

CÀ PHÊ – PHƯƠNG TIỆN TRUNG GIAN CỦA SỰ GIAO TIẾP XÃ HỘI

TRẦN BÌNH MINH

Tóm tắt

Ở bất kỳ xã hội nào, dù cổ sơ hay hiện đại, giao lưu trực tiếp giữa con người với con người cũng là một nhu cầu bức thiết. Với ưu thế vừa thỏa mãn nhu cầu giải khát, vừa tạo ra những hưng phấn cho hệ thần kinh con người, café có sức quyến rũ, thu hút kỳ lạ ở mọi xã hội dù ở địa vị hay tôn giáo nào. Sức hấp dẫn, khả năng thu hút của café đã khiến nó trở thành như là một phương tiện giao tiếp hữu ích của xã hội hiện đại.

Có lẽ ít thấy một thứ đồ uống nào lại được phổ biến rộng rãi và mang tính toàn cầu như cà phê.

Mặc dù theo truyền thuyết, cà phê đi vào cuộc sống của con người một cách rất tình cờ, những hấn do tác dụng gây hưng phấn thần kinh, cải thiện khả năng phản ứng và phán đoán của con người, mà ngay từ những buổi đầu sau khi phát hiện, cà phê đã được con người sử dụng một cách rộng rãi và nhanh chóng trở thành một thức uống không thể thiếu được trong cuộc sống sáng tạo không ngừng của loài người.

Sức lan tỏa của thứ đồ uống đã từng bị các tu sĩ thành Roma gọi là “đồ uống ma quỷ” (Drink of the devil) cùng sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của ngành công nghiệp cà phê, phần nào đã cho thấy vai trò quan trọng của cà phê đối với cuộc sống của con người cũng như sự phát triển của mỗi xã hội. Nếu như trong lịch sử, cà phê đã từng được coi là chất xúc tác để tạo ra hầu hết các phát minh, sáng chế là chất xúc tác thúc đẩy quá trình biến con người từ một động vật tinh khôn trở thành người văn minh, hiện đại, thì ở các xã hội hiện đại đương thời, khi lao động trí óc đã và đang dần thay thế lao động cơ bắp, cà phê càng nắm giữ vai trò quan trọng hơn. Cà phê thực sự đã được xem như là nguồn năng lượng của bộ não, là máu của nền kinh tế trí thức, kinh tế sáng tạo của các xã hội công nghiệp hiện đại.

Trên thế giới hiện nay có hàng tỷ người uống cà phê mỗi ngày. Cà phê được dùng ở khắp mọi nơi từ trong gia đình đến ngoài công sở, nơi công cộng; với đủ các thành phần, tầng lớp xã hội: từ các nguyên thủ quốc gia, các nhà lãnh đạo, nhà khoa học đến các nghệ sĩ, bác sĩ, thương gia... và đến cả người dân bình thường nhất. Thói quen uống cà phê đã trở thành nét văn hóa của mỗi cá nhân, mỗi xã hội và mỗi dân tộc. Ý nghĩa của cà phê đối với cuộc sống con người, vì thế, không đơn thuần chỉ mang tính sinh học giống như các đồ uống thông thường, và cũng không đơn thuần chỉ là chất kích thích hệ thần kinh con người như nó vốn có. Cà phê còn hàm chứa trong nó cả những ý nghĩa mang tính xã hội, bởi nó biểu thị đẳng cấp, phong cách của các cá nhân, biểu thị nét văn hóa riêng của mỗi vùng, miền, mỗi dân tộc. Đặc biệt, cà phê còn là chất dẫn tạo dựng nên các không gian giao tiếp để con người thỏa mãn những nhu cầu xã hội của mình.

