



ISSN: 2957-3874 (Print)
Journal of Al-Farabi for Humanity Sciences (JFHS)
<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/95>

مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية تصدرها جامعة الفارابي



أثر العشوائيات في التخطيط الحضري الدعايات الانتخابية أنموذجاً

د. زهير سعدي حسون السعدي

مدير بمكتب الوكيل لشؤون الشباب / وزارة الشباب والرياضة العراقية

المستخلص

تعدّ الدعايات الانتخابية في المدن العراقية إحدى أبرز المظاهر الحضرية المؤقتة التي تتحول، بفعل سوء التنظيم، إلى مصدر للعشوائية وتشويه المشهد الحضري. وقد أخذت هذه الظاهرة بالاتساع في السنوات الأخيرة، مما استدعى دراستها أكاديمياً بوصفها مدخلاً لفهم أثر العشوائيات في التخطيط الحضري، وتتطلب مشكلة البحث من تقاوم الاستخدام العشوائي للفضاءات العامة خلال فترة الحملات الانتخابية، وضعف الضوابط التخطيطية التي تنظم مواقع الإعلانات، مما يؤدي إلى الإضرار بالبيئة الحضرية وتعطيل بعض وظائف المدينة. ويهدف هذا البحث إلى تحليل أثر العشوائيات بوصفها أحد أبرز التحديات التي تواجه التخطيط الحضري في المدن العراقية، متخذاً من الدعايات الانتخابية أنموذجاً تطبيقياً لقياس حجم الاختلالات التي تحدثها الأنشطة غير المنظمة في الفضاء الحضري، إذ تشكل الدعايات الانتخابية العشوائية شكلاً من أشكال الاستخدام غير المنضبط للمساحات العامة، الأمر الذي يؤدي إلى تشويه البنية البصرية للمدينة، وإرباك الوظائف الحضرية، وتعطيل حركة المشاة والمرور، إضافة إلى تعطيل الخطط التصميمية المعتمدة، اعتمد البحث على منهج وصفي تحليلي يجمع بين التحليل النظري لمفهوم العشوائيات الإعلانية وأثرها في البنية الحضرية، والتحليل الميداني القائم على استبانة ميدانية شملت (١٠٠) من طلبة الجامعة المستنصرية في الدراسات الأولية والعليا، تناولت الاستبانة ثلاثة محاور رئيسية تضمنت (١٠) أسئلة مغلقة بنظام (نعم/كلا)، وجرى تحليلها إحصائياً وفق التكرارات والنسب المئوية لاستخلاص المؤشرات التخطيطية ذات العلاقة، وقد بين التحليل الإحصائي أن نسبة مرتفعة من أفراد العينة أقرت بوجود عشوائية واضحة في اختيار مواقع الدعايات، وضعف تطبيق القوانين، وتدني مستويات الرقابة البلدية، وانعدام التنسيق بين الجهات الإدارية، أسفر التحليل الشامل للمحاور عن صياغة خوارزمية عملية مكونة من عشر خطوات تمثل إطاراً تنفيذياً لمعالجة الظاهرة، تبدأ بتشخيص الخلل المكاني وتنتهي ببناء نموذج تنظيمي موحد لتوزيع الدعايات وإزالتها، بما يعزز المشهد الحضري ويقلل من العشوائيات، وتصميم مخطط انسيابي علمي، ويخلص البحث إلى أن تنظيم الدعايات الانتخابية وفق معايير تخطيطية واضحة يُعد ضرورة أساسية للحفاظ على جمالية المدن وضمان كفاءة استخدام الفضاءات العامة، فضلاً عن كونه جزءاً مهماً من منظومة التخطيط الحضري المتكامل.

المقدمة

تواجه المدن العراقية في العقود الأخيرة تحديات حضرية متراكمة تتعلق بسوء استخدام الفضاءات العامة، وغياب التنظيم المكاني، وتنامي مظاهر العشوائية البصرية والعمرانية. ومن بين هذه المظاهر، تبرز الدعايات الانتخابية غير المنظمة كأحد أبرز الأمثلة على العشوائية المؤقتة التي تعكس ضعف إدارة المدينة خلال الفترات الانتخابية. إذ تُنصب اللوحات واللافتات الإعلانية في أماكن غير مخصصة، وتُستخدم واجهات الأبنية والجسور والمساحات بشكل غير منظم، مما يؤدي إلى ازدحام بصري، وإرباك لحركة السير، وتشويه للمنظر العام. تتجسد أهمية معالجة هذه الظاهرة من منظور تخطيطي وتنموي يربط بين إدارة الفضاءات العامة وكفاءة استخدام الموارد الحضرية. لذلك يسعى هذا البحث إلى دراسة أثر هذه العشوائيات على التخطيط الحضري، وتشخيص مكامن الخلل في التنظيم والإدارة، وتقديم مقترحات لمعالجتها ضمن إطار التنمية الحضرية المستدامة.

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في غياب التنظيم التخطيطي والإداري للدعايات الانتخابية في المدن العراقية، وما يترتب على ذلك من ظهور عشوائيات مكانية وبصرية تؤثر في المشهد الحضري العام، وتعرقل كفاءة استخدام الفضاءات العامة، وتضعف من جودة البيئة الحضرية. وتنبثق من هذه المشكلة الأسئلة الآتية:

١. ما مدى تأثير غياب التنظيم الحضري على انتشار العشوائية في الدعايات الانتخابية؟
٢. هل تمثل الدعايات الانتخابية أحد مؤشرات ضعف الإدارة الحضرية في العراق؟
٣. كيف يمكن توظيف نتائج التحليل الميداني لوضع حلول تخطيطية قابلة للتطبيق للحد من هذه الظاهرة؟

هدف البحث

يهدف البحث إلى:

١. تشخيص أثر العشوائيات الإعلانية (الانتخابية تحديداً) في بنية المدينة الحضرية من منظور تخطيطي وتنموي.
٢. تحليل واقع الدعايات الانتخابية في المدن العراقية بوصفها نموذجاً لتجليات العشوائية الحضرية.
٣. استخلاص مؤشرات كمية ونوعية تدعم التخطيط الحضري المستدام وتساعد صانعي القرار في وضع آليات تنظيمية مستقبلية.
٤. اقتراح حلول عملية تعتمد على نتائج الاستبانة في تنظيم الفضاءات العامة ضمن المخططات الأساسية للمدن.

أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من بعدين رئيسين:

١. الأهمية العلمية:

- يسدّ فراغاً معرفياً في الدراسات العراقية التي تناولت العلاقة بين التخطيط الحضري والتنظيم الانتخابي المكاني.
- يقدم مقارنة تحليلية تجمع بين المفهوم التخطيطي والإداري والاجتماعي للظاهرة.
- يوظف أداة ميدانية (الاستبانة) لتوليد مؤشرات كمية تدعم الرؤى النظرية في مجال التخطيط الحضري والتنمية الاقتصادية المستدامة.

٢. الأهمية التطبيقية:

- يقدم نتائج يمكن أن تُسهم في إعادة تنظيم المشهد الانتخابي حضرياً بما يتوافق مع متطلبات المدن الحديثة.
- يدعم صنّاع القرار المحليين (أمانة بغداد، المفوضية العليا للانتخابات، البلديات) بمخرجات علمية تساعدهم في تطوير التشريعات والإجراءات الخاصة بتنظيم الدعايات الانتخابية.
- يرسخ مفهوم الثقافة الحضرية الانتخابية لدى المجتمع الأكاديمي والشبابي بوصفهم صانعي التغيير المستقبلي.

فرضية البحث

تتطلق فرضية البحث من أنّ:

العشوائية في توزيع الدعايات الانتخابية داخل المدن العراقية تمثل مظهرًا من مظاهر ضعف الإدارة الحضرية والتخطيط المكاني، وأن ضبطها وتنظيمها يمكن أن يسهم في رفع كفاءة الأداء الحضري وتحسين نوعية البيئة العمرانية.

منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأنسب لدراسة الظواهر المكانية والاجتماعية ذات البعد التخطيطي، حيث تم توصيف الظاهرة كما هي في الواقع ثم تحليلها وربطها بالسياق الحضري.

أداة البحث:

استخدمت استبانة ميدانية تضمنت عشرة أسئلة ثنائية (نعم/كلا) موزعة على ثلاثة محاور:

١. المحور الأول: العشوائية المكانية والتنظيم الحضري
٢. المحور الثاني: السلوك الانتخابي وانعكاسه على المشهد الحضري
٣. المحور الثالث: الدور الإداري والمؤسسي في تنظيم الظاهرة

مجتمع وعينة البحث:

شملت العينة (١٠٠) طالب وطالبة من الجامعة المستنصرية (مرحلة رابعة، دراسات عليا - ماجستير ودكتوراه)، بواقع (٤٣٪) ذكور و(٥٧٪) إناث، تتراوح أعمارهم بين (٢٢-٣٥) سنة، تم اختيارهم قصدياً لتمتعهم بوعي حضري وثقافي مناسب لموضوع الدراسة.

