

## الدعاية الانتخابية بين الضرورة السياسية والتشوة العمراني

١/م/ مروة السيد محمد محمد<sup>٢</sup> د/هينار أبو المجد أحمد خليفة

١ مدرس مساعد - قسم الهندسة المعمارية - كلية الهندسة - جامعة ٦ أكتوبر

٢ مدرس - قسم الهندسة المعمارية - كلية الهندسة - جامعة ٦ أكتوبر

Received: 17-02-2014/ Revised: 23-03-2014 / Accepted: 25-05-2014

### المستخلص:

يهدف البحث الى الفاء الضوء على استخدام الدعاية الانتخابية كونها ضرورة سياسية للاعلان عن المرشحين بطريقة غير مدروسة عمرانيا مما جعلها مصدر من مصادر التعديت العمرانية التي ادت الى التشوه العمراني .  
فيتم فى بداية البحث التعرض للضروريات السياسية يليها مصادر التشوه العمراني ومنها الدعاية الانتخابية و تم توضيح اهم القوانين الخاصة بتنظيم حملات الدعاية الانتخابية في مصر والعقوبات التي وضعها القانون لمن يخالف اللوائح بحيث يمكن الاسترشاد بالمعايير المحددة لكيفية وضع الإعلانات التجارية كأحد الحلول للحد من ظاهرة عشوائية وضع اللافتات الخاصة بالدعاية الانتخابية للمرشحين وفى النهاية الخروج بمجموعة من التوصيات التي يمكن استخدامها للحد من ظاهرة التشوه البصري اثناء فترة الانتخابات مع الاحتفاظ بالضرورة السياسية التي يفرضها الحدث.

الكلمات المفتاحية: الدعاية الانتخابية - التشوه العمراني - المرشحين - المعايير - التشوه البصري .

### المشكلة البحثية:

صور المرشحين ايضاً على واجهات المباني السكنية ؛ ما يحدث «دريكة» وفوضى وقد يشكل خطراً مورياً بين المركبات فضلاً عن التشويش البصري .

وهناك مجموعة من التعديت التي تحدث في الميادين والشوارع واسطح المباني وواجهاتها نتيجة متطلب سياسي وهو الدعاية الانتخابية مع عدم تطبيق قوانين ومعايير وشروط عمل الدعاية الانتخابية، وبالتالي يجب التعرض الى مفاهيم مختلفة ومجموعة من الشروط والقوانين أهمها:

أ - الضرورة السياسية نتيجة وجود النظام الديمقراطي الجمهوري تتعرض البلاد لاجراء النظام الانتخابي طبقاً لما ينص عليه الدستور في النظام الرئاسي والبرلماني ومؤسسات.

ب- التشوه العمراني له اشكال كثيرة منها التلوث البصري ويعني: كل ما يوجد من أعمال من صنع الإنسان تؤدي الناظر لدى مشاهدتها وتكون غير طبيعية ومتنافرة مع ما حولها منعناصر أخرى تكون ملوثة للبيئة المحيطة بها.

ويأتي التلوث البصري عادة نتيجة للإهمال أو سوء الاستعمال ، سوء التخطيط والتصميم، سوء السلوكيات الاجتماعية والاقتصادية مما يعرض الملمح العمراني المصري لصورة من الفوضى البصرية الناتجة عن موروث ثقافي متعلق بكيفية الدعاية (للحملات الانتخابية ) متمثل في استغلال الفراغات العمرانية العامة والتي تحقق أكبر نسبة كثافات مرورية دون مراعاة أي جوانب جمالية أو قانونية لتنظيم العملية خاصة تعليق اللافتات بين الاشجار وبين أعمدة الانارة فضلاً عن استغلالها في تعليق اللوحات عليها وهو ما يؤدي الى تعدي واضح على الثوابت العمرانية الجمالية.

