

GASTRONOMİDE YENİ BİR EĞİLİM: BARİSTA (KAHVE BAR GÖREVLİSİ) VE BARİSTALIK

Dr. Öğretim Üyesi Mehmet BAHAR

*Kapadokya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler YO, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
mehmet.bahar@kapadokya.edu.tr*

Dr. Öğretim Üyesi Ezgi Demir ÖZER

*Kapadokya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler YO, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ezgi.ozer@kapadokya.edu.tr*

Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU

*Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
nedim@akdeniz.edu.tr*

ÖZET

Emperyalizmin bir türü olarak karşımıza çıkan kültür endüstrisi, bir ülkenin kendi kültürel değerlerini bir başka ülke halkına kendi çıkarları doğrultusunda benimsetmesi olarak tanımlamak mümkündür. Günümüzde yaygınlaşan kitle iletişim araçları yoluyla kaynak ülke hedef ülkeye kendi yaşam tarzını ihraç edebilmekte hatta bunu bir statüko belirleyici bir unsur olarak benimsetebilmektedir. Bu sebeple eski Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri (Rusya), Çin gibi ülkelerle Mc Donald's ve Star Bucks gibi fast food işletim sistemi temelli bir yaşam tarzı yardımı ile diğer toplumlara da kendi doğrultusunda dönüştürebilmektedir. Benzer durum Türkiye'deki kahve dükkanları için de geçerlidir. Son yıllar da her köşeye açılan kahve dükkanları ülkemize önceleri yabancı zincirler aracılığıyla girmiş olup, geçtiğimiz beş ve altı yılda yerli marka ve zincirlerin devreye girmesiyle tüm yurt sathına yayılmıştır. Önceleri çay ve Türk kahvesi içmeye dayalı içecek alışkanlıkları değişirken, yeni açılan kafelerle birlikte girmesiyle espresso, latte, macchiato gibi içecekler günlük yaşamımıza girmişlerdir. Bu yeni kahve kültürü beraberinde daha önce ülkemizde hiç bilinmeyen kahve ve kahve ekipmanları hakkında bilgi sahibi ve talep edildiğinde kahve ile ilgili detaylı bilgi verecek kişi diye tanımlayabileceğimiz "Barista" kavramı hayatımıza girmiştir. Bu makalede aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmaktadır. Barista nedir ve ne iş yapar? Dünyada ve Türkiye'de ki mevcut konumu nedir? Barista olmak için hangi eğitimleri almak gerekir ve bu eğitimler kimler tarafından verilmektedir gibi kavramlar incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Barista, Kahve, Gastronomi, Latte Art, Espresso.

A NEW TREND IN GASTRONOMY: COFFEE ARTIST (BARISTA) AND PREPARING-SERVING COFFEE

ABSTRACT

The cultural industry, which emerges as a kind of imperialism, can be defined as the adoption of one's own cultural values to the people of another country for their own interests. Nowadays, the source country can export its own lifestyle to the target country and even market it as a status quo element through the mass media. For this reason, the former Soviet Socialist Republics (Russia) can transform other societies into their own countries with the help of a fast food operating system based lifestyle such as Mc Donald's and Star Bucks. A similar situation also applies to coffee shops in Turkey. In recent years, coffee shops opened to every corner have entered our country through foreign chains and spread to the whole country with the introduction of domestic brands and chains in the last five and six years. Initially, tea and Turkish coffee-based beverage habits changed, while the newly opened cafes with the introduction of espresso, latte, macchiato drinks have entered our daily lives. With this new coffee culture, the concept of Barista, defined as the person who has knowledge about coffee and coffee equipment's that we have not witnessed before in our country and who gives information about coffee types, has entered into our lives. In this article, the following questions are tried to be answered. What is Barista and what does it do? What is the current position in the world and in Turkey? In order to become a barista, what kind of trainings are required and who are given these trainings are tried to be examined.

Key Words: Barista, Coffee, Gastronomy, Latte Art, Espresso.

GİRİŞ

Yayımlılık olarak tarif edebileceğimiz emperyalizm, bir devletin başka devletler üzerinde kendi çıkarları doğrultusunda etki ederek kontrol altına almaya çalışmasıdır. Eskiden savaşlar ile gerçekleştirilen bu kontrol etme çabası o ülkenin mevcut kaynaklarını ve zenginliklerini de sömürme olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde ise bu

kontrol etme çabası savaşlardan çok kendine bağımlı kılma olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağımlılık ekonomik olarak olabildiği gibi, jeopolitik ve kültürel bağımlılık olarak da olabilmektedir.

