

به نام خدا

بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر گرایش به حضور در کافه پاتوق خیابانی

(مطالعه موردی: جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله شهر یاسوج)

مؤلف:

سعید مرادی

انتشارات ارسطو

(سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۴)

نسخه الکترونیکی این اثر در سایت سازمان چاپ و نشر ایران و اپلیکیشن کتاب رسان موجود می باشد

chaponashr.ir

سرشناسه : مرادی، سعید، ۱۳۶۷
عنوان و نام پدیدآور: بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر گرایش به حضور در کافه پاتوق
خیابانی (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله شهر یاسوج) / مولف سعید مرادی.
مشخصات نشر : انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)، ۱۴۰۴.
مشخصات ظاهری : ۵۸ ص.
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۴۵۵-۲۴۰-۲
وضعیت فهرست نویسی : فیپا
موضوع : جوانان - گرایش به حضور در کافه پاتوق خیابانی - عوامل اجتماعی و اقتصادی
رده بندی کنگره : LB۱۰۲۸/۷۷
رده بندی دیویی : ۳۷۱/۳۶۷
شماره کتابشناسی ملی : ۹۹۳۲۵۳۷
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیپا

نام کتاب : بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر گرایش به حضور در کافه پاتوق
خیابانی (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله شهر یاسوج)

مولف : سعید مرادی

ناشر : انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)

صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر

تیراژ : ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ : اول - ۱۴۰۴

چاپ : زبرجد

قیمت : ۵۸۰۰۰ تومان

فروش نسخه الکترونیکی - کتاب رسان :

<https://chaponashr.ir/ketabresan>

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۴۵۵-۲۴۰-۲

تلفن مرکز پخش : ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵

www.chaponashr.ir



انتشارات ارسطو



فهرست

فصل اول: کلیات.....	۵
مقدمه.....	۵
کافه پاتوق خیابانی.....	۸
فصل دوم: ادبیات نظری.....	۱۱
تاریخچه کافه ها.....	۱۱
کافه ها و کافی شاپ ها در پاسخ به چه نیازی شکل می گیرند؟.....	۱۳
کافه نشینی در اروپا.....	۱۴
تاریخچه ی پاتوق در ایران.....	۱۵
پاتوق های ابتدایی.....	۱۶
پاتوق های پساکودتا.....	۱۷
کافه ها.....	۱۸
دهه هفتاد پدیده کافه کتاب و کافه گالری.....	۲۰
دهه هشتاد: از فضاهای شهری تا تولد پاتوق های مجازی.....	۲۰
مساجد و هیات ها.....	۲۲
قهوه خانه ها.....	۲۳
کافه ها.....	۲۴
مراکز فرهنگی.....	۲۴
سبک زندگی.....	۲۵
مولفه های سبک زندگی.....	۳۲
ویژگی های سبک زندگی.....	۳۵

۳۶	هویت فرهنگی و سبک زندگی
۳۹	رابطه فرهنگ و سبک زندگی
۴۱	اوقات فراغت
۴۲	اهمیت اوقات فراغت
۴۵	نگرش
۴۶	کارل مارکس
۴۷	تورشتاین وبلن
۴۷	پی یر بورديو
۵۱	سيريل اسميت
۵۲	آنتونی گيدنز
۵۵	منابع

فصل اول:

کلیات

مقدمه

واژه «کافه پاتوق خیابانی» یک واژه جدید و نوظهور است که همانگونه از اسمش پیداست مکانی به دور از فضای دنج و کافی شاپی با سرویس دهی نوشیدنی های گرم در اوقات فراغت افراد میباشد. افراد در این مکان جمع میشوند و ضمن نوشیدن، کارهای مختلفی نظیر گفت وگو، استفاده از شبکه های اجتماعی، مبادله اطلاعات، دیدار های دوستانه و غیره انجام میدهند. امروزه رفتن به این مکان ها تبدیل به امری متداول و روز مره برای گروهی از افراد است. چه فرقی می کند پاتوق را با غین بنویسند یا قاف. پاتوغ پاتوق است! مهم موجودیت این کلمه است که کمتر کسی به معنی درست آن رجوع می کند. حالا اگر بپرسی چرا من پاتوق را با قاف می نویسم باید بگویم که در فرهنگ دهخدا آمده است: « پاتوغ مرکب از «پای» فارسی به معنی «محل و جای» و توغ ترکی، و آن نیزه کوتاهی است که دم اسب بر سر آن می بندند و بر فراز آن گویی زرین آویزند و پیشاپیش حکام و سرداران برند. و معنی ترکیبی آن، محل عادی اجتماعات لوطیان در محله یا شهر یا قریه ای است.» نظیر این ترکیب، کلمات دیگری هم مثل «پابست، پابه ماه، پابند، پابوس، پاپس کشیدن، پاپوش، پاپیچ، پاتخت» و... هم در زبان عامه تهران کاربرد پیدا کرده اند که هر کدام با توجه به ساخت زبانی، معانی خاصی گرفته اند. اما آنچه ما را به معنی اصلی پاتوق راهنمایی می کند (دهخدا، ۱۳۷۳:۴۶۳۰)

معنی این کلمه در فرهنگ عمید است که چنین ذکر شده: «پای غلم، جایی که پرچم را نصب کنند و گروهی دور آن جمع شوند، جایی که در ساعت‌های معین عده‌ای در آنجا جمع شوند (عمید، ۱۳۸۲: ۴۱۵).

بررسی‌های انجام‌شده در حوزه علوم اجتماعی نشان می‌دهد شرایط پاتوق‌ها بسته به شرایط اجتماعی و سیاسی عوض شده و تعریف خاص خود را پیدا می‌کنند. آزادارمکی بعد از بررسی موشکافانه پاتوق‌ها می‌نویسد: «پاتوق موقعیتی است که در آن عده‌ای از افراد به طور آزادانه جمع شده و برخلاف کارهای روزانه‌شان که به عنوان وظیفه و شغل به آن مشغول بوده‌اند به فعالیت‌هایی می‌پردازند که از روی علاقه آنها بوده و کمتر تناسبی با وظایف شغلی‌شان دارد.» (آزادارمکی، ۲۲: ۱۳۸۴) او در ادامه می‌آورد: «افراد در پاتوق‌ها برخلاف آنچه در حوزه رسمی آموختند و رفتارشان متأثر از آن است، عمل می‌کنند. شرایطی که افراد را دور هم جمع می‌کند به منزله نوعی مقاومت منفی است.» این یعنی ما فراتر از هر نوع چارچوب اجتماعی، سیاسی، اخلاقی، فرهنگی و... نیاز به لحظه‌هایی متفاوت داریم؛ لحظه‌هایی که خودمان باشیم و خودمان. بدون شیله پيله. سیمین بهبهانی هم می‌گوید: «کافه‌نشینی در دهه ۴۰ سنت مردان بود. من چند بار بیشتر به کافه فردوسی نرفتم، چون فضای خیلی مناسبی برای خانم‌ها نبود. من بیشتر در خانه‌مان دوره می‌گذاشتم و شاعران را دور هم جمع می‌کردم. یادم می‌آید نصرت رحمانی و نادرپور بیشتر به کافه فردوسی می‌رفتند. به نظرم کسانی که در کافه‌ها دور هم جمع می‌شدند، بیشتر برای وقت‌گذرانی و تفریح این کار را می‌کردند و بحث‌های جدی مطرح نمی‌شد، واقعاً نویسنده و فکر خاصی از کافه‌نشینی‌های ما بیرون نیامد، اما از محافل ادبی و دوره‌های ادبی که نویسنده‌ها و شاعران داشتند، هم آدم‌های بزرگی

