

مقدمه‌ای بر پدیدارشناسی کافه و کافه‌نشینی در روزگار ما

آرش اخوت

«قهوه‌خانه‌ی سنتی ایرانی»، نوعی فضای عمومی «طبیعی» در شهرهای ایران است؛ شاید هم‌زادِ توامانِ شهر سنتی که تکوین و توسعه‌اش، تقریباً به تمام، طبیعی و ارگانیک است. حضور (حضور سنتی) در قهوه‌خانه، که گویا از عهد صفوی در ایران باب می‌شود، اگرچه نوعی از رفتار عمومی و انتخابی^۱ بخشی از اهالی شهر (فقط مردها) است، اما



قهوه‌خانه‌ای کنار چارباغ عباسی در عهد قاجار. (منبع: اوژن فلاندن)

چنان ساده و طبیعی و چه بسا ناخودآگاه است (یا بود) که هنوز از آن خودآگاهی استفاده‌ی انتخابی و اختیاری انسان از فضای عمومی شهری در عصر مدرن، انگار کمتر بهره دارد. قهوه‌خانه‌ی سنتی ایرانی، به لحاظ فضا، ساده و بی‌آلایش است (مثلن به نقلِ شاهدانِ عینی تا همین ۴۰-۵۰ سال پیش یا کمی پیش‌تر، شخصی در فضای خالی‌شده‌ی یکی از چنارهای قدیمی و گول‌پیکر چارباغ عباسی، بساط قهوه‌خانه‌ای برپا داشت: خودش و بساطش در داخل تنه‌ی



قهوه‌خانه‌ای کنار چارباغ عباسی در اواخر قاجار

چنار، و مشتری‌ها در پیاده‌راه چارباغ می‌نشسته‌اند)؛ خوراکش ارزان و آشناست؛ تنوع چندانی هم ندارد. این همه سبب می‌شد که قهوه‌خانه، جای تقریباً همه‌ی اقشار شهر (البته در آن روزگار جز زن‌ها و بچه‌ها) باشد و در جامعه‌ی بیش از حالا نرینه‌بنیاد آن روزگار (که زن حتا در آمد-و-شد روزمردی شهری هم حضور کم‌رنگ داشت)، یک «فضای عمومی» به مفهوم دقیق کلمه باشد؛ هرچند این که چه قدر از خواص مدنی فضای عمومی، به معنای حد واسط و انتقالی میان عموم مردم (با تسامح بخوانید «ملت») و دولت^۲، برخوردار است، بحث دیگری است.^۳

^۱ یان گل و بیگیت اسوار، رفتارهای شهروندان در فضاهای شهری را به دو دسته‌ی «ضروری» (عبور کردن، خریدهای ضروری، کار کردن و...) و «انتخابی» یا «اختیاری» (قدم زدن و پرسه‌زدن، نشستن و تماشای، نوشیدن و خوردن و...) تقسیم می‌کنند. آن‌ها می‌نویسند: «از منظر تاریخی استفاده از فضای عمومی به تدریج از فعالیت‌های اولیه که به واسطه ضرورت‌ها ترغیب می‌شدند، به فعالیت‌هایی با ماهیت انتخابی تبدیل شدند». ن.ک: یان گل و بیگیت اسوار/ بررسی زندگی فضای عمومی/ ترجمه‌ی محمدسعید ایزدی، سمانه محمدی و سمانه خبیری/ مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران/ چاپ اول ۱۳۹۴

^۲ هابرماس فضای عمومی را «مفصل» و ابزار تعامل مدنی و دموکراتیک میان مردم (ملت) و دولت می‌داند. منبع را به‌خاطر نمی‌آورم!

^۳ تاورنیه در سفرنامه‌اش شرحی خواندنی دارد از قهوه‌خانه‌ها و سیطره‌ی دولت بر فضای عمومی در عهد صفوی. او می‌نویسد: «حالا بیدنه شمالی میدان [نقش جهان] میپردازیم: ایوان آنجا را باطاقهایی چند تقسیم کرده‌اند که رو بمیدان هستند و مردم در آنجا قهوه و قلیان صرف

باری؛ به عبارتی شاید بتوان گفت که قهوه‌خانه‌ی سنتی ایرانی، نوع مثال‌زدنی و چه بسا بلامنازع فضای عمومی شهر سنتی ایرانی‌ست. و شاید به دلیل همین نوع ویژه «عمومی بودن»، که پیش‌تر در شهر سنتی ایرانی سراغ نداریم انگار، پُر است از تابوها و ممنوعیت‌ها؛ از همین‌روست که «قهوه‌خانه جای زن‌ها و بچه‌ها نیست».