حدود البحث

يقتصر هذا البحث على مجموعة من الحدود الموضوعية والمكانية والبشرية والزمنية التي يوضحها الباحث لضمان دقة النتائج ووضوح نطاق الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

١. **الحدود الموضوعية:** يختص البحث بدراسة أثر العشوائيات في التخطيط الحضري مع التركيز على الدعايات الانتخابية بوصفها أنموذجاً للعشوائية البصرية والمكانية في المدن العراقية. ولا يشمل البحث أنواع العشوائيات الأخرى مثل السكن العشوائي أو التجاوزات العمرانية.
٢. **الحدود المكانية:** تتركز الدراسة على البيئة الحضرية للمدن العراقية بصورة عامة، دون تخصيص مدينة بعينها، وذلك بهدف استخلاص مؤشرات حضرية ذات طابع شمولي يمكن تعميمها على المدن الكبرى والمتوسطة.
٣. **الحدود البشرية (عينة البحث):** اقتصرت العينة على ١٠٠ طالب، ويمثل أفراد العينة فئة قصدية تهدف إلى قياس وعي شريحة متعلمة لها صلة بالتحليل الحضري والاجتماعي للفضاء العام.
٤. **الحدود الزمنية (البعد الزمني):** يغطي البحث المدة الزمنية من بداية العام ٢٠٢٤ حتى نهاية العام ٢٠٢٥، وهي الفترة التي شهدت انتشاراً واسعاً للدعايات الانتخابية في العراق، مما أتاح للباحث جمع البيانات الميدانية وتحليل الظاهرة خلال سياق زمني فعلي ارتبط بالحملة الانتخابية الأخيرة.

الدراسات السابقة

شهدت السنوات الأخيرة تنامياً ملحوظاً في الأدبيات العلمية التي تناولت موضوع العشوائيات وعلاقتها بالتخطيط الحضري، سواء من حيث التمدد الحضري غير المنظم، أو من حيث آثاره الاجتماعية والاقتصادية، أو ارتباطه بالسلوك الانتخابي والدعاية السياسية في البيئات الحضرية. وفيما يأتي عرض لأبرز الدراسات العربية بإيجاز، ذات الصلة بالموضوع:

١. دراسة: "التحولات الحضرية ومظاهر العشوائيات في المدن العربية"

الباحث: د. عبدالرزاق الغنام، السنة: ٢٠٢١

موجز الدراسة: تناولت الدراسة أسباب توسع العشوائيات في المدن العربية، وربطت ذلك بضعف الرقابة التخطيطية والنمو السكاني المتسارع. خلص الباحث إلى أن البيئة العشوائية تُعد بيئة هشة قابلة للاستغلال خلال المناسبات السياسية، لاسيما الانتخابات. وأوصت الدراسة بضرورة دمج المناطق العشوائية في الخطط التنموية من خلال برامج تأهيل حضري شاملة.

٢. دراسة: "العشوائيات وأثرها على الأمن الاجتماعي في المدن النامية"

الباحث: أ.م.د. محمد فاضل النصاروي، السنة: ٢٠٢٠

موجز الدراسة: بحثت الدراسة العلاقة بين انتشار العشوائيات وتراجع مستوى الأمن الاجتماعي، إذ أشارت النتائج إلى أن البنى التحتية الضعيفة ونقص الخدمات يسهمان في تفاقم مشكلات اقتصادية وسلوكية. كما أشارت الدراسة إلى إمكانية استثمار هذا الهاشنة الاجتماعية في الحملات الانتخابية، خصوصاً في المناطق غير المنظمة.

٣. دراسة: "التخطيط الحضري وإدارة النمو العشوائي: مقارنة مقارنة بين التجارب الآسيوية"

الباحث: د. فيروز خان، السنة: ٢٠٢٢

موجز الدراسة: استعرضت الدراسة تجارب دول آسيوية مثل الهند وماليزيا وكوريا الجنوبية، مبيّنة كيف استطاعت هذه الدول مواجهة العشوائيات عبر تخطيط حضري تشاركي وبرامج إسكان ميسر. أكدت النتائج أن نجاح سياسات التنظيم يعتمد على قاعدة بيانات دقيقة، وهو ما ينعكس على الحد من الظواهر غير الرسمية بما فيها الدعاية الانتخابية غير المنظمة.

٤. دراسة: "الفضاء الحضري والدعاية الانتخابية: قراءة في استخدام الأماكن العامة"

الباحث: د. سمير يونس، السنة: ٢٠١٩

موجز الدراسة: تطرقت الدراسة إلى كيفية استغلال القوى السياسية للأماكن العامة في الحملات الانتخابية، خاصة في الأحياء العشوائية التي تقتقر إلى الضوابط التنظيمية. خلصت إلى أن العشوائيات تمثل بيئة خصبة لتوزيع الملصقات والدعايات بصورة فوضوية نتيجة غياب المعايير التخطيطية.

٥. دراسة: "العشوائيات وجودة الحياة الحضرية: تحليل ميداني لمدينة الشرق الأوسط"

الباحث: د. أمل خضير الساعدي، السنة: ٢٠٢٣

موجز الدراسة: هدفت الدراسة إلى قياس أثر العشوائيات على جودة الحياة من منظور الخدمات الحضرية. أشارت النتائج إلى أن انخفاض مستوى التخطيط ينعكس سلباً على السلوك العام للسكان ويؤثر على التفاعل مع البرامج التنموية والرؤى المستقبلية للمدن. كما بينت الدراسة أن مناطق العشوائيات تشهد ارتفاعاً في كثافة الأنشطة الموسمية، ومنها الدعايات الانتخابية.

الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

تميزت الدراسات السابقة بأنها تناولت العشوائيات أو الدعاية الانتخابية كل على حدة، وركزت غالباً على آثار العشوائيات الاجتماعية أو الاقتصادية، أو على تنظيم الحملات الانتخابية بشكل عام دون ربط مباشر بين الظاهرتين. كما اعتمد أغلبها على التحليل النظري أو دراسات حالة محدودة. أما الدراسة الحالية فقد جاءت لتسد فجوة بحثية من خلال الربط المباشر بين العشوائيات والتخطيط الحضري والدعاية الانتخابية بوصفها ظاهرة حضرية متداخلة. وهي تختلف عن الدراسات السابقة في ثلاثة جوانب رئيسية:

١. الموضوع: تبحث في أثر العشوائيات على الدعاية الانتخابية داخل البيئة الحضرية، وهو محور لم يتم تناوله بشكل مباشر سابقاً.
٢. المنهج: جمعت بين التحليل النظري المقارن والتحليل الميداني من خلال الاستبانة، وصولاً إلى صياغة خوارزمية عملية من عشر خطوات.
٣. الإضافة العلمية: قدمت نموذجاً تطبيقياً يمكن اعتماده في إدارة الحملات الانتخابية داخل المناطق العشوائية، مع توصيات تخطيطية قابلة للتنفيذ.

المبحث الأول: الإطار النظري والمفاهيمي

تمهيداً للتخطيط الحضري عملية تنظيمية تهدف إلى تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد المكانية بما يضمن التنمية المستدامة والتوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. ومع ذلك، تواجه المدن العراقية والعربية تحديات متراكمة ناجمة عن مظاهر العشوائية المكانية والبصرية التي تنشأ غالباً من غياب التنسيق المؤسسي وضعف تطبيق التشريعات الحضرية. وتعد العشوائية في الدعايات الانتخابية واحدة من الظواهر الحضرية المعاصرة التي تكشف هشاشة التنظيم المكاني، إذ تحدث اضطراباً بصرياً ووظيفياً في بنية المدينة، وتؤثر في صورة الفضاء العام كمورد اقتصادي واجتماعي مهم (الموسوي، ٢٠٢١). وتبرز أهمية معالجة هذه الظاهرة ضمن منظور التخطيط الحضري والتنمية الاقتصادية، لأنها تمثل في جوهرها استخداماً غير كفوء للحيز الحضري، وتسهم في تشويه البيئة العمرانية وتقليل الجاذبية الاستثمارية للمدن. لذلك يهدف هذا الفصل إلى بناء إطار نظري متكامل لمفهوم العشوائيات، وعلاقتها بالتخطيط الحضري، مع تحليل الظاهرة الانتخابية بوصفها نموذجاً للعشوائية المؤقتة ضمن النظام الحضري العراقي.

١.١ مفهوم العشوائيات في البيئة الحضرية

تُعرف العشوائيات الحضرية بأنها استخدامات مكانية أو عمرانية خارجة عن الإطار الرسمي للتخطيط، وتفتقر إلى التنظيم القانوني والإداري، ما يؤدي إلى خلل في كفاءة الأداء المكاني والخدمي للمدينة (UN-Habitat, 2021). ويرى (Lynch 2019) أن العشوائية في المدينة لا تقتصر على البنية المادية، بل تشمل كل نشاط أو مظهر يفقد الانسجام مع النظام التخطيطي العام، سواء أكان في استعمال الأرض، أو التصميم العمراني، أو المشهد البصري. ويُصنّف الباحثون العشوائية إلى نوعين رئيسيين:

١. العشوائية الدائمة: مثل الأحياء السكنية غير النظامية التي تتكوّن تدريجياً خارج المخططات الأساسية.

