

واکاوی تأثیر شکل و چیدمان مبلمان در ارتقای حس خلوت در کافی شاپ مقایسه تطبیقی کافی شاپ دوسولی و مربع سیاه مشهد

سیده مریم مجتوی^۱*

۱. استادیار گروه معماری، مؤسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

mojtabavi_m@yahoo.com

نگار رضائی حشمت‌آبادی

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری داخلی، مؤسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

ne.rezaei@ferdowsmashhad.ac.ir

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

صفحه ۲۳-۱۰

چکیده

بیان مسئله: در جهان معاصر، فضاهای موسوم به مکان سوم نظیر کافی‌شاپ‌ها، نقش مهمی در تأمین نیازهای روانی و اجتماعی انسان ایفا می‌کنند. افراد برای دستیابی به خلوت ذهنی، تعامل جمعی یا سکونت کوتاه‌مدت، به این فضاها روی می‌آورند. در این میان، نحوه طراحی داخلی و به‌ویژه شکل و چیدمان مبلمان، بر ادراک کاربران از خلوت اثرگذار است. اهمیت و ضرورت: خلوت، نه فقط به‌عنوان مؤلفه‌ای فضایی، بلکه به‌مثابه کیفیتی ادراکی، در ارتقاء تجربه‌ی حضور در مکان اهمیت دارد. توجه معمارانه به طراحی مبلمان و آرایش آن می‌تواند به خلق فضاهایی با طیف‌های متنوعی از خلوت بینجامد که نیازهای مختلف کاربران را پاسخ گوید.

هدف پژوهش: این پژوهش با هدف (۱) تحلیل طیف خلوت در فضای داخلی کافی‌شاپ‌های دوسولی و مربع سیاه مشهد، (۲) بررسی ویژگی‌های شکل و چیدمان مبلمان در هر نمونه و (۳) مقایسه تطبیقی تأثیر این عوامل بر ادراک خلوت کاربران انجام شده است.

روش پژوهش: رویکرد پژوهش کیفی و مبتنی بر تحلیل تماتیک است. داده‌ها از طریق مطالعات اسنادی، مشاهده‌ی میدانی، برداشت فضایی و مصاحبه هدفمند در دو نمونه موردی (کافی‌شاپ‌های «دوسولی» و «مربع سیاه» مشهد) گردآوری و با نرم‌افزار MAXQDA تحلیل شده‌اند.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که طیف خلوت در فضاهای داخلی مورد مطالعه، متأثر از شکل و چیدمان مبلمان، به‌صورت چندلایه‌ای از خلوت فردی تا خلوت جمعی نمود یافته است. در «دوسولی»، ترکیب مبلمان رسمی با چیدمان سلسله‌مراتبی، خلوت فردی را تقویت کرده، در حالی‌که در «مربع سیاه»، چیدمان سیال و مبلمان مدولار، به خلوت جمعی اولویت داده است. این تفاوت‌ها نشان می‌دهد که طراحی آگاهانه می‌تواند نه تنها مرزهای فیزیکی فضا، بلکه کیفیت روانی و اجتماعی تجربه‌ی حضور را نیز سامان دهد.

واژگان کلیدی: مکان سوم، کافی‌شاپ، طیف خلوت، خلوت فردی، خلوت جمعی، کافی‌شاپ دوسولی، کافی‌شاپ مربع سیاه



■■■ Article Research Original

doi 10.30508/fhja.2025.2062917.1212

Investigating the Impact of Furniture Form and Arrangement on the Sense of Privacy in Cafés (A Comparative Study of Dosouli and Black Square Cafés in Mashhad)

Seyedeh Maryam Mojtabavi*¹

1. Assistant Professor, Architecture Department, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

Negar Rezaeeshmatabadi

2. Master Student in Interior Architecture, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

Received: 06/04/2025

Accepted: 07/06/2525

Page 10-23

Abstract

Problem Statement: Belonging to the third place and the formation of sociable spaces in contemporary collective environments is an appropriate response to the shrinking living space of today's people. These spaces play a crucial role in strengthening social interactions and enhancing urban vitality, and their design should be tailored to meet the communication needs of individuals in society (Asgari, 1402: 135).

One of the most common examples of the third place in everyday life is coffee shops; spaces where people take refuge for rest, conversation, socialization, and spending free time (Rahmani and Rafipour, 1400: 141). In recent years, the acceptance of coffee shops has increased significantly, and, as a result, their number has also grown significantly (Mojtabawi and Nahdali, 1400: 83).

Given their growing role, coffee shops must be designed to foster social interaction by prioritizing features like view, furniture, capacity, location, and cozy spaces. Many coffee shops, however, fall short in implementing these principles, limiting their ability to attract and retain users, and undermining their purpose as vital social spaces.

Environmental factors in coffee shops are directly related to components such as concentration, comfort, interaction, and furniture arrangement. Achieving these characteristics requires attention to the "spectrum of solitude" because solitude is one of the key elements in designing effective spaces for the presence and productivity of users. Humans sometimes need to be in a group and sometimes need solitude; therefore, "solitude" is a dynamic and variable concept that includes "individual solitude" and "collective solitude" at both ends of its spectrum (Khameneh, 2017: 33).

Elements such as color, vision, lighting, and furniture are effective in creating a sense of privacy in coffee shops. Among these, furniture plays a decisive role and can create individual or collective privacy. However, in many cases, the importance of furniture design in coffee shops is not given enough attention. This is despite the fact that furniture plays a fundamental role in defining the interior space and, more than any other element, helps to instill a sense of comfort and habitability in the space (Mousavi et al., 2010: 148).

Objectives: • Analyzing the components of the privacy spectrum in the interior space of two-story and black square coffee shops in Mashhad.

• Examining the characteristics of the shape and arrangement of furniture in each of the

case studies.

- Comparative comparison of the effect of the shape and arrangement of furniture on promoting a sense of privacy in two selected coffee shops.

Questions:

- How and in which part of the plan does the spectrum of solitude appear in the two-story and black square coffee shops?
- What are the characteristics of the shape and arrangement of furniture in each of these two coffee shops?
- What are the differences and similarities in the shape and arrangement of furniture in the two case studies in terms of their impact on the sense of solitude?

Research Method: This research is qualitative and was conducted with a comparative case study approach. The data collection process was carried out in three main stages:

Stage one – Documentary and library collection

Stage two – Field collection

Stage three – Data analysis

Conclusion: The results of this study, based on field analysis, direct observations, data from interviews, and thematic analysis, show that the components of the privacy spectrum in the interior of coffee shops are significantly linked to the shape and arrangement of furniture and are spatially represented through them. Focusing on two case studies of “Bisoli” and “Black Square” in Mashhad, this study examined three levels of analysis, which are explained in response to three research objectives and questions, respectively: The analysis of the components of the privacy spectrum showed that privacy is not a one-dimensional concept and can be traced in space as a spectrum from individual privacy to collective privacy. In the “Dusoli” coffee shop, individual privacy is mainly expressed in closed spaces, especially corners and nooks equipped with single and double furniture and soft lighting. Appropriate spacing and visual boundaries have enhanced the feeling of stillness and concentration. In contrast, collective privacy in the open and semi-open space has enabled the formation of limited interactions in small groups through the arrangement of four-person and group tables.

In the “Black Square” coffee shop, the spatial structure is designed based on high interactivity and fluidity in functional boundaries. In this space,

collective privacy has a more prominent place, and a kind of collaborative privacy is defined through group furniture with curved and modular forms, combined with warm materials and natural light. Individual privacy is only discernible in some marginal points of the plan – such as the two-person tables by the window – and not as a dominant structure.