قهوه‌خانه. اوایل دهه‌ی ۳۰ خورشیدی

با این اوصاف، قهوه‌خانه، به‌عنوان مهم‌ترین فضای عمومی شهری، به حیات خود در شهر سنتی ادامه می‌دهد و هرچه می‌گذرد، بیش‌تر به حیطه‌ی خودآگاه شهری یا خودآگاهی زیست شهری وارد می‌شود؛ کیفیت فضا اهمیت بیش‌تری می‌یابد؛ چنان‌که کم‌کم قهوه‌خانه‌ها، به‌خصوص از اواسط پهلوی دوم، «طراحی» می‌شوند؛ اسامی آن‌ها، از اسامی «طبیعی» ای چون اسم صاحب قهوه‌خانه، به اسامی فکرسده و انتخاب‌شده (مختصات خودآگاهی) تغییر می‌کند و... این

خودآگاهی به مکان و فضای شهری، البته مانند بسیاری دیگر از خودآگاهی‌های ما، از غرب، مشخص اروپا،



با چیدن بی‌آلایش تعدادی میز و صندلی در فضای باز و پیاده‌روها، یک «قهوه‌خانه» شکل می‌گرفت. عکس راست: میزهای چوبی کوچک و صندلی‌های لهستانی در کنار پل خواجه در دهه‌ی ۳۰ خورشیدی. عکس چپ: میز و صندلی‌های فلزی «ارج» در پیاده‌راه میدان نقش‌جهان در دهه‌ی ۵۰ خورشیدی

سرچشمه دارد؛ تا آن‌جا که حتا اسم «قهوه‌خانه» هم به «کافه» تبدیل می‌شود. با این اوصاف، «کافه»، یعنی آن نوع فضای عمومی که احتمالان و رسیون‌های ابتدایی آن را می‌توان از حدود دهه‌ی ۳۰ خورشیدی در شهرهای بزرگ ایران سراغ کرد، به‌نظم توسعه‌ی مدرن یا روزآمد قهوه‌خانه‌های سنتی ایرانی‌ست. «توسعه» است؛ یعنی «کافه»،

می‌نمایند. [...] همه ایرانی‌هاییکه بضاعتی دارند هرروز قبل از ظهر بآن مکانها میروند و فوراً یک قلیان و یک فنجان قهوه بآنها عرضه میدارند. اما شاه عباس کبیر که پادشاه عاقلی بود ملتفت شد که این اطاقها محل اجتماع مردم و مذاکرات دولتی میشود و از این فقره بسیار نفرت و کراهت داشت، برای اینکه از بعضی کنگاشها و فتنه جوئیها جلوگیری نماید تدبیری بکار برد و حکم کرد، هرروز صبح قبل از آنکه کسی داخل آن اطاقها بشود یک ملا بهر اطاقی برود و بنشیند و واردین را بگفتن مسئله و تاریخ و شعر مشغول نماید و این رسم هنوز هم معمول است؛ پس از آنکه دو سه ساعت بدین منوال مردم را مشغول میکرد، ملا برمیشواست و بحاضرین میگفت، حالا دیگر وقت کار است و باید دنبال کار رفت؛ بفرمائید تشریف ببرید و مردم فوراً اطاعت کرده بیرون می‌رفتند در صورتیکه قبل از وقت هریک نیازی هم بملا داده بودند.» (ژان باتیست تاورنیه / سفرنامه تاورنیه / ترجمه‌ی ابوتراب نوری / انتشارات کتابخانه سنائی و کتابفروشی تایید اصفهان / تاریخ انتشار نامعلوم؛ احتمالان اوایل دهه‌ی ۳۰ خورشیدی)

«قهوه‌خانه‌ی سنتی» را ارتقا داده و تصحیح و تکمیل کرده است: کافه، اقشارِ بیشتری از مردم را به خود راه می‌دهد؛ زن‌ها که تقریباً جایی در قهوه‌خانه‌ی سنتی نداشتند، بالاخره به کافه‌ها می‌آیند (و این، از ره‌گذرِ کاستن از تابوها، بخش مهمی از آن توسعه‌ی فرهنگی‌ست که گفتیم)؛ هرچند هم‌چنان این حضور، بی‌حرف و بی‌اگر و -اما نیست؛ اقشارِ فرهیخته‌تر مردم هم در کافه‌ها حضور می‌یابند و همه‌ی ما، کافه‌هایی را می‌شناسیم که «مُکا» یا پاتوقِ نویسندگان و هنرمندان بوده است. این همه سبب می‌شود که ماهیتِ فضای عمومی، به‌نظم به تدریج و اصیل، تغییر و ارتقا یابد. (و این پرده‌ای‌ست از حکایتِ طولانی و پرفراز و -نشیبِ تحول و تطورِ فضای عمومیِ شهری در سرگذشتِ شهرِ ایرانی که بحثی دیگر می‌طلبد.)