هل باتت لافتات الدعاية الانتخابية تشكل تلوثاً بصرياً للمواطنين؟  
هل اصبحت الشوارع والميادين والمباني حكراً للدعاية الانتخابية للمرشحين؟  
هل هنالك ضمانات بعدم تعرض سائقي المركبات للخطر المروري نتيجة هذا التلوث البصري جراء تعليق اللافتات الانتخابية ؟  
لماذا لا يتم عرض اللافتات وصور المرشحين داخل المقرات والخيم الانتخابية فقط دون التعدي على حرمة الطريق العام ؟

### الهدف من البحث

١- رصد شكل المدن المصرية اثناء فترة الانتخابات سواء البرلمانية أو الرئاسية في العامين الماضيين وتأثير الدعاية الانتخابية بكل أشكالها على الملمح العمراني للمدينة.  
٢- توضيح اهم القوانين الخاصة بتنظيم حملات الدعاية الانتخابية في مصر والعقوبات التي وضعها القانون لمن يخالف اللوائح.  
٣- محاولة البحث عن حلول للحد من فوضى الدعاية الانتخابية اثناء وبعد الانتخابات.

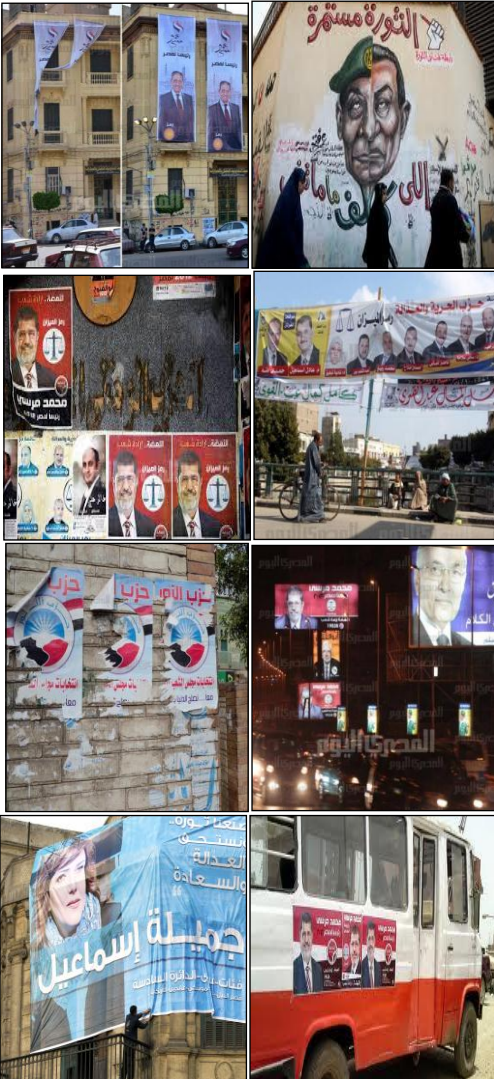
### مقدمة

مع اقتراب موعد العرس الديمقراطي المتمثل بإجراء الانتخابات الرئاسية او انتخابات مجلس الشعب والشورى، يواجه الشعب مشاهدات يومية تنعكس سلباً على أبصارهم نتيجة فوضى اللافتات الانتخابية والعشوائية في انتشارها على الشوارع والميادين الرئيسية علاوة على احتلالها للأشارات الضوئية وجسور المشاة، وعرض

❖ خزانات المياه وأعشاش تربية الطيور والدواجن على الأسطح .



❖ الدعاية الانتخابية في صورة ملصقات ولافتات ورسومات.



#### معايير وشروط الدعاية الانتخابية

تضع اللجنة العليا للانتخابات والاستفتاء القواعد التي تحكم الدعاية الانتخابية المسموح بها للمرشحين وذلك بمراعاة الأحكام المنصوص عليها في هذا القانون.  
يتعين الالتزام في الدعاية الانتخابية بمبادئ الدستور والقانون وبالقواعد الآتية:

- ❖ عدم التعرض لحرمة الحياة الخاصة لأي من المرشحين أو الإساءة لشخص أو حزب بأى صورة من الصورة.
- ❖ الالتزام بالمحافظة على الوحدة الوطنية، والامتناع عن استخدام أى شعار انتخابي يؤدي إلى التفرقة يسيء إليها.

