

Весна Душковић

КАФИЋИ КАО МЕСТО ДРУШТВЕНОГ ОКУПЉАЊА У ГРАДУ

Нагли развој савремене техничке и индустријске цивилизације на свим географским просторима резултује истоветне појаве: развитак технике, технологије, научне организације рада, наглу урбанизацију, масовну производњу и масовну потрошњу, те самим тим и масовну доколицу. Човек добија све више слободног времена које може да посвети активностима по сопственом избору сходно својим интимним жељама и интересовањима. Како је слободно време простор суочавања са властитом самоћом и празнином, оно се настоји избећи тиме што се испуњава било каквим активностима и садржајима.

Уколико је потребно у неком дужем временском периоду одредити место где се становништво неке руралне или урбане средине најчешће и најрађе окупља у слободним тренуцима, несумњиво долазимо до закључка да су то кафане, бифеи, крчме, а у новије време такозвани „кафићи“.

Ознака за кафану изведена је у свим језицима из речи кафа (код нас је преузета из арапског и турског језика),¹ те тако срећемо називе *cafa*, *safeteria kaffehaus*, *istepelvejuo kahvila* итд.²

Оријентална кафана највероватније је најстарије јавно место окупљања ове врсте на свету. Подаци говоре да је прва кафана отворена у 15. веку у Меки, што је била непосредна последица доношења кафе на ово подручје. Београд добија своју прву кафану већ 1592. године, када и Сарајево. То су биле мале кафане називане „кеијф“ (*ћеф* *ћеиф*) са ниским столовима где су се наравно окупљали искључиво припадници мушког пола. У њима су се служили кафа, слаткиши и пиће. Готово по правилу кафане су се налазиле на раскрсницама путева или у средиштима насељених места.³

Кафана у граду већ вековима има значајну улогу. Пре свега она представља посебан облик друштвености у животу грађана. Између осталог функција кафане је, остваривање двојне комуникације, могућност општења унутар омеђеног простора и повезивање посетилаца са пролазницима. Због

тога је уобичајено да старији типови кафана имају велике прозоре, и у летњим месецима баште.

Градска култура, а нарочито радничка култура у 19. и почетком 20. века не вуче корене из дубоке локалне прошлости, али има свој језик, своје локалне културне центре, кафане, бистроје, бифее, у којима су између осталог заступљене игре у којима учествује више појединаца (карте, билијар, шах, а у новије време видео игре, флипери и др.). Због тога се кафане често специјализују према својим посетиоцима — било да окупљају припаднике једне професије (глумце, књижевнике, певаче, занатлије и др.), било становнике једне улице или уже локалне територије, или пак посетиоце који су пореклом из одређене географске области (Кордунаше, Босанце, Херцеговце, Враћанце, Црногорце и др.).

Многи су мишљења да су ова места некорисна и штетна, па их треба искорекити и нова насеља подизати без њих. Али, баш искуства социолога и урбаниста при проучавању тако „чисти“ нових насеља показују да то није нимало једноставан проблем. Нова насеља без таквих објеката за многе су пушта и досадна. Укидањем кафана заиста се смањује број места илјањчења и губљења времена, али долази до појаве досаде и монотоније које несумњиво проузрокују многе девијантне облике понашања, а грађанин се још више отуђује и изолује. Лефевр истиче да је неопходно у новим градовима и стамбеним четвртима планирати и подизати кафане као стимулативна језгра друштвеног живота (једна кафана на две стотине станова). При томе, оне не морају бити истог типа и исте намене, могуће је вршити разне комбинације, већ према структури заједнице у којој се локал подиже.⁴

За анализу постављеног проблема узели смо београдске кафиће. Као извор може користити искључиво искуство настало првобитно неусмереним посматрањем, као и допунама података насталих разговорима са појединцима.

