



كلية التربية للعلوم الانسانية
College of Education for Human Sciences

ISSN: 1817-6798 (Print)

Journal of Tikrit University for Humanities

available online at: www.jtuh.org/

JTUH
مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية
Journal of Tikrit University for Humanities

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://doi.org/10.25130/jtuh.30.9.2.2023.09>

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 الاعلان 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 والنسجية والكيمياوية ، وبما أنّ صناعة الاعلان من الصناعات التي تتبع من

الإبداعية 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 الإبداعية 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 ليرسل 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 2022 كسنة اساس للوصول للنتائج وتحليلها وفق منهجية جغرافية الصناعة.

1- التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان حسب نوع الاعلان لمحافظة صلاح الدين لعام 2022

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 كبيره 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 توطين تلك الفعاليات في مكان أو موقع معين دون آخر ، ويكون ذلك التوزيع حسب البيئة الصناعية الجغرافية للمنطقة أو المحافظة⁽¹⁾ ، 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.

1-1 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 ، فإن كان الاعلان ناجحاً من الناحية التصميمية هذا يؤدي إلى تحقيق الأرباح⁽²⁾، وعن منطقة الدِّراسة فكان له 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(1): المجموعة الأولى: التي كانت تضم أغلب الأصناف في الإعلان التجاري وهي من نصيب مطبعة نبض تكريت، مطبعة العراق ، مطبعة موج، مطبعة السلطانة ، مطبعة الصقر، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، إذ سجلت كل واحدة منها في اعلانات فليكس (7310 ، 2940 ، 2300 ، 2296 ، 1600 ، 790)م²، أمَّا اعلانات الكلمات والأشكال الضوئية فقد كانت من نصيب مطبعة الصقر ، مطبعة موج، مطبعة العراق ، مطبعة نبض تكريت، مطبعة السلطانة ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، إذ سجلت كل واحدة منها (540 ، 520 ، 270 ، 260 ، 195 ، 145) م² ، أمَّا اعلانات الشاشة الضوئية فقد كانت من نصيب مطبعة نبض تكريت، مطبعة موج، مطبعة السلطانة ، مطبعة الصقر ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، إذ سجلت كل واحدة منها (100 ، 96 ، 90 ، 60 ، 40) م² ، إذ سجلت في الوصولات كل من مطبعة موج، نبض تكريت ، مطبعة العراق (2500، 1200، 900)م² على التوالي ، أمَّا مطبعة السلطانة، مطبعة الصقر، مطبعة العرب للدعاية والإعلان،

لم يكن لها دور في دفاتر الوصولات، وهذا يدل على أنّها هذه المجموعة من المطابع نمت و طورت 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 (600، 840، 490)، م² ، أمّا الشاشات الضوئية فقد سجلت فيها شركة أبابيل ، تكريت براند، مطبعة الدقة (120،150) ، م²، وأنّ هذه المطابع قد تخصصت فقط في هذه الصنفين من الإعلان التجاري لأنّه ذات مردودات عالية، مما تعادل أرباح أصناف الإعلان التجاري، وكذلك تبين لنا أنّ اعلانات دليير وديار، ومطبعة فكرة ، قد سجلت كل منهما في اعلانات فليكس إذ بلغت (1610، 770) م²، وقد سجلت في الأشكال والكلمات الضوئية كل من مطبعة فكرة ، واعلانات دليير وديار (240 ، 180) م² ، وهذا يدل على أن هذه المطابع بدأت بالتطور تدريجياً ودمج اصناف الصناعة القديمة مع الحديثة، وكذلك سجلت كل من مطبعة بيت الطباعة

جدول (1) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين لعام 2022

الوحدة الإدارية	اسم المطبعة	فليكس م ²	CNC م ²	شاشات ضوئية م ²	بلوتر	دفاتر وصولات
تكريت	قمة بغداد	1430	-	-	-	2400
	بغداد	-	-	-	-	1650
	القرطاس	2450	-	-	-	-
	موج	2300	520	96	-	2500
	مجمع قوس النور	2586	-	-	-	473
	اعلانات دليير وديار	1610	180	-	-	-
	مطبعة الوليد	-	-	-	-	344
	دار الابداع للطبع والنشر	-	-	-	-	90
	قوس فرح	1290	-	-	-	-
	السلطانة	2296	195	90	-	-
	العراق	2940	270	-	-	900
	المهندس	2046	-	-	-	-
	شركة ابابيل	-	840	120	-	-
	القادسية	1824	-	-	-	-
	خالد	900	-	-	-	1300
	فكرة	770	240	-	-	-
	الرشيد	760	-	-	-	-
	هوى بغداد	480	-	-	-	-
	بيت الطباعة	3354	-	-	-	3000
	الدقة	-	490	100	-	-
يوسف	380	-	-	-	-	
الصقر	1600	540	60	-	-	
العرب للدعاية والاعلان	790	145	40	-	-	
مركز الضاد للخدمات	-	-	-	-	-	

					البيئية	
1200	-	100	260	7310	نبض تكريت	
-	-	-	-	11140	مكتبة القلم	
-	-	150	600	-	تكريت براند	
3375	3000	-	-	-	مطبعة جامعة تكريت	
-	-	-	130	1200	البيان	سامراء
600	-	30	600	4620	الهلال	
3500	-	18	240	2500	البراء	
150	-	-	-	720	محمد نادر	
400	-	60	151	3600	المحبة الحديثة	
1000	-	-	256	1500	ابن الحسيني	
-	-	12	144	840	ميثرو	
790	-	-	-	780	السلطانة	
-	-	-	-	900	بيجي	
1370	-	-	-	600	الزهراء	
-	-	-	-	540	الفرقان	
1800	-	-	-	2500	نور الهدى	الشرقاظ
-	-	-	-	3360	الأهلية	
530	-	-	-	840	مدرستي	
-	-	-	-	4800	الدجيل	الدجيل
500	-	-	-	2400	الابرار	
-	-	-	-	1440	مكتب الديوان	الدور
685	-	-	-	1960	الخطاط مهند عطا	
-	-	-	344	1200	بغداد للديكور	
2660	-	-	-	1100	الجامعة	الطوز
1440	-	-	144	820	الجوهرة	
-	-	-	180	1200	ضلوعية	الضلوعية
-	-	-	-	4200	الجوهرة	العلم
-	-	-	-	2160	الدهمسي	
-	-	-	-	-	-	أمري
3000	33057	876	6468	83210	المجموع الكلي للوحدات الادارية	