Emperyal güçler kendi düşünce ve yaşam tarzlarını kendi kültürel değerlerini içinde bulduğumuz iletişim çağı nedeniyle moda, film, dizi, basın yayın organları, internet ve sosyal medya aracılığıyla hedef ülkeye ihraç edebilmektedir. Daha önce o ülke hayatında var olmayan öğeler günlük yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline getirilmektedir. Çok zengin bir fast food geçmişimiz ve mutfağımız olmasına rağmen hala her köşeye açılmaya devam eden “hamburgerciler” Türk damak tadı olan pide, lahmacun ve döner dükkanlarını tehdit edecek düzeye gelmiştir.

Yine aynı şekilde o kadar köklü bir kahve geçmişine sahip bir ülke olmamıza rağmen günümüzde yaygınlaşan kahve dükkanları konsepti de yıllardır var olan “kahve kültürümüzü” tehdit etmekte ve her gün kapanan geleneksel “kahvehanelerin” yerine adı “kahveci” ama konsepti tamamen yabancı mekanlar açılmaktadır.

14.yy'da Etiyopya'nın Kaffa bölgesinden Yemen'e getirildiği tahmin edilen, 16. yy'da da Türkler tarafından keşfedilen kahve, sonraki beş yüz yıllık süreçte Dünya mutfaklarında yerini alıp değişimlere uğramıştır. İlk zamanlarda Araplar tarafından sadece kaynatılarak içilen kahve, kavrulularak, dövülerek, uzun sürede pişirilerek Türk damak tadına uygun hale getirilmiştir. Dünyada da Türk usulü kahve pişirme bugünkü anlamda “Slow Food”un ilk kahve pişirme tekniği olarak zikredilebilir (Özgen, Ergun ve Kaymaz, 2019).

Bu kadar eski bir yere sahip olan kahve günlük hayatın vazgeçilmez bir öğesidir. Özellikle insan ilişkilerinde dostlukların kurulması, problemlerin çözülmesi ve sosyalleşme tarafların birbirine kahve ikram etmesiyle gerçekleşmiştir. Ziyarete gelinen misafirlere günün hangi saati olursa olsun koşulsuz ve tereddütsüz olarak çay ve kahve ikram edilmektedir. Bu sebeple “içilen bir fincan kahvenin 40 yıl hatırı vardır” sözü kahvenin Türk toplum hayatında işlevini ortaya koyan güzel bir atasözüdür. Öyle ki Dünya'nın ilk kahve dükkanı 1475 yılında İstanbul'da açılmıştır (Küçükömürler ve Özgen, 2009).

Gaascht ve arkadaşları günde neredeyse iki milyar bardak tüketilen kahvenin sudan sonra dünyadaki en popüler içecek olduğunu belirtmiştir (Gaascht, Dicato ve Diederich, 2015). Kahve tüketimi 1. 2. ve 3. dalga kahve anlayışları olarak 1900'lü yıllardan bu yana belirli aşamalar geçirmiştir. 1. Dalga kahveler, şimdilerde de aşına olduğumuz Nescafe, Folgers vb. gibi su ile karıştırıldığında çözünerek hazır içilebilen kahve anlayışını ifade etmektedir. 2. dalga ise 1960 ve sonrası Starbucks gibi zincirlerde espresso, latte, cappuccino gibi kahvelerin servis edilmesini, kahveden daha fazla keyif almayı ortaya çıkartmaktadır. 3. dalga kahve akımı ise özünde kahveye saygı duymayı, ona şarap, yemek, müzik gibi davranmayı temsil etmektedir. Kahvenin hangi ülkeden geldiğiyle birlikte hangi çiftlikten geldiğini, hangi parametreler ile üretildiğini, nasıl kavrulduğunu ve en iyi aroma ve tadı alabilmek adına nasıl demlendiğini bilmek 3. dalga kahve akımını anlamak için çok önemlidir. Farklı kavurma, öğütme ve demleme teknikleri ve mokapot gibi özel demleme ekipmanlarıyla hazırlanan kahve tüketicisine adeta bir deneyim sunmaktadır (Baruönü ve Örs, 2018).

Yaşanan ekonomik büyüme ve gelişimin sonucu olarak oluşan büyük alış-veriş merkezleri ile plazaların inşa edilmesi bu mekanlarda çalışanların kendi konuşma dillerini oluşturmakla kalmayıp aynı zamanda kendi yiyecek-içecek kültürünü de oluşturmuştur. Yaşanan teknolojik gelişmeyle birlikte çay kahve ekipmanlarındaki yaşanan gelişmeler sonucu pahalı olan kahve makinalarının ucuzlayarak ve küçülerek çalışma ofislerinde yerlerini almıştır. Dünyaca ünlü kahve markalarının ülkemizde art arda açılmasıyla birlikte bu tür kahve mekanlarına gitmek hem içinde bulundurduğu ücretsiz internet erişimi, hem de sürekli olarak, “Ne içmek isterseniz?” baskısı olmadan oturma ve arkadaşlarla sohbet imkânı sağlamıştır. Ayrıca isim yazılı kahve bardağının toplum nezdinde bir statü sembolü haline gelmesi bu tür mekanlara olan ilgiyi her geçen gün arttırmıştır. Pazarda oluşan bu talep artışı karşısında uluslararası kahve marka ve zincirlerinin yanında birçok yerli marka kahve firmalarının açılmasını sağlamıştır. Artık günümüzde her köşe başında en az birkaç farklı firmaya ait değişik tür çay ve kahvelerin içilebileceği mekanlar hızla açılmış ve açılmaya devam etmektedir.

