

چکیده

کافه‌های خیابانی به عنوان فضاهای اجتماعی - اقتصادی در شهرهای ایران به تدریج ظهور یافته‌اند و دارای پتانسیل قابل توجهی برای ارتقای کیفیت فضاهای عمومی هستند. با این حال، گسترش این فضاها غالباً بدون برنامه‌ریزی دقیق و هماهنگی با ساختار کالبدی - اجتماعی شهر رخ داده است. هدف این پژوهش، بررسی ارتباط حضور کافه‌های خیابانی با ابعاد مختلف کیفیت فضاهای شهری در بلوار ارم همدان است.

روش این مطالعه توصیفی - تحلیلی و کاربردی است. جامعه آماری شامل کارکنان کافه‌ها و استفاده‌کنندگان مداوم بلوار ارم - شامل افرادی که مسیر تردد روزانه یا محیط کارشان در این بلوار قرار دارد و نیز کسانی که برای فعالیت‌های ورزشی یا پیاده‌روی از آن استفاده می‌کنند - بود. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و در دسترس انجام شد و پرسشنامه‌ای با روایی محتوایی و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴ میان ۳۸۰ نفر توزیع و تکمیل شد. داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری ناپارامتریک مناسب مانند کای - اسکور و فریدمن در نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند.

نتایج نشان داد شاخص «سرزندگی و نشاط شهری» با میانگین ۳/۴۴ بالاترین مقدار را داشته و بیانگر نقش کافه‌های خیابانی در افزایش پویایی فضایی، تعاملات اجتماعی و امنیت روانی است. همچنین، شاخص‌های «اقتصاد محلی» (میانگین ۳/۴۰) و «زیبایی‌شناسی» (میانگین ۳/۳۳) عملکرد مطلوبی داشتند. در مقابل، ابعاد «پیاده‌مداری» (میانگین ۳/۰۹) و «محیط زیست شهری» (میانگین ۲/۸۸) ضعیف‌تر ارزیابی شدند و نیازمند توجه بیشتری هستند.

یافته‌ها نشان می‌دهند کافه‌های خیابانی فراتر از کارکرد فقط مصرفی می‌توانند بستری برای تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش پویایی شهری و ارتقای کیفیت زندگی فراهم کنند. نوآوری این مطالعه در ارزیابی هم‌زمان شاخص‌های اجتماعی، روان‌شناختی، زیبایی‌شناختی، اقتصادی و محیط زیستی است که تصویری جامع از نقش کافه‌های خیابانی در کیفیت فضاهای عمومی ارائه می‌دهد و می‌تواند به عنوان مرجع برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انسان‌محور در شهرهای مشابه مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی

* نویسنده مسئول: sajadzadeh@basu.ac.ir

بلوار ارم شهر همدان

فضاهای شهری

کافه‌های خیابانی

کیفیت‌بخشی



COPYRIGHTS

©2025 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.



HOW TO CITE THIS ARTICLE

Yami Marandi P. Sajadzadeh H. Analysis and evaluation of the role of street cafés in enhancing urban space quality (case study: eram boulevard, hamedan). *Urban Economics and Planning* 7(1):104-125.

DOI: [10.22034/uep.2025.545079.1705](https://doi.org/10.22034/uep.2025.545079.1705)

۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، فضاهای عمومی شهری به عنوان بستری برای تعاملات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، نقش مهمی در ارتقای کیفیت زندگی شهری ایفا کرده‌اند (Hataminejad, Yadollahnia, & Mohammadisalami, 2018; Takmil & Aminzadeh, 2024). این فضاها نه تنها امکان حضور و مشارکت شهروندان را فراهم می‌آورند، بلکه سرزندگی، حس تعلق اجتماعی و کیفیت بصری محیط را نیز تقویت می‌کنند (Takmil & Aminzadeh, 2024). کافه‌های خیابانی، به عنوان مصادیقی از فضاهای نیمه‌عمومی و «مکان‌های سوم» (third places)، بستر تعاملات غیررسمی، استراحت و تجربه جمعی را فراهم می‌آورند و می‌توانند به پویایی فضاهای شهری کمک کنند (Dibazar, Toofan, Jamali, & Valizadeh, 2021; Waxman, 2006). کیفیت فضاهای کافه‌ای به عوامل کالبدی نظیر خوانایی فضایی، نظم بصری، سهولت دسترسی، امنیت و نزدیکی به فضاهای سبز وابسته است و در صورت طراحی و مدیریت مناسب، رضایتمندی کاربران و ارتقای کیفیت محیطی را افزایش می‌دهد (Takmil & Waxman, 2006; Ghane, 2024). با وجود این ظرفیت‌ها، توسعه کافه‌های خیابانی در بسیاری از شهرهای ایران بدون برنامه‌ریزی و هماهنگی با طرح‌های جامع شهری انجام شده و پیامدهایی همچون اشغال پیاده‌رو، بی‌نظمی کالبدی و کاهش کیفیت منظر شهری ایجاد کرده است (Hataminejad et al., 2018). پژوهش حاضر با مطالعه موردی بلوار ارم همدان، نقش کافه‌های خیابانی را در ارتقای کیفیت فضاهای عمومی در هشت بُعد شامل سرزندگی شهری، کیفیت کالبدی، حس تعلق اجتماعی، تعاملات میان شهروندان، تجربه کاربری، عملکرد فضایی، انسجام محیطی و پایداری بررسی می‌کند. همچنین، با تحلیل عوامل مؤثر بر تعاملات اجتماعی و تجربه کاربری، راهبردهای طراحی، مدیریت و برنامه‌ریزی کاربرمحور را ارائه می‌دهد تا پویایی، جذابیت و کیفیت محیطی فضاهای

عمومی ارتقا یابد (Takmil & Ghane, 2024).

این مطالعه به دنبال پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- چرا برخی ابعاد مرتبط با کیفیت زندگی جمعی در فضای شهری، بیش از دیگر جنبه‌ها بر موفقیت کافه‌های خیابانی اثرگذار هستند؟
- چگونه می‌توان با بهره‌گیری از رویکردهای طراحی کاربرمحور، مدیریت هوشمند و برنامه‌ریزی شهری، تجربه کاربری مثبت و پویایی اجتماعی پیرامون کافه‌های خیابانی را ارتقا داد؟

۲. پیشینه تحقیق

کافه‌ها و فضاهای مشابه، با ایفای نقش اجتماعی و فرهنگی، فرصت‌هایی برای تعامل غیررسمی، تقویت همبستگی اجتماعی و افزایش حس تعلق فراهم می‌کنند (Rosenbaum, 2006). این فضاها سرزندگی شهری، تعاملات اجتماعی و پایداری محیطی را افزایش می‌دهند و طراحی مناسب آن‌ها عملکرد اجتماعی و تاب‌آوری شهری را ارتقا می‌دهد (Sanchez, 2018; Walker & Clark, 2018; Tsairidis, 2020; Rhodes et al., 2020; Marconi, 2019; Papageorgiou, 2020). مطالعات داخلی نیز بر اهمیت نور، دسترسی، تنوع اجتماعی و طراحی انسان‌محور در تحقق مکان سوم و ارتقای کیفیت فضاهای شهری تأکید دارند (Salari Pour & Beheshtizadeh, 2024; Hemmati et al., 2020; Mohammadi Salek et al., 2021; Mohammadi & Ghafarinasab et al., 2021). یافته‌های اخیر (Farahbakhsh Daghigh, 2023; Pereira et al., 2024; Amir et al., 2025; Noaime et al., 2024). بر طراحی کاربرمحور، کیفیت مبلمان، زیبایی‌شناسی، دسترسی‌پذیری و امنیت روانی برای ارتقای تجربه کاربری و تعاملات اجتماعی تأکید دارند و چارچوب مفهومی پژوهش حاضر را شکل می‌دهند.

جدول ۱. خلاصه پیشینه تحقیق

ردیف	شاخص مرتبط ابزار	نویسنده و منبع	سال	عنوان مقاله / کتاب	روش تحقیق	تحلیل انجام‌شده	دستاوردها / نتیجه کلیدی	جنبه نوآوری پژوهش
۱	حس تعلق، تعاملات اجتماعی	Oldenburg	۱۹۹۹	The Great Good Place	تحلیل نظری و مطالعات موردی	تحلیل مفهوم مکان سوم و کارکردهای اجتماعی	تقویت پیوندهای اجتماعی و مشارکت مدنی	نوجه به ابعاد هویتی و حس تعلق
۲	تعاملات اجتماعی، امنیت روانی، ابعاد اقتصادی	Rosenbaum	۲۰۰۶	Exploring the Social Supportive Role of Third Places in Consumers' Lives	مطالعه کیفی و مصاحبه	تحلیل نقش حمایتی اجتماعی مکان‌های سوم	حمایت اجتماعی، کاهش استرس و افزایش رفاه روانی	ادغام جنبه‌های اقتصادی و تعاملات اجتماعی
۳	زیبایی‌شناسی محیط، تجربه کاربری	Papageorgiou & Tsairidis	۲۰۲۰	The Role of Street Cafes in Enhancing Urban Streetscape and Social Interactions	تحلیلی توصیفی و میدانی	تحلیل اثر کافه‌ها بر تجربه کاربران و منظر شهری	بهبود زیبایی‌شناسی و افزایش تعاملات	تحلیل بُعد منظر شهری
۴	تجربه کاربری، تعاملات اجتماعی	Rhodes et al.	۲۰۲۰	Planning for Sustainable Open Streets in Pandemic Cities	تحلیل داده‌های شهری و مطالعات موردی	بررسی طراحی انعطاف‌پذیر خیابان‌ها و پیاده‌مداری	افزایش کیفیت تجربه فضایی و عملکرد اجتماعی	شاخص‌های قابل اندازه‌گیری
۵	تعاملات اجتماعی، حس تعلق	همتی، قبادی، همتی	۲۰۲۱	بررسی مردم‌نگارانه فرهنگ کافه‌نشینی در کافه‌های خیابان سمیه تهران	مردم‌نگاری، مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق	کنش‌های روزمره، عادات‌های فرهنگی، تعامل افراد	کافه‌ها به عنوان خرده‌فرهنگ شهری، فضای برای سبک زندگی متفاوت و تبادل فرهنگی	رویکرد چندبعدی در تحلیل کافه‌های خیابانی
۶	سرزندگی، تجربه کاربری	محمدی سالک، عسگری، فتح	۲۰۲۱	مطالعه امکان‌سنجی ظهور مکان سوم ری اولدنبورگ در معماری داخلی کافه‌ها	تحلیل تطبیقی میدانی، تحلیل محتوا	بررسی عناصر کالبدی، عملکرد کافه و جنبه‌های روان‌شناختی	شاخص‌های راحتی، بی‌تکلفی و طراحی انسان‌محور باعث افزایش حضور و تعامل کاربران	تمرکز بر کیفیت زندگی شهری
۷	تعاملات اجتماعی، حس تعلق	غفاری‌نسب، محمدتقی‌نژاد	۲۰۲۱	صرف فضا و بازتعریف زنانگی: تجربه کافه‌نشینی زنان در شیراز	تحلیل فرهنگی و جامعه‌شناختی، مصاحبه کیفی، تحلیل روایت	تحلیل تجربه زیسته زنان و مقابله با ساختارهای جنسیتی	بازتعریف هویت زنانگی و تعامل اجتماعی زنان	مطالعه موردی مشخص

ردیف	شاخص مرتبط ابزار	نویسنده و منبع	سال	عنوان مقاله / کتاب	روش تحقیق	تحلیل انجام شده	دستاوردها / نتیجه کلیدی	جنبه نوآوری پژوهش
۸	کیفیت کالبدی، تعاملات اجتماعی	قلاوند، عبداللهی، سلطانی فر، شریفی	۲۰۲۱	تحلیل و تبیین امر روزمره در فضاهای عمومی شهری مطالعه موردی: فضای کافه‌های شهر دزفول	مطالعات میدانی و تحلیل محتوایی	تحلیل رفتار کاربران، تعاملات اجتماعی و تغییرات کالبدی	بازتولید هویت و پویایی شهری، ایجاد فضاهای تعاملی و فرهنگی	ترکیب نظریه مکان سوم با طراحی محیطی
۹	تعاملات اجتماعی، ابعاد اقتصادی	Saphan, Pipitone & Perez-Garcia	۲۰۲۲	Outdoor Dining and the Transformation of Public Space in NYC	تحلیل کیفی و نظریه فضایی لوفور	بررسی گسترش رستوران‌ها و کافه‌های فضای باز	ارتقای تعاملات اجتماعی و اقتصاد محلی	تلفیق روش‌های کمی و کیفی
۱۰	سرزندگی، تعاملات اجتماعی	Fan et al.	۲۰۲۳	Diversity beyond density	داده‌های موبایل و شبکه‌های اجتماعی	تحلیل تعاملات و تنوع اجتماعی در خیابان‌ها	افزایش تعاملات میان گروه‌های اجتماعی و تنوع اجتماعی	بررسی سرزندگی شبانه
۱۱	سرزندگی، تجربه کاربری	سالاری پور، بهشتی‌زاده	۲۰۲۴	تأثیر کیفیت مکان سوم بر سرزندگی فضاهای شهری (چهارباغ عباسی)	ترکیبی (کمی و کیفی)	بررسی عناصر کالبدی و اجتماعی و تنوع حضور کاربران	افزایش تعاملات اجتماعی و کیفیت زندگی	استفاده از منابع داخلی و خارجی به‌روز
۱۲	تجربه کاربری، کیفیت کالبدی	Korkmaz	۲۰۲۴	Parklets As Public Space	مطالعه موردی	بررسی پارکلت‌ها و بازتعریف فضاهای کوچک	استفاده بهینه از فضاهای شهری کوچک	بازتعریف فضاهای کوچک
۱۳	تجربه کاربری، سرزندگی	Pereira et al.	۲۰۲۴	The Impact of Urban Design on Utilitarian and Leisure Walking	تحلیل آماری و مقایسه‌ای	تحلیل عناصر طراحی شهری و کیفیت منظر	افزایش پیاده‌روی تفریحی و کارکردی	طراحی شهری و پیاده‌روی
۱۴	حس تعلق، تعاملات اجتماعی، تجربه کاربری	Amir et al.	۲۰۲۴	Urban Public Space as Social Interaction Space (Petaling Street)	مطالعه میدانی و پرسشنامه	بررسی میلمان شهری، نورپردازی و فضای سبز	افزایش حس تعلق و تعاملات اجتماعی	الگوی بومی سازی
۱۵	سرزندگی، حس تعلق، امنیت روانی، تعاملات اجتماعی	Noaime et al.	۲۰۲۵	Sustainable cities and urban dynamics: The role of the café culture in transforming the public realm	مطالعه کیفی میدانی	تحلیل نقش اجتماعی، فرهنگی و روانی کافه‌ها	ارتقای حس مکان، امنیت روانی و تعاملات اجتماعی	کاربردپذیری در برنامه‌ریزی شهری

۳. مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش با هدف بررسی چندبعدی کافه‌های خیابانی به عنوان یکی از عوامل کلیدی در ارتقای کیفیت فضاهای شهری تدوین شده است. در سال‌های اخیر، این فضاها توجه ویژه‌ای در مطالعات شهری، طراحی محیطی و برنامه‌ریزی انسان‌محور به خود جلب کرده‌اند. کافه‌های خیابانی تنها کارکرد مصرفی ندارند، بلکه نقش‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، زیباشناختی و حتی روانی قابل توجهی ایفا می‌کنند که مستقیم در ارتقای کیفیت محیطی و سرزندگی فضای شهری مؤثر هستند (Farashkhiabani, Shahabian, & Pouyan, 2019; Rahmani & Rafiepour, 2022). در پیوند با نظریه «مکان سوم» اولدنبرگ (Oldenburg, 2013)، کافه‌های خیابانی فضاهایی میان خانه (فضای اول) و محل کار (فضای دوم) به شمار می‌آیند که در آن‌ها تعاملات چهره‌به‌چهره، گفت‌وگو، استراحت و مشارکت اجتماعی شکل می‌گیرد. این فضاها نه تنها عرصه‌هایی برای استراحت و مصرف‌اند، بلکه به عنوان عناصر اجتماعی، اقتصادی و زیباشناختی، در پویایی حیات شهری و تجربه زیسته شهروندان نقش‌آفرینی می‌کنند (Abedini & Saket Hasanlouei, 2021). از منظر طراحی، ترکیب میلمان مناسب، نورپردازی انسانی‌مقیاس و حضور گیاهان طبیعی از عناصر کلیدی در ارتقای کیفیت محیطی این فضاهاست (Gehl, 2020; Amir, Azizan, Zahari, & Asmawi, 2011). همچنین فضاهایی با گشودگی بصری و نشانه‌گذاری خوانا سبب بهبود امنیت و احساس کنترل محیطی در شهروندان می‌شوند (Rhoads, Solé-Ribalta, González, & Borge-Holthoefer, 2020). کافه‌های خیابانی در حوزه‌های عملکردی، اجتماعی، کالبدی، اقتصادی، محیطی، هویتی، پیاده‌مداری و انعطاف‌پذیری قابل بررسی‌اند. از منظر عملکردی، این فضاها زمینه‌ای برای تعاملات روزمره فراهم می‌کنند؛ مکانی برای ملاقات، گفت‌وگو، کار، تفریح و فراغت که طی شبانه‌روز فعال‌اند و

