

نام های جدید معابر و میادین؛ دوگانگی جغرافیای ذهنی

مورد مطالعه: ۴۰ خیابان کلان شهر تهران

آرزو عابدینی راد^۱، مرضیه نصیری^۲

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی

arezoobedini66@yahoo.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی

Geo_maria66@yahoo.com

چکیده:

از آنجا که امروزه تغییر نام مکانهای جغرافیایی بعنوان یکسان سازی این نامها مطرح است، بر اساس پژوهش انجام گرفته، این امر در کلانشهر تهران بدون در نظر داشتن هویت تاریخی مکانها و اندیشه بومی ناظر بر نام گذاری پیشین آنها صورت گرفته و سبب بروز دوگانگی در دسترسی و یافتن مکانهای گوناگون را فراهم نموده است. در نتیجه ی این امر توجه به گذشته ی تاریخی وجه تسمیه مکانها و ذهنیت جامعه در امر یکسان سازی نامها ضروری می نماید. در این راستا این مقاله نیز سعی دارد با بررسی موردی نام ۴۰ نمونه از معابر و میادین کلان شهر تهران، وضع موجود ذهنیت جامعه در مورد نام این مکانها را بر اساس جغرافیای ذهنی تحلیل نماید. جامعه مورد مطالعه شامل معابری است که در حال حاضر نیز بر اساس نامهای پیشین برآمده از هویت تاریخی به گونه ای خوانده می شوند که در فرهنگ مردم و جغرافیای ذهنی آنها نهادینه شده اند. اما تابلوهای اطلاع رسانی و نقشه ها گویای نام های جدید، بعضا مجهول و متضاد با ذهنیت جامعه می باشد. نتیجه حاکی از آن است که تغییر نسنجیده نام های برخاسته از هویت تاریخی در محدوده مورد مطالعه در راستای یکسان سازی، سبب بروز دوگانگی ذهنیت و عدم یافتن صحیح و سریع این مکانها توسط شهروندان شده است.

واژگان کلیدی: یکسان سازی، هویت، جغرافیای ذهنی، توپونیمی، کلانشهر تهران

۱. مقدمه

یکسان سازی نام مکانهای جغرافیایی توسط سازمان ملل در سال ۱۹۶۷ در ژنو با همکاری متخصصان و کارشناسان رشته های جغرافیا، زبان شناسی، کارتوگرافی و... برگزار گردید. این رویکرد منجر به تغییراتی از جمله تهیه فرهنگ های جغرافیایی، ایجاد پایگاه نام های جغرافیایی، کمیته تخصصی نام نگاری و یکسان سازی نامهای جغرافیایی ایران، تدوین اولین نگارش استاندارد نام های جغرافیایی ایران و... شده است. به موازات آن نام معابر و اماکن شهرهای بزرگ همانند پایتخت، بدلیل برخورداری از وجهه فرهنگی، ریشه تاریخی و جغرافیایی بعنوان هویت شهروندان محسوب شده و تغییر آن فرآیندی است که نیازمند ژرف نگری کارشناسان ادبیات و زبان شناسی، جامعه شناسان و در نهایت دولتمردان می باشد. کلانشهر تهران نیز بعنوان پایتخت از چنان وسعت کالبدی برخوردار است که توانسته بیش از ده هزار معبر عمومی را در خود بگنجاند. شهرداری و شورای اسلامی شهر تهران همگام با هم وظیفه حفظ و حراست همه جانبه این معابر را برعهده دارند. یکی از وظایف مهمی که این دو سازمان بر عهده دارند، نامگذاری اماکن و معابر شهری است که

«کمیسیون نامگذاری اماکن و معابر» مسئولیت آن را عهده دار می باشد. در کمیسیون مذکور، عدم توجه به اندیشه بومی و دانش توپونیمی سبب بروز دوگانگی در جغرافیای ذهنی - شخصی گردیده و در فرآیند تغییر نام، لزوم تحدید عوامل مداخله کننده و حفظ نام مفاخر ملی و نخبگان بومی ضروری می نماید. در راستای این گفتار، پژوهش مذکور نیز بر آن است که بداند «تغییر نام اماکن و معابر چه پیامدی به دنبال دارد؟» و این فرضیه را دنبال میکند که «نام معابر و اماکن برآیند هویت تاریخی آنهاست؛ تغییر نام آنها سبب دوگانگی در ذهنیت جامعه می گردد.»

