

نقش و اهمیت نام‌های جغرافیایی در برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری

اصغر مولائی

دانش‌آموخته کارشناس ارشد طراحی شهری دانشگاه علم و صنعت ایران

شماره تماس: ۰۹۱۹۷۳۸۶۱۸۱ نشانی الکترونیکی: molaei.2488@gmail.com

چکیده:

نام یک مکان به مثابه یکی از ریشه‌های هویتی آن مکان است. ارتباط بین نام یک مکان با محیط طبیعی و مصنوع می‌تواند همان ارتباط اجزای فرمی و محتوایی آن مکان مفروض شود. مکان‌ها همواره مورد مداخلات انسان‌ها، جوامع از طریق تصمیمات آگاهانه یا ناآگاهانه، برنامه‌ها و طرح‌های متفاوت می‌باشند. برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری می‌توانند جایگاه نام را در وضعیت طبیعی و مصنوع یک مکان تقویت یا تضعیف کنند. در شهرسازی معاصر ایران، اغلب به نام مکان‌ها کم‌توجهی و بی‌توجهی شده و در فرایند توسعه شهری، ابعاد هویتی نام‌ها را نادیده گرفته می‌شود. بنابراین با طرح مساله فوق، هدف این پژوهش، تبیین نقش و اهمیت نام‌های جغرافیایی در برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری، روابط فی‌مابین و راهبردهای ارتقای آن می‌باشد. روش تحقیق در این مقاله، با استفاده از روش تحلیلی توصیفی و پژوهش‌های میان‌رشته‌ای می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نام مکان‌ها اغلب برگرفته از مفاهیم و زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، طبیعی بیشترین استفاده را در گذشته و حال دارد. همچنین ارتباط نام مکان‌ها با برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری می‌تواند در چهار سطح ارتباط حداکثری، ارتباط نسبی و متوسط، ارتباط حداقلی و عدم ارتباط در نظر گرفته شود. راهبردها و راهکارهای ارتقای ارتباط مذکور می‌تواند از طریق استراتژی‌های زیر محقق شود: (۱) مطالعه تاریخچه، وجه تسمیه و فلسفه نام‌گذاری مکان موردنظر (۲) شناخت و بررسی الگوهای ارتقاء دهنده ریشه‌های هویتی نام‌های جغرافیایی (۳) تقویت رویدادها، خاطره‌ها و وقایع مربوط به بزرگداشت و تثبیت نام (۴) ثبت و نگارش نام‌های جغرافیایی در مکان‌ها و فضاهای عمومی و همگانی (۵) بکارگیری یادمان‌ها، نشانه‌ها و نمادهای تقویت کننده نام (۶) ایجاد موزه‌های منطقه‌ای و محلی با محوریت نام‌های مکان‌ها.

واژگان کلیدی: نام، مکان، هویت، هویت فرهنگی و اجتماعی، هویت طبیعی، توسعه شهری، برنامه‌ریزی و طراحی، راهبرد.

۱- مقدمه :

نام‌گذاری و انتخاب اسم برای پدیده‌ای از ضروریات وجود آن پدیده می‌باشد. این امر بویژه برای انسان و موضوعات مربوطه به انسان اهمیتی ویژه دارد. چرا که هیچکدام از پدیده‌های مربوط به انسان بی‌ارتباط با سایر نبوده و نخواهد بود و نمی‌تواند بصورت پدیده‌ای منفک و بلافصل و بی‌ارتباط با بقیه چه در عالم ذهنیت و چه در عالم عینیت موجود باشد. بدون نام مشخص و گویا امکان اشاره به آن پدیده ممکن نخواهد بود. بنابراین نام جزئی از اجزاء

