



تاريخ استلام البحث : ٢٠٢٦/٢/١٧
تاريخ قبول البحث : ٢٠٢٦/٥/١٠
تاريخ نشر البحث : ٢٠٢٦/٦/٣٠

الترميز الدولي / ISSN (P) :2710-2653
ISSN (E) :2960-253X /
رقم الايداع الوطني / 2019/ 2375

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

Election slogans and their impact on political participation

م. د. هيثم علي عبد الله

Dr. Haitham Ali Abdullah

جامعة ديالى / كلية القانون والعلوم السياسية

University of Diyala / College of Law and Political Science

haitham23@uodiyala.edu.iq

IRAQI

Academic Scientific Journals

<https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/229>

الملخص :

يبحث هذا البحث في أثر الشعارات الانتخابية على المشاركة السياسية، بوصفها أداة رئيسية للتواصل بين الأحزاب والناخبين. يركز على طبيعة الشعار من حيث مضمونه اللغوي والدلالي، ودوره في التعبئة السياسية وتشكيل وعي الناخبين. كما يتناول العلاقة بين جاذبية الشعار ومستوى الإقبال على المشاركة في العملية الانتخابية، مع الإشارة إلى تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية والإعلامية. وتخلص الدراسة إلى أن الشعارات الانتخابية تمثل عنصراً فاعلاً في توجيه السلوك الانتخابي وتعزيز المشاركة السياسية.

الكلمات المفتاحية : الشعارات الانتخابية، المشاركة السياسية، السلوك الانتخابي، الحملات الانتخابية.

Abstract :

This study examines the impact of electoral slogans on political participation as a key tool of communication between parties and voters. It focuses on the linguistic and semantic aspects of slogans, their role in political mobilization, and their influence on voter awareness. The research also addresses the link between the attractiveness of slogans and voter turnout, considering social, cultural, and media factors. The study concludes that electoral slogans play an active role in shaping voting behavior and enhancing political participation.

Keywords: Electoral slogans, Political participation, Voting behavior, Election campaign

المقدمة

تعدّ الشعارات الانتخابية من أبرز الأدوات الدعائية التي تلجأ إليها الأحزاب والقوى السياسية في حملاتها الانتخابية، لما تمتلكه من قدرة على التعبير المكثف عن الأهداف والبرامج والرؤى السياسية في عبارات قصيرة سهلة الحفظ والتداول. فالشعار الانتخابي ليس مجرد صياغة لغوية أو أداة إعلانية، بل يمثل وسيلة للتأثير النفسي والاجتماعي على الناخبين، ويسهم في بناء صورة ذهنية عن المرشح أو الحزب. ومن خلال بساطته وجاذبيته، يمكن للشعار أن يشكل دافعاً قوياً يحفز الناخبين على المشاركة السياسية، سواء بالتصويت أو الانخراط في الحملات الانتخابية. وتزداد أهمية دراسة الشعارات الانتخابية في ظل التحولات الديمقراطية وتنامي دور الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، الأمر الذي يجعل من فهم طبيعتها وأثرها على السلوك الانتخابي خطوة أساسية لفهم آليات المشاركة السياسية في المجتمعات المعاصرة.

مشكلة البحث: على الرغم من شيوع استخدام الشعارات الانتخابية في الحملات السياسية واعتبارها أداة رئيسية للتأثير على الرأي العام، إلا أن فعاليتها الحقيقية في تحفيز المشاركة السياسية ما تزال موضع جدل ونقاش أكاديمي. فبعض الدراسات ترى أن الشعار الانتخابي يسهم في تبسيط الأفكار والبرامج السياسية وجعلها أكثر قرباً من الناخبين، في حين يشير آخرون إلى أن تأثيره محدود إذا لم يقترن ببرامج واقعية أو

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

أداء سياسي مقنع. ومن هنا تبرز مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن التساؤل الرئيس: إلى أي مدى تسهم الشعارات الانتخابية في تعزيز المشاركة السياسية وتوجيه السلوك الانتخابي؟ ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، من بينها:

1. ما الخصائص اللغوية والدلالية التي تجعل الشعار الانتخابي أكثر تأثيراً؟
 2. كيف تؤثر الشعارات الانتخابية في تشكيل وعي الناخبين واتجاهاتهم؟
 3. ما العوامل الاجتماعية والثقافية والإعلامية التي تحدد فعالية الشعار الانتخابي؟
- فرضية البحث:** ينطلق هذا البحث من فرضية رئيسة مفادها: تسهم الشعارات الانتخابية في تعزيز المشاركة السياسية من خلال قدرتها على التأثير في وعي الناخبين وتوجيه سلوكهم الانتخابي. ويتفرع عن هذه الفرضية الرئيسة عدد من الفرضيات الفرعية، وهي:

1. كلما كان الشعار الانتخابي بسيطاً وواضحاً ودالاً، ازدادت قابليته للتأثير في الناخبين.
2. الشعارات ذات الطابع العاطفي والرمزي تمتلك تأثيراً أكبر في تعبئة الجماهير مقارنة بالشعارات ذات الطابع البرنامجي فقط.
3. تزداد فاعلية الشعار الانتخابي عندما يُدعم بوسائل إعلامية حديثة وحملات تواصل مجتمعي.
4. يختلف تأثير الشعارات الانتخابية على المشاركة السياسية باختلاف البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية للناخبين.

اهمية البحث: تتبع أهمية هذا البحث من عدة اعتبارات، أبرزها:

1. الأهمية العلمية: يسهم البحث في إثراء الدراسات المتعلقة بالتواصل السياسي والسلوك الانتخابي، من خلال تسليط الضوء على الشعارات الانتخابية كأداة مؤثرة في المشاركة السياسية.
2. الأهمية العملية: يوفر البحث نتائج يمكن أن تساعد الأحزاب السياسية والمرشحين على صياغة شعارات أكثر فاعلية في مخاطبة الجماهير، وتحفيز الناخبين على المشاركة في الانتخابات.
3. الأهمية المجتمعية: يعزز البحث الوعي العام بدور الشعارات الانتخابية في تشكيل الرأي العام والسلوك السياسي، بما يسهم في ترسيخ قيم المشاركة الديمقراطية.

اهداف البحث: يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أبرزها:

1. تحليل طبيعة الشعارات الانتخابية من حيث مضمونها اللغوي والدلالي، ومدى قدرتها على التعبئة والتأثير.
2. الكشف عن العلاقة بين قوة الشعار الانتخابي ومستوى المشاركة السياسية للناخبين.
3. توضيح دور الشعارات في تشكيل الوعي السياسي وصياغة اتجاهات الناخبين تجاه المرشحين والأحزاب.
4. دراسة العوامل الاجتماعية والثقافية والإعلامية التي تسهم في زيادة أو تقليل تأثير الشعارات الانتخابية.

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

٥. تقديم رؤية علمية تساعد الأحزاب والقوى السياسية على صياغة شعارات أكثر فاعلية في تعزيز المشاركة السياسية.

حدود البحث: تتسم دراسة البحث بحدود بحث معينه وهي :

١. الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دراسة الشعارات الانتخابية بوصفها أداة للتأثير السياسي، ويركز على علاقتها بالمشاركة السياسية للناخبين، دون التطرق التفصيلي إلى باقي أدوات الدعاية الانتخابية مثل الإعلانات المرئية أو الحملات الرقمية إلا بالقدر الذي يخدم موضوع الدراسة.

٢. الحدود المكانية : تتمحور الدراسة حول بيئة سياسية محددة (يمكن تحديدها بدولة أو أكثر يختارها الباحث)، بهدف قياس أثر الشعارات الانتخابية في تلك البيئة، مع إمكانية عقد مقارنات عامة مع تجارب أخرى للاستفادة منها.

٣. الحدود الزمانية: يغطي البحث الفترة الزمنية الممتدة خلال الدورات الانتخابية (البرلمانية أو الرئاسية أو المحلية) التي جرت في العقدين الأخيرين (مثلاً: ٢٠١٠-٢٠٢٥)، وذلك لكونها الأكثر ارتباطاً باستخدام مكثف للشعارات الانتخابية في ظل تنامي دور الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي.