۲. روش تحقیق

روش تحقیق بر اساس مطالعات کتابخانه ای - اسنادی مشتمل بر فیش برداری از منابع و ماخذ، نقشه جغرافیایی کلانشهر تهران ۱۳۹۰، سایت های معتبر اینترنتی، اخبار رسانه ها و همچنین مطالعه ی میدانی شامل مشاهده و مصاحبه با شهروندان بوده است. جامعه مورد مطالعه شامل ۴۰ معبر و میدان کلانشهر تهران می باشد که هم اکنون نیز با نام های پیشین خوانده میشوند.

۳. مفاهیم و تعاریف

۳.۱. هویت، هویت تاریخی، هویت شهری:

واژه Identity به معنای "هویت" ریشه در زبان لاتین داشته و دارای دو معنای اصلی است: معنای اول آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است و معنای دوم آن به مفهوم تمایز است و با مرور زمان، سازگاری و تداوم را فرض می کند. فرهنگ فارسی «معین» واژه هویت را چنین تعریف کرده: آنچه که موجب شناسایی باشد و باعث تمیز از دیگری میشود. در «فرهنگ لغات و اصطلاحات فلسفی» منظور از کلمه هویت اشاره به ذات و تشخص یک موجودیت دارد [۱]. فرهنگ «American Heritage» در مورد واژه هویت به مطالب فوق اشاره میکند: ۱- مشخصه هایی که بواسطه آن یک چیز به صراحت قابل شناسایی است. ۲- مجموعه ای از رفتارها و ویژگی های شخصیتی که بواسطه آن عضو گروه خاصی تشخیص داده میشود. ۳- کیفیت یا شرایطی که بواسطه آن چیزی مساوی چیزی قرار داده میشود. ۴- ویژگی های فرد [۲]. بنابراین هویت بمعنی چیستی و کیستی است. هویت، جنبه ها، جلوه ها و ابعاد متفاوت و متنوعی دارد و رگه های هویت را می توان در دین، ادبیات، تاریخ احوال فعلی مردمان، جغرافیا و نیز در زبان جستجو نمود و یافت [۳]. مقوله ای به نام هویت سابقه ای به بلندای تاریخ دارد. آن زمان که انسان احساس کرد باید به کیستی و چیستی خود در برابر طبیعت و ماورای طبیعت پاسخ گوید، هویت متولد شد [۴]. بزرگان حوزه های مختلف در مورد مسئله هویت بسیار بحث کرده اند و نظریه هایی متنوع داده اند که این خود گواهی است بر پیچیدگی و ابهام موجود در مبحث هویت [۴]. یکی از مقولات بسیار مهم در تقویت اتحاد ملی شناخت مفهوم هویت از بعد علمی و عملی و برنامه ریزی جامع در جهت تحکیم و تقویت این مقوله مهم و تاثیر گذار است. زیرا به اعتقاد بسیاری از کارشناسان هویت جامعه بنابه دلائل مختلف از جمله

در حال گذر بودن کشور از جامعه سنتی در حال تهدید است [۳]. مسئولین فرهنگی کشور و سیاستگذاران نیز موظف به برنامه ریزی صحیح در این حوزه بوده و باید براساس یک طرح استراتژیک و آینده سازانه پدیده های فرهنگی مرتبط با موضوع هویت را شناسایی و تقویت نمایند. زیرا حراست از هویت فرهنگی که در واقع بخش اساسی و مهم هویت انسانی ما را تشکیل می دهد نیازمند بازنگری بازسازی و نوسازی است بطوری که توان انطباق با پدیده های نو و در عین حال ماندگار را پیدا کنیم [۳]. در جغرافیا نیز بسیاری موارد هویت ها عامل اصلی تعیین ناحیه است. هر ناحیه دارای تعدادی نماد و ارزشهای معین است. لذا از میان نظامهای سیاسی روی کره زمین، دو مجموعه ناحیه ای با نمادها و ارزش های همسان نمی توان یافت. از آنجا که محیط های جغرافیایی بخشی از محیط رفتاری بشمار می روند، ویژگی های آنها در شناخت محرک ها رویداد موثری است. از این رو در پیدایش هویت های گروهی ناحیه ای و خرده ناحیه ای، عوامل زبانی، جغرافیایی و فرهنگی زیادی موثرند که نام های جغرافیایی نیز زیرمجموعه این بخش محسوب میشوند. امروزه توجه به مولفه های سرزمینی در قالب مفاهیم مکان، فضا، محل، منطقه و ناحیه، اساس تعریف و تحدید هویت اجتماعات انسانی قرار گرفته است. درواقع ناحیه و مکان با تمام ویژگی های خود، برای افراد و گروه های مختلف ارزشمند است زیرا عناصر و اجزاء هویت آنان را تشکیل میدهد [۵].

