

The subjective effect of the name of urban public spaces on citizens, a case study of urban squares in Yazd

Mina Poorheydari *

BA Student of Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Yazd, Iran

Mohsen Rafian

Assistant Professor, Department of Urbanism, Faculty of Art and Architecture, Yazd, Iran

تأثیر ذهنی نام فضاهای عمومی شهری

بر شهروندان، نمونه موردی میادین

شهری یزد

مینا پورحیدری *

دانشجوی کارشناسی شهرسازی، دانشکده هنر و معماری یزد، یزد، ایران

محسن رفیعیان

استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری یزد، یزد، ایران

*Corresponding author's email address:

poorheydari1341@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۱

How to cite this article:

Mina Poorheydari, Mohsen Rafian, The subjective effect of the name of urban public spaces on citizens, a case study of urban squares in Yazd, *Journal of Engineering and Construction Management (JECM)*, 2021; 6(1):30-36.

ارجاع به مقاله:

مینا پورحیدری، محسن رفیعیان، تأثیر ذهنی نام فضاهای عمومی شهری بر شهروندان، نمونه موردی میادین شهری یزد، مهندسی و مدیریت ساخت، ۱۴۰۰؛ ۶(۱): ۳۰-۳۶.

Abstract

Countless citizens are the audience of urban public spaces every day, and the name of urban public spaces has mental and psychological effects on them. Since the opinions of environmental psychology regarding the interaction between man and the environment are of special importance for urban designers, this article was formed with the aim of measuring the state of the mental and psychological effects of the famous streets of Yazd city. Therefore, the components that affect the public mind have been investigated in 5 squares of Yazd city. Therefore, the main question of this article is, what factor to pay attention to in the naming of urban squares can be more influential on the public mind? To answer this question, in this research, the analytical research method of semantic difference (pairwise comparison) has been used and by using it, the main component in the effect of the name of the place has been investigated from the perspective of the citizens. In the following, using a statistical sample of 384 people, a field interview has been completed in the form of semantic differentiation questionnaires, and according to the received data, points have been given to the fields and analyzed. The results of the research show that among the 13 mentioned indicators, the identity index is more important among other indicators.

Keywords

Urban public space, name, mental and psychological works, public mind, square

چکیده

شهروندان بیشماری روزانه مخاطب فضاهای عمومی شهری هستند و نام فضاهای عمومی شهری آثار ذهنی و روانی بر آن‌ها دارد. از آنجا که نظرات روانشناسی محیطی مبنی بر تعامل انسان و محیط برای طراحان شهری اهمیت ویژه ای دارد، این مقاله با هدف سنجش وضعیت آثار ذهنی و روانی نام-میادین شهر یزد شکل گرفته است. از این رو مولفه هایی که بر اذهان عمومی تأثیر گذارند، در ۵ میدان شهر یزد مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین سوال اصلی این مقاله این است که توجه به چه عاملی در نام گذاری میادین شهری می‌تواند بر اذهان عمومی تأثیر گذارتر باشد؟ برای پاسخ به این سوال، در این پژوهش از روش تحقیق تحلیلی افتراق معنایی (مقایسه زوجی) بهره گرفته شده است و با استفاده از آن، مؤلفه اصلی در تأثیر نام مکان را از منظر شهروندان مورد بررسی قرار داده است. در ادامه با بهره گیری از نمونه آماری ۳۸۴ نفری، مصاحبه ی میدانی در قالب پرسشنامه های افتراق معنایی تکمیل شده است و با توجه به داده های دریافتی، امتیازدهی به میادین مورد نظر صورت گرفته و تحلیل شده است. نتایج پژوهش بیانگر این مطلب هستند که از بین ۱۳ شاخص عنوان شده، شاخص هویت از اهمیت بیشتری در میان شاخص های دیگر برخوردار بوده است.

کلمات کلیدی

فضای عمومی شهری، نام، آثار ذهنی و روانی، اذهان عمومی، میدان

که آگاهانه یا ناآگاهانه برای رسیدن به مقاصد مختلف طی می کنند. در نتیجه مولفه های کیفی این فضاها تأثیر بسزایی بر شهروندان می‌توانند داشته باشند. یکی از این مولفه ها نام است. شنیدن نامی آشنا متعلق به یک مکان و یک فضا که تداعی گر خاطرات هستند؛ خاطراتی که می‌توانند متعلق به شهر خودمان، شهر های دیگر، به

۱- مقدمه

انسان به عنوان یک موجود زنده از فضاهای اطراف خود بسیار تأثیر می پذیرد؛ یکی از مهم ترین فضاهایی که انسان با آن در ارتباط است، فضاهای شهری می باشند که شامل فضای زندگی شهروندانی است