بیرون آمدند هم افکار بسیار خوب و روشن (روزنامه ی شرق، ۱۴/۹/۱۳۸۹: کدخبد
۱۹۴۱۸۶a)

البته آزادارمکی با یک شاهد تاریخی، ضرورت وجود پاتوق‌ها را بیشتر روشن می‌کند. او می‌گوید: «در جوامع غربی، به طور خاص در فرانسه قرن ۱۸ که تاحدودی بورژوازی در حال شکل گرفتن بود، پاتوق‌ها به صورت نهادهای علمی و تخصصی تبلور یافتند و در توسعه نظام اجتماعی موثر واقع شدند. اصحاب دایره‌المعارف، حلقه وین، مکتب بوداپست، مکتب شیکاگو، مکتب فرانکفورت، مکتب هاروارد و... نمونه‌های اصلی پاتوق‌های فکری، علمی، سیاسی و روشنفکری شناخته‌شده در غرب‌اند که تاثیر هیچ کدامشان را نمی‌شود انکار کرد. به هر حال فرنگ‌رفته‌ها که تحصیلات عالی‌شان اجازه نمی‌داد توی قهوه‌خانه‌ها پاتوق کنند و حرف‌هایشان را پیش یک عده آدم عامی و عادی بزنند یا با جماعت لوطی و چاقوکش دمخور شوند، در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ کافه‌نشینی را به ایران آوردند (آزادارمکی، ۱۳۸۴: ۷۸)

کافه‌ها در اروپای قرن ۲۰ به خصوص فرانسه یکی از شاخصه‌های بارز مدنیت بودند. در چنین مکان‌هایی که غالباً محل تردد و تجمع روشنفکران انقلابی بوده، بحث‌هایی درمی‌گرفت که کمک شایانی به نشر افکار انقلابی می‌کردند. آن طور که نقل می‌کنند کافه‌های پروکوپ، رژنس، لانت و دوفوی معروف‌ترین کافه‌های فرانسه بودند. با چنین نگاهی خیلی راحت می‌توان دریافت که در دهه‌های ۳۰ و ۴۰ که افکار انقلابی به شدت در ایران رواج پیدا می‌کرد، روشنفکران تحصیلکرده که علاقه خاصی هم به فرهنگ و هنر فرانسه داشتند از کافه‌نشینی‌های پاریس الگو گرفتند و آن را به ایران آوردند. اما سنت کافه‌نشینی بعد از این دهه‌ها چندان ادامه پیدا نکرد. ما در این تحقیق به دنبال این هستیم تا با یک مطالعه علمی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر گرایش به حضور

در کافه پاتوق خیابانی (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله شهر یاسوج) را مورد بررسی قرار دهیم.

کافه پاتوق خیابانی

کافه پاتوق خیابانی اتاقکی فلزی است یا از جنس فایبرگلاس که جهت فروش نوشیدینی های گرم و سرد ایجاد شده است. این مغازه چند متری محصولاتی نظیر نوشابه، شربت، قهوه، کاپوچینو، لاته، هات چاکلت، شیر قهوه و نظیر آنها را میفروشد. تنوع محصول در این مکان کم و قیمت محدود و متوسط رو به پایین است. این مغازه ها اغلب در کنار جاده های شلوغ میادین و چهار راه های شهری جای دارند. فرایند خرید سریع صورت میگیرد و مشتری زمان زیادی صرف خرید نمیکند و محصولات خریداری شده نیز زود مصرف میشوند.

