

Lokacija kao čimbenik društvene uloge zagrebačkih kafića

Skočir, Dinko

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:686587>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-11**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Dinko Skočir

**Lokacija kao čimbenik društvene uloge zagrebačkih
kafića**

Diplomski rad

predan na ocjenu Geografskom odsjeku
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu
radi stjecanja akademskog zvanja
magistra/magistre geografije

**Zagreb
2018. godine**

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija*; smjer: *Baština i turizam* pri Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom prof. dr. sc. Laure Šakaja.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Diplomski rad

Lokacija kao čimbenik društvene uloge zagrebačkih kafića

Dinko Skočir, JMBAG: 0119018382

Diplomski sveučilišni studij *Geografija; smjer: Baština i turizam*

ISVU 45

Diplomski rad s obranom 124783

Izvadak: Osnovni cilj rada jest ukazati da je za kafiće važno gdje se nalaze. Međuodnos lokacije i drugih obilježja istražen je na primjeru zagrebačkih kafića, a podaci su prikupljeni u dva navrata: 2007. godine anketirani su posjetitelji 62 kafića u različitim dijelovima grada, a 2017. godine kartirani su kafići dijela Donjeg grada i Novog Zagreba u kojima je provedeno 17 polustrukturiranih intervjua s vlasnicima kafića te je popisivanjem dobivena informacija o demografskoj strukturi gostiju. Kako je prema socio-ekonomskim, stambenim i drugim objektivnim pokazateljima moguće konstatirati dihotomiju između zagrebačkog centra i periferije, pretpostavljeno je da između „kvartovskih“ novozagrebačkih i kafića u „centru“ postoje značajne razlike. Rezultatima je potvrđeno da su cijene kave veće u Donjem gradu, čije kafiće za razliku od periferijskih u većoj mjeri posjećuju mlađi posjetitelji i žene. Ipak, govoreći o centralnosti i perifernosti kao lokacijskim čimbenicima kafića, pokazalo se da su mikrolokacijske posebnosti značajnije od onih širih prostornih skala.

64 stranice, 22 grafička priloga, 3 tablice, 53 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: kafići, Zagreb, centar grada, kvart, društvo

Voditelj: prof. dr. sc. Laura Šakaja
Povjerenstvo: prof. dr. sc. Laura Šakaja
prof. dr. sc. Dražen Njegač
doc. dr. sc. Vedran Prelogović

Tema prihvaćena: 7.2.2017.

Rad prihvaćen: 8.2.2018.

Datum i vrijeme obrane: 23.2.2018., 09:00

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Master Thesis

Location as a factor of the social role of Zagreb's coffee shops

Dinko Skočir, JMBAG: 0119018382

Graduate University Study of *Geography: Heritage and Tourism*

ISVU 45

124783 Master thesis with thesis defense

Abstract: The main aim of the thesis is to throw a light on the importance location has for coffee shops. The relationship between the location and other features was studied on the example of coffee shops in Zagreb. Data was gathered on two occasions: in 2007 a survey was conducted among guests in 62 coffee shops in various parts of town and in 2017 coffee shops from Lower Town Zagreb and New Zagreb were mapped and semi-structured interviews were carried out with the owners. These provided information about the demographic structure of the guests. Since socio-economic, residential and other objective indicators have shown a dichotomy between the centre of Zagreb and the suburbs, one can assume that there are significant differences between the “neighbourhood“ coffee shops of New Zagreb and those in the “Centre“. The results have confirmed that the prices of coffee are higher in Lower Town Zagreb coffee shops which are mainly visited by young people and women. However, speaking of centrality and peripherality as locational factors of coffee shops, microlocational features have proved to be more significant than those of broader spatial scales.

64 pages, 22 figures, 3 tables, 53 references; original in Croatian

Keywords: coffee shops, Zagreb, city centre, neighbourhood, society

Supervisor: Laura Šakaja, PhD, Full Professor

Reviewers: Laura Šakaja, PhD, Full Professor

Dražen Njegač, PhD, Full Professor

Vedran Prelogović, PhD, Assistant Professor

Thesis submitted: 7.2.2017.

Thesis accepted: 8.2.2018.

Thesis defense: 23.2.2018., 09:00

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

Zahvale

Posebno se zahvaljujem svojoj mentorici Lauri Šakaja na sugestijama i razumijevanju. Zahvalan sam joj i na ustupljenim podacima bez kojih bi ovaj diplomski rad bio sadržajno siromašniji.

Hvala Luki Kušpiliću na pomoći u pretraživanju pravilnika i zakona.

Zahvalan sam Šimunu Nejašmiću što se interesirao čime se bavim te me dodatno zainteresirao za temu.

Marin Kovačević pomogao mi je s GIS-om. Hvala mu.

Najviše sam zahvalan roditeljima na neizmjernoj podršci.

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
2. Pojam kafića	5
3. Odnos kafića i društva	8
3.1 Nadziranje kafića	9
3.2 Habermasova javna sfera	10
3.3 Analitički pristupi međuodnosu kafić-društvo	13
4. Kafići u socijalnom i imaginativnom prostoru grada	14
4.1 Kwart i kvartovski kafići.....	22
4.2 Kozmopolitski kafići centra grada.....	26
4.2.1 Gentrifikacija/kozmpolitanizam centra grada	28
5. Kafići kao muška i/ili ženska mjesta	31
6. Lokacijska obilježja zagrebačkih kafića	34
7. Kafići u kontekstu dihotomije centra i kvarta.....	38
8. Demografska obilježja posjetitelja zagrebačkih kafića	47
9. Zaključak	57
10. Literatura i izvori	61
Prilozi	VII

1. Uvod

Većina ljudi svakodnevno se kreće između mjesta rada i mjesta stanovanja čime zadovoljavaju neke od osnovnih ljudskih funkcija ili potreba. Uz to, za svakog je pojedinca vrlo važno gdje i na koji način provodi slobodno vrijeme budući da upravo rekreacija u sve većoj mjeri ljude definira dajući im identitet. Među prepoznatljiva mjesta koja se nalaze između mjesta rada i stanovanja spadaju kafići u kojima se ljudi druže, odmaraju te razgovaraju.

Kafići koje se naziva i lokalima mjesta su društvene koncentracije te su pogodni za istraživanja kojima je u središtu interesa društvo. Ne iznenađuje stoga velik broj napisanih članaka i knjiga koji se direktno bave različitim oblicima kafića. Brojem i istaknutošću posebno se izdvajaju historiografski (Kneale, 1999; Capp, 2007; Sabotič, 2007; Kūmin, 2007) i sociološki (Oldenburg, 1999; Cavan, 1966) radovi, a od tema s kojima se kafići dovode u vezu treba istaknuti odnos javne i privatne sfere, nadziranje, povezanost s mjestom te rodne identitete.

Govoreći o kafićima u kontekstu odnosa privatnoga i javnoga moguće je uočiti svojevrsan paradoks. Naime, dok se terase kafića danas nerijetko uzimaju za uzurpatore javnog prostora, Jürgen Habermas upravo u kavanama ranog modernog doba vidi mjesta razvoja političke javnosti (Habermas, 1969). Druga istaknuta tema kojom se problematizira nadziranje s ciljem kontrole i normalizacije određenog oblika ponašanja u kafićima (Kneale, 1999; Montgomery, 1997) neraskidivo je povezana s vjerojatno najzastupljenijom temom – prisutnošću i ponašanjem muškaraca i žena u kafićima (Capp, 2007; Wright, 2003; Cowan, 2001; Reitz, 2007; Hunt i Satterlee, 1987; Coakley, 2002). Također, piše se i o čimbenicima koji utječu na stvaranje osjećaja povezanosti s pojedinim kafićem (Waxman, 2006; Tumanan i Lansangan, 2012), pri čemu je Oldenburgov rad (Oldenburg, 1999) od posebnog značaja budući da približava kafiće konceptu mjesta.

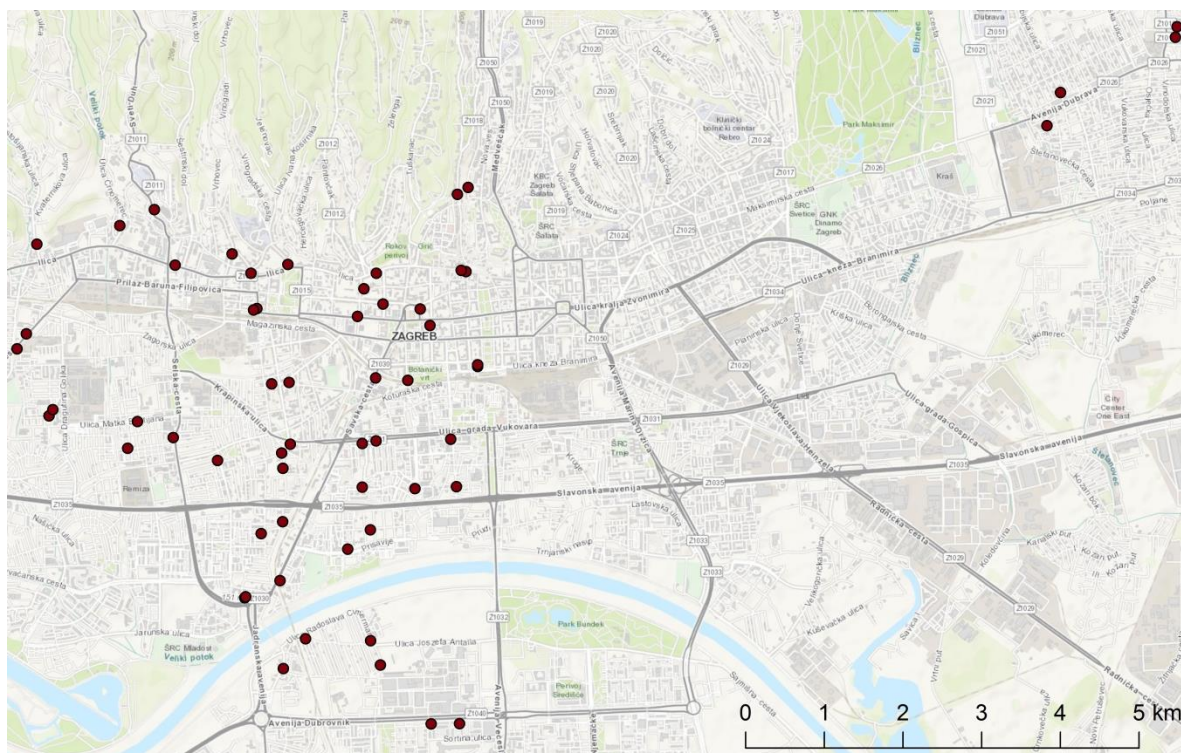
Od domaćih radova treba izdvojiti radove triju autorica: Ines Sabotič (2004, 2007) koja prezentira povijesni razvoj zagrebačkih kafića; Laure Šakaja (Šakaja, 2004) koja iz naziva ugostiteljskih objekata zaključuje o suvremenim društvenim aspiracijama i idealima; te Zvezdane Antoš (Antoš i dr., 2010) koja kao autorica izložbe *Idemo na kavu! Pogled zagrebačkih poduzetnika na kulturu konzumiranja kave* približava kavu kao kulturni fenomen te govori o zagrebačkim kafićima. Ipak, u domaćoj su stručnoj i znanstvenoj literaturi znatno češći oni radovi za koje su kafići usputna pojava, npr. (Stiperski, 2015; Lukić, 2002).

Brojni su autori svjesni važnosti lokacije za kafiće te su koncepti mjesta i prostora relativno česti u pisanju o kafićima, npr. (Cavan, 1966; Kümin, 2007). Od stranih radova koji analiziraju kafiće s prostornog aspekta ističe se inovativna analiza povezanosti između kriminala i gentrifikacije koja se temelji na pretpostavci da je prostorna distribucija kafića među istaknutijim pokazateljima procesa gentrifikacije (Papachristos i dr., 2011). Od domaće literature posebno treba izdvojiti knjigu *Stare zagrebačke kavane i krčme* (Sabotič, 2007) u kojoj autorica pišući o zagrebačkom urbanom identitetu piše i o *geografiji ugostiteljskih objekata*.

Ovim radom na zagrebačkom će primjeru detaljnije biti raspravljen međuodnos lokacije i onoga što se u kafiću nalazi. S jedne strane, zanimat će nas kako distribucija i kretanje stanovništva te prostorne percepcije utječu na različita obilježja pojedinih kafića poput strukture gostiju i atmosfere. Također, iz karaktera *lokala* posredno se može zaključivati i o obilježjima prostornog konteksta u koji su smješteni te će stoga kafići biti izvorom informacija o prostoru Zagreba.

Podaci za analizu prikupljeni su 2007. i 2017. godine. 2007. godine u sklopu projekta *Socijalno – geografske pretpostavke posjećenosti kafića* studenti Geografskog odsjeka PMFa u Zagrebu u okviru kolegija Kulturna geografija anketirali su posjetitelje 62 kafića u različitim dijelovima grada (Dubrava, Trešnjevka, Novi Zagreb, Trnje, Donji grad) (sl.1). U obzir nisu uzeti svi kafići odabranog prostora, već su anketari imali zadatak u svome sektoru odabrati po tri kafića za koje smatraju da su dobro locirani te tri kafića s nepovoljnom lokacijom. Pri odabiru ispitanika korišten je slučajni sustavni uzorak: po jedna osoba za svakim drugim stolom zamoljena je za ispunjavanje ankete sve dok predviđena kvota nije zadovoljena. U svakom je kafiću provedeno 12 anketa¹, pri čemu 6 u vrijeme između 11 i 16 sati te ostalih 6 u vrijeme između 19 i 22 sata. Anketnim pitanjima ispitivalo se koliko često i odakle ispitanici dolaze u kafić u kojem su se zatekli, što misle o centralnosti, odnosno perifernosti lokacije kafića te se saznaje o dobno-spolnoj strukturi posjetitelja. Također, anketari su imali zadatak u vrijeme provedbe ispitivanja zabilježiti ukupan broj posjetitelja koji se u tom trenutku nalaze u kafiću.

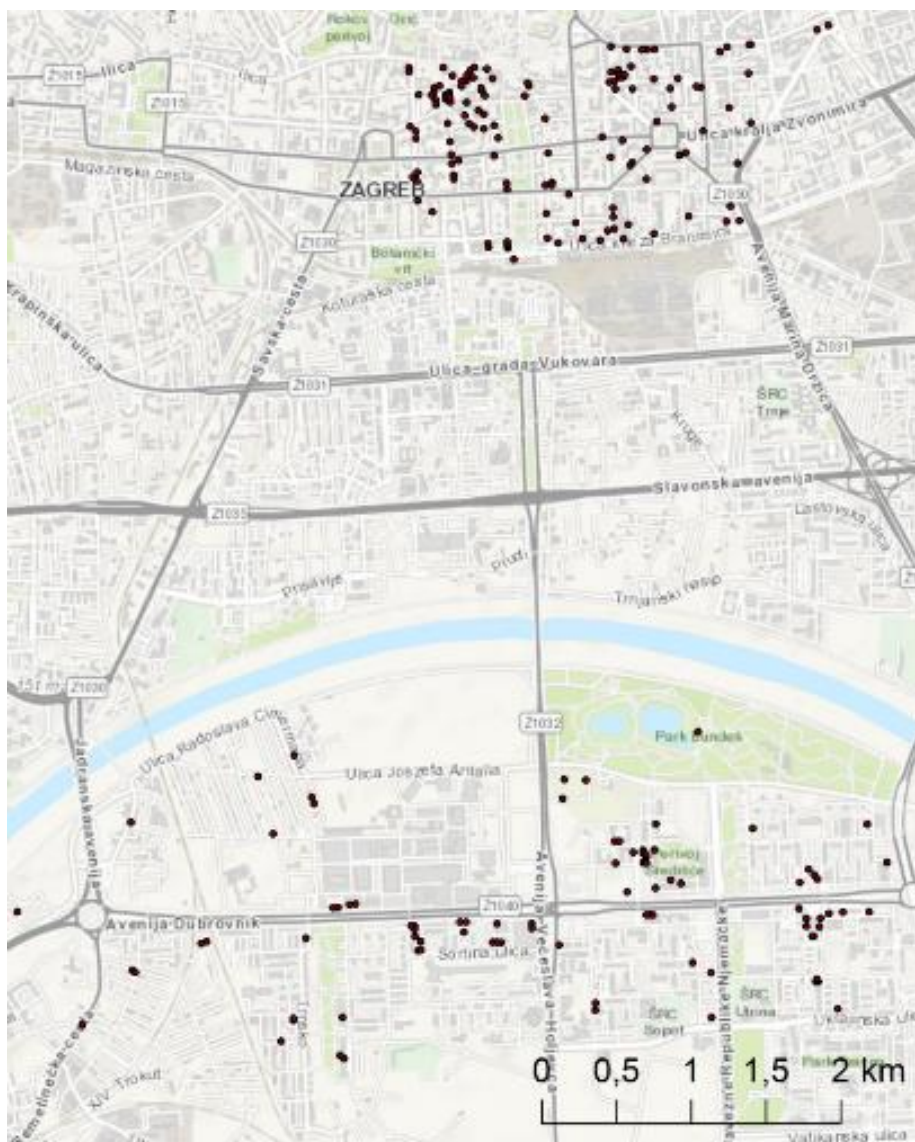
¹Iznimku čine 3 kafića u kojima kvota nije ispunjena.



Sl.1. Promatrani zagrebački kafići 2007. godine

Prikupljanje podataka 2017. godine započeto je s pretpostavkom postojanja značajnih razlika između kafića centra i periferije grada te su odabrana dva područja: dio Donjeg grada koji reprezentira gradsko središte (centar), te dio Novog Zagreba koji predstavlja gradsku periferiju (sl.2). Na oba su područja najprije terenskim izlaskom popisani svi kafići koji se nalaze na pročeljima zgrada (u prizemlju)². Zatim je brojanjem u podnevnom (11-13h) i večernjem (18-20h) terminu utvrđen broj i dobno-spolna struktura posjetitelja te su popisane cijene kave u svim promatranim kafićima. Sa svrhom stjecanja detaljnijeg uvida provedeno je 17 polustrukturiranih intervjua s vlasnicima i voditeljima kafića na oba područja. Intervjuima se nastojalo saznati nešto više o rodnim, dobnim i socio-ekonomskim karakteristikama posjetitelja zagrebačkih kafića. Uz to, vlasnici su upitani o razlikama između kafića u centru grada i onih na periferiji te općenito o utjecaju lokacije na poslovanje kafića.

² Izostavljeni su kafići koji se nalaze na platoima, višim katovima zgrada i unutar zaokruženih cjelina poput trgovačkog centra Avenue Mall ili Zagrebačkog velesajma. Prvi razlog je praktične naravi. U izostanku pouzdanog popisa zagrebačkih kafića bilo je nužno terenskim radom kartirati kafiće, što bi bio teži posao ne toliko pouzdanog rezultata kad bi u obzir bili uzeti *apsolutno* svi kafići. Drugi razlog odnosi se na sadržaj, odnosno teorijsku osnovu istraživanja. Naime, kako je osnovni predmet rada odnos kafića i gradskog prostora, slikovito rečeno, kafić čija terasa izlazi na ulicu od većeg je interesa nego kafić na trećem katu trgovačkog centra.



Sl.2. Promatrani zagrebački kafići 2017. godine

Na temelju sekundarnih izvora i vlastitih opažanja nametnulo se nekoliko hipoteza:

1. Prema objektivnim pokazateljima između središnjih i perifernih dijelova Zagreba postoji dihotomija koja se svakodnevnim govorom kodira kao podjela na *grad-centar* i *kvart-periferiju*.
2. Razlike između gradskog centra i periferije svoj odraz imaju u prostornim percepcijama i različitom vrednovanju pojedinih dijelova grada, što se u konačnici odražava i na ugostiteljstvo. Cijene pića u centru skuplje su nego na periferiji te su središnji dijelovi grada poželjniji za otvaranje kafića.
3. Zagrebačke kafiće žene posjećuju u znatno manjoj mjeri od muškaraca te pri tome više od muškaraca teže centralnim lokacijama.
4. Različite dobne skupine podjednako su zastupljene u kafićima te su pri tome mlađi posjetitelji zastupljeniji u centru grada, a stariji na periferiji.

Brojni su prepoznati čimbenici poput dekoracije, glazbe i osoblja koji određuju pojedini kafić, no ono što posebno treba istaknuti jest koliko je za pojedini kafić važno gdje se nalazi: osnovni cilj ovog rada jest ukazati da je lokacija za kafiće bitna. S tom svrhom definirana su dva glavna zadatka:

1. Dokazati/ukazati na značajne socio-ekonomske, kulturne i druge razlike između zagrebačkog centra i periferije te utvrditi međuodnos prostorne percepcije različitih dijelova grada i obilježja kafića.

2. Prikupiti, analizirati i prezentirati podatke o strukturi posjetitelja te cijenama pića u zagrebačkim kafićima, kao i prostornim kretanjima te preferencijama njihovih gostiju.

U teorijskom je pogledu bitno nastojanje rada kombiniranje egzaktne, kvantitativne metodologije koja omogućava uočavanje prostornih zakonitosti te kvalitativnih metoda koje otkrivaju važnost ljudske subjektivnosti i percepcije pojedinih mjesta.

2. Pojam kafića

Osnovno obilježje ugostiteljskih objekata u cjelini jest njihova raznolikost (Kümin, 2007). Diferencijaciju provode zakonodavci koji nastoje utvrditi prava i obveze pojedinih oblika ugostiteljskih djelatnosti; znanstvenici također stvaraju tipologije ugostiteljskih objekata: primjerice, sociolozi će iz različitih vrsta objekata zaključivati o različitim društvenim grupama i običajima. Konačno, jezik kao „živi organizam“ omogućuje najrazličitijim dionicima, poput vlasnika ili posjetitelja kafića, da upisuju svoja značenja te sudjeluju u stvaranju podjela.

Pojmovi koji označavaju različite vrste objekata vrlo su brojni te bi njihov sustavni pregled zahtijevao velik posao vrijednost čijeg bi produkta bila upitna. Nazivi objekata variraju od jednog do drugog područja te od jedne do druge društvene skupine. Također, jedan te isti objekt moguće je različito klasificirati u drugačijim dijelovima dana, što je ponekad moguće učiniti i s različitim prostorima unutar pojedinog objekta (Cavan, 1966). Ipak, kako bi mogli sustavno pristupiti fenomenu, znanstvenici često koriste jedan termin koji stoji umjesto čitave pojmovne raznolikosti. Tako primjerice Collins i Vamplew u službi konciznosti umjesto različitih vrsta objekata jednostavno koriste termin „pub“ (Collins i Vamplew, 2002), dok Kümin s istom svrhom koristi dulji naziv – „public house“ (Kümin, 2007). U ovome radu koristit će se pojam *kafić*, a kako bi se uvidjela potreba za fleksibilnošću pri korištenju srodnih termina, ukratko će biti prikazana kompleksnost i slojevitost pojma *krčme* koja u zagrebačkoj ugostiteljskoj tradiciji ima posebno značenje.

Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata (3) definira krčme na sljedeći način: Krčma je ugostiteljski objekt u kojem se pretežito uslužuju pića, pripremaju i uslužuju napici, te hladna jela, a mogu se pripremati i usluživati topla jela uobičajena za kraj u kojem je ugostiteljski objekt. Iako jasno zakonski definirana, krčma se nerijetko dovodi u vezu s drugim srodnim pojmovima te je zbrka vjerojatna. Primjerice, Klemenčić pabove definira gostionicama ili krčmama u kojima se ljudi sastaju i piju pivo (Klemenčić, 2012). Povezivanje paba (pivnice) i krčme povijesno je opravdano: „U krčmi se konzumiralo i pivo, riječ koju također nalazimo u Vrančićevu rječniku. To piće, uvezeno iz germanskih zemalja, postupno je sve više nalazilo svoje mjesto među Hrvatima“ (Sabotič, 2007, 22). Zbuniti bi moglo to što su i pivnica (koja se komercijalno može nazivati „pub-om“ (3)) i krčma i gostionica zakonski definirane, pri čemu je gostionica svrstana pod skupinu „restorani“, a pivnica i krčma pod „barovi“. Krčmu i gostionicu, posredno poput Klemenčića, povezuje i Opačić: „*Birtija, bircuz, birc* iskrivljeni je germanizam *Wirtshaus*, što i na izvornom jeziku znači isto: gostionica, krčma.“ (Opačić, 2005, 19).

Krčma i gostionica na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće približile su se jedna drugoj („S vremenom su neke krčme, uz svoju prvotnu i tradicionalnu aktivnost, odnosno prodaju vina i drugih alkoholnih pića, nudile svojim gostima i obrok, pa i krevet, kao što to mogu činiti gostionice“ (Sabotič, 2007, 24)) te ih je bilo moguće smatrati jednakim mjestima, a pojmove istoznačnicama. „Ipak, na razmeđu stoljeća *Rječnik hrvatskoga ili srpskoga jezika* navodi kako se krčma još shvaća „kao gora gostiona“, u smislu gostionice niže kvalitete“ (Sabotič, 2007, 24).

Statutom iz 1887. godine zagrebačke vlasti jasno su definirale pojedine vrste ugostiteljskih objekata, među kojima krčme i gostionice, a iako su razlike u Zagrebu relativno dobro shvaćene, u nekim drugim hrvatskim, posebno ruralnim krajevima tome nije bilo tako. Jedan službenik Zemaljske vlade tako je primijetio da se na selu „ne luči gostiona od krčme, niti krčma od rakijašnice“ (Sabotič, 2007, 32). No, da su zakonodavna određenja samo jedan od diskursa diferencijacije ugostiteljskih objekata pokazali su 1912. godine obrtnici u *Kalendaru za svratištare, gostioničare, krčmare i kavanare za prostu godinu 1913*. Definiravši krčmu i gostionicu, između ostaloga su istakli da je pitanje dozvole za ukončavanje stranaca i iskuhavanje jela glavna razlika između krčme i gostionice (Sabotič, 2007).

S krčmom su vezana i dva izvorno francuska pojma: *bistro* i *bife*. Obje vrste definirane su Pravilnikom o razvrstavanju i minimalnim uvjetima (3) te su unatoč minimalnim razlikama

u definiciji svrstani u različite skupine. Bistro spada pod *restorane*, a bife pod *barove*. Također njihov odnos spram krčme nije jednak. *Bistro* koji u nekim francuskim regionalnim izrazima označava *bučkuriš ili patvoreni alkohol*, prebačen u naš kontekst svojim je učinkom stranoga i uvezenoga kao otmjenog i luksuznijeg „osvježio zrak i provjetrio prostoriju“ te privukao klijentelu koja pojma nije imala da ide prvotnome krčmaru (Opačić, 2005). Suprotno, bife koji se također veže uz krčmu i birtiju i danas je manji ugostiteljski lokal u koji se za razliku od svog sunarodnjaka bistroa, nije „pogospodio“ (Opačić, 2005).

Bistro i bife razlikuju se i prema odnosu spram onoga što danas nazivamo *kafićem*. Prva transformacija bila je ona kojom su „ugodni kavanski stolovi“ zamijenjeni bistroima koji se *poistovjećuju* s kafićima (Antoš i dr., 2010). No, kafić *nije* bife, već je kafić devedesetih godina *zamijenio* bife. Naime, devedesetih godina uvode se nova ugostiteljska pravila te je bife u kojem se dotad mogla naručiti domaća šunka ili pršut odjednom postao „običnim“ kafićem (Antoš i dr., 2010).

Iako sveprisutna, riječ *kafić* još uvijek je tek dijelom razgovornog jezika (Opačić, 2005) te se ne pojavljuje na gradskim natpisima (Sabotič, 2004). Također, ne pojavljuje se niti u zakonima: „Za razliku od kavana, zakon ni po čemu ne određuje izgled kafića, ne ulazi više toliko u način provođenja slobodnog vremena. Ali, ako pravila nisu napisana, to ne znači da ne postoje. To može značiti da ih nije bilo potrebno pisati“ (Sabotič, 2004, 64).

Od zakonski prepoznatih pojmova najbliži onome što uglavnom uzimamo za kafić bio bi *caffè bar*, pri čemu kava ima simboličku ulogu. Kao što su češka Kavarna, njemački Kaffeeklatsch i francuski café dobili ime po kavi (Oldenburg, 1999), tako je i naš kafić dobio naziv načinjen na isti način kao što je u dječjem jeziku načinjena riječ *autić* (Opačić, 2005).

