



## Analyzing The Relationship Between Economic Problems and Voter Behavior in Elections: An Analytical Study of The Opinions of a Sample of Voters in The Kurdistan Region - Iraq

Hoshmand Rafiq Ibrahim 

تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات: دراسة تحليلية لآراء عينة من الناخبين في إقليم كردستان- العراق

هوشمند رفیق ابراهيم

1.Economics and Administration College - Salahaddin University -Erbil / Kurdistan Region - Erbil, Iraq.

[hoshmand.ibrahim@su.edu.krd](mailto:hoshmand.ibrahim@su.edu.krd)

1.كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة صلاح الدين-اربيل، إقليم كردستان-أربيل-العراق.



### Article information

**Article History:** DD/MM/Y

**Received:** 21/11/2025

**Accepted:**01/02/2026

**Available online:**03/3/2026

**Keywords:** *Economic*

*issues, voter behavior, elections, Kurdistan Region - Iraq.*

تاريخ الاستلام: 2025/11/21

تاريخ قبول النشر: 2026/02/01

تاريخ النشر: 2026/3/03

### الكلمات المفتاحية

القضايا الاقتصادية، سلوك الناخبين، الانتخابات، إقليم كردستان- العراق

### Abstract DOI: <https://doi.org/10.71207/ijas.v22i87.5598>

*This study aims to analyze the relationship between economic issues and voter behavior in the Iraqi parliamentary elections. Economic issues, represented as the independent variable, are examined through five dimensions: unemployment, poverty, administrative and financial corruption, inflation rate, and income inequality. Voter behavior, the dependent variable, directly influences voter decision-making in the Kurdistan Region of Iraq. The study employed a descriptive both the analytical and quantitative approach, collecting and analyzing the opinions of a sample of (4,075) respondents from a total of (2,844,051) Randomly across the governorates and regions registered voters. The hypotheses were tested using statistical methods via SPSS version 24. The study reached a number of key conclusions, including a statistically significant relationship between all economic determinants (such as unemployment, poverty, corruption, inflation, and income inequality), with inflation showing the highest impact among all dimensions. This means that inflation explains more than 61% of the change in voter behavior and is the most influential economic factor in voting decisions, implying that an increase in any of these factors leads to a change in voting patterns. The study recommended a set of measures, emphasizing the need for political parties and politicians to develop specific economic strategies focused on improving citizens' living conditions. This can be achieved by implementing concrete solutions to issues such as unemployment, rising prices, and the lack of social protection services.*

**Citation:** Ibrahim, Hoshmand Rafiq. (2026). Analyzing the relationship between economic problems and voter behavior in elections : An analytical study of the opinions of a sample of voters in the Kurdistan Region - Iraq, *Iraqi Journal for Administrative Sciences*, 22(87), 79-102.

الاقْتِباس: ابراهيم، هوشمند رفیق. (2026). تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات: دراسة تحليلية لآراء عينة من الناخبين في إقليم كردستان- العراق، *المجلة العراقية للعلوم الإدارية*، 22(87)، 79-102.

### المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات مجلس النواب العراقي، تمثل القضايا الاقتصادية كالمتغير المستقل وذلك من خلال خمسة ابعاد وهي (البطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل)، وسلوك الناخبين كالمتغير التابع، التي تؤثر بشكل مباشر على كيفية اتخاذ القرار الناخبين في المجتمع اقليم كردستان- العراق. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي والمنهج الكمي من خلال جمع وتحليل آراء عينة، حيث تم وصف المتغيرات، وكذلك تم تحليل العلاقات والأثر بين المتغيرات، تمثل ميدان الدراسة المجتمع اقليم كردستان- العراق ويتكون عينة الدراسة من (4075) مستجيب من مجموع الكلي (2,844,051) من الناخبين بشكل عشوائي على المحافظات اقليم. تم اختبار الفرضيات من خلال تطبيق الاساليب الاحصائية بواسطة البرنامج الحاسوبي (SPSS V.24). توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات الرئيسية منها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لجميع المحددات الاقتصادية (كالبطالة والفقر والفساد والتضخم وتفاوت الدخل) وخاصة بعد التضخم سجل أعلى تأثير بين جميع الابعاد، ما يعني أن التضخم يفسر أكثر من 61% من التغير في سلوك الناخبين، ويعد أقوى العوامل الاقتصادية تأثيراً في قرار التصويت، مما يعني أن زيادة أي من هذه العوامل تؤدي إلى تغير في أنماط التصويت. واوصت الدراسة مجموعة من التوصيات من الضروري أن تعمل الأحزاب والسياسيون على صياغة استراتيجيات اقتصادية محددة تركز على تحسين الواقع المعيشي للمواطنين. ويتم ذلك من خلال وضع حلول ملموسة لقضايا البطالة، وارتفاع الأسعار، ونقص خدمات الحماية الاجتماعية.

**1. المقدمة: Introduction**

تعتبر الانتخابات ركيزة أساسية في الأنظمة الديمقراطية، حيث يتمكن المواطنون من اختيار ممثليهم السياسيين بناءً على مجموعة متنوعة من العوامل. من بين هذه العوامل، تبرز القضايا الاقتصادية كعامل حاسم ومؤثر بشكل كبير في توجهات الناخبين. تؤثر قضايا مثل البطالة، التضخم، الدخل، الضرائب، والنمو الاقتصادي على الحياة اليومية للمواطنين، مما يجعلها محورية في اتخاذ قراراتهم التصويتية. يهدف هذا البحث إلى استكشاف وتحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وتوجهات الناخبين، وتحديد مدى تأثيرها على جذب أصواتهم في العملية الانتخابية. تشير الأدلة إلى أن القضايا الاقتصادية هي محركات قوية لسلوك الناخبين، حتى في السياقات التي تبرز فيها الولاءات الحزبية والقضايا الوطنية في إقليم كردستان-العراق، حيث تتقاطع التحديات الاقتصادية مع الديناميكيات السياسية المعقدة، يُصبح فهم هذه العلاقة أمرًا بالغ الأهمية لتصميم سياسات مستدامة وتعزيز المشاركة الديمقراطية. إن استمرارية المشاكل الاقتصادية، مثل ضعف التنوع الاقتصادي والاعتماد على النفط، قد تؤدي إلى تفاقم عدم الثقة في المؤسسات الحكومية وتغيير أنماط التصويت في المستقبل (Abdullah and Gray, 2022).

تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية وضرورة القضايا الاقتصادية وتأثيره في سلوك الناخبين لدى المجتمع إقليم كردستان-العراق. نُظمت هذه الورقة البحثية على النحو التالي. يتناول المبحث الأول الأدبيات ذات الصلة ويصوغ فرضيات ومنهجية الدراسة، وجمع البيانات، وقياس المتغيرات، ونموذج البحث. يُعرض المبحث الثاني يصف نتائج التحليل، بينما يُناقش المبحث الثالث مناقشات النتائج في سياق الأدبيات الحالية وآثارها العملية. وأخيرًا، يُختتم بخلاصة لما تم إنجازه، والتوصيات.

**2. المنهجية: Methodology**

يستعرض هذا البحث الاطار العام للبحث ومنهجيته بما في ذلك الادوات الاحصائية المعتمدة لتحليل البيانات واختبارات الفرضيات فضلا عن مجتمع البحث وعينته وعلى النحو الاتي:.

**1.2 مشكلة البحث: Research Problem**

على الرغم من أهمية القضايا الاقتصادية في الخطاب السياسي، إلا أن تأثيرها الفعلي على سلوك الناخبين قد يختلف باختلاف السياقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. تكمن مشكلة البحث في عدم وجود فهم دقيق وشامل لكيفية ترجمة القلق أو الرضا الاقتصادي لدى المواطنين إلى أصوات انتخابية. هل يركز الناخبون على أوضاعهم الاقتصادية الشخصية (التصويت الأناني) أم على الأداء الاقتصادي الوطني (التصويت الاجتماعي)؟ وهل تختلف استجاباتهم للقضايا الاقتصادية حسب فئاتهم العمرية، الاجتماعية، أو مستوى دخلهم؟ نظراً لتعاضد دور العامل الاقتصادي في المشهد السياسي المعاصر، أصبحت القضايا الاقتصادية محددًا رئيساً في الانتخابات النيابية؛ وهو ما ينعكس بدوره على دقة وجودة القرارات الاستراتيجية التي يتخذها الناخبون. تتمثل مشكلة الدراسة بالاسئلة التالية:

1. ما هي أهم القضايا الاقتصادية التي تؤثر على قرارات الناخبين في الانتخابات؟
2. هل يلعب الوضع الاقتصادي الشخصي للناخب دورًا كبيراً من الأداء الاقتصادي الوطني في تحديد اختياره؟
3. كيف تختلف استجابة الناخبين للقضايا الاقتصادية حسب الفئات الديموغرافية؟

**2.2 أهداف البحث: Research Objectives**

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة معرفة تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات مجلس النواب العراقي، تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تحديد أهم القضايا الاقتصادية التي يعتبرها المواطنون مؤثرة في قراراتهم التصويتية.
2. تحليل تأثير الظروف الاقتصادية مثل (البطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل) على تصويت الأفراد.

3. استكشاف دور الخطاب السياسي للأحزاب والمرشحين حول القضايا الاقتصادية في جذب أصوات الناخبين كالبطالة، الفقر، فساد الاداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل، الخدمات الضرورية الرئيسية.
4. تحديد الفئات الاجتماعية والديموغرافية (العمر، الجنس، التحصيل العلمي، الدخل، المهنة، الموقع الجغرافي، ميول السياسية... الخ) التي تتأثر بشكل أكبر بالقضايا الاقتصادية.

### 3.2. فرضيات البحث: Research Hypothesis

تتمثل الفرضية الرئيسية تدهور الوضع الاقتصادي يؤدي إلى تغيير السلوك الانتخابي " أو "التصويت العقابي".  
والفرضيات الفرعية تتمثل فيما يلي:

- فرضية الاولى:** يميل الناخبون الذين يعانون من (بطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل) إلى التصويت ضد الحزب الحاكم، بينما يميل الناخبون الذين يشعرون بالاستقرار المالي إلى دعمه.
- فرضية الثانية:** ترتبط ارتفاع معدلات (البطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، التضخم، تفاوت الدخل) بزيادة احتمالية تغيير الناخبين لولائهم السياسي والتصويت للمعارضة.
- فرضية الثالثة:** تؤثر البرامج الانتخابية التي تُركّز على تحسين الأوضاع الاقتصادية بشكل كبير على قرار الناخبين، خاصة إذا كانوا يرون فيها حلاً لمشاكلهم المعيشية.
- فرضية الرابعة:** تختلف استجابة الناخبين للقضايا الاقتصادية باختلاف فئاتهم العمرية ومستواهم التعليمي ومناطقهم الجغرافية وعملهم.

### 4.2. أهمية البحث Importance of Research

تتبع أهمية البحث من دراسة تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات مجلس النواب العراقي. يعد البحث إضافة نوعية تسهم في إثراء المعرفة للباحثين الآخرين في مجال القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين.

- **الأهمية العلمية:** لا تقتصر أهمية البحث على الجانب الأكاديمي فقط، بل تمتد لتشمل الجانب العملي والسياسي.
- يستفيد صناع القرار والسياسيون من نتائج هذا البحث في تطوير برامج انتخابية أكثر فاعلية واستجابة لاحتياجات الناخبين الاقتصادية.
- يمكن للأحزاب أن تستخدم نتائج الدراسة في صياغة استراتيجياتها الانتخابية.
- يساهم الدراسة في زيادة الوعي لدى المواطنين حول العوامل التي تؤثر على قراراتهم التصويتية، مما يشجع على المشاركة السياسية الواعية ويجعلهم أكثر قدرة على تقييم أداء المرشحين بناءً على وعودهم الاقتصادية.
- تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالقضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين، وتقدم رؤى جديدة حول العلاقة بينهما.
- **الأهمية النظرية:** تُساهم الدراسة الحالية في التآثر النظري لفهم تحليل القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين مع التركيز على المجتمع في اقليم كردستان- العراق. وكذلك تهدف الدراسة الى إثراء المكتبات العراقية والكوردستانية والعربية بدراسات إضافية حول تحليل القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات.
- **الأهمية العملية:** تسلط الدراسة الضوء على تحليل القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات.
- يساعد البحث في تحديد العوامل الاقتصادية الأكثر تأثيراً على قرارات الناخبين.
- تساهم في تطوير الأطر النظرية المستخدمة في العلوم السياسية والاقتصادية. على سبيل المثال، يمكنها أن تختبر مدى صحة نظرية التصويت العقلاني التي تفترض أن الناخبين يتخذون قراراتهم بناءً على مصالحهم الاقتصادية.