کافه عنوان کلی ای است برای همه قهوه خانه ها، کافی شاپ ها، چای خانه ها، قلیان خانه ها و دیگر پاتوق هایی از این به عنوان مهم ترین کافه و پاتوق شناخته شده است. در استان ما اگر چه مانند « قهوه خانه » دست در جامعه ایران شهرهایی نظیر تهران و شیراز، کافه ها، پاتوق های تعیین کننده ای نیستند اما با رشد نسبی آنها در سال های اخیر، می توان به این نتیجه رسید که در آینده استان و شهرستان بویراحمد، کافه ها اهمیت بیشتر نسبت به اکنون پیدا کنند. به طور نسبی پاتوق های مختلف هر یک هویت و فرهنگ خاصی را تولید و نشر می دهند. فرهنگ ها می توانند شهرها را خلق و سیمای شهر را دگرگون کنند. بنابراین پرداختن به آنها، تبیین و تحلیل فرهنگشان حائز اهمیت است. در مقابل هویت کافی شاپ، کافه دکه ها در قالب اتاقک های آهنی نمود می یابند. این دکه ها به جای کوچه ها دنج و دور از هیاهوی شهر (موقعیت کافی شاپ ها)، در

چهارراه ها و میادین اصلی شهر قرار دارند. چهارراه عالیوند، میدان

عدل، فلکه سنگی (کُهتور)، سه راه بیمارستان و میدان جهاد، موقعیت های مهم ترین کافه دکه های شهر یاسوج هستند. همین امر نیز مشتریان انبوه کافه دکه ها را در طیف های مختلف اجتماعی از پیاده و موتوری تا شاسی بلند سوارها قرار می دهد. قیمت ارزان نوشیدنی های کافه دکه ها نیز به تنوع مشتریان آنها افزوده است. برای حضور در کافه دکه نیازی به تکلف های مرسوم حضور در کافی شاپ نیست. چراکه اساساً دکه ها محلی برای پذیرایی ندارند. دکه ها به مشتریان خود به صورت سرپایی خدمات می دهند. همین نداشتن مکانی برای نشستن مشتریان باعث شده کافه دکه محل مناسبی برای دیدارهای عاشقانه و محفل های احساسی و عاطفی نباشد؛ اما سهل الوصول و کم هزینه بودنش، مشتریان متنوع و متکثری را نصیب آن کرده است. همچنین کافه دکه ها به دلیل در منظر عموم بودنشان بیشتر محیطی عمومی و عیان دارند. آنها در خیابانند، نمایان و آشکار و هویدا، خیابان مکان بروز اقشار فرودست جامعه است. کافه دکه ها نیز نمادی از همین پیشروی آرام مردم عادی است. در مقابل کافی شاپ ها در جایی دنج، فرهنگی سانتیمانتال و احساسی و عاطفی را نشر می دهد. باید اضافه کنم کافی شاپ ها در تسخیر زوج هاست اما کافه دکه ها دلخوش به سرویس دادن به مجموعه های پسرانه اند. با توجه به توضیح فوق کافی شاپ ها پاتوقی برای بخشی از جامعه بویراحمد با دغدغه های عاطفی، احساسی است.

در مقابل، کافه دکه ها، پاتوق نیروهای اجتماعی از همه اقشار جامعه است. گو اینکه جوانان سطوح پایین جامعه بیشتر به سمت دکه ها می روند. هدف ما در این تحقیق بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر گرایش به حضور در کافه دکه (شهر یاسوج) و بررسی تاثیر متغیرهای جمعیتی مثل (سن و جنس)، پایگاه اجتماعی مانند شغل و تحصیلات و در آمد آنها می باشد.

