

## تبیین مفهوم شخصیت شهری از دیدگاه ساکنان محله‌های چله‌خانه و گلزار شهر رشت

تاریخ دریافت مقاله: ۴۰۲/۰۳/۰۳ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۴۰۲/۰۶/۱۵

علی اکبر سالاری پور\* (دانشیار، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه گیلان، رشت، ایران)  
محمد نوری پور سدهی (دانشجوی دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه گیلان، رشت، ایران)

### چکیده

شخصیت شهری به‌طور مفهومی در ادبیات شهرسازی ایران شناخته شده نیست و شخصیت را صرفاً معادل هویت کالبدی دانسته‌اند. در مطالعات اخیر پژوهشگران تعاریف نوینی بیان شده است که مفهوم شخصیت شهری را فراتر از جنبه‌های کالبدی مطرح می‌کند. در حالی که در مطالعات ما توجه کمتری به مفهوم شخصیت شهری شده است، پژوهش حاضر درصدد است با هدف تبیین مفهوم شخصیت شهری، مطابق با تعاریف جدید نظری و در پارادایم کیفی-اکتشافی، به شناسایی این مفهوم از دیدگاه اجتماع محلی بپردازد. بدین منظور ۳۰ نفر از ساکنان محله‌های چله‌خانه و گلزار به‌عنوان دو محله سنتی و مدرن مورد مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته قرار گرفتند. و متن مصاحبه‌ها مورد تحلیل محتوای کیفی قرار گرفت. نتایج نشان داد که شخصیت برخی از مکان‌ها به‌عنوان هویت اجتماعی یا هویت مکانی تعریف می‌شود؛ در حالی که در برخی دیگر، شخصیت با مفاهیمی همچون تنوع، اختلاط، پویایی و غیره توصیف می‌شود و امکان دارد که از سطحی‌ترین روابط میان ساکنان، محیط زندگی و فعالیت‌های جاری در محله ساخته شود. پیشنهاد می‌شود که مؤلفه‌های شخصیتی پس از شناسایی، به‌صورت کدهایی فراتر از ضوابط صرفاً کالبدی، در طرح‌ها و برنامه‌های شهری و محله‌ای، خصوصاً طرح‌هایی که مبتنی بر مشارکت‌پذیری شهروندان است، مورد استفاده قرار گیرند. نقش شهرسازان اعم از طراحان و برنامه‌ریزان در این میان، شناخت شخصیت مکان از دیدگاه ساکنان و تبدیل آن به ضوابط و دستورالعمل‌هایی با جزئیات خاص هر مکان برای طرح‌ها و برنامه‌های شهری و محله‌ای خواهد بود.

**واژه‌های کلیدی:** شخصیت شهری، اجتماع محلی، تحلیل محتوا، پارادایم کیفی-اکتشافی

## بیان مسئله

در سال‌های اخیر شباهت بی‌حدومرز شهرها و محله‌ها به یکدیگر، منجر به ازبین‌رفتن ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد فضاهای شهری شده است و هنجارهایی که در آن روح و معنا نهفته بود، در فضاهای شهری کمرنگ شده‌اند؛ در نتیجه تعلقات احساسی افراد به مکان‌ها و تعاملات اجتماعی به بی‌تفاوتی و بی‌حسی در جامعه گراییده است. بسیاری از محله‌های جدید شهری، با برخورداری از محیط‌های تازه توسعه‌یافته، علی‌رغم فقدان میراث تاریخی و پیشینه‌ی هویتی، دارای اجتماع پویا و سرزنده‌ای هستند که سبب ایجاد دل‌بستگی و علاقه‌مندی ساکنین به مکان می‌شود و این بدان معنا نیست که نقش هویت مکان انکارپذیر باشد؛ اما در برخی از اجتماعات، عوامل دیگری نیز در ارتقاء کیفیت مکان‌ها اثربخش بوده‌اند و بیشتر اوقات در مطالعات نادیده گرفته شده‌اند که از آن‌ها می‌توان به مفهوم «شخصیت شهری»<sup>۱</sup> اشاره کرد. شخصیت معمولاً برای اشاره به ویژگی‌هایی استفاده می‌شود که یک مکان، با اشخاص، اشیاء، فرم یا عملکرد از مکان‌های دیگر متمایز می‌شود (Dovison & Rowden, 2012: 190). با این حال کیم داوری و همکاران بیان می‌کنند که «شخصیت» به راحتی به مجموعه‌ای از عناصر، چه اجتماعی و چه فیزیکی، تقلیل نمی‌یابد. و تلاش برای تعریف و تثبیت «شخصیت» در ویژگی‌های خاص، همچنان که از یکی به دیگری بلغزد، با شکست مواجه می‌شود. شخصیت مکان با «احساس» و «جو» موجود در مکان رابطه دارد و این احساس در عین حال عینی و ذهنی، شخصی و غیرشخصی است (Dovey et al, 2005: 5). ریچارد هریس (2018) بیان می‌کند که به ندرت از شخصیت شهری استفاده شده است؛ در حالی که فراوانی نسبی آن، شهرها، مناطق و ملیت‌ها را از هم متمایز و شناسایی آن، مقایسه مکان‌ها را تسهیل می‌کند (Harris, 2018: 1). پیش از مطالعات پدیدارشناسان حوزه شهرسازی، تعریف شخصیت شهری همواره وابسته به شکل کالبدی و هویت فیزیکی مکان‌های شهری بوده است. خصوصاً در ادبیات نظری داخل کشور مفهوم شخصیت شهری به‌عنوان مؤلفه‌ای وابسته به هویت شهری تعریف شده است، کمااینکه میرمقتدایی شخصیت یا کاراکتر شهری را با مفهوم هویت کالبدی مترادف دانسته است (میرمقتدایی، ۱۳۸۵: ۱۲۹). لذا تا زمانی که مفهوم شخصیت شهری گنگ، مبهم و صرفاً وابسته به تعاریف هویت کالبدی شهر و محله باشد، که تاکنون معنایی نزدیک به یکدیگر یا حتی مترادف داشته‌اند، شناسایی، حفاظت و ارتقاء کیفیت مکان‌ها دشوار خواهد بود.

با توجه به دیدگاه نسبتاً جدید برنامه‌ریزان و طراحان شهری نسبت به مفهوم شخصیت شهری و عدم تقلیل آن به مجموعه‌ای از خصوصیات صرفاً فیزیکی، ایجاب می‌شود تا این

<sup>1</sup> Urban character

پژوهش در دو بخش مطالعات نظری و میدانی انجام پذیرد. بنابراین محله‌ی چله‌خانه به‌عنوان محله‌ای قدیمی و سنتی و محله گلسار به‌عنوان محله‌ای مدرن و جدید در شهر رشت مورد بررسی قرار گرفتند. چله‌خانه محله‌ای ریشه‌دار، با هویت و دارای پیشینه‌ی تاریخی است؛ در حالی که گلسار محله‌ای مدرن و فاقد مؤلفه‌های تاریخی و پیشینه هویتی است. لذا با شناخت مؤلفه‌های شخصیتی از دیدگاه ساکنان و مقایسه‌ی آن‌ها از لحاظ تنوع و گوناگونی تعریف شخصیت در دو محله، می‌توان به‌طور واضح‌تری به ابعاد پیدا و پنهان مفهوم شخصیت شهری خصوصاً نسبت به هویت کالبدی شهر نائل شد. پژوهش حاضر درصدد است تا شخصیت شهری در این دو محله با تعاریفی دقیق‌تر و نزدیک‌تر به معنای واقعی، نسبت به تعاریف پیشین در ادبیات شهرسازی، تبیین شوند و شخصیت خاص هر محله از دیدگاه ساکنان آن بررسی گردد. لذا در این پژوهش کوشش بر آن است تا با کسب تجربیات زیسته ساکنان و شکل‌گیری مصاحبه‌های عمیق به این پرسش پاسخ داده شود:

- شخصیت شهری چیست و شهروندان شخصیت محله‌هایشان را با چه مفاهیم و ویژگی‌هایی تعریف می‌کنند؟

### مبانی نظری

با توجه به هدف پژوهش، ابتدا باید گفت که شخصیت یک مکان به‌عنوان مؤلفه‌ای کالبدی و یا اجتماعی، فرهنگی و... به واسطه‌ی حضور افراد در مکان ادراک می‌شود. در تعاریف نظری و پدیدارشناسانه، مفهوم مکان فراتر از ابعاد کالبدی، با مفاهیم اجتماعی و روابط انسانی آمیخته است. بنابراین برای درک ماهیت شخصیت شهری، ابتدا باید مفهوم مکان به‌طور خلاصه بیان شود و سپس سایر مفاهیم مرتبط با موضوع پژوهش از جمله شخصیت شهری مورد بررسی قرار گیرند. هم‌چنین از لحاظ معنایی، شخصیت شهری در بسیاری از مواقع با مفهوم هویت شهری آمیخته شده است؛ بنابراین لازم است تا به منظور تبیین شخصیت شهری به‌عنوان مفهومی مستقل، تمایزات و هم‌پیوندی این دو مفهوم مقایسه شده و در پایان این بخش، مدل مفهومی منتج از مبانی نظری ارائه شود.

