



ISSN: 1817-6798 (Print)

Journal of Tikrit University for Humanities

available online at: www.jtuh.org/

**Researcher Nabris Talal Ahmeedi
Al.Hashami**

Prof.Dr.Naseef Jasim Aswad Sialm

/ University of Tikrit- College of Education

* Corresponding author: E-mail :
nibras.t.homaidi@st.tu.edu.iq

Keywords:
Announcement
Industrial
geographical analysis
ARTICLE INFO

Article history:

Received 4 Jan 2023
Received in revised form 17 Aug 2023
Accepted 17 Aug 2023
Final Proofreading 22 Sept 2023
Available online 30 Sept 2023

E-mail t-jtuh@tu.edu.iq

©THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER
THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Industrial Geographical Analysis for the Production of Advertising Types in Salah al- Din Governorate

A B S T R A C T

Advertising production and its types are among the creative industries with a civil function that do not appear in their functional form except in cities, and the urban space of the city includes a number of different industries and through their performance and the services they provide can contribute to the development of the spatial structure of the city because the industry in the city includes the basic pillar of the structure. It includes the industries within the urban space of the food, textile and chemical industries, and since the advertising industry is one of the industries that stems from individual creativity. The individual skill and talent that can be developed to earn money or wealth and create job opportunities through the production and exploitation of individual ownership, and creative industries are usually small projects, or between medium and small alike, so the types of advertising came commercial, social and political to show the size of this Industry in the governorate and the extent of its attraction by type.

© 2023 JTUH, College of Education for Human Sciences, Tikrit University

DOI: <http://dx.doi.org/10.25130/jtuh.30.9.2.2023.9>

التحليل الجغرافي الصناعي لإنتاج انواع الاعلان في محافظة صلاح الدين

الباحثة نبراس طلال حميدي الهاشمي/ جامعة تكريت/ كلية التربية للعلوم الانسانية

ا.د. نصيف جاسم اسود/ جامعة تكريت/ كلية التربية للعلوم الانسانية

الخلاصة:

يعد انتاج الإعلان وانواعه من ضمن الصناعات الابداعية ذات الوظيفة المدنية والتي لا تبرز بشكلها الوظيفي إلا في المدن ، ويضم الحيز الحضري المدينة عدداً من الصناعات المختلفة وعن طريق ادائها والخدمات التي تُقدمها يُمكن أن تسهم في تنمية البنية المكانية للمدينة لأنّ الصناعة في المدينة تشمل الركيزة الأساسية للبنية الاقتصادية للإقليم الذي تقوم به وتشمل الصناعات داخل الحيز الحضري للصناعات الغذائية والنسيجية والكيميائية ، وبما أنّ صناعة الإعلان من الصناعات التي تتبع من

الابداعية الفردية، المهارة ، والموهبة الفردية والتي يُمكنها أن تتطور لتجني المال أو الثروة وتخلق فرص العمل من خلال إنتاج واستغلال الملكية الفردية، وعادةً ما تكون الصناعات الابداعية عبارة عن مشروعاتٍ صغيرةٍ، أو بين المتوسطة والصغيرة على حد سواء ، لذا جاءت انواع الاعلان تجارية واجتماعية وسياسية لتبين حجم هذه الصناعة في المحافظة ومدى استقطابها حسب النوع.

الكلمات المفتاحية : التحليل الجغرافي/ الصناعي/ الاعلان/

المقدمة

تعد صناعة الاعلانات من الصناعات الحيوية والتقنية في دول العالم المتقدمة وذلك لدورها المهم في اعطاء السلع والبضائع صبغة جديدة وفق مادة اعلامية ، واستثمارها لمبالغ طائلة من رؤوس الاموال فهي تساعد فئات مختلفة من المجتمع ما بين الصناعة والسياسة والاجتماع وقد حقق نجاح وتطور كبير في هذه الصناعة ، اما صناعات الاعلانات في دول العالم الثالث لم تأخذ فرصتها ولم تحقق النجاح الكافي ومنهم العراق بشكل عام ومحافظة صلاح الدين بشكل خاص اذا نجد الاعلان لم يحظى بالاهتمام من قبل الحكومة ، وحتى البحوث والدراسات وما زالت محدودة ، وجاء البحث ليسلط الضوء على واقع صناعة الاعلان في محافظة صلاح الدين وفق مستوى الوحدات الادارية ومدى تباين انواع الانتاج الاعلاني فيها ، وقد ظهرت المشكلة وفق عدة تساؤلات هل الامكانيات الجغرافية ساهمت في تنوع صناعة الاعلان في محافظة صلاح الدين ، وما هو واقع التوزيع الجغرافي لصناعة الاعلان وانواعها ، حيث يهدف البحث الى معرفة العلاقات المتداخلة بين صناعة الاعلان وعامل التأثير في تنوع الاعلان والوصول الى نتائج تبين ذلك التنوع في كميات الاعلان التجاري ، وكميات الاعلان الاجتماعي ، وكميات الاعلان السياسي واقتراح الحلول المناسبة لمعالجتها وفق المتغيرات التي ساعدت على ذلك التنوع بينهما، اذ اعتمد البحث على المنهج التحليلي والمنهج الوظيفي كمسارات في خطوات البحث ، كما تم اعتماد ٢٠٢٢ كسنة اساس للوصول للنتائج وتحليلها وفق منهجية جغرافية الصناعة.

١ - التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان حسب نوع الاعلان لمحافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢

يُعد التوزيع الجغرافي لإنتاج الاعلاني حسب النوع نقطة بداية وعنصر أساسي في دراسة الجغرافية، اذ ادركنا حقيقة التنظيم والترتيب الناتج عن توزيع الظاهرات في المكان وفق نمط معين يجعل التباين في صناعة الإعلان في محافظة صلاح الدين على مستوى الأفضية ذو اهمية كبرى في ادراك

حجم تلك الصناعة حسب نوع الاعلان وحسب توفر عوامل توطن الصناعة ، مما يفسر البيئة الصناعية للمنطقة وفهم سلوك الظاهرة المختلفة، اذ تناولت الدراسة توزيع صناعة الإعلان من حيث التعرف على نموها وطبيعة انتشارها بين الأفضية، وحسب نوع الإعلان وتحليل أنماط التوزيع في أفضية محافظة صلاح الدين، كما تؤكد جغرافية الصناعة على مدى أهمية التوزيع والتباين الجغرافي من مكان إلى آخر للأنشطة والفعاليات الصناعية من حيث توطین تلك الفعاليات في مكان أو موقع معين دون آخر ، ويكون ذلك التوزيع حسب البيئة الصناعية الجغرافية للمنطقة أو المحافظة^(١) ، وتصنف الإعلانات في محافظة صلاح الدين وبحسب وحداتها الإدارية على أساس المطابع وتاريخ انشائها ونوعية المطبعة في الأفضية باستخدام الخرائط ، وتباين آثارها على التنمية الاقتصادية ومدى مساهمتها في التطور وزيادة الانتاج الاقتصادي ولأن هذه الاعلانات وبجميع اصنافها تساهم في تعزيز الانتاج الاقتصادي ومنها الاعلان التجاري، والاعلان الاجتماعي، والاعلان السياسي.

١-١ التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين :

يُعدُّ الإعلان التجاري أحد أهم الركائز للأنشطة الاقتصادية التي يستند عليها تقدم وتطور الصناعة لأنَّه يُعدُّ عاملاً فعالاً في مجال تسويق السلع الكثير من المشاريع ، إنَّ الإعلان التجاري يعد وسيلة وغاية اتصالية تؤثر في المتلقي ايجابياً وسلبياً ، فإنَّ كان الاعلان ناجحاً من الناحية التصميمية هذا يؤدي إلى تحقيق الأرباح^(٢)، وعن منطقة الدِّراسة فكان لهُ الدور الأكبر في تنمية صناعة الإعلان، لأنَّه يتميز بسرعة انتشاره في الرقعة الجغرافية ليصل إلى اكبر شريحة من المجتمع، مما يجعله أكثر جاذبية ، وينقسم الإعلان التجاري إلى عدة أقسام ومنها : (إعلانات فليكس ، وكذلك الأشكال والكلمات الضوئية والشاشات الضوئية، إضافةً إلى دفاتر الوصولات) إذ سجل قضاء تكريت هذا النوع من الإعلان بالمرتبة الأولى، إذ نستنتج من الجدول(١): المجموعة الأولى: التي كانت تضم أغلب الأصناف في الإعلان التجاري وهي من نصيب مطبعة نبض تكريت، مطبعة العراق ، مطبعة موج، مطبعة السلطنة ، مطبعة الصقر، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، إذ سجلت كل واحدة منها في اعلانات فليكس (٧٣١٠ ، ٢٩٤٠ ، ٢٣٠٠ ، ٢٢٩٦ ، ١٦٠٠ ، ٧٩٠)م^٢، أمَّا اعلانات الكلمات والأشكال الضوئية فقد كانت من نصيب مطبعة الصقر ، مطبعة موج، مطبعة العراق ، مطبعة نبض تكريت، مطبعة السلطنة ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، إذ سجلت كل واحدة منها (٥٤٠ ، ٥٢٠ ، ٢٧٠ ، ٢٦٠ ، ١٩٥ ، ١٤٥) م^٢ ، أمَّا اعلانات الشاشة الضوئية فقد كانت من نصيب مطبعة نبض تكريت، مطبعة موج، مطبعة السلطنة ، مطبعة الصقر ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، إذ سجلت كل واحدة منها (١٠٠ ، ٩٦ ، ٩٠ ، ٦٠ ، ٤٠) م^٢ ، إذ سجلت في الوصولات كل من مطبعة موج، نبض تكريت ، مطبعة العراق (٢٥٠٠ ، ١٢٠٠ ، ٩٠٠) م^٢ على التوالي ، أمَّا مطبعة السلطنة، مطبعة الصقر، مطبعة العرب للدعاية والإعلان،

لم يكن لها دور في دفاتر الوصولات، وهذا يدل على أنَّها هذه المجموعة من المطابع نمت ووطورت هذه الصناعة وتواكبت مع الحياة المعاصرة.