موجب افزایش سرزندگی و امنیت فضاهای شهری می‌شوند (Salari Pour & Beheshtizadeh, 2024; Dibazar, Toofan, Jamali, & Valizadeh, 2021). Rahmani & Rafiepour (۲۰۲۲) نیز تأکید دارند که این فضاها با ایجاد آرامش روانی، کاهش استرس و ترویج رفتارهای مدنی، نقشی صلح‌محور در بافت شهری ایفا می‌کنند. از منظر اجتماعی، کافه‌های خیابانی بستر مناسبی برای شکل‌گیری روابط چهره‌به‌چهره، انسجام محله‌ای و ارتقای حس تعلق به مکان‌اند. پژوهش‌های مرتاض هجری و مدیری (۲۰۱۹) و ودیازار و همکاران (۲۰۲۱) بیان می‌کنند که تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی، تابع طراحی، دسترسی‌پذیری و جو روانی فضا است؛ کافه‌های خیابانی با ارائه محیطی باز، بی‌تکلف و روزمره، این مؤلفه‌ها را تقویت می‌کنند. تحقیقات عابدینی و ساکت حسنلو (۲۰۲۱) در ارومیه نیز نشان می‌دهد این فضاها زمینه‌ساز پاتوق‌های اجتماعی و فرهنگی‌اند و در تداوم رفتارهای اجتماعی مؤثر عمل می‌کنند. فضای نیمه‌عمومی این کافه‌ها سبب شکل‌گیری گفت‌وگو، معاشرت و ارتباطات چهره‌به‌چهره میان گروه‌های اجتماعی مختلف می‌شود. حضور افراد در چنین فضاهایی نه تنها کیفیت روابط اجتماعی را ارتقا می‌دهد، بلکه با ایجاد خاطرات جمعی و تجربیات مشترک، پیوند افراد با مکان را نیز تقویت می‌کند (Rahrovi Poudeh et al., 2019). حس تعلق به مکان، حاصل پیوند عاطفی و روانی افراد با یک محیط است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند حضور مستمر در فضاهایی مانند کافه‌های خیابانی، تجربه‌های معنادار و تعاملات اجتماعی می‌توانند این حس را در شهروندان تقویت کنند (Waxman, 2006; Takmil & Aminzadeh, 2024). در واقع، مکان‌هایی که امکان تجربه‌های اجتماعی و تعامل‌های چهره‌به‌چهره را فراهم می‌کنند، بیش از پیش واجد معنا و هویت فردی و جمعی می‌شوند. کافه‌های خیابانی با عناصر بصری، میلمان شهری و طراحی مناسب می‌توانند به ارتقای کیفیت بصری و منظر

خیابان‌ها کمک کنند. استفاده از چیدمان متنوع، حضور نورپردازی مناسب و ترکیب کاربری‌های فعال در جداره‌های شهری سبب سرزندگی، امنیت روانی و جذابیت محیط می‌شود (Takmil & Ghane, 2024; Noaime et al., 2025). کافه‌های خیابانی با جذب جمعیت و گردش اقتصادی محلی، به تقویت بافت اجتماعی و افزایش فعالیت‌های تجاری محله‌ای منجر می‌شوند. حضور مستمر افراد در این فضاها، مشارکت اقتصادی را تقویت کرده و به پایداری اجتماعی در محله کمک می‌کند (Hataminejad, Yadollahnia, & Mohammadisalmanni, 2018). تحقیقات نشان می‌دهد خیابان‌هایی که میزبان فضاهای باز مانند کافه‌های خیابانی هستند، از سرزندگی بیشتری برخوردارند. این سرزندگی نه تنها به افزایش حضور مردم و کاهش عبور صرف منجر می‌شود، بلکه کیفیت زندگی شهری را نیز ارتقا می‌دهد (Rahrovi Poudeh et al., 2019; Saphan et al., 2022). در بعد کالبدی، کافه‌های خیابانی به‌ویژه در فضاهای پیاده‌محور نظیر پیاده‌راه‌ها یا گذرهای تاریخی، از کیفیت‌های بصری و ادراکی بالایی برخوردارند. تکمیل و قانع (۲۰۲۴) استفاده از مبلمان شهری مناسب، نورپردازی انسانی‌مقیاس و توجه به منظر شبانه را از عوامل مهم در جذابیت و هویت‌بخشی به این فضاها می‌دانند. همچنین، مطالعه فن و همکاران (۲۰۲۳) نشان می‌دهد فضاهای کافه‌ای با توجه به نشانه‌های بومی و فرهنگی، به افزایش خوانایی و زیبایی‌شناسی منظر شهری کمک می‌کنند. از منظر اقتصادی، کافه‌های خیابانی نقش مهمی در ارتقای اقتصاد محلی دارند. طبق مطالعات ناتومی و همکاران (۲۰۲۵)، این فضاها از طریق افزایش تردد، جذب گردشگر و رونق کسب‌وکارهای خرد، باعث پایداری اقتصادی در مقیاس محله‌ای می‌شوند. در بعد محیطی و پایداری، مطالعاتی مانند تکمیل و قانع (۲۰۲۴) و حاتمی‌نژاد و همکاران (۲۰۱۸) تأکید دارند که کافه‌های خیابانی با طراحی‌های کم‌مصرف، استفاده از مصالح پایدار و توجه به عناصر طبیعی می‌توانند در کاهش آلودگی محیطی و بهبود کیفیت زیست‌محیطی مؤثر باشند. نقش کافه‌های خیابانی در ارتقای پیاده‌مداری نیز حائز اهمیت است. پژوهش‌هایی همچون سپهان و همکاران (۲۰۲۲) و پریرا و همکاران (۲۰۲۴) نشان داده‌اند کافه‌ها با قرارگیری در مسیرهای پیاده و فضاهای شهری باز، می‌توانند تجربه حرکت و توقف را در فضا ارتقا دهند و به واسطه طراحی تعاملی، حس دعوت‌کنندگی ایجاد کنند. در حوزه هویت شهری، کافه‌های خیابانی با بازتاب فرهنگ و زندگی روزمره محلی، در ارتقای هویت مکان و تعلق اجتماعی مؤثرند (Takmil & Aminzadeh, 2024). در نهایت، از منظر انعطاف‌پذیری عملکردی، کافه‌های خیابانی توانایی

تطابق با نیازهای متنوع و متغیر کاربران را دارند. طراحی باز، قابلیت استفاده در شرایط اقلیمی مختلف و امکان ترکیب کاربری‌های فرهنگی، تفریحی و اقتصادی، آن‌ها را به عناصری چندمنظوره در فضاهای شهری تبدیل می‌کند (Korkmaz, 2024; Walker & Marconi, 2019). در جمع‌بندی، می‌توان اظهار داشت که کافه‌های خیابانی نه تنها به عنوان عناصر کالبدی و خدماتی در فضای شهری حضور دارند، بلکه به عنوان عاملی کلیدی در ایجاد فضاهای تعاملی، ارتقای کیفیت زندگی، تقویت حس تعلق به مکان و پایداری اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی شناخته می‌شوند. این ویژگی‌ها به‌ویژه در شهرهایی با بافت تاریخی و فرهنگی غنی، مانند همدان، می‌توانند نقش مؤثری در تحقق اصول شهر انسان‌محور و پویا ایفا کنند. مدل مفهومی این پژوهش با هدف تبیین سازوکار تأثیرگذاری کافه‌های خیابانی بر کیفیت فضاهای عمومی شهری طراحی شده است. در این چارچوب، کافه‌های خیابانی به عنوان عناصر فعال در فضاهای نیمه‌عمومی، نقش مؤثری در ارتقای تجربه زیست‌شهری ایفا می‌کنند. این مدل بر اساس هشت شاخص کلیدی شکل گرفته است که هر یک بُعدی از کیفیت فضاهای شهری را نمایان می‌سازد:

- «سرزندگی» از طریق حضور فعال و پویای شهروندان در فضا تقویت می‌شود؛
 - «تعاملات اجتماعی» با فراهم کردن زمینه برای ارتباط چهره‌به‌چهره و شکل‌گیری پیوندهای اجتماعی در بستر کافه‌ها معنا می‌یابد؛
 - «زیبایی‌شناسی» فضا، تحت تأثیر طراحی جذاب محیطی، مبلمان شهری و نورپردازی ارتقا می‌یابد؛
 - «احساس امنیت» با افزایش حضور افراد، نظارت طبیعی و کاهش نقاط کور تقویت می‌شود؛
 - در بُعد اقتصادی، این فضاها با حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و جذب بازدیدکنندگان به «تقویت اقتصاد محلی» کمک می‌کنند؛
 - «پیاده‌مداری» نیز از طریق تشویق به تردد پیاده، کاهش وابستگی به خودرو و ارتقای دسترسی ایمن افزایش می‌یابد؛
 - ویژگی «انعطاف‌پذیری فضایی» به قابلیت استفاده از فضا در شرایط و زمان‌های مختلف اشاره دارد؛
 - و در نهایت، «پایداری محیط زیستی» با کاهش آلودگی، استفاده بهینه از فضاهای کوچک و گسترش فضای سبز شهری، یکی از اهداف کلیدی شکل‌گیری این فضاها به‌شمار می‌رود.
- این مدل، چارچوب نظری مناسبی برای تحلیل داده‌های پژوهش و تبیین نقش کافه‌های خیابانی در ارتقای کیفیت فضاهای عمومی فراهم می‌آورد.

تعاملات اجتماعی و حس تعلق

طراحی باز و دعوت کننده (Oldenburg, ۱۹۹۹; Rosenbaum, ۲۰۰۶). چیدمان و مبلمان مناسب (Fan et al., ۲۰۲۲; Amir et al., ۲۰۲۱; Gehl, ۲۰۱۱). تنوع و حضور اجتماعی فعال (Fan et al., ۲۰۲۲; Papageorgiou & Tsairidis, ۲۰۲۰). هویت محلی و حس اصالت (Relph, ۱۹۷۶; Papageorgiou & Tsairidis, ۲۰۲۰). احساس امنیت و راحتی روانی (Jacobs, ۱۹۶۱; Noaim et al., ۲۰۲۵). پیوستگی فرهنگی (Rosenbaum, ۲۰۲۱; Clark & Sanchez, ۲۰۱۸; Korkmaz, ۲۰۲۱). تکرارپذیری و تجربه روزمره (Rosenbaum, ۲۰۲۱; Mohammadisalk et al., ۲۰۲۱).

سرزندگی و نشاط شهری

حضور مستمر مردم در فضا (Jacobs, ۱۹۶۱; Gehl, ۲۰۱۱). تنوع عملکردی (Montgomery, ۱۹۹۶; Gehl, ۲۰۱۱). فعالیتهای اختیاری و تفریحی (Oldenburg, ۱۹۹۹; Clark & Sanchez, ۲۰۱۸). دسترسی و اتصالیپذیری (Korkmaz, ۲۰۲۱; Fan et al., ۲۰۲۲). طراحی جذاب محیطی (Papageorgiou & Tsairidis, ۲۰۲۰). حضور طبیعت در فضا (Gehl, ۲۰۱۱; Korkmaz, ۲۰۲۱). تعامل اجتماعی و گفتگو (Relph, ۱۹۷۶; Noaim et al., ۲۰۲۵). احساس تعلق و هویت مکانی (Relph, ۱۹۷۶; Noaim et al., ۲۰۲۵). امنیت فضا (Jacobs, ۱۹۶۱; Rhodes et al., ۲۰۲۰). امکان تکرار تجربه و خاطره انگیزی (Mohammadisalk et al., ۲۰۲۱; Oldenburg, ۱۹۹۹).

امنیت و آرامش در فضا شهری

روشنایی کافی و مطلوب (Rhodes et al., ۲۰۲۰; Gehl, ۲۰۱۱). حضور افراد دیگر (Jacobs, ۱۹۶۱). کاربری فعال در ساعات مختلف (Montgomery, ۱۹۹۹; Clark & Sanchez, ۲۰۱۸). شفافیت و گشایش بصری فضا (Korkmaz, ۲۰۲۱; Gehl, ۲۰۱۱). مبلمان و طراحی انسانیمحور (Fan et al., ۲۰۲۲; Amir et al., ۲۰۲۱; Gehl, ۲۰۱۱). کنترل صدا و آلودگی (Noaim et al., ۲۰۲۵; Papageorgiou & Tsairidis, ۲۰۲۰). حضور پلیس محله یا مراقبان غیررسمی (Jacobs, ۱۹۶۱; Lynch, ۱۹۶۰; Oldenburg, ۱۹۹۹). نشانه گذاری محیطی (Rosenbaum, ۲۰۰۶).

زیبایشناسی و هویت بخشی به شهر

کیفیت طراحی محیطی (Gehl, ۲۰۱۱; Papageorgiou & Tsairidis, ۲۰۲۰). یکپارچگی بصری و تنوع (Montgomery, ۱۹۹۹; Fan et al., ۲۰۲۲). حفظ عناصر تاریخی و فرهنگی (Lynch, ۱۹۶۰; Hemati et al., ۲۰۲۱; Rosenbaum, ۲۰۲۱). فضاها نمایشی و خرده فرهنگ ها (Rhodes et al., ۲۰۲۰; Clark & Sanchez, ۲۰۱۸). نشانه های شهری (Lynch, ۱۹۶۰; Rhodes et al., ۲۰۲۰). حضور هنر شهری (Clark & Sanchez, ۲۰۱۸). سرزندگی فضا (Noaim et al., ۲۰۲۵; Whyte, ۱۹۸۰; Walker & Marconi, ۲۰۱۹). روایت پذیری فضا (Oldenburg, ۱۹۹۹; Ghaffari, Nasab & Mohammadtaghinasab, ۲۰۲۱).

نقش در پیادهمداری و کاهش وابستگی به خودرو

طراحی خیابانهای جذاب و دعوت کننده (Pereira et al., ۲۰۲۰; Amir et al., ۲۰۲۱). مبلمان شهری و امکانات رفاهی (Amir et al., ۲۰۲۱). طراحی انعطافپذیر و ایمن خیابانها (Rhodes et al., ۲۰۲۰). سوم فعال و بویا (Salari-Pour & Beheshtizadeh, ۲۰۲۱). حمایت از اقتصاد محلی و تعامل اجتماعی (Sapan, Pipitone & Perez Garcia, ۲۰۲۱). کاهش سرعت و محدودیت تردد خودرو (Gehl, ۲۰۱۱). دسترسی آسان و پیوسته (Oldenburg, ۱۹۹۹; Walker & Marconi, ۲۰۱۹).

انعطافپذیری و قابلیت استفاده چندمنظوره

طراحی انعطافپذیر فضاها (Rhodes et al., ۲۰۲۰; Oldenburg, ۱۹۹۹). قابلیت استفاده در شرایط مختلف (Salari-Pour & Beheshtizadeh, ۲۰۲۱). پشتیبانی از فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی متنوع (Clark & Sanchez, ۲۰۱۸; Hemati et al., ۲۰۲۱). ایجاد فضاهای چندمنظوره در مقیاس خاص (Rhodes et al., ۲۰۲۰; Walker & Marconi, ۲۰۱۹). کوچک (Korkmaz, ۲۰۲۱; Sapan, Pipitone & Perez Garcia, ۲۰۲۱). تکرارپذیری و سهولت استفاده (Mohammadi Salek et al., ۲۰۲۱).

تأثیر بر اقتصاد محلی

حمایت از کسبوکارهای کوچک و محلی (Sapan, Pipitone & Perez Garcia, ۲۰۲۱). افزایش جذب گردشگران و بازدید کنندگان (Oldenburg, ۱۹۹۹; Clark & Sanchez, ۲۰۱۸). تبدیل پیادهروها به مکانهای فعال اقتصادی (Korkmaz, ۲۰۲۱; Salari-Pour & Beheshtizadeh, ۲۰۲۱). ایجاد فرصتهای شغلی محلی (Noaim et al., ۲۰۲۵). تقویت اقتصاد محلی از طریق تقویت تعاملات اجتماعی (Clark & Sanchez, ۲۰۱۸).

تأثیر بر محیطزیست شهری

کاهش استفاده از خودرو و کاهش آلودگی هوا (Rhodes et al., ۲۰۲۰; Pereira et al., ۲۰۲۰). تقویت پایداری اجتماعی و محیطی (Walker & Marconi, ۲۰۱۹). افزایش فضاهای سبز و استفاده بهینه از فضاهای کوچک شهری (Korkmaz, ۲۰۲۱). کاهش تولید زباله و مدیریت پسماند (Noaim et al., ۲۰۲۵). افزایش زیبایشناسی محیط و تلطیف فضای شهری (Papageorgiou & Tsairidis, ۲۰۲۰).

شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش که ارتباط موضوع اصلی، متغیرهای وابسته و شاخص های پرسشنامه را نشان می دهد

۴. روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی با رویکرد کاربردی است و به بررسی تأثیر کافه های خیابانی بر کیفیت فضاهای عمومی شهری در

بلوار ارم همدان می پردازد. هدف پژوهش تحلیل چندبعدی شاخص های سرزندگی، کیفیت کالبدی، حس تعلق، تعاملات اجتماعی و تجربه کاربری و ارائه راهکارهایی برای طراحی و مدیریت

کاربرمحور است. جامعه آماری شامل دو گروه اصلی است: نخست، شهروندان و بازدیدکنندگان بلوار ارم که از فضاهای عمومی و کافه‌های خیابانی استفاده می‌کنند؛ دوم، کارشناسان و متخصصان طراحی شهری با تجربه در زمینه کیفیت فضاهای شهری و تعاملات اجتماعی (۲۰ نفر). برای گروه اول، نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام شد و تعداد نمونه نهایی ۳۸۰ نفر بود. داده‌ها طی پنجره زمانی خرداد تا مهر ۱۴۰۳ گردآوری شد و نرخ پاسخ مؤثر ۹۲ درصد بود. عدم پاسخ‌ها از طریق پیگیری حضوری مدیریت شد. برای گروه دوم، نمونه هدفمند شامل ۱۵ کارشناس بود. داده‌ها از دو منبع اصلی گردآوری شدند: مطالعات کتابخانه‌ای شامل بررسی مبانی نظری، ادبیات موضوع و تجارب بین‌المللی، و مطالعات میدانی شامل پرسشنامه کاربران و مشاهده میدانی. پرسشنامه شامل ۴۵ گویه در هشت شاخص (سرزندگی، کیفیت کالبدی، حس تعلق، تعاملات اجتماعی، تجربه کاربری، زیبایی‌شناسی، دسترسی‌پذیری و امنیت روانی) بر اساس مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (۱ = بسیار کم، ۵ = بسیار زیاد) طراحی شد. مشاهده میدانی نیز رفتارهای اجتماعی، میزان استفاده از فضا، نوع تعاملات و ارزیابی عینی کیفیت محیط را ثبت کرد.

هر شاخص پژوهش به صورت دقیق عملیاتی شد:

- سرزندگی شهری: نور، تنوع فعالیت‌ها، حضور اقشار مختلف، صدا و حرکت.
- کیفیت کالبدی: طراحی مبلمان، دسترسی‌پذیری و نظم فضایی.
- حس تعلق اجتماعی: تعامل میان کاربران و احساس امنیت روانی.
- تجربه کاربری: رضایتمندی و تکرار حضور در فضا.
- سایر شاخص‌ها نیز با گویه‌های مرتبط و قابل سنجش تعریف شدند.

برای اطمینان از روایی و پایایی ابزار، پرسشنامه در اختیار پنج استاد دانشگاه و کارشناسان طراحی شهری قرار گرفت و اصلاحات لازم اعمال شد. پایایی ابزار با آلفای کرونباخ کل ۰/۹۳ محاسبه شد و آلفای هر بعد نیز به ترتیب زیر بود: سرزندگی ۰/۸۹، کیفیت کالبدی ۰/۹۱، حس تعلق ۰/۸۸، تعاملات اجتماعی ۰/۹۰، تجربه کاربری ۰/۸۷، زیبایی‌شناسی ۰/۸۹، دسترسی‌پذیری ۰/۸۵ و امنیت روانی ۰/۸۶. تحلیل عاملی و غربال گویه‌ها با شاخص کفایت نمونه ($KMO = 0.912$) و آزمون بارتلت ($\chi^2 = 2385.67, p < 0.001$) انجام شد. تحلیل عاملی اکتشافی با روش مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس نشان داد هشت عامل شاخص‌ها را توضیح می‌دهند و گویه‌های ضعیف حذف شدند تا پایایی بهینه حاصل شود؛ جدول غربال گویه‌ها به پیوست ارائه شده است. نرمال بودن داده‌ها با آزمون Smirnov-Kolmogorov بررسی شد. نتایج نشان داد متغیرهای «سرزندگی و نشاط شهری» ($Sig = 0.009$)، «عوامل اجتماعی و حس تعلق» ($Sig = 0.001$)، «زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی» ($Sig = 0.000$)، «امنیت و آرامش» ($Sig = 0.029$) و «تأثیر بر اقتصاد محلی» ($Sig = 0.005$) تقریباً از توزیع نرمال تبعیت

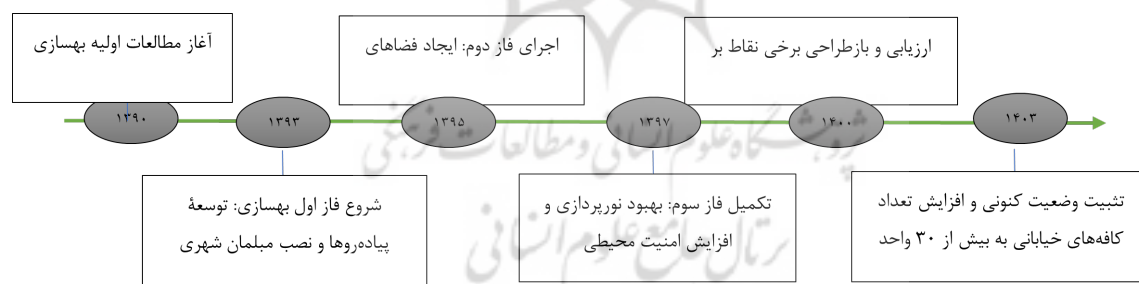
می‌کنند، در حالی که متغیر «نقش در پیاده‌مداری» ($Sig = 0.088$) نرمال نبود. شاخص‌های چولگی و کشیدگی نیز محاسبه شدند تا پراکندگی داده‌ها مشخص شود. مقادیر نزدیک صفر برای برخی متغیرها مانند «عوامل اجتماعی و حس تعلق» نشان‌دهنده توزیع مناسب برای آزمون‌های پارامتریک است و مقادیر مثبت یا منفی چولگی و کشیدگی برای برخی متغیرها، مانند «زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی»، انحراف جزئی از توزیع نرمال را نشان داد. بر اساس نتایج نرمالیتی، برای متغیرهای دارای توزیع نرمال، آزمون‌های پارامتریک شامل t -test، ANOVA و ضریب همبستگی پیرسون انتخاب شد. برای متغیرهای غیرنرمال، مانند «نقش در پیاده‌مداری»، از آزمون‌های غیرپارامتری مانند فریدمن و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد تا تحلیل‌ها مطابق ویژگی‌های واقعی داده‌ها باشد. این روش منطق علمی و قابل دفاعی برای انتخاب آزمون‌های آماری فراهم کرد و اعتبار نتایج تحلیل همبستگی و تفاوت میان گروه‌ها را تضمین کرد. داده‌های کمی با نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند. آزمون Chi-Square برای بررسی رابطه کیفیت طراحی کافه‌ها با تعاملات اجتماعی و آزمون Friedman برای رتبه‌بندی ویژگی‌های طراحی کافه‌ها از دید کاربران به کار رفت. همچنین، تحلیل توصیفی و شاخص‌های مرکزی شامل میانگین و انحراف معیار برای توصیف داده‌ها محاسبه شد. نوآوری پژوهش شامل تلفیق تحلیل‌های کمی و کیفی، ارزیابی چندبعدی شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی، تمرکز بر مطالعه موردی بلوار ارم همدان با رویکرد کاربرمحور، و ارائه تصویری چندوجهی از تأثیر کافه‌ها بر عملکرد فضاهای عمومی و ارائه راهبردهای عملی برای طراحی و مدیریت شهری است. در این مطالعه کیوسک‌ها یا «قرقره‌های شهرداری به عنوان سازه‌های کوچک با مساحت تقریبی ۱۲ - ۱۵ مترمربع تعریف شدند که در حاشیه پیاده‌روها یا محوطه بوستان ارم مستقر هستند و بهره‌برداری آن‌ها با مجوز مستقیم شهرداری یا قرارداد با پیمانکار بخش خصوصی صورت می‌گیرد. این کیوسک‌ها معمولاً منویی کوتاه شامل نوشیدنی، فست‌فود، سوغات و صنایع دستی دارند و ظرفیت تقریبی هر واحد بین ۴ تا ۱۲ نفر است. قلمرو نشست آن‌ها محدود بوده و صندلی‌ها عمدتاً بیرونی و مستقیم در مواجهه با پیاده‌رو قرار دارند تا امکان دسترسی راحت شهروندان و گردشگران فراهم شود. بر اساس اعلام رسمی شهرداری همدان و گزارش خبرگزاری‌های همدان‌پیام و ایرنا، ۳۰ واحد کیوسک در محور بلوار ارم ایجاد شده‌اند که بیشترین تمرکز آن‌ها در نزدیکی بوستان ارم و شهربازی رنگین‌کمان قرار دارد. ساعت‌های اوج فعالیت این غرفه‌ها معمولاً عصر تا شب و در روزهای پایانی هفته است. این دسته‌بندی و ویژگی‌های عملیاتی کیوسک‌ها اطلاعات مستندی را برای تصمیم‌سازی‌های شهری فراهم می‌کند و امکان برنامه‌ریزی بهتر برای تخصیص پیاده‌رو، نورپردازی، مبلمان شهری و مدیریت جریان بازدیدکنندگان را ایجاد می‌کند.



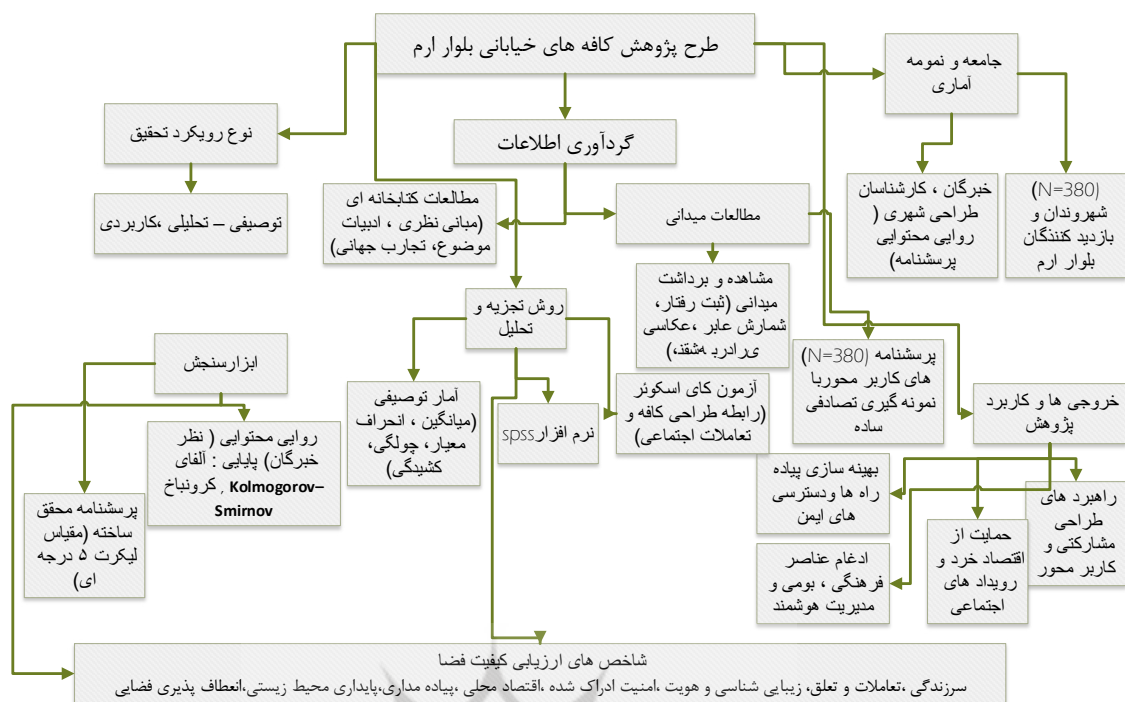
شکل ۲. مکان‌یابی کافه‌های خیابانی بلوار ارم همدان

فضاهای عمومی را فراهم می‌کند. کافه‌های خیابانی نه تنها به عنوان مکان‌های عرضه خدمات غذایی عمل می‌کنند، بلکه به نقاط اجتماعی و مراکز تجمع نیمه‌علنی در مسیر پیاده‌رو تبدیل می‌شوند و نقش مهمی در تعریف هویت فضایی بلوار و افزایش جذابیت آن برای بازدیدکنندگان دارند. خط زمان زیر، روند زمانی مهم‌ترین مداخلات انجام‌شده در بلوار ارم، از مطالعات اولیه تا تثبیت وضعیت کنونی، را نشان می‌دهد. این سیر تحول، چارچوبی برای تحلیل اثرات کافه‌ها بر کیفیت فضاهای عمومی و تجربه زیست شهری ارائه می‌دهد و امکان شناسایی نقاط اوج تجمع، پراکنش عملکردهای اجتماعی و تعاملات میان کاربران مختلف فضا را فراهم می‌کند.

برای درک بهتر زمینه مطالعه و تحلیل تأثیر کافه‌های خیابانی، لازم است تغییرات کلیدی و مداخلات شهری انجام‌شده در بلوار ارم طی سال‌های اخیر مورد توجه قرار گیرد. این بلوار که پیش‌تر عمدتاً مسیری پرترافیک و خودرومحور به شمار می‌رفت، با اجرای پروژه‌های بهسازی و بازآفرینی شهری، ساختار کلیدی، عملکرد اجتماعی و کیفیت زیست شهری آن به طور چشمگیری تغییر کرده است. این تغییرات شامل توسعه پیاده‌روها، نصب مبلمان شهری، ایجاد فضاهای سبز، طراحی فضاهای نشیمن و کافه‌های خیابانی، بهبود نورپردازی و افزایش ایمنی محیطی بوده است. توجه به این تحولات، زمینه لازم برای بررسی اثرات حضور کافه‌ها و کیوسک‌های خیابانی بر تجربه شهروندان و گردشگران، تعامل اجتماعی، و کیفیت



شکل ۳. سیر تحولات و اقدامات بهسازی بلوار ارم (۱۳۹۰-۱۴۰۳)



شکل ۴. فرایند پژوهش: چارچوب عملیاتی و مراحل اجرا

۱.۴. معرفی نمونه موردی

کرده و اقتصاد محلی را تقویت می کند. به منظور مستندسازی تغییرات، نقشه های پایه بلوار قبل و بعد از مداخله (شامل جانمایی کافه ها و فضاهای سبز) به صورت پیوست ارائه شده است. با توجه به اهمیت اجتماعی، دسترسی آسان و تغییرات ملموس بلوار ارم، انتخاب آن به عنوان نمونه موردی پژوهش برای تحلیل اثرات کافه های خیابانی بر کیفیت فضاهای عمومی و تجربه زیست شهری کاملاً موجه است و می تواند الگویی کاربردی برای طراحی و مدیریت محورهای شهری مشابه در دیگر شهرها فراهم آورد. در بلوار ارم همدان، از مجموع ۳۰ کافه و کیوسک شهرداری، ۲۳ واحد فعال و ۷ واحد غیرفعال شناسایی شدند. داده ها از طریق ترکیبی از گزارش های رسمی شهرداری و خبرگزاری ها، دایرکتوری های آنلاین و بازدید میدانی در خرداد - تیر ۱۴۰۴ جمع آوری شد. معیار شمول شامل تمام واحدهای عرضه غذا با دسترسی مستقیم به پیاده رو و محوطه بوستان ها و حذف واحدهای درون ساختمانی یا خارج از محدوده بلوار بود. این روش شمارش چارچوبی مستند برای تحلیل پراکنش و برنامه ریزی شهری فراهم می کند.

بلوار ارم همدان، که پیش تر فقط به عنوان مسیری پرتراфик و خودرو محور شناخته می شد، طی سال های اخیر و با اجرای طرح های بهسازی و بازآفرینی شهری (از سال ۱۳۹۶ تا پایان پروژه ساماندهی در اواخر پاییز ۱۳۹۷)، به یکی از فضاهای پویا و پیاده مدار شهر تبدیل شده است. این بلوار در مرکز شهر همدان واقع است و مختصات جغرافیایی آن $34^{\circ}07'N$ و $48^{\circ}27'E$ است. طول محور بلوار حدود ۱/۵ کیلومتر است و بیش از ۳۰ کافه خیابانی فعال طی آن فعالیت می کنند که عملکردهای آن ها شامل خدمات غذایی، فعالیت های فرهنگی و فضای استراحت عمومی می شود. طرح های بهسازی بلوار شامل توسعه پیاده روها، ایجاد فضاهای سبز، نصب مبلمان شهری و طراحی کافه های خیابانی به عنوان اجزای کلیدی فضاهای عمومی بوده است. این تغییرات محیطی موجب ارتقای کیفیت منظر شهری، افزایش سرزندگی و تعاملات اجتماعی، و تقویت تجربه زیست شهری شهروندان شده اند. همچنین بلوار ارم امروزه به مکانی مناسب برای تجمعات اجتماعی، فرهنگی و هنری تبدیل شده و علاوه بر تقویت هویت شهری، گردشگران را جذب



شکل ۵. نماهای مختلف بلوار ارم همدان (الف) نمای هوایی Google Maps، ثبت شده در ۱۹ اسفند ۱۴۰۳ (ب) نمای کلی؛ ثبت شده در ۱۶ دی ۱۴۰۳، ساعت ۱۰:۵۲ (ج) نمای کافه‌های خیابانی در بلوار ارم؛ ثبت شده در ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۱ (د) نمونه فعالیت و تعامل اجتماعی؛ ثبت شده در ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۱

۵. یافته‌ها

سپس به منظور بررسی روابط و تفاوت‌های موجود میان متغیرها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از آزمون‌های آماری متنوعی نظیر آزمون t تک‌نمونه‌ای، آزمون t مستقل، تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA)، آزمون فریدمن و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

در این بخش، نتایج حاصل از تحلیل داده‌های گردآوری شده از پرسش‌نامه تحقیق ارائه می‌شود. داده‌ها پس از ورود به نرم‌افزارهای آماری مرتبط، با بهره‌گیری از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شدند. ابتدا شاخص‌های آماری توصیفی، از جمله میانگین و انحراف معیار، برای متغیرهای اصلی گزارش شده است.

