayede dış cephelerde ve ıslak hacimlerde uzun yıllar kullanılabilir.
- Sır tabakasının parlaklığı, ışığı bir miktar emerek sır altındaki renklerin canlı ve parlak görünmesini sağlar. Ayrıca ışığın doğru yansımaları sağlar ve böylece mekânları olduğundan daha geniş ve ferah gösterir.
- Hamur- astar- sır karışımı olarak %75-85 oranında kuars- kuarsit içerir. Mücevher yapımında da kullanılan bu değerli taş oldukça güç işlenmektedir.
- İznik çinilerinde temel renk olarak açık beyaz arka planda kullanılmakta ve bu kendine has özel bir teknikte oluşturulmaktadır.
- Bir araya getirilmesi güç olan üç farklı karışıma sahip olan çiniler 900 derecelik bir ısıyla bir araya getirilmektedir.
- İznik çinileri birçok tayın birleşimiyle oluştuğu için birçok rengin de armonisini taşımaktadır. Koyu mavi, lapis lazuli, turkuaz mavisi, koralın kırmızılığı, yeşimin yeşili)
- Çinilerde yer alan renklerden koral kırmızısını elde etmek çok zordur. Elde edilen bütün renklerin kullanılmasının yanı sıra kornea beyazı ve opak rengi de kullanılmaktadır. Opak renginin kullanılması, ışığın emilmesine ve farklı ışıl kırılmalarına yol açarak görüntülerin ve renklerin daha iyi ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Ayrıca bu rengin kullanılması çinilerin korunmasına yardım etmektedir. Çinilerin üzerindeki yazılımlar İslam felsefesini yansıtmaktadır şeklinde maddeler halinde açıklanmaktadır.

3.2. İznik Çinilerinin Türkiye'de İstanbul Lokantaları'nda Kullanım Örnekleri

Çini formu, bulunduğu mekâna fonksiyonel çözümler sunar, mekâna hem dekoratif bir görünüm hem de estetik bir boyut kazandırır. Çini uygulamalarının mekâna sağladığı bu avantajlar sayesinde günümüz yeme- içme işletmelerinin iç mekân tasarımında sıklıkla kullanılmaktadır.

İstanbul'da iç mekân duvar yüzeylerinde çinilerin uygulandığı en eski lokanta olarak, Pandeli Lokantası bilinmektedir.

3.2.1. Pandeli Lokantası

Günümüz Pandeli Lokantasına ismini veren yaratıcısı bay Pandeli, seyyar bir arabada piyaz satarak mesleğe başlamış; ardından da ilk dükkanını Çukur Han'da açmıştır. Kısa zaman sonra Pandeli, bu lokantasını 1914 yılında Balkan Savaşıyla başlayan zorlu dönemler nedeniyle kapatmak zorunda kalmıştır.

Coğrafyanın ve ulusal siyasetin belirlediği zorunlu siyasi ve tarihsel aşamaların geride kalmasının ardından, bürokrasi erkanının kendisine tahsis ettiği Vakıflar Gelen Müdürlüğüne ait mülk içinde, Pandeli'nin lokantası tekrardan hizmete açılmıştır. Türkiye'nin ilk "turizm belgeli" lokantası unvanına sahip olan işletme ,Mısır Çarşısı girişindeki lokasyonunda hizmet vermeye devam etmektedir.

Pandeli lokantasının iç mekân duvarlarında turkuaz, beyaz, siyah renkli levha çinilerin kullanılmasının yanı sıra, yeşil ve beyaz renkli çinilerle uygulanmış mozaik teknikli çiniler de bulunmaktadır (Şekil 1.) (Şekil 2.) (Pandeli, 2020).



Şekil 1. Pandeli Lokanta iç mekânda çini kullanımı (Tripadvisor, 2020)



Şekil 2. Pandeli Lokanta iç mekanda mozaik çini kullanımı (Pandeli, 2020)

3.2.2. Beyti Et Lokantası

İstanbul'un Florya semtinde hizmet veren Beyti Et Lokantasının, projelendirmesi 1970 yılında bitmesine rağmen çeşitli nedenlerden dolayı inşaatına ara verildiği için, mekân 1983 yılında tamamlanmış ve hizmete açılmıştır.