Prvi zagrebački kafići otvaraju se 70-tih godina (Antoš i dr., 2010). Iako se često uzima da je kafić nasljednik kavane, radi se zapravo o spoju dviju ugostiteljskih tradicija – kavanske i krčmarske. Naime, kavana i krčma obilježile su Monarhiju gdje je svaki sloj imao svoj ugostiteljski objekt, a kafić je kao spoj krčmarske i kavanske tradicije obilježio socijalizam jer je bio jedini prihvatljiv oblik društvenosti (Sabotič, 2004). Krajem 80-tih i u 90-tima kavana se ponovno aktualizira kao simbol nekadašnjeg vremena i građanskoga sloja (Antoš i dr., 2010). „Kako je socijalizam „omekšavao“, tako je (malo)građanska kultura tražila pukotine da bi se mogla izražavati. Kad je Hrvatska stekla neovisnost, kavana je postala poželjna, pa čak i podobna. Građanstvo se afirmiralo protiv socijalizma, povijest i tradicija protiv zaboravljenog identiteta. Kavana je kao simbol prijašnjeg vremena na neki

način postala moderna“ (Sabotič, 2004, 66). Iako je povratak kavana 90-tih dijelom retradicionalizacije hrvatskog identiteta te se smatra da su kafići i kavane obilježili tranziciju i samostalnost, moguće je konstatirati sljedeće: „Potrebe su, dakle, ostale gotovo iste, jedino su se oblici mijenjali“ (Sabotič, 2004, 67).

Piće kao kohezivni i simbolički društveni element zadržalo je svoju univerzalnost neovisno o društveno-političkim okolnostima. Iako se danas može kritizirati uniformiranost kriterija i osiromašivanje ugostiteljske ponude naspram nekadašnjih lokala gdje je čovjek već po nazivu znao što može očekivati (Opačić, 2005), zapravo nam činjenica da je razlika između različitih vrsta lokala (kavane, caffe-bara, pivnice, buffeta, krčme, konobe...) prilično mala (Sabotič, 2004) možda upravo potvrđuje karakter kafića kao društvenog okupljališta koje u svojoj biti nadilazi različite partikularne kategorije. *Kafić* se za potrebe ovog rada može definirati mjestom na kojem se poslužuju različite vrste pića te koje posjećuju različite društvene skupine, a u kojem pojedinci zadovoljavaju neke od osnovnih ljudskih potreba poput razgovora te bivanja među ljudima.

3. Odnos kafića i društva

Proučavanje međudnosa kafića i društva uvelike ovisi o tome kako ćemo i u kojem opsegu pojmiti *društvo*. Gledamo li na ovaj odnos funkcionalistički, možemo promatrati koje funkcije kafići imaju za društvo, odnosno, koje nam usluge oni pružaju. Fokusiramo li se na subjektivnost i osjećaje posjetitelja kafića, istraživat ćemo čimbenike koje pronalazimo u okruženju kafića, a koji utječu na stvaranje atmosfere ili osjećaja povezanosti s kafićem. Uzmemo li pak kafiće za odraz šire društvene zbiljnosti, oni nam mogu poslužiti kao mikro-laboratoriji za proučavanje društva, budući da predstavljaju, kako su vjerovali umjetnici ranog modernog doba, mikrokozmos društva - privilegiranu točku pristupa suvremenim običajima i napetostima (Kümin, 2007). „Kafić je pravi laboratorij“ (Sabotič, 2004, 52) koji je „poput pukotine kroz koju se može ući u jedno društvo i promatrati svakodnevnicu koja nikada ne travestira, ali uvijek otkriva realnost“ (Sabotič, 2007, 225). Kafić je i pozornica (Montgomery, 1997; Kümin, 2007), teatar u kojem su glumac i gledatelj jedna te ista osoba (Sabotič, 2007). No, kafić u odnosu na društvenu svakodnevnicu, obrasce i hijerarhije predstavlja i iznimku (Cavan, 1966), mjesto slobode i anti-hegemonijskog potencijala (Scott, 1990 prema Kümin, 2007).

Iako je piće konstitutivni element svakog kafića, pjevanje, priče, šale i igre nisu manje važni (Capp, 2007). Prema Scitovskom, druženje, a ne konzumacija pića glavni je interes ljudi u kafićima (Scitovsky, 1976 prema Oldenburg, 1999). „Jesti, piti, igrati, plesati,

slaviti...Upravo ove radnje daju smisao vremenu provedenom u kavani, gostionici i krčmi...“ (Sabotič, 2007, 54). Ipak, unatoč činjenici da doživljaj pijenja kave možemo povezati s atmosferom i specifičnim mjestom, na kraju će na računu biti samo kava (Bruncevic i Linné, 2013).

Prije prikaza analitičkih pristupa međuodnosu kafića i društva, ukratko će biti naznačene teme nadziranja kafića te njihovog odnosa s privatnom i javnom sferom, budući da su upravo one vrlo česte u historiografskim, sociološkim i drugim društveno-humanističkim pristupima ovome odnosu.

3.1 Nadziranje kafića

Moral, ćudoređe, zakon, ispravnost, neprimjerenost, nadziranje...pojmovi su koji su se često vezivali uz kafiće. Iako su kroz povijest restrikcije nametane kafićima bile daleko izraženije nego danas, moralna upitnost te interes vlasti u određenoj mjeri su se zadržali.

Beat Kümin (Kümin, 2007) koji se bavi srednjoeuropskim kafićima ranog modernog doba, pokazuje da od svoje pojave u kasnom srednjem vijeku kafići nisu ostavili traga samo u administrativnim i zakonskim dokumentima, već i u širokom spektru meta-diskursa. „Komentatore“ dijeli na tri glavne skupine: *instrumentalizatore*, koji koriste kafiće za pragmatične i umjetničke svrhe; *lobiste* i *kritičare*, koji zauzimaju poziciju za ili protiv trgovine pićem iz društvenih, moralnih ili metafizičkih razloga; te *evaluatore*, koji fenomen procjenjuju holistički. Prema Küminu, umnažanjem pravila zakonodavci svih razina težili su ostvarivanju dvaju glavnih ciljeva: prevenciji prevara te promociji blagostanja (Kümin, 2007).

James Kneale (Kneale, 1999) u svome se radu bavi britanskim pabovima viktorskog doba te ističe da je reguliranje konzumacije pića bilo važno i prije devetnaestog stoljeća, no upravo je u tome razdoblju prostor ušao u diskurse moralnosti i licenciranja. Pab se uzimao za odvojen prostor pogodan za policijsko nadgledanje te je maksimiziranje vidljivosti bio važan zahtjev. Odjeljivanje unutarnjih prostorija olakšavalo je prikriveno opijanje, a ulaz i izlaz iz objekata nadgledao se s ciljem prevencije moralne zaraze prostora u neposrednom okruženju paba (Kneale, 1999).

Slično je i u Zagrebu na prijelazu iz devetnaestog u dvadeseto stoljeće. Vlasti su s ciljem održavanja javnog reda nastojale osigurati preglednost ugostiteljskih objekata te je stoga osvjetljenost postala važnim obilježjem. Podrobno opisivanje ulaza te zahtijevanje izravnog ulaska s ulice olakšavalo je održavanje reda te omogućavalo samokontrolu. Povećanjem vidljivosti ulica je postala „prava promatračnica“ (Sabotič, 2007, 44).

Određivanje radnog vremena lokala također je bilo motivirano pitanjima reda i sigurnosti, pri čemu se posebno vodilo računa o različitim kategorijama objekata. Razni oblici zabave također podliježu restrikcijama definiranim ne samo prema kategoriji objekta, već i njegovoj lokaciji. Iako su red, ćudoređe i javno zdravlje zajednički elementi svih tipova ugostiteljskih objekata, ono što ih razdvaja je društvena hijerarhija, čime posredno dolazi i do vrijednosne hijerarhizacije prostora:

„To, zapravo, znači da su gradske vlasti svakoj društvenoj skupini odredile mjesto za druženje. S jedne strane, elita se nalazi u kavani, lokalu s najmanje zabrana i s najvećim pravima. O tome svjedoče njezine značajke: prostor je veći, satnica duža, biljar je u njoj institucionaliziran, a skroman najveći dopušteni broj kavana odgovara broju mogućih gostiju. S druge strane, puk pohađa krčmu koja zapravo nije suprotnost kavani jer su i tu igre dopuštene, a vrijeme zatvaranja relativno kasno. Ipak, taj se lokal ne može otvoriti u otmjenim ulicama grada i uvijek mora biti pregledniji“ (Sabotič, 2007, 62).

Nadzor i kontrola kafića od strane vlasti imaju svoja ograničenja koja ne rezultiraju neredom ili anarhijom, već upravo suprotno, ostvarenjem neformalne socijalne kontrole čiji benefiti nadmašuju opasnosti svojstvene kafićima (Kümin, 2007). Efikasnost „prirodnog nadzora“ posebno je istaknuta na primjeru terasa kafića (Montgomery, 1997; Oldenburg, 1999) koje izlaze na ulice i osiguravaju velik broj ljudi koji nadgledaju javne prostore te pridonose redu i sigurnosti. Ponešto suprotno, Sherri Cavan (Cavan, 1966) bitnim uzrokom moralne upitnosti kafića vidi njihovu preveliku dostupnost koja proizlazi iz njihovog lokalizirajućeg svojstva *iznimke*, „time-outa“. Kafić je u tom smislu neozbiljno i trivijalno mjesto čiji događaji ne podliježu uobičajenoj konzekventnosti životnih situacija.

3.2 Habermasova javna sfera

Klicu recentnih rasprava koje u odnos dovode kafiće s jedne, te javnu sferu i javni prostor s druge strane, historijski možemo smjestiti u zapadnu Europu kasnog sedamnaestog stoljeća. I dok se danas kafiće često uzima za uzurpatore javnog prostora, Jürgen Habermas (Habermas, 1969) u kavanama ranog modernog doba vidi prostore inicijalne institucionalizacije političke javnosti. Politička javna sfera razvila se iz literarne javnosti posredovanjem literarnog iskustva „privatnosti okrenute javnosti“, čime je „osposobljen“ kritički usmjeren subjekt koji racionalno argumentira o zajedničkim pitanjima. No, prema Habermasu, za ovo ostvarenje bili su potrebni i specifični socijalni uvjeti. Egalitarnost sudionika kao preduvjet rasprave temeljene na argumentima ostvarena je uspostavljanjem

„jednakosti obrazovanih“ između aristokratskog društva i građanskih intelektualaca (Habermas, 1969).

Tisak je imao važnu ulogu za razvoj kritičkog subjekta, a časopisi su bili pisani, čitani i kupovani u kavani te je stoga upitno može li se *sadržaj* diskusija odvojiti od *forme* – okruženja kavane (Laurier i Philo, 2007). Mackie (Mackie, 1998 prema Laurier i Philo, 2007) u tom smislu povezuje dijelove članka sa socijalnom geografijom grada, zaključivši da je upravo na presjeku „institucija“ kafića i tiska formirana javnost sastavljena od privatnih pojedinaca koji diskutiraju javna pitanja. Socijalna predisponiranost transformacije javne sfere također ima svoj prostorni odraz. Razvoj javne sfere kojim je buržoazija osvijestila vlastite interese Habermas na široj prostornoj skali veže uz odvajanje plemstva od vladara te preseljavanje u grad – centar građanskog društva. Razvoj novih „institucija“ kao što su kavane odražava iste trendove na nižoj prostornoj razini (Laurier i Philo, 2007).

Habermasov rad kritiziran je kao suviše univerzalan, homogenizirajući, ne-situiran, ne-kritički i nedostatno empirijski utemeljen. Kümin koji je svjestan ogromnog utjecaja koncepta na društvene i humanističke znanosti kritizira Habermasovo djelo na tri osnove: *socijalno*, fokusiranje na nove ekonomske elite; *kronološki*, isticanje osamnaestog stoljeća; te *prostorno*, koncentraciju na salone i kavane (Kümin, 2007). Kümin tvrdi da bi pojedinačne, privremene, punktualne i tematske javne sfere koje su postojale i prije 1700. godine trebale dopunjavati, ako ne i nadomjestiti Habermasov *grand narativ* te zaključuje da su promjene potencirane razvojem salona i kavana evolutivnog, prije no revolucionarnog karaktera (Kümin, 2007). Laurier i Philo (Laurier i Philo, 2007) pokazuju da tadašnje kavane nisu bile ni socijalno homogene, ni isključivo stacionarna, „pristojna“ mjesta racionalne debate. Da bi ih takvima mogao prikazati, Habermasu je bila potrebna *ulica* kao divlji, neobuzdan teritorij, opreka mirnim mjestima gdje je jedina sila ona nadmoćnog argumenta. Takva mjesta su, naglašava Cowan, bliža idealiziranome svijetu nego stvarnim kavanama Londona (Cowan, 2001).

Ellis (2002, 2004 prema Laurier i Philo, 2007) se ne zadržava na socijalnim razlikama unutar kavane, već ih dovodi u odnos sa širim prostorom, povezujući ih s radnim i rekreacijskim geografijama grada. Ističe da Habermasove otmjene kavane imaju svoj topografski odraz: sve su smještene u socijalno ekskluzivnom londonskom West Endu. Posljednje ne iznenađuje imajući u vidu Howellovu (Howell, 1993) konstataciju o Habermasovoj historijskoj i geografskoj ne-uzemljenosti, odnosno, o njegovoj „šutnji o prostoru“. Howell primjećuje razliku između normativne političke teorije i historijsko-

geografskog istraživanja, što je na tragu Cowanovog (Cowan, 2001) odvajanja normativne (preskriptivno socijalno „trebalo bi“) od praktične (deskriptivno „jest“, „bilo je“) javne sfere. Cowan izlomljenost Habermasove homogene javne sfere primarno dokazuje kroz njenu rodnu dinamičnost i heterogenost, posebno naglasivši, na primjeru rada Johna Duntona, smještenost kavane u gradski prostor: „On bilježi da kavane ne odgovaraju područjima grada nastanjenim radničkom klasom koja posjećuje pivnice radi rekreacije i ishrane. Jedina svrha koju bi kavana mogla imati u takvoj četvrti jest paravan za prostituciju“ (Cowan, 2001, 148). Konačno, kritizira se i Habermasovo izostavljanje doživljaja i ukusa kave kao konstitutivnog elementa komunikacije u kavani (Bruncevic i Linné, 2013).

Ines Sabotič postavlja pitanje: zašto u kavani prevladava pisanje, a u kafiću čitanje (Sabotič, 2004)? Radi se o pitanju koje sažima zabrinutost pojedinih autora, npr. (Habermas, 1969; Oldenburg, 1999) glede propadanja političke javne sfere kavana. Sabotič odgovor pronalazi u mikro-prostoru kavane i kafića: „Stol potiče na dugotrajnost, na pisanje, na sebe, pogotovo ako je okruženje dosta mirno. Šank, međutim potiče na drugoga, na predstavu, na čitanje, na trenutak, često u ritmu glazbe“ (Sabotič, 2004, 56). Zaključivši da prevladavanje stola ili šanka nije stvar slučajnosti, već odraz društva u ugostiteljskom objektu, međuodnos forme i sadržaja ponovno se pokazuje relevantnim. Habermas iščezavanje političke javnosti iz prostora kavana objašnjava transformacijom publike koja raspravlja o kulturi prema publici kao potrošaču kulturnih dobara:

„Po pravilu, diskusija pojedinaca u društvu ustupa mjesto više ili manje neobaveznim grupnim aktivnostima. Ove također nalaze čvrste oblike neformalnog okupljanja; njima ipak nedostaje ona specifična snaga institucije koja je nekad osiguravala povezanost društvenih kontakata kao temelj javne komunikacije – oko „grupnih aktivnosti“ ne formira se nikakva publika.“ ... „Aktivnosti kojima se publika kao potrošač kulturnih dobara bavi u slobodnom vremenu vrše se, naprotiv, u jednoj socijalnoj klimi a da im pri tom nije bilo potrebno da se nastavljaju u diskusijama: s privatnim oblikom prisvajanja otpada i javna komunikacija o prisvojenom“ (Habermas, 1969, 205).

Habermas je povezao promjene javne sfere s procesom komodifikacije kojim je kavanski javni diskurs najprije kvantitativno smanjen, da bi konačno potpuno nestao. Javne debate zamijenjene su pojedinačnim iskustvima zapakiranim i prodanim u obliku životnog stila (Bruncevic i Linné, 2013).

Oosterman (Oosterman, 1992 prema Montgomery, 1997) ima fleksibilniji stav ističući da za ostvarivanje javnog društvenog života grada nije toliko važno ponašati se „javno u

javnosti“ koliko biti „privatan“ u njoj. Najbolji kafići u tom smislu su oni koji su okruženi heterogenim uličnim životom, dok je svaki pojedinačni kafić moguće razlikovati po specifičnim karakteristikama vezanim uz životne stilove i potrošačke navike njihovih klijenata. Na kompleksan odnos kafića prema privatnom/javnom prostoru ukazao je i Lukić (Lukić, 2002). Suprotno Oldenburgovim zapažanjima koji u barovima smještenim u trgovačkim centrima pronalazi uglavnom žalosne i usamljene goste, uočeno je da kafići pridonose jačanju socijalnih funkcija trgovačkih centara približavajući ih klasičnim javnim gradskim prostorima kao što su trgovi.

3.3 Analitički pristupi međuodnosu kafić-društvo

Analitici međuodnosa kafić-društvo posebno je pridonio Ray Oldenburg svojim konceptom *trećeg mjesta*. Treće mjesto opća je oznaka različitih javnih mjesta na kojima pojedinci izvan okvira vlastitog doma i posla – prvih dvaju mjesta – sudjeluju u regularnim, dobrovoljnim i neformalnim susretima koji se odvijaju u veselom okruženju (Oldenburg, 1999). Koncept trećeg mjesta ne otkriva samo vezu koja postoji između ljudi i kafića, već i odnos prema zajednici u kojoj je kafić lociran (Tumanan i Lansangan, 2012). Oldenburg izdvaja osam karakteristika takvih mjesta: 1) u njima se pridruživanje i odstupanje od nečijeg društva odvija jednostavno; 2) radi se o inkluzivnim mjestima na kojima pozicije i rangovi nemaju veliku važnost; 3) razgovor je glavna aktivnost; 4) dostupno je pojedincima koji mogu pristupiti u bilo kojem dijelu dana; 5) prepoznaju se regularni gosti; 6) radi se o vizualno neprivlačnim mjestima ili mjestima čija je fizička struktura niskoga profila; 7) raspoloženje je razigrano ili vrlo živahno; 8) odiše „home away from home“ osjećajem (Oldenburg, 1999 prema Tumanan i Lansangan, 2012). Ipak, Oldenburg je svjestan da treća mjesta različitih oblika uglavnom pripadaju prošlosti te da prosječna američka taverna nije treće mjesto. Njihova brojnost, a ne istaknutost osigurala je da i dalje imaju određenu ulogu, a ovu promjenu uvjetovala je geografska ekspanzija gradova te njihovih kvartova rastuće raznolikosti. Upravo je širenje manjih, svima dostupnih objekata odigralo važnu ulogu uslijed rastuće urbanizacije (Oldenburg, 1999). Oldenburg dijeli taverne na tri tipa. Osim taverni koje imaju karakteristike trećeg mjesta, izdvaja *mrtva mjesta* čija lokacija privlači posjetitelje koji su u prolazu te *B.Y.O.F* (Bring Your Own Friends) taverne koje mogu stvoriti dojam trećeg mjesta, no društvo u njima zapravo nije jedinstveno, već fragmentirano na parove i manje grupe koji čuvaju vlastiti teritorij (Oldenburg, 1999). Također, u američkim gradovima razlikuje četiri vrste objekata u kojima se konzumira piće. Uz *kvartovski bar* koji je najbliži karakteru trećeg mjesta,

izdvojeni su *pab* ili *taverna* za „samce“, čiji uspjeh uvelike ovisi o privlačenju ujednačenog broja muških i ženskih gostiju; *noćni klub* ili *kabaret* koji pruža živu zabavu na regularnoj osnovi; te *disko* koji označava mjesto za plesanje.

Na Oldenburgov rad oslonjena su istraživanja (Waxman, 2006; Tumanan i Lansangan, 2012) koja međuodnos kafića i društva razmatraju pomoću koncepta *povezanosti s mjestom* (*place attachment*). Lisa Waxman čimbenike koji utječu na stvaranje povezanosti s kafićem dijeli na fizičke i socijalne. Od fizičkih posebno izdvaja čistoću, miris, adekvatnu rasvjetu, udoban namještaj te pogled na vanjski prostor; dok od socijalnih izdvaja mogućnost dugog ostajanja (otezanja), osjećaj posjedovanja i teritorijalnosti, povjerenje, poštovanje i anonimnost, produktivnost i osobni razvoj, društveno potvrđivanje i okruženost „poznatim strancima“ te podršku (Waxman, 2006). Tumanan i Lansangan posebno bitnim za ostvarivanje povezanosti s kafićem ističu ponavljajuće „izlaganje“ mjestu te doživljaje koji proizlaze iz dugotrajnog boravka u njemu. Za stvaranje doživljajnih značenja važnim se izdvaja i geografsko okruženje u kojem se nalazi kafić (Tumanan i Lansangan, 2012). Ipak, društvenost i zajednički identitet u kafiću nije temeljen isključivo na ugodnim doživljajima i bezbrižnosti. Bol, izoliranost i životne nedaće mogu proizvesti potrebu za suosjećanjem i društvom ljudi koji poznaju teške okolnosti (Wright, 2003).

Zaključno, kod historijsko-analitičkih pristupa društvenosti u kafićima posebno su važne *kontekstualne* (uključuju oblike vlasti, vjersku orijentaciju i socio-ekonomske strukture), *vremenske* (dvije glavne kategorije su situacija i makrohistorijski razvoj) i *prostorne* varijable, pri čemu Kümin prostorne varijable dijeli na *topografske* (za koje je centralnost/perifernost lokacije od posebnog značaja) i *atmosferske* (Kümin, 2007).

4. Kafići u socijalnom i imaginativnom prostoru grada

Analizom naziva hrvatskih ugostiteljskih objekata Šakaja (Šakaja, 2004) iščitava širu društvenu sliku; nastoji urediti neorganizirani kozmos društvenih aspiracija i suvremenih ideala, strukturirajući atomizirane djeliće koje pronalazi na cimerima restorana, kavana, bifea, gostionica, konoba, barova... Pri tome u nazivima uočava brojne binarne opozicije, a glavne izdvojene značenjske snopove također je moguće svrstati na dva suprotna pola. S jedne strane nalaze se nazivi koji evociraju prisnost, sigurnost, mir i spokoj, a njima su suprotstavljeni oni nazivi koji ugostiteljski objekt označavaju mjestom bogatstva, sjaja, elitnosti, prestiža, moći. Iako se u raznolikim nazivima objekata iščitava kulturna

polifoničnost prostora, može nas interesirati i kakav je odnos dihotomije uočene u nazivlju prema socijalnom prostoru grada.

Analiza ove dualnosti u okviru grada Zagreba logičnom nameće konceptualnu podjelu grada na središte i periferiju, centar i kvart-ove. Podjela se temelji na objektivnim socijalnim, socio-ekonomskim, arhitektonskim i dr. pokazateljima i obilježjima, u jednakoj mjeri kao i na prostornoj percepciji grada, zagrebačkim imaginativnim geografijama³.

Do egzaktnih pokazatelja socio-prostorne dihotomije Zagreba uglavnom se došlo analizom socio-ekonomskih (zaposlenje, edukacija, prihodi) te stambenih, odnosno obiteljskih obilježja. Prema Čaldaroviću (Čaldarović, 1987), prostorna distribucija zagrebačkog stanovništva povijesno je uvjetovana te je moguća podjela na elitni sjever, „agramerski“ centar i proletariziranu periferiju, što se temelji na obilježjima stanovništva i stambenim uvjetima. Na temelju podataka o stupnju školske spreme i stručnog obrazovanja iz 1971. godine, Čaldarović zaključuje o prisutnosti procesa socijalne diferencijacije i segregacije. Najpovoljnije pokazatelje imaju središnji i sjeverni dijelovi grada, Donji grad te nova naselja, dok je u perifernim dijelovima stanje najlošije. Marinović – Uzelac (Marinović-Uzelac, 1978) u svojem udžbeniku iz 1978. godine također navodi da se jača odstupanja od prosjeka cjeline grada prema nižem standardu stanovanja i nižem stupnju obrazovanosti javljaju u perifernim naseljima, uz tek male otoke u centru. Bašić (Bašić, 1994), nadalje, prema podacima iz 1981. godine analizira socijalnu topografiju Zagreba konstatiravši postojanje dihotomije grada i suburbija. Centar grada homogeno je područje najvišeg socio-ekonomskog statusa, a statusna gradacija uočava se udaljavanjem od centra. Prostor južno od željezničke pruge pokazao se „šarolikim“ po tom pitanju, no čak i u područjima poput južnog ruba grada, gdje povoljna obrazovna struktura stanovništva i moderna infrastruktura daju naseljima karakter boljih četvrti, izgled, realna veličina stanova i „silosni“ karakter jasno ih diferenciraju od središnjih elitnih zona. Sukladno tome, Prelogović (Prelogović, 2009) je na osnovi podataka iz 2001. godine ustanovio da su najveće prostorne razlike između dijelova grada određene socio-ekonomskim obilježjima.

³ „Naše predodžbe o svijetu strukturiraju *imaginativne geografije* odnosno reprezentacije mjesta: ljude koji ondje žive, krajolike, kulturu i prirodu što ih nalazimo u udžbenicima, putopisima, novinama, časopisima, na televiziji i internetu, na stranicama književnih djela i fotografijama, na kazališnim daskama te na slikarskim i filmskim platnima. Imaginativne se geografije generiraju i reproduciraju i u svakodnevnoj osobnoj komunikaciji: putem cirkulacije stereotipa, klišeja, viceva. (...) Pritom imaginativne slike cirkuliraju u posve materijalnim oblicima, konstruirani prostor može biti i „realniji“ od fizičkoga, a dihotomija *točno/netočno* gotovo da gubi smisao“ (Šakaja, 2015).

Zagreb prema socio-ekonomskom statusu ima izraženu socio-prostornu polarizaciju pri čemu se izdvajaju dva pola: gradska jezgra i dijelovi neposrednog medvedničkog prigorja kao tradicionalne rezidencijalne zone imućnijeg stanovništva suprotstavljene su velikom dijelu gradske periferije koja je obilježena niskim socio-ekonomskim statusom. I ovdje je istaknuta svojevrsna statusna gradacija. Izdvajaju se relativno homogena područja s vrlo visokim i visokim, zatim s prosječnim te niskim i vrlo niskim socio-ekonomskim statusom. Doista, potrebno je uočiti gradacijski karakter socijalnog prostora grada, kao i nepostojanje čvrstih granica kod složenih socio-prostornih odnosa. Analiza suvremenog grada kroz prizmu koncepta centar-periferija, koji implicira predmoderne urbane značajke, može ostaviti dojam suviše velike generalizacije i simplifikacije. Ipak, jedno od temeljnih obilježja imaginativnih geografija je da one pojednostavnjuju, shematiziraju i generaliziraju (Šakaja, 2015), a budući da će ovdje uvelike biti riječ o odnosu kafića i prostorne percepcije Zagreba, isticanje binarnosti, dualnosti i dihotomije čini se razumnim. Gulin Zrnić (Gulin Zrnić, 2009) u svojoj knjizi *Kvartovska spika* bavi se Novim Zagrebom, dijelom grada čiji sjeverni, glavni i urbani dio prema objektivnim pokazateljima teško možemo uzeti za suprotan pol elitnome centru grada. Ipak, njeno istraživanje koje se dobrim dijelom odnosi na prostorne imaginacije stanovnika Novog Zagreba sugerira upravo spomenutu dihotomiju. Metafora *spavaonice*, koja se često spominje kada je riječ o novozagrebačkim naseljima, podrazumijeva odvojenost mjesta rada od mjesta stanovanja (mjesta u kojem se spava), fizičku odvojenost od ostatka grada, nedostatak sadržaja u naselju te odsutnost ekskluzivnosti i elitnosti karakterističnih za središnje dijelove grada (Gulin Zrnić, 2009). Odnos kvarta i grada, prema tome, karakterizira zanimljiv dijalektički odnos – iako je po definiciji sastavnim dijelom grada, kvart je u prostornoj imaginaciji njegovih stanovnika ne-grad:

„Gradom se, u kazivanjima novozagrebačkih kazivača, a slučajni uzorak ukazuje na istu percepciju stanovnika drugih dijelova grada, smatra najuži centar, gradska jezgra – Gornji grad, Trg bana Jelačića, Cvjetni trg, Ilica – ili nešto šire – od Britanskog do Kvaternikovog trga, od Gornjeg grada do Glavnog kolodvora. Tamo se *ide u grad*. Pri tome se, barem iz perspektive skupljenog opusa novozagrebačkih kazivanja, misli na kompleksnost ponude opskrbe i servisa (posebni dućani, elitnije trgovine), te na ponudu društveno-kulturnog života. *Grad* podrazumijeva i senzaciju izlazaka: „idem u grad, idem u civilizaciju“, kaže jedna kazivačica, dok je Novi Zagreb „normalni život“. (...) Grad u tom smislu nije „rutinska dnevna praksa“, nego je on simbolički važan zbog „posebnih prilika“. (...) Konačno, neki tvrde da je razlika u mentalitetu, pod tim nazivom misleći na socijalne

karakteristike dijelova grada – centar grada percipiran kao građanska jezgra, Dubrava kao doseljenička, Peščenica kao opasan kvart ili stara Trešnjevka kao pitoma i ugodna radnička naseobina“ (Gulin Zrnić, 2009, 117).⁴

Sukladno tome, Čaldarović (Čaldarović, 2011) na temelju istraživanja provedenog 1989. godine razvija tezu o odvojenosti i zatvorenosti Novog Zagreba, zaključivši kako se radi o dijelu grada koji funkcionira kao samostalna cjelina izdvojena (ne samo fizičkim barijerama i udaljenošću) iz „ostatka grada“.