٢. العشوائية المؤقتة: وهي تلك التي تنشأ خلال أحداث أو مواسم معينة (كالباعة المتجولين، أو المهرجانات، أو الحملات الانتخابية)، ثم تزول جزئياً بعد انتهاء الحدث، لكنها تترك آثاراً مادية وبصرية دائمة (Rodriguez, 2022). ومن منظور التنمية الحضرية، تمثل العشوائية شكلاً من سوء إدارة الموارد المكانية، إذ تضعف كفاءة استخدام الأرض وتزيد كلف الصيانة والتأهيل (World Bank, 2020).

١.٢ العشوائية البصرية والإعلانية

العشوائية البصرية (Visual Pollution) هي أحد مظاهر التدهور الحضري الناتج عن تكّس العناصر البصرية غير المنسّقة، مثل اللافتات والإعلانات العشوائية والكتابات الجدارية (Smith & Keller, 2018) تؤثر هذه الظاهرة في إدراك الإنسان للمكان، وتقلل من جاذبية المدينة الاستثمارية والسياحية (Abdullah, 2019) ويُعد الفراغ البصري المنظم من مؤشرات جودة البيئة الحضرية، في حين تمثل كثافة الإعلانات غير المنظمة دلالة على ضعف الحوكمة المحلية. وقد بينت دراسة الحوراني (٢٠٢٠) أن المدن التي لا تمتلك "خطة إعلانية حضرية" (Urban

Advertising Plan) تعاني من تشويه بصري مستمر، خاصة في فترات الحملات الانتخابية أو التجارية المكثفة. يُعد التلوث البصري من أبرز أشكال العشوائية الحديثة، حيث تسهم الإعلانات غير المنظمة في تشويه الهوية البصرية للمدينة، وتؤثر في إدراك السكان لجودة الفضاء الحضري (محمود، ٢٠٢٠)

١.٣ العلاقة بين العشوائية والتخطيط الحضري

يهدف التخطيط الحضري إلى تحقيق النظام المكاني من خلال توزيع الاستخدامات بما يتلاءم مع حاجات السكان والأنشطة الاقتصادية. بينما تمثل العشوائية انحرافاً عن هذا النظام، ينتج غالباً عن غياب التنسيق بين الجهات التنفيذية، أو ضعف تطبيق التشريعات العمرانية (Lee, 2020) وقد أظهرت دراسات عبد الله (٢٠١٩) والموسوي (٢٠٢١) و (UN-Habitat 2021) أن مظاهر العشوائية، سواء كانت في السكن أو الإعلانات أو النقل، ترتبط طردياً بضعف القدرات المؤسسية للبلديات.

أما من الجانب الاقتصادي، فإن العشوائية تمثل تكلفة غير مباشرة تتحملها المدينة، تشمل:

• خسارة القيمة الجمالية والمعنوية للمكان.

• ارتفاع كلف الإزالة والصيانة.

• انخفاض العوائد الاستثمارية للمناطق المركزية بسبب التلوث البصري ووفق تقرير (World Bank 2020) فإن المدن التي تقتصر على سياسات بصرية حضرية متكاملة تخسر ما بين ٣-٥٪ من جاذبيتها الاقتصادية بسبب التلوث البصري وتضارب الاستخدامات المكانية.

١.٤ العشوائية الانتخابية: المفهوم والأثر

تُعرف العشوائية الانتخابية بأنها: "مجموعة المظاهر البصرية والمكانية الناتجة عن نصب الدعايات الانتخابية في مواقع غير مخطط لها أو مخالفة للضوابط الرسمية" (Rodriguez, 2022). وتشمل هذه المظاهر:

• نصب اللافتات على الأرصفة وأعمدة الكهرباء والأشجار.

• تغطية الواجهات العامة أو الرموز التاريخية بشعارات انتخابية.

• ترك بقايا المواد الإعلانية بعد انتهاء الانتخابات دون تنظيف، في دراسة ميدانية أجراها الموسوي (٢٠٢١) على مدينة بغداد خلال انتخابات ٢٠١٨، تبين أن أكثر من ٧٥٪ من مواقع الإعلانات الانتخابية كانت عشوائية، وأن ٤٠٪ منها أُقيمت قرب مفاصل مرورية حساسة، أما Lee (2020) فقد بيّن أن المدن الآسيوية التي لم تدمج ضوابط الحملات الانتخابية ضمن المخططات المحلية شهدت زيادة في شكاوى المواطنين بنسبة ٣٠٪ خلال الفترات الانتخابية. وتؤدي العشوائية الانتخابية إلى:

١ اضطراب بصري حضري يضعف إدراك الهوية المكانية.

٢ تدهور وظيفي في استعمال الفضاء العام.

٣ تكاليف مالية إضافية تتحملها الجهات البلدية بعد انتهاء الانتخابات.

كما تشير عدة دراسات إلى أن العشوائيات ترتبط بضعف الإدارة الحضرية وقدرة المؤسسات المحلية على ضبط النمو العمراني (عبد الله، ٢٠١٨؛ عبد الرحمن، ٢٠١٧)

١.٥ التحليل التخطيطي للعشوائية الانتخابية

من منظور تخطيطي-اقتصادي، يمكن تحديد ثلاثة أبعاد رئيسية لأثر العشوائية الانتخابية:

١ البعد المكاني، يؤدي انتشار الإعلانات في مواقع غير مخصصة إلى تعطيل حركة المشاة والمركبات، ويؤثر في كفاءة استعمال الأرض داخل الفضاء العام (Lynch, 2019).

٢ البعد البصري، تتسبب اللافتات غير المنسقة في ازدحام بصري يضعف الهوية العمرانية للمدينة ويشوّه معالمها الجمالية (Smith & Keller, 2018).

٣ البعد الاقتصادي، تُضيف العشوائية الانتخابية أعباء مالية على البلديات في رفع المخلفات وصيانة الأعمدة والأرصفة، كما تخفض القيمة الاقتصادية للمناطق التجارية (World Bank, 2020).

ويُعد دمج هذه الأبعاد ضمن سياسات التخطيط الحضري المستدام خطوة أساسية لمعالجة الظاهرة من خلال:

• تفعيل نظم الإدارة الذكية للإعلانات.

• اعتماد تشريعات حضرية محدثة تشمل الدعاية السياسية.

• إشراك القطاع الخاص والمجتمع المدني في حوكمة الفضاء العام (UN-Habitat, 2021).

المبحث الثاني: التنظيم الحضري للدعايات الانتخابية □ التجارب المقارنة

تمهيد

تُعدّ الدعايات الانتخابية إحدى الوسائل الرئيسة في التعبير السياسي، غير أنها في المجال الحضري تشكل عنصراً بصرياً وتنظيمياً يؤثر في المشهد العام للمدينة. فبينما تسعى المدن الحديثة إلى تحقيق التوازن بين حرية التعبير وضبط الفضاء العام، تعاني العديد من المدن النامية من ضعف التنظيم في مواقع وأشكال الدعايات الانتخابية، مما يؤدي إلى تشويه البيئة البصرية وخلق مظهر من العشوائية المؤقتة. وعليه، يهدف هذا الفصل إلى استعراض نماذج مقارنة من التجارب الدولية والعربية في تنظيم الدعاية الانتخابية حضرياً، بغية استخلاص الدروس التي يمكن توظيفها في تطوير النموذج العراقي.

١.٢ التنظيم الحضري للدعايات الانتخابية: المفهوم والأبعاد

يشير التنظيم الحضري للدعايات الانتخابية إلى مجموعة الإجراءات والسياسات التي تنظم استخدام الفضاءات العامة للإعلانات السياسية، بما ينسجم مع مبادئ التخطيط العمراني، والأنظمة الجمالية، والاعتبارات البيئية (Carmona, 2019). ويتضمن هذا التنظيم عدة أبعاد رئيسة:

١ البعد المكاني: تحديد مواقع محددة ومسموح بها لنصب الإعلانات ضمن مخطط المدينة الهيكلي.

٢ البعد الجمالي: وضع معايير للانسجام اللوني والحجمي بما يمنع التلوث البصري.

٣ البعد البيئي: ضمان إزالة المواد بعد انتهاء الحملة الانتخابية وإعادة تدويرها.

٤ البعد الإداري والقانوني: وجود لوائح محلية تحدد آليات الترخيص والمساءلة.

تشير الدراسات إلى أن غياب هذه الأبعاد يؤدي إلى ضعف التنظيم البصري للمدن، وتفاقم المشكلات التخطيطية المرتبطة بالاستخدام العشوائي للفضاءات العامة (Madureira & Nunes, 2020).

٢.٢ التجربة الأوروبية في الاتحاد الأوروبي، تُعد فرنسا وألمانيا من أبرز الدول التي وضعت أنظمة تخطيطية دقيقة لتنظيم الدعايات الانتخابية، ففي فرنسا، يُسمح بنصب اللافتات فقط في أماكن محددة مخصصة من البلديات، وغالباً ما تكون ألواحاً معدنية متطابقة الحجم توزع بالتساوي على المرشحين، مما يمنع النقاوت البصري أو التلوث (Assemblée Nationale, 2021). أما في ألمانيا، فتخضع الإعلانات الانتخابية إلى قانون النظافة البصرية للمدن، الذي يحدد مدة بقاء اللافتة ومكانها، ويُلزم الأحزاب بإزالتها خلال أسبوع بعد الانتخابات، تحت إشراف السلطات المحلية (Krause, 2020). هذه الأنظمة تمثل نموذجاً لتكامل السياسة الانتخابية مع أدوات التخطيط الحضري عبر اعتماد مبادئ العدالة المكانية والتنظيم الجمالي.