المجموعة الثانية: التي تضمنت صنفين من الإعلان التجاري إذ شملت كل من المطابع التالية شركة أبابيل ، تكريت براند، مطبعة الدقة ، إذ سجلت في الأشكال والكلمات الضوئية (٨٤٠، ٦٠٠، ٤٩٠)، م^٢ ، أمَّا الشاشات الضوئية فقد سجلت فيها شركة أبابيل ، تكريت براند، مطبعة الدقة (١٥٠، ١٢٠ ، ١٠٠) م^٢، وأنَّ هذه المطابع قد تخصصت فقط في هذه الصنفين من الإعلان التجاري لأنَّه ذات مردودات عالية، مما تعادل أرباح أصناف الإعلان التجاري، وكذلك تبين لنا أنَّ اعلانات دليز وديار، ومطبعة فكرة ، قد سجلت كل منهما في اعلانات فليكس إذ بلغت (١٦١٠، ٧٧٠) م^٢، وقد سجلت في الأشكال والكلمات الضوئية كل من مطبعة فكرة ، واعلانات دليز وديار (٢٤٠ ، ١٨٠) م^٢ ، وهذا يدل على أنَّ هذه المطابع بدأت بالتطور تدريجياً ودمج اصناف الصناعة القديمة مع الحديثة، وكذلك سجلت كل من مطبعة بيت الطباعة

جدول (١) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢

الوحدة الإدارية	اسم المطبعة	فليكس م ^٢	CNC م ^٢	شاشات ضوئية م ^٢	بلوتر	دفاتر وصالات
تكريت	قمة بغداد	١٤٣٠	-	-	-	٢٤٠٠
	بغداد	-	-	-	-	١٦٥٠
	القرطاس	٢٤٥٠	-	-	-	-
	موج	٢٣٠٠	٥٢٠	٩٦	-	٢٥٠٠
	مجمع قوس النور	٢٥٨٦	-	-	-	٤٧٣
	اعلانات دليز وديار	١٦١٠	١٨٠	-	-	-
	مطبعة الوليد	-	-	-	-	٣٤٤
	دار الابداع للطبع والنشر	-	-	-	-	٩٠
	قوس فرح	١٢٩٠	-	-	-	-
	السلطانة	٢٢٩٦	١٩٥	٩٠	-	-
	العراق	٢٩٤٠	٢٧٠	-	-	٩٠٠
	المهندس	٢٠٤٦	-	-	-	-
	شركة ابابيل	-	٨٤٠	١٢٠	-	-
	القادسية	١٨٢٤	-	-	-	-
	خالد	٩٠٠	-	-	-	١٣٠٠
	فكرة	٧٧٠	٢٤٠	-	-	-
	الرشيد	٧٦٠	-	-	-	-
	هوى بغداد	٤٨٠	-	-	-	-
	بيت الطباعة	٣٣٥٤	-	-	-	٣٠٠٠
	الدقة	-	٤٩٠	١٠٠	-	-
	يوسف	٣٨٠	-	-	-	-
	الصقر	١٦٠٠	٥٤٠	٦٠	-	-
	العرب للدعاية والاعلان	٧٩٠	١٤٥	٤٠	-	-
	مركز الضاد للخدمات	-	-	-	-	-

الباحث					
نبض تكريت	٧٣١٠	٢٦٠	١٠٠	-	١٢٠٠
مكتبة القلم	١١١٤٠	-	-	-	-
تكريت براند	-	٦٠٠	١٥٠	-	-
مطبعة جامعة تكريت	-	-	-	٣٠٠٠	٣٣٧٥
البيان	١٢٠٠	١٣٠	-	-	-
الهلال	٤٦٢٠	٦٠٠	٣٠	-	٦٠٠
النراء	٢٥٠٠	٢٤٠	١٨	-	٣٥٠٠
محمد نادر	٧٢٠	-	-	-	١٥٠
المحبة الحديثة	٣٦٠٠	١٥١	٦٠	-	٤٠٠
ابن الحسيني	١٥٠٠	٢٥٦	-	-	١٠٠٠
ميثرو	٨٤٠	١٤٤	١٢	-	-
السلطنة	٧٨٠	-	-	-	٧٩٠
بيجي	٩٠٠	-	-	-	-
الزهران	٦٠٠	-	-	-	١٣٧٠
الفرقان	٥٤٠	-	-	-	-
نور الهدى	٢٥٠٠	-	-	-	١٨٠٠
الأهلية	٣٣٦٠	-	-	-	-
مدرستي	٨٤٠	-	-	-	٥٣٠
الدجيل	٤٨٠٠	-	-	-	-
الابرار	٢٤٠٠	-	-	-	٥٠٠
مكتب الديوان	١٤٤٠	-	-	-	-
الخطاط مهند عطا	١٩٦٠	-	-	-	٦٨٥
بغداد للديكور	١٢٠٠	٣٤٤	-	-	-
الجامعة	١١٠٠	-	-	-	٢٦٦٠
الجوهرة	٨٢٠	١٤٤	-	-	١٤٤٠
ضلوعية	١٢٠٠	١٨٠	-	-	-
الجوهرة	٤٢٠٠	-	-	-	-
الدهمسي	٢١٦٠	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
المجموع الكلي للوحدات الادارية	٨٣٢١٠	٦٤٦٨	٨٧٦	٣٣٠٥٧	٣٠٠٠

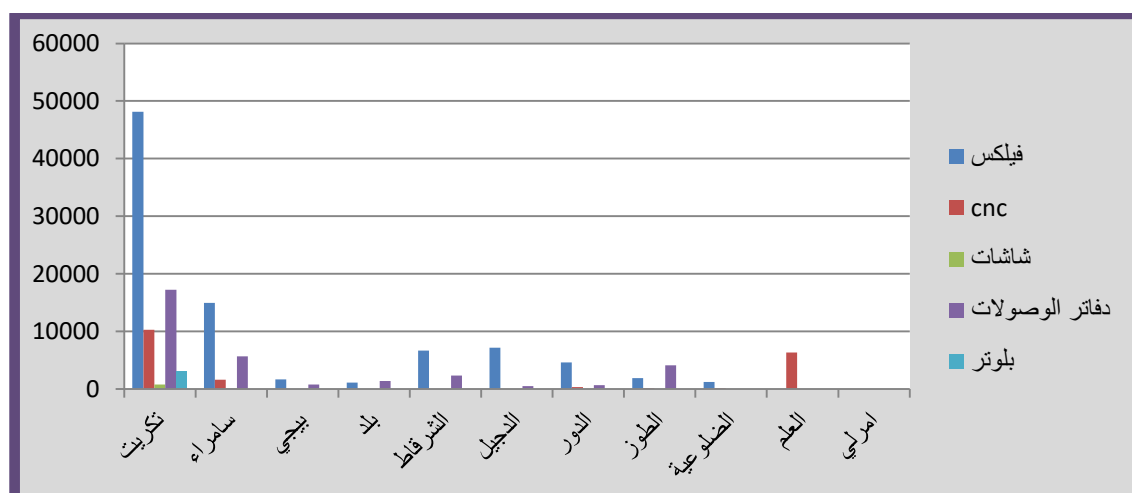
المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل (استمارة الاستبانة)

ومجمع قوس النور ومطبعة قمة بغداد ومطبعة خالد كل واحدة منها في اعلانات فليكس(٣٣٥٤ ، ٢٥٨٦ ، ١٤٣٠ ، ٩٠٠)م^٢، وكان لمطبعة بيت الطباعة ومطبعة قمة بغداد ومطبعة خالد ومجمع قوس النور نصيب في دفاتر الوصولات ، فقد بلغت (٢٤٠٠ ، ٣٠٠٠ ، ١٣٠٠ ، ٤٧٣) دفتر وصل ، وعدم قدرة بعض المطابع على استيعاب أجهزة الأشكال والكلمات والشاشات الضوئية، وكذلك تتوعدت بعض منها في انواع غير النوع التجاري.

