

# **Estetik i kafévärlden**

*– om vackra och fula kaféer*



© Tegumman

## Estetik i kafévärlden – om vackra och fula kaféer

Det franska ordet café dyker upp i Sverige kring 1830-talet och femtio år senare fanns det ungefär sexhundra stycken kaféer etablerade i huvudstaden. Samhällets sociala struktur avspeglas många gånger i kaféerna. Ett kafé kunde innebära en miljö som var enkel och handhöll billigt kaffe men det kunde lika väl vara ett elegant kafé med välklädda besökare. För kvinnor ansågs det inte passande att besöka en restaurang utan manligt sällskap men konditorierna blev kvinnornas mötesplats, deras "egna" sociala rum. Kvinnorna behöll sin särställning bland kakor och bakelser även om det kom fler män. Detta höll i sig fram till 1960-talet. Studenter och tonåringar var en annan grupp som tilltalades av kafévärlden. Begreppet "att gå på kondis" skapades. På kaféerna spelades musik på jukeboxar. När så sextio- och sjuttio-talet kom tog TV:n över mycket och kafévärlden krympte. När vi så kommer in på 80-talet vänder den vikande trenden och nya kaféer etablerade sig runt om i vårt land. Elgklou talar till och med om "en viss renässans för den gamla kaffekulturen...".

Fler och fler kaféer dyker nu upp i våra städer. En del förhållandevis lika varandra till utseendet andra helt olika. Jag funderar över vad det är som gör att vi föredrar vissa kaféer framför andra? Är det en fråga om smak, ålder, personlighet eller något annat och finns det egentligen vackra och fula kaféer?

Paulsen menar att vi måste ha en förmåga till estetisk upplevelse, vilket handlar om njutning och glädje. Vidare anser hon att vi redan som barn måste få hjälp att öva oss på att värdesätta kvalitet. Detta kan göras via omgivningar, som är bra för våra känslor. Jag funderar på om vi inte hela livet faktiskt övar oss i att värdesätta kvalitet. Hur är det då i kafévärlden? Är det en bra plats för våra känslor? Vad är det för konst eller attiraljer som sitter på väggarna? Är det en behaglig ljudnivå? Luktas det bra? Är stolen jag sitter på skön? Har bordet en bra höjd? Tilltalar miljön mitt estetiska sinne?

För att överhuvudtaget börja ställa sig alla dessa frågor, bör vi först titta närmare på vad en estetisk upplevelse egentligen är. Man kan beskriva det som en upplevelse, som kommer till stånd genom våra sinnesintryck. De intryck vi då får ger upphov till olika känslolimpulser. Vi kan bli exempelvis lyckliga, glada, lugna, rädda eller arga. Vi befinner oss i ett tillstånd av "här och nu", absorberade av betraktandet. Det finns inga tankar som hänger ihop med nyttan av det hela, kostnader och liknande. Vad vi gör är att vi känner och förnimmer. Den estetiska upplevelsen kan inneha olika sorters djup. Det kan vara från en liten god känsla till sorg och vrede.

Paulsen skriver "vi måste också kunna se de estetiska upplevelsorna i samband med den rationella tanken och förnuftet". Annars finns det en risk menar Paulsen, att estetiken blir känslösam och sentimental och vi förlorar kontakten med marken vi står på. Vi människor är en helhet och som människor upplever vi både genom tankar och känslor.

Vi har dessutom en förmåga att "öppna upp" och bli mera uppmärksammande och reflekterande när det gäller våra upplevelser.

Österlin framhåller, att människor tycker olika och det är inte speciellt ofta som samtliga människor anser att en produkt är utformad på ett perfekt sätt. Av den anledningen anser han att det är viktigt att fokusera på en viss målgrupp. Behov som bland annat måste tillfredsställas är exempelvis sociala kontakter och självförverkliganden. Österlin menar att skapelsen och verket talar till användaren. Kommunikationen sker via utseende, form och yta men även via sinnena - hörsel, smak och känsel. Via produkten kan identitet, karaktär och funktion uttryckas. Budskap till användaren kan också skickas med hjälp av färger. Människan har dessutom en förmåga att särskilja ett stort antal olika färger. Att smaken är olika är ofta en för snabb slutsats enligt Paulsson som författat *Vackrare vardagsvaror*. Istället bör man fundera ett steg till och begrunda över varför exempelvis en person vill ha prakt medan den andre vill ha enkelhet. Dessutom bör man fundera över vad begreppen innebär för respektive person. Politik, ekonomi och sociala förhållanden är fenomen som har betydelse för smaken, därför är tidevarvens smak olika.