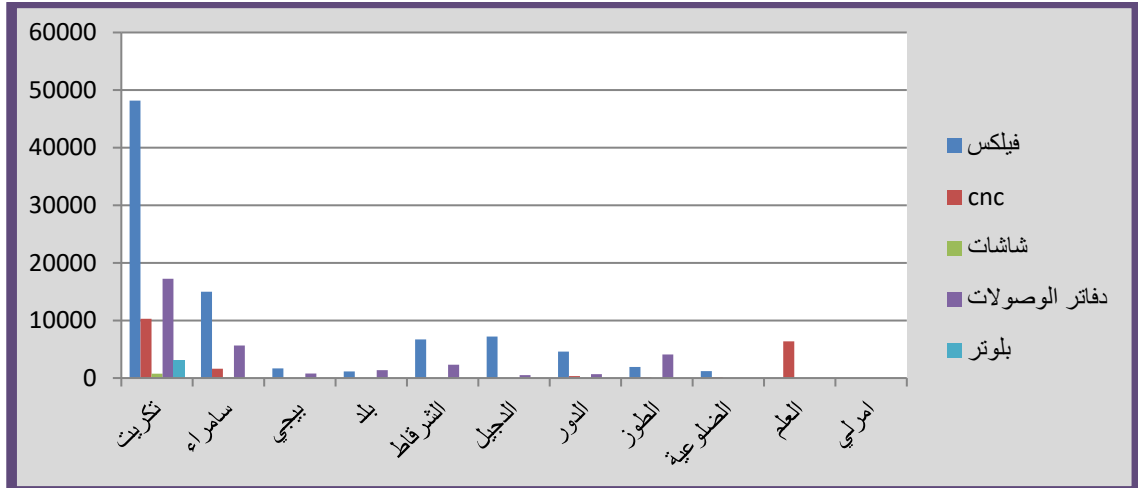
المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل (استمارة الاستبانة)

ومجمع قوس النور ومطبعة قمة بغداد ومطبعة خالد كل واحدة منها في اعلانات فليكس(3354 ، 2586، 1430، 900،)م²، وكان لمطبعة بيت الطباعة ومطبعة قمة بغداد ومطبعة خالد ومجمع قوس النور نصيب في دفاتر الوصولات ، فقد بلغت (2400، 3000، 1300، 473) دفتر وصل ، وعدم قدرة بعض المطابع على استيعاب أجهزة الأشكال والكلمات والشاشات الضوئية، وكذلك تنوعت 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 (2400،

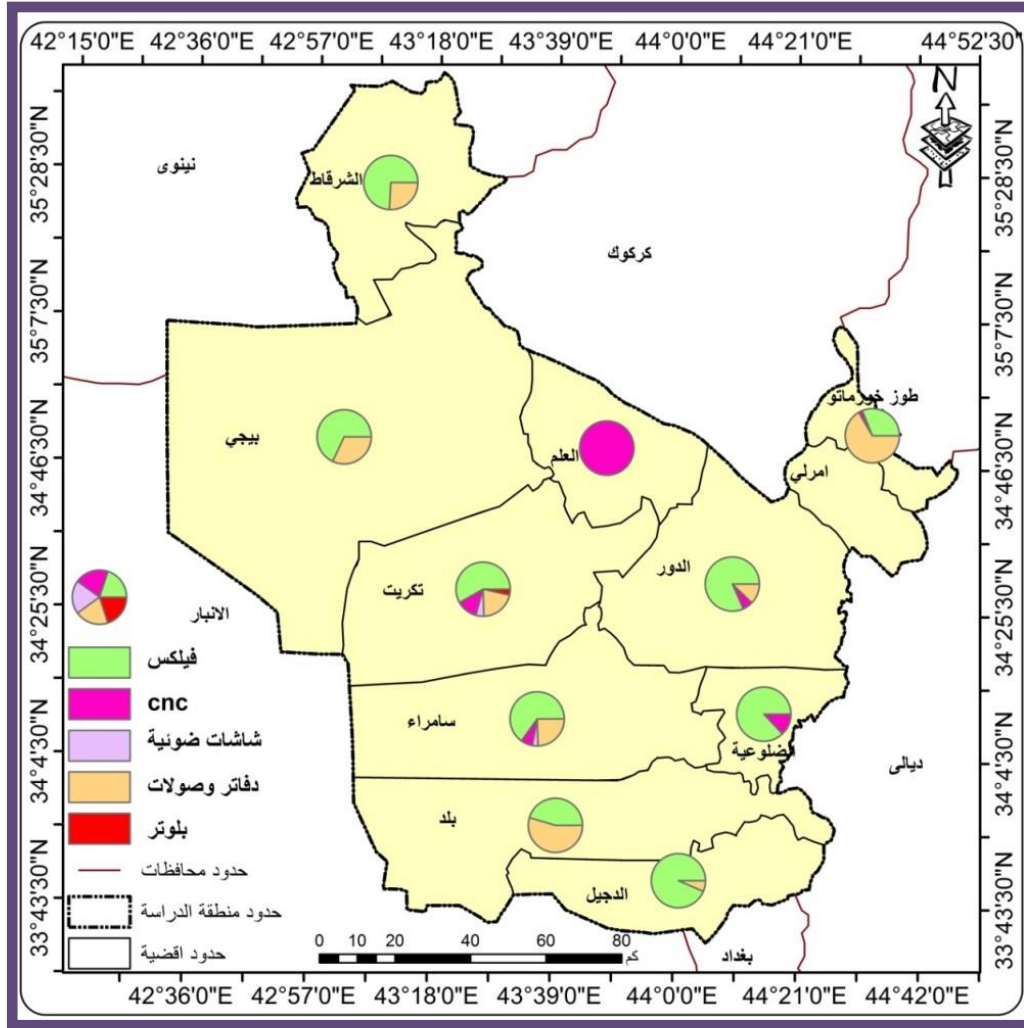
2046، 1824، 1290، 1114، 760، 480، 380) م² على التوالي، وكذلك سجلت كل من (مطبعة بغداد، مجمع الوليد الطباعي، ودار الإبداع للطباعة والنشر) في دفاتر الوصلات (1650، 344، 90) دفتر وصل، وهذا يعود سببه إلى رخص المواد الأولية لإعلانات فليكس والوصلات مما يزيد من الطلب عليها، وكذلك ان هذه المطابع لم تدخل الأجهزة 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 (3000) م² هذا يدل على غلاء جهاز هذا الصنف من الإعلان التجاري، وكذلك سجلت الوصلات (3375) 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 (1) والمبين الشكل (1) وفي الخريطة (1)