بعد از انقلاب، در پی سلطه‌ی گسترده‌ی «نظام» بر فضای عمومی، کافه‌ها تعطیل شدند و همه آن تابوهایی که این نوع فضاهای عمومی (همان‌طور که سینماها) برای جامعه‌ی سنتی داشت، و تا پیش از انقلاب می‌رفت تا به یمنِ قوامِ نسبی فضاهای عمومی کمی از قدرتِ این تابوها کاسته شود، دوباره احیا شد یا در واقع از زیرِ خاکستر برآمد. و تا این



کافه شکلات از کافه‌های نسلِ جدید در اصفهان در حدود سال ۱۳۸۵ در کنارِ خیابانِ توحید شمالی تاسیس شد و گویا یکی دو سالی هم پیش‌تر نپایید. سرویسِ این کافه فقط به‌صورتِ سرپایی بود. (منبع عکس: نگارنده)

وضعیت تغییر یابد و کافه‌ها دوباره، با هر کشاکش و زور و -ضربی، در جدال با ناظرانِ انتظامیِ فضای عمومی، شکل بگیرند و سپهرِ عمومیِ شهرها را اندکی احیا کنند و رونقی بخشند، سال‌ها طول کشید. اکنون کافه‌نشینی، حداقل در برخی از شهرهای ایران، دوباره رونقی یافته است و اگرچه کافه‌دارها و کافه‌نشین‌ها مدام با آن ناظرانِ معلوم‌الحال در کشاکش‌اند، اما به‌وضوح پیداست که کافه‌ها اقبالِ شدیدِ مردم، به‌خصوص جوان‌ها و این‌بار زن و مرد، را دارند و امیدوارم روزبه‌روز بر رونق‌شان افزوده شود. گفتیم که «کافه» به‌نظم توسعه یا ورسپونِ کامل‌ترِ «قهوه‌خانه» است. اما این به‌معنای اضمحلالِ «قهوه‌خانه» نیست. اکنون، در شهرِ معاصرِ ایرانی، هر دو نوعِ «کافه» و «قهوه‌خانه» را، می‌توان یافت:

۴. «قهوه‌خانه» و «کافه» شاید نمونه‌های نوعی یا حتا سرنمون‌های این نوع کاربری‌های عمومیِ خدماتیِ شهری‌ست؛ وگرنه انواع دیگری را هم می‌توان نام برد که شاید زیرمجموعه‌های این دو نوع اصلی محسوب شوند و البته هرکدام ویژگی‌های خود را دارند: «کافه‌قنادی» و «کافی‌شاپ». در این‌میان، «کاباره» هم نمونه‌ای از این نوع فضاهای خدماتیِ عمومی در پیش از انقلاب است که به‌دلیل ممنوعیتِ آن و همان تابوهای احیاشده، به آن پرداخته نشده است.

«کافه»ها پاتوق‌هایی‌ست که^۵:

- به فضا‌سازی (فرم فضا و کالبد، نازک‌کاری، نور، موزیک...) و طراحی بیرونی و مبلمان و آرم و نام آن‌ها، چه از طرف کافه‌دار و چه از طرف کافه‌نشین، توجه می‌شود (گاه، این توجه و پرداختن به فضا، چنان غلیظ و افراطی‌ست که سوییچ‌های لوکس و خودنمایانه می‌گیرد. من یکی از این نوع کافه‌ها فراری‌ام!)
- در محلات مرفه‌تر شهر شکل می‌گیرند. (کافه‌نشینی دیگر رفتاری «طبیعی»، به حد و شیوه‌ی قهوه‌خانه رفتن «مردان» شهر سنتی نیست؛ کافه‌نشینی رفتاری‌ست کاملن اختیاری یا انتخابی که چندان هم ارزان نیست.)
- منویی روی میز دارند که از انواع متنوع نوشیدنی‌های گرم و سرد و خوراکی‌های سبک فانتزی و شیرینی‌های جوراجور، معمولن هم با اسامی مهجور و عجیب-و-غریب، انباشته است. نام لاتین هر کالا هم، معمولن روبه‌روی نام فارسی (درواقع نام‌های غیرفارسی با الفبای فارسی) یا در صفحه‌های دیگر منو، همراه با قیمت هر کالا، آمده است. جالب است که در این کافه‌ها، کم‌تر دیده‌ام چایی ساده‌ی قندپهلو در



فضای داخلی طراحی‌شده در کافه «تاتر» و کافه «رادیو» (به نام کافه‌ها توجه کنید): دو کافه از کافه‌های نسل جدید در محله‌ی جلفا.