6 (1), 2021

دوره ۶، شماره ۱
بهار ۱۴۰۰

فصلنامه پژوهشی



صورت فردی یا حتی در محیط های جمعی صورت گرفته باشند که تداعی گر لحظاتی از زندگی گذشته ما هستند و برای همیشه در ذهن و روح ما ثبت می شوند. در زمینه تاثیرات نام، معنای مکان، تاثیرات روانشناسی محیطی در گسترش فضاهای شهری توسط پژوهشگران مطالعات بسیاری صورت گرفته است. در نتیجه باید به نام فضاهای شهری که نشئت گرفته از خاطرات جمعی مردم هستند، توجه کرد. نام هایی که علیرغم تغییر حکومت ها و مدیریت شهری و حتی تخریب فضاها هنوز ماندگارند و مورد استقبال عامه مردم قرار می گیرند [۱]. علاوه بر آن انتخاب صحیح نام فضاهای شهری نه تنها موجب ایجاد حس تعلق افراد به فضاهای شهری می شود بلکه میتواند معرف هویت و تاریخچه ی شهر باشد که در ذهن و خاطر شهروندان و حتی گردشگران به درستی ثبت می شود. این پژوهش به دنبال پاسخ به ارزیابی میزان تاثیر نام میادین شهری بر اذهان عمومی می باشد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- فضاهای عمومی شهری

از دید بسیاری از دانشمندان، فضا عنصر جدانشدنی ساخت مادی و ساختمانند شدن زندگی اجتماعی است و این بدان معناست که نمی توان آن را جدا از جامعه و روابط اجتماعی فهمید. فضای شهری فضایی مادی با ابعاد اجتماعی و روانشناختی است و شکل شهر، هندسه این فضا است؛ صحنه ای است که داستان زندگی جمعی در آن گشوده می شود و در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شده و برخوردهای از پیش تدوین نیافته اتفاق افتاده و افراد در یک محیط اجتماعی جدید باهم ارتباط برقرار کنند [۲].

ازین رو می توان گفت شهرها از مهمترین بسترهای برقراری تعاملات اجتماعی هستند که به طور معمول افراد با آن سروکار دارند. در این جوامع نوع تفکری که بر طراحی شهری حاکم است، با فرهنگ و تفکرات اجتماعی موجود منطبق بوده و فاصله چندانی با چارچوب های فرهنگی جامعه ندارد. در نتیجه حاصل طراحی شهری کالبدی خواهد بود که هم از نظر عموم مردم و هم از نظر طراحان پذیرفته شده است [۳]. فضای شهری عرصه بروز حیات جمعی و گفتمان اجتماعی در بستری واجد مؤلفه های پاسخ دهنده به کیفیات مکان است. عرصه عمومی شهری پذیرای بیشترین استفاده کنندگان با سطوح مختلف فرهنگی، تجارب و آشنایی با مکان است که باید توانایی خویش را برای بازنمایی و قرأت پذیری خصایص کالبدی - هویتی و نقش های عملکردی خود به رخ کشد و امکان معناداری مطلوبیت را فراهم کند [۳].

تعاملات اجتماعی شرط اصلی و ضروری ظهور یک فضا به عنوان فضای شهری است. راب کریر، فضاهای شهری را عمدتاً در دو دسته « خیابان » و « میدان » می داند؛ ریچارد راجرز فضاهای شهری را خیابان ها، میادین و سایر مسیرهایی که دیگران حق عبور از آنها را دارند و سایر فضاهایی که دسترسی در آنها آزاد بوده برمی شمرد. جهان شاه پاکزاد فضاهای شهری را به ۵ دسته ورودی، فلکه ها، میدان ها، مسیرها، لبه آب و پله تقسیم کرده است. ترانسیک در کتاب «

سه تئوری از فضاهای شهری « مهمترین فضاهای شهری را شبکه خیابان ها و میادین ذکر می کند [۴].

میادین فضاهای باز وسیعی که دارای محدوده ای محصور یا کمابیش معین هستند و در کنار راهی یا در محل تقاطع آن ها قرار دارند و دارای کارکرد های ارتباطی، اجتماعی و ... یا ترکیبی از دو یا چند کاربرد مزبور هستند [۵]. اهمیت میادین ازین جهت است که معمولاً شهروندان برای گذراندن اوقات فراغت و دیدن یکدیگر به آنجا می روند، مکانی است با مقیاس انسانی و متناسب با رفتارها و ادراکات شخصی پیاده و در واقع جایی است که شکل دهنده بیشترین خاطرات جمعی است [۴]. ماهیت میدان و شناخت آن به مثابه نمونه ای از فضای شهری نخستین گام به سوی تبیین نقش آن در شهر به شمار می آید. با در نظر گرفتن نکات این تعاریف، میدان و اجزای آن اینطور مشخص و تعریف می شود که میدان گونه ای از فضای شهری و مکانی برای ظهور تمرکزهای عملکردی و بروز تعاملات اجتماعی و همچنین ترکیب شدن آنهاست. در این فضای شهری عرصه بر مسیر و سکون و مکت بر حرکت غلبه دارد [۶].