Yaşanan bu değişimle birlikte daha önceleri hiç bilinmeyen ama günümüzde artık herkes tarafından bilinir hale gelen, barista ve baristalık kavramı hayatımıza girmiştir.

GELENEKSEL TÜRK KAHVE KÜLTÜRÜ VE TÜRK KAHVESİ

Türk kahve kültürü 1475 yılında ilk kahvehanenin İstanbulda açılarak servis edilmesiyle başlamış olup 500 yıldan fazla bir zamandır geleneksel olarak yapılmaya ve tüketilmeye devam edilmektedir. Tarihi süreç içinde kahvehaneler her ne kadar sosyalleşmenin bir merkezi haline gelmiş olsalar da kahvehanelerde oluşturulan kitaplıklar sayesinde isimlerinin “kırathane” (okuma evi) ye dönüşmesiyle birlikte toplumun bilgilenmesi ve eğitilmesinde de adeta bir kültür merkezi fonksiyonunu ifa etmişlerdir. Meddahların, saz şairlerinin (aşık) saz çalıp söylediği, mani yarışmalarının

düzenlendiği yerlerde bu kahvehaneler olmuştur. (Yıldız, 2002) “Gönül ne kahve ister ne kahvehane, gönül muhabbet ister kahve bahane” sözü kahve ve kahvehanenin ortaya koyduğu sosyalleşme fonksiyonunu en güzel şekilde ortaya koymaktadır. Yine “Yorgunluk kahvesi” kavramı da işten yorulan kişilerin kahve içerek dinlenmesini ifade etmektedir. Ayrıca kız isteme, söz kesme, bayram ziyareti gibi özel durumlarda da “kahve servisi” vazgeçilmez ritüeller arasında yerini almıştır. Kahve sonrası bakılan “kahve falı” da insan ilişkilerini geliştirme fonksiyonunun yanında kişilerin için de buldukları sıkıntı ve problemlerinin cevabını kahve falında bulmaları sebebiyle psikolojik terapi görevi de görmektedir. Kahve ile ilgili özdeşleşme Türk’lerde o kadar fazla olmuştur ki;

- “Yıllar boyu Dünya adlı kahvede,
- Beraber ağladık, beraber güldük.
- Gerçi piştik ise aynı cezvede,
- Ayı ayrı fincanlara döküldük”
- (Anonim)

diye şiirler yazarak yaşadıkları Dünya’yı kocaman bir kahveye ve hayatın olağan süreci içinde yaşanan ayrılıkları da ayrı fincanlara dökülmek olarak betimlemiştir. Ayrıca 2013 yılında “Türk kahve kültürü ve geleneği” Unesco tarafından somut olmayan kültürel miras olarak tescil edilmiştir (Unesco, 2013).

Bir fincana iki çay kaşığı kahve kullanılarak kısık ateşte iyice karıştırılarak özenle hazırlanan Türk kahvesi arzuya göre, şekerli, orta, az şekerli ve sade olarak ikram edilmektedir. Kendine has fincanı ve tabağıyla birlikte yanında lokum ve bir bardak su ile servis edilmektedir. Türk kahvesinin hazırlanışı gibi içilmesi de birtakım ritüellere sahiptir. Şöyle ki; Türk kahvesi acele içilmez, eğer birlikte su ikram edilirse genel yaygın kanaatin aksine su kahveden sonra değil önce içilerek ağız temizlenerek kahvenin lezzetini tam olarak alması sağlanır. Aynı zamanda hüpürdeterek içmekte dışardan bakanlar için her ne kadar komik gibi gözükse de kahvenin köpüğünün kaybetmeden içilmesi için şarttır ve ritüelin bir parçasıdır.