جدول ۲. آمار پایایی پرسشنامه

تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
۵۶	۰/۹۴۲

آزمون پایایی پرسشنامه (آلفای کرونباخ - جدول ۲)

ارتباط با سؤالات پژوهش: - علت استفاده:

قبل از تحلیل داده‌ها، باید اطمینان حاصل شود که پرسشنامه ابزار سنجش معتبری است. مقدار آلفای کرونباخ ۰/۹۴ نشان‌دهنده پایایی بسیار بالا است و این اجازه می‌دهد که داده‌ها برای تحلیل‌های آماری بعدی (همبستگی، ANOVA و غیره) معتبر باشند.

آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی داخلی پرسشنامه استفاده شده است. یعنی مشخص می‌کند که گویه‌های مربوط به هر متغیر (مثلاً سرزندگی و نشاط شهری، عوامل اجتماعی، زیبایی‌شناسی و غیره) تا چه حد با هم همبستگی دارند و به طور کلی قابل اعتماد

جدول ۳. آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	بیشترین اختلاف مطلق	آماره آزمون	سطح معناداری (دو دانه‌ای)
سرزندگی و نشاط شهری	۳۸۰	۳/۴۴	۰/۶۲	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۰۰۹
عوامل اجتماعی و حس تعلق	۳۸۰	۳/۳۴	۰/۶۸	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۰۰۱
زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۳۸۰	۳/۳۳	۰/۶۹	۰/۱۵	۰/۱۵	۰/۰۰۱
امنیت و آرامش	۳۸۰	۳/۳۶	۰/۶۲	۰/۰۷	۰/۰۷	۰/۰۲۹

سطح معناداری (دو دامنه‌ای)	آماره آزمون	بیشترین اختلاف مطلق	انحراف معیار	میانگین	تعداد نمونه	متغیر
۰/۰۰۵	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۶۸	۳/۴۰	۳۸۰	تأثیر بر اقتصاد محلی
۰/۰۸۸	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۷۹	۳/۰۹	۳۸۰	نقش در پیاده‌مداری
۰/۰۰۱	۰/۱۱	۰/۱۱	۰/۷۰	۳/۲۱	۳۸۰	اقتصاد محلی

جدول ۳ نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف را برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها در متغیرهای مختلف ارائه می‌دهد. در این جدول، برای هر متغیر، آماره آزمون، بیشترین اختلاف مطلق و سطح معناداری دو دامنه‌ای (Sig.) آورده شده است. برای بیشتر متغیرها (سرزندگی و نشاط شهری، عوامل اجتماعی و حس تعلق، زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی، امنیت و آرامش، و تأثیر بر اقتصاد محلی)، سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، که نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع داده‌ها برای این متغیرها است. تنها برای نقش در پیاده‌مداری سطح معناداری ۰/۰۸ است که نشان‌دهنده عدم نرمال بودن توزیع این متغیر است.

بنابراین برای این متغیر در تحلیل‌ها باید از آزمون‌های غیرپارامتری استفاده شود.

نوع آزمون آماری بعدی به نرمال بودن داده‌ها بستگی دارد. اگر داده‌ها نرمال باشند، می‌توان از آزمون‌های پارامتری مانند t-test و ANOVA استفاده کرد؛ در غیر این صورت باید از آزمون‌های غیرپارامتری مثل فریدمن استفاده شود.

نتیجه علمی:

برای بیشتر متغیرها (سرزندگی، عوامل اجتماعی، زیبایی‌شناسی، امنیت، تأثیر بر اقتصاد محلی) نرمال بودن رد نشده است، اما برای متغیر «نقش در پیاده‌مداری» نرمال بودن رد شد (Sig = 0/08)، بنابراین برای این متغیر در تحلیل‌ها باید از آزمون‌های غیرپارامتری استفاده شود.

جدول ۴ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را شامل میانگین، واریانس، چولگی، و کشیدگی ارائه می‌دهد. برای هر متغیر، دامنه، حداقل، حداکثر، میانگین، واریانس، چولگی، کشیدگی، و تأثیر بر اقتصاد محلی، سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، که نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع این متغیر است.

آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها (کولموگروف - اسمیرنوف - جدول ۳)

ارتباط با سؤالات پژوهش:

این آزمون بررسی می‌کند که داده‌های هر متغیر (مثلاً سرزندگی و

جدول ۴. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

کشیدگی	چولگی	واریانس	میانگین	حداکثر	حداقل	دامنه	تعداد	متغیر
۰/۵۲	-۰/۱۷	۰/۳۹	۳/۴۴	۵/۰۰	۱/۶۷	۳/۳۳	۳۸۰	سرزندگی و نشاط شهری
۰/۷۹	۰/۰۸	۰/۴۶	۳/۳۴	۵/۰۰	۱/۳۳	۳/۶۷	۳۸۰	عوامل اجتماعی و حس تعلق
۲/۷۲	-۰/۸۶	۰/۴۷	۳/۳۳	۵/۰۰	۱/۰۰	۴/۰۰	۳۸۰	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی
۰/۵۷	۰/۱۲	۰/۳۹	۳/۳۶	۵/۰۰	۱/۸۰	۳/۲۰	۳۸۰	امنیت و آرامش
-۰/۲۸	۰/۳۵	۰/۴۶	۳/۴۰	۵/۰۰	۲/۰۰	۳/۰۰	۳۸۰	تأثیر بر اقتصاد محلی
-۰/۰۷	۰/۲۲	۰/۶۲	۳/۰۹	۵/۰۰	۱/۳۳	۳/۶۷	۳۸۰	نقش در پیاده‌مداری
۰/۴۱	۰/۴۶	۰/۴۹	۳/۲۱	۵/۰۰	۱/۴۳	۳/۵۷	۳۸۰	اقتصاد محلی
۰/۱۲	۰/۳۶	۰/۸۱	۲/۸۸	۵/۰۰	۱/۱۷	۳/۸۳	۳۸۰	تأثیر بر محیط زیست شهری

متغیر ارائه شده است. این آمار به شما کمک می‌کند که سطح مشاهده‌شده متغیرها را در نمونه بسنجید. برای مثال، میانگین سرزندگی و نشاط شهری برابر ۳/۴۴ است، که نشان می‌دهد سطح سرزندگی در بلوار ارم در حد متوسط تا نسبتاً خوب است.

علت استفاده:

آمار توصیفی برای شناخت ابتدایی داده‌ها و بررسی پراکندگی، و همچنین به منظور آماده‌سازی تحلیل‌های همبستگی و تفاوت میان گروه‌ها ضروری است.

جدول ۴ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را شامل میانگین، واریانس، چولگی، و کشیدگی ارائه می‌دهد. برای هر متغیر، دامنه، حداقل و حداکثر مقدار، میانگین و واریانس محاسبه شده است. به طور مثال، سرزندگی و نشاط شهری دارای میانگین ۳/۴۴ و واریانس ۰/۳۹ است، که نشان‌دهنده توزیع نسبتاً یکنواخت داده‌ها است. در مورد چولگی و کشیدگی، مقادیر منفی و مثبت آن نشان‌دهنده نوع توزیع داده‌ها است؛ برای مثال، چولگی زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی منفی و کشیدگی آن مثبت است، که نشان‌دهنده توزیع متمایل به چپ و کشیدگی بیشتر در داده‌ها است.

آمار توصیفی متغیرها (جدول ۴)

ارتباط با سؤالات پژوهش:

آمار توصیفی شامل میانگین، واریانس، چولگی و کشیدگی برای هر

جدول ۵. ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

محیط زیست شهری	اقتصاد محلی	پیاده‌مداری	اقتصاد محلی	امنیت	زیبایی‌شناسی	عوامل اجتماعی	سرزندگی	متغیرها
۰/۴۹	۰/۴۶	۰/۳۴	۰/۶۹	۰/۵۲	۰/۶۰	۰/۴۹	۱	سرزندگی
۰/۳۶	۰/۴۴	۰/۳۰	۰/۴۲	۰/۶۱	۰/۴۶	۰/۴۹	۱	عوامل اجتماعی
۰/۴۳	۰/۴۴	۰/۳۵	۰/۴۷	۰/۵۲	۱	۰/۴۶	۰/۶۰	زیبایی‌شناسی
۰/۵۱	۰/۵۵	۰/۴۸	۰/۵۴	۱	۰/۵۲	۰/۶۱	۰/۵۲	امنیت
۰/۵۴	۰/۶۴	۰/۵۲	۱	۰/۵۴	۰/۴۷	۰/۴۲	۰/۶۹	اقتصاد محلی
۰/۶۲	۰/۶۸	۱	۰/۵۲	۰/۴۸	۰/۳۵	۰/۳۰	۰/۳۴	پیاده‌مداری
۰/۶۶	۱	۰/۶۸	۰/۶۴	۰/۵۵	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۴۶	اقتصاد محلی
۱	۰/۶۶	۰/۶۲	۰/۵۴	۰/۵۱	۰/۴۳	۰/۳۶	۰/۴۹	محیط زیست شهری

منفی وجود دارد. برای مثال: همبستگی ۰/۶۹ بین سرزندگی و اقتصاد محلی نشان‌دهنده ارتباط مثبت و قوی است. همبستگی ۰/۶۸ بین پیاده‌مداری و اقتصاد محلی نشان می‌دهد افزایش پیاده‌مداری با افزایش اقتصاد محلی مرتبط است. - علت استفاده: آزمون ضریب همبستگی پیرسون به دلیل نرمال بودن داده‌ها برای بیشتر متغیرها استفاده شده است. این آزمون برای پاسخ به سؤالات مربوط به رابطه بین متغیرها کاربرد دارد؛ یعنی بررسی می‌کند که آیا افزایش یا کاهش یک متغیر با تغییر متغیر دیگر مرتبط است یا خیر.

از ماتریس همبستگی جدول ۵ می‌توان دریافت که بین بیشتر متغیرها همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. به عنوان مثال، میان سرزندگی و نشاط شهری با اقتصاد محلی همبستگی ۰/۶۹ است که نشان‌دهنده ارتباط مثبت قوی بین این دو متغیر است. همچنین، بین پیاده‌مداری و اقتصاد محلی نیز همبستگی ۰/۶۸ وجود دارد که بیانگر تأثیر پیاده‌مداری بر بهبود وضعیت اقتصادی شهری است. این آزمون برای بررسی تفاوت‌های میانگین در گروه‌های مختلف به کار گرفته شده است. در این بخش، نتایج آزمون تحلیل واریانس برای متغیرهای مختلف بررسی شده‌اند تا نشان دهند که آیا تفاوت معناداری بین گروه‌های مختلف وجود دارد یا خیر.

ماتریس همبستگی (جدول ۵)

- ارتباط با سؤالات پژوهش:

این جدول بررسی می‌کند که بین متغیرها چه ارتباطی مثبت یا

جدول ۶. نتایج آزمون تحلیل واریانس (ANOVA)

متغیر	سطح معناداری (P-value)	درجه آزادی درون گروه‌ها	درجه آزادی بین گروه‌ها	آماره F
سرزندگی و نشاط شهری	۰/۰۰۴	۱۴۶	۳	۴/۵۶
عوامل اجتماعی و حس تعلق	۰/۰۲۹	۱۴۶	۳	۳/۱۲
زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۰۰۰	۱۴۶	۳	۵/۷۲
امنیت و آرامش	۰/۰۳۷	۱۴۶	۳	۲/۸۹
تأثیر بر اقتصاد محلی	۰/۰۲۳	۱۴۶	۳	۳/۳۰
نقش در پیاده‌مداری	۰/۰۲۷	۱۴۶	۳	۳/۱۵
اقتصاد محلی	۰/۰۰۸	۱۴۶	۳	۴/۱۲

آرامش»، سطح معناداری ۰/۳۷ است که همچنان نشان‌دهنده تفاوت معنادار بین گروه‌ها است.

آزمون تحلیل واریانس ANOVA (جدول ۶)

- ارتباط با سؤالات پژوهش:

ANOVA برای بررسی این استفاده شده است که آیا میانگین متغیرها در گروه‌های مختلف (مثلاً گروه‌های سنی، جنسیت،

در جدول ۶، آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) برای هر یک از متغیرها انجام شده است. به طور کلی، سطح معناداری (P-value) برای بیشتر متغیرها کمتر از ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده تفاوت معنادار بین گروه‌ها در این متغیرها است. برای مثال، در متغیر «زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی»، آماره F برابر با ۵/۷۲۱ و سطح معناداری ۰/۰۰۱ است، که نشان می‌دهد تفاوت‌های معناداری بین گروه‌های مختلف وجود دارد. همچنین، برای متغیر «امنیت و

تحصیلات و غیره که در پرسشنامه جمع‌آوری شده) تفاوت معناداری دارد یا خیر.

- علت استفاده:

اگر بخواهیم بدانیم که مثلاً تأثیر کافه‌های خیابانی بر سرزندگی شهری در گروه‌های مختلف متفاوت است یا خیر، ANOVA مناسب‌ترین آزمون است.

- پیش‌نیاز:

داده‌ها برای متغیر مربوطه باید نرمال باشند و واریانس‌ها نسبتاً برابر باشند؛ زیرا این‌ها شروط پارامتری ANOVA هستند.

تحلیل نرمالیتی داده‌ها و منطق انتخاب آزمون‌ها

برای اطمینان از اعتبار تحلیل‌های آماری، توزیع داده‌های متغیرهای

پژوهش ابتدا با آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (S.K) بررسی شد (جدول ۳). نتایج نشان داد بیشتر متغیرها، شامل «سرزندگی و نشاط شهری» ($Sig = 0/009$)، «عوامل اجتماعی و حس تعلق» ($Sig = 0/001$)، «زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی» ($Sig = 0/001$)، «امنیت و آرامش» ($Sig = 0/029$) و «تأثیر بر اقتصاد محلی» ($Sig = 0/005$)، توزیع نزدیک به نرمال دارند و می‌توانند با آزمون‌های پارامتریک تحلیل شوند. تنها متغیر «نقش در پیاده‌مداری» ($Sig = 0/088$) از نرمال بودن تبعیت نکرد، بنابراین برای تحلیل این متغیر از آزمون‌های غیرپارامتری مانند فریدمن یا ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. برای تکمیل تحلیل، شاخص‌های چولگی و کشیدگی (جدول ۴) نیز بررسی شدند:

جدول ۷. شاخص‌های چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش و تفسیر توزیع داده‌ها

تفسیر توزیع	کشیدگی	چولگی	متغیر
توزیع نزدیک نرمال، تمرکز داده‌ها متوسط	۰/۵۲	-۰/۱۷	سرزندگی و نشاط شهری
توزیع تقریباً متوازن، مناسب آزمون پارامتریک	۰/۷۹	۰/۰۸	عوامل اجتماعی و حس تعلق
توزیع چپ‌کج، پراکندگی بیشتر، نیازمند احتیاط در تفسیر	۲/۷۲	-۰/۸۶	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی
توزیع نزدیک نرمال، مناسب آزمون پارامتریک	۰/۵۷	۰/۱۲	امنیت و آرامش
کمی کشیدگی و چولگی مثبت، با آزمون پارامتریک سازگار	-۰/۲۸	۰/۳۵	تأثیر بر اقتصاد محلی
توزیع نامتقارن، استفاده از آزمون غیرپارامتریک ضروری	-۰/۰۷	۰/۲۲	نقش در پیاده‌مداری
توزیع نسبتاً نرمال، قابل استفاده در تحلیل‌های پارامتریک	۰/۴۱	۰/۴۶	اقتصاد محلی
تمرکز داده‌ها پایین، نرمال بودن نزدیک به حداقل، نیاز به تفسیر محتاطانه	۰/۱۲	۰/۳۶	محیط زیست شهری

بر اساس این تحلیل، منطق انتخاب آزمون‌ها به شرح زیر بوده است:

۱. برای متغیرهای با توزیع نرمال ($Sig < 0/05$) و چولگی/کشیدگی نزدیک صفر یا متعادل، از آزمون‌های پارامتریک مانند t-test، ANOVA و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. این آزمون‌ها بر اساس پیش‌فرض نرمال بودن داده‌ها و همگنی واریانس‌ها، نتایج دقیق و قابل اتکایی ارائه می‌کنند.
۲. برای متغیرهای نامنظم یا دارای انحراف از نرمال (مثلاً «نقش در پیاده‌مداری»)، از آزمون‌های غیرپارامتریک استفاده شد تا

تحلیل‌ها متناسب با توزیع واقعی داده‌ها باشد و احتمال خطا کاهش یابد. این رویکرد باعث شد تحلیل‌های همبستگی، تفاوت میان گروه‌ها و سایر آزمون‌ها بر اساس شرایط واقعی داده‌ها انجام شده و اعتبار علمی نتایج پژوهش تضمین شود.