منهج البحث: يعتمد البحث على المنهج الوصفي - التحليلي، وذلك من خلال وصف طبيعة الشعارات الانتخابية وتحليل مضامينها اللغوية والدلالية، ثم دراسة أثرها في تشكيل الوعي السياسي وتوجيه سلوك الناخبين. كما يُستفاد من المنهج المقارن عند الحاجة لمقارنة تأثير الشعارات الانتخابية بين بيئات سياسية مختلفة.

المبحث الاول: ماهية الشعارات الانتخابية والمشاركة السياسية

تُعد الشعارات الانتخابية أداة محورية في توجيه الناخبين وتحفيزهم على المشاركة السياسية، إذ تقوم بتلخيص رسائل الأحزاب والمرشحين في عبارات قصيرة وسهلة التذكر، ما يسهل على الجمهور فهم البرامج والأهداف السياسية. وعندما يكون الشعار قوياً وجاذباً، فإنه لا يقتصر على كونه وسيلة دعائية فحسب، بل يتحول إلى محفز نفسي واجتماعي يدفع الناخبين للتفاعل مع العملية الانتخابية والمشاركة فيها بفعالية، سواء بالتصويت أو الانخراط في الأنشطة السياسية المرتبطة بالحملة الانتخابية. ومن هنا تبرز أهمية دراسة الشعارات الانتخابية كعامل مؤثر في تعزيز المشاركة السياسية وبناء وعي انتخابي مستنير.

المطلب الاول: ماهية الشعارات الانتخابية

اولاً: تعريف الشعارات الانتخابية: الشعارات الانتخابية تتنوع بحسب السياق السياسي، الإعلامي، والتسويقي، وتشير إلى مفاهيم مشابهة من حيث الوظيفة أو الاستخدام. إليك أبرز هذه المصطلحات:

١. الخطاب الانتخابي

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

يعد الخطاب الانتخابي من أكثر الخطابات الحديثة انتشاراً، وأشدّها تأثيراً في المجتمعات الإنسانية. وهو خطاب اجتماعي يتعلق بالمجتمع السياسي، و"هو خطاب السلطة الحاكمة في شائع الاستخدام، وهو الخطاب الموجّه عن قصد إلى متلقٍ مقصود، بقصد التأثير فيه، وإقناعه بمضمون الخطاب، ويتضمن هذا المضمون أفكاراً سياسية، أو يكون موضوع الخطاب سياسياً⁽¹⁾ يشير إلى مضمون ويُعرّف الشعار الانتخابي بأنه "أسلوب فني يستخدم للتأثير على الأفعال الإنسانية عبر بعض الآليات بغية تنفيذها مع ضرورة ارتباط الشعارات عموماً باستخدام أسلوب الإقناع لكسب أكبر عدد من المؤيدين وإقناعهم بوجهة نظر معينة شريطة أن تتمتع تلك الشعارات بالبساطة وعدم التناقض وارتباطها بواقع الناخبين"، ويُعرف أحد الباحثين الشعار السياسي بأنه جملة أو عدد من الجمل لمفاهيم تدل على قيم أو إستراتيجية أو أهداف أو رؤية أو شخصية المرشح، بهدف تحقيق الانتشار، وإقناع الناخبين، وكسب أصوات⁽²⁾ الرسائل التي يقدمها المرشح أو الحزب خلال الحملة الانتخابية، وغالباً ما يُصاغ الشعار كجزء من هذا الخطاب.

٢. البرنامج الانتخابي: خطة العمل التي يَعدُّ بها المرشح/الحزب الناخبين، والتي يُعبّر عنها أحياناً بشعارات مختصرة.

٣. الدعاية الانتخابية تشمل كل أشكال الترويج السياسي خلال الحملة، ويُعد الشعار أداة مركزية فيها.