جدانشدنی پدیده محسوب می‌شود. و هرگونه تلفظ و بکارگیری اسم، به کلیه ویژگیهای پدیده بازخواهد گشت. البته این امر در صورتی است که پیوندی ناگسستنی بین اسم و سایر اجزاء پدیده وجود داشته باشد. در دوره گذشته نام-گذاری اغلب براساس ویژگیهای طبیعی و یا فرهنگی بوده است. به عنوان مثال اطلاق آبادی علیا و سفلی و یا میدان بالا و پایین و یا نام‌گذاری بر اساس موسس و بانی فضا از این قبیل است. همراهی موقعیت جغرافیایی و یا سایر شرایط طبیعی و فرهنگی در تشخیص هویت و ماندگاری آن فضاها تاثیر فراوانی داشته است. در دوره معاصر تغییرات و مداخله‌های کالبدی این نوع همخوانی نام با اجزای مکان را دچار خدشه و تهدید نموده است. این نوع ناهمخوانی و عدم انطباق به بحران هویت و بی‌ریشه‌گی مکان‌های معاصر دامن زده است. منظور از مکان در این تحقیق شامل تمامی مناطق، شهرها، محله‌ها، فضاها و مکانهای شهری، عرصه‌های طبیعی و مصنوع می‌باشد.

بنابراین با طرح این مساله هدف این تحقیق، نقش و اهمیت نام‌های جغرافیایی در برنامه‌ها و طرحهای توسعه شهری، ارتباط فی‌مابین و راهبردهای تقویت ارتباط بین نام مکان و اجزای هویتی آن می‌باشد. در این راستا، سوال-های تحقیق نیز می‌تواند به این صورت باشد:

(۱) معیارهای انتخاب اسم برای شهرها و مناطق شهری در دوره‌های گذشته و معاصر چیست؟

(۲) روابط میان اسامی شهرها و مناطق شهری با ماهیت شهرها کدامند؟

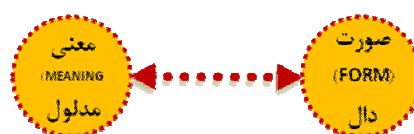
(۳) اسامی و نامهای شهرها و مناطق شهری در برنامه‌ها و طرحهای توسعه شهری چه نقش و جایگاهی دارند؟

(۴) راهبردهای ارتقای جایگاه نام‌های جغرافیایی در توسعه شهری چیست؟

همچنین این مقاله با روش تحقیق تحلیلی-توصیفی و پژوهشهای میان‌رشته‌ای انجام شده است. نوشتار حاضر شامل ۴ بخش است که پس از مقدمه، در بخش دوم فلسفه و ابعاد هویتی نام‌ها در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، طبیعی، اقتصادی بررسی شده و در بخش سوم برنامه‌ها و طرحهای توسعه شهری و ارتباط ممکن بین نام یک مکان و وضعیت موجود و ایجاد شده توسط برنامه‌ها و طرحها تبیین می‌شود. در بخش چهارم راهبردهای ارتقای ارتباط بین نام مکانها در توسعه شهری ارائه شده و در نهایت نتیجه‌گیری می‌شود.

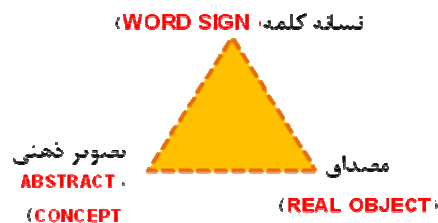
۲- فلسفه و ابعاد هویتی نام‌ها:

یکی از راههای تثبیت ابعاد تاریخی و تغییرپذیری ساختارهای طبیعی، استفاده از نام مکانهاست. نام مکانها دلالت می‌کند بر عناصر منظری محلی که کاراکترهای مختص مکان را در زمانهای متمادی نگهداری می‌کند (et al, 2007 & Sweeney). این کاراکترها، صفات، ویژگیها و معانی را به ذهن انسانها متبادر می‌کند که همان هویت مکان می‌باشد. معانی براین مفهوم دلالت می‌کند که یک مکان نشانه چیست؛ به چه چیزی دلالت می‌کند؛ چه چیزی را مجسم یا بیان می‌کند؟ نشانه‌شناسی موضوعی علمی است که به نشانه‌ها می‌پردازد و در این رابطه دو عامل مهم یعنی دال و مدلول وجود دارد. «در واقع نشانه نسبت میان دال و مدلول است. دال شکل مادی و موجود است، مدلول تصور ذهنی است که در فکر آدمی پدید می‌آید. مثلا الفاظی که ما به یاری آن‌ها با هم ارتباط زبانی ایجاد می‌کنیم "دال‌ها" هستند و معناهایی که در مغز ما از این الفاظ ایجاد می‌شوند "مدلول" هاینده (احمدی، ۱۳۷۴، ۳۰۶)». زبان سیستمی از نشانه‌هاست و رابطه‌ای دو سویه بین دال و مدلول وجود دارد (شکل ۱).



شکل ۱- دیاگرام ارتباط دوسویه بین صورت (دال) و معنی (مدلول)

در زبان معنای یک عبارت با توجه به مفهوم دلالت بیان می شود. یعنی کلمات و عبارات از اشیاء و موضوعاتی حکایت می کنند که مصداق آنها به شمار می روند. در زبان معنای یک عبارت معمولاً با توجه به مفهوم دلالت بیان می شود یعنی کلمات و گاه عبارات در جهان خارج، از اشیاء و یا موضوعاتی حکایت دارند که مصداق آنها به شمار می آیند. از نظر فلاسفه و زبان‌شناسان این رابطه را می‌توان به کمک مثلثی نشان داد که در راس آن مفهوم مجرد کلمه یا تصویر ذهنی کلمه قرار می‌گیرد و در دو گوشه دیگر آن نشانه تصویری یا گفتاری کلمه قرار گرفته است (صفوی میرهن، ۱۳۷۹). **تصویر ذهنی** مردم در شناخت و موقعیت‌یابی شهرها و فضاهای شهری از نام‌ها به همراه ویژگی‌های فرمی و محتوایی شهر و فضاهای شهری استفاده می‌نمایند.



شکل ۲- دیاگرام ارتباط بین نشانه کلمه، مصداق کلمه، تصویر ذهنی کلمه

هویت یک مکان، تشخیص یا تمایز مکانی ایجاد می‌کند که پایه شناخت آن به‌عنوان یک کل متمایز است (1976,45, Relf). **اسم** هر پدیده‌ای در عالم خلقت می‌تواند دارای اسمی عام، خاص و یا هر دو باشد. مخلوقات غیرانسانی شامل موجودات بی‌جان، گیاهان و حیوانات بااستثنای برخی موارد خاص، اغلب فقط دارای اسم عام می‌باشند. مانند درخت چنار، شمشاد و ... اما انسانها و سایر پدیده‌های مربوطه به انسان (مانند شهر، محله، مراکز اجتماعی، آموزشی و ...) برای متمایز شدن دارای اسمی خاص و منحصر بفردی می‌باشند. اسمی برای نامیدن، قابل تشخیص بودن، متمایز شدن، سهولت دست‌بندی، برنامه‌ریزی برای نظم اجتماعی و فردی و مزایای دیگر زندگی اجتماعی می‌باشد. انسان تنها موجودی است که دغدغه هویت دارد زیرا به گفته سارتر، در مورد انسان "وجود بر ماهیت تقدم دارد". یعنی ماهیت انسان محتوم نیست و بر خلاف سایر موجودات، خود در ساختن آن نقش دارد (افروغ، ۱۳۷۷، ۸۰). از طرفی هویت اعتبار خود را از تشخیص می‌گیرد (پاکزاد، ۱۳۷۵، ۱۰۰) و هر پدیده‌ای که قابل تشخیص باشد هویت‌مند است و برعکس. بنابراین قابل تشخیص بودن و تشخیص می‌تواند هدف مهم نام‌گذاری و انتخاب اسم برای پدیده‌ها، بویژه در امور مربوط به انسان، باشد.