#### صور وأشكال التشوه العمراني

❖ القمامة ومخلفات المباني.



❖ انتشار صحون النفايات الفضائي بشكل كثيف وعشوائي على الأسطح وبشكل كثيف على الواجهات. الغسيل المنشور في بلكونات المباني السكنية على الواجهات.

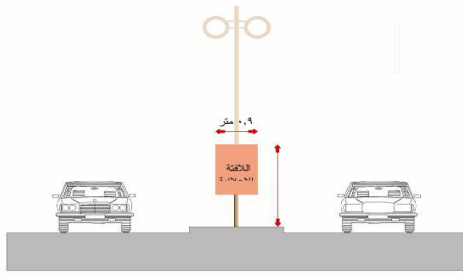


❖ الإعلانات التجارية، وكذلك الإعلانات عن الأنشطة التجارية مثل لافتات أسماء المحلات.



❖ تشمل هذه النوعية من الإعلانات نمطين :

- السوسيت: وهو المثبت على قاعدة مصممة بارتفاع لا يزيد عن ٨٠:٥٠ سم ومقاس اللوحة الإعلانية ٩٠\*٤٠ سم.
- اللاب: وهو المثبت على عامود بارتفاع يجب أن يتجاوز ٢ متر حتى لا يضر المشاه ومقاس اللوحة الاعلانية ٦٠\*٩٠ سم.
- ❖ يراعى استخدام نوعية واحدة في الطريق الواحد بما يحقق الحفاظ على النسق الجمالي والبصرى للمدينة.



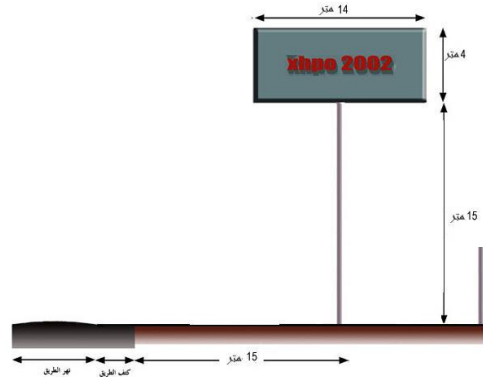
- ❖ حظر استخدام المباني والمنشآت ووسائل النقل والانتقال المملوكة للدولة أو لشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام وللشركات التي تساهم الدولة في رأسمالها في الدعاية الانتخابية بأى شكل من الأشكال.
- ❖ حظر إنفاق الأموال العامة وأموال شركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام والشركات التي تساهم الدولة في رأسمالها في أغراض الدعاية الانتخابية.
- ❖ حظر استخدام المرافق العامة ودور العبادة والمدارس والجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العامة والخاصة في الدعاية الانتخابية
- ❖ حظر تلقي أموال من الخارج من شخص أجنبي أو من جهة أجنبية أو دولية أو من يمثلها في الداخل للإنفاق في الدعاية الانتخابية، أو لإعطائها للناخبين مقابل الامتناع عن إبداء الرأي أو إبدائه على وجه معين

❖ الامتناع عن استخدام مكبرات الصوت إلا في حالة إقامة المؤتمرات الانتخابية. الامتناع عن الاعتداء أو إتلاف وسائل الدعاية الانتخابية لغيره من المرشحين سواء كان ذلك من خلال الشطب أو التمزيق أو غير ذلك من الوسائل.

طبقاً لعدم تطبيق هذه الاشتراطات وجد انه يمكن الاسترشاد بمجموعة من المعايير للحد من ظاهرة التشوه العمراني والخروج بمجموعة من من التوصيات كأحد الحلول للتقليل من ظاهرة التشوه العمراني.