- يوفر البحث أدوات تحليلية لفهم نتائج الانتخابات السابقة والتنبؤ بالنتائج المستقبلية.

**الأهمية المجتمعية:** تساعد الدراسة على فهم أفضل لكيفية بناء منظمات أكثر مرونة وقدرة على التكيف مع التغيرات الاقتصادية، مما يساهم في الاستقرار والنمو الاقتصادي على المدى الطويل. على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تتناول سلوك الناخبين والقضايا الاقتصادية، إلا أن الدراسات التي تجمع بينهما وتحلل العلاقة المباشرة بينهما في سياقات معينة قد تكون نادرة. هذا البحث يقدم مساهمة أصيلة من خلال سد هذه الفجوة.

## 5.2. نطاق البحث: Search Scope

حددت الدراسة بعدد المحددات الزمانية، والمكانية، والبشرية، والمعرفية وكما يلي:

- ❖ **النطاق الزمني:** الفترة التي سيتم فيها جمع البيانات وتحليلها لإنجاز هذه الدراسة ما بين (2025/4/1) حتى (2025/11/15).
- ❖ **النطاق المكاني:** إقليم كردستان - العراق .
- ❖ **النطاق البشري:** عينة من الناخبين في إقليم كردستان- العراق وهي محافظات (اربيل، السليمانية، دهوك، حلبجة) بشكل عشوائي.
- ❖ **النطاق المعرفي (الموضوعي):** تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات.

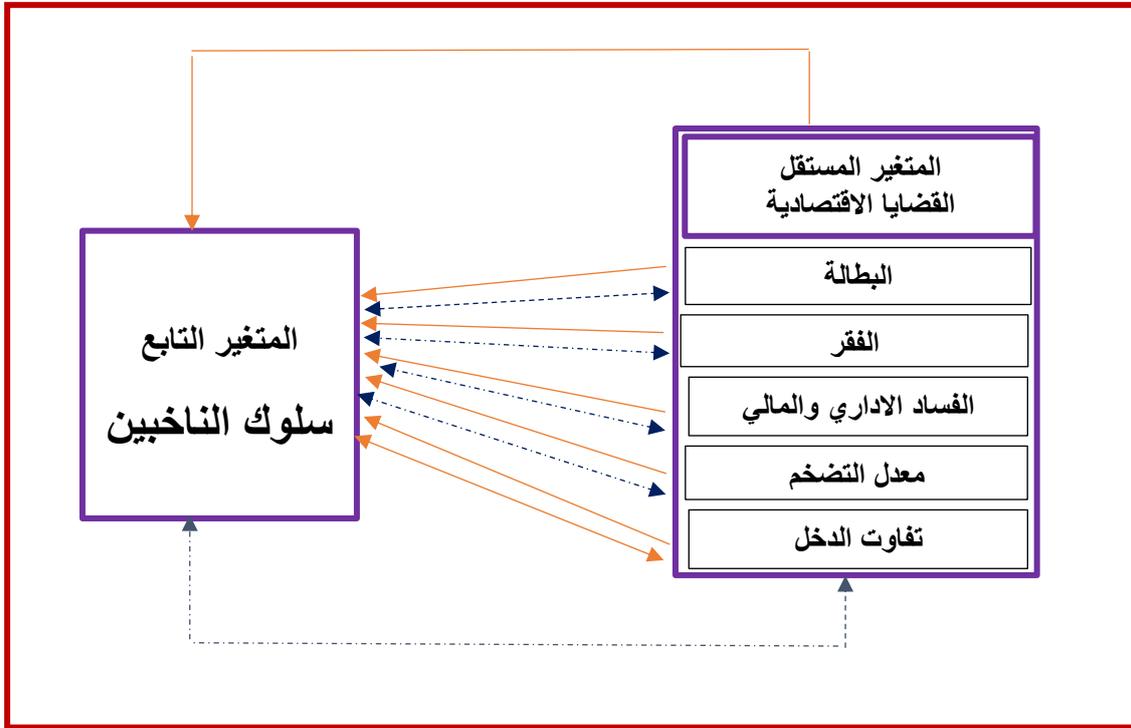
## 6.2. منهجية البحث: Research Methodology

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل البيانات المتعلقة بالقضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين، والمنهج الكمي لتصميم استبيان يتم توزيعه على عينة عشوائية من المواطنين تتضمن أسئلة حول:

- أ. أهمية القضايا الاقتصادية بالنسبة لهم.
  - ب. تأثير وضعهم الاقتصادي الشخصي على قرارهم بالتصويت.
  - ت. مواقفهم من البرامج الاقتصادية للأحزاب المختلفة.
- **الأساليب المستخدمة:** تحليل البيانات الكمية، باستخدام برامج مثل SPSS لتحليل الاستبيانات واختبار الفرضيات وتحديد العلاقات بين المتغيرات.
- **أدوات جمع البيانات:** الاستبيانات، والمراجعات الأدبية، وبهدف التأكد من قدرة الاستثمار على قياس متغيرات الدراسة فقد تم إخضاعها لاختبار الصدق الظاهري وذلك بعرضها على عدد من الخبراء والمحكمين للتأكد من صحة الفقرات الواردة في الاستثمار وملاءمتها لفرضيات الدراسة وأهدافها واستطلاع آرائهم بشأن قدرتها على قياس متغيرات الدراسة.
- **مجتمع البحث:** المجتمع اقليم كردستان- العراق.
- **عينة البحث:** الناخبين عمرهم اكبر من 18 سنة.
- **حجم العينة:** (4075) مشارك من مختلف المستويات الوظيفية والدينية والاجتماعية القومية... الخ.

## 7.2. نموذج البحث : Research Model

تم بناء نموذج افتراضي يوضح امكانية توفير بيئة مناسبة لمجتمع اقليم كردستان- العراق، وذلك من خلال خمسة ابعاد للقضايا الاقتصادية وهي(البطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل) وسلوك الناخبين كالمغير التابع، وبيان مدى تأثيرها بين متغيري البحث ويعبر عن مدى اتساقهما المتغير مع بيئة العمل في المجتمع الكوردستاني، كما هو موضح في الشكل رقم(1):



المصدر: اعداد الباحث

الشكل (1) نموذج البحث

← علاقة تأثير

↔ علاقة الارتباط

## 8.2. دراسات سابقة- Previous studies

تم استخدام الدراسات التالية كدراسات سابقة، مع إعادة ترتيبها زمنياً:

## 1. عدد الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيري المشاكل الاقتصادية و سلوك الناخبين:

## الجدول (1) الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيري (المشاكل الاقتصادية و سلوك الناخبين)

ت	الباحث/ الباحثة/ السنة	عنوان البحث	هدف الدراسة	أهم الاستنتاجات
1	مسمار، 2018	دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل سلوك الناخبين في الضفة الغربية في الانتخابات المحلية للعام 2017	التعرف على دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل سلوك الناخبين في الضفة الغربية في الانتخابات المحلية للعام 2017	أن التأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي للناخبين كان واضحاً في الانتخابات المحلية التي أجريت في الضفة الغربية عام 2017.
2	العبيكي، 2019	سلوك الناخب العراقي بين ثقافة الخضوع وثقافة المشاركة	التعرف على سلوك الناخب العراقي بين ثقافة الخضوع وثقافة المشاركة	ان الناخب العراقي مازال مغلوباً على أمره، ولا يمتلك الوعي الذي يؤهله لاختيار من ينوب عنه ويمثله تمثيلاً حقيقياً في المؤسسات الرسمية.
3	منار، 2021	سمات السلوك الانتخابي للطبقة	معرفة مدى مشاركة الطبقة	ان الفرد الطبقة الوسطى يعرف الى

		الوسطى بالمغرب: دراسة ميدانية	الوسطى في الانتخابات التشريعية الاخيرة التي عرفها المغرب 2016.	ابعد الحدود انه من الطبقة الوسطى، والاكثر من هذا يعرف من يشاركه الانتماء لهذه الطبقة، وذلك انطلاقاً من خصائص اقتصادية واجتماعية.
4	Mahoney, 2022	The Effects of Economic Globalization on Voter Turnout	قياس وتحليل اثر العولمة الاقتصادية على نسبة إقبال الناخبين على التصويت على النطاق العالمي.	وجود علاقة سلبية ومعنوية بين مستويات العولمة الاقتصادية ونسبة إقبال الناخبين. فضلاً عن وجود اثر معنوي لمتغير متوسط دخل الفرد.
5	قادر وصالح، 2023	أثر بعض متغيرات الاقتصاد الكلي في التصويت الانتخابي لعينة من دول عربية مختارة	كيفية تأثير مجموعتين من المتغيرات الاقتصادية الكلية و المؤسسية على إقبال الناخبين للتصويت بالانتخابات البرلمانية.	أن نماذج التأثيرات الثابتة مناسبة جداً لوصف العلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي والمؤسسية وبين إقبال الناخبين على التصويت، وهناك تأثير قوي لمعدل البطالة على إقبال الناخبين وتأثير أقل قوة للتضخم، في حين يكاد يكون تأثير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي معدوماً على إقبال الناخبين.
6	عبدالكاظم، 2024	العوامل المؤثرة في سلوك الناخب العراقي بعد 2005	التعرف على العوامل المؤثرة في سلوك الناخب العراقي بعد 2005	تأثيراً كبيراً للوضع الاقتصادي، فالمواطن يمنح صوته لمن يثق بأنه قادر على إن يؤمن مستقبله الاقتصادي، سواء كان حزب سياسي أم مرشح سياسي، يعتقد بأنه يمتلك القدرة على إيفاء وعوده، وعلى أن يغير من وضعه المعاشي نحو الأفضل، التي تحمل وعودا بتعيينات او توزيع عقارات.
7	زين الدين، 2024	محددات السلوك الانتخابي	التعرف على محددات السلوك الانتخابي	تظهر غياب لأكثرية العقلانية بسبب التأثير المتقدم والكبير للمؤثرات والعوامل التقليدية في عملية الاختيار في عالم العربي إضافة الى ارتفاع نسبة لامتناع عن التوجه لصناديق لاقتراع. ما يعوق التحول والتقدم لمجتمعاتنا والتداول في السلطة.
8	عبدالحسن والعبودي، 2025	الانتخابات البرلمانية العراقية لعام 2021 : دراسة في السلوك التصويتي	التعرف على دراسة في السلوك التصويتي في الانتخابات البرلمانية العراقية لعام 2021	تبين ان السلوك التصويتي هو عملية متكاملة تعتمد على العديد من المتغيرات المؤثرة ،تتضمن هذه المتغيرات السياسة والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والعرقية والطائفية.
9	خليل، 2017	نظريات السلوك الانتخابي والاستقراء المؤثرات السلوكية للناخب العراقي في ضوء انتخابات 2010-2005	التعرف على نظريات السلوك الانتخابي والاستقراء المؤثرات السلوكية للناخب العراقي في ضوء انتخابات 2010-2005	العوامل التي اسهمت في تكوين شخصية المواطن العراقي لا زالت تشرح ناخباً اجتماعياً عاطفياً، غالباً ما يكون قد حسم صوته لصالح مرشح من دون ان يعلم ان يناقش برنامجه الانتخابي.

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر اعلاه

من خلال استقراء عناوين ومضامين الدراسات السابقة، يتضح تركيزها العام على السلوك الانتخابي، ورغم تطرق بعضها للمتغيرات الاقتصادية، إلا أنها أغفلت السياق المكاني المتمثل في إقليم كردستان، كما لم تبحث بعمق في الارتباط الجدلي بين الأبعاد الاقتصادية والقرارات التصويتية في هذه المنطقة. وتأسيساً على ذلك، تأتي هذه الدراسة لسد الفجوة المعرفية تحت عنوان (تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات: دراسة تحليلية لأراء عينة من الناخبين في إقليم كردستان - العراق)، مقدمةً قراءة تحليلية للعملية الانتخابية من منظور اقتصادي بحث، اي حيث يتم تحليل السلوك التصويتي للناخب الكوردستاني عبر عدسة التحليل الاقتصادي.