٤. التسويق السياسي: يعد التسويق السياسي من المفاهيم الشائعة التي دخلت ضمن مفردات العلوم السياسية، إذ يعرف بأنه مجموعة من العمليات والأنشطة التي تؤدي إلى نجاح المرشح في الانتخابات السياسية، أو هو نظام متكامل تتفاعل فيه مجموعة من الأنشطة التي تعمل فيه بهدف التخطيط لتعزيز المرشح من أجل الفوز في الانتخابات التي يطمح لها⁽³⁾ كما يعرف على أنه عملية التبادل التي تتم في فترة الانتخابات عندما يسعى البائعون السياسيون إلى تسويق أنفسهم من خلال تطبيق الأنشطة الترويجية المباشرة⁽⁴⁾ المجال الذي يُعنى بصناعة الصورة العامة للمرشح وترويجها، ومن أدواته الشعارات الانتخابية.

٥. العلامة السياسية (Political Branding) يشبه مفهوم العلامة التجارية في التسويق التجاري، ويستخدم الشعار كجزء من هذا التمييز السياسي.

٦. النداء الانتخابي عبارة ملهمة أو دعوة مباشرة تحث الناخبين على التصويت، وغالباً ما تكون في صيغة شعار.

٧. الوعود الانتخابية التعهدات التي يقدمها المرشح، وغالباً ما يتم تلخيص أبرزها في الشعار

ثانياً : خصائص الشعارات الانتخابية

هناك مجموعة من الخصائص التي تتميز بها الشعارات الانتخابية⁽⁵⁾:

١. الوضوح والبساطة: يجب أن تكون قصيرة وسهلة الفهم.

٢. الجاذبية: تترك انطباعاً قوياً لدى الناخبين.

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

٣. التعبير عن الهدف: توضح القضايا أو الأولويات التي يركز عليها المرشح.

٤. التحفيز: تلهم الناس وتشجعهم على التصويت.

٥. القابلية للتذكر: تجعلها سهلة التكرار بين الناخبين.

ثالثاً : العوامل المؤثرة في الشعارات الانتخابية

١. العوامل الاجتماعية والثقافية: تُظهر دراسة بعنوان "العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الانتخابي للمواطن في العراق" أن التنوع الاجتماعي والتعددية الثقافية في المجتمع العراقي تؤثر بشكل كبير على السلوك الانتخابي للمواطنين، حيث تلعب العوامل الدينية والطائفية دوراً مهماً في تشكيل توجهات الناخبين^(٦).

٢. العوامل النفسية والإعلامية: تشير دراسة أخرى إلى أن وسائل الإعلام، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، تلعب دوراً متزايداً في تشكيل السلوك الانتخابي، حيث تؤثر الرسائل الإعلامية على مواقف وآراء الناخبين تجاه المرشحين والأحزاب السياسية^(٧).

٣. العوامل السياسية والتنظيمية: أظهرت دراسة ميدانية بعنوان "أثر الحملة الانتخابية على سلوك الناخب في الانتخابات البرلمانية الأردنية ٢٠١٣" أن التنظيم الفعال للحملات الانتخابية واستخدام استراتيجيات تواصل مناسبة يمكن أن يعزز من تأثير الشعارات الانتخابية على الناخبين^(٨).

رابعاً: أهمية الشعارات الانتخابية : للشعارات الانتخابية أهمية تتخلص بالاتي^(٩):

١. التواصل الفعال مع الجمهور: الشعارات الانتخابية تُعتبر أداة للتواصل السريع مع الناخبين، فهي تعبر عن الأفكار والأهداف دون الحاجة إلى تفاصيل معقدة.

٢. تعزيز الهوية الانتخابية: تعمل الشعارات على إنشاء هوية مميزة للمرشح أو الحزب، مما يجعل من السهل التعرف عليه وسط المنافسة.

٣. التأثير العاطفي: الشعارات الجيدة تحفز مشاعر الناخبين مثل الأمل، الثقة، أو الحماس، مما يساعد على جذب الدعم.

٤. تعزيز الولاء: إذا كان الشعار يعبر عن قضايا تهم الناخبين أو يعكس تطلعاتهم، فإنه يساعد في بناء قاعدة شعبية موالية.

