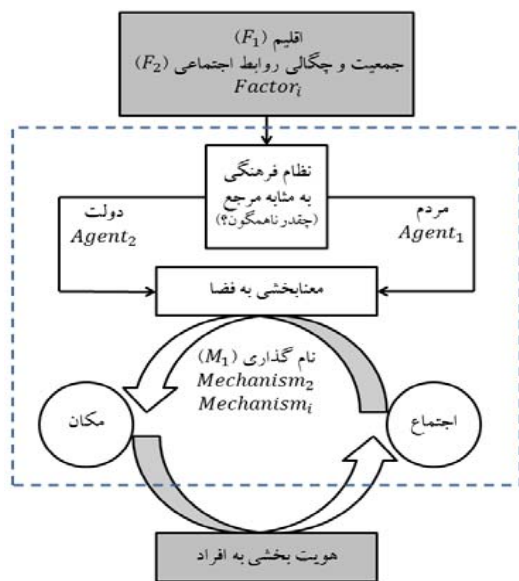


مقدمه

علی‌رغم اهمیت بسیار زبان که در چند دهه اخیر در علوم اجتماعی، بخصوص جامعه‌شناسی، یافته است، به طوری که عده‌ای از متفکران جهان اجتماعی را به زبان تقلیل داده‌اند، درباره رابطه مکان، نام و مسائل پیرامون آن، تحقیقات چندانی صورت نگرفته است. میان انسان و مکان، یک رابطه دیالکتیکی برقرار است. باتوجه به مدل مفهومی زیر، انسان مکان‌ها را می‌سازد و مکان، کنش‌های او را مقذور و محدود می‌کند. معنابخشی به فضا، از طریق سازوکارهای متعددی انجام می‌شود که نام‌گذاری تنها یکی از آنهاست. تحلیل نظری و تجربی این مقاله، بر محوطه داخل خط‌چین متمرکز است. ازاین‌رو، سویه دوم رابطه اجتماع و مکان، یعنی هویت‌بخشی به افراد فقط در مرور نظری به اختصار مورد توجه قرار می‌گیرد.



تهران، تاریخ معاصر پرفراز و نشیبی داشته و تغییرات گسترده و عمیقی را در زمینه‌های مختلف، از جمله نام اماکن و معابر تجربه نموده است. بر اثر رشد سریع شهری، تعداد مکان‌ها و نام‌های ضمیمه‌شان، بی‌وقفه افزایش یافته است. همچنین حوادث تاریخی همچون انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، رنگ تازه‌ای به نام‌ها و تغییرات این شهر بخشیده است. پیش از آنکه ادبیات نظری پیرامون مسئله پژوهش را مرور کنیم، ابتدا گریزی کوتاه به تاریخ اخیر این شهر خواهیم افکند تا ماهیت توسعه فضایی آن روشن شود.

مکان‌ها، نام‌ها و هویت مکانی: مطالعه موردی شهر تهران

کاظم حاجی‌زاده / دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی

h.dehghanian63@gmail.com

کامیار حمید دهقانیان / دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

دریافت: ۱۳۹۴/۳/۵ - پذیرش: ۱۳۹۴/۸/۱۶

چکیده

نام مکان، نقش قطعی در هویت‌بخشی به مکان و افراد ساکن در آن ایفا می‌کند. معنابخشی به فضا از طریق سازوکارهای متعددی انجام می‌شود که نام‌گذاری، تنها یکی از آنهاست. مرز میان نام‌ها، به مرز میان مکان‌ها تبدیل می‌شود؛ در واقع، این نخستین گام برای هویت‌یابی مکان است که در معنابخشی به زندگی و تعاملات اجتماعی، نقش به‌سزایی ایفا می‌نماید. این مقاله، شهر تهران را از منظر نام‌گذاری، نام مکان‌ها، مضامین آنها در دوره‌های قبل و بعد از انقلاب با توجه به تغییرات هویتی صورت گرفته در این دوران، مورد بررسی قرار داده و تلاش شده به نقاط مهم و برجسته این بحث بپردازد. این پژوهش با روش توصیف غنی و با بهره‌گیری از تکنیک‌های طبقه‌بندی و آماره‌های توصیفی نام محله‌ها و شهرک‌های تهران که حدود ۵۰۰ مورد بوده، گردآوری و مورد تحلیل قرار داده است. نتایج حاکی از آن است که نام‌های برگرفته از اسامی انسانی، که دلالت بر تقدس رهبر، قهرمان، فرمانروا، حاکم داشته و نام‌های که مرکب از واژه «آباد» که می‌تواند دلالت بر سابقه زندگی روستایی در این مناطق داشته باشد، دارای بیشترین فراوانی هستند. سیاست قدرت حاکم در نام‌گذاری اماکن در هر دوره و ضرورت توجه مدیریت و برنامه‌ریزی شهری به دوگانگی زیستی - کالبدی، با توجه به تغییرات پرشتاب تحولات فضای شهری در سال‌های اخیر از جمله یافته‌های این پژوهش می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: فضا، محله، مکان، نام‌گذاری، نظام ارزشی، هویت مکانی.

اولین دوره توسعه فضایی تهران، با از بین رفتن نقش اقتصادی و سیاسی شهر ری و انتقال این نقش به تهران آغاز می‌شود. بازار دارای رونق بود. محلات شهری در جوار آن شکل می‌گرفتند. شاه طهماسب، که مقر حکومت وی در قزوین بود، به دلایل عقیدتی (وجود مقبره جدش در حضرت عبدالعظیم) و سیاسی، به احداث برج، بارو، حصار، باغ شهر، مسجد، بازار و دارالحکومه در تهران پرداخت. در این دوره، نقش تجاری، جغرافیایی، مازاد ناشی از کشاورزی، استراتژیک و نظامی، از عوامل تأثیرگذار در توسعه فضایی تهران محسوب می‌شوند (زیاری، ۱۳۸۲).

دومین دوره توسعه فضایی تهران، مصادف با زمان رضاخان است. گرچه نقش عمده تهران در این دوره، سیاسی است، ولی از نظر اقتصادی و تجاری نیز این شهر حائز اهمیت بوده است. در این دوره، تهران تحت نفوذ تمدن غرب و سرمایه‌داری جهانی قرار گرفت. ادارات، سفارتخانه‌ها، دیوانخانه‌ها، محلات اروپایی‌نشین و شخصیت‌های سیاسی توسعه یافتند. با آغاز پایتختی تهران از سوی آقامحمدخان قاجار، بر اساس ملاحظات سیاسی- نظامی، این شهر به مرکز مهم اداری- نظامی و سیاسی تبدیل شد و مرکزیت تجاری و بازار مصرف در آن پدید آمد (همان).

سومین دوره توسعه فضایی تهران، از زمان رضاخان (۱۳۱۰ش) آغاز شد. در این دوره، نظریه دگرگون‌سازی و نوسازی با توجه به اندیشه نوگرایی، با از دست دادن معنای تاریخی شهر به مفهوم اروپایی آن، به کار گرفته می‌شود. در این زمینه، وضع و اجرای مجموعه قوانین مشتمل بر قانون بلدیة (۱۳۰۹ش)، قانون توسعه معابر (۱۳۱۲ش)، اجرای نقشه خیابان‌های بودرجمهری و خیام، تخریب دیوارهای تهران قدیم و جانشین آن، خیابان کمربندی، ایجاد خیابان‌های انقلاب در شمال، ۱۷ شهریور (شهناز) در شرق، شوش در جنوب، کارگر در غرب حاصل کار است (همان، ص ۱۵۵).

چهارمین دوره توسعه فضایی تهران، در دوره محمدرضا پهلوی آغاز شد. مدرنیسم توسط دانش‌آموختگان مدارس اروپایی، به‌عنوان الگوی نوین توسعه فضایی، در مجموعه‌های مسکونی تهران پارس، نازی‌آباد، یوسف‌آباد، نارمک و منظریه مورد استفاده قرار گرفت. در فاصله ۱۳۲۰-۱۳۳۲، گرچه الگوی مدرنیسم در تهران به کار گرفته شد، اما تهران هیچ‌گاه به یک مجموعه تولیدی تبدیل نشد. در مجموع، مداخله در تهران از ۱۳۳۰ تا ۱۳۳۲، ناشی از یک خواست توسعه اقتصادی- اجتماعی به‌معنای خاص نبود، بلکه بیشتر متأثر از بازتاب جهانی و دخالت سیاسی صورت پذیرفت (همان، ص ۱۵۶-۱۵۷). دوره پنجم را می‌توان از زمان استقرار نظام جمهوری اسلامی برشمرد. در این دوره، نه تنها از توسعه فضایی تهران کاسته نشد، بلکه به دلیل ناموفق بودن سیاست‌های مبتنی بر عدم هماهنگی و

کنترل میان ارگان‌ها و نهادهای دولتی، ارائه بی‌رویه زمین به مردم، بخصوص در دهه اول انقلاب، مراجع تصمیم‌گیری، مهاجرت‌های ناشی از جنگ هشت‌ساله، و گسترش دانشگاه‌ها، تهران به صورت بی‌رویه گسترش یافت (همان، ص ۱۵۸).

