

طرح پیشنهادی برای تبلیغات

مقدمه

جغرافیای انتخابات از شاخه های جغرافیای سیاسی است که به مطالعه جنبه های جغرافیایی انتخابات مانند سازمان دهی فضایی انتخابات، تنوعات فضایی در الگوهای رأی گیری و تأثیر عوامل محیطی و فضایی در تصمیم های رأی دهندگان می پردازد. عواملی که به لحاظ موقعیتی، جغرافیایی و فضایی نوع تصمیم گیری های انتخاباتی را تحت الشعاع قرار می دهند، بسیار گسترده اند. مدیریت و برنامه ریزی مکانی انتخابات، از مباحث مهمی است که در دنیای معاصر اهمیت گسترده ای پیدا کرده است. امروزه فناوری های اطلاعات نقش مهمی در مدیریت انتخابات دارند. سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) به عنوان یک فناوری قدرتمند با قابلیت های منحصر به فرد برای ذخیره، تجزیه و تحلیل و تجسم اطلاعات مکانی می تواند نقش مهمی را در برنامه ریزی و مدیریت انتخابات ایفا کند.

در میان رشته های علوم انسانی، علم جغرافیا بویژه جغرافیای سیاسی توانایی های زیادی در شناخت نابرابری های ناحیه دارد. **تولد گرایش های نو** در جغرافیای سیاسی همچون جغرافیای انتخابات گواهی جهت مطالعه دقیق تر فضای سیاسی و پدیده انتخابات در سطوح ملی، ناحیه ای و کشف ارتباط، رفتارهای انتخاباتی، الگوهای رأی دهی و جغرافیای سیاسی احزاب با محیط جغرافیایی است. کشور ایران دارای پتانسیل های متنوع طبیعی و انسانی در مناطق مختلف کشور می باشد، لذا الگوهای رفتاری خاصی نسبت به مسئله انتخابات در مناطق مختلف مشاهده می شود. از لحاظ قلمرو حوزه های انتخاباتی، انتخابات در داخل حوزه های انسانی و طبیعی قرار گرفته و متأثر از جریان های حادث شده در آن می باشند، به همین دلیل کانون های ایستا و پویا در زمینه مشارکت انتخاباتی به میزان زیادی از **محله گرایی و قوم مداری بهره** می برند.

انتخابات بعنوان یک رفتار سیاسی، مبین مرتبه ای از مشارکت سیاسی است که هر جامعه و هر فردی در جامعه بر اساس فهم سیاسی خود در **محیط جغرافیایی** جهت حمایت، اصلاح و تغییر در آن شرکت می کند و بخشی از اراده مردم را در اداره امور به حکومت واگذار می نماید. در این فرایند عوامل موثری از جمله **اقوام مختلف** دخیل هستند که با شناخت دقیق تر اقوام ساکن می توان به بررسی عوامل مختلف مؤثر در نتایج انتخابات از جمله عوامل مؤثر بر رفتار رأی دهندگان پرداخت. این عامل در زمانها و مکانهای مختلف، تأثیرات متفاوتی بر نتایج انتخابات باقی می گذارد که بررسی و شناسایی آن هم برای حاکمان سیاسی کشور و هم برای احزاب و گروه های سیاسی مفید خواهد بود و می توان در برنامه ریزی های آینده انتخاباتی از نتایج آن استفاده کرد. نتایج نشان می دهد که تا چه حد اقوام در تصمیم گیری ها نقش داشته و این یعنی اینکه شهروندان و افراد جامعه هنوز به منفعتی فراتر از منافع قوم و طایفه برای خودشان متصور نیستند. در واقع جامعه هنوز به آن حد نرسیده که خیالشان بابت انگیزه های قومی راحت شده باشد و به سراغ انگیزه های فراتر و دراز مدت تر بروند.

نقش سیستم های اطلاعات جغرافیایی (GIS) در مدیریت انتخابات

سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) می تواند بخش مهمی از چاره سازی برای مسایل مربوط به مدیریت انتخابات باشد. اطلاعات یکپارچه، درست و به موقع، مهم ترین بخش از هر برنامه مدیریتی مهم و موفق می باشد. سیستم اطلاعات جغرافیایی این نوع اطلاعات را فراهم می کند. سیستم اطلاعات جغرافیایی می تواند نقش سازنده و مفیدی را در انتقال سریع اطلاعات ایفا کند. تصمیم گیری دقیق و صحیح نیازمند دسترسی هر چه بیشتر به اطلاعات جغرافیایی و آماری است و استفاده صحیح از اطلاعات

نیازمند سیستمی است که این مهم را تسهیل نماید. سیستم اطلاعات جغرافیایی پاسخگوی این نیاز است. اطلاعات منتج شده از GIS نقش بسیار مهمی را در مدیریت انتخابات ایفا می‌کند.