A careful analysis of the shape and arrangement of the furniture in both examples (according to the analytical tables) showed that in “Dusoli”, conventional, more formal, and legible forms with a regular arrangement have been used to create independent and territory-oriented spaces. The backless forms, the knotted fabrics, and the geometric structure of the arrangement have provided a hierarchical and calm spatial structure. In contrast, in “Black Square”, the free and asymmetrical forms, semicircular tables, wooden materials, and warm textures with a fluid and sometimes nonlinear arrangement have caused users to feel liberated, free to choose the space, and closer psychologically. Although this arrangement challenges the classical order, it has also created a high capacity for social interactions and the experience of collective solitude.

A comparison between the two examples showed that the shape and arrangement of furniture not only determine the functional boundaries of the space, but also play a fundamental role in the users' psychological perception of privacy. In "Dusoli", the form and arrangement helped to create distinct territories and individual privacy, while in "Black Square", the spatial structure is organized to enhance collective privacy and the experience of social intimacy.

Keywords: Third Place; Coffee Shop; Privacy Spectrum; Individual Privacy; Collective Privacy; Dusoli Coffee Shop; Black Square Coffee Shop

References

- Altman, I. (1975). *The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, and Crowding*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Asgari, A. (2023). Comparing architects' and users' mental models to increase attachment to third places in commercial social spaces (Case study: Café-Restaurant areas of Royal and Golestan complexes, Tehran West). *Arman-e Shahr Architecture and Urban Planning Quarterly*,

- 16(42), 135–144.
- Gifford, R. (2007). *Environmental Psychology: Principles and Practice*. Optimal Books.
- Hall, E. T. (1966). *The Hidden Dimension*. Garden City, NY: Doubleday.
- Johnson, P. (1974). *The Theory of Urban Design*. New York, NY: Harper & Row.
- Khamenehzadeh, H. (2017). Concept of privacy and its realization in the life-world of Iranian houses: Comparative study of pre-modern and modern Iranian houses. *Bagh-e Nazar Journal*, 14(49).
- Lang, J. (1987). *Creating Architectural Theory: The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design*. New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Mojtabavi, M., & Naghani, S. (2021). Analysis of physical factors affecting sense of attachment in cafés (Case study: Ivy Café). *Geography and Human Relations Quarterly*, 4(2), 82–100.
- Mojtabavi, M., & Rezaei Heshmatabadi, N. (2025). Impact of furniture form and arrangement on enhancing privacy sense. *Interdisciplinary Studies in Arts and Humanities*, (Issue).
- Mousavi, M., Pourmand, H., & Karimi-Fard, L. (2020). Interaction of furniture, architecture, and lifestyle in traditional Iranian houses and palaces (Qajar period, Tehran). *Sociology of Arts and Literature Quarterly*, 12(2), 141–171.
- 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.
- Postell, J. (2012). *Furniture Design*. Wiley.
- Rahmani, M., & Rafiepour, S. (2021). Café as a peace-oriented place: Revisiting semantic relationships in cafés. *Applied Sociology Quarterly*, 33(2), 137–162.
- Farhanifar, M. (2023). Role of third places in maintaining social security (Case study: Public spaces of Rasht). *Social Geography Research Quarterly*, 45, 31–75.
- Smith, E. L. (Trans. Yalda Barak & Parvin Aghaei). (n.d.). *History of Furniture and Interior Design*. Tehran: Fakhr Akia Publications.
- Ghasemi, H. (2020). *Research Reference*. Tehran: Andisheh Ara Publications.
- Mofidi, M., & Mofidi, S. (2020). *Utilization and Introduction of Various Furniture in Interior Decoration*. Tehran: Kian Danesh Publications.
- Honarvar, J., Aznab, M., & Jalalian, S. (2023). Examining factors creating privacy in employee satisfaction in office spaces (Case study: Kermanshah Engineering Organization). *Me'marshahr Quarterly*, 2(5), 61–78.



مقدمه و بیان مسئله

فضاهای مؤثر برای حضور و بهره‌وری کاربران است. انسان گاه نیاز به حضور در جمع و گاه نیاز به تنهایی دارد؛ بنابراین، «خلوت» مفهومی پویا و متغیر است که در دو سر طیف خود، «خلوت فردی» و «خلوت جمعی» را شامل می‌شود (خامنه زاده، ۱۳۹۶: ۳۳).

عناصری چون رنگ، دید، نورپردازی و مبلمان در شکل‌گیری حس خلوت در کافی‌شاپ‌ها مؤثرند. در این میان، مبلمان نقشی تعیین‌کننده دارد و می‌تواند زمینه‌ساز خلوت فردی یا جمعی باشد. باین‌حال، در بسیاری از موارد به اهمیت طراحی مبلمان در کافی‌شاپ‌ها توجه کافی نمی‌شود. این در حالی است که مبلمان، نقشی اساسی در تعریف فضای داخلی دارد و بیش از هر عنصر دیگری به القای حس راحتی و قابلیت سکونت در فضا کمک می‌کند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۸).

با توجه به شرایط زندگی مدرن و نیاز روزافزون انسان به تعامل، معماران باید طراحی کافی‌شاپ‌ها را از منظر معماری، هنری و روان‌شناختی با دقت و منطق انجام دهند. این طراحی می‌تواند با رعایت نکاتی ساده در چیدمان فضا و مبلمان، فضایی شاداب، انگیزه‌بخش و مطلوب برای کاربران فراهم آورد (هنزور و همکاران، ۱۴۰۲: ۶۲).

طراحی فضای داخلی بر اساس عوامل محیطی مرتبط با خلوت، نقش مهمی در افزایش حس رضایت کاربران دارد. از این رو، توجه به مفهوم خلوت و تحقق آن در کافی‌شاپ‌ها از منظر معماری، ضرورتی انکارناپذیر است؛ چراکه این موضوع رابطه‌ای مستقیم با احساس تعلق فرد به مکان ایجاد می‌کند.

هدف پژوهش

- تحلیل مؤلفه‌های طیف خلوت در فضای داخلی کافی‌شاپ‌های دوسولی و مربع سیاه مشهد.
- بررسی ویژگی‌های شکل و نحوه‌ی چیدمان مبلمان در هر یک از نمونه‌های موردی.

امروزه، عواملی همچون شهرنشینی، پیچیدگی روابط اجتماعی، افزایش انتظارات و دسترسی به امکانات، به‌طور پیوسته بر جسم و روان انسان‌ها تأثیر می‌گذارند (فرحانی فرد، ۱۴۰۲: ۳۲). در چنین شرایطی که فرصت‌های تعامل و گفت‌وگو کاهش یافته، نیاز به «مکان سوم» برای ارتباط با دیگران و گذراندن اوقات فراغت بیش‌ازپیش احساس می‌شود. تعلق به مکان سوم و شکل‌گیری فضاهای معاشرت‌پذیر در محیط‌های جمعی معاصر، پاسخی مناسب به کوچک شدن فضای زندگی انسان امروزی است. این فضاها نقش مهمی در تقویت تعاملات اجتماعی و افزایش سرزندگی شهری دارند و طراحی آن‌ها باید در راستای پاسخ به نیازهای ارتباطی افراد جامعه باشد (عسگری، ۱۴۰۲: ۱۳۵).