**الاسترشاد بالمعايير المحددة لكيفية وضع الإعلانات التجارية كأحد الحلول للحد من ظاهرة عشوائية وضع اللافتات الخاصة بالدعاية الانتخابية للمرشحين**

#### ❖ الإعلانات المرتفعة المثبتة على أعمدة



❖ الإعلانات المثبتة على أعمدة الإنارة تكون موحدة المقاس والتواتر للطريق الواحد وتحدد مقاس الإعلانات على النحو التالي:

- الفانوس المفرد ٦٠ \* ٩٠ سم
- الفانوس المزدوج (للجزر الوسطى) ١٢٠ \* ٩٠ سم.
- الفانوس المركب ضمن عامود ديكوري أو إرشادي قطره لا يزيد عن ٦٠ سم.

❖ يراعى تركيب إعلان واحد على العامود الواحد بصورة أفقية ومتعامدة على محور عامود الإنارة أو الأعمدة الإرشادية أو غيرها.

❖ الإعلانات منخفضة الارتفاع المثبتة في حرم الطرق التجميعة بالمدن

❖ تقام هذه الإعلانات على أرصفة الجزر الوسطى للطرق التجميعة فقط وبحيث لا تعوق حركة المشاة على أن لا يقل عرض الجزيرة عن مترين. تتواتر هذه الإعلانات على مسافات بينية متساوية لا تقل عن ٥٠ متراً بين الإعلان والآخر.

❖ لا يجوز وضع هذه الإعلانات في الميادين، ويحظر وضعها على مسافة تقل عن ١٠٠ متر من التقاطعات والطرق العرضية والميادين.



❖ الإعلانات الدوارة والشاشات المضئية والإلكترونية المتحركة المثبتة في حرم الطرق الرئيسية والشريانية بالمدن

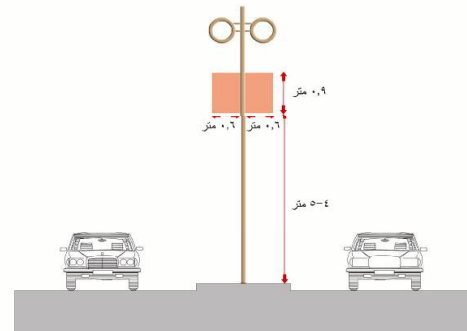
❖ يسمح باستعمال الإعلانات التجارية المرتفعة المثبتة على أعمدة علجانبا للطريق الرئيسي والشريانية داخل المدنفقظ، ولاتقام في الجزر الوسطى.

❖ لا يسمح بتركيب أى إعلانات على طول المنشأ الحامل، ويسمح بلوحة إعلانية على قمته من جهة واحدة أو أكثر حسب ظروف الموقع.

❖ لا يجب أن تقع إضاءة الإعلانات مباشرة سواء على أعين سائقي المركبات أو المشاة.

❖ يجب ألا تقل المسافة بين الإعلان والآخر عن ٢٥٠ متر في الطرق الرئيسية، وعن ٢٠٠ متر في الطرق الشريانية داخل المدن.

❖ الإعلانات متوسطة الارتفاع المثبتة على أعمدة الإنارة والأعمدة الإرشادية أو غيرها في حرم الطرق التجميعة بالمدن



❖ تتواتر هذه الإعلانات التجارية في الطرق التجميعة داخل المدن على جانبا للطريق أو في الجزر الوسطى، ويمكن الاستفادة من عناصر إنارة الطريق في تثبيت الإعلانات في حدود المسافات المحددة.



- ❖ خاصة بالمعارض أو المهرجانات أو المؤتمرات أو الاحتفالات، وكذلك الإعلانات الخاصة بالانتخابات الرئاسية والمجالس النيابية والنقابات والمجالس المحلية والأندية وماشابه.
- ❖ يحظر تماماً وضع هذا النوع من الإعلانات بأساليب الملصقات أو الكتابة المباشرة أو بأية أسلوب له صفة الاستدامة .