این مقاله، قصد دارد یکی از مسیرهای پژوهشی اصلی این حوزه را ترسیم نماید. با مطالعه یک مورد تجربی (کلان‌شهر تهران)، یک نمونه اولیه از این دست تحقیقات را ارائه کند. در این پژوهش، شهر تهران از منظر نام‌گذاری، نام مکان‌ها، مضامین آنها و تغییرات‌شان مورد بررسی قرار می‌گیرد و تلاش شده است نقاط مهم و برجسته این مطرح شود. بنابراین، سؤالات پژوهش عبارتند از:

۱. معنابخشی به فضا از طریق نام‌گذاری چگونه صورت می‌گیرد؟
۲. با توجه به مضامین نام محلات در تهران، انواع غالب کدام‌ها هستند؟
۳. تغییرات نام‌گذاری در تهران، پیش و پس از انقلاب اسلامی چگونه بوده است؟
۴. نام‌گذاری اماکن در تهران کنونی تحت چه مراجع فرهنگی صورت می‌گیرد؟

### مرور ادبیات موضوع

زیمل در جامعه‌شناسی فضا (۱۹۰۳)، از پنج کیفیت بنیادی فضا بحث می‌کند که به زندگی اجتماعی انسان ساختار می‌بخشند: ویژگی، مرز، ظرفیت تثبیت محتوای تشکلهای اجتماعی، نزدیکی یا فاصله بین دو فرد، سیالیت (امکان حرکت از مکانی به مکانی دیگر). کیفیت اول، ویژگی فضا، به این واقعیت برمی‌گردد که هر بخش از فضا، دارای نوعی یگانگی است. یک تشکل اجتماعی، به ناحیه‌ای از زمین وصل است. لذا یگانگی دارد که به طرق دیگر قابل حصول نیست. فضا به واحدهایی تقسیم می‌شود که به وسیله مرزها دارای چارچوب می‌شوند. این امر را اصطلاحاً «قلمروسازی» می‌گویند که دارای سه عنصر است: فضای جغرافیایی، تعیین مرز و اعمال مالکیت. از نظر زیمل، چارچوب یک سرزمین، مرزهایش، دارای دو کارکرد برای گروه اجتماعی است: چارچوب یا مرز، گروه اجتماعی را از بقیه جهان مجزا می‌سازد. گروه اجتماعی را تحت سلطه صرفاً قوانین و تغییرات خودش قرار می‌دهد و از دگرگونی‌های جهان بیرونی متمایز می‌کند. مرز، واقعیت گروه اجتماعی و همبستگی در آن را تقویت می‌کند. یک مثال از ظرفیت تثبیت فضا، فردی‌سازی مکان است. سنت دیرینه نام‌گذاری خانه به ساکنان، حسی از فردیت مکانی می‌بخشد و به مکان وجودی مستقل‌تر و متفاوت‌تر می‌دهد. کیفیت چهارم فضا، نزدیکی یا دوری حسی بین دو فرد درگیر در رابطه اجتماعی است. در اینجا زیمل، اهمیت سه مورد از

حواس ما را در تعیین تعامل تحلیل می‌کند. وی توجه خاصی به بینایی دارد و معتقد است: نگاه کردن ناب‌ترین رابطه متقابلی است که وجود دارد. کیفیت آخر، امکان حرکت افراد از مکانی به مکان دیگر است. تعاملات بین انسان‌ها، به وسیله تغییر فضا تعیین می‌شوند و سیال هستند.

دو نوع تغییرات در فضا وجود دارد: الف. وقتی کل گروه اجتماعی حرکت می‌کند. مانند جمعیت‌های کوچ‌رو؛ ب. وقتی بخشی از گروه مهاجرت می‌کند (ر.ک: زیمل، ۱۹۹۷؛ ر.ک: فریزی، ۱۹۸۴). از صفات پنج‌گانه‌ای که زیمل برمی‌شمرد، می‌توان به پاسخ این سؤال نزدیک شد که مکان چگونه هویت جمعی ایجاد می‌کند. شکل‌گیری هویت، مستلزم ترسیم انواع خطوط بین خود و دیگری است. مکان با در بر گرفتن اعضای خود و جدا کردن آنها از دیگران، تمایزها را پررنگ‌تر می‌سازد. از سوی دیگر، انسان از طریق نام‌گذاری مکان، به خاص‌سازی آن می‌پردازد. مرز میان نام‌ها به مرز میان مکان‌ها تبدیل می‌شود. این در واقع نخستین گام برای هویت‌یابی مکان است.

محقق برای کسب دانش درباره فرایند تعامل اجتماعی، باید بین فرم‌ها و محتوای زندگی اجتماعی تمایز قائل شود. منظور زیمل از «محتوا»، مقاصد ذهنی و روان‌شناختی، علایق، باورها (از جمله ارزش‌ها و باورهای دینی) و انگیزه‌ها است. فرم‌ها در عوض پدیده‌هایی مادی و عینی‌اند (اشکال و ترکیب‌ها) که به واسطه موقعیت اجتماعی و مادی افراد، درگیر در تعامل ایجاد می‌شوند. از طریق مطالعه فرم‌های فیزیکی و فضایی، که تعاملات اجتماعی به خود می‌گیرند، می‌توان آثار مکان را بر زندگی اجتماعی و فرایند تعامل اجتماعی مشاهده کرد. برای مثال، آزادی و محدودیت در حرکت و تحرک، علاوه بر مرزهای فضایی ثابت و سیال، روابط اجتماعی و هویت‌های جنسی خاصی را در میان ساکنان مقدور و مقید می‌سازد. مکان در فهم هویت جنسی، دارای نقش محوری است؛ زیرا جنسیت ریشه در فضاهای اجتماعی و جغرافیایی دارد. ماهیت جنسیت، یک پدیده قرار گرفته در بافت است و در خلأ فرهنگی و فضایی قابل فهم نیست (سن‌گوپتا و همکاران، ۲۰۰۸). این واقعیت که در جامعه شهری سنتی، بخش زیادی از هویت زنان در داخل خانه و هویت مردان در خارج خانه شکل می‌گرفت، تأیید روشنی برای این مطلب است. علاوه بر این، از مثال‌های کاملاً به‌روز این موضوع در ایران، می‌توان به ممنوعیت حضور زنان در ورزشگاه برای تماشای فوتبال اشاره کرد که از طریق مکان هویت‌های جنسی دختران و پسران شکل می‌گیرند. از نظر زیمل، مکان در واقع فرمی است که به واسطه فرایند تعامل اجتماعی شکل می‌گیرد. در عین حال، پیش‌شرط‌هایی را برای خود فرایند تعامل اجتماعی قرار می‌دهد. زیمل در کلان‌شهر و حیات ذهنی (۱۹۰۳)، این موضوع را مورد مذاقه قرار

می‌دهد که محرک‌های بیرونی و فیزیکی، چگونه بر حیات فرد تأثیر می‌گذارند و او را عقلائی‌تر و گاهی بی‌تفاوت و زده می‌کنند (ر.ک: زیمل، ۱۹۹۷ الف). رویارویی فرد با هزاران هزار نام در شهری چون تهران را نمی‌توان از این قاعده مستثنا دانست. این تنها در جامعه ساده، مانند یک روستای کوچک است که تعداد مکان‌ها معدود است و نام کوه، رود، دره یا دیگر عناصر طبیعی مجاور، همچون نام اعضای خانواده فرد برای او مأنوس می‌باشد (ر.ک: زیمل و ولف، ۱۹۵۰). یکی از دلایلی که زیمل به تحلیل جامعه‌شناختی فضا پرداخته این است که چون در جامعه مدرن، با گسترش و تفکیک فضایی روزافزون مواجه هستیم، معنا بخشی به فضا و تولید مکان ماهیت دیگری پیدا می‌کند. به‌عنوان نمونه، با افزایش تعداد مکان‌ها، تعداد نام‌های بیش‌تری نیاز است. در مقایسه با روستا، که در آن نام هر مکان در ذهن همه ساکنان وجود دارد، در شهر فقط تعداد محدودی از اماکن تقریباً برای همه افراد شناخته شده‌اند (مانند میدان آزادی در تهران).

شکویی، بر این باور است که مکان بخشی از فضای جغرافیایی است و به صورت یک دستگاه و مجموعه محدود شده‌ای است که در آن روابط اجتماعی، هویت و زندگی به وجود می‌آید. وی همچنین به مهم‌ترین ایده حول مکان چنین اشاره می‌کند:

هستی انسان از احساس مکانی جداکردنی نیست. مکان از برخورد عوامل محلی و جهانی به وجود می‌آید و در آن روابط متقابلی میان شرایط مکانی و هویت و زندگی مادی شکل می‌گیرد. مکان‌ها در واقع اشغال و تغییر شکل فضا و طبیعت می‌باشند. انسان‌ها در مکان‌ها ساخته می‌شوند و مکان‌ها رفتار انسان را تنظیم می‌کنند و به آن جهت می‌دهند (شکویی، ۱۳۸۲، ص ۲۸۷).

مکان آینده از معانی شخصی، اجتماعی و فرهنگی است. معماری شهری فضا را همچون ماده خام اولیه مصرف می‌کند و از آن، مکان‌های رنگارنگی می‌سازد که می‌توانند بستر طیف وسیعی از فعالیت‌های فردی و جمعی باشند. در چنین شرایطی، مرزها از جهتی اهمیت تازه‌ای می‌یابند؛ آنها آستانه‌هایی می‌شوند که به کنشگران می‌گویند چه می‌توان می‌کرد و چه نمی‌توان کرد. به عبارت دیگر، همین فعالیت‌های مجاز و ممنوع هستند که به کنشگران داخل مکان هویت می‌بخشند. بنابراین، آنچه افراد از طریق سازوکارهایی مانند ساخت نشانه‌ای کالبدی و نام‌گذاری به مکان بخشیده‌اند، در حین تعاملات اجتماعی، به شکل نیروها دریافت می‌کنند.