اسامی عام: در این تحقیق هر فضایی بطور عام دارای یک اسم می‌باشد که بطور موضوعی به آن اطلاق می‌شود. این اسامی عبارتند از شهر، محله، منطقه، خیابان، میدان، کوچه، گذر، ورودی، بوستان، باغ و ... همانطوری که از این واژه‌ها برمی‌آید، هر کدام از این نام‌ها دارای یکسری ویژگی‌ها و کیفیت‌ها بوده که در صورت وجود این کیفیت‌ها می‌توان عنوان‌های مذکور را به فضا اطلاق نمود. به‌عنوان مثال میدان باید واجد ویژگی پیاده‌مداری، سکون، اجتماع-پذیری و ... باشد. و یا محله باید واجد کیفیت‌های آسایش و آرامش، خودمانی بودن، پیاده‌مداری، ایمنی، امنیت و ... باشد. طبیعی است که این ویژگی‌ها در هر شهر و مکانی باید مدنظر باشد، چرا که در غیر این صورت تناقض بین اسم و محتوا بوجود آمده و بحران هویت را بدنبال خواهد داشت.

اسامی خاص: منظور از اسم خاص در این تحقیق نام‌هایی است که هر شهر و فضاهای شهری را از شهر و فضای شهری دیگر متمایز می‌نماید. طبیعی است که این اسم‌ها به‌همراه اسم‌های عام سازنده هویت شهر و فضای شهری

خواهند بود. این اسامی می‌تواند گویای صفات و ویژگی‌های گذشته، حال و یا آرمانی فضا باشد. منتسب به بانی فضا، رویدادی خاص، فعالیت ویژه، شخصیت‌های مورد ستایش و ... نیز می‌تواند در نامگذاری موثر باشد. اسم می‌تواند واژه یا عددی واحد یا عبارتی مرکب از واژه‌ها باشد. مانند میدان تجریش، انقلاب، محله باغشاطر، کوچه معلم، میدان صدم، فلکه اول، دوم، سوم و چهارم؛ میدان چهل‌ودوم، خیابان ۱۵ خرداد، میدان توپخانه، میدان و خیابان پاستور، بوستان اول، گلستان سوم، محله فهادان، تهران پارس، تهران سر، تهران نو، آریاشهر، اتوبان امام علی(ع)، خیابان ولیعصر، خیابان منوچهری، خیابان نوفل‌لوشاتو و

۲-۱- ابعاد اجتماعی فرهنگی نام‌ها:

نام یک مکان_ منطقه، شهر، محله، فضای شهری_ می‌تواند برگرفته از نام موسس و بانی آن مکان باشد. این نوع نام‌گذاری یا از سوی حکومت و دولت بوده یا از طرف مردم برای پاسداشت زحمات بانی و موسس شهر و فضای شهری انجام می‌شده است. برای مثال می‌توان از شهر بابک، بیشاپور، خمینی‌شهر، رجایی‌شهر، خیابان و میدان امیرچخماق، صحن و مسجد گوهرشاد، مسجد شیخ لطف‌ا... . همچنین نام مکانها می‌تواند برگرفته از اسامی بزرگان آن مکان باشد. این اسامی شامل بزرگانی همچون دانشمندان، سیاستمداران، شهدا، پهلوانان، قهرمانان ملی و محلی، افراد مشهور و فاخر در سرنوشت و هویت شهرها و محله‌ها و فضاهای شهری می‌شود: بعنوان مثال بزرگراه شهید همت، باکری، چمران، نواب صفوی، میدان امام حسین(ع)، بزرگراه امام علی(ع)، خیابان و میدان امام خمینی، خیابان شریعتی، مطهری و