Yüzyıla gelene kadar Dünya da geçerli olmuş kahve hazırlama yöntemi Türk kahvesi yöntemiymi (Koyuncu, 2017). 1683 yılında Viyana kuşatmasında Türk ordusunun beraberinde getirdiği beş yüz çuval kahveyi burada bırakarak buralarda kafelerin açılmasına vesile olduğu ve buradan da Avrupa’ya yayıldığı da iddia edilmektedir. (Hatipoğlu ve Batman, 2014) Bu sayede kahve ile yüzyıllar sonra tanışan Avrupa kendi pişirme yöntemlerini geliştirerek ve bu pişirme yöntemlerini de tüm Dünya’ya ihraç ederek kahve konusunda söz sahibi olmuşlardır. Bu söz sahibi olma durumu ülkemizde de etkisini göstermiş yüzyıllardır var olan kahve kültürünün simgesi kahveler her geçen gün açılan yeni kafelere birer birer yenik düşerek kapanmaya başlamıştır. Artık günümüz gençliği kahvehaneler yerine kafelere gitmekte ve burada sosyalleşmeye çabalamaktadır. Bu kafelerin yaygınlaşmasıyla birlikte burada çalışacak kişilerin geleneksel kahvehanelerden farklı özelliklere sahip kişiler olması gerektiği ortaya çıkmış ve bu yeni konseptte uygun eleman istihdamına başlanmıştır. Barista da böyle bir ihtiyaç sonrası ülkemize girmiş ve yerini almıştır. Artık İnternet iş sitelerinde “Barista Aranıyor” türü ilanlar her geçen gün artarak yer almakla birlikte “Profesyonel Baristalık Kursları” ilanları da aynı hızla yayılmaya devam etmektedir.

BARİSTA NEDİR?

En basit anlamıyla “insanlara kahve servis eden kişi” olarak tanımlayabileceğimiz barista kelimesi İtalyancadan dilimize geçmiştir. Doğru çekirdekleri kullanarak lezzetli bir kahve yapan ve bunu en iyi şekilde müşteriye sunan kişidir barista (Taftcoffee, 2019). İtalya’da erkek baristalara baristi, kadın baristalara da bariste denilmektedir (Wikipedia, 2019). Bir başka tanıma göre barista; bir kahve dükkanında espresso bazlı içecekleri hazırlamayı görev edinmiş kimsedir (Laurier, 2013). Barmen nasıl iyi bir kokteyl yaparsa, Sommelier nasıl iyi bir şarap seçerse, Barista da iyi bir kahve nasıl hazırlanır ve nasıl servise sunulur tüm bu konularda uzman kişi demektir. Barista yalnızca kahveyi hazırlamaz, neredeyse kocaman bir kahve dükkanının yükü üzerindedir. Kahvelerin kavrulma seviyesini kontrol eder, kahve makinesini daima temiz tutar, kahve severin sesine kulak verir, istenilen kahveyi en iyi şekilde yapmaya çalışır ve “latte art” da dahil kahvenin en ufak ayrıntısına dair bilgisi olan kişidir (Doğan, 2015).

Baristanın Özellikleri

Yukarıda her ne kadara basitçe “kahve hazırlayan kişi” olarak tanımlanan baristanın iyi bir barista olabilmesi için bir çok özelliğe sahip olması gerekmektedir. Bu özellikleri sıralayacak olursak Barista;

- Kahvenin kökeni hakkında bilgi sahibi olmalı, kahve çekirdeğinden iyi anlamalı ve özelliklerini misafirler ile paylaşacak kadar iyi bilmelidir.

- Kahve makinalarını kullanmayı ve ufak tefek arızalarını gidermeyi bilmelidir.
- Kullandığı tüm alet ve ekipmanların temizliği kahvenin lezzeti kadar önemlidir. Bu sebeple hijyen kurallarına dikkat etmeli ve eksiksiz uygulamalıdır.
- Dünyadaki yeni trendleri ve gelişmeleri takip eder ve bu gelişmeleri kahve dünyasına adapte etmeye hazır hale getirerek içilen kahvenin en iyisi olmasına çalışır.
- Edindiği tecrübe ve deneyimlerden yola çıkarak kendi yarattığı karışımı misafirlere sunabilir.
- Sadece espresso bazlı kahveler değil, aynı zamanda diğer kahve ekipmanlarını da kullanarak değişik kahve türlerini hazırlayabilir.
- İyi bir kahve yapmanın yanında güzel bir sunumda en az onun kadar önemlidir. Bu sebeple barista dizayn ve tasarım konusunda kendisini geliştirmeli ve hazırladığı kahveleri misafirlerin ilgisini çekecek görünümde sunmalıdır.

a) Barista Eğitimi

Ülkemizde kafelerin yayılmasıyla birlikte artan Barista ihtiyacını karşılamak için gerek ticaret odaları aracılığıyla gerekse özel firmalar aracılığıyla ya da kafe zincirinin kendi içlerinde düzenledikleri eğitim programları çerçevesinde barista eğitimleri yapılmaktadır. Öte yandan Mesleki Yeterlilik Kurumunun 22.07.2015 tarihinde yayınladığı “Ulusal Yeterlilik” belgesinde 15UY0216-4 koduyla Kahve Bar Görevlisi (Barista) başlıklı belgede 4. seviye “ulusal yeterliliği” Antalya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından hazırlanmıştır. Hazırlanan bu ulusal yeterlilik belgesinin amacı; yiyecek içecek sektöründeki Kahve Bar Görevlisi (Barista) mesleğinin gerektirdiği bilgi, beceri, yetkinlikleri tanımlama, ölçme-değerlendirme ve belgelendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesidir (Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2015).