Geleneksel Türk Mimarisi özelliklerinin ön plana çıkması arzusuyla tamamlanan yapıda; günün yetersiz teknolojik imkanlarına karşılık brüt beton ve doğal ahşap kullanılmıştır. Yapıda ahşap ve brüt beton geleneksel mimari elemanları ile harmanlanarak kullanılmış ve iç mekân; şadırvanlar, kubbeler, kemerler, ahşap kafesler ve 16. yüzyıl Osmanlı sır altı tekniği olan İznik çinileriyle bezenmiştir (Şekil 3.) (Arkiv , 2020).



Şekil 3. Beyti Et Lokantası iç mekanda çini kullanımı (Arkiv , 2020)

3.2.3. Karaköy Lokantası

İsmi İstanbul'da bulunduğu semtten alan Karaköy Lokantası, Autoban mimarlık tarafından ‘‘geleneksel Türk lokantalarının modern bir dönüşü’’ konseptiyle kurgulanarak, tasarlanmıştır.

Geleneksel Türk restoranlarının 21. yüzyıl uyarlamaları için güçlü ve çağdaş bir kimlik oluşturmayı seçen tasarımcılar, mekânı tasvir edecek tutarlı bir dil bulmak için, şehrin simgesel Türk restoranı Pandeli'yi referans olarak kullanmışlardır. Bu sayede Pandeli'nin sırlı turkuaz duvar çinileri, Karaköy Lokantası için tarihi bir referans noktasına dönüştürülebilmektedir.

İki katlı lokantanın iç mekânlarının en önemli unsurları turkuaz çiniler olurken, mekanda özel yapım pirinç aydınlatmalar, mozaik zeminler ve mermer detaylar da bulunmaktadır (Şekil 4.) (Autoban, 2010).



Şekil 4. Karaköy Lokantası iç mekânında çini kullanımı (Autoban, 2010)

4. LONDRA'DAKİ TÜRK LOKANTALARI VE ÇİNİ KULLANIMLARI

1950'lerden başlayarak, Türkiye'nin Avrupa'ya iş gücü ihracı ve aynı yıllarda Türkiye'nin Batı'ya dönük devlet politikaları geliştirmiş olması, kültürel etkileşimin kanallarını genişletmiştir. Göç eden işçilerin ayrıldıkları Anadolu coğrafyasından getirdikleri kültürel birikimin, onların eylemlerinde ayırd edici bir unsur olduğu görülmektedir.

Bu kültürel mirasın izleri günümüzde farklı coğrafyalarda hizmet veren Türk lokantalarının mimarisindeki çini kullanımlarında yukarıda değindiğimiz İstanbul örneklerine benzer biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Aşağıda Londra'da hizmet veren üç Türk lokantasının iç mimarisindeki çini kullanımları incelenmiştir.

4.1. Rüya Lokanta – İç Mekânda Çini Kullanımı



Şekil.5.Rüya Lokanta logosu (Ruyalondon, 2020)

Dubai Marina'daki Grosver House Hotel'de 2016 yılında ilk şubesiyle hizmete başlayan Rüya lokantanın, ikinci şubesi 2018 yılında Londra'nın Mayfair semtinde açılmıştır. Umut Özkanca'nın sahibi olduğu mekân İstanbul mimarisinden ilham alarak; Akdeniz'den Karadeniz'e uzanan çeşitli Anadolu bölgelerinden sofistike ve çağdaş yemekleri ziyaretçilerine sunmaktadır. Lokantanın iç mekân tasarımı Coran and Partner'a aittir.

Coren Partners, mekânda Anadolu ve Türk mutfağının zengin mirasını modern bir stilde uluslararası izleyici kitlesi için sergileyecek canlı ve çağdaş bir konsept yaratmayı hedeflemişlerdir. Mekânın tasarımı, Türk tarihinin unsurlarını, Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarından günümüze Doğu ve Batı kültürel etkilerinin buluşmasını kullanarak bunları; malzeme, desen, doku ve renklerle yeniden yorumlanmasından oluşmaktadır. Rüya, 110 kişilik bir yemek alanı, özel yemek odası, şef masası ve lounge bar ile birlikte 560 m2 lik bir alanda kurgulanmış olup, yaklaşık 190 kişi kapasitelidir (Conranandpartners, 2020).

