

نیم رخ شہر

دکتر نعمت اللہ فاضلی

کافی شاپ و زندگی شہری

چاپ دوم



کافی شاپ
و زندگی شهری

به نام خداوند گردون سپهر
خداوند ماه و ناهید و مهر

سرشناسه : فاضلی، نعمت‌الله، ۱۳۴۳-
عنوان و نام پدیدآور : کافی‌شاپ و زندگی شهری / نویسنده: نعمت‌الله فاضلی؛ زیر نظر علی‌اصغر محکی؛ مشاور:
حسن عماری.
مشخصات نشر : تهران: تیسرا، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری : ۷۱ ص؛ مصور؛ ۲۱×۱۴/۵
فروست : نگاشت شهر ۱۴؛ شهروندی ۸.
شابک : ۵۰۰۰۰ ریال؛ 978-600-92975-7-3
وضعیت فهرست‌نویسی : قیپا
یادداشت : کتابنامه؛ همچنین به صورت زیرنویس
موضوع : کافی‌شاپ - جنبه‌های اجتماعی
شناسه افزوده : محکی، علی‌اصغر، ۱۳۴۲- ؛ ناظر
شناسه افزوده : عماری، حسن، ۱۳۵۷- ؛ مشاور و ویراستار علمی
شناسه افزوده : طلایی، مازیار، ۱۳۵۳-
شناسه افزوده : کاکویی، فاطمه، ۱۳۶۱-
شناسه افزوده : بهلول، محمدرضا، ۱۳۵۳-
رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۰ ک ۲ ۸ ط ۹۴۵ TX
رده‌بندی دیویی : ۶۴۷/۹۵
شماره کتابشناسی ملی : ۲۷۱۱۸۴۴

چاپ دوم

کافی شاپ

و زندگی شهری

دکتر نعمت الله فاضلی



انتشارات نسا

کافی‌شاپ و زندگی شهری
مطالعات شهری؛ نیم‌رخ شهر
نویسنده: دکتر نعمت‌الله فاضلی
ناظران علمی: دکتر حسن عماری، احمد شاهانی
مدیر تولید: سید محمدرضا بهلول
کارشناسان داخلی: مازیار طلایی، فاطمه کاکویی
چاپ اول: بهار ۱۳۹۲، چاپ دوم: بهار ۱۳۹۳، شماره نشر: ۷
ویراستار: سمیه سیاه‌پشت، صفحه‌آرا: سبیده امری
لیتوگرافی: کارآ، چاپ: دالاهو، صحافی: فرانگر، ناظر فنی چاپ: مصطفی شریفی
تعداد: ۱۰۰۰ نسخه، قیمت: ۵۰۰۰ تومان، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۹۷۵-۷-۳
همه حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است، استفاده از مطالب با ذکر منبع بلااشکال است

انتشارات تیسسا
تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، کوچه دیلمان، پلاک ۶، واحد ۳، تلفن: ۳۳۹۹۹۴۲۳، ۳۳۹۹۲۴۷۰
www.teesa.ir iteesa@mail.com

فهرست

پیشگفتار.....	۱۰
مقدمه.....	۱۲
کافی‌شاپ‌ها به مثابه مسئله فرهنگ و اهمیت آن.....	۱۸
کافی‌شاپ و مطالعات فرهنگی.....	۲۵
ویژگی‌ها و کارکردهای کافی‌شاپ‌ها.....	۲۷
۱. شهری بودن.....	۲۷
۲. کافی‌شاپ و طبقه متوسط شهری جدید.....	۲۹
۳. کافی‌شاپ و تجربه مدرنیته.....	۳۰
۴. کافی‌شاپ و سیاست.....	۳۵
۵. کافی‌شاپ و فرهنگ جوانی.....	۳۷
۶. کافی‌شاپ، آموزش عالی و تحصیل‌کردگان.....	۴۳
۷. کافی‌شاپ و جهانی شدن.....	۴۵
۸. کافی‌شاپ و رسانه‌ها.....	۴۸
۹. کافی‌شاپ و زندگی روزمره.....	۵۱

فهرست ۹

تجربه‌های کافه‌نشینان ۵۹

نتیجه‌گیری: کافی‌شاپ و آینده ۶۵

منابع و مأخذ ۶۹

پیشگفتار

می‌دانیم که شهر و زندگی شهری محدود به ساختمان‌ها و سازه‌های شهری نمی‌شود؛ بلکه مهم‌تر از آن، مردم هستند که به شهر، روح زندگی و هویت می‌بخشند. در توسعه پایدار شهری، شهروندان بازیگران مهم عرصه شهری شناخته می‌شوند؛ از این رو داشتن شناخت درست و صحیح از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای آنان همواره مورد توجه پژوهشگران و مراکز مطالعاتی بوده و هست. همسو با این روند، اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران نیز چندین سال است که به گونه‌ای پیوسته و هدفمند به واکاوی موضوعات و پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی شهر تهران توجه دارد. نتیجه اینکه، امروزه با انبوهی از تحقیقات و مطالعات گسترده و متنوع در حوزه مطالعات شهری روبه‌رو هستیم.