شكل (1) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين لعام 2022



المصدر من عمال الباحثة بالاعتماد على معطيات جدول (1) .

خريطة رقم(1)التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان التجاري في محافظة صلاح الدين لعام2022



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على الجدول (1) باستخدام برنامج Arc GIS 10.3

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 (1200 ، 1960،1440) م² ، وقد سجلت في الكلمات والأشكال الضوئية مطبعة بغداد للديكور (344)م² ولم تسجل المطابع الأخرى في الكلمات والأشكال الضوئية، وقد كان لمطبعة الخطاط مهند عطا دور في دفاتر الوصلات إذ سجلت (685) 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 (3360 ، 2500،840)، وقد سجلت في دفاتر الوصولات كل من مطبعة نور الهدى ومدرستي (1800 ، 530) دفتر وصل، أمّا بالنسبة إلى الكلمات والأشكال والشاشات الضوئية فلم تسجل فيها نسبة، وبالرغم من أنّ قضاء الشرقاط قد اتى من بين الأفضية بالمرتبة الرابعة من حيث عدد المطابع، وعدد العاملين ، وكمية الإنتاج ورأس المال، لكن لم يعط نسبة في أصناف الإعلان التجاري المُستحدث، وهذا يُعدُّ أنّ القضاء من الأفضية القليلة التطور، فضلاً عن قربها من محافظة نينوى مما جعل سكانها يلتجئون إليها.

أمّا بالنسبة إلى قضاء الطوز الذي وقع في المرتبة الخامسة في الإعلان التجاري إذ سجل كل من مطبعة الجوهرة ومطبعة جامعة تكريت، في إعلانات فليكس (1100، 820)م²، أمّا الكلمات والأشكال الضوئية فقد سجلت مطبعة الجوهرة (144)م²، فيما سجل كل من مطبعتي الجامعة والجوهرة في دفاتر الوصولات (2660، 144) دفتر وصل، ويُعزى ذلك إلى أنّ 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 (4800 ، 2400)م²، وسجلت في دفاتر الوصولات مطبعة الأبرار (500) 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 (600، 540)م²، وقد سجلت في دفاتر الوصولات (1370 ، 400) دفتر وصل ، كذلك لم يسجل أي نسبة في الكلمات والأشكال والشاشات الضوئية وهذا يُعزى سببه لضعف نشاط أسواقها قياساً بتكريت وسامراء، كذلك إنّ 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 امنية 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 (4200 ، 2160)م² في اعلانات فليكس ولم تُعط دوراً في جميع الأصناف الأخرى.

أما قضاء بيجي الذي شمل كل من مطبعتي بيجي والسلطانة فقد بلغت اعلانات فليكس (900، 780 م² ، وقد سجلت مطبعة السلطانة في دفاتر الوصولات (790) 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 تُعدُّ من المدن التي بقت مُضطربة 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 (1200م²)، وكذلك سجل في الأشكال والكلمات الضوئية (180م²)، 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.

1-2 التوزيع الجغرافي لصناعة الإعلان الاجتماعي في محافظة صلاح الدين :

يُعدُّ الإعلان الاجتماعي أبرز الدعائم الأساسية في المجتمع، لأنه يدرس سلوك الأفراد والجماعات وإتجاهاتهم، وهذا يُعدُّ 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⁽³⁾.

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).

إنَّ قضاء تكريت سجل المرتبة الأولى بالنسبة إلى الإعلان الاجتماعي، إذ نستنتج من الجدول (2) والشكل (2) والخريطة (2) بأنَّ 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 (1000 ، 750 ، 600 ، 240 ، 180 ، 120) ختماً، وسجلت الدروع كل من مطبعة موج ، مطبعة جامعة تكريت، مطبعة العراق، مطبعة نبض تكريت ، مطبعة ومكتبة القلم، مجمع قوس النور (500 ، 370 ، 350 ، 200 ، 160 ، 150) درعاً. فيما سجلت البطاقات كل من مطبعة موج ، مطبعة جامعة تكريت، مطبعة نبض تكريت ، مطبعة العراق، مجمع قوس النور، مطبعة ومكتبة القلم (50000، 40000، 20000 ، 7000 ، 550 ، 300) درعاً ، وكذلك قد سجلت الطباعة الحرارية كل من

مطبعة موج ، مطبعة جامعة تكريت، مطبعة العراق، مطبعة نبض تكريت، مجمع قوس النور، مطبعة ومكتبة القلم (2000، 4000، 1350، 1255، 1200، 150).