خامساً : انواع الشعارات الانتخابية

١. شعارات التغيير والإصلاح: مثل: "معاً لنغير المستقبل" أو "الإصلاح للجميع"، تستخدمها الأحزاب أو المرشحون الذين يسعون لإقناع الناس بضرورة التغيير.

٢. شعارات الاستمرارية والاستقرار: مثل: "معاً نستمر في البناء" أو "الاستقرار هو الحل"، تستخدمها الأحزاب الحاكمة أو المرشحون الذين يروجون للإنجازات الحالية.

٣. شعارات تركز على قضية محددة: مثل: "العدالة للجميع" أو "التعليم أولويتنا"، تعكس التركيز على قضية رئيسية تمس شريحة كبيرة من الناخبين.

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

٤. شعارات وطنية أو جامعة: مثل: "وطن واحد.. هدف واحد" أو "من أجل شعبنا ومستقبلنا"، تهدف إلى تعزيز الوحدة الوطنية وكسب دعم شريحة واسعة من المجتمع^(١٠).

الشعارات الانتخابية هي عبارات أو جمل قصيرة تستخدمها الأحزاب السياسية أو المرشحون في الحملات الانتخابية للتعبير عن رؤيتهم، وعودهم، أو أهدافهم. تهدف هذه الشعارات إلى جذب انتباه الناخبين، إثارة اهتمامهم، وبناء هوية تميز المرشح أو الحزب عن المنافسين.

المطلب الثاني: ماهية المشاركة السياسية

اولا :- تعريف المشاركة السياسية

ان مفهوم المشاركة السياسية (political participation) قد يستخدم للدلالة على عمل يشير الى رفع المطالب للسلطة ، او تأييد تلك السلطة . وقد لا يقتصر المفهوم على مجرد الجهود المؤثرة على النظام السياسي ، وانما يمتد ليشمل الجهود التي تقوم بها بعض الجماعات لتغيير السياسات والبرامج الحكومية ، اذ ان المشاركة السياسية هي انخراط المواطنين في العملية السياسية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، بهدف التأثير على القرارات والسياسات العامة او وهي عنصر أساسي في النظم الديمقراطية، حيث تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم والمساهمة في صنع القرارات التي تؤثر على حياتهم^(١١).

بالرغم من الاهتمام البالغ في قضية المشاركة السياسية من جانب المختصين في النظم السياسية ، فان ليس هناك تعريف محدد للمشاركة السياسية ، فقد عرف العالم الموند المشاركة السياسية على انها (لا تعدو ان تكون مطالبة متزايدة بالإسهام في صنع القرار في النظام السياسي من قبل الشرائح والجماعات المختلفة داخل المجتمع). او انها عملية طوعية ، او رسمية تعبر عن اتجاه عام وتتضمن سلوكا منظما ومشروعا ، يعكس ادراكا مستتيرا لأبعاد الدور الشعبي في عام السياسة ويتسلح بالفهم العميق للحقوق والواجبات ، من خلال هذه العملية يجسد المواطنون دورا ايجابيا في الحياة السياسية فيما يتصل باختيار القيادات السياسية على سائر المستويات وتحديد الاهداف العامة ، والاسهام في صنع القرار السياسي ، ومتابعة تنفيذه بالمتاح من اساليب الرقابة و والمتابعة والتقييم ، اذ ان المشاركة السياسية هي توسيع المشاركة السياسية لمواطني الدولة وتمثيلها سياسيا في الحكم ، وزيادة معدلات المشاركة السياسية من جانب المواطنين في العملية السياسية^(١٢) ، ويعرض لوسيان باي مفهوما مبسطا لمشاركة السياسية يقترب من مثيله غابريل الموند ، وهو يشير الى انها تعني مشاركة اعداد كبيرة من الافراد والجماعات في الحياة السياسية ، وهي تعني حسب صموئيل هنتغون وجون نلسون ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد تأثير في عملية صنع القرار الحكومي ، سواء اكان هذا النشاط فرديا ، ام جماعيا ، منظما ام عفويا ، متوصلا ، سلميا او عنيفا ، شرعيا او غير شرعي ، فعلا ام غير فعال^(١٣)، حتى اصبحت المشاركة السياسية ركنا هاما من اركان الديمقراطية بل متطلبا اساسيا من متطلبات التحول الديمقراطي في دول العالم الثالث لا سيما تلك

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

الدول التي لم تعرف المشاركة السياسية الحقيقية ، بل ان تلك الدول تعاني من ازمة المشاركة السياسية وهذا يعود الى العديد من الاسباب منها عملية المشاركة في الانتخابات .