المجموعة الثالثة: التي تضم صنف واحد من الإعلان التجاري ، وقد كانت من نصيب المطابع التالية (مطبعة القرطاس ، مطبعة قوس فرح، مطبعة القادسية، مطبعة المهندس، ومكتبة القلم ، ومطبعة الرشيد ، مطبعة هوى بغداد ، مطبعة يوسف، وهذه جميعها سجلت في اعلانات فليكس فقط إذ بلغت (٢٤٠٠ ،

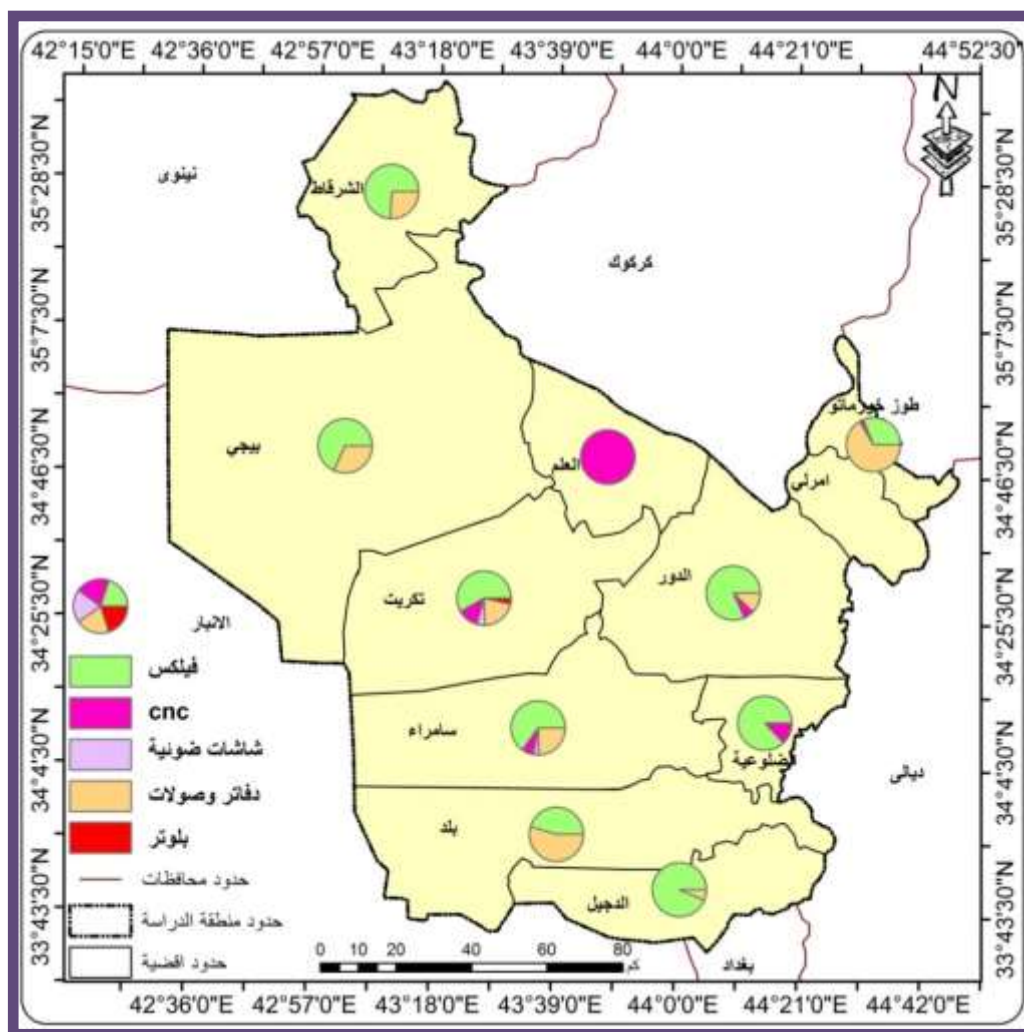
٢٠٤٦، ١٨٢٤، ١٢٩٠، ١١١٤، ٧٦٠، ٤٨٠، ٣٨٠) م^٢ على التوالي، وكذلك سجلت كل من (مطبعة بغداد، مجمع الوليد الطباعي، ودار الإبداع للطباعة والنشر) في دفاتر الوصولات (١٦٥٠، ٣٤٤، ٩٠) دفتر وصل، وهذا يعود سببه إلى رخص المواد الأولية لإعلانات فليكس والوصلات مما يزيد من الطلب عليها، وكذلك ان هذه المطابع لم تدخل الأجهزة الحديثة لقلّة وجود الخبرات الفنية، أمّا عن مطبعة جامعة تكريت التي كانت من ضمن القطاع العام التي تميزت عن باقي المطابع في محافظة صلاح الدين فقد كان لها دور في إنتاج إعلانات بلوتر إذ سجلت (٣٠٠٠) م^٢ هذا يدل على غلاء جهاز هذا الصنف من الإعلان التجاري، وكذلك سجلت الوصولات (٣٣٧٥) دفتر وصل، أمّا بالنسبة إلى مطبعة مركز الضاد البحثية فلم تسجل أي نسبة في الإعلان التجاري ويعود ذلك إلى التجائها إلى نوع آخر من الإعلان، كما جاء في الجدول (١) والمبين الشكل (١) وفي الخريطة (١)

شكل (١) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢



المصدر من عمال الباحثة بالاعتماد على معطيات جدول (١) .

خريطة رقم (١) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على الجدول (١) باستخدام برنامج Arc GIS ١٠.٣

ويأتي قضاء الدور بالمرتبة الثالثة في الإعلان التجاري ، إذ بلغ في اعلانات فليكس كل من ومطبعة الخطاط مهندس عطا ومطبعة مكتب الديوان ومطبعة بغداد للديكور (١٤٤٠، ١٩٦٠، ١٢٠٠) م^٢ ، وقد سجلت في الكلمات والأشكال الضوئية مطبعة بغداد للديكور (٣٤٤) م^٢ ولم تسجل المطابع الأخرى في الكلمات والأشكال الضوئية، وقد كان لمطبعة الخطاط مهند عطا دور في دفاتر الوصلات إذ سجلت (٦٨٥) دفتر وصل، ولم تسجل المطابع الأخرى في دفاتر الوصلات، إذ لم يكن هناك دور للمطابع في أصناف الإعلان التجاري، وهذا ما يدل على قابلية المطابع للتوسع في هذا المجال، وهذا يبين أنَّ القضاء بدء بالنمو المتدرج على حسب الطلب، فضلاً عن قابلية المطابع للتوسع في هذا المجال لأنَّه ذات سوق نشطاً نسبياً كون قضاء الدور يضم عدداً من المنشآت الأكاديمية وأهمها معهد التقني الدور الذي يضم

عدد من الأقسام والتخصصات الطبية والإدارية والتخصصات التكنولوجية التابعة إلى الجامعة التقنية الشمالية.

جاء قضاء الشرقاط بالمرتبة الرابعة في الإعلان التجاري وقد سجلت كل من مطبعة مدرستي مطبعة نور الهدى، مطبعة الأهلية، في اعلانات فليكس (٣٣٦٠ ، ٨٤٠، ٢٥٠٠)، وقد سجلت في دفاتر الوصولات كل من مطبعة نور الهدى ومدرستي (١٨٠٠، ٥٣٠) دفتر وصل، أمّا بالنسبة إلى الكلمات والأشكال والشاشات الضوئية فلم تسجل فيها نسبة، وبالرغم من أن قضاء الشرقاط قد اتى من بين الأقضية بالمرتبة الرابعة من حيث عدد المطابع، وعدد العاملين ، وكمية الإنتاج ورأس المال، لكن لم يعط نسبة في أصناف الإعلان التجاري المُستحدث، وهذا يُعَدُّ أنَّ القضاء من الأقضية القليلة التطور، فضلاً عن قربها من محافظة نينوى مما جعل سكانها يلتجئون إليها.

أما بالنسبة إلى قضاء الطوز الذي وقع في المرتبة الخامسة في الإعلان التجاري إذ سجل كل من مطبعة الجوهرة ومطبعة جامعة تكريت، في إعلانات فليكس (١١٠٠، ٨٢٠، م^٢)، أمّا الكلمات والأشكال الضوئية فقد سجلت مطبعة الجوهرة (١٤٤) م^٢، فيما سجل كل من مطبعتي الجامعة والجوهرة في دفاتر الوصولات (٢٦٦٠، ١٤٤) دفتر وصل، ويُعزى ذلك إلى أن سوق الطوز هو المُغذي إلى القضاء والمناطق المجاورة له، فضلاً عن استمرار الطلب على تلك الصناعة، مما جعل ذلك سبباً للنمو الصناعي المُستحدث في الإعلان التجاري.

سجل قضائي الدجيل وبلد المرتبة السادسة من الإعلان التجاري ، إذ شملت مطابع الدجيل كل من مطبعة الدجيل ، مطبعة الأبرار إذ بلغت اعلانات فليكس (٤٨٠٠ ، ٢٤٠٠) م^٢، وسجلت في دفاتر الوصولات مطبعة الأبرار (٥٠٠) دفتر وصل ، ولم تسجل أي نسبة في الوصولات لمطبعة الدجيل ، ولم يكن لمطابع القضاء دور بالنسبة إلى الأشكال والكلمات والشاشات الضوئية، إذ سجل قضاء بلد كل من مطبعة الزهراء ومطبعة الفرقان في اعلانات فليكس (٦٠٠ ، ٥٤٠) م^٢، وقد سجلت في دفاتر الوصولات (١٣٧٠ ، ٤٠٠) دفتر وصل ، كذلك لم يسجل أي نسبة في الكلمات والأشكال والشاشات الضوئية وهذا يُعزى سببه لضعف نشاط أسواقها قياساً بتكريت وسامراء، كذلك إنَّ مقومات إنشاء صناعة الفليكس ضعف مقومات انشاء اعلانات الأشكال والكلمات والشاشات الضوئية بسبب قلة الطلب عليه داخل هاتين القضائين، فضلاً عن كون قريهما من العاصمة بغداد وهذا أدى إلى توجه زبائن إعلانات الأشكال والكلمات والشاشات الضوئية إليها، فضلاً عن كون هذان القضاءان تأثرا بجوانب أمنية أثرت سلباً على أنشطتها الاقتصادية ومن ضمنها القطاع الصناعي والتجاري اللذان ينتميان إليهما في صناعة الإعلان.