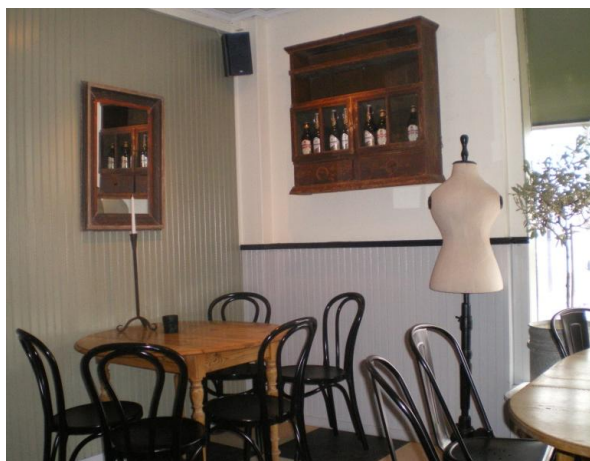
Estetikern Rader radade på 30-talet upp olika teorier förknippade med vad som är vackert och skönt. Den ena var förknippad med det som vi åsyftar till idag, när vi säger att "skönheten sitter i betraktarens ögon". Han var även av den åsikten att våra värderingar är subjektiva men att våra värderingar delas av den klass eller grupp som vi "tillhör" och att människan har relativt gemensamma värderingsnormer på grund av vår fysiska och psykiska konstitution. Hård of Segerstad skriver i sin bok att utveckling av vår smak är viktig och yttrar det i följande ord "Varje generation måste på nytt gå till storms mot accepterade smakvärderingar och kämpa sig till nya positioner för att i sin tur obönhörligt detroniseras av nästa eller följande generationer". Det är av den anledningen som vi därför ibland kan känna behov av "dålig smak" menar densamme.

En som omnämns ofta när man läser om design, speciellt när det handlar om skönhet, är Ellen Key. Hon var mycket inspirerad av akvareller gjorda av Carl Larsson. Målningar som föreställde Sundbornhemmet. Dessa använde hon för att förklara och förmedla vad hon avsåg var vardagsskönhet i hemmen. Det handlade om stolar, bord och sängar, ändamålsenliga och enkla möbler. De fyllde en funktion och var dessutom gjorda av ek, björk och furu, så kallade "ärliga material". Hem med vackra former och färger skulle enligt Key göra människorna både lyckligare och mer harmoniska. Norman hävdar att vi idag har bevis för att ting som är behagliga fungerar bättre och dessutom skapar resultat som är mera harmoniska. En produkt måste enligt Norman fungera bra, vara ändamålsenlig och hanterbar samt vara lätt att förstå för att verkligen vara vacker och behaglig.

Tidningen Vi i villa gjorde 2007 en undersökning där 2800 villaägare deltog om vad som kännetecknar god respektive dålig smak. Till bra smak hörde exempelvis äkta persiska mattor, fondtapet, PH-lampor, Josef Franks mönstrade textilier, ekbord och Bruno Mathsson möbler. Dålig smak ansågs vara takfläkt, möbler i skinnimitation, spegelvägg, saloondörrar, porslinsfigurer, heltäckningsmattor och spetsgardiner. Det som var intressant med undersökningen var att det som ansågs vara god smak varierade över landet. I Skåne var möbler av skinnimitation mer accepterat och i Stockholm var heltäckningsmatta litet trendigt konstaterar tidningen. Skulle resultatet sett annorlunda ut, om undersökningen även hade omfattat de som hyr lägenheter och de som bor i bostadsrätter? Ännu intressantare hade det kanske varit att se på det hela ur ett genusperspektiv.

På de kommande sidorna reflekterar jag över estetik, kopplat till vad som är vackert och fullt i kafévärlden. Fyra olika typer av kaféer kopplas till diskussionen.