**3. الجانب النظري - Theoretical side****1.3 مفهوم القضايا الاقتصادية- The concept of economic issues**

يعتبر القضايا الاقتصادية هي مجموعة واسعة من المواضيع التي تؤثر على إنتاج وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات في أي مجتمع. وتتعلق هذه القضايا بشكل أساسي بإدارة الموارد النادرة لتلبية الاحتياجات والرغبات البشرية غير المحدودة. يمكن تصنيفها إلى عدة فئات رئيسية، مثل الاقتصاد الكلي. ( التضخم، البطالة، النمو الاقتصادي، الدين العام)، وكذلك الاقتصاد الجزئي (العرض والطلب، المنافسة، السوق). وتتجاوز بعض القضايا الحدود الوطنية وتؤثر على الاقتصاد العالمي بأكمله مثلاً ( التجارة الدولية، مشاكل المالية، الفقر وعدم المساواة، التغير المناخ والبنية... الخ.

يرى الباحث أن مفهوم القضايا الاقتصادية هي التحديات التي تواجه الأفراد، والمجتمعات، والحكومات في كيفية إدارة الموارد المحدودة لتلبية الاحتياجات والرغبات غير المحدودة. هذه المشكلات، التي تُعرف بالندرة، تُشكل جوهر علم الاقتصاد وتؤثر على كيفية إنتاج، وتوزيع، واستهلاك السلع والخدمات. خاصة القضايا الرئيسة كالبطالة، التضخم، الفساد الاداري والمالي، تفاوت الدخل، ... الخ.

**2.3 العوامل الاقتصادية التي تؤثر على السلوك للناخبين -Economic factors that influence voter behavior**

1. **عدم مساواة الدخل:** إن التفاوت في الدخل له آثار عميقة على نتائج الانتخابات. إن التفاوت المتزايد قد يؤدي إلى التبعية بين الناخبين من ذوي الدخل المنخفض، الذين قد يسعون إلى ممثلين يدافعون عن مصالحهم. وعلى العكس من ذلك، قد يعطي أولئك الذين ينتمون إلى شرائح الدخل الأعلى الأولوية للاستقرار والحفاظ على الوضع الراهن، مما يؤثر على تصويتهم لصالح المرشحين المحافظين. إن التفاعل بين الوضع الاجتماعي والاقتصادي والإقبال على التصويت أمر بالغ الأهمية، حيث من المحتمل أن تؤدي التفاوتات إلى إعادة تشكيل ديناميكيات الحزب. (Blyth, 2002)
2. **ارتفاع معدل البطالة:** إن البطالة هي انعكاس مباشر للضائقة الاقتصادية وتؤثر بشكل كبير على سلوك التصويت. وغالبًا ما ترتبط معدلات البطالة المرتفعة بانخفاض الدعم للحزب الحاكم حيث يعرب الناخبون عن إحباطهم إزاء فقدان الوظائف وانعدام الأمن الاقتصادي. وتشير الأدلة إلى أن الناخبين يميلون إلى تحويل الولاء إلى الأحزاب التي يُنظر إليها على أنها أكثر قدرة على معالجة التحديات الاقتصادية. (Goodman, & Kramer, 1975)
3. **ارتفاع معدل التضخم:** يؤثر التضخم على القدرة الشرائية ويمكن أن يؤثر على مشاعر الناخبين تجاه المرشحين الذين يعدون بالسيطرة على الأسعار. إن فترات التضخم المرتفع كانت تاريخياً ضارة بالسياسيين الحاليين، حيث أصبح المواطنون على وعي متزايد بتدهور رفاهتهم الاقتصادية. وقد يكتسب المرشحون الذين يدافعون عن المسؤولية المالية والتدابير الرامية إلى الحد من التضخم قوة دافعة خلال هذه الأوقات (يوسف، 2025)
4. **التوقعات الاقتصادية:** يمكن أن تؤثر توقعات الناخبين فيما يتعلق بالظروف الاقتصادية المستقبلية على اختياراتهم الانتخابية. إذا توقع الناخبون تحسناً اقتصادياً، فقد يدعمون الحزب الحالي، في حين يمكن أن يؤدي التشاؤم إلى التحول نحو مرشحي المعارضة. يجب مراقبة التوقعات الاقتصادية والمشاعر العامة عن كثب لأنها تلعب دوراً حاسماً في تشكيل سرديات الانتخابات (MacKuen, 1992; 586).
5. **التأثيرات الاقتصادية العالمية:** في عالم مترابط بشكل متزايد، تلعب العوامل الاقتصادية العالمية أيضاً دوراً محورياً في تحديد النتائج الانتخابية. يمكن للأحداث التي تقع خارج الحدود الوطنية - مثل الأزمات الاقتصادية، واتفاقيات التجارة، والتحويلات في الأسواق العالمية - أن تؤدي إلى عواقب محلية تؤثر على سلوك الناخبين. يجب على الساسة أن ينتقلوا عبر هذه الديناميكيات العالمية أثناء صياغة السياسات التي تتردد صداها مع ناخبهم. (Rodrik, 2011).

### 3.3. أهمية القضايا الاقتصادية في الحملات الانتخابية The importance of economic issues in election campaigns

تكمُن أهمية القضايا الاقتصادية في الحملات الانتخابية في كونها المحدد الرئيسي لسلوك الناخبين ونتائج الانتخابات. غالبًا ما يركز الناخبون على القضايا التي تؤثر مباشرة على حياتهم اليومية، مثل الوظائف، والأسعار، ومستوى المعيشة، الموازنة، الرواتب، الضرائب، الرسوم، سياسات التقديرات المالية، اعفاء سلفة الزوجية والمشاريع الصغيرة والعقارات، اعفاء الرسوم الماء والكهرباء، تخفيضات واعفاءات الغرامات المرور بانواعها، واهتمام بالمنتجات المحلية وتحفيز المزارعين و السياحة، المشاريع الصناعية والريادية، وتوفير خدمات العامة في مجالات التربية والتعليم العالي و النقل والمواصلات والصحة، خاصة توفير وقود كالبينزين، الغاز بالسعر المدعوم، تعويضات عن حرق وهدم قرى اقليم كردستان من قبل نظام السابق ، تزيد الرواتب الشهداء والانفال، والشهداء الحليجة ومناطق اخري في اقليم كردستان، السجناء السياسيين... الخ.

اشارة (رفيق، 2020:340) من أهمية القضايا الاقتصادية في الحملات الانتخابية كالاتي:

- يهتم الناخبون بشكل خاص بمواضيع مثل التضخم، والبطالة، والنمو الاقتصادي، ومستوى الضرائب، والديون العامة. هذه القضايا تؤثر بشكل مباشر على قدرة الأفراد والعائلات على الإنفاق والادخار وتحقيق الاستقرار المالي.
- تشير الأبحاث إلى أن الناخبين لديهم ذاكرة قصيرة فيما يتعلق بالأداء الاقتصادي. فهم يميلون إلى الحكم على أداء الحزب الحاكم بناءً على الوضع الاقتصادي في السنة التي تسبق الانتخابات مباشرة، وليس على مجمل أدائه خلال فترة حكمه. فإذا كان الأداء الاقتصادي جيدًا، يكون الحزب الحاكم في وضع أفضل للفوز، والعكس صحيح.
- يلجأ المرشحون إلى استغلال القضايا الاقتصادية لكسب ثقة الناخبين، حيث يعدون بتحسين الأوضاع الاقتصادية عبر برامج انتخابية تتضمن حلولاً للبطالة، أو خفض الضرائب، أو زيادة الأجور، أو دعم القطاعات الحيوية.
- تاريخيًا، تُظهر العديد من الانتخابات في دول مختلفة أن الأداء الاقتصادي هو عامل حاسم في تحديد الفائز. فمثلاً:
  - عندما يمر البلد بفترة ركود أو تضخم مرتفع، يزداد احتمال خسارة الحزب الحاكم.
  - في المقابل، إذا شهد الاقتصاد نموًا قويًا وانخفضت معدلات البطالة، فإن ذلك يعزز فرص الحزب الحاكم في الفوز بولاية جديدة.

يستلهم التسويق السياسي بشكل كبير من تسويق الأعمال، وينبع من المبادئ العلمية نفسها للتسويق. ونظرًا لوجود العديد من أوجه التشابه بين إدارة الأعمال والسياسة، على سبيل المثال، فهما يشتركان فيما يلي: (الشركة = حزب)، (الشعار = الشعار الحزبي)، (الموظف = عضو)، (الهيكل الإداري = الهيكل التنظيمي للحزب)، (المنتج = أجندة الحزب)، (العميل = الناخب) (السعر أو القيمة = تصويت الناخب)، (المنافس = حزب آخر أو معارض).

يعني التسويق إرضاء العميل بطريقة تُلبي احتياجاته أو رغباته، وتُحقق الشركة من خلالها مكاسب مالية. إذا طبقنا هذه الفلسفة في عالم السياسة، فلا بد أن الحزب قد تمكن من تلبية رغبات ناخبيه واحتياجاتهم من خلال أجندته، التي هي نتاج الناخبين. بالطبع، في عالم الأعمال، تحاول الشركات الحصول على حصة أكبر في السوق وتريد التغلب على منافسيها في العملية التنافسية والحصول على المزيد من العملاء لأنفسها وتحقيق ربح مالي في نهاية المطاف. لديه علاقة طويلة الأمد مع مستهلكيه الذين يريدون أن يكونوا عملائه إلى الأبد ويجعل أحفادهم عملائه.

### 4.3. مفهوم سلوك الناخبين: The concept of voter behavior

ان مفهوم السلوك هو «مجموع النشاط النفسي والحركي والجسمي والفيسيولوجي، واللفظي الذي يصدر عن الانسان، وهو يتعامل مع بيئته ويتفاعل معها (عبدالحسن والعبودي، 2025: 380)

ان مفهوم دراسة السلوك الانتخابي والأدوار السياسية الفاعلة فيه فهماً عميقاً لدوافع الناخبين وميولهم الحزبية. من خلال تحليل استطلاعات الرأي العام وعمليات الانتخابات، يمكن للباحثين تحديد الأسباب التي دفعت الناخبين لدعم أحزاب معينة، وكذلك انتشار هذه الأحزاب بين المجموعات الديموغرافية المختلفة (عبدالكاظم، 2024:344)

يعرف السلوك الناخبين على انه جميع المواقف والتصرفات التي يتبناها المواطنون الذين يسمح لهم بالتصويت ضمن الشروط التي تحددها الدولة، وذلك اثناء مناسبة الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)، والتي تؤدي في نهايتها الى إعادة توزيع مناصب السلطة بالاعتماد على آراء الافراد المشاركين، ويسمى السلوك الفردي الى نوعين اسايين وهما: (مسار، 2018:44)

أ. السلوك الناخبين الايجابي: وهو السلوك الذي يتمثل بتوجه الناخب الى مكاتب الاقتراع والإدلاء بصوته، ويتم تسجيله في القوائم الانتخابية من خلال بطاقة الناخب.

ب. السلوك الناخبين السلبي: وهو السلوك الذي يتمثل بظاهرتين الاولى اما الامتناع عن التصويت، او عدم التسجيل في القوائم الانتخابية مما يؤدي اللا عدم امتلاكه بطاقة الناخب التي تسمح له بالتمتع بحقه في الانتخاب.

فإن السلوك الناخبين عند (إحسان محمد حسن) إنه ذلك النشاط والفعالية التي يمارسها فرد او مجموعة أفراد يشغلون أدواراً سياسية معينة يستطيعون من خلالها تنظيم الحياة السياسية في المجتمع وتحديد مراكز القوة فيه وتنظيم العلاقات السياسية بين القيادة و الجماهير (زين الدين، 2024: 549)

علاوةً على ذلك، أن الناخب وفقاً لهذا الاتجاه لا يدعو عن كونه مستهلك في السوق السياسية وقد ينساق للمكاسب المقترحة للبرنامج الانتخابي لمرشح ما، وهناك احتمالية أن يصوت الناخب لمرشح لا يتفق معه في الميول السياسية إذا ما أقتنع ببرنامجه الحكومي، لذلك تركز البرامج الانتخابية على المشاكل الاقتصادية المهمة (كالبطالة والتضخم والضرائب والدعم والإعانات الحكومية لأجل جذب انتباه الناخبين (قادر وصالح، 2023: 681)

ويعرف الباحث ان السلوك الاناخبين هو مجموعة من العوامل والدوافع التي تؤثر على قرار الفرد بالمشاركة في الانتخابات وكيفية تصويته. بمعنى آخر، هو دراسة وتحليل الأسباب التي تدفع الناخبين للتصويت لمرشح معين أو حزب سياسي دون غير.