فيما حصل قضائي العلم وبيجي على المرتبة السابعة من الإعلان التجاري : إذ سجلت مطبعتي قضاء العلم مطبعة الدهمشي ومطبعة الجوهرة على (٤٢٠٠ ، ٢١٦٠) م^٢ في اعلانات فليكس ولم تُعط دوراً في جميع الأصناف الأخرى.

أما قضاء بيجي الذي شمل كل من مطبعتي بيجي والسلطانة فقد بلغت اعلانات فليكس (٩٠٠، ٧٨٠ م^٢ ، وقد سجلت مطبعة السلطانة في دفاتر الوصولات (٧٩٠) دفتر وصل ، ولم تُسجل أي نسبة في الأشكال والكلمات والشاشات الضوئية، ويعود ذلك إلى أحد أهم أسبابها ضعف نمو صناعة الإعلان والنشاط فيهما يعود إلى عدة عوامل أهمها قربهما من قضاء تكريت الذي يدفع الزبائن إلى الذهاب إلى تكريت للحصول على عدد من البضائع التي تتميز بجودة الإنتاج ومنها صناعة الإعلان، فضلاً عن كونها تُعد من المدن التي بقت مضطربة أمنياً على الأغلب في فترة العقدين الماضيين، هذا السبب عمل على إضعاف الجوانب الإقتصادية لقطاعي التجارة والصناعة فيها.

أما قضاء الضلوعية جاء في المرتبة الأخيرة من بين الأقضية في الإعلان التجاري ، إذ سجلت مطبعة الضلوعية في اعلانات فليكس (١٢٠٠)م^٢، وكذلك سجل في الأشكال والكلمات الضوئية (١٨٠)م^٢، ولم يكن له دور في الأصناف الأخرى وهذا يعود إلى حداثة المطبعة وإدخال مجمل أجهزة صناعة الإعلان إليها ، مما جعلها تسجل نسبة في الإعلانات المُستحدثة.

١-٢ التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان الاجتماعي في محافظة صلاح الدين :

يُعد الإعلان الاجتماعي أبرز الدعائم الأساسية في المجتمع، لأنه يدرس سلوك الأفراد والجماعات واتجاهاتهم، وهذا يُعد مؤشراً ومقياساً مهماً لمعرفة مدى تطور المجتمع، فالضبط الاجتماعي هو التحكم في طريق الفعل الاجتماعي لأجل تحقيق رغبات البائع وطموحاته المشروعة بين أفراد المجتمع وتشجيع النشاطات التي تُساعد في تطوير التنظيم الاجتماعي^(٣).

ويتم التعرف على هذا من خلال التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان الاجتماعي في محافظة صلاح الدين من حيث الاعتماد على أصناف الإعلان الاجتماعي، وكان تحت هذا المُسمى تسميات كثيرة منها (الختم ، الدروع ، البطاقات ، الطباعة الحرارية) .

إن قضاء تكريت سجل المرتبة الأولى بالنسبة إلى الإعلان الاجتماعي، إذ نستنتج من الجدول (٢) والشكل (٢) والخريطة (٢) بأن مطابع الإعلان الاجتماعي في قضاء تكريت قسمت إلى مجاميع وكما يلي :

المجموعة الأولى: سجلت جميع اصنافها ومن ضمنها المطابع (مطبعة جامعة تكريت، مطبعة موج ، مطبعة العراق، مجمع قوس النور، مطبعة ومكتبة القلم، مطبعة نبض تكريت) إذ بلغت الاختتام (١٠٠٠ ، ٧٥٠ ، ٦٠٠ ، ٢٤٠ ، ١٨٠ ، ١٢٠) ختماً، وسجلت الدروع كل من مطبعة موج ، مطبعة جامعة تكريت، مطبعة العراق، مطبعة نبض تكريت ، مطبعة ومكتبة القلم، مجمع قوس النور (٥٠٠ ، ٣٧٠ ، ٣٥٠ ، ٢٠٠ ، ١٦٠ ، ١٥٠) درعاً. فيما سجلت البطاقات كل من مطبعة موج ، مطبعة جامعة تكريت، مطبعة نبض تكريت ، مطبعة العراق، مجمع قوس النور، مطبعة ومكتبة القلم (٥٠٠٠٠ ، ٤٠٠٠٠ ، ٢٠٠٠٠ ، ٧٠٠٠ ، ٥٥٠ ، ٣٠٠) درعاً ، وكذلك قد سجلت الطباعة الحرارية كل من

مطبعة موج ، مطبعة جامعة تكريت، مطبعة العراق، مطبعة نبض تكريت، مجمع قوس النور، مطبعة ومكتبة القلم (٢٠٠٠، ٤٠٠٠، ١٣٥٠، ١٢٥٥، ١٢٠٠، ١٥٠).

المجموعة الثانية : التي سجلت ثلاثة أصناف من الإعلان الاجتماعي ، وقد شملت كلاً من مطبعة قوس فرح ، قمة بغداد، مطبعة القرطاس ، مطبعة الصقر ، مطبعة مركز الضاد للخدمات البحثية ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان إذ سجلت الاختام في هذه المطابع (ما عدا مطبعة مجمع الوليد للطباعة إذ لم يكن لها دور في عمل الاختام) إذ بلغت (٤٨٠، ١٠٠، ١٠٠، ٧٥، ٦٠، ٢٥) ختماً ، وإذ سجلت الدروع في مطبعة قوس فرح ، مطبعة الصقر ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان ، مطبعة مركز الضاد للخدمات البحثية، مطبعة القرطاس ، مطبعة الوليد (٣٠٠، ١٦٠، ١٣٠، ٩٥، ٩٠، ٥٠) درعاً ، وسجلت البطاقات كل من مطبعتي (قمة بغداد ، ومجمع الوليد للطباعة) إذ بلغت (٣٠٠٠، ٤٠٠) بطاقة ، وكذلك حصلت جميع هذه المجموعة على نسب من الطباعة الحرارية والتي بلغت كل من مطبعة قوس فرح ، مطبعة الصقر،، قمة بغداد، مطبعة القرطاس ، مطبعة مركز الضاد للخدمات البحثية ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان ، مطبعة مجمع الوليد للطباعة (٧٥٠، ٦٨٠، ٥٦٠، ١٩٠، ١٦٠، ١٣٥، ١١٠)

جدول (٢) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان الاجتماعي لمحافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢

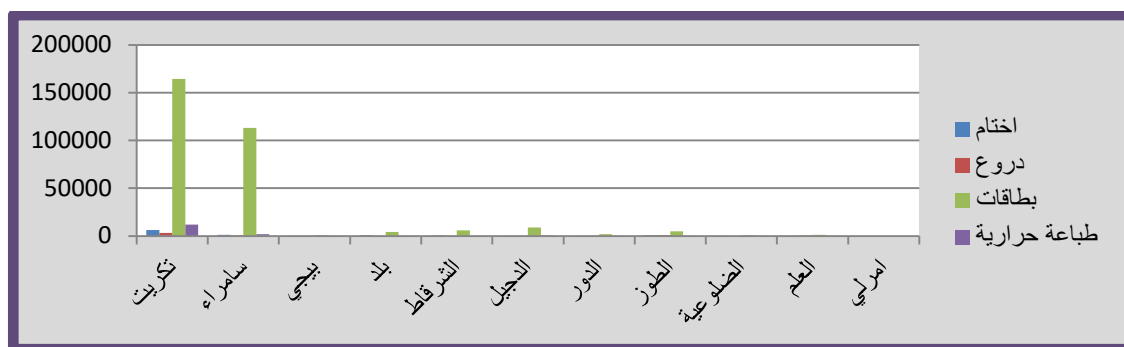
الوحدة الإدارية	اسم المطبعة	اختام	دروع	كرتات	الطباعة الحرارية
تكريت	قمة بغداد	١٠٠	-	٣٠٠٠٠	٥٦٠
	بغداد	٢٠٠	-	٥٥٦٠	-
	القرطاس	١٠٠	٩٠	-	١٩٠
	موج	٧٥٠	٥٠٠	٥٠٠٠٠	٤٠٠٠
	مجمع قوس النور	٢٤٠	١٥٠	٣٠٠٠	١٢٠٠
	اعلانات دلير وديار	١٧٠	-	-	-
	مطبعة الوليد	-	٥٠	٤٠٠	١١٠
	دار الإبداع للطبع والنشر	-	-	١٠٠٠	٤٤٠
	قوس فرح	٤٨٠	٣٠٠	-	٧٥٠
	السلطانة	-	١٧٠	-	١١٢٥
	العراق	٦٠٠	٣٥٠	٧٠٠٠	١٣٥٠
	المهندس	٥٤٥	-	-	٢٢٠
	شركة اياويل	-	-	-	-
	القادسية	-	٣٥	-	١٨٥
	خالد	٦٣٠	-	-	٨٠
	فكرة	٣٣٠	-	-	١٠٠
	الرشيد	٢٠	-	-	-
	هوى بغداد	-	٧٥	-	٥٠٠
	بيت الطباعة	٦٠٠	-	٥٥٠٠	-
	الدقة	-	٢٥٠	-	٤٣٠
	يوسف	١١٥	-	١٣٢٠	-
	الصقر	٧٥	١٦٠	-	٦٨٠
	العرب للدعاية والاعلان	٢٥	١٣٠	-	١٣٥
	مركز الضاد للخدمات البحثية	٦٠	٩٥	-	١٦٠
	نبض تكريت	١٢٠	٢٠٠	٢٠٠٠٠	١٢٥٥
	مكتبة القلم	١٨٠	١٦٠	٥٥٠	١٥٠
	تكريت براند	-	-	-	-
	مطبعة جامعة تكريت	١٠٠٠	٣٧٠	٤٠٠٠٠	٢٠٠٠
	البيان	٢٥	-	-	٣٠٠
سامراء	الهلال	٦٢٠	١٢٥	٦٠٠٠٠	٣٢٠
	البراء	٥٥	١٠٠	-	١٨٠
	محمد نادر	٣٥	-	-	٤٦٠