### مفهوم مکان

تعاریف مربوط به مکان عمدتاً از پدیدارشناسی نشأت گرفته است. مهم‌تر از همه، کار نوربرگ شولز (1980) و توان (1977) است که تعاریفی از مکان ارائه دادند و مکان را به‌عنوان پدیده‌ای تعریف کرده‌اند که از تعامل بین محیط ساخته‌شده و مردم پدید می‌آید. باید گفت که لازمه‌ی شکل‌گیری شخصیت یک مکان در هر فضا و مقیاس شهری منوط به حضور شهروندان در

آن مکان‌ها است. و همانطور که کاستلز بیان می‌کند، «مکان تجلی جامعه است» (مطوف، ۱۳۹۲: ۵۱؛ کاستلز، ۱۳۸۵). از نظر رلف، درک انسان از مکان محصول اعمال و تجربه است و آنچه که به‌طور حقیقی یک مکان را از فضای انتزاعی جدا می‌کند، احساس درونی انسان (نسبت به مکان)، قرار گرفتن در آن، تعلق به آن و همذات پنداری با آن است (Relph, 1976: 49). نوربرگ شولز (1980) با تعریف «روح مکان»<sup>۱</sup>، مکان را از تعاریف صرفاً کالبدی و فیزیکی متمایز می‌نماید؛ روح مکان به‌عنوان احساس یا ویژگی تجربی منحصر به فردی توصیف می‌شود که مردم از یک مکان دارند (Jiven & Larkham, 2003: 70). این احساس خاص به مکان و تجربه‌ی حاصل در آن، معنا، ارزش و رمز و راز می‌بخشد (Silva, 2015: 3). مفهوم مکان را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از اتصالات در یک چارچوب مفهومی متشکل از احساس، شکل، بعد اجتماعی و بعد فیزیکی دانست (Dovey et al, 2009: 2611). انسان خود را جزئی از مکان می‌داند و بر پایه تجربه خود از نشانه‌ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای مکان در ذهن خود متصور می‌شود و مکان برای او قابل درک می‌گردد (اقبال و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۳؛ Yazdanpour & Moztarzadeh, 2014).

### نظریه اجتماعی مکان

«نظریه اجتماعی مکان» یکی از کامل‌ترین تعاریف مربوط به مکان است که اهمیت بعد اجتماعی مکان را به شیوه‌ای رسا توضیح می‌دهد. در نظریه اجتماعی مکان مانوئل کستلز (۱۳۸۵)، تعریف مکان بدون اشاره به عملکردهای اجتماعی امکان‌پذیر نیست. مکان محصولی مادی است که با سایر محصولات مادی (از جمله مردم) ارتباط دارد و این محصولات با یکدیگر در روابط اجتماعی که محصول تاریخ است وارد می‌شوند که شکل، کارکرد و معنایی اجتماعی به مکان می‌بخشد (مطوف، ۱۳۹۲: ۵۱؛ کاستلز، ۱۳۸۵). از دیدگاهی مادی‌گرایانه می‌توان گفت مفاهیم عینی زمان و مکان ضرورتاً از طریق عملکردها و فرآیندهایی مادی ایجاد می‌شوند که در خدمت بازتولید زندگی اجتماعی قرار دارند (مطوف، ۱۳۹۲). اخیراً بعد اجتماعی مکان‌ها با شکلگیری فرآیند تجربه مردم در آن مکان‌ها تعریف می‌شود. همانطور که یوجانگ و ذکریا (2015) بیان کرده‌اند، مکان یک فرآیند تجربی است که هویت و شخصیت مکانی متمایز را شکل می‌دهد (Ujang & Zakariya, 2015: 712). طبق نظریه اجتماعی مکان که ابعاد اجتماعی در تعریف مکان برجسته است، مفاهیم وابسته به مکان از جمله شخصیت یک مکان نیز ماهیتی اجتماعی می‌یابد و نمی‌توان تعریفشان را صرفاً در عناصر کالبدی یک مکان محدود کرد.

<sup>1</sup> Genius loci / Spirit of life

## هویت مکان

هویت مکان راهی ارتباطی بین انسان و مکان، بیشتر به دنبال ارضای نیازهای ذهنی و عاطفی بشر است تا نیازهایی که به‌طور مستقیم با جسم بشر در ارتباط هستند. هویت مکان از ارزش‌های جمعی و فردی نشأت می‌گیرد و با گذر زمان، عمق، گسترش و تغییر می‌یابد (Relph, 1976). پروشانسکی هویت مکانی را به‌عنوان ابعادی تعریف می‌کند که هویت شخصی فرد در رابطه با محیط فیزیکی با استفاده از الگوهای پیچیده‌ای از ایده‌ها، احساسات آگاهانه و ناخودآگاه، متشکل از ارزش‌ها، اهداف، ترجیحات، مهارت‌ها و تمایلات رفتاری مربوط به یک محیط خاص شکل می‌گیرد (Proshansky, 1978: 155). رید و همکاران (2020) بیان می‌دارند که هویت مکانی از طریق منظر و حافظه اجتماعی ساخته می‌شود که اشکال محلی خاص جامعه را به نمایش می‌گذارد و هویت در پیوند با حافظه و منظر در کنار یکدیگر و در خلال زندگی روزمره ساخته و پرداخته می‌شود؛ که مناظر «مجموع گذشته‌های ما» و آغشته به خاطرات و تجربیات بین نسلی است و در «حافظه‌ی اجتماعی»<sup>۱</sup> ماندگار شده‌اند و برای هویت مکان بسیار مهم هستند (Reid et al, 2020). هویت مکان را می‌توان از خلال روایت‌هایی از حافظه جمعی و خاطرات گذشته جست‌وجو کرد؛ با این حال هویت مکان پویا و در معرض تغییر است چرا که درهم‌تنیدگی‌های اجتماعی و منظر دائماً در حال تغییرند (Reid et al, 2020).

## شخصیت شهری

در مطالعات اخیر، مفهوم شخصیت شهری فراتر از جنبه‌های صرفاً کالبدی و هویت‌مدار تعریف شده است و اغلب تعریف آن مشکل‌ساز بوده است؛ با این حال تعاریف شخصیت را می‌توان در دو بخش کلی (از نظر بازه زمانی و چارچوب‌های مسلط فکری) دسته‌بندی کرد؛ بخش اول با ابراز نگرانی برای شخصیت در پی موجی از علاقه به شهرهای سنتی و در واکنش به ظهور معماری و برنامه‌ریزی مدرنیستی از دهه ۱۹۵۰ میلادی ظاهر شد (Kropf, 1996: 247). شخصیت در این دوره به طور صریح با مفهوم روح مکان (Norberg-Schulz, 1980) و حس مکان<sup>۲</sup> (لینچ، ۱۳۹۵) ادغام شد. در حالی که این آثار بسیار تأثیرگذار بودند و نظریه‌ای را ارائه می‌دادند، تعداد اندکی از نظریه‌پردازان مفهوم شخصیت را کانون اصلی مطالعات خود قرار دادند. کاربرد شخصیت شهری ابتدا در استرالیا در جریان مباحث مربوط به حفاظت از خیابان در دهه ۱۹۸۰، همزمان با گسترش مطالعات آکادمیک در حوزه مفهوم مکان مطرح شد و در نخستین

<sup>۱</sup> Collective image

<sup>۲</sup> Sense of place

تجسمات خود در طرح‌های شهری با مفهوم «میراث»<sup>۱</sup> آمیخته شد (Dovey et al, 2009: 2597). از نظر کارل کروف، تحلیل و طبقه‌بندی شخصیت حتی توسط اندیشمندان برجسته طراحی شهری ماهیتی سطحی و محدود داشت و بیشتر به ظاهر بصری مربوط می‌شد تا فرآیندها، فعالیت‌ها و اهداف (Kropf, 1996: 262). از نظر نگارندگان، بخش دوم تعاریف شخصیت شهری که با توجه به پارادایم کنونی، تعاریف کامل‌تری از این مفهوم هستند، توسط ری گرین و سپس کیم داوی و همکارانش، با برجسته نمودن مفاهیم اجتماعی و پدیدارشناسی گسترش یافته است. گرین بیان می‌کند که شخصیت شهری یک ساختار ذهنی اشتراکی، پیچیده و چند بعدی بوده که با تعدادی از ویژگی‌های مختلف قابل شناسایی است؛ زیبایی‌شناسی محیطی، احساسات و هویت جامعه، طبیعی بودن، تغییر، منحصربه‌فرد بودن و پاسخدهی تأثیرگذار محیط به‌عنوان ابعاد برجسته شخصیت شهر پدیدار می‌شوند؛ برخی به لزوم محافظت از شخصیت و اغلب به فرم ساخته‌شده اشاره می‌کنند و برخی دیگر شخصیت را مفهومی اجتماعی یا فرهنگی می‌دانند (Green, 2000: 84). داوی و همکاران (2009) ادعا کردند که تعاریف شخصیت توسط نظریه‌های موجود کافی نیستند و غالباً روی مشخصات فیزیکی تمرکز می‌کنند (Dovey et al, 2009: 38). در مطالعات اخیر توسط پژوهشگران، شخصیت به‌طور کلی به‌عنوان «احساس درونی»<sup>۲</sup>، «احساس بیرونی»<sup>۳</sup> یا «جو»<sup>۴</sup> یک مکان توصیف می‌شود که هم به‌صورت عینی در شکل شهری بنا شده و هم به‌صورت ذهنی تجربه شده است (Dovey & Woodcock, 2015: 2611). شخصیت، همانطور که نوربرگ شولز (1980) بیان می‌کند، جوهر مکان است، شخصیت در شکل، در سازه‌های بتنی، در حال و هوایی که مردم در آن زندگی می‌کنند تشکیل شده است (Sepe & Pitt, 2014: 216). محله‌ها و ساختمان‌ها دارای شخصیت هستند، مردم شخصیت خاص دارند و عملکردها از نظر شخصیتی (داخل یا خارج از شخصیت) ارزیابی می‌شوند. از این رو، وقتی کسانی می‌گویند که یک مکان دارای شخصیت است، غالباً ویژگی‌هایی است که به اعتقاد آنها آن مکان را از مکان دیگری متمایز می‌کند (Dovison & Rowden, 2012: 190). کاکس (2022) استدلال می‌کند که برای بررسی شخصیت شهری به عنوان مفهومی که هر دو مؤلفه ملموس و ناملموس را در فرآیند طراحی و برنامه‌ریزی شهری در بر دارد، دوگانگی بین تعاریف فیزیکی و اجتماعی باید کاهش یابد. و در کاهش این دوگانگی، درک بهتر روابط و تعاملات بین جنبه‌های فیزیکی و

<sup>1</sup> Heritage

<sup>2</sup> Feel

<sup>3</sup> Sense

<sup>4</sup> Atmosphere

غیرفیزیکی شخصیت شهری می‌تواند شناختی از این مفهوم ایجاد کند که هم جنبه‌های ملموس و هم جنبه‌های ناملموس شخصیت شهری را در بر بگیرد.