تتبع أهمية دراسة السلوك الناخبين والادوار السياسية الفاعلة فيه من كونه سلوكاً جماعياً احصائياً يتيح للمرء من خلال تحليله معرفة اساس الناخبين لمختلف الاحزاب ومستوى انتشار الاحزاب داخل المجموعات الاحصائية المختلفة (قبوج وهشام، 2017: 52)

### 5.3. المدارس الفكرية للسلوك الانتخابي Schools of thought on electoral behavior-

اوضح كل من (زين الدين، 2024: 553) و (خليل، 2017: 140-142) و (منار، 2021: 11) أن هناك عدة مدارس فكرية تسهم في فهم وتحديد السلوك الانتخابي، وتتمثل في الآتي:

#### 1- السلوك الاجتماعي ( مدرسة كولومبيا): Social behavior

السلوك الانتخابي محدد بالمكانة الاجتماعية والوضع الاقتصادي للناخب، كما اشارة بول لازرسفلد ( Paul Lazarsfeld) في كتابه " اختيار الشعب، كيف ينظم الناخب عقله اثناء الحملة الرئاسية". إن الدراسة كانت تدور حول معرفة المؤثرات التي تعرض لها الناخبين ودفعتهم للتصويت لشخص، إذ تبين بأن الأشخاص الذين كانوا يتابعون الحملات الدعائية لكل المرشحين كان تأثيرهم قليل قياساً للأشخاص الذين صوتوا باعتمادهم على المعلومات التي يحصلون عليها من الاصدقاء والمعارف، ذلك لأن المهتمين بالحملة الدعائية كانوا قد قرروا التصويت لصالح مرشح حتى قبل بدء الحملة، في حين أن الأشخاص الذين اعتمدوا على العلاقات الاجتماعية في تكوين الرؤية عن المرشح قد استزادوا واستفادوا من وقت الحملة إلى آخر لحظة ودفعهم ذلك لتكوين رأي جمعي يعززون في خيارهم انتمائهم الاجتماعي.

#### 2- المدرسة النفسية ( الناخب العاطفي): Psychological school:

السلوك الانتخابي يتأثر بميولات نفسية وعادات تركزها التنشئة الاجتماعية، كما شارة كل من كامبل (Cambell) و كونفرس (Convers) و ميلر (Miller) وستوكز (Stokes) في كتابهم الشهير (الناخب الامريكي - The American voter). تعتقد المدرسة أن سلوك الناخب يعتمد على تأثير معتقداته السابقة التي تشكلت في وقت مبكر من خلال تأثير الأسرة ودوافعها وتجاربها السابقة في المجتمع والأسرة. أي أن السلوك البشري ينبع من كل التعقيدات التي خلقها طوال حياته، وأن شعوره بالانتماء والولاء للمبادئ التي نشأ عليها يدفعه إلى تبني سلوك ينسجم معها. ينتقل الإيمان بكنيسة أو حزب أو شخص من الآباء إلى الأبناء، ويتعزز هذا السلوك ببقاء الفرد في نفس الطبقة. باختصار، بمجرد اكتساب الهوية الحزبية من الوالدين (من خلال الانغماس اللاواعي في سن مبكرة

جدًا)، يقضي الفرد بقية حياته في تبني الآراء والمواقف التي تدفعه للانضمام إلى حزبه، وهذا يدل على أن الناخب يصوت عاطفياً للحزب الذي تختاره عائلته.

### 3-ناخب العقلاني- التفسير العقلاني Rational voter

السلوك الانتخابي يكون على اساس حساب الناخب للربح والخسارة في مايقدمه المرشحون من مشاريع وبرامج، لقد كان لتقدم الحياة الاقتصادية في المجتمع الأمريكي انعكاساً على الحياة السياسية وعلى سلوك الناخب الأمريكي ففي عام 1955 قدم الاقتصادي (انتوني داوونز Anthony Downs ) مؤلفو (نظرية اقتصادية للديمقراطية An Economic Theory of Democracy-) استمد فيها أفكاره من نظرية المنافع المتقدمة في علم الاقتصاد، والطروحات الفكرية لعالم الاجتماع ماكس فيبر حول العقلانية بوصفها أحد مرتكزات المنتظم الفكري الليبرالي، والنفعية التي ابتدعها جيرمي بنثام وخط أسسها جون ستيوارت ميل، اللذين أكدا على جلب اللذة والسعادة ودرء الألم، إذ يقول داوونز (أن العملية الانتخابية لا تخلو من المتعة والإحساس بالسعادة كمكافأة متداخلة للناخب عند متابعتو لقائد كاريزمي أو الشعور بالفخر الذي يبتاعه عند ممارسته حقه في الانتخاب والمشاركة والانتماء إلى قضية ما). إن الناخب وفق لهذا النموذج لا يدعو عن كونو مستهلك في السوق السياسية، وأن قاعدة السلوك طبقا لداوونز تتعمم بتأثير المستهلكين (الناخبين) والمنتجين (المرشحين) إذ يتحرك الناخب لمجموعة الفوائد المقترحة إلبو من خلل البرنامج الانتخابي للمرشح، إذ من الممكن أن يصوت الناخب لمرشح لا يتفق مع ميوله الفكرية إذا ما اقتنع ببرنامجه الحكومي، لذلك نرى البرامج الانتخابية باتت تركز على الضرائب والإعانة الاجتماعية والبطالة والقضايا التي تمس حياة الناخب.

ذا نظرنا إلى أسباب الذهاب إلى صناديق الاقتراع في ضوء هذه النظرية، فإننا نرى أن الناخبين الأميركيين يصوتون منطقياً لعدة أسباب، منها العملية الديمقراطية، والاقتصاد، والإجهاض، والهجرة، والسياسة الخارجية الأميركية، وبغض النظر عن الحزب الديمقراطي أو الجمهوري الذي ركز على الاقتصاد أثناء الحملة الانتخابية، فإن هذا الحزب فاز، لأن الناخب الأميركي هو ناخب حكيم يصوت بعقلانية.

يُعدّ سلوك الناخب في إقليم كردستان - العراق ظاهرةً معقدة تتداخل فيها عوامل متعددة، تتجاوز الانتماء الحزبي الضيق لتشمل الأبعاد الاجتماعية، الاقتصادية، والثقافية. يمكن فهم هذا السلوك بشكل أفضل من خلال تطبيق مدارس التحليل السياسي والسلوكي المختلفة، والتي تقدم إطاراً نظرياً لتحليل دوافع وتصرفات الأفراد في العملية الانتخابية.

- لا يزال الولاء للعشيرة أو العائلة يمثل عاملاً قوياً في توجيه أصوات الناخبين، حيث يميل الأفراد إلى دعم المرشحين من عشيرتهم أو عائلتهم، بغض النظر عن برامجهم السياسية.
- يؤثر الوضع الاقتصادي للفرد بشكل مباشر على خياراته الانتخابية. فالناخبون الذين يعانون من البطالة أو الأزمات المالية قد يميلون إلى التصويت للمرشحين الذين يعدون بتحسين الأوضاع المعيشية، بغض النظر عن انتمائهم الحزبي.
- على الرغم من أن إقليم كردستان يتميز بالتسامح الديني، إلا أن الانتماء المذهبي أو الديني قد يلعب دوراً في بعض المناطق أو المجتمعات، حيث يفضل بعض الناخبين التصويت للمرشحين الذين يمثلون توجهاتهم الدينية.
- يوازن الناخب بين الفوائد التي سيجنيها من تصويته (مثل الحصول على وظيفة، خدمات أفضل، أو مكاسب شخصية) والتكاليف المترتبة على ذلك (مثل الوقت والجهد).
- يقيّم الناخب أداء الحكومة الحالية، وإذا كان راضياً عن الأداء، فإنه يميل إلى التصويت للحزب الحاكم مرة أخرى. أما إذا كان غير راضٍ، فإنه يميل إلى التصويت للمعارضة.
- قد يختار الناخب التصويت لمرشح أو حزب لا يفضله شخصياً، ولكنه يرى أنه الأقدر على منع مرشح آخر لا يرغب في وصوله إلى السلطة

### 6.3. عدد الناخبين والمصوتين على المستوى العراق وإقليم كردستان

يبين الجدول التالي أعداد الناخبين وا عدد لمشاركين في الانتخابات مجلس النواب العراقي عله مستوى العراق وإقليم كردستان للفترة 2005-2025 على النحو التالي:

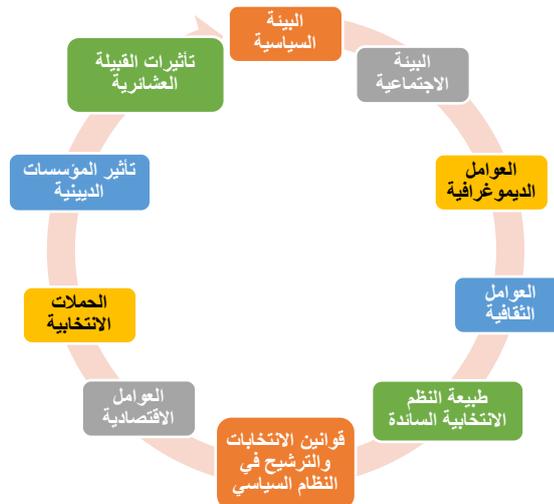
الجدول (2) عدد الناخبين والمصوتين على المستوى العراق واقليم كردستان 2005-2025

ت	نوع الانتخابات	مواعيد الانتخابات	عدد الناخبين بالملايين على مستوى العراق	عدد المشاركين على مستوى العراق	النسبة المئوية للمشاركة على المستوى	عدد الناخبين بالملايين على مستوى اقليم كردستان	عدد المشاركين على مستوى اقليم	النسبة المئوية للمشاركة على مستوى اقليم
1	انتخابات الجمعية الوطنية الانتقالية	2005/1/30	14,200,000	8,555,000	68%	2,236,143	1,753,919	78,43%
2	انتخابات مجلس النواب للدورة الأولى (كاملة المدة)	2005/12/15	15,568,702	11,888,909	76,26%	2,899,578	1,992,173	68,70%
3	انتخابات مجلس النواب العراقي	2010/3/7	18,900,000	11,500,000	63,3%	2,590,274	1,938,754	74,84%
4	انتخابات مجلس النواب العراقي	2014/4/30	21,500,000	13,000,000	62,2%	2,717,082	2,128,167	78,32%
5	انتخابات مجلس النواب العراقي	2018/5/12	24,352,253	10,384,502	44,52%	3,144,730	1,766,095	56,160%
6	انتخابات مجلس النواب العراقي	2021/10/10	21,542,278	9,285,705	41%	3,450,773	1,167,506	33,83%
7	انتخابات مجلس النواب العراقي	2025/11/11	21,404,291	12,009,453	56,11%	2,844,051	1,877,969	67%

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد المفوضية العليا المستقلة للانتخابات- العراق.

## 7.3. العوامل المؤثرة على السلوك الناخبين - Factors influencing voter behavior-

تتعدد العوامل التي تؤثر على سلوك الناخبين وأرائهم. ومن أبرزها: (عبدالعال، 2017: 45)



المصدر: عبدالعال، هالة، (2017)، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية، دار العربي للنشر والتوزيع.

الشكل (2) العوامل المؤثرة على السلوك الناخبين

يقول الخبير الاقتصادي التركي أردال تاناس كاراغول إن الظروف الاقتصادية تمثل عوامل مهمة جداً في تحديد سلوك الناخبين، إلى جانب المؤثرات المحلية والأيدولوجية (مبروك، 2019) وفقاً لهذا التوجه يقوم الحزب بتصميم منتجه وتعديل سلوكياته وسياساته بهدف الحصول على رضا الناخبين. ويقوم الحزب بإجراء بحوث السوق لتحديد مطالب ورغبات الناخبين، وفي ضوء ذلك يصمم منتجاً يتناسب مع نتائج هذه البحوث، ولا يسعى إلى تغيير ما يفكر فيه الناخبين، ولكنه ينفذ ما يريدونه ويحاول تحقيق التوازن بين مطالب المواطنين وقدرته على تحقيق هذه المطالب والوعود إذا وصل إلى السلطة.