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 (480، 100، 100، 75، 60، 25) ختماً ، وإذ سجلت الدروع في مطبعة قوس فرح ، مطبعة الصقر ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان ، مطبعة مركز الضاد للخدمات البحثية، مطبعة القرطاس ، مطبعة الوليد (300، 160، 130، 95، 90 ، 50) درعاً ، وسجلت البطاقات كل من مطبعتي (قمة بغداد ، ومجمع الوليد للطباعة) إذ بلغت (30000، 400) 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 (750 ، 680 ، 560 ، 190، 160، 135، 110)

جدول (2) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان الاجتماعي لمحافظة صلاح الدين لعام 2022

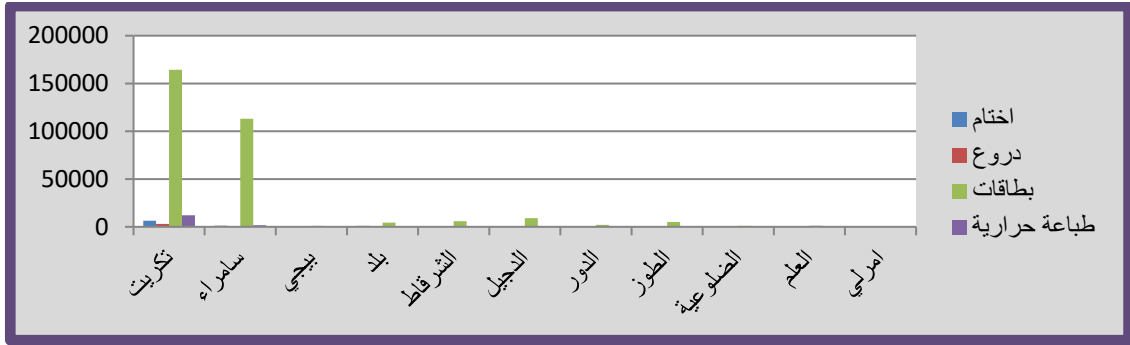
الوحدة الإدارية	اسم المطبعة	اختتام	دروع	كرتات	الطباعة الحرارية
تكريت	قمة بغداد	100	-	30000	560
	بغداد	200	-	5560	-
	القرطاس	100	90	-	190
	موج	750	500	50000	4000
	مجمع قوس النور	240	150	3000	1200
	اعلانات دلير وديار	170	-	-	-
	مطبعة الوليد	-	50	400	110
	دار الإيداع للطبع والنشر	-	-	1000	440
	قوس فرح	480	300	-	750
	السلطانة	-	170	-	1125
	العراق	600	350	7000	1350
	المهندس	545	-	-	220
	شركة ابابيل	-	-	-	-
	القادسية	-	35	-	185
	خالد	630	-	-	80
	فكرة	330	-	-	100
	الرشيد	20	-	-	-
	هوى بغداد	-	75	-	500
	بيت الطباعة	600	-	5500	-
	الدقة	-	250	-	430
	يوسف	115	-	1320	-
	الصقر	75	160	-	680
	العرب للدعاية والاعلان	25	130	-	135
	مركز الضاد للخدمات البحثية	60	95	-	160
	نبض تكريت	120	200	20000	1255
	مكتبة القلم	180	160	550	150
	تكريت براند	-	-	-	-
مطبعة جامعة تكريت	1000	370	40000	2000	
البيان	25	-	-	300	
الهلال	620	125	60000	320	
البراء	55	100	-	180	
محمد نادر	35	-	-	460	
سامراء					

165	3000	185	160	المحبة الحديثة	
80	10000	-	100	ابن الحسيني	
200	40000	170	130	مينرو	
-	1000	80	200	السلطانة	
150	-	50	75	بيجي	بيجي
120	3220	170	800	الزهران	بلد
90	1100	145	150	الفرقان	
144	5000	200	430	نور الهدى	
-	-	87	160	الأهلية	الشرقاظ
130	835	60	80	مدرستي	
250	-	-	130	الدجيل	الدجيل
110	9000	200	60	الابرار	
158	-	150	25	مكتب الديوان	
-	2000	-	110	الخطاط مهند عطا	الدور
90	-	60	-	بغداد للديكور	
170	5000	475	635	الجامعة	الطوز
-	-	230	280	الجوهرة	
195	1000	-	170	ضلوعية	الضلوعية
90	1200	466	144	الجوهرة	
175	-	-	-	الدهمشي	العلم
-	-	-	-	-	أمري
المجموع الكلي للوحدات الادارية					

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 السلطانة، 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 (630 ، 600 ، 545 ، 330 ، 200 ، 115) ختماً على التوالي، كذلك سجلت الدروع في مطبعة الدقة، مطبعة السلطانة، مطبعة هوى بغداد، مطبعة القادسية، إذ بلغت (250 ، 170 ، 75 ، 35) درعاً على التوالي ، وكذلك سجلت البطاقات في مطبعة بيت الطباعة ، مطبعة يوسف ، مطبعة دار الإبداع للطبع والنشر، مطبعة بغداد، إذ بلغت (1320، 5560، 1000، 550) 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 السلطانة ، مطبعة هوى بغداد ، مطبعة دار الإبداع للطباعة والنشر، مطبعة الدقة ، مطبعة المهندس ، مطبعة القادسية ، مطبعة فكرة ، مطبعة خالد (1125 ، 500 ، 440 ، 430 ، 220 ، 185 ، 100 ، 80) طباعة حرارية على التوالي، أما بالنسبة إلى مطبعة اعلانات دلير وديار ومطبعة الرشيد الذي أخذت صنفاً واحداً من هذه الإعلانات هو فقط الاختتام إذ بلغت (170 ، 20) ختماً على التوالي، أما شركة أباييل وتكريت براند فلم يسجل أي نسبة في هذا الإعلان.