١٦٥	٣٠٠٠	١٨٥	١٦٠	المحبة الحديثة	
٨٠	١٠٠٠٠	—	١٠٠	ابن الحسني	
٢٠٠	٤٠٠٠٠	١٧٠	١٣٠	ميترو	
—	١٠٠٠	٨٠	٢٠٠	السلطانة	بيجي
١٥٠	—	٥٠	٧٥	بيجي	
١٢٠	٣٢٢٠	١٧٠	٨٠٠	الزهراء	بلد
٩٠	١١٠٠	١٤٥	١٥٠	الفرقان	
١٤٤	٥٠٠٠	٢٠٠	٤٣٠	نور الهدى	الشرقاط
—	—	٨٧	١٦٠	الأهلية	
١٣٠	٨٣٥	٦٠	٨٠	مدرستي	
٢٥٠	—	—	١٣٠	الدجيل	الدجيل
١١٠	٩٠٠٠	٢٠٠	٦٠	الأبرار	
١٥٨	—	١٥٠	٢٥	مكتب الديوان	الدور
—	٢٠٠٠	—	١١٠	الخطاط مهند عطا	
٩٠	—	٦٠	—	بغداد للديكور	
١٧٠	٥٠٠٠	٤٧٥	٦٣٥	الجامعة	الطوز
—	—	٢٣٠	٢٨٠	الجوهرة	
١٩٥	١٠٠٠	—	١٧٠	ضلوعية	الضلوعية
٩٠	١٢٠٠	٤٦٦	١٤٤	الجوهرة	
١٧٥	—	—	—	الدهمشي	العلم
—	—	—	—	—	
المجموع الكلي للوحدات الإدارية					أمري

المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل (استمارة الاستبانة)

المجموعة الثالثة: التي ضمت صنفين من الإعلان الاجتماعي فقد شملت كل من المطابع التالية: (مطبعة بغداد، مطبعة دار الإبداع للطبع والنشر، مطبعة السلطنة، مطبعة المهندس، مطبعة القادسية، مطبعة فكره، مطبعة هوى بغداد، مطبعة بيت الطباعة، مطبعة الدقة، مطبعة يوسف) إذ سجلت في الاختتام كل من مطبعة خالد، مطبعة بيت الطباعة، مطبعة المهندس، مطبعة فكره، مطبعة هوى بغداد، مطبعة يوسف (٦٣٠، ٦٠٠، ٥٤٥، ٣٣٠، ٢٠٠، ١١٥) ختماً على التوالي، كذلك سجلت الدروع في مطبعة الدقة، مطبعة السلطنة، مطبعة هوى بغداد، مطبعة القادسية، إذ بلغت (٢٥٠، ١٧٠، ٧٥، ٣٥،) درعاً على التوالي، وكذلك سجلت البطاقات في مطبعة بيت الطباعة، مطبعة يوسف، مطبعة دار الإبداع للطبع والنشر، مطبعة بغداد، إذ بلغت (١٣٢٠، ٥٥٦٠، ١٠٠٠، ٥٥٠) كرتاً على التوالي، فيما سجلت في الطباعة الحرارية أغلبية المجموعة ما عدا (مطبعة بغداد، مطبعة بيت الطباعة، مطبعة يوسف) التي لم يكن لها دوراً في الطباعة الحرارية، فقد بلغت مطبعة السلطنة، مطبعة هوى بغداد، مطبعة دار الإبداع للطبع والنشر، مطبعة الدقة، مطبعة المهندس، مطبعة القادسية، مطبعة فكرة، مطبعة خالد (١١٢٥، ٥٠٠، ٤٤٠، ٤٣٠، ٢٢٠، ١٨٥، ١٠٠، ٨٠) طباعة حرارية على التوالي، أمّا بالنسبة إلى مطبعة اعلانات دلير وديار ومطبعة الرشيد الذي أخذت صنفاً واحداً من هذه الإعلانات هو فقط الاختتام إذ بلغت (١٧٠، ٢٠) ختماً على التوالي، أمّا شركة أبابيل وتكريت براند فلم يسجلا أي نسبة في هذا الإعلان.

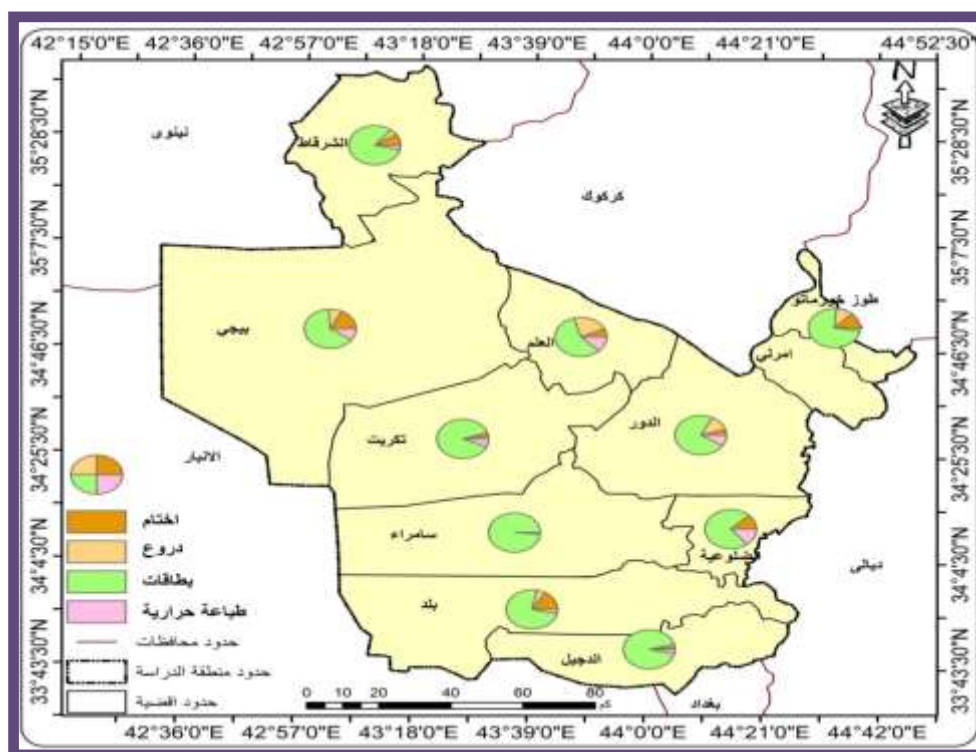
شكل (٢) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان الاجتماعي في محافظة صلاح الدين ٢٠٢٢



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على معطيات جدول (٢) .

وهذا يبين لنا أنَّ قضاء تكريت أعطى أهمية كبيرة لهذا النوع من الإعلان لأنَّه له دور على المجتمع كونه يؤدي إلى تنمية الصناعة في هذا القضاء بسبب تركيز الدوائر الرسمية والخدمية فيه، كذلك يضم جامعة تكريت جامعة تكريت التي لها نسبة كبيرة في استهلاك هذه المنتجات، فضلاً عن أنَّ هذا الإعلان يُعدُّ من الإعلانات التجميلية التي يحتاج إليها المجتمع وهذا ما دل على وجود الطابعات الحرارية التي سجلت في أغلب المطابع كونها من الأصناف البسيطة التي لا تشغل حيز مكاني في المطبعة وتُعدُّ من الأصناف سهلة التنقل مما أدى إلى زيادة الطلب عليها وجذب الزبائن نحوها، وهذا يعكس مؤشر جيد على تنمية صناعة الإعلان الاجتماعية في قضاء تكريت، كما جاء في الجدول (٢) والشكل (٢) والخريطة (٢)

خريطة (٢) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان الاجتماعي لمحافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢.



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على الجدول (٢) باستخدام برنامج Arc GIS ١٠.٣

يأتي قضاء سامراء بالمرتبة الثانية في الإعلان الاجتماعي الذي شغل عدة مطابع لجميع أصناف الإعلان الاجتماعي وهي (مطبعة الهلال ، مطبعة المحبة الحديثة، مطبعة ميترو) إذ سجلت في الأختام (٦٢٠، ١٦٠، ١٣٠) ختم على التوالي، وقد سجلت كل من مطبعة المحبة الحديثة ، مطبعة ميترو ، مطبعة الهلال (١٨٥، ١٦٧، ١٢٥) درعاً على التوالي ، أمّا البطاقات فقد سجلت كل من مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو مطبعة المحبة الحديثة، (٦٠٠٠٠، ٤٠٠٠٠، ٣٠٠٠) بطاقةً على التوالي ، وقد شملت مطبعة ابن الحسني و مطبعة البراء ثلاث اصناف من الإعلان الاجتماعي ، إذ سجلت في الاختتام (١٠٠، ٥٥)، وسجلت مطبعة البراء في الدروع (١٠٠) درعاً ، في حين لم تسجل مطبعة ابن الحسني في الدروع ، لكن إنتاج البطاقات سجلت مطبعة ابن الحسني (١٠٠٠٠) بطاقة، ولم يكن لمطبعة البراء دور فيها ، أمّا الطباعة الحرارية فقد سجلت مطبعة البراء ، مطبعة ابن الحسني (١٨٣، ٨٠) طباعة حرارية على التوالي، وقد جاءت مطبعة محمد نادر ، مطبعة البيان التي كان لهما نصيب في الأختام إذ بلغ (٣٥، ٢٥) ختماً، ولم يعطي في الدروع والبطاقات أي دور ، أمّا الطباعة الحرارية فقد سجلت في مطبعة محمد نادر ومطبعة البيان (٤٦٠، ٣٠٠) طبعة حرارية.