هویت شهری، هویت جمعی است که با تبلور عینی در فیزیک و محتوای شهر معنادار می شود و به واسطه ایجاد تداعی خاطرات عمومی در شهروندان، و تعلق خاطر شهرنشینان را به سوی شهروند شدن هدایت می کند. «هویت» مجموعه ای از صفات و مشخصاتی است که باعث «تشخص» یک فرد یا اجتماع از افراد و جوامع دیگر می شود؛ شهر نیز به تبعیت از این معیار، شخصیت یافته و مستقل می گردد. مقوله هویت به طور عام و هویت شهری به طور خاص از جمله مقولاتی است که به جهت نقشی که در شناخت افراد، اشیا، اجتماعات و مکان ها دارد. فضاهای شهری و به ویژه فضاهای شهری تاریخی به سبب نقشی که در شکل دادن تصویر ذهنی و نقشه شناختی از شهرها در هویت بخشی به شهرها از جایگاه ویژه ای برخوردارند [۶]. هویت شهری وجه تمایز یک شهر از شهر دیگر بوده و موجب حس تعلق مکانی شهروندان و مشارکت آنها در توسعه شهر میشود [۷].

۳.۲. توپونیمی (توپونومی)

علمی که به بررسی نامهای جغرافیایی می پردازد و ویژگی های آنها را از دیدگاه تاریخی، جغرافیایی و بویژه زبان شناسی آشکار می سازد توپونیمی نام دارد. توپونیمی واژه ای یونانی است که از دو بخش «توپو» به معنی زمین و «ونیم» به معنی نام تشکیل شده است. «جاینام شناسی» نیز در جغرافیا برابر توپونیمی به کار می رود و علم جغرافیا شناسنامه توپونیمی نام میگیرد [۸]. از آنجا که هر انسانی در یک محیط جغرافیایی به سر می برد و به اقتضای زیست و زندگی با آن پیوند دارد، همواره نوعی علاقه مندی به محل زندگی و تعلق خاطر بدان برایش به وجود می آید. این حالت به خصوص در مورد زادگاه بیشتر دیده می شود. در همان حال، هر انسانی نسبت به محیط پیرامون خویش نوعی کنجکاوی به خرج می دهد و علاقه دارد، درباره ی آن بیشتر بداند. از جمله آن که دوست دارد، معنای نام کوچه، محله، شهر، خیابان، روستا،

استان، کشور و قاره‌ای را که در آن به سر می‌برد، بداند. نیز می‌خواهد باند نام آن‌ها چگونه، از کجا، برای اولین بار به آن‌ها داده شده است. نام یک محل، چند بار تغییر کرده و دلیل تغییر چه بوده است؟ یا اگر یک نام برای سال‌های طولانی برای جایی باقی مانده، به چه دلیل بوده و احتمالا معنا و مفهوم آن چه تغییراتی داشته است؟... از این‌گونه پرسش‌ها درباره‌ی توپونومی، فراوانی می‌توان مطرح کرد و چنان که ملاحظه می‌شود، بیشتر این سؤالات و پاسخ آن‌ها جنبه‌ی تاریخی دارد [۹]. نامهای جغرافیایی واژگانی هستند که در طول تاریخ برای نامیدن یک مکان ساخته شده و بکار رفته اند. بررسی این نامها از دیدگاه زبان شناسی تاریخی می تواند ما را در بدست آوردن آگاهی های تاریخی از زبان و فرهنگ مردمان ساکن در آن ناحیه یاری دهد. نام‌های جغرافیایی را می‌توان تاریخ زنده نامید. این از آن روست که نام‌های جغرافیایی، زمانی به وسیله مردمی وضع شده‌اند و سپس سالها، سده‌ها و حتی هزاران سال حفظ شده و ادامه یافته‌اند. از این نظر نیز شباهت بسیار به آثار تاریخی می‌یابند [۱۰]. نام های جغرافیایی بعنوان واحدهای زبانی در معرض تمامی تغییراتی هستند که در حوزه زبان روی می دهد و مطالعه این دگرگونی ها موضوع علم زبان شناسی تاریخی است. بنابراین دستاورد زبان شناسی تاریخی، شناخت دگرگونی های صوری و معنایی واژه از دیدگاه علمی و ریشه شناسی آنهاست که این خود از آنچه که در بسیاری از کتابهای تاریخی پیشینیان آمده «وجه تسمیه» نام دارد و امروزه به آن «وجه تسمیه عامیانه» گفته میشود [۱۱]، اما در نگاهی دیگر وجه تسمیه اصطلاحی است که به توصیف چگونگی پدید آمدن مکانها یا نام سازندگان آنها بصورت تخیلی و غیر علمی می پردازد [۱۲]. با مطالعه نام های جغرافیایی میتوان تحولات سیاسی، اجتماعی، مهاجرت ها و تبعید ها، اطلاعاتی از قوم و طایفه، زبان، گویش محلی، آداب و سنت ها، نحوه زندگی و محصولات کشاورزی را بدست آورد. جاینام ها به راستی شناسنامه هویت مکانها هستند. این نامها به ما میگویند که در گذشته های دور چه قومی و با چه زبانی و چه فرهنگی در آن مکان زندگی میکردند [۱۰]. توپونیمی علمی است که در فرآیند تبیین مبانی نظری آن نباید علوم دیگر هم چون جغرافیا، تاریخ، جامعه شناسی، مردم شناسی و... را به کناری نهاد، زیرا بدون جغرافیا بی مکان، بدون زبان شناسی لال، و بدون تاریخ بی هویت است. در واقع هر نام جغرافیایی سه نوع ویژگی دارد: مکان و موقعیت، پیشینه تاریخی و گذشته، ساختار و مفهوم. به همین سبب توپونیمی علمی است که در مرکز سه راهی جغرافیا، تاریخ و زبان شناسی واقع شده. اهمیت حفظ نام های جغرافیایی که در حکم شناسنامه یک کشور و ملت هستند، چون نگهداری اشیای موزه ها و بناهای تاریخی است، چراکه این سه، سند هویت ملت است و یک جامعه با داشتن این ذخایر مادی و معنوی میتواند در پهنه جهان، اظهار وجود و افتخار کند. به همین دلیل هر تغییری در نام های جغرافیایی در حکم آسیب پذیری یا ویران کردن یک اثر تاریخی و باستانی است. پس مردم و مسئولان بعنوان صاحبان اصلی این ذخایر باارزش باید به حراست گنجینه نام های جغرافیایی بپردازند [۱۲]. اهمیت و ضرورت حفظ عناصر کهن نه به عنوان پدیده های نمادین، بلکه بدلیل شناخت سیر تحول و تکامل تاریخ، حفظ هویت و اصالت و تبیین حیات بر اساس شواهد و مدارک علمی همواره مورد توجه بوده است [۱۳].