۲-۲- نام فضاهای عمومی شهری و آثار ذهنی و روانی آن

نام ها، واژگانی برای تشخیص و تمیز دادن افراد، اشیا و اماکن از یکدیگر هستند که انسان ها از هزاران سال پیش آنها را به وجود آورده اند. گرچه کارکرد اصلی هر نام «شناسایی» است، اما ظرفیت آن را دارد که حامل کارکردهای فرعی و ثانوی شود؛ مانند کارکرد فرهنگی دینی، سیاسی، جغرافیایی، قومی؛ چراکه شیوه نام گذاری قطعاً با جغرافیا، زبان، دین، زمان و سطح اجتماعی تغییر میکند [۷]. جای نام ها، تصور پیشینیان را از جهان بیان می کنند. همچنین به انتخاب نام جدید در زمینه های گوناگون یا تبدیل اسامی در زبان های مختلف کمک می کنند. بررسی نام اماکن و وجه تسمیه آنها حقایق مربوط به دین، تاریخ ساکنان اولیه هر منطقه و رابطه بین افراد، تاریخ، جغرافیا و فرهنگ را بیان میکند. باتوجه به اسامی اماکن، میتوان داده هایی برای مطالعات باستان شناسی به دست آورد. همچنین باتوجه به آنکه ریزترین نام های ثبت شده در لغت نامه یا فرهنگ آبادی ها، نام آبادی است، اما هر آبادی شامل نام های جزئی فراوانی است که به سرعت در حال نابودی است، ثبت اسامی اماکن ضرورت دارد [۷].

به باور زلینسکی رویه ها و الگوهای انتخاب نام می توانند به عنوان ایده آل ترین سنجه در تحلیل تنوع مکانی و زمانی در تمام نظام های فرهنگی به کار گرفته شود. ون لانگدونک نیز مطالعه نام ها را برای بررسی تحولات در جامعه بسیار مناسب می داند؛ زیرا تحولات اجتماعی بر ساختار نام ها و کردار های نام گذاری تاثیر می گذارند. به عبارتی، نام ها در وهله ی اول، عناصری زبانی هستند و تحولات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و تاریخی، تغییرات فرهنگی و زبانی مهمی در پی دارند [۸].

همان گونه که همه اشیا و پدیده ها و مفاهیم، دارای اسم هستند، نام گذاری فضاهای شهری نیز موضوع مهمی است که توجهی شایان و هوشمندانه را طلب می کند. نامگذاری ها معمولاً به دو گونه رسمی و غیررسمی رخ می دهند. نام گذاری رسمی، معمولاً توسط تشکیلات مدیریت شهری و با استناد به موضوعات و همچنین با رعایت معیارها و ضوابطی خاص (هرچند غیر مدون) انجام می شود. اما نام گذاری



6 (1), 2021

دوره ۶، شماره ۱

بهار ۱۴۰۰

فصلنامه پژوهشی

مهندسی عمران

های غیر رسمی که از سوی مردم انجام می شود، ممکن است نام گذاری جدید، یا ادامه استفاده از نام های قدیمی فضا، پس از تغییر نام از سوی مدیریت شهر باشد. مکان های شهر نام گذاری می شوند و تحولی که این نام ها در طول تاریخ به دلایل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی پیدا می کنند تا اندازه زیادی حافظه تاریخی یک پهنه را مشخص می کند. حافظه تاریخی را می توان به آلبوم بزرگی تشبیه کرد که برای یک گروه مشترک است، اما همه افراد دسترسی یکسان از آن ندارند. از دیدگاه دیگر میزان ارتباطی که فرد با محیط برقرار می کند بستگی به معنایی دارد که شخص از آن درک کرده است. بخش قابل توجهی از این ادراکات نیز شامل مفاهیم ضمنی موجود در فضایی می شود که گاه این مفاهیم را از طریق نام هایی

که مؤید واقعه ای در گذشته ی فضا است بازشناسی می شود. این مفاهیم در جای خود نیز به عنوان شناسه ای مشترک در طول زمان به شهروندان منتقل شده و هویت ویژه ای برای مکان سازد [۱]. اسامی و نام ها در فضاهای شهری بسیار مهم هستند زیرا که هم نقش آدرس دهی دارند و هم در مقام یک نام تاثیر روحی و روانی بر شهروندان می گذارند. نام گذاری میادین به عنوان یک فضای شهری که نشان دهنده هویت و فرهنگ شهر هستند و همه ی افراد در طول شبانه روز با آن در ارتباط اند تاثیر بسزایی بر اذهان عمومی شهروندان و همچنین گردشگران برجای می گذارد. از مهم ترین آثار ذهنی و روانی نام ها می توان به موارد ذکر شده در جدول شماره ۱ اشاره داشت.