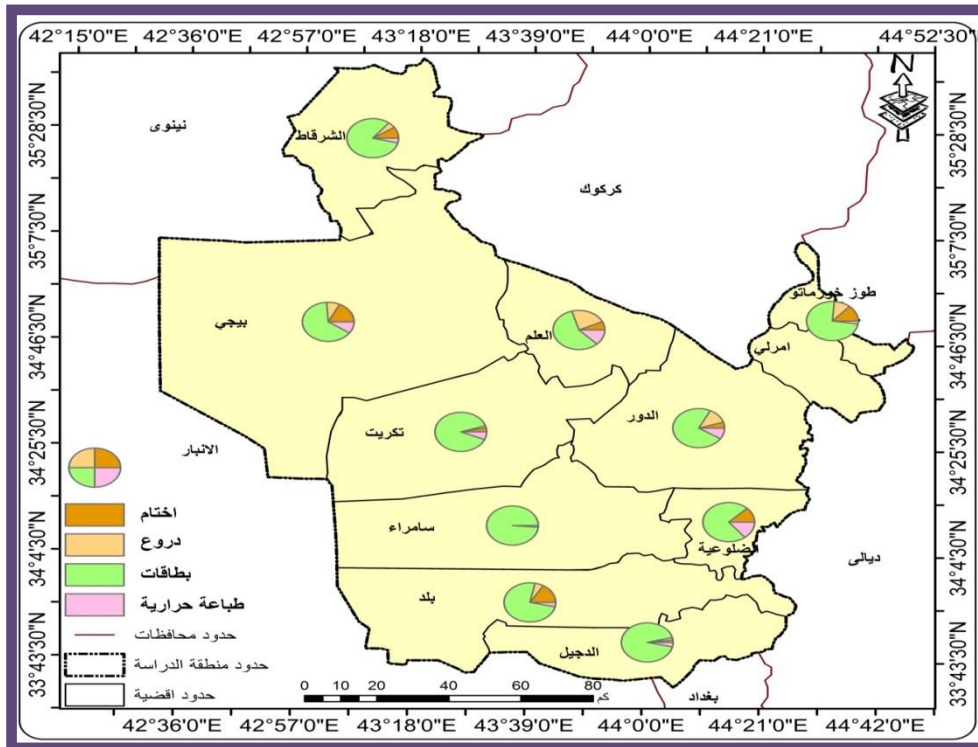
شكل (2) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان الاجتماعي في محافظة صلاح الدين 2022



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على معطيات جدول (2) .

وهذا يبين لنا أن قضاء تكريت أعطى أهمية كبيرة لهذا النوع من الإعلان لأنه 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 أن 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 (2) والشكل (2) والخريطة (2)

خريطة (2) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان الاجتماعي لمحافظة صلاح الدين لعام 2022.



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على الجدول (2) باستخدام برنامج Arc GIS 10.3

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 (620، 160 ، 130) ختم على التوالي، وقد سجلت كل من مطبعة المحبة الحديثة ، مطبعة ميترو ، مطبعة الهلال (185 ، 167 ، 125) درعاً على التوالي ، أمّا البطاقات فقد سجلت كل من مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو مطبعة المحبة الحديثة، (60000 ، 40000 ، 3000) بطاقةً على التوالي ، وقد شملت مطبعة ابن الحسين و مطبعة البراء ثلاث اصناف من الإعلان الاجتماعي ، إذ سجلت في الاختتام (100، 55)، وسجلت مطبعة البراء في الدروع (100) درعاً ، في حين لم تسجل مطبعة ابن الحسين في الدروع ، لكن إنتاج البطاقات سجلت مطبعة ابن الحسين (10000) بطاقة، ولم يكن لمطبعة البراء دور فيها ، أمّا الطباعة الحرارية فقد سجلت مطبعة البراء ، مطبعة ابن الحسين (183 ، 80) طباعة حرارية على التوالي، وقد جاءت مطبعة محمد نادر ، مطبعة البيان التي كان لهما نصيب في الأختام إذ بلغ (35 ، 25) ختماً، ولم يعطي في الدروع والبطاقات أي دور ، أمّا الطباعة الحرارية فقد سجلت في مطبعة محمد نادر ومطبعة البيان (460 ، 300) طبعة حرارية.

اما قضاء الشرقاط اتى بالمرتبة الثالثة في الإعلان الاجتماعي وانّ مطبعة نور الهدى ومطبعة مدرستي شغلت جميع أصناف الإعلان إذ سجلت في الختام (430 ، 80) ختماً ، أمّا الدروع فبلغت (200 ، 60) درعاً ، وبلغت في البطاقات (5000 ، 835) بطاقةً ، وقد سجلت في الطباعة الحرارية (144 ، 30) قطعة ، أمّا المطبعة الأهلية فقد أخذت صنفين في الإعلان الاجتماعي إذ بلغت الأختام (160) ختماً ، وفي الدروع سجلت (87) درعاً .

واتى قضاء الدور بالمرتبة الرابعة، إذ سجلت مطبعة مكتب الديوان في ثلاثة أصناف، وبلغت في الأختام (25) ختماً، أمّا الدروع فقد بلغت (150) درعاً ، ولم تسجل في البطاقات نسبةً، أمّا الطباعة الحرارية فقد بلغت (158) قطعة، وانّ مطبعة الخطاط مهند عطا قد سجلت في الختام (110) ختماً ، وكذلك سجل في البطاقات (2000) كرت ، ولم يكن له دور في الأصناف الأخرى، كذلك مطبعة بغداد للديكور التي سجلت في الدروع (60) درعاً وسجلت في الطباعة الحرارية (90) 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 (635) ختماً ، وسجلت في الدروع (475) درعاً ، وقد بلغت البطاقات (5000) كرتاً ، أمّا الطباعة الحرارية فسجلت (170) قطعة ، في حين سجلت مطبعة الجوهرة صنفين من الإعلان (الاختتام والدروع) إذ بلغت الأختام (280) ختماً وبلغت الدروع (230) درعاً ، أمّا البطاقات والطباعة الحرارية فلم