### 8.3. العلاقة بين القضايا الاقتصادية والسلوك الانتخابي - The relationship between economic issues and voting behavior

يعد العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين مسألة محورية في الدراسات السياسية والانتخابية، وتكتسب أهمية خاصة في مناطق مثل إقليم كردستان-العراق نظراً للتقلبات الاقتصادية والسياسية التي تشهدها المنطقة (Abdullah and Gray, 2022) تشير الأبحاث إلى أن العوامل الاقتصادية تلعب دوراً كبيراً في تشكيل قرارات الناخبين، بما في ذلك التضخم، والنمو الاقتصادي، ومستويات الدخل، والبطالة (Kama et al. 2022) في إقليم كردستان-العراق، تتأثر هذه العلاقة بعوامل داخلية وخارجية معقدة. داخلياً، يواجه الإقليم تحديات اقتصادية هيكلية مرتبطة بالاعتماد المفرط على النفط، مما يجعله عرضة لتقلبات أسعار النفط العالمية. تؤكد الدراسات أن الأداء الاقتصادي الوطني يؤثر على خيارات الناخبين، ولكن هذا التأثير قد لا يكون متساوياً عبر الطبقات الاقتصادية المختلفة. في تركيا، على سبيل المثال، أظهرت النتائج أن التضخم يؤثر سلباً على نسبة إقبال الناخبين، بينما يُظهر النمو الاقتصادي تأثيراً إيجابياً (Kama et al. 2022) هذا يشير إلى أن الناخبين يميلون إلى معاقبة الأحزاب الحاكمة في أوقات التدهور الاقتصادي ومكافأته في أوقات الازدهار. يمكن تطبيق هذا المفهوم على إقليم كردستان، حيث قد يؤدي سوء الإدارة الاقتصادية والفساد إلى فقدان الثقة السياسية وتراجع مشاركة الناخبين (Yamao, & Hamanaka, 2021) بالإضافة إلى ذلك، يلعب الاستقرار السياسي وعدم اليقين في السياسة الاقتصادية دوراً تعديلياً في العلاقة بين ممارسات حوكمة الدولة وأداء سوق الأسهم، كما هو الحال في إقليم كردستان-العراق (Maghdid and et al. 2024). يمكن أن يؤثر عدم اليقين السياسي والاقتصادي على قرارات الاستثمار والسلوك الاستهلاكي، مما يزيد من تعقيد المشهد الاقتصادي ويؤثر بشكل غير مباشر على تصورات الناخبين حول أداء الحكومة. في سياق إقليم كردستان، يشير تحليل للرأي العام إلى أن هناك خيبة أمل عامة تجاه العملية السياسية في العراق، مما أدى إلى انخفاض الإقبال على الانتخابات البرلمانية العراقية.

تُظهر دراسات أخرى أن الثقافة السياسية الحزبية تلعب دوراً مهماً في توجيه السلوك الانتخابي في إقليم كردستان (حمه علي، 2023) هذا يعني أن الولاءات الحزبية قد تُخفف من تأثير القضايا الاقتصادية المباشرة على بعض الناخبين، أو تُفسر هذه القضايا من منظور حزبي. ومع ذلك، لا يُمكن فصل الثقافة السياسية عن الواقع الاقتصادي، حيث أن التدهور الاقتصادي المستمر يمكن أن يُضعف الولاءات الحزبية ويدفع الناخبين للبحث عن بدائل (Yamao, & Hamanaka, 2021)

تتعدد القضايا الاقتصادية التي تلعب دوراً حاسماً في قرارات الناخبين، وتشمل:

1. **البطالة:** ارتفاع معدلات البطالة غالباً ما يؤدي إلى تراجع شعبية الحكومات القائمة ويدفع الناخبين للبحث عن بديل.
  2. **التضخم:** يؤثر ارتفاع الأسعار بشكل مباشر على القوة الشرائية للأفراد، مما يسبب استياءً واسعاً قد يترجم إلى تغيير في السلوك الانتخابي.
  3. **النمو الاقتصادي:** يشير النمو القوي إلى اقتصاد مزدهر، مما يعزز الثقة في الحكومة ويزيد من فرص إعادة انتخابها.
  4. **الضرائب والدخل:** يولي الناخبون اهتماماً كبيراً بسياسات الضرائب وتوزيع الدخل، حيث يميلون لدعم المرشحين الذين يعدون بتخفيض الضرائب أو تحقيق العدالة الاجتماعية.
- في سياق انتخابات مجلس النواب التي أُجريت بتاريخ 2025/11/11، ورغم الإقرار بأهمية القضايا الاقتصادية في توجيه خيارات الناخبين عادةً، فإن النتائج النهائية للانتخابات البرلمانية العراقية خالفت هذا الافتراض.

تشير النتائج إلى أن عملية التصويت كانت محكومة بعوامل متعددة مثل (الولاء الحزبي، الدين، المذهب، العرق، والروابط القبلية والأسرية)، متأثرة بالبرنامج الانتخابي والاقتصادي بأقل درجة.

#### 1.4 الجانب العملي - Practical Side

##### الإحصاء الوصفي واختبارات جودة البيانات-Descriptive statistics and data quality tests

للاوصول إلى أهداف الدراسة، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات. فقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات وآراء أفراد العينة، كما جرى تحليل البيانات وصفاً من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وتم التحقق من جودة أداة القياس عبر اختبار معامل الثبات (كرونباخ ألفا)، إضافة إلى استخدام معامل ارتباط بيرسون وتحليل الانحدار لفحص العلاقات بين متغيرات الدراسة.

#### 1.4.1 اختبار الثبات الداخلي للاستبانة (الاتساق) Internal reliability test of the questionnaire (consistency)

يعد اختبار الثبات خطوة أساسية لضمان الاعتمادية والدقة في نتائج الدراسات التي تعتمد على الاستبانة، إذ يعكس الثبات قدرة أداة القياس على تحقيق نتائج متقاربة عند استخدامها أكثر من مرة على نفس الأفراد وفي ظروف متشابهة. ويعد معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) من أكثر المقاييس شيوعاً في تقييم الاتساق الداخلي. تتراوح قيمته بين (0 - 1)، حيث تشير القيم الأقل من (0.60) إلى ضعف الاتساق، بينما تمثل القيم بين (0.60 - 0.80) مستوى مقبولاً إلى جيد، أما القيم التي تتجاوز (0.80) فتعتبر عن درجة عالية من الثبات، في حين تمثل القيمة (1) حالة الاتساق التام وفق ما أوضحه كرونباخ (1951).

وفي إطار هذه الدراسة، تم حساب معامل كرونباخ ألفا لكل متغير من المتغيرات، بالإضافة إلى معامل الثبات الكلي للاستبانة. وقد عرضت هذه النتائج في الجدول (3)، مبيّنة قيمة المعامل وعدد البنود الخاصة بكل متغير. وتعد هذه الخطوة ضرورية للتأكد من ملائمة أداة الدراسة وقدرتها على قياس المفاهيم المراد دراستها بشكل دقيق ومتسق.

#### جدول (3) اختبار كرونباخ ألفا لقياس ثبات الاستبانة

عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	فقرات الاستبانة
20	0.883	القضايا الاقتصادية
19	0.880	سلوك الناخبين

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يظهر جدول (3) نتائج اختبار كرونباخ ألفا لقياس ثبات الاستبانة، حيث بلغ معامل الثبات لفقرات القضايا الاقتصادية (0.883) موزعة على 20 فقرة، كما بلغ معامل الثبات لفقرات سلوك الناخبين (0.880) موزعة على 19 فقرة. وتشير هذه القيم المرتفعة لمعامل كرونباخ ألفا إلى أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، مما يعكس موثوقية جيدة لأدوات القياس المستخدمة في الدراسة.

#### 2.4 الوصف الإحصائي للخصائص الشخصية: Statistical description of personality characteristics

يمكن تمثيل الخصائص الشخصية للمبحوثين الذين شملهم الاستطلاع كما يلي:

#### الجدول (4) التوزيع التكراري حسب الجنس

النسبة	التكرار	الفئات الجنس
69.1	2817	ذكر
30.9	1258	انثى
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يبين الجدول (4) التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب الجنس، إذ أظهرت النتائج أن نسبة الذكور بلغت 69.1% بعدد قدره 2817 مشاركاً، في حين بلغت نسبة الإناث 30.9% بعدد 1258 مشاركة، ليصل العدد الكلي للمشاركين إلى 4075 ونسبة 100% وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة من الذكور.

**الجدول (5) التوزيع التكراري حسب الفئات العمر**

النسبة	التكرار	الفئات العمر
36.1	1473	25-18 سنة
7.9	323	35-26 سنة
30.6	1245	45-36 سنة
21.0	857	55-46 سنة
4.3	177	أكثر من 56 سنة
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يظهر الجدول (5) التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الفئات العمرية، حيث تشير النتائج إلى أن الفئة العمرية 18-25 سنة هي الأكثر تمثيلاً بنسبة 36.1% وبعدد 1473 مشاركاً، تليها الفئة 36-45 سنة بنسبة 30.6% وبعدد 1245 مشاركاً. كما بلغت نسبة الفئة 46-55 سنة حوالي 21.0% بعدد 857 مشاركاً، في حين شكلت الفئة 26-35 سنة نسبة 7.9% فقط بعدد 323 مشاركاً. أما الفئة الأكبر من 56 سنة فكانت الأقل تمثيلاً بنسبة 4.3% وبعدد 177 مشاركاً. ويظهر هذا التوزيع أن غالبية العينة تقع ضمن الفئات العمرية الشبابية والمتوسطة.

**الجدول (6) التوزيع التكراري حسب التحصيل العلمي**

النسبة	التكرار	الفئات المؤهل العلمي
18.2	743	إعدادية فأقل
43.3	1763	بكالوريوس
23.3	950	ماجستير
15.2	619	دكتوراه
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول (6) التوزيع التكراري لأفراد العينة بحسب التحصيل العلمي، حيث تبين أن حملة شهادة البكالوريوس يشكلون النسبة الأكبر بواقع 43.3% وبعدد 1763 مشاركاً، تليهم فئة الماجستير بنسبة 23.3% وعدد 950 مشاركاً. كما بلغت نسبة المشاركين من حملة الإعدادية فأقل حوالي 18.2% بعدد 743 مشاركاً، في حين كانت فئة الدكتوراه الأقل تمثيلاً بنسبة 15.2% وبعدد 619 مشاركاً. وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة من ذوي التحصيل الجامعي.

**الجدول (7) التوزيع التكراري حسب المهنة**

النسبة	التكرار	الفئات المهنة
2.0	80	موظف في القطاع الخاص
53.4	2177	موظف حكومي
3.0	123	عاطل عن العمل
34.8	1419	طالب/ طالبة
3.0	124	متقاعد

3.7	152	اخرى
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يظهر الجدول (7) التوزيع التكراري للمشاركين حسب المهنة، إذ تبين أن فئة الموظفين الحكوميين هي الأكثر تمثيلاً في العينة بنسبة %53.4 وبعدها 2177 مشاركاً، تليها فئة الطلبة بنسبة %34.8 وبعدها 1419 مشاركاً. كما بلغت نسبة العاطلين عن العمل والمتقاعدين حوالي %3.0 لكل منهما بعدد 123 و 124 مشاركاً على التوالي، في حين شكّل الموظفون في القطاع الخاص نسبة %2.0 فقط بعدد 80 مشاركاً. أما فئة أخرى فبلغت نسبتها %3.7 وبعدها 152 مشاركاً. وتشير هذه النتائج إلى أن العينة يغلب عليها الموظفون الحكومي والطلبة.

#### الجدول (8) التوزيع التكراري حسب الموقع الجغرافي

النسبة	التكرار	فئات الموقع الجغرافي
3.6	146	قرية
3.7	150	مركز ناحية
8.3	338	مركز قضاء
84.4	3441	مركز مدينة
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول (8) التوزيع التكراري للمشاركين حسب الموقع الجغرافي، حيث تبين أن غالبية العينة تتواجد في مركز المدينة بنسبة %84.4 وبعدها 3441 مشاركاً، تليها فئة مركز القضاء بنسبة %8.3 وبعدها 338 مشاركاً. كما بلغت نسبة المشاركين من مركز الناحية حوالي %3.7 وبعدها 150 مشاركاً، في حين شكّلت فئة القرى الأقل تمثيلاً بنسبة %3.6 وبعدها 146 مشاركاً. وتشير هذه النتائج إلى أن العينة تمثل في الغالب السكان الحضر في المدينة.