یکی از رایج‌ترین مصادیق مکان سوم در زندگی روزمره، کافی‌شاپ‌ها هستند؛ فضاهایی که افراد برای استراحت، گفتگو، معاشرت و گذراندن اوقات فراغت به آن‌ها پناه می‌برند (رحمانی و رفیع پور، ۱۴۰۰: ۱۴۱). در سال‌های اخیر، استقبال از کافی‌شاپ‌ها به‌طور چشمگیری افزایش یافته و در نتیجه، تعداد آن‌ها نیز رشد قابل‌توجهی داشته است (مجتبوی و ناگهانی، ۱۴۰۰: ۸۳).

با توجه به نقش مهم کافی‌شاپ‌ها در زندگی روزمره و نیاز افراد به تعامل اجتماعی، طراحی این فضاها باید با در نظر گرفتن شاخص‌هایی چون دید و منظر، مبلمان، ظرفیت، موقعیت مکانی و ایجاد کنج‌های دنج انجام شود. باین‌حال، در بسیاری از کافی‌شاپ‌های موجود، این اصول به‌درستی اجرا نمی‌شود و کیفیت فضا برای جذب و نگه‌داشت کاربران کافی نیست.

عوامل محیطی در کافی‌شاپ‌ها با مؤلفه‌هایی چون تمرکز، آسایش، تعامل و نحوه چیدمان مبلمان ارتباط مستقیم دارند. دستیابی به این ویژگی‌ها، مستلزم توجه به «طیف خلوت» است؛ چراکه خلوت، یکی از عناصر کلیدی در طراحی

دو وجه «خلوت فردی» و «خلوت جمعی» معرفی می‌کند. از دید او، بی‌توجهی به هر یک از این وجوه می‌تواند به بروز ناهماهنگی در رفتارهای فردی و اجتماعی منجر شود.

در ارتباط با نقش مبلمان در فضا، جیم پوستل در کتاب طراحی مبلمان، مبلمان را یکی از عناصر کلیدی تجربه‌ی انسانی در فضا معرفی می‌کند که درک آن در گذر زمان و از طریق استفاده، شکل می‌گیرد.

مطالعه موسوی و همکاران (۱۳۹۹) نیز به دسته‌بندی مبلمان به دو نوع متحرک و جداره‌ای می‌پردازد. آن‌ها مبلمان را دارای ویژگی‌هایی مانند چندمنظوره بودن، تطبیق‌پذیری و تأثیرگذاری بر سازمان فضایی می‌دانند.

همچنین، ادوارد لوسی در کتاب مبلمان بر بُعد اجتماعی این عنصر تأکید دارد و مبلمان را شاخصی برای وضعیت اجتماعی افراد معرفی می‌کند. به گفته او، در جوامع سلسله‌مراتبی، مبلمان علاوه بر آسایش، کارکرد نمادین نیز دارد. همچنین، پژوهش وی و همکاران (۲۰۲۴) با عنوان طراحی فضاهای عمومی مناسب برای درون‌گراها در مالزی نشان می‌دهد که چیدمان‌های خاص مبلمان می‌تواند به ایجاد فضاهای خلوت در دل فضاهای عمومی کمک کند، بدون آن‌که تعامل اجتماعی را به‌طور کامل حذف کند. این مقاله بر اهمیت طراحی مبلمان در ایجاد طیفی از خلوت اختیاری، به‌ویژه در فضاهای نیمه‌خصوصی مانند کافی‌شاپ‌ها تأکید دارد.

در پژوهشی کیفی با عنوان ویژگی‌های طراحی معماری، کارکردها و ادراک فضاهای اجتماعی در سکونت‌گاه‌های حمایتی دائمی، مک‌لین و پایل (۲۰۲۰) نقش طراحی فضاهای جمعی را در ایجاد حس تعلق، کاهش انزوا و حمایت از فرایند باز توانی ساکنان بررسی کرده‌اند. این مطالعه، با تحلیل تطبیقی دو نمونه در انگلستان و ایالات متحده، نشان می‌دهد که عواملی مانند مکان‌یابی فضاهای اجتماعی در پلان، میزان دید و دسترسی، نحوه چیدمان مبلمان، کیفیت نور و آکوستیک و انعطاف‌پذیری در استفاده، تأثیر مستقیم بر میزان استفاده و احساس راحتی کاربران دارند. نویسندگان با استفاده از تحلیل نحوی فضا و روش‌های قوم‌نگارانه، به این نتیجه می‌رسند که طراحی مطلوب فضاهای جمعی می‌تواند زمینه‌ساز برقراری ارتباطات انسانی، ارتقای احساس کرامت و تسهیل خروج از انزوای اجتماعی باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد که چیدمان باز و قابل‌مشاهده مبلمان، به همراه امکان کنترل فردی در تعاملات اجتماعی، نقش مهمی در کاهش اضطراب و

مقایسه تطبیقی تأثیر شکل و چیدمان مبلمان بر ارتقای حس خلوت در دو کافی‌شاپ منتخب.

سؤال پژوهش

- طیف خلوت در کافی‌شاپ‌های دوسولی و مربع سیاه چگونه و در کدام بخش از پلان نمود پیدا می‌کند؟
- شکل و چیدمان مبلمان در هر یک از این دو کافی‌شاپ چه ویژگی‌هایی دارد؟
- شکل و چیدمان مبلمان در دو نمونه‌ی موردی چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی از نظر تأثیر بر حس خلوت دارند؟

پیشینه پژوهش

یکی از مفاهیم کلیدی در شکل‌گیری کافی‌شاپ‌ها، ایده «مکان سوم» است. ری اولدنبرگ (۱۹۹۹) در کتاب مکان بسیار عالی، بر اهمیت فضاهای جمعی در محله‌ها تأکید می‌کند و آن‌ها را عاملی مؤثر در بهبود کیفیت زندگی شهروندان می‌داند. او «مکان سوم» را فضایی عمومی و غیررسمی معرفی می‌کند که افراد فارغ از خانه و محل کار، به‌صورت داوطلبانه و با رضایت در آن حضور می‌یابند. این فضاها بستری برای تعامل، تبادل نظر و شکل‌گیری روابط اجتماعی‌اند.

مطالعات انجام‌شده در ایران نیز نشان می‌دهند که کافی‌شاپ‌ها به‌عنوان مکان سوم، در دو دسته کلی بررسی می‌شوند: پژوهش‌های فضا-مکان‌محور و جامعه-اجتماع‌محور. پژوهش رحمانی و رفیع پور (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که هر کافی‌شاپ دارای اتمسفر اجتماعی و فرهنگ خاص خود است و می‌تواند زمینه‌ای برای شبکه‌سازی، حمایت اجتماعی و احساس تعلق فراهم کند.

خلوت، مفهومی سیال و ادراکی است که به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کیفیت فضا شناخته می‌شود. عطایی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با موضوع «ادراک کیفیت طیف خلوت»، نشان می‌دهند که طراحی فضایی مناسب و پاسخ‌گو، می‌تواند به ارتقای نیازهای رفتاری کاربر و تحقق خلوت منجر شود. آن‌ها بر اهمیت پیکربندی فضایی و ارتباط نحوی ریز فضاها در ایجاد درجات مختلف حریم خصوصی تأکید دارند.

همچنین، خامنه زاده (۱۳۹۶) در پژوهشی تطبیقی درباره خانه‌های ایرانی پیشامدرن و مدرن، خلوت را پدیده‌ای دارای

افزایش استفاده مؤثر از این فضاها دارد.