- ❖ يسمح بوضع الإعلان بأسلوب المعلقات من الأقمشة أو خلفه أو بالون طائر أو ثابت، ولا يزيد الإعلان الواحد من القماش ٢\*١٠ أمتار.
- ❖ يحظر تثبيت هذه الإعلانات على الأشجار أو أعمدة الإنارة أو على واجهات المباني أو جوانب الكبارى والأنفاق.
- ❖ تزال هذه الإعلانات بمجرد انتهاء الحدث المعلن عنه .
- ❖ يحظر تركيب هذه الإعلانات على المباني الأثرية والتاريخية أو ذات الطابع العمراني المميز أو على المباني الحكومية والعامه .

#### النتائج والتوصيات

حرب الملصقات واللافتات التي تجتاح شوارع مصر في فترة الانتخابات الرئاسية والبرلمانية أصبحت تمثل غابة من اللافتات والملصقات في الشوارع والميادين وعلى جدران المباني والعمارات السكنية، تلك كانت محصلة المشهد الانتخابي في مصر ، تاركاً ورائه كما هائلا من مخلفات الدعاية الانتخابية ستظل في مكانها لأسابيع قادمة أو ربما شهور، الأمر الذي يدفع الجميع للتساؤل ليس فقط عن جدوى الأموال الطائلة التي تكلفتها هذه الدعاية التي سيكون مصيرها مقابل المخلفات. ولكن عن امكانية اقتراح حلول والدفع بمجموعة من التوصيات للحد من ظاهرة التشوه البصري اثناء فترة الانتخابات مع الاحتفاظ بالضرورة السياسية التي يفرضها الحدث. وذلك في النقاط التاليه:

#### ١. مواقع وإذاعات

تهدف هذه المواقع إلى دعم المرشحين والتعريف بهم، وعرض برامجهم الانتخابية وقد حرص عدد من الأحزاب والقوى السياسية على إطلاق "إذاعات عبر مواقع الإنترنت" لدعم أحزابهم ومرشحيهم.

#### ٢. سينما وكاسيت



- ❖ تقام هذه الإعلانات في المحاور والطرق الرئيسية والشريانية. وال ميادين فقط.
- ❖ يحظر وضع أكثر من شاشة إعلانية واحدة في الميدان العام الواحد.
- ❖ يجب ألا تقل المسافة البينية بين الشاشات والأخرى عن ٥٠٠ : ٧٥٠ متراً.
- ❖ يجب ألا تقل المسافة بين هذه الإعلانات ومدخل أو مخارج الإنفاق والكبارى عن ٥٠٠ متراً.
- ❖ يجب ألا يقل ارتفاع الإعلان عن ٥ أمتار من سطح الرصيف، وبمقاس لوحة في متوسط حجم ٣\*٤ أمتار ويحد أقصى ٤\*٦ أمتار.
- ❖ يحظر استعمال الإضاءة المتقطعة على الإعلانات ويمكن استعمال الإعلانات المضاءة داخليا .
- ❖ الإعلانات المثبتة على سياجات أراضى الفضاء والأسوار والعقارات تحت الإنشاء بالمدن



- ❖ يسمح باستعمال هذه الإعلانات التجارية المثبتة على سياجات الأراضى الفضاء أو الأسوار أو العقارات تحت الإنشاء أو غيرها، في الطرق الرئيسية والشريانية والتجميعية داخل المدن على جانبي الطريق فقط.
- ❖ تكون الأولوية في الطرق داخل المدن بمستوياتها للافتات المرورية الإرشادية.
- ❖ يجب توحيد مقاسات اللوحات الإعلانية على قطعة الأرض الواحدة، ويكون مقاس الوحدة في المتوسط ٢\*٤ أمتار.
- ❖ تعتبر الإعلانات المثبتة على أراضى فضاء أو أراضى عقارات تحت الإنشاء إعلانات مؤقتة، وتزال بمجرد إنهاء البناء.
- ❖ يجب أن تكون هذه الإعلانات صفواً واحداً فقط أعلى السور ولا يسمح بصفوف أخرى متوازية، وتكون اللوحات الإعلانية متساوية الارتفاع على كل قطعة أرض.