Sự thật, cà phê đã vượt khỏi giới hạn của một thứ đồ uống giải khát, ngay từ khi nó được phổ biến vào đời sống con người. Với tác dụng của nó đối với hệ thần kinh, ở thuở ban đầu cà phê đã được xem như là thứ đồ uống dành riêng cho tầng lớp trí thức. Không phải ngẫu nhiên mà những quán cà phê ở nước Anh lại được xuất hiện bên cạnh các trường đại học. Cũng không phải ngẫu nhiên mà những quán hàng cà phê ấy lại được gọi là “Đại học một xu” (Penies universities). Lý do của tên gọi nghe có vẻ hài hước ấy rất đơn giản. Chỉ cần bỏ ra một xu để mua một cốc cà phê, người sinh viên có thể được tham dự, được nghe và được trao đổi, thảo luận với các sinh viên khác hoặc với những giáo sư, về một hay nhiều vấn đề trong chương trình học một cách thoải mái và bình đẳng. Kiến thức mà người sinh viên thu hoạch được từ buổi uống cà phê có thể bằng, có khi hơn cả khối lượng kiến thức họ có được từ một buổi lên lớp ở giảng đường hoặc buổi tìm kiếm tài liệu trên thư viện. Ở nước ta, khi cà phê theo chân người Pháp du nhập vào đời sống của người dân Việt (ở khu vực đô thị), nó đã được xem như là một đồ uống xa xỉ dành riêng cho những người Việt thuộc tầng lớp thượng lưu có quan hệ mật thiết với người Pháp. Cho đến khi người Pháp tiến hành đô thị hóa ở nước ta thì cà phê mới thật sự bắt đầu phổ biến. Tuy nhiên, ở thuở ban đầu cà phê cũng chỉ được sử dụng trong một phạm vi khá hẹp là những công chức người Việt làm trong các công sở do người Pháp quản lý, và giới trí thức mới ở thành thị, bao gồm: các sinh viên, học sinh học tại các trường “Tây” (tức trường dạy theo chương trình giáo dục của người Pháp); những cựu sinh viên đã từng du học ở Pháp và những người chịu ảnh hưởng của trào lưu tư tưởng mới, tư tưởng cách tân. Cũng như các “tín đồ cà phê” ở châu Âu, những người Việt này uống cà phê không chỉ để thưởng thức hương vị quyến rũ của “thứ đồ uống ma quỷ” mới được du nhập vào Việt

Nam, mà họ uống để biểu thị đẳng cấp, để chứng tỏ mình là người có tư tưởng mới, tư tưởng tiến bộ. Và điều chủ yếu hơn là họ uống cà phê để nắm bắt thông tin, thời sự; để trao đổi những ý kiến riêng của mình, để tiếp nhận những trào lưu tư tưởng của thế giới. Đối với những ký giả làm việc ở các tòa soạn báo, những nhà văn, nhà thơ, nghệ sĩ, họa sĩ... thì quán cà phê như một diễn đàn để họ bày tỏ những ý tưởng sáng tác, trao đổi những kiến thức lý luận và thực tiễn về các trào lưu nghệ thuật; đồng thời là nơi họ lấy cảm hứng sáng tác, hình thành các tác phẩm của mình.

Có thể thấy rằng, dù ở đâu, cà phê cũng được sử dụng bởi hai mục đích: thỏa mãn nhu cầu vật chất về một thứ đồ uống giải khát, gây hưng phấn cho hệ thần kinh, và tạo ra không gian giao tiếp để con người có thể thực hiện việc thỏa mãn các nhu cầu xã hội của họ. Do khả năng tạo dựng được những không gian để con người có thể thực hiện những giao lưu trực tiếp mà cà phê đã được coi như là một phương tiện của sự giao tiếp xã hội (chứ chưa thực sự là một phương tiện giao tiếp).

Khác với những phương tiện giao tiếp cơ bản được sử dụng trong mọi xã hội là ngôn ngữ và những hành vi, cử chỉ (phi ngôn ngữ), cà phê không phải là yếu tố để con người có thể bộc lộ thái độ, tình cảm, trạng thái tâm lý với một người khác. Song, nhờ có cà phê mà con người, nhất là những con người sống ở các xã hội hiện đại, mới có được khoảng thời gian bên nhau tâm tình, trò chuyện. Mỗi quan hệ giữa người với người từ đó được củng cố hoặc được thiết lập. Cũng nhờ những ly cà phê mà nhiều người, cho dù trước đó chưa hề quen biết nhau, đã trở nên thân thiện, gần bó và có thể hợp tác với nhau. Đã có không ít các cuộc giao dịch, thương thuyết, đàm phán thành công, nhờ những đồng cảm có được từ ly cà phê sánh đặc, ấm nóng. Cũng chẳng ít những hợp đồng kinh tế có giá trị được ký kết trong không khí thơm nồng của cà phê. Cà phê không trực tiếp giải tỏa những căng thẳng và mệt mỏi của con người, nhưng hương vị quyến rũ của nó hòa quyện trong một không gian rất đặc biệt mà nó gián tiếp tạo ra, lại khiến người ta có thể tĩnh tâm, thư giãn, tạm thoát ra khỏi những ồn ào, xô bồ của cuộc sống thường nhật, bước vào một không gian khác thực, bỗng bẽnh với những mơ ước và dự định. Bản thân cà phê, rõ ràng không phải là một phương tiện truyền thông, nhưng không gian cà phê lại mang đến cho con người những thông tin thú vị, vô số kiến thức bổ ích. Đặc biệt, với sự phong phú và đa dạng của các loại nguyên liệu cà phê, cùng với sự kết hợp của đủ loại phong cách, nghệ thuật pha chế, cà phê không những đáp ứng được mọi sở thích đa dạng cho người thưởng thức chúng mà còn là một động lực thúc đẩy trợ giúp con người tạo dựng nhiều kiểu loại không gian cà phê khác nhau, thỏa mãn