۳.۳. جغرافیای شخصی:

دیوید لاونتال یکی از جغرافی دانان معروف مکتب جغرافیای رفتاری می گوید: هر فردی شخصا مجموعه ای از شناخت و ارزشهای محیطی را دارا می باشد که جغرافیای شخصی او محسوب می شود. در واقع جغرافیای شخصی هر فرد، جغرافیای منحصر به فردی می باشد. بدینسان که هر یک از ما دارای جهان های منحصر به فردی می باشیم که از میزان

آگاهی ها و تجربیات ما شکل می گیرد. البته در پاره ای از موارد نیز ما دارای آگاهی های مشترکی می باشیم نظیر تصویر ذهنی ما از زمین، هوا، آب و...

دیوید لاونتال معتقد است که جغرافیای تصویر ذهنی هر فرد در فرهنگ های مختلف در طبقات مختلف و در دوره های مختلف زندگی تفاوت پیدا میکند. جغرافیای شخصی شامل یک دیدگاه جهانی، یک دیدگاه فرهنگی و یک دیدگاه شخصی از روابط فضایی و محیطی می باشد. در جغرافیای شخصی عوامی نظیر پایگاه اقتصادی، پایگاه اجتماعی، میزان تحصیلات، تخصص یابی، سن، جنس، شغل، محیط فیزیکی، محیط اجتماعی، ادیان و مذاهب و پایگاه های فرهنگی تاثیر گذار می باشد. از این رو لاونتال در علم جغرافیا به سه قلمرو تاکید میکند:

۱. جهان فیزیکی، شامل پدیده های طبیعی و الگوهای انسان ساخت (قلمرو اول).
۲. عقاید، نظریات و باورهای انسانی در مورد محیط (قلمرو دوم).
۳. چگونگی رفتار مردم در داخل محیط و در کنش متقابل با محیط (قلمرو سوم).

روشن است که در مطالعات جغرافیایی لازم است در رفتار فضایی و مکانی به مناسبات این سه قلمرو تاکید گردد. در حالیکه در غلب موارد، جغرافیدانان و برنامه ریزان تنها روی قلمرو اول یا جهان واقعی (فیزیکی) توجه بیشتری نشان میدهند [۱۴].

ارزش فرهنگی مکان:

مکان ها آشکارا دارای ارزشهایی هستند که یکی از آنها ارزشهای فرهنگی است. ارزشها به مکان نسبت داده می شوند و افراد و جامعه از چنین ویژگیهایی نفع می برند. این گونه ارزشها را می توان در مکان های تاریخی به ویژه مکانهای میراثی جستجو کرد. ارزشهای فرهنگی در این بخش ها قابل بررسی هستند:

الف) ارزش زیبایی شناسی: این ارزش نمایش دهنده ی زیبایی به معنای بنیادین است. می توان رابطه ی مکان را با چشم اندازی که در آن واقع شده زیر عنوان کلی «ارزش زیبایی شناسی» در نظر گرفت، یعنی همه ی کیفیت زیست محیطی مربوط به مکان و محیط اطراف آن.