ثانياً :- انواع المشاركة السياسية

هناك العديد من اشكال المشاركة السياسية بالرغم من اختلافها من نظام سياسي الى اخر ، وهي تختلف من حيث الابعاد والاحجام ، اذ اخذت المشاركة السياسية اشكالا عديدة من ابرزها^(١٤):

- ١- المشاركة الانتخابية: اذ تعد الانتخابات من اهم اليات الديمقراطية لاختيار الحكام، لذلك ارتبطت الديمقراطية تاريخيا بالانتخاب لأنها الوسيلة الوحيدة لإسناد السلطة في النظم الديمقراطية المعاصرة ويكون ذلك من خلال التصويت في الانتخابات الرئاسية، البرلمانية.
- ٢- الترشح للمناصب: التقدم للانتخابات لتولي مناصب سياسية أو إدارية من اهم سمات المشاركة السياسية في ادارة الدولة .

٣- الانخراط في الأحزاب السياسية: الانضمام إلى الأحزاب والمساهمة في أنشطتها.

٤- الاحتجاج والتظاهر: المشاركة في المظاهرات والاحتجاجات السلمية للتعبير عن المواقف السياسية.

٥- التفاعل مع المؤسسات الحكومية: تقديم العرائض، التواصل مع النواب، أو المشاركة في جلسات الاستماع العامة.

٦- النشاط المدني: الانضمام إلى منظمات المجتمع المدني والجمعيات التي تعمل على قضايا سياسية أو اجتماعية.

٧- النقاش العام والتوعية: المساهمة في نشر الوعي السياسي من خلال وسائل الإعلام أو وسائل التواصل الاجتماعي.

ثالثاً:- أهمية المشاركة السياسية

تتم اهمية المشاركة السياسية في تعزيز الديمقراطية والشفافية في النظام السياسي وتمكين المواطنين من التأثير على القرارات التي تمس حياتهم اليومية والمصالح العامة ، فضلا عن تحسين جودة الحكم من خلال إشراك مختلف الفئات المجتمعية في الادارة العامة وكذلك في المؤسسات الدستورية والسياسية ، والعمل على تقوية الروابط بين المجتمع والدولة وتعزيز الشعور بالمسؤولية الوطنية ، اذا ان المشاركة السياسية قد تكون فردية أو جماعية، وهي تختلف من مجتمع لآخر حسب طبيعة النظام السياسي والثقافة السياسية السائدة ، لذلك فهي تمثل جوهر النظام الديمقراطي^(١٥).

رابعاً:- العوامل المؤثر على المشاركة السياسية: هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في مدى مشاركة الأفراد في الحياة السياسية، ومنها^(١٦):

١. البيئة السياسية والقانونية: توفر الحريات السياسية، ووجود قوانين تشجع المشاركة مثل قوانين الانتخابات وحرية التعبير.