یکی از بزرگترین نقاط ضعف مدیریت انتخابات، عدم دسترسی و استفاده کاندیداها از اطلاعات صحیح و بهنگام در ارتباط با وضعیت حوزه انتخاباتی از حیث وسعت رای، افراد و متغیرهای تحت تاثیر، میزان منابع و امکانات موجود، منابع و امکانات مورد نیاز، راه‌ها و روش‌های ممکن جذب هوادار، فعالیت گروه‌های کاری مختلف ستاد انتخابات در منطقه و... است.

در این حوزه اطلاعات مکانی (GIS) یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین منابع مورد نیاز برای مدیریت، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری به شمار می‌رود. اهمیت این اطلاعات تا حدی افزایش یافته است که از آن به عنوان رکن چهارم در تصمیم‌گیری در کنار سه رکن دیگر یعنی زمان، هزینه و کیفیت یاد می‌شود.

در این راستا در ادامه طرح به معرفی تکنیک‌های تولید و جمع‌آوری داده‌های مکانی و نقش سیستم اطلاعات مکانی در حوزه انتخاباتی پرداخته شده است.

داده مکانی

بنا به تعریف، هر داده قابل نمایش در یک نقشه دارای سیستم مختصات یا اطلاعات مربوط به موقعیت، شکل عوارض جغرافیایی و ارتباط بین آنها که به طور رایج به صورت مختصات و توپولوژی ذخیره می‌شود، را داده مکانی می‌گویند. بطور مثال پراکندگی سن رای دهندگان می‌تواند به یک عدد در یک سیستم مختصات منتسب شود. این عدد به عنوان مختصات آن محل (در یک سیستم مختصات محلی یا جهانی) یک داده مکانی محسوب می‌شود.

سامانه اطلاعات جغرافیایی (GIS)

(GIS)، مجموعه‌ای متشکل از نرم افزار، سخت افزار، داده‌های مکانی و توصیفی، روش‌ها، و کاربران آن است. مزیت عمده (GIS) بر روش پایگاه داده‌ها و سایر نرم افزارهای رایانه‌ای گرافیکی توانایی انجام انواع تجزیه و تحلیل‌ها و پردازش داده‌های مکانی و توصیفی با هم و به طور یکجا می‌باشد. به عبارتی دیگر GIS، قادر است داده‌های مکانی و توصیفی را پس از پردازش به اطلاعات ارزنده و مورد نیاز کاربران تبدیل نماید.

تقریباً تمام نیازمندی‌های روزانه ما و پرسش‌هایی از قبیل کجا، چه وقت، چگونه و چرا، همگی بطور آشکار یا پنهان با موقعیت مکانی اشیاء یا اشخاص مربوط می‌گردند، به همین دلیل تهیه نقشه رقومی بخش اساسی (GIS) را تشکیل می‌دهد (GIS). در مدیریت حوزه انتخاباتی این امکان را فراهم می‌آورد تا کلیه داده‌های مکانی مربوطه به همراه فاکتورهای دخیل در یک بانک اطلاعاتی واحد که دارای یک سیستم کامپیوتری برای داده‌های رقومی است، ذخیره گردد.