Последњих година продором приватног капитала и њиховим улагањем у изградњу места на којима ће се он на најлакши и најбржи начин повратити, долази до изградње приватних кафеа, популарно названих „кафићи“. Њихови власници су по правилу припадници нижих друштвених слојева, економски моћнији „гастарбајтери“, или, што је најчешћи случај у ужем центру Београда, певачи и бивши спортисти. Уколико бисмо покушали да извршимо категоризацију њиховог статуса несумњиво би их назвали скоројевићима. А, „они се“, како каже Торстен Веблен, „одржавају сталним селективним процесом, на тај начин што се појединци или породичне лозе, у еминентној мери способни за агресивно новчано такмичење, извлаче из редова нижих класа. Да би достигао више кругове аспирант мора да поседује не само солидан збир новчаних склоности, него исто тако мора да има ове таленте у тако еминентној мери да је у стању да савлада врло јаке потешкоће које стоје на путу његовог успона. Ако изузмемо ретке случајности, скоројевићи су у ствари веома пробрани људи.“⁵

Кафане ових власника доносе новине, како је у току испитивања утврђено, не само у ентеријер испитиваних локала, већ и у целокупан однос између госта, власника и запосленог особља. У већини случајева простор је

уређен по угледу на западни тип истих, а понајвише „кафића“ пограничних италијанских градова. Низ огледала, украсних светилки, удобних сепареа, велики и лепо уређени шанк, стерео уређаји из којих допиру звуци најновијих светских хитова рок музике. Послужење се нуди у предметима купљеним у иностранству и саставни су део увозног ентеријера. Посетиоци ових локала су искључиво млађе особе, ученици, студенти, припадници „доколичарске класе“⁶, као и девијентне особе (алкохоличари, наркомани и др.). Одвени предмети ових особа (најчешће су то цинс панталоне или цинс одела најпознатијих светских фирми, џемпери са незаобилазним препознатљивим маркама произвођача као што су „Ла Коста“ или „Бенетон“, ципеле купљене у Риму, Милану или Лондону) одраз су економског статуса њихових власника.

Анализирајући постављени проблем покушаћемо да покажемо разлику између манифестних и латентних функција, односно свесних мотивација за друштвено понашање и њених друштвених последица. Прве се односе на оне објективне последице по специфичну јединицу (особа, подгрупа, друштвени или културни систем) који доприносе њеном прилагођавању или адаптацији која је била намеравана, а друге се односе на ненамераване и непознате последице исте врсте.⁷

Према изложеној дескрипцији анализом се издвајају следеће манифестне функције: интергративна, кохезивна и функција истицања друштвеног и економског статуса.

Ако пођемо од Дарвинове констатације да је човек друштвена животиња доћићемо до закључка да еволуција човека, као и еволуција многих других врста, истиче важност групе. Социјални психолози утврдили су велики значај релативне успешности и задовољстава које чланови постижу у различитим структурама група организованих у циљу општења. Главно интересовање управљено је на одређивање најважнијих фактора који утичу на понашање групе, испитујући при том по чему се група као целина разликује од простог збира својих припадника и откривајући важећа правила унутар група⁸. Уколико све напред наведено ставимо у оквире испитиваног простора доћићемо до констатације да он омогућава јединкама задовољавање основних потреба, односно омогућава непосредни контакт са другим јединкама у циљу општења. Групе које се окупљају обично броје од пет до десет чланова. Веома ретко групе су искључиво сачињене од припадника истог пола, па уколико се то и сусретне то су дечаци старости од 15 до 18 година. Уобичајено је да су чланови одређене групе приближно истих година, а веома често и ученици исте школе (искључиво када се ради о млађим особама). Дакле, све су то особе истих или приближно истих интересовања. Група овог типа подлеже свим карактеристикама групе како их виде социјални психолози, а то су поседовање одређене дозе конформизма и издвајања једне личности као вође групе. Појединац је у таквим околностима принуђен да чини оно што свако чини, мора бити сагласан са осталим члановима групе, не сме да буде другачији, никако не сме да се издваја, мора бити спреман да се мења заједно са променама стандарда који му се намеће. Константно је принуђен да се прилагођава да не би био нешто различито, и нико нема моћ над појединцем као што то има група, чији је он део и којој се потчињава. У нашем случају би то значило да су сви при-