### پیشینه پژوهش

مروری بر پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که مفهوم شخصیت با ظهور معماری مدرنیستی در دهه ۱۹۵۰ میلادی (Kropf, 1996)، اگرچه در ارتباط با ادراک محیط و روح مکان بوده است اما تعاریف آن در حد ویژگی‌های محیط کالبدی انسان‌ساخت باقی ماند. اما پژوهشگرانی از جمله ری گرین ظرافت‌های بیشتری را نسبت به مطالعات پیش از خود آشکار کرد. گرین (1999) مفهوم شخصیت شهر را از دیدگاه جامعه در یکی از شهرهای استرالیا بررسی نمود و مشخص کرد که شخصیت شهر به انواع ویژگی‌های محیطی و معانی درون جامعه مرتبط می‌شود. شخصیت توسط برخی از ویژگی‌های برجسته مرتبط با طبیعی بودن، زیبایی، دلپذیری، جذابیت، آشنایی، متمایز بودن و با ویژگی‌های اجتماعی مرتبط با مفاهیم آشنایی، دوستی، صراحت، سرزندگی و ایمنی مطرح شد (Green, 1999). توجه گرین به ابعاد اجتماعی و فرهنگی شخصیت سبب شد تا پدیدارشناسان و محققانی از جمله کیم داوی مفهوم شخصیت را از طریق ایجاد گفتمان، مصاحبه‌های عمیق، مشاهدات میدانی و تجربیات محیطی بسط و گسترش دهند. داوی و همکاران (2009) در پژوهشی تحت عنوان «درک شخصیت محله، مطالعه موردی: کمبرول» با انجام مصاحبه‌های عمیق و با روش‌های پدیدارشناسانه، شخصیت را از منظر اجتماع محلی تعریف کردند. ساکنان از عباراتی چون منطقه پرآسایش، حس امنیت، فروتنی ساکنان، سازگاری ابنیه با یکدیگر استفاده می‌کردند که نشان میداد شخصیت محله فراتر از ساختمان‌هاست و توسط ساکنان تجربه می‌شود و توسعه می‌یابد. داوی و همکاران (2009) در پژوهشی دیگر در قالب پدیدارشناسی و مصاحبه‌های عمیق در مرکز شهر ملبورن بیان داشته‌اند که شخصیت از تنوع بالای محله، عملکردها، آثار هنری، دیوارنویسی، زندگی خیابانی، کافه‌های پاتوق هنرمندان و افراد با سطوح مختلف اجتماعی تشکیل شده است و همچنین شخصیت همیشه با ویژگی‌های مختلف و متنوع دیده می‌شود و می‌تواند به عنوان یک بعد مکانی-اجتماعی تصور شود. دو پژوهش مهم داوی و همکاران همانند پژوهش ری گرین نشان داد که شخصیت شهر و محله می‌تواند حاصل روزمرگی شهروندان و در جریان ارتباطات و کنش‌های اجتماعی ساخته شود و نمی‌توان به یکسری از عناصر صرفاً فیزیکی یا صرفاً اجتماعی بسنده کرد.

داویسون (2011)، در پژوهشی که بر مبنای تحقیقات تجربی اعم از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، جلسات باز گروهی، گفتگوهای بداهه با ساکنان و تجزیه و تحلیل مشاهدات بود،

بیان می‌کند که شخصیت توسط اعضای جامعه ارزش‌گذاری می‌شود و ناشی از ساختار اجتماعی و تجربیات روزمره است و آنچه که شخصیت را برای اعضای جامعه متمایز می‌نماید، قدمت و سبک و یا نحوه استفاده از ساختمان‌ها نیست، اما تنوع افراد محله، تجربیات روزمره آن‌ها از مکان و روابط افراد و نگرش آن‌ها به عنوان معیارهای شخصیت شناسایی می‌شوند. بنابراین شخصیت محله بیش از آن‌که فیزیکی باشد، اجتماعی و تجربی است (Dovison, 2011). داویسون و رادن (2012)، شخصیت را با تنوع، تحمل‌پذیری، سرمایه اجتماعی قوی ساکنان و مجموعه‌ای از ارزش‌های اجتماعی و ادغام احساس فرد با مکان معرفی کرده‌اند که از طریق فرآیندی که شامل گفتگوی عمیق و رودررو با مردم محلی و تجزیه و تحلیل مشاهدات است، امکان‌پذیر می‌شود (Dovison & Rowden, 2012). استفان وود (2015) در بخشی از پژوهش خود با عنوان «ظاهر و حس یک مکان: شخصیت، جامعه و شهر فشرده» با استفاده از مصاحبه‌های کیفی و عمیق به گفتمان شخصیت در شش محله در ملبورن استرالیا می‌پردازد و استدلال می‌کند که شخصیت مفهومی لغزنده و پارادوکسیکال است که هم‌زمان عینی و ذهنی، شخصی و غیرشخصی و یک ویژگی از محیط است که احساس درونی را برمی‌انگیزد و به تجربیات اجتماعی و ارزش‌های عمیق و خاص یک مکان مرتبط است (Wood, 2015). تواروی و بینون (2018) به تفسیر شخصیت محله در بین دانشگاهیان، سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، طراحان شهری و سایرین پرداختند و بیان کردند که برای تفسیر جامع «شخصیت محله» باید اهداف و تعاریف پیشین را تغییر داد تا درک کلی از معنای ویژگی‌های محله برای جامعه منعکس شوند و بر جنبه‌های اجتماعی یک محله در کنار ویژگی‌های فیزیکی آن تمرکز کنند و راه‌حل‌های مناسب‌تری برای در نظر گرفتن نظرات ساکنان در فرآیند برنامه‌ریزی کشف نمایند (Tewari & Beynon, 2018). استفانو بلوچ (2020) به منظور ارزیابی شخصیت همسایگی با رویکرد مقایسه‌ای مابین مطالعات مشاهده‌ای - میدانی و نرم‌افزاری بر پایه «کلان‌داده» نتیجه می‌گیرد که برای نزدیک‌شدن به درک واقعی یک مکان، روند سخت و بعضاً کند مطالعات میدانی قابل جایگزینی با روش‌های مبتنی بر داده‌های بزرگ فضایی نیست و ناتوانی ذاتی کلان‌داده در کاوش عمیق فضای محله‌ها سبب دستیابی به یافته‌های سطحی می‌شود؛ بنابراین هیچ جایگزینی برای مطالعات دقیق مشاهده‌ای و تحقیقات میدانی مبتنی بر شخصیت وجود ندارد (Bloch, 2020).

شناخت شخصیت شهری در مطالعات پژوهشگران پیشین، مبتنی بر روش‌های کیفی و پدیدارشناسانه و عمدتاً از نوع مطالعه موردی بوده است. روش تحقیق در این پژوهش نیز با پیروی از پیشینه پژوهش، مبتنی بر روش‌های کیفی و مطالعه موردی است. از طرفی، شخصیت شهری در ادبیات شهرسازی داخل کشور معادل «هویت مصنوع» تعریف شده است که در این



پژوهش ضمن مرور دیدگاه‌های جدید نسبت به این مفهوم، با تکیه بر اصول اکتشافی، ابعاد وسیعتری از این مفهوم از دیدگاه اجتماع محلی تبیین می‌شود که این موضوع را می‌توان به‌عنوان وجه نوآورانه پژوهش قلمداد کرد.

### مقایسه دو مفهوم شخصیت و هویت مکان

کمبود مطالعات در زمینه شخصیت شهری در ادبیات شهرسازی داخل کشور، سبب شده تا این مفهوم فاقد تعریفی مستقل باشد و دائماً با شناسه‌ی هویتی تعریف شود. با مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش، برخی از مهم‌ترین تفاوت‌ها و شباهت‌های این دو مفهوم قابل بررسی است که به‌منظور مقایسه و تمییز دادن مفهوم شخصیت از مفهوم هویت، دو جدول ذیل نگارش شده‌اند.

جدول ۱- تفاوت دو مفهوم شخصیت و هویت مکان

تفاوت دو مفهوم شخصیت و هویت مکان (نظری - تحلیلی)			
منابع	شخصیت مکان	منابع	هویت مکان
Dovey et al, 2009; Dovison, 2011; Dovison & Rowden, 2012; Wood, 2015; Tewari & Beynon, 2018	شخصیت ملموس‌تر و در سطوح اولیه ارتباطات اجتماعی در مکان قابل شناسایی بوده و در جریان کنش‌های اجتماعی حاصل می‌شود.	Reid et al, 2020; Proshansky, 1978.	هویت آغشته به خاطرات و تجربیات بین‌نسلی است، لذا در سطوح عمیق‌تری از ادراک افراد نسبت به مکان نهادینه شده و قابل شناسایی است.
Dovey et al, 2009 Dovey & Woodcock, 2015; Sepe & Pitt, 2014; Dovison & Rowden, 2012	شخصیت به‌طور مستقیم به اشیاء، فرم و عملکرد فضا اشاره دارد.	کاشی و بنیادی، ۱۳۹۲؛ Relph, 1976.	ظاهر فیزیکی، فعالیت‌ها و معانی، مواد خام هویت هستند. هویت یک مکان شامل ارتباط مابین این سه مؤلفه است.
Green, 1999; Dovey et al, 2009	شخصیت شهری به انواع ویژگی‌های محیطی مانند زیبایی، دلپذیری، جذابیت، احساس آسایش و امنیت اشاره مستقیم دارد.	Peng et al, 2020; Paasi, 2001	هویت شهری «شیوه بازنمایی» مؤلفه‌های طبیعی، فرهنگی و دست‌ساز شهر است.
Wood, 2015; Cox, 2022	شخصیت، ملموس، ناملموس، موجود و متعلق به پدیده است.	نگارندگان	هویت، مقایسه‌ای، در پی مشابهت‌ها و منسوب به پدیده است.