تسجل فيه نسبة. وقد حصل قضائي بلد والدجيل على المرتبة السادسة من بين الأفضية في الإعلان الاجتماعي ، إذ سجل قضاء بلد في جميع اصناف الإعلان الاجتماعي إذ شملت مطبعتين هما مطبعة الزهراء ، مطبعة الفرقان إذ بلغت الأختام (800 ، 150) ختماً، وكذلك الدروع فقد سجلت (170 ، 145) درعاً ، وسجلت البطاقات (3220 ، 1100) كرتاً ، وسجلت في الطباعة الحرارية (150 ، 120) قطعة ، أمّا قضاء الدجيل فقد شمل مطبعة الأبرار التي سجلت في جميع الأصناف ، إذ بلغت في الأختام (60) ختماً ، وفي الدروع بلغت (200) درعاً ، وبلغت البطاقات (9000) بطاقةً، والطباعة الحرارية (110) قطعة ، وأمّا مطبعة الدجيل فقد سجلت في الأختام (130) ختماً، وفي الطباعة الحرارية (250) قطعة ولم يكن لها دور في الأصناف الأخرى.

ويليها 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 (144) ختماً ، وكذلك الدروع (466) درعاً ، والبطاقات (1200) بطاقةً ، والطباعة الحرارية (90) طبعة ، أمّا مطبعة الدهمسي الذي سجلت فقط الطباعة الحرارية إذ بلغت (175) طبعة .

أما قضاء بيبي فقد سجلت في ثلاث أصناف من الإعلان الاجتماعي ، إذ بلغت في الأختام في مطبعة السلطنة، (80 ، 50) درعاً ، أمّا البطاقات فقد كانت من نصيب مطبعة السلطنة فقط إذ بلغت (1000) بطاقةً ، أمّا الطباعة الحرارية فلم تُسجل بها نسبة لكن مطبعة بيبي لها دور في الطباعة الحرارية إذ بلغت (150) طبعة لكن لم يكن لها الدور في البطاقات. جاء قضاء الضلوعية في المرتبة الخيرة في الإعلان الاجتماعي ، إذ سجلت مطبعة الضلوعية في ثلاثة أصناف من الإعلان الاجتماعي، فقد بلغت الختام (170) ختماً وسجلت البطاقات (1000) بطاقةً ، وبلغت الطباعة الحرارية (195) 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.

1-3 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 (3) والشكل (3) والخريطة (3)، 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 (1000 ، 500 ، 345 ، 230 ، 170 ، 110)م²، 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 (700 ، 450 ، 400 ، 300 ، 160 ، 120)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 (12000 ، 5000 ، 3500 ، 1300 ، 800 ، 150) بطاقة.

المجموعة الثانية: التي تشمل صنفين من الإعلان السياسي ومن ضمنها (مطبعة القرطاس ، مطبعة قوس فرح ، مطبعة السلطانة ، 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 السلطانة ، مطبعة الصقر ، مطبعة القرطاس ، مطبعة قوس فرح ، مطبعة المهندس ، مطبعة العرب للدعاية والإعلان، مطبعة فكرة مطبعة هوى بغداد، مطبعة يوسف إذ بلغت (750 ، 640 ، 560 ، 486 ، 350 ، 290 ، 155 ، 150 ، 85 ، 50)م².

جدول (3) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين لعام 2022

الوحدة الإدارية	اسم المطبعة	فليكس	طباعة حرارية	بطاقات
تكريت	قمة بغداد	230	160	5000
	بغداد	-	-	1160
	القرطاس	486	350	-
	موج	500	700	12000
	مجمع قوس النور	345	300	800
	اعلانات دلير وديار	200	-	-
	مطبعة الوليد	-	145	100
	دار الابداع للطبع والنشر	-	100	350
	قوس فرح	350	180	-
	السلطانة	640	250	-
	العراق	110	400	1300
	المهندس	290	200	-
	شركة ابابيل	-	-	-
	القادسية	70	110	-
	خالد	325	35	-
	فكرة	150	600	-
	الرشيد	100	-	-
	هوى بغداد	85	190	-
	بيت الطباعة	750	-	1000
	الدقة	-	210	-
	يوسف	50	-	430
	الصقر	560	130	-
	العرب للدعاية والاعلان	155	70	-
	مركز الضاد للخدمات البحثية	-	30	-
نبض تكريت	1000	450	3500	
مكتبة القلم	170	120	150	
تكريت براند	-	-	-	

9500	1000	-	مطبعة جامعة تكريت	
-	120	100	البيان	سامراء
10000	170	870	الهلال	
-	75	235	البراء	
-	200	170	محمد نادر	
800	50	465	المحبة الحديثة	
2000	735	350	ابن الحسيني	
5000	90	150	ميتر	بيجي
150	-	200	السلطانة	
-	45	120	بيجي	بلد
380	160	185	الزهراء	
200	50	100	الفرقان	الشرقاط
900	144	450	نور الهدى	
-	-	700	الأهلية	
250	60	100	مدرستي	الدجيل
-	110	100	الدجيل	
5000	70	620	الأبرار	الدور
-	95	165	مكتب الديوان	
6000	-	285	الخطاط مهند عطا	
-	30	120	بغداد للديكور	الطوز
7500	100	290	الجامعة	
-	-	150	الجوهرة	الضلوعية
200	85	300	ضلوعية	
450	55	120	الجوهرة	العلم
-	100	600	الدهمسي	
-	-	-	-	أمري
74120	7769	13115	المجموع الكلي للوحدات الادارية	