اما قضاء الشرقاط اتى بالمرتبة الثالثة في الإعلان الاجتماعي وأنّ مطبعة نور الهدى ومطبعة مدرستي شغلت جميع أصناف الإعلان إذ سجلت في الختام (٤٣٠، ٨٠) ختماً ، أمّا الدروع فبلغت (٢٠٠، ٦٠) درعاً ، وبلغت في البطاقات (٥٠٠٠، ٨٣٥) بطاقةً ، وقد سجلت في الطباعة الحرارية (١٤٤، ٣٠) قطعة ، أمّا المطبعة الأهلية فقد أخذت صنفين في الإعلان الاجتماعي إذ بلغت الأختام (١٦٠) ختماً ، وفي الدروع سجلت (٨٧) درعاً .

واتى قضاء الدور بالمرتبة الرابعة، إذ سجلت مطبعة مكتب الديوان في ثلاثة أصناف، وبلغت في الأختام (٢٥) ختماً، أمّا الدروع فقد بلغت (١٥٠) درعاً ، ولم تسجل في البطاقات نسبةً، أمّا الطباعة الحرارية فقد بلغت (١٥٨) قطعة، وأنّ مطبعة الخطاط مهند عطا قد سجلت في الختام (١١٠) ختماً ، وكذلك سجل في البطاقات (٢٠٠٠) كرت ، ولم يكن له دور في الأصناف الأخرى، كذلك مطبعة بغداد للديكور التي سجلت في الدروع (٦٠) درعاً وسجلت في الطباعة الحرارية (٩٠) قطعة، لكن لم يسجل في الأصناف الأخرى نسبة.

فيما شغل قضاء الطور المرتبة الخامسة إذ سجلت مطبعة جامعة تكريت جميع أصنافها إذ بلغ في الاختتام (٦٣٥) ختماً ، وسجلت في الدروع (٤٧٥) درعاً ، وقد بلغت البطاقات (٥٠٠٠) كرتاً ، أمّا الطباعة الحرارية فسجلت (١٧٠) قطعة ، في حين سجلت مطبعة الجوهرة صنفين من الإعلان (الاختام والدروع) إذ بلغت الأختام (٢٨٠) ختماً وبلغت الدروع (٢٣٠) درعاً ، أمّا البطاقات والطباعة الحرارية فلم تسجل فيه نسبة. وقد حصل قضائي بلد والدجيل على المرتبة السادسة من بين الأقضية في الإعلان

الاجتماعي ، إذ سجل قضاء بلد في جميع اصناف الاعلان الاجتماعي إذ شملت مطبعتين هما مطبعة الزهراء ، مطبعة الفرقان إذ بلغت الأختام (٨٠٠ ، ١٥٠) ختماً ، وكذلك الدروع فقد سجلت (١٧٠ ، ١٤٥) درعاً ، وسجلت البطاقات (٣٢٢٠ ، ١١٠٠) كرتاً ، وسجلت في الطباعة الحرارية (١٥٠ ، ١٢٠) قطعة ، أمّا قضاء الدجيل فقد شمل مطبعة الأبرار التي سجلت في جميع الأصناف ، إذ بلغت في الأختام (٦٠) ختماً ، وفي الدروع بلغت (٢٠٠) درعاً ، وبلغت البطاقات (٩٠٠٠) بطاقةً ، والطباعة الحرارية (١١٠) قطعة ، وأمّا مطبعة الدجيل فقد سجلت في الأختام (١٣٠) ختماً ، وفي الطباعة الحرارية (٢٥٠) قطعة ولم يكن لها دور في الأصناف الأخرى.

وبليها في المرتبة السابعة في الإعلان الاجتماعي كلاً من قضائي العلم وبيجي: إذ شملت مطبعة الجوهرة في قضاء العلم كل أصناف الإعلان التجاري إذ بلغت الأختام (١٤٤) ختماً ، وكذلك الدروع (٤٦٦) درعاً ، والبطاقات (١٢٠٠) بطاقةً ، والطباعة الحرارية (٩٠) طبعة ، أمّا مطبعة الدهمشي الذي سجلت فقط الطباعة الحرارية إذ بلغت (١٧٥) طبعة .

أما قضاء بيجي فقد سجلت في ثلاث أصناف من الإعلان الاجتماعي ، إذ بلغت في الأختام في مطبعة السلطنة، (٨٠ ، ٥٠) درعاً ، أمّا البطاقات فقد كانت من نصيب مطبعة السلطنة فقط إذ بلغت (١٠٠٠) بطاقة ، أمّا الطباعة الحرارية فلم تُسجل بها نسبة لكن مطبعة بيجي لها دور في الطباعة الحرارية إذ بلغت (١٥٠) طبعة لكن لم يكن لها الدور في البطاقات. جاء قضاء الضلوعية في المرتبة الأخيرة في الإعلان الاجتماعي ، إذ سجلت مطبعة الضلوعية في ثلاثة أصناف من الإعلان الاجتماعي، فقد بلغت الختام (١٧٠) ختماً وسجلت البطاقات (١٠٠٠) بطاقة ، وبلغت الطباعة الحرارية (١٩٥) طبعة ، ولم يكن لها دور في الدروع، وعلى الرغم من انها مطبعة واحدة لكن كان لها الدور في الإعلان الاجتماعي لأن أغلب اعتماد القضاء على هذه المطبعة، مما شجعها على التنوع في صناعة الإعلان.

١-٣ التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان السياسي في محافظة صلاح الدين.

تناول موضوع الإعلان السياسي التوزيع والتباين الجغرافي وتنمية النشاط الصناعي له في جميع انحاء المحافظة، ويتم التعرف على هذا التوزيع من خلال الاعتماد على تصنيف الإعلان السياسي من ضمنه اعلانات فيلكس ، الطباعة الحرارية ، البطاقات ، ويمكن تلخيص الإعلان السياسي بالنسبة إلى التنمية الاقتصادية بانه ذات ربحية تجارية، وربحية وطنية للجهات الحكومية ، وقد سجل قضاء تكريت المرتبة الأولى في هذا النوع ، إذ نستنتج من الجدول (٣) والشكل (٣) والخريطة (٣)، أن مطابع الإعلان السياسي في قضاء تكريت قسمت إلى ثلاثة مجاميع وكالاتي:

المجموعة الأولى: تشمل جميع أصناف الإعلان السياسي ومن ضمنها مطبعة نبض تكريت، مطبعة موج، مجمع قوس النور، مطبعة قمة بغداد، مطبعة ومكتبة القلم ، مطبعة العراق إذ بلغت اعلانات

فليكس (١٠٠٠ ، ٥٠٠ ، ٣٤٥ ، ٢٣٠ ، ١٧٠ ، ١١٠) م^٢، فيما بلغت في الطباعة الحرارية في كل من مطبعة موج، مطبعة نبض تكريت، مطبعة العراق ، مجمع قوس النور، مطبعة قمة بغداد، مطبعة ومكتبة القلم إذ بلغت (٧٠٠ ، ٤٥٠ ، ٤٠٠ ، ٣٠٠ ، ١٦٠ ، ١٢٠) طبعة ، كذلك بلغت البطاقات في كل من مطبعة موج، مطبعة قمة بغداد، مطبعة نبض تكريت، مطبعة العراق ، مجمع قوس النور، مطبعة ومكتبة القلم إذ بلغت (١٢٠٠٠ ، ٥٠٠٠ ، ٣٥٠٠ ، ١٣٠٠ ، ٨٠٠ ، ١٥٠) بطاقة.

المجموعة الثانية: التي تشمل صنفين من الإعلان السياسي ومن ضمنها (مطبعة القرطاس ، مطبعة قوس فرح ، مطبعة السلطنة ، مطبعة المهندس ، مطبعة القادسية، مطبعة خالد ، مطبعة فكرة، مطبعة هوى بغداد، مطبعة بيت الطباعة، مطبعة يوسف ، مطبعة الصقر ومطبعة العرب للدعاية والإعلان) إذ بلغت في اعلانات فليكس كل من مطبعة بيت الطباعة، مطبعة السلطنة ، مطبعة الصقر ، مطبعة القرطاس ، مطبعة قوس فرح ، مطبعة المهندس ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، مطبعة فكرة مطبعة هوى بغداد، مطبعة يوسف إذ بلغت (٧٥٠ ، ٦٤٠ ، ٥٦٠ ، ٤٨٦ ، ٣٥٠ ، ٢٩٠ ، ١٥٥ ، ١٥٠ ، ٨٥ ، ٥٠) م^٢.