باوجود پژوهش‌های متعددی که هر یک از مفاهیم «مکان سوم»، «خلوت» و «مبلمان» را به‌صورت جداگانه یا در چارچوب‌های کلی‌تر بررسی کرده‌اند، تاکنون مطالعه‌ای که به‌طور مشخص به رابطه‌ی میان شکل و چیدمان مبلمان و تأثیر آن بر ارتقای حس خلوت در فضاهای کافی‌شاپی بپردازد، صورت نگرفته است. نوآوری این پژوهش در آن است که با رویکردی تلفیقی و تطبیقی، به بررسی هم‌زمان سه مؤلفه‌ی کلیدی «طیف خلوت»، «شکل و چیدمان مبلمان» و «فضای کافی‌شاپ به‌عنوان مکان سوم» پرداخته و تلاش می‌کند نشان دهد که چگونه مبلمان، به‌عنوان عنصری طراحی‌محور، می‌تواند زمینه‌ساز تحقق سطوح مختلف خلوت در فضاهای عمومی نیمه‌خصوصی باشد. این مطالعه با انتخاب دو نمونه موردی در شهر مشهد، گامی نو در جهت پر کردن خلأ موجود در ادبیات نظری معماری داخلی کافی‌شاپ‌ها و کیفیت ادراک فضایی برمی‌دارد.

طراحی فضاهای عمومی می‌داند. وی معتقد است که نحوه‌ی نشستن، انتخاب محل توسط کاربران و شکل تعامل آن‌ها با یکدیگر، بازتابی از درک آن‌ها نسبت به خلوت، احساس تعلق و رضایت فضایی است. یافته‌های میدانی این پژوهش نیز مؤید چنین نگرشی است و نشان می‌دهد که رفتار فضایی کاربران، آینه‌ای از ادراک کیفی آن‌ها از طراحی داخلی به‌ویژه چیدمان مبلمان است.

مرحله سوم - تحلیل داده‌ها: جهت تحلیل داده‌های کیفی، از روش تحلیل تماتیک بهره گرفته شد. این روش که بر اساس کدگذاری و استخراج الگوهای مفهومی عمل می‌کند، با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA پیاده‌سازی گردید. فرایند تحلیل شامل کدگذاری اولیه، شناسایی تم‌های اصلی و فرعی، دسته‌بندی مضامین و درنهایت استخراج نتایج تطبیقی بین دو نمونه موردی بوده است. نتایج در قالب جداول و نمودارهای مقایسه‌ای ارائه گردید.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی و با رویکرد مطالعه‌ی موردی تطبیقی انجام شده است. فرآیند گردآوری داده‌ها در سه مرحله‌ی اصلی صورت گرفته است:



نمودار ۱: روند انجام پژوهش، (منبع: نگارندگان)

Chart 1: Research Process (Source: Authors)

روش تحلیل تماتیک با ویژگی‌هایی چون انعطاف‌پذیری، امکان یادگیری سریع، شناسایی الگوهای پنهان در داده‌های کیفی و قابلیت تفسیر عمیق از مفاهیم، بستری مناسب برای تحلیل داده‌های پژوهش حاضر فراهم کرده است (قاسمی، ۱۳۹۹: ۵۲۷).

استفاده از این روش تحلیلی، این امکان را فراهم کرده است تا فرآیند «درک حس خلوت» در فضای کافی‌شاپ‌ها به‌صورت نظام‌مند مورد بررسی قرار گرفته و تأثیر عناصر طراحی، به‌ویژه شکل و چیدمان مبلمان، در تقویت یا تضعیف این حس، تحلیل و مقایسه شود.

مبانی نظری

خلوت

خلوت یک فرایند ذهنی و فضایی است که طی آن فرد به کنترل جریان تبادل اطلاعات میان خود و دیگران می‌پردازد

مرحله اول - گردآوری اسنادی و کتابخانه‌ای: به‌منظور تدوین مبانی نظری و بررسی پیشینه‌ی تحقیق، از منابع مکتوب معتبر، مقالات علمی و کتب تخصصی بهره گرفته شده است. همچنین مدل مفهومی پژوهش، از مقاله‌ی پیشین نگارندگان با عنوان «تأثیر شکل و چیدمان مبلمان در ارتقای حس خلوت» (منتشر شده در سال ۱۴۰۴) استخراج و مبانی تحلیل‌های بعدی قرار گرفت.

مرحله دوم - گردآوری میدانی: در این مرحله، داده‌ها از طریق حضور مستقیم در دو نمونه‌ی موردی (کافی‌شاپ‌های "دوسولی" و "مربع سیاه" در شهر مشهد) و با استفاده از ابزارهای مشاهده، مصاحبه‌ی نیمه ساخت‌یافته با مدیران فضاها و پرسش‌نامه‌ی کیفی گردآوری شد. مشاهده‌ی رفتار کاربران و نحوه استفاده از مبلمان، به همراه تحلیل فضا و چیدمان داخلی، ازجمله اقدامات میدانی این مرحله بوده است. در همین راستا، Gifford (۲۰۰۷) در حوزه روان‌شناسی محیطی، بر اهمیت تحلیل رفتاری مبتنی بر مشاهده‌ی مستقیم تأکید می‌کند و آن را یکی از روش‌های مؤثر در ارزیابی کیفیت

فیزیکی و روانی میان افراد را مدیریت کند و فضاهایی با قابلیت تجربه خلوت فردی و جمعی به صورت هم‌زمان فراهم سازد (مجتبوی و رضائی حشمت‌آبادی، ۱۴۰۴).

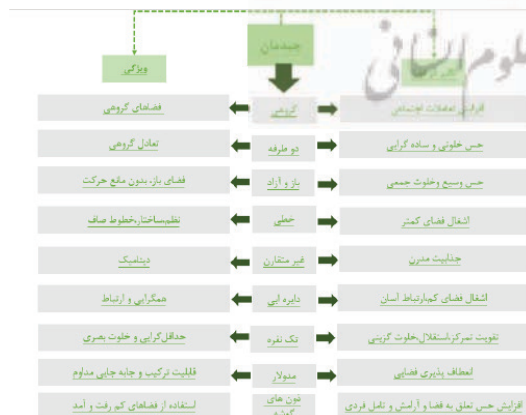


نمودار ۳: شاخص‌های مؤثر بر طیف خلوت در مبلمان، منبع: (مجتبوی و رضائی حشمت‌آبادی، ۱۴۰۴)

Diagram 3: Indicators Affecting Privacy Spectrum in Furniture (Source: Mojtabavi & Rezaei Heshmatbadi, 2025)

شکل و چیدمان مبلمان

چیدمان مبلمان نقش اساسی در تعیین مرزهای ادراکی کاربران دارد. نحوه قرارگیری مبلمان می‌تواند از طریق ایجاد فضاهای مجزا یا همگرا، سطوح مختلفی از حریم خصوصی یا تعامل اجتماعی را شکل دهد. نمودار زیر شاخص‌های کلیدی در تأثیر چیدمان مبلمان بر طیف خلوت را نشان می‌دهد:



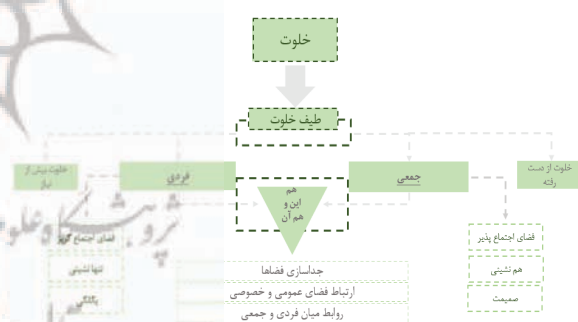
نمودار ۴: تأثیر چیدمان مبلمان بر طیف خلوت، منبع: (مجتبوی و رضائی حشمت‌آبادی، ۱۴۰۴)

Diagram 4: Impact of Furniture Arrangement on Privacy Spectrum (Source: Mojtabavi & Rezaei Heshmatbadi, 2025)

و از این طریق، مرزهای ارتباطی خود را تعریف و تنظیم می‌کند. از منظر روان‌شناسی، خلوت می‌تواند به‌عنوان یک «شرایط حائل» عمل کند که محرک‌های استرس را کاهش داده و زمینه بازیابی روحی - روانی فرد را در شرایطی امن‌تر فراهم آورد (Hall, ۱۹۹۶).