٣.٢ التجربة الآسيوية في اليابان، تُعتبر الدعاية الانتخابية جزءاً من الثقافة التنظيمية الدقيقة التي تحكم المجال العام. إذ يُمنع تعليق أي لافتة خارج المساحات المحددة مسبقاً من قبل البلديات، وتُوزع اللوحات وفق خريطة حضرية تراعى فيها الكثافة السكانية وحركة المشاة (Tokyo Metropolitan Government, 2021). أما في كوريا الجنوبية، فقد تم إدراج نظام "الخريطة الذكية للدعاية الانتخابية"، الذي يعتمد على نظم المعلومات الجغرافية (GIS) لتحديد النقاط المسموح بها، مما يقلل العشوائية ويعزز الرقابة الإلكترونية (Kim & Lee, 2020). هذه التجارب تعكس دور التكنولوجيا في دعم التخطيط الحضري وتحقيق الاستخدام المنظم للفضاءات العامة.

٤.٢ التجربة العربية

شهدت بعض الدول العربية مبادرات لتقنين وتنظيم الدعاية الانتخابية ضمن أطر حضرية:

• في الإمارات العربية المتحدة، أصدرت بلدية دبي عام ٢٠١٩ دليلاً لتصميم الدعاية الانتخابية، حددت فيه مقاسات اللافتات، ومناطق العرض، وشروط الإزالة، تحقيقاً للتناغم البصري مع المشهد الحضري (بلدية دبي، ٢٠١٩). وفي الأردن، اعتمدت أمانة عمان الكبرى خطة لتوزيع اللوحات الانتخابية ضمن محاور مرور محددة لتجنب الازدحام البصري، وفرضت غرامات مالية على المخالفين (أمانة عمان، ٢٠٢٠). وفي مصر، نصّ قانون الإدارة المحلية على حظر تعليق الدعاية الانتخابية على المباني الأثرية والمرافق العامة، ضمن إطار الحفاظ على الهوية البصرية للمدينة.

(الجهاز القومي للتنسيق الحضاري، ٢٠٢١) توضح هذه النماذج سعي الدول العربية إلى دمج البعد الحضري في إدارة الحملات الانتخابية، رغم تفاوت مستوى التطبيق والتشديد الرقابي.

٥.٢ التجربة العراقية في العراق، لا يزال تنظيم الدعاية الانتخابية يعاني من ضعف التنسيق بين المفوضية العليا المستقلة للانتخابات والبلديات. إذ تغيب المعايير التخطيطية الواضحة لتوزيع الإعلانات، مما يؤدي إلى انتشارها العشوائي على الأرصفة والجدران والأعمدة، مسببةً فوضى بصرية وتشويهًا للمشهد الحضري (العبيدي، ٢٠٢٢)، كما أن ضعف الرقابة بعد الانتخابات يؤدي إلى بقاء اللافتات فترات طويلة، مما يزيد من تراكم النفايات البصرية والمادية. ويلاحظ أن التجارب العراقية السابقة افترقت إلى دمج البعد التخطيطي ضمن مراحل الحملات الانتخابية، إذ تركزت الجهود على الجانب الإداري دون تخطيط حضري استباقي (السعدي، ٢٠٢٣)، تشير الدراسات إلى أن تزايد مظاهر العشوائية يعود بدرجة كبيرة إلى ضعف الأداء المؤسسي وغياب التنسيق بين الجهات المسؤولة عن إدارة المدينة، وهو ما يظهر بوضوح في التجارب العراقية، مما يؤدي إلى ضعف الإدارة الحضرية (عبد الرحمن، ٢٠١٧)، يرتبط التخطيط الحضري الرشيدي بإدارة كفوءة لاستخدامات الأرض، إذ يُسهم توزيع الأنشطة بشكل مدروس في الحد من العشوائيات وفي تعزيز الاستدامة الحضرية (يوسف، ٢٠١٩).

٦.٢ تحليل مقارن من خلال المقارنة بين التجارب الدولية والعربية والعراقية، يتضح أن العنصر الفارق هو وجود إطار تخطيطي مؤسسي يُشرك البلديات في مراحل الترخيص والتنظيم والمراقبة. ففي الدول المتقدمة، تُعد الدعاية الانتخابية جزءًا من نظام إدارة المشهد الحضري، بينما في الدول النامية لا تزال تُعامل كإجراء مؤقت خارج التخطيط الرسمي، كما يتبين أن الدول التي اعتمدت أدوات رقمية (مثل نظم GIS) حققت نتائج أفضل في تقليل العشوائية وتوزيع الإعلانات بعدالة مكانية، ما يعزز الحاجة إلى إدراج هذه الأدوات ضمن المنظومة العراقية المستقبلية (UNDP, 2022).

الخلاصة

أظهرت التجارب المقارنة أن تنظيم الدعاية الانتخابية حضريًا ليس مجرد قضية جمالية، بل هو جزء أساسي من منظومة التخطيط الحضري المستدام. ويُعد غياب الأطر التخطيطية والمؤسسية في العراق سببًا مباشرًا لظهور العشوائية الانتخابية، التي تؤثر سلبًا في التنمية الحضرية وجودة الحياة، وعليه، يمكن القول إن تطبيق نموذج تنظيمي مستند إلى التجارب العالمية، مع مراعاة الخصوصية العراقية، يُسهم في تحسين كفاءة استخدام الفضاء العام وتقليل مظاهر العشوائية البصرية وعلى سيتضمن الفصل الثالث جانب الميداني والتفصيلي.

المبحث الثالث التحليل الميداني لظاهرة الدعايات الانتخابية وانعكاساتها التخطيطية في البيئة المدين العراقية

تمهيد

يعد المبحث الثالث هو الجانب التطبيقي من البحث، إذ يتناول تحليل ظاهرة العشوائيات المرتبطة بالدعايات الانتخابية بوصفها أحد أشكال الاستخدام غير المنظم للفضاء الحضري، وما تتركه من آثار على المشهد العمراني وتخطيط المدينة. ومن خلال تحليل بيانات الاستبانة الموجهة إلى المجتمع المحلي وخصوصاً الجامعي، سعى الباحث إلى فهم مستويات العشوائية، ومدى تأثيرها على البنية الحضرية، وإمكانات الحدّ منها عبر التنظيم البلدي والمؤسسي. يتناول هذا الفصل العرض التفصيلي للجانب الميداني في البحث، من خلال تحليل نتائج الاستبانة التي أُجريت على عينة من الطلبة، بهدف قياس مدى وعي الفئة الشبابية الجامعية بظاهرة الدعايات الانتخابية في المدن العراقية، وتحديد انعكاساتها على البيئة الحضرية والسلوك الانتخابي والواقع الإداري للتنظيم ويمثل هذا الفصل أداة علمية لربط الظاهرة (الدعايات الانتخابية العشوائية) بـ المفهوم الأساسي للبحث (العشوائيات وأثرها التخطيطي)، مما يتيح الوصول إلى خوارزمية عملية تستند إلى نتائج ميدانية موثقة.

أولاً: إجراءات البحث

١. منهج البحث اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسة واقع الدعايات الانتخابية، من خلال وصف الظاهرة في سياقها الحضري، وتحليل مكوناتها، وربطها بالنظريات التخطيطية للعشوائيات. كما استخدم منهج المقارنة بين آراء العينة والمتطلبات التخطيطية السليمة لضبط الفضاء الحضري.

٢. مجتمع البحث وعينه تمكّن مجتمع البحث من طلبة الجامعة المستنصرية، نظرًا لكونهم يمثلون فئة شبابية متعلمة وواعية بطبيعة المشكلات الحضرية والاجتماعية في البيئة المدينية العراقية. تم اختيار عينة قصدية بلغ عددها (١٠٠) مفردة، شملت طلبة المرحلة الرابعة من الدراسة الأولية وطلبة الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) في التخصصات التربوية والإنسانية ذات الصلة. ويُعد اختيار هذه الفئة مبررًا علميًا لأنها تمثل جيل

مجلة الفارابي للعلوم الانسانية عدد خاص من المؤتمر العلمى التاسع العدد (٢) كانون الاول لعام ٢٠٢٥

المستقبل، وبلغت نسبة الذكور (٤٣٪) والإناث (٥٧٪)، وتراوح أعمارهم بين (٢٢-٣٥) سنة، وهي فئة تمتاز بالنضج المعرفي والإدراك التحليلي المناسب لأهداف البحث.

٣. أداة البحث وأسلوب جمع البيانات

تم تصميم استبانة لهذا البحث، تضمنت (١٠) أسئلة بصيغة ثنائية (نعم/كلا)، لتقيس مدى وعي المبحوثين بالعلاقة بين الدعايات الانتخابية والتنظيم الحضري.

صيغت الأسئلة بلغة علمية مبسطة، بما يضمن فهمًا متكافئًا لدى جميع أفراد العينة، تم توزيع الاستبانات خلال الدوام الرسمي، بعد ذلك أُجري الفرز الإحصائي واستخراج التكرارات والنسب المئوية باستخدام أدوات التحليل الوصفي .