#### الجدول (9) التوزيع التكراري حسب الميول السياسية

النسبة	التكرار	فئات الميول السياسية
30.3	1235	الانتماء الى الاحزاب القومية
0.3	13	الانتماء الى الاحزاب الدينية
6.6	270	الانتماء الى الاحزاب الايدولوجية اليسارية
62.7	2557	مستقل
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول (9) التوزيع التكراري للمشاركين حسب الميول السياسية، حيث تبين أن غالبية العينة تنتمي إلى فئة المستقلين بنسبة %62.7 وبعدها 2557 مشاركاً. كما بلغ عدد المشاركين المنتمين إلى الأحزاب القومية 1235 مشاركاً بنسبة %30.3، في حين شكّلت فئة المنتمين إلى الأحزاب الإيديولوجية اليسارية نسبة %6.6 وبعدها 270 مشاركاً، وكانت الأقل تمثيلاً فئة المنتمين إلى الأحزاب الدينية بنسبة %0.3 وبعدها 13 مشاركاً. وتشير هذه النتائج إلى أن العينة يغلب عليها المستقلون، مع وجود تمثيل محدود للأحزاب الدينية واليسارية.

#### الجدول (10) التوزيع التكراري حسب المعدل الدخل الشهري

النسبة	التكرار	فئات الدخل الشهري
24.6	1003	أقل من 500,000 دينار عراقي
34.5	1407	500,000 - 1,000,000 دينار عراقي

18.1	737	1,000,001 - 1,500,000 دينار عراقي
22.8	928	أكثر من 1,500,000 دينار عراقي
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول (10) التوزيع التكراري للمشاركين حسب فئات المعدل الدخل الشهري، حيث تبين أن أكبر نسبة من العينة كانت ضمن فئة 1,000,000 - 500,000 دينار عراقي بنسبة %34.5 وبعدها 1407 مشاركا. تلتها فئة أقل من 500,000 دينار عراقي بنسبة %24.6 وبعدها 1003 مشاركا، ثم فئة أكثر من 1,500,000 دينار عراقي بنسبة %22.8 وبعدها 928 مشاركا، وأخيرا فئة 1,000,001 - 1,500,000 دينار عراقي بنسبة %18.1 وبعدها 737 مشاركا. وتشير هذه النتائج إلى تنوع مستويات الدخل بين أفراد العينة، مع تركز كبير في الفئة المتوسطة الدخل.

#### الجدول (11) التوزيع التكراري حسب مصادر الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية عبر وسائل الاعلام

النسبة	التكرار	الفئات مصادر الحصول على معلومات
6.7	275	الاعلام الرسمي للحكومة
24.7	1007	اعلام الحزب الحاكم
19.3	787	المؤسسات الاعلامية المستقلة
5.7	234	اعلام الاحزاب المعارضة
43.5	1772	وسائل التواصل الاجتماعي
100.0	4075	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول (11) التوزيع التكراري للمشاركين حسب مصادر الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام، حيث تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت المصدر الأكثر استخداما بنسبة %43.5 وبعدها 1772 مشاركا. تلتها إعلام الحزب الحاكم بنسبة %24.7 وبعدها 1007 مشاركا، ثم المؤسسات الإعلامية المستقلة بنسبة %19.3 وبعدها 787 مشاركا. في حين كانت المصادر الأقل استخداما هي الإعلام الرسمي للحكومة بنسبة %6.7 وبعدها 275 مشاركا، وإعلام الأحزاب المعارضة بنسبة %5.7 وبعدها 234 مشاركا. وتشير هذه النتائج إلى اعتماد غالبية العينة على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات الاقتصادية، مع وجود تباين في استخدام المصادر الأخرى.

#### الجدول (12): التوزيع التكراري حسب آراء المبحوثين حول تأثير الوضع الاقتصادي ودور المرشحين في معالجة القضايا الاقتصادية

النسبة	التكرار	الاستجابة	البند
24.4	993	لا	هل تأثر رأيك السياسي أو قرارك الانتخابي بالوضع الاقتصادي؟
22.6	919	محايد	
53.1	2163	نعم	
53.1	2163	لا	هل تعتقد أن المرشحين في الانتخابات المحلية/ مجلس النواب العراقي يركزون بشكل كافٍ على القضايا الاقتصادية؟
28.3	1153	محايد	
18.6	759	نعم	
100.0	4075		المجموع

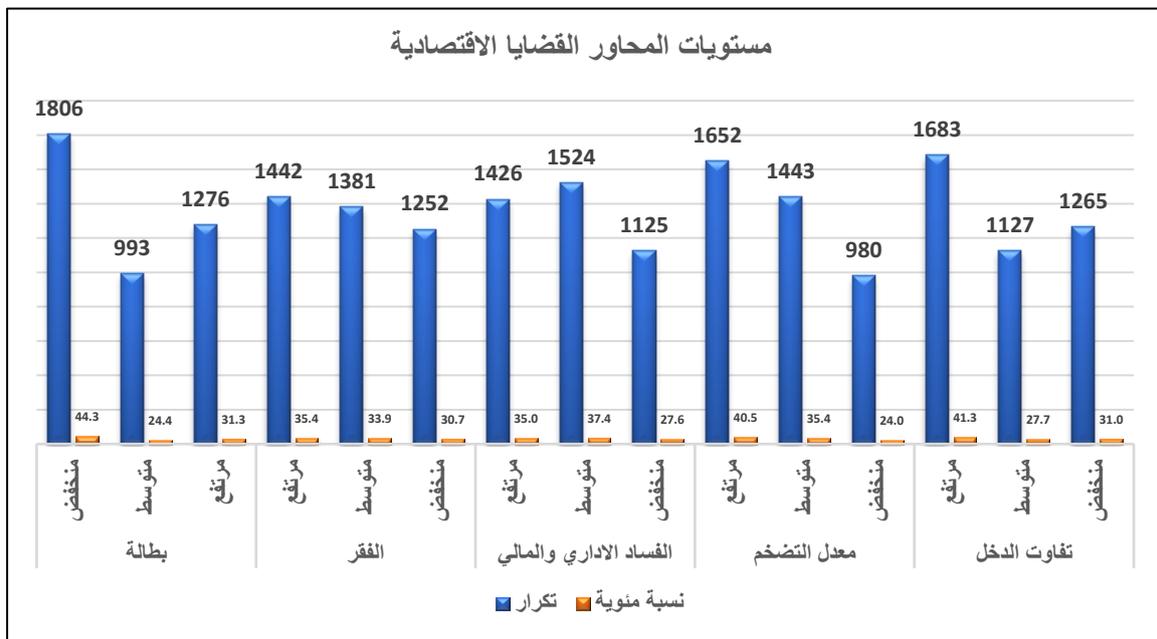
المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يوضح الجدول (12) التوزيع التكراري لآراء المبحوثين حول تأثير الوضع الاقتصادي ودور المرشحين في معالجة القضايا الاقتصادية. بالنسبة للسؤال حول ما إذا كان رأي المبحوث أو قراره الانتخابي قد تأثر بالوضع

الاقتصادي، فقد أجاب نعم نسبة %53.1 بعدد 2163 مشاركا، بينما كانت نسبة المحايدين %22.6 بعدد 919 مشاركا، ولا بنسبة %24.4 بعدد 993 مشاركا، مما يشير إلى أن أكثر من نصف العينة يتأثرون بالوضع الاقتصادي في خياراتهم السياسية.

أما بالنسبة للسؤال حول ما إذا كان المرشحون في الانتخابات المحلية/مجلس النواب يركزون بشكل كافٍ على القضايا الاقتصادية، فقد أجاب لا نسبة %53.1 بعدد 2163 مشاركا، ومحايدين بنسبة %28.3 بعدد 1153 مشاركا، ونعم بنسبة %18.6 بعدد 759 مشاركا، مما يدل على أن غالبية العينة ترى أن المرشحين لا يولون الاهتمام الكافي بالقضايا الاقتصادية.

يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى تحليل إدراك المبحوثين لمدى تأثير القضايا الاقتصادية على حياتهم اليومية وسلوكهم الانتخابي. ولتحقيق ذلك، تم قياس خمسة محاور اقتصادية أساسية تمثل أهم التحديات التي يواجهها المواطن، وهي: البطالة، الفقر، الفساد الإداري والمالي، معدل التضخم، وتفاوت الدخل. وقد تمت صياغة مجموعة من البنود التي تعكس اتجاهات الأفراد نحو كل قضية على حدة، وتوضح مستوى شعورهم بحدة المشكلة وتأثيرها في قراراتهم السياسية. ويمثل الشكل الآتي ملخصاً بصرياً لمستويات هذه البنود كما وردت في إجابات أفراد العينة، بهدف إظهار درجة أهمية كل محور اقتصادي ومدى بروزها في الواقع المعيشي للمواطنين داخل المجتمع محل الدراسة.



المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

## الشكل (2) المستويات المحاول القضايا الاقتصادية

يتضح من الشكل أن جميع القضايا الاقتصادية الخمس قد جاءت بمستويات مرتفعة، مما يشير إلى أن المبحوثين ينظرون إليها على أنها مشكلات حقيقية ومؤثرة في حياتهم اليومية. وقد عكست البنود المرتبطة بكل محور إدراكا واضحا بأن البطالة ما تزال تمثل دافعا قويا لتغيير الاتجاه الانتخابي، وأن الفقر مرتبط بشعور متزايد بعدم فعالية السياسات الحكومية الحالية، إضافة إلى قناعة واسعة بأن الفساد الإداري والمالي يعد من أهم العوامل المؤدية إلى تراجع الثقة بالعملية الانتخابية. أما معدلات التضخم، فقد أظهرت النتائج أن تأثيرها مباشر على القوة الشرائية للمواطنين وبالتالي على خياراتهم السياسية، في حين أشار محور تفاوت الدخل إلى أن الفجوة الاقتصادية بين فئات المجتمع أصبحت عنصرا محوريا في تشكيل توجهات الناخب. وبشكل عام، تعكس هذه النتائج أن القضايا الاقتصادية تشكل أحد أهم محددات التصويت لدى الأفراد، وأنها تملك قدرة كبيرة على التأثير في التحولات الانتخابية داخل المجتمع.

## 3.4. تحليل محاور وفرضيات الدراسة: Analysis of the study's themes and hypotheses

يتناول هذا المبحث التحليل التفصيلي لمحاور الدراسة الأساسية، وذلك بهدف فهم واقع الظاهرة داخل مجتمع البحث. ويعرض هذا الجزء النتائج المستخلصة بشكل منهجي، من خلال توضيح المحاور المعتمدة في الدراسة والفرضيات التي تركز عليها، ومدى ارتباطها ببيئة البحث وواقع المشاركين.

كما يتضمن المبحث عرضاً لأبرز المؤشرات الإحصائية التي تم التوصل إليها، والتي تساهم في تقديم صورة دقيقة وشاملة حول موضوع الدراسة. وتم كذلك اختبار الفرضيات الموضوعية مسبقاً وتفسير النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، بما يساعد على الوصول إلى فهم أعمق للعلاقات بين المتغيرات قيد الدراسة.

**فرضية الاولى:** يميل الناخبون الذين يعانون من (بطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل) إلى التصويت ضد الحزب الحاكم، بينما يميل الناخبون الذين يشعرون بالاستقرار المالي إلى دعمه.

الجدول (13) مصفوفة الارتباط بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين

المتغيرات	البطالة	الفقر	الفساد الإداري والمالي	معدل التضخم	تفاوت الدخل	سلوك الناخبين
البطالة	معامل ارتباط بيرسون	0.649	0.632	0.580	0.363	0.632
	قيمة-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
الفقر	معامل ارتباط بيرسون	1	0.648	0.416	0.289	0.502
	قيمة-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
الفساد الإداري والمالي	معامل ارتباط بيرسون	0.648	1	0.610	0.277	0.562
	قيمة-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
معدل التضخم	معامل ارتباط بيرسون	0.416	0.610	1	0.622	0.782
	قيمة-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
تفاوت الدخل	معامل ارتباط بيرسون	0.289	0.277	0.622	1	0.667
	قيمة-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
سلوك الناخبين	معامل ارتباط بيرسون	0.632	0.502	0.562	0.667	1
	قيمة-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يتضح الجدول 13 أن هناك علاقات ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين جميع أبعاد القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين. وكانت أقوى علاقة بين معدل التضخم وسلوك الناخبين ( $r = 0.782$ )، تلتها تفاوت الدخل ( $r = 0.667$ ) ثم البطالة ( $r = 0.632$ ). وهذا يشير إلى أنه كلما ازدادت حدة المشكلات الاقتصادية (مثل البطالة والتضخم والفساد)، زاد ميل الناخبين إلى تغيير سلوكهم الانتخابي والتصويت ضد الحزب الحاكم. وعليه، تقبل الفرضية الأولى التي تنص على أن الناخبين المتأثرين بالظروف الاقتصادية السلبية يميلون إلى التصويت ضد الحزب الحاكم، بينما المستقرون ماليا يميلون إلى دعمه.

