

کافی شاپ فراموشخانه‌ی موقت جوانان



دکتر مهرداد ناظری

سنتی شکل می‌گیرد، بسیار تفاوت دارد. نهاد خانواده اگر چه نهاد مقدس و دارای کارکردهای مثبت فراوانی در جوامع امروز است، اما چون تنوع فرهنگی و حوزه‌های علائق افراد بسیار فراتر از حوزه کارکردهای خانواده رفته است، نیازهای جدید را در انسان امروز پدید آورده است که پاسخگویی به این نیاز در قالب‌هایی غیر از خانواده امکان‌پذیر است (صورت می‌گیرد) از آن جمله توجه و گرایش به گذران اوقات فراغت در کافی‌شاپ‌ها می‌باشد. جوان امروز که با شکاف عمیق با والدین خود روبه‌رو است، ترجیح می‌دهد بخشی از زمان و وقت خود را در کنار دوستان و همسالان و در محیط‌های جذاب و متفاوت بگذراند.

پاره فرهنگ‌ها و بازار داغ کافی‌شاپ‌ها

گفته می‌شود در دهه ۷۰ نسبت به دهه ۶۰ تب تاسیس کافی‌شاپ‌ها بسیار بیشتر شده است و در دهه ۸۰ این روند رو به رشد بازگشایی کافی‌شاپ‌ها همچنان ادامه دارد. این افزایش تعداد کافی‌شاپ‌ها، حکایت از این دارد که جامعه به سمت پاسخگویی به نیازهای مصرفی جدیدی می‌رود که بیش از آن که یک نیاز ضرورتی و حیاتی باشد، یک نیاز فرهنگی است. با توجه به گسترش پاره فرهنگ‌ها و تنوع سلیقه‌ها و عقاید، کافی‌شاپ‌ها می‌توانند پاسخگویی نیازهای ثانویه جوانان باشند. حال با این اوصاف که جوانان به دنبال محفل‌ها و پاتوق‌هایی برای ارایه و بروز درونیات و تمایلات روحی خود هستند، فرهنگ مصرف و زندگی در زیر سایه کافی‌شاپ‌ها بسیار اهمیت پیدا کرده است. این رو همراه و هماهنگ با مد حرکت کردن آنها و توجه به ارزش‌های متناسب زندگی پاتوقی بسیار حایز اهمیت است. دیوید کارلی در این خصوص می‌گوید: «پاره فرهنگ‌های جوانان حاوی معانی و شیوه‌های خاصی از زندگی هستند که قرابت و نزدیکی با زندگی توده مردم ندارند. آنها در سیاره‌ی مستقل زندگی می‌کنند و معمولاً تن به نوع خاصی از مصرف کالاها می‌دهند که دایره محفل آنها را از سایرین متمایز می‌سازد». حتی این دایره‌های محفلی در میان خود جوانان بسیار گسترده و متنوع است که با هم تفاوت‌های زیادی دارد. طی یک تحقیقی در میان پاتوق‌های جوانان شمال شهر تهران که هر هفته در یکی از کافی‌شاپ‌های تهران جمع می‌شوند، این ویژگی‌های مشترک به عنوان مشخصه‌ی آنها دیده شد: الف) همه آنها از شلوارهای رنگ سبز استفاده می‌کردند. ب) همه آنها یک مدل گوشی موبایل داشتند. ج) مدل موهای همه آنها یکسان بود. این موضوع نشان می‌دهد که جوانان برای بازنمایی هویتی خود به رویه‌ها و رویکردهای متفاوتی متمایل می‌شوند که به نوعی آنها را به یکدیگر نزدیکتر کرده و استقلال و تفکیک آنها از سایرین را نشان می‌دهد. اما آنچه کافی‌شاپ‌ها را به علائق گروه‌های جوانان پیوند می‌زند، توجه صاحبان این مشاغل به علائق و خواسته‌های مشتریان جوانان می‌باشد. به عنوان مثال در برخی از این کافی‌شاپ‌ها با توجه به برنامه‌های از قبل تعیین شده مشتریان، پذیرایی خاص و ویژه‌ای از آنها می‌شود. یک جوان در این خصوص می‌گوید: «ما گروهی

فراخور موقعیت منزلتی و اجتماعی خود، جایگاه خود را در عصر پسامدرن تثبیت نموده و به دیگران نشان بدهند. به عنوان مثال طبقات فرادست با حضور در یک کافی‌شاپ و با سفارش دادن یک سان شاین یا قهوه اسپرسو و یا استفاده از سیگارهایی با مارک‌های غیرمتداول در بازار و بعضاً گران قیمت، توجه بسیاری را به خود جلب می‌کنند. در حالی که طبقه فرودست برای پاسخ به عقده‌ها و حسرت‌های فروخورده خود و احتمالاً نزدیک کردن سبک زندگی خود به طبقه فرادست و طبقات متوسط این مکان را انتخاب می‌کنند اما آمارها نشان می‌دهد که تمایل حضور طبقات فرادست و متوسط از طبقات فرودست بسیار بیشتر می‌باشد. اما آنچه کافی‌شاپ را به مکان مناسب و جذابی برای حضور و گردهمایی جوانان می‌کند، مساله پاتوق شدن آن است. به طور کلی تشکیل پاتوق از جمله مصادیق و نمادهای سبک زندگی در دوران معاصر است. هر چند که تشکیل محفل‌های سنتی در گذشته وجود داشته، اما پاتوق محصول و زاینده‌ی دنیای مدرن می‌باشد.

جوانان که به دنبال یک موقعیت برای ایجاد ارتباط با سایرین و تفریح و سرگرمی می‌باشند، علاقه شدید به تشکیل پاتوق‌ها دارند. امروز در بسیاری از دانشگاه‌های کشور دانشجویان به مناسبت‌های گوناگون در محفل‌های غیررسمی دور هم جمع شده و ساعاتی را به استراحت، لذت و گپ و گفت با یکدیگر می‌پردازند.

اگر نگاهی به کافی‌شاپ‌های معروف پایتخت بیندازید، می‌بینید عده‌ای از جوانان که دانشجویان یک دانشگاه مشخصی هستند، در کافی‌شاپی دور هم جمع شده و جشن تولد، یا فارغ‌التحصیلی هم‌کلاسی‌شان را جشن می‌گیرند و به نوعی از کنار هم بودن لذت می‌برند. متخصصین ارتباطات معتقدند: دنیای جدید در سایه ارتباطات و تعاملات ساخته می‌شود اما این ارتباطات با ارتباطات سنتی که عموماً در حوزه خانواده و سایر نهادهای

نوربنفش پرنگی روی میزها و دیوارها تابیده می‌شود، صدای موسیقی بی‌کلام تندی در فضا نواخته شده و با سروصدای جوانانی که زیر این نورها به رنگ بنفش درآمدند، ترکیب می‌شود. هر چه هوا بیشتر رو به تاریکی می‌رود، عده زیادتری به آن جا می‌آیند، بوی تند قهوه و سیگار فضا را پر کرده حالا دیگر دود سفید سیگارها نیز بنفش شده و هیچ دمی بدون استنشاق میسر نیست... یک جوان بیست ساله می‌گوید: کافی‌شاپ بهترین فضا برای گپ با دوستان و آشنایان است. ضمن اینکه فردی که کافی‌شاپ رفتن برای او پاتوق شده است، ترجیح می‌دهد که با افراد جدیدی آشنا شود که عموماً این اتفاق می‌افتد.

این روزها کافی‌شاپ‌ها در میان مردم بسیار طرفدار پیدا کرده و رفتن به آن به نوعی به مد روز مبدل شده است. اما بیشتر از همه این جوانان هستند که به دنبال یک فرصت برای رفتن به کافی‌شاپ می‌گردند. گویا مردم وقتی به آن جا می‌روند، همه‌ی غم و دردهایشان را فراموش کرده و برای لحظاتی احساس راحتی و آرامش می‌کنند. کافی‌شاپ‌ها صرفاً مکانی برای نوشیدن یک قهوه یا تکه کیک شکلاتی نیست. بلکه کافی‌شاپ دارای کارکردهای پنهان و غیرآشکاری است که به منزله‌ی یک سبک زندگی پسامدرن محسوب می‌شود. عموماً از طبقات اجتماعی متفاوتی به کافی‌شاپ‌ها می‌آیند تا هر کدام بنا به



سروده های خود را به رخ دیگران کشید و منتظر کشف یک شاهکار تکان دهنده بود.

در واقع شاید اگر بخواهیم از این سخن نتیجه‌ای بگیریم بتوان این گونه عنوان نمود که اگر چه فرهنگ یک جامعه یک دستاورد عظیمی است که در طول صدها سال ساخته و پرداخته و نسل به نسل به سایر منتقل می‌گردد، اما امروز به تعبیر میلر مصرف مستلزم ساختن فرهنگ است و اهمیت مصرف از همین جا ناشی می‌شود. لذا کافی‌شاپ‌ها به عنوان مکان‌هایی که خوراک‌های مناسب را به انسان‌های فرامردن مصرفی امروز می‌دهند، دارای اهمیت بسیاری شده‌اند. امروز وقتی ما وارد یک کافی‌شاپ می‌شویم به نوعی با بخشی از گذشته‌ی خود خداحافظی می‌کنیم البته این به معنای حذف سنت‌ها از زندگی نیست هنوز هم نمونه‌های مشابه یعنی قهوه‌خانه‌های سنتی مورد توجه هستند، اما باید بدانیم که کارکرد آنها با کافی‌شاپ‌ها بسیار متفاوت است. شما در بدو ورود به این مکان مدرن دچار گسست با دنیای ساخته شده قبلی خود می‌شوید حتی گاهی اوقات کلام و زبان و اصطلاحات مورد استفاده در این محیط با زبان مادری ما فاصله زیادی دارد و این تناقض حل‌نشده‌ی میان فرهنگی که از پدران و مادران به ما رسیده است در تضاد با فرهنگ مصرف جدید قرار می‌گیرد. در این جا نمی‌خواهیم هیچ یک از دو تجربه مختلف فرهنگی را به نفع دیگری نقد و یا رد نماییم؛ اما می‌خواهیم به این نکته اشاره کنیم که کافی‌شاپ‌ها نمادهای ناپایداری رشد پاره‌فرهنگ‌ها در دنیای متکثر فعلی هستند.

جوانان امروز کافی‌شاپ‌ها را دوست دارند، چون به نیازهای درونی، احساسی و علائق آنان پاسخ می‌دهد. پس شاید وقت آن رسیده باشد که نهادهای آموزشی و پدر و مادرها هم به فضاهای عمومی به چشم یک مزاحم یا متجاوز نگاه نکرده بلکه در فکر نوعی همانندسازی و تعامل با این مکان‌ها و پاره‌فرهنگ‌های مصرفی جدید باشند. آنچه مسلم است جوان امروز بخشی از هویتش در خارج از محیط خانه و مدرسه ساخته می‌شود و چقدر ضروری است که ما برای شناخت جوانان، مکان‌های مورد نظر آنها را بشناسیم. چه قدر خوب می‌شود اگر یک روز از کلاس درس را در یک کافی‌شاپ برگزار نماییم. شما معلم عزیز قبول ندارید؟ یک بار امتحان کنید...

شعر تشکیل داده و نویسندگان بر روی آخرین اثر چاپ شده دوستان جلسه نقد و بررسی برپا می‌کنند. والتر بنیامین در این خصوص می‌گوید: «نویسنده اندیشه‌اش را روی میز مرمر کافه پهن می‌کند و تعمقی دور و دراز را آغاز می‌کند زیرا می‌خواهد پیش از رسیدن لیوانش از زمان استفاده کند». البته شاید دیگر امروز نتوان ظهور نویسندگانی مثل صادق هدایت، بزرگ علوی و... که روزگاری روشن‌کننده شمع کافه‌ها بودند، را داشت. اما در فرهنگ کافی‌شاپ‌روها، می‌توان شاهد رشد خرده‌فرهنگ غالبی بود که تفاوت‌های فاحش و چشمگیری با سایر پاره‌فرهنگ‌های حاضر را دارد. در تحقیقی مشخص گردید که در میان فضای فرهنگ مصرفی جوانان نسل امروز و روشنفکران و از جمله حضور در کافی‌شاپ‌ها تفاوت‌های فراوانی وجود دارد. به عنوان مثال جوانان در محافل عمومی بیشتر از گوشی‌های دارای کارکردهای متنوع‌تر و با قیمت گران‌تر استفاده می‌کنند و روشنفکران کافی‌شاپ‌رو از گوشی‌های معمولی‌تر استفاده می‌کنند. حتی زنگ مورد استفاده جوانان بیشتر موسیقی‌های شاد، پاپ و مفرح می‌باشد، در حالی که روشنفکران از زنگ‌هایی با موسیقی سنتی، کلاسیک و یا پاپ‌های مورد استفاده در فیلم‌های سینمایی معروف استفاده می‌کنند.

نکته مهم دیگر در تفاوت در نوع لذت‌یابی از محیط است کارکرد کافی‌شاپ را متناسب با نیازهای مختلف فرهنگی چند بعدی نمی‌نماید. جوانان که بنا به فراخور سن عموماً دارای روحیه شاد، پرانرژی هستند، همواره به دنبال مکان‌هایی می‌گردند که این تخلیه روحی و روانی در آنها صورت گیرد و با توجه به اینکه در جامعه و مکان‌هایی مثل محفل خانواده، در مدارس یا دانشگاه‌ها کمتر به عوامل جذاب، مفرح و شادی‌آور غیردرسی توجه می‌شود، جوان به دنبال مکانی می‌گردند که برای او لحظاتی متفاوت و شاد خلق نماید. کافی‌شاپ‌ها یکی از آن مکان‌هایی است که جوانان ضمن گپ با دوستان و آشنایان به نیازهای روحی و روانی خود پاسخ می‌گویند و این امکان را می‌یابند که با فرهنگ غالبی که ارزش‌های آن را به رسمیت نمی‌شناسد، مقابله نمایند. امروز در کافی‌شاپ‌ها دختران و پسران زیادی را می‌بینیم که دور هم نشست‌اند و با صدای بلند می‌خندند، به موسیقی پرتاپ شده در محیط گوش می‌دهند و سیگار می‌کشند. این دقیقاً ویژگی‌ها و مختصات است که در سایر محیط‌های عمومی کم‌رنگ‌تر دیده می‌شود اما برای روشنفکران و نویسندگان، کافی‌شاپ نقطه اتصال به شاعران و نویسندگان دیگری است که می‌خواهند شعرها و داستان‌هایشان را از خلوت دل برون آورده و به گوش سایرین برسانند. در دنیایی که داستان و شعر نیز کالای قابل مصرف در بازار می‌باشد، کافی‌شاپ جای مناسبی است که ضمن گوش دادن به سمفونی بتهوون، بتوان

هستیم که هر هفته روزهای دوشنبه به کافی‌شاپ محله‌مان می‌رویم و چون صاحبان آن جا ما را می‌شناسند، به شیوه‌های مختلف ما را سورپرایز می‌کنند. مثلاً بر روی یک کیک شکلاتی نام بچه‌ها را با خامه می‌نویسند و یا خودکاری به عنوان یادگاری به ما می‌دهند که بر روی آنها نوشته شده که از حضور شما در این مکان متشکریم. یک صاحب کافی‌شاپ نیز می‌گوید: «ما در کامپیوتر فایل مخصوص داریم که مشخصات مشتریان ویژه ما در آن جا ثبت شده و ما برای روز تولد و یا سالگرد ازدواج با آنها تماس می‌گیریم و به آنها تبریک می‌گوییم حتی بعضی اوقات از این مشتریان در روز تولدشان به طور رایگان پذیرایی می‌کنیم».

همه اینها نشان می‌دهد که پاره فرهنگ‌ها در دنیای فرامردن امروزی نقش ویژه و حساسی دارند و در واقع کافی‌شاپ‌ها به نوعی بخشی از زندگی مصرفی انسان‌های این عصر می‌باشد. در واقع کافی‌شاپ هویت پنهان و غیرمشخص جوانان را در جامعه آشکار می‌سازد. امروز بسیاری از جوانان از طریق آیین‌های متمایزکننده مصرف خود، نظام ارزش‌های خود را به سایرین اعلام می‌دارند هر چند که این اعلام به شکل رسمی و از کانال‌های مشخص صورت نمی‌گیرد.

برنارد ترسی در خصوص نقش الگوساز و هنجارساز کافی‌شاپ‌ها می‌گوید: «کافی‌شاپ‌ها در عصر فرامردن کشمکش میان تکوین هویت من و هویت ما شدن است. هر فرد در ابتدای ورود به این مکان در برابر سه حالت مشخص قرار می‌گیرد یا می‌خواهد از سطح انتخاب‌های روزمره خود فراتر رفته و جایگاه متفاوتی از لحاظ هنجاری و الگوی زندگی به دست آورد یا اینکه می‌خواهد در دایره ارزشی و هنجاری پاره‌فرهنگ‌ها ادغام شده و ارزش‌های مستقل گروه‌های نو را به دست آورد و یا اینکه می‌خواهد در تثبیت منیت خود و مقابله با غیر، حاضر گردد. اما آنچه مهم است این است که انتخاب هر فرد، می‌تواند بار ارزش‌ها و هنجارهای ذهنی او را تغییر دهد و رفتارهای روزمره بعدی او را متفاوت با آنچه که تاکنون بوده است، رقم زند. بر همین اساس است که جوانانی که کافی‌شاپ‌رو هستند، با تغییر رفتارها و الگوهای هنجاری خود، پدر و مادرها را دچار شگفتی و بعضاً نگرانی می‌کنند. این شکاف عمیق نسلی از آن جایی نشأت می‌گیرد که کافی‌شاپ معانی ذهنی و احساسی افراد را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد. لذا شناخت این مکان‌ها از لحاظ جامعه‌شناسی بسیار مهم و حیاتی تلقی می‌شود.

کافی‌شاپ‌ها و محفل‌های روشنفکری

در گذشته نه چندان دور کافی‌شاپ‌ها بیشتر مکان گردهمایی روشنفکران و نویسندگان و هنرمندان بود که در این میان با یکدیگر به بحث و تبادل نظر می‌پرداختند و گاهی نیز نویسندگان و شعرا فرصت را غنیمت شمرده و در آن جا داستان‌ها و اشعار جدید خود را خلق نموده و بعد به مخاطبان ارایه می‌دادند. امروز هم این کارکرد کافی‌شاپ‌ها از بین نرفته و صورت‌های متفاوتی پیدا کرده است. امروز در برخی از این مکان‌ها شاعران شب



محیط‌های عمومی کم‌رنگ‌تر دیده می‌شود اما برای روشنفکران و نویسندگان، کافی‌شاپ نقطه اتصال به شاعران و نویسندگان دیگری است که می‌خواهند شعرها و داستان‌هایشان را از خلوت دل برون آورده و به گوش سایرین برسانند. در دنیایی که داستان و شعر نیز کالای قابل مصرف در بازار می‌باشد، کافی‌شاپ جای مناسبی است که ضمن گوش دادن به سمفونی بتهوون، بتوان