٤. تصنيف محاور الاستبانة

المحور الأول: العشوائية المكانية والتنظيم الحضري

يقيس هذا المحور درجة الخلل في التنظيم المكاني للدعاية الانتخابية داخل البيئة الحضرية.

٢. المحور الثاني: السلوك الانتخابي وانعكاسه على المشهد الحضري

يقيس هذا المحور مستوى السلوك الانتخابي والوعي المجتمعي والرقابة التنفيذية خلال فترة الحملات الانتخابية.

٣. المحور الثالث: الدور الإداري والمؤسسي في تنظيم الظاهرة

يقيس هذا المحور مدى فاعلية الإدارة المحلية والتنسيق المؤسسي في ضبط الظاهرة والتقليل من آثارها العشوائية

٥. التحليل الإحصائي للبيانات الميدانية:

تم اعتماد التكرارات والنسب المئوية في الجدول المرفق لتحليل النتائج. وقد أظهرت البيانات ما يأتي بشكل عام:

١٠. ارتفاع نسبة الموافقة (نعم) في الأسئلة المرتبطة بالعشوائية المكانية (المحور الأول)، ما يشير إلى وجود خلل تخطيطي واضح، ووجود فجوة في تطبيق القوانين والرقابة (المحور الثاني)، وهي إحدى أهم أسباب تفاقم الظاهرة، وتدني مستوى التنسيق المؤسسي والإداري (المحور الثالث)، مما يجعل العشوائيات الانتخابية حالة متكررة يصعب السيطرة عليها. يمكن ملاحظة الاتجاه العام للإجابات العينة نحو تأكيد غياب التخطيط والتنظيم الحضري في مواقع الدعايات الانتخابية، ووجود ضعف في التنسيق بين الجهات الادارية المعنية كما مبين في الاسئلة الاستبانة واجوبة المبحوثين في الجدول ادناه: جدول (٣-١) نتائج الاستبانة الميدانية

محاور	السؤال	الاجابة		النسبة المئوية	
		نعم	كلا	نعم	كلا
المحور الاول	هل ترى ان مواقع نصب الدعايات الانتخابية تُختار بشكل عشوائي دون دراسة مسبقة.	٧٦	٢٤	٧٦٪	٢٤٪
	هل تُقام بعض الدعايات الانتخابية في اماكن مخصصة الاغراض خدمية او مرورية ضمن المخطط الحضري	٣٧	٦٣	٣٧٪	٦٣٪
	هل تسهم كثافات الدعايات الانتخابية في تعطيل او تقليص مساحات المشاة او الارصفة العامة	٧٢	٢٨	٧٢٪	٢٨٪
	هل تؤثر الدعايات الانتخابية على تنظيم الوظيفي للفضاءات العامة (مثل الحدائق , والساحات, والاسواق)	٦١	٣٩	٦١٪	٣٩٪
المحور الثاني	هل يوجد رقابة فعلية من قبل الجهات البلدية على مواقع واحجام الدعايات الانتخابية	٤٢	٥٨	٤٢٪	٥٨٪
	هل تُطبق القوانين المحلية الخاصة بتنظيم الاعلانات والدعايات الانتخابية في المدنية	٣٨	٦٢	٣٨٪	٦٢٪
	هل تتخذ الجهات الرسمية اجراءات بعد الانتخابات لإزالة الدعايات من الاماكن العامة	٦٩	٣١	٦٩٪	٣١٪

			٦٨	٣٢	٦٨٪	٣٢٪
			٧٩	٢١	٧٩٪	٢١٪
			٣٤	٦٦	٣٤٪	٦٦٪

اعداد وتصميم الباحث

ثانياً: تحليل الشامل لمحاور الاستبانة

المحور الاول / العشوائية المكانية والتنظيم الحضري.

أتضح أن العشوائية المكانية تمثل أحد أبرز مظاهر الخلل التخطيطي في الدعايات الانتخابية، إذ تشير نسب الإجابة العالية إلى: اختيار مواقع غير مدروسة، استغلال الأرصفة والفضاءات العامة بصورة غير قانونية،

التأثير السلبي في حركة المرور والمشاة، واضطراب المشهد الحضري وتشويه الخطط التصميمية، وفيما يلي تحليل كل سؤال:

السؤال ١ / هل ترى ان مواقع نصب الدعايات الانتخابية تختار بشكل عشوائي دون دراسة مسبقة؟

النتائج: نعم (٧٦٪) - كلا (٢٤٪). التحليل/ تشير النسبة المرتفعة للموافقين إلى وجود إدراك مجتمعي واضح بأن مواقع الدعايات الانتخابية تُحدد دون الرجوع إلى معايير تخطيطية. ويدعم ذلك فرضية البحث التي تربط بين ضعف التخطيط الحضري وانتشار الممارسات العشوائية. كما توحى النتائج بأن غياب تنظيم المواقع يساهم في حدوث تلوث بصري وتشويه لمداخل الشوارع والفضاءات العامة، ما يعكس خللاً مؤسسياً في الرقابة والإدارة الحضرية. السؤال ٢ / هل تُقام بعض الدعايات الانتخابية في اماكن مخصصة الاغراض خدمية او المرورية ضمن المخطط الحضري.

النتائج: نعم (٣٧٪) - كلا (٦٣٪). التحليل/ على الرغم من انخفاض نسبة الموافقة، فإن نسبة (٣٧٪) تظل مؤشراً مهماً على وجود تجاوزات على مناطق ذات وظيفة حضرية حساسة مثل الأرصفة، محطات النقل، أو مقاطع الطرق. وهذا يؤكد أن بعض المرشحين يستخدمون مواقع غير مخصصة للإعلانات، ما يؤدي إلى إرباك وظيفي في عناصر البنية التحتية الحضرية. كما تُظهر النتائج أن هذه الظاهرة ليست معممة بالكامل، لكنها موجودة بما يكفي لتشكّل إزعاجاً بصرياً ووظيفياً. السؤال ٣ / هل تسهم كثافات الدعايات الانتخابية في تعطيل او تقليص مساحات المشاة او الارصفة العامة النتائج: نعم (٧٢٪) - كلا (٢٨٪). التحليل/ النسبة العالية من الموافقة تعكس واقعاً واضحاً يتمثل في مزاحمة الإعلانات الانتخابية لمسارات المشاة، خصوصاً في المناطق التجارية والمكتظة. وهذا يشير إلى أثر مباشر على جودة الحياة الحضرية، ويبرز اختلالاً في إدارة الفضاء العام. كما أن تعدي الإعلانات على المساحات المخصصة للمشاة يمثل مخالفة صريحة للمعايير التخطيطية الخاصة بسلامة الحركة

المرورية. السؤال ٤ / هل تؤثر الدعايات الانتخابية على تنظيم الوظيفي للفضاءات العامة (مثل الحدائق , الساحات , والاسواق) النتائج: نعم (٦١٪) - كلا (٣٩٪). التحليل/ تكشف النتائج أن غالبية المستجيبين يشعرون بأن الإعلانات الانتخابية تخل بالوظيفة الأصلية للفضاءات العامة، سواء من خلال تقييد الاستخدام الحر لهذه المساحات أو من خلال التشويه البصري. هذا يرتبط مباشرة بمفهوم «الوظيفة الحضرية للفضاء العام»، والذي يعد مبدأً مركزياً في التخطيط الحضري. النسبة العالية تدعم فكرة البحث القائلة إن السلوك الانتخابي غير المنظم يؤثر سلباً على المجال العام. النتيجة المحور الاول: يتضح أن أغلب أفراد العينة يدركون الخلل في البنية المكانية والتنظيمية لنصب الدعايات الانتخابية، ما يشير إلى أن الظاهرة تُعد انعكاساً مباشراً لضعف الإدارة الحضرية وتخطيط استخدامات الأرض في المدن العراقية. المحور الثاني / السلوك الانتخابي وانعكاسه على المشهد الحضري يبحث هذا المحور في طبيعة السلوك الانتخابي للمواطنين والمرشحين، ومدى التزامهم بالقوانين، كما يقيس مستوى الوعي الحضري ومدى تأثير الدعاية على الحياة اليومية. السؤال ٥ / هل يوجد رقابة فعلية من قبل الجهات البلدية على مواقع واحجام الدعايات الانتخابية النتائج: نعم (٤٢٪) - كلا (٥٨٪). التحليل/ تشير الإجابات إلى أن أكثر من نصف العينة ترى أن الرقابة البلدية غير فعالة، مما يعزز

فرضية ضعف سلطة الضبط الحضري. في المدن العراقية، عادة ما تزداد الفوضى خلال الحملات الانتخابية، ما يجعل الرقابة صعبة، لكن النسبة تُعد مؤشراً واضحاً على قصور إداري وهيكلي في السيطرة على الظاهرة السؤال ٦ / هل تُطبق القوانين المحلية الخاصة بتنظيم الاعلانات والدعايات الانتخابية في المدينة. النتائج: نعم (٣٨٪) - كلا (٦٢٪). التحليل/ ارتفاع نسبة الرفض (٦٢٪) يؤكد فجوة واضحة بين النص القانوني والتطبيق الميداني. وهذا يشير إلى أن التشريعات موجودة ولكن لا تُفعل، ما يسمح بازدياد المخالفات الانتخابية. وتظهر هنا أهمية إصلاح المنظومة

التشريعية وتفعيل الجبايات والغرامات، وهو ما يؤثر في إعادة ضبط الفضاء العام. السؤال ٧/ هل تتخذ الجهات الرسمية اجراءات بعد الانتخابات لإزالة الدعايات من الاماكن العامة؟ النتائج: نعم (٦٩٪) - كلا (٣١٪).