**فرضية الثانية:** ترتبط ارتفاع معدلات (البطالة، الفقر، الفساد الاداري والمالي، التضخم، تفاوت الدخل) بزيادة احتمالية تغيير الناخبين لولائهم السياسي والتصويت للمعارضة.

الجدول (14) نتائج تحليل الانحدار الخطي للعلاقة بين المتغيرات الاقتصادية وسلوك الناخبين

المتغير التابع: سلوك الناخبين	معاملات الانحدار	قيم-t	قيم-p	F	قيمة-p	معامل التحديد
القيمة الثابتة	2.002	59.924	0.000	2715.689	0.000	0.400
البطالة	0.451	52.112	0.000			
القيمة الثابتة	2.143	50.033	0.000	1371.869	0.000	0.252
الفقر	0.415	37.039	0.000			
القيمة الثابتة	2.006	50.313	0.000	1878.075	0.000	0.316

			0.000	43.337	0.418	الفساد الاداري والمالي
0.612	0.000	6427.965	0.000	51.761	1.471	القيمة الثابتة
			0.000	80.175	0.593	معدل التضخم
0.445	0.000	3261.171	0.000	31.063	1.315	القيمة الثابتة
			0.000	57.107	0.662	تفاوت الدخل

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

يتضح الجدول 14 أن جميع المتغيرات الاقتصادية (البطالة، الفقر، الفساد الإداري والمالي، معدل التضخم، تفاوت الدخل) لها علاقات موجبة ودالة إحصائياً مع سلوك الناخبين، حيث إن جميع قيم (p) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يشير إلى قبول الفرضيات الجزئية التي تفترض وجود تأثير معنوي لكل متغير اقتصادي على سلوك الناخبين.

**-البطالة:** بلغت قيمة معامل الانحدار (B = 0.451) وقيمة (t = 52.112) عند مستوى دلالة (p = 0.000) ، ومعامل التحديد (R<sup>2</sup> = 0.400) وهذا يعني أن البطالة تفسر نحو 40% من التغير في سلوك الناخبين، أي كلما ارتفعت معدلات البطالة زادت احتمالية توجه الناخبين نحو تغيير ولائهم السياسي.

**-الفقر:** بلغت قيمة معامل الانحدار (B = 0.415) وقيمة (t = 37.039) عند (p = 0.000) ومعامل التحديد (R<sup>2</sup> = 0.252)، مما يدل على أن الفقر يفسر 25.2% من التغير في سلوك الناخبين، وباتجاه موجب، أي أن ارتفاع مستويات الفقر يزيد من نزعة التصويت للمعارضة.

**-الفساد الإداري والمالي:** أظهر النموذج أن (B = 0.418) و (t = 43.337) عند (p = 0.000) ومعامل التحديد (R<sup>2</sup> = 0.316) ، أي أن الفساد يسهم في تفسير نحو 31.6% من التغير في سلوك الناخبين، مما يعني أن الشعور بانتشار الفساد يرتبط برغبة أكبر في معاقبة الحزب الحاكم انتخابياً.

**-معدل التضخم:** سجل أعلى تأثير بين جميع المتغيرات، إذ بلغت قيمة (B = 0.593) و (t = 80.175) عند (p = 0.000) ومعامل التحديد (R<sup>2</sup> = 0.612) ، ما يعني أن التضخم يفسر أكثر من 61% من التغير في سلوك الناخبين، ويعد أقوى العوامل الاقتصادية تأثيراً في قرار التصويت.

**-تفاوت الدخل:** بلغت قيمة (B = 0.662) و (t = 57.107) عند (p = 0.000) ومعامل التحديد (R<sup>2</sup> = 0.445) ، أي أن تفاوت الدخل يفسر 44.5% من التغير في السلوك الانتخابي، ويظهر أن ازدياد الفجوة بين الأغنياء والفقراء يدفع الناخبين إلى تغيير ولائهم السياسي.

**فرضية الثالثة:** تؤثر البرامج الانتخابية التي تركز على تحسين الأوضاع الاقتصادية بشكل كبير على قرار الناخبين، خاصة إذا كانوا يرون فيها حلولاً لمشاكلهم المعيشية.

#### الجدول (15) تأثير تقييم البرامج الانتخابية الاقتصادية على قرار الناخبين

المتغير التابع: قرار الناخبين	معاملات الانحدار	قيم-t	قيم-p	F	قيمة-p	معامل التحديد
القيمة الثابتة	1.027	23.913	0.000	3887.349	0.000	0.488
البرامج الانتخابية الاقتصادية	0.701	62.349	0.000			

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

تشير الجدول 15 نتائج تحليل الانحدار إلى أن تقييم الناخبين لفعالية البرامج الانتخابية الاقتصادية له تأثير إيجابي وكبير على قرارهم الانتخابي، حيث بلغ معامل الانحدار B = 0.701 وقيمة t = 62.349 مع مستوى دلالة p = 0.000 ، مما يدل على أن التأثير دال إحصائياً. كما يظهر أن المتغير المستقل يفسر نحو 48.8% من التغير في سلوك الناخبين (R<sup>2</sup> = 0.488) ، وهو ما يعني أن البرامج الاقتصادية تلعب دوراً مهماً وملموساً في تشكيل قرار الناخب، خاصة إذا شعر أنها تقدم حلولاً واقعية لمشاكله المعيشية. وبناءً على ذلك، تقبل الفرضية الثالثة التي تنص على أن البرامج الانتخابية الاقتصادية تؤثر بشكل كبير على قرار الناخبين.

فرضية الرابعة: تختلف استجابة الناخبين للقضايا الاقتصادية باختلاف فئاتهم العمرية ومستواهم التعليمي ومناطقهم الجغرافية و عملهم.

الجدول (16) تأثير الفئات الديموغرافية على استجابة الناخبين للقضايا الاقتصادية

المتغير المستقل	F	Sig.	الفروقات بين الفئات (Hoc - Tukey Post)
العمر	131.625	0.000	18-25 سنة أعلى متوسط استجابة؛ 26-35 سنة أقل متوسط؛ فروقات معنوية بين معظم الفئات.
التحصيل العلمي	8.199	0.000	ماجستير < بكالوريوس < إعدادية فأقل؛ فروقات معنوية بين معظم الفئات.
الموقع الجغرافي	223.584	0.000	القرى < مركز القضاء < مركز ناحية < مركز المدينة؛ فروقات معنوية بين معظم الفئات.
المهنة	73.09	0.000	أعلى استجابة: عاطل عن العمل، يليهم موظف في القطاع الخاص، متقاعد، أخرى، موظف حكومي، أقل استجابة: طالب/طالبة؛ فروقات معنوية بين معظم الفئات.

المصدر: من إعداد الباحث على وفق نتائج التحليل الإحصائي

تشير الجدول 16 نتائج تحليل ANOVA و Post Hoc إلى أن استجابة الناخبين للقضايا الاقتصادية تختلف بشكل معنوي حسب الفئات الديموغرافية الأربع: العمر، التحصيل العلمي، الموقع الجغرافي، والمهنة. فبالنسبة للعمر، أظهر الشباب (18-25 سنة) أعلى متوسط استجابة، بينما كانت الفئة 26-35 سنة الأقل تفاعلاً، مع فروقات معنوية بين معظم الفئات. أما التحصيل العلمي، فقد أظهر أن حملة الماجستير لديهم أعلى استجابة، تليهم حملة البكالوريوس ثم الإعدادية فأقل، مع فروقات دالة إحصائية. بالنسبة للموقع الجغرافي، كانت الاستجابة الأعلى في القرى والأدنى في مركز المدينة، مع اختلاف معنوي بين الفئات. أما المهنة، فكانت أعلى استجابة لدى العاطلين عن العمل، يليهم موظفو القطاع الخاص، مع وجود فروقات معنوية واضحة بين معظم الفئات. هذه النتائج تؤكد أن الخصائص الديموغرافية تؤثر بشكل كبير على تفاعل الناخبين مع القضايا الاقتصادية، مما يدعم فرضية الدراسة الرابعة.

### الاستنتاجات والتوصيات: Conclusions and Recommendations

#### أولاً: الاستنتاجات: Conclusions

1. أظهرت أن بُعد التضخم يُعد المتغير الأقوى تأثيراً في النموذج، حيث يفسر منفرداً ما نسبته (61%) من التباين في سلوك الناخبين.
2. كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط إحصائية دالة بين الخصائص الديموغرافية للناخبين ومستوى تفاعلهم مع المسائل الاقتصادية.
3. أشارت النتائج إلى الأهمية الكبيرة والملموسة التي توليها خيارات الناخبين للبرامج الاقتصادية، لا سيما إذا قدمت هذه البرامج معالجات واقعية لتحدياتهم المعيشية.
4. أظهرت النتائج هناك تأثير إيجابي ودال إحصائياً لجميع المحددات الاقتصادية (كالبطالة والفقر والفساد والتضخم وتفاوت الدخل) على سلوك الناخبين، مما يعني أن زيادة أي من هذه العوامل تؤدي إلى تغيير في أنماط التصويت.
5. أظهرت النتائج على الرغم من عدم رضا غالبية العينة عن اهتمام المرشحين بالقضايا الاقتصادية، فإن سيطرة الثقافة السياسية الحزبية على توجيه سلوك الناخبين في عملية الانتخابية تشير إلى احتمال أن الولاء الحزبي يطغى على الاهتمامات الاقتصادية لدى شريحة من المصوتين.

#### ثانياً: التوصيات Recommendations

1. نوصي الدراسة صناعات القرار بضرورة تبني استراتيجيات عاجلة للسيطرة على الأسعار وحماية القدرة الشرائية للمواطن، باعتبار أن الاستقرار المعيشي هو المحرك الأساسي والموجه الأول لقرار التصويت، متفقاً بذلك على كافة العوامل الأخرى.
2. من الضروري أن تعمل الأحزاب والسياسيون على صياغة استراتيجيات اقتصادية محددة تركز على تحسين الواقع المعيشي للمواطنين. ويتم ذلك من خلال وضع حلول ملموسة لقضايا البطالة، وارتفاع الأسعار، ونقص خدمات الحماية الاجتماعية.

3. من الضروري أن تضطلع منظمات المجتمع المدني بدورها عبر تنظيم برامج تثقيفية تهدف إلى تنمية الوعي الاقتصادي للناخب، وتمكينه من إدراك كيفية تأثير القرارات الاقتصادية على حياته اليومية.
4. تشجيع الهيئات المستقلة على تأسيس منصات متخصصة لتقييم مصداقية وجدوى الخطط والبرامج الاقتصادية التي يطرحها المرشحون والأحزاب السياسية قبل أي انتخابات، على أن تُقدم هذه التقييمات للناخبين بلغة سهلة ومفهومة.
5. ضرورة دعم الوعود الاقتصادية بمؤشرات أداء قابلة للقياس (KPIs)، لتحقيق أقصى درجات المصداقية وبناء ثقة الناخبين.

**شكر وتقدير:** يتقدم المؤلف بالشكر والتقدير إلى جميع من ساعد في ملء استمارة الاستبيان.

**التمويل:** لم يُقدم أي تمويل لدعم هذا البحث.

**مساهمة المؤلف:** ساهمت في كتابة الجانب النظري والمنهجية وإنجاز الجانب العملي الاستنتاجات والتوصيات، وكذلك ساهمت في اجراء مراجعة شاملة للبحث واجراء التعديلات على البحث.

**الذكاء الاصطناعي التوليدي والتقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي في عملية الكتابة:** الى حد ما يعتمد الباحث على برامج الذكاء الاصطناعي في انجاز بحثي.