فصل دوم : ادبیات نظری

تاریخچه کافه ها

هرچند شکل و شمایل امروزی کافه‌های ایران از کشورهای اروپایی و به ویژه فرانسه الگوبرداری شده است، اما در حقیقت برخی پژوهشگران اروپایی خاستگاه نخستین کافه‌ها را آسیا می‌دانند. در متنی درباره تاریخچه پیدایش کافه‌ها چنین می‌خوانیم: «تاریخ کافه‌ها درست شبیه تاریخ قهوه، با افسانه و اسطوره معطر و اشباع شده است. تاریخ‌نویسان قهوه هنوز در حال بحث و گفت‌وگو در این باره هستند که آیا قهوه یک ماده شناخته شده غذایی در طول قرن نهم در پرشیا، مصر، لیبی و حبشه بوده است؟ آنچه که ما به یقین می‌دانیم این است که ترکان عثمانی در سال ۱۴۵۳ قهوه را از یمن به قسطنطنیه آوردند و در سال ۱۴۷۱، یا به گفته برخی در ۱۴۷۵، اولین کافه در قسطنطنیه تاسیس شد که در حال حاضر هم هنوز در استانبول امروزی وجود دارد». پروفیسور مارکمن الیس، استاد مطالعات قرن هجدهم از دانشگاه کمبریج و نویسنده کتاب «کافه: یک تاریخ فرهنگی»، می‌گوید: تاریخچه فرهنگی کافه‌ها، با کشف ریشه‌های تاریخی نوشیدن قهوه آغاز می‌شود؛ به گفته او قهوه در اصل در یمن شروع به رشد کرد و در نیمه قرن شانزدهم میلادی در کافه‌های قسطنطنیه یا همان استانبول امروزی مصرف می‌شد و به وسیله یک گیاه‌شناس آلمانی به نام Leonhard Rauwolf به اهالی اروپای غربی معرفی شد... و (در نهایت) در دهه ۱۶۶۰، کافه‌ها به طور وسیعی به عنوان مکان‌هایی که مردم می‌توانستند در آنها درباره افکار و نظراتشان گفت‌وگو کنند، شناخته شدند.

دانشنامه دانش‌گستر نیز درباره تاریخچه قهوه چنین می‌گوید: «نوشیدن قهوه در کشورهای عربی در قرن ۱۴ م. آغاز شد و مصرف آن تا ۳۰۰ سال پیش در اروپا رواج نداشت. در آن زمان، نخستین فروشگاه قهوه در وین آغاز به کار کرد و پس از آن، مغازه‌های مشابهی در پاریس و لندن نیز افتتاح شدند. در مستعمره‌نشینان آمریکا، قهوه زمانی که دولت بریتانیا بر چای مالیات وضع کرد، جایگزین چای شد.».

در این میان به نظر می‌رسد برای ما و زندگی امروزمان، این نکته که نخستین بار قهوه یا کافه در کدام بخش جهان کشف، مصرف و پایه‌گذاری شد، تنها از نظر اطلاع‌رسانی درست در مرور تاریخی موضوع، و نیز افزایش تاثیرگذاری فرهنگی که با این قدمت تاریخی مرتبط به نظر می‌رسد دارای اهمیت است. در واقع نکته مهم در این گذر اجمالی به تاریخچه پیدایش قهوه و کافه، نقش و کارکرد اجتماعی و فرهنگی و هنری آن است. اینکه در آسیا یا اروپا از دیرباز اصلی‌ترین انگیزه حضور مردم در کافه‌ها، پاسخگویی به نیاز گفت‌وگو درباره افکار، نظرات و اعتقادات و... بوده است. در اینجا بهتر است نگاهی به این نقش و کارکرد در سرزمین خودمان بیندازیم. برای نگرشی اجمالی به سیر تاریخی نقش و کارکرد اجتماعی و فرهنگی کافه‌ها در ایران، ناگزیر از نگاه به نیای کافه‌های فعلی، یعنی همان قهوه‌خانه‌های خودمان هستیم. پیش از ادامه این مطلب، شایان ذکر است که واژه «کافه» در واقع معادل واژه فرانسوی *café* و نیز واژه انگلیسی *coffee* *house* است که ترجمه کلمه به کلمه‌اش همان قهوه‌خانه است و به اشتباه در معنای عمومی به جای این دو واژه، اصطلاح «کافی شاپ» را *coffee shop* به صورتی تعمیم یافته به کار می‌برند؛ در حالی که به نظر می‌رسد این واژه بیشتر شامل موارد معینی از کافه‌ها با موقعیت محلی و حتی گاه کاربردهای خاصی است. درباره تاریخچه قهوه‌خانه در ایران می‌خوانیم: «قهوه‌خانه در ایران در دوره صفویان و دوره سلطنت شاه عباس اول در شهر اصفهان، پدید آمد. معماری آن در شهرهای گوناگون ایران متأثر از ویژگی‌های