اگر «کالبد فضای» شهری را «فرم» آن و «فعالیت»‌های صورت گرفته در فضا و تأثیر فضا بر اذهان مردم استفاده کننده از آن را «محتوای فضا» بدانیم، خواهیم دید که جدایی مطلق فرم از محتوا در فضای شهری عملی نیست. فرم فضای شهری، اگر در جلب مخاطب خود موفق نشود و نتواند فعالیت‌ها را در

خود جای دهد، فضا عملاً بدون استفاده می‌ماند. عدم استفاده از فضا بر بخش دیگر محتوا، یعنی تأثیر فضا بر اذهان مردم نیز تأثیر می‌گذارد. نمادها و خاطرات جمعی مردم، به مرور زمان در اثر استمرار فعالیت‌ها شکل می‌گیرند. نمادها بدون استفاده مداوم از فضا به وجود نخواهند آمد. حذف عامل زمان، موجب خواهد شد که هیچ خاطره جمعی در ذهن مردم شکل نگیرد (مولوی، ۱۳۸۴). مکان و زمان، رابطه تنگاتنگی با هم دارند. مکان، با همه ملحق‌تتش از جمله نام، در گذر از زمان شکل خود را پیدا می‌کند و آماده هویت‌بخشی می‌شود. در واقع، مکان آثار کنش‌های افراد را در قالب آثار فیزیکی و نمادین در خود جذب می‌کند و با انتقال آنها به کنشگران بعدی، رفتار آنها را مقدور و محدود می‌سازد. از این‌رو، مکان در یک فرایند انباشتی تولید می‌شود. نام‌ها نیز از این حافظه جمعی برمی‌خیزند.

هویت مکانی، با توجه به تصویر فردی و گروهی از مکان، تغییر می‌کند. انگاره یک مکان، حاوی همه عناصری است که با تجارب افراد یا گروه‌ها و انگیزه آنها از آن مکان، پیوند دارد. انگاره‌های مکانی، دارای ساختار عمودی و افقی است. به عبارت دیگر، برای گروه‌ها و اجتماعات، با منافع و شناخت‌های مختلف، مکان‌ها هویت‌های متفاوتی دارند (افروغ، ۱۳۷۷، ص ۵۰-۵۲). بنابراین، هر مکانی با توجه به اینکه در تصرف جمعی از کنشگران قرار دارد و دیگران به آن دسترسی ندارند، یا دسترسی کمی دارند، از دیدگاه هر دو دسته از افراد قابل مطالعه است. به همین دلیل، در همه کشورها گاهی میان دولت‌ها و ساکنان یک محله، در نام‌گذاری اماکن اختلاف‌نظر به وجود می‌آید. علاوه بر این، یک مکان ممکن است تا بدانجا خصوصی شود که در میدان تجربه یک یا چند فرد، برای مدت‌های طولانی محبوس بماند. با تغییر میزان خصوصی بودن یک مکان، کاهش یا افزایش، سازوکارهای معنابخشی و هویت‌بخشی از جهت کمیت و کیفیت مختصات تازه‌ای خواهند یافت. با رشد انواع مکان‌های خصوصی در شهرهای بزرگ، نام‌گذاری هرچه بیشتر متکثر می‌شود.

با مشاهده یک فضای خاص، می‌توان به نیازهای جامعه و اقتضائات زمانی- مکانی آن، دست یافت. در واقع این شناخت، بازگوی هویت آن فضا است. پس وقتی بتوان از روی فرم و کارکرد فضا، به شرایط بالفعل موجود در آن جامعه به اقتضای زمان و مکان شناخت پیدا کرد، می‌توان آن فضا را با هویت نامید (یزدانی و همکاران، ۱۳۸۷). به عبارت دیگر، مکانی با هویت است که خوانا باشد. مکان‌های شهری، به‌مثابه متونی هستند که شهروندان با مشاهده آنها، باید به راحتی بتوانند به ماهیت خودشان پی ببرند. یکی از کارکردهای نام‌گذاری، تسهیل این امر است. خوانایی مکان، در کنار صفاتی چون مردم‌واری، پرهیز از بیهودگی و خودبسندگی، می‌تواند به شکل‌گیری هویت یک مکان کمک کند.

«هویت» واژه بسیار مجادله‌انگیزی است. از زمان چرخش فرهنگی، به‌عنوان یک موضوع محوری در علوم اجتماعی ظاهر شده و کاربرد تحلیلی بیش از اندازه آن، همچنین نقدهای بی‌پایانی را به راه انداخته است. تشدید فرایندهای جهانی‌شدن نیز برخی محققان را به سوی مورد سؤال قرار دادن رابطه تنگاتنگ هویت و سرزمین سوق داده است (آنتونسیچ، ۲۰۱۰). هویت اجتماعی، نتیجه دیالکتیک درونی- بیرونی هویت‌یابی است. از این‌رو، در قلب رابطه بین عاملیت و ساختار قرار دارد (جانز، ۱۹۹۹). در عصر جدید، علاوه بر اینکه مردم به تجربه مستقیم مکان‌ها می‌پردازند، از آنها تأثیر می‌پذیرند. رسانه‌ها در شکل‌دهی به تصورات مکانی نقش محوری ایفا می‌کنند. برای نمونه، اکثر جمعیت جهان به جنگل‌های آمازون یا برج ایفل سفر نکرده‌اند، اما این مکان‌ها در نزد آنها از هویت‌های روشنی برخوردارند. در این حالت، رسانه‌ها به نام مکان‌ها در ذهن افراد، چند قطعه عکس ضمیمه می‌کنند.

نکته مهم و حیاتی رخنمود این واقعیت است که در عصر جهانی‌شدن و جهانی‌سازی، بر خلاف باور برخی، هویت جوامع اهمیت بیشتری می‌یابد؛ زیرا شرکت در جامعه متکثر، ولی مجتمع جهانی مستلزم این است که ابتدا جامعه‌ای وجود خارجی داشته باشد و با هویت و شناسنامه فرهنگی خود، در این جمع جهانی شرکت کند (ر.ک: مک‌کواری، ۱۳۷۶). آنچه در فرایند جهانی‌شدن و میان کشورها در جریان است، در مقیاس‌های کوچک‌تر نیز صادق می‌باشد. خرده‌فرهنگ‌ها و گروه‌های شهری نیز در شکل‌دهی به هویت جامع شهری، در چنین رقابتی نقش دارند و هریک درصد تعریف هویت خویش و بسط آن به هویت جامعه بزرگ‌تر می‌باشند. یکی از جاهایی که این رقابت در آن نمود پیدا می‌کند، نام‌گذاری اماکن است.

در سال‌های اخیر، تغییرات کالبدی و تحولات فضایی شهرها، آنچنان سریع و شتاب‌آلود بوده است که پس از اندک مدتی، اکنون شهرهای کشور نه تنها توانایی حفظ ویژگی‌های سنتی و اصیل خود را ندارند، بلکه اصول تازه و علمی نیز بر کالبد، رشد و توسعه آینده آنها حکم‌فرما نمی‌باشد. فعالیت‌های شهرسازی، که پیام‌آور موج جدید شهرنشینی است و برنامه‌ریزی شهری نشأت گرفته از غرب، به دوگانگی شدید زیستی- کالبدی شهرها منجر می‌شود (نصیری، ۱۳۸۳، ص ۳۳). رشد سریع فضایی، مجال را برای شکل‌گیری هویت که بنا به ماهیتش نیاز به زمان دارد، تنگ می‌کند. تکثیر فضاها، در جهات مختلف بازناسی آنها را از هم دشوار می‌سازد. به همین دلیل، امروزه فرد کمتر می‌تواند به یک شهر بزرگ تعلق خاطر داشته باشد. او فقط با تعداد محدودی از مکان‌ها می‌تواند- و فرصت می‌یابد-

مأنوس شود. در این زمینه، این سؤال قابل تأمل است که چرا در شهرهای مدرن، نام‌گذاری گاه به سمتی می‌رود که برای مثال کوچه‌ها و خیابان‌ها به جای نام، دارای شماره می‌شوند. با شماره‌ها شاید سریع‌تر بتوان نشانی یک مکان را پیدا کرد، اما سازوکارهای معنابخشی و هویت‌بخشی بی‌شک دچار اختلال می‌گردند.