جدول ۱ آثار ذهنی و روانی نام ها

عنوان اثر	توضیحات	منبع
علاقه، انزجار و بی تفاوتی	نام ها می توانند ادراک متفاوتی را در فرد ایجاد کنند که این درک در پس زمینه ی اندیشه ای او از معنا و مفهوم آنها بر می آید. یادآوری و دیدن همه ی نام ها نمی تواند درک یکسانی را به همراه داشته باشد؛ در این میان گاهی نیز اتفاق می افتد که عدم شناخت، شناخت ناکافی یا تفاوت های سلیقه ای، باعث کمترین اثر از دیدن یک نام می شود.	[۹]
آرامش و احترام	برخی از واژه ها مثل آرامش و احترام اگرچه هر کدام یک واژه محسوب میشوند، اما در معنا بسیار عمیق و غنی هستند، آنقدر که حتی وقتی آوای این کلمات را میشنومیم، لحظاتی احساس خوشایندی به ما دست میدهد؛ نامگذاری به نام هر فرد، گروه، عملیات یا رویدادی در اماکن عمومی خصوصا معابر و خیابان ها که بالاترین بستر رفت و آمد را در اختیار دارد، بهترین گزینه قلمداد میشود. تکرار نه، اما لطافت حضور برخی نام های مهم در برخی مسیرها، حس توأمان آرامش و احترام (افتخار) را رقم خواهد زد.	[۹]
امنیت	یک نام به خودی خود امنیت نمی آورد، بلکه به لحاظ ذهنی در فرد ادراک وجود یا عدم امنیت را ایجاد می کند. امنیت یکی از ویژگی های عامل بقای نام هاست، یعنی خاطره یا رویدادی که در فضایی در شهر رخ میدهد، به عنوان معرف آن برای همیشه در ذهن میماند. حال ممکن است این نام، نام رسمی آن فضای شهری هم نباشد و مردم برحسب اتفاقی بدان نسبت داده باشند.	[۹]
اتحاد و افتراق	برخی نام ها علت اتحاد و برخی دیگر منشا افتراق اند؛ ریشه این اتحاد و افتراق در دانسته های گذشته مردم و تداعی های حاصل از نام و یا خاطرات و گرایشات آن ها است. چه بسیار جوامعی که برسر یک نام توافق نداشتند و آن نام منشا افتراق آنان می شد. گروهی موافق و گروهی مخالف بودند. موافقان آن نام را ترویج و مخالفان از استعمال آن خودداری میکنند. در هر صورت نام می تواند ادراک افتراق و یا اتحاد در ذهن شهروندان کند.	[۹]
زمانمند بودن	با شنیدن نام یک مکان، امکان استفاده از فضا با گذر زمان و عدم تعلق به یک دوره تاریخی و همچنین امکان استفاده در شرایط آب و هوایی مختلف و ساعات گوناگون شبانه روز، در ذهن مخاطب ایجاد می شود.	[۱۱]
معنویت و توحید	نام ها می توانند متاثر از شکل کالبدی فضا، برگزاری فعالیت ها و تعاملات اجتماعی در آن فضا، یاد خدا و توجه به عالم بالا را در ذهن شهروندان ثبت کند.	[۱۰]
هویت و حس تعلق	گاهی نام ها با توجه به وجود نشانه ها و بناهای خاص و یا دارای احساس تعلق در فضاها و هویت بخش بودن فضا و انطباق با فرهنگ بومی منطقه تاثیر بسزایی بر ذهن و روان مخاطب دارد.	[۱۱]
دوستانه و صمیمی	امکان برقراری فعالیت های اجتماعی در بین شهروندان در یک محیط، باعث ایجاد و تثبیت حس دوستی در آن می شود و با شنیدن نام آن مکان، این حس به مخاطب منتقل می گردد.	[۱۰]
پویایی و نشاط	حس نشاط ناشی از شنیدن نام برخی از مکان ها، ناشی از برقراری تعاملات اجتماعی و امکان حضورپذیری تمامی گروه های سنی و جنسی در مکان می باشد.	نگارندگان
ایثار و فداکاری	نام ها می توانند بیانگر رشادت ها و فداکاری و برای حفظ ایثار و از خودگذشتگی انسان های باگذشت تمامی اعصار باشند	نگارندگان
تناسبات بصری	نام یک مکان می تواند تداعی گر تناسب ابعاد و اندازه عناصر مصنوع فضا نسبت به محیط در ذهن مخاطب باشد.	[۱۱]

طراحی میدان ها و نام گذاری آن ها، موضوع پیچیده ای است که بی توجهی به آن و قضایای صوری و ظاهری می تواند ما را از نظر شناخت نقش و اهمیت میدان باز دارد. میدان ها باید به گونه ای طراحی و نام گذاری شوند که علاوه بر نشان دادن هویت شهر، کالبد وجودی سالیان دراز شهرها را نیز به نمایش بگذارند [۵].