Mekâna kimlik kazandırmak, ona özgünlük katabilmek için kültürden beslenmek gerekir (Ayber, 2012, s. 157). Bu açıdan bakıldığında Rüya iç mekân tasarımında temsil ettiği kültürün mirası olan İznik çinilerine modern yorumlarla yer verilmiştir. Bu sayede tasarımcıların, lokantanın temsil ettiği kültürün zengin sanatıyla mekândaki tasarım dilini zenginleştirerek, mekâna kimlik kazandırmayı hedeflediği anlaşılmaktadır. Ancak kültürden nasıl beslendiği nitelik ve nicelik bakımından önemlidir. Çünkü bu faktörler; duyum, algı, imaj oluşumunu etkilemektedir. Kahvecioğlu (1998), mekânsal kimliğin oluşum sürecini; duyum aşaması, algı aşaması ve imaj aşaması olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda, duyum, algı ve imaj mekân kimliğinin yansıtıcısı faktörüne dönüşmekte ve mekân kimliğini oluşturan Fiziksel Öğelerle (yerleşim, yapısal öğeler, mobilyalar, malzemeler, doku, desen, form) Algısal Öğeler (renk, aydınlatma, aksesuar sanat öğeleri, grafik, müzik) hepsi bir bütün olarak zihinde algılanarak, mekân kimliğini oluşturmaktadır. Burdan yola çıkarak mekânda oluşturulan kimliğin başarısı, algılanabilirlikle orantılıdır.

Araştırma konumuz sınırları içerisinde iç mekân kimliği üzerinden mekânın içindeki çini kullanımlarına bakıldığında, masa tablaları yüzeylerindeki kullanımlar dikkat çekicidir. Mobilyalar iç mekânda tek başına mekân kimliğini oluşturmada yeterli olmasa da masa tablaları üzerindeki geniş yüzeyli çini plakaların bu mekânın atmosferinde önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Şekil. 6). Büyük ebatlı ve Türklükle özdeşleşen turkuaz renginde olmalarının yanı sıra sedir oturma grubunun önünde rijit bir şekilde sıralanması ve göz hizasına yakın olması nedeniyle mekân deneyimi yaşayanlar tarafından kolay algılanmaktadır. Bu yüzeyler, gözle algılanması ve dekoratif olmasının yanı sıra; kullanımdan kaynaklanan dokunsal duylara da hitap etmektedir. Böylece algı, görme ve dokunma duylarından beslenerek, mekân deneyimi yaşayanların zihnindeki imajın oluşumunu desteklemektedir.

Mekânda bir diğer çini kullanımları duvar yüzeylerinde görülmektedir (Şekil.7). Mekânın sınırlandırıcısı olan duvarlar zeminden belli bir yüksekliğe kadar çinilerle kaplanmıştır. Çinilerin üzerinde kalan duvar yüzeylerinin açık renkle boyanarak sade bırakılması, dikkati üzerinde geometrik desenler bulunan parlak yüzeylerin üzerine çekmektedir. Bu sayede duvar yüzeyindeki çini uygulamaları kolay algılanmakta ve mekânın atmosferi bu imajlar sayesinde güçlenmektedir. Mekândaki masa tablaları ve duvar yüzeylerinde kullanılan çiniler dekoratif oldukları kadar masa yüzeylerinde kullanılmasıyla da işlevseldir.

Rüya iç mekân tasarımında kullanılan çiniler haricinde; kapıdaki ahşap işçiliği, zeminde kullanılan Marmara mermeri, yastıklardaki oryantalist desenli kumaşlar ve ekmeğin fırını, lokantanın köken aldığı kültürü yansıtan birleşenlerin başında gelmektedir. Türk mutfağının çağdaş yorumlarını bulunduğu kültür içinde temsil eden

mekânda, iyi bir tasarım organizasyonu ve uygulaması ile bütüncül düşünüldüğü anlaşılmaktadır. Bu sayede mekânın güçlü bir kimliğe sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Rüya Lokanta iç mekânda çini kullanımı

| Görsel | Çinilerin Kullanım Yeri | Çinilerin Tekniği |
|----------|-----------------------------|----------------------------------------|
| Şekil 6. | Masa Tablalarının Yüzeyinde | Tek renk sırlı çini tekniği |
| Şekil 7. | Duvar Düzleminde | Tek renk sırlı kabartmalı çini tekniği |