رویدادها، وقایع و حوادث مذهبی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیز می‌تواند نام یک مکان را تشکیل دهند. مانند خیابان ۱۵ خرداد، ۱۷ شهریور، ۷ تیر، بلوار ۲۹ بهمن تبریز، نمونه‌هایی از این نوع اسامی می‌باشند که برای گرامیداشت و زنده‌نگه‌داشتن واقعه و رویداد مربوطه می‌باشد. همچنین نام‌ها می‌توانند از مضامین فرهنگی اجتماعی و مذهبی منبعث شوند؛ رسالت، نبوت، امامت، ولی‌عصر، فدک، صادق و ... نمونه‌هایی از این نام‌ها هستند. در تمامی این موارد هدف بزرگداشت، پاسداشت و ارج‌نهادن به مفاهیم و مضامین اجتماعی و فرهنگی جامعه، حاکمان و یا هر دو می‌باشد.

۲-۲- ابعاد طبیعی نام‌ها:

نام یک مکان_ منطقه، شهر، محله، فضای شهری_ می‌تواند برگرفته از موقعیت جغرافیایی فضا باشد. در گذشته اطلاق و الحاق پس‌وندهایی همچون سُفلی، عُلیی، بالا، پایین، چای‌کنار، پای‌کوه و ... به شهر، خیابان، میدان و فضاهای عمومی، بر موقعیت جغرافیایی و مکان قرارگیری این فضاها و آبادی‌های دلالت نموده و ملاک شناسایی و جهت‌یابی ساکنان و مسافران بوده است. شرایط، موقعیت و وضعیت اقلیمی_ جغرافیایی یک مکان نیز می‌تواند وجه-تسمیه آن مکان قرارگیرد، نام‌هایی همچون شمیران(به معنی جای سرد)، میان‌دوآب، میانه(به معنی شهری میان رودها، کوهها و راهها)، خرمدره(منطقه‌ای دره‌ای و سبز و خرم) میانرودان، سبزووار، دزفول، باغشاطر، چشمه‌علی، دماوند و ... حاکی از شرایط اقلیمی و جغرافیایی شهر، منطقه و فضاها بوده و معمولاً بر نقش عناصر و اندام‌های طبیعی در شکل‌دهی و ایجاد آن فضا تاکید دارند.

همچنین نام یک مکان می‌تواند برگرفته از نام سایر مکانهای یک کشور باشد: بزرگراه کردستان، خیابان خرمشهر، خیابان آذربایجان، خیابان طرشت و ... نمونه‌هایی از این نوع اسامی است که برای پاسداشت ارزشهای مربوطه انتخاب شده است، می‌باشند.

نام‌های مربوط به کشورهای و ملت‌های سایر جهان یا سایر ادیان و مذاهب نیز می‌تواند بر یک مکان دیگر نهاد شود: خیابان سئول، میدان آرژانتین، خیابان و میدان فلسطین، خیابان پاکستان، خیابان انتفاضه، بزرگراه آفریقا، جردن، محله جلفا، محله چینی‌ها، محله افغانی‌ها، محله عربها و ... نمونه‌هایی از این نوع نام‌گذاری می‌باشد. این نوع اسامی با توجه به مناسبتها و روابط سیاسی دو کشور یا دو جامعه و نیز اولویتهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی حکومت می‌تواند می‌باشد.

نام‌های برگرفته از وجود شخص یا عنصری خاص در یک مکان گونه دیگری از نام‌های طبیعی است، پل چوبی، محدوده سیدخندان(محل سر راه تهران قدیم تا ده شمیران به همراه یک سقاخانه‌ای)، دروازه شمیران، دولاب، دولت، سرپل تجریش(پلی روی رودخانه تجریش مکانی سرد)، چنارستان(محل با درختان چنار) تاکستان(محل با تاکهای فراوان)، قافلانکوه(منطقه‌ای کوهستانی با گونه جانوری خاص) و ... اسم‌هایی نیز وجود دارند که از کوهها، قله‌ها، رودها، درختان، گلها، گیاهان، پدیده‌های طبیعی برگرفته‌اند: اسم‌هایی مانند البرز(استان البرز، رشته‌کوه البرز)، دماوند(قله دماوند، شهر دماوند)، سهند(قله سهند، شهر جدید سهند و شبکه تلویزیونی سهند)، قره‌آغاج(شهرستان قره‌آغاج، درخت قره‌آغاج) شفق، لاله، افق، نسترن، سبلان، و ... از این قبیل‌اند.