خلوت را نه صرفاً به‌عنوان یک حالت روانی، بلکه به‌عنوان فرآیندی رفتاری-اجتماعی در مدیریت فضا و تعاملات انسانی تعریف می‌کند. از دیدگاه او، خلوت دارای ابعاد فرهنگی، زمانی و موقعیتی است و انسان‌ها به‌صورت پویا و متناسب با شرایط، بین خواستن تعامل و اجتناب از آن حرکت می‌کنند. این نگاه تطبیقی به خلوت، در تحلیل فضاهای نیمه عمومی مانند کافی‌شاپ‌ها، اهمیت بسیاری دارد؛ چراکه تجربه خلوت در این فضاها نه منفعل، بلکه فعالانه و وابسته به طراحی محیط است (Altman, ۱۹۷۵).

تنظیم خلوت تحت تأثیر دو دسته عامل قرار دارد: عوامل شخصی: از جمله نیاز فرد به حریم شخصی، مهارت‌های بین فردی، ویژگی‌های شخصیتی، فرهنگ، سن و جنسیت (Johnson, ۱۹۷۴; Lang, ۱۹۸۷). عوامل محیطی: نظیر موانع فیزیکی، فضاهای نیمه‌خصوصی، نورپردازی و نحوه تعریف قلمروهای مکانی (Hall, ۱۹۶۶).



نمودار ۲: طیف خلوت، منبع: (مجتبوی و رضائی حشمت‌آبادی، ۱۴۰۴)

Diagram 2: Privacy Spectrum (Source: Mojtabavi & Rezaei Heshmatbadi, 2025)

مبلمان

مبلمان از مهم‌ترین عناصر در طراحی داخلی است که نقش حیاتی در شکل‌دهی به هویت فضایی ایفا می‌کند. آنچه سبک، شخصیت و حس یک فضا را تعیین می‌کند، چیدمان و نوع مبلمان است (مفیدی و مفیدی، ۱۳۹۹). مبلمان تنها یک کالبد فیزیکی نیست؛ بلکه عاملی معنا دار در خلق حس خلوت و تنظیم روابط اجتماعی به شمار می‌آید. نوع، فرم و چیدمان مبلمان می‌تواند میزان فاصله یا نزدیکی

ویژگی‌هایی چون آرامش، حس خلوت، راحتی، زیبایی و همچنین دسترس‌پذیری برای کاربران با وسایل نقلیه مختلف در طراحی آن مورد توجه قرار گرفته است. این کافی‌شاپ در یک طبقه و با مساحت مشخص طراحی و اجرا شده است.

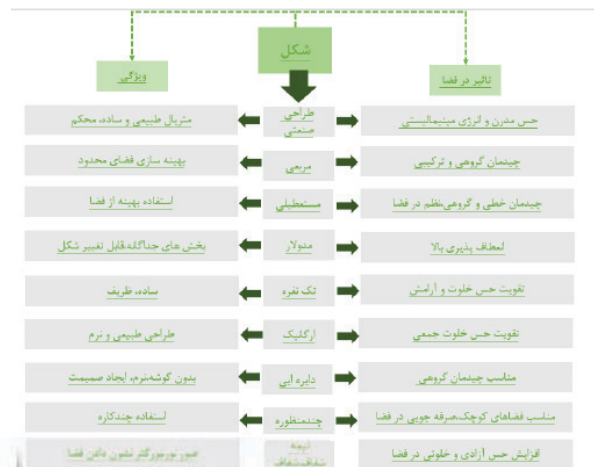


تصویر ۲: پلان معماری کافی‌شاپ دوسولی، منبع: (آرشيو گروه معماری سام، مقیاس: ۱:۳۰۰)

Figure 2: Architectural Plan of Dosouli Café (Source: SAM Architecture Group Archive, Scale: 1:300)

طراحی این پروژه توسط گروه معماری سام انجام گرفته است. در این فضا، توجه ویژه‌ای به نقش مبلمان به‌عنوان عامل شکل‌دهنده به رفتار اجتماعی و حس خلوت شده است. ترکیب رنگ، بافت، فرم و چیدمان مبلمان در بخش‌های مختلف به نحوی صورت گرفته که امکان ایجاد سطوح متفاوتی از طیف خلوت را برای کاربران فراهم می‌سازد. بر اساس مشاهدات میدانی، می‌توان گفت که تأثیر شکل و چیدمان مبلمان در کافی‌شاپ دوسولی با ایجاد مرزهای ادراکی متنوع، رابطه‌ای مستقیم با تجربه خلوت کاربران دارد. در واقع، هر بخش از این فضا گویی دربردارنده طیفی از حس خلوت است.

علاوه بر چیدمان، فرم و شکل فیزیکی مبلمان نیز در تعیین میزان خلوت تأثیرگذار است. فرم‌های نیمه محصور، صندلی‌های با تکیه‌گاه بلند و مبلمان‌هایی با قابلیت تفکیک فضایی می‌توانند تجربه خلوت را تقویت کنند:



نمودار ۵: تأثیر شکل مبلمان بر طیف خلوت، (منبع: مجتبی و رضائی حشمت‌آبادی، ۱۴۰۴)

Diagram 5: Impact of Furniture Form on Privacy Spectrum (Source: Mojtabavi & Rezaei Heshmatabadi, 2025)

معرفی نمونه‌های موردی:

۱- کافی‌شاپ دوسولی: کافی‌شاپ دوسولی در استان خراسان رضوی، شهر مشهد، منطقه ۹، خیابان قاضی طباطبایی ۱۰، سوزن چی ۵، مجتمع گرند واقع شده است. موقعیت مکانی این کافی‌شاپ در سه مقیاس کشوری، شهری و منطقه‌ای در تصویر زیر نشان داده شده است.