những nhu cầu giao tiếp cho nhiều nhóm xã hội khác nhau. Không phải ngẫu nhiên mà ngày nay, quán cà phê đã trở thành điểm hẹn của các cặp trai gái muốn tìm hiểu nhau, điểm hẹn của những doanh nhân thành đạt; nơi gặp gỡ của các nhân viên văn phòng; nơi tụ hội của giới sinh viên; gặp gỡ của những người yêu thích nhạc Trịnh, thích nhạc cổ điển, hoặc một dòng nhạc nào đó... Cũng chẳng phải bỗng dưng mà những quán cà phê sách, cà phê hội họa, cà phê vườn, cà phê ảnh... lại mọc lên, ngày càng nhiều. Thực tế, mỗi hàng quán cà phê thường bao giờ cũng nhằm vào một loại nhóm đối tượng khách nhất định, mà nghệ thuật pha chế và không gian cà phê tương ứng chính là “thông điệp”, để những người có cùng tâm trạng, cùng sở thích, cùng địa vị xã hội... tìm đến nhau, tụ họp với nhau trong mỗi quan tâm chung, hoặc cùng đồng cảm bởi chung sở thích.

Như vậy, mặc dù không phải là công cụ để con người thể hiện thái độ, tình cảm, tâm lý với đối tượng giao tiếp; cũng không phải là phương tiện để thỏa mãn được tất cả các nhu cầu xã hội của con người (một cách trực tiếp), song, cà phê lại là ý tưởng, là phương tiện của sự hình thành các không gian giao tiếp – tạo điều kiện để con người tìm đến với nhau, bộc lộ mối quan hệ giữa họ với nhau, đồng thời cùng nhau thỏa mãn những nhu cầu xã hội. Nói cách khác, cà phê chính là phương tiện để hình thành những phương tiện giao tiếp xã hội, đó là *không gian cà phê*. Vì lý do này, cà phê đã được coi là phương tiện trung gian của sự giao tiếp xã hội.

Với tư cách là phương tiện của sự giao tiếp xã hội, cũng như mọi phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ, không gian cà phê chịu ảnh hưởng rất lớn của các yếu tố văn hóa, cũng như những đặc điểm về phong tục, tập quán của xã hội. Và vì vậy, cà phê còn có thể được coi như một phương tiện trung gian của những giao lưu văn hóa (thực tế không gian cà phê được tạo dựng bởi tổng thể các yếu tố như: nghệ thuật pha chế, cảnh quan bài trí, bàn ghế, cốc tách, màu sắc trang trí chủ đạo, phong cách phục vụ... trong đó, nghệ thuật pha chế hay “gu cà phê” thường là yếu tố quyết định đến toàn bộ kiến trúc không gian cà phê).

Cũng cần nói thêm rằng, ở bất cứ xã hội nào, dù cổ sơ hay hiện đại, giao lưu, giao tiếp trực tiếp giữa con người với nhau bao giờ cũng có vai trò vô cùng quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi xã hội. Mặc khác, với tư cách là một sinh vật xã hội, con người bao giờ cũng rất cần phải hợp tác với người khác, và con người cũng có thiên hướng hợp tác với người khác. Các nhà nghiên cứu xã hội học cho thấy, ở các xã hội hiện đại, khi con người ngày càng khẳng định “cái tôi” và cá tính của mình, thì họ càng cảm

thấy cô đơn, và càng có nhu cầu giao tiếp, giao lưu trực tiếp với người khác, càng có nhu cầu tìm sự bù đắp ở cộng đồng. Trong bối cảnh ấy, cà phê chính là cứu cánh để họ tìm đến cộng đồng, giao lưu trực tiếp với mọi người. Ngày nay, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, cùng sự ra đời của nhiều phát minh, sáng chế, cũng như đủ các loại phương tiện hiện đại, có khả năng giúp con người thỏa mãn mọi nhu cầu thông tin, giải trí và thậm chí là cả nhu cầu tình cảm. Nhưng, dù những hệ thống, những phương tiện ấy có hiện đại đến đâu, thì chúng cũng không thể thay thế, và cũng không thể xóa bỏ được hệ thống giao lưu trực tiếp giữa con người với con người bởi giao lưu trực tiếp giữa con người với nhau luôn là nhu cầu bức thiết của mọi con người ở mọi xã hội, mọi thời đại.

Với tư cách là thứ đồ uống khơi nguồn cho những sáng tạo, đồng thời là phương tiện trung gian của sự giao tiếp giữa con người với con người, trong tương lai, vị thế của cà phê đối với sự phát triển của nhân loại sẽ ngày càng được khẳng định chắc chắn hơn bởi xã hội hiện đại không phải là xã hội vô tổ chức, giải thể cá nhân, cũng không phải là xã hội thoát ra ngoài những kiểm soát của các nhóm cơ bản, nên rất cần những mạng lưới giao tiếp trực tiếp, mà cà phê là động lực thiết lập.

T.B.M