انسان از مکان، برای بیان احساس مکانی یا هویت‌پذیری خود در سطوح محلی، ملی و جهانی استفاده می‌کند. او ریشه خود را در مکان ویژه‌ای جست‌وجو می‌کند و به مکانی تعلق پیدا می‌کند که نیازهای اساسی و امنیت او را تأمین نماید. او قبیله، تیره و مردم خود را نه تنها با سنت‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ خویش می‌شناسد، بلکه در شناسایی‌های مکانی خود، سعی دارد کوه‌ها، دره‌ها، رودها، گیاهان و حیوانات ویژه‌ای را نیز که با محیط مسکونی و فرهنگ جامعه او رابطه موزون و هماهنگی دارند، دخالت دهد. انسان با الگوهای فرهنگی خود، در شکل‌پذیری و نقش‌یابی مکان‌ها تأثیرگذار است. فرهنگ‌های گوناگون، مکان‌های خاص خود را می‌سازند و کارکردهایی متناسب (اقتصادی، نظامی و...) به آنها می‌بخشند. بنابراین، فرهنگ از عوامل مهم افتراق مکان‌هاست. مکان‌ها، دارای ارزش‌هایی هستند که یکی از آنها ارزش فرهنگی است. ارزش‌ها، به مکان نسبت داده می‌شوند و افراد و جامعه از چنین ویژگی‌هایی سود می‌برند. انواع چنین ارزش‌هایی عبارتند از: ارزش زیبایی‌شناختی، ارزش معنوی، ارزش اجتماعی، ارزش تاریخی، ارزش نمادین و ارزش اصالت (رضوانی و احمدی، ۱۳۸۸). مکان‌ها، دائماً مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و هرگاه به اندازه کافی ارزشمند تلقی نشوند، با مکان‌های دیگر جایگزین می‌شوند. ارزش ابزاری، شاید موقت‌ترین و ارزش معنوی یا اصالت (مانند مکان‌های مقدسی چون مکه و بیت‌المقدس)، دیرپاترین آنها باشد. اقتصاد نوین، با تبعیت از منطق پیشینه‌سازی سود و با پیروی از پویایی‌های بازار، زمین‌ها را به سرعت تغییر کاربری می‌دهد و فضاها را مانند انرژی‌ها پیوسته، به یکدیگر تبدیل می‌کند. هر قدر مکان‌ها دارای ارزش بیشتری باشند، تغییر نام با مقاومت سرسختانه‌تری مواجه می‌شود.

محیط انسان‌ساخت باید نمادی از آنچه هستیم و آنچه می‌خواهیم باشیم، باشد. این همان هویت‌یابی شهری است که در طراحی متناسب کالبدی متجلی است. اگر خاطرات را لایه‌بندی کرده، و روی هم قرار دهیم، حجمی به نام «تاریخ» تشکیل می‌شود. ناهمخوانی فضا با انسان، موجبات عدم ارتباط یا ضعف ارتباط را فراهم می‌آورد. در نتیجه، احساس این‌همانی کمتری بین شخص و فضا به وجود می‌آید و چون تداوم این‌همانی، موجب به وجود آمدن هویت می‌شود، بین فرد و فضای ناهمخوان، عامل هویتی پیدا

نمی‌شود. بدین ترتیب، در صورت تداوم عدم ارتباط بین فضا و فرد، با پدیده‌ای موسوم به «بحران هویت» روبه‌رو می‌شویم (رهنما و رزاقیان، ۱۳۹۰). بخشی از هویت مکانی، تابع نام مکان‌هاست. نام‌ها، خلاصه‌ای از حیات اجتماعی یک اجتماع در طول زمان به دست می‌دهند و شکل‌دهی تدریجی به شبکه معنادار آنها، می‌تواند بخشی از بازسازی حیات شهری و هویت شهری محسوب شود.

### روش پژوهش

این پژوهش عمدتاً از نوع توصیف غنی است. نگارندگان پس از مواجهه با داده‌های حجیم و استقرای موارد فراوان، یافته‌های خود را گزارش می‌کنند و با رعایت احتیاط علمی، به صورت محدود، دست به استنتاج می‌زنند. داده‌های تحقیق را نام‌های اماکن (با تأکید بر محلات) تشکیل می‌دهند. منبع داده‌ها اطلس شهرشناسی تهران (۱۳۹۲) است که دارای لیست‌های الفبایی طولی از نام‌های انواع اماکن است. داده‌ها بر اساس شباهت‌ها، تفاوت‌ها و روابط با هم، ابتدا کدگذاری شده، سپس به کمک تکنیک‌های مختلف طبقه‌بندی، وارد مقولات و خوشه‌ها شده، فراوانی‌ها مورد محاسبه قرار گرفته‌اند. در این مقاله، بخشی از یافته‌های به‌دست آمده گزارش خواهد شد.

این مقاله بیشتر از تکنیک‌های طبقه‌بندی و آماره‌های توصیفی استفاده نموده، از استخدام روش تحلیل محتوا، آگاهانه خودداری شده است؛ زیرا هدف تحلیل محتوا استنتاج از تحلیل نظام‌مند و عینی خصوصیات مشخص شده در «متن» است. آبرزه ما یک پیام ارتباطی در فرم متن نیست. همچنین به این دلیل تکنیک‌های آماری چندمتغیره‌ای مانند الگوریتم بخش‌بندی بازگشتی و روش درختی مطرح نشدند که متغیرهای مربوط به محلات (مانند خصوصیات بوم‌شناختی، جمعیت، آرایش روابط اجتماعی و...)، در دایره موضوعی پژوهش قرار نداشتند.

### تحلیل نظری و تجربی

مطالب این بخش، ذیل سه محور ارائه می‌گردد: الف. مضامین نام مکان‌ها، ب. تغییر نام مکان‌ها، ج. نام‌گذاری دولتی و نام‌گذاری خصوصی.

### مضامین نام مکان‌ها

گادامر از زبان‌شناسان برجسته، معتقد است: حقیقت جهان انسان، در واقع متکی به زبان اوست. او واژه‌ها را مشتی نشانه نمی‌داند، بلکه بر این باور است که آنها وسیله‌ای هستند که اشیا از طریق آنها برای ما

موجود شده‌اند. در اینجا، او هم مانند دریدا معتقد است: برای بشر جهانی جز جهان متصور نیست. از سوی دیگر، مطالعه آرای هایدگر نشان می‌دهد که او نیز با گادامر هم‌رأی بوده است (براتی، ۱۳۸۲).

سکونت از مهم‌ترین شیوه‌های معنادمی، یا قابل درک کردن طبیعت است. درک معانی تجربیات زیستاری با «نام نهادن» آغاز می‌شود و از اینجا، هویت شروع به شکل‌گیری می‌کند. هویت، برآیند چگونگی تأمین نیازهای شخصی و جمعی در مکانی ویژه است. انسان مهم‌ترین عامل معنادهنده به مکان است. از عوامل تأثیرگذار بر رفتار انسان در اماکن عمومی، ادراکی است که او از مکان دارد. همین تصاویر ذهنی است که به مکان هویت می‌بخشد. هویت‌های مکانی، از سه عامل درهم‌تنیده تشکیل می‌شوند: عوامل مشخص طبیعی و نمودهای ظاهری آن، فعالیت‌های مشاهده‌پذیر و کارکردها، و مفاهیم یا نمادها (کاویانی‌راد و عزیزی‌کاوه، ۱۳۹۰). نام‌گذاری مانند هر عمل دیگری، در زمینه و بستر اجتماعی و فرهنگی معینی صورت گرفته، از آن تأثیر می‌پذیرد. رجب‌زاده معتقد است: عمل نام‌گذاری در سطح یک جامعه و گروه، بیانگر گرایش‌های جمعی موجود در آن جمع است و می‌توان بر اساس تغییر در روند نام‌گذاری و تحول نام‌ها، در مورد تغییر و تحول آن جامعه قضاوت کرد. ویلسون در این خصوص می‌گوید: نام‌ها همچنان‌که شاخصی برای تحولات فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شوند، ملاکی برای پایگاه و طبقه اجتماعی هستند (مهرابی، ۱۳۸۱).

مبنای نام‌گذاری مکان‌ها بر چند محور اساسی متمرکز است. برخی از آنها عبارتند از: ۱. وجود تأسیسات و امکانات؛ ۲. وجود افراد و شخصیت‌های بانفوذ؛ ۳. مناسبت‌ها و حوادث تاریخی؛ ۴. اقوام و صنوف؛ ۵. وجود امام‌زاده‌ها (همان). یکی از مهم‌ترین راه‌هایی که مذهب می‌تواند بر چشم‌اندازها اثر بگذارد، از طریق برخی اسامی و واژه‌هاست. جردن و رانتری دریافتند که واژه مسیحی «سنت» که در نواحی کاتولیک و ارتدوکس مرسوم است، حضور چشم‌انداز خاصی را در فضای جغرافیایی تأیید می‌کند. این امر، بخصوص در بخش فرانسوی‌زبان کانادا اهمیت دارد (تولایی، ۱۳۸۲). علاوه بر این، عناصر طبیعی چون رودها، تپه‌ها، کوه‌ها و سایر نشانه‌های طبیعت، می‌توانند منشأ بسیاری از نام‌های تاریخی باشند که با وجود تغییرات بسیار زیاد فضاهای مصنوع شهری، همچنان ماهیت خود را حفظ کرده‌اند.