۳- زمینه و روش پژوهش

این پژوهش از روش افتراق معنایی بهره گرفته است، روش افتراق معنایی یک روش تبیینی است که به بررسی تعامل متغیرها و رابطه

ی آن ها با عالم واقع و مفاهیم مشابه می پردازد [۱۲]. در این روش عکس العمل های مردم را نسبت به مفاهیم و واژگان انگیزشی، بر اساس ارزش گذاری یک مقیاس دو قطبی از طریق صفاتی که در دو سر پیوستار تعریف شده، اندازه گیری شده است [۱۲]. نام میادین شهری به عنوان گره های اصلی ترافیکی و اجتماعی در فضای شهری از اهمیت خاصی در اذهان عمومی برخوردار هستند. انتخاب صحیح این نام ها می تواند شهروندان را در مسیریابی، آدرس دهی، ثبت وقایع تاریخی، خاطرات جمعی یاری دهد؛ ازین رو در این پژوهش میادین شهر یزد مورد بررسی قرار گرفته اند. برای انتخاب میادین از نظرات کارشناسان مرتبط استفاده گردیده است. با توجه به این



6 (1) 2021

دوره ۶، شماره ۱
بهار ۱۴۰۰

فصلنامه پژوهشی



نظرات و کارکرد های ذکر شده، میادین امیرچقماق، شهید بهشتی (بعثت)، شهید بهشتی (مجاهدین)، اطلسی و فرهنگ (نعل اسبی) انتخاب گردیده اند. جامعه آماری تعریف شده در این پژوهش براساس جمعیت شهر یزد و به صورت تصادفی در قالب پرسشنامه به روش افتراق معنایی گردآوری شده است.

سپس به منظور یافتن میزان اهمیت شاخص های نام گذاری میادین، پرسشنامه طراحی گردیده و در دسترسی گروه های مختلف سنی و جنسی از شهروندان شهر یزد توزیع شده اند. جامعه آماری این پژوهش، با استفاده از فرمول کوکران و در نظر گرفتن کل جمعیت شهر یزد (حدود ۳۰۰۰۰ نفر) و ضریب خطای ۰.۵ عدد ۳۸۴ بدست آمد. پرسشنامه در میادین منتخب به تعداد مساوی تقسیم و تکمیل شد طبق این پرسشنامه از شهروندان درخواست شد میدان مورد نظر را در نظر خود تداعی کنند و میزان اهمیت هر شاخص در شکل گیری کیفیت معنای مکان را بصورت زوجی در ربط با سایر شاخص ها نمره دهند.

۴- یافته های پژوهش

۴-۱- میدان امیرچقماق

وجه تسمیه میدان میرچقماق برگرفته از پیشینه ی ساخت آن میدان است؛ بدین صورت که در سده ی ۸ خورشیدی امیرجلال الدین چقماق که حاکم یزد بود و مجموعه ای متشکل از **تکیه**، میدان، **حمام عمومی**، **کاروان سراها**، **خانقاه**، قنات خانه و **چاه آب سرد** را ساخت تا یزد را رونق بخشد [۱۳]. و از آن زمان به بعد این میدان به نام میرچقماق نام گذاری و شناخته شده که باعث هویت بخشی به میدان شده است. با توجه به این نکته و پس از مصاحبه میدانی و جمع آوری اطلاعات مطابق جدول شماره ۲، شاخص هایی مانند هویت، معنویت و علاقه، امتیاز بیشتری را از نظر عموم مردم به خود اختصاص داده است؛ و همچنین با توجه به نمودار نیمرخ شماره ۱، می توان نتیجه گرفت که نتایج نام گذاری بر روی این میدان که بر اساس داده های پرسشنامه جمع آوری شده اند به طور کلی، در جهت مثبت و با فاصله مناسب قرار گرفته است و باعث ردپای ماندگاری بر اذهان شهروندان برجای گذاشته است.

جدول ۲ میانگین امتیاز هریک از شاخص ها (امیر چقماق)

امیرچقماق	میانگین	مد	رتبه
علاقه	۵.۹	۷	۲
آرامش	۵.۳	۷	۱۰
احترام	۵.۶	۷	۵
اتحاد	۵.۴	۷	۸
امنیت	۴.۹	۷	۱۳
زمانمندی	۵.۱	۵	۱۱
معنویت	۵.۸	۷	۳
هویت	۶.۲	۷	۱
حسن تعلق	۵.۶	۷	۶
دوستانه و صمیمی	۵.۶	۷	۷
پویایی و نشاط	۵.۴	۷	۹
ایثار و فداکاری	۵	۷	۱۲
تناسبات بصری	۵.۷	۷	۴



نمودار ۱ نیمرخ شاخص ها (امیر چقماق)

۴-۲- میدان بعثت

نام میدان بعثت از زمان شکل گیری تا کنون، در ۳ مرحله تغییر نام داشته است. ابتدا به دلیل مجاورت با مسجد شاه طهماسب، به نام میدان شاه شهرت یافت. و بعد به نام میدان امام خمینی و میدان بعثت تغییر نام یافت و حال پس از ۷۰ سال از احداث این میدان شهرداری یزد به دلیل شلوغی بیش از اندازه و ترافیک شدید در این منطقه اقدام به تخریب کامل میدان و ایجاد چهار راه نموده است. با توجه به داده های جمع آوری شده حاصل از مصاحبه میدانی مطابق جدول شماره ۳، تمامی شاخص ها در بازه ی خنثی قرار دارند و تنها شاخص هویت با توجه به قدمت نام آن به عنوان یک عنصر تاریخی، در بین جامعه ی آماری بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است. با پرداختن به نمودار نیمرخ شماره ۲ و داده های حاصل از پرسشنامه، می توان نتیجه گرفت که نام گذاری بر روی این میدان در مجموع نتوانسته است که به عنوان یک عنصر با قدمت تاریخی جایگاه مناسب با هویت خود را در اذهان عمومی ثبت کند.