بررسی تفصیلی گویه‌ها

افزون بر تحلیل‌های کلان، بررسی تفصیلی گویه‌ها در هر بعد پژوهش، بینشی دقیق نسبت به مؤثرترین و کم‌اثرترین عوامل ارائه می‌دهد:

جدول ۸. مقایسه‌ای گویه‌ها در ابعاد مختلف پژوهش

گویه‌های اصلی	زیر گویه‌ها	میانگین	نتیجه
گویه اول: سرزندگی و نشاط شهری	افزایش پویایی و سرزندگی فضاهای عمومی	3.57	تحلیل توصیفی نشان می‌دهد بیشترین میانگین مربوط به «افزایش فعالیت‌های شهری» با عدد ۳.۴۸ و بعد از آن «تقویت حس اجتماعی بودن و همبستگی» با ۳.۴۶ است. کمترین میانگین نیز به «افزایش حس لذت از محیط شهری» با عدد ۳.۲۸ اختصاص دارد، که بیانگر نیاز به بهبود چندمهای زیبایی‌شناختی کافه‌های خیابانی است.
	محیطی جذاب برای حضور طولانی‌مدت شهروندان	3.56	
	تنوع و افزایش فعالیت‌های شهری	3.54	
	حس اجتماعی بودن و همبستگی	3.46	
	سرزندگی	3.47	
گویه دوم: تعاملات اجتماعی و حس تعلق	حس لذت از محیط شهری	3.40	بر اساس داده‌های توصیفی، کافه‌های خیابانی در بلوار ارم بیشترین تأثیر را در ایجاد حس صمیمیت (۳.۴۴) و فراهم‌سازی فرصت گفتگو (۳.۴۳) داشته‌اند، در حالی که کمترین تأثیر مربوط به افزایش تعاملات میان شهروندان (۳.۱۴) است، موضوعی که نشان‌دهنده نیاز به سیاست‌گذاری مؤثرتر برای تقویت پیوندهای اجتماعی میان گروه‌های مختلف است.
	افزایش تعاملات بین شهروندان	3.76	
	فرصتی برای گفتگو و ارتباطات اجتماعی	3.63	
	افزایش همذی و دلبستگی به مکان	3.69	
	حس صمیمیت و آشنایی میان افراد	3.54	
گویه سوم: زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی به شهر	شکل‌گیری دوستی‌ها و آشنایی‌های جدید	3.26	نتایج آزمون فریدمن تأیید می‌کند که «تأثیر نورپردازی بر جذابیت شبانه» با میانگین رتبه ۳.۸۸ در صدر قرار دارد، نشان‌دهنده اهمیت این عامل در ارتقاء فضای شهری است. پس از آن، «بهبود زیبایی شهری» و «ایجاد تصویر مثبت از شهر» نیز رتبه‌های بالایی قرار دارند. در مقابل، «هویت‌بخشی و ایجاد حس تعلق» (۳.۰۲) و «همبستگی با فرهنگ محلی» (۳.۱۲) کمترین رتبه را کسب کرده‌اند، که نشان‌دهنده نیاز به توجه بیشتر به ویژگی‌های فرهنگی و هویتی در طراحی کافه‌های خیابانی است.
	افزایش مشارکت اجتماعی و تعامل بین گروه‌های مختلف	3.13	
	بهبود زیبایی شهری	3.88	
	هویت محلی و فرهنگ شهری	3.80	
	جذابیت شبانه شهر	3.79	
گویه چهارم: امنیت و آرامش در فضاهای شهری	جذابیت محیط	3.38	آزمون فریدمن نشان می‌دهد که «ایجاد محیط ایمن و دوستانه» (۴.۴۹) و عوامل مرتبط با امنیت روانی و نورپردازی شبانه در رتبه‌های بالایی قرار دارند، که تأثیر مثبت کافه‌های خیابانی را بر احساس امنیت نشان می‌دهد. در عین حال، «کاهش نقاط بی‌دفاع شهری» با رتبه ۳.۱۶ نشان‌دهنده نیاز به بهبود امنیت ساختاری این فضاهاست.
	تصویری مثبت از شهر در ذهن شهروندان	3.12	
	هویت‌بخشی و ایجاد حس تعلق به شهر	3.02	
	امنیت فضاهای عمومی	4.05	
	نقاط بی‌دفاع شهری و افزایش نظارت	3.16	
گویه پنجم: تأثیر بر اقتصاد محلی	کاهش جرم و ناامنی	3.91	گویه «میزان کمک به جذب گردشگران و افزایش درآمد محلی» با میانگین رتبه ۴.۵۵ بالاترین امتیاز را دارد، که نشان‌دهنده تأثیر مثبت کافه‌های خیابانی بر اقتصاد محلی است. پس از آن، «افزایش ارزش اقتصادی خیابان‌ها» (۴.۲۹) و «افزایش مدت‌زمان حضور شهروندان» (۴.۲۱) قرار دارند. در مقابل، «مقرون‌بصرفه بودن قیمت‌ها و خدمات» با میانگین ۳.۲۲ کمترین امتیاز را دارد، که نشان می‌دهد توجه به عدالت اجتماعی و دسترسی‌پذیری اقتصادی برای تمامی اقشار نیاز به بهبود دارد.
	امنیت شبانه	4.10	
	محیطی دلپذیر و آرامش‌بخش برای شهروندان	4.16	
	کاهش استرس و افزایش حس امنیت روانی	4.14	
	تا ایجاد محیطی ایمن و دوستانه برای شهروندان	4.49	
گویه ششم: نقش در پیاده‌مداری و کاهش وابستگی به خودرو	رونق اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی	3.84	جدول رتبه‌بندی آزمون فریدمن نشان می‌دهد که «کاهش وابستگی به وسایل نقلیه شخصی» با میانگین رتبه ۴.۵۵ بالاترین امتیاز را دارد، که نشان‌دهنده تأثیر قابل‌توجه کافه‌های خیابانی در تغییر رفتار حمل‌ونقل شهروندان است. پس از آن، «طراحی ایمن مسیرهای پیاده‌روی» (۴.۲۹) و «تشویق به استفاده از حمل‌ونقل عمومی» (۴.۲۱) قرار دارند. در مقابل، «کمک به ایجاد مسیرهای پیاده‌روی جذاب» با رتبه ۳.۲۲ پایین‌ترین امتیاز را کسب کرده، که نشان‌دهنده نیاز به بهبود فضاهای پیاده‌روی اطراف کافه‌ها است.
	جذب گردشگران و افزایش درآمد محلی	4.55	
	افزایش ارزش اقتصادی خیابان‌ها و محله‌های اطراف	4.29	
	تقویت کسب و کارهای محلی	3.83	
	افزایش مدت‌زمان حضور شهروندان	4.21	
گویه هفتم: انعطاف‌پذیری و قابلیت استفاده چندمنظوره	افزایش فرصت‌های کارآفرینی برای جوانان	4.07	آزمون فریدمن پیشنهادی امار توصیفی را تأیید می‌کند. بالاترین رتبه به «استقبال شهروندان از تنوع عملکردی» (۴.۶۸) تعلق دارد، که نشان‌دهنده رضایت از کارکردهای متنوع کافه‌هاست. پس از آن، «بلخکوبی به نیازهای گروه‌های مختلف» (۴.۰۵) و «مناسب بودن برای رویاندهای فرهنگی» (۴.۰۷) قرار دارند. در مقابل، «امکان تغییر کاربری موفق» با رتبه ۳.۵۸ کمترین امتیاز را دارد، که نشان‌دهنده نیاز به بهبود انعطاف‌پذیری و تطبیق‌پذیری این فضاها است.
	مقرون‌بصرفه بودن قیمت‌ها و خدمات ارائه‌شده	3.22	
	افزایش تمایل شهروندان به پیاده‌روی	3.84	
	کاهش وابستگی به وسایل نقلیه شخصی	4.55	
	طراحی ایمن مسیرهای پیاده‌روی	4.29	
گویه هشتم: تأثیر بر محیط‌زیست شهری	افزایش تعامل پیاده‌روها با محیط شهری	3.83	آزمون فریدمن نشان می‌دهد که «طبیعت‌گرایی» بالاترین رتبه (۳.۷۸) و «تأثیر بر کیفیت هوای شهری» پایین‌ترین رتبه (۳.۱۶) را دارند. سطح معناداری ($p = 0.0025$) کمتر از ۰.۰۵ است، که نشان‌دهنده تفاوت معنادار بین فرضیه‌هاست. این نتایج نشان می‌دهد که کافه‌های خیابانی در ایجاد فضای آرام موفق بوده‌اند، اما از نظر کاهش آلودگی هوا و صوت نیاز به بهبود دارند، که برای طراحان شهری همدان اهمیت دارد.
	تشویق به استفاده از حمل‌ونقل عمومی	4.21	
	کاهش آلودگی هوا و صوتی	4.07	
	کمک به ایجاد مسیرهای پیاده‌روی جذاب	3.22	
	فضاهایی با قابلیت استفاده در ساعات مختلف روز	3.78	

۶. بحث

انسجام اجتماعی عمیق‌تر فراهم نشده است. زیبایی‌شناسی فضا از منظر ظاهری پیشرفت محسوس‌ی داشته، به طوری که بهبود زیبایی بصری با میانگین ۳/۸۸ در صدر قرار گرفته، ولی هویت‌بخشی و ایجاد حس تعلق به شهر با میانگین پایین‌تر ۳/۰۲ ضعف قابل توجهی را نشان می‌دهد. این مسئله بیانگر آن است که حضور کافه‌ها فقط جلوه‌ای فیزیکی به شهر بخشیده‌اند و در ارتقای حس تعلق فرهنگی یا تاریخی تأثیر کافی نداشته‌اند. در بُعد امنیت و آرامش، بیشترین اثر را در ایجاد محیطی ایمن و دوستانه می‌توان مشاهده کرد (میانگین ۴/۴۹)، که نشانه افزایش احساس امنیت ذهنی در فضای شهری است. با این حال، میانگین مربوط به کاهش نقاط بی‌دفاع شهری ۳/۱۶ است که نشان می‌دهد تغییرات کالبدی و طراحی فضاهای عمومی برای مقابله با ناپایداری‌های شهری هنوز به سطح مطلوب نرسیده است. تأثیر اقتصادی کافه‌های خیابانی نیز چشمگیر است. بیشترین میانگین در این بخش مربوط به جذب گردشگر و افزایش درآمد محلی (۴/۵۵) بوده که نشان‌دهنده نقش فعال این فضاها در رونق اقتصاد خرد است. در مقابل، میزان به‌صرفه بودن خدمات با میانگین ۳/۲۲ نشان می‌دهد اقشار ضعیف‌تر ممکن

کافه‌های خیابانی در سال‌های اخیر در شهر همدان به عنوان یکی از عوامل جدید در ارتقای کیفیت فضاهای شهری مطرح شده‌اند. بررسی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد این فضاها توانسته‌اند بر ابعاد مختلفی از زندگی شهری تأثیرگذار باشند، گرچه میزان این تأثیر در محورهای گوناگون متفاوت بوده است. در بُعد سرزندگی و نشاط شهری، بیشترین اثر مربوط به افزایش پویایی و سرزندگی فضاهای عمومی با میانگین ۳/۵۷ بوده است؛ نشان می‌دهد این کافه‌ها در ایجاد فضای پویا و پرجنب‌وجوش موفق عمل کرده‌اند. در مقابل، حس لذت از محیط شهری با میانگین ۳/۴۰ در پایین‌ترین سطح قرار دارد که بیانگر آن است که هنوز محیط‌های اطراف کافه‌ها از منظر زیبایی‌شناختی و تجربه‌محور جای پیشرفت دارند. در زمینه تعاملات اجتماعی و حس تعلق، بیشترین میانگین مربوط به افزایش تعاملات بین شهروندان (۳/۷۶) و کمترین مربوط به ارتقای مشارکت اجتماعی میان گروه‌های مختلف با عدد ۳/۱۳ است. این تفاوت نشان می‌دهد کافه‌های خیابانی توانسته‌اند تعاملات سطحی و روزمره را افزایش دهند، اما هنوز بستر لازم برای

است در بهره‌برداری از این فضاها با محدودیت اقتصادی مواجه باشند، و نیاز به سیاست‌های حمایتی و تعدیل قیمت احساس می‌شود. در زمینه پیاده‌مداری و حمل‌ونقل پایدار، داده‌ها نشان می‌دهد کافه‌ها توانسته‌اند نقش مهمی در کاهش وابستگی به وسایل نقلیه شخصی ایفا کنند (میانگین ۴/۵۵). با این حال، میزان رضایت از ایجاد مسیرهای پیاده‌روی جذاب با میانگین ۳/۲۲ بیانگر این است که کیفیت مسیرها و امکانات پیاده‌محور هنوز جای کار دارد. فضاهای کافه‌ای همچنین از منظر چندمنظوره بودن مورد استقبال قرار گرفته‌اند؛ به طوری که استقبال شهروندان از تنوع عملکردی فضا با میانگین بالا و قابل توجه ۴/۶۸ گزارش شده است. با این حال، امکان تغییر کاربری موقت در مناسبت‌های خاص تنها میانگین ۳/۵۸ را کسب کرده که نشان می‌دهد طراحی این فضاها هنوز از انعطاف‌پذیری کافی برای پاسخ به شرایط متفاوت اجتماعی برخوردار نیستند. در محور محیط زیست شهری نیز تقویت حس طبیعت‌گرایی و آرامش با میانگین ۳/۷۸ به عنوان بالاترین اثر دیده می‌شود؛ این موضوع بیشتر به جنبه‌های روانی و آرامش ذهنی برمی‌گردد. اما بهبود کیفیت هوای شهری با میانگین ۳/۱۶ در سطح پایینی قرار دارد، که نشان‌دهنده کم‌توجهی به جنبه‌های فنی و عملیاتی محیط زیستی در طراحی این فضاهاست. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که کافه‌های خیابانی در شهر همدان توانسته‌اند در حوزه‌هایی مانند افزایش امنیت ذهنی، رونق اقتصادی، کاهش وابستگی به خودرو و ایجاد فضاهای چندمنظوره عملکرد نسبتاً موافی داشته باشند. با این حال، در حوزه‌هایی همچون هویت‌بخشی فرهنگی، عدالت اقتصادی، کیفیت طراحی برای پیاده‌روی، و کارایی محیط زیستی هنوز نارسایی‌هایی دیده می‌شود. از این رو، توسعه و گسترش این فضاها باید با نگاهی جامع‌تر و با توجه به نیازهای مختلف کالبدی، اجتماعی و زیست‌محیطی صورت گیرد تا بتواند در راستای ارتقای واقعی کیفیت زندگی شهری گام بردارد. در این بخش، داده‌های گردآوری‌شده از طریق پرسش‌نامه‌های پژوهش، با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای آماری و روش‌های آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. ابتدا، پایایی ابزار اندازه‌گیری به صورت دقیق و جامع بررسی شد تا اطمینان حاصل شود که ابزار مورد استفاده قابلیت اعتماد بالایی در اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش دارد. سپس، نرمال بودن داده‌ها با آزمون‌های آماری متناسب ارزیابی شد تا روش‌های آماری مناسب برای تحلیل داده‌ها انتخاب شود. در ادامه، توصیف آماری متغیرها، تحلیل همبستگی، آزمون فرضیات پژوهش و مدل‌های رگرسیونی به طور مفصل و مرحله‌به‌مرحله ارائه شده‌اند. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که از معتبرترین شاخص‌ها در این زمینه به شمار می‌آید. مقدار محاسبه‌شده آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۴ بود که بیانگر انسجام درونی بسیار مطلوب گویه‌ها و قابلیت اعتماد بسیار بالای ابزار گردآوری داده‌ها است. این میزان پایایی نشان می‌دهد پرسش‌نامه مورد استفاده دارای ساختار منسجم و قوی برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش بوده و نتایج حاصل از آن قابل استناد است. برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها، از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (Kolmogorov-Smirnov) بهره گرفته شد. نتایج این آزمون نشان داد اکثر متغیرهای پژوهش توزیع نرمال ندارند ($Sig. < 0/05$)، به جز متغیر «نقش در پیاده‌مداری» که سطح معناداری آن برابر با ۰/۰۸۸ بود و توزیع نرمال آن قابل قبول است. به همین دلیل، در تحلیل‌های آماری