- استکان بلور و نعلبکی چینی (همان کالای مالوف و قدیمی قهوه‌خانه‌ها) را بتوان یافت.
- کافه‌نشین‌ها، زن و مرد، عمدتن جوان و تقریبن به‌تمام از قشر متوسط‌اند که معمولن هم علایق و دل‌مشغولی‌های به‌اصطلاح فرهنگی دارند؛ گیرم که این نوع دل‌مشغولی و به‌تبع آن، خود کافه‌نشینی، احتمالن بیش‌تر به‌مثابه‌ی نوعی دیسپلین یا ژست اجتماعی و طبقاتی عمل می‌کند که بحث دیگری‌ست.
- اگر به کافه‌دارها یا کافه‌نشین‌ها بگویید این‌جا هم نوعی «قهوه‌خانه» است، باید پذیرای عواقب بد احتمالی تهمت خود باشید!

^۵ «مناسک» (کاراکتر، ویژگی‌های فضایی و دیداری، و رفتارها اجتماعی) این کافه‌ها، تقلیدهایی‌ست پخته و ناپخته از کافه‌نشینی‌های اروپایی.

«قهوه‌خانه»ها اما (که معمولن هم آن واژه‌ی بحث‌انگیز «سنتی» را به‌دنبال دارند):

- بازتولید معمولن نه‌چندان پخته و درست فضاهای قهوه‌خانه‌های سنتی اصیل ایرانی‌ست؛ و البته به‌وفور، بازتولید معمولن کاریکاتورگونه‌ی نموده‌های به‌اصطلاح «سنتی» معماری ایرانی/اسلامی (که البته این عارضه، به قهوه‌خانه‌ها محدود نیست و به‌دلایل بسیار، گویا همه‌ی حیطة‌های معماری و شهرسازی «معاصر» ما به آن دچار است).
- مبلمان آن‌ها معمولن ساده یا «معمولی»ست: از تخت‌های چوبی و قالیچه هم در کنار میز و صندلی‌های «معمولی» استفاده می‌شود.
- فضا هم‌چنان مردانه است. (روی در قهوه‌خانه‌ها نوشته‌اند: «به‌دستور اداره‌ی اماکن، ورود افراد زیر ۱۸ سال ممنوع است.» این عبارت را روی در «کافه»ها ندیده‌ام.)
- طراحی داخلی و فضاسازی، از مشخصه‌ی بارزی معمولن برخوردار نیست و معمولن به تزیینات مرسوم و معمول فضاهای خدماتی عمومی یا استفاده‌ی افراطی از اشیای تزیینی به‌اصطلاح «آنتیک» یا «قدیمی» یا «سنتی»، بسنده شده است.



فضای اشباع از انواع اشیای به‌اصطلاح «آنتیک»، مبلمان ساده، روشنایی کارکردی در قهوه‌خانه‌ی معروف به «قهوه‌خانه‌ی کوچک چاه حاج میرزا»؛ پشت میدان نقش‌جهان. ورود افراد زیر ۱۸ سال» به این قهوه‌خانه ممنوع است اما به‌دلیل موقعیت و شهرت‌ش، خانم‌ها (گردش‌گر و غیرگردش‌گر)، هرچند ندیده‌ام به‌تنهایی، به این قهوه‌خانه زیاد می‌آیند. البته فضای قهوه‌خانه به دو قسمت عمومی و «خانواده» تقسیم شده است و خانم‌ها معمولن فقط در فضای «خانواده» می‌نشینند؛ چنان‌که هیچ مردی هم، به‌خصوص اگر ایرانی باشد، بدون حداقل یک همراه خانم نمی‌تواند در قسمت «خانواده» بنشیند. علاوه‌بر چایی قندپهلوی در استکان‌های کمرباریک با نعلبکی چینی که کالای مالوف و رایج این قهوه‌خانه است، از خوراکی‌های «سنتی»‌ای چون گوش‌فیل و دوغ نیز این‌جا می‌توان سراغ گرفت.

- نام و تابلو و نمای بیرونی، حداقل در مقایسه با «کافه»ها، کاراکتر خاصی ندارد.
- همان‌قدر که می‌توان از چایی قندپهلوی، و اگر ناظران فضای عمومی اجازه فرمایند، قلیان سراغ گرفت و انواع خوب و بد آن را یافت، از انواع غریب محصولات خوراکی‌ها و نوشیدنی‌های کافه‌ها اثری نیست.
- قیمت اگله و اشربه، از خوراکی‌ها و نوشیدنی‌های کافه‌ها ارزان‌تر است.
- بیش‌تر در محدوده‌های «پایین شهر» یا در کنار محورهای شریانی مستقر است.