۲-۳- ابعاد اقتصادی نام‌ها:

کاربری‌ها و فعالیت‌های موجود در یک مکان منطقه، شهر یا فضای شهری نیز می‌تواند علت نام‌گذاری یک مکان باشد: اسم‌های برگرفته از کاربری یا فعالیت غالب محدوده و فضا مانند محله نجاران، آهنگران، بازار مسگران، زرگران، کفاشان، نمونه‌هایی از این نوع نام‌گذاری می‌باشند. شهرهای صنعتی پیرامون کارخانجات، پالایشگاهها و معادن نمونه‌هایی از این مناطق‌اند. اسامی برگرفته از کاربری شاخص یک مکان نیز گونه دیگری از نام‌های اقتصادی است، راه‌آهن(میدان راه‌آهن)، خانه‌هنرمندان، افسریه(پادگانها و مناطق نظامی موجود)، بازار(محله بازار).

۳- طرحها و برنامه‌های توسعه شهری:

توسعه مناطق و شهرهای یک کشور در قالب برنامه‌هایی از مقیاس کلان تا خرد انجام می‌شود: برنامه آمایش سرزمین، طرح کالبدی ملی، طرح جامع شهرستان، طرح جامع شهر، طرح هادی شهر/روستا، طرح تفصیلی، برنامه-های ویژه گردشگری، طرحهای ساماندهی، طرحهای بهسازی و نوسازی، طرح منظر شهر(احیای بافت فرسوده) نمونه-هایی از این برنامه‌ریزی‌ها و طراحی‌هاست. در تمامی این برنامه‌ها مداخلاتی در محیط از مقیاس کلان تا خرد در-به وقوع می‌پیوند که ابعاد، زمینه‌ها و عناصر هویتی یک مکان را مورد تاثیر مثبت یا منفی قرار می‌دهد. این تاثیرات می‌تواند ابعاد هویتی نام آن مکان را تقویت یا تضعیف نماید. مثلاً اگر منطقه‌ای به ویژگی "سبزبودن" نام-گذاری شده باشد، برنامه‌ها و طرحها می‌تواند الگوی گذشته را تقویت نموده یا با بی‌توجهی و کم‌توجهی برنامه‌ریزان و طراحان به خشک بودن_غیرسبزبودن_میل کند. این نوع رابطه میان نام، مکان و برنامه‌ها/طرحها در چهار سطح می‌تواند برقرار شود:

الف) ارتباط حداکثری: برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری بیشترین میزان انطباق را با نام و ریشه‌های هویتی (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، طبیعی) دارند. در این حالت نام آینه تمام‌نمای مکان جغرافیایی _ منطقه، شهر، محله و فضای شهری _ بوده و با تأمل در نام می‌توان صفات و ویژگی‌های اصلی شهر و فضای شهری را تشخیص داد. به عبارتی بهتر نام برآورنده و شایسته آن مکان می‌باشد.

ب) ارتباط نسبی و میانی: در این حالت برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری ارتباطی قابل قبول را با نام و ریشه‌های هویتی (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، طبیعی) دارند. اشاره‌ای نمادین به مضمون نهفته، استفاده از نمادها و نشانه‌های متناسب با نام؛ برنامه‌ریزی برای کاربریها، رویدادها و فعالیتهای اجتماعی _ فرهنگی پیوند دهنده با نام فضا؛ استفاده از روشها و شیوه‌های هنری در پیوند بین نام و اجزای فضا نمونه‌ای از روابط ایجاد شده در ارتباط میانی هستند.

ج) ارتباط حداقلی: مکان اعم از منطقه، شهر، محله و فضاهای شهری کمترین میزان ارتباطی را با نام و ریشه‌های هویتی (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، طبیعی) داشته و ممکن است بوسیله المان، تابلو یا بنایی شاخص نسبت بین نام و فضا برقرار شود.

د) عدم ارتباط: در این حالت وضع موجود و برنامه‌ریزی شده مکان، هیچ‌نوع میزان ارتباطی را با نام و ریشه‌های هویتی (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، طبیعی) نداشته و نام، فرم و محتوای مکان هرکدام حرف جدایی را می‌زنند. این گونه بی‌ارتباطی که امروزه در مناطق و شهرهای معاصر ایران کم نیستند، مسائل و مشکلات متعددی را برای جامعه _ از سردرگمی شهروندان گرفته تا بحران هویت _ موجب شده است.

۴- راهبردها و راهکارهای ارتقای نقش نام‌ها در توسعه شهری:

برای تقویت ابعاد هویتی نام‌های مکانها در حرفه و رشته شهرسازی در سطوح مختلف می‌توان اقدام نمود:

۱) مطالعه تاریخیچه، وجه تسمیه و فلسفه نام‌گذاری مکان موردنظر: این بخش باید جایگاهی کلیدی در برنامه - ریزی و طراحی شهری داشته باشد. در این مرحله راههای عملی شدن و تقویت نام مکانها مطالعه و بررسی شده و راهکارهای عملی ارائه خواهد شد.

۲) شناخت و بررسی الگوهای ارتقاء دهنده ریشه‌های هویتی نام‌های جغرافیایی: به عنوان مثال مطالعه، تدوین و بهینه‌سازی الگوهای معماری و شهرسازی؛ الگوی ساخت‌وساز؛ الگوی خانه‌ها؛ الگوی مساجد؛ الگوی شبکه معابر؛ الگوی خیابانها و میدانها؛ الگوی ورودیهای منطقه، شهر، محله. با تقویت ویژگی سبز بودن در خانه‌ها از طریق باغچه‌های خانگی و طرح حیاط مرکزی ویژگی سبزی کل شهر تقویت می‌شود. و نیز از طریق بکارگیری الگوی باغ ایرانی، ویژگی سبز بودن در شهر ارتقاء می‌یابد.

۳) تقویت رویدادها، خاطره‌ها و وقایع مربوط به بزرگداشت و تثبیت نام: این امر از طریق مسئولین، متخصصین و مردم می‌تواند در قالب شکل‌های گوناگون محقق شود. فعالیتهای رسانه‌ای؛ آموزشی، تبلیغاتی؛ مسابقات بین کودکان، دانش‌آموزان و دانشجویان و اهالی محله‌ها، روستاها با هدف آگاه‌سازی و تعمیق ابعاد هویتی نام؛ برگزاری مراسمات و رویدادهای با محوریت مردم و نسل‌های جدید نمونه‌هایی از این راهکارها هستند.

۴) ثبت و نگارش نام‌های جغرافیایی در مکانها و فضاهای عمومی و همگانی: این کار با ثبت رسانه‌ای، نگارش در مکانهای عمومی، فضاهای رسمی، پایگاههای مجازی و بین‌المللی بخوبی محقق می‌شود.

۵) بکارگیری یادمانها، نشانه‌ها و نمادهای تقویت کننده نام: این امر با کمک متخصصان و هنرمندان از طریق برگزاری مسابقه طراحی و ایده‌دهی می‌تواند به خلق آثار هنری و یادمانهای مربوط به نام کمک نماید. به‌عنوان مثال یادمان یک محله، شهر، منطقه؛ یادمان خلیج‌فاس؛ یادمان شخصیتی بزرگ؛ یادمان رویدادی ملی مذهبی و آیینی مانند یادمان شهدای شلمچه و ... نمونه‌هایی از این راهبرد هنری هستند.