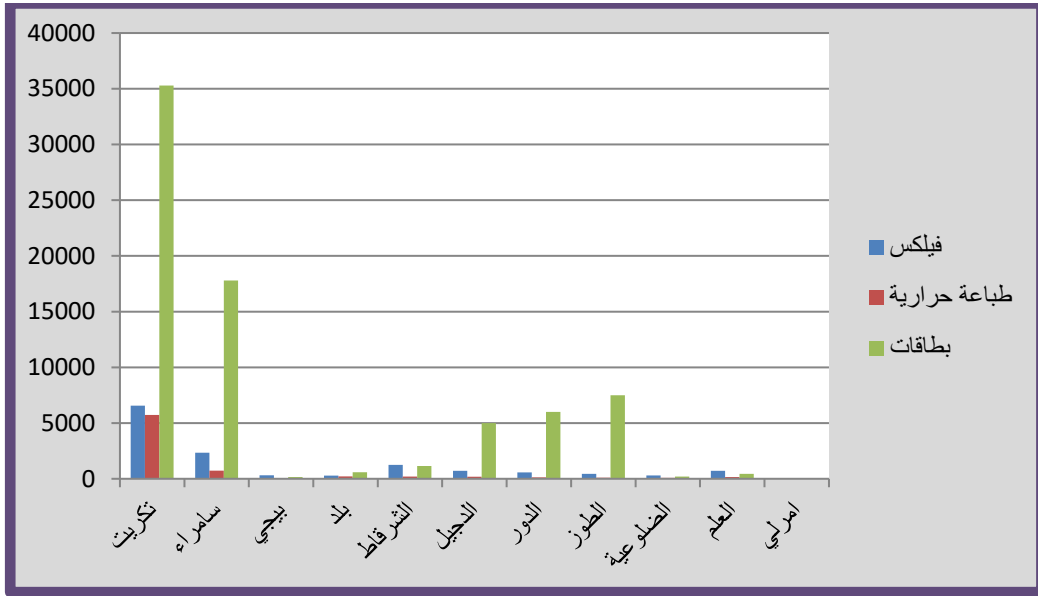
المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على تحليل (استمارة الاستبانة)

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 ، (1000، 600 ، 350 ، 250،270،200، 180 ، 145 ، 110 ، 100 ، 70 ، 35) 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 (9500 ، 1000 ، 430) بطاقةً.

المجموعة الثالثة: التي شملت صنفاً واحداً من الإعلان السياسي وقد سجلت مطبعتي اعلانات دلير والرشيدي في اعلانات فليكس (200 ، 100) م2 ، فيما بلغت مطبعة الدقة ومركز الضاد للخدمات البحثية في الطباعة الحرارية (210 ، 70) وسجلت مطبعة بغداد في البطاقات (1160) بطاقةً، أمّا بالنسبة إلى شركة أبابيل 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 المنتديات العلمية والثقافية والنقابية. كما جاء

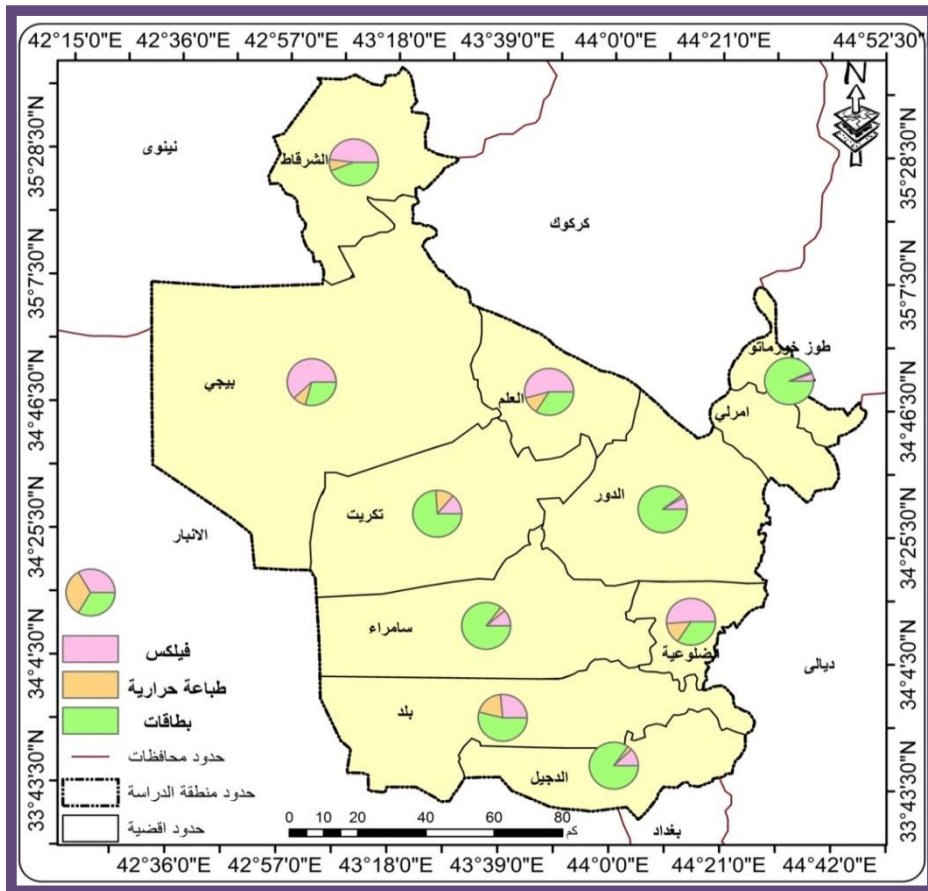
جدول (3) والشكل (3) والخريطة (3)

شكل (3) التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين لعام2022



المصدر : من عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات جدول (3)

خريطة (3)التوزيع الجغرافي لكميات صناعة الإعلان السياسي لمحافظة صلاح الدين لعام2022