**تضارب المصالح:** يُقرّ المؤلف بعدم وجود تضارب مصالح يتعلق بالبحث أو التأليف أو نشر هذه المخطوطة.

**نبذة قصيرة عن كل مؤلف:**

**المؤلف: م. د. هوشمند رفيق ابراهيم حاصل على شهادة الماجستير والدكتوراه في مجال الادارة الاعمال ومختص في الاقتصاد الاداري.**

## المصادر References

1. حمه علي، مهدي ابوبكر، (2023)، هيمنة الثقافة السياسية الحزبية في توجيه السلوك الانتخابي في إقليم كردستان، مجلة دراسات قانونية وسياسية، المركز الدراسات القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة السليمانية، إقليم كردستان العراق، المجلد (11)، العدد (1)، ص 257-294.
2. خليل، طلال حامد. (2017). نظريات السلوك الانتخابي و استقرار المؤثرات السلوكية للناخب العراقي في ضوء انتخابات 2005 و 2010. مجلة العلوم القانونية والسياسية، 6(3)، 129-158.
3. رفيق، هوشمند، (2020)، الارهاب الاقتصادي، ط1، مطبعة كردستان، اربيل، إقليم كردستان-العراق.
4. زين الدين، احمد محمد، (2024)، محددات السلوك الانتخابي، مجلة القرار للبحوث العلمية المحكمة، المجلد (8)، العدد (3)، ص 543-568.
5. عبدالحسن، صلاح نوري، والعبودي، علي عبدالرحيم، (2025)، الانتخابات البرلمانية العراقية لعام 2021 : دراسة في السلوك التصويتي، مجلة كلية القانون والعلوم السياسية في الجامعة العراقية، العدد (28)، ص-400 375.
6. عبدالعال، هالة، (2017)، تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية، دار العربي للنشر والتوزيع.
7. عبدالكاظم، ايمان جواد، (2024)، العوامل المؤثرة في سلوك الناخب العراقي بعد 2005، المجلة العراقية للعلوم السياسية، السنة الخامسة، العدد (12)، ص 341-354.
8. العنبيكي، طه حميد حسن، (2019)، سلوك الناخب العراقي بين ثقافة الخضوع وثقافة المشاركة، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة ديالى المجلد (6)، العدد (3)، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي الدولي الثالث الموسوم تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الناخب العراقي بعد تحرير نينوى، 16-17/12/2017، ص 25-54.
9. قادر، زكي حسين، وصالح، شلير علي، (2023)، أثر بعض متغيرات الاقتصاد الكلي في التصويت الانتخابي لعينة من دول عربية مختارة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، المجلد (19)، العدد (3)، ص 670-705.
10. قيوح، الجمعي، وهشام، عبدالكريم، (2017)، السلوك الانتخابي في المجتمع الجزائري: دراسة سوسولوجية، المجلة الجزائرية للامن الانساني، جامعة الجزائر2، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، العدد (4)، ص 47-80.

11. مبروك، خليل، (2019)، كيف أثر الوضع الاقتصادي على نتائج الانتخابات في تركيا؟، شبكة الجزيرة نيت، 2019/4/2.
12. مسمار، رامح تيسير نظمي، (2018)، دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل سلوك الانتخابي للناخبين في الضفة الغربية في الانتخابات المحلية للعام 2017، اطروحة الدكتوراه منشورة، كلية دراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.
13. المفوضية العليا المستقلة للانتخابات-العراق، انتخابات مجلس النواب العراقي 2021- النتائج النهائية، 2025/11/1.
14. منار، محمد باسك، (2021)، سمات السلوك الانتخابي للطبقة الوسطى بالمغرب: دراسة ميدانية، مركز تكامل للدراسات والابحاث، مغرب.
15. يوسف، محمد عبدالكريم، (2025)، لعوامل الاقتصادية التي تحدد نتائج الانتخابات، مجلة الحوار المتمدن، 2025/1/11.
16. Abdullah, S., & Gray, T. (2022). Political constraints on economic diversification in the Kurdistan Region of Iraq. *Energy Policy*, 171, 113274.
17. Blyth, M. (2002). *Great Transformations: Economic Ideas and Institutional Change in the Twentieth Century*. Cambridge University Press.
18. Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.
19. Goodman, S., & Kramer, G. H. (1975). Comment on Arcelus and Meltzer, the effect of aggregate economic conditions on congressional elections. *American Political Science Review*, 69(4), 1255-1265.
20. Kama, Ö., Aksoy, T., & Taştan, H. (2022). Economic Adversity and Voter Turnout: Evidence from Turkish Parliamentary Elections. *Social Indicators Research*, 163(2), 799-821.
21. MacKuen, M. B., Erikson, R. S., & Stimson, J. A. (1992). "Peasants'-or-Party Animals? The American Electorate and the Politics of Economic Expectations." *American Political Science Review*, 86(3), 586-597.
22. Maghdid, R. S., Kareem, S. M., Salih Hama, Y., Waris, M., & Naveed, R. T. (2024). **RETRACTED:** Moderating role of political stability and economic policy uncertainty between country governance practice and stock market performance. A comparative analysis of Pakistan and Kurdistan Region of Iraq. *Plos one*, 19(4), e0301698.
23. Mahoney, P. L. (2022). The effects of economic globalization on voter turnout.
24. Rodrik, D. (2011). *The globalization paradox: Democracy and the future of the world economy*. WW Norton & Company.
25. Yamao, D., & Hamanaka, S. (2021). Political mobilization and its impact on voter turnout: A survey experiment in Iraq. *Asian Journal of Comparative Politics*, 6(4), 421-440.

الملحق:

## استمارة الاستبيان

تحية طيبة....

نضع بين أيديكم أداة قياس المتغيرات المعتمدة في انجاز دراستنا الموسومة بعنوان: (تحليل العلاقة بين القضايا الاقتصادية وسلوك الناخبين في الانتخابات: دراسة تحليلية لآراء عينة من الناخبين في إقليم كردستان- العراق). علماً أن جميع الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان مخصصة لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل إجاباتكم بسرية تامة، وفقاً لأخلاقيات البحث العلمي.

شكراً لتعاونكم

اولاً: البيانات الشخصية:

١. الجنس:

ذكر انثى 

٢. العمر:

25-18 سنوات 35-26 سنوات 45-36 سنوات 55-46 سنوات أكثر من 56 سنوات ٣. التحصيل العلمي : إعدادية فأقل  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه ٤. المهنة: موظف في القطاع الخاص  موظف حكومي  عاطل عن العمل  طالب/ طالبة  متقاعد  اخرى ٥. الموقع الجغرافي: قرية  مركز ناحية  مركز قضاء  مركز مدينة ٦. الميول السياسية : الانتماء الى الاحزاب القومية  الانتماء الى الاحزاب الدينية  الانتماء الى الاحزاب الابدولوجية اليسارية  مستقل 

٧. معدل الدخل الشهري للأسرة:

أقل من 500,000 دينار عراقي 500,000 - 1,000,000 دينار عراقي 1,000,001 - 1,500,000 دينار عراقي أكثر من 1,500,000 دينار عراقي ٨. مصادر الحصول على المعلومات حول القضايا الاقتصادية عبر وسائل الاعلام. الاعلام الرسمي للحكومة  اعلام الحزب الحاكم المؤسسات الاعلامية المستقلة  اعلام الاحزاب المعارضة  وسائل التواصل الاجتماعي ٩. هل تأثر رأيك السياسي أو قرارك الانتخابي بالوضع الاقتصادي؟ نعم  محايد  لا ١٠. هل تعتقد أن المرشحين في الانتخابات المحلية/ مجلس النواب العراقي يركزون بشكل كافٍ على القضايا الاقتصادية؟ نعم  محايد  لا 

ثانياً: المتغيرات الدراسية

## 1. المتغير المستقل: (القضايا الاقتصادية)

الابعاد	ت	العبارات
البطالة	1	أميل إلى تغيير تصويتي في الانتخابات إذا لم ينجح الحزب الذي انتخبته في حل مشكلة البطالة.
	2	أميل إلى التصويت للمرشحين الذين يركزون في حملاتهم الانتخابية على قضايا التوظيف.
	3	أرى أن الوعود الانتخابية المتعلقة بالبطالة هي مجرد شعارات لا يتم تنفيذها.
	4	أعتقد أن الأحزاب السياسية تفقر إلى خطط واضحة لمكافحة البطالة.
الفقر	5	السياسات الحكومية الحالية لم تنجح في تحسين الوضع الاقتصادي للمواطنين.
	6	الفقر يدفعني إلى التصويت للمرشح الذي يقدم مساعدات مالية أو وعوداً بذلك.
	7	أعتقد أن الناخب الفقير يكون أكثر تأثراً بالدعاية الانتخابية التي تركز على الجانب المادي.
	8	أشعر أن الأحزاب السياسية تستغل حاجة الفقراء لكسب أصواتهم.
الفساد الاداري والمالي	9	إن زيادة الفساد في الإنفاق العام والضرائب والرسوم والسياسات المالية والموازنات والإيرادات النفطية وغير النفطية تؤثر على اختياري للمرشح معين.
	10	أشعر أن الوضع الاقتصادي في إقليم كردستان العراق قد شهد تدهوراً خلال السنوات الأخيرة.
	11	قضية الفساد المالي والإداري تمثل أولويتي القصوى عند التصويت.
معدل التضخم	12	أعتقد أن الفساد المالي والإداري يؤثر على ثقة المواطنين في العملية الانتخابية.
	13	أعتبر المرشح الذي يقدم حلولاً واقعية لمشكلة التضخم مرشحاً يستحق الدعم.
	14	إذا كان أداء الحكومة في السيطرة على التضخم ضعيفاً، فمن المرجح أن أغير تصويتي لصالح مرشح آخر.
	15	أهتم بمعرفة خطط المرشحين والأحزاب السياسية لمواجهة التضخم.
	16	ارتفاع أسعار السلع الغذائية الأساسية يؤثر بشكل مباشر على قدرتي الشرائية وهذا سيؤثر على تصويتي للمرشح الذي سيغير حياتي.
تفاوت الدخل	17	يؤثر تفاوت الدخل بشكل مباشر على قراري بالتصويت لمرشح معين.
	18	سأصوت لمرشح الحزب السياسي في مجلس النواب العراقي لدفعه إلى العمل وفق القانون لحل مشكلة عدم

المساواة في الدخل والميزانية والرواتب في إقليم كردستان		
أعتقد أن السياسات الاقتصادية التي تنتهجها الحكومة الحالية عادلة، وتصب في مصلحة جميع فئات المجتمع.	19	
أجد البرامج الانتخابية التي تركز على تقليص تفاوت الدخل أكثر جذباً وواقعية.	20	

## 2. المتغير التابع: (سلوك الناخبين)

ت	العبارات
1	شجعني الأوضاع الاقتصادية الحالية على التصويت لمرشحين من خارج الأحزاب التقليدية
2	إذا تحسّن الوضع الاقتصادي، فسأميل إلى التصويت للحزب الحاكم مرة أخرى
3	أختار المرشح بناءً على برنامجه الاقتصادي فقط، بغض النظر عن انتمائه السياسي.
4	تأخر دفع الرواتب الحكومية يؤثر تأثيراً مباشراً على ثقتي في أداء الحكومة.
5	إذا كانت أسرتي تعاني من صعوبات مالية، فسأعاقب الحزب الحاكم في الانتخابات.
6	أنا مستعد للتصويت لمرشح غير مشهور إذا كان لديه خطة اقتصادية قوية..
7	أرى أن المستقبل الاقتصادي لأبنائي هو من أهم العوامل التي تحفزني للتصويت.
8	أعتقد أن تحسن الوضع الاقتصادي يزيد من فرص إعادة انتخاب الحكومة الحالية.
9	أعتقد أن المشاكل الاقتصادية هي العامل الرئيسي الذي يحدد لمن سأصوت في الانتخابات.
10	أميل إلى التصويت للمرشحين أو الأحزاب التي تقدم حلولاً اقتصادية واضحة.
11	أعتقد أن وعود المرشحين بتحسين الوضع الاقتصادي تؤثر بشكل كبير على قراري.
12	أعتقد أن الانتماءات الحزبية أو القومية تؤثر على قرارات الناخبين أكثر من القضايا الاقتصادية.
13	أعتقد أن سوء الأوضاع الاقتصادية يدفع الناخبين إلى البحث عن بدائل سياسية جديدة.
14	رأري بالتصويت لأي مرشح أو حزب يتأثر بشكل أساسي ببرنامجه الاقتصادي.
15	أرى أن السياسات المالية للحكومة تؤثر بشكل مباشر على قراري في التصويت خلال الانتخابات.
16	تقل ثقتي في الحزب إذا فشل في حل المشكلات الاقتصادية.
17	أرى أن التصويت هو الوسيلة الأمثل لممارسة الضغط على الحكومة من أجل تحسين الأوضاع الاقتصادية.
18	أرى أن المرشحين يركزون على القضايا الاقتصادية فقط خلال الحملات الانتخابية.
19	أصوت للمرشح الذي يعد بخلق فرص عمل للشباب.