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

٢. المستوى التعليمي والثقافي: كلما زاد الوعي السياسي والمعرفة بالحقوق والواجبات، زادت نسبة المشاركة.
 ٣. العوامل الاقتصادية: الفقر والبطالة قد يؤديان إلى عزوف بعض الفئات عن المشاركة، بينما توفر الاستقرار الاقتصادي يشجع على الانخراط في الحياة السياسية.
 ٤. دور الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي: تلعب وسائل الإعلام دورًا كبيرًا في تشكيل الرأي العام وتحفيز الأفراد على المشاركة.
 ٥. الانتماءات الاجتماعية والدينية: العادات والتقاليد قد تؤثر على نظرة المجتمع للمشاركة السياسية، سواء بالإيجاب أو السلب.
 ٦. ثقة المواطنين في النظام السياسي: إذا شعر المواطنون بأن أصواتهم لها تأثير حقيقي، فإن ذلك يعزز من رغبتهم في المشاركة.
- خامسًا :- معوقات المشاركة السياسية :** ان ظاهرة الابتعاد عن المشاركة السياسية تعد من ابرز القضايا التي شغلت المهتمين بقضية ازمة المشاركة السياسية ، نظرا لخطورة اثارها ودلالات اسبابها ، فهناك عناصر تؤثر وتعيق عملية المشاركة السياسية^(١٧) ومن تلك العناصر هي :
- ١- القمع السياسي وتقييد الحريات العامة ، الذي يشكل خطرا على النظام الديمقراطي .
 - ٢- ضعف الثقة في المؤسسات السياسية والدستورية وانتشار ظاهرة الفساد بشكل كبير .
 - ٣- ضعف التوعية السياسية وانخفاض مستوى التعليم وغياب العدالة الاجتماعية .
 - ٤- انتشار الإحباط واليأس نتيجة التجارب السياسية السلبية وغياب الاصلاح السياسي .
 - ٥- تأثير العوامل الاجتماعية مثل التمييز ضد بعض الفئات (كالمرأة أو الشباب).

المبحث الثاني: اثر الشعارات الانتخابية في المشاركة السياسية

تلعب الشعارات الانتخابية دورًا محوريًا في العملية السياسية، فهي ليست مجرد كلمات أو عبارات تستخدم في الحملات الانتخابية، بل هي أدوات استراتيجية تهدف إلى التأثير في الرأي العام وتحفيز الناخبين على المشاركة. إذ تعكس هذه الشعارات رؤية المرشح أو الحزب السياسي ورسائله الأساسية، كما تعمل على تبسيط البرامج الانتخابية وجعلها مفهومة للجمهور.

ويعتبر فهم أثر الشعارات الانتخابية على المشاركة السياسية أمرًا بالغ الأهمية، إذ تشير الدراسات إلى أن قدرة الشعار على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام يمكن أن تزيد من معدل المشاركة الانتخابية، بينما قد يؤدي عدم جاذبيته أو غموضه إلى خفض المشاركة، خاصة بين الفئات الشبابية أو المستويات التعليمية المختلفة في هذا المبحث، سيتم تحليل التأثير النفسي للشعارات على الناخبين، ومدى قدرتها على تحفيز المشاركة السياسية، مع تقديم أمثلة وتجارب عملية من الانتخابات الوطنية والدولية، لإظهار العلاقة بين طبيعة الشعارات الانتخابية وسلوك .

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

المطلب الاول: تحليل التأثير النفسي للشعارات على الناخبين، ومدى قدرتها على تحفيز المشاركة السياسية