التحليل/ النسبة المرتفعة للموافقة على وجود متابعة حكومية بعد الانتخابات قد تعكس جهود البلديات في إزالة نسبة من الدعايات، لكنها قد تكون متفاوتة بين منطقة وأخرى. ويستدل من ذلك أن المشكلة ليست في الإزالة، بل في التنظيم الاستباقي والتنظيم أثناء الحملة الانتخابية. أي أن الإزالة تُعد إجراءً علاجياً وليس وقائياً السؤال ٨/ هل تعتقد ان انتشار الدعايات الانتخابية العشوائية يؤثر سلباً على جمالية المدينة وتنظيمها؟ النتائج: نعم (٦٨٪) - كلا (٣٢٪). **التحليل/** هذه النسبة تُعد من أقوى المؤشرات على إدراك المجتمع للتلوث البصري الناتج عن الدعايات الانتخابية. وهذا يتفق مع المفهوم التخطيطي القائل بأن الجماليات الحضرية عنصرٌ أساسي في جودة الفضاء العام. كما يدل على رغبة المجتمع في تنظيم حضري أكثر صرامة يعزز البيئة البصرية. **النتيجة المحور الثاني:** تشير البيانات إلى أن غياب الرقابة البلدية وضعف الوعي الانتخابي الحضري يمثلان أحد أبرز العوامل التي تُنتج العشوائية البصرية والتنظيمية في المدينة، ومحدودية وعي المرشحين بأهمية الحفاظ على جمالية المدن خلال المواسم الانتخابية، كما أن ضعف تطبيق القوانين بعد انتهاء الانتخابات يعمق من تراكم هذه الظاهرة داخل البيئة الحضرية. **المحور الثالث /** الدور الإداري والمؤسسي في تنظيم الظاهرة. يركز هذا المحور على أداء المؤسسات الرسمية، وتنسيقها، وقدرتها على فرض الضوابط اللازمة. **السؤال ٩/ هل ترى ان تنظيم الدعايات الانتخابية يساهم في تعزيز الوعي الانتخابي والسلوك الحضري المسؤول؟ النتائج: نعم (٧٩٪) - كلا (٢١٪). التحليل/** إجماع العينة تقريباً على أهمية التنظيم يعكس فهماً مجتمعياً بأن الفوضى الإعلانية ليست مجرد مشكلة بصرية، بل هي مؤشر على عدم احترام القانون وضعف السلوك الحضري. وهذا ينسجم مع دراسات تُظهر أن التنظيم الانتخابي يحسن صورة المرشح، ويزيد ثقة الجمهور بالعملية السياسية. **السؤال ١٠/ هل هناك تنسيق بين الجهات الادارية (البلدية ، المفوضية العليا ، المرور) في منح تراخيص الدعاية ؟ النتائج: نعم (٣٤٪) - كلا (٦٦٪). التحليل/** تشير النتائج إلى وجود ضعف واضح في التكامل المؤسسي بين الجهات المسؤولة عن تنظيم الفضاء الحضري. ويعني ذلك أن التشتت الإداري يساهم في خلق بيئة خصبة للعشوائية، ويمنع تنفيذ رؤية حضرية موحدة لتنظيم الإعلان وتشير الاستبانة ، إلى خلل واضح في التنسيق بين، البلدية، المفوضية العليا، المرور. فكل جهة تعمل بمعزل عن الأخرى، مما يؤدي إلى غياب الحلول الفعالة. **النتيجة العامة للمحور الثالث:** تُظهر البيانات أن فاعلية المؤسسات المحلية والتنسيق الإداري المشترك يمثلان المدخل الأهم لمعالجة الفوضى الإعلانية والارتقاء بالمشهد الحضري، بما يتوافق مع أهداف التنمية الحضرية المستدامة في المدن العراقية. هذه النتائج تدعم فرضية البحث التي ترى أن العشوائية الانتخابية تمثل انعكاساً لاختلال العلاقة بين البنية الإدارية والبنية التخطيطية. فبينما يمتلك المواطن وعياً متزايداً تجاه المظهر الحضري، لا تزال المؤسسات المعنية تقتصر إلى منظومة تنسيق فعالة تضمن إدارة الفضاء العام ضمن معايير التخطيط المستدام.

ثالثاً: مدخل إلى الخوارزمية العملية المستخلصة من نتائج الاستبانة بعد استكمال تحليل نتائج الاستبانة وقراءة اتجاهات إجابات أفراد العينة عبر المحاور الثلاثة ، تبين أن ظاهرة الدعايات الانتخابية تنسم بدرجة عالية من العشوائية التي تُخلّ بالنسق الحضري وتقلل من كفاءة الإدارة الحضرية المنظمة. وقد أظهرت البيانات الميدانية أن معظم الإشكاليات التي رُصدت ترتبط بغياب التنسيق المؤسسي، وضعف الوعي بالضوابط، وانعدام آليات تنفيذ واضحة أثناء فترة الحملات الانتخابية، ومن هنا تم بناء خوارزمية عملية تقوم على تحويل المؤشرات الإحصائية إلى سلسلة من الإجراءات المتتابعة التي تبدأ بتحديد نقاط الاختلال وتنتهي بوضع آليات تنظيمية قابلة للتنفيذ داخل المدن. إن هذه الخوارزمية تمثل نموذجاً تطبيقياً موجّهاً للبلديات والهيئات الانتخابية وصُنّاع القرار، وتستند مباشرة إلى نسب الإجابة ونقاط الضعف التي كشفتها البيانات الميدانية، وبذلك يكون البحث قد جمع بين التحليل العلمي والتطبيق العملي عبر منهج يربط بين التخطيط الحضري والسلوك الانتخابي والإدارة المؤسسية، وصولاً إلى معالجة منظمة قابلة للتطوير والتنفيذ. - **الخوارزمية العملية المستخلصة من نتائج الجدول (١٠ خطوات تشغيلية) المحور الاول : العشوائية المكانية والتنظيم الحضري. الخطوة ١ - تحديد مواقع الإعلان وفق دراسة مسبقة مستندة إلى السؤال (١)، نتيجة ارتفاع نسبة "نعم" تشير إلى وجود اختيار عشوائي لمواقع الدعايات. الإجراء العملي:**

• إعداد خريطة حضرية مُعتمدة (GIS) تُظهر الأماكن المسموحة والممنوعة.

• يمنع منح أي ترخيص خارج هذه الخريطة.

• إلزام المرشح بتقديم إحداثيات دقيقة قبل الموافقة.

الخطوة ٢ - حظر وضع الدعاية في الأماكن الخدمية والمرورية الحساسة

مستندة إلى السؤال (٢)، وجود دعايات في أماكن خدمية ومرورية.

الإجراء العملي:

• تحديد قائمة "المناطق الحرجة" (تقاطع طرق، مؤسسات خدمية، مدارس، مستشفيات).

• تفعيل رفض تلقائي إلكتروني لأي طلب داخل هذه المناطق.

الخطوة ٣ - منع التسبب بإعاقة المشاة أو الأرصفة العامة

مستندة إلى السؤال (٣)، الشكاوى من أن بعض الدعايات تُعيق الممرات العامة.

الإجراء العملي:

• فرض مسافة أمان حول الأرصفة (مثلاً ١.٥ متر دون أي لوحات).

• إزالة فورية لأي لوحة تعيق حركة المشاة بدون إنذار.

الخطوة ٤ - حماية الفضاءات العامة من سوء الاستخدام

مستندة إلى السؤال (٤)، الدعاية الانتخابية تستخدم الحدائق والساحات والأسواق بشكل غير منظم.

الإجراء العملي:

• تخصيص مساحات محددة داخل الساحات والحدائق المسموح بها.

• منع استخدام الأشجار، أعمدة الإنارة، الأرصفة وواجهات الحدائق.

المحور الثاني: السلوك الانتخابي وانعكاسه على المشهد الحضري.

الخطوة ٥ - تفعيل رقابة بلدية يومية على مواقع الإعلانات

مستندة إلى السؤال (٥)، الاستبانة تظهر ضعف الدور الرقابي.

الإجراء العملي:

• تشكيل فرق ميدانية صباحاً ومساءً.

• تسجيل مخالفات عبر تطبيق ميداني فوري (صورة + موقع).

الخطوة ٦ - فرض تطبيق القوانين المحلية بتنظيم الحملات

مستندة إلى السؤال (٦)، ضعف تطبيق القوانين الخاصة بتنظيم الإعلان.

الإجراء العملي:

• نشر دليل إجراءات مُعتمد للمرشحين.

• إلزام تعليق اللوحات بارتفاع معياري ومنع تغطية لوحات الطرق.

الخطوة ٧ - متابعة إزالة الدعاية بعد انتهاء الانتخابات

مستندة إلى السؤال (٧)، وجود تأخير بإزالة اللوحات بعد انتهاء الحملة.