جدول ۳ میانگین امتیاز هریک از شاخص ها (بعثت)

بعثت	میانگین	مد	رتبه
علاقه	۴.۴	۶	۷
آرامش	۴.۳	۵	۱۰
احترام	۴.۶	۶	۴
اتحاد	۴.۵	۶	۵
امنیت	۴.۷	۵	۳
زمانمندی	۴.۳	۴	۸
معنویت	۴.۹	۵	۲
هویت	۵.۱	۷	۱
حسن تعلق	۴.۳	۴	۱۱
دوستانه و صمیمی	۴.۳	۵	۹
پویایی و نشاط	۴.۴	۵	۶
ایثار و فداکاری	۴	۵	۱۳
تناسبات بصری	۴.۱	۵	۱۲



نمودار ۳ نیمرخ شاخص‌ها (مجاهدین)



نمودار ۲ نیمرخ شاخص‌ها (بعثت)

۴-۴- میدان فرهنگ (نعل اسبی)

وجه تسمیه میدان فرهنگ به دلیل شکل خود که به صورت نعل اسب است، به میدان نعل اسبی نیز شهرت دارد و این میدان همه ساله بستر تجمع افراد برای مراسم‌های مذهبی و سیاسی و فرهنگی است. مراسم چهارشنبه سوری، ایستگاه‌های صلواتی در ماه رمضان و اعیاد و ... از جمله مراسم‌هایی است که در میدان به وقوع پیوسته اند [۱۵]. با توجه به داده‌های حاصل از مصاحبه میدانی مطابق با جدول شماره ۵، شاخص‌های پویایی و نشاط، دوستانه و صمیمی بودن و علاقه، از بالاترین امتیاز برخوردار است. همچنین با بررسی نمودار نیمرخ شماره ۴ و داده‌های حاصل از پرسشنامه می‌توان نتیجه گرفت که دست‌آورد‌های مثبت حاصل از نام‌گذاری این میدان تحت تاثیر فعالیت‌ها و پویایی‌های این میدان می‌باشد.

جدول ۵ میانگین امتیاز هریک از شاخص‌ها (فرهنگ)

رتبه	مد	میانگین	فرهنگ
۲	۷	۵.۲	علاقه
۱۰	۵	۴.۴	آرامش
۶	۵	۴.۶	احترام
۴	۷	۴.۹	اتحاد
۱۱	۷	۴.۳	امنیت
۵	۷	۴.۸	زمانمندی
۱۳	۴	۳.۷	معنویت
۹	۷	۴.۴	هویت
۸	۷	۴.۴	حس تعلق
۳	۷	۵	دوستانه و صمیمی
۱	۷	۵.۶	پویایی و نشاط
۱۲	۴	۳.۹	ایثار و فداکاری
۷	۶	۴.۵	تناسبات بصری



نمودار ۴ نیمرخ شاخص‌ها (فرهنگ)

۴-۳- میدان مجاهدین

در زمان شاهنشاهی مجسمه شاه سوار بر اسب در این میدان قرار داشت و مردم یزد بعد از آنکه در ظهر عاشورای ۵۷ این مجسمه را به زیر انداختند به واسطه مجاهدت خود در آن زمان نام «مجاهدین» را بر این میدان قرار دادند. پس از آنکه آیت‌الله بهشتی و ۷۲ تن از اعضای دفتر حزب جمهوری اسلامی در هفتم تیرماه سال ۶۰ به دست همین گروهک منافقین مجاهدین خلق به شهادت رسیدند برای جلوگیری از سوء استفاده این گروهک از نام «مجاهدین» که بر این میدان گذاشته شده بود، میدان «مجاهدین» به نام میدان «شهید بهشتی» تغییر یافت [۱۴]. با توجه به داده‌های یافت شده حاصل از مصاحبه میدانی مطابق با جدول شماره ۴، در ابتدا شاخص هويت و پس از آن شاخص‌های علاقه، پویایی و نشاط و دوستانه و صمیمی بودن، از بالاترین امتیاز برخوردار بودند. نمودار نیمرخ شماره ۳، بیانگر آن است که به طور کلی سمت و سوی داده‌های در جهت مثبت هر چند با فاصله کم قرار گرفته‌اند اما به طور کلی با توجه به قرارگیری در محدوده تاریخی شهر و همچنین با توجه به پویایی‌ای که در این میدان وجود دارد، نام این میدان توانسته است نتایج مثبتی را که بر در اذهان عمومی موثرند، به دنبال داشته باشد.