ب) ارزش معنوی: ارزش معنوی مکان ممکن است به حس هویت جامعه به مثابه یک کل و هویت افراد ان کمک کند. این ارزش ممکن است برای آنان حس اعتماد به نفس فرهنگی و حس ارتباط میان امر محلی و امر جهانی را فراهم کند، یعنی به تعریف مفهوم تمدن بشری و جامعه متمدن کمک کند.

ج) ارزش اجتماعی: تفسیر فرهنگ به مثابه ارزشها و عقاید مشترکی که گروهها را به یکدیگر پیوند می دهد، نشان می دهد که ارزش اجتماعی مکان میراثی است که در آن ثبات و انسجام اجتماعی جامعه منعکس می شود.

د) ارزش تاریخی: این ارزش به شیوه ای بحث نشدنی نسبت به مکان درونی است. از میان همه ی مولفه ها به احتمال زیاد این ارزش بیشتر از بقیه بر حسب شرایط عینی تشخیص دادنی است. شاید منفعت اصلی ارزش تاریخی این باشد که با برقراری ارتباط با گذشته و آشکار کردن خاستگاه زمان حال به تعریف هویت کمک می کند.

ه) ارزش نمادین: این ارزش حامل معنا و اطلاعاتی است که به جامعه کمک می کند تا هویت خود را تفسیر و بر شخصیت فرهنگی خود تاکید کند. این ارزش به مثابه باز نمای معنا برای عملکرد آموزشی مهم است، نه فقط برای جوانان بلکه برای ارتقا جایگاه دانش و سطح درک کل جامعه.

و) ارزش اصالت: یعنی مکان به خاطر خودش با ارزش است، زیرا واقعی و منحصر به فرد است، نه جعلی. ویژگی مهم ملازم این عبارت است از تمامیت، که در شرایط گوناگون تعریف متفاوتی دارد. حفاظت از تمامیت مکان، هر طور که تفسیر شود، می تواند در هنگام توجه به ارزش فرهنگی محدودیت مهمی بر تصمیم گیری درباره ی پروژه باشد [۱۵].

معرفی محدوده مورد مطالعه

کلانشهر تهران در شمال ایران، در کوهپایه های جنوبی رشته کوه البرز در حدّ فاصل طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۲ دقیقه شرقی تا ۵۱ درجه و ۳۶ دقیقه شرقی، به طول تقریبی ۵۰ کیلومتر و عرض جغرافیایی ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه شمالی تا ۳۵ درجه و ۵۰ دقیقه شمالی به عرض تقریبی ۳۰ کیلومتر گسترده شده است. شهر تهران شامل خیابان های اصلی و فرعی بسیاری می باشد که ۴۰ خیابان مورد مطالعه در این پژوهش به شرح جدول شماره ۱ است:

جدول شماره ۱ - نام رایج و نام کنونی خیابانها و میادین کلانشهر تهران

ردیف	نام پیشین (رایج)	نام کنونی	منطقه ی شهرداری
۱	سه راه آذری	سه راه شمشیری	۹
۲	میدان گمرک	میدان رازی	۱۱
۳	آریا شهر	صادقیه	۲
۴	شهرزبیا	آیت الله کاشانی	۲
۵	شهرک غرب	شهرک قدس	۲
۶	شاپور	وحدت اسلامی	۱۲
۷	نارمک	شهید آیت	۸
۸	میدان عشرت آباد	میدان سپاه	۷
۹	سپه	امام خمینی	۱۰
۱۰	امیرآباد	کارگر شمالی	۶
۱۱	عباس آباد	شهید بهشتی	۶
۱۲	باباییان	کمیل	۱۰
۱۳	آریانا	مالک اشتر	۱۰
۱۴	سیروس	مصطفی خمینی	۱۲
۱۵	یوسف آباد	سید جمال الدین اسدآبادی	۶
۱۶	تخت طاووس	شهید مطهری	۶