۶) موزه‌های منطقه‌ای و محلی: این موزه‌ها می‌توانند بخوبی مکانی برای پژوهش، مطالعه، ثبت و نگارش و به‌تصویر کشیدن نام‌های جغرافیایی از طرق گوناگون باشد. احجام و ماکت‌ها، نقاشی‌ها، کتابها و جزوه‌ها، سندها و لوح‌ها، نگارگری‌ها و تندیس‌ها نمونه‌هایی ارزشمند از آثار پژوهشی و نمایشگاهی این موزه‌ها هستند. در این موزه‌ها علاوه بر آشنایی و فعالیت نسل‌های جدید (کودکان، دانش‌آموزان)، محلی برای پژوهش علاقمندان و گردشگران داخلی و خارجی خواهد بود.

۵- نتیجه‌گیری:

هر اسمی باید تداعی‌کننده چیزی باشد که در بطن خود نهفته است. به عبارت دیگر ارتباطی دوسویه بین دال و مدلول وجود داشته باشد. جستجوی هویت در مکانهای طبیعی و مصنوعی می‌تواند از نام آنها آغاز شود. شهرهای ایران دارای پیشینه و افتخارات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، طبیعی ارزشمندی می‌باشند. پیوستگی بین نام و اجزای مکانی باید در تمامی ارکان آن مشهود باشد. مداخلات محیطی_برنامه‌ریزی و طراحی شهری_ باید این پیوستگی را در اولویت قرار داده و نگرشی راهبردی به این ارتباطات داشته باشد. نامگذاری مکانها به نام این عناوین فاخر و باعظمت باید با پیوستگی اجزاء در ابعاد مختلف آنها همراه باشد. پیوستگی بین اجزای مکانها بویژه بین اسم و سایر اجزای مکان امری مهم و قابل توجه در مناطق و شهرهای امروزی کشورمان می‌باشد. اگر انطباقی بین این دو وجه نباشد سوال مهم در ذهن انسان‌ها- نسل حاضر و نسل‌های آینده- ایجاد شده و ابهام و سردرگمی مردم و بحران هویت را بدنبال خواهد داشت. بکارگیری راهبردهای زیر در فرایند انطباق نام و مکانها می‌تواند در این راستا مفید و موثر باشد: (۱) مطالعه تاریخیچه، وجه تسمیه و فلسفه نام‌گذاری مکان موردنظر (۲) شناخت و بررسی الگوهای ارتقاء دهنده ریشه‌های هویتی نام‌های جغرافیایی (۳) تقویت رویدادها، خاطره‌ها و وقایع مربوط به بزرگداشت و تثبیت نام (۴) ثبت و نگارش نام‌های جغرافیایی در مکانها و فضاهای عمومی و همگانی (۵) بکارگیری یادمانها، نشانه‌ها و نمادهای تقویت کننده نام (۶) ایجاد موزه‌های منطقه‌ای و محلی.

۶- منابع و مآخذ:

- ۱- احمدی، بابک: "آفرینش و آزادی جستارهای هرمنوتیک و زیبایی‌شناسی"، تهران، نشر مرکز، چاپ پنجم، ۱۳۷۷.
- ۲- احمدی، بابک: "حقیقت و زیبایی، درس‌های فلسفه هنر، نشر مرکز، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۴.
- ۳- افروغ، عماد: "فضا و نابرابری اجتماعی"، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۷.
- ۴- پاکزاد، جهان‌شاه: "هویت و این‌همانی با فضا" مجله صفا، شماره ۲-۲۱، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهیدبهشتی، ۱۳۷۵.
- ۵- صفوی مبرهن، زهرا: "نماد و نشانه، مجله معماری و فرهنگ، شماره ۴؛ بهار ۱۳۷۹، صص ۳-۷.
- ۶- Relph, E. (1976), Place and placelessness, London, Pion Limited.
- ۷- Sweeney, Sandra & et al (2007): "Using place names to interpret former floodplain connectivity in the Morava River, Czech Republic", Landscape Ecol (2007) 22:1007-1018, Springer Science+Business Media B.V. 2007, Published online: 12 April 2007.