**Kafé 1** – Tant Gröns Café, Västervik



**Kafé 2** – Espresso House, Linköping



**Kafé 3** – Hemköps Coffeebar, Linköping



**Kafé 4** – Ragnar Dahlbergs café, Linköping



### **Diskussion, reflektion och begrundande:**

Utifrån mina ovanstående kafébesök vill jag nu diskutera kafévärldens estetik. I min "lilla" undersökning fann jag när jag var runt och tittade, att det faktiskt finns åtskilliga stilar. Ibland är dessa mera tydliga, ibland inte. När man tittar närmare på kaféerna finner man ofta föremål och detaljer som är helt lika eller påminner om sådant som varit modernt tidigare i historien. Skulle detta kunna ha betydelse? Jag tror att det kan ha betydelse för den äldre generationen som känner igen dessa. Ett igenkännande kan ha både en negativ och en positiv effekt. Har en person tidigare varit mycket förtjust i exempelvis en viss fåtölj och sen kommer in och ser dessa i ett kafé skulle detta kanske ha den inverkan att personen tycker att platsen är vacker. Motsatsen bör även kunna gälla. "*Nostalgikänslor*" skulle också kunna vara en bidragande faktor när det gäller att klassa något som fult eller vackert. Personen kanske rent av tycker att just den fåtöljen var så gräslig när denne var yngre men flera år senare väcker den upp känslor av nostalgi. Dessa känslor skulle nu kunna påverkas i en positiv riktning så att denne finner fåtöljen vacker. När jag har försökt att lite snabbt och enkelt analysera stilarna i olika kaféer har jag funnit att flera ting kan kopplas till äldre tidsepoker. Det är därför troligt, anser jag, att en del kaféer kan framkalla just *nostalgikänslor*.

En annan känsla som jag har kommit i kontakt med är den jag kallar för "*vanekänslan*". Den handlar om att man helt enkelt vänjer sig vid en sak, som man vid första intrycket kanske finner ganska så frånstötande. På grund av vanan neutraliseras känslan och kan sedan till och med övergå till en känsla av gillande. Detta handlar alltså *inte* om en påverkan som hänger ihop med modevärlden på något sätt, utan mera att tid spenderas med föremålet. Jag har flera gånger varit med om detta när jag har suttit på kaféer och fikar. Från början har jag inte varit speciellt förtjust i platsen men efter ett tag när jag har suttit där och verkligen observerat miljön har jag funnit att mina känslor har förändrats. Flertalet gånger har det resulterat i en positiv och bra känsla. Att en person kategoriserar ett kafé som fult eller vackert tror jag även har sin grund i den atmosfär som skapas av *sociala kontakter*. Dels personalen som arbetar där samt de människor som befinner sig på platsen. Ibland är det människorna på kaféet, som borgar för en trevlig atmosfär.

Jag är av den uppfattningen att föremål kan vara vackra utan att ha någon som helst given funktion eller ändamål, vilket avviker från Normans åsikt. Skulle man däremot helt hålla med Norman om att en produkt måste fungera bra, vara ändamålsenlig och hanterbar samt vara lätt att förstå för att verkligen vara vacker och behaglig, så blir det mesta i kafévärlden behagligt anser jag. En stol fyller definitivt en funktion, fungerar bra, är ändamålsenlig, hanterbar och ja, alla förstår hur den ska användas. Enligt Normans resonemang är den då vacker. Undantaget skulle kunna vara den stol som Carl Bergsten skapade 1906 för Strömsholmens kafé i Norrköping. Den lär ha haft en båge på baksidan som servitriser och kypare ideligen snubblade över.

Med andra ord *inte* en vacker stol enligt Normans resonemang. Tittar vi vidare på kafévärldens inredning och design kan mycket i mina ögon klassificeras som vackert utifrån Normans tänkande.

En fråga som jag ställer mig, handlar om hur stor inverkan *den egna personligheten* har vid val av kafé. Kan det vara så, att om jag är en person som gillar fart och fläkt så föredrar jag kaféer som utstrålar energi, kraft och fart? Om jag tycker mer om den typen av kaféer, är det då synonymt med att jag tycker att dessa är vackra? Är jag en som mera föredrar att det är rofyllt, lugnt och nedtonat så väljer jag kanske en annan typ av kafé som skapar detta. Personligen tror jag att personligheten har en viss roll för valet och jag tror inte heller att det är omöjligt att detta även har betydelse för det estetiska perspektivet. Vad baserar jag det på? Jag tänker mig att miljöer som harmoniserar med individens personlighet ger en känsla av trygghet, vilket är ett grundläggande behov hos människan. Om jag känner mig trygg, så mår jag bra. Jag tror därför att chansen är större att man som person då även ser miljön som mera vacker. Det skulle också kunna vara så att man går till ett kafé för att få dessa kvaliteter för att man egentligen inte har dessa själv. Att man liksom "tankar upp sig själv". Vad jag menar är att en person som egentligen är lugn men som av en eller annan anledning behöver energi, väljer ett ställe som ger detta. Jag har även träffat personer (inklusive mig själv) som anser att något är vackert med sedan i samma andetag uttryckt "... men det är inte riktigt min stil". Jag lämnar härmed personlighetens påverkan och växlar över till humörets effekt vid kaféval. Hur spelar det in? Om jag exempelvis är stressad och har bråttom väljer jag då en annan typ av kafé? Ett kafé som kanske *inte* inbjuder till långa "sittningar". Där det inte är lika centralt att stolarna är sköna att "sitta och hänga på". Där lokalens utsmyckning att vila ögonen på inte alls är lika viktig. Utan jag kan snabbt få mitt te eller vad det nu är jag vill ha, slå mig ner och lika fort försvinna därifrån. För mig skulle ett sådant kafé kunna vara Kafé 3. Det kaféet fyller mera en funktion och blir praktiskt med tanke på mitt just då "stressiga jag". Blir det då vackert? Enligt Norman ja. Resonemanget om personlighet är inte alltid ett medvetet val, utan många gånger tror jag att det omedvetna spelar en viss roll i sammanhanget.