Mesleki Yeterlilik Kurumunun oluşturduğu Ulusal Yeterlilik Şartları çerçevesinde Barista olabilmek için teorik ve performansa dayalı sınavlara girilmesi zorunlu eğitim başlıkları (Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2015);

- İş Sağlığı ve Güvenliği Faaliyetleri ve Çevre Koruma
- Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemleri
- İş Organizasyonu ve Meslek Gelişim
- Servis Öncesi İşlemler
- Servis İşlemleri
- İçecek ve Yiyecek Servisi
- Gün / Vardiya Sonu ve Periyodik İşlemler olarak belirlenmiştir.

Barista olacak adayın yukarıda adı geçen tüm bu zorunlu birimlerin tamamından başarılı olması gerekmektedir.

“İş Sağlığı ve Güvenliği Faaliyetleri ve Çevre Koruma” yeterlilik biriminin kazanılması için tavsiye edilen eğitim içeriği özetle; İş sağlığı ve Güvenliği konuları, Çalışma Mevzuatı, Çevre Yönetim Sistemi konuları ve alt başlıklarını içermektedir.

“Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemleri” yeterlilik birimi ile ilgili tavsiye edilen eğitim içerikleri ise; gıda güvenliği ve hijyen kuralları, kişisel hijyen, kalite yönetim sistemi prosedürleri, konuk memnuniyetini sağlamanın yolları, konularını ve bunlara ait alt başlıkları içermektedir.

“İş Organizasyonu ve Mesleki Gelişim” yeterlilik birimi için eğitim konuları, işi ile ilgili ve mesleki gelişime ilişkin faaliyetleridir.

“Servis Öncesi İşlemler” yeterlilik birimi ile ilgili olarak da, sorumlu olunan alanın temizlenmesi ve gerekli malzemelerin temini ile kullandığı makinaların ve gereçlerin çalışma kontrollerini yaparak ve stoklarının göz geçirilmesi konularını içerir.

“Servis İşlemleri” yeterlilik biriminde ise siparişin alınması ve bu siparişe ilişkin misafirin ödeme yapması işlemleri ile servis sırasında oluşan kazalar ve acil durumlarda yapılacak işlemleri içerir.

“İçecek ve Yiyecek Servisi” yeterlilik birimi ile ilgili olarak, sıcak içecek servisi ile ilgili hammadde ve ürün ilişkileri bilgisi, kahve türleri hakkında detaylı bilgi sahibi olma (kahvelerin menşesine göre işleme aşamaları; kavurma, harmanlama, öğütme, damıtma ve kurutma) konuları hakkında eğitim bilgilerini içerir. Ayrıca espresso bazlı kahveler, bitki çayları, türk kahvesi, filtre kahve, sıcak çikolata, ve french press, buzlu kahve türü içeceklerin hazırlanış şekilleri ve servis inceliklerini öğrenmiş olması beklenir. Bu içeceklerin yanında servis edilen her türlü sıcak ve soğuk yiyecek ürünlerin servisini yapar.

“Gün/Vardiya Sonu ve Periyodik İşlemler” yeterlilik biriminde ise yiyecek ve içeceklerin uygun koşullarda saklanması, iş sonrası kullanılan makine, donanı ve çalışma alanının temizliği ve kontrolünün yapılması konularını içerir.

Yukardaki yazılı olan yeterliliklerin sınavlarını ve belgelendirmelerini yapmaya ilk olarak 2017 yılında bu mesleki yeterlilik belgesini de hazırlayan ATSO'ya verilmiş olup, günümüzde KALİTESERT Uluslararası Belgelendirme Denetim ve Dış. Tic. Ltd. Şti. ve ADÜSEM Adnan Menderes Üniversitesi Sürekli Eğitim Araştırma ve Uygulama Merkezi olmak üzere 3 kurum tarafından belgelendirilmektedir (Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2019).

Bu belgeleri almak ve Baristalığın inceliklerini öğrenmek için ülkemizde birçok özel kursta düzenlenmektedir. Bu kurslarda baristalık hakkında teorik bilgilerin yanında, makina kullanımı, kahve kavurma ve demleme teknikleri, kahve servis sunum ve süsleme ve işletmecilik konularında eğitimler verilmektedir.