Nalazi koje prezentira Stiperski (Stiperski, 2015) također potvrđuju dihotomni karakter prostorne imaginacije Zagreba. Na osnovi anketnog ispitivanja provedenog 2015. godine analizirana su mjesta u gradu koja njegovim stanovnicima izazivaju ugodu, odnosno neugodu. Zaključeno je da najviše ugone izazivaju mjesta u središnjem dijelu grada (Gornji grad, Tkalčićeva, Cvjetni trg, Strossmayerovo šetalište, Zrinjevac i sl.), što se objašnjava njihovom funkcionalnom orijentacijom na šetnju, odmor i boravak u ugostiteljskim objektima te slabljenjem značenja trgovačke funkcije. Ne iznenađuje stoga da od svih ulica u Zagrebu najviše ugone izaziva Tkalčićeva ulica, imajući u vidu činjenicu da se uz Cvjetni trg s okolnim ulicama radi o području najveće koncentracije kafića u cijelome Zagrebu (Stiperski, 2015). Mjesta koja izazivaju neugodu uglavnom nisu vezana uz središte grada, već uz ostale dijelove Zagreba, a znakovito je da upravo gradske četvrti – kvartovi – među ispitanicima uvjerljivo najčešće pobuđuju neugodu. Više neugode pri tome pobuđuju urbanistički neplanirana i divlja naselja uskih ulica i privatnih kuća nego standardizirani urbanizam naselja višekatnica, a od glavnih četvrti koje pobuđuju neugodu kod značajnijeg broja ispitanika jedino se Novi Zagreb izdvojio kao dominantno izgrađen višekatnicama (Stiperski, 2015).

Stiperski primjećuje da je pitanje izazivanja ugone ili neugode gradskih mjesta usko povezano s identitetom (Stiperski, 2015). Moguće je postaviti pitanje u kojoj je mjeri ugodna ili neugoda vezana uz funkcije prostora (rekreacija, rad, promet...) te koliko ona ovisi o gradskim simbolima – prostornim identitetima? Čaldarović (Čaldarović, 1987) na osnovi rezultata istraživanja provedenog 1979. godine koje se bavi simbolima i urbanom

⁴ Evo kako jedna kazivačica u istraživanju Gulin Zrnić u raspravu o odnosu između kvarta i grada uvlači kafiće: „Da, to vele uvijek za Novi Zagreb da je spavaonica, međutim znaš šta, mogu oni tu metnut, kaj ja znam, kino, kazalište i to, ali je *navika da ti ideš, kak mi velimo, u grad*...I ovo je grad, ali je navika, ti hoćeš provod, a kad hoćeš provod ne buš išel tu, buš otišel u kafić, ali u kino buš otišel *u grad jer je to izlazak*“ (Gulin Zrnić, 2009, 136). Za ovu ženu kafići su mjesto lokalnog provoda i provođenja slobodnog vremena, dok se „pravi“ provod i izlazak odvija u kinima i kazalištima centra grada.

fizionomijom Zagreba zaključuje da su posebno prepoznatljivi elementi fizionomije oni iz *povijesnog naslijeđa* (povijesno-urbana cjelina, pojedini objekti, park i trg). Simboli Zagreba koncentrirani su tako u njegovoj povijesnoj jezgri (u širem smislu), a o simbolima izvan ovog prostora uglavnom se govori u najopćenitijim kategorijama – nediferencirano. Ispitanici u ovom istraživanju izvan klasičnog središta grada uglavnom su spominjali tek tradicionalno poznata imena pojedinih dijelova grada, što djelomično objašnjava zašto se u ispitivanju koje je proveo Stiperski čitave gradske četvrti najčešće vežu uz osjećaj neugode. Čaldarović (Čaldarović, 1987) naglašava da se identifikacija stanovništva s karakterističnim elementima gradske fizionomije događa primarno na pojmovnoj razini te predstavlja amorfnu vezanost koja nastaje automatskim prihvaćanjem simbola. Simboli prema tome nisu teritorijalizirani na osnovi svakodnevnog iskustva te stoga pojedini dijelovi kvarta i objekti u njemu kao prostor svakodnevnog obitavanja teško postaju „simboličkom okolicom“. Čaldarović nadalje smatra da su simboli u starijem dijelu grada obilježeni arhitektonsko-urbanističkim likom i vrijednostima, a ne svojim funkcijama te se retoričkim pitanjem „kakvu funkciju ima Gornji grad kao primarni simbol u starom dijelu grada?“ (Čaldarović, 1987) ponešto suprotstavlja konstataciji Stiperskog (Stiperski, 2015) prema kojemu središnji dijelovi grada izazivaju najviše ugone uvelike zbog svoje rekreacijske funkcije, šetnje, odmora i boravka u kafićima.

Kako navodi Šakaja (Šakaja, 2015), mjesta mogu biti javni simboli i područja brižnosti. Javni simboli poput spomenika, trgova i monumentalne arhitekture pridonose važnosti lokaliteta, potiču lokalni ili nacionalni patriotizam, izazivaju pažnju te ih je lako identificirati. Oni su stoga bliski onome što Čaldarović naziva „amorfnim vezanjem na pojmovnoj razini“. Suprotno tome, područja brižnosti mogu se spoznati samo iznutra, njih je teško identificirati prema izvanjskim obilježjima te pretpostavljaju emotivnu povezanost. Kao primjere područja brižnosti Šakaja između ostaloga navodi kvartove i kafiće, a ako to kontekstualiziramo prethodnim istraživanjima, može se primijetiti da kafići od kvartova imaju veće šanse postati takvim značenjskim područjima, što je pak moguće objasniti većom koncentriranošću iskustava koja su ključna u nastanku ovakve vrste povezanosti s mjestom. Tuan koji je začetnik humanističke geografije, vjeruje u afektivnu sponu između mjesta i okoline – topofiliju – samo kada se odnosi na iskustveno doživljena područja dovoljno mala da se upoznaju neposredno (Šakaja, 2015). Osvrnemo li se na spomenute Čaldarovićeve tvrdnje o ne-teritorijaliziranosti zagrebačkih simbola na osnovi svakodnevnog iskustva, postavlja se pitanje jesu li kvartovi preveliki da bi postali područjima brižnosti, odnosno, objektima topofilijских osjećaja? Jesu li zagrebački kafići

za sebe područjima brižnosti i značenjski ispunjena mjesta, dok su za kvartove simboli u njihovoj nemogućnosti da sami postanu istinskim objektima topofilije i područjima brižnosti? Pitanja su to na koja je teško pronaći jednoznačan odgovor, no kroz raspravu će odgovori zasigurno postati bližima.

Čaldarović na drugom mjestu (Čaldarović i Šarinić, 2017) pišući o statičnosti, odnosno dinamičnosti javnih prostora, opisuje *centar* grada kao prostorno-vremenski dinamičan koncept; odnosno, kao simbolički prostor prema kojem su usmjerene želje za akcijom, vidljivošću, prepoznavanjem...:

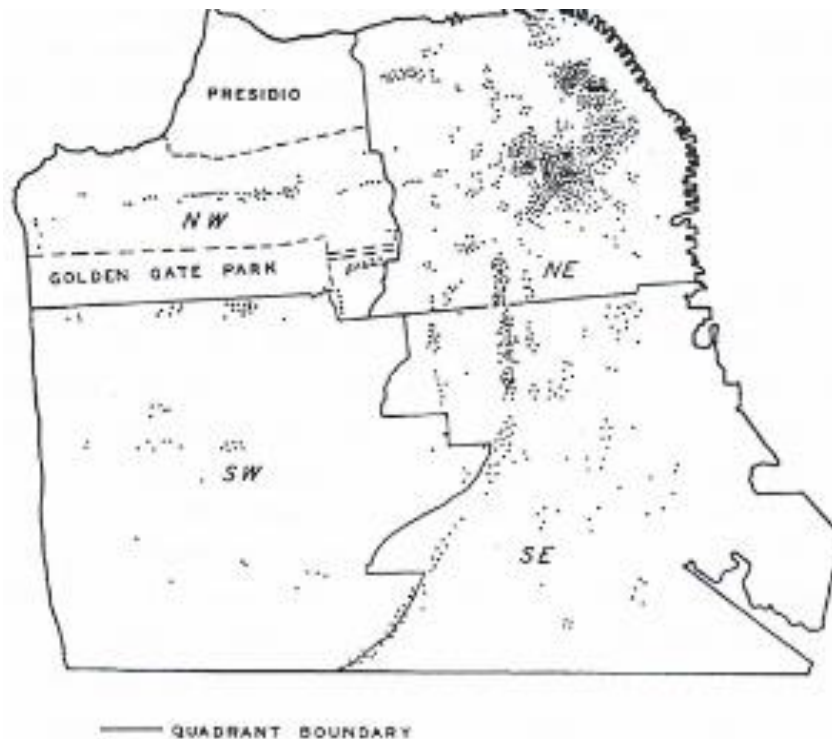
„Rečenica „Idem u centar (grada)“ označava želju za susretom, za nekom atrakcijom, participacijom u nekom događaju. Boravkom na „špici“ u centru Zagreba, kao jednom od oblika bivšeg tradicionalnog korza, u neko vrijeme i u određeni dan (npr. subota oko podneva) građani potvrđuju svoj „status“ osobe koja „ima pravo“ biti viđena tamo gdje su i drugi (oni važni i poznati), ali i da sama vidi „najviše uključene“ stanovnike grada. „Centar“ ne mora označavati geografski centar grada, nego simbolički važno mjesto gdje se dolazi, boravi, vidi i biva viđenim. Ta žarišta socijabilnosti prostorno se mijenjaju – nekada „važna mjesta“ (u Zagrebu npr. Zvečka ili Blato {napomena: radi se o nekadašnjim kulturnim zagrebačkim kafićima}⁵) to prestaju biti, a pojavljuju s neka druga gdje se treba „pokazati““ (Čaldarović i Šarinić, 2017, 47).

Kako bismo se dodatno približili geografskom aspektu rasprave o kafićima u prostoru grada, slijede dva primjera koji kafiće stavljaju na kartu.

Cavan (Cavan, 1966) kroz pristup socijalne ekologije prikazuje raspodjelu kafića u San Franciscu 1965. godine uspoređujući broj kafića u pojedinim gradskim kvadrantima i popisnim područjima (*census tracts*). Osnovni zaključak kojeg izvodi jest da prostorna distribucija kafića u gradu ovisi o raspodjeli i obilježjima stanovništva, kao i lokaciji pojedinih funkcija i djelatnosti (hotela, poslovnih i rekreacijskih objekata). Na primjeru San Francisca (sl.3) možemo uočiti izrazitu koncentraciju kafića usporedimo li primjerice

⁵ Čaldarović je više puta istakao važnost kafića za povezivanje društva s određenim mjestom. Tako primjerice navodi: „I nekada kulturna mjesta okupljanja Zagrepčana, npr. kavana Medulić, u kojoj su se od 1964. do 1970. prikazivale i kabaretske predstave kazališta Jazavac, godinama je bila zatvorena i zapuštena da bi 2016. godine postala još jedna prodavaonica lanaca DM-Drogerie markt. Sličnu će sudbinu možda doživjeti i prostor bivše, također kulturne kavane Corso na uglu Ilice i Gundulićeve ulice, koja je preko trideset godina zatvorena i neiskorištena. U oba slučaja nije riječ samo o iskorištenosti javnih ambijenata, nego i o njihovim društvenim funkcijama, arhitekturi, tradiciji i kompleksnoj memoriji mjesta“ (Čaldarović i Šarinić, 2017, 23).

sjeveroistočni i jugozapadni gradski kvadrant. U 63 popisna područja koja su dijelom sjeveroistočnog kvadranta nalazilo se 70% ukupnog broja kafića u San Franciscu. Iako je u ovome kvadrantu živjelo tek 39% ukupnog stanovništva, činjenica da se radilo o 50% ukupne samačke populacije grada učinila je ovo područje posebno povoljnim za otvaranje kafića. Ne samo da se izlaskom iz sjeveroistočnog kvadranta mijenjaju demografske karakteristike poželjne za prostor bogat kafićima, već se smanjuje i broj dućana, ureda, hotela, teatra i restorana. Dijametralno suprotna je situacija u jugozapadnome kvadrantu. U 23-ma popisnim područjima koja čine ovaj kvadrant stanuje četvrtina gradske populacije, a činjenica da se radi o tek 20% samačke populacije dobrim dijelom je uzrokom što se ovdje nalazi tek 6% ukupnog broja kafića u San Franciscu. U sjeveroistočnom kvadrantu tako jedan kafić dolazi na 308 stanovnika starijih od 21 godinu, dok u jugozapadnom na 1952 stanovnika.

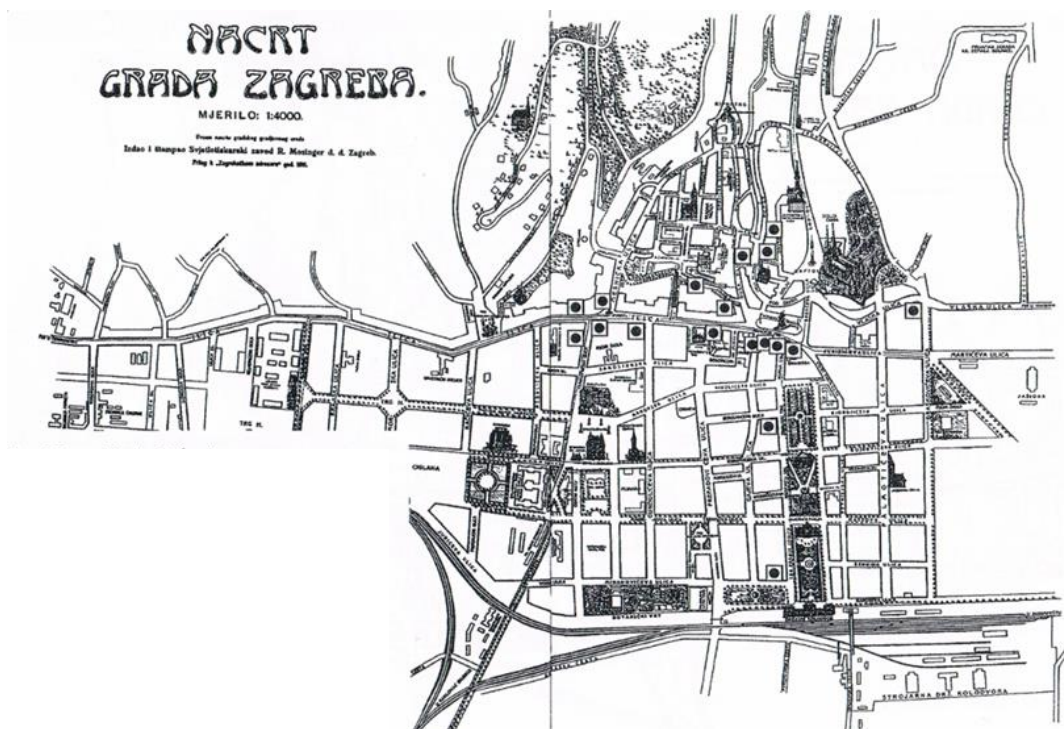


Sl.3. Prostorna distribucija kafića u San Franciscu 1965. godine

Izvor: Cavan, 1966

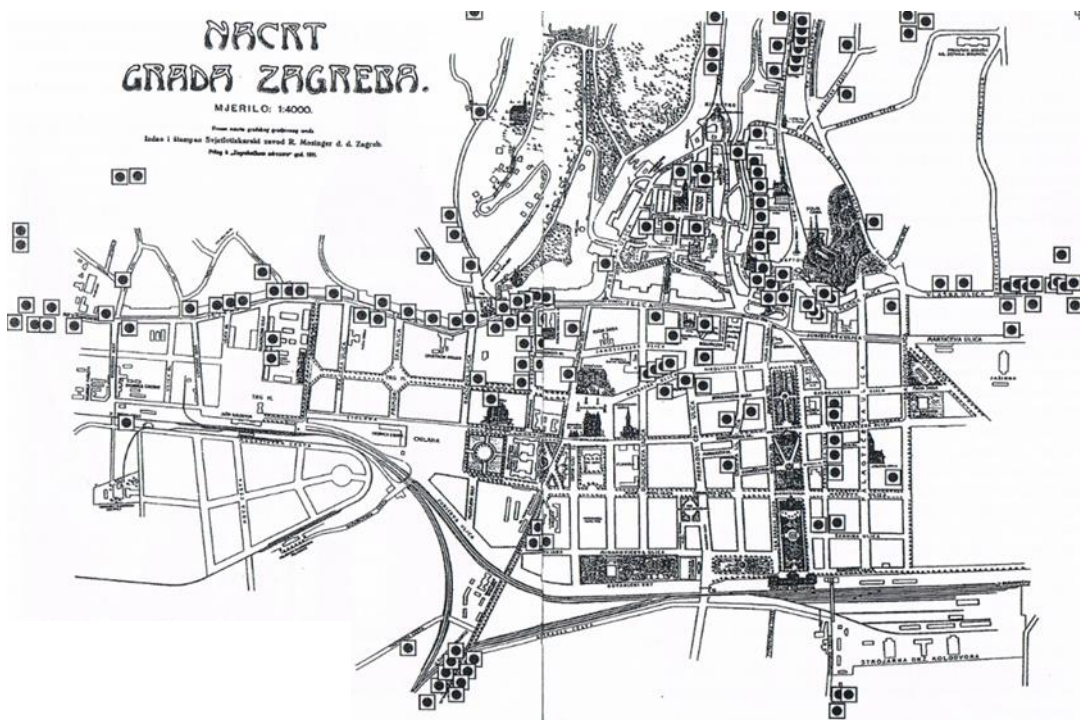
Drugi primjer odnosi se na usporedbu zagrebačkih kavana i krčmi na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće. Ovaj prikaz donosi Ines Sabotič (Sabotič, 2007) koja pišući o zagrebačkim ugostiteljskim objektima istovremeno piše i o urbanome identitetu, zagrebačkim kvartovima te geografiji ugostiteljskih objekata. „Veza između urbanog prostora i ugostiteljstva najvidljivija je kada se označi položaj svratišta, kavana, gostionica i krčmi na karti“ (Sabotič, 2007, 153). Prije razmatranja položaja objekata treba napomenuti kakav je

bio tadašnji prostorni odnos centra grada i periferije: „Zapadno od Frankopanske ulice, istočno od Draškovićeve te južno od pruge, počinje svojevrsna gradska periferija, komplementarna strana Donjega grada i njezinih 21862 stanovnika“ (Sabotič, 2007, 154).



Sl.4. Kavane u Zagrebu 1896. godine

Izvor: Sabotič, 2007



Sl.5. Krčme u Zagrebu 1896. godine

Izvor: Sabotič, 2007

Tadašnje zagrebačke kavane imale su centralan položaj (sl.4). Većinom su u blizini Jelačićevog trga, četiri su na samome trgu, a ostale se nalaze na početku Ilice i u Gornjem gradu. Ovakva prostorna raspodjela potvrđuje status kavane kao „najurbanijeg“ ugostiteljskog objekta koji postoji samo u gradu, tj. u gradskome središtu čime može biti i pokazateljem urbanizacije nekog prostora (Sabotič, 2007). Prostorna distribucija tadašnjih zagrebačkih krčmi pokazuje se gotovo negativom zemljovida kavana (sl.5). Niti jedna krčma ne nalazi se u strogom središtu grada, na glavnome gradskome trgu, simbolu građanskoga življenja rezerviranome za kavane. Krčmi ima posvuda drugdje, čak i tamo gdje su statutom zabranjene. Udaljavanjem od centra njihov broj se ne smanjuje: „Premda je krčma urbani objekt, istodobno je i ruralni. No, za razliku od kavane, nipošto nije građanski. Samo središte Zagreba rezervirano je isključivo za kavanu. To potvrđuju cijene najma i priključenost kavana na kanalizacijski sustav. Urbani prostor nema samo simboličku, nego i tržišnu vrijednost“ (Sabotič, 2007).

Nakon ovih razmatranja sa sigurnošću je moguće konstatirati da je u socijalnom prostoru Zagreba dihotomija centar-periferija, odnosno grad-kvart prisutna kao činjenica koju je moguće potvrditi klasičnim egzaktnim metodama, kao i pristupima koji u obzir uzimaju osjećaje, stavove te ponašanja pojedinaca koji taj socijalni prostor čine. Popis prethodno spomenutih istraživanja nije iscrpan te se radi o temama o kojima će se i dalje pisati. Nastojanje ovog rada je doprinijeti postojećoj raspravi ponešto suptilnijim pristupom, koji o socijalno-prostornim odnosima u Zagrebu zaključuje na temelju onoga što se nalazi i događa u zagrebačkim kafićima – *lokalima*.

4.1 Kvart i kvartovski kafići

Kvartovi su specifični prostorno-socijalni entiteti čija je socijalna komponenta značajnija od fizičko prostorne. Fizička dimenzija kvartova tek je ljuštura u kojoj se nešto može, a i ne mora razviti, dok je kvartovska različitost i posebnost uglavnom zasnovana na simboličkoj razini (Čaldarović, 2011). „Filozofija pojedinog kvarta“ vezana je uz uspomene pojedinca, najčešće iz djetinjstva, idealizacije i poopćavanja, individualizirajuću vezanost uz kvart. Kvart stoga čini teritorijalni okvir koji je fizički, ali i psihološki i simbolički određen kao „naš grad“ (Čaldarović, 2011).

Da bi grad i gradske četvrti bili mjestima društvenosti i zajedništva nužno je postojanje onoga što Oldenburg (Oldenburg, 1999) naziva *neutralnim tlom*. Ako u kvartovima ne postoje takva mjesta na kojima se svi osjećaju kao kod kuće te kojima svatko može

pristupiti i jednostavno od njih odstupiti, susjedi će se rijetko susretati te neće doći do razvijenog osjećaja zajedništva. Pri tome je od presudne važnosti dostupnost takvih mjesta te blizina od mjesta stanovanja posjetitelja. Dobar primjer dostupnih *trećih mjesta* koja čine *neutralno tlo* jesu engleski pabovi koji se, znakovito, nazivaju lokalima (Oldenburg, 1999). Još boljim primjerom čine se francuski bistroi. Oni uglavnom nemaju ime, a glavni razlog tome je činjenica da kvartovski kafić jednostavno ne treba ime – bistro pripada svima koji žive ili su vezani uz pojedini kvart te ne postoji interes privlačenja *outsidera*. Oldenburg navodi primjer istraživanja provedenog sredinom prošlog stoljeća koje je pokazalo da 90% regularnih posjetitelja pabova ne pješači više od 300 jardi (1 jard = 0,91 metara) do paba kojeg uglavnom posjećuje, te tvrdi kako je upravo postojanje brojnih malih pabova dovelo do toga da ih se može nazvati kvartovskim *lokalima*. Ustvrdivši da su pabovi malobrojniji, veći i udaljeniji nego prije, zaključuje da su današnji gosti sve češće međusobno stranci te da kvartovski pab kao treće mjesto nestaje (Oldenburg, 1999). Ovdje treba napomenuti da osjećaj pripadnosti nekom prostoru ili zajednici ne treba promatrati kroz binarnost pripadanja i poznatosti s jedne te stranosti i nepoznatosti s druge strane. Zapravo, i kvartovi i kafići postaju značenjski i društveno bogatim mjestima na temelju onoga što Gulin Zrnić (Gulin Zrnić, 2009) govoreći o kvartovima naziva *javnom familijarnošću*, a Waxman (Waxman, 2006) raspravljajući o socijalnosti u kafićima *poznatim strancima*. Kvartovi su uglavnom preveliki da bi se svi pojedinci međusobno poznavali, pa ipak pojedinci koji se ne poznaju mogu dijeliti slično iskustvo, tj. zamišljaj lokalne zajednice; javna familijarnost, dakle, nastaje kada se anonimni pojedinci kontinuirano susreću čime dolazi do iskustva zajednice (Gulin Zrnić, 2009). Slično je i s pojedincima koji imaju potrebu izaći izvan kuće na neko društveno mjesto kako bi njihova egzistencija kao članova zajednice bila potvrđena. Takvi pojedinci često u kafićima sjede sami uživajući u atmosferi i prisutnosti drugih gostiju – poznatih stranaca (Waxman, 2006).

Iako Oldenburg iznosi tezu da svaki posjetitelj paba ima svoj lokal, te da je svaki pab nečiji lokal, navodi i primjer fenomena pub-crawlinga (skakanje od paba do paba) posebno popularnog među Englezima (Oldenburg, 1999). U Zagrebu skakanje od kafića do kafića ima dva oblika. Prvi oblik smješten je u centru grada te je namijenjen turistima koji uz pratnju lokalnog vodiča obilaze kafiće „zagrijavajući se“ za kasniji *party* u nekom od noćnih klubova ili jednostavno partijajući. Evo kako je fenomen opisan na mrežnim stranicama Turističke zajednice grada Zagreba: „Zamislite upoznavanje novih ljudi, igranje igara, dok ispijate koktele cijelu noć u hip barovima i pubovima i završite u najluđim

klubovima u gradu. Ne morate se gužvati da biste pronašli najbolja mjesta u Zagrebu... Pub Crawl Zagreb se brine o svemu!“ (4). Drugi tip lociran je u zagrebačkim kvartovima. Kafići između kojih se kreću lokalni stanovnici temeljem su osjećaja povezanosti gostiju kafića s kvartom. Na blogu posvećenom Zapruđu (1) saznajemo o „pjesmici spjevanoj na melodiju vječnih Jingle Bell's-a“: Zapruđe, Zapruđe,/ baš si pravi drug,/ imaš pe', šest birtija/ i vrtiš se u krug, Hej!/ Zapruđe. Regularnom posjetitelju birtija u Zapruđu upravo su birtije omogućile da svoj kvart doživljava „drugom“. Radi se ipak o jednom statičnom i zatvorenom, pesimističnom, ali prostorno svjesnom odnosu: vrtiš se u krug, Hej!/ Zapruđe...

Preispitivanje razloga zbog kojih je centar grada namijenjen mladim stranim turistima koji piju koktele u hip barovima, a periferijski kvartovi lokalnom stanovništvu koje se u birtijama vrti u krug može se činiti naivnim, no ono je nužno želimo li rasvijetliti subjektivne razloge koji stvaraju i reproduciraju objektivne (socio-ekonomske, povijesne, arhitektonske...) razloge ove podijele.

U svojoj knjizi „Krajolici straha“ Tuan upozorava na negativne emocije u doživljavanju prostora (Šakaja, 2015), osvrćući se dobrim dijelom na prostor grada. Grad je prema Tuanu prostor straha od siromašnih i nepoznatih ljudi čiji se broj nepregledno povećava; također, strah je vezan uz fizički prostor grada, njegove uske, mračne, nepoznate i nepregledne ulice. U takvom okruženju taverne su mračna mjesta koja mladeži ne predstavljaju ništa manje iskušenje od „javnih kuća“ i opasnih ulica; one su bile mjestima za koja su respektabilni članovi društva vjerovali da će ih, bez obzira na malobrojnost, nepopravljivo lijeni siromasi uvijek lakše pronaći nego što će pronaći posao (Tuan, 2013).

Tuan govoreći o strahu od prljave gradske svjetine, rulje i mračnih gradskih prostora primjećuje kako je taj strah prisutan kako u prošlosti, tako i danas, te da se radi primarno o klasno pozicioniranome strahu – strahu imućnih i srednjih društvenih slojeva (Tuan, 2013). Edward Said prvi je upotrijebio termin *imaginativna geografija* koji se otada nerazdvojivo vezuje s odnosima moći, znanja, pozicioniranosti subjekta i njegovom prividnom neutralnošću (Šakaja, 2015), a govoreći o gradskom prostoru ovim temama zasigurno je moguće pridodati temu pozicioniranosti straha. „Prostor s unutarnje strane granica označuje se kao „svoj“, „kulturan“, „siguran“, „harmonično organiziran“. Njemu se suprotstavlja „strani“ prostor, „neprijateljski“, „opasni“, „kaotični“. Kako se interpretira takvo binarno razdvajanje – ovisi o kulturi“ (Šakaja, 2015, 276). Iako se za imaginativne geografije može činiti da su „u oblacima“ te da ih ne čini ništa više od „slika u glavi“, one su zapravo vrlo materijalne postojeći u mnoštvu materijalnih oblika (filmovi, časopisi,

itd.). Primjeri izloženi u nastavku koji pripadaju književnome diskursu nastojat će približiti binarne imaginativne geografije Zagreba te potvrditi tezu o stereotipizaciji Drugoga kao prljavoga koja se javlja najučinkovitijim mehanizmom povlačenja granica (Šakaja, 2015): „Osjećate i sami – Cesarić i Tin (a našlo bi se i drugih vagabunda) – odveli su nas pomalo iz centra grada prema periferiji. Ni ona više nije tako blatna kao nekada, ali je sumorna i čemerna i dalje. Ako nad vratima i pišu današnji nazivi *bife*, *bistro*, *cafe* – sada više odgovara izrazima: *pajzl* (njem. *Beisel* = krčma), *ćumez* (tur. *kümes* = mala neugledna i neuredna gostionica, kokošinjac, potleušica), *špelunka* (lat. *spelunca* = pećina, špilja; mračan i prljav stan ili krčma, jazbina, rupa), *čarda* (mađ. *csarda* = stan ili gostionica na gradskoj periferiji)“ (Opačić, 2005, 20).