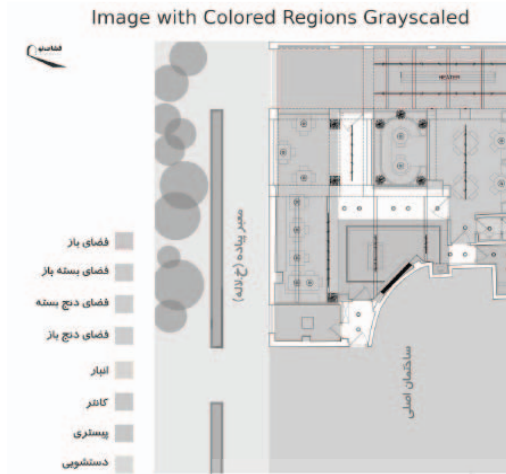


تصویر ۱: سلسله‌مراتب موقعیت مکانی کافی‌شاپ دوسولی، (منبع: نگارندگان)

Figure 1: Hierarchy of Spatial Location in Dosouli Café (Source: Authors)

کافی‌شاپ دوسولی فضایی برای فرار از روزمرگی خانه و کار فراهم کرده و کاربران را درگیر فعالیت‌هایی متنوع می‌سازد. این فضا با رویکرد «مکان سوم» به تعبیری اولدنبرگ (۱۹۹۹)، بستری برای تعاملات اجتماعی، گذران اوقات فراغت و تجربه حس تعلق به مکان فراهم می‌آورد. از این رو،

حیات و ورودی اصلی برای مخاطبین و دیگری از بخش پشتی برای پرسنل و خدمات.



تصویر ۷: پلان معماری کافی شاپ مربع سیاه، (منبع: آرشیو گوگل، مقیاس: ۱:۳۰۰)
Figure 7: Architectural Plan of Black Square Café (Source: Google Archive, Scale: 1:300)



تصاویر ۳، ۴، ۵: فضای داخلی کافی شاپ دوسولی، (منبع: رضائی حشمت‌آبادی، ۱۴۰۳)
Figures 3, 4, 5: Interior Space of Dosouli Café (Source: Rezaei Heshmatabadi, 2024)

معمار پروژه، در گفت‌وگویی، اهداف طراحی را چنین بیان کرده است:

از آنجاکه متراژ پروژه پایین بوده، تلاش شده تا با بیشترین بهره‌برداری از قضا و ایجاد تنوع و کیفیت فضایی بالا در قالب سبک مدرن با نگاهی به سبک روستیک، محیطی خاص و آرامش‌بخش برای کاربران خلق شود؛ به‌گونه‌ای که مشتریان بتوانند برای مدتی کوتاه از دغدغه‌های ذهنی فاصله گرفته و در فضایی صمیمی و دل‌نشین، تجربه‌ای آرام از نوشیدن قهوه با خانواده یا دوستان داشته باشند.

در راستای تحقق این هدف، چیدمان مبلمان به‌گونه‌ای طراحی شده که ضمن افزایش کیفیت فضایی و تعامل بصری با محیط پیرامون، شفافیت فضایی نیز تقویت گردد و امکان انتخاب متنوع‌تری برای کاربران فراهم شود.

از مشاهدات میدانی چنین برمی‌آید که شکل و نحوه چیدمان مبلمان در این پروژه، نقشی تعیین‌کننده در ایجاد سطوح متنوعی از طیف خلوت دارد. کاربران در این فضا قادرند انواع حالات خلوت فردی و گروهی را تجربه کنند؛ به‌گونه‌ای که فضاهای متنوع، متناسب با نیازهای احساسی، اجتماعی یا شخصی کاربران، طراحی شده‌اند.

۲- کافی شاپ مربع سیاه: کافی شاپ مربع سیاه در استان خراسان رضوی، شهر مشهد، منطقه ۱، خیابان بزرگمهر شمالی ۱، کوچه لاله واقع شده است. موقعیت مکانی این پروژه در تصویر زیر در سه مقیاس کشوری، شهری و منطقه‌ای ارائه شده است.



تصویر ۶: سلسله‌مراتب موقعیت مکانی کافی شاپ مربع سیاه، (منبع: نگارندگان)
Figure 6: Hierarchy of Spatial Location in Black Square Café (Source: Authors)

این پروژه با مساحت حدودی ۱۵۰ مترمربع طراحی شده که شامل فضاهای بسته و نیمه‌باز می‌باشد. حدود ۵۰ مترمربع از این فضا به محوطه باز اختصاص یافته است. طراحی این کافی شاپ توسط سید محمدرضا امامیان شیرازی انجام گرفته و در طبقه همکف ساختمان پزشکان قرار دارد. دسترسی به فضا از طریق دو مسیر امکان‌پذیر است: یکی از

رویکرد تقویت خلوت جمعی طراحی شده‌اند. چه در فضای باز، چه نیمه‌باز و حتی در بخش‌هایی از فضای بسته، فرم مبلمان‌ها به صورت منحنی یا چیدمان گروهی دیده می‌شود که با میزهای اشتراکی ترکیب شده‌اند. این نوع چیدمان، امکان گفت‌وگو، تعامل و تجربه جمعی را پررنگ‌تر از خلوت فردی کرده است. طبق شواهد در این فضا، خلوت فردی در اولویت نبوده و فضاهای ویژه‌ای برای آن کمتر در نظر گرفته شده است.

در هر دو مورد، الگوی رفتاری کاربران نیز مؤید تقسیم‌بندی فضایی طیف خلوت بوده است؛ کاربران تنها یا مشغول به کار، تمایل بیشتری به انتخاب نواحی خلوت‌تر داشته‌اند، درحالی‌که گروه‌های دوستانه یا خانوادگی فضاهای باز و مشارکتی‌تر را ترجیح داده‌اند.



تصاویر ۸، ۹ و ۱۰: فضای داخلی کافی‌شاپ مربع سیاه، (منبع: رضائی حشمت‌آبادی،

۱۴۰۳)

Figures 8, 9, 10: Interior Space of Black Square Café (Source: Rezaei Heshmatabadi, 2024)

جدول ۲: واکاو و تحلیل مولفه‌های طیف خلوت، (منبع: نگارندگان)

Table 2: Analysis of Privacy Spectrum Components (Source: Authors)

مربع سیاه	دوسولی	کافی‌شاپ‌های مورد نظر
		خلوت فردی
		خلوت جمعی

همچنین در این بخش علاوه بر بررسی طیف خلوت به بررسی ویژگی‌های شکل و نحوه‌ی چیدمان مبلمان در هر یک از نمونه‌های موردی پرداخته شده است. (جدول ۳)

تحلیل یافته‌ها و بحث

تحلیل داده‌های میدانی و مشاهده‌های مستقیم نشان می‌دهد که در کافی‌شاپ «دوسولی»، (جدول ۲) فضا به گونه‌ای طراحی شده که امکان تجربه‌ی هر دو نوع خلوت فردی و جمعی فراهم شده است. فاصله‌ی مناسب بین میزها و وجود مبلمان تک‌نفره در کنج فضای بسته، مؤلفه‌های خلوت فردی را تقویت کرده‌اند. در مقابل، چیدمان میزهای چهارنفره در فضای باز با فاصله‌های اندک، امکان تعامل اجتماعی و خلوت جمعی را افزایش داده است. بخش فضای باز به دلیل فرم مستطیلی مبلمان و چیدمان گروهی و حجم بالای رفت‌آمد زمینه گفت‌وگو و گروهی فراهم شده است، در مقابل در فضای بسته به‌ویژه در بخش‌های گوشه مبلمان‌های تک‌نفره و دونفره با رنگ‌های نود فضایی آرام و دعوت‌کننده و دنج برای خلوت فردی ایجاد شده است.