Genel olarak bu eğitimler incelendiğinde; Temel, orta seviye ve ileri seviye eğitimler olmak üzere 3 ay ayrıldıkları görülmektedir. Temel barista eğitim 1 günlük bir süre içinde verilebilmekte ve buna ilave olarak orta seviye baristalık eğitimi 2 gün civarında olmaktadır. İleri seviye baristalık eğitimi ise 2 ila 3 gün sürebilmektedir. Bu eğitimler bir seferde ard arda alınabildiği gibi modül modül tamamlanarak sertifika almaya hak kazanılmaktadır. Ayrıca eğitimleri düzenleyen kişi ve kurumlar bu 3 modülün bazılarını tek tek veya 2'li ve 3'lü gruplar halinde düzenleyebilmektedirler. Verilen tüm bu eğitimlerde teorik bilgilerin yanında pratik uygulamalı eğitimlerde verilmektedir. Bu eğitimler sonucu verilen sertifikalar her ne kadar iş bulma da önemli bir avantaj sağlasa bile Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesince tüm meslek dallarında çalışanların resmi olarak sertifikaları zorunluğu sebebiyle yakın zamanda alınan bu eğitimlerin Mesleki Yeterlilik Kurumu'nun yetkili kıldığı merkezler aracılığıyla resmi yeterlilik belgesine dönüştürülmesi kaçınılmazdır.

ENDÜSTRİ 4.0 VE BARİSTALIKTA ROBOTLAŞMA EĞİLİMİ

Günümüzde sıkça söz edilen ve Endüstri 4.0 olarak isimlendirilen dördüncü endüstri devrimine robotlaşma, Nesnelerin İnterneti, yapay zeka, sensörler, bilişsel teknolojiler, nanoteknoloji, İnternetin Hizmetleri, kuantum bilişim, giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik, akıllı sinyalizasyon, akıllı robotlar, büyük veri, 3D ve akıllı şebekeler gibi yeni nesil teknolojiler yön vermiştir. Endüstri 4.0 teknolojileri hayatımızda iş yapma, iletişim, eğitim gibi alanlarda hızla kullanılarak iş ortamları ve yaşam tarzlarını değiştirmeye başlamıştır (Bahar, Yüzbaşıoğlu ve Topsakal, 2019). Kahve hazırlama ve servisinde ilk kez 2017 yılında San Fransisco'daki bir alışveriş merkezinde “Cafe X” isimli robot kullanılmaya başlanmıştır. Bu robot sekiz farklı kahve çeşidini ve her biri için üç farklı çekirdek seçeneği ile sunmakta olup, siparişinizi akıllı telefon aracılığıyla vermeniz mümkündür. Ortalama 1 dk gibi bir hazırlama ve teslim etme süresi olan Cafe X kahve servisini sunulan her kahvenin standardının %100 aynı olmasını garanti altına aldığı kadar, personel maliyetinin ortadan kalkması sebebiyle rakiplerine oranla iddialı fiyatlardan kahve sunma imkânı vermektedir. En büyük kahve dükkanlarından olan Starbucks şimdilik bu uygulamaya sıcak bakmadığını açıklasa bile artan işçilik maliyetleri ve yoğun rekabet koşullarıyla birlikte ne kadar dayanacağı belirsizdir (Hochman, 2018).

a) ESPRESSO BAZLI İÇECEKLER

Espresso, işlenmiş bir çeşit kahve türüdür. Yoğun yapısı ile öne çıkan bir kahve çeşidi olan espresso toz haline getirilmiş kahvenin dar bir alanda sıkıştırılması ve bu sıkıştırılmış olan kahvenin içinden sıcak su ve buhar geçirilerek elde edilen bir kahve çeşididir. Günümüzde içilen ve adına özel kahve denilen bir çok kahve çeşidi bu temel özelliklerle hazırlanmaktadır.

En yaygın espresso bazlı içecek cappuccinodur. Çok sert ve güçlü bir tada sahip olan espresso'ya 1/3 oranında süt buharı ve 1/3 oranında süt kraması eklenerek elde edilen daha yumuşak ve içimi daha kolay bir içecek elde edilerek günümüzde neredeyse her kafede servis edilmektedir.

Bir diğer espresso bazlı içecek te Latte dir. Latte de espresso ve süt buharının eşit miktarda karıştırılması ile elde edilen bir içecek türüdür. Arzu edilmesi halinde süt kreması da eklenebilir.

Mocha kahve de bir espresso bazlı içecek olup, adını Yemen'in Mocha limanından almıştır. Yapımı süt ve çikolatadan oluşmaktadır. Tadı oldukça yumuşaktır. Latte kahvenin bir türevidir. Her ikisinde de espresso ve süt bulunmaktadır. Latte'den farkı içine konulan lezzetli çikolatadan gelmektedir. Çikolata yerine şurup, kakao tozu veya sütlü çikolata ile de servis edilebilmektedir.