I dok prethodni navod oprimjeruje tezu da se stereotipizacija Drugoga kao prljavoga u pravilu ne odnosi na fizičku, već simboličnu prljavštinu (Šakaja, 2015), naredni primjeri u diskusiju uključuju rodnu stereotipizaciju zagrebačkog prostora:

„Zašto volim prljave cure u tankericama, kojima u ustima visi cigareta, koje loču, dime i igraju biljar u groznim kafićima egzotičnih imena, negdje po periferiji, a to je sve ono gdje ne zalaze izglednije manekenke u društvu brkatih čelnika druge lige Zapad?“ (Maleš, 2000, 97).

Krešimir Nemeć pišući o *brutalnome gradu* kontekstualizira Bovićeve *Metastaze*:

„Birtija je i u *Metastazama* predočena kao važan prostor društvene razmjene i stalne cirkulacije, mjesto oblikovanja vlastite stvarnosti i prakticiranja uobičajenih rituala, u ovom slučaju izrazito rodno obilježenih („dokazivanje muškosti“): ispijanje golemih količina piva, igranje pikada, razgovori o nogometu i kvocijentima na sportskoj kladionici, tučnjave, izivljavanje na slabijima od sebe, seksistički ispadi prema konobarici. Izvan tih društveno beskorisnih ili štetnih aktivnosti nije ostalo gotovo ništa: svakodnevnica obilježena besposličarenjem i prijestupima za kvartovske je žestoke momke i „heroje ulice“ poželjan životni stil. Pozicionirani na socijalnu marginu i urbanu periferiju, oni rijetko odlaze u centar. Ali i kada odu u centar grada „gledat male“, jasno se očituje diferencijacija između *mi* i *oni*. *Oni* u centru su drugi svijet: „hrpa počešljanih kretena s aktovkama““ (Nemeć, 2010, 234).

Teritoriji uspostavljeni zagrebačkim imaginativnim geografijama koji imaju rodno određene kanone uklapaju se u binarnu podjelu na centar i periferiju/kvart-ove: periferija je rezervirana za „kvartovske žestoke momke“, dok su „prljave cure“ na periferiji poželjne, pa i privlačne baš zato što rodne kanone razbijaju kršeći pravila. Prije no što se detaljnije

upoznamo s rodnom obilježenošću kafića, ukratko će biti prikazani oni rituali i stereotipi koje vezujemo uz kafiće u centru grada.

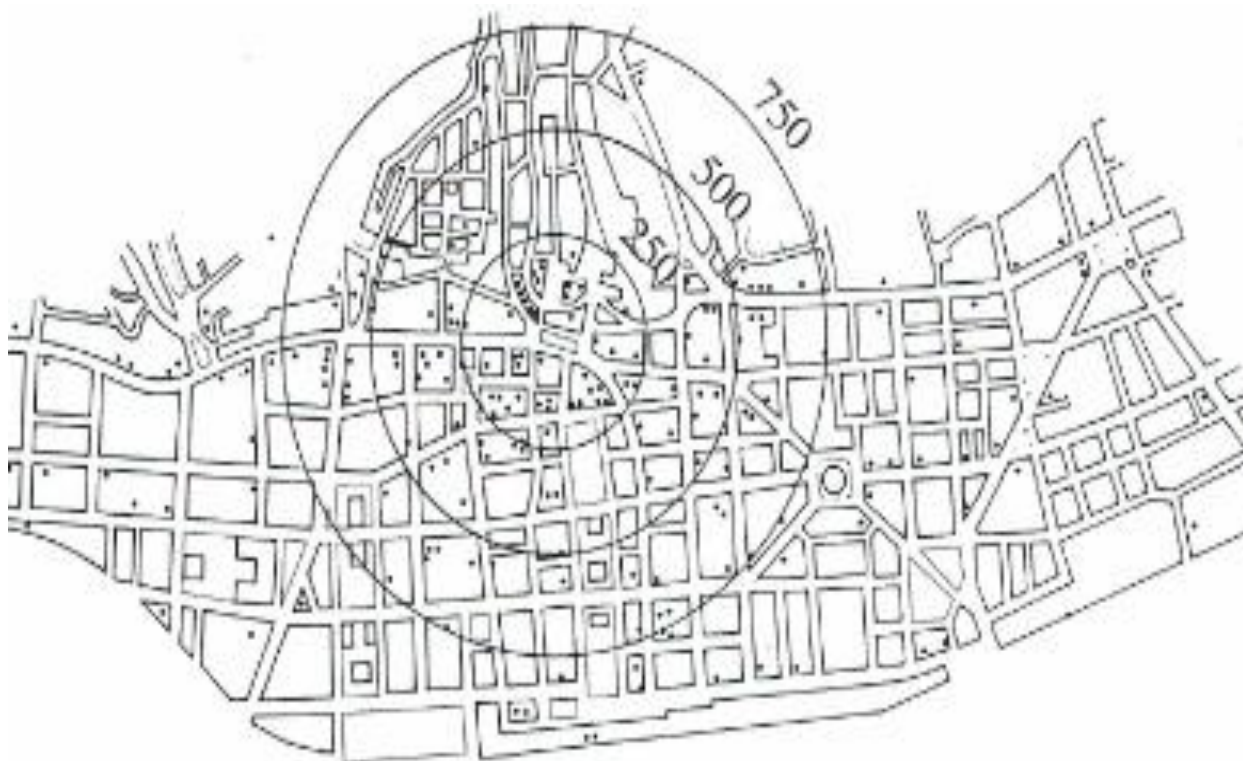
4.2 Kozmopolitski kafići centra grada

Stereotipe o „grubim“ kvartovskim kafićima „gdje svi znaju tvoje ime“ (Laurier, Whyte, Buckner, 2001) te „finim“, ali socijalno otuđenim kafićima u centru grada gdje je gost „samo broj“ moguće je opovrgnuti dvama primjerima smještenima u zagrebački kontekst. Bojan Mucko daje primjer jednog kafića na zagrebačkoj *špici* gdje kada regularni gost ujutro sjedne, može očekivati da će mu kava biti poslužena bez „Dobro jutro“ – kava je često preduvjet za komunikaciju u ranim jutarnjim satima te zahtjeva zavidnu memoriju konobara (Antoš i dr., 2010), ali implicira i ono što može biti nazvano „domaćom, kvartovskom atmosferom“, iako se u ovome slučaju radi o strogom središtu grada. Suprotan primjer nudi Ines Sabotič (Sabotič, 2004). Naime, u drugoj polovini dvadesetog stoljeća kafići smješteni u središtu grada često su bili vezani uz redakcije omladinskih časopisa, a kako su se zbog poskupljenja cijena prostora redakcije selile iz središta na periferiju grada, tako su lokalni kvartovski kafići postali središtem okupljanja. „Odjednom neki kafići koji nisu bili napravljeni s pretenzijom da budu mjesto okupljanja za bilo što (to su bili jako mali prostori), postali su na neki način središte susretanja ljudi koji se bave književnošću, ljudi mlađe i srednje generacije“ (Sabotič, 2004).

Kao što osjećaj kvarta nastaje negdje između potpune izolacije i apsolutnog osjećaja pripadnosti, slično je i s prostorima u centru grada. Baudelaire je napisao da je doživljaj kafića jedinstven, budući da predstavlja mješavinu bivanja „vani“ i bivanja „kod kuće“, odnosno osjećaja bivanja u centru svijeta što omogućuje gledanje ljudi, dok si istovremeno od svijeta sakriven (Bruncevic i Linné, 2013). Srećko Horvat (Horvat, 2007) Baudelaire-a dovodi u vezu s Rolandom Barthesom koji gradski krajolik iščitava preko pojmova tijela i sjećanja te koji kao *flâneur* traži izgubljeni zavičaj i vrijeme vodeći se idejom da su plodovi dokolice vredniji od plodova rada. „Kao što je Baudelaire volio osamu, ali ju je želio u mnoštvu, tako i Barthes preferira biti sam u kafiću, ali „gledati uokolo, razmišljati o svom radu“ (Horvat, 2007, 189).

Iako *subjektivna* granica centar-periferija nije nužno jasno izražena, ona *objektivno* postoji te je prisutna u dominantnome diskursu. Zagrebačkim poduzetnicima za uspjeh je vrlo važna lokacija, što dovodi do toga da se najviše kafića otvara u središtu grada pri čemu su „pomodni prostori u središtu“ suprotstavljeni „kvartovskim mjestima okupljanja“ (Antoš i dr., 2010). Objektivni razlozi atraktivnosti centra grada leže u specifičnoj strukturi sadržaja

(administrativne i poslovne organizacije, mnoštvo trgovina, restorana, kulturnih i zabavnih ustanova) i povijesnome naslijeđu (Čaldarović, 1987), a njegova prometna povoljnost proizlazi iz činjenice da se ljudi koji stanuju na različitim dijelovima grada najlakše povezuju zakazujući sastanke u „zemljopisno pogodnome“ središtu grada (Sabotič, 2004). Perković (Perković, 1977) koji Donji grad smatra jedinim pravim gradskim centrom naglašava da ono što neki dio grada čini gradskim centrom jest njegova sadržajna struktura, tj. kvaliteta i kvantiteta sadržaja kao što su ugostiteljstvo, trgovina, uredi i kulturne ustanove. Pri tom je ugostiteljstvo „sadržaj od izvanrednog značaja za društveni život centra“ (Perković, 1977, 167). Mirko Maretić, kao uostalom i Perković, iznosi tezu o ugostiteljskim sadržajima u centru grada čiji prostorni raspored uglavnom slijedi raspored trgovine (Perković, 1977), komentirajući da su uz trgovinu ugostiteljski lokali „najživlja i najatraktivnija mjesta u gradskom centru“ (Maretić, 1996, 100). Prema Maretiću funkcije u gradskom centru imaju dvije važne karakteristike: one privlače čitavo stanovništvo grada i regije, te omogućuju brojne interakcije. Za potrebe svog udžbenika objavljenog 1996. godine rangirao je funkcije centra Zagreba prema prostornoj gustoći pri čemu su u slijedu centralnih funkcija „hoteli, restorani i ostale ugostiteljske radnje“ završile iza stanova, ureda, prodavaonica za posebne potrebe, radionica osobnih i tehničkih usluga te prodavaonica za dnevnu opskrbu (Maretić, 1996). Za pretpostaviti je da bi novi podaci dali drugačije rezultate, znatno povoljnije za ugostiteljsku djelatnost, kao i da u vrijeme kada trgovačka funkcija seli na rubne dijelove grada u njegovom centru treba očekivati slabiju prostornu povezanost između trgovine i ugostiteljstva. Slijedi Maretićev kartografski prikaz prostornog razmještaja ugostiteljske djelatnosti u centru grada (sl.6) na kojem je vidljiva koncentracija objekata u najužem središtu grada.



Sl.6. Prostorni razmještaj hotela, restorana i ostalih ugostiteljskih objekata u centru grada Zagreba

Izvor: Maretić, 1996

4.2.1 Gentrifikacija/kozmopolitanizam centra grada

Gentrifikacija je proces izmjene socijalne strukture najčešće degradiranog dijela grada, pri čemu dolazi do transformacije od siromašnije socijalne strukture k stvaranju nove, bogatije socijalne strukture. Riječ je o promjeni „strukture sadržaja“ *od jednostavne k ekskluzivnoj*, o povećanju cijena nekretnina i profiliranju trgovačke ponude „*od obične k ekzkluzivnoj*“, a često i o privatiziranju javnog prostora (Čaldarović, 2017). Gentrifikacija se kao element urbane obnove javila i kod nas (npr. Cvjetni prolaz u Zagrebu) (Čaldarović, 2017), no budući da se kao proces nije značajnije razvila, možemo je uočiti tek preko *znakova*. Govoreći prostorno, gentrifikacija se često veže uz središnje dijelove grada, a da je takav slučaj i u Zagrebu svjedoči fenomen zagrebačke *špice*⁶.

⁶ Zvonimir Milčec pišući o zagrebačkoj špici navodi misao Drage Ivaniševića koji joj daje središnje značenje u gradu: „Za razliku od mnogih drugih gradova, Zagreb ima Špicu, centar grada, koji nije samo studentska, hipijevska, ili ne znam kakva Špica, specifična za jedan sloj žitelja; ona je doista srce grada, svi gradski slojevi osjećaju to središte doista kao središte“ (Milčec, 1975, 108). Ipak, Milčec je svjestan da špica kao gradski centar postoji u opreci spram manje vrijedne zagrebačke periferije: „A bio sam dovoljno mlad da cijelu svoju periferiju, što sam je sa sobom donio na zablacenim špičokima i prekratkim dvorednjaku, trampim za pola metra pločnika ispred „Dubrovnika“ ili za malko slađu espresso-kavu u malom kafiću na

Prema Mucku (Antoš i dr., 2010), *špica* je kompleksan fenomen tranzicijske kulture, povezan s ritualnim ispijanjem kave, a prostorno obuhvaća Tkalčičevu, Gajevu, Bogovičevu, Petričevu, Margaretsku, Varšavsku i Preradovičevu ulicu. No, ne radi se o homogenom prostoru. Primjerice, Bogovičeva je dio špice rezerviran za *celebrityje*, dok je Preradovičeva za kulturnjake. Ono što ju karakterizira jest usmjerenost gostiju kafića i prolaznika na vlastitu reprezentaciju i elitni životni stil te stoga, kako Mucko primjećuje, možemo govoriti o „privremenoj, subotnjoj gentrifikaciji gradskog središta“ (Antoš i dr., 2010).

Nasuprot promatranju odnosa kafića i gentrifikacije kao prostorno-vremenski specifičnoga, Papachristos i dr. nastoje utvrditi strukturni karakter veze. Svojim istraživanjem nastoje utvrditi vezu između gentrifikacije i stopa kriminala gradskih četvrti Chicaga u razdoblju 1991. – 2005. godine, mjereći kretanje broja i geografsku distribuciju kafića - „jednog od najistaknutijih simbola gentrifikacije“ (Papachristos i dr., 2011). Otkrili su da je pojava kafića povezana s nižim razinama ubojstava u pojedinim četvrtima neovisno o „rasnom“ sastavu četvrti. Nasuprot tome, veza između kafića i krađe u pojedinim četvrtima ovisi o „rasnom“ sastavu: kafići su u bjelačkim i latino – četvrtima povezani s nižim razinama krađe, dok su u četvrtima gdje prevladava crnačko stanovništvo vezani s višim razinama krađe (Papachristos i dr., 2011). Mjerenje broja kafića kao indikatora gentrifikacije ima određene prednosti u odnosu na uobičajene pokazatelje koji se oslanjaju na popise stanovništva i ankete. Najprije, radi se o vidljivom pokazatelju gentrifikacije koji odražava njen bitan aspekt – životni stil i kulturu stanovnika i posjetitelja pojedine četvrti. Nadalje, popisi stanovništva osiguravaju podatke u dužim vremenskim intervalima (od npr. 10 godina) čime se gentrifikacija procjenjuje primarno linearnim trendovima. Broj i distribucija kafića povoljan je pokazatelj ne samo na osnovi kulturne senzibilnosti, već i prostorno-vremenske preciznosti, koji omogućava jasnije detektiranje promjena vezanih uz gentrifikaciju. Konačno, radi se i o pokazatelju koji u obzir uzima utjecaj privatnih i korporativnih sudionika (Papachristos i dr., 2011).

Gentrifikacija kao koncept ima svoja ograničenja, među kojima se posebno ističe bavljenje kompleksnim procesima urbane promjene kroz analizu, u pravilu, njenog stambenog aspekta. U tom je smislu veza između gentrifikacije i stambene promjene na neki način „naturalizirana“ (Luckins, 2009). Pojam *kozmpolitanizma* omogućuje nadilaženje gentrifikacije kao (isključivo) socio-političkog procesa te otkriva njene kulturne čimbenike

početku Ilice. Nitko se, međutim, na moju ponudu nije obazirao; svi su se grozničavo hvatali za svoj komadićak Špice“ (Milčec, 1975, 106).

(koji nadopunjuju, a ne nadomještaju ustaljene analitičke procedure). Podjela na socijalni („populacija“) i kulturni („atmosfera“) aspekt nije zadovoljavajuća: želja „biti kozmopolitom“ generirana je potrošnjom i slobodnim vremenom, a ne proizvodnjom i radom, te se time u središtu socijalnog i kulturnog *miksa* javlja upravo dokolica (Luckins, 2009). Budući da „biti kozmopolitom“ znači primarno *okusiti* i *osjetiti* grad, jasno je da se popularna shvaćanja termina ne oslanjaju na prosvjetiteljsku i univerzalističku dimenziju, već je fokus na (potrošačkim) kulturnim praksama urbanog života (Luckins, 2009).

Tanja Luckins na primjeru Melbourne-a pokazuje kako su kozmopolitske kulturne prakse, bazirane između ostalog i na posjećivanju kafića, sastavnim dijelom podjele grada na središnji dio obilježen srednje-klasnom gentifikacijom i kozmopolitskom atmosferom te na, suprotno, monotono i bezlično suburbano područje. Središnji gentrificirani dijelovi na taj način pozicioniraju se „bliže kulturi grada“, što se u kulturnome krajoliku ogleda kroz promjene broja i karaktera ugostiteljskih objekata. Pojava i razvoj restorana, *lounge* barova i *café-a* koje posjećuju pripadnici srednje klase te u sve većoj mjeri žene, odvija se na račun pabova pretežito posjećenih muškim radništvom (Luckins, 2009). *Wine barovi* također spadaju pod rodno specifične kozmopolitske ugostiteljske objekte koje preferiraju žene i „mekani“ muškarci (Oldenburg, 1999).

Ne odustajući od značenja kozmopolitanizma kao „otvorenosti za drugog i drugačijeg“ vidljivim postaje paradoks onog kozmopolitanizma kojeg je moguće uočiti u brojnim gradskim središtima. Marketingom „ispravnog“ načina života u centru te promidžbom poželjnih oblika provođenja slobodnog vremena, za „ispravan“ pristup *drugome* konstruira se subjekt specifičnih kulturnih karakteristika koji posjeduje određeni kulturni kapital. Normalizacija pristupa *drugome* odražava se u homogenizaciji središnjih dijelova grada namijenjenih srednje-klasnim životnim stilovima kojih je, kako pokazuje primjer Manchester, provođenje vremena u „finim kafićima“ gotovo simbolom (Young, Diep, Drabble, 2006). Stvaranje kozmopolitske slike centra koja podrazumijeva poželjnost centralne lokacije istovremeno proizvodi nepoželjnog *drugog* – radničku klasu, „momke koji se tuku ispred kafića“, monotone suburbije. Prema tome, konstrukcija „kozmpolitskog“ grada smanjuje vrijednost „ne-kozmpolitskim“ ljudima i prostorima, a takav oblik post-industrijske regeneracije grada ovisi o stvaranju *prihvatljivih* i *neprihvatljivih* raznolikosti „oprostornjenih“ različitim vrednovanjem pojedinih dijelova grada (Young, Diep, Drabble, 2006).

Znakovit je u tom pogledu film Zagreb Cappuccino koji je dobrim dijelom prezentacija kozmpolitskog stila života dvije najbolje prijateljice u ranim četrdesetima (5). Radnja

filma smještena je u središnji i elitni sjeverni dio grada, urbanu vilu, noćni klub, kafiće na Cvjetnom trgu i u Tkalčićevoj ulici, automobil na brzoj i širokoj cesti...Cappuccino se u filmu predstavlja simbolom slobodnog, nezavisnog, pomalo razuzdanog i netradicionalnog stila života. U ovom je kontekstu zanimljiv termin „domestikacija putem Cappuccina“ koji u stručnoj literaturi označava „unaprjeđenje“ i čišćenje javnog prostora od nepoželjnih društvenih skupina jačanjem njegove potrošačke namjene i nadzora (Young, Diep, Drabble, 2006). Također, bitno je spomenuti da Cappuccino sadrži mlijeko što ga čini ženskim pićem, nasuprot primjerice espresso kao simbolu muškosti (Reitz, 2007). Kakav bi bio film da su glavni likovi dvojica prijatelja? Bi li Zagreb Cappuccino bio moguć na periferiji, primjerice u Novom Zagrebu?

5. Kafići kao muška i/ili ženska mjesta

Rodni identiteti gostiju važno su obilježje kafića. O njima ovisi koja će se pića nalaziti na stolu, koje teme razgovora će cirkulirati, kakva će biti dekoracija i ugođaj u kafiću.

Kava kao piće koje definira ovu vrstu ugostiteljskog objekta dugo je vremena bila smatrana muškim pićem. Kafići su bili javna, muška mjesta suprotstavljena ženskoj, privatnoj sferi doma. Emancipacijom žena te njihovim ulaskom u javni prostor dolazi do promjena – kava gubi mušku etiketu te ženska pojava u kafićima postaje uobičajena. Ipak, današnji kafići nisu sasvim otvorena i rodno ravnopravna mjesta te ženska integracija u kafić kao *treće mjesto* zasigurno nije zaključena.

Većina autora suglasna je oko toga da su kafići kroz prošlost uglavnom bili „muška mjesta“ (Hunt i Satterlee, 1987; Oldenburg, 1999; Kümin, 2007; Wright, 2003; Capp, 2007; Kneale, 1999). Muškarci su posjećivali pabove kao odgovor na „zajedničke okolnosti privatnih života“. Radilo se o bijegu od svakodnevnih problema radnog i obiteljskog okruženja te su u pabovima nalazili potrebnu toplinu, hranu, piće i društvo. Bio je to njihov način stvaranja grupnog identiteta temeljenog na materijalnim potrebama i zajedničkim vrijednostima te kolektivni odgovor na životna iskustva (Wright, 2003). Detaljne opise ovakvih mjesta nudi Oldenburg pišući o kanadskim tavernama u kojima dominira lokalno stanovništvo koje pije pivo sjedeći za velikim stolovima za kojima se glasno raspravlja i galami; o café-ima u kojima usamljeni muškarci gnjave vlasnike, jedu kruh i sir koje sami donesu, kartaju i besposličare; o barovima u koje većina očeva ne bi dovela svoju kćer (Oldenburg, 1999). Iako se čini da se ne radi o privlačnim mjestima, nema sumnje da su ona imala jasnu i važnu društvenu funkciju. Znakovit je u tom pogledu slučaj newcastleske pivovare koja je za propagandne potrebe umjesto piva koristila naziv

dog, aludirajući na ispriku kojom su lokalni muževi pred ukućanima prikrivali učestale odlaske u pab: „idem prošetati psa“ (Klemenčić, 2012).

Govoreći o rodnim identitetima posjetitelja kafića, ponovno se relevantnima javljaju teme odnosa javne i privatne sfere te nadziranja, moralnosti, normalizacije, straha. Prva tema, odnos privatnog i javnog u kontekstu rodnih podjela uglavnom je dobro prepoznata. Feminističke teoretičarke upozoravaju na binarnost u povezivanju roda i prostora ističući da se u mnogim kulturama muškarci povezuju s javnim, a žene s privatnim prostorima (Šakaja, 2015).

Kako diskursi proizvode objekte o kojima govore (Šakaja, 2015), također je važno tko i na koji način piše o rodnim podjelama u kafićima. Clare Wright (Wright, 2003) primjećuje da većina istraživanja koja se bave ženskom konzumacijom alkohola primjenjuje „model bolesti“, odnosno medicinsko-sociološki pristup čiji je cilj identifikacija i liječenje problema. Suprotno, oni povjesničari koji su izbjegli pridavanje negativnih oznaka ukazali su na uobičajenu prisutnost žena u kafićima. Bernard Capp (Capp, 2007) potvrđuje fenomen pijanstva kao primarno muški, no naglašava da su se negativne konotacije odnosile i na žene. Ipak, manje senzacionalnom ženskom pijanju pridano je znatno manje pažnje. Da bi se pisalo o ženama u pabovima nije bilo dovoljno da budu prisutne – morale su u nečemu pretjerati ili prekršiti određeni moralni zakon (Kümin, 2007).

Kafići koji su često označavani muškim, grubim mjestima kod žena znaju razviti osjećaj straha. Općenito govoreći, povezivanje nasilja s određenim okolišnim kontekstima utječe na žensko korištenje prostorom, a prihvaćanjem defanzivnih strategija žene „dobrovoljno“ limitiraju vlastito kretanje. Pri tome se pokazalo da su u gradskom okruženju dva tipa prostora vezana uz žensku nesigurnost: veliki, otvoreni, prazni prostori te zatvoreni prostori s ograničenim mogućnostima izlaza gdje napad može ostati neprimijećen (Šakaja, 2015). Usporedbom korištenja *café*-a s otvorenim terasama te pabova naslućuje se da je u kontekstu kafića opreka između (ženske) sigurnosti i nesigurnosti uvelike uvjetovana arhitektonsko-okolišnom otvorenosti, prostranošću i vidljivošću s jedne te zatvorenosti, skućenošću i prikrivenošću s druge strane. Žene se osjećaju ugodnije u otvorenim, elegantnim *café*-ima nego u zatvorenim, „grubim“ pabovima (Montgomery, 1997).

Za žene je u prošlosti ulazak u javnu sferu muškog kafića bio moguć pod jasno određenim uvjetima. Pratnja muške osobe ili okruženost grupom prijatelja za ženu su bili nužni ako je htjela ući u prosječni kafić. No, kao što su postojali tipični muški kafići, bilo je i isključivo ženskih kafića. Wright (Wright, 2003) piše o ženskim lounge-ovima, mjestima na kojima je vladala ugodna i topla atmosfera ispunjena osjećajem zajedništva, što su oznake koje su

uglavnom pridavane muškim kafićima. Feministička kritika koja brine o ženskoj emancipaciji takvim mjestima može usmjeriti različite prigovore. Primjerice, može se prigovoriti da su za kulturu kafića koja je bila dominantno muška, ženski kafići iznimka koja potvrđuje pravilo, ne remeteći tako mušku hegemoniju i prihvaćajući podređenost; također, ženama bi se dalo prigovoriti i da su *preozbiljno* shvatile tvrdnju da je ugodan kafić „dom udaljen od doma“ – tako što su kućanske poslove i teme razgovora iz privatne sfere prenijele u javni prostor kafića, čime njihov „bijeg“ nije bio funkcionalni, već primarno prostorni (Wright, 2003). Ipak, Wright koja primjećuje važnost rodnih podjela za socijalnu geografiju kafića nastoji ukazati na nešto drugo. Preokret u rodnim odnosima koji se nominalno čini pozitivnim (konkretno, povećanje udjela žena u kafićima i njihov ulazak u dotada muške kafiće čime postaju ravnopravne/ije) ima i svoje kontra-efekte. Da bi ušle u javni prostor kafića kao ravnopravne, žene su se morale prilagoditi posebnim uvjetima. One tako moraju paziti na vlastitu prezentaciju i izgled te ne mogu kao nekada u svome isključivo ženskome kafiću biti opuštena i neuredna, što često ima za posljedicu da se povlače u vlastitu kuću (Wright, 2003). Prema tome, prisutnost žena koja se danas nerijetko uzima za pokazatelj „pristojnog“ kafića nije bez posljedica; ono što se može činiti čistim korakom naprijed u sebi sadržava nove ekskluzije.

Općenito govoreći, pisanje o odnosu roda, prostora i kafića fokusirano je uglavnom na interijeru, npr. (Capp, 2007), a promatranjem kafića u širem prostornom kontekstu grada potvrđuju se stereotipi o muškim kvartovskim kafićima (Oldenburg, 1999) i ženskim kafićima u centralnim dijelovima grada. Istraživanje prostornih obrazaca ženskih prijateljstava u Corku (Coakley, 2002) tako je pokazalo da iako žene koriste različite dijelove grada, područja u centru su dominantna. Analizom posjećivanja pabova nadalje se pokazalo da među pojedinim dobnim skupinama postoje razlike. Dok mlađe žene najviše koriste pabove u centru grada, starije žene u većoj mjeri imaju raznolike obrasce kretanja u prostoru.

S druge strane, povezanost između kafića, muških i kvartovskih identiteta naslućuje se posredno, preko sportskih kladionica⁷. Prvi primjer je istraživanje Irvinga Kenetha Zole koji se bavio kockanjem u okruženju niže klase. Zola je većinu opservacija provodio u krčmi u kojoj se okupljalo stanovništvo obližnjeg kvarta te u kojoj je bilo prisutno klađenje za koje zaključuje da je stvaralo vezu među muškarcima (Zola, 2006 prema Kozjak, 2016). Drugi primjer je drama Borivoja Radakovića *Dobitnik* koja predstavlja završni dio trilogije

⁷ Brojna istraživanja provedena u Hrvatskoj pokazuju da su igre na sreću, kockanje, te specifično – sportsko klađenje, primarno muški fenomeni (Kozjak, 2016). Kladionice je moguće uzeti *znakom* muškog identiteta.

Kvart. Sudbine ljudi s periferije grada (i života) prikazane su kroz prizmu zbivanja smještenih u jednom „tipičnom kvartovskom kafiću u kojemu se okupljaju stalni gosti te u kojem katkad bude previše alkohola, buke, pa i tučnjava“ (Radaković, 2015). Znakovita je prva rečenica drame koja opisuje okruženje u koje je radnja smještena: „Kvartovski kafić uobičajena izgleda – šank, nekoliko stolova i stolica, aparat za kladenje“ (Radaković, 2015, 11).

6. Lokacijska obilježja zagrebačkih kafića

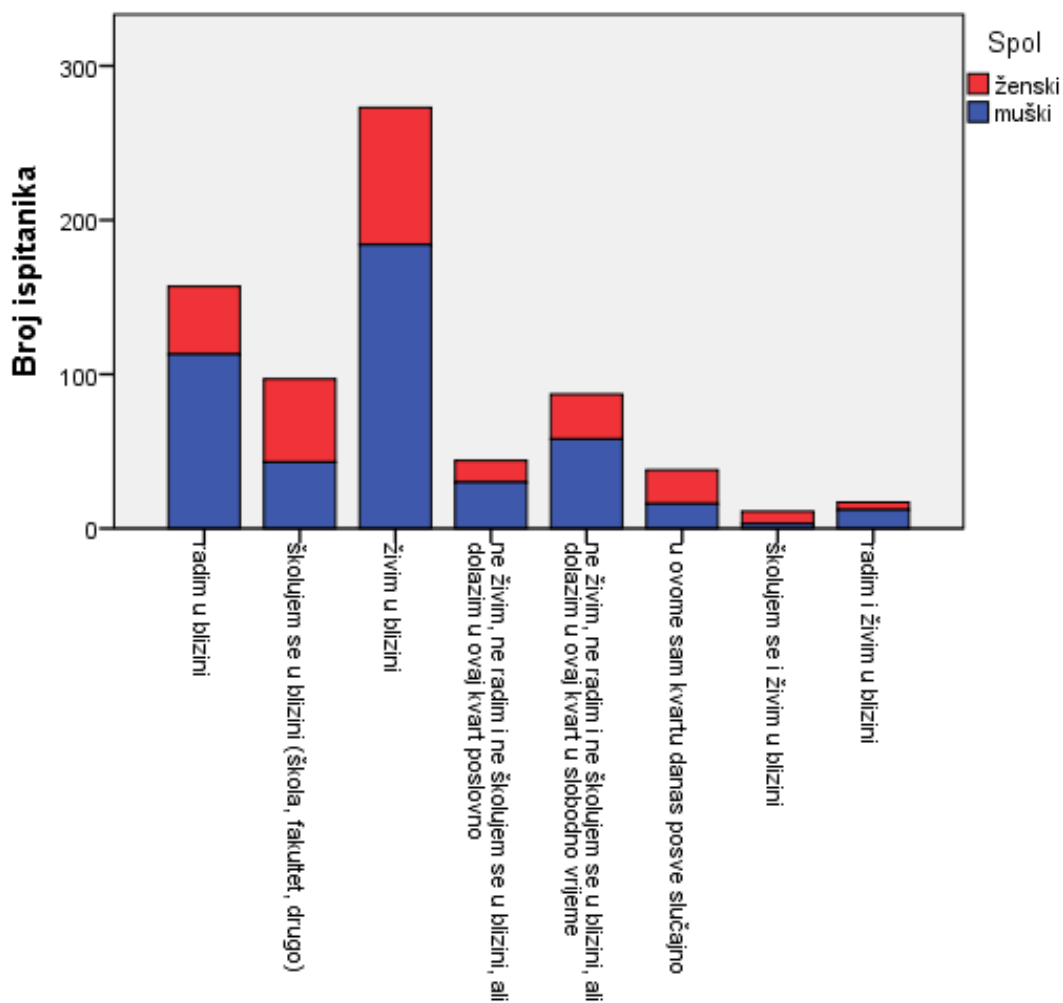
2007. godine u različitim dijelovima Zagreba provedeno je anketno istraživanje na uzorku od 728 ispitanika (tab.1). Iako je pristup bio nešto drugačiji, intervjui te kartiranje kafića na području Donjeg grada i Novog Zagreba 2017. godine provedeni su s ciljem dobivanja komparativne perspektive te produbljivanja postojećih saznanja. 2017. godine u kartiranim kafićima popisano je ukupno 5863 posjetitelja te je provedeno 17 polustrukturiranih intervjua s vlasnicima i voditeljima kafića.

Tab.1. Dobno-spolna struktura ispitanika 2007. godine

	15-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66+	Ukupno
Žene	139	56	40	20	10	3	268
Muškarci	116	88	89	83	61	23	460
Ukupno	255	144	129	103	71	26	728

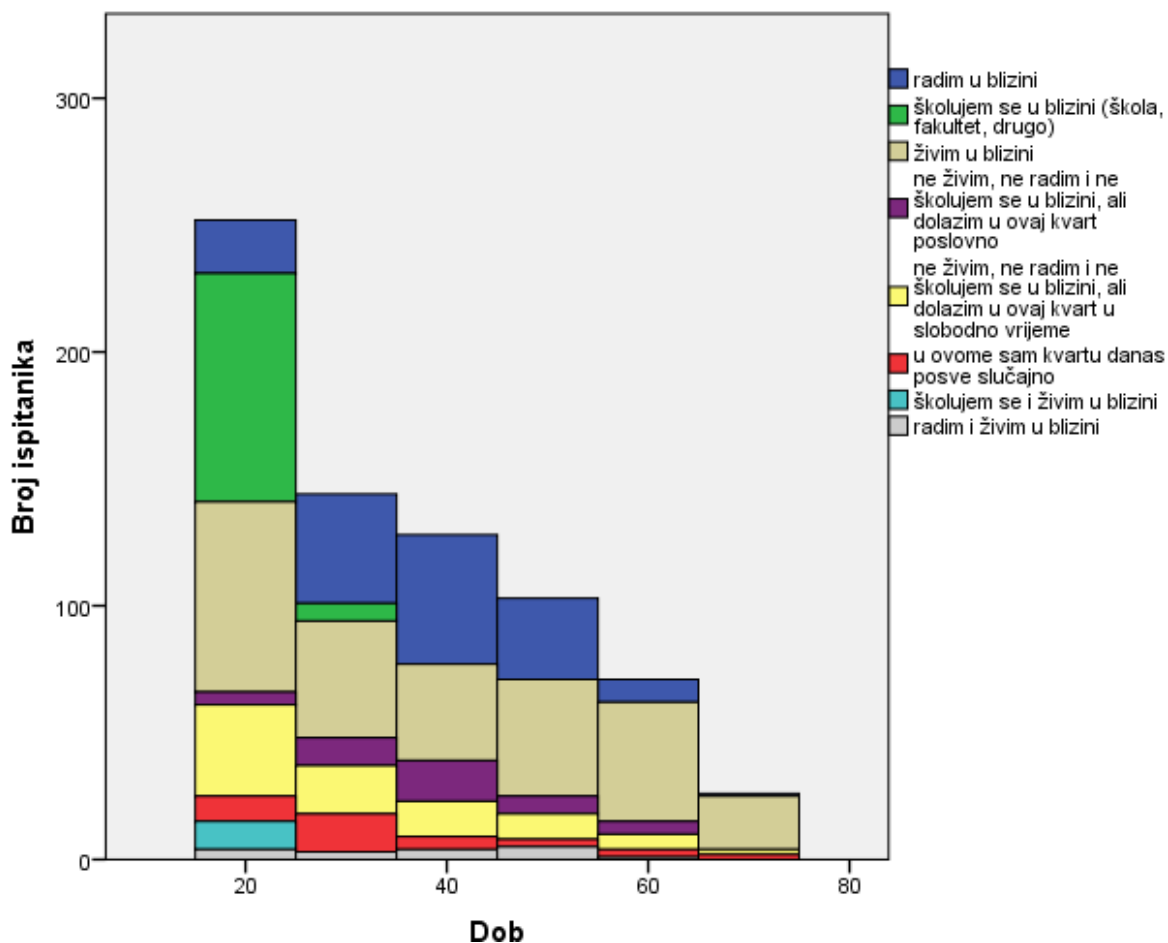
Anketnim ispitivanjem iz 2007. godine pokazalo se da najveći broj (273, 37,5%) gostiju kafića posjećuje one kafiće koji se nalaze u blizini njihovog mjesta stanovanja. Slijede posjetitelji za koje je bitan razlog posjeta činjenica da se kafić nalazi u blizini njihovog radnog mjesta (157, 21,6%). 13,3% (97) ispitanika izjavilo je da se kafić koji su posjetili nalazi u blizini mjesta gdje se školuju, a 12% (87) ispitanika ne živi, ne radi i ne školuje se u blizini kafića, ali posjećuje taj kvart u „slobodno vrijeme“. Ostali razlozi i čimbenici posjeta istaknuti su od znatno manjeg broja gostiju.

Promatranjem spolne strukture odgovora (sl.7) uočava se da žene češće od muškaraca posjećuju kafiće u kvartovima u kojima su se zatekle „slučajno“ te u blizini mjesta gdje se obrazuju, pri čemu je potonje povezano s činjenicom da su žene kao gosti kafića zastupljenije od muškaraca jedino u najmlađim dobnim skupinama (sl.20). Muškarci češće od žena posjećuju kafiće u kvartovima u kojima žive, rade, provode slobodno vrijeme te u kojima se nalaze iz poslovnih razloga.



Sl.7. Koja tvrdnja je za Vas točna?

Dobna struktura odgovora (sl.8) uglavnom je očekivana: blizina kafića od škole i fakulteta značajna je za mlađe dobne skupine, a srednjim dobnim skupinama posebno je važna udaljenost od radnog mjesta. Kako se blizina kafića od mjesta stanovanja često navodi bitnim činiteljem opušteno i familijarne atmosfere u lokalima, valja uočiti da kratka udaljenost kafića od mjesta stanovanja kao faktor posjeta ima relativno veću važnost među starijim dobnim skupinama.



Sl.8. Koja tvrdnja je za Vas točna?

Vlasnici i voditelji kafića s kojima su provedeni intervjui 2017. godine uglavnom su svjesni pozitivnog učinka blizine radnih mjesta te obrazovnih ustanova, odnosno negativnog ukoliko ih nema u blizini kafića. Također, smatraju da je blizina drugih kafića i ostalih ugostiteljskih objekata negativna po poslovanje njihovog kafića, budući da oni „automatski uzimaju dio kruha“ (I.K. 35). Zanimljivo je uočiti da se blizina kafića od trgovačkih centara u različitim prostornim kontekstima nameće negativnom po poslovanje, što može iznenaditi, budući da trgovački centri zasigurno povećavaju promet nekog područja:

{Arena}Centar je na deset minuta hoda, pet minuta automobilom te on pruža kafiće, restorane. Ljudi se orijentiraju na to da im je sve blizu pa kad idu već nešto obaviti, sjest će tamo na kavu. Blizina shopping centra negativno utječe (S.Š. 25, vlasnica kafića u Savskom gaju).

Kad se {Branimir} Centar otvorio, onda su ljudi iz Šenoine i iz obližnjih firmi koji su ovdje dolazili na kavu otišli tamo jer im je bliže i jer su veći lokali od mojega (S.B. 60, vlasnica kafića u Šenoinoj ulici u Donjem gradu).

U blizini su Avenue Mall, Arena Centar, koji imaju svoje kafiće, tako da ne vjerujem da lokacija u tom pogledu ima neku ulogu (A.J. 30, vlasnik kafića u Utrinama).

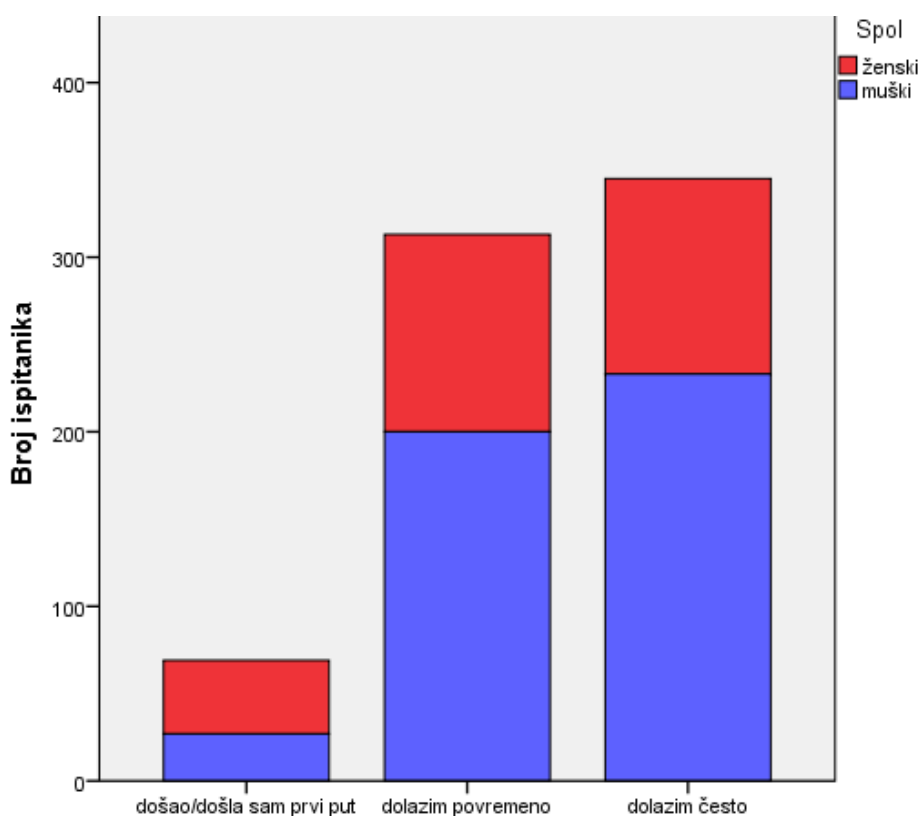
Blizina kafića od mjesta na kojem se stanuje, radi, školuje...u velikoj mjeri utječe na to koliko često će pojedinci posjećivati određeni kafić. Upitani o tome kako lokacija njihova kafića utječe na činjenicu da su u kafiću prisutni *regularni* gosti, vlasnici su uglavnom objašnjavali blizinom različitih djelatnosti te okruženosti lokalnim stanovništvom. Suprotno tome, česti su stavovi koji lokaciju ne vide čimbenikom frekventnosti posjećivanja kafića, već ključnima smatraju osobni pristup i atmosferu:

Lokacija nema veze sa stalnim gostima. Osoba koja vodi birtiju je ključna. Neki će potegnuti nekoliko kilometara da dođu ondje gdje se osjećaju ugodno (M.I. 45).

Ne utječe lokacija. Više utječe uređenje (Z.J. 40).

Imamo stalne goste, ali i povremene goste koji dolaze zbog primjerice različitih piva poput Ličke pive koje nema često, zbog kave koju imamo najbolju u kvartu i zbog osoblja, nas sviiju, kompletno (M.Č. 50).

Anketom je utvrđeno da većina gostiju u pojedini kafić dolazi povremeno (313, 43%) ili često (345, 47,4%), a tek manji broj (69, 9,5%) njih po prvi put sjeda u neki lokal. Pri tome žene češće od muškaraca sjedaju u kafić po prvi put, dok su muškarci u većoj mjeri povremeni i česti gosti kafića (sl.9).



Sl.9. U ovaj kafić (kavanu):

7. Kafići u kontekstu dihotomije centra i kvarta

U centru je kafić, kod nas u Zagrebu i Hrvatskoj, kvartovski kafić. Centar je isto kvart, samo što je baš u centru (I.K. 35).

Mišljenje vlasnika kafića smještenog u Vlaškoj ulici zapravo predstavlja iznimku. Ostali vlasnici i voditelji kafića koji su upitani o razlikama između kvartovskih kafića i onih u centru grada nisu u pitanju uočili proturječnost te su uglavnom davali iscrpne odgovore. Štoviše, dobar dio njih koristio je navedene termine bez da im je prethodno ukazano da je jedna od namjera razgovora upravo bila doći do njih.

Razlikovanje između kvartovskih kafića koji su periferni u gradskom prostoru te kafića u centru grada odvija se na nekoliko razina. Prethodno spomenuta međupovezanost atmosfere u kafiću, njegove blizine od mjesta stanovanja te frekventnosti njegova posjećivanja jedna je od tema na osnovi koje se vrši razlikovanje.

Mi se ovdje svi znamo kao familija. Njega znam 15 godina. Tamo {u centru} ti neće doći stalni gosti (A.J. 30, vlasnik kafića u Utrinama).

Ono što povezuje kvartovske kafiće je osjećaj ugode. Ti si na poznatom terenu jer znaš vlasnika, znaš ljude koji dolaze. Osjećaj povezanosti i ugode, kao da si doma, je bitno i tipično za sve kvartovske kafiće (S.Š. 25).

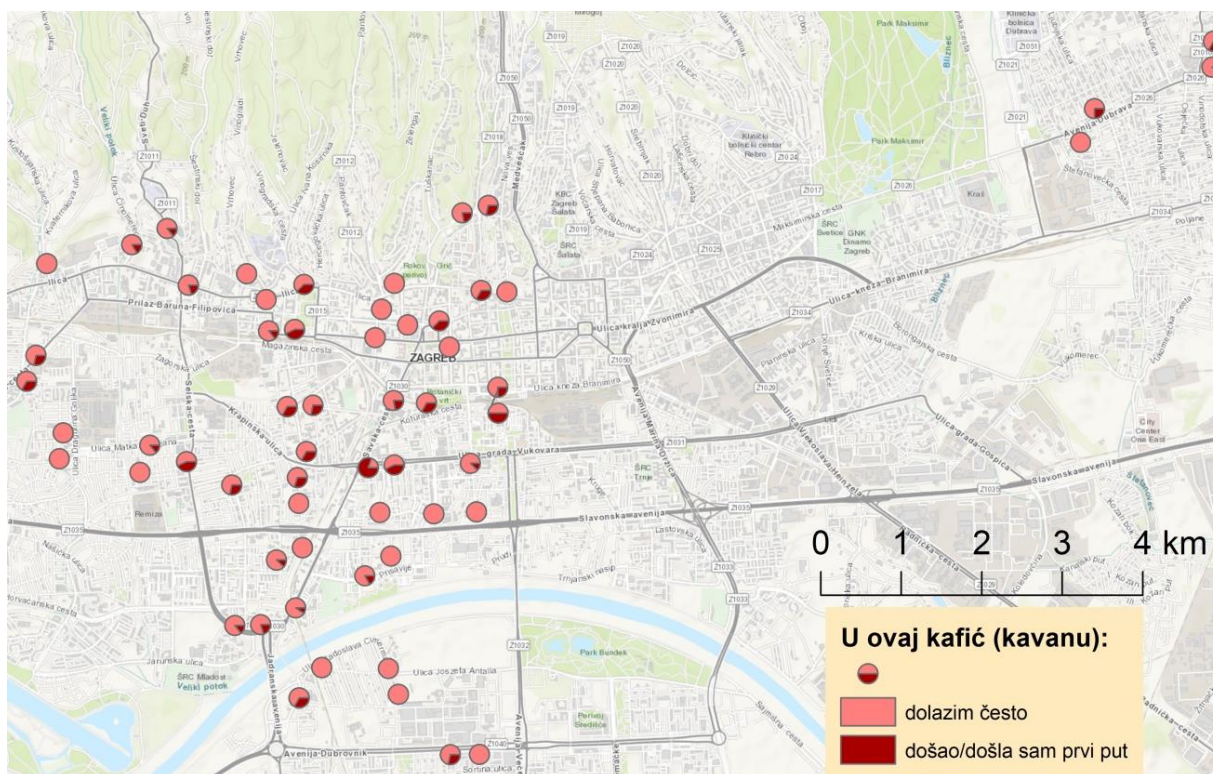
U kvartu je puno intimniji pristup. Domaća je atmosfera. U centru gdje su pretežno prolazni gosti nema potrebe za time (A.B. 30).

Kod kvartovskog kafića, ti si u kvartu, svi koji se spuste, svi se znamo, svi idemo popiti piće. ovaj je izišao iz svog ulaza, ja iz svog, puno lakše se dolazi do publike i oni su svi kao jedno domaćinstvo (N.N. 55).

U kvartovskim kafićima je domaća atmosfera, svi se znaju, a u centru nitko nikog ne zna i to je poanta priče (J.Č. 45).

S obzirom na iskaze sugovornika koji uglavnom smatraju da su kvartovski kafići oni u kojima prevladavaju stalni, poznati gosti koji stvaraju domaću atmosferu i koji stanuju u neposrednoj blizini kafića te da u kafiće u centru ne dolaze stalni, već prolazni gosti koji se međusobno ne poznaju te ne mogu tako jednostavno stvoriti „domaći ugođaj“, za očekivati bi bilo da rezultati ankete pokazuju da kafiće u središtu Zagreba gosti u većoj mjeri posjećuju *po prvi put* u odnosu na perifernije kafiće, kao i da su na periferiji regularni gosti prisutniji nego u centru grada. To međutim nije slučaj (sl.10). Prostorna distribucija ove dvije kategorije posjetitelja kafića ne pokazuje nikakvu pravilnost: kafiće u centru grada u jednakoj mjeri posjećuju regularni gosti kao i one na periferiji, a posjetitelji koji su

u kafić ušli po prvi put nisu dominantno zastupljeni u centru grada, već ih uvelike ima i na periferiji.



Sl.10. Zagrebački kafići 2007. godine prema frekventnosti njihova posjećivanja

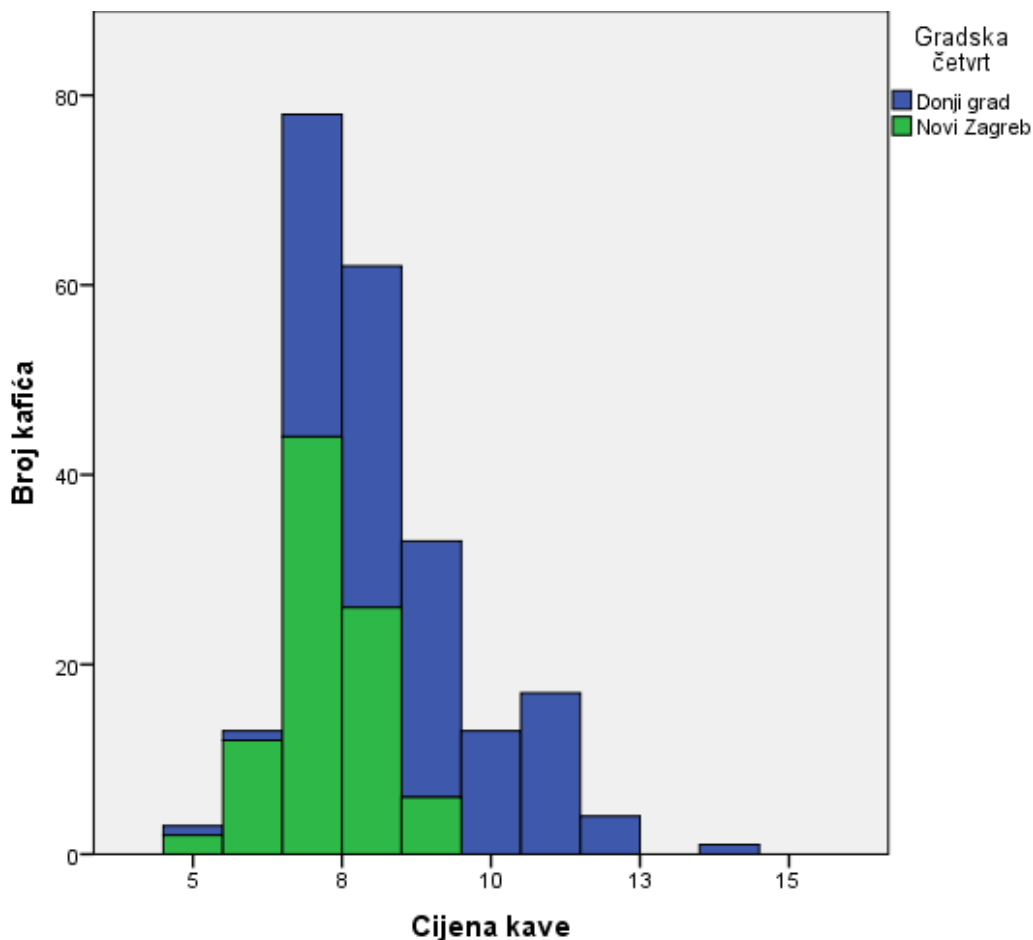
Cijene pića također su razlikovni element kvartovskih kafića od onih u centru grada. Pri tome se cijene najma prostora, uređenost kafića, kvaliteta usluge te općenito, atmosfera, uzimaju za glavne razloge viših cijena u centru grada nasuprot nižim cijenama u kvartovima:

U centru se kafić ušminka malo više, iako ne puno. Pića su skuplja, iako također ne puno. Tamo su konobari obučeni po propisima, ovdje smo obučeni kao domaći. Iako, i u centru ima normalnih kafića s normalnim cijenama. Da je ovdje sok skuplji, ljudi bi i dalje dolazili zbog navike, iako ovdje cijene nikad neće biti previsoke (M.I. 45, vlasnik kafića u Sigtetu).

Velika razlika između lokacije centra i periferije je cijena, pogotovo kave. U centru je cijena kave trinaest kuna sasvim normalna, dok je u kvartovskim kafićima cijena ispod deset kuna. Najam u centru je dosta veći te cijena mora biti veća, a i usluga je dosta drugačija te je na višoj razini od one u kvartovskim kafićima, gdje je malo ležernije i opuštenije (H.Š. 25).

Istraživanjem provedenim 2017. godine između ostaloga su popisane cijene obične kave (odnosno, običnog espressa) u promatranim kafićima Novog Zagreba koji reprezentira

kvartove/gradsku periferiju, te u Donjem gradu, čiji kafići predstavljaju kafiće centra grada (sl.11). Prosječna cijena kave u 134 promatrana kafića u Donjem gradu je 8,7 kuna (SD=1,56), dok prosječna kava prema uzorku od 90 kafića u Novom Zagrebu košta 7,2 kune (SD=0,85). Potvrdilo se da cijene u centru grada doista jesu skuplje.



Sl.11. Cijene kave u Novom Zagrebu i Donjem Gradu 2017. godine

Kako bismo mogli tumačiti razlike u cijenama, vlasnici i voditelji kafića upitani su o čimbenicima koje uzimaju u obzir pri određivanju cijene pića/kave. Naveli su sljedeće elemente: nabavna cijena kave i mlijeka, mogućnosti gostiju, plaće konobara, režije i najam prostora, lokacija kafića, uređenost lokala, cijene u drugim kafićima, sustav PDV-a. Posebno nas zanima utjecaj lokacije kafića na cijenu pića te je moguće ustvrditi da se vlasnici uglavnom slažu oko toga da mjesto na kojem se kafić nalazi ima važnu ulogu pri određivanju cijena pića. Ipak, dok neki smatraju da kvaliteta lokacije na cijenu pića utječe posredno preko najma prostora,

To je samim najmom određeno. Atraktivna lokacija je već naplaćena. Najam ovdje i u gradu nije ni približno isti. Samim time se dobiva prostor za manju ili veću cijenu (A.B. 30, vlasnica kafića u blizini Branimirove tržnice).

...drugi naglašavaju proizvoljnost pri određivanju cijena pića jer se ono uvelike oslanja na ljudsku subjektivnost:

Neki kafići imaju preveliku cijenu kave i svih napitaka, samo zbog lokacije i imena. Oni zapravo prodaju svoje ime, brend, a po meni ne bi trebali imati to pravo (S.Š. 20).

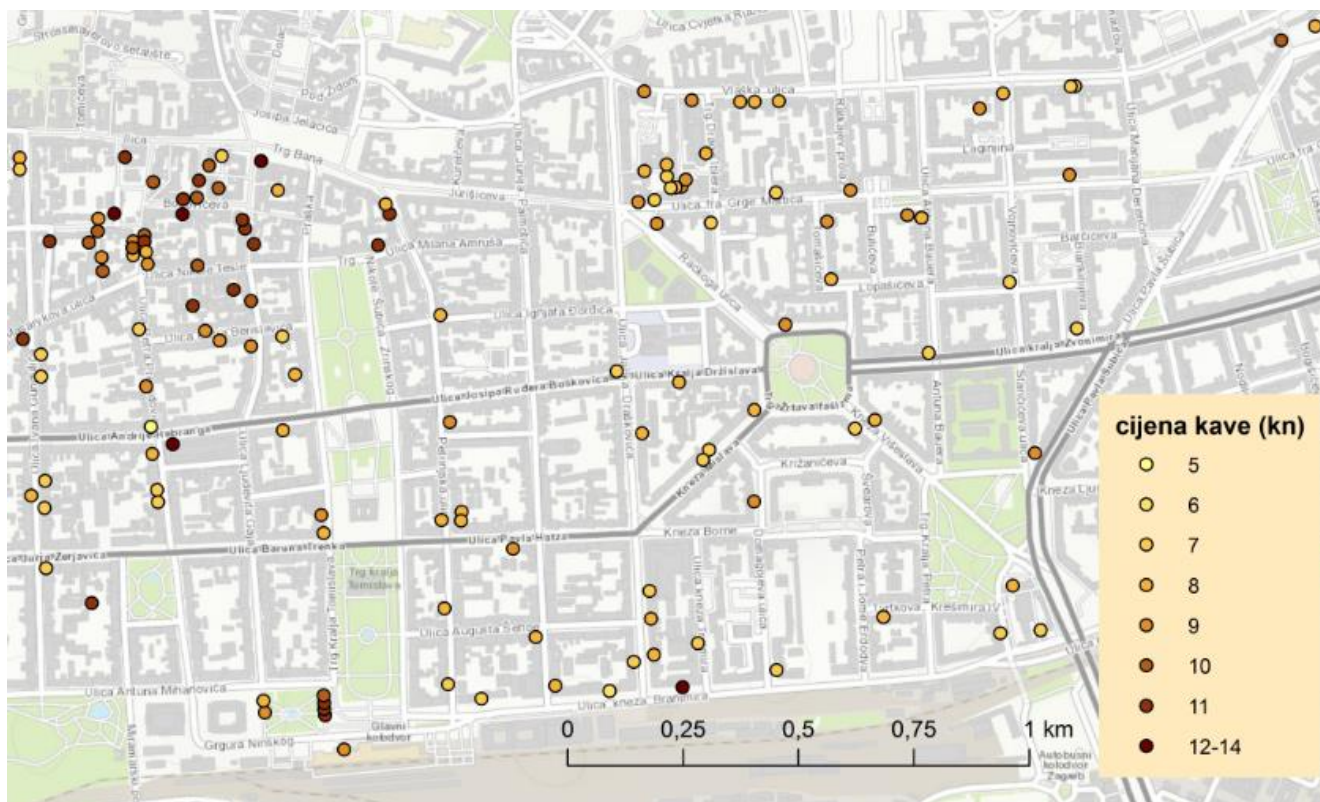
Neovisno o tome jesu li „kvaliteta“ lokacije, ime, *brënd*, atmosfera... naplaćeni direktno ili posredstvom cijene najma, sasvim je sigurno da simbolička dimenzija gradskog prostora jednim dijelom svoj odraz pronalazi i u cijenama pića. Ugostitelji su svjesni važnosti geografskog konteksta te ne naplaćuju samo hranu i piće nego i ambijent (Šakaja, 2015).

Prisjetimo li se Čaldarovićeve (Čaldarović, 1987) teze o koncentriranosti zagrebačkih simbola u gradskome središtu te o nediferenciranosti simboličkog poimanja ostalih dijelova grada, a imajući na umu utjecaj simboličke dimenzije prostora na cijene pića u kafićima, za pretpostaviti bi bilo da cijene kave u centru grada karakterizira veća raznolikost nego na gradskoj periferiji. Vlasnik kafića u Sopotu naslutio je ovu pravilnost:

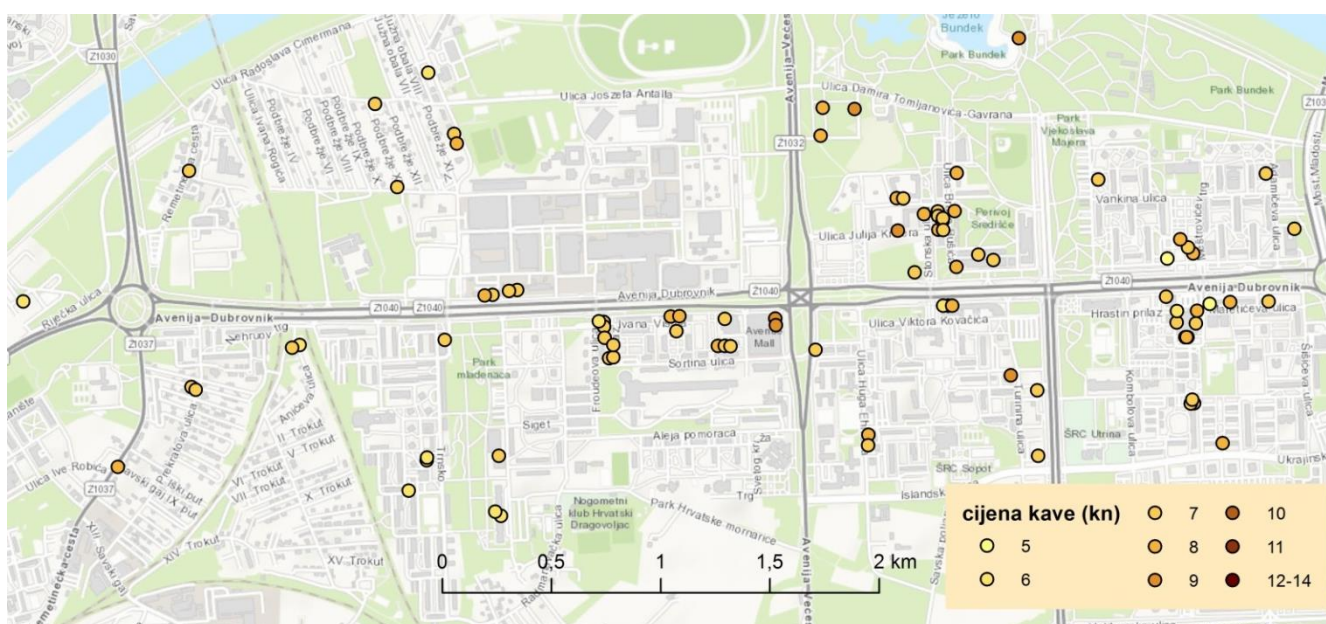
Strogi centar grada ima neku podjelu. Primjerice Cvjetni trg, cjenovni rang je puno viši od Novog Zagreba, Velike Gorice, kafića na periferiji. Primjerice Črnomerec, Trešnjevka i ostali kvartovi cjenovno ne odstupaju toliko koliko strogi centar grada (S.Š. 20).

Ovim istraživanjem moguće je potvrditi navedenu pretpostavku, ali tek uvjetno. Naime, iako je točno da promatrane kafiće u Donjem gradu karakterizira veća raznolikost cijena kave od kafića u Novom Zagrebu (sl.11, sl.12, sl.13), diferenciranost nije uočljiva na čitavom prostoru Donjeg grada. Kafići koji se nalaze u užem središtu često nazivanom *špicom*, u pravilu imaju više cijene kave od ostatka Donjeg grada kojeg, baš poput Novog Zagreba, uglavnom karakteriziraju ujednačene cijene kave. Navedeni pokazatelji daju naslutiti da je poseban položaj kojeg centar grada ima kao društveno-simbolički konstrukt ipak ograničen na uže gradsko središte.

Misli se uglavnom na strogi centar. Uzmemo li za primjer Glavni kolodvor, vidi se da su rute kojima ljudi idu na posao i vraćaju se s posla žarišta, dok samo jedna ulica dalje može raditi razliku koliko ćeš imati prometa... ljudi kad idu u izlazak dolaze u centar na Tkalčićevu, Teslinu, Cvjetni trg, to su žarišta. Ako je negdje u Jurišićevoj, to više nije to. Žarišta su tamo gdje ljudi zapravo rade ili gdje je jako velik protok ljudi (F.Š. 30).



Sl.12. Cijene kave u donjogradskim kafićima 2017. godine



Sl.13. Cijene kave u novozagrebačkim kafićima 2017.godine

Cijene pića, nadalje, uvelike određuju socijalnu strukturu posjetitelja kafića. Iako bi za analizu socijalne strukture posjetitelja metoda ankete bila primjerenija, određene naznake daju se iščitati iz provedenih intervjuja. Vlasnici kafića upitani o tome postoji li u gradu Zagrebu podjela na „kafiće za bogate“ i „kafiće za siromašne“, nisu ponudili jednoznačne

odgovore. Ipak, oni koji smatraju da je navedena podjela prisutna, uglavnom su je prostorno kodirali kao podjelu na elitne kafiće u centru u kojima piju bogatiji te „opuštenije“ kvartovske kafiće na periferiji koji su cjenovno pristupačniji širem krugu ljudi. Evo primjerice iskaza vlasnice jednog novozagrebačkog kafića:

Zagreb je centraliziran isključivo. Ako pogledaš Novi Zagreb, Zagreb preko Save, primjerice kod Bundeka, to su sve prosječni kafići, ako ne računamo Vincek kojeg ne bih nazvala kafićem. Podjela je vrlo jasna. Jasno je da su kafići za bogate koncentrirani u centru i rekla bih da ih van centra nema. Poznato je da ljudi koji imaju jako puno novaca kavu piju isključivo u centru grada Zagreba. Lokacija je s tom podjelom izrazito povezana (S.Š. 25).

Kako je u Zagrebu prisutna socio-ekonomska polarizacija između središnjih i perifernih dijelova grada, javljaju se dva pitanja: 1. Koji je intenzitet (frekventnost) kretanja perifernijskog stanovništva Zagreba prema središnjem dijelu grada u kojem (između ostaloga) piju kavu, te 2. u kojoj mjeri pri tome nadmašuju vlastite ekonomske mogućnosti? Provedeni intervjui ponovno nude različita gledišta:

Po kvartovima se zadržava oko dvadeset posto ljudi, a svi ostali u bilo kojem periodu, kroz mjesec dana, kad-tad odu do centra (Ž.S. 35).

Tamo {u centar} neće otići, možda će zalutati jedanput, ali drugi put neće ostaviti za svoju kavu 12,15 kuna, ako može u svojem kvartu popiti za 10 kuna (A.B. 30).

Centar je jako skup, ali u centar dođu oni koji imaju i oni koji nemaju novce (N.N. 55).

Međutim, socijalne razlike između posjetitelja kafića u centru i na periferiji ne treba uzeti statičnima, već je moguće uočiti kako one reproduciraju postojeće stereotipe te dihotomne imaginativne geografije Zagreba. Znakoviti su u tom pogledu odgovori vlasnika kafića koji su upitani o tome gdje bi danas, kada bi zanemarili novčana ograničenja, nanovo otvorili kafić. Uglavnom su se odlučivali za uži centar grada, nakon čega su bili upitani postoji li neko mjesto u Zagrebu na kojem nikad ne bi otvorili kafić. Na drugo pitanje uglavnom su odgovarali navodeći imena perifernih kvartova. Vlasnica kafića u Središću pod navedenim uvjetima otvorila bi kafić u centru grada zato što...

...tamo je muving, ima ljudi, živim u centru, pa zato. Puno je stranaca tamo, prije možda ne (V.M. 60).

S druge strane, ona nikad ne bi otvorila kafić u Sesvetama...

... Zbog ljudi, ne sviđa mi se struktura ljudi koji su doselili, ne bih mogla raditi (V.M. 60).

Vlasnik kafića u Utrinama otvorio bi kafić...

...Na Cvjetnom trgu. Tamo je centar svega. Tamo svi turisti dolaze. Što je bila Tkalčićeva u vrijeme mog djetinjstva, to je sada Cvjetni trg (A.J. 30).

Suprotno, kafić nikad...

Ne bih otvorio u Kozarom boku...Struktura ljudi i financijska moć nije dovoljno jaka da lokal preživi... Ja ne znam kako je tamo, ali vjerujem da nije bolje nego ovdje (A.J. 30).

Vlasnica kafića u Savskome gaju otvorila bi kafić u centru jer...

U centru bez obzira što se događa i kakvu god ideju imaš, zbog količine i koncentracije ljudi koji prolaze, veće su šanse, matematički zakon, da ćeš imati bolji promet i posao (S.Š. 25).

Ona kafić ne bi otvorila u rubnim dijelovima Zagreba:

Mislim na dijelove kad se pomaknem iz Savskog gaja, pa idem prema Sesvetama, Brezovici, Gajnicama, Dubravi. Smatram da su premalene šanse za dobar posao i zaradu. Poslovanje tog kafića bi vjerojatno bilo više orijentirano na klijentelu koja ne bi odgovarala dobrim poslovnim uspjesima, već čisto da se provuče kroz mjesec, bilo bi potrebno puno rada i kalkulacija da se posao dovede na pozitivnu nulu, bez da se gubi. Mislim da nema dovoljno ljudi, ni da ljudi koji imaju novaca za potrošiti novce i biti u kafiću žive u tim mjestima (S.Š. 25).

Pri tom je svjesna postojanja onoga što se može nazvati gradacijskim karakterom socijalnog prostora grada, ističući da...

...Savski gaj nije skroz rubno, ali idemo prema tome. Od rotora se ide prema krajnjim dijelovima grada (S.Š. 25).

Vlasnik kafića na Kvaternikovom trgu kafić bi otvorio u Bogovićevoj ulici jer...

... Tamo je najveći protok ljudi, radi izlaska i tako (J.Č. 45).

Suprotno...

... Od Vukovarske na niže, prema Novom Zagrebu ne bih ništa. Tamo ne prolaze ljudi nego isključivo automobili (J.Č. 45).

Osim centra grada zelene površine pogodne za rekreaciju također se javljaju pogodnima za otvaranje kafića. Vlasnik kafića u Vlaškoj ulici kafić bi pod naznačenim uvjetima tako otvorio...

... Kod Maksimira. Parkovi su sami po sebi zanimljiva lokacija, uvijek je koncentracija ljudi i svega (I.K. 35).

On nikad ne bi otvorio u Kozari Boku:

Ne sviđa mi se klijentela. Ne znam, možda bih i otvorio. Novac je novac. Postoji moje subjektivno mišljenje (I.K. 35).

Iz navedenih odgovora možemo zaključiti da poželjnost centralne, odnosno nepoželjnost periferne lokacije ne proizlazi isključivo niti iz objektivnih socio-ekonomskih niti subjektivnih i simboličkih razloga. Centar grada poželjan je jer „tamo je centar svega“, ali i „zbog količine i koncentracije ljudi koji prolaze“, zbog „matematičkog zakona“. Periferija će ugostiteljima biti odbojna jer „im se ne sviđa klijentela“, „ljudi koji su doselili i od kojih se ne može raditi“, kao i zbog „financijske moći koja nije dovoljno jaka da lokal preživi“. Ipak, govoreći o *centralnosti* i *perifernosti* kao čimbenicima prostornih odnosa, treba reći da se radi o općenitim pojmovima različitih značenja u različitim kontekstima. Stoga će u službi preciznosti biti od koristi pristupiti im analitički.

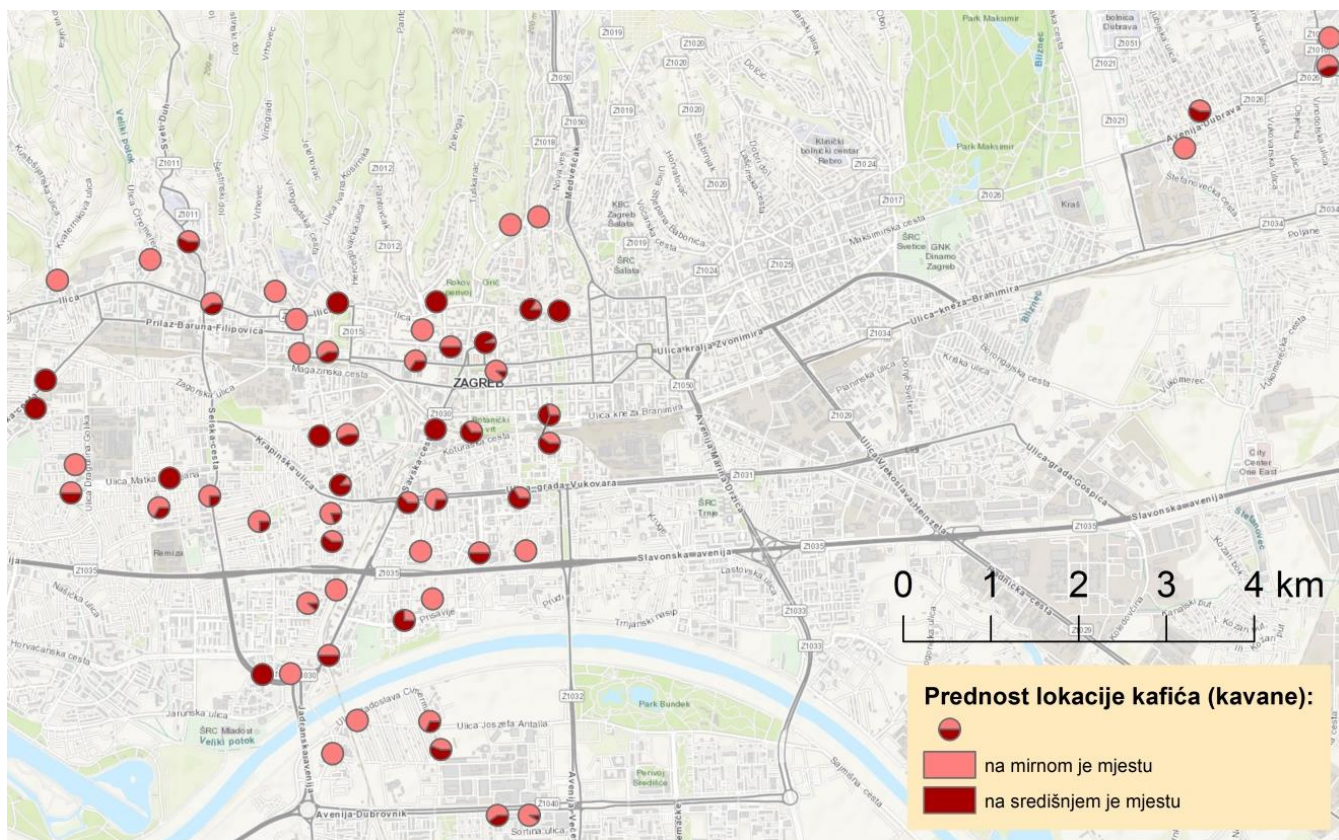
Centralnost za kafiće u centru grada uvelike je povezana sa željom da se vidi i da se bude viđenim. Suprotno tome, *perifernost* kvartovskih kafića označava želju za odmakom, mirom i opuštanjem:

Za kvart je bitno da ako dođeš ujutro ili navečer, ako ti je blizu da se možeš opustiti. Ljudi će se za centar srediti, pripremiti, izdvojiti neke novce jer su cijene skuplje. Ono što povezuje kafiće koji nisu kvartovski je činjenica da ljudi žele biti viđeni... Ljudi idu u centar, ne da bi se osjećali ugodno... (S.Š. 25).

Anketa provedena 2007. godine ne daje rezultate sukladne očekivanjima. Posjetitelji kafića koji se nalaze u centru grada ne ističu kao lokacijsku prednost činjenicu da se kafić nalazi „na središnjem mjestu“ u većoj mjeri od posjetitelja kafića na periferiji. Također, posjetitelji kafića koji su periferni u gradskom prostoru ne konstatiraju kao prednost činjenicu da se kafić nalazi na „mirnome mjestu“ u većoj mjeri od posjetitelja kafića u centru grada (sl.14).

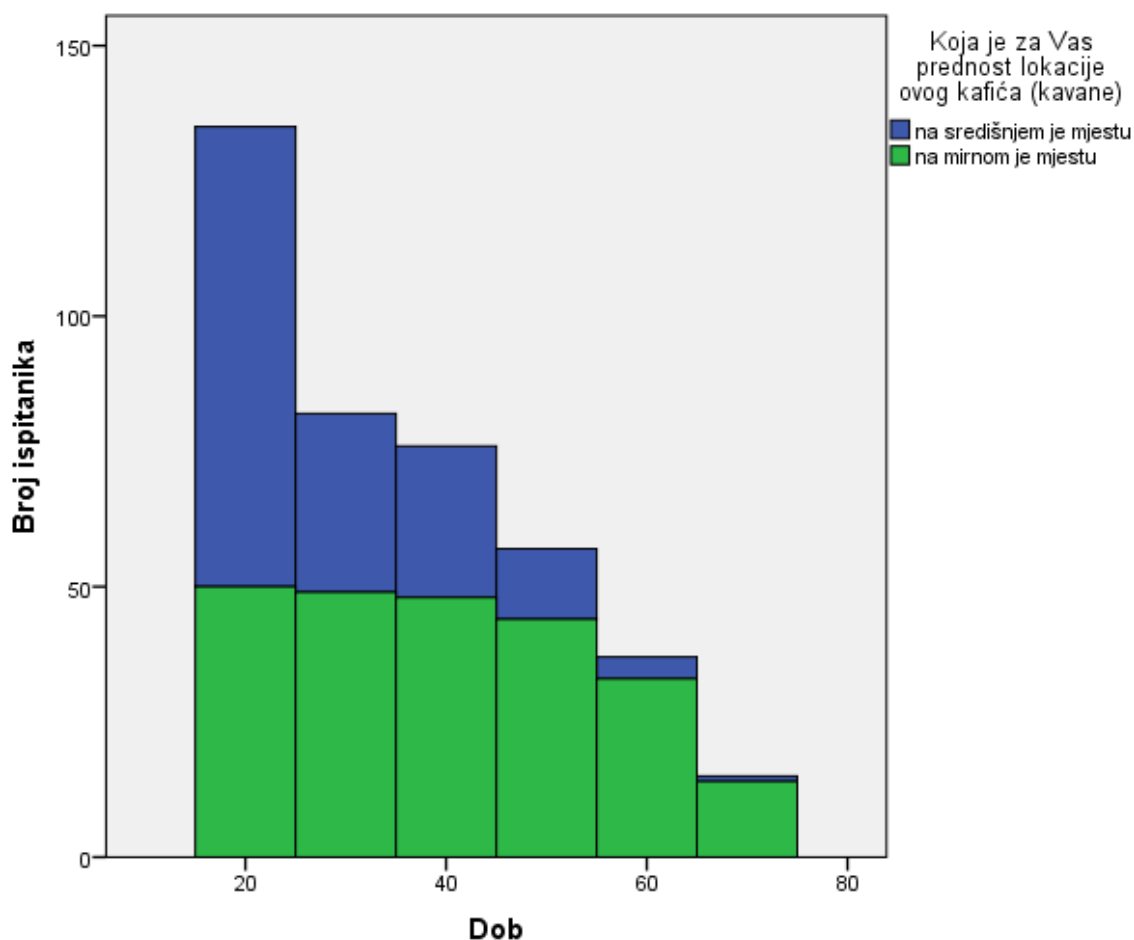
Slični rezultati dobiveni su intervjuima provedenim 2017. godine. Na pitanje o centralnosti/perifernosti lokacije njihovog kafića, vlasnici nisu davali odgovorne očekivane prema dijelu grada u kojem se nalaze: kafići u Donjem gradu nisu nužno bili „u središtu zbivanja“, kao što ni kafići u Novome Zagrebu nisu nužno bili „povučeni postrani“. Mikrolokacijska obilježja pokazala su se znatno važnijima od onih široke i srednje prostorne skale. Znakovit je slučaj kafića koji se adresom nalazi na Trgu bana Josipa Jelačića, a čija vlasnica smatra da je kafić povučen postrani:

Ipak sam povučena postrani. Ipak je ovo dvorište. Koliko ima prednosti toliko ima i mana. Meni zna doći dečko od trideset godina i reći isuse bože, nisam znao za ovaj prolaz; iako smo praktički na trgu. Ipak je ovo malo uvučeno, svi se iznenade (N.N. 55).



Sl.14. Zagrebački kafići 2007. godine s obzirom na odnos njihovih posjetitelja prema centralnosti/perifernosti lokacije kafića

238 (32,7%) ispitanika izdvojilo je kao prednost lokacije kafića smještenost na mirnom mjestu, 164-vero (22,5%) ih je kao prednost navelo središnju lokaciju, 124-vero (17%) izdvojilo je nešto drugo, a 191 (26,2) ispitanik izjavio je da lokacija kafića nema posebnih prednosti. Glede spolne strukture odgovora treba istaknuti nešto veću važnost „mirne lokacije“ za muškarce (152 ispitanika) nego za žene (86 ispitanica), dok dobna struktura ukazuje na veću povoljnost „mirmije lokacije“ za starije posjetitelje, nasuprot poželjnijoj „središnjoj lokaciji“ među mlađim gostima kafića (sl.15).



Sl.15. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2007.godine prema dobi i odnosu prema centralnosti/perifernosti lokacije kafića

8. Demografska obilježja posjetitelja zagrebačkih kafića

Za razliku od terenskog dijela istraživanja provedenog 2007. godine kojim u obzir nisu uzeti svi kafići određenog dijela Zagreba, kartiranjem 2017. godine popisani su svi kafići na područjima odabranih mjesnih odbora unutar gradskih četvrti: Donji grad (August Šenoa, Cvjetni trg, Hrvatski narodni vladari, Knez Mislav, Kralj Petar Svačić, Matko Laginja, Nadbiskup Antun Bauer, Petar Krešimir IV, Zrinjevac), Novi Zagreb – istok (Sopot, Središće, Utrine, Zapruđe) i Novi Zagreb – zapad (Kajzerica, Savski gaj, Siget, Trnsko)⁸ (sl.2). Novijim istraživanjem tako je dobivena informacija o broju kafića na jedinici površine (prostornoj gustoći kafića), te broju (rezidencijalnih) stanovnika po kafiću (tab.2).

⁸ Iznimku čine dva kafića smještena na Kvaternikovom trgu koja su popisana iako se nalaze izvan promatranog područja. Razlog tome je činjenica da se istočnom granicom centra u širem smislu uzima upravo Kvaternikov trg koji je u donjogradskom okviru zanimljiva i bitna lokacija.

Tab.2. Odnos broja kafića, površine i broja stanovnika odabranih mjesnih odbora gradskih četvrti Donji grad, Novi Zagreb – istok i Novi Zagreb – zapad 2017. godine

	Broj kafića	Površina (km ²)	Br. st. (2011.)	Kafića na km ²	Br. st. na 1 kafić
DG	134	1,63	20958	82,21	156,4
NZ-i i NZ-z	90	7,49	47092	12,02	523,24
Ukupno	224	9,12	68050	24,56	303,79

Izvor: (2)

Već i letimični pogled na prikaz prostorne distribucije kafića (sl.2) ukazuje na veću gustoću kafića u centru grada od periferije. Iako promatrani novozagrebački prostor ima četiri i pol puta veću površinu od donjogradskog područja, te unatoč više nego dvostruko brojnijem stanovništvu, broj kafića ondje je jedan i pol puta manji. Iz toga slijedi da je prostorna gustoća kafića u Donjem gradu gotovo sedam puta veća nego u Novom Zagrebu, te da Donji grad na jedan kafić ima skoro tri i pol puta manje rezidencijalnog stanovništva od Novog Zagreba (tab.2). Unatoč tome, vlasnici kafića na oba područja smatraju da je kvartovskih kafića previše, a onih u centru grada „nikad dosta“, što obrazlažu turističkim razvojem Zagreba usmjerenim primarno na njegovo središte:

Ovih kvartovskih je previše... Da ih je manje mislim da bi bolje radili (V.M. 60).

Svaki kafić trebao bi nuditi nešto posebno, ne možemo svi biti kvartovski kafići. Zagreb je turističko mjesto (M.I. 45).

Kad nama dođe netko tko nije iz Zagreba, on neće ići po kvartovima, nego po centru, zato mislim da u centru ne može biti previše kafića (H.Š. 25).

Također, unatoč različitim stavovima o brojnosti i kvaliteti zagrebačkih kafića, općenito prevladava mišljenje da ih je previše te da su pretežito kvalitetni.

Anketno istraživanje iz 2007. godine provedeno je na uzorku od 728 ispitanika od kojih je 36,8% (268) žena i 63,2% (460) muškaraca. Brojanjem posjetitelja kafića 2017. godine uočene su manje razlike u broju muških i ženskih posjetitelja te se tvrdnja vlasnice kafića u Središću (V.M. 60) o sve većoj zastupljenosti žena u zagrebačkim kafićima pokazala točnom. Naime, na uzorku od 5863 izbrojanih posjetitelja novozagrebačkih i donjogradskih kafića, udio muškaraca bio je „tek“ 56,5% (3310), dok je udio žena bio 43,5% (2553):

Postale smo ravnopravne (V.M. 60).

Ipak, muško-ženska razlika u praksi posjećivanja kafića ne manifestira se samo (brojčanom) ne/zastupljenošću pojedine skupine stanovništva, već i prostornim te vremenskim preferencijama. Dok će posebna pažnja biti posvećena prostornim preferencijama, moguće je ustvrditi da spolne razlike pri posjećivanju kafića s obzirom na dio dana ne postoje (tab.3).

Tab.3. Posjetitelji zagrebačkih kafića prema spolu i vremenu posjeta 2007. i 2017. godine

Godina	Vrijeme	Muškarci	Žene	Ukupno
2007.	11-16h	243 (33,4%)	153 (21%)	396
	19-22h	217 (29,8%)	115 (15,8%)	332
2017.	11-13h	1795 (30,6%)	1305 (22,3%)	3100
	18-20h	1515 (25,8%)	1248 (21,3%)	2763

Sa svrhom tumačenja prostornih razlika u posjećivanju kafića između muškaraca i žena, vlasnici kafića upitani su „što posjetitelj gleda na kafiću pri odluci u koji kafić će sjesti“, te „postoje li pri tom razlike između muškaraca i žena“? Iako treba reći da su intervjui provedeni u ljetnim mjesecima, posebno je zanimljivo ponavljajuće isticanje važnosti uređenja terase kafića kao privlačnog faktora, što sugerira da je pri tome vizualni aspekt ključan:

Gledaju terasu kakva je. Ako je ljepša terasa tu će sjesti (V.M. 60).

Sređenost kafića je prva i osnovna stvar. Ako je kafić sređen i ima urednu terasu, onda će se ići u njega. Prvi dojam je ključan (M.Č. 45).

Ljeti terase. Gledaju i osvjetljenje i kako je uređen, no u principu terasa je na prvom mjestu (Z.J. 40).

Terasa, kako izgleda objekt, kako izgleda terasa i unutarnji prostor... (I.K. 35).

Od ostalih elemenata izdvajaju hladovinu, cijene, poznatost gostiju, čistoću i urednost, ambijent, osoblje, interijer, muziku u kafiću, boju stolica, kut pod kojim se može sjesti, odnos svjetla i sjene, suncobrane. Dok većina sugovornika ne smatra da po tom pitanju postoje značajnije razlike između muškaraca i žena, oni koji imaju takvo mišljenje uglavnom to objašnjavaju korištenjem stereotipa koji se mogu sažeti izjavom voditeljice kafića na Iblerovom trgu:

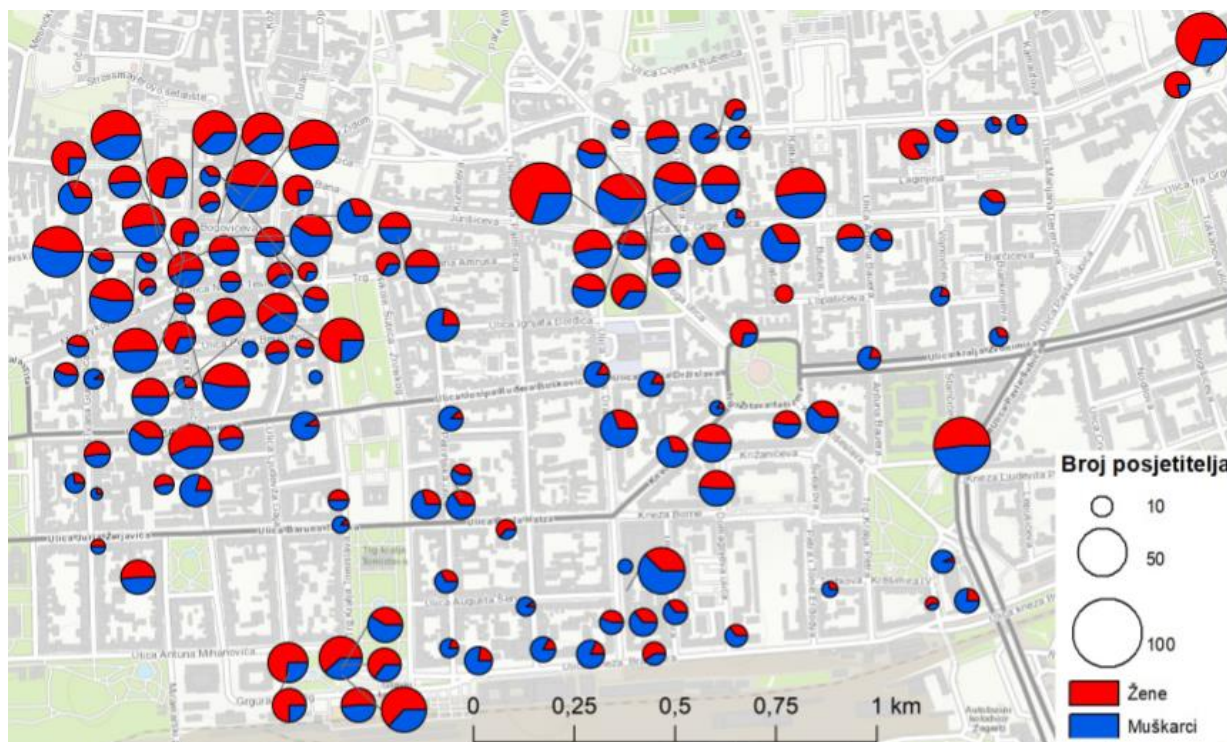
Muškarcima je svejedno, a žene gledaju na sve (F.Š. 30).

Unatoč tome što stereotipi suviše generaliziraju stvarne odnose, primjer zagrebačkih kafića pokazuje kako oni do neke mjere jesu utemeljeni. Prikaz donjogradskih kafića 2017.

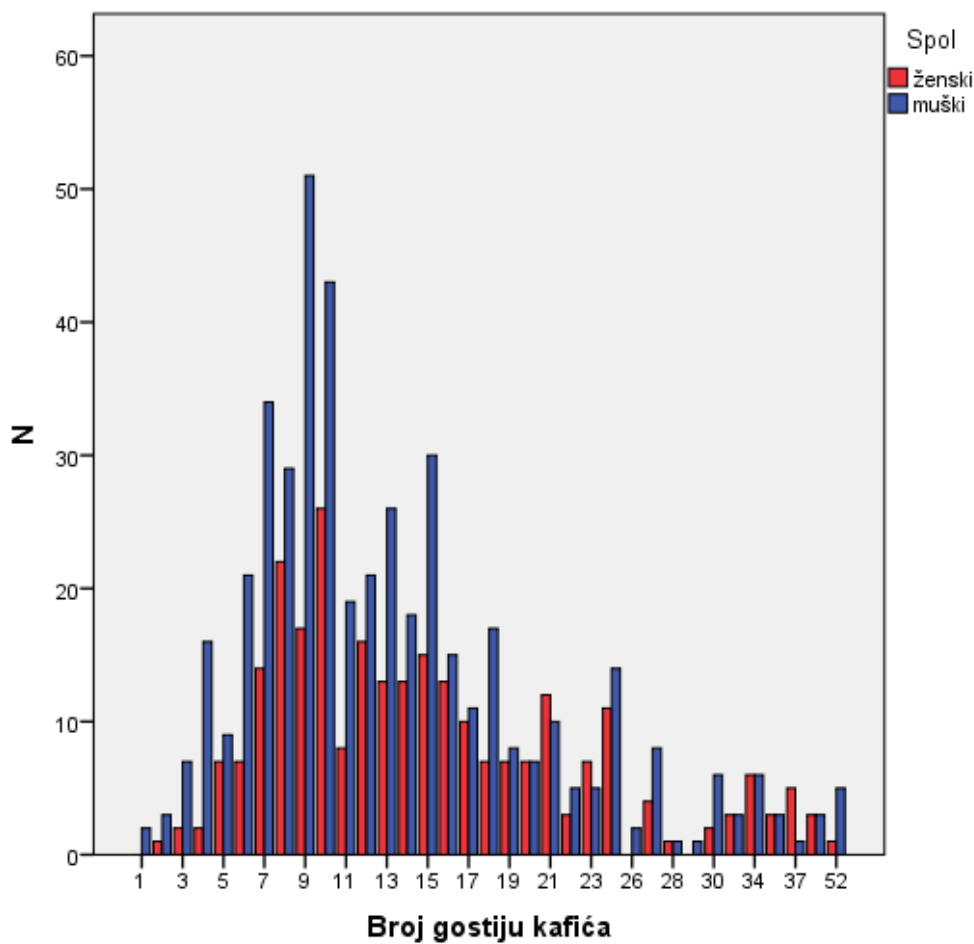
godine prema brojnosti i spolu njihovih gostiju (sl.16) sugerira da u stereotipima koji ističu žensku potrebu za vidljivošću (te samim time izraženiju potrebu za centralnom lokacijom) ima nešto istine:

Na Cvjetnom prevladavaju više žene, a muški ne biraju previše. Njima je bitno da im je najbliže, da im je usput, da je jednostavno, da nema nekih komplikacija. Žene su više izbirljive (S.Š. 20).

Kad žene dođu, one ne bi sjele tu, one bi išle na Trg. One bi se malo poslikale (N.N. 55).

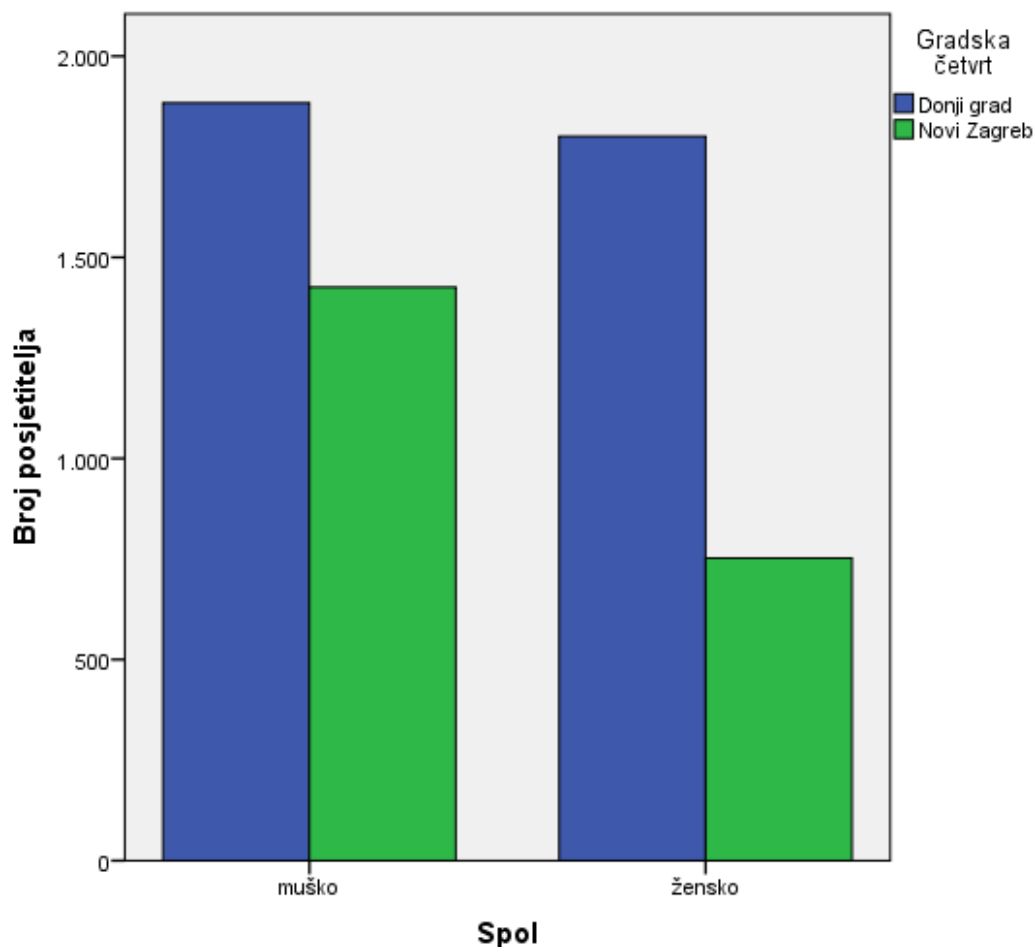


Sl.16. Donjogradski kafići prema spolu gostiju i ukupnom broju posjetitelja 2017. godine
Vidljivo je da kafići na središnjim lokacijama Donjega grada poput Trga Ante Stačevića, Kvaternikovog i Iblerovog trga te užeg centra grada (špice) imaju veće udjele ženskih gostiju te veći ukupni broj posjetitelja od kafića koji se nalaze u sporednim ulicama i stambenim blokovima koji u pravilu imaju manje posjetitelja i više muških gostiju (sl.16). Pri tome postoji statistički značajna pozitivna korelacija između broja posjetitelja kafića i udjela žena u njima ($r=0,349$, $p<0,01$). Jednak odnos utvrđen je i istraživanjem provedenim 2007. godine, pri čemu je korelacija između istih varijabli nešto jača ($r=0,392$, $p<0,01$). Istraživanje iz 2007. ukazuje i na to da u kafićima s posebno velikim brojem gostiju u prosjeku ima podjednako žena i muškaraca, dok muškarci svoju brojčanu nadmoć ostvaruju prije svega u kafićima s osrednjim brojem (10-tak) gostiju (sl.17).



Sl.17. Posjetitelji zagrebačkih kafića prema spolu i broju gostiju koji se s njima nalaze u kafiću 2007. godine

No, veća prisutnost žena u centralno lociranim kafićima ne ogleda se samo na mikro-planu. Ova razlika primjetna je i na široj prostornoj skali. Istraživanje provedeno 2017. godine pokazalo je da su, iako je muškarca kao posjetitelja kafića više u obje gradske četvrti, razlike u broju muških i ženskih gostiju u Novom Zagrebu veće nego u Donjem gradu. Dok je muških posjetitelja kafića gotovo podjednako u centru i na periferiji, žena je značajno manje u Novom Zagrebu u odnosu na Donji Grad (sl.18).



Sl.18. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2017. godine prema spolu i gradskoj četvrti u kojoj se kafić nalazi

Iz provedenih intervjua pokazalo se da se radi o prepoznatom odnosu:

Ima kvartovskih lokala, razne birtije, u kojima se uglavnom zadržavaju muški. Muška druženja, zapijanja i slično. Svaki kvart ima takav lokal (Ž.S. 35).

Lokalni kafići koji su manje sređeni, lokalni, kvartovski kafići imaju više muške populacije. U samom centru grada je to podjednako. Lokalne kafiće više preferiraju muškarci (M.Č. 45).

Lokalni kvartovski kafići često su neuredni, ugostitelj ne ulaže toliko koliko se ulaže u centru. U gradu su privlačniji ljudi, oni koji rade u kafićima, ali i posjetitelji. U lokalnim kvartovima više su na pivi nego na kavi (F.Š. 30).

Vidimo, više je mogućih razloga zbog kojih su žene slabije zastupljene u kvartovskim kafićima od muškaraca. I dok je „manja sređenost“ legitiman, a „manjak privlačnih ljudi“ diskutabilan razlog, „muška zapijanja“ svakako su problematična, budući da se pri tom radi o (ženskome) strahu:

Ako dolaze muški koji prostače, onda žene neće doći. Ako su normalni, onda će doći. Žene odbijaju i pijanci, onda će otići u drugi kafić, gdje je više mir, gdje ne viču, ne piju. Kad ljudi popiju, onda zafrkavaju i provociraju žene, a to one naravno ne vole (V.M. 60).

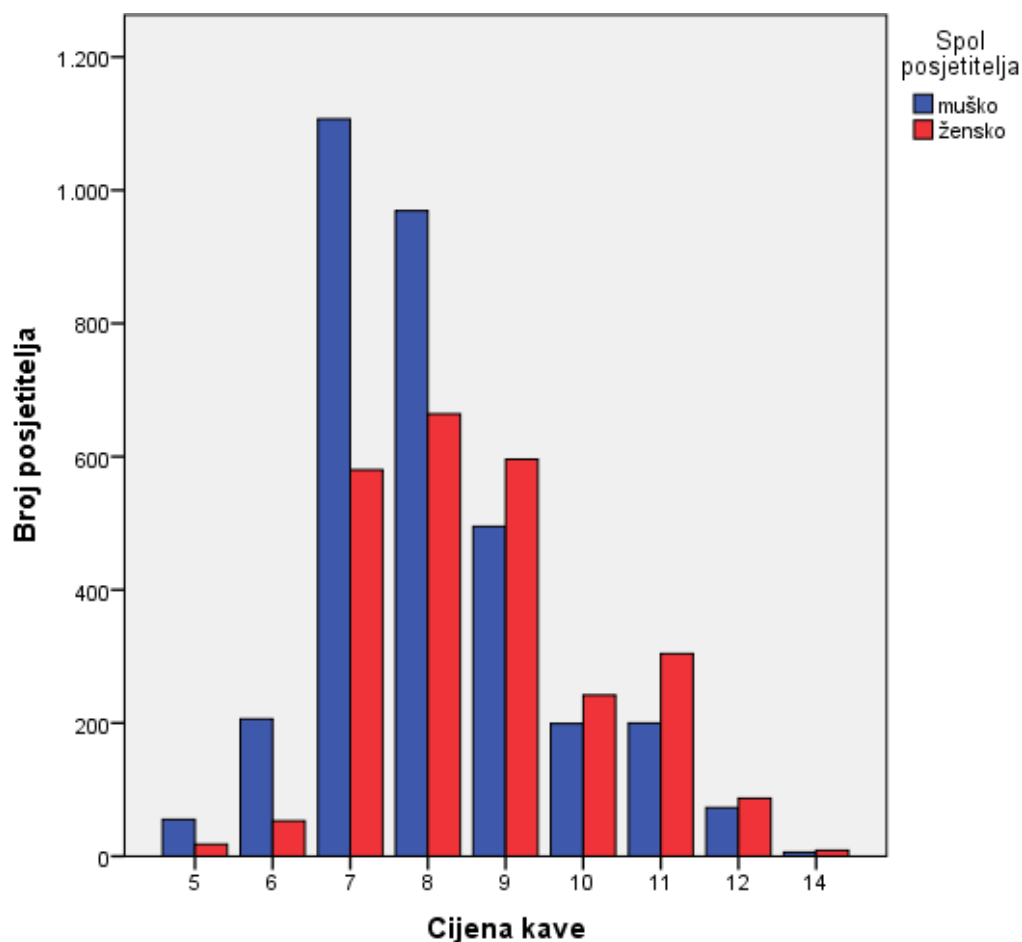
Ako nudiš alkoholne proizvode moraš biti svjestan da će možda doći do pijanstva. Ukoliko do toga dođe, a osoba negativno, ili agresivno reagira na pijanstvo, ti se kao žena ili konobarica, odnosno osoba koja je gost u kafiću, moraš nekako nositi s tom situacijom. Ti si u trenutku direktan sudionik toga što se događa. Ljudima je dosta bitno da se osjećaju sigurno i ugodno (S.Š. 25).

Djevojke neće doći tamo gdje sjede pijanci (M.I. 45).

Istraživanje iz 2017. godine ukazuje na još jednu razliku između muškaraca i žena pri posjećivanju kafića: žene u pravilu posjećuju skuplje kafiće, dok muškarci češće sjedaju u one jeftinije (sl.19). Jedno objašnjenje ove pojave je ono koje kontra-učinke recentne brojčane ravnopravnosti žena u kafićima pronalazi u pojačanim zahtjevima za njihovom vlastitom prezentacijom (Wright, 2003), čime ženska pojava u kafiću postaje pokazateljem „finog“ (što često znači skupljeg) kafića. Drugo objašnjenje moguće je svesti na stereotip o „kompliciranijim i izbirljivijim“ ženama.

Žena će sjesti u neki elitniji kafić kao Leggiero u nekom trgovačkom centru, a muškom je svejedno. Sjest će usput da popije kavu (S.Š. 20).

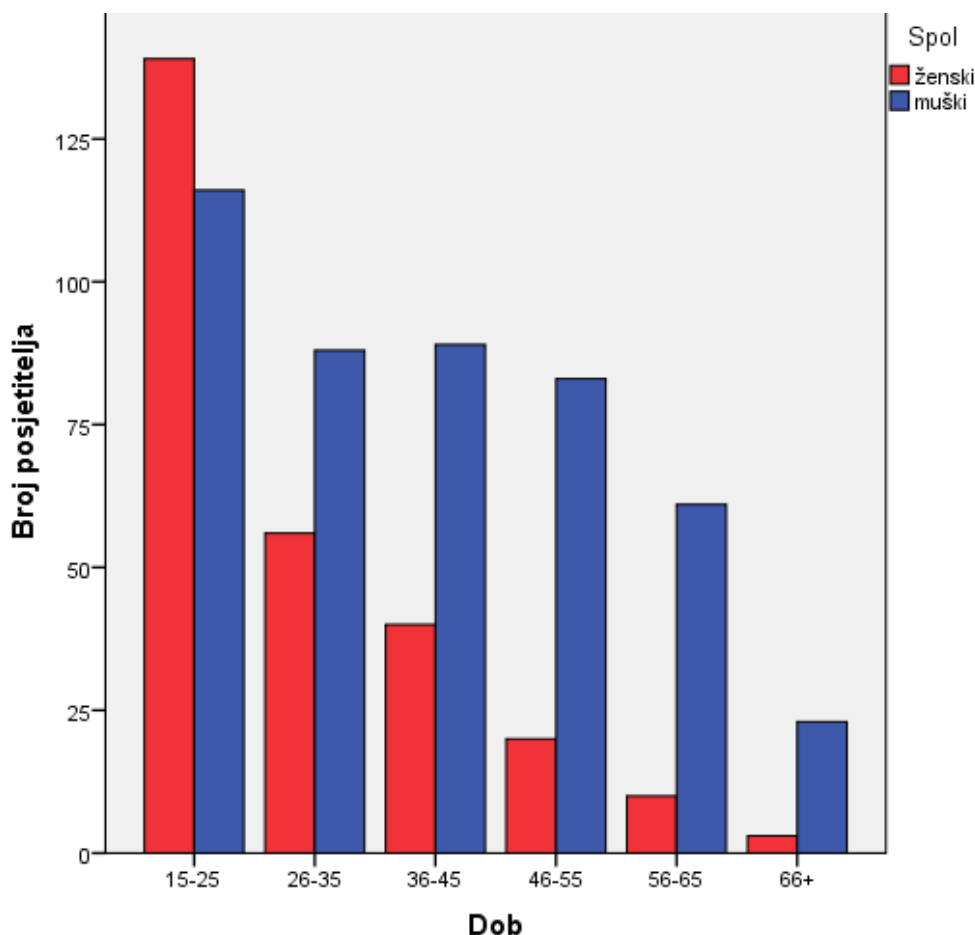
Zaključno, budući da su skuplji kafići (u centru grada) ujedno doživljeni sigurnijima, a oni (kvartovski) s nižim cijenama problematičnijima, moguće je pretpostaviti da su žene u svojem zahtjevu za sigurnošću i osjećajem ugone zapravo osuđene na one skuplje i centralno locirane kafiće.



Sl.19. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2017. godine prema spolu i cijeni kave u kafiću u kojem se nalaze

Osnovna karakteristika dobne strukture gostiju zagrebačkih kafića jest veći udio mlađih dobnih skupina te manji broj starijih gostiju (sl.20, sl.22). Pravilnosti je također moguće uočiti usporedbom dobne strukture gostiju s drugim obilježjima poput spola posjetitelja i gradske četvrti u kojoj se kafić nalazi.

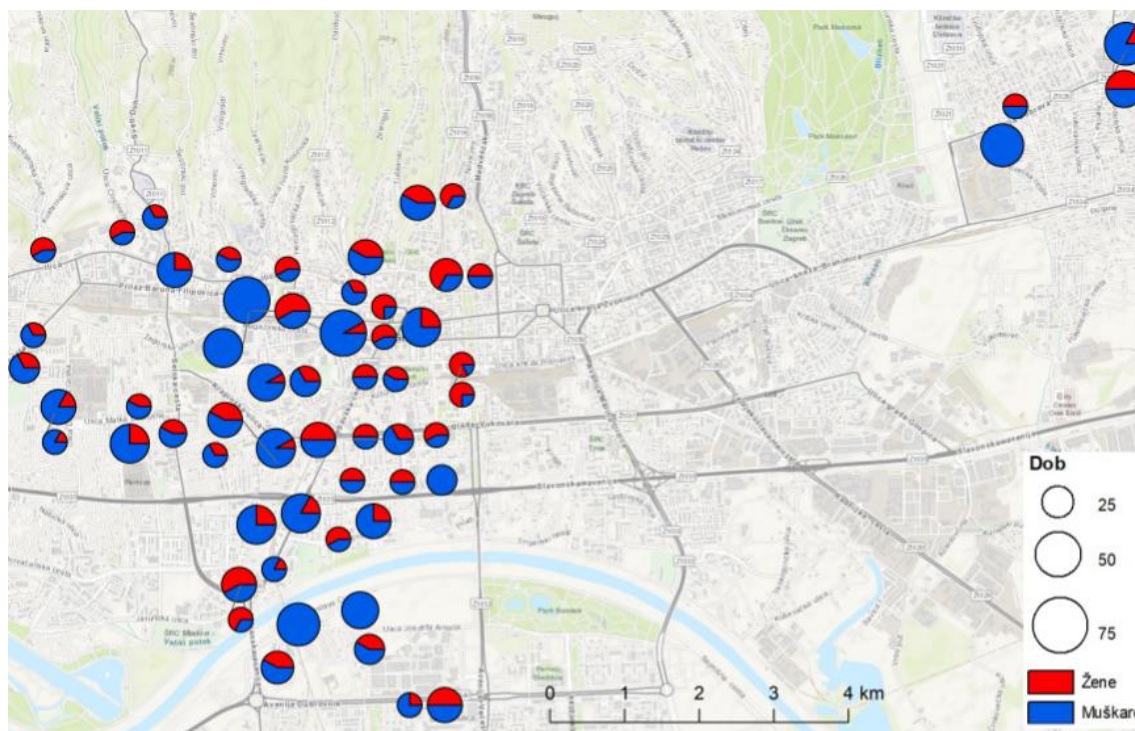
Dobno-spolna struktura gostiju 2007. godine (sl.20) ukazuje na nekoliko zakonitosti. Dok se udio broja gostiju smanjuje u starijim dobnim skupinama, uočava se razlika između muških posjetitelja čiji broj pada znatno sporije, te žena čiji se udjeli naglo smanjuju u starijim dobnim skupinama. Žene su tako od muškaraca brojnije samo u najmlađoj dobnoj skupini (15-25 godina).



Sl.20. Posjetitelji zagrebačkih kafića prema dobi i spolu 2007. godine

Iako prostorna distribucija kafića 2007. godine prema dobno-spolnoj strukturi gostiju ne korespondira nekim zaključcima izvedenim iz istraživanja provedenog 2017. godine (poput onog o relativno manjem udjelu žena u perifernim kafićima), pogledom na kartografski prikaz (sl.21) može se uočiti da su veći krugovi u značajnijoj mjeri plavi od manjih u kojima je prisutan veći udio crvene boje: što su gosti kafića stariji, veća je vjerojatnost da će u njemu biti više muškaraca; dok, ako u kafiću prevladava mlađe stanovništvo, vjerojatnije je da će u njemu biti više ženskih posjetitelja. Da se radi o jakoj i statistički značajnoj vezi dokazuje koeficijent jednostavne linearne korelacije između udjela muških gostiju i dobi⁹ posjetitelja ($r=0,640$, $p<0,01$).

⁹ Dob posjetitelja kafića reprezentira najzastupljenija dobna skupina, tj. za statističke pokazatelje uzete su razredne sredine modalnih razreda.