بعدی از ترکیبی از روش‌های پارامتریک و ناپارامتریک استفاده شد تا دقت و اعتبار نتایج به بالاترین حد ممکن برسد. میانگین نمرات بیشتر متغیرهای پژوهش بالاتر از مقدار میانه طیف لیکرت (عدد ۳) بود که نشان‌دهنده نگرش مثبت پاسخ‌دهندگان نسبت به مؤلفه‌های مورد بررسی است. این موضوع بیانگر آن است که افراد شرکت‌کننده در پژوهش، برداشت و درک مثبتی از کافه‌های خیابانی و نقش این فضاها در بهبود کیفیت زندگی شهری دارند. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون نشان داد بین سرزندگی شهری و حس امنیت روانی شهروندان رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. ضریب همبستگی این دو متغیر برابر با ۰/۵۲ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ ($p < 0/001$) بود. مدل رگرسیون خطی ساده نیز این رابطه را تأیید کرد، به گونه‌ای که سرزندگی شهری توانست ۲۷/۳ درصد از واریانس متغیر حس امنیت روانی را تبیین کند. این یافته‌ها بیانگر تأثیر مستقیم و معنادار سرزندگی فضای شهری بر احساس آرامش و امنیت روانی ساکنان است. نتایج تحلیل همبستگی همچنین نشان داد ارزیابی مثبت از کافه‌های خیابانی با سطح بالایی از تعاملات اجتماعی و حس تعلق مکانی رابطه دارد. مقدار همبستگی بین این دو متغیر برابر با ۰/۷۹ با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ ($p < 0/001$) بود که بیانگر رابطه‌ای بسیار قوی و معنادار است. مدل رگرسیونی نیز نشان داد بیش از ۶۳ درصد از تغییرات ارزیابی کافه‌ها توسط این دو متغیر تبیین می‌شود. این یافته‌ها اهمیت کلیدی کافه‌های خیابانی در تقویت روابط اجتماعی و انسجام مکانی در بافت شهری را به خوبی نشان می‌دهد. همچنین، نتایج همبستگی بین ارزیابی کافه‌ها و متغیرهای «زیبایی‌شناسی» (۰/۷۰) و «پیاده‌مداری» (۰/۷۳) با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ ($p < 0/001$) رابطه‌ای مثبت، قوی و معنادار را نمایان ساخت. تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد این دو متغیر به صورت ترکیبی توانسته‌اند حدود ۷۶ درصد از تغییرات نگرش به کافه‌های خیابانی را تبیین کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد چندمنظوره بودن فضاهای کافه‌ای نه تنها به بهبود کیفیت بصری محیط کمک می‌کند، بلکه موجب ترویج سبک زندگی پیاده‌محور و کاهش وابستگی به خودرو نیز می‌شود. مطالعات پیشین به طور گسترده‌ای بر اهمیت «مکان سوم» و نقش آن در تقویت تعاملات اجتماعی و کیفیت زندگی شهری تأکید کرده‌اند. برای مثال، پژوهش الدنبرگ (۱۹۹۹) مفهوم مکان سوم را معرفی کرد و نقش کلیدی کافه‌ها در ایجاد پیوندهای اجتماعی را برجسته ساخت. تحقیقات بعدی مانند مطالعه روزنباوم (۲۰۰۶) و پرگارسیا و همکاران (۲۰۲۲) به تأیید تأثیر کافه‌ها در افزایش حس تعلق، حمایت اجتماعی و ارتقای کیفیت فضاهای عمومی پرداخته‌اند. نتایج مطالعات معاصر، همچون تحقیق کرکمز (۲۰۲۴) و نایم (۲۰۲۵) نیز اهمیت طراحی خلاقانه فضاهای شهری کوچک و فرهنگ کافه‌نشینی را در تقویت حس مکان و سرزندگی شهری نشان می‌دهد. در مقایسه با این مطالعات، یافته‌های پژوهش حاضر نه تنها بر تأثیر مثبت و معنادار کافه‌های خیابانی بر تعاملات اجتماعی و سرزندگی شهری تأکید می‌کند، بلکه با ارائه شواهد آماری قوی، نقش میانجی این فضاها در افزایش امنیت روانی و ترویج سبک زندگی پیاده‌محور را نیز برجسته ساخته است. به خلاف برخی پژوهش‌ها که به صورت کیفی یا مفهومی به این موضوع پرداخته‌اند، این تحقیق با استفاده از تحلیل‌های رگرسیونی چندگانه و آزمون‌های همبستگی کمی، رابطه دقیق‌تر و کتی میان عناصر زیبایی‌شناسی، پیاده‌مداری و ارزیابی کافه‌ها را تبیین کرده

است. همچنین میزان بالای ضریب همبستگی (تا ۰/۷۷) و درصد قابل توجه تبیین واریانس (تا ۷۶ درصد) نشان می‌دهد این مطالعه، سطح بالاتری از دقت و جامعیت را در تحلیل نقش کافه‌های خیابانی ارائه می‌دهد. از سوی دیگر، پژوهش حاضر با تمرکز ویژه بر متغیرهای مرتبط با امنیت روانی و نگرش مثبت نسبت به کافه‌ها، ابعاد روان‌شناختی و اجتماعی فضاهای شهری را به طور هم‌زمان در نظر گرفته که در مطالعات قبلی کمتر به صورت ترکیبی و آماری بررسی شده است. این رویکرد جامع، تفاوت بارزی با اغلب تحقیقات پیشین دارد که عمدتاً بر جنبه‌های فرهنگی، معماری یا طراحی فضا تمرکز داشته‌اند. در نهایت، یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد کافه‌های خیابانی نه تنها به عنوان مکان‌های سوم، بلکه به عنوان ابزارهایی عملی برای ارتقای کیفیت زندگی شهری، افزایش امنیت روانی و توسعه پایدار شهری عمل می‌کنند؛ موضوعی که می‌تواند چشم‌اندازی جدید و عملیاتی برای سیاست‌گذاران و طراحان شهری فراهم آورد. در میان ابعاد مورد بررسی، شاخص «محیط زیست شهری» با میانگین ۲/۸۸ کمترین مقدار را به خود اختصاص داد. این نتیجه نشان می‌دهد اگرچه کافه‌های خیابانی بلوار ارم در تقویت تعاملات اجتماعی و ارتقای سرزندگی شهری موفق بوده‌اند، اما از منظر محیط زیستی عملکرد ضعیف‌تری داشته‌اند. در بازدیدهای میدانی نیز مشاهده شد که مدیریت پسماند، مصرف بالای ظروف یک‌بارمصرف و فقدان زیرساخت‌های سبز در برخی کافه‌ها موجب کاهش رضایتمندی محیط زیستی شهروندان شده است. بنابراین، ضروری است که کافه‌های خیابانی این محور با به‌کارگیری رویکردهایی همچون استفاده از تجهیزات کم‌مصرف، طراحی سازگار با محیط زیست و مدیریت پایدار ضایعات، بتوانند نقش فعال‌تری در تحقق پایداری زیست‌محیطی ایفا کنند. این پژوهش با رویکردی چندبعدی، اثر کافه‌های خیابانی بر کیفیت زندگی شهری را بررسی کرده و جنبه‌های نوآورانه متعددی را تلفیق می‌کند. از جمله این نوآوری‌ها، تحلیل هم‌زمان شاخص‌های اجتماعی، روان‌شناختی، زیبایی‌شناختی، اقتصادی و محیط زیستی است که تصویری جامع و داده‌محور از نقش کافه‌ها در ارتقای کیفیت فضاهای عمومی ارائه می‌دهد. مطالعات مردم‌نگارانه در تهران نشان می‌دهد کافه‌ها به عنوان خرده‌فرهنگ شهری، فضایی برای سبک زندگی متفاوت و تبادل فرهنگی عمل می‌کنند و با تقویت تعاملات اجتماعی و حس تعلق به مکان، کیفیت زندگی شهری را بهبود می‌بخشند (Hemmati et al., 2021). همچنین، پژوهش‌های میدانی و تحلیلی در شیراز و دزفول نشان داده‌اند طراحی محیطی هوشمندانه، جانمایی هدفمند و ادغام عناصر فرهنگی و بومی، موجب افزایش سرزندگی، تجربه کاربری مثبت و بازتولید هویت شهری می‌شود (Ghaffarisab & Mohammadtaghinejad, 2021; Ghalavand et al., 2021). مطالعات تطبیقی در فضای داخلی و خیابانی، با تأکید بر طراحی انسان‌محور و تحلیل رفتار کاربران، نشان داده‌اند شاخص‌های روان‌شناختی، اقتصادی و زیبایی‌شناسی محیط، به طور هم‌زمان می‌توانند تعاملات اجتماعی و رفاه روانی کاربران را افزایش دهند (Mohammadi Salek et al., 2021; Rosenbaum, 2006; Clark & Sanchez, 2018). همچنین، پژوهش‌های اخیر در زمینه سرزندگی شبانه، بازتعریف فضاهای کوچک و الگوهای بومی‌سازی نشان داده‌اند که جانمایی مناسب مبلمان، نورپردازی و فضاهای سبز، باعث افزایش حضور فعال شهروندان و ارتقای حس تعلق و امنیت روانی می‌شود (مانند فن و همکاران ۲۰۲۲)، کرکمز (۲۰۲۲)، امیر و

همکاران (۲۰۲۴). در نهایت، تلفیق روش‌های کمی و کیفی و استفاده از داده‌های میدانی و پرسشنامه‌ای امکان ارزیابی دقیق اثرات کافه‌های خیابانی بر سرزندگی، تعاملات اجتماعی، کیفیت کالبدی و اقتصادی فضاهای شهری را فراهم می‌کند و می‌تواند الگویی قابل تعمیم برای برنامه‌ریزی شهری انسان‌محور و پایداری شهری ارائه دهد (مانند سپهان و همکاران ۲۰۲۲)، نانومی و همکاران (۲۰۲۵). این ترکیب جامع رویکردها و شاخص‌ها، نقطه تمایز اصلی این پژوهش نسبت به مطالعات پیشین است و دستاوردهای آن شامل ارتقای کیفیت تجربه فضایی، افزایش تعاملات اجتماعی، تقویت حس تعلق به مکان و بهبود رفاه روانی کاربران است.

پرسش نخست

چرا برخی ابعاد مرتبط با کیفیت زندگی جمعی در فضای شهری، بیش از دیگر جنبه‌ها بر موفقیت کافه‌های خیابانی اثرگذار هستند؟

پاسخ

نتایج تحلیل آماری نشان داد ابعادی از زندگی شهری که با پویایی فضا، حضور مداوم شهروندان و احساس امنیت روانی پیوند دارند، با میانگین ۳/۴۴ و انحراف معیار ۰/۶۲ بیشترین تأثیر را بر موفقیت کافه‌های خیابانی دارند. نرمال بودن توزیع داده‌ها ($Sig = 0/009$) این موضوع را تأیید می‌کند که چنین فضاهایی با افزایش رفت‌وآمد و کاهش احساس ترس، محیطی زنده و پویا می‌آفرینند. در کنار آن، جنبه‌های اجتماعی و دلبستگی مکانی با میانگین ۳/۳۴، چولگی ۰/۰۸ و کشیدگی ۰/۷۹ نشان‌دهنده اهمیت کارکرد جمعی کافه‌ها هستند. این یافته‌ها بیانگر آن است که موفقیت کافه‌های خیابانی در گرو توانایی آن‌ها در تقویت تعاملات انسانی، ارتقای سرمایه اجتماعی و ایجاد حس تعلق به مکان است؛ فرایندی که نه تنها تجربه‌های معنادار شهری را تقویت می‌کند، بلکه به انسجام اجتماعی و شکل‌گیری هویت شهری نیز یاری می‌رساند.

پرسش دوم

چگونه می‌توان با بهره‌گیری از رویکردهای طراحی کاربرمحور، مدیریت هوشمند و برنامه‌ریزی شهری، تجربه کاربری مثبت و پویایی اجتماعی پیرامون کافه‌های خیابانی را ارتقا داد؟

پاسخ

تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد شاخص‌های طراحی و مدیریت محیطی همچون نورپردازی، مبلمان مناسب و جانمایی هدفمند نقش مهمی در افزایش جذابیت و امنیت فضا دارند. شاخص «امنیت و آرامش» با میانگین ۳/۳۶ و سطح معناداری $Sig = 0.02$ مؤید آن است که کیفیت طراحی محیطی می‌تواند به ارتقای حس امنیت روانی و تشویق حضور اختیاری کاربران منجر شود. در بعد اقتصادی نیز شاخص «تأثیر بر اقتصاد محلی» با میانگین ۳/۴۰ نشان می‌دهد کافه‌های خیابانی ظرفیت بالایی برای رونق اقتصاد خرد و گردشگری شهری دارند. بر این اساس، راهکارهای عملی شامل طراحی مشارکتی با شهروندان، بهینه‌سازی نورپردازی و مبلمان، ادغام عناصر فرهنگی و بومی در طراحی، تقویت پیاده‌راه‌ها و پایش مستمر عملکرد کافه‌ها بر اساس شاخص‌های کمی و کیفی پیشنهاد می‌شود. این اقدامات نه فقط راهکار، بلکه نتیجه مستقیم تحلیل داده‌هاست و نشان می‌دهد ارتقای تجربه کاربری و پویایی اجتماعی پیرامون کافه‌های خیابانی، وابسته به مدیریت هوشمند و برنامه‌ریزی شهری یکپارچه است.

۷. نتیجه گیری

این پژوهش با رویکرد چندبعدی و تحلیل جامع، اثر کافه‌های خیابانی بر کیفیت زندگی شهری در بلوار ارم همدان را بررسی کرده است. نوآوری این مطالعه در ارزیابی هم‌زمان شاخص‌های اجتماعی، روان‌شناختی، زیبایی‌شناختی، اقتصادی و محیط زیستی است که تصویری دقیق و داده‌محور از نقش کافه‌ها در ارتقای کیفیت فضاهای عمومی ارائه می‌دهد. چنین رویکردی امکان شناسایی قوت‌ها و ضعف‌های کافه‌های خیابانی و ارائه راهکارهای عملی برای برنامه‌ریزی شهری انسان‌محور در شهرهای مشابه را فراهم می‌کند. یافته‌های آماری حاصل از ۳۸۰ پرسشنامه نشان داد کافه‌های خیابانی فراتر از کارکرد صرفاً خدماتی عمل می‌کنند و با تقویت تعاملات اجتماعی، سرزندگی فضایی و حس تعلق به مکان، نقش مهمی در ارتقای کیفیت زندگی شهری ایفا می‌کنند. شاخص «سرزندگی و نشاط شهری» با میانگین ۳/۴۴ و انحراف معیار ۰/۶۲ بیشترین تأثیر را داشته و نشان‌دهنده افزایش پویایی فضایی، حضور مستمر شهروندان و کاهش احساس ترس در فضاهای عمومی است. شاخص «عوامل اجتماعی و حس تعلق» (میانگین ۳/۳۴، چولگی ۰/۰۸، کشیدگی ۰/۷۹) نیز تأکید می‌کند که کافه‌ها به عنوان گره‌های اجتماعی، تعاملات میان‌فردی، هویت شهری و پیوند میان حافظه مکان و تجربه روزمره شهروندی را تقویت می‌کنند. در شاخص‌های «زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی» (میانگین ۳/۳۳، کشیدگی ۲/۷۲) و «امنیت و آرامش» (میانگین ۳/۳۶، Sig = 0.02) مشاهده شد که طراحی محیطی مناسب، جانمایی هدفمند و نورپردازی، کاربران را به مکث طولانی‌تر، گفت‌وگو و گذران زمان در فضا ترغیب می‌کند و حس امنیت روانی و رضایتمندی زیبایی‌شناختی را افزایش می‌دهد. شاخص اقتصادی نیز با میانگین ۳/۴۰ نشان‌دهنده نقش قابل توجه کافه‌های خیابانی در رونق اقتصاد خرد، ایجاد فرصت‌های شغلی و جذب سرمایه‌های محلی است. شاخص‌های مرتبط با «پایه‌مداری» (میانگین ۳/۰۹، Sig = 0/08) و «محیط زیست شهری» (میانگین ۲/۸۸) نسبت به سایر ابعاد پایین‌تر هستند، که نشان‌دهنده ضرورت توجه بیشتر به بهبود دسترسی پیاده، توسعه حمل‌ونقل پایدار و ارتقای زیرساخت‌های محیط زیستی در طراحی و مدیریت کافه‌ها است. این یافته‌ها تأکید می‌کند که توجه هم‌زمان به مؤلفه‌های محیطی، اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی برای تحقق یک تجربه شهری متوازن ضروری است. مشاهدات میدانی نیز نشان داد نواحی مجهز به کافه‌های خیابانی تراکم حضور عابران، شدت تعاملات اجتماعی و سرزندگی بالاتری دارند، در حالی که بخش‌های فاقد چنین کاربری‌ها کاهش محسوس حضور شهروندان و ضعف در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی را تجربه می‌کنند. این امر نقش کافه‌ها را به عنوان عناصر محرک فعال‌سازی فضاهای عمومی (Catalysts) و بهبود تجربه کاربری شهری برجسته می‌کند. بر اساس یافته‌های پژوهش، توصیه‌های کاربردی شامل طراحی کاربرمحور، بهینه‌سازی جانمایی و مبلمان، نورپردازی مناسب، ایجاد مسیرهای پیوسته و امن، ادغام عناصر فرهنگی و بومی، و پایش مستمر عملکرد کافه‌ها است. اجرای این توصیه‌ها می‌تواند حضور فعال شهروندان، تعاملات اجتماعی و سرزندگی شهری را تقویت کند و الگویی عملی برای توسعه محورهای شهری مشابه در دیگر شهرها ارائه دهد. در مجموع، این پژوهش نشان می‌دهد کافه‌های خیابانی در همدان نه تنها بهبود سرزندگی، تعاملات اجتماعی، امنیت روانی، زیبایی‌شناسی و

اقتصاد محلی را تسهیل می‌کنند، بلکه با رویکردی جامع و چندبعدی می‌توانند به عناصر کلیدی در تحقق شهر پایدار، زیست‌پذیر و انسان‌محور تبدیل شوند.