падници групе која редовно посећује исто место забаве (кафић, дискотеку, рок концерте одређених група), интересује их исти жанр у кинематографији, иста литература и низ других ствари. Перманентно су принуђени да се повинају новим производима тржишта и да одговарају понуди брзе забаве. Имитирање је обично усмерено на вођу групе. Вођа је тај који је најупућенији у најновије захтеве тржишта, он је тај који на одређени начин диктира понашање групе.

Како је већ напоменуто у Београду је за последњих неколико година отворено неколико десетина „кафића“. Но, њихови власници нису увек били најбоље среће када им је одобравана локација за обављање ове делатности. Неки су у тој подели прошли боље, а неки мало слабије, већ у зависности од тога у ком делу града обављају своју делатност. Овај фактор један од важнијих у њиховој категоризацији која би отприлике могла изгледати овако:

1. локали у ужем центру града
2. локали на периферији

Већ на први поглед јасно је да ова подела одражава економску моћ власника и посетилаца. Није потребно говорити о условима за добијање одређене локације за отварање ове делатности и категоризацији њихових власника од стране административног апарата општине, о чему је довољно писано у дневним листовима. Ми ћемо се више позабавити посетиоцима и њиховом друштвеном и економском категоризацијом у испитиваним оквирима.

Пишући о београдском „Клубу Књижевника“ Богдан Тирнанић каже „да културу доколице, кафана развија као предуслов сваке друге културне појаве. Из њих, у виду посебног идеограма, израста култура разговора, дијалога, демократског сукоба аргумената...“⁹ А, Т. Веблен напомиње да термин „доколичарство“ не садржи у себи појам лењости или мировања, већ оно само значи непродуктивно трошење времена. „Време се непродуктивно троши: 1. због схватања да је продуктивни рад недостојанствен, 2. као доказ новчане способности да се себи дозволи живот у беспослици.“¹⁰ Јер, како другачије окарактерисати масе припадника млађе генерације, но као припаднике „доколичарске класе“. Они само делимично подлежу критеријумима који би их сврстали у ту категорију. Педесетих и почетком шездесетих година започиње процес подизања степена образовања нижих социјалних група (до тог времена образовање је било привилегија „богатијих“) који је неминовно за последицу морао имати издвајање одређених група којима стање економске моћи омогућава временско продужење периода образовања. Као одраз њихове економске моћи могу се навести честа и дуготрајна скупа путовања у иностранство и време „доколичарства“. Они су веома активни у свим областима културног живота, али искључиво на премијерама и фестивалима. Исто тако можемо их сматрати и активним учесницима друштвеног живота града, односно они су ти који диктирају најпопуларнија места окупљања. Међутим, чак и уживање у стварима за забаву и употребу далеко је мање од задовољства које пружа фактор престижа. Луксузна кола, мотори, одевни предмети купљени у иностранству и украси од племенитих метала само потврђују положај њиховог власника, који с друге стране имплицира поштова-

ње економски слабијих категорија. „Нижим“ економским категоријама доступна су оваква места, али само уколико улазак у локал не значи и поседовање одређене пропуснице.

Кафићи о којима је реч, дакле, у потпуности испуњавају показивање друштвеног статуса. Они репрезентују положај власника и посетиоца у односу на ширу заједницу.

