

تحلیل فضایی عملکردهای زیباشناسانه در ایجاد آرامش روانی شهروندان (نمونه موردی: منطقه ۶ شهرداری تهران)

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۰۲/۲۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۳/۰۸/۱۰

بتول مجیدی خامنه* (عضو هیأت علمی گروه جغرافیا، دانشگاه شهید بهشتی تهران)
حسن جنگی (کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران)

چکیده

بحث زیبایی یکی از مقوله‌های مهم در راستای تحقق آرامش روحی و روانی شهروندان به حساب می‌آید. بسیاری از عملکردهای زیباشناسانه که در برگیرنده راحتی محیط، دسترسی یا نفوذپذیری، تنوع و گوناگونی، خوانایی، نظم فضایی، توالی منظر، ادراک فضایی و نمابانی می‌باشد باید در طراحی منظر شهری مورد توجه قرار گیرد. بدون توجه به عناصر زیباساز در طراحی محیطی شهرها نمی‌توان به طراوت و شادابی کالبدی که زمینه را برای آرامش روحی و روانی شهروندان مهیا می‌سازد دست یافت. بدین منظور هدف اصلی این پژوهش تعیین استراتژی بهینه برای بهبود سازمان فضایی و عملکردهای زیباشناسانه در منطقه ۶ تهران می‌باشد. بدون شناخت نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید نمی‌توان کاستی‌های موجود در منطقه را تشخیص داد. برای تحقق این منظور از دو مدل مکمل SWOT و ANP برای تعیین بهترین استراتژی استفاده گردیده است. مدل ANP یکی از موثرترین مدل‌های کمی برای تشخیص راهبرد بهینه در مطالعات چند شاخصه به حساب می‌آید. نتایج نهایی مطالعات نشان داد که استراتژی WO موثرترین راهبرد برای وضعیت فعلی منطقه می‌باشد. استراتژی WO یا محافظه‌کارانه و تنوع بخشی بر ضعف داخلی منطقه و فرصت‌های موجود برای بهبود شرایط آتی تاکید دارد. بدین ترتیب در کنار تقویت عوامل قوت و کاهش اثرات تهدید باید به ضعف داخلی و فرصت بیرونی بیش از همه توجه ویژه نشان داد. تأکید بر تندیس‌های شهری، پارک‌های منطقه‌ای، تامین روشنایی، مبلمان شهری، تغییر کاربری اماکن متروک و نظافت محلی مهم ترین راهکارهای پیش رو برای بهبود وضعیت فعلی منطقه در حوزه زیباسازی می‌باشد.

واژه های کلیدی: زیباسازی، منظر شهری، آرامش روانی، منطقه ۶ تهران

* نویسنده رابط: majidikh@yahoo.com

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

یکی از مقوله های مهم در راستای ایجاد امنیت و آرامش روانی در میان شهروندان یک جامعه توجه به اِلمان های شهری و عناصر زیباساز در آن می باشد. زیباسازی به کلیه فعالیت هایی که به منظور جالب و قابل زیست کردن خیابان ها و محلات انجام می گیرد اطلاق می گردد. زیبایی نمودی از پدیده است که پس از ادراک توسط حواس و انتقال به مرکز اندیشه یا مشاهده ادراک کننده، آن خاصیت را دارد که واکنش هایی مبتنی بر تجربه های اندوخته شده را بر انگیزد (نیوتن، ۱۳۶۶: ۲۷۵) تا بتواند آرامش روحی و روانی را برای شهروندان خود به ارمغان آورد. سیمای شهر نه تنها در روح و روان انسان بلکه در ساختار اقتصادی، روابط و مناسبات اجتماعی، وضعیت بهداشت و سلامت جسم و بالاخره کیفیت و بهره مندی از زندگی نیز تاثیر فراوانی دارد (بهزاد فر و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۰). این نشانه ها و سمبل ها در سیمای شهر در فرهنگ و هویت شهر ایرانی بسیار پر اهمیت بوده و موجب آرامش روحی و روانی ساکنین و سازگاری شهروندان می شود.

در کل می توان گفت بخش عمده ای از فضای شهری، زیبا سازی شهر است که این امر می تواند هم در روحیه شهروندان و هم در جذب گردشگران تاثیر به سزایی داشته باشد. از طرف دیگر، آگاهی و جنبه های اجتماعی می توانند موجب ارتقای زیبایی از ادراک حسی به چیزی با معنا و ارزشمند شوند (بل، ۱۳۸۲: ۹۳). مطالعات اخیر نشان می دهد ترجیحات زیبایی از یک مکان با نوع نگرش مرتبط است (Kaplan et al., 1991). به ویژه خاطرات جمعی یا اجتماعی و ابعاد معنایی در احساس آرامش روحی و روانی شهروندان از یک منظر و نوع درک زیبایی بسیار موثر است (Boyer, 1994).

از این رو در تحقیق حاضر مسأله اصلی آن است که عملکرد زیباشناسانه در منطقه ۶ مورد ارزیابی قرار گرفته و با در نظر گرفتن اصول بومی و متناسب با فرهنگ جامعه به رفع ضعف ها و کاستی ها و تقویت قوت ها همت گماشته شود. مهم ترین زمینه مطالعاتی این تحقیق ارزیابی میزان سازگاری اجرای طرح های زیباسازی در باره ی نیازهای واقعی و خواست مردم و اثرات روانی و اجتماعی در حوزه مطالعات جغرافیای شهری در منطقه می باشد. بیان اصول بنیادی زیباسازی شهری و شناخت عناصر و عوامل موثر در ایجاد آرامش روحی و روانی از جمله مهم ترین اهداف تحقیق حاضر می باشد.

۱-۲- مبانی نظری

توجه به مباحث زیبایی و عناصر زیباشناسانه در فرهنگ ایرانی- اسلامی سابقه بسیار طولانی دارد. در زمانی که یک شخص می‌توانست با استفاده از روشنایی خیابان‌های شهرهای اسلامی مسافت ده کیلومتر را طی کند تا هفتصد سال بعد حتی یک چراغ در خیابان‌های لندن یافت نمی‌شد (عبدالستار عثمان، ۱۳۷۶: ۱۹۱). در بسیاری از شهرهای اسلامی توجه به مباحث انسان‌شناسانه در کنار ابعاد کالبدی بسیار مهم بود. در حقیقت، مهم‌ترین عنصر و عامل پدیدآورنده شهر، انسان یا اهل شهر بودند که در دو گروه اصلی شهروند و مدیر شهر طبقه‌بندی می‌شدند (نقی‌زاده، ۱۳۸۷: ۴۵). بدین خاطر در فرهنگ ایرانی- اسلامی، نقیض زیبایی، زشتی است چنان که نقیض نیکی، بدی و نقیض حق، باطل است. انسان همچنان که مقوله‌ی زیبایی را تحلیل می‌کند، به مقوله زشتی هم می‌پردازد (Millet, 1954: 293).

می‌توان گفت زیبایی نمودی از پدیده است که پس از ادراک توسط حواس و انتقال به مرکز اندیشه یا مشاهده ادراک‌کننده، آن خاصیت را دارد که واکنش‌هایی مبتنی بر تجربه‌های اندوخته شده را بر انگیزد (نیوتن، ۱۳۶۶: ۲۷۵). علم زیبایی‌شناسی به سازواره بررسی روش‌های احساس محیط و موقعیت فرد در روند این احساس می‌پردازد (گروتر، ۱۳۷۵). بر این اساس در طبیعت هیچ فرم یا رنگی که در زیبایی عنصر نقش داشته، بیهوده ایجاد نشده است. طراحی در طبیعت با اعتدال و هوشیاری همراه است که از زیرکی و لطافت بی‌نهایتی به وجود آمده است (Alati et al, 2005: 18). زیبایی موجود در طبیعت نوعی از زیبایی است که برای آن برنامه‌ریزی نشده و آن نتیجه‌ی پاسخ صحیح به عملکرد است که زیبایی طبیعی را به ویژگی ذاتی و ناخودآگاه تبدیل می‌کند (مهدی نژاد و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۵).

زیبایی تناسب (هماهنگی) اجزای مجموعه است که اگر چیزی به آن اضافه یا کم شود و یا تغییری در آن صورت گیرد، نابود خواهد شد (Isaac, 2008: 3). زیبایی چیزی است که زندگی را برای ما نمایش می‌دهد یا زندگی را به یاد می‌آورد. زیبایی زمینه‌ای طبیعی دارد اما طبیعت نیست و حتی عناصری از وجود مطلق است (Caudwell, 1974: 53). سادگی مناظر علاوه بر مبانی متقنی که در زیبایی‌شناسی و همچنین در ارتقای توان انسان در ادراک محیط دارد، در ارتقای توان انسان‌ها برای فهم بهتر و مداوم الگو نیز ایفای نقش می‌کند (Bell, 1993). همچنین در ارتباط با مسائل مربوط به زیبایی باید به عناصر زیباساز در یک شهر توجه کافی نشان داد. یکی از نمونه‌های بارز زیباسازی، تابلوهای تبلیغاتی است که جاگذاری نامناسب آن‌ها به تعبیر شووان مانند خوره‌ای کثیف و موهن، طبیعت را می‌بلعد (شووان، ۱۳۷۲). همچنین

برخی از مهم ترین عناصر مبلمان شهری در ارتباط با عناصر مبلمان شهری عبارتند از: نیمکت ها و سکوها که باید ضمن رعایت اندازه مناسب در مکان مناسب جاگیری شوند، آب نماها که در تصاویر انتزاعی و حالات ذهنی ایجاد شده در فرد، سهم بسزایی دارند، گلدان های خیابانی که آرایش گروهی آنها تاثیر فوق العاده ای برای ایجاد فضای دلنشین و بکر دارد، سطل های زباله که باید از معرض دید روزانه، نازیبایی و عدم تناسب دور باشند (کلانتری، ۱۳۹۰: ۳۲۲)، ادوات آتش نشانی، صندوق های پستی، صندوق های صدقه، آبخوری ها، کیوسک ها، ایستگاه های اتوبوس، طراحی درختان، پارکینگ ها، کفپوش ها و همچنین ساختمان های مسکونی و..... که باید در طراحی و انتخاب رنگ ها بدان توجه کافی نشان داد.

از طرف دیگر یکی از مباحث اساسی این است که بین کیفیت درونی منظر و آنچه در چشم بیننده به حساب می آید؛ ارتباط منطقی برقرار کرد. این مقوله بیش از هر چیز مباحث مربوط به پارادایم کالبدی زیبایی و پارادایم روان شناسانه ی زیبایی را مورد ارزیابی قرار می دهد. یعنی آنچه که از یک چارچوب فکری نشأت گرفته و آنچه در کالبد ساختمان ها و مناظر نقش بسته است.

جدول ۱: تقابل پارادایم کالبدی و روان شناسانه در زیبایی شناسی

پارادایم کالبدی زیبایی: کیفیت دورنی منظر	پارادایم روان شناسانه زیبایی: کیفیتی در چشم بیننده
۱- به طور کلی فاقد چارچوب تئوریک است	۱- اغلب از یک چارچوب نظری مشتق می شود
۲- اغلب برای اهداف مدیریتی در جست و جوی ویژگی های کالبدی است	۲- در جست و جوی ترجیح انسان هاست برای فهم اجزای کالبدی که در منظر مشارکت دارند.
۳- در کیفیت مناظر بر اساس انگاشت های درونی (منظر) تفاوت قابل می شود.	۳- در کیفیت مناظر بر اساس ترجیح انسان ها و انگاشت های بیرون (منظر) تفاوت قابل می شود.
۴- سکوت در مورد فاکتورهای مسبب	۴- در جست و جوی فاکتورهای مسبب
۵- تجربی است: کاربرد یک رویکرد	۵- آزمایشگاهی است، تست فرضیه و گسترش رویکرد
۶- محدود به یک سایت و محدوده خاص است نتایج قابل تعمیم نیست.	۶- مخصوص یک ناحیه خاص نبوده و در جست و جوی نتایج برای گستره وسیع تری است.
۷- ارزیابی ها زمینه محور هستند	۷- اغلب از جانشین جهت ارزیابی استفاده می کند (مانند عکس).
۸- نسبتاً آسان، ساده و سریع برای فهم هستند	۸- برای درک شکل پیچیده و آهسته است.
۹- از پاسخ گو جهت ارزیابی استفاده نمی کند. بنابراین	۹- تاثیرات بر ترجیح ها پاسخ گوها را بر اساس

شخصیت‌ها(سن، جنس، تحصیلات، اقتصاد، فرهنگ) معلوم می‌کند.	نمی‌تواند به اختلافات در ترجیح‌ها و پسند دست پیدا کند.
۱۰- قابل تکرار، تهیه و تدارک نمونه کافی است، ترجیح‌ها که تعیین می‌شوند باید در مطالعات مختلف ثابت باشند.	۱۰- غیرقابل تکرار است، با افراد متفاوت نتایج متفاوت دارد
۱۱- عینی بودن و قتل تکرار بودن، نتایج دانش را گسترش می‌دهد و نسبتاً برای یک جامعه دایمی است.	۱۱- ذهنی بودن و غیرقابل تکرار بودن نتایج ممکن است زیر سؤال رود و کاربرد کوتاه‌مدتی داشته باشد.
۱۲- توانایی پیش بینی تاثیر تغییرات مناظر بر کیفیت آن	۱۲- در پیش‌بینی کارایی ندارد(به جز حالات عمومی)

مأخذ: Lothian, 1999

می‌توان گفت بین کیفیت درونی منظر و کیفیت موجود در چشم بیننده در راستای احساس آرامش روانی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. عملکردهای زیباشناسانه زمانی می‌تواند در جنبه‌های کالبدی خود موثر واقع شود که به ابعاد روان‌شناسانه توجه ویژه نشان داده شود. کیفیت منظر در چشم بیننده یا دیدگاه روان‌شناسانه بیش تر بر مباحث عینی و قابل تکرار تاکید دارد. این پارادایم بیش تر در اندیشه ترجیح انسان‌ها و همچنین مباحث زیباشناسانه در حوزه‌ی روان‌شناسی است تا از این طریق بتواند زمینه‌ی لازم برای برنامه‌ریزی در راستای آرامش فکری و روانی را برای شهروندان مهیا سازد.

۱-۳- پیشنهاد تحقیق

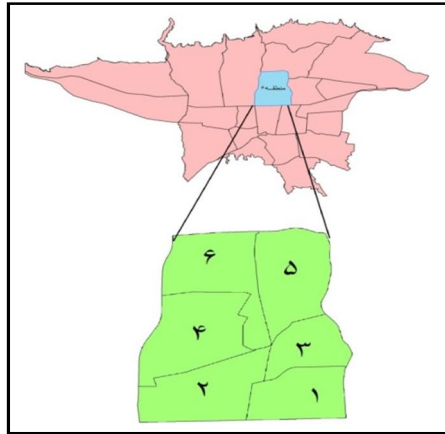
توجه به مقوله‌ی زیبایی یکی از مهم ترین مباحث در زندگی بشر بوده است. اولین کسی که به زیبایی‌شناسی به طور غیرمستقیم اشاره کرده افلاطون است. از نظر وی نظمی مابعدالطبیعی و اخلاقی بر جهان حاکم است که فیلسوف باید آن را از طریق تفکر عقلانی کشف کند و هنر هنگامی ارزش حقیقی دارد که این نظم را دقیقاً نشان دهد یا به ما کمک کند که در جریان آن قرار گیریم(کلی، ۱۳۸۳). این مقوله در ایران یکی از مباحث گمنام و بسیار کم‌ارزش در مباحث طراحی شهری بوده و تحقیقات بسیار اندکی در این ارتباط و خصوصاً در زمینه آرامش روحی و روانی شهروندان انجام پذیرفته است.

زمانی‌فرد(۱۳۸۹) در تحقیق «مدیریت منظر شهری- معطوف به ارتقاء هویت بصری» سعی در مطالعه ارتباط منسجم و منطقی بین منظر شهری در راستای زیباسازی و ارتقاء هویت

بصری داشته و توجه به مباحث هویتی و ویژگی‌های درونی فرد را برای مدیریت بهینه منظر و زیباسازی بسیار اساسی می‌داند. رجبعلی (۱۳۹۱) در پژوهش «اصول عمومی در رهنمودهای طراحی شهری جهت ارتقاء کیفیت سرزندگی با رویکرد مناسب سازی»، به مطالعه عرصه‌های عمومی تنزل یافته و با کیفیت پایین در راستای سرزندگی نوین پرداخته و سعی در برقراری تعاملات انسانی و مکانی پویا با این اماکن داشته است. از این نظر ارتقای کیفیت سرزندگی از طریق بهبود طراحی شهری بسیار مهم بوده و موجب افزایش بازدهی و شادابی در میان شهروندان می‌شود. جعفریان و خیرخواه (۱۳۹۱)، در پژوهش ارائه‌ی رویه‌ی نظام‌مند انتخاب مشاور با هدف تدوین برنامه‌ی استراتژیک در مدیریت شهری، مطالعه‌ی موردی: سازمان زیباسازی شهر تهران، به مطالعه‌ی شاخص‌ها و زیرشاخص‌های اختصاصی و عمومی در سطح تهران پرداخته و با ارائه‌ی یک الگو و ایده‌ی نظام‌مند، راهکار کاهش ریسک انجام پروژه را پیشنهاد می‌دهند.

۱-۴- محدوده مورد مطالعه

منطقه‌ی ۶ به لحاظ موقعیت جغرافیایی در حوزه‌ی مرکزی شهر تهران واقع شده که از سمت شمال به منطقه سه، از شرق به منطقه هفت، از جنوب به مناطق ده، یازده و دوازده و از غرب به منطقه‌ی دو محدود می‌شود. بر اساس تقسیم‌بندی شهرداری در سال ۱۳۸۴، این منطقه با مساحتی معادل ۲۱۳۸/۴۵ هکتار حدود ۳/۳ درصد از سطح شهر را شامل می‌شود که بزرگ‌ترین ناحیه آن ۴ با وسعتی معادل ۷۹/۴۷۰ هکتار و کوچک‌ترین آن ناحیه ۳ با سطحی برابر با ۷/۲۴۲ هکتار است (گیوه‌چی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۵۳). این منطقه یکی از مناطق نسبتاً قدیمی شهر تهران به حساب می‌آید که در مرکز شهر قرار دارد. مهم‌ترین کاربری‌های اداری - خدماتی با مقیاس عملکردی شهری، فرامنطقه‌ای و حتی ملی در این منطقه قرار دارد. همچنین یکی از قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین محورهای شمالی - جنوبی تهران؛ خیابان ولیعصر از مرکز ثقل این منطقه عبور می‌کند.



شکل ۱: محدوده‌ی مورد مطالعه (منطقه‌ی ۶ تهران)

۱-۵- روش تحقیق

با توجه به نوع نگرش در پیشبرد این تحقیق از روش توصیفی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها به صورت اسنادی، میدانی و هم بستگی استفاده شده است. استفاده از روش مشاهده مستقیم و روش پیمایشی چون تهیه پرسش‌نامه و مصاحبه رودررو و تبادل اطلاعات با کارشناسان نیز برای تکمیل اطلاعات بخش دیگری از مطالعات را شامل می‌شود. بر اساس مدل SWOT نوع پرسش‌نامه بر اساس عوامل درونی و بیرونی تدوین و انتخاب بهترین استراتژی از طریق مدل ANP انجام شده است. در نهایت از مجموع تمام محاسبات و استراتژی نهایی برای منطقه، نتیجه‌گیری نهایی برای بهبود وضع موجود انجام پذیرفته است.

مدل SWOT اساساً یک ابزار برنامه‌ریزی استراتژیک و متداول‌ترین روش برای ارزیابی استراتژیک بر مبنای نقاط ضعف و قوت و فرصت و تهدید می‌باشد که در حقیقت تحلیل سیستماتیک در داخل و خارج محیط را برای بهره‌برداری بهینه انجام می‌دهد (Home - Haacke, L.2001). بدین منظور برای معیارهای اصلی این تحقیق که در حقیقت عوامل درونی و بیرونی را شامل می‌شود زیرمعیارهایی از طریق پرسش‌نامه مطرح و بر اساس استانداردهای مشخص نمونه‌گیری خصوصاً کوکران در ۶ ناحیه‌ی موجود در منطقه توزیع گردیده است. از آن جا که توجه به عوامل ضعف و تهدید به نسبت عوامل قوت و فرصت نمود بیش تری دارد لذا تکیه اصلی تحقیق حاضر نیز شناسایی کمبودها در مرحله اول و تاکید به داشته‌ها در مرحله دوم می‌باشد.

۲- مباحث و یافته‌های پژوهش

در راستای شناسایی مباحث بنیادین در محدوده مورد مطالعه، تعیین مهم ترین عوامل درونی و بیرونی با بهره‌گیری از توزیع پرسش نامه و الگوی توسعه و طرح تفصیلی منطقه ۶ انجام پذیرفت. این عوامل موجب می‌شود که چشم‌انداز، اهداف و راهبردهای نهایی برای پیشبرد عملکردهای زیباشناسانه برای دستیابی به آرامش روحی و روانی در منطقه فراهم گردد. مجموع مطالعات و یافته‌های اساسی در این زمینه در جدول شماره تنظیم گردیده است.

جدول ۲: مهم ترین عوامل زیباشناسانه بر اساس شاخص های SWOT در منطقه ۶

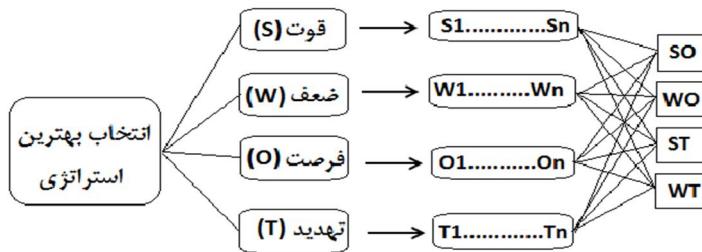
ابعاد		نوع تاثیر	ابعاد		عوامل درونی
O1	فرصت طراحی‌های محیطی خصوصا در شرایط توپوگرافی شمال منطقه	فرصت (O)	S1	وجود کاربری‌های پر تعامل، متنوع و فضای سبز برای زیباسازی	قوت (S)
			S2	تنوع توپوگرافیک موجود در منطقه	
			S3	هویت در بافت تاریخی و پیوند با خاطرات مردم منطقه	
			S4	بالا بودن بودجه مربوط به امور عمرانی و زیباسازی	
			S5	وجود فرم هندسی بسیار منظم در ساختار منطقه	
			S6	جمع آوری مکانیزه پسماندهای شهری و سیستم مناسب فاضلاب	
			W1	تخریب و تضعیف بعضی از فضاهای فرهنگی از جمله سینماها	
T1	بخشی بودن نظام برنامه‌ریزی برای عملکردهای زیباشناسانه	تهدید (T)			
T2	ضعف مدیریت شهری در مقابله با وندالیسم				
T3	گرایش به افزایش تراکم فعلیتی و ساختمانی				
T4	بالا بودن میزان جمعیت شناور و افزایش ضریب فرسودگی بافت‌ها				

مأخذ: یافته‌های تحقیق، سال ۱۳۹۲

نگاهی اجمالی به مباحث فوق تاثیرپذیری شدید منطقه را از عوامل ضعف و فرصت به خوبی نشان می‌دهد لیکن ممکن است دید کارشناسانه یک محقق در کنار نتایجی که از

پرسش نامه حاصل می‌شود و مهم‌تر از آن تفاوت اهمیت معیارها و زیرمعیارها، استراتژی‌های متفاوتی را برای توسعه‌ی آتی یک محله ترسیم نماید. از این رو با مدد از مدل ترکیبی SWOT ANP - مراحل یافتن استراتژی موثر در محله شرح داده می‌شود. گفتنی است به دلیل تعداد اندک ارتباطات در درون شبکه ANP از روش پیشنهادی یوکسل^۱ و داگدوین^۲ (۲۰۰۷) استفاده شده است.

۳-۱- در مرحله اول معیارها و زیرمعیارها به صورتی در می‌آیند که بتوان آن‌ها را در مدل ANP نشان داد. هدف تعیین بهترین استراتژی می‌باشد که برای رسیدن به آن معیارها و زیرمعیارها مورد طبقه‌بندی قرار گرفته و در آخر نیز ۴ استراتژی معین برای مقایسه دوجه دویی قرار می‌گیرد تا وزن نهایی هر کدام مشخص گردد. گفتنی است برای این مقایسه دوجه دویی نه مقیاس بلکه اهمیت یک فاکتور نسبت به فاکتور دیگر سنجیده می‌شود (Tung, 1998 : 123-128)



شکل ۲: چارت مدل ANP برای انتخاب بهترین استراتژی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، سال ۱۳۹۲

۳-۲- مرحله‌ی دوم این است که با علم به این موضوع که عوامل سوات هیچ وابستگی باهمدیگر ندارند مقایسه دوجه دویی انجام پذیرد (WI). انجام این کار از طریق کارشناسان مربوط به منطقه و گروهی از اهالی معتمد منطقه که شناخت کافی به آن داشته و همچنین با بهره‌گیری از دید فنی انجام و نتایج آن در جدول شماره ۴ نشان داده شده است. گفتنی است در این ماتریس CR بیانگر ضریب ناسازگاری در انجام محاسبات بوده که با توجه به نتایج به دست آمده در نرم افزار Expert Choice و دقت بالای این نرم‌افزار در حل مسائل ماتریسی خصوصاً مقایسه دوجه دویی بسیار ناچیز و در حد بسیار قابل قبولی می‌باشد. از آنجا که نسبت سازگاری ۰/۱ و

^۱ -Yuksel

^۲ -Dagdeviren

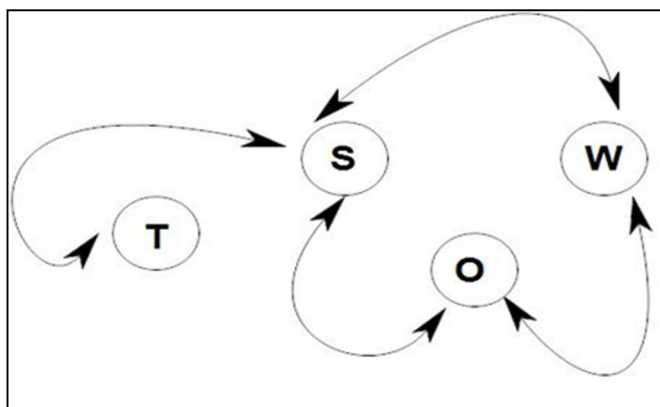
کم تر به عنوان نرخ سازگاری قابل قبول به شمار آمده و بالاتر از آن بیانگر ضریب خطای بالا در محاسبات دوجه دویی می باشد نتایج به دست آمده بسیار منطقی می باشد (جدول ۴).

جدول ۳. ماتریس شاخص های مربوط به SWOT با فرض عدم وابستگی

عوامل SWOT	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت ها	تهدیدها	درجه اهمیت عوامل SWOT
نقاط قوت	۱	۱.۲۵	۱.۷۸	۱.۸۷	۰.۲۲۰
نقاط ضعف		۱	۱.۳۶	۲.۴۳	۰.۲۸۱
فرصت ها			۱	۳.۱۲	۰.۳۸۱
تهدیدها				۱	۰.۱۱۸
CR=0.00026					

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

۳-۳- یکی از مهم ترین خصوصیات مدل ANP نسبت به AHP ارزیابی عوامل درونی ماتریس است و به گونه ای یک نوع نگرش برای جایگزینی سلسله مراتبی از طریق فرآیند شبکه ای است (Meade, 1999). این وابستگی برای محله مورد نظر نیز همانند شکل ۴ نشان داده شده است. از این طریق اهمیت نسبی معیارهای مختلف برای کنترل نقاط ضعف، قوت و فرصت ها بررسی می شود.



شکل ۴. ماتریس وابستگی درونی شاخص های SWOT

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۲

۳-۴- سپس ماتریس وابستگی درونی برای هریک از عوامل سوات محاسبه می‌شود. به دلیل شرایط خاص محله و شدت نقاط ضعف در کنار فرصت‌ها، ماتریسی برای تهدیدها نشان داده نمی‌شود.

جدول ۴. ماتریس وابستگی درونی شاخص‌های مربوط به SWOT با توجه به نقاط قوت

وزن	تهدیدها	فرصت‌ها	نقاط ضعف	نقاط قوت
۰.۴۰۶	۴.۴۵	۱.۳	۱	نقاط ضعف
۰.۴۹۷	۴.۸۵	۱		فرصت‌ها
۰.۰۹۷	۱			تهدیدها
CR=0/0032				

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

جدول ۵. ماتریس وابستگی درونی شاخص‌های مربوط به SWOT با توجه به نقاط ضعف

وزن	فرصت‌ها	قوت	نقاط ضعف
۰.۳۵۱	۱.۸۵	۱	قوت
۰.۶۴۹	۱		فرصت
CR=00			

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

جدول ۶. ماتریس وابستگی درونی شاخص‌های مربوط به SWOT با توجه به تهدیدها

وزن	نقاط ضعف	قوت	تهدیدها
۰.۴۱۷	۱.۴	۱	قوت
۰.۵۸۳	۱		ضعف
CR=00			

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

۳-۵- با توجه به این یافته‌ها، ماتریسی به نام W2 تشکیل می‌شود که در حقیقت نتیجه فرآیند ماتریس‌های وابستگی بوده و باید با جواب حاصل از ماتریس عدم وابستگی، ماتریسی با عنوان W factors تشکیل دهند.

$$W2 = \begin{matrix} S \\ W \\ O \\ T \end{matrix} \begin{bmatrix} 1.000 & 0.351 & 0.417 & 0.000 \\ 0.406 & 1.000 & 0.583 & 0.000 \\ 0.497 & 0.649 & 1.000 & 0.000 \\ 0.097 & 0.000 & 0.000 & 1.000 \end{bmatrix}$$

۳-۶- با توجه به ماتریس بالا برای محاسبه W factors خواهیم داشت:

$$W \text{ factors} = w_2 \times w_1 = \begin{bmatrix} 1.000 & 0.351 & 0.417 & 0.000 \\ 0.406 & 1.000 & 0.583 & 0.000 \\ 0.497 & 0.649 & 1.000 & 1.000 \\ 0.097 & 0.000 & 0.000 & 1.000 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 0.220 \\ 0.281 \\ 0.381 \\ 0.118 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0.239 \\ 0.296 \\ 0.395 \\ 0.069 \end{bmatrix}$$

۳-۷- مهم ترین مسأله آن است که اهمیت زیر شاخص های درونی سوات نیز محاسبه شود. بدین ترتیب وزن هر کدام از زیر شاخص های سوات بر اساس معیارهای قوت، ضعف، فرصت و تهدید محاسبه می شود.

جدول ۷. مقایسه دوجه دویی زیر شاخص های نقاط قوت

نقاط قوت	S1	S2	S3	S4	S5	S6	وزن
S1	۱	۱.۱۶	۱.۳۷	۱.۳	۱.۱۳	۲.۱۱	۰.۱۷۰
S2		۱	۱.۴۵	۱.۴۱	۱.۰۲	۱.۹۸	۰.۱۵۴
S3			۱	۱.۰۸	۱.۵۲	۲.۹۷	۰.۲۳۱
S4				۱	۱.۴۶	۲.۷۳	۰.۲۱۷
S5					۱	۱.۸۲	۰.۱۴۹
S6						۱	۰.۰۷۹
CR=0/0018							

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

جدول ۸. مقایسه دوجه دویی زیر شاخص های نقاط ضعف

نقاط ضعف	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	وزن
W1	۱	۱.۵۳	۲.۲۱	۲.۴۸	۲.۰۱	۱.۸	۱.۸۸	۰.۰۸۴
W2		۱	۲.۹۹	۳.۲	۲.۵۱	۲.۱۲	۲.۲۷	۰.۰۶۳
W3			۱	۱.۳۱	۱.۲۸	۱.۵۱	۱.۳۴	۰.۱۹۰
W4				۱	۱.۴۲	۱.۸۳	۱.۵۸	۰.۲۲۶
W5					۱	۱.۲	۱.۱۵	۰.۱۶۰
W6						۱	۱.۱۳	۰.۱۳۲
W7							۱	۰.۱۴۵
CR=0/0016								

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

جدول ۹. مقایسه دوبه دویی زیر شاخص های فرصت‌ها

فرصت‌ها	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	وزن
O1	۱	۱.۱۶	۲.۲۶	۱.۳۲	۱.۲۸	۱.۴۵	۲.۷۳	۰.۱۸۳
O2		۱	۱.۹۷	۱.۴۱	۱.۱۱	۱.۲۹	۲.۵۶	۰.۱۶۳
O3			۱	۲.۶۹	۱.۸۷	۱.۶۷	۱.۷۴	۰.۰۸۶
O4				۱	۱.۵۹	۱.۸۵	۳.۲۳	۰.۲۲۹
O5					۱	۱.۱۵	۲.۲۵	۰.۱۴۷
O6						۱	۲.۰۵	۰.۱۲۹
O7							۱	۰.۰۶۳
CR=0/0019								

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

جدول ۱۰. مقایسه دوبه دویی زیر شاخص های تهدیدها

تهدیدها	T1	T2	T3	T4	وزن
T1	۱	۱.۳۷	۱.۹۴	۲.۱۸	۰.۱۷۴
T2		۱	۲.۲۱	۲.۴۲	۰.۱۴۱
T3			۱	۱.۳۸	۰.۳۰۶
T4				۱	۰.۳۷۹
CR=0/0041					

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲

۳-۹- با توجه به یافته‌های بالا و امتیاز حاصل شده برای اولویت‌های معیار و زیرمعیار، ارجحیت کلی برای تمام ۲۴ ماتریس مورد نظر محاسبه می‌گردد. همچنین امتیازات ستون آخر نیز به عنوان نتیجه اولیه حاصل از مدل سوات و راهنمایی برای مقایسه‌ی دوبه دویی کاربرد داشته، لیکن برای مدل ANP از آن استفاده نشده است.

جدول ۱۱. ارجحیت کلی زیرمعیارها در SWOT

امتیازات	ارجحیت کلی زیرمعیارها	اولویت زیر معیارها	اولویت معیار	زیر معیارها	معیارها	
۶۶	۰.۰۴۰	۰.۱۷۰	۰.۲۳۹	S1	Strength نقاط قوت	عوامل درونی
۶۱	۰.۰۳۶	۰.۱۵۴		S2		
۷۵	۰.۰۵۵	۰.۲۳۱		S3		
۷۳	۰.۰۵۱	۰.۲۱۷		S4		
۶۰	۰.۰۳۵	۰.۱۴۹		S5		
۴۹	۰.۰۱۸	۰.۰۷۹		S6		
۵۹	۰.۰۲۴	۰.۰۸۴	۰.۲۹۶	W1	Weakness نقاط ضعف	
۵۵	۰.۰۱۸	۰.۰۶۳		W2		
۶۷	۰.۰۵۶	۰.۱۹۰		W3		
۶۹	۰.۰۶۷	۰.۲۲۶		W4		
۶۵	۰.۰۴۷	۰.۱۶۰		W5		
۶۳	۰.۰۳۹	۰.۱۳۲		W6		
۶۴	۰.۰۴۳	۰.۱۴۵		W7		
۸۴	۰.۰۷۲	۰.۱۸۳	۰.۳۹۵	O1	Opportunity فرصت ها	
۸۳	۰.۰۶۴	۰.۱۶۳		O2		
۷۴	۰.۰۳۴	۰.۰۸۶		O3		
۸۷	۰.۰۹۰	۰.۲۲۹		O4		
۸۲	۰.۰۵۸	۰.۱۴۷		O5		
۸۱	۰.۰۵۱	۰.۱۲۹		O6		
۶۳	۰.۰۲۵	۰.۰۶۳		O7		
۷۰	۰.۰۱۲	۰.۱۷۴	۰.۶۹	T1	Threats تهدیدها	
۶۸	۰.۰۰۹۷	۰.۱۴۱		T2		
۸۱	۰.۰۲۱	۰.۳۰۶		T3		
۸۳	۰.۰۲۶	۰.۳۷۹		T4		

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۲.

۳-۱۰- و در پایان محاسبه وزن نهایی استراتژی‌های جایگزین با توجه به زیرعوامل کلی تعیین می‌شود. تمامی زیرعوامل از طریق مقایسه دو به دو با استراتژی‌های جایگزین در

محیط Expert Choice انجام پذیرفته و بردار ویژه ای به تعداد ۲۴ ستون برای هر سؤال محاسبه گردیده است. در نهایت از ضرب $W_4 \times W_G$ استراتژی نهایی تعیین می‌شود.

$$\begin{bmatrix} 0.363 & 0.161 & 0.265 & 0.272 & 0.141 & 0.136 & 0.189 & 0.151 & 0.184 & 0.259 & 0.186 & 0.287 \\ 0.241 & 0.196 & 0.316 & 0.279 & 0.216 & 0.210 & 0.247 & 0.216 & 0.227 & 0.316 & 0.230 & 0.258 \\ 0.217 & 0.234 & 0.234 & 0.240 & 0.276 & 0.283 & 0.222 & 0.249 & 0.266 & 0.224 & 0.320 & 0.243 \\ 0.178 & 0.408 & 0.184 & 0.209 & 0.367 & 0.371 & 0.341 & 0.379 & 0.323 & 0.202 & 0.263 & 0.212 \\ 0.165 & 0.271 & 0.183 & 0.241 & 0.307 & 0.231 & 0.239 & 0.324 & 0.177 & 0.171 & 0.101 & 0.149 \\ 0.237 & 0.320 & 0.242 & 0.289 & 0.260 & 0.347 & 0.284 & 0.260 & 0.208 & 0.237 & 0.185 & 0.208 \\ 0.359 & 0.229 & 0.356 & 0.270 & 0.228 & 0.238 & 0.252 & 0.224 & 0.281 & 0.271 & 0.188 & 0.255 \\ 0.239 & 0.179 & 0.218 & 0.199 & 0.205 & 0.185 & 0.226 & 0.192 & 0.334 & 0.321 & 0.526 & 0.388 \end{bmatrix}$$

$$W_{STRATEGIES} = \begin{bmatrix} SO \\ WO \\ ST \\ WT \end{bmatrix} = W_4 \times W_G = \begin{bmatrix} 0.269 \\ 0.371 \\ 0.167 \\ 0.193 \end{bmatrix}$$

در این ماتریس W_4 بردار مربوط به مقایسه های دوجه دویی و W_G وزن کلی عوامل فرعی می‌باشد. با توجه به مجموع محاسبات استراتژی WO یا استراتژی محافظه کارانه و تنوع بخشی به عنوان استراتژی نهایی انتخاب می‌شود.

۳- نتیجه گیری

زیباسازی با الگوها و معیارهایی سر و کار دارد که باید برای عموم پذیرفته و مطلوب باشد. از این مقوله به عنوان یک نیاز شهروندی یاد می‌شود که باید به درستی به آن پاسخ داده شود. استراتژی WO یا استراتژی محافظه کارانه و تنوع بخشی بر ضعف داخلی منطقه و فرصت‌های موجود برای بهبود شرایط آتی تاکید دارد. بدین ترتیب در کنار تقویت عوامل قوت و کاهش اثرات تهدید باید به ضعف داخلی و فرصت بیرونی بیش از همه توجه ویژه نشان داد. برای تقویت این استراتژی در منطقه مهم‌ترین موارد عبارتند از: نقش تندیس‌ها و نقاشی‌های دیواری در هویت‌سازی برای اماکن عمومی بسیار پررنگ می‌باشد و مدیران شهری از این نوع زیباسازی باید در جهت آرامش روحی و روانی اهالی استفاده نمایند. در این منطقه خصوصا راسته شمالی خیابان انقلاب معمولا ساختمان‌ها تلفیقی از الگوهای سنتی و استانداردهای مدرن را در بر می‌گیرند. در زیباسازی منظر باید به این نکته توجه ویژه نشان داد که معماری هر مکانی باید به گونه‌ای باشد که کاربردی، دوستدار محیط زیست، هویت‌مند و سازگار باشد. یکی از مهم‌ترین مقوله‌ها در حوزه زیباسازی توجه به فضای سبز موجود در منطقه است. پارک‌های شهری فضایی مناسب برای زیباسازی نیز در اختیار می‌گذارند و خوشبختانه اغلب

پارک های منطقه مانند ساعی و لاله با مبلمان شهری اعم از نیمکت، آبخوری، وسایل بازی، چراغ های روشنایی، سرویس بهداشتی، نمازخانه، ست های ورزش شهروندی، آب نما و... تجهیز شده اند. سرانه ی فضای سبز در این منطقه از ۱۸/۲ مترمربع در ناحیه ۵ تا ۴/۶ در ناحیه ۳ متغیر است لیکن الگوی توزیع مکانی فضای سبز با نیاز شهروندان همانند اکثر مناطق تهران و حتی ایران همخوانی ندارد. این پارکها با وجود وسعت و ظرفیت پذیری بیش تر برای ساکنان منطقه ای و فرامنطقه ای به دلیل تراکم بیش تر جمعیت و کاهش دسترسی به امکانات تفریحی خصوصا در ساعات پایانی روز با تخریب و وندالیسم نیز رو به رو می شوند.

یکی از مهم ترین ضعف های داخلی در منطقه ساختمان های نوساز و قدیمی است که همسایه های نچسبی برای هم هستند و چنان کنار هم صف کشیده اند که نورگیر کوچک به حداقل رسیده است. هرچند این موضوع در منطقه ۶ نسبت به سایر مناطق جنوب تهران از شدت کم تری برخوردار است لیکن در برخی محلات این منطقه نیز متراژ پایین آپارتمانها به دلیل قیمت بالای املاک به قوطی کبریتی شبیه گردیده اند. در این زمینه می توان به راسته ی چهارراه ولیعصر تا میدان فردوسی اشاره کرد. در راستای زیباسازی منطقه باید به توالی منظر و عدم گسست فضایی توجه ویژه نشان داد. متراژ پایین و چسبندگی برخی مسکن غیر از برهم زدن زیبایی منظر و کاهش دریافت نور و هوا موجب دسترسی ضعیف یا همان عدم نفوذپذیری نیز می شود.

در حالی که نصب برچسب ها بر دیواره های شهری و در منازل طبق قانون ممنوع است و باید با متخلفان برخورد قضایی صورت گیرد. بنا به آمار، لوله بازکنی، تخلیه چاه و خدمات نظافت منزل در این نوع تبلیغات آلوده کننده رکورد دارند و جالب این که بسیاری از آنها نیز به صورت غیر مجاز فعالیت می کنند. در این زمینه می توان به شماره تماس های بسیار زیاد در در و دیوار ساکنان کوچه فرهنگ حسینی که سازمان حمایت از بیماران کلیوی در آن واقع شده اشاره نمود.

در کل می توان گفت زیباسازی فرصتی فراهم می کند تا از طریق تامین روشنایی، مبلمان شهری، تغییر کاربری اماکن متروک به اماکن تفرجگاهی و... نظارت عمومی بر این نقاط بیش تر شود و امنیت اجتماعی افزایش یابد. در این زمینه باید به مهم ترین شاخص های زیباشناسی که شامل راحتی محیط، دسترسی یا نفوذپذیری، تنوع و گوناگونی، خوانایی، نظم فضایی، توالی منظر، ادراک فضایی و نمابانی می باشد توجه ویژه نشان داد.

منابع و مأخذ:

- ۱- بل، س. ۱۳۸۲. منظر، الگو، ادراک و فرایند؛ ترجمه‌ی بهناز امین‌زاده، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران. ۴۴۰ صفحه
- ۲- بهزادفر، م.، ایلکا، ش. ۱۳۹۱. رویکردی تحلیلی بر تبارشناسی زیبایی‌شناسی شهری در تعامل با ساختار مدیریتی شهر: بررسی و پیمایش جهانی با ارائه راهکارهای راهبردی و اجرایی، دوفصلنامه مدیریت شهری ۳۰(۱۰): ۶۹-۹۰.
- ۳- توسلی، م. ۱۳۸۲. اصل ارتباط در طراحی شهری، فصلنامه هنرهای زیبا، ۱۴(۴): ۳۲-۳۹.
- ۴- جعفریان، م.، خیرخواه، ا.، ۱۳۹۱. ارائه‌ی رویه‌ی نظام‌مند انتخاب مشاور با هدف تدوین برنامه‌ی استراتژیک در مدیریت شهری، مطالعه‌ی موردی: سازمان زیباسازی شهر تهران، فصلنامه‌ی اقتصاد و مدیریت شهری، شماره اول، زمستان، ۳۶-۱۵.
- ۵- رجبعلی، م.، ۱۳۹۱. اصول عمومی در رهنمودهای طراحی شهری جهت ارتقای کیفیت سرزندگی با رویکرد مناسب سازی، پایان نامه کارشناسی ارشد شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۶- عبدالستار، ع. ۱۳۷۶. مدینه اسلامی، ترجمه علی چراغی، چاپ اول، انتشارات امیرکبیر، ۲۳۴ صفحه.
- ۷- کلانتری، ح.، اخوت، ه. ۱۳۹۰. برنامه‌ریزی منظر شهری، انتشارات فرهنگ، هنر و معماری جهاد دانشگاهی، تهران. ۳۹۱ صفحه.
- ۸- کلی، م. ۱۳۸۳. دایره المعارف زیبایی‌شناسی، ترجمه مه‌نیت علائی، چاپ دوم، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، ۴۹۷ صفحه.
- ۹- گروتز، ی. ۱۳۷۵. زیبایی‌شناسی دین، فصلنامه باغ نظر، ۲۴(۱۰): ۲۷-۱۶.
- ۱۰- متولی، م.، ۱۳۸۹. بررسی و سنجش کیفیت زیبایی در منظر شهری بر اساس مفهوم دیدهای متوالی، نمونه‌ی موردی: مسیر گردشگری دارآباد تهران، دو فصلنامه‌ی آرمانشهر، شماره ۵، پاییز و زمستان. ص ۱۳۹-۱۲۳.
- ۱۱- مرتضایی، س. ۱۳۷۶. رهیافت‌هایی در طراحی مبلمان شهری، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی طراحی صنعتی، دانشکده‌ی هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ۱۹۶ صفحه.
- ۱۲- مهدی نژاد، ج.، صبری، ر.، دماوندی، م.، جوانه عباس‌پور، ا. ۱۳۹۱. طراحی معماری با تکیه بر تعامل زیبایی و عملکرد در طبیعت، دوفصلنامه هویت شهر، ۱۰(۶): ۶۶-۵۹.
- ۱۳- نقی‌زاده، م. ۱۳۸۷. شهر و معماری اسلامی، چاپ اول، انتشارات مانی، ۵۸۰ صفحه.

۱۴- نیوتن، ا. ۱۳۶۶. معنی زیبایی، ترجمه پرویز مرزبان، چاپ اول، انتشارات علمی و فرهنگی، ۲۸۹ صفحه.

15- Alati, M., Curcio, L., Di Martino, R., Gerosa, L., Tresoldi, C. 2005. Form Natural Forms to Models, Nexus Network Journal, Vol.7, 1(1):343- 359.

16- Boyer, CH., 1994. The City of Collective Memory, MIT press, USA, 547 P.

17- Caudwell, C. H., 1974. Further studies On a Dying Culture, London, 530 P.

18- Home – Haacke, L. 2001. Using SWOT for Project Planning Sessions, PN.3, Hughes. A. Tourism as sustainable Industry in the Rural Community of arising, West Scotland, MSc Thesis, Napier University. 276 P.

19- Isaacs, A., 2008. Self-Organization Architecture: Design Through Form-Finding Methods, Georgia Institute of Technology. 274 P.

20- Kaplan, R., Kaplan, S. 1991. The Experience of Nature: A Psychological Perspective, Cambridge University, Cambridge, Uk, 186 P.

21- Lothian, A. (1999), Landscape and the philosophy of aesthetics: is landscape quality inherent in the landscape or in the eye, 367 P.

22- Millet, J., 1954, Gleaner, New York, 293 P

23- Tung, S.L. and Tang. S.L. 1998. A comparison of the Saaty's AHP and modified AHP for right and left eigenvector inconsistency, European Journal of Operational Research, 106(29): 123-128.

24- Yuksel, Ihsan & Metin, Dagdeviren .2007. Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis- A case study for a textile firm, information sciences.: an International Journal, V.176 3(37): 237-262