در کافی‌شاپ «مربع سیاه»، تمرکز بر ایجاد فضاهایی با انعطاف‌پذیری بالاتر و حس روستیک، زمینه‌ی متفاوتی برای طیف خلوت فراهم آورده است. استفاده از مبلمان نیم‌دایره‌ای و میزهای گروهی در فضای نیمه‌باز، نشان از اولویت‌بخشی به خلوت جمعی دارد. با این حال، حضور میزهای دونفره در کنار پنجره‌های بزرگ و جدا از فضای مرکزی، نشان‌دهنده‌ی ایجاد فرصت‌هایی برای خلوت فردی است. فضاها عمدتاً با

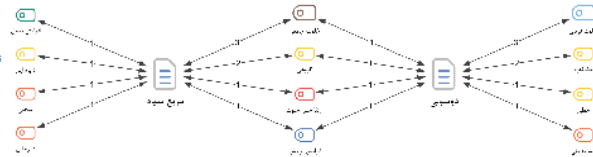
جدول ۳: واکاو و تحلیل شکل و چیدمان مبلمان، (منبع: نگارندگان)

Table 3: Analysis of Furniture Form and Arrangement (Source: Authors)

مربع سیاه	دوسولی	نمونه‌های موردی	
			
میزهای دایره، صندلی‌های چوبی مدرن، صندلی‌های سوشال	صندلی‌های پشتی‌دار و میل‌های تک و دونفره	فرم	شکل مبلمان
پارچه‌های مات، چوب طبیعی با رنگ‌های گرم	پارچه‌های مات، تدی، با رنگ‌های نود و خنثی	بافت	
انواع میزها برای دو، چهار و شش نفر و ..	میزهای دونفره، چهارنفره، کاناپه‌های گروهی	تنوع	چیدمان مبلمان
نامنظم اما هدفمند	منظم و با فاصله مناسب	نظم	

ادراک فضایی است. در مرحله پایانی، با کنار هم قرار دادن نتایج دو نمونه، مقایسه‌ای تطبیقی میان آن‌ها صورت گرفت. تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده نشان داد که نوع چیدمان و فرم مبلمان در هر کافی‌شاپ، تأثیر مستقیمی بر تجربه‌ی حس خلوت کاربران دارد.

مقایسه تطبیقی کافی‌شاپ دوسولی و مربع سیاه



نمودار ۹: مقایسه تطبیقی تأثیر شکل و چیدمان مبلمان در حس خلوت، (منبع: خروجی نرم‌افزار MAXQODA توسط نگارندگان)

Diagram 9: Comparative Analysis of the Impact of Furniture Form and Arrangement on Privacy Sense (Source: MAXQODA Software Output, Authors)

در مجموع، مقایسه‌ی نهایی نشان داد که شکل و نحوه‌ی چیدمان مبلمان، نه تنها در تعریف مرزهای فیزیکی فضا بلکه در شکل‌گیری ادراک روانی کاربران از خلوت، نقشی تعیین‌کننده دارند. این تفاوت‌ها می‌توانند مبنایی برای طراحی داخلی فضاهایی باشند که هدف آن‌ها ارتقاء کیفیت سکونت و آرامش روانی کاربران است.

در کافی‌شاپ دوسولی تقویت خلوت فردی با تأکید بر استقلال فضایی مشاهده می‌شود و از لحاظ چیدمانی قرارگیری در زوایای مختلف محیط به منظور افزایش تمرکز مورد توجه قرار گرفته است. همچنین در کافی‌شاپ مربع سیاه تلفیق سبک مدرن و روستیک برای ایجاد حس خاص و دعوت‌کننده کاملاً گویا است و ساختار چیدمانی تمرکز بر جمع‌گرایی دارد.

جدول ۴: واکاو و تحلیل شکل و چیدمان مبلمان، (منبع: نگارندگان)

Table 4: Analysis of Furniture Form and Arrangement (Source: Authors)

کافی‌شاپ مربع سیاه	کافی‌شاپ دوسولی	مؤلفه
خلوت جمعی در اولویت، سپس فردی	خلوت فردی در اولویت، سپس جمعی	تمرکز طراحی
آزاد و متنوع	محدود و کنترل‌شده	نوع تعامل اجتماعی
خلاقانه و منعطف	متعارف و رسمی‌تر	فرم مبلمان
سیال و ترکیبی	سلسله‌مراتبی و خوانا	ساختار فضایی
گرم، صمیمیت	آرامش، سکون	تجربه حسی کاربران

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش بر اساس تحلیل میدانی، مشاهدات مستقیم، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و تحلیل تماتیک نشان می‌دهد که مؤلفه‌های طیف خلوت در فضای داخلی کافی‌شاپ‌ها، به‌طور معناداری با شکل و نحوه‌ی چیدمان مبلمان پیوند خورده و از طریق آن‌ها بازنمایی فضایی می‌یابند. این مطالعه با تمرکز بر دو نمونه‌ی موردی «دوسولی» و «مربع سیاه» در مشهد، سه سطح تحلیلی را مورد بررسی قرار داد که به ترتیب در پاسخ به سه هدف و سؤال تحقیق تبیین می‌شود:

تحلیل مؤلفه‌های طیف خلوت نشان داد که خلوت، مفهومی تک‌بعدی نبوده و در فضا به‌صورت طیفی از خلوت فردی تا خلوت جمعی قابل‌رديابی است. در کافی‌شاپ «دوسولی»، خلوت فردی عمدتاً در فضاهای بسته، به‌ویژه

این یافته‌ها نشان می‌دهند که طراحی آگاهانه شکل و چیدمان مبلمان، نقشی کلیدی در تعریف و ارتقای طیف خلوت در فضاهای عمومی نظیر کافی‌شاپ‌ها دارد. همچنین تحلیل تماتیک، ارتباط مستقیمی بین ادراک کاربران از خلوت و الگوهای فضایی برقرار ساخته و نشان داد که شکل مبلمان تنها یک مؤلفه فیزیکی نیست، بلکه بازتابی از کیفیت

گوشه‌ها و کنج‌هایی که با مبلمان تک‌نفره و دونفره و نورپردازی ملایم تجهیز شده‌اند، نمود یافته است. فاصله‌گذاری مناسب و مرزبندی بصری باعث تقویت احساس سکون و تمرکز شده است. در مقابل، خلوت جمعی در فضای باز و نیمه‌باز از طریق چیدمان میزهای چهارنفره و گروهی، شکل‌گیری تعاملات محدود در جمع‌های کوچک را ممکن ساخته است.

در کافی‌شاپ «مربع سیاه»، ساختار فضایی مبتنی بر تعامل‌پذیری بالا و سیالیت در مرزهای عملکردی طراحی شده است. در این فضا، خلوت جمعی، جایگاهی پررنگ‌تر داشته و از طریق مبلمان‌های گروهی با فرم‌های منحنی و مدولار، در ترکیب با متریال گرم و نور طبیعی، نوعی خلوت مشارکتی تعریف شده است. خلوت فردی تنها در برخی نقاط حاشیه‌ای پلان - مانند میزهای دونفره کنار پنجره - قابل تشخیص است و نه به‌عنوان ساختار غالب.

تحلیل دقیق شکل و چیدمان مبلمان در هر دو نمونه (مطابق با جداول تحلیلی) نشان داد که در «دوسولی»، از فرم‌های متعارف، رسمی‌تر و خوانا با چیدمان منظم، جهت ساخت فضاهای مستقل و قلمرو محور استفاده شده است. فرم‌های پستی‌دار، پارچه‌های نود، و ساختار هندسی چیدمان، ساختار فضایی‌ای سلسله‌مراتبی و آرام فراهم کرده است.