ساختمان‌ها و فرهنگ ساکنان آن شهر و نیازهای آنها بوده است. در تهران، قهوه‌خانه‌ها یک فضای سر باز با حوض و باغچه داشتند که آب جوی خیابان یا قنات در آن جاری بود... قهوه‌خانه‌ها محل نشست و برخاست اشخاص گوناگون به خصوص اهل فرهنگ و شاعران، اشراف و صرف غذاهایی مانند آبگوشت بود. نقالی، شاهنامه‌خوانی، شعرخوانی، غزل‌خوانی، مشاعره، قصه‌گویی، مناقب‌خوانی، مدایح‌خوانی، و سخنوری، ترنا بازی، بازی شاه و وزیر و فال حافظ... و در برخی از قهوه‌خانه‌ها مانند زائرآباد تهران، برنامه موسیقی و رقص و آواز و نمایش روحوضی نیز از دیگر برنامه‌های سرگرم‌کننده در قهوه‌خانه بود. جعفر شهری نیز در کتاب تهران قدیم درباره قهوه‌خانه و اهمیت آن در فرهنگ ایران می‌گوید: «قهوه‌خانه اگرچه مرکز تجمع بیکاره‌ها و باکاره‌ها ... به حساب می‌آمد، اما از سویی مدرسه و مکتب و دبستان و دبیرستان و دانشگاهی بود که شخصیت مردم از خوب و بد در آن شکل می‌گرفت، چه پاتوق دائمی دانشمندان نیز بود که در آن به شهرگویی و شعرخوانی و محاورات برخاسته... همچنین قهوه‌خانه به جای هر محل و مکان تفریح و سرگرمیشان...؛ یعنی خانه دوم افراد و مکانی که هر غم و ناراحتی خود در آن برطرف و هر معضل و مشکل خویش را به کمک یاران در آن به فیصله آورند. (روزنامه ی دنیای اقتصاد، ۹۵/۲/۱۱: کد خبر: ۵۲۶۶۸den)

کافه‌ها و کافی‌شاپ‌ها در پاسخ به چه نیازی شکل می‌گیرند؟

نه از نوع رسمی‌اش. بیشتر سرمایه فرهنگی از نوع علوم انسانی و هنر است. در کافه‌ها بیشتر می‌توانید دانشجویان فلسفه، نقد ادبی و هنر را پیدا کنید تا دانشجویان ناب پزشکی و مهندسی را. بنابراین بیش از سرمایه انسانی باید از سرمایه روشنفکری سخن گفت. دانشجویان علوم با گرایش به علوم انسانی را نیز می‌توان در این میان پیدا کرد یعنی دانشجویان مهندسی که گاه سهراب سپهری یا سارتر را نیز می‌خوانند و با ادبیات

و هنر معاصر ایران و جهان آشنایی دارند. شما می توانید در کافه ها افرادی از طبقه متوسط فرهنگی، شاعران، نقاشان، موسیقی، نویسندگان و مترجم را پیدا کنید. ولی برای یافتن بازرگانان، کارکنان بخش خصوصی به رستوران های ایرانی و به ویژه فرنگی سر بزنید. اگر دنبال افرادی از طبقات پایین یا متوسط رو به پایین هستید نیز بیشتر آنها را در قهوه خانه ها، پارک ها و غذاخوری های معمولی پیدا می کنید. (روزنامه اعتماد، شماره ۲۷۳۴ به تاریخ ۹۲/۵/۱، صفحه ۱۲).

کافه نشینی در اروپا

تقریباً در سال ۱۶۵۰ میلادی، قهوه به کشور انگلستان وارد می شد و قهوه خانه ها در شهرهای آکسفورد و لندن تاسیس شدند. در اروپا هم مانند خاورمیانه، قهوه خانه ها به مکانی برای معاشرت، مطالعه و تبادل نظر درباره موضوعات روز بدل شد. یک شباهت دیگر، امکان تبدیل آن ها به مکانی برای اجتماع عناصر نامطلوب و خرابکاران بود. چارلز دوم، پادشاه انگلستان قهوه خانه ها را "مکانی برای ملاقات خائنان و نشر شایعات سخیف درباره اعلیحضرت و وزیرانش" معرفی می کرد. در قرن ۱۸، قهوه خانه معروف پاریس، کافه پروکوپ، مشتریان ثابتی همچون مارا، دانتون و روبسپیر داشت که در طول انقلاب فرانسه در آنجا برای انقلاب طرح ریزی می کردند

در وین فرهنگ کافه نشینی اهمیت بسیاری داشت و هنوز هم ادامه دارد. یکی از دلایل اهمیت زیاد کافه ها این بود که همه جور آدمی به آنها می رفت، و در نتیجه حوزه ها و علایق مختلف به رشد یکدیگر کمک می کردند. در واقع، مرزهای نظری که بعدها در تفکر غربی خیلی پررنگ و برجسته شدند، در آن زمان کاملاً انعطاف پذیر بودند. چارلز امرسون، نویسنده کتاب "۱۹۱۳: در جستجوی جهان پیش از جنگ بزرگ" می گوید: "فرهنگ کافه نشینی، و بحث و گفتگو در کافه ها هنوز هم بخش مهمی از زندگی وینی

است. حلقه روشنفکران وینی نسبتاً کوچک بود و همه یکدیگر را می‌شناختند و این باعث می‌شد که تبادل ایده‌ها از حوزه‌های فرهنگی مختلف به راحتی انجام شود." او اضافه می‌کند که چنین وضعیتی برای دگراندیشان سیاسی و کسانی که از کشورشان فرار کرده بودند، مطلوب بود: "حکومت مرکزی قدرت فوق‌العاده زیادی نداشت و تا حدی سهل‌انگار بود. اگر در اروپا به دنبال جایی برای پنهان شدن بودید که بتوانید در آن با افراد جالب زیادی آشنا شوید، وین انتخاب مناسبی بود." کافه لانتمان (Café Landtmann)، پاتوق فریود، هنوز در بلوار معروف رینگ است. این بلوار به دور منطقه تاریخی مرکزی شهر، موسوم به اینر اشتات (Innere Stadt)، کشیده شده است. تروتسکی و هیتلر مشتری کافه سنترال (Café Central) بودند که با کافه لانتمان فقط چند دقیقه پیاده فاصله داشت. (<https://fa.wikipedia.org/wiki...>)

تاریخچه ی پاتوق در ایران

لغت نامه های گوناگون برای معنای این واژه تعریف مشترکی دارند؛ « گرد آمدن بر زیر علم و پرچم را پاتوق می گویند.» این بود که این کلمه که واژه ای ترکی است به هر نوع گرد هم آمدنی پاتوغ یا پاتوق گفته می شود. این پاتوق ها صورت های گوناگونی دارند: قهوه خانه ها، حمام ها و زورخانه ها، رستوران، سالن های مد و نمایش، سینماها، مساجد و تکایا، انجمن های ادبی و فرهنگی، دانشگاه ها، احزاب، گالری و کتابخانه ها، کافه و ...

در این گزارش به تاریخی از پاتوق نشینی در تهران و به چرایی تغییر در این نوع ذائقه مردم در نشستن خواهیم پرداخت. (روزنامه ی راه مردم، ۹۳/۱۱/۱۱: کد خبر: ۲۴۷۵)