Şekil.6. Rüya Lokantanın masa tablalarında çini kullanımı (Conranandpartners, 2020)



Şekil.7. Rüya Lokantanın duvar düzleminde çini kullanımı (Parladesign, 2020)

4.2. Sofra Lokanta- İç Mekânda Çini Kullanımı



Şekil.8. Sofra Lokanta logosu (Sofra, 2020)

Londra Birleşik Krallık'ta Türk mutfağı sunan bir lokanta olarak 1981 yılında kurulan Sofra, günümüzde ise lokanta zincirine dönüşmüştür. Sofra'nın sahibi ve şefi olan Hüseyin Özer'' lokantalarının iç mekân tasarımında sadeliği ön planda tuttuğunu, onun için kaliteli yemeğin ön planda olduğunu ve mekân organizasyonunda sade bir düzenlemeyi tercih ettiğini'' verdiği röportajlarda açıklamaktadır.

Sofra, Dünya'da Michelin Guide tarafından tavsiye edilen tek Türk lokantası olarak bilinmekte ve bu nedenle günümüzde çok rağbet görmektedir. Öyle ki, Discovey Channel ''The Word's Richest People'' (Dünyanın en zenginleri) başlıklı belgeselde lokantanın sahibinden ''Türk mutfağını geliştiren insan'' olarak bahsedilmektedir (Gurulogy, 2020).

Mekân tasarımında görsel algıyı kuvvetlendirmek, mekânın amacına hizmet eden bir kimlik kazanması açısından önemlidir. Bu yüzden sanat öğelerinin mekân içinde kullanımı, kullanıcının ilgisini çeken ve mekâna anlam yüklenmesini sağlayan öğelerin başında gelmektedir (Uçar Kahraman, 2019). Bu bağlamda çini formları sanatsal özellikleriyle köken aldığı kültürün güçlü temsilcilerine dönüşür ve kullanıldığı yere artı değer katar.

Araştırma konumuz sınırları içerisinde iç mekân kimliği üzerinden mekânın içindeki çini kullanımlarına bakıldığında, duvar düzleminde 15. yüzyıl tekniklerinden mozaik çini tekniğindeki gibi çinilerin levhalardan kesilerek; düz bir hat üzerine verev bir şekilde yerleştirildiği görülmektedir (Şekil.9). Çinilerin bu duvar yüzeylerindeki sınırlı kullanımlarına rağmen mekândaki beyaz rengin ve gün ışığının yoğun olması, mekân ziyaretçisinin dikkatini üzerinde kıvrımlı formların ve bitkisel motiflerin bulunduğu çinilerin üzerine yöneltmektedir.

Çinilerin kolay algılanmasını sağlayan mekân içindeki bu faktörler, imajın mekânı deneyimleyenlerin zihninde hızlıca oluşmasını sağlamaktadır. İlk imajın ticari işletmelerdeki önemi göz önüne alındığında, mekândaki çini kullanımından kaynaklanan ilk imajın oluşumundaki bu hız önem kazanmaktadır.

Mekân malzeme ve renk seçimleriyle genel olarak çok sade bir atmosfere sahipken, duvar düzleminde klasik desenli İznik çinilerinin bordür olarak kullanılması ile birlikte, çinilerin sanatsal değeri mekânın modern havasına oryantalist bir değer katmakta ve bu sayede mekânın fiziksel boyutu, görsel algıyı destekleyerek eklektik bir kimliğe bürünmektedir. Mekâna bir bütün olarak bakıldığında; sanatsal değeri olan çinili yüzeylerin dikkat çekici yönü, lokantanın güçlü bir kimliğe bürünmesine katkı sağladığı görülmektedir (Şekil. 10).