المصدر من عمل الباحثة بالاعتماد على الجدول (20) باستخدام برنامج Arc GIS 10.3

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 الحسين إذ سجلت في جميع أصناف الإعلان السياسي ، إذ بلغت في إعلانات فليكس (870 ، 465 ، 350 ، 150) م² ، كذلك بلغت الطباعة الحرارية في مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو ، مطبعة المحبة الحديثة، مطبعة ابن الحسين، (170 ، 90 ، 50 ، 30) طباعة حرارية ، وسجلت كل من في مطبعة الهلال ، مطبعة ميترو، مطبعة ابن الحسين، مطبعة المحبة الحديثة، وبلغت في البطاقات (10000 ، 5000 ، 2000 ، 800) بطاقةً، أمَّا المطابع الثلاث مطبعة البراء، مطبعة محمد نادر، مطبعة البيان) فلهم دوراً في صنفين فقط من الإعلان السياسي إذ سجلت في إعلانات فليكس (235 ، 170 ، 100) م² ، أمَّا الطباعة الحرارية فقد بلغت في كل من مطبعة محمد نادر، مطبعة البيان ، مطبعة البراء(200، 120، 75) طبعة ، وقد سجل قضاء الشرقاط المرتبة الثالثة في الإعلان السياسي وقد شملت مطبعتي مطبعة نور الهدى، مطبعة مدرستي في جميع اصناف الإعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (450 ، 100) م²، أمَّا الطباعة الحرارية فقد سجلت كل من مطبعة نور الهدى ومطبعة مدرستي (144 ، 60) طبعة حرارية، أمَّا البطاقات فقد بلغت في مطبعتي مطبعة نور الهدى، مطبعة مدرستي (900 ، 250) بطاقةً ، في حين سجلت المطبعة الأهلية في اعلانات فليكس فقط (700) م² 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 (285، 165 ، 120) م² ، أمَّا الطباعة الحرارية فقد سجلتا المطبعتين (مطبعة الديوان ومطبعة بغداد للديكور (95 ، 30) طبعة حرارية، أمَّا البطاقات فقد سجلت مطبعة الخطاط مهند عطا (6000) 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 (185 ، 100) م² ، أمَّا الطباعة الحرارية (160 ، 50) طبعة ، كذلك البطاقات (380 ، 200) بطاقةً ، أمَّا قضاء الدجيل فقد سجلت مطبعة الأبرار جميع اصناف الإعلان السياسي ، إذ بلغت اعلانات فليكس (620) م²، أمَّا الطباعة الحرارية فبلغت (70) طبعة) والبطاقات (5000) بطاقةً ، في حين سجلت مطبعة الدجيل في اعلانات فليكس (1000) م² ، وبلغت في الطباعة الحرارية (110) طبعة ولم تسجل في البطاقات أي نسبة، وفي المرتبة السادسة جاءت ثلاث أفضية هي قضاء الطوز ، قضاء العلم وقضاء بيحي ، إذ سجل قضاء الطوز ثلاثة أصناف من الاعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (290) م² ، كذلك بلغت الطباعة الحرارية(100) طبعة وفي البطاقات بلغت (7500) بطاقةً ، أمَّا مطبعة الجوهرة فقد سجلت في اعلانات فليكس (150) م² ولم تسجل في الصنفين الآخرين اي نسبة ، أمَّا قضاء العلم فقد

سجلت مطبعة الجوهرة جميع اصناف الاعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (120)م2، فيما بلغت الطباعة الحرارية(55) طبعة وبلغت في البطاقات (450) بطاقةً ، أمّا قضاء بيجي الذي شمل مطبعة السلطنة ، مطبعة بيجي التي سجلت صنفين من الاعلان السياسي إذ بلغت اعلانات فليكس (200) ، (120) م2، أمّا الطباعة الحرارية فبلغت في مطبعة بيجي (45) طبعة ولم تكن لها دور في البطاقات، في حين سجلت مطبعة السلطنة في البطاقات (150) بطاقةً ، ولم يكن لها دور في الطباعة الحرارية ، واخيراً حصل قضاء الضلوعية على المرتبة الخيرة إذ شملت مطبعة الضلوعية جميع اصناف الإعلان السياسي، إذ بلغت اعلانات فليكس (300) م2 ، أمّا الطباعة الحرارية (85) طبعة ، كذلك البطاقات (200) بطاقةً.

الاستنتاجات والمقترحات

الاستنتاجات: توصلت الدراسة الى عدة استنتاجات وكما يلي :-

1. اظهر البحث تباين كبير من حيث النوع الاعلان حسب الاقضية وبروز قضاء تكريت من حيث الكمية والنوعية في صناعة الاعلان.
 2. بروز الاعلان التجاري على الانواع الاخرى من حيث الكمية والنوعية مما نستدل على تنامي الاعلان التجاري بكافة طرق اخراجه على الاعلانات الاخرى.
 - 3- هناك تباين في التوزيع الجغرافي للإعلان وانواعه في المحافظة واطهرت 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 :-

1. 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.
2. ضرورة دعم الدولة لمطابع الاعلان وانواعها عن طريق الاهتمام بالشركات ومطابع الاعلان ومحاولة تجهيز مواد اكثر فاعلية تعزز نوعية الانتاج الاعلاني .

3. 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

(1) قائد حسن علي الجمهر ، الصناعة ومقوماتها في محافظة صنعاء ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، 1992 ، ص237.

(2) انعام حمدان محمود ، المتغيرات المؤثرة في بنية تصميم الاعلان التجاري ، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، 2006 ، ص16.

(3)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 :

-1Al-Jamra, Qaed Hassan Ali, Industry and Its Components in Sana'a Governorate, Master Thesis (unpublished), College of Arts, University of Baghdad, 1992.

-2 Mahmoud, Inam Hamdan, Variables Affecting the Structure of Commercial Advertising Design, Master Thesis, College of Fine Arts, University of Baghdad, 2006.

-3 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.