Macchiato İtalyanca lekeli manasına gelip, az miktarda köpüklü süt ile yapılan espresso'ya verilen addır. Süt ile espresso üzerinde oluşturulan leke görüntüsünden dolayı bu ismi almıştır. Görüntüsü cappuccinoya benzemekle birlikte daha aromatik ve sert bir lezzete sahiptir.

b) LATTE ART

Süt sanatı diyebileceğimiz "Latte Art" kahvenin krema halindeki sütle süslenmesi sanatıdır. Çok eskilere dayanan latte art günümüzde sosyal medyanın yaygınlaşması sebebiyle yapılan paylaşımlar sebebiyle hızla yayılmış ve kahvenin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. En popüler latte art'lar yaprak deseni ve kalp şekli olmakla birlikte baristanın deneyimi ve hayal gücü ile sınırsız sayı ve şekilde olabilmektedir. Kahve tüketicilerinden görülen bu yoğun ilgi sebebiyle günümüzde artık bilinen püskürtmeli yazıcılar benzeri latte art makinaları geliştirilmiş ve kullanılmaya başlanmıştır. Bu makinalar aracılığıyla kahve içenlerin fotoğrafları dahil her türlü desen ve resim kahve yüzeyine işlenebilmektedir.

Latte art'ın bir sanat haline gelmesinin temelleri her ne kadar İtalya'da atıldıysa da bunun bir trend topic bir hale gelmesi Amerika Birleşik Devletleri'nde olmuştur. 1980'lerin sonu ile 1990'ların başında Amerika Birleşik Devletleri'nde popüler hale gelen Latte Art uygulamaları tüm Dünya'ya yayılarak 2000'li yıllarda özellikle Avustralya ve İskandinav ülkelerinde popüler hale gelmiştir (Şişman, 2019). Bu yazının kaleme alındığı 09 Haziran 2019 tarihi itibarıyla #latteart etiketiyle instagramda paylaşılan gönderi sayısı 6 milyon 800 binden fazladır. Bu sayı her geçen gün büyümekte ve insanların latte art'a olan ilgileri artarak devam etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşmenin bir sonucu olarak kültürel etkileşimler, sosyalleşme ve statü göstergesi olarak kahve ve ürünlerinin satışa sunulduğu mekanlar gastronomi açısından önemli hale gelebilmektedir. Gastronomi biliminin aynı zamanda bir sanatta olmasından dolayı, içiminden haz alınan bir içecek olarak kahvenin de bu sanatsal yaklaşımdan etkilenmemesi imkânsız olacaktır. Bu yüzden Barsitalık eğitimi almak ve meslek olarak Barista'lığı seçmek misafir tercihlerine göre görseelliği yüksek ürünlerin hazırlanmasında da bir gerekliliktir. Kahve ya da kafe kültürünün yaygınlaşması da bu eğilime olan ilgiliyi her geçen gün arttıracaktır.

Artan bu ilgiyle birlikte geleneksel kahve kültürüne bir tehdit oluşturan fast food mantığına dayalı kafe zincirlerinin kültür endüstrisi bağlamında tüketim toplumu mekânına dönüşerek yayılması geleneksel boş zaman değerlendirme aktivitelerinin yerini de almaktadır. Standartlaşma çerçevesinde yürüyen verimlilik ve hız kavramları toplumun her bir bireyinin uyması gereken kuralları kendi mantığı içinde üretirken insanları kendine tutsak etmekle kalmamakta onların hayat tarzlarını ve yeme içme alışkanlıklarını da belirlemektedir.

Bu zihinsel yapı içerisinde yayılan kafe zincirleri veya diğer fast food zincirleri sadece geleneksel kafeleri ve restoranları dönüştürmekle kalmamakta toplumun kültürü üzerinden bireyleri de dönüşüme uğratmaktadır. Bu dönüşüm ise verimlilik, standartlık ve hız kavramları üzerinden rasyonelleştirilmektedir. Dolayısıyla insanlar vakitlerini geçirebilecekleri kendilerini dinleyebilecekleri, kendileri haricinde, doğanın akışından başka bir şey duymak zorunda kalmayacakları bir sakinliği ve yavaşlığı kendilerine sunan yaşam alanları ararken yada yaşadıkları şehirlerin ve kasabaların yavaşlaşmasının hayallerini kurarken, kalitesinden ve lezzetinden ödün verilmiş ortalama bir lezzeti olabildiğince hızlı bir şekilde tüketmeye zorlanmakta. İnsan kendisinin otonom alanı olarak belirlediği zevkine göre yemek yeme, kahve ve çay içme gibi özgürlük alanlarını kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Aynı tehdit kendi evinde de geçerli olmaya başlamakta aile bireylerini bir araya getiren yemekler ve kahvaltılar yerini tv, telefon ve tabletlerin sunduğu sosyal medya alanlarına bırakılmakta, hızlı yemek evin samimiyetini de sanallaştırmaktadır.