Tablo 3. Sofra Lokanta iç mekânda çini kullanımı

| Görsel | Çinilerin Kullanım Yeri | Çinilerin Tekniği |
|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Şekil.9. Şekil.10. | Duvar Düzleminde | Çok renkli sır altı tekniği |



Şekil.9. Sofra Lokanta iç detayı (Reztoran, 2020)



Şekil.10. Sofra Lokanta iç mekân duvar düzleminde çini kullanımı (Mayfair.sofra, 2020)

4.3. Yeni Lokanta – İç Mekânda Çini Kullanımı



Şekil.11. Yeni lokanta logosu (Yenisoho, 2020)

İstanbul'un Beyoğlu semtinde 2013 yılında ilk şubesiyle hizmete başlayan Yeni Lokanta'nın, ikinci şubesi 2019 yılında Londra'nın Soho semtinde açılmıştır. Akdeniz mutfağı diye tanımlanan menüsünde Türk yemeklerinin modern yorumları Yeni'nin ziyaretçilerine sunulmaktadır. Civan Er'in sahibi olduğu mekânın atmosferi, tasarım ve malzeme seçimleriyle İstanbul'daki şubesiyle benzerlik göstermektedir. Mekânın tuğla duvarlarında açık renk, tavanlarda ise koyu renk tercih edilmiş olup; mekânın aydınlatmalarında bakır lambalar kullanılmıştır. Duvarlarda yıpranmış efekt olan mekânın zemininde ve mobilyalarında malzeme olarak ahşap kullanılmıştır (A-Moveable-feast , 2019).

Fiziksel çevre mekânın biçimlenişi üzerinde etkili olmaktadır (Ayber, 2012). Bu etkinin izleri, lokantanın hizmet verdiği kentin kimliğinde önemli bir yere sahip olan tuğla malzemesinin Yeni'nin duvar düzlemindeki kullanımlarında karşımıza çıkmaktadır.

Tuğla malzemesinin mekân içinde çokça kullanılmasına rağmen az miktarda kullanılan çiniler, parlak ve renkli yüzey özellikleri sayesinde mekân deneyimi yaşayanların dikkatini kolaylıkla çekmektedir. Duyumun bu yönünü Kahvecioğlu (1998), "bir uyrananın varlığı ancak bulunduğu ortam içindeki farklılıklarla mümkün olmaktadır" şeklinde açıklamaktadır.

Araştırma konumuz sınırları içerisinde iç mekân kimliği üzerinden mekânın içindeki çini kullanımlarına bakıldığında, İznik sır altığı tekniğinin modern yorumu olan çinilerin duvar düzleminde tek sıra bordür olarak kullanılmasının yanı sıra beyaz renkli lake servis bankosunun ön ve her iki yan yüzeyinde de kullanıldığı görülmektedir (Şekil. 12) (Şekil. 13). Bu çinilerde Türklükle özdeşleşen turkuaz rengin üzerine uygulanan desen, lokantanın logosundaki çiçek formundan oluşturulmuştur (Şekil. 11).

Beyaz renkli boyanan tuğla kaplı yüksek duvarların üzerindeki ahşap malzemenin yüzeyine bordür olarak kullanılan çinilerin, mekân içinde kolay algılanmasında; incelenen diğer lokantalarda olduğu gibi bu malzemenin sanatsal yönün dikkat çekiciliği ve birlikte kullanıldığı nötr renkli malzemelerin etkisi olduğu görülmektedir. Bu sayede algı görme duyumuyla kolayca desteklenmekte ve ilk imaj oluşumu gerçekleşerek, mekân kimliği onu deneyimleyenlerin zihninde kolayca belirlemektedir.

Mekân üzerinde kurgulanan tasarım düşünceleri yani mekânda oluşturulmak istenen kimlik, mekân içinde kavramsal karşılıkları olan imgelerle temsil edilmektedir (Kahvecioğlu, 1998). Mekânda kullanılan çinilere bu

açından bakıldığında, görsel algıyı kuvvetlendirerek mekânın ziyaretçisine vermek istediği Akdenizli havayı desteklemekte ve mekânın kimlik kazanmasında konsepti güçlendirdiği düşünülmektedir. Çiniler bu sayede kullanıcıların mekâna anlam taşımalarını sağlayan öğelere dönüşmekte ve mekânın Türk kültürünün çağdaş temsili olduğunu düşündürmektedir.

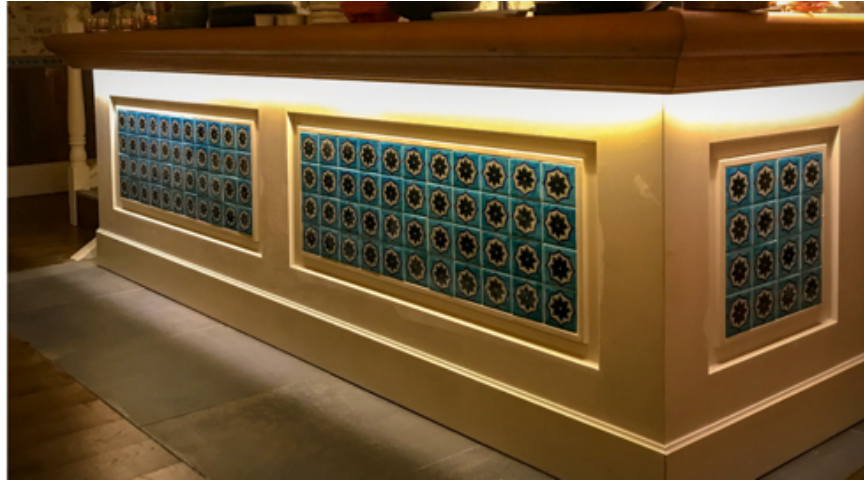
Mekândaki yüzeylere uygulanan çiniler dekoratif olduğu kadar servis bankosunun üzerindeki kullanımlarıyla da işlevseldir. Köken aldığı kültürü çağdaş yorumlarla bulunduğu farklı kültür içinde temsil eden Yeni, İznik çinilerinin de çağdaş yorumlarına mekân içinde yer vermesiyle mekânın kimliğini güçlendirdiği görülmektedir.

Tablo 4. Yeni Lokanta iç mekânda çini kullanımı

| Görsel | Çinilerin Kullanım Yeri | Çinilerin Tekniği |
|-----------|----------------------------|-----------------------------|
| Şekil.12. | Duvar Düzleminde | Çok renkli sır altı tekniği |
| Şekil.13. | Servis bankosunun üzerinde | Çok renkli sır altı tekniği |



Şekil.12.Yeni Lokanta duvar düzleminde çini kullanımı (London.eater, 2019)



Şekil.13.Yeni Lokanta servis bankosu üzerinde çini kullanımı (A-Moveable-feast , 2019)

5. SONUÇLAR

Çalışmada, Türk kültürünün zengin tarihi ve geniş coğrafyada oluşan yemek kültürünün çağdaş yorumlarını sunan üç lokanta, hizmet verdikleri ülke içinde değerlendirilip; çini uygulamaları ise, mekân kimliği bağlamı ile mekânın dekoratif ve aidiyet tamamlayıcı unsuru olarak incelenmiştir.

Yöntem olarak, mekân kimliği kavramından yola çıkılarak, Türk lokantalarında iç mekân kimliği oluşturulmasında çini malzemenin kullanım etkisi, kimliğin yansıta faktörleri (duyum, algı, imaj) bağlamında değerlendirilmiştir.

Londra gibi kozmopolit bir şehirde hizmet veren lokanta işletmeleri içinde Türk mutfağının modern yorumlarını sunan üç işletmenin iç mekânında, tasarım öğelerinin her biri mekâna kimlik katan öğeler olmasına rağmen, mekânın ambiyansında restoranların köken aldığı Türk mutfağının ve Türk kültürünün yansımaları kullanılan çinilerde görülmektedir. Çinilerin kullanıldığı yüzeyler mekânı ilk kez deneyimleyenleri etkilemekte ve onların zihinlerinde mekân hakkındaki ilk imajın oluşmasına katkı sunmaktadır.

Kahvecioğlu (1998), Mekânsal imajların oluşumunu sağlayan algısal süreci, yapılan akademik çalışmalarda görselliğin ötesindeki boyutlarıyla incelemekle beraber, bu çalışmalarda kullanılan örnekler görsel algı ve görsel imaj üzerinden kurgulanmaktadır şeklinde açıklamaktadır. Çalışmada da tespit edilen veriler bu ifadeyi destekler nitelikte olmasının yanı sıra Rüya lokantasının masa tablalarındaki çini kullanılan yüzeyler, görsel algının haricinde kullanımdan kaynaklanan dokunma duyusuyla da algılanmaktadır. Böylece çinilerin mekân ziyaretçisinin zihnindeki ilk algı süreci, görsel duyumun haricindeki duyularla da beslenerek oluşmaktadır.

Lokantalarda kullanılan çinili yüzeyler mekân içinde kolay duyumsanarak, imgelerin zihinlerde imaja dönüşmesi ile birlikte; çinilerin, Türk kültürünü yansıtan sanatsal yüzeyler olması özellikleri, mekân kimliğinin algılanması üzerinde etkileyicidir.

İncelenen ilk işletme olan Rüya lokantasının duvarlarında tek renk çinilerin ve masa tablalarında özel üretim tek parça Türklerle özdeşleşen renk olan turkuaz çinilerin kullanımı; mekân tasarımını renk, doku, malzeme ve sanatsal özellikleriyle birlikte desteklemektedir. Mekânın ziyaretçisinin zihninde fark edilmesini sağlayan bütün özellikleriyle birlikte; çinilerin bu mekân hakkında önemli imgeye dönüştüğü ve bu bağlamda mekânın kimlik kazanmasına katkı sağladığı tespit edilmiştir.

İkinci işletme olan Sofra lokantasının iç mekân duvarlarındaki sınırlı çini kullanımlarına rağmen çinilerin yüzeyindeki kompozisyonla birlikte; mekân deneyimini yaşayanlarda Türklükle çağrışım yapmaktadır. Lokantada kullanılan çiniler, mekân tasarımından kaynaklanan sade atmosferin etkisiyle, mekânda geçirilen süreden bağımsız olarak, ziyaretçisi tarafından kolayca algılanmaktadır. Böylece zihinde oluşan ilk imajla birlikte lokantada kullanılan çinilerin, mekânın kimlik kazanmasında önemli rol oynadığı tespit edilmiştir.

İncelenen son lokanta olan Yeni'nin duvarlarında ve servis bankosunun üzerinde kullanılan çinilerin yüzeyindeki kompozisyonun, mekânın logosundan oluşturulduğu, yine Türk rengi olarak bilinen turkuaz zemin üzerine uygulandığı görülmüştür. Bu sayede mekân kimliği, incelenen diğer lokantalarda olduğu gibi tasarım öğelerinin mekâna olan katkılarının haricinde; çinilerin iç mekânda kullanımıyla birlikte şekillendiği tespit edilmiştir.

İşletmelerin üçünde de duvar düzleminde kullanılan çiniler kullanım amacına göre dekoratif olmasına rağmen Rüya lokantasının masa tablalarındaki çini kullanımı ile Yeni lokantasının servis bankosundaki çini kullanımı hem dekoratif hem de işlevsel özellikleriyle mekân tasarımını zenginleştirdiği görülmüştür.

Mekânlar üzerine kurgulanan kimlikler, mekân içinde kavramsal karşılıkları olan imgelerle temsil edildiğinden, nitelikli imaja dönüşecek algının oluşmasını, mekânın fiziksel ve algısal öğeleri belirlemektedir. Bu bağlamda İznik çinilerinin iç mekânda kullanılması nitelikli bir imaj yaratarak, kullanılan yeri nitelikli bir mekâna dönüştürdüğü söylenebilir. Çini kullanılan mekanlardaki bu nitelikli dönüşüm, ticari işletmeler olan lokantaların günümüz reketçi koşullarında fark yaratmalarına katkı sağlayabilir.