منبع: نگارندگان

جدول ۲- هم‌پیوندی دو مفهوم شخصیت و هویت مکان

منابع	هم‌پیوندی دو مفهوم هویت و شخصیت مکان شهری (نظری - تحلیلی)
کوین لینچ، ۱۳۹۵؛ Reid et al, 2020; Dovey et al, 2009; Shamsuddin et al, 2012	هر دو مفهوم از طریق منظر و حافظه‌ی اجتماعی در طی تجربیات زیسته ساکنان ایجاد می‌شوند.
Reid et al, 2020; Tewari & Beynon, 2018; Green, 2000; Ziyaae, 2018	هر دو مفهوم فراتر از ابعاد کالبدی مکان بوده و دارای ابعاد اجتماعی، محیطی و... هستند.
Dovey & Woodcock, 2015; Norberg-Schulz, 1980; Dovison & Rowden, 2012	هر دو مفهوم با حس مکان رابطه مستقیم دارند و از طریق احساس ساکنان و تعلقاتشان نسبت به مکان شناخته می‌شوند.
حیدری و جمشیدی، ۱۴۰۰؛ Dovison & Rowden, 2012	هر دو مفهوم به‌عنوان ویژگی‌های منحصر به فرد موجود در یک مکان تعریف می‌شوند.
Green, 1999; Valera, 1997; Wood, 2015	هر دو مفهوم به انواع ویژگی‌های محیطی و معانی درونی و بیرونی جامعه اشاراتی دارند.

منبع: نگارندگان

### ارائه چارچوب مفهومی

برای رسیدن به چارچوب مفهومی پژوهش، مطالعات در دو بخش مبانی نظری و مطالعات میدانی به منظور تبیین مفهوم شخصیت شهری انجام شده است؛ تا این مفهوم هم در بخش نظری و هم از منظر اجتماعی (طبق پیشینه پژوهش و مطالعات مربوط به مکان‌شناسی) مورد بررسی قرار گیرد. با انجام مطالعات در این دو بخش، کوشش بر آن بوده تا خلأ موجود در تعریف شخصیت شهری در ادبیات شهرسازی داخل کشور با تعاریفی که امروزه در دانش شهرسازی جهان متداول است، برطرف شده و مفاهیم جدید آن تبیین شود. تصویر (۱)، چارچوب مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.



کشف چیزی جدید از طریق بررسی یک موضوع تحقیقاتی است (Swedberg, 2020: 17). بنابراین پژوهش حاضر از نوع کیفی-اکتشافی بوده و به منظور توسعهی این پژوهش، مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته، کدگذاری مصاحبه‌ها و تحلیل محتوای آن‌ها به منظور تبیین شخصیت شهری در محله‌های چله‌خانه و گل‌سار صورت می‌پذیرد. اشباع نظری همچنین می‌تواند به عنوان رهنمون در تحقیقات کیفی مفید باشد (Boddy, 2016: 432). اشباع نظری بر این تمرکز دارد که چه تعداد مصاحبه برای رسیدن به نقطه اشباع مورد نیاز است (Low, 2019: 131) لذا نمونه‌گیری در این پژوهش با پیروی از اصل اشباع نظری صورت گرفت و به منظور تبیین شخصیت شهری در دو محله، ۱۵ نفر از ساکنان چله‌خانه و ۱۵ نفر از ساکنان گل‌سار که دارای سنین ۲۵ تا ۷۷ سال بوده‌اند، مورد مصاحبه قرار گرفتند. هر مصاحبه ۶۰ الی ۹۰ دقیقه به طول انجامید و تمامی مصاحبه‌ها از ضبط صوتی توسط پژوهشگران به متن تبدیل شدند. در تحلیل محتوا، از کدگذاری برای شناسایی عوامل ذهنی و درونی استفاده می‌شود (Scannell & Gifford, 2017: 259). بنابراین در پژوهش حاضر به منظور دسته‌بندی داده‌های مصاحبه از کدگذاری بهره گرفته شده است (جدول ۵). کدگذاری نقشی محوری در تسهیل توانایی محقق در پیشبرد موثر فرآیند تحقیق دارد و محقق را ملزم می‌کند تا با خوانش و بازخوانی مداوم داده‌های جمع‌آوری شده، داده‌ها را از نزدیک درک کند (Williams & Moser, 2019: 47). تصویر ۲، فرایند تحلیل محتوا را نشان می‌دهد که پس از شناسایی واحدهای معنایی از متن مصاحبه‌ها، به ترتیب کدگذاری اولیه، پالایش کدها و حذف کدهای تکراری، شناسایی مفاهیم کلیدی، مقوله‌بندی و نتیجه‌گیری صورت می‌پذیرد.



تصویر ۲- فرآیند تحلیل (منبع: نگارندگان)

### مصاحبه با ساکنان محله چله‌خانه و شناسایی واحدهای تحلیل

در طول مصاحبه‌ها و در مسیر شناسایی شخصیت محله از دیدگاه ساکنان برخی از مهم‌ترین واحدهای معنایی برای تحلیل در جدول ۳ دسته‌بندی شده و قابل مطالعه است. یکی از مواردی که به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان چله‌خانه را نسبت به سایر محله‌ها متمایز می‌سازد، میراث محله است و در تعریف میراث، بیش از آن که بر فرم‌های ساخته شده تأکید داشته باشند، به قوام و ثبات اجتماعی موجود که در بازه‌های مختلف تاریخی ساخته و پرداخته شده اشاره دارند. در این تعاریف، شخصیت محله تا حدودی مترادف با مفهوم هویت اجتماعی است. با

این حال برخی از مصاحبه‌شوندگان با تأکید بر «حس صمیمیت» و «حس امنیت» توصیفات خود را برای تعریف شخصیت محله چله‌خانه آغاز می‌کنند و حس صمیمیت در این محله را باعث استحکام و قوام روابط همسایگی در این محله می‌دانند. این عوامل روی هم‌رفته سبب علاقه‌مندی به مکان و از شاکله‌های شخصیتی محله چله‌خانه تلقی می‌شود. یکی از مهم‌ترین تعهدات در محله چله‌خانه، احساس مسئولیت‌پذیری نسبت به یکدیگر است. احساس مسئولیت‌پذیری در قبال «بچه‌محل‌ها» سبب می‌شود تا صمیمیت، یکی از برجسته‌ترین ویژگی‌های چله‌خانه قلمداد شود که به باور ساکنان حتی در سایر محله‌های قدیمی رشت نیز این میزان صمیمیت را نمی‌توان یافت. نتایج مصاحبه نشان از آن دارد که جاری بودن روابط صمیمی سبب ایجاد اعتماد متقابل در ساکنان محله شده است. حس صمیمیت و بچه‌محل بودن از جمله عباراتی است که مصاحبه‌شوندگان هنگام تعریف شخصیت آن‌ها را برشمردند.

علی‌رغم از بین رفتن بخش عمده‌ای از بافت تاریخی و جابجایی آن با مراکز بزرگ تجاری و دفاتر وکالت، مصاحبه‌شوندگان از برخورداری محله از شخصیتی غنی دفاع می‌کنند و بسیاری از عملکردهای اجتماعی را در شکل‌گیری شخصیت محله دخیل می‌دانند. به‌طور خاص یکی از مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به اینکه «شخصیت محله چه تاثیری بر مکان زندگی شما داشته است؟» به تاثیر پیچیدن بوی خاص رستوران‌ها و برانگیختگی حس بویایی و در نتیجه ایجاد حس حضور در محله اشاره می‌کند و تعریف شخصیت را وابسته به ویژگی بویایی منحصر به فرد محله‌اش می‌داند. با اشاره به بوی خاص محله به‌عنوان یک مولفه‌ی شخصیتی، می‌توان به ابعاد مختلف ملموس و ناملموس این مفهوم در نظر اجتماع محلی پی برد و از این رو، شخصیت نه‌تنها در کالبد و روابط اجتماعی ساکنین با یکدیگر، بلکه در تجربه‌ی افراد از محیط زندگی و احساس آنان به مکان نیز مشهود است.