در این پژوهش، نام محله‌ها و شهرک‌های تهران، که حدود ۵۰۰ مورد می‌باشد، گردآوری شد و با تکنیک‌های طبقه‌بندی مورد تحلیل قرار گرفته است. به نظر می‌رسد محله‌های قزل‌قلعه و قلعه مرتضی‌کرد، بر اثر وجود بناها چنین نام‌گذاری شده باشند. نام شهرک‌های امیرالمؤمنین علیه السلام ابوذر، شهید مفتح، شهید مطهری و محله‌های کوی زینبیه، کوی سینا و شهرک امیرکبیر، برگرفته از افراد و بزرگان

تاریخی و معاصر است. وجه‌تسمیه محله‌های کوی ۱۳ آبان، کوی ۱۷ شهریور، شهرک بعثت و شهرک ۲۲ بهمن به حوادث و ایام تاریخی قابل ارجاع است. دیلمان شمالی و جنوبی، قلعه ارانمه، ترک‌آباد (آذرآباد) و سامیان اشاره به اقوام و محله‌های مسگرآباد، کوی فرهنگیان، شهرک خرمنکوب، باروت کوبی و ضرابخانه اشاره به اصناف دارند. محله امام‌زاده قاسم مثالی از تأثیر گذاشتن امام‌زادگان بر نام زیستگاه‌ها است. تأثیر دین بر نام‌ها، هم به لحاظ تاریخی در تهران مشهود است و هم پس از پیروزی انقلاب اسلامی، جایگاه تازه‌ای یافته است. اسلام‌آباد، حسن‌آباد، شهرک المهدی، شهرک الهیه، شهرک انبیا، شهرک قائم، شهرک قدس، کوی اسلام، محله نبی اکرم، گلدسته و جنت‌آباد، از نفوذ دین در نام‌گذاری حکایت دارند. عناصر و نشانه‌های طبیعت جایگاه ویژه‌ای در تعیین نام‌ها دارند. در تهران طیف این نوع نام‌ها بسیار وسیع است. از جمله محله‌های آبک، آفتاب، خاک‌سفید، شهر سنگ، جعفرآباد جنگل، زیبادشت، شهرک کوهپایه، کوهک، گلاب‌دره، تپه‌سفید، دوشان‌تپه، باغ‌صبا، حدیقه، چشمه‌شاهی، چشمه‌علی، زعفرانیه، شهرک گل سرخ، شهرک لاله، ترش‌انبه (ترش‌نبه) و پونک.

در مقام مقایسه، هرچه رنگ گیاهان و گل‌ها در نام‌گذاری‌های شهر تهران برجسته است، اما از ردپای حیوانات خبری نیست. از اینجا درباره‌ی کم‌وکیف پوشش گیاهی و جانوری جغرافیای تهران در طول زمان، به اطلاعاتی می‌توان دست یافت.

در مطالعه نام‌گذاری مکان‌ها حداقل برای دو سؤال باید به دنبال پاسخ بود: ۱. مضمون نام چیست و چه معنایی دارد؟ ۲. چرا این نام برای این مکان انتخاب شده‌اند. به عبارت دیگر وجه‌تسمیه چیست؟ این فرضیه قابل آزمون تاریخی است که هرچه به عقب برگردیم، نام‌ها رابطه بیشتری با عناصر موجود در فضا، یا موقعیت آن فضا در یک نظام بزرگ‌تر دارند، درحالی‌که هرچه به حال نزدیک می‌شویم، غالباً وجه‌تسمیه کیفیت دیگری پیدا می‌کند. وجود یک چشمه، که حیات یک اجتماع بدان بسته است، نزد افراد از چنان جایگاه والایی برخوردار است که زیستگاه‌شان را به وسیله آن نام‌گذاری و تعریف کنند. حضور یک شخصیت مشهور در تاریخ شفاهی، یا پنداشته‌های جمعی مردم یک منطقه، که اجتماع خود را محصول آن نیای مشترک یا مدیون فداکاری آن قهرمان می‌دانند، با زمینی که در آن زیست می‌کنند و حیات خود را از آن می‌گیرند، به اندازه‌ای قرابت دارد که معرف آن زیستگاه انسانی می‌باشد. مثال اول درباره‌ی چشمه انضمامی‌تر و مثال دوم استعاری‌تر است. اما در هر دو، رابطه میان مکان و نام، واقعی است. امروزه فاصله میان مکان‌ها و نام‌ها، بیش از گذشته شده است. نام‌های جدید، کمتر برخاسته از واقعیات هستند. مانند گلی که به‌طور طبیعی از زمین رشد می‌کند. در بسیاری از موارد،

صرفاً آرمان‌های جمعی و آرزوها و سلاقی گوناگون فردی را نمایش می‌دهند. آنها به وجود نمی‌آیند، بلکه درست مانند کالاها تولید می‌شوند. اگر اکنون نام بسیاری از اماکن عمومی، از نام شخصیت‌های بزرگ برگرفته شده است، مانند شهرک استاد مطهری، شهرک ابوذر یا شهرک شهید فکوری، این بدان معنی نیست که میان فضاها و مشاهیر، یک رابطه واقعی برقرار شده است. در حقیقت، گویی ما می‌خواهیم مکانی داشته باشیم که اعضای ساکن در آن، این بزرگان را الگوی خود قرار دهند و خصایل آنها را در خود بپرورند. همچنین اگر نام بسیاری از کوچه‌ها و خیابان‌های کنونی سرو، لاله یا گل سرخ است، و در مقوله محله‌ها مانند شهرک گلستان، شهرک لادن یا شهرک گل‌ها، دیگر هیچ رابطه واقعی بین فضا و نام قابل مشاهده نیست. حتی ممکن است درست به صورت معکوس و صرفاً بر مبنای امیال و گرایش‌ها، جایی که کمترین فضای سبز را دارد، با واژه‌های مرکبی از باغ یا گلستان نام‌گذاری شود. می‌توان این سستی رابطه را در نام‌گذاری اماکن خصوصی مانند برج‌ها، ساختمان‌ها، مغازه‌ها، شرکت‌ها، باشگاه‌ها حتی به صورت برجسته‌تری مشاهده کرد. به‌عنوان نمونه، در آژانس مسکن آرش، آتلیه ساسان و کافی‌شاپ سورنا، شخصیت‌ها هیچ رابطه‌ای با ساختار و کارکرد مکان ندارند. این گونه نام‌گذاری‌ها فقط ذوق و پسند مالکان مکان‌ها را منعکس می‌کند که ممکن است از یکی از اعضای خانواده، معمولاً فرزند یا همسر، و یا به‌طورکلی از اسامی یا واژه‌های مورد علاقه‌شان برگرفته شده باشد.

در اکثر نام محله‌های تهران، پاسخ به سؤال اول، چستی معنای نام، کار دشواری نیست. فقط درباره برخی محله‌هاست که به یک زبان‌شناسی تخصصی نیاز است. در نگاه اول، نمی‌توان به مضامین پی برد. مانند نام‌های آجودانیه، اراج، اندرمان، پلائین، چیدر، خلایزیر، خورائین، شیان، طرشت، کالاد، وسک و ولنجک. در مقابل، پاسخ به سؤال دوم، یعنی وجه‌تسمیه، در اکثر موارد، به تحقیق و کندوکاو بسیاری لازم است. صرف نظر از شهرک‌های جدیدالتأسیسی، که دلیل نام‌گذاری‌شان روشن است و معمولاً بر اساس یک تصمیم‌گیری رسمی یا نیمه‌رسمی این کار انجام گرفته است، در رابطه با محلاتی که قدمت بیشتری دارند و متون اندکی در موردشان موجود است، یافتن وجه‌تسمیه یک کار بین‌رشته‌ای است که به بررسی‌های بیشتری نیاز دارد، مانند امیرآباد، تجریش، دزاشیب، خزانه فلاح، پامنار و لویزان.

اگر نگاهی به نام محله‌ها و شهرک‌های تهران افکنیم، فراوانی این نام‌ها در صدر قرار دارند: نام‌هایی که از واژه «آباد» مرکب شده‌اند. مانند شادآباد و بهجت‌آباد، نام‌های مشاهیر (امامان، دانشمندان، مبارزان، شهدا و غیره)، مانند شهرک‌های المهدی، رجایی و صدرا، اسامی افراد مانند محله مهران و شهرک بهمن، و نام‌هایی که مرجع‌شان عناصر طبیعت است، مانند شهرک آسمان و محله چشمه‌شاهی. البته این

یک طبقه‌بندی جامع و مانع نیست. بسیاری از نام‌ها، چون سرتخت، شهرک بیمه، شهرک پارس، شمیران نو و ...، در هیچ یک از این دسته‌ها قرار نمی‌گیرند. همچنین این دسته‌ها دارای فصل مشترکند که در محله‌هایی چون امین‌آباد، حسین‌آباد، شمس‌آباد، چشمه‌علی، شهرک لاله، کوی مروارید و شهرک صدف قابل مشاهده است.

در جدول ۱، فراوانی نسبی هریک از این مقولات به‌طور تقریبی بیان شده است. نام‌هایی که مربوط به اسامی افرادند، بیشترین فراوانی را دارند. نام‌های مرکب از واژه آباد در رتبه دوم قرار دارند. نام‌های مشاهیر و الهام‌گرفته از طبیعت، در رتبه‌های بعدی جای می‌گیرند.

جدول ۱. فراوانی نسبی مقولات نام محله‌ها و شهرک‌ها (۱۳۹۲)

نام‌های مربوط به اسامی افراد	۲۹ درصد
نام‌های مرکب از واژه آباد	۲۵ درصد
نام‌های مشاهیر	۱۷ درصد
نام‌های برگرفته از طبیعت	۱۵ درصد

#### تغییر نام مکان‌ها

تحلیل هانری لوفور از فضا (موسوم به دیالکتیک فضایی)، در بازپیدایی علاقه به فضا در علوم اجتماعی و تحلیل‌های نظری فضا در نظریه اجتماعی معاصر، اهمیت بسیاری دارد. تبیین‌های فضایی لوفور را باید با عطف نظر به زمینه کلی کار وی، یعنی ماهیت شهر، امر شهری و زندگی روزمره مورد توجه قرار داد. وی، هدف غایی خود را این‌گونه بیان کرده است: نشان دادن اینکه فضا، مقوله‌ای سیاسی است. وی فضا را هم محصول (به‌مثابه یک شی) و هم تعیین‌کننده روابط و کنش‌های اجتماعی (به‌مثابه یک فرایند) تلقی می‌کند (ابراهیمی، ۱۳۸۸).