در مقابل، در «مربع سیاه»، فرم‌های آزاد و نامتقارن، میزهای نیم‌دایره، متریال چوبی و بافت‌های گرم با چیدمان سیال و گاه غیرخطی، سبب شده تا کاربران احساس رهایی، آزادی در انتخاب فضا، و نزدیکی روانی بیشتری داشته باشند. این چیدمان، اگرچه نظم کلاسیک را به چالش می‌کشد، اما درعین حال ظرفیت بالایی برای تعاملات اجتماعی و تجربه خلوت جمعی خلق کرده است.

مقایسه تطبیقی میان دو نمونه نشان داد که شکل و چیدمان مبلمان نه فقط مرزهای عملکردی فضا را تعیین می‌کنند، بلکه نقشی اساسی در ادراک روانی کاربران از خلوت ایفا می‌نمایند. در «دوسولی»، فرم و چیدمان، به خلق قلمروهای مشخص و خلوت فردی کمک کرده‌اند، درحالی‌که در «مربع سیاه»، ساختار فضایی برای تقویت خلوت جمعی و تجربه‌ی صمیمیت اجتماعی سازمان یافته است.

تحلیل تماتیک مصاحبه‌ها نیز نشان داد که کاربران، فارغ از جنس و سن، در مواجهه با چیدمان‌های دارای نظم فضایی، نورپردازی هدفمند و مرزبندی بصری، احساس خلوت ذهنی و تمرکز بیشتری گزارش کرده‌اند. در مقابل، چیدمان‌های

آزاد و مبلمان اشتراکی، گرم، صمیمیت و تعامل اجتماعی را برجسته‌تر کرده‌اند. این امر نشان می‌دهد که ادراک خلوت، نه فقط حاصل فرم فیزیکی، بلکه نتیجه‌ی تعامل پیچیده‌ی عناصر طراحی، رفتار فضایی کاربران و انتظارات فرهنگی از فضا است.

در مجموع، این پژوهش نشان می‌دهد که طیف خلوت، پدیده‌ای فضا محور و ادراک‌پذیر است که در نقاط مختلف پلان، متأثر از شکل و چیدمان مبلمان، کیفیت‌های متفاوتی می‌یابد.

مبلمان، از نظر شکل (فرم، بافت، رنگ) و چیدمان (نظم، تنوع، فاصله‌گذاری)، عاملی تعیین‌کننده در خلق احساس خلوت، چه در سطح فردی و چه جمعی، به شمار می‌رود. در مقایسه دو نمونه، دوسولی بیشتر بر «خلوت فردی با استقلال فضایی»، و مربع سیاه بر «خلوت جمعی با رویکرد تعاملی» متمرکز بوده‌اند.

این یافته‌ها می‌توانند مبنایی برای طراحی انسان‌محور فضاهای نیمه‌عمومی شهری به‌ویژه در حوزه کافی‌شاپ‌ها، کافه کتاب‌ها و فضاهای فرهنگی قرار گیرند؛ جایی که شناخت دقیق از طیف خلوت، بهبود تجربه کاربران و ارتقاء کیفیت سکونت را ممکن می‌سازد.

منابع مأخذ:

لوسی اسمیت، ادوارد، تاریخچه مبلمان و طراحی داخلی. ترجمه یلدا براک و پروین آقایی. تهران، انتشارات فخر اکیا قاسمی، حمید (۱۳۹۹) مرجع پژوهش. تهران: انتشارات اندیشه آرا.

مفیدی، محمدرضا. مفیدی، سحر (۱۳۹۹) بکارگیری و معرفی انواع مبلمان در دکوراسیون داخلی. تهران: انتشارات کیان دانش

عطایی، آذین؛ سهیلی، جمال‌الدین؛ ارمغان، مریم و حیدری، علی‌اکبر. (۱۴۰۱). تبیین اثرپذیری ادراک کیفیت طیف خلوت از پیکره‌بندی فضایی (مطالعه موردی: مقایسه تطبیقی خانه

در باغ‌شهرهای دهکده و مهرشهر). فصلنامه معماری و شهر پایدار، دوره ۱۰، شماره ۲، ۱۸۵-۲۰۰

عسگری، علی. (۱۴۰۲). مقایسه‌ی الگوی ذهنی معماران با کاربران جهت افزایش تعلق به مکان در فضاهای اجتماع‌پذیر تجاری (مطالعه‌ی موردی: محوطه‌ی کافه‌رستوران‌های دو مجتمع رویال و گلستان در شهرک غرب تهران). فصلنامه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، دوره ۱۶، شماره ۴۲، ۱۴۴-۱۳۵

خامنه زاده، حنا. (۱۳۹۶). مفهوم خلوت و چگونگی تحقق آن در زیست‌جهان خانه ایرانی: مطالعه تطبیقی آن در خانه ایرانی ماقبل مدرن و خانه مدرن ایرانی. نشریه باغ نظر، دوره ۱۴، شماره ۴۹

رحمانی، مریم و رفیع پور، سعید. (۱۴۰۰). کافی‌شاپ به مثابه مکان صلح‌محور (بازاندیشی در نظام روابط معنایی کافی‌شاپ، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۳۳، شماره ۲، ۱۶۲-۱۳۷

فرحانی‌فر، مجتبی. (۱۴۰۲). نقش مکان‌های سوم در برقراری امنیت اجتماعی (نمونه موردی: فضاهای عمومی رشت). فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اجتماعی، پیاپی ۴۵، ۷۵-۳۱

مجتبوی، مریم و ناگهانی، سحر. (۱۴۰۰). تحلیلی بر عوامل کالبدی مؤثر بر ارتقای حس تعلق در کافی‌شاپ (نمونه موردی: کافی‌شاپ آیوی). فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۴، شماره ۲، ۱۰۰-۸۲

موسوی، مطهره؛ پورمند، حسنعلی و کریمی‌فرد، لیلی. (۱۳۹۹). شیوه تعامل مبلمان، معماری و سبک زندگی در خانه‌ها و کاخ‌های سنتی ایران (با تأکید بر دوره قاجار و شهر تهران). فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، دوره ۱۲، شماره ۲، ۱۷۱-۱۴۱

هنرور، جمال‌الدین؛ ازنب، مریم و جلالیان، سارا. (۱۴۰۲). بررسی نقش عوامل خالق خلوت در رضایت کارمندان از فضای اداری (مطالعه موردی: نظام مهندسی استان کرمانشاه). فصلنامه معمارشهر، دوره ۲، شماره ۵، ۷۸-۶۱

مجتبوی، مریم، رضائی حشمت‌آبادی، نگار. (۱۴۰۰). تأثیر شکل و چیدمان مبلمان در ارتقای حس خلوت، مطالعات میان‌رشته‌ای هنر و علوم انسانی، دوره، شماره.

منابع و مأخذ انگلیسی

- Altman, I. (1975). *The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, and Crowding*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Gifford, R. (2007). *Environmental Psychology: Principles and Practice*. Optimal Books.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. Garden City, NY: Doubleday.
- Johnson, P. (1974). *The theory of urban design*. New York, NY: Harper & Row.
- Lang, J. (1987). *Creating architectural theory: The role of the behavioral sciences in environmental design*. New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- McLane, Y., & Pable, J. (2020). Architectural design characteristics, uses, and perceptions of community spaces in permanent supportive housing. *Journal of Interior Design*, 45(4), 1–22. <https://www.academia.edu/108843988>
- 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.
- Postell, J. (2012). *Furniture design*. Wiley.
- Wee, B., Mohd Noor, M. Z., & Ma'rof, A. A. (2024). Designing Introvert-Friendly Public Spaces in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(12), 824–83. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i12/24027>

©Authors, Published by Ferdows-e-honar journal. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