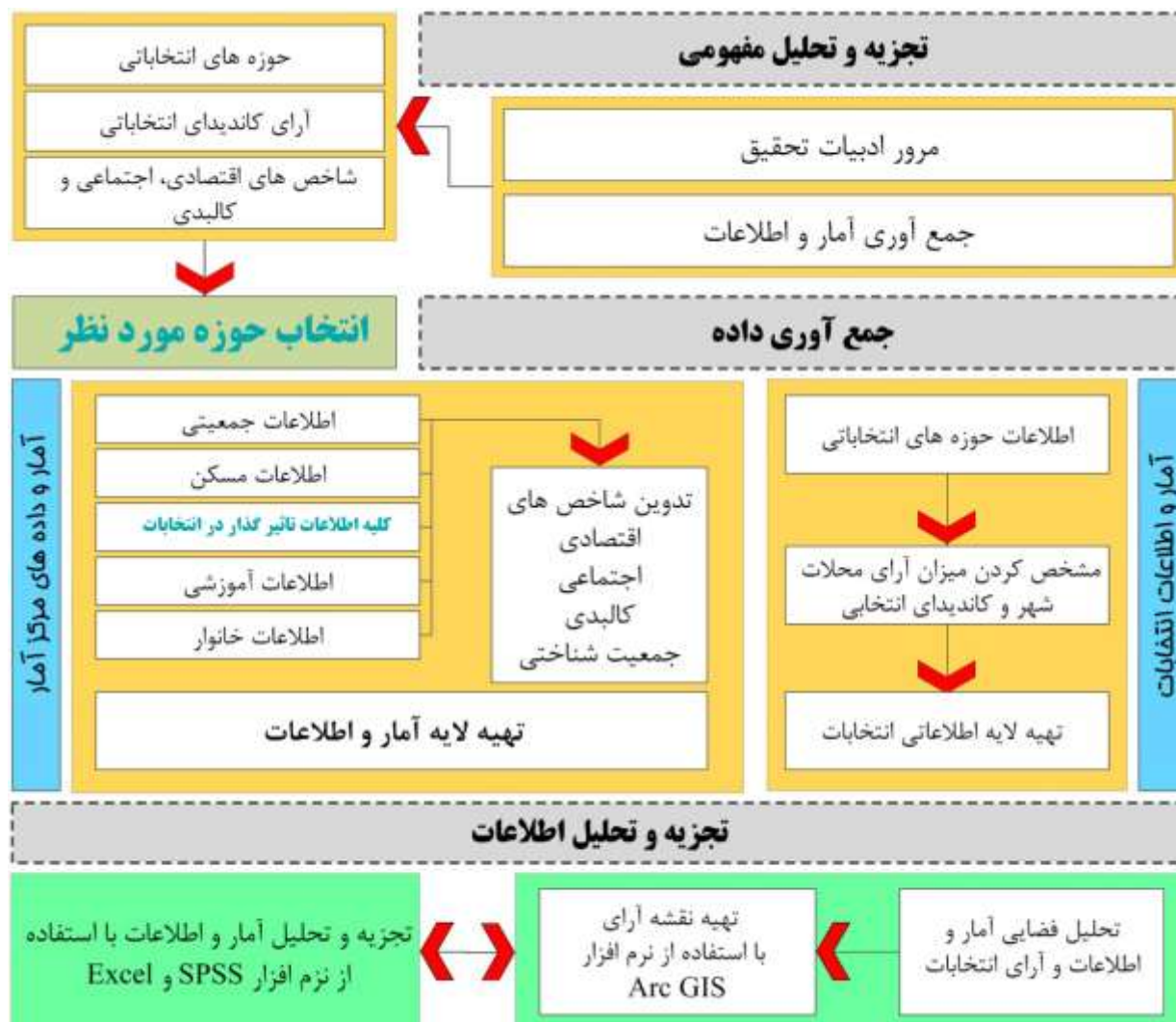
مراحل اجرای طرح :

۱- تحقیق در حوزه انتخابات بر اساس پیوست تحلیل هدف گیری رأی دهندگان

۲- تهیه لایه‌های GIS از اطلاعات مورد نیاز بر اساس پهنه بندی حوزه‌های انتخابات

۳- تهیه پک اطلاعاتی بر اساس نتایج حاصل از مرحله GIS

تهیه لایه های Gis از اطلاعات مورد نیاز بر اساس پهنه بندی حوزه های انتخابات



مراحل انجام کار

- ۱- تقسیم شهر شیراز به ۱۵۰۰ قطعه بر اساس میناگین هر محله ۳ بخش
- ۲- مشخص کردن محل صندوق ها بر اساس بند ۱
- ۳- تهیه لیست سر شاخه ها بر اساس موضوع (پرسنل ، کارکنان پسماند - فضای سبز ، ساختمان های پرتراکم و)
- ۴- انتقال اطلاعات به لایه های GIS
- ۵- تهیه سایت هواداری جهت کاهش هزینه های تبلیغات
- ۶- تهیه بانک اطلاعات شماره های بند ۲
- ۷- تولید محتوای مناسب در سایت هواداری بر اساس اطلاعات بند ۱
- ۸- تهیه های بسته های تبلیغاتی بر اساس بارکد در بسته های (۲۰ ، ۳۰ ، ۵۰ و ۱۰۰ عددی)
- ۹- ارسال پیامک آدرس سایت هواداری و اطلاعات یوزر و پسورد با استفاده اطلاعات بند ۵
- ۱۰- رصد و نظارت دقیق اطلاعات

اطلاعات سایت هواداری

- ۱- ارسال اطلاعات مختص به هر شخص و سرشاخه
- ۲- آموزش سرشاخه ها و هواداران
- ۳- گزارش عملکرد هر کدام از هواداران
- ۴- تنظیم برنامه های توزیع اطلاعات طبق بند ۸ بالا
- ۵- مشخص کردن محدوده های جغرافیای گرافیکی هر شخص یا سرشاخه