Истичући функције кафана не можемо а да не поменемо да оне имају веома важну улогу у социјализацији грађана, а нарочито дошљака. Продором средстава масовних медија (нарочито ТВ) и индустријализацијом слободног времена грађанин све чешће долази у ситуацију осамљености. Изградњом кафана у новим насељима, као и њиховим сталним одржавањима у старим језгрима градова, друштво ће омогућити бар делимично одлагање тоталне изолације појединца. Јер, како је Фром закључио „човек остварује себе не у усамљености и себичној контемплацији већ радећи оно што раде и остали људи. . . он постаје део гомиле, и човек воли то“.¹¹

Губљењем традиционалних облика породице, било патријархалне, било грађанске долази до целокупне измене односа и у самом избору брачног партнера. Улогу некадашње проваокаике сада преузима група пријатеља, уз ретке изузетке групе рођака. „Комплекс романтичне љубави“¹² тако популаран у америчком друштву као основа за избор брачних партнера познат је и у нашим друштвеним околностима, иако су последње деценије и код нас допринеле формирању индустрије за инжењеринг емоција, и омогућиле продор сексуалне револуције. Кафана као место масовног окупљања преузима улогу посредника у избору брачних партнера, или уопште омогућава успостављање ближих контаката између припадника супротних полова. Будући супружници или „романтични љубавници“ најчешће су припадници исте друштвене групе. Међутим, морамо поменути да и у данашње време постоје облици табуа на венчање и избор партнера ван одређене групе, а најчешћа диференцијација је код социјалних категорија. Венчање или избор партнера ван групе значи или губитак члана групе, или увођење у групу особа које нису потпуно адекватне вредностима, сентиментима и активностима групе. Али, уколико занемаримо поменути облик табуа, који и није толико снажан код припадника млађе генерације, можемо закључити да је избор брачног друга или „романтичног љубавника“ функција коју кафана (кафић) испуњава на латентном нивоу.

Закључујући, можемо рећи да човек није у потпуности слободан у коришћењу свог слободног времена које му одређује индустрија, као и у избору сваке друге робе коју купује, јер, разанода је напосто индустрија као и свака друга. Међутим, анализирајући постављени проблем напоменуемо још и ово: „Много је значајнији онај аспект који кафану директно повезује са културом социјализације. Ту морамо разликовати неколико паралелних

дејстава. Једно од њих је култура дружења, коју кафана афирмише као слободно тржиште познанстава и пријатељстава. Друго је култура доколице, коју кафана развија као предуслов сваке друге културне појаве".¹³

Напомене

1. Домовина кафе (латински *coffea*) као што је познато је Африка. Име долази од арапске речи *gabwah* или од имена етиопске провинције *Kaffa*, по којој су Арапљани и дали назив овом плоду. У провинцији *Kaffa*, расли су дивљи жбуњисва кафе, одакле су је преузели и пренели Јужни Арапљани. Одатле је пренесена на Цејлон, Индонезанске отоке, у Санто Доминго, Бразил, Јамајку итд.
2. Damjan Cvsec, **Kratek pregled ljubljanskih kavarn od začetkov do današnjih dni**, Glasnik SED 20, Ljubljana 1980, 174.
3. op. cit.
4. Према Цветко Костић, **Град и време**, Београд 1982, 108.
5. Торстен Веблен, **Теорија доколичарске класе**, Београд 1966.
6. Анализирајући живот владајуће класе Веблен је развио својеврсно објашњење естетских феномена и употребу времена за доколицу. Он сматра да је цела такозвана хуманистичка култура грађанске класе, коју назива класицистичком, заснована на „уливању сталне одвратности према свему што је корисно и стицању оне културе која захтева максимум непроизводног напора и показује супериорност и пре свега доколичарство класе“.
7. Роберт Мертон, **О теоријској социологији**, Загреб 1979, 129.
8. Кевин Велдал, **Друштвено понашање**, Београд 1979, 124.
9. Богдан Тирнанић, **Београд за почетнике**, Београд 1983, 77.
10. Торстен Веблен, *ibid*, 100.
11. Ерих Фром, **Здраво друштво**, Београд, 163.
12. Роберт Мертон, *ibid*,
13. Богдан Тирнанић, *ibid*, 82.