الإجراء العملي:

• تحديد سقف زمني للإزالة (٤٨ - ٧٢ ساعة).

• فرض غرامة تلقائية تُقتطع من مبلغ التأمين.

الخطوة ٨ - الحد من الانتشار العشوائي للدعاية

مستندة إلى السؤال (٨)، العشوائية تؤثر على جمالية المدن.

الإجراء العملي:

• تحديد العدد الأقصى للوحات لكل مرشح ضمن الحدود البلدية.

• منع تكرار اللوحات في الشارع نفسه.

المحور الثالث: الدور الإداري والمؤسسي الأسئلة .

الخطوة ٩ - تعزيز دور الإدارة المحلية في التنظيم والرقابة

مستندة إلى السؤال (٩)، ضعف الدور الإداري في تعزيز الوعي وتنظيم السلوك الحضري.

الإجراء العملي:

• إنشاء وحدة تخصصية لإدارة الحملات الإعلانية الانتخابية.

• برامج توعوية مشتركة بين البلدية والمفوضية للمواطنين والمرشحين.

الخطوة ١٠ - تفعيل التنسيق الرسمي بين الجهات الحكومية

مستندة إلى السؤال (١٠):

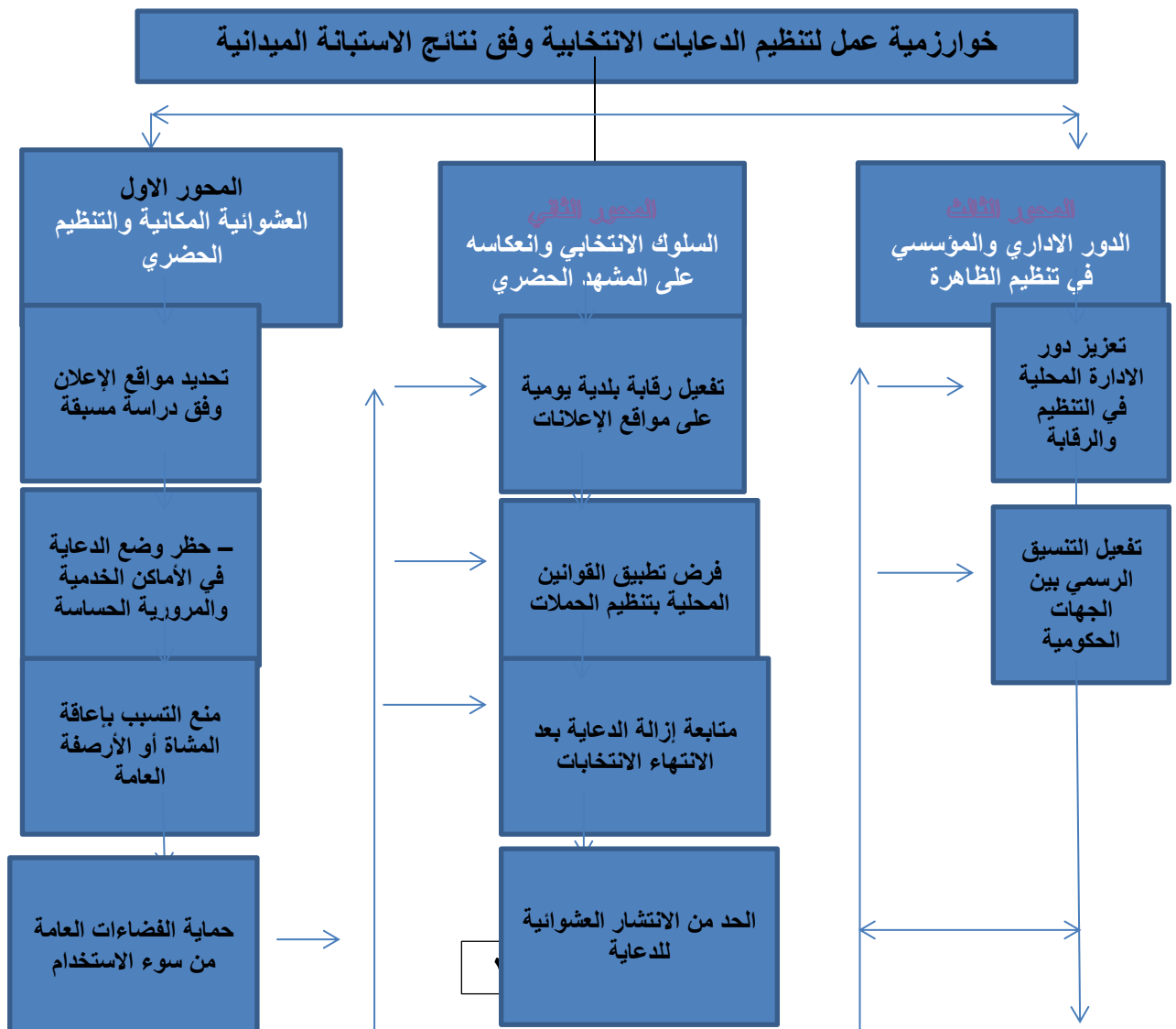
غياب التنسيق بين البلدية، المفوضية، المرور .

الإجراء العملي:

• توقيع بروتوكول تعاون بين الجهات الثلاث.

• غرفة عمليات مشتركة خلال فترة الحملة لضمان سرعة اتخاذ القرار. ظهرت نتائج التحليل الميداني للاستبانة أن العشوائيات الانتخابية تمثل إحدى أهم مظاهر التشوّه الحضري في المدن العراقية، إذ ترتبط بخلل واضح في التنظيم المكاني، وضعف في الضوابط الإعلانية، وتباين في مستويات الوعي الانتخابي، إلى جانب قصور في الدورين الإداري والمؤسسي في توجيه الحملات الانتخابية ضمن إطار حضري منضبط. ومن منظور تخطيطي-تنموي، تكشف هذه النتائج أن الظاهرة ليست مجرد تجاوزات مؤقتة، بل هي انعكاس لبنية تنظيمية تحتاج إلى إعادة ضبط ومعالجة عبر مسار علمي متدرج. وبناءً على ما تقدم، اعتمد البحث منهج تحويل البيانات الميدانية إلى خطوات عملية قابلة للتطبيق، ومن هنا جاءت الخوارزمية المكونة من عشر خطوات مترابطة، تستند إلى تشخيص دقيق للعشوائية المكانية والبصرية، وتم تصميم المخطط الانسيابي ليكون أداة تخطيطية وتنموية تساعد في تحويل نتائج البحث إلى عملية اتخاذ قرار واضحة، تبدأ برصد المشكلة، ثم تحليل عناصرها، فمعالجتها عبر برامج تنظيمية، ووصولاً إلى وضع إطار تنفيذي يضمن الحد من العشوائية وتحسين جودة المشهد الحضري. إن هذا النموذج لا يقدم حلاً تقني فحسب، بل يوفر رؤية تنموية شاملة يمكن دمجها ضمن خطط البلديات والمحافظات لضمان إدارة حضرية أكثر اتساقاً واستدامة خلال الدورات الانتخابية المقبلة.

المخطط الانسيابي (١) للخوارزمية العملية لتحليل اثر العشوائيات الانتخابية في المدن



المصدر: تصميم الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

ذاتمة البحث

توصلت نتائج البحث إلى أن العشوائيات المرتبطة بالدعايات الانتخابية تمثل تحدياً حضرياً متنامياً، يرتبط بعوامل تنظيمية وسلوكية وإدارية معقدة، ما يجعلها انعكاساً مباشراً لضعف التخطيط الحضري وضبابية تطبيق القوانين في البيئة العراقية. وقد أظهرت البيانات الميدانية أن العشوائية ليست ناتجة فقط عن سوء اختيار مواقع الدعايات، بل هي نتاج منظومة متشابكة تشمل غياب الرقابة، وضعف التنسيق المؤسسي، وتدني الوعي الانتخابي، وتراخي الجهات البلدية في تطبيق الضوابط، وأكد التحليل أن هذه الظاهرة تترك آثاراً واضحة على المشهد الحضري، بدءاً من تشويه واجهات المدينة والمناطق الخدمية، مروراً بإعاقة الحركة المرورية، وانتهاءً بخلق بيئة عمرانية مضطربة تتعارض مع مبادئ التخطيط المتوازن. كما أظهر البحث الحاجة الماسة إلى اعتماد إطار تنظيمي موحد لإدارة الحملات الانتخابية، يقوم على التخطيط المسبق، وتحديد المواقع المسموح بها، وإلزام المرشحين بمعايير جمالية وعمرانية واضحة، مع إيجاد آليات فعالة لإزالة الدعايات بعد انتهاء الانتخابات. وقد مثلت الخوارزمية العملية ذات الخطوات العشر خلاصة تطبيقية للبحث، إذ توفر مساراً عملياً لإدارة الظاهرة من لحظة تشخيص الخلل وحتى صياغة نموذج تنظيمي شامل. وبناءً عليه، يخلص البحث إلى أن معالجة العشوائيات الانتخابية ليست مسؤولية جهة واحدة، بل هي عملية تشاركية تتطلب تفعيل التخطيط الحضري، وتعزيز الرقابة، وتطوير إجراءات التنسيق بين الجهات البلدية والمرورية والإدارية، بما يضمن بيئة حضرية أكثر انضباطاً وتنظيماً وجاذبية. ويمثل هذا العمل خطوة علمية في فهم الظاهرة ووضع أسس عملية لمعالجتها في المدن العراقية.