جدول ۴ میانگین امتیاز هریک از شاخص‌ها (مجاهدین)

رتبه	مد	میانگین	مجاهدین
۲	۷	۵.۶	علاقه
۱۰	۶	۵	آرامش
۳	۵	۵.۳	احترام
۸	۶	۵	اتحاد
۶	۶	۵.۲	امنیت
۱۲	۵	۵	زمانمندی
۱۱	۵	۵	معنویت
۱	۷	۵.۷	هویت
۹	۷	۵	حس تعلق
۵	۶	۵.۳	دوستانه و صمیمی
۴	۷	۵.۳	پویایی و نشاط
۱۳	۵	۴.۹	ایثار و فداکاری
۷	۵	۵.۲	تناسبات بصری

۴-۵- میدان اطلسی

وجه تسمیه میدان اطلسی به خاطر انبوهی این گیاه و طراوت و نسیم و بوی خوش آن در شب بوده است [۱۶]. اکنون باتوجه موقعیت قرارگیری این میدان در مجاورت با مجموعه های تجاری پر تردد، این میدان در ابعاد خاص و مناسبات از جمله چهارشنبه سوری، از رونق و پویایی قابل توجه برخوردار است؛ نتیجه حاصل از مصاحبه میدانی مطابق با جدول شماره ۶، شاخص های پویایی و نشاط، علاقه و دوستانه بودن آن، از بالاترین امتیاز برخوردار است. همچنین با بررسی نمودار نیمرخ شماره ۵، می توان نتیجه گرفت که تاثیرات مثبت ناشی از ماندگاری نام این میدان بر اذهان عمومی، ناشی از رونق فعالیت های مجاور با آن و پویایی و تعاملات شهروندان در آن میدان می باشد.

جدول ۶ میانگین امتیاز هر یک از شاخص ها (اطلسی)

اطلسی	میانگین	مد	رتبه
علاقه	۴.۸	۷	۳
آرامش	۴.۳	۵	۱۰
احترام	۴.۷	۵	۴
اتحاد	۴.۳	۴	۹
امنیت	۴.۵	۵	۸
زمانمندی	۴.۶	۵	۵
معنویت	۳.۹	۴	۱۳
هویت	۴.۵	۵	۶
حس تعلق	۴.۵	۴	۷
دوستانه و صمیمی	۴.۹	۵	۲
پویایی و نشاط	۵.۱	۶	۱
ایثار و فداکاری	۳.۹	۴	۱۲
تناسبات بصری	۴.۲	۴	۱۱



نمودار ۵ نیمرخ شاخص ها (اطلسی)

۵- نتیجه گیری

باتوجه به اطلاعات بدست آمده در جامعه آماری بررسی شده در این مقاله میدانی که نام آن ها برگرفته از پیشینه تاریخی و نحوه شکل گیری و ساخت آن میدان بوده، شاخص هویت بالاترین امتیاز را به خود اختصاص داده است و هرچه نام میدان تغییرات کمتری در مسیر تحولات تاریخی جامعه داشته باشد، نام آن میدان در ذهن شنونده تداعی گر هویت اصلی آن میدان می باشد. باتوجه به نمودارهای نیمرخ رسم شده برای میدان های امیرچقماق، بعثت و مجاهدین، بالاترین رتبه متعلق به هویت آن میداين بوده است و در بين اين ۳

میدان رتبه اول را میدان امیرچقماق دارد که نام آن از پیشینه تاریخی و شکل گیری میدان آمده و در طول زمان کمتر دستخوش تغییر شده است. میداين اطلسی و فرهنگ، که میداين جدیدی از نظر قدمت و هویت هستند و شکل گیری آن ها به جهت زیبا سازی یا سهولت تردد بوده است و نام آن ها نیز برگرفته از همین مسئله می باشد، پویایی و نشاط داراى بالاترین رتبه در بين شاخص های اندازه گیری شده، بوده است. مطالعه ی موارد بررسی شده در زمینه های تاثیرات روانشناسی محیطی و عواملی نظیر معنا در حس مکان، معنی شکل شهر و میداين معنا محور، بیانگر این مطلب است که فضای شهری موفق بر عوامل متعددی تکیه میکند. کیفیت های گوناگونی آن را میسازند و همنشینی آنها با هم مهم است.

کیفیت های کلیدی، عملکردی، معنایی، زیست محیطی از جمله مهمترین کیفیت های فضاهای شهری هستند. هنگامی که تمامی این کیفیت ها در کنار هم به حد اعلا برسند، فضای شهری موفق، سرزنده و پویا شکل میگیرد. حال اگر همین فضا واجد نامی با مسمی و با معنا باشد، از آن کیفیتی دوچندان می یابد. نام فضاهای شهری می تواند باعث خاطره انگیزی، هویت، خوانایی و بسیاری از مفاهیم ذهنی دیگر شود که بعضا هم جنبه اجتماعی می یابد. بنابراین اسامی و نام ها در فضاهای شهری باید بسیار مهم باشند که هم نقش آدرس دهی دارند و هم در مقام یک نام تاثیر روحی و روانی بر شهروندان می گذارند. این واقعیتی انکار ناپذیر است که نام ها خود بار معنایی قدرتمندی دارند و بر شکل گیری ادراک و شناخت و قضاوت های شخصی موثرند.