جدول (٣) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢

الوحدة الإدارية	اسم المطبعة	فليكس	طباعة حرارية	بطاقات
تكريت	قمة بغداد	٢٣٠	١٦٠	٥٠٠٠
	بغداد	-	-	١١٦٠
	القرطاس	٤٨٦	٣٥٠	-
	موج	٥٠٠	٧٠٠	١٢٠٠٠
	مجمع قوس النور	٣٤٥	٣٠٠	٨٠٠
	اعلانات دلير وديار	٢٠٠	-	-
	مطبعة الوليد	-	١٤٥	١٠٠
	دار الابداع للطبع والنشر	-	١٠٠	٣٥٠
	قوس فرح	٣٥٠	١٨٠	-
	السلطنة	٦٤٠	٢٥٠	-
	العراق	١١٠	٤٠٠	١٣٠٠
	المهندس	٢٩٠	٢٠٠	-
	شركة ابابيل	-	-	-
	القادسية	٧٠	١١٠	-
	خالد	٣٢٥	٣٥	-
	فكرة	١٥٠	٦٠٠	-
	الرشيد	١٠٠	-	-
	هوى بغداد	٨٥	١٩٠	-
	بيت الطباعة	٧٥٠	-	١٠٠٠
	الدقة	-	٢١٠	-
	يوسف	٥٠	-	٤٣٠
	الصقر	٥٦٠	١٣٠	-
	العرب للدعاية والإعلان	١٥٥	٧٠	-
	مركز الضاد للخدمات البحثية	-	٣٠	-
	نبض تكريت	١٠٠٠	٤٥٠	٣٥٠٠
	مكتبة القلم	١٧٠	١٢٠	١٥٠
	تكريت براند	-	-	-
	مطبعة جامعة تكريت	-	١٠٠٠	٩٥٠٠
سامراء	البيان	١٠٠	١٢٠	-
	الهلال	٨٧٠	١٧٠	١٠٠٠٠
	البراء	٢٣٥	٧٥	-
	محمد نادر	١٧٠	٢٠٠	-

٨٠٠	٥٠	٤٦٥	المحبة الحديثة	
٢٠٠٠	٧٣٥	٣٥٠	ابن الحسين	
٥٠٠٠	٩٠	١٥٠	ميثرو	
١٥٠	-	٢٠٠	السلطانة	بيجي
-	٤٥	١٢٠	بيجي	
٣٨٠	١٦٠	١٨٥	الزهراء	بلد
٢٠٠	٥٠	١٠٠	الفرقان	
٩٠٠	١٤٤	٤٥٠	نور الهدى	الشرقاط
-	-	٧٠٠	الأهلية	
٢٥٠	٦٠	١٠٠	مدرستي	
-	١١٠	١٠٠	الدجيل	الدجيل
٥٠٠٠	٧٠	٦٢٠	الابرار	
-	٩٥	١٦٥	مكتب الديوان	الدور
٦٠٠٠	-	٢٨٥	الخطاط مهتد عطا	
-	٣٠	١٢٠	بغداد للديكور	
٧٥٠٠	١٠٠	٢٩٠	الجامعة	الطوز
-	-	١٥٠	الجوهرة	
٢٠٠	٨٥	٣٠٠	ضلوعية	الضلوعية
٤٥٠	٥٥	١٢٠	الجوهرة	العلم
-	١٠٠	٦٠٠	الدهمشي	
-	-	-	-	أمري
٧٤١٢٠	٧٧٦٩	١٣١١٥	المجموع الكلي للوحدات الادارية	

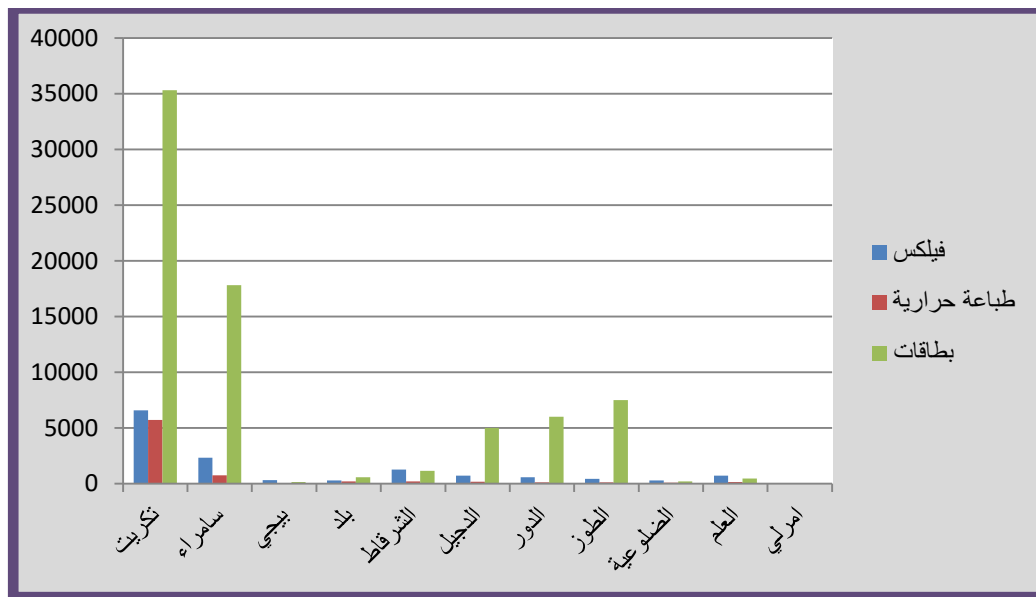
المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل (استمارة الاستبانة)

وبلغت الطباعة الحرارية في كل من مطبعة جامعة تكريت، مطبعة فكرة ، مطبعة القرطاس، مطبعة هوى بغداد، مطبعة السلطانة، مطبعة المهندس ، مطبعة قوس فرح ، مجمع الوليد للطباعة ، مطبعة الصقر، مطبعة القادسية، دار الإبداع للطبع والنشر ، ومطبعة العرب للدعاية والإعلان، مطبعة خالد ، (١٠٠٠)، ٦٠٠ ، ٣٥٠ ، ٢٥٠ ، ٢٧٠ ، ٢٠٠ ، ١٨٠ ، ١٤٥ ، ١١٠ ، ١٠٠ ، ٧٠ ، ٣٥) طبعة حرارية ، وكذلك سجلت البطاقات كل من المطابع التالية مطبعة جامعة تكريت، ، مطبعة بيت الطباعة ، مطبعة يوسف ، دار الإبداع للطبع والنشر ، مجمع الوليد للطباعة، و إذ بلغت (٩٥٠٠ ، ١٠٠٠٠ ، ٤٣٠) بطاقةً.

المجموعة الثالثة: التي شملت صنفاً واحداً من الإعلان السياسي وقد سجلت مطبعتي اعلانات دلير والرشيدي في اعلانات فليكس (٢٠٠ ، ١٠٠) م ٢ ، فيما بلغت مطبعة الدقة ومركز الضاد للخدمات البحثية في الطباعة الحرارية (٢١٠ ، ٧٠) وسجلت مطبعة بغداد في البطاقات (١١٦٠) بطاقةً، أمّا بالنسبة إلى شركة أباويل ومطبعة تكريت براند ، فلم يكن لهما دوراً في أي صنف من الإعلان السياسي، لأنها تُعدّ من المطابع والشركات المختصة في صناعة الإعلان المستحدث ذات المردودات العالية، ويُعزى سبب ذلك إلى قوة نشاط سوق تكريت كونها مركز محافظة صلاح الدين وتتواجد فيه جميع الدوائر والمؤسسات الحكومية، واهمها جامعة تكريت فضلاً عن المننديات العلمية والثقافية والنقابية. كما جاء

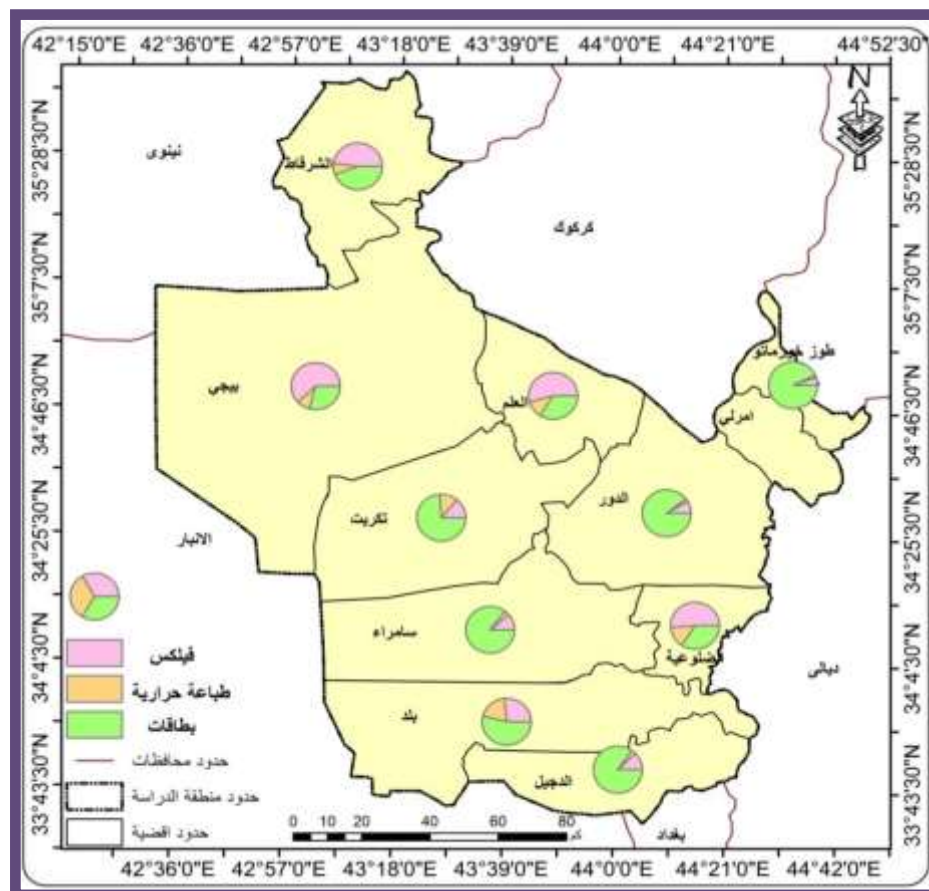
جدول (٣) والشكل (٣) والخريطة (٣)