Sonuç olarak incelenen her üç lokantada da tasarım öğelerinin kimlik oluşumuna katkısı olmakla beraber, tasarlanan mekân kimliğini yansıtan asıl aracın, tasarıma katkı sağlayarak mekânın imajını güçlendiren ve mekâna sanatsal bir boyut kazandıran el yapımı çinilerin olduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Atalay, M. (1983). Kütahya Çinicilik Sanayisinin İncelenmesi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ayber, U. (2012). Mekân Kimlik İlişkisinde Işık ve Renk Faktörlerinin Psikolojik ve Sosyolojik Analizi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü . İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Arkiv. (2020). <http://www.arkiv.com.tr/proje/beyti-et-lokantasi1/1007> Erişim tarihi: 11.11.2020
- Autoban. (2010). www.autoban.com: <https://www.autoban.com/en/projects/hospitality/fb/karakoy-lokantasi> Erişim tarihi: 11.11.2020
- A-Moveable-feast. (2019). <https://a-moveable-feast.co.uk/2019/02/06/yeni/> Erişim tarihi: 5. 11. 2020
- Conranandpartners. (2020). <https://conranandpartners.com/project/dream-ruya/> Erişim tarihi: 2.11.2020
- Çalışkan, K. (2019). 20. Yy'da İznik Çinileri'nin Yeniden Ortaya Çıkışı ve Bu Süreci Etkileyen Bir Çini Ustası: Faik Kırımlı. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Geleneksel türk Sanatları Anasanat Dalı. İzmir: Yükek Lisans Tezi.
- Gurulogy. (2020). <https://www.gurulogy.com/sofra-london> Erişim tarihi: 2.11.2020
- Yenisoho. (2020). <https://www.instagram.com/yenisoho/> Erişim tarihi: Kasım 2020
- Kahvecioğlu, H. L. (1998). Mekansal İmajın Oluşumu ve Yapısı Üzerine Bir Model. Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü . İstanbul: Doktora Tezi.
- Koç Altuntaş, S., & Ertaş Beşir, Ş. (2019). Atlas Uluslararası 4. Sosyal Bilimler Kongresi. Türk Evinde İç Mekan Kimliği, (s. 425-435). Ankara.
- Küçükylmazlar, A. (2006). İstanbul Ticaret Odası Çini Araştırması. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- London.eater . (2019). <https://london.eater.com/2019/2/7/18215136/yeni-london-restaurant-yeni-lokanta-istanbul-civan-er>: Erişim tarihi: 5.11.2020
- Mayfair.sofra. (2020). <https://mayfair.sofra.co.uk> Erişim tarihi: 2.11.2020
- Öney, G. (2007). Doğu'dan Batıya İslam Sanatında Türk Çini ve Seramiklerine Uzanan Miras. G. Öney, & Z. Çobanlı içinde, Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı (s. 13-23). İstanbul: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Pandeli. (2020). <https://www.pandeli.com.tr/hakkinda> Erişim tarihi: 11.11.2020
- Parladesign. (2020). <https://www.Parladesign.com/en/projects/ruya-restaurant-london/> Erişim tarihi:5.11.2020
- Reztoran. (2020). <https://www.Reztoran.com/en/london/112406>. Erişim tarihi: 20.12.2020
- Royalondon. (2020). <https://royalondon.com/welcome/> Erişim tarihi: 2.11.2020
- Sancak, A. (2009). Kentsel Mekan Kimliğinin Oluşumunda Kent Mobilyası Tasarım Kriterleri. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi,Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.
- Sofra. (2020). <https://www.sofra.co.uk/> Erişim tarihi: 2.11.2020
- Şahin, M. (2015). Geleneksel Türk Süsleme Sanatlarında Çinicilik. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü . İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Tripadvisor. (2020). [https://tripadvisor.com.tr/ Restaurant Review- g293974-dd940372-Reviews-Pandeli-Istanbul.html#photos;aggregationid=&albumid=101&filter=77&ff=420955271](https://tripadvisor.com.tr/Restaurant-Review-g293974-dd940372-Reviews-Pandeli-Istanbul.html#photos;aggregationid=&albumid=101&filter=77&ff=420955271). Erişim tarihi: 2.11.2020

Uçar Kahraman, E. C. (2019). Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Mekan Kimliğinin Fine Dining Restoranlar Örneğinde İncelenmesi. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Yarımay, Ö. (2018). Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul'da Müze Olarak Tasarlanan Yapıların Mimari Kimlik Bağlamında İrdelenmesi. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Yetkin, Ş. (1972). Anadolu'da Türk Çini ve Sanatının Gelişmesi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.