با توجه به چنین غنای مطالعاتی، تمرکز مجدد بر این یافته‌ها و انجام تحلیل‌های ثانویه آنها می‌تواند ضمن صرفه‌جویی در وقت و هزینه، شناخت درست و جامع‌تری را به مدیریت شهری ارائه کند. در واقع، فراتحلیل، بخش اجتناب‌ناپذیر مطالعات اجتماعی است. با چنین نگرشی پایگاه داده‌های اجتماعی شهرداری در سال جاری انتشار

مجموعه مجلداتی را با عنوان نیمرخ شهر در دستور کار خود قرار داده که بازخورد این اقدام با استقبال مراکز و اساتید دانشگاهی روبه‌رو شده است. امید است که این اقدامات بتواند در حوزه مدیریت شهری تأثیرگذار بوده و به افزایش کیفیت زندگی شهروندان تهرانی منجر شود.

دکتر علی اصغر محکی

منابع و مأخذ

- ❖ مید، مارگارت (۱۳۸۵)، فرهنگ و تعهد (پژوهشی درباره شکاف نسل‌ها)، شیراز: انتشارات نوید.
- ❖ بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۸)، درسی درباره درس، مترجم: ناصر فکوهی، تهران: نشر نی.
- ❖ فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۰)، مردم‌نگاری سفر: توصیفی انسان‌شناختی از فرهنگ و جامعه امروز غرب، تهران: نشر آراسته.
- ❖ فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۰)، فرهنگ و قدرت: آشنایی با مطالعات فرهنگی، در دست انتشار.
- ❖ سیوری، راجر (۱۳۶۳)، ایران عصر صفوی، مترجم: احمد صبوری، تهران: کتاب تهران.
- ❖ اتحادیه، منصوره (۱۳۷۷)، اینجا تهران است، تهران: نشر تاریخ ایران.
- ❖ کلنر، داگلاس (۱۹۹۵)، مطالعات فرهنگی، چند فرهنگ‌گرایی و فرهنگ رسانه‌ای، مترجم: میرحسین آذری، انتشار یافته در وب سایت مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری.
- ❖ <http://www.hccmr.com/news-689.aspx>
- ❖ ذکایی، سعید (۱۳۸۶)، فرهنگ مطالعات جوانان. تهران: نشر آگه.
- ❖ تقی‌آزاد ارمکی و وحید شالچی (۱۳۸۴) «جوانان مسجد و جوانان کافی‌شاپ: دو سبک زندگی»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۴، دوره دوم، پاییز و زمستان.
- ❖ Williams, R. (1958), *Culture and Society 1780-1950*, Columbia University

Press.

- ❖ <http://www.hccmr.com/news-689.aspx>
- ❖ [http://sadafcofeeshop.com/index.php?option=com_content & task=view&id=288&Itemid=4](http://sadafcofeeshop.com/index.php?option=com_content&task=view&id=288&Itemid=4)
- ❖ http://www.shogh.comnew_page_481.htm
- ❖ <http://tavakkol23.mihanblog.com/post/42>
- ❖ <http://www.sociallib.blogfa.com/author-lila.aspx>

تهیه کتاب با یکی از روش‌های زیر امکان‌پذیر است:

مراجعه به سایت انتشارات تيسا و خرید کتاب با ۱۰ درصد تخفیف

www.teesa.ir

نشانی:

مراجعه حضوری یا سفارش تلفنی:

۰۲۱-۳۳۹۹۹۴۲۳، ۰۲۱-۳۳۹۹۲۴۷۰

نشانی: تهران، بهارستان، ظهیرالاسلام، دیلمان، پلاک ۶، واحد ۳

مراجعه به مراکز پخش:

بخش ققنوس: میدان انقلاب، خیابان منیری جاوید، کوچه مبین، شماره ۲۳۳ ۰۲۱-۶۶۴۶۰۰۹۹

فروشگاه کتاب اختران: خیابان انقلاب، بازارچه کتاب ۰۲۱-۶۶۴۱۱۴۲۹



انتشارات تيسا

ناشر تخصصی علوم انسانی، علوم شهری و جامعه‌شناسی

- تهران، بهارستان، ظهیرالاسلام، دیلمان، پلاک ۶، واحد ۳
- شماره‌های تماس: ۰۲۱-۳۳۹۹۲۴۷۰ و ۰۲۱-۳۳۹۹۹۴۲۳
- www.teesa.ir • itesa@mail.com



مسلماً مردم برای نوشیدن یک فنجان قهوه به کافی‌شاپ نمی‌روند. اگر چنین بود، می‌توانستند قهوه را در منزل خود با قیمت ارزان‌تر، در کمال آرامش، در حال گوش دادن به موسیقی دلخواه و در حال استراحت بر روی مبلمان راحتی یا در باغچه حیاطشان، کنار گل‌ها و زیر سایه درختان زیبا بنوشند. اما افراد کافه‌رو، ترجیح می‌دهند به کافی‌شاپ بروند؛ جایی که نوشیدن قهوه تنها بهانه‌ای است برای دست یافتن به تجربه‌هایی دیگر. آنها می‌دانند در قهوه‌خانه و کافی‌شاپ چیزی فراتر از قهوه، خوردنی و نوشیدنی وجود دارد: چیزی از جنس معنا، احساس، تجربه و فرهنگ. می‌توان تمام اینها را در عبارت ساده و کوتاه «فرهنگ کافی‌شاپ» خلاصه کرد.