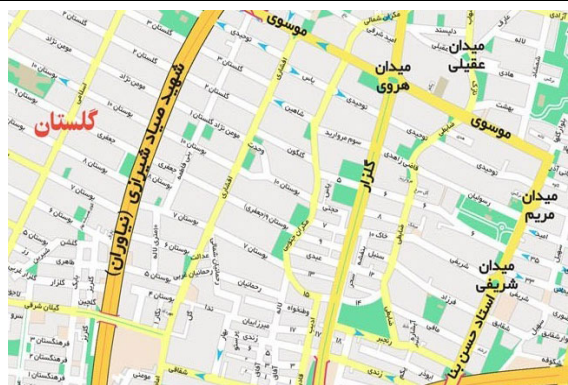
۱۷	گلستانی	سید شهید عابدین نوری	۱۰
۱۸	حسام السلطنه	حسام الدین	۱۰
۱۹	ویلا	نجات اللهی	۶
۲۰	سلسبیل	رودکی	۱۰
۲۱	ازگل	لشکرک	۱
۲۲	دارآباد	پورابتهاج	۱
۲۳	فرمانیه	دکتر لواسانی	۱
۲۴	خوردین	انقلاب	۲
۲۵	دولت	کلاهدوز	۳
۲۶	ظفر	دستگردی	۳
۲۷	گیشا	نصر	۲
۲۸	خاک سفید	زهدی	۴
۲۹	میدان پروین	میدان شاهد	۴
۳۰	نیاوران	صیادشیرازی	۱
۳۱	میدان اعدام	میدان محمدیه	۱۲
۳۲	درکه	شهید داودیان	۱
۳۳	اوین	کجویی	۱
۳۴	گلبرگ	جانبازان	۸
۳۵	نظام آباد	شهید مدنی	۸
۳۶	جشنواره	ناهیدی	۴
۳۷	انبار نفت	حاجی آباد	۱۱
۳۸	جاده قدیم کرج	فتح	۱۸
۳۹	ایرانپارس	آبشناسان	۵
۴۰	توپخانه	میدان امام خمینی	۱۲

مجموعه نقشه شماره ۱ - نمونه های دوگانگی نام پیشین و نام کنونی

تغییر نام «ازگل» به «لشکرک»



تغییر نام «نیاوران» به «شهید صیاد شیرازی»



تغییر نام «خاک سفید» به «زهدی»	تغییر نام «خوردین» به «انقلاب»
 This map shows a section of Tehran with several street names. A prominent yellow label 'زهدی' (Zehdi) is placed over an area previously labeled 'خاک سفید' (Khak Sefid). Other visible labels include 'میدان تختلیان' (Takhliyan Square), 'بلوار ساطانی' (Sattani Boulevard), and 'بلوار شهید' (Shahid Boulevard).	 This map shows a section of Tehran with several street names. A prominent yellow label 'انقلاب' (Anqelab) is placed over an area previously labeled 'خوردین' (Khordein). Other visible labels include 'بلوار کوردین انقلاب' (Khordein Anqelab Boulevard), 'بلوار دریا' (Darya Boulevard), and 'بلوار زمین' (Zamin Boulevard).

ماخذ: سایت رسمی شهرداری تهران

۴. تولیت نامگذاری اماکن و معابر کلان‌شهر تهران

بر اساس ماده ۵۵ قانون شهرداریها بند ۲۷ (الحاقی ۱۳۴۵/۱۱/۲۷) [۱۶] وضع مقررات خاص برای نامگذاری معابر، نصب لوحه نام آنها، شماره گذاری اماکن، نصب تابلوی الصاق اعلانات، برداشتن و محو کردن آگهی ها از محل های غیر مجاز و هرگونه اقداماتی که در حفظ نظافت و زیبایی شهر مؤثر باشند، بر عهده شهرداری است. شورای شهر تهران با تشکیل " کمیسیون نامگذاری اماکن و معابر " با حضور کارشناسان شهرداری به ویژه کمیسیون اجتماعی و اعضای شورای شهر به نامگذاری خیابان ها و میادین جدید و همچنین تغییر نام معابر قبلی بنا بر ضرورت اقدام می کند. کمیسیون مذکور بر مبنای آیین نامه های اجرائی نظارت بر نامگذاری اماکن مصوب وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی [۱۷] و با حضور اعضای مشخص شده تشکیل می گردد. مطالعه تحول نامگذاری کوچه ها، خیابان ها، میدان ها، پارک ها، محله ها، استادیوم ها، بزرگراه ها، سالن ها و به طور کلی فضاهای عمومی در ایران عرصه ی مهمی برای درک و تبیین چگونگی فرآیندها و ساز و کارهای سیاسی و اجتماعی مثل تمرکزگرایی و دولت سازی، رابطه ی دولت و ملت، شکل گیری و تحکیم عرف جامعه ی سیاسی، و فرهنگ و گفتمان و نهادهای سیاسی در ایران است. با دقت در گستره و طیف نامها، چگونگی و زمان نامگذاری ها، نوع اسامی انتخاب شده، تحول و جابجایی نام ها، دستگاه های درگیر در نامگذاری و چالش های پیرامون نامها میتوان بخشی از تاریخ تحول سیاسی و اجتماعی ایران را بازنمایی کرد. اسامی معابر و فضاهای عمومی در ایران در دو فرآیند متفاوت شکل گرفته اند: نخست نامگذاری توسط مردم قدیمی به هنگام شکل گرفتن یک محله یا معبر و یا نامگذاری دولتی پس از ساختن و تاسیس فضاهای عمومی نظیر اتوبان ها و میادین جدید.