- ❖ للافتات الإعلامية المؤقتة بكافة أنواعها في حرم الطرق الرئيسية والشريانية والتجميعية بالمدن

ويلجأ كثير من المرشحين، خاصة المثقفين منهم، إلى أسلوب "الكتيبات" أو "البيانات" أو "المنشورات الانتخابية"، حيث يطبعون منه كميات كبيرة لتوزيعها على أبناء الدائرة، على أن يحتوي الكتيب على البرنامج الانتخابي للمرشح وسيرته الذاتية وحصر شامل لكل مشاكل الدائرة، ورؤية المرشح لحل هذه المشكلات.

#### ٤. زيارات في المنازل والدواوين

وسيلة دعائية قديمة جديدة ارتبطت في الذهن المصري بالانتخابات البرلمانية، وهي وسيلة مضمونة لكسب أصوات بعض العائلات في الريف وفي الصعيد، وميزة هذه الطريقة أنها تستهدف زيارة شخص واحد له ثقل كبير ومسموع الكلمة ويقوم بدورة بشرح البرنامج الانتخابي للمرشح لدى أهل القرية.

وهو نوعاً جديداً من الدعاية الانتخابية لدعم المرشحين، ألا وهو "السينما المتنقلة"، حيث يتم إنتاج فيلماً تسجيلياً للمرشح، يتناول جانباً من حياته للتعريف به، وحواراً مصوراً معه حول برنامجه الانتخابي، ومشاكل أبناء الدائرة.

وكذلك وسيلة "أشرطة الكاسيت" حيث يسجل عليها شرح البرنامج الانتخابي للمرشح، والسيرة الذاتية له، وتوزعها على سيارات الأجرة والباصات العامة، وفي بعض الحالات كان يركب أحد أعضاء الحملة في نفس الباص ويقوم بالتعليق على الشريط أو الرد على أسئلة الركاب.

#### ٣. مناظرات وكتيبات وأقراص مدمجة

يعد أكثر الأساليب الدعائية انتشاراً في الفترة الأخيرة هو "أسلوب المناظرات".

#### م المراجع

- ٦- القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ بتنظيم الانتخابات الرئاسية.
- ٧- <http://www.addustour.com>
- ٨- [www.greenline.com](http://www.greenline.com)
- ٩- الموقع الرسمي للجنة الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢  
[presidential2012.elections.eg](http://presidential2012.elections.eg)
- ١٠- [gate.ahram.org.eg](http://gate.ahram.org.eg)
- ١١- [www.ikhwanonline.com](http://www.ikhwanonline.com)
- ١٢- الموقع الرسمي للجنة العليا للانتخابات  
<https://www.elections.eg>
- ١٣- [www.alhurra.com](http://www.alhurra.com)

- ١- أسسومعايير التنسيق الحضرى للإعلانات واللافتات- طبقاً للقانون رقم ١٩ لسنة ٢٠٠٨ ولائحة التنفيذية، من ص ١٤: ٢٦، ص ٢٨.
- ٢- تشريعية الشورى توافق على قواعد الدعاية الانتخابية وعقوبات المخالفة، مقال منشور، جريدة اليوم السابع، الأحد، ٧ أبريل ٢٠١٢
- ٣- الدعاية الانتخابية بمصر.. تقاليع وابتكارات، مقال منشور، <http://www.swissinfo.ch/ara/index.html>
- ٤- الدعاية الانتخابية بين الضوابط والفوضى، مقال منشور، جريدة الاهرام اليومي الرقمية، بقلم ايمان عارف.
- ٥- الدعاية الانتخابية. بين العلم و«الفهلوة»، مقال منشور، جريدة الاهرام اليومي الرقمية، بقلم ياسمين اسامة فرج.