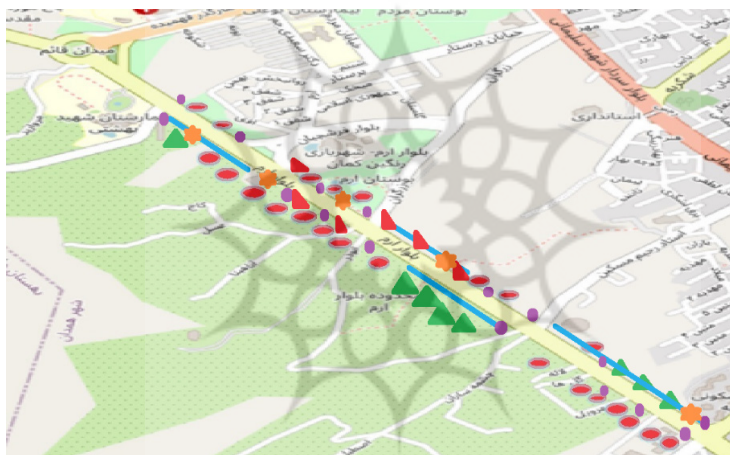
۱.۷. پیشنهادهای کاربردی پژوهش برای بلوار ارم همدان

۱. طراحی کاربرمحور و مشارکتی
 - موقعیت پیشنهادی: طول مسیر پیاده‌روهای اصلی بلوار ارم، به‌ویژه در مجاورت بوستان ارم و اطراف شهر بازی رنگین‌کمان.
 - شرح مداخله: برگزاری جلسات مشارکت شهروندان و کاربران کافه‌ها برای انتخاب مبلمان شهری، رنگ‌ها، طراحی تراس و فضای نشیمن.
 - منطق انتخاب: نقاط پرتردد و تجمع مردم بیشترین تأثیر را در تجربه فضایی دارند و مشارکت شهروندان حس تعلق و رضایت را افزایش می‌دهد.
 - ذی‌نفعان: شهرداری همدان، سازمان ساماندهی مشاغل، کسب‌وکارهای محلی، شهروندان و گردشگران.
 - گام‌های اجرا: شناسایی نقاط کلیدی، دعوت از ذی‌نفعان، طراحی کارگاه‌های مشارکتی، جمع‌بندی پیشنهادهای و پیاده‌سازی.
 - نیازمندی‌ها: فضاهای مناسب برای کارگاه، نیروی متخصص طراحی شهری، بودجه مشارکتی.
 - شاخص‌های ارزیابی: میزان رضایت کاربران، تعداد مشارکت‌کنندگان، تغییر کیفیت فضایی طبق نظرسنجی.
۲. بهینه‌سازی فضاهای شهری و مسیرهای پیاده‌راه
 - موقعیت پیشنهادی: مسیرهای پیوسته بین بوستان ارم، کافه‌های خیابانی و ایستگاه‌های دسترسی به حمل‌ونقل عمومی.
 - شرح مداخله: ایجاد مسیرهای امن و دلپذیر، کاهش برخورد خودرو و عابر، جانمایی صندلی‌ها و سایه‌بان‌ها.
 - منطق انتخاب: مسیرهای پرتردد بیشترین پتانسیل را برای افزایش تعاملات اجتماعی و تجربه عابر پیاده دارند.
 - ذی‌نفعان: شهرداری، پلیس راهنمایی و رانندگی، کسب‌وکارهای محلی، عابران.
 - گام‌های اجرا: شناسایی مسیرهای پرتردد، طراحی مسیر و تجهیزات، نصب مبلمان، پایش عملکرد.
 - نیازمندی‌ها: بودجه شهری، مشاور طراحی شهری، تجهیزات مبلمان، علائم هدایت‌کننده.
 - شاخص‌های ارزیابی: تراکم عابران، سرعت حرکت، میزان رضایت کاربران، کاهش برخورد با خودرو.
۳. ادغام عناصر فرهنگی و بومی
 - موقعیت پیشنهادی: پیرامون کافه‌های خیابانی و فضاهای نشیمن در طول بلوار و در نزدیکی بوستان‌ها.
 - شرح مداخله: استفاده از نمادها، رنگ‌ها، متریال و المان‌های معماری محلی در طراحی کافه‌ها و فضای عمومی.
 - منطق انتخاب: ارتقای هویت محلی و تجربه فضایی معنادار برای گردشگران و شهروندان.
 - ذی‌نفعان: هنرمندان محلی، سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی، کسب‌وکارها.
 - گام‌های اجرا: شناسایی المان‌های بومی، طراحی نمونه‌ها، نصب و نظارت بر نگهداری.
 - نیازمندی‌ها: مشاور هنری، بودجه برای طراحی و اجرا، همکاری کسب‌وکارها.

۵. تقویت ابعاد اقتصادی و اجتماعی

- موقعیت پیشنهادی: اطراف کافه‌ها، مسیرهای پیاده‌رو، و فضاهای باز بوستان ارم.
- شرح مداخله: حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و محلی، ایجاد برنامه‌های فرهنگی و رویدادی، بازارچه‌های فصلی و اجرای رویدادهای هنری.
- منطق انتخاب: حضور فعال شهروندان و گردشگران موجب رشد اقتصادی و تقویت تعاملات اجتماعی می‌شود.
- ذی‌نفعان: کسب‌وکارهای محلی، شهرداری، سازمان‌های فرهنگی، شهروندان و گردشگران.
- گام‌های اجرا: شناسایی کسب‌وکارها، طراحی برنامه‌های رویدادی، اطلاع‌رسانی و اجرا، پایش عملکرد.
- نیازمندی‌ها: بودجه برنامه‌ریزی، فضای مناسب برای رویداد، هماهنگی ذی‌نفعان.
- شاخص‌های ارزیابی: افزایش تعداد بازدیدکنندگان، رشد درآمد کسب‌وکارها، مشارکت در رویدادها.

- شاخص‌های ارزیابی: میزان شناخت مردم از عناصر بومی، افزایش حضور گردشگران، ارزیابی زیبایی‌شناختی محیط.
- ۴. مدیریت هوشمند و پایش مستمر
- موقعیت پیشنهادی: کل طول بلوار، به‌ویژه نقاط تجمع کافه‌ها و مسیرهای پیاده‌راه پرتردد.
- شرح مداخله: نصب حسگرها و سیستم‌های هوشمند برای جمع‌آوری داده‌های استفاده، رضایت کاربران، تراکم جمعیت و عملکرد فضاها.
- منطق انتخاب: داده‌های دقیق امکان اصلاح و ارتقای مستمر کیفیت فضا و خدمات ارائه‌شده را فراهم می‌کند.
- ذی‌نفعان: شهرداری، سازمان فناوری اطلاعات، پژوهشگران شهری.
- گام‌های اجرا: نصب تجهیزات، جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل، ارائه پیشنهاد اصلاحی.
- نیازمندی‌ها: تجهیزات فناوری، نیروی متخصص تحلیل داده، بودجه نگهداری.
- شاخص‌های ارزیابی: میزان استفاده از فضا، رضایت کاربران، تغییر در رفتارهای اجتماعی.



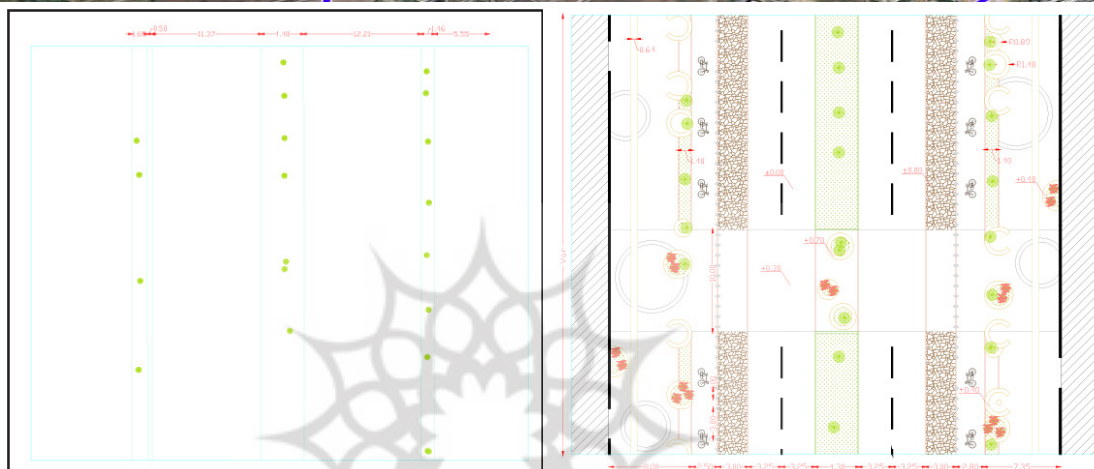
شکل ۶. نمادگذاری پیشنهادهای کاربردی در نقشه بلوار ارم همدان در این نقشه هر پیشنهاد با یک نماد و رنگ مشخص نمایش داده شده است: طراحی کاربرمحور و مشارکتی (مثلث سبز)، بهینه‌سازی مسیرهای پیاده‌راه (خط پیوسته آبی)، ادغام عناصر فرهنگی و بومی (ستاره نارنجی)، مدیریت هوشمند و پایش مستمر (دایره بنفش) و تقویت ابعاد اقتصادی و اجتماعی (مثلث قرمز). این نمادگذاری امکان ارتباط مستقیم میان متن پیشنهادها و مکان‌های جابجایی‌شده روی نقشه را فراهم می‌کند.

پیوست‌ها

- طول محور: حدود ۳ کیلومتر
- تعداد کافه‌های فعال: بیش از ۳۰ واحد کافه خیابانی با کارکردهای متنوع شامل خدمات غذایی، فعالیت‌های فرهنگی و فضای استراحت عمومی
- مداخلات شهری انجام‌شده: توسعه پیاده‌روها، افزایش فضای سبز، نصب مبلمان شهری و جانمایی کافه‌های خیابانی به عنوان اجزای کلیدی فضاهای عمومی

پیوست ۱. حدود مکانی و ویژگی‌های بستر مطالعه

نمونه موردی پژوهش، بلوار ارم شهر همدان است که در مرکز شهر واقع شده و پیش‌تر به عنوان مسیری پرتراфик و خودرومحور شناخته می‌شد. این بلوار پس از اجرای طرح‌های بهسازی و بازآفرینی شهری، به یکی از فضاهای پویا و پیاده‌مدار شهر تبدیل گردید. مختصات جغرافیایی این محور تقریباً 34.7993° شمالی و 48.5207° شرقی است.



شکل ۷. نقشه پایه محور مطالعه (بلوار ارم، طول تقریبی ۵/۲ کیلومتر، شامل ۳۰ کافه) پیش و پس از مداخله

پیوست ۲:

بر پایایی کل پرسشنامه دارد.

هدف از ارائه این جدول، شناسایی گویه‌های با پایایی بالا و همبستگی مناسب با کل پرسشنامه است. مقادیر پایین همبستگی یا افزایش آلفا در صورت حذف، می‌تواند نشان‌دهنده نیاز به بازنگری یا حذف گویه از پرسشنامه باشد. این جدول ابزاری مهم برای پژوهشگران و طراحان شهری است تا علاوه بر تحلیل داده‌ها، کیفیت سنجش را ارتقا دهند و اطمینان حاصل شود که هر سؤال به طور مؤثر در ارزیابی ابعاد مختلف کافه‌های خیابانی در بهبود کیفیت فضاهای شهری نقش دارد. در این جدول، مقادیر نشان می‌دهند که تمامی گویه‌ها پایایی بسیار بالایی به پرسشنامه داده‌اند و هیچ گویه‌ای ضعیف یا حذف‌شونده وجود ندارد.

برای اطمینان از پایایی و اعتبار پرسشنامه، تحلیل‌های آماری مربوط به هر گویه انجام شد. با توجه به تعداد زیاد گویه‌ها (۵۶ گویه) و اهمیت بررسی تأثیر هر سؤال بر نمره کل، جدول غربال گویه‌ها شامل شاخص‌های کلیدی زیر ارائه گردیده است:

۱. میانگین گویه: نشان‌دهنده میزان تأثیر هر پرسش بر محور مربوطه و پاسخ‌دهندگان.
۲. همبستگی گویه - کل: معیار همبستگی هر گویه با مجموع نمرات پرسشنامه، که میزان تناسب هر سؤال با کل سازه را نشان می‌دهد.
۳. آلفا در صورت حذف گویه: ضریب پایایی کرونباخ در صورت حذف هر گویه، که نشان می‌دهد حذف یک سؤال خاص چه تأثیری

جدول ۹: غربال گویه پرسشنامه ارزیابی کافه‌های خیابانی در کیفیت بخشی به فضاهای شهری (نمونه موردی: بلوار ارم همدان)

شماره گویه	متن گویه	دست‌بندی	آلفا در صورت حذف گویه	همبستگی گویه - کل	میانگین گویه
۱	کافه‌های خیابانی تا چه اندازه به افزایش پویایی و سرزندگی فضاهای عمومی کمک کرده‌اند؟	سرزندگی و نشاط شهری	۰/۹۴۰	۰/۶۲	۳/۵۷
۲	این کافه‌ها تا چه میزان توانسته‌اند محیطی جذاب برای حضور طولانی‌مدت شهروندان ایجاد کنند؟	سرزندگی و نشاط شهری	۰/۹۴۱	۰/۶۰	۳/۵۶
۳	تا چه اندازه کافه‌های خیابانی باعث تنوع و افزایش فعالیت‌های شهری شده‌اند؟	سرزندگی و نشاط شهری	۰/۹۴۱	۰/۵۸	۳/۵۴
۴	این فضاها چقدر به افزایش حس اجتماعی بودن و همنشینی در شهر کمک کرده‌اند؟	سرزندگی و نشاط شهری	۰/۹۴۲	۰/۵۵	۳/۴۶
۵	کافه‌های خیابانی تا چه حد توانسته‌اند حس سرزندگی و نشاط شهری را تقویت کنند؟	سرزندگی و نشاط شهری	۰/۹۴۱	۰/۵۷	۳/۴۷

شماره گویه	متن گویه	دسته‌بندی	آلفا در صورت حذف گویه	همبستگی گویه - کل	میانگین گویه
۶	حضور در این کافه‌ها تا چه اندازه موجب افزایش حس لذت از محیط شهری شده است؟	سرزندگی و نشاط شهری	۰/۹۴۳	۰/۵۰	۳/۴۰
۷	کافه‌های خیابانی تا چه حد به افزایش تعاملات بین شهروندان کمک کرده‌اند؟	تعاملات اجتماعی و حس تعلق	۰/۹۴۰	۰/۶۵	۳/۷۶
۸	این فضاها چقدر توانسته‌اند فرصتی برای گفت‌وگو و ارتباطات اجتماعی فراهم کنند؟	تعاملات اجتماعی و حس تعلق	۰/۹۴۱	۰/۶۰	۳/۶۳
۹	تا چه میزان این کافه‌ها باعث افزایش همدلی و دلبستگی به مکان شده‌اند؟	تعاملات اجتماعی و حس تعلق	۰/۹۴۱	۰/۶۲	۳/۶۹
۱۰	حضور در این فضاها تا چه حد باعث ایجاد حس صمیمیت و آشنایی میان افراد شده است؟	تعاملات اجتماعی و حس تعلق	۰/۹۴۲	۰/۵۵	۳/۵۴
۱۱	تا چه اندازه کافه‌های خیابانی محلی برای شکل‌گیری دوستی‌ها و آشنایی‌های جدید بوده‌اند؟	تعاملات اجتماعی و حس تعلق	۰/۹۴۳	۰/۵۰	۳/۲۶
۱۲	این فضاها تا چه حد باعث افزایش مشارکت اجتماعی و تعامل بین گروه‌های مختلف شده‌اند؟	تعاملات اجتماعی و حس تعلق	۰/۹۴۴	۰/۴۸	۳/۱۳
۱۳	کافه‌های خیابانی تا چه اندازه توانسته‌اند به بهبود زیبایی بصری شهر کمک کنند؟	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۹۴۰	۰/۶۷	۳/۸۸
۱۴	تا چه میزان طراحی این فضاها با هویت محلی و فرهنگ شهری هماهنگ است؟	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۹۴۱	۰/۶۳	۳/۸۰
۱۵	نورپردازی این فضاها تا چه اندازه بر جذابیت شبانه شهر تأثیر گذاشته است؟	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۹۴۱	۰/۶۵	۳/۷۹
۱۶	تا چه حد رنگ‌ها و مترئال‌های استفاده‌شده در این فضاها باعث افزایش جذابیت محیط شده‌اند؟	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۹۴۲	۰/۵۵	۳/۳۸
۱۷	این فضاها تا چه میزان توانسته‌اند تصویری مثبت از شهر در ذهن شهروندان ایجاد کنند؟	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۹۴۳	۰/۵۰	۳/۱۲
۱۸	کافه‌های خیابانی تا چه اندازه در هویت‌بخشی و ایجاد حس تعلق به شهر مؤثر بوده‌اند؟	زیبایی‌شناسی و هویت‌بخشی	۰/۹۴۴	۰/۴۸	۳/۰۲
۱۹	کافه‌های خیابانی تا چه حد توانسته‌اند امنیت فضاهای عمومی را افزایش دهند؟	امنیت و آرامش	۰/۹۴۰	۰/۷۰	۴/۰۵
۲۰	این فضاها تا چه میزان باعث کاهش نقاط بی‌دفاع شهری و افزایش نظارت اجتماعی شده‌اند؟	امنیت و آرامش	۰/۹۴۲	۰/۵۵	۳/۱۶
۲۱	تا چه حد افزایش تردد و حضور مردم در این کافه‌ها موجب کاهش جرم و ناامنی شده است؟	امنیت و آرامش	۰/۹۴۱	۰/۶۸	۳/۹۱
۲۲	نورپردازی مناسب این فضاها تا چه میزان به امنیت شبانه کمک کرده است؟	امنیت و آرامش	۰/۹۴۰	۰/۷۰	۴/۱۰
۲۳	این فضاها تا چه حد احساس آرامش و آسودگی را در شهروندان تقویت کرده‌اند؟	امنیت و آرامش	۰/۹۴۰	۰/۷۱	۴/۱۶
۲۴	کافه‌های خیابانی تا چه میزان موجب کاهش استرس و افزایش حس امنیت روانی شده‌اند؟	امنیت و آرامش	۰/۹۴۱	۰/۶۹	۴/۱۴
۲۵	تا چه حد طراحی این فضاها به ایجاد محیطی ایمن و دوستانه برای شهروندان کمک کرده است؟	امنیت و آرامش	۰/۹۳۹	۰/۷۳	۴/۴۹
۲۶	کافه‌های خیابانی تا چه میزان باعث رونق اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی شده‌اند؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۱	۰/۶۲	۳/۸۴
۲۷	این فضاها چقدر توانسته‌اند به جذب گردشگران و افزایش درآمد محلی کمک کنند؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۰	۰/۷۰	۴/۵۵
۲۸	تا چه حد وجود این کافه‌ها باعث افزایش ارزش اقتصادی خیابان‌ها و محله‌ها شده است؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۰	۰/۶۸	۴/۲۹
۲۹	کافه‌های خیابانی تا چه میزان کسب‌وکارهای محلی را تقویت کرده‌اند؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۱	۰/۶۳	۳/۸۳
۳۰	این فضاها تا چه حد به افزایش مدت‌زمان حضور شهروندان در خیابان‌ها و مراکز تجاری کمک کرده‌اند؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۱	۰/۶۷	۴/۲۱
۳۱	کافه‌های خیابانی تا چه میزان موجب افزایش فرصت‌های کارآفرینی برای جوانان شده‌اند؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۱	۰/۶۵	۴/۰۷
۳۲	تا چه اندازه قیمت‌ها و خدمات ارائه‌شده در این کافه‌ها برای شهروندان مقرون‌به‌صرفه است؟	اقتصاد محلی	۰/۹۴۳	۰/۵۰	۳/۲۲
۳۳	کافه‌های خیابانی تا چه میزان باعث افزایش تمایل شهروندان به پیاده‌روی شده‌اند؟	پیاده‌مداری	۰/۹۴۱	۰/۶۰	۳/۸۴
۳۴	این فضاها تا چه حد توانسته‌اند وابستگی مردم به وسایل نقلیه شخصی را کاهش دهند؟	پیاده‌مداری	۰/۹۴۰	۰/۶۸	۴/۵۵
۳۵	تا چه اندازه مسیرهای پیاده‌روی اطراف این کافه‌ها ایمن و مناسب طراحی شده‌اند؟	پیاده‌مداری	۰/۹۴۱	۰/۶۶	۴/۲۹