۵. نتیجه گیری

تعارض بین تابلو های اطلاع رسانی و آنچه در بین مردم رواج دارد سبب شده که امروزه بیشتر مردم به «گویندگانی افراطی» تبدیل شوند و از روش های ارتباطات بصری دقیق و کامل، کمتر استفاده کنند. یک شهر نیز با تمام نظام پیچیده خود می تواند بسیاری از پیام ها را بصری نموده و از سخن های گزاف و بیهوده دوری جوید. نام های جغرافیایی را می توان زنده نامید. این از آن روست که نام های جغرافیایی زمانی به وسیله مردمانی وضع شده اند و سپس طی سالها حفظ شده و ادامه یافته اند. اما این نامها به دلیل کاربردی که در زندگی مردمان و فرهنگ و ارتباطات دارند همواره زنده و گویا محسوب می شوند.

همه ملاک ها و معیارهایی که در انتخاب هر نامی و برای نامیدن هر پدیده ای وجود دارد- اعم از تلفظ و معنی- برای نام های جغرافیایی نیز مطرح است و نشانگر جهان بینی، اعتقادات، فرهنگ، سلیقه، علاقه، آرزوها و مواردی از این قبیل است. اما پس از انتخاب نام و رواج آن، یعنی با گذر زمان شرایط تازه ای پدید می آید، چنانکه «اهمیت» به صورت «حساسیت» جلوه گر می شود. زیرا برای مردمانی که در یک نام جغرافیایی، تاریخ، سرگذشت، خاطره، منافع و به طور کلی بخشی از «وجود» خود را می بینند، نام جغرافیایی در مرتبه و موقعیت «حساسیت» قرار می گیرد. این نوشته بر آن نیست که نام جغرافیایی در موقعیت مطلق آن را که بازگوکننده «اهمیت» است بررسی کند، بلکه به شرایطی نظر دارد که نام جغرافیایی «حساسیت» می یابد و منزلی از «سرنوشت ساز» شدن پیدا می کند و چنین حالتی آن گاه حادث می شود که «نام جغرافیایی» اعم از آنکه درباره روستاها، رودها، کوهها، شهرها و... باشد، در چهره تاریخ یک ملت ظاهر می شود و کلیه تبعات و نتایج یک پدیده تاریخی، آنهم از نوع تاریخ زنده را که جزئی از حیات فعال یک جامعه محسوب می شود، متجلی می سازد. کارشناسان مسایل شهری معتقدند نام گذاری خیابان ها در مدیریت شهری اهمیت بسیار زیادی دارد. نام خیابان ها و معابر مهم شهر در واقع شناسنامه یک شهر محسوب می شوند و نامگذاری خیابان های شهرها در تمام دنیا از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند. مبلمان شهری، فضاهای سبز تعریف شده، میدان ها، خیابان ها، حمل و نقل، گرافیک و نمایه هایی که در شهر استفاده میشوند از مهم ترین نمادهای شهری هستند که معرف فرهنگ، میزان پیشرفت و البته شناسه شهرها هستند و نامگذاری خیابان ها در کنار همه این عوامل عنصری مهم و انکار نشدنی در مدیریت شهری محسوب می شود که نیازمند دقت، توجه و رسیدگی مسوولان شهری هستند.

