

نام‌گذاری فضاهای شهری

نویسندگان:

محسن رفیعیان (استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه یزد)

فریده فلاح‌حسینی (دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری)

پیشگفتار

نام‌گذاری حلقه مفقوده مطالعات شهرسازی است. در حقیقت شهرسازی ابعاد گوناگونی دارد که نظر به نوپا بودن این دانش و تنوع مباحث میان رشته‌ای در آن هنوز مجال پرداختن به همه آنها فراهم نشده است. قصه‌ی نام دیرینه است. انسان‌ها از آغاز زندگی بر کره خاکی و کشف ارتباط با یکدیگر مفهوم‌سازی و نام‌گذاری را بر هر آنچه پیرامون خود می‌دیدند، آغاز کردند. اشخاص، اشیاء، جانوران، گیاهان و ... هر یک به نامی خوانده شدند و داستان نام ادامه دارد... تا جایی که امروز برندها و محصولات، خیابان‌ها و ساختمان‌ها نامی را برگزیده‌اند و با آن شناخته می‌شوند. این موضوع در جایی که هنوز نام‌ها پرتعداد نبودند و جوامع کوچک و با ارتباط کم شکل گرفته بودند دشواری چندانی نداشت، اما با توسعه‌های شهری بی‌رویه و شکل‌گیری جوامع کلان‌شهری و ارتباطات پیچیده، نام‌ها وظایف سنگین‌تری را برعهده گرفتند. آنها می‌بایستی در میان میلیون‌ها نام بی‌همتا می‌شدند تا هم تشخیص فضاها و ساختمان‌ها آسان شود و هم آدرس‌دهی به راحتی میسر گردد. در این میان سه تحول تاریخی مبین شیوه‌های مختلف نام‌گذاری است، تحول از زمانی که میل به جاودانگی پادشاهان و یا محبوبیت یک وزیر یا بانی کار نیک نام وی را بر شهرها، کاخ‌ها، مساجد و آب‌انبارها الصاق می‌نمود تا دوران بعد از انقلاب صنعتی که شماره‌ها، نام خیابان‌ها را بر عهده گرفتند. در طول تاریخ هر اتفاق سیاسی، نظامی، اقتصادی منجر به تغییر نام‌های عمومی و شهری شده است. نام‌های پهلوی دوره قبل از اسلام در ایران جای خود را به نام‌های عربی-فارسی و پس از آن نام‌های ترکی، مغولی و... داده است. این دسته از نام‌ها متأثر از تغییرات زبان، تحت عنوان واژگان دخیل شکل گرفته‌اند که زبان‌شناسان به شرطی که ساختارهای دستوری در اثر این واژگان دستخوش تغییر نگردد، حضور آنها را تهدیدکننده یک زبان نمی‌دانند. در قرن اخیر نیز در ایران و پس از پیروزی انقلاب اسلامی تغییر نام‌های بسیاری در شهرها صورت پذیرفت و این تغییرات دائمی و اجتناب‌ناپذیرند. اینکه نام‌ها بر مبنای کدام اصول و راهنماها شکل می‌گیرند و در فرآیند نام‌گذاری پیشنهاد می‌گردند، پاسخ واحدی ندارد.

چون دامنه نام‌گذاری وسیع و متنوع است، حوزه نام‌گذاری از نام‌گذاری اشخاص تا محصولات و برندها و فضاهای عمومی شهری و ساختمان‌ها گسترده است و در هر زمینه رویه‌ها، اصول و راهنماها متفاوت و البته در بعضی موارد متناسب با شرایط زمانی، مکانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... تعریف می‌شوند.

نام‌ها در شهر معرف فضاها و مکان‌ها هستند. «خوش‌نامی»، «بدنامی»، «گمنامی»، «شهرت»، در پس نام‌ها رقم می‌خورند. شهروندان با نام‌ها مکان‌ها را به خاطر می‌سپارند، خاطرات جمعی را با نام‌ها فرا می‌خوانند و به مکان‌ها تعلق می‌یابند. نام و نام‌گذاری از گذشته تابع اصول و قوانین نانوشته بوده است که رفته رفته با توسعه شهرها و نگرش سیستماتیک به مدیریت شهری، این اصول و راهنماها مدون گشته است و توسط نهادهای مربوطه بکارگیری می‌شود، اما هنوز هم در فضای دانشگاهی پژوهش‌های چندانی به این امر اختصاص نیافته است و از طرفی با مشاهده برخی نام‌ها در عرصه‌های شهری، ناخوانایی فضاها، سردرگمی و گاهی تناقضات رخ نمون می‌شوند. مثلاً شهروندان ساکن در خیابان عدالت با مشاهده «بن‌بست عدالت ۱»، و یا تابلو «بن‌بست صدا و سیما» به ابهام این نام پی برده و بی‌مبالائی دست‌اندرکاران نام‌گذاری را تشخیص می‌دهند. حال اگر از اعضای کمیته نام‌گذاری سوال شود که چرا این اتفاق افتاده ممکن است پاسخ‌ها و دلایل بسیاری از عدم توجه به این موضوع تا ضعف سازوکارهای نام‌گذاری و یا اینکه اتفاقی بودن این نام را ذکر کنند. انتخاب یک نام، اصولی را می‌طلبد که رعایت نکردن این اصول، نه تنها تصویر زشت از مجموعه نام‌های بی‌پایه را شکل می‌دهد که خود این اسامی نیز زشتی را به بار می‌آورد. کتاب حاضر تمرکز خود را بر مقوله‌ی نام و نام‌گذاری‌های شهری گذاشته و در پی نظم‌بخشیدن به رویه‌های عرفی و در مواردی قانونی جهت دستیابی به اصول و راهنماهای مشخص در این حوزه است. البته شایان ذکر اینکه که هر شهر نیازمند تدوین راهنماها و اصول نام‌گذاری مخصوص به خود است و این کتاب فتح بایی پیرامون مقوله نام‌گذاری محسوب می‌شود. اگرچه کتاب حاضر حالت‌های ممکن را بررسی می‌کند اما هر شهر و مجموعه سکونتگاهی راهنمای منحصر

به خود را می‌طلبید. فقدان این راهنماها در سال های اخیر مناقشاتی را در برخی شهرها نیز رقم زده است. به‌طوری که سیستم رسمی نامی را برای فضاهای شهری برمی‌گزیند که مردم یا گروهی خاص آن را بر نمی‌تابند و به‌صورت خودجوش آن را تغییر می‌دهند و کشمکش طولانی شکل می‌گیرد. حال آنکه اگر راهنما و اصول نام‌گذاری هر شهر نوشته شود. مناقشات چاره‌اندیشی شده و به حداقل کاهش می‌یابد.

روند مطالب کتاب به‌گونه‌ای تنظیم شده که مقوله نام و نام‌گذاری واکاوی گردد و تجارب شهرهای جهان و ایران بررسی شده و با جمع‌بندی از مفاهیم و نظریات حوزه نام‌گذاری، اصول، راهنماها و رویه‌های نام‌گذاری بصورت مدون عرضه گردند. جامعه هدف کتاب حاضر دانشجویان، مدیران اجرایی و دست‌اندرکاران نام‌گذاری فضاهای شهری می‌باشند. حال آنکه خواندن آن برای بقیه‌ی گروه‌های جامعه خالی از لطف و آگاهی نسبت به محیط پیرامون و اتفاقاتی که به آنها مربوط می‌شود، نیست. با وجود تلاش مولفان در جهت علمی و کاربردی بودن کتاب حاضر، اشکال های احتمالی امری انکارناپذیر بوده، بنابراین از خوانندگان محترم خواهشمند است نظرات خود را پیرامون مباحث و موضوعات ذکر شده به نویسندگان منعکس کنند. (شماره تماس مستقیم نویسنده

اول ۰۹۱۲۵۱۱۲۶۱۳)

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱.....	فصل اول: تعریف، کاربرد و تاریخچه نام گذاری
۳.....	مقدمه
۴.....	نام
۵.....	نام گذاری
۶.....	نام گذاری انسان
۷.....	نام گذاری برند
۸.....	طبقه بندی نام ها از دیدگاه مؤسسه بین المللی برندینگ Landor (لنذر):
۹.....	نکات راهنما در انتخاب نام برند (Brand):
۱۳.....	نام گذاری از عرف تا قانون
۱۴.....	رویکردهای چهارگانه
۱۶.....	الف) رویکرد اسطوره ساز
۱۹.....	ب) رویکرد هویت ساز
۲۱.....	ج) رویکرد گرامیداشت (تاج محل)
۲۲.....	د) رویکرد تاریخ ساز (خیابان الفرد؛ قدیمی ترین خیابان آمریکا (فیلادلفیا))
۳۳.....	خیابان سپه قزوین؛ اولین خیابان ایران
۳۴.....	خیابان ناصر خسرو؛ قدیمی ترین خیابان تهران
۳۵.....	قانونمند شدن نام گذاری
۳۶.....	اسامی فضاهای شهری و تغییر
۳۷.....	عوامل موثر بر تغییر نام فضاهای شهری (تغییر، حذف و اضافه)
۳۷.....	الف) رخدادی مهم
۴۱.....	ب) تغییر ارزش ها و نگرش ها

۴۳		ج) حفظ ارزش‌ها
۴۶		د) تغییر کاربری
۴۷		ه) عملیات ثبت
۴۷		ز) پرهیز از تکرار
۴۸		اثرات منفی تغییر نام فضاهای شهری
۴۹		الف) آثار روانی - اجتماعی
۵۰		ب) اثرات اقتصادی برای کسبه

فصل دوم : نام‌گذاری: اصول، تجارب ۵۳

۵۵		مقدمه
۵۵		آثار ذهنی و روانی نام‌ها
۵۶		الف) علاقه، انزجار و بی‌تفاوتی
۵۷		ب) آرامش و احترام
۵۸		ج) امنیت
۵۹		د) اتحاد و افتراق
۵۹		اصول نام‌گذاری فضاهای شهری
۶۰		الف) خوانایی
۶۱		ب) هویت‌بخش بودن
۶۴		ج) الگوهای رفتاری
۶۸		د) شفافیت و ابهام
۶۹		ه) ماندگاری
۷۱		کاربرد اصول نام‌گذاری در انواع فضاهای شهری
۷۱		الف) فضاهای عمومی
۷۲		ب) فضاهای خصوصی
۷۳		ج) فضاهای نیمه‌عمومی یا نیمه‌خصوصی
۷۹		رویه‌های نام‌گذاری در نمونه‌های خارجی و داخلی

الف) نمونه خارجی ← اصول و قوانین نام‌گذاری ویکتوریا، (استرالیا، ۲۰۱۷).....	۸۱
اصول کلیدی ویکتوریا در نام‌گذاری.....	۸۱
اصل یکم: تضمین امنیت عمومی.....	۸۲
اصل دوم: شناخت منافع عمومی.....	۸۲
اصل سوم: پیوند نام با محل.....	۸۲
اصل چهارم: اطمینان از تکراری نبودن اسامی.....	۸۳
اصل پنجم: تبعیض‌آمیز نبودن اسامی.....	۸۳
اصل ششم: شناخت و استفاده از زبان بومی در نام‌گذاری.....	۸۴
اصل هفتم: اسامی دوگانه.....	۸۴
اصل هشتم: استفاده از اسامی یادبود.....	۸۴
اصل نهم: عدم استفاده از نام‌های بازرگانی و تجاری.....	۸۵
اصل دهم: زبان.....	۸۵
اصل یازدهم: اجتناب از اسامی دارای جهات جغرافیایی.....	۸۶
اصل دوازدهم: تعیین محدوده برای یکم چاه.....	۸۶
تجارب ایران.....	۸۸
ب) نمونه داخلی ← اصول و قوانین نام‌گذاری تهران (ایران، ۱۳۹۱).....	۸۹
شورای اسلامی شهر تهران.....	۸۹

فصل سوم: راهنمای نام‌گذاری..... ۹۹

مقدمه.....	۱۰۱
رویه‌های نام‌گذاری در فضاهای شهرهای ایران.....	۱۰۱
روش‌های نام‌گذاری.....	۱۰۳
الف) نام.....	۱۰۳
ب) نام و شماره.....	۱۰۵
ج) شماره.....	۱۱۲
نحوه‌ی انتخاب اسامی.....	۱۱۵