علاقه فزاینده آکادمیک به مطالعه انتقادی مکان‌نامی، توجه را به سیاست نام‌گذاری مکان معطوف کرده است. یک مسئله خاص، تعلق نام مکان‌ها به ژئوپولیتیک خاطره جمعی و تأثیر فرایندهای سیاسی و ملاحظات ایدئولوژیک بر رویه‌های نام‌گذاری یادبودی و تغییر نام‌هاست. یک مثال گویا از این واقعیت را در اروپای شرقی و مرکزی می‌توان یافت. معماری در این منطقه، وجه جالبی از پروژه ساخت هویت اروپایی از دل میراث گذشته است. از آنجایی که هویت‌ها، تا اندازه‌ای بر مبنای خاطرات ساخته می‌شوند، حضور گذشته را نمی‌توان انکار کرد. اما سؤال این است که کدام خاطرات باید حفظ شوند؛ تغییر نام خیابان‌ها و میدانی یا تغییر نام آثار یادبود ملی، و حفظ ساختمان‌های تاریخی، یا مکان‌های مقاومت. امروزه معماری نقطه کانونی تنش‌ها و حتی تضادهای فرهنگی شده است (دلانتی و

جانز، ۲۰۰۲). اگر از مرزهای غربی شوروی سابق به مرزهای جنوب شرقی آن حرکت کنیم، در آسیای میانه نیز همین وضعیت را مشاهده می‌کنیم. به‌عنوان مثال، نام شهر خجند واقع در تاجیکستان، در یک دوره به لنین‌آباد تغییر یافت. اما امروزه دوباره نام تاریخی خود را گرفته است، یک اقدام اصلاح تاریخی، تغییر نام یادبودی خیابان‌ها در شرایط گذارهای سیاسی، آیین مرسوم انقلاب است که دلالت بر گسست از گذشته اخیر، و شروع یک دوره جدید در تاریخ سیاسی دارد (آذری‌ها، ۲۰۱۰).

اینکه نام‌گذاری مکان، چگونه با نشانه‌شناسی تغییر رژیم سیاسی و ایجاد فضاهای تابع ارتباط دارد، توجه ما را بر مسائل کنترل اجتماعی و سیاسی متمرکز می‌سازد. بی‌تردید فرایند نام‌گذاری بر روابط قدرت روشنایی می‌افکند. چگونه برخی می‌توانند به راحتی نام‌گذاری کنند ولی دیگران چنین حقی را ندارند. همچنین شیوه انتخابی که از طریق آن چنین روابطی، سلطه ایدئولوژی‌ها و هویت‌های معینی را بر دیگران بازتولید می‌کنند.

در حالی نظریه‌های هژمونی بیان می‌کنند که گروه‌ها یا طبقات حاکم، تولید فضای فرهنگی را در کنترل خود دارند، آنها همچنین بر این نکته تأکید دارند که این سلطه هیچ‌گاه کامل نیست و توسط ایدئولوژی‌های ضد هژمونی گروه‌ها به چالش کشیده می‌شود. مقاومت، گاهی مقابله‌ای و غالباً نمادین است. مقاومت نمادین، یعنی برداشتن مصنوعات و مفاهیمی معین از فرهنگ حاکم و تبدیل آنها به فرم‌های نمادینی، که معنا و اهمیت تازه‌ای برای گروه‌های زیردست می‌یابند (رز ردوود و همکاران، ۲۰۱۰).

نقش قدرت در تعیین نام‌ها و هویت‌بخشی به مکان‌های شهری در تهران، به روشنی قابل ردیابی است. بیداری انقلاب اسلامی از این منظر، یک نقطه عطف است که در نام‌گذاری خیابان‌ها، محله‌ها و اماکن عمومی، دو دوره کاملاً متمایز ایجاد کرد. پیش از انقلاب اسلامی، رویکرد نیم قرن رضاخان و فرزندش در مدرن‌سازی ایران کاملاً در نام‌گذاری مکان‌ها منعکس شد. سلطنت پهلوی، سعی داشت با پیش‌گرفتن یک توسعه اقتصادی، و نه سیاسی، پروژه مدرن‌سازی فرهنگی را با عطف به شکوه ایران باستان عملی سازد. در مقابل، جمهوری اسلامی در سه دهه گذشته، خود تلاش کرده است با نفی نظام شاهنشاهی و بذل توجه بیشتر به تاریخ اسلامی ایران، و نه دوران باستان، جایگاه فرهنگ اسلامی را احیا سازد. آثار این رویکردهای متفاوت را در نام‌گذاری دو دوره پیش و پس از انقلاب اسلامی، آشکارا می‌توان مشاهده کرد. در جداول ۲ و ۳ و ۴ برای نمونه، تغییر نام سه نوع مکان شهری (میادین، خیابان‌ها و پارک‌ها) آورده شده است.

جدول ۲. تغییر نام میادین

پیش از انقلاب	پس از انقلاب	پیش از انقلاب	پس از انقلاب
میدان شهید	میدان آزادی	میدان محمد رضا شاه	میدان جمهوری
میدان ۲۸ مرداد	میدان استقلال	میدان باغشاه	میدان حر
میدان فوزیه	میدان امام حسین	میدان فرحناز	میدان شمشیری
میدان سپه	میدان امام خمینی	میدان زاله	میدان شهدا
میدان ۲۴ اسفند	میدان انقلاب	میدان کاخ	میدان فلسطین
میدان کندی	میدان توحید	میدان ولیعهد	میدان ولعصر
میدان ۲۵ شهریور	میدان ۷ تیر	میدان تریا	میدان شهید نامجو
میدان آرای شهر	میدان صادقیه	میدان ایران نوین	میدان دکتر فاطمی / جهاد
میدان ارگ	میدان ۱۵ خرداد	میدان فرح	میدان رسالت

در نام‌های ستون اول شه، آریا، ولیعهد، فرح، شاه، کاخ، فوزیه، تریا و ... دارای فراوانی است. در حالی که در ستون دوم، نام‌ها به سمت مفاهیم عالی چون توحید، جهاد، رسالت، استقلال، آزادی، انقلاب و اسامی بزرگانی چون امام حسین، ولعصر، حر و امام خمینی تغییر یافته‌اند. در روزهای ابتدایی هر انقلاب، یا حتی شکل‌گیری یک رژیم جدید، اولین تغییرات به سمت نمادهاست؛ نمادهایی چون مجسمه‌های میادین شهر، طرح و رنگ پرچم، عکس روی اسکناس و نام خیابان‌ها و میدان‌ها. در این شرایط، تاریخ دوباره بازخوانی می‌شود و عناصر متناسب با نظام ارزشی حاکم استخراج می‌شوند. به میزانی که در مورد یک نظام ارزشی، وفاق اجتماعی وجود داشته باشد، نام‌ها نه به صورت موردی و پراکنده، بلکه در قالب یک مجموعه معنادار و پایدار، خود را با زندگی اجتماعی روزمره ادغام می‌کنند و بخشی از زندگی آنان می‌شوند. در این حالت، صحنه شهر در واقع تبدیل به یک موزه بزرگ می‌شود که با تماشای جای جای آن، می‌توان متن یک خاطره جمعی تاریخی را واژه به واژه خواند.

جدول ۳. تغییر نام خیابان‌ها

پیش از انقلاب	پس از انقلاب	پس از انقلاب	پس از انقلاب
خیابان آیزوتهاور	خیابان آزادی	خیابان آریا مهر	خیابان فاطمی
خیابان تخت طاووس	خیابان مطهری	خیابان زاهدی	خیابان قرنی
خیابان شاهرضا	خیابان انقلاب	خیابان تاج	خیابان ستارخان
خیابان تخت جمشید	خیابان طالقانی	خیابان تریا	خیابان سیمه
خیابان ولید	خیابان پاتریس لومومبا	خیابان سیهید رزم‌آرا	خیابان فدائیان اسلام
خیابان سلطنت‌آباد	خیابان پاسداران	خیابان کاخ	خیابان فلسطین
خیابان فرح‌آباد	خیابان پیروزی	خیابان پهلوی	خیابان مصدق
خیابان کندی	خیابان توحید	خیابان لس آنجلس	خیابان حجاب
خیابان شاه	خیابان جمهوری	خیابان چرچیل	خیابان نوفل لوشاتو
خیابان کوروش کبیر	خیابان شریعتی	خیابان شهناز	خیابان ۱۷ شهریور
خیابان اوستا	خیابان استاد قریب	خیابان الزیارت	بلوار کشاورز
خیابان شاهرخ	خیابان کمال	خیابان وزرا	خیابان خالد اسلامبولی
خیابان مهناز	خیابان صابونچی	خیابان ویلا	خیابان استاد نجات‌اللهی
خیابان فرح	خیابان سهروردی	خیابان پیراسنه	خیابان مقدس اردبیلی
خیابان امیرآباد	خیابان کارگر شمالی	خیابان آریانا	خیابان مالک اشتر



شخصیت‌های صف اول را شاه، ولیعهد، فرح، مهناز، ثریا، زاهدی، رزم‌آرا، الیزابت، چرچیل، آیزنهاور و کندی می‌سازند. در مقابل کمیل، مطهری، طالقانی، شریعتی، مصدق، ستارخان، قریب، لومومبا و خالد اسلامبولی قرار دارند. مرز جدایی به سادگی قابل ترسیم است.