نامهای خیابانها مهم هستند، نه به دلیل نام شناسی، بلکه به دلیل اتصالی که به خاطره ها و خیالهای مردمی دارند که در آن حوالی ساکنند. نامها مهم اند چون تاریخ و گذشته مردمی هستند که به نحوی با آنها در ارتباط اند. نامها مهم هستند به دلیل مرزهای مفهومی که در ذهنیت و در ساختار زبانی شهروندان پدید می آورند. اما چگونه می شود که دنیای مفهومی و ذهنی که در بین اذهان شهروندان قرار گرفته با سهل انگاری مدیران شهری با سرعت جابجا می شود و در این جابجایی درواقع، به قلمرو ذهنی شهروندان تجاوز می شود. نامها چیزی نیستند که ما آنها را به سادگی و با زدن یک تابلوی جدید تغییر دهیم. درست است که نسل جدید به نامهای جدید عادت می کنند اما بدین ترتیب ارتباط خاطره ای نسل جدید و دنیای نسل گذشته را قطع کرده ایم. مراقب تغییر نام خیابانهای شهر باشیم. با هر تغییر در واقع دنیای گذشته یک نسل یا چند نسل را از میان می بریم. ما عادت کردیم که گذشته مان را بی اهمیت بدانیم. ما عادت به نادیده گرفتن ارزشهای تاریخی خود داریم. باید بدانیم که نام خیابانها در سطح خرد سازوکاری از بازتولید خاطرات و گذشته تاریخی ما هستند. نام خیابانها جزئی از میراث تاریخی و فرهنگی ما است. متأسفانه نظام مدیریتی ما برای نشان دادن کارایی (یا ارائه عملکرد) خود صرفاً به تغییر (به هر قیمتی) فکر می کند. تنها یک ذهن مهندسی که جامعه را یک

ماشین بزرگ می پندارد می تواند نقش و اهمیت خاطره و خیال را در شهر نادیده بگیرد. مدیریتی که بر مهندسی تکیه دارد در همان زمان که به لحاظ مکانیکی شهر را دستکاری می کند (و به زعم خود توسعه می دهد) بناهای عظیم مفهومی و ذهنی یک شهر را ویران می کند.

نامها نقش مهمی در خلق یک فضای مفهومی در شهر دارند. نام ها می توانند اسم رمز خاطراتی باشند که ما در گذشته داشته ایم. نامها برانگیزاننده خاطرات و خیال اند. نامها مانند یادگاری های اند که ما بر دیوار حک می کنیم. نامها تاریخ دارند، خاطره دارند و بدین ترتیب ما را به گذشته وصل می کنند. نامها تکه ای مهم از پازل زندگی فرهنگی ما هستند.

مراجع

- ۱) حج فروش ، جلال، هویت در شهرسازی ، دانشکده ی هنرهای زیبای دانشگاه تهران، ۱۳۸۰.
- ۲) رحیم زاده، محمد رضا، مفهوم هویت در مقدمه ای بر هویت معماری معاصر/ایران ، ۱۳۷۹ .
- ۳) رضایی، علی اکبر، هویت ملی، دفتر چاپ و نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۹.
- ۴) قطبی، علی اکبر، مفهوم هویت و معماری/مروزر/ایران، نشریه آینه خیال، شماره ۱۰، ۱۳۸۶.
- ۵) کاویانی راد، مراد، ناحیه گرایی در ایران از منظر جغرافیای سیاسی، پژوهشکده مطالعات راهبردی ، ۱۳۸۹.
- ۶) نوفل، سید علیرضا و کلبادی، پارسین و پورجعفر، محمدرضا ، بررسی و/ارزیابی شاخص های موثر در هویت شهری، نشریه علمی-پژوهشی معماری و شهرسازی، پاییز و زمستان؛ ۲(۳):۶۹-۵۷، ۱۳۸۸.
- ۷) کیانی، اکبر و فرضعلی سالاری سردری و محمدصادق افراسیابی راد، بررسی هویت شهری در بهسازی و نوسازی بافت های تاریخی «مطالعه موردی شهرگور فیروز آباد»، نشریه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، سال دهم، شماره ۳۰، ۱۳۸۸.
- ۸) ترقی اوغاز، حسنعلی، مبانی توپونیمی و نگاهی به توپونیمی های ایران، دانشگاه تربیت مدرس تهران، ۱۳۸۶.
- ۹) احدیان، محمد مهدی و رحمان بختیاری، درآمدی بر جابینام شناسی/ایران، مجله علمی - پژوهشی جستارهای ادبی، شماره ۱۶۵، ۱۳۸۸.
- ۱۰) عبدی، کامیار، زبان شناسی، باستان شناسی و ژنتیک انسانی، دانشگاه تهران.
- ۱۱) رفاهی علمداری، فیروز، مبانی توپونومی، نشر سازمان نقشه برداری کشور، تهران، ۱۳۸۰.
- ۱۲) شماعی، علی و پوراحمد، احمد، بهسازی و نوسازی شهری از دیدگاه علم جغرافیا، دانشگاه تهران ، ۱۳۸۴.
- ۱۳) شکویی، حسین، اندیشه های نو در فلسفه جغرافیا ، نشر هامون ، ۱۳۸۶.
- ۱۴) تراسبی، دیوید، اقتصاد و فرهنگ ، ترجمه کاظم فرهادی ، تهران ، نشر نی، ۱۳۸۲ .

15) <http://www.noormags.com>

16) <http://www.tehran.ir>

17) <http://farhang.gov.ir>