شكل (٣) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات جدول (٣)

خريطة (٣) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين لعام ٢٠٢٢



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على الجدول (٢٠) باستخدام برنامج Arc GIS ١٠.٣

إذ تبين لنا ان هناك تباينا واضحا بين الأفضية في نوع الإعلان السياسي حل قضاء سامراء في المرتبة الثانية في الإعلان السياسي، إذ شملت مطابع كل من مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو ، مطبعة المحبة الحديثة، مطبعة ابن الحسني إذ سجلت في جميع أصناف الإعلان السياسي ، إذ بلغت في إعلانات فليكس (٨٧٠ ، ٤٦٥ ، ٣٥٠ ، ١٥٠) م^٢ ، كذلك بلغت الطباعة الحرارية في مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو ، مطبعة المحبة الحديثة، مطبعة ابن الحسني، (١٧٠ ، ٩٠ ، ٥٠ ، ٣٠) طباعة حرارية ، وسجلت كل من في مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو، مطبعة ابن الحسني، مطبعة المحبة الحديثة، وبلغت في البطاقات (١٠٠٠٠ ، ٥٠٠٠ ، ٢٠٠٠ ، ٨٠٠) بطاقةً، أمّا المطابع الثلاث مطبعة البراء، مطبعة محمد نادر، مطبعة البيان) فلهم دوراً في صنفين فقط من الإعلان السياسي إذ سجلت في إعلانات فليكس (٢٣٥ ، ١٧٠ ، ١٠٠) م^٢ ، أمّا الطباعة الحرارية فقد بلغت في كل من مطبعة محمد نادر، مطبعة البيان ، مطبعة البراء(٢٠٠ ، ١٢٠ ، ٧٥) طبعة ، وقد سجل قضاء الشرايط المرتبة الثالثة في الإعلان السياسي وقد شملت مطبعتي مطبعة نور الهدى، مطبعة مدرستي في جميع اصناف الإعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (٤٥٠ ، ١٠٠) م^٢، أمّا الطباعة الحرارية فقد سجلت كل من مطبعة نور الهدى ومطبعة مدرستي (١٤٤ ، ٦٠) طبعة حرارية، أمّا البطاقات فقد بلغت في مطبعتي مطبعة نور الهدى، مطبعة مدرستي (٩٠٠ ، ٢٥٠) بطاقةً ، في حين سجلت المطبعة الأهلية في اعلانات فليكس فقط (٧٠٠) م^٢ ولم يكن لها دور في الطباعة الحرارية والبطاقات ، واتي قضاء الدور في المرتبة الرابعة في الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين ، إذ شملت المطابع التالية مطبعة الخطاط مهند عطا، مطبعة الديوان ، مطبعة بغداد للديكور) إذ بلغت في اعلانات فليكس (٢٨٥ ، ١٦٥ ، ١٢٠) م^٢ ، أمّا الطباعة الحرارية فقد سجلتا المطبعتين (مطبعة الديوان ومطبعة بغداد للديكور (٩٥ ، ٣٠) طبعة حرارية، أمّا البطاقات فقد سجلت مطبعة الخطاط مهند عطا (٦٠٠٠) بطاقةً.

اما قضائي بلد والدجيل فقد كانوا بالمرتبة الخامسة ، إذ شملت قضاء بلد كل من (مطبعة الزهراء ومطبعة الفرقان) وسجل فيهما جميع اصناف الإعلان السياسي ، إذ بلغت اعلانات فليكس (١٨٥ ، ١٠٠) م^٢ ، أمّا الطباعة الحرارية (١٦٠ ، ٥٠) طبعة ، كذلك البطاقات (٣٨٠ ، ٢٠٠) بطاقةً ، أمّا قضاء الدجيل فقد سجلت مطبعة الأبرار جميع اصناف الإعلان السياسي ، إذ بلغت اعلانات فليكس (٦٢٠) م^٢، أمّا الطباعة الحرارية فبلغت (٧٠) طبعة) والبطاقات (٥٠٠٠) بطاقةً ، في حين سجلت مطبعة الدجيل في اعلانات فليكس (١٠٠٠) م^٢ ، وبلغت في الطباعة الحرارية (١١٠) طبعة ولم تسجل في البطاقات أي نسبة، وفي المرتبة السادسة جاءت ثلاث أفضية هي قضاء الطوز ، قضاء العلم وقضاء بيجي ، إذ سجل قضاء الطوز ثلاثة أصناف من الاعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (٢٩٠) م^٢ ، كذلك بلغت الطباعة الحرارية(١٠٠) طبعة وفي البطاقات بلغت (٧٥٠٠) بطاقةً ، أمّا مطبعة الجوهرة فقد سجلت في اعلانات فليكس (١٥٠) م^٢ ولم تسجل في الصنفين الآخرين اي نسبة ، أمّا قضاء العلم فقد

سجلت مطبعة الجوهرة جميع اصناف الاعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (١٢٠)م٢، فيما بلغت الطباعة الحرارية(٥٥) طبعة وبلغت في البطاقات (٤٥٠) بطاقةً ، أمّا قضاء بيجي الذي شمل مطبعة السلطنة ، مطبعة بيجي التي سجلت صنفين من الاعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (٢٠٠) ، (١٢٠) م٢، أمّا الطباعة الحرارية فبلغت في مطبعة بيجي (٤٥) طبعة ولم تكن لها دور في البطاقات، في حين سجلت مطبعة السلطنة في البطاقات (١٥٠) بطاقةً ، ولم يكن لها دور في الطباعة الحرارية ، واخيراً حصل قضاء الضلوعية على المرتبة الخيرة إذ شملت مطبعة الضلوعية جميع اصناف الاعلان السياسي، إذ بلغت اعلانات فليكس (٣٠٠) م٢ ، أمّا الطباعة الحرارية (٨٥) طبعة ، كذلك البطاقات (٢٠٠) بطاقةً.

الاستنتاجات والمقترحات

الاستنتاجات: توصلت الدراسة الى عدة استنتاجات وكما يلي :-

١. اظهر البحث تباین كبير من حيث النوع الاعلان حسب الاقضية وبروز قضاء تكريت من حيث الكمية والنوعية في صناعة الاعلان.
 ٢. بروز الاعلان التجاري على الانواع الاخرى من حيث الكمية والنوعية مما نستدل على تنامي الاعلان التجاري بكافة طرق اخراجه على الاعلانات الاخرى.
 - ٣- هناك تباین في التوزيع الجغرافي للإعلان وانواعه في المحافظة وظهرت الامكانات الجغرافية ذلك التباين .
- المقترحات : بعد عرض اهم الاستنتاجات التي توصلت اليها من خلال المعطيات الدراسية لابد من وضع التوصيات للنهوض بواقع صناعة الاعلان في محافظة صلاح الدين وكالاتي :-

١. العمل على تفعيل دورات تدريبية تبين اهمية الاعلان وذلك عن طريق الاهتمام والتعزيز بالنوعية الاعلانية التي تتناسب مع الواقع الحضري للمدينة وتتسق نوع الاعلان مع المادة المصنعة سواء التجارية ام الاجتماعية وحتى السياسية.
٢. ضرورة دعم الدولة لمطابع الاعلان وانواعها عن طريق الاهتمام بالشركات ومطابع الاعلان ومحاولة تجهيز مواد اكثر فاعلية تعزز نوعية الانتاج الاعلاني .

٣. التأكيد على التوعية والارشاد من قبل مديرية بلديات صلاح الدين بخصوص الاعلانات التي توضع على طرق الخارجية ، والداخلية و المباني وازالة الاعلانات التي تتعارض مع نوعية الاعلان .

الهوامش

(١) قائد حسن علي الجمهره ، الصناعة ومقوماتها في محافظة صنعاء ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩٢ ، ص٢٣٧.

(٢) انعام حمدان محمود ، المتغيرات المؤثرة في بنية تصميم الاعلان التجاري ، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠٦ ، ص١٦.

(٣)صهيب مهدي صالح ظاهر العيساوي، تأثير الإعلام الجديد على الضبط الاجتماعي في المجتمع العراقي دراسة ميدانية لجمهور محافظة صلاح الدين ، كلية الآداب، جامعة تكريت، ٢٠١٩ ، ص ٥١.

Sources :

-١ Al-Jamra, Qaed Hassan Ali, Industry and Its Components in Sana'a Governorate, Master Thesis (unpublished), College of Arts, University of Baghdad, 1992.

-٢ Mahmoud, Inam Hamdan, Variables Affecting the Structure of Commercial Advertising Design, Master Thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 2006.

-٣ Al-Issawi, Suhaib Mahidi Saleh Dhaher, The Impact of New Media on Social Control in Iraqi Society, A Field Study for the Salah Al-Din Governorate Audience, College of Arts, Tikrit University, 2019.

4- The field study, according to the questionnaire, in Salah al-Din Governorate from 1/2/2022 to 1/6/2022.