

Оригинални научни рад
Original research article

<https://doi.org/10.18485/folk.2025.10.2.6>
664.441:304:[303.62(497.11 Novi Pazar)]"2023/2024"
316.728:303.442.23(497.11 Novi Pazar))"2023/2024"

Кафечајнице у Новом Пазару: друштвени, етнички, културни и религијски аспекти угоститељства у мултикултурној средини¹

Саша Недељковић

Услед недовољно посвећене научне пажње угоститељству у мулти-културним срединама, спроведено је током 2023. и 2024. истраживање у Новом Пазару, Новопазарској Бањи и Тутину. Циљ истраживања је био да се путем посматрања са учествовањем, анализе архивске грађе и дубинских интервјуа са власницима и гостима угоститељских објеката проуче односи између различитих угоститељских традиција, односно између угоститељских објеката различитих етничких и/или конфесионалних група, као и да се утврде место и улога угоститељства у целокупном друштвеном и културном систему локалне заједнице. У систему различитих угоститељских објеката кафечајница је препозната и издвојена као облик који носи највише информација у вези са истраживачким питањима, па је изабрана као централна тачка истраживања.

Кључне речи: Нови Пазар, угоститељство, кафечајнице, друштвене функције, културни утицаји.

Недостаци проучавања угоститељства у хуманистичким наукама

Проучавање угоститељства је од пре неколико деценија у друштвеним и хуманистичким научним дисциплинама, чини се,

¹ Текст је настао као резултат рада на Одељењу за етнологију и антропологију Филозофског факултета Универзитета у Београду, који финансира Министарство просвете на основу Уговора број 451-03-66/2024-03/200163; затим, као резултат рада који аутор остварује у оквиру пројекта „Истраживање и евидентирање елемената нематеријалног културног наслеђа Бошњака на подручју југозападне Србије” који финансира Министарство културе РС (број 451-04-579/2024-02 од 9.4.2024. године); и као резултат рада на пројекту *Transforming Anxieties of Ageing in Southeastern Europe. Political, Social, and Cultural Narratives of Demographic Change*, који финансира VolkswagenStiftung.

постало знатно интензивније. Оно је довело до производње јако великог броја радова који обрађују различите аспекте овог феномена.² Међутим, постоје бројни теоријски и методолошки проблеми који ова истраживања ограничавају или униформишу, стварајући у студијама одређене, готово системске недостатке.

Први недостатак, нарочито у европским истраживањима, тиче се праћења само једне линије развоја угоститељства, која произлази из западне цивилизације, европске културне традиције и хришћанске етике. Недовољно пажње посвећено је оријенталном стилу и облицима угоститељства, који су се током векова развијали у другачијем социјалном амбијенту, попримајући другачије облике и функције од оних на Западу.³ Хибридни облици ових различитих угоститељских традиција, какви данас постоје у многим мултиконфесионалним срединама, или у оријенталним срединама које су изложене вестернизацији, научно су практично необрађени.⁴ Други недостатак надовезује се на први, и односи се на потпуну занемареност проучавања угоститељства у мултиконфесионалним, односно мултикултурним срединама. У таквим срединама угоститељски систем делује у већем броју друштвених сфера, има много већи распон улога и прима много више врста и нивоа утицаја него у моноконфесионалним срединама. Затим, као трећи недостатак, не обраћа се довољно пажње на релациону димензију ових објеката, на њихов однос према другим институцијама или јавним просторима. Угоститељски објекти су део система друштвених и културних институција у локалној средини, део свеукупног јавног простора, и њихов специфични изглед и функција зависе од карактера самог друштвеног система и узајамног утицаја које врше на друге сегменте тог система или га примају од њих.⁵ Један од занимљивијих односа који није довољно проучен јесте однос угоститељства са религијским институцијама, односно, њихова позиционираност на линији секуларно и атеистичко – религиозно.⁶ Четврто, недовољно се пажње посвећује друштвеној ангажованости угоститељства, тачније, његовој отворености како за деконструктивне и/или субверзивне,

² Два зборника радова то добро илуструју. В. Ђорђевић 2012; Ђорђевић 2016.

³ Постоји извесна терминолошка дилема у вези са тим да ли ово назвати различитим облицима, моделима, типовима или стилима угоститељства. Поједини аутори изабрали су да то означи стилем (види Ho Non and Lau 2021). У даљем току рада видеће се у чему могу бити разлике, с тим да се, наравно, не може говорити о јединственом оријенталном стилу.

⁴ О неким теоријским питањима у вези са појмом „оријентална средина” видети, нпр., Murvar 1966.

⁵ Тај проблем донекле је уочен и од стране других аутора (Радовић 2023).

⁶ Нешто о томе може се видети у Христов 2012.

тако и за субмисивне и конзервативне склоности и тенденције. Због своје природе, као јавна места, угоститељски објекти су увек били погодне локације за састајање и слободно изражавање незадовољства и прибегавање културним и друштвеним алтернативама, али су веома често подржавали и конзервативне оријентације.

У овој студији биће учињен покушај да се ова четири недостатка у проучавању угоститељства у одређеној мери осветле, превазиђу или допуне. Пажња ће, као прво, бити усмерена на то како се угоститељски објекти уобличавају или моделују у једној мултикултурној и/или мултиконфесионалној средини. Затим, као друго, покушаће да се открије њихова повезаност или међузависност са другим културним и друштвеним институцијама, односно међусобна повезаност различитих типова угоститељских објеката. И, као треће, биће учињен покушај да се проуче различите друштвене димензије и друштвени нивои на којима ови објекти делују, као и њихове различите улоге и функције у том друштвеном систему. Наравно, у раду ограниченог обима неће бити могуће детаљно обрадити све ове теме.

На избор Новог Пазара као оквира истраживања утицало је неколико фактора, односно чињеница, можда и предрасуда. Наиме, Нови Пазар је мултикултурни град у којем још увек опстају обе угоститељске традиције, западна и источна. Ова одређења – западна и источна – наравно, морају се узети условно, а не дословно. Такође, то је град у којем угоститељство игра веома важну, можда и централну улогу у јавном животу. Зато је приликом одабира средине у којој ће се проучавати комплексност друштвене улоге и значај угоститељства у Србији Нови Пазар био на првом месту.

Ту се размењују пријатељу... То је као радио станица, ту се чују нове вести, шта је било код њега, шта се синоћ десило, шта је у Београду... Ту се прича о политици, о здрављу, о основама неког понашања, о моралу... Све то има свој циљ, своју сврху, нико цабе не седи... Имају људи, немају код куће, немају комуникацију... Самоћа човека убија... Кад хоћеш човека да убијеш, стави га у самоћу. Ту се размени мишљење, ако треба неке да се помогне, солидарност, склапају се послови, тражи се мајстор, мени овај добро одрадио, одакле, из Рашке, из Краљева. Кад је неко економски слаб, то се не прича, или се однесе али то се не зна... Сваки кварт има своју кахву. Ми ту оговарамо, наговарамо, спрдамо се... Сваки човек који има педесет, шездесет и више, он има тај хоби да дође, мало се разговараш, одеш на годишњи одмор, испричаш, био сам у Турску, Грчку, Црногорско приморје, како је на граници, па

тако, нека размена мишљења има, сад да ли је то позитивно, негативно, све зависи од трендова... Ја долазим овде, овај ми је пријатељ, био ми је комшија, заједно смо одрасли, ми смо се срећали по базену, по школи, по корзу... (Н. А., 60, гост у кафечајници)

Данас у Новом Пазару налазимо све врсте угоститељских објеката који су присутни и у другим деловима западног света: хотеле, ресторане, кафане, бифее, експрес ресторане, посластичарнице, пекаре, млечне ресторане, пицерије. Ово је дефинитивно утицај савремене глобалне културе и западних медија, и такви објекти у Новом Пазару се на први поглед не могу разликовати од те врсте објеката било где у свету. Међутим, поред тих објеката који угоститељску понуду Новог Пазара приближавају западној цивилизацији и хришћанској угоститељској традицији, постоји и неколико типова угоститељских објеката који произлазе из оријенталног или османског наслеђа и исламске културе. То су, пре свега, кафечајнице (кафеџинице, кахве), клубови, ђеваџинице и илегалне (локалне, махалске) кафане.

Суоченост две, у одређеној мери различите, угоститељске традиције на једном простору може произвести различите процесе, како у погледу њиховог међусобног односа, тако и у погледу односа према гостима или клијентима, тј. у погледу регулације тржишта. Када је реч о регулацији тржишта, тј. о односу различитих угоститељских традиција или стилова угоститељства према гостима, он се, као прво, може развити у ривалство или такмичење за исту клијентелу, али може, као друго, довести и до поделе тржишта, при чему је сваки облик оријентисан ка другачијој клијентели и другим ситуацијама, тако да они функционишу упоредо али независно један од другог. У погледу међусобног односа различитих облика, може доћи до приближавања или уједначавања основних модела, губљења почетних карактеристика, али и до удаљавања и стварања све већих разлика. Један од циљева овог истраживања је и да се проучи да ли је, на који начин и у којој мери дошло до стварања ривалства или поделе тржишта, односно до уједначавања или удаљавања почетних модела или облика угоститељства.

Одабир узорка и метода истраживања

Да би се разумео локални угоститељски систем у целини, као и да би се препознали и ваљано проучили сви облици угоститељства и у њима евентуално препознао и издвојио онај који је за ту средину најважнији, сви објекти су се морали проучавати с обзиром на њихову

релациону природу, односно као делови једне целине. Дистинктивне карактеристике или специфичности појединих облика могле су бити уочене и анализиране само кроз проучавање целокупног система угоститељства у Новом Пазару, кроз однос или међузависност са другим облицима угоститељства и другим институцијама. То је подразумевало да се истраживање врши и у свим врстама угоститељских објеката (хотелима, кафанама, ресторанима, кафечајницама, клубовима, кафићима, експрес ресторанима, млечним ресторанима, ћевабџиницама, пекарама, клубовима, посластичарницама итд.), али и у другим јавним просторима и институцијама, који су на различите начине повезани са угоститељским објектима (верски објекти, културне институције, државна администрација и сл.). Осим тога, због ритма друштвеног живота који се у Новом Пазару мења како на дневном, тако и на недељном и годишњем нивоу, истраживањем су морали бити обухваћени угоститељски објекти током различитих доба дана, током различитих дана у недељи и током различитих годишњих доба. Следствено томе, испитаници нису могли бити само стални гости угоститељских објеката, него и они који тамо свраћају повремено, ретко и/или никада. Истраживањем су обухваћени људи који имају различит однос према религији и религијским институцијама, припадници различитих старосних група, људи различитог пола или родног идентитета, степена образовања, места пребивања, етничке и верске припадности. Исто тако, феномен угоститељских објеката морао је имати и просторну компаративну перспективу, због чега је било нужно да се спроведе и контролно истраживање у некој од сличних, али ипак другачијих средина у Санџаку. Поред тога, Нови Пазар је релативно велика средина,⁷ са деловима, целинама или насељима који се међусобно разликују, како по структури становништва (етничкој, социјалној) и урбанистичком уређењу, тако и по изгледу или начину функционисања. Зато је посматран начин рада кафечајница и однос према њима у различитим градским целинама. Такође, феномен угоститељства морао је бити посматран и у дијахронијској перспективи, како би се сагледао њихов развој и промене које су их задесиле у различитим историјским периодима.

Примарно истраживање обављено је у Новом Пазару, док је контролно истраживање вршено у Новопазарској Бањи и Тутину.⁸ Истраживање је вршено током 2023. и 2024. године, и обухватило је посматрање са учествовањем и интервјуе са власницима и гостима

⁷ О урбаној хијерархији у Србији и месту Новог Пазара у њој в. Ђерчан и други 2017.

⁸ Ове две средине су изабране због тога што су културно прилично сличне и географски близу Новом Пазару, сличне етничке структуре становништва, али и довољно различите (по броју становника, положају, урбанистичком уређењу).