جدول ۳- نمونه‌هایی از واحد تحلیل مصاحبه با ساکنان چله‌خانه

ردیف	واحد تحلیل
۱	از بین رفتن بافت تاریخی محله باعث ناراحتیم میشه، در تمام دنیا که نگاه کنی اگه یه آجر قدیمی رو زمین باشه اون آجر رو پلاک میزنن و هویت خودشون رو حفظ میکنن؛ تبدیل میشه به میراث فرهنگی و ازش نگهداری باید بشه ولی اینجا نه، بیشتر میزنن تخریب میکنن.
۲	اگر شما یک دوست اینجا داشته باشید، به واسطه‌ی این دوست در اینجا پای‌بند میشید چون محله این خاصیت رو داره، جذاب‌تره ولی بعضی از محلات این جذابیت رو نداره مثلاً دورهم‌نشینی شاید مثل این محله در محله‌های دیگر نباشه. یکی بیاد توی این محله بچه‌های اینجا مهمان‌ها رو می‌پذیرن. این خاصیت این محله هست که معروفه به بیگانه‌نوازی.
۳	محله ما یک بافت قدیمیه که هنوز اصالت قدیمی خودش رو داره. هنوز بچه‌محل‌ها اون عرق بچه‌محله-

	ای رو دارن. شما مثلاً شاید توی یک محله دیگه‌ای می‌رید این فضا رو نبینید که هنوز خونواده‌ها با همدیگه در ارتباطند، همدیگه رو میشناسند، بچه‌های همدیگه رو می‌شناسند. خیلی خوبن، این محله ما خیلی خوبه.
۴	توی این محله چون همه همدیگر رو میشناسن، صمیمیت خیلی خاصه مثلاً پشت فضای مسجد که مراسم محرم شروع میشه، انگار رفتی خونه پدربزرگ و مادربزرگت و خاله، عمه و دایی‌ها هستن طوری که همه دوست همه آشنا هستن. توی این محله هنوز حال و هوای قدیما هستش. دهه ۵۰، دهه ۶۰ هنوز اینجا هست.
۵	من چون سال‌هاست اینجا زندگی میکنم، تمام اهالی رو میشناسم، با دیدن مردم می‌فهمم که مثلاً دیگه رسیدم به چله‌خونه. روابط مختلفی که تو این سال‌ها شکل گرفته که مثلاً آدمای اینجا پدراشون با پدرای ما رابطه داشتند الان ما با بچه‌هاشون رابطه داریم... بحث همسایه و همسایه‌گری هست، دست همو میگیریم کمک می‌کنیم بهم.
۶	اول اینکه محله قدیمی هستش و آدمای قدیمی داره، دوم اینکه خیلی اهالی قدیمی نزدیک بهم هستن و نسبت به هم احساس مسئولیت دارن. مثلاً به مشکل الان برام ایجاد بشه اولین کسی که دست منو میگیره بچه محله چون اینجا همه با هم نزدیکن و همدیگر رو میشناسن.
۷	اینجا قهوه‌خونه زیاد بود. در قدیم قهوه‌خونه هر جا زیاد بود اونجا قمارخانه بود، چاپخانه بود، همه چی اونجا بود همه‌ی صنفاها میومدن برای استراحت تو قهوه‌خونه‌ها می‌نشستند.
۸	اینجا رستوران‌های زیادی هست دور تا دور محله، من از دور بوشم حتی احساس میکنم، برای من حتی بوی این محله به حس خاصی داره که فقط میدونم محله‌ی من این بو رو میده.

منبع: نگارندگان

### مصاحبه با ساکنان محله گلزار و شناسایی واحدهای تحلیل

در جدول ۴، نمونه‌هایی از مهم‌ترین بخش‌های مصاحبه با ساکنان گلزار قابل مطالعه است. طبق متن مصاحبه‌ها، یکی از مواردی که مورد توجه پژوهشگران بوده است، اشاره ساکنان به پاکیزگی ظاهری علی‌رغم فقدان مؤلفه‌های هویتی و تاریخی است که برای ساکنین گلزار ارزشمند است. اکثر ساختمان‌های این محله با مصالح گران‌قیمت ساخته می‌شوند اما در بسیاری از آن‌ها بیان معماری مناسب نماهای ساختمانی مشهود است. با این حال ساکنان گلزار از جداره‌ها و مناظر توده‌های ساختمانی دفاع می‌کنند و بخشی از تعاریف شخصیت محله‌شان را با ویژگی‌هایی همچون پاکیزگی، شیک و لوکس بودن ساختمان‌ها مرتبط می‌سازند که موجب ایجاد احساس خوب در ساکنان این محله است و در اینگونه از تعاریف، مناظر و نماهای ساختمانی جزئی از مولفه‌های شخصیتی گلزار معرفی می‌شوند. با این حال شخصیت در این محله هم به‌صورت عینی در عناصر شهری پدیدار می‌شود و هم در روابط اجتماعی ساخته می‌شود که از آن‌ها می‌توان به وجود احساس امنیت در مصاحبه‌شوندگان اشاره کرد. احساس

امنیت در گلسار معلول عوامل مختلف دیگری از جمله بالا بودن سطح سواد، شب زنده‌داری و پویایی زندگی شبانه است که برآیند این عوامل و استمرار آن‌ها در فضای محله، موجب سرزندگی و پویایی زندگی شبانه در این بخش از شهر شده است و این ویژگی‌ها به‌عنوان مؤلفه‌های شخصیتی محله از دیدگاه ساکنان در طول مصاحبه‌ها تکرار می‌شوند. ساکنان، گلسار را به‌عنوان محله‌ای با رستوران‌ها و کافه‌های متعدد معرفی می‌کنند که با سرزندگی، سطح آسایش، رفاه و تفریح شهروندان مرتبط بوده و شکل ویژه‌ای به منظر شهری داده است، که این عوامل معلول سایر خصوصیات محله از جمله شیک‌بودن، رفاه اقتصادی و توجه به اوقات فراغت است که در این تعاریف شخصیت محله گلسار بیشتر مرتبط با کیفیت‌های فضایی محله است.

از نظر ساکنان، در روابط همسایگی محله، احساس مسئولیت‌پذیری، همکاری و صمیمیت موجود است؛ اما همسایگی آن‌گونه که در محله چله‌خانه تعریف می‌شود، با گونه‌ی همسایگی در گلسار متفاوت است. ساکنین گلسار از آنکه همسایگان در کار یکدیگر مداخله نمی‌کنند و در عین حال دارای روابط دوستانه، قابل قبول، احترام متقابل و وجود مرزبندی‌های مشخص در روابط همسایگی هستند، حس رضایت‌مندی دارند. در واقع نوع خاص روابط همسایگی که متفاوت از روابط همسایگی در محلات سنتی شهر است، به‌عنوان مؤلفه‌ی شخصیتی محله معرفی می‌شود.

جدول ۴- نمونه‌هایی از واحد تحلیل مصاحبه با ساکنان گلسار

ردیف	واحد تحلیل
۱	در کل دیدی یکجاهایی میری نماها آجریه اما کثیفه؟ این مورد کمتره تو گلسار. حالا درسته که شاید نماسازی درست نباشه اینجا، ولی پاکیزگی ظاهری رو داره، آجری باشه اما تمیز باشه. برای من صرفاً هویت مد نظر نیست. اون تمیزی ظاهری رو هم میخوام. وگرنه بخوام هویت صد سال پیش رو داشته باشم اما روحم آزار ببینه، میخوام نباشه!
۲	ساختمونای شیکی داره مثلاً آدم خوشش میاد اونارو نگاه میکنه... محله شیکیه و شیک بودن هم به مردمش برمیگرده که اینجارو اینطوری کردند.
۳	تو این محله امنیت روانی من کاملاً تأمین میشه، نشده که متلکی بشنوم که نمیدونم به چه عاملی برمیگرده؛ مثلاً بخاطر سطح اجتماعی مردمه یا چی! و خب اون زندگی شبانه هم توش وجود داره، مثلاً ساعت ۱۰ شب هم اون امنیت رو دارم که بخوام تو محله قدم بزنم. احساس میکنم دغدغه‌های اقتصادی کم‌تری دارند به همون نسبت در اولویت‌هاشون اهمیتی که به سطح آموزشی بچه‌هاشون میدن بیشتره؛ که به لحاظ رفاه اقتصادی شاید برای بحث آموزش و فرهنگ وقت بیشتری صرف کنند و اولویت بیشتری براشون داشته باشه.
۴	در محله ما پارک و کافی‌شاپ و باشگاه و... هست برای گذران اوقات فراغت یا حتی رستوران‌ها رو هم میشه گفت! رستوران همه جای رشت نیست یا اینکه اینجا بیشتر هست و تنوع و قدرت انتخاب بیشتره

	و در دسترسه.
۵	من اصلاً میدونی چرا از گلسار خوشم میاد؟ چون همه‌ی رستوران‌های خوب تو گلسارن که غذاهای خوب دارن حالا از فست فود بگیر تا پلوکباب؛ آدم راحتته. هم میتونه بره، هم میشه براش بیارن. یکی از ویژگی‌های مشترک ساکنین خوشگذرونیه... فکر کن که پیک‌های مختلف در طول روز میبینم که به وفور در حال جابجا کردن غذا هستند، یا پیک‌هایی که خریدهارو انجام میدن.
۶	توسعه کاربری‌های اداری داره اون منوربودن رو کاهش میده و گذر رو سرد و تاریک میکنه. یکسری از فروشگاه‌ها که تمام روز میتونن باز باشن مثل یک آبمیوه‌فروشی تبدیل شدن به بانک‌ها و دفاتر مشاور املاک یا یکسری از کاربری‌هایی که بعد از پایان ساعات اداری بسته میشن و بعضی از این کاربری‌ها فضاهای بزرگی از گلسار رو اشغال کردند که هیچ نقشی در جداره‌های شهری ایفا نمیکنن که بنظر من شادابی فضای گلسار رو کم کرده.
۷	گلسار یه ویژگی خوبی که داره اینه که همیشه زنده‌ست. غروباش که میری بیرون مغازه‌ها همه حس زنده بودن میده به آدم، تو بلوار گیلان یک مجموعه‌ای از کافه و رستوران در کنار هم هست بنظر من پویاترین قسمت گلساره به لحاظ کیفیت فضا و برای من شهروند بیشترین زندگی شبانه رو داره که هر وقت به اونجا فکر میکنم، حس نشاطی ایجاد میشه که دوست دارم دوباره برم اونجا، و بنظرم بالاترین کیفیت فضایی گلسار رو داره.
۸	اینکه ۲ شب هم میتونم برم بیرون بستنی بخورم ویژگی خوب گلساره ولی در محلات دیگه تنوع کمه، یک‌چیز مثبت دیگه‌ای که بنظرم هست اون فروشگاه‌های غذاهای آماده هست که خیلی کار رو راحت میکنن که با توجه به اینکه اینجا همه دنبال رفاه هستن و بابتش پول میدن اتفاق خوشایندیه و چیزی هست که خیلی دیدم.
۹	به لحاظ قیمت، مشتری سه تا دونه هویج خورد شده رو به اندازه دو کیلو هویج پول میده تا همون سه تا هویج خورد شده رو برداره. اون چیزی که یک فرد برای سکونت باید داشته باشه توان بالای اقتصادی! یک جورایی شاید امتیاز منفی باشه چون بعضی‌ها هستند که گلسار رو برای سکونت ترجیح میدن، اما بخاطر قیمت بالای محصولات غذایی، خریده‌ها رو از خارج محله انجام میدن که برایشون خوشایند نیست این اتفاق هر روز بیفته؛ بنابراین اگه توان اقتصادی بالایی نداشته باشم پس منو مجبور به خروج از محله میکنه!
۱۰	درک و فهمشون بالاست؛ اینجا چون طرف میخواد یه محله‌ی خیلی خوب، جا افتاده، اسم دررفته داشته باشه خیلی خوب نزاکت میکنه... همون شأن و شخصیت و برخورد و رفتاری که دارن آدم متوجه میشه که واقعاً کلاس اینجارو همون برخوردشون و رفتارشون و کردارشون درست کرده.

منبع: نگارندگان

### کدگذاری مصاحبه‌ها

کدگذاری مصاحبه‌ها مطابق روش تحقیق، در سطوح کدهای اولیه پس از خلاصه‌سازی و کاهش کدها، شناسایی مفاهیم کلیدی و مقوله‌بندی مفاهیم انجام شد که در جدول ۵ دسته‌بندی شده‌اند. طبق جدول ۵، چهار مقوله در دو بخش ساختارهای عینی و بیرونی



شخصیت محله و ساختارهای درونی و ذهنی شخصیت محله شناسایی شده‌اند که این کدها، با ویژگی‌های ملموس و غیرملموس شخصیت شهری همانطور که وود (2015) و کاکس (2022) بدان اشاره کرده‌اند، قرابت و مطابقت دارند.

جدول ۵- کدگذاری متن مصاحبه‌ها

مقوله‌ها	مفاهیم کلیدی	کدهای اولیه (پس از خلاصه‌سازی)	محل کدها
ساختارهای عینی و بیرونی تعریف کننده شخصیت محله چله‌خانه	بافت اصیل و قدیمی محله	قدمت بالای محله، از بین رفتن بافت قدیمی محله، ابراز تأسف به دلیل عدم بهره‌برداری از خانه حاجی سیف، آرامگاه دکتر حشمت و خانه حاجی سیف به عنوان مکان‌های برجسته محله، معابر باریک، رضایت از گسترش روند آپارتمان‌سازی در محله، نارضایتی از عدم بازسازی مطلوب مسجد، وجود برخی از کوچه‌های خاطره‌انگیز، اصالت و هویت بافت قدیمی	چله‌خانه
	وجود پاتوق‌های خاطره- انگیز و جمعی برای معاشرت و دورهم‌نشینی	گسترش کافه‌هایی که جوانان بدان مراجعه می‌کنند، طبخ قدیمی محله، قهوه‌خانه‌های متعدد، قهوه‌خانه‌ها به عنوان فضاهایی برای معاشرت، دورهم‌نشینی، نزدیکی به پارک شهر (باغ محتشم)، مغازه‌های با پوشش سفال، بوی خوش محله (ناشی از فعالیت رستوران‌ها و غذاخوری‌ها)	
ساختارهای درونی و ذهنی تعریف کننده شخصیت محله چله‌خانه	سایه زندگی اجتماعی و همسایگی در محله	شرکت در کارهای خیر، مسئولیت‌پذیری، برخورداری از حس امنیت، بیگانه‌پرستی (مهمان‌نوازی) برگزاری مراسم‌های مذهبی، احساس راحتی بودن در محله، ترافیک عامل برهم زنده‌ی شبکه‌های اجتماعی، پای‌بندی به دلیل جذابیت بالای محله	چله‌خانه
	وجود صمیمیت، عرق هم‌محله‌ای و تعلق جمعی به محله	آشنا بودن اهالی، صمیمیت بالا، احساس مسئولیت نسبت به یکدیگر، دست‌گیری و پشت یکدیگر بودن در زمان مشکلات، اعتماد نسبت به یکدیگر، احترام متقابل و معاشرت بالا، احترام متقابل، همدلی مردم، بچه محل هم بودن، مشارکت برای حل مشکلات یکدیگر، دوستی‌های عمیق، ابراز نگرانی از تضعیف روابط دوستانه در ساکنان جدید، ارتباطات خانوادگی و همسایگی	

ساختارهای عینی و بیرونی تعریف کننده شخصیت محله گلسار	دارای منظرسازی و شکل کالبدی مناسب و ساختن سازی شیک	برخوردار از فضای مطلوب پیاپی، درختان برافراشته بلوار، کمبود مزاحمت بصری، نماندگی نسبتا مناسب، آباد بودن محله، المان‌های آشنا مانند گاو مارلیک، منور بودن محله، پاکیزگی محیط، ساختمان- های شیک، تمیزی ظاهری، مناظر شیک، کوچه‌های زیبا	گلسار
	دسترسی راحت به خدمات و تنوع بالا در رستوران‌ها، کافه‌ها و فضاهای تفریحی	فروشگاه‌های قدیمی، ویندوشاپینگ و خرید، تغییر کاربری فروشگاه‌ها به بانک‌ها و دفاتر مشاور املاک، ارتباط فضایی رستوران‌ها و کافه‌ها، فروشگاه‌های غذاهای آماده برای طبخ، برخوردار از درمانگاه کودکان، بالا بودن قدرت انتخاب رستوران‌ها، تنوع فضاهای مناسب برای گذران اوقات فراغت، دسترسی راحت به خدمات، توسعه کاربری‌های اداری تهدیدی برای سرزندگی محله	
ساختارهای درونی و ذهنی تعریف کننده شخصیت محله گلسار	وجود حس امنیت، نشاط، پویایی و سرزندگی	پویایی، تحرک و زندگی شبانه، حس نشاط و زنده بودن، امنیت بالای روانی، سطح بالای فکری، موسیقی خیابانی، شور و شوق و هیجان، مد و فشن، اهمیت به سطح آموزشی فرزندان، عدم ایجاد مزاحمت در فضای محله،	
	محله رفاه، راحت طلبی و آسایش مندی	برخوردار از حد آسایش قابل قبول، احساس آرامش، برخورداری از توان بالای اقتصادی، پرداخت پول برای کسب رفاه، خوشگذرانی، تنوع بالای سکونت برای اقشار مختلف، سردرگمی، فیض بردن از زندگی، بشاش بودن مردم، رشد محله بخاطر ساکنان خوب	
	احترام به حریم خصوصی در همسایگی	حس صمیمیت، عدم دخالت در زندگی همسایگان، احترام متقابل، خونگرمی، مردم فهیم و با سعه صدر، تعامل مطلوب هم‌محله‌ای‌ها، درک بالای ساکنان	

منبع: نگارندگان

### مقایسه تحلیلی شخصیت مکان شهری در محله‌های چله‌خانه و گلسار

چهار مقوله‌ی منتج از فرایند کدگذاری به‌طور یکپارچه در این بخش به‌منظور مقایسه تحلیلی شخصیت شهری در محله‌های چله‌خانه و گلسار مورد بررسی قرار می‌گیرند. در ابتدای این بخش باید اشاره کرد که شخصیت شهری به راحتی تعریف نمی‌شود و همانطور که رلف (1976) اشاره کرده است، «شخصیت شهری مانند شکلی از آگاهی و محصول تجربه جهان زیسته است.» بنابراین تنوع و گوناگونی مؤلفه‌های شخصیتی نامحدود است و هدف از تبیین شخصیت در دو محله و مقایسه تحلیلی آن‌ها نیز این بوده است که استدلال شود

محتوای مکان‌ها با یکدیگر متفاوت‌اند و ساکنان در هر مکان تجربیات منحصر به فردی دارند؛ و در این شرایط است که شخصیت شهری در هر مکان باید توسط ساکنان آن شناخته شود. از این رو شناخت شخصیت و مقایسه آن در دو محله، می‌تواند نتایج متفاوتی را در چپستی و نوع تعاریف ساکنان از شخصیت محله‌هایشان نشان دهد و ماهیت پارادوکسیکال شخصیت شهری را در مکان‌هایی با ویژگی‌های متفاوت نمایان سازد.

با خوانش متن مصاحبه‌ها و جدول کدگذاری منتج از آن، می‌توان دریافت که تفاوت‌های اساسی بین محل زندگی ساکنان و نحوه توصیف شخصیت از محله‌هایشان وجود داشته است. با توجه به مقوله‌ها، مؤلفه‌های شخصیتی در دو بخش ذهنیت‌یافته (درونی) و عینیت‌یافته (بیرونی) شناسایی و دسته‌بندی شده‌اند. در محله چله‌خانه، اگرچه برخی از مصاحبه‌شوندگان نسبت به ازبین‌رفتن بافت سنتی و قدیمی محله ابراز ناراحتی کرده‌اند اما هنگام تعریف شخصیت محله‌شان، هیچ کدام از آنان به ازبین‌رفتن بافت قدیمی و هویت کالبدی محله به‌عنوان تهدیدی برای شخصیت محله اشاره نکردند. در مقابل، روابط صمیمی ساکنان بایکدیگر، زندگی در فضاهای جمعی و اهمیت زندگی اجتماعی هنگام تعریف شخصیت شهری برجسته بوده است. برخلاف چله‌خانه که تعریف شخصیت بیشتر بر اساس الگوهای رفتاری و «هویت اجتماعی» محله است، مفهوم شخصیت در گلسار، ترکیب متعادلی از ابعاد اجتماعی، کالبدی و محیطی، فعالیت‌های خدماتی، وضعیت مطلوب اقتصادی و... است که زندگی در این مکان و بهره‌مندی از امکانات رفاهی، سبب احساس رضایت، آرامش، آسایش، پویایی و سرزندگی برای ساکنین شده است.

نحوه ارتباط ساکنان با یکدیگر و نیز تعامل افراد در فضای محله‌ها اثر مستقیمی بر چگونگی تعریف شخصیت محله از دیدگاه ساکنان داشته است. تصویر ۳، دیاگرامی از یافته‌های پژوهش یعنی مؤلفه‌های شخصیتی در محله‌های چله‌خانه و گلسار است. نحوه انتخاب این مؤلفه‌ها بر اساس تکرار چندباره این مفاهیم (به‌طور مستقیم و غیرمستقیم) در متن مصاحبه‌ها است که در جدول کدگذاری در دسته‌بندی کدهای اولیه و مفاهیم کلیدی یا عبارتی دیگر، کدهای محوری قرار گرفتند. هم‌چنین مقوله‌های شناسایی‌شده، اشاره به ویژگی‌های ملموس و ناملموس شخصیت مکان‌ها دارد. در واقع ملموس یا ناملموس بودن مؤلفه‌های شخصیتی طبق دسته‌بندی کدهای منتج از مصاحبه به این اشاره دارد که شخصیت هم به‌طور عینی و هم به‌طور ذهنی توسط ساکنان تجربه می‌شود. برای مثال طبق دیاگرام (تصویر ۳)، ساختمان‌های شیک در گلسار و بیگانه‌نوازی در چله‌خانه هر کدام به‌عنوان مؤلفه‌های شخصیتی شناخته شده‌اند که گوناگونی و تنوع ماهیت این مؤلفه‌ها خود گواه بر این موضوع است که شخصیت می‌تواند ماهیتی کالبدی داشته باشد و یا واجد هویت اجتماعی در روابط و تعاملات انسانی باشد.

همچنین شخصیت رفاه‌طلب گلسار به ابعاد اقتصادی محله اشاره دارد که وضعیت نسبتاً مطلوب اقتصادی ساکنان موجب ارتقاء کیفیت مکان برای ساکنان شده است. کوشش بر آن بوده که برای هر محله پنج طبقه‌بندی مختلف برای مؤلفه‌های شناخته‌شده‌ی شخصیت شهری انجام شود و به‌طور جامع به تمام مواردی که اعضای جامعه به‌عنوان شخصیت محله‌شان اشاره کرده‌اند، اشاره شود.



تصویر ۳- شناسایی مؤلفه‌های شخصیتی چله‌خانه و گلسار (منبع: نگارندگان)

یکی از مهم‌ترین دستاورد مصاحبه‌ها، مطابقت و بسط نتایج مصاحبه با مبانی نظری و چارچوب مفهومی پژوهش است. همانطور که در چارچوب مفهومی و جدول‌های ۱ و ۲ بررسی شد، شخصیت شهری می‌تواند در ارتباط و هم‌پیوندی با مفهوم هویت باشد و یا با مؤلفه‌هایی تعریف شود که ارتباطی با مفهوم هویت ندارند. چنانکه در محله چله‌خانه مؤلفه‌های شخصیتی، مانند بیگانه‌نوازی، همدلی و عرق بچه‌محله‌ای عواملی هستند که معرف هویت اجتماعی محله‌اند و ساکنان آن‌ها را در پی مقایسه و مشابهت‌یابی روابط انسانی با یکدیگر ادراک کرده‌اند و مفهوم شخصیت در این محله با مفهوم هویت گره خورده است. در مقابل، مؤلفه‌های شخصیتی در گلسار اشاره به عواملی دارند که به‌طور مستقیم متعلق و موجود در پدیده هستند و در سطح

روابط جاری در مکان قابل لمس‌اند؛ مانند وجود ساختمان‌های شیک و یا تنوع و گوناگونی کافه و رستوران‌ها. بنابراین تعریف شخصیت در دو محله آمیزه‌ای از همه‌ی پدیده‌های ملموس و ناملموس موجود در مکان است و شخصیت متشکل از همه‌ی عواملی است که افراد به واسطه‌ی حضور در مکان تجربه می‌کنند. برای مثال ساکنان گلسار طراحی ساختمان‌های موجود (عمدتاً به دلیل استفاده از مصالح گران‌قیمت در جداره‌سازی) را اگرچه به‌عنوان شخصیت خاص گلسار معرفی می‌کنند، اما از طرفی شخصیت این محله را در تعدد کافه‌ها و رستوران‌ها، و برخی از کیفیت‌های فضایی همچون احساس رفاه، امنیت، زندگی شبانه نیز مرتبط می‌دانند. یا در محله چله‌خانه که بسیاری از تک‌ساختمان‌های قدیمی و باهویت سنتی برج مانده‌اند، ساکنان هنگام تعریف شخصیت اشاره خاصی به آن‌ها نکرده‌اند و بیشتر، شخصیت محله‌شان را متشکل از تعاملات انسانی و هویت اجتماعی موجود که در لایه‌های زمانی مختلف شکل گرفته است، مرتبط می‌دانند. باید گفت که محیط ساخته شده در چله‌خانه دستخوش تغییرات مداوم شده است، در حالی که شخصیت شهری آن پایدار بوده است. چرا که در این محله شخصیت بیشتر عاملی اجتماعی و فرهنگی و وابسته به روابط همسایگی بوده است و از این رو نمی‌توان تعریفی را به‌طور مطلق از این مفهوم ارائه داد.

### نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده به منظور تبیین مفهوم شخصیت شهری، در دو بخش مطالعه مبانی نظری و تدوین چارچوب مفهومی و مطالعات میدانی از طریق ایجاد گفتگو دوطرفه بین پژوهشگران و ساکنان دو محله چله‌خانه و گلسار حاصل شد که اهمیت اجتماعی و تجربی شخصیت شهری را در کنار ابعاد کالبدی و محیطی برجسته کرده است. شخصیت شهری، شامل ویژگی‌های برجسته و خاص، پدیدارکننده‌ی روابط مردم با فضا و وابسته به ادراک افراد است و مفهومی است که با تجربه‌ی حضور در مکان و زندگی روزمره حاصل می‌شود. با توجه به یافته‌های پژوهش، ویژگی‌های محیط ساخته شده، عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی خدمات موجود در محله‌ها می‌توانند به عنوان مؤلفه‌های تعیین‌کننده شخصیت مکان از دیدگاه ساکنان تعریف شوند و روزانه تعاملاتی را در آن تجربه کنند که امکان کسب این تجارب خاص در سایر مکان‌ها برای‌شان میسر نباشد. بنابراین این ویژگی‌های شخصیتی که از سوی ساکنان دو محله مطرح می‌شوند، لزوم حفظ و احترام به شخصیت موجود در محله‌ها را برجسته می‌کند. در بخش مبانی نظری و پیشینه پژوهش، به ابعاد اجتماعی شخصیت شهری اشاره شد و با توجه به مؤلفه‌های شخصیتی محله‌ها که در این پژوهش شناسایی شدند، اهمیت بعد اجتماعی، اقتصادی و... شخصیت شهری استدلال شده است. با بسط مبانی نظری و یافته‌های

تحقیق، شخصیت شهری را می‌توان آمیزه‌ای از عناصر عینی و ذهنی، ملموس و ناملموس از دیدگاه ساکنان قلمداد کرد. لذا همانطور که گفته شد، هر مکانی محتوای خاص خود را دارد و تعریف شخصیت در دو محله آمیزه‌ای از همه‌ی پدیده‌های ملموس و ناملموس موجود در مکان، و متشکل از همه‌ی عواملی است که افراد به واسطه‌ی حضور در مکان تجربه می‌کنند. برای مثال مؤلفه‌های شخصیتی همچون پویایی و زندگی شبانه در گلسار پیش از آن که به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های شخصیت شهری از سوی ساکنان شناخته شوند، معرف کیفیت‌های فضایی محله نیز هستند. بنابراین در یک تعریف جامع‌تر، حتی کیفیت‌های فضایی بخشی از شهر که از برآیند روابط مختلف شکل گرفته است، می‌تواند به‌عنوان ویژگی شخصیتی معرفی شود. مطالعه از دیدگاه ساکنان دو محله، خصوصاً ساکنان گلسار نشان می‌دهد که شخصیت شهری لزوماً و همیشه دارای ریشه تاریخی و متحمل میراث پیشین یک مکان نیست و در عین حال یک محله علی‌رغم فقدان میراث تاریخی و سنتی، می‌تواند دارای کیفیت‌های محیطی‌ای باشد که موجب علاقه‌مندی ساکنانش بوده و حفظ این ویژگی‌ها برایشان ارزشمند قلمداد شود. شخصیت برخی از مکان‌ها به‌عنوان اشکال ثابت یا هویت مکانی تعریف می‌شود، در حالی که در برخی دیگر، شخصیت به‌عنوان تنوع، اختلاط، پویایی و... توصیف می‌شود. پس همیشه مرزبندی مشخصی برای تعریف شخصیت در بطن مفهوم خاصی مانند هویت وجود ندارد و گاهی امکان دارد که از سطحی‌ترین روابط میان مردم، محیط زندگی و فعالیت‌های جاری در آن ساخته و پرداخته شود و مورد توجه ساکنان قرار گیرد. با توسعه‌ی علوم اجتماعی در دانش شهرسازی، محدود کردن تعریف شخصیت تنها در ریخت کالبدی شهر ناکافی است؛ در حالی که کاربست آن به واسطه‌ی ایجاد گفتگو، مصاحبه و مشارکت‌پذیری اجتماعات محلی، ابعاد بیشتری از شخصیت‌های مکانی را آشکار ساخته و منجر به اعتلاء کیفیت برنامه‌ریزی و طراحی مکان‌ها می‌شود و به خلق مکان‌های دوست‌داشتنی و ارتقاء کیفیت مکان‌های زندگی می‌انجامد.

## پیشنهادات

در انتهای این پژوهش پیشنهاد می‌شود که پس از شناخت مؤلفه‌های شخصیتی در تمام ابعاد کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، هنری و غیره، مؤلفه‌های شخصیتی به کدهایی فراتر از ضوابط و دستورالعمل‌های کالبدی تبدیل شوند و در طراحی و برنامه‌ریزی شهری و محله‌ای مورد استفاده قرار گیرند. با توجه به اینکه شناخت شخصیت مستلزم مشارکت ساکنان است، کاربرد این مفهوم در بسیاری از طرح‌ها در مقیاس شهر و محله از جمله طرح‌های CDS، طرح‌های بازآفرینی و کلیه طرح‌هایی که مبتنی بر مشارکت‌پذیری شهروندان بوده، قابل انطباق است. برای مثال کافه و رستوران‌های گلسار که بخشی از شخصیت این محله را شکل می‌دهند، می‌توانند در

کدهایی ضمیمه شوند که در برنامه‌ریزی کاربری زمین و پراکنش خدمات و فعالیت‌ها مورد توجه قرارگیرند و یا در طرح‌های CDS و بحث رقابت‌پذیری به این فعالیت‌ها که مورد استقبال مردم است، توجه مضاعف شود. همچنین برای مثال در چله‌خانه، صمیمیت و زندگی نزدیک همسایگی در کدهایی ضمیمه شوند که هنگام اجرای طرح‌های بازآفرینی، حفظ و تحکیم زندگی همسایگی مورد توجه طراحان، برنامه‌ریزان و مدیران شهری قرار گیرد. بنابراین نقش شهرسازان اعم از طراحان و برنامه‌ریزان در این میان، می‌تواند شناخت شخصیت (در مقیاس‌های مختلف شهری) از دیدگاه ساکنان، تبدیل آن‌ها به ضوابط و دستورالعمل‌هایی با جزئیات خاص هر مکان برای طرح‌ها و برنامه‌های شهری و محله‌ای جهت حفاظت از ارزش‌های موجود در مکان‌های زندگی باشد.

**منابع و مآخذ:**

۱. اقبالی، ر.، زینالی، ر.، اسماعیلی، ا. ۱۳۹۵. ارزیابی مقایسه‌ای حس تعلق شهروندان به میدان ایالت ارومیه و میدان حسن‌آباد تهران با بررسی هویت مکانی. هویت شهر، ۲۸(۱۰): ۲۹-۴۰.
۲. حیدری، ع.، جمشیدی، ف. ۱۴۰۰. تحلیل ارتباط میان دو مفهوم هویت مکان و دل‌بستگی به مکان در فضاهای باز شهری (نمونه موردی: باغ ارم شیراز). پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۴۴(۱۲): ۱۷۳-۱۸۸.
۳. کاستلز، م. ۱۳۸۵. عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. چاپ پنجم. احد علیقلیان، افشین خاکباز. انتشارات طرح نو. ۶۳۶ صفحه.
۴. کاشی، ح.، بنیادی، ن. ۱۳۹۲. تبیین مدل هویت مکان - حس مکان و بررسی عناصر و ابعاد مختلف آن (نمونه موردی: پیاده‌راه شهرری). هنرهای زیبا، ۳(۱۸): ۴۳-۵۲.
۵. کریمی یزدی، ا.، براتی، ن.، زارعی، م. ۱۳۹۴. ارزیابی تطبیقی ادراک فضای شهری از نظرگاه مخاطبین و متخصصین عرصه شهری (مطالعه موردی مجموعه شهری امامزاده صالح تجریش تهران). باغ نظر، ۴۵(۱۳): ۱۳-۲۶.
۶. لینچ، ک. ۱۳۹۵. سیمای شهر. چاپ دوازدهم. منوچهر مزینی. انتشارات دانشگاه تهران. ۳۳۱ صفحه.
۷. محمدپوره، ا. ۱۳۹۲. روش تحقیق کیفی؛ ضد روش. انتشارات جامعه‌شناسان. ۴۱۶ صفحه.
۸. مطوف، ش. ۱۳۹۲. چرایی پیدایش و گسترش بافت‌های فرسوده. منظر، ۲۵(۵): ۴۹-۵۳.
۹. میرمقتدایی، م. ۱۳۸۵. پیشنهاد روشی برای تحلیل «شخصیت» شهر. محیط‌شناسی، ۳۹(۳۲): ۱۲۹-۱۴۰.
10. Bloch, S. 2020. An On-the-Ground Challenge to Uses of Spatial Big Data in Assessing Neighborhood Character, *Geographical Review*, 110(1-2): 210-223.
11. Cox, J. 2022. Defining 'urban character' and its influence on the physical outcomes of cities. Doctoral dissertation. University of Glasgow. 309 P.
12. Davison, G. & Rowden, E. 2012. There's Something about Subi: Defending and Creating Neighbourhood Character in Perth, Australia. *Urban Design*, 17(2): 189-212.
13. Dovey, K. & Wood, S. 2015. Public/Private Urban Interfaces: Type, Adaptation, Assemblage. *Urbanism*, 8(1): 1-16.
14. Dovey, K., Woodcock, I., & Wood, S. 2005. What is urban character? The case of Camberwell. 2nd State of Australian Cities National Conference. 30 November-2 December, Brisbane, Australia.



15. Dovey, K., Woodcock, I. & Wood, S. 2009. A Test of Character: Regulating Place-identity in Inner-city Melbourne. *Urban Studies*, 46(12): 2595-2615.
16. Dovey, K., Woodcock, I. & Wood, S. 2009. Understanding Neighbourhood Character: The Case of Camberwell. *Australian Planner*, 46(3): 32-39.
17. Dovison, G. 2011. An Unlikely Urban Symbiosis: Urban Intensification and Neighbourhood Character in Collingwood, Vancouver. *Urban Policy and Research*, 29(2): 105-124.
18. Green, R. 1999. Meaning and form in community perception of town character. *Environmental Psychology*, 19(1999): 311-329.
19. Green, R. 2000. Notions of Town Character. *Australian Planner*, 37(2): 76-86.
20. Harris, R. 2018. Modes of Informal Urban Development: A Global Phenomenon, *Planning Literature*, 33(3): 1-20.
21. Jiven, G. & Larkham, P. J. 2003. Sense of Place, Authenticity and Character: A Commentary, *Urban Design*, 8(1): 67-81.
22. Kropf, k. 1996. Urban Tissue and the Character of Towns. *Urban Design International*, 1(3): 247-263.
23. Low, J. 2019. A pragmatic definition of the concept of theoretical saturation. *Sociological Focus*, 52(2): 131-139.
24. Norberg-Schulz, C. 1980. *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. First Edition. Rizzoli. 216 P.
25. Paasi, A. 2001. Europe as a social process and discourse: considerations of place, boundaries and identity. *Urban Regional Study*. 8: 7-28.
26. Peng, J., Strijker, D., & Wu, Q. 2020. Place identity: how far have we come in exploring its meanings?. *Frontiers in psychology*, 11: 1-19.
27. Proshansky, H. M. 1978. The city and self-identity. *Environment and behavior*, 10(2): 147-169.
28. Reid, K., Beilin, R., & McLennan, J. 2020. Communities and responsibility: Narratives of place-identity in Australian bushfire landscapes. *Geoforum*, 109: 35-43.
29. Relph, E. C. 1976. *Place and placelessness*. First Edition. Pion. 156 P.
30. Scannell, L. & Gifford, R. 2017. The Experienced Psychological Benefits of Place Attachment. *Environmental Psychology*, 51(2017): 256-269.

31. Sepe, M. & Pit, M. 2014. The Characters of Place in Urban Design. *Urban Design International*, 19(3): 215-227.
32. Shamsuddin, Sh. & Bashri, A & Che amatb, R. 2012. Urban Landscape Factors That Influenced the Character of George Town, Penang Unesco World Heritage Site. *Social and Behavioral Sciences*, 50 (2012): 238 – 253.
33. Silva, K. D. 2015. The Spirit of Place of Bhaktapur, Nepal. *Heritage Studies*, 21(8): 1-22.
34. Swedberg, R. 2020. Exploratory research. The production of knowledge: Enhancing progress in social science, 17-41.
35. Tewari, S. & Beynon, D. (2018). Changing Neighbourhood Character in Melbourne: point Cook a case study. *Urban Design*, 23(3): 456-464.
36. Tuan, Y. F. 1977. *Space and place: The perspective of experience*. First Edition. University of Minnesota Press. 235 p.
37. Ujang, N. & Zakariya, KH. 2015. The Notion of Place, Place Meaning and Identity in Urban Regeneration, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 170(2015): 709-717.
38. Valera, S. 1997. *Public space and social identity*. Barcelona, Spain: Remeser, Urban Regeneration, University of Barcelona
39. Williams, M. & Moser, T. 2019. The Art of Coding and Thematic Exploration in Qualitative Research. *International Management Review*, 15(1): 45-55.
40. Wood, S. 2015. The Look and Feel of a Place: Character, Community, and the Compact City. *Journal of architectural and Planning research*, 32 (1): 23-39.
41. Yazdanpour, A. & Moztaizadeh, H. 2014. Sense of Belonging in Research Building. *Advances in Environmental Biology*, 8(17): 561-567.
42. Ziyae, M. 2018. Assessment of urban identity through a matrix of cultural landscapes. *Cities*, 74: 21-31.