Man skulle också kunna fundera på vad kontexten har för betydelse när det gäller vackert respektive fult. Kan det vara så, att ett föremål blir vackert i rätt sammanhang? Exempelvis ser stolarna i Kafé 4 vackra ut och de passar bra ihop med övrigt möblemang. Flyttar man stolarna till Kafé 3, ser de genast malplacerade ut och blir nästan fula i mina ögon. Likaså om man flyttar provdockan i Kafé 1 till Kafé 2. Det skulle också kunna vara så, att ett föremål medvetet kan placeras fel för att skapa nyfikenhet, väcka upp känslor och/eller provocera. Detta skulle kunna påverka hur man känner inför föremålet och inredningen i sig, tror jag.

Ting och föremål kan även få diverse lovord, priser och utmärkelser. Hur påverkar det vår syn på dessa? Blir det finare när de har uppmärksammats för sin design? Här kommer jag osökt in på det som är omöjligt att undvika när man diskuterar vackert eller fult – Mode.

Vad är modernt just nu? Vad är "ute"? Vad säger folk? Vad skriver tidningarna om? Vad ser vi på TV? Jag är helt övertygad om att detta har en otroligt stor påverkan oavsett om vi vill det eller ej och oavsett om vi är medvetna om det eller inte. Vi blir påverkade. Lovord, priser och utmärkelser upplyser oss bara ännu mera om vad som är "godkänt" och vad som ska anses vara god smak.

Det är inte bara kunderna som väljer kafé, utan även kaféerna som väljer sina kunder. Genom sin design och inredning "drar" man till sig en viss "sorts" människor och indirekt "sorterar" man bort andra. Av den anledningen finns det också många olika kaféstilar och säkerligen är det så att det finns vissa kaféer som somliga människor inte skulle vilja besöka av diverse anledningar. Jag antar att dessa kaféer lätt kan få en slags fulhetsstämpel över sig. Samtidigt tänker jag på det som Österlin skriver, att människor tycker olika och att det av den anledningen är viktigt att fokusera på en viss målgrupp. Om man utgår från Österlin skulle det i så fall vara helt naturligt att kaféerna "lockar" till sig olika kundgrupper.

Som ni säkert redan uppfattat, så har jag inte kunnat ge något bra och uttömmande svar om det verkligen finns kaféer som kan sägas vara vackra eller fula. Istället har jag kanske skapat ännu mera frågor kring ämnet. Frågor om hur vi människor påverkas och vad vi tycker om den inredning och design som finns omkring oss när vi sitter där med vår te- eller kaffekopp mumsande på en utsökt bakelse. Det kanske är så att vi faktiskt behöver lite olika typer av kaféer, som kan uppfylla de behov vi har för stunden. Så med andra ord - det finns ett café för mig och ett för dig. Det handlar inte om vad som är vacker eller fult i mina eller dina ögon, utan mera vad som ger oss en estetisk upplevelse.

## Referenser

Elgklou, L. (1993) *Kaffeboken*. Höganäs: Förlags AB Wiken.

Hård af Segerstad, U. (1957) *Tingen och vi*. Stockholm: Nordisk Rotogravyr.

Paulsen, B. (1996) *Estetik i förskolan*. Lund: Studentlitteratur.

Paulsen, G. (1919) *Vackrare vardagsvara*. Stockholm: Svenska slöjdföreningen.

Österlin, K. (2003) *Design i fokus för produktutveckling – varför saker ser ut som de gör*. Malmö: Liber.

## Artikel

Norman, D. (2002) *Emotion & Design. Attractive things work better*. Interactions, 4, s 36-42.

## Internet

<http://www.viivilla.se/PressmeddelandeVillapanelen/Pressmeddelande-Landets-villaagare-om-bra-och-dalig-inredningssmak.aspx> (2010-07-22, kl. 08.44)