التوصيات

استناداً إلى نتائج التحليل الميداني للاستبانة، التي كشفت عن ارتفاع مستويات العشوائية في توزيع الدعاية الانتخابية، وضعف التنظيم الحضري، وغياب المتابعة المؤسسية، وإلى الخوارزمية العملية المكونة من عشر خطوات، توصل البحث إلى عدد من التوصيات العلمية الهادفة إلى الحد من آثار العشوائيات وتعزيز دور التخطيط الحضري في إدارة الحملات الانتخابية، من منظور تخطيطي-اقتصادي-حضري متكامل، كما يأتي:

أولاً: التوصيات التخطيطية والمكانية

١. إعداد خريطة حضرية مخصصة لمواقع الدعايات الانتخابية ضمن المخطط الأساسي للمدن، بحيث تحدد بدقة المناطق المسموح بها، مع مراعاة الكثافة السكانية وطبيعة الاستخدامات الحضرية (سكنية، تجارية، تعليمية).

➤ يسهم ذلك في تقنين استخدام الفضاءات العامة والحد من العشوائية البصرية والمكانية.

٢. إلزام المرشحين بتقديم تصاميم إعلانية متوافقة مع متطلبات التخطيط الحضري، بحيث تُراعى فيها المسافات الفاصلة، والارتفاعات، والانسجام مع الواجهات العمرانية.

➤ يضمن هذا التوجه التوازن بين حرية التعبير الانتخابي والمحافظة على المشهد الحضري المنظم.

٣. تخصيص "مناطق إعلانية حضرية" داخل كل قاطع بلدي تُدار إلكترونياً من خلال قاعدة بيانات موحدة في أمانة بغداد، لتسجيل الإعلانات ومواقعها ومُدد بقاءها.

➤ يمثل هذا الإجراء نقلة نحو الإدارة الرقمية للتنظيم الإعلاني، ويعزز الشفافية والمساءلة.

٤. تضمين متطلبات إدارة الإعلانات الانتخابية ضمن وثائق التخطيط الإقليمي، وربطها بمؤشرات التنمية المستدامة الحضرية، خصوصاً ما يتعلق بالبيئة العمرانية النظيفة والمدينة الجاذبة بصرياً.

ثانياً: التوصيات الإدارية والتنظيمية

١. إنشاء لجنة مشتركة دائمة لتنظيم الدعايات الانتخابية تضم ممثلين عن (أمانة بغداد، المفوضية العليا المستقلة للانتخابات، وزارة البيئة، المرور، والبلديات)، تكون مهمتها الإشراف على إصدار التراخيص، والمتابعة الميدانية، وإزالة المخالفات بعد الانتخابات.

➤ تضمن هذه اللجنة وحدة القرار وتكامل الأدوار المؤسسية.

٢. اعتماد نظام إلكتروني موحد لمنح تراخيص الإعلان الانتخابي، يتضمن تحديد الموقع الجغرافي، مدة العرض، وتكلفة الإشغال، مع فرض غرامات رقمية مباشرة على المخالفين.

- يقلل ذلك من التداخل الإداري ويحدّ من الفساد أو المحاباة في منح التراخيص.
٣. تفعيل الرقابة الميدانية بعد انتهاء الحملات الانتخابية عبر فرق بلدية متخصصة تقوم برفع الدعايات ومحاسبة الجهات المقصرة، وفق جدول زمني محدد لا يتجاوز أسبوعاً واحداً بعد يوم الاقتراع.
- يحول دون تراكم الملوثات البصرية ويعيد تنظيم الفضاء العام بسرعة.
٤. تطوير تشريعات محلية جديدة تدمج تنظيم الدعايات الانتخابية ضمن "قانون إدارة المشهد الحضري"، بما يضمن وضوح الصلاحيات وتحديد المسؤوليات بين الجهات التنفيذية.

ثالثاً: التوصيات السلوكية والثقافية

١. إطلاق حملات توعوية حضرية موجهة للمرشحين والناخبين بالتعاون مع الجامعات ووسائل الإعلام، لتثقيف الجمهور حول أهمية التنظيم البصري ودوره في تعزيز هوية المدينة.
- يساعد ذلك في تحويل السلوك الانتخابي من عشوائي إلى منضبط حضرياً.
٢. إدخال مفهوم "الثقافة البصرية الانتخابية" ضمن المناهج الجامعية في كليات التربية والفنون والإعلام، لخلق جيل يمتلك الوعي الجمالي والقانوني في آن واحد.
- يُسهم في ترسيخ قيم المسؤولية المجتمعية في السلوك العام.
٣. تشجيع الجامعات على تبني مبادرات ميدانية لتنظيم البيئة البصرية أثناء الانتخابات عبر مشاريع خدمة المجتمع الطلابية، بالتنسيق مع الجهات المحلية.

- يخلق تفاعلاً مباشراً بين الطالب والمدينة ويعزز روح المواطنة الحضرية.
٤. تعزيز دور منظمات المجتمع المدني في مراقبة التزام الكيانات السياسية بقواعد التنظيم الإعلاني، وتقديم تقارير دورية لأمانة العاصمة والمفوضية.
- يضمن إشراك المجتمع في عملية الرقابة والتقييم الحضري.

رابعاً التوصيات الأكاديمية والعلمية

١. تشجيع إجراء دراسات وأطروحات جامعية تتناول العلاقة بين الدعايات الانتخابية والمشهد الحضري، من زوايا الاقتصاد الحضري، علم الاجتماع، والتخطيط الإقليمي.
- يساعد في بناء قاعدة معرفية وطنية مستدامة حول الظاهرة.
١. إعداد دليل أكاديمي وبلدي مشترك بعنوان "التخطيط الحضري للإعلانات الانتخابية في العراق"، يُبنى على أسس علمية وتجارب دولية ناجحة.

المصادر

مصادر عربية

١. أمانة عمان الكبرى. (٢٠٢٠). خطة تنظيم الدعاية الانتخابية في العاصمة عمان. عمان.
٢. بلدية دبي. (٢٠١٩). دليل تنظيم وتصميم الدعاية الانتخابية. الإمارات/ دبي.
٣. الجهاز القومي للتنسيق الحضاري. (٢٠٢١). قواعد الحفاظ على المشهد الحضري والإعلانات الانتخابية. مصر/ القاهرة.
٤. عبد الرحمن، ن. ع. (٢٠١٧). التنظيم الحضري في المدن العراقية: كتاب عن التخطيط الحضري في العراق، مشكلات وحلول. دار الحكم.
٥. العبيدي، م. (٢٠٢٢). الدعاية الانتخابية والفضاء الحضري في العراق. مجلة البحوث الإدارية، ١٤ (٣)، ٧٧-٩٢.
٦. الحوراني، م. (٢٠٢٠). إدارة الفضاء العام في المدن العربية: مقارنة حضرية. المجلة العربية للتنمية المستدامة.
٧. يوسف، ع. ح. (٢٠١٩). التخطيط الحضري وإدارة استخدامات الأرض. كتاب في التخطيط الحضري منشورات جامعة بيروت العربية.
٨. الشامي، ح. م. (٢٠٢١). سياسات إدارة المدن ومعالجة التجاوزات الحضرية.. كتاب حول السياسات الحضرية دار العلوم الإنساني

مصادر اجنبية

- Abdullah, S. (2019). Urban Visual Chaos in Arab Cities: Analytical Study on Advertising Disorder. Journal of Architecture and Planning, King Saud University.
- Lee, H. (2020). Spatial Management of Political Campaigns in Seoul: An Urban Governance Perspective. Urban Governance Review, 12(3), 44-59.

Lynch, K. (2019). The Image of the City. MIT Press.

Rodriguez, A. (2022). Temporary Urban Chaos: Political Posters and City Order. Planning Perspectives, 37(2), 230–247.

Smith, J., & Keller, P. (2018). Urban Visual Pollution and City Planning. Journal of Urban Studies, 55(1), 65–79.

UN-Habitat. (2021). World Cities Report: The Value of Sustainable Urbanization. United Nations Human Settlements Programme.

World Bank. (2020). Urban Development and Governance Report. Washington, D.C.: World Bank Publications.

Assemblée Nationale. (2021). Code électoral et affichage publicitaire. Paris: Gouvernement Français.

Carmona, M. (2019). Public Space Design and Management: Urban Aesthetics and Regulation. Routledge.

Kim, S., & Lee, H. (2020). GIS-Based Election Campaign Management in Korea. Journal of Urban Informatics, 4(2), 45–59.

Krause, T. (2020). Visual Pollution and Urban Policy in German Cities. Urban Studies, 57(6), 1180–1198.

Madureira, A., & Nunes, F. (2020). Urban Image, Advertising, and Visual Regulation in Public Spaces. Cities, 100, 102655.

Tokyo Metropolitan Government. (2021). Election Poster Regulations and Urban Harmony Guidelines.

UN-Habitat. (2022). The State of Urban Governance in Developing Cities. Nairobi: United Nations.

UNDP. (2022). Urban Planning and Digital Governance in Public Campaigns.