Bu bağlamda klasik kahvehanelerin hız ve verimlilik tuzağına düşmeden bireylerin birbiriyle muhabbet ederek daha çok zaman geçirebilecekleri alanlar olarak hayatîyetlerini sürdürebilmeleri yönünde yeniden tasarlanmaları gerekmektedir. Birçok Antalya, Aydın gibi birçok ilde faaliyet gösteren emekli kahvehaneleri, aileleri, komşuları ve arkadaşları bir araya toplayabilmekte kalmamakta gençlerinde vakit geçirmelerine katkı sağlayacak wi-fi bağlantılarına imkân sağlamaktadır. Çalışanların otomatlara dönüşmediği, insanlarla iletişim kurduğu onların istekleri ve beklentileri doğrultusunda değişimler yapabildikleri ortamlar yardımı ile kültür endüstrisinin dayattığı insanın özgürlük alanlarını elinden alan, onu nesneleştiren ve giderek birbirinden koparan otomat tüketiciler haline sokarak köleleştiren değerlere ve uygulamalara karşı direnme imkânı yaratılabilir. Bu bağlamda geleneksel akıl kendi mantığı ve işleyişi içinde yeni teknolojileri ve hatta kültür endüstrisi öğelerini kendi lehine dönüştürerek kendini ve toplumu özgürleştirici bir rol oynayabilir.

Dolayısıyla geleneksel mekanlar ve ortamlar bu dayatılan dönüşümün değil kendi doğal aklının ürettiği bir dönüşümün yaratıldığı mekanlar olarak önemli roller üstlenebilir. Her meslek kendi gelenekleri içerisinde dönüşerek, kendini geliştirebilir ve geleceğe taşıyabilir. Kahveciden Batista'ya doğru evrilmeyi kendi geleneksel mantığı içerisinde, güler yüz, sevgi ve muhabbet gibi değerleri hız ve verimlilik gibi olgulara feda etmeden de başarmak mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

- Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N. ve Topsakal, Y. (2019). Akıllı turizm ve süper akıllı turist kavramları ışığında geleceğin turizm rehberliğine bakış. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14, 72-93.
- Baruönü, F. Ö. ve Örs, M. (2018). İkinci dalga kahve tercihini etkileyen faktörler: içtiğimiz kahveleri tanıyor muyuz?. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 150-173.
- Doğan, Ö. (2015). *Latte Art'in kralları: Barista kimdir, baristalık nedir?*. Erişim adresi: <https://yemek.com/barista-kimdir-baristalik-nedir/>
- Gaascht, F., Dicato, M. ve Diederich, M. (2015). Coffee provides a natural multitarget pharmacopeia against the hallmarks of cancer. *Genes & Nutrition*, 10(6), 51. doi:10.1007/s12263-015-0501-3
- Hatipoğlu A. ve Batman O. (2014) Osmanlı saray mutfağı'na ait gastronomik unsurların günümüz türk mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62-74.
- Hochman, D. (2018). *This \$25,000 robotic arm wants to put your Starbucks barista out of business*. Erişim adresi: <https://www.cnbc.com/2018/05/08/this-25000-robot-wants-to-put-your-starbucks-barista-out-of-business.html>
- Koyuncu, Z. (2017). *Geleneksel bir ritüel: kahve*. Erişim adresi: <http://blog.krc.com.tr/gelen-eksel-bir-rituel-kahve/>
- Küçükkömürler, S. ve Özgen, L. (2009). Coffee and Turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8(10), 1693-1700.
- Laurier, E. (2013) Becoming a barista. Tjora, A. ve S. Graham (Yay. haz.) *Cafe society* içinde (s. 127-145). Newyork: Palgrave Macmillan.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu (2015). *15UY0216-4 kahve bar görevlisi (barista) seviye 4*. Ankara: Mesleki Yeterlilik Kurumu.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu (2019). *Yetkilendirilmiş belgelendirme kuruluşu arama*. Erişim adresi: https://portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_kurulus_ara&view=kurulus_ara&layout=default
- Özgen, L., Ergun, P. ve Kaymaz, E. (2019). Slow food hareketine uygun bir içecek: Türk Kahvesi. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12(27), 624-636.
- Şişman, M. (2019). *Latte art nedir?*. Erişim adrsi: <http://www.milliyet.com.tr/latte-art-nedir--molatik-11686/>
- Taftcoffee (2019). *Barista Kimdir?*. Erişim adresi: <https://www.taftcoffee.com/blogs/blog/barista-kimdir>
- Unesco (2013). *UNESCO insanlığın somut olmayan kültürel mirası temsili listesi*. Erişim adresi: <http://www.unesco.org.tr/Home/Gallery/4#images-11>
- Wikipedia (2019) Barista. Erişim adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Barista>
- Yıldız, M. C. (2002) Türk kültür tarihinde kahve ve kahvehane. *Türkler Kitabı Cilt10* (ss. 635-639). Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.