у двадесет кафечајница (уже локације у граду на којима се налазе су: Шеталиште, Стара лучна зграда, Улица Стефана Немање, Парице, Јошанички кеј, Стара чаршија или Улица 1. маја, Стари поток или Врх чаршије, Подхамам, Попишано брдо, Појила, Јалија, Икре, Аутобуска станица), седам „српских“ кафана (две у Варош махали, две близу Шеталишта, две на Врху чаршије, једна у Улици Стефана Немање), три „српска“ кафића (један у Варош махали, један иза Цркве Светог Николе, један у Улици Авноја-а), шест „бошњачких“ кафана (две на Парицама, две у Хаџет улици, једна на Војничким ливадама, једна у Улици Рифата Бурџевића, једна у Селаковцу), два „бошњачка“ кафића (у Улици Стефана Немање), два „бошњачка“ хотела (један на Шеталишту, један на Јошаничком кеју), једном „бошњачком“ ресторану (Новопазарска Бања), једној „горанској“ посластичарници (Стара чаршија), четири „торбешке“ и „горанске“ спичаре (Стефана Немање, Стара чаршија, Шеталиште).⁹ Осим тога, посматрање са учествовањем, без интервјуисања, извршено је у једном „бошњачком“ хотелу (Улица 37. санџачке дивизије), шест „бошњачких“ ресторана (Рифата Бурџевића, Шеталиште, Јошанички кеј, Селаковац), три „бошњачка“ кафића (Подхамам, Стара чаршија), једној „бошњачкој“ пекари (Стара чаршија), две „албанске“ пекаре (Надград, Стара чаршија), две „албанске“ посластичарнице (Надград, Шеталиште), једној „горанској“ пекари (Стара чаршија), једној „бошњачкој“ посластичарници (Стара чаршија).

Контролно истраживање извршено је у пет кафечајница и једном кафићу у Тутину (14 испитаника, 2 жене и 12 мушкараца), и једном ресторану у Новопазарској бањи (2 испитаника).

Поред наведеног, проучене су све монографије Новог Пазара, прегледани су фондови у Историјском архиву „Рас“ у Новом Пазару, и проучене старе фотографије на специјализованим Фејсбук профилима или групама који се баве историјом Новог Пазара.¹⁰ На основу свега тога могуће је донекле стећи релативно поуздану слику развоја угоститељства у овом граду, као и места различитих облика угоститељских објеката у том систему.¹¹

⁹ Ознака „бошњачки“ и „српски“ у овом случају тиче се националности или етничке припадности власника локала, као и већине гостију. Податак о етницитету власника је важан како би се разумеле разлике у погледу „угоститељског понашања“ у различитим заједницама.

¹⁰ То су групе:

„Stari Pazarci“ (<https://www.facebook.com/groups/551956208470273>), „Stari Novi Pazar“ (<https://www.facebook.com/groups/1509899035984072>), „Stari Dedo“ (<https://www.facebook.com/StariDedoNP>), „NP stare slike“ (<https://www.facebook.com/groups/191773350920053>), „Pazarci i Pazarkе na Facebooku“ (<https://www.facebook.com/groups/np020>).

¹¹ Постоји много научних и стручних радова који, сваки у свом домену, углавном

Истраживањем у Новом Пазару обухваћено је 103 испитаника или саговорника, различите доби, пола (9 жена, 94 мушкарца) и етничке припадности (81 бошњачке, а 22 српске националности), који су испитивани на различите начине. У појединим случајевима била је формирана фокус група, где је неколико гостију заједно испитивано током боравка у угоститељском објекту. У другим случајевима обављани су дубински, па и поновљени индивидуални интервјуи са појединцима, власницима или гостима локала. Као трећи облик истраживања вршено је посматрање са учествовањем, где се проводило време у кафечајници, кафани или кафићу, уз слушање и посматрање онога шта се дешава. У неколико случајева коришћен је прилагођени биографски метод, где је бележена животна прича испитаника/испитанице, што је подупрто анализом материјалних остатака или „сувенира“ који изазивају или чувају успомене.

Обухваћени су угоститељски објекти свих етничких група, у разним деловима града, различите врсте, типа и понуде. Да би резултати били валидни, истраживање је вршено током сва четири годишња доба, односно током свих специфичних периода: током рамазанског поста, када локали муслиманских верника преко дана већином не раде; затим, током лета, када је Нови Пазар пун гастарбајтера и организује се велики број свадби и весела; и, на крају, током зиме, када многе струке, на пример зидари и пољопривредници, не раде, када деца иду у школу, а већина људи се вратила са одмора. Током зимског периода, што је јако важно за понашање посетилаца угоститељских објеката, у угоститељским објектима не раде баште или терасе.

Одабир предмета истраживања

Иако је циљ био проучавање локалног угоститељског система, у раду ограниченог обима није било могуће обухватити све његове аспекте, димензије и облике. Зато се трагало за оним обликом који би у највећој мери и на најбољи начин могао да прикаже и омогући разумевање сложености угоститељства у мултикултурној средини. Тражен је онај облик угоститељског објекта који је карактеристичан,

индиректно омогућавају боље разумевање локалних прилика, друштвени контекст и место или улогу угоститељства у Новом Пазару. О историји Новог Пазара и Санџака, културном обрасцу, просторном уређењу, архитектури, привреди и друштвеним процесима види више у: Crnišanić 1969; Мушовић 1978; Bandžović 1988; Коничанин 1993; Јовановић 1995; Мушовић 1995; Храбак 1997; Радовић 2000; Kahrović 2003; Радовић 2007; Pišev 2011; Gavrilović 2013; Muminović, Radosavljević, Beganović 2020; Nikšić 2021; Petrović, Backović, Toković 2022; Аксић 2023.

репрезентативан и/или аутентичан, који у највећој мери кореспондира са осталим облицима угоститељства, али и са другим друштвеним и културним институцијама, и у којем се најбоље манифестују различите културне традиције и утицаји.

Током истраживања веома брзо је постало јасно да су кафане, кафићи и кафечајнице доминантни облици угоститељских објеката у Новом Пазару. Они су најбројнији, у њима се окупља највећи број људи, и они имају највећи утицај на свакодневни живот и културу становника града. Будући да кафане нису карактеристичне само за Нови Пазар и Санџак, да се тренутно њихов значај, односно популарност у Санџаку смањује, као и да су у одређеној мери већ биле предмет истраживања (в. Nedeljković 2025), њима се због ограниченог простора у овом раду није желела посветити посебна пажња. С друге стране, кафићи су све брже растући и развијајући облик угоститељства, који показује све одлике модерног западног друштва. У њему мало или нимало долази до изражаја традиционална култура и етничка припадност. То је облик који је, попут кафане, широко распрострањен, готово универзалан, и у њему углавном нема испољавања локалних специфичности. Због тога је и тај облик, иако јако важан, сматран недовољно репрезентативним за разумевање угоститељског система у Новом Пазару.

Насупрот овим облицима, кафечајнице несумњиво представљају, у погледу угоститељства, специфичну разлику Санџака у односу на остатак Србије. На основу њихове распрострањености (Блиски исток, Балкан) може се претпоставити да су оне део османског наслеђа и да садрже много елемената исламске културе. Међутим, нема истраживања која би показала у којој су мери и на који начин оне то заиста. Разумна претпоставка је да су оне, поред тога што су везане за одређени регион у Србији, везане и за припаднике једне конфесије, муслимане, као и за припаднике неколико етничких група: Бошњаке, Муслимане и Албанце. То би требало да значи да тај културни елемент игра веома важну улогу у свакодневном животу припадника ових заједница, и да се преко проучавања ове појаве може стећи увид у карактеристике културног обрасца Бошњака у Србији. Поред њиховог значаја, на ургентност њиховог проучавања упућује и њихово наслеђено нестајање, под јаким притиском савремених друштвених процеса и економских захтева.¹²

Кафечајнице се постепено затварају. Не нешто нагло, него мало по мало, из године у годину. Ту је било више кафечајница, па у центру. Ево сад овај до мене, до првог и затвара. Нема, нема

¹² Већина испитаника, када бисмо дошли до питања о томе шта треба видети у Новом Пазару, упућивала нас је на једну од најстаријих кафечајница у граду, у којој се још увек кафа спрема на жару. Нико није поменуо неки кафић или кафану.

посла. Код нас, што се тиче ових цена, кафечајница, мизерна цена. Дођу са стране... Из Београда... Није битно, попију три, четири кафе, дођем да наплатим, они не верују. Не верују уопште. Каже, ми не можемо код нас да попијемо ниједну или двије кафе, а њих по пет-шест за астал. Значи то је мизерна цена. Мизерна. (С. Т., 57, власник кафечајнице)

Кафа у Новом Пазару

Не постоје прецизни подаци о томе када је угоститељство у Новом Пазару почело да се развија. Свакако да је оно у свом развијенијем облику повезано са појављивањем и употребом кафе. Нема података када је кафа стигла у Нови Пазар, као што нема података о томе када су кафеџинице уступиле место кафечајницама. Само име (кафа и чај) каже да се то вероватно догодило почетком 20. века, када се осим кафе у Османском царству почео масовније конзумирати и чај.¹³ Из тог периода и потичу први поузданији, али недовољно прецизни подаци и описи везани за кафеџинице или кафечајнице у Новом Пазару. Тада је турски новинар Ахмед Шериф писао да у Новом Пазару има не мање од сто, а по свој прилици и више од двеста кафечајница, и да се њиховим проучавањем најбоље може стећи закључак о начину живота становништва. Он каже да су у тадашњим кафечајницама Новог Пазара по цео дан седали и старци и омладина и деца, проводећи време причајући и играјући друштвене игре (Ibrić 2014: 113). Радовић наводи да се у периоду између 1912. и 1948. од врха до дна пазарске чаршије налазило неколико кафеџиница (он користи тај назив), те наводи имена најчувенијих (Радовић 2007: 77–78). Он наводи и занимљив податак да је пре Балканских ратова чаша или шољица чаја са парчетом лимуна била двоструко скупља од шоље кафе, да би се њихове цене изједначиле након Првог светског рата. Такође, наводи да су се до 1930. године чај и кафа често куповали на рабош.

Чини се да се у периоду од завршетка Другог светског рата па до 1965. године мења ситуација у овом погледу. По неким показатељима посао са кафечајницама у Новом Пазару у том је периоду претрпео знатан пад, тако да је остало мало оваквих објеката, а и они који су остали изгледа да нису играли важнију друштвену улогу. То је период

¹³ За разлику од кафе, култура чаја је, по неким ауторима, релативно нов феномен у Турској и бившим деловима Османског царства. Општеприхваћено мишљење је да је испијање чаја у Отоманску империју дошло са енглеским и француским војницима након Кримског рата у касном 19. веку, те да је то била луксузна роба све до формирања Турске (Klasra 2007; Özhamarathl 2018).

активног рада нових власти на развијању новог идентитета Бошњака (тада Муслимана), али и период обесхрабривања одржавања традиције и религијског живота.¹⁴ Оживљавање деловања кафечајница у Новом Пазару десило се 1965. године, а крајем 60-тих година у Новом Пазару је пословало око двадесет приватних кафечајница (Црнишанин 1969: 523). Пажљиви хроничар Новог Пазара, Асим Никшић, бележи велики број кафечајница које су радиле после Другог светског рата, наводећи њихову локацију, назив и име власника (Nikšić 2021). Значај кафечајница, кахвечајница или само „кахве“, препознају и новије генерације истраживача или хроничара. Тако Реброња (Rebronja 2019: 52), наводи да је један од важнијих заната у прошлости био кахвеџијски. Кафеџија је, према овом извору, припремао кафу и чај, док су гости седели на миндеру и пушили лулу и чибук. Власти су, по њему, у давним временима неблагонаклоно гледали на ову појаву, јер се сматрало да се ту пуше и опијум и хашиш. За потребе печења, каже Реброња (2019: 52), у пазарској чаршији „кахва се била ћускијом у ступи од трешњева пања на дну којега је била забијена кугла.“

Ка дефинисању појма

Приликом покушаја да се дефинише кафечајница као културни феномен, сусрећемо се са извесним потешкоћама. Оно што се најчешће, или званично, зове кафечајницом, у ствари има неколико различитих назива, који су се у прошлости, али и данас, јављали како у називима самих локала, тако и у свакодневном говору, али и у документима у којима се ова појава покушава административно обухватити: кахва, кхавехана, кафеџиница, кафечајница, кахвечајница, кафе-чајџиница, чајџиница, кафечајска радња, кафица. Данас се у Новом Пазару могу наћи три варијанте: кафечајница (најчешће), кафеџиница (веома ретко) и чајџиница (само један локал). У свакодневном говору локалног становништва преовлађује назив „кахва“, док се формално или законски најчешће одређује као кафечајница. Почетком прошлог века, па све до Другог светског рата, за ове објекте коришћен је повремено и назив „кафана“. Тек након Другог светског рата термин „кафана“ почиње константно да замењује термин „механа“, док се за локале који послужују само кафе, чајеве и сокове почиње доследније користити

¹⁴ Испитаници су у великом броју говорили о примерима како се то радило у Новом Пазару. Појединци су, желећи да идентификују и стигматизују оне који посте на Рамазан, намерно јавно нудили нешто од хране радницима у фабрикама, а затим би оне који би то одбили (што је био доказ да посте) кажњавали или на њих вршили притисак.

назив „кафечајнице”. По свему судећи, култура пијења чаја на овим просторима настала је знатно после настанка културе пијења кафе, па су овакви локали до почетка 20. века носили назив који се односио само на кафу – кафана или кафеџиница.

Терминолошка непрецизност, или конфузија, настала је због чињенице да је на овим просторима дошло до сусрета две линије развоја, или две традиције „кућа кафе”. Поједини истраживачи јасно праве разлику између правих или искључивих кафана, у којима се могу наћи само кафа, чај и шербет, с једне стране, и кафана са алкохолом, с друге стране. Други праве разлику између турских и европских кафана. Како пише Спасојевић (2012: 334), у „ала турка” кафанама се у прошлости

сједило на душецима, на поду и владала је прилична тишина, чуле су се само наргиле како потио крклају. Док се у европским кафанама „ала франка” сједило за столовима, тачио се помало и алкохол, пиво и конзумирали колачи, хиббер и остало. Обавезна је била снабђевеност тазе новинама на држачима од трске. Мogle су се добити чак и двије-три врсте куханих јела.

Кафечајнице у Новом Пазару бисмо данас у суштини могли назвати наставком или модернизованим обликом „ала турка” кафана, с тим да је понешто промењено у изгледу: у њима се седи за столовима, нема наргила, а понекад у њима влада прилична бука, иако је често тишина.

Осим што постоје одређене терминолошке недоследности и непрецизности, постоји и недовољно јасно потцртана разлика између кафечајница и других облика угоститељских објеката. Кафечајнице се и међусобно понекад прилично разликују. Разлике међу кафечајницама настале су јако рано. Веома рано су се, с једне стране, формирале оне кафечајнице које су биле отворене за све, у којима су се окупљали сви слојеви и сва занимања и, с друге стране, оне које су биле резервисане само за припаднике одређеног staleжа или занимања, и које су називане еснафским. Осим тога, постојале су кафечајнице које су биле локално оријентисане, практично резервисане само за људе из околине (махалске), али и кафечајнице (тада називане кафанама) које су окупљале људе са истим интересовањима, који нису били из истог staleжа, ни истог занимања, ни истог ужег места пребивалишта (љубитеље поезије, гусларске музике и сл.).¹⁵

¹⁵ Махалске су, каже Дилберовић, „bile središta društvenog života lokalne zajednice. Podizane su u blizini mahalskih džamija te su posjetioci džamija bili veoma česti gosti. Esnafske kafane su podizane u komercijalnim dijelovima grada i bile su mjesto susreta

Упркос томе што је кафечајница стара „институција“, често не постоји опште слагање око тога шта се под тим појмом данас у Новом Пазару тачно подразумева. Наиме, многи Пазарци, али и становници других градова у Санџаку и Босни и Херцеговини, под кафечајницом често подразумевају сваки локал који служи само кафу, чај и безалкохолне сокове. То је тзв. садржинска дистинктивна карактеристика кафечајница која, међутим, иако погађа суштину, није довољна и потпуно тачна. Ако бисмо прихватили такво одређење, имали бисмо проблем да кафечајнице разликујемо од кафића, у којима се у Новом Пазару, у највећем броју случајева, такође не служи алкохол. Неки становници Новог Пазара, и већина туриста или гостију, с друге стране, под кафечајницом подразумевају само оне локале који то у свом називу јасно садрже, који испод имена садрже одредницу која госту саопштава у какав тип угоститељског објекта улази. Ни овај, условно говорећи, формални, самоодређујући или административни критеријум, међутим, није увек функционалан. Многи локали, који по свим карактеристикама морају бити означени као кафечајнице, немају то назначено на улазу. Власници таквих локала или то нису сматрали битним, или имају другачије виђење свог локала.¹⁶ Могуће је, мада такав случај није забележен истраживањем, да поједини власници одређују свој локал као кафечајницу, а да он ипак не испуњава услове

osoba koje su pripadale određenom esnafu. U XVII stoljeću počele su se pojavljivati i janjičarske kafane u kojima se najčešće okupljala vojska... Postojale su, također, i muzičke i pjevačke kafane u kojima su nastupali pjevači i recitatori lirske i epske pozije. U ovim vrstama kafana naročito je bilo živo tokom mjeseca ramazana. Naročito su bile popularne one u kojima su nastupali pripovjedači. Njihov repertoar sastojao se od narodnih priča, priča iz Kur'ana, priča iz Hiljadu i jedne noći, kao i raznih legendi, hagiografije i priča o nadnaravnim stvarima. Postojale su, također, one u kojima su se okupljali zainteresirani za književnost ili u kojima su čitane vjerske knjige, ali i one u kojima su se okupljali uživaoci opijuma. Kafane su, dakle, postale odraz samoga društva. O različitim kafanama koje su privlačile određenu klijentelu može se kao primjer navesti bilješka Evlije Čelebije koji je polovinom XVII stoljeća, prolazeći kroz grad Aydın (Turska), zabilježio da je kafana koja se zvala Mevlevihana bila mjesto okupljanja učenjaka i pjesnika, u Begovoj kafani okupljali su se vojnici, u Hadžijinoj trgovci, a Pašina je bila okupljaliste zanatlija... Ako se ova Čelebijina bilješka usporedi s onom francuskog putopisca de Thevehanta koja je također nastala polovinom XVII stoljeća, može se zaključiti da su u isto vrijeme postojale kafane u kojima su se okupljali posjetioci bez obzira na stalešku i religijsku pripadnost i one koje su bile mjesto okupljanja pripadnika samo određenog društvenog sloja. Ovo je sigurno bilo karakteristično za veće gradove. Dakle, ideja kafane podrazumijevala je slobodan pristup, no to nije značilo da nije bilo i onih u kojima su se okupljali samo pripadnici određenog društvenog sloja.” (Diberović 2023; в. такође Hodžić 2022).

¹⁶ Поједини власници своје кафечајнице означавају са „СУР“, или са „кафе“. Чак и најпознатија новопазараска кафечајница „Теферич“ више година је испред назива држала одредницу „кафе“, а не „кафечајница“.

за то. Због тих недоследности које доводе до забуна веома је важно одредити критеријуме на основу којих би кафечајницу било могуће јасно разликовати од других облика угоститељских објеката.

Да би се исправно разумео феномен кафечајница, потребно је, као и приликом проучавања било које врсте угоститељског објекта, поћи од основних димензија или аспеката угоститељске делатности: локације, изгледа, назива, услуга, понуда, радног времена, објективног и субјективног одређења, типа власништва, типа гостију, типа или врста интеракције између власника и гостију. Све су то димензије у којима се може манифестовати специфичност одређеног типа или облика угоститељства, односно специфичност угоститељства у једној средини. Посматрање само једног од ових аспеката или димензија не даје довољно јасну слику.¹⁷

Кафечајнице између оријентализма и окцидентализма

Истраживачу који је навикао на традиционални изглед европских угоститељских локала, али је ипак упознат и са утицајима других култура или цивилизација, изглед кафечајница понекад не носи много информација и површним посматрањем не даје увек довољно материјала да би се тај облик угоститељског објекта могао одредити. То су углавном мали локали из једног дела, никада са спратом или на спрату неке грађевине, величине до тридесет метара квадратних, са шанком, дрвеним четвртастим столовима пресвученим карираним столњацима, мушемама или чојаним покривачима. Столице су углавном дрвене, тапациране и моделиране пре више деценија. Зидови су често обложени ламперијама. Неупућени посматрач тешко би, пре наручивања пића, приметио неку особеност у односу на класичне балканске бифее или кафане. Један број кафечајница на зидовима има окачене старе ибрике, шољице, филцане, тепсије, односно слике, фотографије или бакрорезе са мотивима старе архитектуре Новог Пазара. То је понекад допуњено личним меморабилијама или фотографијама чланова породице, спортског клуба или кућног љубимца. Већина кафечајница има спољну јединицу (башту, терасу), која је понекад импровизирана, заузимајући део тротоара. Спољне јединице нису заштићене од сунца надстрешницама, као у великим ресторанима или кафанама, него су гости углавном сакривени сунцобранима. По ситуацији у спољној

¹⁷ У туризмологији и теорији угоститељства препознају се одређене димензије угоститељства које се само делимично могу искористити за антрополошка проучавања. У њих најчешће спадају понуда, ниво услуга, чистоћа, перцепција односа цене и квалитета и атмосфера (в. Ivanović, Galičić, i Pretula 2008).

јединици може се одмах разликовати кафечајница од кафане, иако је естетика и старосна и полна структура гостију готово иста: док гости кафане не пију у спољној јединици, да својом конзумацијом алкохола не би саблажњавали вернике, гости кафечајнице, никога не саблажњавајући својом конзумацијом кафе, чаја и сокова, масовно седе по баштама или терасама.

Кафечајнице се препознају по својој аутентичности, по томе што у њима нема никаквих украса или симбола који имају за циљ егзотизацију османске прошлости и пружање „незаборавног” искуства туристима, тј. људима са стране. Аутентичност кафечајница огледа се управо у томе што оне одговарају на стварне потребе сталне клијентеле, тј. потребе домаћих гостију. Њихова вредност је у актуелности која спаја различите елементе реалне идентитетске формуле, у саморазумевању, не у самопрезентацији. Оне не покушавају да одговоре на туристичка очекивања заснована на медијски пласираним предрасудама. У њима углавном нема баналних ефеката и ретро или етно-мотива, који се могу наћи у локалима који имају економски мотив. Филџани, ако се користе, немају украсе и квазиисторијску вредност, као у етно-ресторанима који су новијег датума. Због тога су кафечајнице мешавина и османских и социјалистичких утицаја, чинећи поделу на османску прошлост и западњачку садашњост донекле проблематичном. Њихов уопштени опис кретао би се пре ка „демоде”, него ка „традиционално”. За разлику од једног броја кафића и пекара који инсистирају на етно-елементима, фалсификујући, пренаглашавајући или идеализујући османску културу, и чији називи су звучни и памтљиви, кафечајнице, заједно са једним бројем кафана, иду у другом смеру.

Називи кафечајница прилично су неупадљиви и неутрални, често јако индивидуализовани, истичући ко је власник или оснивач („Код Сенка”, „Код Ибра”, „Амо”, „Тутић”), повремено показујући локалпатриотизам, односно припадност делу града („Код Старог Потока”, „Ерозија”, „Стари Пазар”), веома ретко користећи неку геостратешку одредницу или успомену („Босфор”), а још ређе неки појам из османске културе („Теферич”) или нешто што је везано за делатност („Сантос”). Неке уопште немају истакнуто име, а то гостима није ни важно: већина их означава и памти по имену власника („Теферич” се код локалаца често означава „Код Лађара”, што је презиме актуелног власника, а „Ханка” се неформално назива „Код Еска”). Зато је странцу понекад тешко да лоцира објекат на који га домаћини упућују: док се странац усмерава на званични назив локала, локалци му прво спомињу име власника, а затим и оквирну локацију, често не знајући име под којим је локал регистрован.

Успутне и врло суптилне или неодређене културне назнаке које гост ишчитава из назива и изгледа добијају на колориту и интензитету када дође до наручивања, односно интеракције са конобаром или власником. Тада се неупућени гост прво суочава са непостојањем менија или карте пића. То и није потребно, јер се понуда ионако састоји од само неколико артикала: бозе, лимунаде, сока од малина, малинаде (лимунада и сок од малине), шприцера (пола боза, пола лимунада), турске кафе, руског чаја (чај са Блиског истока у ринфузу), понекад ђулсије (сок од ружа), сока од клеке (углавном само током Рамазана), у прошлости и салепа (топли напитака од млевеног корена кађуна) и шербета (постоји неколико варијанти овог слатког напитка, најједноставнији се састоји само од шећера размућеног у води). Неке кафечајнице увеле су и газирани индустријске сокове са Запада (кока-кола, фанта, спрајт), воћни чај у кесици, минералну воду и еспресо. Код послуживања постаје још јасније да ово није локал типичан за западни стил угоститељства. Руски чај се точи из џугума (чајник из два дела), служи се у армудама (мале стаклене чаше, сличне ракијским), а кафа понекад у филџанима (шољице без дршке). Уз чај и кафу добија се коцка шећера, никако ратлук. Гости шећер углавном не размућују у кафи, као што се ради у другим деловима Србије, него га умоче у њу и поједу, а затим испију кафу. Уз чај се обавезно добија и кришка лимуна. До стола се наруџбина доноси на анџеру (послужавник са дршком са горње стране). Кафа се у само још једној кафечајници у Новом Пазару кува на жару, а свуда у бакреним џезвама. Веома су ретке кафечајнице које данас немају клима-уређај, телевизор и провидни фрижидер у коме се хладе газирани пића. Ниједан власник кафечајнице не издаје фискални рачун, што је такође једнако и културно, као и економско или правно обележје.

Осим лимунаде и турске кафе, остали производи који су у понуди у кафечајницама се у Србији, изван Санџака, или не могу наћи, или се неки од њих евентуално могу добити само у специјализованим оријенталним посластичарницама које данас углавном држе све малобројнији Горанци. Па и у самом Санџаку понуда постаје све више вестернизована а све мање оријентална: из понуде се избацује све више старих оријенталних производа (салеп и шербет, који се ретко где данас могу наћи), неки се могу добити само у сезони и то само у појединим локалима (ђулсија и клека), док се уводи све више западних производа (газирани сокови, еспресо). У Тутину све је теже наћи у понуди чак и руски чај и малинаду.

На нетипичне карактеристике у односу на уобичајени западноевропски модел локала упућује још неколико чињеница које се

односе на услугу. Једна је практично непостојање „институције” шанка и самопослуживања. Иако шанк постоји као инвентар, он се углавном користи за одвајање простора за госте од кухиње, односно простора за запослене. Понекад може служити за привремено спуштање анцера са наруџбином. За шанком гости никада не стоје и не пију. Таква ситуација није само у кафечајницама, него и у кафанама и бифеима које држе Срби. Исто тако, наручивање пића се никада не врши тако што гост долази до шанка и наручује.¹⁸ Он увек чека конобара да дође и прими наруџбину. Иако ово не би могло да се назове неуобичајеним, јер таква пракса постоји широм света, ипак је инсистирање на томе упркос малом простору, познавању гостију, мањку особља и могућој уштеди времена, сигнификантна, па би се могло назвати културним обележјем, односно појавом која произлази из одређеног културног обрасца који потенцира уважавање госта и његову потребу да ужива.

Конобар, који је обично и власник локала, обучен је у личну, свакодневну гардеробу, не у службену униформу какву имају конобари већих кафана (бела кошуља, сако и сл.), тако да га је тешко уочити. Понекад је потребно неколико тренутака осматрати да би се схватило ко је конобар. Однос између гостију и конобара није увек исти, тј. није исти за све. Нови или повремени гости, каквих је у кафечајницама мало у односу на сталне госте, чекају да конобар дође до њих како би се извршила наруџбина. Стални гости имају другачији однос и статус. Конобар или власник још из даљине види када се стални гост приближава, понекад зна тачно време у које ће он да наиђе, и унапред спрема поруџбину за њега. Већина сталних гостију који долазе ујутру прво пију један до два руска чаја, а затим кафу. Када се потроши тај први сет наруџбина, стални гости са конобаром комуницирају погледом или невербалним знаковима. Тада у обзир долази боза, лимунада, шприцер (пола боза, пола лимунада), малинада и сл. Улога или „институција” конобара, тј. власника који послужује, показује се тако као неизоставна за овај стил угоститељства.¹⁹

Сфера утицаја или домет једне кафечајнице, као што ни не почиње, тако се и не завршава на вратима локала. Свака кафечајница има велики радијус деловања или утицаја, који се може протезати дуж целе улице, или унутар једне градске области. Наиме, готово све кафечајнице имају и традиционалну институцију „кетеринга”, примање наруџбина и ношење поручиоцу „на ноге”. Данас се поруџбине врше путем мобилних телефона, евентуално докикивањем преко улице. Једна

¹⁸ О феномену шанка и самопослуживања видети Расел и Хелшер 2012; такође Фокс 2012.

¹⁹ О институцији конобара у угоститељству видети Шуваковић 2012.

кафечајница („Теферич“) чак има и интерфон којим је спојена са сталним муштеријама у околини. Наручиоци су углавном власници оближњих приватних радњи, власници тезги на пијаци, али и радници у државној администрацији (пошта, пореско, општина), којима се, због ниске цене и већег мерака, више исплати да наручују кафу из кафечајнице, него да је сами кувају. Та свеприсутност кафечајница, њено ширење и изван зидова самог објекта, одржавање везе са чаршијом, такође је једна од културних одлика која се не налази на Западу. Иако је та појава чешћа код Бошњака него код Срба, и кафане припадника српске заједнице допуштају могућност да носе наруџбину на адресу, ако је у близини и ако се власнику то исплати.

Када се гост у кафечајници осврне око себе могао би се изненадити што су ту искључиво мушкарци, и то углавном старије доби. Млађи се могу видети рано ујутру, и то ако су убеђени верници, јер једино тада посећују кафечајнице; поподне посећују кафиће, никад кафечајнице. Чак и да неупућени гост проведе цео дан у кафечајници, неће, готово сигурно, видети да иједна жена улази. Донекле постоје изузеци, али тада су то углавном туристкиње или жене са стране, из других градова, које не познају локални контекст. То неће произвести проблеме, али хоће извесну пажњу и знатижељу. Домаће жене се евентуално могу видети да током лета седе у некој кафечајници, искључиво у њеној спољној јединици (башти, тераси), уколико се налази на атрактивној локацији (рецимо на Икрама, поред реке), или на местима где је станица међуградског аутобуса (Стари поток, Главна аутобуска станица). Тада оне, због умора после посла и дугог периода чекања, могу сести и попити кафу.

Кафечајнице умногоме јесу одређене османским наслеђем, али се ти утицаји све више губе и своде на мању, готово симболичку меру. На старим фотографијама, у архиву и на друштвеним мрежама, види се да је до пре неколико деценија намештај у кафечајницама био много више оријенталан: столице су, на пример, често биле ниске и без наслона. Данас се такав намештај још може наћи негде у кафечајницама у Турској. Ако се иде још даље у прошлост, у кахвама се седело на поду. Такође, до пре неколико деценија у кафечајницама су свирали музичари, најчешће гуслари, који су у својим песмама опевали јуначке или лирске догађаје из османске прошлости (в. Dilberović 2023). Данас у неким кафечајницама може да се чује музика са радија, најчешће старија народна музика, и она углавном није оријентална. Било је покушаја да се у неке кафечајнице уведе халал музика, деф, али ти покушаји нису били дугог века.

Иако је такав закључак у много чему проблематичан, могло би се условно рећи да на Оријент упућује и начин пословања кафечајница.

Кафечајнице су најчешће породични посао који у ретким случајевима траје више од две или три генерације. Велики број данашњих власника наследио је посао од оца. Кафечајницу најчешће води један човек, два брата, отац и син или старији брачни пар. У Тутину је пронађен модел у коме кафечајницу води жена, удовица, а синови, на привременом раду у иностранству, долазе лети и помажу. Локали су ретко у власништву оног који води посао, углавном се простор узима под кирију. Један број власника наследио је посао од свог некадашњег газде, чији наследници нису желели да наставе са послом. Власници, ако нису наследили породични посао, углавном су и пре отварања кафечајница радили у угоститељству, па су након губитка радног места у некој државној угоститељској установи одлучили да постану приватници. Појединци су отворили кафечајницу након одласка у пензију, на тај начин прекраћујући време и стичући додатну зараду. За овај посао већина се одлучује зато што у њему нема превише ризика, мада нема ни велике зараде.²⁰

²⁰ Пословање кафечајница, као и комуникација у њима, обележено је одређеним културним парадигмама. У хуманистичким наукама често се у сврху разумевања оријенталних култура посеже за поделом на полихроне и монохроне културе, односно за поделом на културе високог и ниског контекста. Та подела некако се поклапа са поделом на Оријент и Окцидент, односно са поделом на земље „Трећег света” и развијене земље. Азијске, афричке, земље Јужне Америке и медитеранске земље у Европи веома често се убрајају у висококонтекстне и полихроне културе. Обележја тих култура су да се у њима примат даје утиску и контексту а не информацији, да се много тога подразумева и није изречено, да становништво није толико фокусирано на циљ и ефикасност колико на начин доношења до циља, а постоји одређена равнодушност према пролажењу времена. Социјални капитал је знатно важнији од финансијског капитала, а колективизам односи превагу над индивидуализмом (види Hall 1981; Hall 1983; Hall and Hall 1990; Said 1979). Иако у доброј мери заснована на предрасудама, тј. упрошћавању и генерализацији, ова подела ипак није без основа и није неприменљива. Једна од, условно речено, оријенталних културних одлика која се запажа у пословању кафечајница у Новом Пазару је и веома галантан однос власника кафечајница према гостима, нарочито новим или повременим гостима, тј. релативно нехајан однос према заради и радном времену. Власници кафечајница не обраћају пажњу уколико гост оде не плативши рачун. Неће га јурити и опомињати. Сматра се да је веома племенито помоћи људима и не излагати их непотребној срамоти у јавности. Води се рачуна да се нечија част не повреди. Исто тако, као супротни пол таквог односа према послу, постоји и релативна неодговорност и комотно схватање пословних обавеза. Забележили смо случајеве у којима је власник кафечајнице током дана, без најаве, привремено затворио свој локал само зато што тренутно није имао госте, а он је имао неке приватне обавезе. Такође, готово сви стални гости, као и сви власници, доживљавају себе као представнике своје заједнице, а госта са стране уважавају као институцију, и никада неће дозволити да он себи плати пиће. За две године истраживања, и око стотину посета разним кафечајницама са разним, махом мени

Кахве и ислам: од субверзивности ка субмисивности

Куће кафе у далекој прошлости повезиване су са пороцима и субверзивном делатношћу, због чега су понекад биле забрањиване, а на њих је неблагонаклоно гледано. Једно време, за време владавина Мурата III, Ахмеда I и Мурата IV, кафа је у Османском царству била забрањена, да би од друге половине 17. века њена продаја у Отоманској империји била обновљена и убрзана (Hattox 1985: 11 и даље). Као синоним за нерад, оговарање других људи и критику власти, али и за преиспитивање вере, кафечајнице су биле оштро критиковане од стране верских ауторитета.²¹ Турски новинар Ахмед Шериф је, током посете Новом Пазару, означио кафечајнице као места где се негује нерад и на коме долази до општег пропадања муслиманског живља. Описивао је како они, и млади и стари, по цео дан тамо седе, иако сиромашни, не обрађују њиве, играју друштвене игре пуштајући земљу да пропада, док је једина њихова брига била да имају мало пара за одлазак у кафечајницу (Ibrić 2014). Са праксом демонизације кафечајница наставило се, повремено, и у периоду социјализма, с тим да оне нису проказиване као антиисламске, него као проосманске, антисоцијалистичке, а тиме и као антидруштвене.²² Истицало се како у кафечајницама долази до слављења славне османске прошлости и до жаљења што је тај период прошао. Такође, писало се да у њима долази практично и до агитовања да се иде на рад у Турску, па и до својеврсног регрутовања за то. Чини се, иако та претпоставка захтева подробније испитивање, да је са транзицијом Бошњака из статуса већинског у статус мањинског народа, након османског периода, дошло и до извесних промена у карактеру

непознатим гостима, успео сам да платим пиће које сам наручио у свега пар наврата. Готово сви људи са којима сам попио пиће у кафечајници на крају разговора су изјавили да ме сад сматрају својим пријатељем (о утицају културе на пословање в. Hirsch 2014).

²¹ „Људи некада сијеле и у својим разговорима троше вријеме на распредање прича и истраживање махана. Они имају вишка новца у чијој се сенци одмарају, а једина забава су им проблеми других. Тешко сваком клеветнику–подругљивцу, који благо гомила и пребројава га, и мисли да ће га благо његово бесмртним учинити! А не ваља тако! Он ће сигурно бити бачен у Џехеннем! У ово вријеме су распрострањена ова врста сијела у клубовима и кафечајницама. То је несрећа која на друштво навлачи многе болести, а која се по селима и градовима раширила без неке прописане потребе. У хадису се каже: – Клоните се сједења по путевима! – Божији Посланиче – рекоше асхаби – ми морамо сједити и разговарати. – Ако баш морате – одговори Посланик – онда дајте путу његово право. – Шта је право пута? – упиташе асхаби. – Спуштање погледа, уклањање отпадака, одговарање на селам, наређивање добра и одвраћање од зла.” (El Gazali 2003: 67).

²² „Е баш су слатке ове наше ‘кахве’” *Братство*, број 187, 1. фебруар 1958, стр. 4.

кафечајница, као и у њиховој функцији или доминантним дискурсима који у њима владају.

Периоди у коме су кафечајнице биле доживљаване као друштвено опасне или штетне, међутим, прилично се разликују од савременог периода, поготово у Новом Пазару. Док су у прошлости у исламском свету кафеџинице биле једини облици или једина места јавног окупљања, а самим тим и једина места где су људи могли доводити у питање власт или покретати друштвена питања, данас постоји мноштво таквих места, а у том систему кафечајнице не само да нису најопасније, него су можда и најбенигније. Осим што се умногостручио број и врста угоститељских објеката, умногостручили су се и пороци. Док је кафа некада била сматрана опасном супстанцом, данас се сматра свакодневном појавом која има и позитивна својства и значења. Уместо против кафе, данас се друштво бори против много штетнијих супстанци, алкохола и дроге.

Док је у унутаретничком или унутарконфесионалном контексту њихова субверзивност изгубила оштрицу, потенцијална субверзивност кафечајница данас би се евентуално могла разматрати у ширем контексту, и наћи у чињеници да су оне стецишта припадника етничке мањине у држави. Наиме, у погледу облика угоститељских објеката постоји у Новом Пазару извесна, не увек видљива, али јако присутна и локално разумљива, подела по етничкој основи. Две најбројније етничке групе у граду су Бошњаци и Срби, који заједно стварају један веома сложен систем угоститељских објеката. Као хришћани, Срби су са својим локалима концентрисани око Цркве Светог Николе (Варош махала), пружајући се даље ка Дежевском путу и путу за Рашку.²³ Они имају кафане, бифее, кафиће и ресторане, у којима се служи алкохол. Њихови угоститељски објекти се налазе на рубовима центра града, у споредним улицама. Бошњаци, с друге стране, много су бројнији, заузимају централни део града са шеталиштем, али и многе делове изван центра, и поседују и користе ресторане, ћевабџинице, млечне ресторане, посластичарнице, пекаре, кафиће, кафане и кафечајнице, у којима се у највећем броју случајева не служи алкохол. Поред ове две групе, угоститељством Новог Пазара владају и муслимани из Македоније и са Косова (Торбеши, Албанци и Горанци), који држе посластичарнице, спизаре и пекаре које су сконцентрисане у Старој чаршији, Улици Стефана Немање и Надграду.

Можемо рећи да је број типова угоститељских објеката које држе Бошњаци највећи и да њихови објекти заузимају највећу територију, али и да њихови локали делују у најразноликијем окружењу: њихови угоститељски објекти могу се наћи и у најстаријим деловима града и

²³ О Варош махали в. у Мушовић 2019.

у модерним стамбеним деловима, и на пијаци, и у строгом центру, и на далекој периферији. Срби, осим што не држе угоститељске објекте у строгом центру, немају неке од типова угоститељских објеката које имају Бошњаци (кафечајнице, клубове, млечне ресторани, ћевабџинице). Муслимани из Македоније и са Косова не држе ресторани, кафе, млечне ресторани, кафе и кафечајнице, и њихови објекти углавном су сконцентрисани у строгом центру града. Нађен је само један локал муслимана из Македоније који служи као нека врста кафечајнице. То је посластичарница са врло скромном понудом слаткиша (баклаве и сладолед), у којој се окупљају претежно власници оближњих приватних радњи, или људи који туда пролазе када иду на посао. На његову трансформацију у неку врсту кафечајнице умногоме утиче положај тог локала, који се налази у центру Старе чаршије, и већ генерацијама опстаје као угоститељски објект.

Прелажење или превазилажење етничке поделе угоститељског рада врше готово искључиво Бошњаци. Они залазе и у, условно речено, „српски” домен, држећи кафе са алкохолом, као и у горански (албански, торбешки) домен, отварајући посластичарнице, пекаре и спинаре. С друге стране, самим тим што су власници свих кафечајница Бошњаци, тј. Муслимани, као и велика већина гостију, ти локали носе снажан етнички и верски печат. Он није изражен у спољашњим формама, али се види кроз анализу свих аспеката рада.

Поред власничке структуре, на уобличавање идентитета и функције кафечајница утиче и структура гостију. Та структура зависна је у великој мери од локације објекта. Кафечајнице су углавном груписане на неколико места у граду, мада се поједине могу наћи и изван тих области. Једну групу налазимо у самом центру града, на кружном току и у близини раскрснице улица 1. маја, Стефана Немање, Рифата Бурџевића и 28. новембра. Ту, углавном на почетку Шеталишта (Улица 28. новембра), налази се неколико кафечајница (4) једна уз другу. Поред њих, такође постоје једна на Житном тргу и једна у Старој лучној згради. Све оне налазе се у домету верника који посећују Арап џамију, Лејлек џамију и Синан-бегову џамију. Друга група кафечајница (5) налази се у Старој чаршији (Улица 1. маја), односно у делу познатом као „Подхамам”, па све гравитирају ка Алтун-алем џамији, Арап џамији и Синан-беговој џамији. Трећа група од неколико кафечајница (5) налази се на Парицама, у непосредној близини паричке Хајрудин џамије и у домету Мелајске џамије. Четврта група налази се у Јалији (3), у чијој близини се налази Џамија на Јалији. Једна већа група кафечајница налази се на Кеју 37. санџачке дивизије (5), пар њих је на Појилима, на путу који од центра града води ка Ханефи џамији. Једна

кафечајница налази се у Улици Стефана Немање, у непосредној близини Лејлек џамије. Једна од већих и старијих група кафечајница налази се у Старом потоку тј. на врху чаршије или на врху Улице 28. новембра (њих 5), која је пар стотина метара удаљена од џамије у Потоку. Испоставља се тако да се кафечајнице готово увек јављају у групи или у низу, да су близу саобраћајних чворишта, и да су близу џамија или у улицама које воде до џамија. То им даје посебну важност и одређује тип гостију који долази у њих, али одређује и понашање власника и гостију. То нам показује да је данашњи модел распоређивања кафечајница заправо јако стар, и ослања се на међузависност саобраћаја, верске праксе и угоститељства. Потреба за молитвом повезана је са потребом за местом на коме се верник може окрепити, припремити за молитву, или у миру размислити о ономе што је у џамији чуо и доживео. Тако кафечајнице могу бити сматране местима на којима се верник уводи у верски занос, или се припрема за то, односно местима на којима долази до припреме за повратак свакодневици.²⁴ За разлику од неких хришћанских средина, у којима је у прошлости традиционални облик угоститељских објеката (механе, биртије) био опозиција верском објекту којем се могао налазити у близини, кафечајнице представљају део истог културног система, и истог дискурса, као и џамије.

Локација није једина ствар која повезује кафечајнице и џамије, односно кафечајнице и муслиманске вернике. Радно време и начин рада кафечајница то чине још у већој мери. Наиме, кафечајнице прате навике и потребе верника, ритам верске праксе и рада муслиманских верских објеката. Оне се отварају јако рано ујутру, а тачно време зависи од доба године и времена обављања јутарњег намаза. Лети, када јутарњи намаз почиње око 4.00, кафечајнице су спремне за прве госте већ око 4.30. Поједине кафечајнице раде двократно, што значи да неки власници праве паузу како би присуствовали подневном намазу. Поједини власници прекидају са радом само петком у подне како би отишли на цуму, која се сматра најважнијим и најпосећенијим седмичним верским догађајем. Ова дневна и недељна рутина усклађивања са верским обавезама ипак је у сенци годишњег усклађивања. Током рамазанског поста један број кафечајница не ради током дана. Оне се отварају увече, након ифтара, и остају отворене све до суфура. Током ноћи ту бораве људи који посте, дружећи се са осталим верницима. Не само да постојеће кафечајнице прилагођавају свој рад навикама верника током Рамазана, него се многе кафечајнице, које иначе не раде током године, отварају само током тог месеца поста. Те кафечајнице отварају се углавном нелегално или илегално у појединим деловима града

²⁴ О историјској повезаности кахви са џамијама в. Dilberović 2023: 49.

где иначе нема кафечајница, и намењене су комшилуку који нема где заједно да проводи рамазанске ноћи. Тако видимо да је функционисање кафечајница у многим случајевима тесно повезано са празницима, да њихово функционисање чак и зависи од верских празника.

Ја отварам у пет. Устајем у четири и петност, има ови неки долазе са сабах из џамије. Они су свако јутро ту. И због њих морам да пратим сабах. Лети је раније, а после све касније и касније. Овај период најраније и морам раније да устајем. Касније оно зимски период у шест. Мада ја реално у пет отварам. Стандардно ми је од пет. Једино ова сад период мало раније због кажем ових из џамије што наврате. Традиција кафечајница је да се рано отвара. Не можеш ти да отвараш у осам као продавницу. Шест је неки максимум да отвараш. То је традиција. Радимо... Све зависи од ових сталних гостију, некад десет, некад пола десет. Немам одређено радно време, на пример до десет, него све докле ови седе... Некад седе дуже, некад раније. (М. Б., 62, власник кафечајнице)

Понуда је такође повезана са исламским погледом на свет. У кафечајницама нема алкохола. Све више власника кафечајница не дозвољава ни играње друштвених игара, које се, строго узевши, може сматрати коцкањем. Чак и када су друштвене игре дозвољене, није дозвољено играње у новац, већ искључиво у нешто симболично (чоколадице, на пример). Храна се у кафечајницама не служи, осим у ретким приликама, и тада, наравно, није дозвољено свињско месо. Поред тога што коцкање или играње друштвених игара није у складу са правилима вере, оно ствара бучну атмосферу која омета друге госте. Уз то, играње друштвених игара се негативно одражава на промет јер неки играчи цело вече проведу у локалу испијајући једно пиће.

Карте? То ја не дам. А знаш што не дам? Галама, вичу, псују се, нервирају се, лупају, то ја не могу... Ево овај сад што смо били код њега, откад је избацио карте дупло више има гостију него што је имао... Дођу старији људи па бам... Ајд' слушај га ти... Ако хоће да попије, нек попије... (Б. Ж., 73, власник кафечајнице)

С друге стране, многи клубови се, осим по власничкој структури (власник је удружење или политичка партија), понегде по употреби неких симбола (слике председника партије на зиду, мада је то реткост) и, понекад, по радном времену, ни по чему другом не разликују од кафечајница. У њима је углавном дозвољено играње друштвених

игара, па чак и коцкање, док веома ретки омогућавају и конзумирање алкохола, за пробране госте и под одређеним околностима (након радног времена и само унутар локала).

Исламски карактер кафечајница, али и многих других облика угоститељства, постаје видљивији и конкретнији када наступе периоди кризе у свету, у којима су актери нека западна или прозападна земља, с једне, и нека исламска земља, с друге стране. Након почетка рата између Израела и Палестине 2023. године већина локала које држе Бошњаци у Новом Пазару, следећи сличну акцију међу муслиманима широм света, видно је на својим улазима истакла палестинску заставу, стиснуту песницу као симбол отпора и обавештење да више не служи пића која се производе у САД, односно пића која производе фабрике у власништву Јевреја (кока-кола, пепси, фанта, спрајт и сл). Српски локали, с друге стране, нису се придружили том покрету. Гости су ову акцију јако добро прихватили, а онима који без таквих пића не могу понуђене су „халал“ замене (нефес-кола, султан-кола), произведене у Турској.

О религиозности гостију кафечајница не би се могла лако изнети генерална оцена. Ипак, може се рећи да је велики број гостију опредељен бар ка поштовању исламске вере и верских празника. Осим што велики број гостију припада категорији убеђених верника, који ујутру од кафечајнице праве неку врсту исламског верског клуба, и неки од власника су убеђени верници, чак и хације. Поједине кафечајнице раде током рамазанског поста цео дан. Њихови власници их тада отварају мање из економских разлога, а више како би сачували клијентелу која не пости. Постоје људи који из здравствених разлога не могу да посте, а имају потребу за дружењем. То су углавном старији људи. Они посећују кафечајнице и током поста и бораве у њима, али искључиво у унутрашњој јединици (унутар локала), никако у башти. На тај начин они избегавају да својим понашањем, које одступа од верске норме, саблазне или повреде искрене вернике. У неким случајевима, пак, гости само долазе у кафечајнице током дана на дружење, али не и на конзумирање. У оба та случаја видимо како се потреба за друштвеношћу суочава са верским прописима, и како религиозно на сложен начин ступа у однос са секуларним или економским захтевима.

Свака кафечајница има своју групу верних гостију – сталне госте. У већини кафечајница никада нема никаквих изненађења или новина у погледу гостију; сваки дан је посећују исти гости. Иако и кафане имају сличну тенденцију, она је у случају кафечајница уздигнута на недостижан ниво. Критеријум по коме гости бирају одређену кафечајницу је различит. Неки бирају кафечајницу због близине места становања, други због друштва које је навикло да се окупља на

једном месту, трећи због породичне традиције (у ту кафечајницу им је долазио деда, па отац, па сад и они), четврти због пријатељских веза са власником локала, пети због тога што им је одређена кафечајница на путу до посла. Веома ретко се кафечајница бира због амбијента или због квалитета кафе или сокова. У одређеним ситуацијама кафечајница се бира због специфичних интереса или акутне потребе: када неке треба веза за завршавање административних послова, за запослење, или за налажење мајстора, он се упуту у кафечајницу у којој зна да ће наћи оног ко му може помоћи.

Не дешава ми се да обиђем неколико кафечајница... Могуће, ту и тамо, ако неки пријатељ каже „Ајмо на кахву“, а јутарња кахва се зна у којој кафечајници идеш, ја прођем пет кафечајница да дођем овде... То је навика, пријатељи, друштво, и тако то... Не можеш ти да пијеш кахву с неким кога не познајеш или кога не желиш... Него то је приватна интима, то је дружење, то је искреност, љубав и пажња. Значи не пијеш кафу што ти се пије кафа, него пијеш кафу што ми је мило да си ту, да с тобом поразговарам, њега видим. То су чари кафе... Ево га, то су те чари, ми смо другови, али он иде у „Теферич“, а ја идем овде, иде на зборно место...” (А. Б., 71, гост у кафечајници)

Свако има свог... како да кажем, газду код ког долази... Да је не знам шта, да је елитни ресторан, не знам, ми ти долазимо због њега. Мало се пошалимо... И због друштва. То нам највише одговара, друштво... Познајемо се ја и он, овај, онај... Свако има своју кафечајницу... (И. П., 68, гост у кафечајници)

Контекст у коме делују кафечајнице у Новом Пазару најбоље се може сагледати када се упореди са контекстом у коме делују овакви локали у Тутину. Нови Пазар је центар Санџака, највећи град у Србији у коме већинско становништво чине Бошњаци, и седиште свих верских, друштвених, етничких и политичких институција и удружења Бошњака како у Санџаку тако и у читавој Србији. Због тога је све што се дешава у Новом Пазару много више пред очима шире јавности, те се и стил живота и обрасци понашања приближавају, што је више могуће, идеалном моделу исламског верника и/или припадника бошњачке заједнице. С друге стране, Тутин је мали, прилично маргинализован град који нема већи симболички значај за бошњачку заједницу. То се може видети у општем лагоднијем односу становника Тутина према религијским празницима и институцијама, као и знатно лабавијој вези угоститељства са верским институцијама. У такву слику уклапа

се и начин рада кафечајница. Готово ниједна кафечајница у Тутину не усклађује своје радно време са распоредом намаза у џамијама (нити отварају тако рано као у Новом Пазару), као што ниједна кафечајница током рамазанског поста не ради ноћу како би верницима омогућила да проводе време заједно. Ту су праксу напустили пре извесног броја година јер је постало неисплативо. Осим слабијег исламског карактера, у тутинским кафечајницама мање су заступљени и оријентални културни елементи. Готово ниједна кафечајница нема у понуди ђулсију, мало њих има клеку, док су практично избацили и малинаду и руски чај. Већина њих нема ни традиционални „кетеринг“ (ношење кафе у оближње локале). Поред тога, слабије је изражена и родна подела у овој делатности. Док је у Новом Пазару свега 5% кафечајница у власништву жена, дотле је то у Тутину у скоро 60% случајева.

Кафечајнице као регулатори друштвених односа

Поред тога што израстају из османске и исламске културе, или, другим речима, имају важну улогу у неговању османског културног наслеђа и исламске духовности, кафечајнице обављају функцију регулатора међугенерациских, родних и класних/професионалних односа.

У срединама са дугом традицијом и развијеним системом институционалне бриге о старима важну карику чине геронтолошки клубови. У тим клубовима окупљају се старији како би се дружили радним данима преподне, као и да би по приступачним ценама могли да ручају или попију кафу, чај или сок. Поред дневног дружења, ови клубови често поподне организују прославе рођендана, мини концерте, радионице или промоције књига. Ову могућност користи релативно велики број старих у великим градовима у Србији, попут Београда, Новог Сада и Суботице. У централној Србији овај сегмент бриге о старима, међутим, није нарочито развијен. У Новом Пазару не постоји ниједан геронтолошки клуб, док у Суботици, граду сличне величине и броја становника, али потпуно другачијег културног наслеђа и традиције, постоји десет таквих клубова.²⁵ На први поглед, чини се да су стари у Новом Пазару због овога дискриминисани или оштећени. Међутим, тек када се схвати целокупан контекст постаје јасно зашто не постоји довољно жеље или потребе за овим клубовима.

²⁵ Ови закључци износе се на основу необјављених резултата истраживања које је извршено за потребе рада, на пројекту *Transforming Anxieties of Ageing in Southeastern Europe. Political, Social, and Cultural Narratives of Demographic Change*, који финансира VolkswagenStifung (<https://transforming-anxieties.ios-regensburg.de/attitudes-towards-older-people-among-national-minorities-in-serbia/>).

Један од разлога непостојања геронтолошких клубова у Новом Пазару јесте тај што постоје заменски објекти или институције које у одређеној мери, и за одређену популацију, обављају њихову функцију. Те заменске институције су, с једне стране, џамије, а, с друге стране, кафечајнице. Наиме, старији мушкарци су се последњих деценија у великом броју окренули религији, тако да добар део дана проводе у џамији или око ње, одлазећи на свих пет намаза. Такође, старији мушкарци, било да су убеђени/редовни верници или не, јако много времена током дана проводе у кафечајницама, у којима по веома ниској цени могу добити чај, кафу, сокове и прилику за дружење. Кафечајнице функционишу као алтернативни геронтолошки клубови, у коме већину сталних гостију чине стари, дружећи се, играјући друштвене игре или једноставно посматрајући живот који се одвија око њих. Од раног јутра они долазе на чај или кафу, седећи по више сати. Неки од њих одлазе кући на ручак и подневни одмор, да би поподне опет дошли и провели неколико сати у кафечајници. Током рамазанског поста они добар део ноћи проводе у кафечајници, дружећи се углавном са својим вршњацима. Неки од њих су и чланови клубова (спортских или друштвених) који функционишу као кафечајнице, па и ту проводе део времена. Осим што омогућавају дружење, кафечајнице функционишу и као алтернативна мрежа узбуђивања. Када неког сталног госта нема неко време у кафечајници, када направи паузу од неколико дана, па чак и од само једног дана, остали гости почињу да се интересују за његово стање и зову га како би проверили да ли је све у реду. Веома често гости сакупљају новчану помоћ за оне који финансијски слабије стоје, пазећи да та помоћ буде уручена неприметно и нелично, како се прималац помоћи не би осећао лоше. Исти је случај и са џематом, који се одмах ангажује уколико неког верника дуже времена нема или му је потребна помоћ.

Оба ова алтернативна облика резервисана су, међутим, практично само за мушкарце. Жене су углавном и данас ограничене на приватну сферу и породични дом. Оне клањају углавном по кућама, као што се евентуално окупљају и друже по кућама. У прошлости су оне користиле хамаме као вид алтернативних женских кафана, у којима су, између осталог, пиле кафу и чај (Фотић 2005: 276). У кафечајницама их, међутим, није било ни у прошлости, а нема их ни данас. Врло су ретки случајеви у Новом Пазару да су жене власнице кафечајница (углавном кад наследе посао након смрти мужа), а као гошће на њих се може наићи јако ретко, и тада су то, као што је било речено, углавном дошљакиње које не познају локални контекст. Пре десетак година било је покушаја да жене оснују своје клубове, тј. кафечајнице, али је то било кратког

даха. Преко начина рада у тим женским кафечајницама уочавају се битне разлике у схватању угоститељства између мушкараца и жена у бошњачкој заједници.

Прва женска кафечајница којој је истраживањем било могуће ући у траг функционисала је више као својеврсни женски културни центар са бројним културним и друштвеним програмима, уз понуду колача и сендвича. Власница је била запослена у државној институцији, а кафечајница јој је била додатни посао. Као и у случају мушких кафечајница, и ова је представљала породични посао: власници су у раду помагале ћерке. Мушкарци нису свраћали. Она је почињала са радом релативно касно, у 9.00 часова ујутру, а затварала у 23.00. У тој кафечајници атмосфера је била много усклађенија са захтевима вере него у мушким кафечајницама, јер се уз све остало покушало и да музика буде у складу са исламским учењем. Није пуштана музика, него деф. Тај индивидуални „пројекат” није се одржао због приватних обавеза власнице, због изостанка подршке и због суптилних притисака средине, као и због слабе економске исплативости – жене су и слабији потрошачи у угоститељству него мушкарци. Ипак, учеснице у том „пројекту” и данас жале што у том свом науму нису истрајале, јер ни данас нема јавних места где средовечне и старије жене могу да се окупљају и друже, а да не ремете традицијом утврђени поредак.

Свака жена цео живот уздише. Где ти је муж, у кафечајницу. Где је муж – у кафечајницу. Жена кући. Одлазила тако у комшилук, сад више ни тога нема. Жене углавном раде, дођу кући, код родбине с времена на време. И онда, баш им недостаје то дружење. Излазе у град, излазе у млечне ресторане, али све то није то, мешовито друштво. Онда се мени у једном тренутку, мислим није само у једном тренутку, већ дуго времена ми се кувала та идеја, кад имају мушкарци нон-стоп места састајања, значи даноноћно, од изјутра цео дан иду фикћу по кахви... Иду ко опчињени у кафечајницу... Где ћу, у кафечајницу, не размишљајући они иду тамо. У сваком моменту, сваки слободан тренутак они користе да иду у кафечајницу. Добро, можда то сад није у тој мери, али и даље су пуне. И онда дуго времена имала сам ту идеју да отворим кафечајницу за жене, место где ће жене да иду ко и људи, жене да се друже... Није било много зараде, али срцу је пријало... Да сам имала радну снагу, на крају сам била исцрпљена... Можда да сам била упорнија, да је то потрајало, да сам имала подршку. Да пођем од моје породице, знате како, нису ме подржали, муж и остали, били су скептични према томе... Шта им је сметало, жене да се купе, мушка сујета, шта ће жене тамо, шта је та далга... То

је био забавни програм само за жене, што ће већина жена да памти и жељкује. Онда би се оне ту код нас опустиле, није то неко снимао, него једноставно за своју душу, нису имале стеге. Свим женама то било интересно. Била је то лепа идеја, али изгледа ни свест код тих жена није била довољно развијена. Ја мислим да би сад било боље, због друштвених мрежа и свега... Да ми је сад то да отворим, чини ми се била би спремнија, имала би више луфта. Стално размишљам поново да отворим, причам са ћерком... (С. Р., 55, бивша власница кафечајнице)

Други сличан случај представља оснивање дневног центра при хуманитарном друштву „Мерхамет“, у склопу једног од пројеката. Овај центар није био резервисан само за жене, али су оне чиниле убедљиву већину. Једно време је функционисао добро, али се касније група интересената расула, а дошло је и до престанка финансирања пројекта. Једно од објашњења је да већина жена није могла редовно да долази због обавеза у кући. Због свега тога, за разлику од мушкараца, жене су више усмерене на стварање неформалних група и преко друштвених мрежа организују ад хок дружења и заказују састанке.

Средовечне и старије жене усмерене су на кућу и приватну сферу и немају довољно времена, а ни подршке средине у погледу њихове веће присутности у јавној сфери, нарочито не у угоститељским објектима. С друге стране, млађе жене могу се у знатно већој мери видети у кафићима, и преко дана и увече, у друштву супружника, рођака или пријатељица. На старим фотографијама (видљивим на поменутиим Фејсбук профилима) јасно се види да је свако окупљање жена вршено у баштама приватних кућа, евентуално на великим „банкетима“ приликом прославе 8. марта. Код испитаника преовлађују три врсте објашњења за изостанак жена из кафечајница. Једно је да је њихово одсуство једноставно научено традицијом. Друго, да оне имају алтернативне видове окупљања (неформална виђања по кућама). Треће, сматра се да је то одраз практичне потребе да се избегну сукоби и жена заштити.

Никад у животу ми жена није тражила да дође у кафечајницу, нит' смо их ми водили. Углавном мушкиње долазе и мушки држе. Можда неко са стране седне. Нормално, нико то не гледа. Није то традиција да се жена... Мада оне сад воле, кафићи у град. Некад их водимо на банкете, кад је удаја или женидба у хотел. А иначе наше жене тако, к'о што имам башту испред куће овамо, оне тамо седу, наручу кафу, оне између себе тамо друже се... (А. К., 75, власник кафечајнице)

Наше домаће не долазе, то је одраз културе, васпитања. Има једна изрека, у Библију, у Курану, не пуштај жену међу људе, жени није место међу људе. Нису људи сви истог мозга, каже, шта је најгоре, кад помислиш нешто лоше, значи ниси добар, неко ће да јој добади, неко ће да је пипне, неко ће да уздахне, неко ће да је погледа, знаш... (Х. М., 73, гост у кафечајници)

Кафечајнице нису само места на којима се производе или одржавају поделе по старости и полу. Оне често одржавају еснафске, интересне и класне разлике. Многе кафечајнице специјализоване су за припаднике одређених занимања, за људе одређених интересовања, без обзира на место пребивања и тип односа према религији. Поједине кафечајнице окупљају возаче, друге окупљају пензионере, треће припаднике одређене политичке странке, четврте узгајиваче патака, шесте ловце, седме старе Пазарце, осме становнике одређених делова града итд. Кафечајница „Сантос“, у самом центру града, на почетку шеталишта, већ деценијама служи као стециште ауто-превозника. Једна од кафечајница на Подхамаму окупљалиште је ловаца. Такође, на Подхамаму је до скоро радила кафечајница која је окупљала старе Пазарце (не досељенике). Једна од кафечајница на врху Кеја 37. санџачке дивизије окупља узгајиваче патака, нарочито током њихових зимских манифестација. Кахва на Појилима нарочито је привлачна грађевинцима („бауштелци“). Поједине од њих функционишу и као клубови који су намењени првенствено одређеним слојевима или интересним групама (риболовци, ловци, шаткари, љубитељи тавле, припадници одређене политичке партије, таксисти, љубитељи бокса, пензионери итд.), мада су начелно све оне отворене за све заинтересоване.²⁶

У овој овде... Ту већином ловци размењују своја мишљења о лову, о керовима, о пушкама... Свака кахва има своју причу... Рецимо била је на врх чаршије једна кахва где смо се ми занатлије скупљали, изјутра, то је пуно овако, већ у седам сати није никог нема, сви су отишли на свој пос'о, у „Сантосу“ су се окупљали возачи, и сад су... Овде су градска деца... (Х.Г., 72, гост у кафечајници)

Однос између елемената локалног угоститељског система

²⁶ Већина тих „клубова“ је и настала из „обичних“ кафечајница. Неки власници који имају хоби, или се баве неком специфичном делатношћу, претварају своје приватне локале у клубове како би имали другачији, повољнији правни статус, чиме су ослобођени неких дажбина.

Угоститељски систем Новог Пазара састоји се од следећих типова објеката: хотелски ресторани, ресторани, млечни ресторани, експрес ресторани, ћевабџинице, кафане, кафечајнице, клубови, бифеи, кафићи, пекаре, посластичарнице. Сви они имају своје место и улогу у систему. Тржиште је, осим у одређеним ситуацијама и за одређену групу људи (нпр. за вернике током Рамазана), релативно јасно и релативно чврсто подељено. Хотелске ресторане углавном посећују само гости хотела, тј. странци или туристи. У ресторане свраћају сви (млади, стари, жене, Бошњаци, Срби, локалци, странци), с тим да се фреквенција посета и динамика односа разликује у различитим периодима. За време рамазанског поста бошњачки ресторани не раде током дана, а увече имају прилагођен мени и начин рада који омогућава брзо услуживање већег броја гостију, због тога што многи Бошњаци желе да крај дневног поста са породицом проведу у ресторану. Срби тада, по правилу, избегавају те ресторане због гужве. Поједине кафане сличне су ресторанима, али има и оних које раде само увече, оних које раде илегално, оних без понуде хране итд. У такве обично свраћају само мушкарци који конзумирају алкохол, али има и гостију који због друштва седе у кафанама, иако су антиалкохоличари. У кафанама се чује и народна музика са радија. У свега пар кафана нађена је жива музика. Кафићи раде током целог дана и окупљају обично млађу популацију оба пола и свих етничких група. У њима се слуша модерна западна музика разних жанрова. Веома често они нуде и уживање у наргилама. Пекаре често послују као вид експрес ресторана, па имају столове. Слично је и са посластичарницама и млечним ресторанима. Клубови су посебна врста локала, намењена одређеној интересној групи. По изгледу објекта и врсти гостију ови локали, као што је више пута речено, највише личе на кафечајнице, али нису толико одређени ни по начину рада, ни по понуди, ни по радном времену. У већини њих дозвољене су друштвене игре, у неким је чак могуће добити и алкохолно пиће, а неки од њих раде само увече или по потреби.

Док су кафане делимично дефинисане конфесионалним и етничким поделама (свраћају сви Срби и они Бошњаци који пију алкохол, тј. Бошњаци који нису убеђени муслимански верници), оне су потпуно одређене поделом по полу и старости (жене и млади углавном не свраћају). Кафићи су јако одређени генерацијским поделама (свраћају углавном млади), али не и поделама по полу и етничкој припадности. Кафечајнице су одређене и генерацијском, и родном или полном, и етничком поделом (свраћају углавном само Бошњаци, односно старији мушкарци). Ове поделе и карактери појединих облика појачавају се с обзиром на локацију објекта: уколико се одређени објект налази у

српском делу Новог Пазара, биће више, али не и потпуно, обележен етничким поделама.

Кафечајнице у таквом систему јасно подељених улога и домена пословања играју веома специфичну и јасно дефинисану улогу. Оне неприкосновено владају раним јутром па тада, поготово код верника, немају конкуренцију. Верници након намаза неће да свраћају у бифее и кафане које служе алкохолна пића, а често то не желе да раде ни касније током дана. Осим тога, многи млади су изјавили да је посета кафечајници након намаза традиција коју не желе да напусте. Ујутру се, изузев жена, у кафечајницама могу видети припадници свих слојева и генерација, мада су најзаступљенији верници, пензионери и они чије радно време почиње јако рано (таксисти, грађевинари и сл.). Поподне, међутим, кафечајнице постају знатно тржишно одређеније, јер се тада у њима окупљају углавном старији људи. Можемо рећи да између кафечајница и кафана не влада конкуренција, јер су радно време, понуда и локација ових облика угоститељских објеката прилагођени другачијој популацији, тако да је клијентела јасно опредељена и подељена: док су кафечајнице резервисане за јутро и привлаче посебно вернике, дотле већина кафана влада периодом вечери, привлачећи углавном оне који нису редовни (искрени, убеђени) верници. Понекад кафане и кафечајнице деле исту клијентелу, која је поделила дан на периоде посете различитим типовима локала: јутро, пре подне и, евентуално, поподне, резервисано је за кафечајнице, а вече и ноћ за кафане. Однос између кафечајница и кафића показује исту тенденцију. Верници, пензионери и запослени тешко ће раним јутром сести у кафић, иако и неки кафићи нуде турску кафу и руски чај. На то утиче како амбијент и начин рада, тако и цена пића: кафечајнице су далеко јефтиније. Млађи евентуално посећују кафечајнице ујутру, након намаза, али преко дана тамо никада неће сести, већ ће изабрати неки од кафића, углавном неки у којем се не служи алкохол. За поподне, кажу они, знатно је примеренији еспресо од турске кафе, а еспреса у кафечајницама нема.

Млађи су горе по кафића, пушу ону, наргиле, ту користе оне сокови, сладолед, већи је избор. Шта ће он млад да пије кафу турску, неће.. (З. Б., 54, власница кафечајнице у Тутину)

Јасно се може уочити да се доминантне улоге које кафечајница игра у животима својих гостију односе на забаву, информисаност и идентификацију. Може се издвојити пет важних чињеница у вези са кафечајницама, у којима се види њихово специфично место и њихове друштвене функције и улоге. Прво, кафечајнице су далеко најјефтинија забава. Чај и кафа су веома јефтини, и може их приуштити свако.

Боравак у кафечајници јефтинији је и забавнији, а на локалном нивоу и далеко информативнији, чак и од куповине дневних новина које, узгред, у кафечајницама нико не чита. У неким случајевима боравак у кафечајници јефтинији је од боравка у својој кући.²⁷ Друго, кафечајнице су отворене ка улици и целокупном јавном простору, често чинећи једну целину са јавним простором као таквим (паркови, улице, тргови, пијаце). За разлику од кафана, у којима се гости углавном повлаче у унутрашњост објекта, и кафића, чији гости нису склони таквој комуникацији, кафечајнице имају терасе које су увек пуне, из којих гости будно мотре на улицу (као што и они који пролазе улицом са занимањем посматрају госте кафечајница), ступајући у интеракцију са пролазницима или познаницима. Треће, у кафечајницама се и данас врши преношење знања и осећања припадности граду и етничкој заједници. У њима се, и у томе су сличне кафанама, причају приче или анегдоте из ближе и даље прошлости, догодовштине из сопственог живота, које се онда претварају у локалну историју која инспирише млађе генерације.²⁸ Четврто, оне врше веома занимљиву и веома важну улогу прихватања и едукације странаца или туриста. У њима најчешће није могуће да странац плати свој рачун (стални гости га чашћавају), и сваки странац пролази прилично стандардизован поступак кроз који бива упознат са основним стварима о средини у којој се налази.²⁹ Пето, кафечајнице се, попут неких кафана, веома лако трансформишу од микросредине која има више поља или сегмената комуникације (сваки сто за себе) у микросредину која представља једно поље комуникације (сви у објекту учествују у заједничком разговору).³⁰

Уместо закључка

На основу сакупљене грађе може се закључити да је угоститељство у Новом Пазару подељено по етничкој, конфесионалној, генерацијској, професионалној и родној основи. Границе између тако подељених

²⁷ „Извините, каже, због чега седите у кахву по цео дан. Да ти право кажем, немам пара за кафану.” (Е. Ц., 63, гост кафечајнице).

²⁸ „Волим да дођем, ту се увек чују занимљиве приче старијих, може да се научи доста...” (Х. А., 25, гост кафечајнице).

²⁹ Ово ће бити тема посебног рада, јер овде није могуће детаљно описивати све фазе комуникације. Гост прво пролази испитивање у вези са његовим досадашњим утисцима о граду, да би се разговор полако кретао ка покушају домаћина да упозна госта са одређеним, по њему важним, елементима културе и друштва Новог Пазара.

³⁰ „Једина мана у овој кахви је што нико не респектује никог... Ако причаш, да ћути... Него једно преко другог, и једно време оде памет. Немамо ми времена да чекамо... Иди у кафић или библиотеку.” (А. Г., 70, власник кафечајнице).

сегмената друштва имају више симболичку него практичну функцију, и нису непрелазне, али временом не губе свој значај. Извесно је да угоститељство игра веома важну улогу у регулацији друштвених односа, тј. у одржавању постојеће структуре односа и односа моћи. У том систему кафечајнице представљају данас најснажнији отпор променама, чврсто пријањајући уз ислам, оријентално културно наслеђе и патријархално уређење. У садејству са кафанама, клубовима и кафићима оне граде окосницу прилично чврстог система угоститељства, у који промене улазе полако, али неповратно. На основу препознатих елемената или димензија угоститељства (локација објекта, изглед или естетика, назив, понуда, услуга, начин рада, радно време, однос између власника и гостију), посматрани су различити утицаји (оријентални и/или османски, с једне, исламски, с друге, и окцидентални, са треће стране) и њихов међусобни однос. Док су први приметни првенствено у изгледу, услузи, понуди и начину комуникације, дотле је други израженији у локацији, рестрикцијама у понуди и радном времену. Оба ова културна система утичу на тип гостију (старији мушкарци и верници). Трећи, западни утицај, стоји на неки начин насупрот прва два.

Показало се да су кафечајнице у неким аспектима рада последњих деценија постале неотпорне на многе модерне или западне утицаје (опремљеност клима-уређајима, телевизорима, понеке служе газиране сокове и еспресо), и приближиле се угоститељству које налазимо и код српске заједнице. Ипак, већина је сачувала своје место и улогу у локалном културном систему, чинећи можда и централну институцију у свакодневном животу, која обједињује различите аспекте и елементе традиционалне културе Бошњака.

Извори

- „Е баш су слатке ове наше 'кахве'". *Братство*, број 187, 1. фебруар 1958, стр. 4.
<https://transforming-anxieties.ios-regensburg.de/attitudes-towards-older-people-among-national-minorities-in-serbia/>
 Kahramanyol, M. (2019). *Dnevni život i adeti sandžačkih muslimana*. Ankara, Novi Pazar.
 „NP stare slike". <https://www.facebook.com/groups/191773350920053> (17. 09. 2024).
 „Pazarci i Pazarke na Facebooku". <https://www.facebook.com/groups/np020> (21. 11. 2024).
 „Stari Dedo". <https://www.facebook.com/StariDedoNP> (11. 01. 2025).
 „Stari Novi Pazar". <https://www.facebook.com/groups/1509899035984072> (20. 10. 2024).
 „Stari Pazarci". <https://www.facebook.com/groups/551956208470273> (25. 11. 2024).

Библиографија

- Аксић, Н. (2023). *Култура свих или култура за све: институционални аматеризам у Новом Пазару у периоду социјализма*. Београд: Етнографски институт САНУ.
- Ђерчан, Б., М. Радаковић, М. Остојић, М. Мирковић, С. Обренов и Ј. Возар. (2017). Урбана хијерархија у Србији. *Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство*, 46 (1), 12–24.
- Ђорђевић, Д. Б. (2012). *Кафанологија*. Београд: Службени гласник.
- Ђорђевић, Д. Б. (2016). Кафана: То сјајно треће место (темат). *Култура – часопис за теорију и социологију културе и културну политику*, 151.
- Елезовић, Г. (1938). Кафа и кафана на Балканском полуострву. *Прилози за књижевност, језик, историју и фолклор*, 18 (1–2), 617–637.
- Јовановић, Р. (1995). Становништво Новог Пазара. *Новопазарски зборник*, 19, 217–234.
- Мушовић, Е. (1978). Нови Пазар у прошлости. *Новопазарски зборник*, 2, 7–13.
- Мушовић, Е. (1995). Варош махала у Новом Пазару. *Новопазарски зборник*, 19, 21–30.
- Панајотовић, М. (2019). *Старе пиротске механе и кафане*. Пирот: Музеј Понишавља.
- Радовић, М. (2000). Приватни трговци, угоститељи и занатлије новопазарског краја од ослобођења до друге национализације. *Новопазарски зборник*, 24, 207–242.
- Радовић, М. (2007). *Ефендијина сећања и казивања*. Нови Пазар: Историјски архив „Рас” – Музеј „Рас”.
- Радовић, С. (2023). Пешаци и пешачке улице у Београду: антрополошки осврт на простор, мобилност и угоститељство у центру града. *ГЕИ САНУ*, 71 (2), 77–95.
- Расел, Ј. и М. Хелшер. (2012). Социјални миљеи у кафанама: посматрање. У: Д. Б. Ђорђевић (ур.). *Кафанологија*. Београд: Службени гласник, 79–105.
- Спасојевић, Б. (2012). Кафанска историја Сарајева. У: Д. Б. Ђорђевић (ур.). *Кафанологија*. Београд: Службени гласник, 333–373.
- Фокс, К. (2012). Говор паба. У: Д. Ђорђевић (ур.). *Кафанологија*. Београд: Службени гласник, 233–252.
- Фотић, А. (2005). (Не)спорно уживање: појава кафе и дувана. У: Александар Фотић (ур.). *Приватни живот у српским земљама у освит модерног доба*. Београд: СЛЮ, 261–301.
- Храбак, Б. (1997). Муслимани или Бошњаци у Старој Рашкој (Новопазарском Санџаку). *Новопазарски зборник*, 21, 265–274.
- Христов, П. (2012). Крчма у бугарском селу – „кућа ђавола” или друштвена институција. У: Д. Ђорђевић (ур.). *Кафанологија*. Београд: Службени гласник, 371–376.
- Шуваковић, У. (2012). Политичка функција кафане у српском друштву. У: Д. Б. Ђорђевић (ур.). *Кафанологија*. Београд: Службени гласник, 117–130.
- Bandžović, S. (1988). Osvrt na privredne prilike u Novom Pazaru i okolini u međuratnom razdoblju. *Novopazarski zbornik*, 12, 101–110.

- Çapar İleri, S. (2020). The analysis of the importance of Turkish coffee and coffeehouses with the comparison between British and Ottoman culture. *RumeliDE Journal of Language and Literature Studies* 2020, S8 (November), 392–397.
- Crnišanić, R. (1969). Privredni razvoj Novog Pazara. U: M. Maletić (ur.). *Novi Pazar i okolina*. Beograd: Književne novine, 479–526.
- Dilberović, A. (2023). Uloga kafane u društvenom životu osmanskih gradova s posebnim osvrtom na mostarsku novu kahvu podignutu 1604/05. godine. *ANALI GHB*, 52 (44), 117–152.
- El-Gazali, M. (2003). *Karakter muslimana*. Sarajevo: Bookline.
- Gavrilović, Lj. (2013). *Pazarsko-sjениčki kvartet*. Novi Pazar: Muzej „Ras”.
- Hall, E. T. (1981). *Beyond Culture*. Garden City: Anchor Press.
- Hall, E. T. (1983). *The Dance of Life: The Other Dimensions of Time*. New York: Anchor Press.
- Hall, E. T. & Hall, M. R. (1990). *Understanding Cultural Differences*. Yarmouth: Intercultural Press.
- Hattox, Ralph S. (1985). *Coffee and Coffeehouses: The Origins of a Social Beverage in the Medieval Near East Seattle*. University of Washington Press.
- Hirsch, D. (2014). Cultural Context in Marketing Communication on International Market. *MINIB*, 12 (2), 3–19.
- Hodžić, M. (2023). O fenomenu kahve i mjestima gdje se pila u Bosni u 16. i 17. stoljeću. *ANALI GHB*, 52 (44), 174–175.
- Ho Hon Leung, R. Lau. (2021). The potential of cultural exchange under the belt road initiative: A case study of Hong Kong style Café (*Cha Chaan Teng*). *Asian Journal of Social Science*, 49 (4), 207–214.
- Ibrić, S. (2014). Novi Pazar 1910. godine u opisu turskog novinara Ahmeda Šerifa. *Novopazarski zbornik* 37, 105–120.
- Ivanović, S., V. Galičić & M. Pretula. (2008). Gastronomy as a Science in the Tourism and Hospitality Industry. U: Zoran Ivanović (ur.). *New Trends in Tourism and Hospitality Management. 19th Biennial International Congress TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY 2008*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, 571–579.
- Kahrović, M. (2003). *Novi Pazar u vaktu i zemanu*. Novi Pazar: Narodna biblioteka „Dositej Obradović”.
- Klasra, Mushtaq A., K. Mahmood Khawar & M. Aasim. (2007). History of Tea Production and Marketing in Turkey. *INTERNATIONAL JOURNAL OF AGRICULTURE & BIOLOGY*, 9 (3), 523–529.
- Koničanin, O. (1993). Novopazarska čaršija. *Novopazarski zbornik*, 17, 129–146.
- Muminović, E., U. Radosavljević & Dž. Beganović. (2020). Strategic Planning and Management Model for the Regeneration of Historic Urban Landscapes: The Case of Historic Center of Novi Pazar in Serbia. *Sustainability*, 12 (4), 1323.
- Murvar, V. (1966). Some Tentative Modifications of Weber’s Typology: Occidental versus Oriental. *CitySocial Forces*, 44 (3), 381–390.
- Nedeljković, S. (2025). Konzumiranje alkoholnih pića među Bošnjacima u multikonfesionalnoj sredini: primer Novog Pazara. *Etnoantropološki problemi*, 20 (1), u štampi.
- Nikšić, A. (2021). *Moj Pazar, moji ljudi, moje uspomene*. Novi Pazar: E. Nikšić.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. Cambridge: Da Capo Press.

- Özhamaratlı, A. (2018). *The Ethnographic Analysis of the Turkish Tea House as Public Sphere*. https://www.academia.edu/37549821/The_Ethnographic_Analysis_of_the_Turkish_Tea_House_as_Public_Sphere_Research_Design (20. 01. 2025).
- Petrović, M., V. Backović i M. Toković. (2022). Rebuilding post-communist city identity: The case of Novi Pazar, Serbia. *Urbani izziv*, 33 (2), 91–102.
- Pišev, M. (2011). Balkanizam i osmansko kulturno nasleđe u savremenoj Srbiji: između negacije i autoegzotizacije. U: Bojan Žikić (ur.). *Kulturni identiteti kao nematerijalno kulturno nasleđe*. Beograd: Srpski genealoški centar: Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta, 73–91.
- Rebronja, E. (2019). *Stari majstori Jeni Pazara – stari zanati u Novom Pazaru*. Novi Pazar: Narodna biblioteka „Dositej Obradović”.
- Said, E. W. (1979). *Orientalism*. New York: Vintage Books – A Division of Random House.

***Kafečajnice* ('coffee and tea houses') in Novi Pazar: Social, Ethnic, Cultural, and Religious Aspects of Hospitality in a Multicultural Environment**

Saša Nedeljković

Summary

Due to the lack of research on hospitality in multicultural environments, research was conducted in Novi Pazar, Novopazarska Banja, and Tutin during 2023 and 2024. The aim of the research was to study the relationships between different hospitality traditions, i.e., between hospitality establishments of different ethnic and/or confessional groups, through participant observation, analysis of archival material and in-depth interviews with owners and guests of hospitality establishments, as well as to determine the place and role of hospitality in the overall social and cultural system of the local community. In the system of different hospitality establishments, the *kafečajnica* was recognized and singled out as the form that carries the most information regarding the research questions, and was therefore chosen as the central point of the research. Based on the collected material, it can be concluded that the catering industry in Novi Pazar is divided along ethnic, confessional, generational, professional, and gender lines. The boundaries between the segments of society divided in this way have a more symbolic rather than practical function, and are not insurmountable, but they do not lose their significance over time. It is certain that the catering industry plays a very important role in the regulation of social relations, i.e., in maintaining the existing structure of relations and power relations. In this system, *kafečajnice* represent the strongest resistance to change, firmly adhering to Islam, oriental heritage and patriarchal order. In cooperation with taverns, clubs, and cafes, they build a fairly solid and closed system into which changes enter slowly, but irreversibly. Based on the identified elements or dimensions of hospitality (location of the facility, appearance or aesthetics, offer, service, working methods, working hours, relationship between the owner and their guests), different types of influences

(Oriental or Ottoman, firstly, Islamic, secondly, and Western, thirdly) and their mutual relationship were observed. While the first are noticeable primarily in appearance, service, offer, and manner of communication, the second is more pronounced in location, restrictions in offer, and working hours. Both of these cultural systems have impact on the selection of the type of guests (older men and believers). The third, Western influence, stands in some way in opposition to the first two.

Keywords: Novi Pazar, hospitality, *kafečajnice*, social functions, cultural influences.

Саша Недељковић / Saša Nedeljković

Одељење за етнологију и антропологију, Филозофски факултет у Београду /

Department of Ethnology and Anthropology, Faculty of Philosophy, Belgrade

E-mail: snedeljk@f.bg.ac.rs

<https://orcid.org/0009-0004-1901-2252>

Примљено/Received: 5. 2. 2025.
Прихваћено/Accepted: 3. 3. 2025.