شماره گویند	متن گویند	دسته‌بندی	آلفا در صورت حذف گویند	همبستگی گویند - کل	میانگین گویند
۳۶	این فضاها تا چه حد توانسته‌اند باعث افزایش تعامل پیاپی‌روها با محیط شهری شوند؟	پیاپی‌مداری	۰/۹۴۱	۰/۶۲	۳/۸۳
۳۷	تا چه میزان این فضاها باعث تشویق شهروندان به استفاده از حمل‌ونقل عمومی شده‌اند؟	پیاپی‌مداری	۰/۹۴۱	۰/۶۵	۴/۲۱
۳۸	کافه‌های خیابانی تا چه اندازه در کاهش آلودگی هوا و صوتی ناشی از تردد خودروها مؤثر بوده‌اند؟	پیاپی‌مداری	۰/۹۴۱	۰/۶۳	۴/۰۷
۳۹	این فضاها تا چه حد به ایجاد مسیرهای پیاپی‌روی جذاب و سرزنده کمک کرده‌اند؟	پیاپی‌مداری	۰/۹۴۳	۰/۵۰	۳/۲۲
۴۰	کافه‌های خیابانی تا چه میزان توانسته‌اند فضاهایی با قابلیت استفاده در ساعات مختلف روز ایجاد کنند؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۴۱	۰/۶۱	۳/۷۸
۴۱	این فضاها تا چه حد برای برگزاری رویدادهای فرهنگی، هنری و اجتماعی مناسب هستند؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۴۱	۰/۶۴	۴/۰۷
۴۲	تا چه میزان این کافه‌ها در شرایط مختلف آب‌وهوایی قابل استفاده‌اند؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۴۱	۰/۶۳	۴/۰۴
۴۳	این فضاها تا چه اندازه پاسخگوی نیازهای متنوع گروه‌های مختلف جامعه هستند؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۴۱	۰/۶۵	۴/۰۵
۴۴	تا چه حد امکان تغییر کاربری موقت این فضاها برای مناسبت‌های خاص وجود دارد؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۴۳	۰/۵۲	۳/۵۸
۴۵	این فضاها تا چه میزان می‌توانند با تغییر نیازهای شهری سازگار شوند؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۴۱	۰/۶۰	۳/۷۹
۴۶	تا چه اندازه شهروندان از تنوع عملکردی این فضاها استقبال کرده‌اند؟	انعطاف‌پذیری	۰/۹۳۹	۰/۷۲	۴/۶۸
۴۷	کافه‌های خیابانی تا چه میزان توانسته‌اند به کاهش آلودگی بصری در محیط شهری کمک کنند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۱	۰/۶۰	۳/۶۲
۴۸	این فضاها تا چه حد از مصالح و متريال‌های سازگار با محیط‌زیست استفاده کرده‌اند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۲	۰/۵۵	۳/۲۶
۴۹	تا چه اندازه استفاده از گیاهان و عناصر طبیعی در این فضاها به بهبود کیفیت محیط کمک کرده است؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۱	۰/۶۱	۳/۵۹
۵۰	این فضاها تا چه حد موجب کاهش آلودگی صوتی در شهر شده‌اند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۱	۰/۶۰	۳/۵۸
۵۱	کافه‌های خیابانی تا چه اندازه در بهبود کیفیت هوای شهری مؤثر بوده‌اند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۳	۰/۵۲	۳/۱۶
۵۲	این فضاها تا چه حد حس طبیعت‌گرایی و آرامش را در فضای شهری تقویت کرده‌اند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۱	۰/۶۳	۳/۷۸
۵۳	کافه‌های خیابانی تا چه میزان به ارتقای آگاهی محیط‌زیستی شهروندان کمک کرده‌اند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۴	۰/۴۸	۲/۹۵
۵۴	این فضاها تا چه حد موجب کاهش مصرف انرژی و پسماند شهری شده‌اند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۵	۰/۴۵	۲/۸۸
۵۵	تا چه اندازه طراحی این کافه‌ها در کاهش آلودگی ناشی از حمل‌ونقل شخصی مؤثر بوده است؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۳	۰/۵۰	۳/۰۵
۵۶	این فضاها تا چه میزان توانسته‌اند استفاده از مصالح بومی و پایدار را ترویج کنند؟	محیط‌زیست شهری	۰/۹۴۲	۰/۵۳	۳/۱۲

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در تمامی مراحل انجام پژوهش، از طراحی تا نگارش و بازبینی نهایی مقاله، مشارکت برابر داشته‌اند.

تشکر و قدردانی

نویسندگان از تمامی افرادی که به هر نحو در انجام این پژوهش همکاری، راهنمایی یا حمایت نموده‌اند، صمیمانه قدردانی می‌کنند. این پژوهش حامی مالی یا معنوی خاصی ندارد.

تعارض منافع

نویسندگان این مقاله اعلام می‌دارند که هیچ‌گونه تعارض منافعی در رابطه با انجام پژوهش، نگارش یا انتشار این مقاله وجود ندارد.

منابع

- Abedini, M., & Saket Hasanlou, S. (2021). Urban third places: the scene of creating social and recreational hangouts. *Danesh-e Shahrsazi*, 5(2), 153–170. <https://doi.org/10.22124/upk.2020.16926.1505> [In Persian]
- Amir, S., Azizan, A., Zahari, R. K., & Asmawi, M. Z. (2020). Urban public space as a social interaction space: Case study in Petaling Street. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 5(19), 90–101. <https://doi.org/10.35631/JTHEM.519007>
- Beavis, C., Nixon, H., & Atkinson, S. (2005). LAN cafés: cafés, places of gathering or sites of informal teaching and learning? *Education, Communication & Information*, 5(1), 41–60 <https://doi.org/10.1080/14636310500061292>
- Brody, J., Gregg, K., & Hess, P. (2025). COVID street cafés: Assessing policy windows in five North American cities. *Journal of the American Planning Association*, 91(3), 343–360. <https://doi.org/10.1080/01944363.2024.2369199>

- Coeterier, J. F. (1994). Liveliness in town centers. In *The Urban Experience: A People-Environment Perspective* (pp. 297–311). Springer. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=X2SQAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA297>
- Dibazar, F., Toofan, S., Jamali, J., & Valizadeh, N. (2021). The effect of general characteristics of third places on social interactions (Case Study: Cafes of Tabriz). *Motaleate Shahri*, 10(39), 29–40. <https://doi.org/10.34785/J011.2021.806> [In Persian]
- Fan, Z., Su, T., Sun, M., Noyman, A., Zhang, F., Pentland, A. S., & Moro, E. (2023). Diversity beyond density: Experienced social mixing of urban streets. *PNAS Nexus*, 2(4), pgad077. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgad077>
- Farash Khiabani, M., Shahabian, P., & Pouyan, P. (2019). Learning from cafés: Cafés as “other spaces”. *Motaleate Shahri*, 8(30), 109–121. https://urbstudies.uok.ac.ir/article_61059.html [In Persian]
- Fenster, T. (2005). Gender and the city: The different formations of belonging. In *A Companion to Feminist Geography* (pp. 242–256). Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470996898>
- Fattahi, M. (2019). Application and utilization of modernization approach in the interior design of “Lori” café-restaurant in Tbilisi, Georgia. *Nokhbehan Olum va Mohandesi*, 4(1), 145–160. <https://sid.ir/paper/263945/fa> [In Persian]
- Gehl, J. (2011). *Life between buildings: Using public space* (6th ed.). Oxford: Island Press.
- Ghafari nasab, E., Mohammadtaghi Nejad Esfahani, & Rana. (2021). Space consumption and redefinition of femininity: Women’s café experience in Shiraz. *Applied Sociology*, 32(2), 49–70. <https://doi.org/10.22108/jas.2020.124438.1964> [In Persian]
- Hemmati, G., Ghobadi, & Hemmati. (2020). Ethnographic study of café culture in Semie Street cafés, Tehran. *Iranian Journal of Anthropology*, 10(1), 135–159. <https://doi.org/10.22059/ijar.2021.292531.459567> [In Persian]
- Hataminejad, H., Yadollahnia, H., & Mohammadisalmami, M. (2018). Analysis of the role of public spaces in urban vitality (case study: Tehran Laleh Park). <https://dori.sc.ac/dor/20.1001.1.26453851.1397.1.3.26.1> [In Persian]
- Hummon, D. M. (1991). The Great Good Place [Book review]. *Social Forces*, 69(3), 931. <https://search.proquest.com/openview/090d34ec06f1293f4a85ba8f9f02e9ed/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1816368>
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- Jones, H., Neal, S., Mohan, G., Connell, K., Cochrane, A., & Bennett, K. (2015). Urban Multiculture and Everyday Encounters in Semi-Public, Franchised Cafe Spaces. *The Sociological Review*, 63(3), 644–661. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12311>
- Kitchen, P., Williams, A. M., & Gallina, M. (2015). Sense of belonging to local community in small-to-medium sized Canadian urban areas: A comparison of immigrant and Canadian-born residents. *BMC Psychology*, 3(1), 28. <https://doi.org/10.1186/s40359-015-0085-0>
- Korkmaz, E. (2024, June). Parklets as public space. In *Proceedings of the International Conference of Contemporary Affairs in Architecture and Urbanism-ICCAUA* (Vol. 7, No. 1, pp. 885–891). <https://doi.org/10.38027/ICCAUA2024TR0005>
- Liu, S., Zhang, F., & Wu, F. (2022). Contrasting Migrants’ Sense of Belonging to the City in Selected Peri-Urban Neighborhoods in Beijing. *Cities*, 120, 103499. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103499>
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press.
- Moloudi, J. (2009). Assessment of Urban Environment Quality in New Cities: A Case Study of Hashtgerd New Town. Master’s thesis, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran. [In Persian]
- Mohammadi, & Farahbakhsh Daghigh. (2023). Analysis of café user habits in University Boulevard, Zahedan. *Urban Geography and Planning Studies*, 11(3), 39–62. <https://doi.org/10.22059/jurbangeo.2023.359858.1825> [In Persian]
- Mohammadi Salek, Asgari, & Fathi. (2021). Feasibility study of the “Third Place” concept by Oldenburg in café interior design. *Modern Architecture Research*, 1(1), e725579. https://arch.fatemiye-hshiraz.ac.ir/article_725579.html [In Persian]
- Montgomery, J. (1997). Café culture and the city: The role of pavement cafés in urban public social life. *Journal of Urban Design*, 2(1), 83–102. <https://doi.org/10.1080/13574809708724397>
- Mortaz Hejri, H. & Modiri, A. (2019). Evaluation of Third Place Functions of Cafes for the Youth in Enghelab and Valiasr Street. *Journal of Architecture and Urban Planning*, 11(22), 37-52. DOI:10.30480/aup.2019.688
- Netto, V. M., Meirelles, J., & Ribeiro, F. L. (2017). Social interaction and the city: The effect of space on the reduction of entropy. *Complexity*, 2017(1), 6182503.
- Noaime, E., Alalouch, C., Mesloub, A., Hamdoun, H., Gnaba, H., & Al-naim, M. M. (2025). Sustainable cities and urban dynamics: The role of the café culture in transforming the public realm. *Ain Shams Engineering Journal*, 16(3), 103320. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2025.103320>
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Company.
- Oldenburg, R. (1999). The great good place: Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community. New York: Marlowe & Company.
- Oldenburg, R. (1999). The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community. Da Capo Press.
- Oldenburg, R. (2013). “The Problem of Place in America”: from The Great Good Place (1989). In *The Urban Design Reader* (pp. 285–295). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203094235-30/problem-place-america-ray-oldenburg>
- Paay, J., & Kjeldskov, J. (2008). Understanding situated social interactions: A case study of public places in the city. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 17(2), 275–290. <https://doi.org/10.1007/s10606-007-9072-1>
- Pereira, M. F., Santana, P., & Vale, D. S. (2024). The impact of urban design on utilitarian and leisure walking: The relative influence of street network connectivity and streetscape features. *Urban Science*, 8(2), 24. <https://doi.org/10.3390/urbansci8020024>
- Rahmani, H., & Rafiepour, H. (2022). Café as a peace-oriented place: Rethinking the semantic system of cafés. *Applied Sociology*, 33(2), 137–162. <https://doi.org/10.22108/jas.2022.131223.2209> [In Persian]
- Rhoads, D., Solé-Ribalta, A., González, M. C., & Borge-Holthoefer, J. (2020). Planning for sustainable open streets in pandemic cities. *arXiv preprint*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2009.12548>
- Rosenbaum, M. S. (2006). Exploring the social supportive role of third places in consumers’ lives. *Journal of Service Research*, 9(1), 59–72. <https://doi.org/10.1177/1094670506289530>
- Salari Pour, A., & Beheshtizadeh, Z. (2024). Investigating the impact of third places on urban vitality: Case study of Chaharbagh Abbasi pedestrian street, Isfahan. <https://www.sid.ir/paper/1503366/fa> [In Persian]
- Saphan, L., Pipitone, J. M., Perez-Garcia, E., Vieira, A., & Francisco, R. (2022). Outdoor dining and the transformation of public space in New York City. *Streetnotes*, 29. <https://doi.org/10.5070/S529059361>
- Sohrabi, N., & Sajadzadeh, H. (2023). Assessing and evaluating the

- role of parklets in increasing the vitality of urban boulevards. *Journal of Geography and Planning*, 27(83), 85–101. <https://doi.org/10.22034/gp.2023.14663> [In Persian]
- Sop, S. A., & Kervankiran, İ. (2023). How does place attachment affect word-of-mouth?: Evidence from a street with emerging cafes. *Journal of Leisure Research*, 54(1), 109–130. <https://doi.org/10.1080/00222216.2022.2096421>
- Takmil, A., & Aminzadeh, B. (2024). Explaining the cultural identity dimensions of public spaces based on the principles of citizen-centered urban planning: A case study of the historical fabric of District 12, Tehran. <https://www.sid.ir/paper/1590964/en> [In Persian]
- Takmil, A., & Ghane, M. (2024). Assessing physical-land use and social indicators in nightlife and urban space vitality with a sustainable development approach (Case Study: Nasar Historical District, Semnan). *Iranian Urban Design Studies*, 1(1), 117–140. <https://doi.org/10.22099/udsi.2024.51529.1006> [In Persian]
- Wang, J., Long, R., Chen, H., & Li, Q. (2019). Measuring the psychological security of urban residents: Construction and validation of a new scale. *Frontiers in Psychology*, 10, 2423. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02423>
- Waxman, L. (2006). The Coffee Shop: Social and Physical Factors Influencing Place Attachment. *Journal of Interior Design*, 31(3), 35–53. <https://doi.org/10.1111/j.1939-1668.2006.tb00530.x>
- Wheeler, J. O. (1971). Social interaction and urban space. *Journal of Geography*, 70(4), 200–203. <https://doi.org/10.1080/00221347108981620>
- Zinchenko, Y. P., & contributed to the diversification of E. B. (2013). A secure city: Social-psychological aspects. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 86, 104–109. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.533>
- Zotova, O., & Tarasova, L. (2024). Psychological security of urban dwellers and the subject-spatial environment of the city. *Urban Science*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/urbansci8030119>
- Zotova, O., & Tarasova, L. (2025). Psychological security of urbanites residing in different types of housing. *Urban Science*, 9(9), 369. <https://doi.org/10.3390/urbansci9090369>.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی