

عنوان مقاله:

تحلیل توزیع فضایی و ارایه مدل سازی و مکان گزینی نصب بیلوردهای تبلیغاتی با استفاده از منطق فازی Fuzzy Logic و GIS مطالعه موردی منطقه یک تهران

محل انتشار:

دومین همایش ملی کاربرد مدل های پیشرفته تحلیل فضایی (سنجش از دور و GIS) در آمایش سرزمین (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

راضیه هداوند - دانشجوی کارشناسی ارشد، سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

علی اکبر جمالی - استادیار، سنجش از دور و آبخیزداری، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران

علی سرکارگردکانی - استادیار، سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

وجود تابلوهای تبلیغاتی و محیطی، لازمه زندگی شهری است، به شرط آنکه به لحاظ جا و مکان نصب یا اندازه سطح کیفیت به شکلی مناسب و مطلوب همراه با کاربری به کار گرفته شود. منطقه یک تهران با توجه به ساختار ویژه که آمیزهای از شهرسازی مدرن و سنتی است و در سالهای اخیر آماج ساخت و سازهای فراوان بوده است و دارای بیشترین بیلوردهای تبلیغاتی در سطح شهر تهران است به علت تعداد زیاد این بیلوردها آلودگی بصری برای ساکنین ایجاد کرده است و همچنین قرار نگرفتن این بیلوردها در فواصل و عدم مکانگزینی مناسب، باعث شده است که از میزان تاثیر گذاری تبلیغات کاسته شود و همچنین شلوغی و بینظمی بصری را افزایش داده است. ابهامات بسیاری در حوزه های نظری و عملی و مهمتر از همه مکان گزینی مناسب پیرامون این پدیده وجود دارد که مانع از تحقق برنامه ریزیهای کارآمد و ساماندهی همه جانبه است. در جهت رسیدن به این هدف، سیستمهای اطلاعات جغرافیایی، برآورد محل نصب بیلوردهای تبلیغاتی و ارایه الگوی بهینه با استفاده از روش عضویت و همپوشانی فازی را مورد توجه قرار میدهد. در این پژوهش، به منظور تعیین مکان بهینه برای ایجاد بیلوردهای تبلیغاتی، بعد از گردآوری داده های مکانی و نقشه های موجود و تشکیل پایگاه اطلاعاتی در محیط Arc GIS برای سیستم فازی، با وزندهی مناسب و روی همگذاری این لایه های طبقه بندی شده مکانهای موجود مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت نقاطی که درجهی تناسب آنها خیلی خوب بوده اند برای ایجاد بیلوردهای تبلیغاتی انتخاب شدند. با توجه به تحلیل های انجام شده بر روی نقشه های تولید شده، فقط 30 درصد از بیلوردها در مکان صحیح نصب شده است و میتوان 9 مکان مناسب با توجه به نقشه همپوشانی با تابع عضویت گاما 0/9 پیشنهاد داد.

کلمات کلیدی:

بیلوردهای تبلیغاتی، مکانیابی، منطق فازی، GIS

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/749544>