۶- منابع

- [۱] علی قنبری، زهرا؛ راشدی اشرفی، بهروز، (۱۳۹۴)، تاثیر خاطره جمعی بر نام گذاری فضاهای شهری (نمونه موردی: شهرشیراز)، مجموعه مقالات اولین همایش ملی معماری ایرانی اسلامی (سیماي ديروز- چشم انداز فردا)، ص ۱۰۰۷ و ۱۰۱۰.
- [۲] رهنمایي، محمدتقی؛ اشرفی، یوسف، (۱۳۸۶)، فضاهای عمومی شهر و نقش آن در شکل گیری جامعه مدنی از دیدگاه برنامه ریزی شهری، جغرافیا (نشریه علمی - پژوهشی انجمن جغرافیایی ایران)، شماره ۱۵۱۴، صص ۲۵-۳۱
- [۳] کریمی زدی، اعظم؛ براتی، ناصر؛ زارعی، مجید، (۱۳۹۵)، ارزیابی تطبیقی ادراک فضای شهری از نظرگاه مخاطبین و متخصصین عرصه شهری (مطالعه موردی مجموعه شهری امامزاده صالح تجریش تهران)، شماره ۴۵، ص ۱۴.
- [۴] عباس زاده، شهاب؛ گوهری، حمید (۱۳۹۳)، فضاهای معنما محور و میداين اجتماعی در شهرسازی اسلامی رکن گمشده (فضاهای تعاملی) در کلاشهرهای ایرانی - اسلامی امروز، شهرپایدار، شماره ۱، صص ۱۶۶ و ۱۶۷.
- [۵] سلطانزاده، آرمان؛ عزیزی، هادی، (۱۳۹۹)، نقش میدان ها در شکل گیری فضا و منظر شهری، ص ۴ و ۹
- [۶] فرح بخش، مهدیه، (۱۳۹۴)، میدان ایرانی و روابط اجتماعی، بازشناسی و ارزیابی کیفی، نمونه موردی میدان گنجعلیخان کرمان، همایش ملی فرهنگ، گردشگری و هویت شهری، صص ۱-۵
- [۷] شیخ الحکمایی، عمادالدین؛ رضوان، رامینا، (۱۳۹۸)، دانش نام شناسی و پژوهش های علوم تاریخی، پژوهش های علوم تاریخی، شماره ۲، صص ۱۴۹ و ۱۵۰.
- [۸] احمدی، بهزاد؛ زندی، بهمن؛ نجفیان، آرزو؛ روشن، بلقیس، (۱۳۹۷)، بررسی نام گذاری اشخاص در با نه از دیدگاه نام شناسی اجتماعی، فصلنامه مطالعات زبان ها و گویش های غرب ایران، شماره ۲۲، صص ۴-۵.
- [۹] رفیعیان، محسن؛ فلاح حسینی، فریده، (۱۴۰۰)، نام گذاری فضاهای شهری.
- [۱۰] رفیعیان، محسن؛ اکبری، پردیس؛ پیرعلیایی، سینا؛ رفیعیان، مجتبی؛ بهمانیان، محمدرضا، (۱۳۹۷)، تعیین مشخصه اساسی کیفیت مکان های عمومی شهری نمونه مورد مطالعه: میداين شهر بزد، پنجمین کنفرانس ملی مهندسی عمران و شهرسازی تهران، صص
- [۱۱] حبیبی، داوود؛ همکاران، (۱۳۹۷)، تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تاکید بر بازارهای سنتی، شماره ۲، ص ۵.
- [۱۲] نقیب السادات، رضا، (۱۳۹۲)، روش تمایز معنایی، دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۲.

- [۱۳] ویکی پدیا دانشنامه آزاد، دسترسی از <https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8> تاریخ دسترسی ۱۴۰۰/۶/۷
- [۱۴] پایگاه خبری تحلیلی یزدآوا، دلیل تاریخی نامگذاری میدان «شهید بهشتی» یزد، دسترسی از: <http://yazdava.ir/-/%D8%AF>، تاریخ دسترسی ۱۴۰۰/۶/۷
- [۱۵] اسدپور، هاجر؛ ریاحی دهکردی؛ اسدپور، علی، (۱۳۹۹)، تحلیل عوامل مؤثر بر کیفیت زندگی اجتماعی شهروندان در فضاهای شهری معاصر (نمونه مورد مطالعه: میدان فرهنگ شهر یزد)، شماره ۲۴، ص ۲۰.
- [۱۶] یزد نیوز، بوته های اطلسی-زمینهای محدوده میدان اطلسی صفاییه یزددهه ۳۰ شمسی، دسترسی از: <https://yazdnews.com/%D8>، تاریخ دسترسی ۱۴۰۰/۶/۷.



6 (1) , 2021

دوره ۶، شماره ۱

بهار ۱۴۰۰

فصلنامه پژوهشی

مهندسی شهرسازی

تأثیر ذهنی نام فضاهای عمومی شهری بر شهروندان: نمونه موردی میدان

شهری یزد