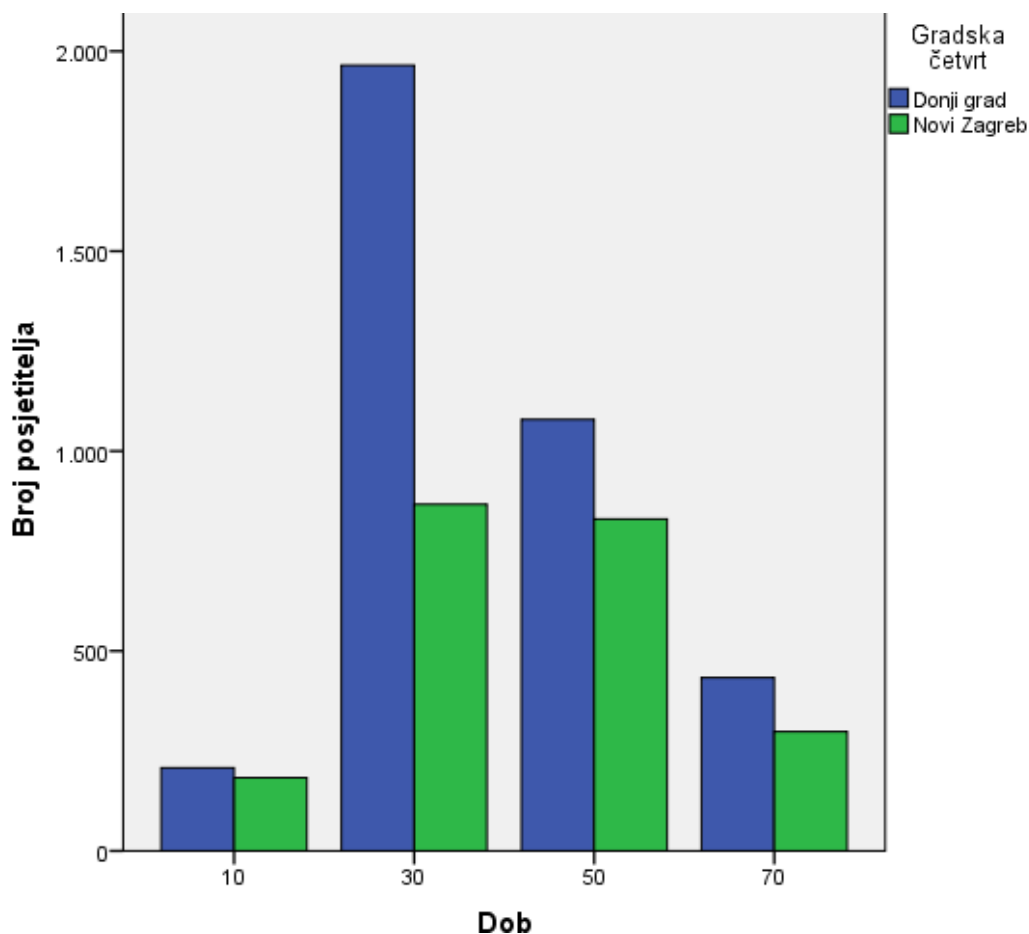
Sl.21. Zagrebački kafići 2007. godine prema dobi i spolu posjetitelja

2017. godine (sl.22) ukupan broj posjetitelja kafića također opada kako se ide prema starijim dobnim skupinama, a posebno treba istaknuti relativno slabiju zastupljenost najmlađe dobne kategorije – posjetitelje mlađe od 20 godina, što nije uočeno 2007. godine, između ostaloga i zbog drugačije definiranih dobnih kontingenata. Također, usporedbom dobne strukture gostiju i gradske četvrti u kojoj se kafić nalazi uočeno je da relativno veći „promet“ u kafićima centra grada uvelike ovisi o brojnijim mlađim posjetiteljima (20-40 godina) u odnosu na periferiju. Graham Rowles koji se bavi geografskim iskustvima starijih osoba primjećuje da je smanjenje *akcije* i sve veća važnost rutine jedno od temeljnih obilježja „bivanja u svijetu“ starijih ljudi (Rowles, 1980 prema Cresswell, 2013). Dok je mlađim dobnim skupinama bitno da budu u središtu zbivanja i okruženi drugim aktivnostima, stariji se ljudi uglavnom odlučuju za njima bliske i pristupačne kafiće:

Starijim ljudima mora biti više pristupačno, blizu, ako su invalidi da nemaju nekih prepreka do kafića, da nema stepenica. Stariji ljudi imaju hodalice ili dolaze sa štapovima. Niko od njih neće sjesti na tramvaj i otići u grad jer ne mogu. Dosta lokacija utječe (S.Š. 20).

Mladi se neće potruditi doći negdje radi same kave. Bitna im je blizina drugih stvari u Zagrebu te se zato mladi više okupljaju oko centra, a starijima je više bitno da se osjećaju ugodno i da im je kava dobra... (S.Š. 25).

Mladi teže biti u centru, žiži svega, i više se zadržavaju tamo. Ovdje starije osobe više teže kafićima koje su im bliže kući (M.Č. 45, vlasnik kafića u Sigetu).



Sl.22. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2017. godine prema dobi i gradskoj četvrti u kojoj se kafić nalazi

9. Zaključak

Autori poput Habermasa i Oldenburga koji nastoje odgovoriti na pitanje *što kafići znače za društvo (?)* nerijetko izražavaju negativne, kritički usmjerene stavove prema suvremenom ugostiteljstvu. Za njih se današnji kafići udaljavaju od nekad dostignutog ideala, bio on građanska kavana ranog modernog doba u kojoj se razvija javna sfera ili američka taverna fizičke strukture niskoga profila u čijem se grupnom okruženju stvara osjećaj zajednice.

Nastojanje ovog rada nije potvrditi niti opovrgnuti opravdanost zabrinutosti spomenutih autora, niti daljnje razviti temu odnosa kafića i društva. Primarno nas je zanimalo u kojoj je mjeri za kafić važno gdje se nalazi, kako ta prostorna činjenica utječe na poslovanje i strukturu gostiju te može li nam ono *u* kafiću reći nešto o onome *gdje* kafića.

Na osnovi socio-ekonomskih, stambenih i drugih objektivnih pokazatelja moguće je konstatirati postojanje značajnih razlika između centralnih i perifernih dijelova Zagreba. Centar grada elitno je područje najvišeg socio-ekonomskog statusa te najpovoljnijih uvjeta stanovanja, dok su pokazatelji na periferiji znatno nepovoljniji, pri čemu treba naglasiti nepostojanje čvrstih granica te gradacijski karakter socijalnog prostora Zagreba. To je posebno važno istaći budući da se objektivna podjela na centar i periferiju poklapa s percepcijama zagrebačkog prostora, odnosno imaginativnim geografijama koje centar označavaju *gradom*, a periferiju *kvartom*, generalizirajući i shematizirajući realnu zagrebačku dihotomiju. Grad/centar tako karakterizira koncentracija sadržaja, elitnost te senzacija izlaska čime on predstavlja dinamičan koncept suprotstavljan kvartu/periferiji koji je sve suprotno: spavaonica odvojena od mjesta rada koju obilježava statičnost i rutinske dnevne prakse. Također, radi se o dualnosti koja se potvrdila u prethodno provedenim istraživanjima: neovisno o tome treba li uzroke tražiti u rekreacijskim praksama ili kulturno-povijesnoj baštini gradskog središta, centar Zagreba doživljava se ugodnijim i u većoj mjeri prepoznatljivim područjem od perifernih dijelova grada.

Na koji se način vrijednosna hijerarhizacija gradskog prostora odražava u vrsti i karakteru kafića svjedoče zagrebački ugostiteljski objekti na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće. Naime, kavane su kao simboli građanskoga života bila rezervirane za uže gradsko središte, dok su se krčme dostupne širim narodnim masama nalazile svugdje osim u središtu. Sukladno tome, brojni radovi prepoznaju razliku između kvartovskih kafića i onih smještenih u gradskim središtima. Kvartovske kafiće uglavnom se prikazuje mjestima s domaćom atmosferom koja imaju redovite goste koji stanuju u blizini lokala, no koja su nerijetko niskoga profila, obilježena alkoholom i nasiljem. Suprotno, kafiće u gradskim središtima ne samo da se ne odvaja od procesa poput gentrifikacije, već ih se upravo uzima njihovim pokazateljem. I dok se subotnja samopromocija na zagrebačkoj *špici* uzima za privremenu gentrifikaciju zagrebačkog središta, oni koji brojnost i geografsku distribuciju kafića uzimaju pokazateljem gentrifikacije konstatirali bi da je proces u centru Zagreba uvelike napredovao. Iako je prostorna gustoća kafića u centru Zagreba gotovo sedam puta veća nego na periferiji, među vlasnicima kafića prevladava mišljenje da je kvartovskih kafića previše, dok onih u centru „nikad dosta“, što primarno objašnjavaju turistificiranošću gradskog središta. Za izvlačenje pouzdanog zaključka bilo bi potrebno prikupiti podatke o socio-ekonomskoj strukturi gostiju kafića, no već postojeći podaci ukazuju na prisutnost „domestikacije putem Cappuccina“ kojom se nastoji stvoriti kozmopolitska slika zagrebačkog centra.

Na takav zaključak upućuju i recentni pokazatelji različitog simboličkog vrednovanja pojedinih dijelova grada. Primjerice, na reprezentativnom uzorku utvrđeno je da je cijena kave u Donjem gradu 8,7 kuna, dok prosječna kava u Novom Zagrebu košta 7,2 kune. Veća raznolikost cijena kave unutar Donjeg grada za razliku od Novog Zagreba odgovara izraženijoj diferenciranosti simboličkog poimanja centralnih od perifernih dijelova grada. Pri tome treba uočiti da su cijene kave u većem dijelu Donjeg grada homogene, baš kao i u Novom Zagrebu, a uzak prostorni okvir *špice* u kojemu cijene znatno odskoču od prosjeka moguće je uzeti pokazateljem prostorne ograničenosti *grada*/centra kao simboličkog konstrukta.

Da se različito vrednovanje pojedinih dijelova grada odražava na ugostiteljstvo saznajemo izravno od vlasnika kafića koji upitani o najviše i najmanje poželjnim lokacijama za otvaranje kafića uglavnom navode središte Zagreba kao najpoželjnije, odnosno periferiju kao najmanje poželjno područje, pri čemu vlastite preferencije objašnjavaju objektivnim i subjektivnim razlozima.

Promatranjem demografske strukture gostiju također se uočavaju razlike između centra i periferije. Primjerice, dok je muških posjetitelja gotovo podjednako u Donjem gradu i u Novom Zagrebu, žena je značajno manje u kafićima Novog Zagreba u odnosu na Donji grad. Međutim, govoreći o centralnosti i perifernosti kao čimbenicima koji utječu na kafiće, treba reći da su se mikrolokacijske posebnosti pokazale značajnijima od obilježja širih prostornih skala. Istraživanje provedeno 2007. godine pokazalo je da između posjetitelja periferijskih kafića i onih u centru grada nema značajnijih razlika u vrednovanju „središnjih“ i „mirnih“ mjesta. Također, vlasnici kafića intervjuirani 2017. godine nisu odredili svoj kafić „smještenim u središtu zbivanja“ ili „povučenim postrani“ ovisno o gradskoj četvrti u kojoj se kafić nalazi, već primarno s obzirom na lokalne posebnosti. Znakovit je u tom pogledu kafić koji se adresom nalazi na glavnome gradskom trgu, a za kojeg njegova vlasnica smatra da je povučen postrani budući da se nalazi u dvorištu.

No, ženski zahtjev za centralnom lokacijom uočljiv je i na manjoj prostornoj skali. Promatranjem spolne strukture gostiju donjogradskih kafića 2017. godine primjećuje se da kafići na centralnim lokacijama poput istaknutijih trgova i užeg gradskog središta imaju veće udjele ženskih posjetitelja od kafića koji se nalaze u sporednim ulicama i stambenim blokovima gdje prevladavaju muškarci. Objašnjenja koja vlasnici kafića nude za veću zastupljenost žena u centralnim kafićima te muškaraca u onim prostorno sporednima uglavnom se svode na dobro poznate stereotipe te nas stoga može zanimati zašto žene nisu

u većoj mjeri prisutne u lokacijom perifernim kafićima, kao i zašto muškarci nisu brojniji u onim središnje pozicioniranima. Kako su muškarci kroz povijest (te još uvijek jesu) bili brojniji u (zagrebačkim) kafićima, potonje će pitanje ostati postrani. Ipak, treba napomenuti da gradovi koji kozmopolitsku sliku svojih središta temelje na brojnosti i ekskluzivnosti kafića, često svog nepoželjnog *drugog* proizvode u obliku „radničke klase, momaka koji se tuku ispred kafića i monotonih suburbija“, što su oznake uvelike prisutne u diskursima o zagrebačkim kvartovima.

Centralno locirani kafići u kojima su žene zastupljenije od prosjeka ujedno su i kafići u kojima se nalazi veći ukupan broj posjetitelja nego u prosječnome kafiću. Teorijski je prepoznata činjenica da kafići s većim brojem posjetitelja imaju „prirodan nadzor“ koji pridonosi sigurnosti gostiju, što je prvi dokaz koji ukazuje na to da je žensko posjećivanje središnjih kafića povezano s pitanjem sigurnosti. Druga činjenica koju valja istaći jest da se žene osjećaju ugodnije u otvorenim i elegantnim *café*-ima, nego u zatvorenim, „grubim“ pabovima, a kako su terase koje izlaze na ulicu gotovo simbolom užeg gradskog središta i pojedinih trgova, ne iznenađuje da su na tim mjestima žene prisutne u značajnoj mjeri. Konačno, iz razgovora s vlasnicima kafića koji govore o kvartovskim kafićima u kojima je uvelike prisutan alkohol, a što može biti povezano s nasilnim situacijama, izravno saznajemo da je žensko posjećivanje zagrebačkih kafića uvjetovano strahom od perifernih, manje sigurnih kafića. Prema tome, činjenica da žene u prosjeku češće posjećuju skuplje i centralne, a muškarci jeftinije i periferne kafiće uglavnom nije povezana s „jednostavnim i praktičnim muškarcima“ te „kompliciranim ženama što se vole pokazivati“, već strahovima i normama koji uvjetuju korištenje prostora grada i njegovih kafića.

Zaključno, osnovna karakteristika dobne strukture gostiju jest veći udio mlađih dobnih skupina te manji broj starijih posjetitelja, pri čemu se ponovno uočavaju razlike između centralnih i perifernih dijelova grada. Naime, relativno veći „promet“ u kafićima centra grada uvjetovan je znatno brojnijom mlađom dobnom skupinom (20-40 godina) posjetitelja u odnosu na periferiju. Također, uočeno je da se broj muškaraca u kafićima prema starijim dobnim kategorijama smanjuje znatno sporije od udjela žena, što je povezano s još jednim bitnim zaključkom: što su gosti nekog kafića stariji, veća je vjerojatnost da će u njemu biti više muškaraca; odnosno, ako u kafiću prevladava mlađe stanovništvo, vjerojatnije je da će u njemu biti više žena.

10. Literatura i izvori

Antoš, Z. i dr., 2010: *Idemo na kavu! : pogled zagrebačkih poduzetnika na kulturu konzumiranja kave: Etnografski muzej, Zagreb, 8. svibnja – 17. listopada 2010.: (katalog izložbe)*, Etnografski muzej, Zagreb.

Bašić, K., 1994: Socijalna topografija Zagreba – dihotomija grada i suburbija, *Sociologija sela* 32 (1/2), 27-42.

Bruncevic, M., Linné, P., 2013: A Taste of Law and Coffe – From Macrocosm to Microcosm, *Not Liqueur: The Westminster Online Working Papers Series, Law and the Senses Series: The Taste Issue* May, 11-30.

Capp, B., 2007: Gender and the Culture of the English Alehouse in Late Stuart England, *Studies across Disciplines in Humanities and Social Sciences* 2, 103-127.

Cavan, S., 1966: *Liquor License: An Ethnography of Bar Behavior*, Aldine Publishing Company, Chicago.

Coakley, L., 2002: „All over the place, in town, in the pub, everywhere“ A social geography of women's friendship in Cork, *Irish Geography* 35 (1), 40-50.

Collins, T., Vamplew, W., 2002: *Mud, sweat, and beers: a cultural history of sport and alcohol*, Berg, New York.

Cowan, B., 2001: What was Masculine about the Public Sphere? Gender and the Coffeehouse Milieu in Post-Restoration England, *History Workshop Journal* 51, 127-157.

Cresswell, T., 2013: *Geographic Thought: A Critical Introduction*, Wiley-Blackwell, Malden, Oxford.

Čaldarović, O., 1987: *Suvremeno društvo i urbanizacija*, Školska knjiga, Zagreb.

Čaldarović, O., 2011: *Urbano društvo na početku 21. stoljeća*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

Čaldarović, O., Šarinić, J., 2017: *Suvremeni grad: javni prostori i kultura življenja: primjer Zagreba*, Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb.

Gulin Zrnić, V., 2009: *Kvartovska spika: značenje grada i urbani lokalizmi u Novom Zagrebu*, Institut za etnologiju i folkloristiku: Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

Habermas, J., 1969: *Javno mnjenje: istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*, Kultura, Beograd.

Horvat, S., 2007: *Znakovi postmodernog grada: prilog semiologiji urbanizma*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

Howell, P., 1993: Public space and the public sphere: political theory and the historical geography of modernity, *Society and Space* 11, 303-322.

- Hunt, G., Satterlee, S., 1987: Darts, drink and the pub: the culture of female drinking, *The Sociological Review* 35 (3), 575-601.
- Klemenčić, M., 2012: *Idemo na pivo!*, Mozaik knjiga, Zagreb.
- Kneale, J., 1999: „A problem of supervision“: moral geographies of the nineteenth-century British public house, *Journal of Historical Geography* 25 (3), 333-348.
- Kozjak, B., 2016: *Kockanje: od dokolice do socijalne patologije: sociološki aspekti*, TIM press, Zagreb.
- Kümin, B., 2007: *Drinking Matters: Public Houses and Social Exchange in Early Modern Central Europe*, Palgrave MacMillan, Houndsmills, New York.
- Laurier, E., Philo, C., 2007: „A parcel of muddling muckworms“: revisiting Habermas and the English coffee-houses, *Social & Cultural Geography* 8 (2), 259-281.
- Laurier, E., Whyte, A., Buckner, K., 2001: An ethnography of a neighbourhood café: informality, table arrangements and background noise, *Journal of Mundane Behavior* 2 (2), 195-232.
- Luckins, T., 2009: Gentrification and Cosmopolitan Leisure in Inner-Urban Melbourne, Australia, 1960s – 1970s, *Urban Policy and Research* 27 (3), 265-275.
- Lukić, A., 2002: Socijalne funkcije trgovačko-poslovnog središta: primjer Centra Kaptol u Zagrebu, *Hrvatski geografski glasnik* 64, 73-94.
- Maleš, B., 2000: *Male ljubavi*, Naklada MD, Zagreb.
- Maretić, M., 1996: *Gradski centri*, Školska knjiga, Zagreb.
- Marinović-Uzelac, A., 1978: *Socijalni prostor grada*, SNL, Zagreb.
- Milčec, Z., 1975: *Pozdravi doma: ZG-feljtoni*, Znanje, Zagreb.
- Nemec, K., 2010: *Čitanje grada: urbano iskustvo u hrvatskoj književnosti*, Naklada Ljevak, Zagreb.
- Montgomery, J., 1997: Café Culture and the City: The role of Pavement Cafés in Urban Public Social Life, *Journal of Urban Design* 2 (1), 83-102.
- Oldenburg, R., 1999: *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Marlowe & Company, New York.
- Opačić, N., 2005: *Iza riječi: prtinom i cijelcem*, Matica hrvatska, Zagreb.
- Papachristos, A. i dr., 2011: More Coffe, Less Crime? The Relationship between Gentrification and Neighbourhood Crime Rates in Chicago, 1991 to 2005, *City & Community* 10 (3), 215-240.

- Perković, Z., 1977: Jezgra i okvir centra Zagreba, *Hrvatski geografski glasnik* 39 (1), 163-169.
- Prelogović, V., 2009: Primjena faktorske analize u istraživanju socio-prostorne strukture grada: primjer Zagreba, *Hrvatski geografski glasnik* 71 (1), 67-85.
- Radaković, B., 2015: *Dobitnik*, V.B.Z., Zagreb.
- Reitz, J.K., 2007: Espresso: A Shot of Masculinity, *Food, Culture & Society* 10, 7-21.
- Sabotič, I., 2004: Od stola do šanka: kratka povijest društvenosti u kavani i kafiću, u: *Živjeti u Zagrebu: prinosi sociologijskoj analizi* (ur. Mišetić, A., Štambuk, M., Rogić, I.), Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 45-68.
- Sabotič, I., 2007: *Stare zagrebačke kavane i krčme: s kraja 19. i početka 20. stoljeća*, AGM: Institut društvenih znanosti „Ivo Pilar“, Zagreb.
- Stiperski, Z., 2015: Percepcija mjesta ugone i neugode u prostoru grada Zagreba; Anketno istraživanje, *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam* 23 (2(50)), 332-343.
- Šakaja, L., 2004: *Arbor mundi* u nazivima ugostiteljskih objekata, *Revija za sociologiju* 35 (1-2), 13-39.
- Šakaja, L., 2015: *Uvod u kulturnu geografiju*, Leykam international d.o.o., Zagreb.
- Tuan, Y., 2013: *Landscapes of Fear*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Tumanan, M., Lansangan, J., 2012: More than just a *cuppa* coffe: A multi-dimensional approach towards analyzing the factors that define place attachment, *International Journal of Hospitality Management* 31, 529-534.
- Waxman, L., 2006: The Coffe Shop: Social and Physical Factors Influencing Place Attachment, *Journal of Interior Design* 31 (3), 35-53.
- Wright, C., 2003: „Doing the beans“: Women, drinking and community in the ladie's lounge, *Journal of Australian Studies* 27 (76), 5-16.
- Young, C., Diep, M., Drabble, S., 2006: Living with Difference? The „Cosmopolitan City“ and Urban Reimaging in Manchester, UK, *Urban Studies* 43 (10), 1687-1714.

(1) Birtije: by Žac,

<http://www.zaprudje.hr/birtije?jn0d4917b4=2> (20.1. 2018.)

(2) Grad Zagreb: Službene stranice,

<http://www.zagreb.hr/> (20.1.2018.)

(3) Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina „Restorani“, „Barovi“, „Catering objekti“ i „Objekti jednostavnih usluga“ (neslužbeno pročišćeni tekst), NN, br. 82/07, 82/09, 75/12, 69/13 i 150/14.

(4) Pub Crawl Zagreb: Posjećujete Zagreb a želite se dobro zabaviti? Pub Crawl je vaš izbor!, <http://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/razgled-grada/pjesice/pub-crawl-zagreb> (20.1.2018.)

(5) Zagreb Cappuccino (2014),

<http://www.moj-film.hr/film/info/zagreb-cappuccino/> (20.1.2018.)

Prilozi

1. Popis slika:

Sl.1 Promatrani zagrebački kafići 2007. godine

Sl.2. Promatrani zagrebački kafići 2017. godine

Sl.3. Prostorna distribucija kafića u San Franciscu 1965. godine

Sl.4. Kavane u Zagrebu 1896. godine

Sl.5. Krčme u Zagrebu 1896. godine

Sl.6. Prostorni razmještaj hotela, restorana i ostalih ugostiteljskih objekata u centru grada Zagreba

Sl.7. Koja tvrdnja je za Vas točna?

Sl.8. Koja tvrdnja je za Vas točna?

Sl.9. U ovaj kafić (kavanu):

Sl.10. Zagrebački kafići 2007. godine prema frekventnosti njihova posjećivanja

Sl.11. Cijene kave u Novom Zagrebu i Donjem Gradu 2017. godine

Sl.12. Cijene kave u donjogradskim kafićima 2017. godine

Sl.13. Cijene kave u novozagrebačkim kafićima 2017.godine

Sl.14. Zagrebački kafići 2007. godine s obzirom na odnos njihovih posjetitelja prema centralnosti/perifernosti lokacije kafića

Sl.15. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2007.godine prema dobi i odnosu prema centralnosti/perifernosti lokacije kafića

Sl.16. Donjogradski kafići prema spolu gostiju i ukupnom broju posjetitelja 2017. godine

Sl.17. Posjetitelji zagrebačkih kafića prema spolu i broju gostiju koji se s njima nalaze u kafiću 2007. godine

Sl.18. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2017. godine prema spolu i gradskoj četvrti u kojoj se kafić nalazi

Sl.19. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2017. godine prema spolu i cijeni kave u kafiću u kojem se nalaze

Sl.20. Posjetitelji zagrebačkih kafića prema dobi i spolu 2007. godine

Sl.21. Zagrebački kafići 2007. godine prema dobi i spolu posjetitelja

Sl.22. Posjetitelji zagrebačkih kafića 2017. godine prema dobi i gradskoj četvrti u kojoj se kafić nalazi

2. Popis tablica:

Tab.1 Dobno-spolna struktura ispitanika 2007. godine

Tab.2. Odnos broja kafića, površine i broja stanovnika odabranih mjesnih odbora gradskih četvrti Donji grad, Novi Zagreb – istok i Novi Zagreb – zapad 2017. godine

Tab.3. Posjetitelji zagrebačkih kafića prema spolu i vremenu posjeta 2007. i 2017. godine

3. Intervjuirane osobe:

A.B. 30.god. – Ž, DG

A.J. 30 god. – M, NZ

F.Š. 30 god. – Ž, DG

H.Š. 25.god. – M, DG

I.K. 35 god. - M, DG

J.Č. 45 god. – M, DG

M.Č. 45 god. – M, NZ

M.Č. 50. god. – M, NZ

M.I. 45 god. – M, NZ

N.N. 55 god. – Ž, DG

S.B. 60 god. – Ž, DG

S.Š. 20 god. – M, NZ

S.Š. 25 god. – Ž, NZ

V.A. 50 god. – M, DG

V.M. 60 god. – Ž, NZ

Z.J. 40god. – M, NZ

Ž.S. 35 god. – M, NZ

4. Anketa 2007. godine:

GEOGRAFSKI ODSJEK
PRIRODOSLOVNO-MATEMATIČKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE U ZAGREBU



DEPARTMENT OF GEOGRAPHY
FACULTY OF SCIENCE
UNIVERSITY OF ZAGREB

Poštovani! Anketni upitnik koji je pred Vama dio je nastavnog projekta „Socijalno-geografske pretpostavke posjećenosti kavana“ koji se izvodi na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Upitnik je anoniman i dobrovoljan. Podaci iz upitnika će se koristiti isključivo u nastavne i znanstvene svrhe.

1. U ovaj kafić (kavanu)

- došao/došla sam prvi put dolazim povremeno dolazim često

2. Označite jednu ili više tvrdnji koje su za Vas točne:

- radim u blizini (zaokružite tip ustanove: *obrazovna, kulturna, administrativna, drugo*)
 školujem se u blizini (zaokružite tip ustanove: *škola, fakultet, drugo*)
 živim u blizini
 ne živim, ne radim i ne školujem se u blizini, ali dolazim u ovaj kvart poslovno
 ne živim, ne radim i ne školujem se u blizini, ali dolazim u ovaj kvart u slobodno vrijeme
 u ovome sam kvartu danas posve slučajno

3. Koje su za Vas prednosti lokacije ovoga kafića (kavane)?

- na središnjem je mjestu na mirnom je mjestu
 drugo (navedite) _____ lokacija nema posebnih prednosti

4. Koje su po Vama nedostaci lokacije ovoga kafića (kavane)?

- na središnjem je mjestu na mirnom je mjestu
 drugo (navedite) _____ lokacija nema posebnih nedostataka

5. Spol

- ženski muški

6. Dob

- 0-14 15-25 26-35 36-45 46-55 56-65 66+

7. Zanimanje (navedite) _____

Puno Vam hvala na odgovorima!

Marulićev trg 19, p.p. 595, 10 000 Zagreb, Hrvatska (Croatia)
Tel.: 385 (01) 48 95 400, Fax: 385 (01) 48 95 440
E-mail: geogpmf@geog.pmf.hr

5. Intervju 2017. godine:

- Kako to da ste otvorili kafić upravo na ovoj lokaciji? Jeste li tijekom vremena promijenili stavove glede prednosti i nedostataka lokacije kafića?
- Kad ne bi bilo financijskih ograničenja, gdje biste u Zagrebu otvorili kafić? Zašto?
- Gdje u Zagrebu nikada ne biste otvorili kafić? Zašto?
- Prevladavaju li u Vašem kafiću regularni gosti ili posjetitelji koji dolaze ponekad/rijetko?
- Kako na to utječe lokacija Vašeg kafića?
- Kako biste opisali tipičnog posjetitelja Vašeg kafića (dob, spol, zanimanje, teme razgovora i druge specifičnosti)?
- Koji objekti, djelatnosti ili ustanove u blizini Vašeg kafića pozitivno utječu na njegovo poslovanje? Možete li navesti neke koji utječu negativno?
- Smatrate li da je lokacija Vašeg kafića u središnja ili postrani? Zašto?
- Kako procjenjujete kvalitetu i brojnost kafića u Zagrebu?
- Koji su glavni čimbenici koje posjetitelji uzimaju u obzir pri odabiru kafića?
- Uzimaju li žene i muškarci iste čimbenike u obzir, ili postoje razlike?
- Utječe li lokacija kafića u gradu na spolnu strukturu posjetitelja? Kako?
- Utječe li lokacija kafića na dobnu strukturu posjetitelja? Kako?
- Postoje li u Zagrebu kafići za „bogate“ i kafići za „siromašne“, ili socio-ekonomska podjela nije uočljiva u zagrebačkim kafićima?
- Utječe li lokacija kafića u gradu na socio-ekonomsku strukturu posjetitelja? Kako?
- Koje su po Vašem mišljenju glavne razlike između kafića u centru grada (Donji grad, Gornji grad...) i periferijskih kafića?
- Kako biste opisali tipičan periferijski kafić (vizualni/estetski dojam, kakvi gosti ga posjećuju, u kakvom se okruženju nalazi)?
- Kako biste opisali tipičan kafić u centru grada (vizualni/estetski dojam, kakvi gosti ga posjećuju, u kakvom se okruženju nalazi)?
- Koje čimbenike uzimate u obzir pri određivanju cijena pića?
- U kojoj mjeri lokacija kafića u gradu utječe na cijene pića?