جدول ۴: تغییر نام پارک‌ها

پیش از انقلاب	پس از انقلاب	پیش از انقلاب	پس از انقلاب
پارک پهلوی	پارک دانشجو	پارک شاهشاهی	پس از انقلاب
پارک فرح	پارک لاله	پارک ولیعهد	پارک ملت
پارک کوروش	پارک شریعتی	پارک شهپاز	پارک ولیعصر
پارک خرم	پارک ارم	پارک جهان کودک	پارک ۱۷ شهریور
			پارک طالقانی

مشاهده جداول فوق، مخاطب را به این نتیجه‌گیری سوق می‌دهد که معمولاً در هر دوره، قدرت حاکم لباس تازه‌ای بر تن شهر می‌پوشاند. افراد بر افراد (سمیه در مقابل ثریا)، مکان‌ها بر مکان‌ها (فلسطین در برابر کاخ) و زمان‌ها بر زمان‌ها (۷ تیر در مقابل ۲۵ شهریور سالروز آغاز سلطنت پهلوی دوم) جانشین آنها می‌شوند. تاریخ جدید، بر حسب نام‌های جدید نوشته می‌شود.

یک سؤال مهم در تغییر نام مکان‌ها، این است که چرا نام‌های نو، گاهی به‌سرعت در میان مردم رایج می‌شوند و گاهی از کنار زدن برچسب قبلی ناتوان می‌مانند. در تهران، بسیاری از نام‌های قدیمی فراموش شدند، اما هنوز مواردی می‌توان یافت - مانند تخت‌طاووس یا امیرآباد - که جایگاه خود را در ذهن و زبان مردم از دست نداده‌اند. در زمینه علل فراگیر شدن یا نشدن نام‌های نو در تهران، تحقیقی انجام نشده است. نگارندگان فقط درباره شهر قم، پژوهشی با مسئله مذکور یافتند. *مهرابی*، در پیمایشی در مورد قم، این فرضیات را درباره علل رواج نام‌های جدید مورد آزمون قرار می‌دهد: اختصار نام، تنفر مردم از نام قبلی، مشابهت آوایی نام جدید با نام قبلی، مناسب بودن زمان تغییر نام، دوست‌داشتن نام جدید، سهولت تلفظ نام جدید و استفاده از اجبار. وی همچنین علل عدم رواج نام‌های جدید را مطالعه نموده است (مهرابی، ۱۳۸۱). به هر حال، نام‌ها به‌سادگی بر مکان‌ها نمی‌نشینند و به‌راحتی از آنها برچیده نمی‌شوند. آنها جزئی از مکان خویش می‌گردند، به‌طوری که تغییر دادن‌شان مستلزم بازسازی ذهنی فضاهاست.

#### نام‌گذاری دولتی و نام‌گذاری خصوصی: تقابل یا تعامل

دولت‌ها، نقش مهمی در سیاست مکان‌سازی و در ایجاد ربط‌های طبیعی شده بین مکان‌ها و افراد بازی می‌کنند؛ زیرا این فرض معمول وجود دارد که همه افراد، باید بخشی از یک ملت باشند و هویت ملی

داشته باشند. تولید فضا و معانی ضمیمه شده به آن، یک فرایند همیشگی است. فضای اجتماعی، مناطق و مکان‌ها همزمان هم محصولات کنش اجتماعی و هم اجزای سازنده آنند و همواره روابط نامتقارن قدرت را منعکس می‌کنند؛ بدین‌معنا که برخی کنشگران در تولید فضا مشارکتی فعال‌تر دارند. درحالی‌که اکثر افراد، آنها را مصرف و بازتولید می‌کنند (پاسی، ۲۰۰۱).

قدرت در جامعه پخش شده است. دولت، تنها کنشگر این میدان نیست. علاوه بر انواع گروه‌ها، سازمان‌ها و انجمن‌های ذی‌نفع، افراد نیز قلمروی خود را برای اعمال حاکمیت خودمختار جست‌وجو می‌کنند. برنامه‌ریزی شهری مدرن، بناها را می‌سازد و نام‌گذاری می‌کند. مردم هم این مکان‌ها و نام‌های‌شان را مصرف می‌کنند. در دهه‌های اخیر، که عده‌ای آن را پسامدرنیته می‌خوانند، وضعیت اندکی تغییر کرده است. با افزایش روزافزون تعداد و نوع فضاهای خصوصی - مانند باشگاه‌ها، باغ‌ها، برج‌ها و ساختمان‌ها، مدارس، رستوران‌ها، بانک‌ها و مغازه‌ها جریان نیرومندی از نام‌ها، که مرجع واحدی ندارد، و تابعی از سلاطین و ذائقه شهروندان است - سایه خود را بر پیکر شهر می‌اندازد. اگر دولت در هر دوره، بر مبنای ایدئولوژی خود، نام‌ها را روی تابلوها می‌نویسد، مالکیت خصوصی انواع مکان‌های شهری، در امر نام‌گذاری از منطق و منابع دیگری پیروی می‌کند. اگر فاصله میان منبع فرهنگی تغذیه دولت و منبع فرهنگی شهروندان بیش از اندازه زیاد شود، نام‌ها به رقابت و جنگ با یکدیگر برمی‌خیزند.

تنوع فی‌نفسه مایه پویایی است. مردم دوست دارند خانه‌های خویش را بسازند، لباس‌های مطلوب‌شان را بپوشند، فرزندان‌شان را با نام‌های مورد علاقه‌شان نامگذاری کنند، دیوارها را رنگ‌های مطبوع بزنند و مکان‌هایی را که در آنها زندگی می‌کنند، با نام‌های محبوب‌شان صدا بزنند. از سوی دیگر، همه دولت‌ها سعی دارند تا قدرت خویش را مشروعیت بخشند و پایه‌های آن را با انواع اقدامات فرهنگی و نرم‌افزاری مستحکم سازند. لذا سیاست‌های نام‌گذاری مؤثر را در این راستا پیش می‌گیرند.

دوره‌های تاریخی مختلف ایران، چندان رابطه دوستانه‌ای با هم ندارند. این واقعیت، بیش از آنکه از وقایع و اختلاف ارزشی مراحل نسبت به هم ناشی شود، به فروپاشی کامل قدرت پیشین و تثبیت حاکمیت جدید مربوط است. غالباً هر سلسله‌ای که قدرت سیاسی را به دست گرفته، تاریخ دوره پیش از خود را به حاشیه رانده، در بهترین حالت به یکی از دوره‌های اسبق تکیه کرده است.

اصلی‌ترین مراجع فرهنگی، نام‌گذاری مکان‌ها در تهران کنونی کدام‌ها هستند؟ در یک نگاه اجمالی، دست‌کم سه نوع جریان نام‌گذاری در حال فعالیت است. البته باید به این نکته توجه داشت که بهترین جایی که انعکاس این جریان‌ها را می‌توان مشاهده کرد، نام‌گذاری مکان‌های خصوصی است که افراد و

گروه‌ها تقریباً بدون محدودیت، این عمل را انجام می‌دهند. جریان اول، که شامل دولت و بخش زیادی از مردم می‌شود، تکیه‌گاه خود را فرهنگ اسلامی قرار داده است. در اکثر قریب به اتفاق نام‌های موجود، در ستون دوم جداول ۲ و ۳ و ۴، این رویکرد را به‌روشنی می‌توان دید. جریان دوم، با به‌حاشیه‌راندن اسلام و ارزیابی منفی از ورود زبان عربی به زبان فارسی، ایران باستان و نمادها و نام‌های آن را مرکز توجه قرار داده است (همچون برخی اسامی غربی برای سالن‌های آرایش و رستوران‌ها). اگرچه صرف به‌کارگیری نام‌های ایران باستان، به‌هیچ‌روی به معنای کم‌اهمیت دانستن اسلام و تاریخ اسلامی ایران نیست، اما وقتی تأکید انحصاری بر آن گذاشته شود، راه برای شخصیت‌سازی‌ها و تاریخ‌سازی‌ها و مرکزکشی‌های متعصبانه ایران بسیار هموار می‌گردد.

جریان سوم، مرجع فرهنگی خود را غرب می‌داند (مانند باغ زیبایی نانسی، زیباکده نایس، رستوران ورسای و رستوران فلورانس). در این حالت، از زبان و رسم‌الخط فارسی فاصله می‌گیریم و به زبان و رسم‌الخط انگلیسی می‌گراییم. بنابراین، در این جریان نه تنها ریشه واژه‌ها، به کلی تغییر می‌کند، بلکه نگارش‌شان نیز صورت تازه‌ای می‌یابد. از این منظر، دو جریان اول قرابت بسیار بیشتری با هم دارند و جمع شدن آنها راحت‌تر است.

### نتیجه‌گیری

نام‌ها تجلی آوایی مکان‌ها هستند و تابلوها تجلی تصویری این نام‌ها. هر فضایی ابتدا دارای یک اسم عام (بر اساس کارکردش) و سپس، دارای یک اسم خاص می‌شود (مانند کتابخانه علامه دهخدا). افراد از این فضاها، که ابتدا خود به آنها هویت می‌بخشند، کسب هویت می‌کنند. مکان‌ها، مانند یک آینه عمل می‌کنند. آنها به میزانی که دریافت کنند، پس می‌دهند. اگر هویت‌های نیرومندی بر مکان‌ها بار نشود، نمی‌توان از آنها انتظار داشت که از روابط افراد درون خود، به شکل مطمئنی محافظت نمایند.

در رابطه با مضامین نام‌ها در شهر تهران، آنچه از بررسی نام محله‌ها و شهرک‌ها به‌دست آمد، حاکی از این است که دو مقوله بسیار تعیین‌کننده‌اند: ۱. نام‌هایی که برگرفته از اسامی انسانی‌اند (چون احمدیه و جوادیه). ۲. نام‌هایی که مرکب از واژه «آباد» می‌باشند (چون خانی‌آباد و شادآباد). نقش برجسته اسامی افراد در نام‌گذاری مکان‌ها و زیستگاه‌های جمعی، به نظر نگارندگان، با رعایت احتیاط علمی، دلالت بر تقدس رهبر، قهرمان، فرمانروا، حاکم و به‌طورکلی، نقش اجتماعی مرکزی دارد که اجتماع را هدایت می‌کند. این سؤال، تأمل‌برانگیز است که چرا و چگونه اعضای یک اجتماع در طول نسل‌ها،

همگی خود را به نام یک فرد می‌خوانند. فراوانی کم‌نظیر واژه «آباد» در نام محله‌ها نیز می‌تواند دلالت بر سابقه زندگی روستایی در این مناطق داشته باشد. سرانجام از روی کندوکاو در نام محله‌ها، که آثارش در نام‌گذاری جدید نیز حداقل تا حدودی باقی مانده است، می‌توان گفت: تهران در گذشته‌های دور، مجموعه‌ای از آبادی‌هایی بوده است که نقش رهبر اجتماع در آنها اهمیت و تقدس ویژه‌ای داشته است. اثبات یا نفی این فرض و حدس، به بررسی‌های آینده است.

همچنین نشان دادیم که چگونه قدرت حاکم در هر دوره، سیاست نام‌گذاری خاص خود را دنبال می‌کند. برای مثال، به‌کارگیری نام شخصیت‌ها و مکان‌های خارجی، نشان‌دهنده این است که دولت وقت، دوستان و دشمنان خارجی خود را چگونه تعریف می‌کند. حضور آیزنهاور، کندی، چرچیل، الیزابت و لس آنجلس در نام‌های پیش از انقلاب، و خالد اسلامبولی، لومومبا و فلسطین در نام‌های پس از انقلاب، اطلاعات زیادی درباره چارچوب سیاست خارجی نظام‌های حاکم به دست می‌دهد.

اگرچه آنچه نام خیابان‌ها را تثبیت کرده، یا تغییر می‌دهد، ذهن مردم است و نه تابلوها، اما نمی‌توان از نیاز جامعه پیچیده به مدیریت، به‌سادگی عبور کرد. بی‌تردید می‌توان از نام‌گذاری مکان‌ها، به میزان انواع شکاف‌های جامعه (دولت و ملت، قومی، مذهبی، طبقاتی - فرهنگی) پی برد. اینکه چگونه می‌توان این روندهای نام‌گذاری در تهران را در یک نقطه به تعامل رساند، سؤال مهمی است که همچون مدیریت کالبدی شهر، باید مورد توجه برنامه‌ریزان و انواع گروه‌ها و انجمن‌های مردمی قرار گیرد.

## منابع

- ابراهیمی، مهدی، ۱۳۸۸، «معرفی و بررسی کتاب: فضا و نظریه اجتماعی»، *جامعه‌شناسی ایران*، دوره دهم، ش ۳، ص ۱۶۱-۱۶۸.
- افروغ، عماد، ۱۳۷۷، *فضا و نابرابری اجتماعی*، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- بختیاری، سعید، ۱۳۹۲، *اطلس شهرشناسی تهران*، تهران، موسسه جغرافیایی و کارتوگرافی گیتاشناسی.
- براتی، ناصر، ۱۳۸۲، «نگاهی نو به مفهوم فرهنگی باغ و فضای سبز در زبان فارسی»، *محیط‌شناسی*، ش ۳۰ (ویژه‌نامه طراحی محیط)، ص ۱-۱۲.
- تولایی، نسرین، ۱۳۸۲، «نقش مذهب در شکل‌گیری فضای جغرافیایی»، تحقیقات جغرافیایی، ش ۶۹، ص ۶۲-۷۳.
- رضوانی، محمدرضا و علی احمدی، ۱۳۸۸، «مکان و نقش فرهنگ در شکل‌گیری هویت مکانی»، *نامه پژوهش فرهنگی*، سال دهم، دوره سوم، ش ۶، ص ۴۵-۶۸.
- رهنما، محمدرحیم و فرزانه رزاقیان، ۱۳۹۰، «نقش آمایش شهری در هویت‌یابی فضایی - کالبدی محور بلوار پیروزی مشهد»، *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ش ۱۷، ص ۴۹-۷۹.
- زیاری، کرامت‌اله، ۱۳۸۲، «تحولات اجتماعی - فرهنگی ناشی از انقلاب صنعتی در توسعه فضایی تهران»، *جغرافیا و توسعه*، ش ۱، ص ۱۵۱-۱۶۴.
- شکویی، حسین، ۱۳۸۲، *اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا: فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی*، تهران، گیتاشناسی.
- کاویانی‌راد، مراد و علی عزیزی کاوه، ۱۳۹۰، «نقش هویت مکانی در بروز کنش سیاسی: مطالعه موردی میدان و خیابان انقلاب شهر تهران»، *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ج ۱۷، ش ۲۰، ص ۱۵۱-۱۶۷.
- مک کواری، جان، ۱۳۷۶، *مارتین هایدگر*، ترجمه سعید حنایی کاشانی، تهران، گروس.
- مولوی، مهرناز، ۱۳۸۴، «تحلیل فرمال فضای شهری و پایه‌های فلسفی آن»، *نشریه هنرهای زیبا*، ش ۲۱، ص ۲۷-۳۴.
- مهرابی، امیرحمزه، ۱۳۸۱، «بررسی فرایند تغییر نام معابر و اماکن عمومی»، *علوم اجتماعی*، ش ۱۷، ص ۹۷-۱۳۰.
- نصیری، معصومه، ۱۳۸۳، «نقش دولت در تحولات فضایی شهر بابل»، *پژوهش‌های جغرافیایی*، ش ۴۸، ص ۳۱-۴۸.
- یزدانی، محمود و همکاران، ۱۳۸۷، «هویت‌فضایی و شهر از دیدگاه دانش جغرافیا»، *شهرنگار*، سال هشتم، ش ۴۹، ص ۱۲-۱۹.

Antonsich, Marco, ۲۰۱۰, Exploring the correspondence between regional forms of governance and regional identity: The case of Western Europe, *European Urban and Regional Studies*, v. ۱۷, N. ۳, p. ۲۶۱-۲۷۶.

- Azaryahu, Maoz, ۲۰۱۰, Renaming the past in post-Nazi Germany: insights into the politics of street naming in Mannheim and Potsdam, *Cultural Geographies*, v. ۱۹, N. ۳, p. ۳۸۵-۴۰۰.
- Delanty, Gerard & Paul R. Jones, ۲۰۰۲, European Identity and Architecture, *European Journal of Social Theory*, v. ۵, N. ۴, p. ۴۵۳-۴۶۶.
- Frisby, D, ۱۹۸۴, *Georg Simmel*, London: Routledge.
- Jones, Gill, ۱۹۹۹, 'The Same People in the Same Places'? Socio-Spatial Identities and Migration in Youth, *Sociology*, v. ۳۳, N. ۱, p. ۱-۲۲.
- Paasi, Anssi, ۲۰۰۱, Europe as a Social Process and Discourse: Considerations of Place, Boundaries and Identity, *European Urban and Regional Studies*, v. ۸, N. ۱, p. ۷-۲۸.
- Rose-Redwood, & et al, ۲۰۱۰, Geographies of toponymic inscription: new directions in critical place-name studies, *Progress in Human Geography*, v. ۳۴, N. ۴, p. ۴۵۳-۴۷۰.
- Sengupta, Ami & et al, ۲۰۰۸, The Socio-Spatial Dynamics of Identity Construction in a Gender and Development Communication Initiative, *Journal of Creative Communications*, v. ۳, N. ۳, p. ۲۷۹-۳۰۴.
- Simmel, G, ۱۹۹۷a, *The Metropolis and Mental Life*, in Frisby, D. and Featherstone, M., *Simmel on Culture*, London: Sage Publications, ۱۷۴-۱۸۵.
- Simmel, G, ۱۹۹۷b, *The Sociology of Space*, in Frisby, D. and Featherstone, M., *Simmel on Culture*, London: Sage Publications, ۱۳۸-۱۷۰.
- Simmel, G, & Wolff. K. H, ۱۹۵۰, *The Sociology of Georg Simmel*, New York: The Free Press.
- Watier, P, ۲۰۰۸, *Georg Simmel, in Stones, R., Key Sociological Thinkers*, London: Palgrave Macmillan, ۹۰-۱۰۵.