مع انطلاق الحملات الانتخابية، يقوم كل مرشح بتشكيل فريق عمله وإعداد برنامجه الانتخابي، إلا أن بعض المرشحين يفضلون الاكتفاء بإعداد الحملات داخل المجلس دون وضع برنامج محدد، معتمدين على شعار انتخابي يروونه مناسباً وفعالاً في التأثير على الناخبين والناخبات. وقد أصبحت الشعارات الانتخابية اليوم متنوعة، وتتناسب مع أسماء المترشحين وعددهم الكبير ويؤكد علماء النفس أن لكل شعار دلالاته ومعانيه الخاصة بالمرشح قبل أن تؤثر على الناخبين، إذ يُختار الشعار بهدف التأثير على الجمهور، تماماً كما تلعب شخصية المرشح وكريزمته، وصوته، وقوة خطابه دوراً في التأثير على الناخبين. فالشعارات الانتخابية تُعد أحد أدوات التأثير النفسي الهامة في الحملات الانتخابية ويشير فهد العجمي، المتخصص في علم النفس، إلى أن عدة عوامل تؤثر في قرار الناخب، من بينها الشعارات الانتخابية، خاصة في ظل الضغوط الاقتصادية والاجتماعية التي يعاني منها المواطن اليوم، مثل تراكم الديون، ضعف التعليم، ومستوى الخدمات الصحية المتدني، إلى جانب الغلاء المعيشي وعدم مواكبة الرواتب لمستوى المعيشة. هذه الظروف تدفع الناخبين إلى البحث عن مرشحين يمكن أن يمثلوا حلولاً لتلك المشاكل ويستجيبوا لاحتياجاتهم ويضيف العجمي أن الناخب يميل إلى اختيار المرشح الذي يعكس شعاراته قضايا وهمومه، لاسيما في ظل الانتخابات التي تدعو إلى التغيير، حيث اعتمد العديد من المرشحين شعارات تتماشى مع مطالب المواطنين اليومية، مثل شعارات "تقدر غير" أو "خلونا غير"، والتي تهدف إلى تحفيز الأمل بالتغيير. كما تحمل بعض الشعارات رسائل محددة، مثل شعار "المتحدون" الذي يسعى لترسيخ مفهوم القوة والوحدة، أو شعار "لأجلكم" الذي يركز على العمل لصالح المواطنين والكويت، أو شعارات تهدف إلى محاربة الإحباط مثل "لا تيأس" و"لندع اليأس جانباً"، وهي تعكس شعور المرشح بمعاناة المواطنين كما اتجه بعض المرشحين الجدد إلى شعارات تؤكد حرية الناخبين في اختيارهم، مثل شعار "القرار.. أحرار"، الذي يبرز استقلالية القرار الانتخابي بعيداً عن الانتماءات القبلية أو الحزبية. ويشير العجمي إلى أن هذه الشعارات تعكس طبيعة المرحلة وقضاياها المستجدة، وأنها تظل وسيلة للتواصل مع الناخبين، مع بعض الاستثناءات التي قد تكون مجرد شعارات بلا مضمون عملي. ومع ذلك، تؤكد الغالبية على أن الناخب هو صاحب القرار النهائي، مثل شعار "المستقبل بيدكم"، الذي يعكس مسؤولية المواطن في تحديد مستقبله، إضافة إلى شعارات وطنية مثل "الكويت أمانة" و"لنعمل بروح الوطن" وفي ختام حديثه، يؤكد العجمي أن جميع المرشحين اتفقوا على أن القرار الحقيقي يعود للشعب، وأن المواطن البسيط هو من يقرر مصيره، لا المرشحون، وأن عليه تجاوز الشعارات لتقييم من هو الأفضل والتوجه نحو من يمثل طموحاته وتطلعاته^(١٨).

تُعدُّ الثقافة السائدة في المجتمع أحد العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية للمرأة، حيث أثارت قضية دورها في الحياة السياسية جدلاً واسعاً، ولا سيما في ما يتعلق بتمثيلها في البرلمان باعتباره أحد أبرز مظاهر

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

المشاركة السياسية في أي مجتمع. ومن الأهمية بمكان أن يكون الحق في المشاركة السياسية حقاً قابلاً للإنفاذ قانوناً، وأن يخضع أي حرمان من هذا الحق لإجراءات الطعن القضائي بتكلفة منخفضة، بما يضمن العدالة والمساواة. ففي النمسا، على سبيل المثال، يوفر ديوان المظالم خدمة المساعدة القانونية مجاناً عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أو من خلال الاستشارات الإلكترونية المتاحة على موقعه الرسمي. وبالمثل، تعتمد الجمهورية التشيكية نظاماً قانونياً يتيح المساعدة المجانية أو منخفضة التكلفة لضحايا التمييز وانتهاكات حقوق الإنسان وإن الثقافة السياسية بأنها جزء من الثقافة العامة للمجتمع، وتضم منظومة من القيم والاتجاهات والأفكار والمشاعر المكتسبة والمتوارثة، والتي تعمل على توجيه الأفراد نحو النسق السياسي ومؤسساته المختلفة، بما يحدد سلوكهم ومواقفهم داخله. وهنا يبرز التمييز بين الثقافة السياسية من جهة، ومفهوم الأيديولوجية والرأي العام من جهة أخرى؛ فالأيديولوجية هي نسق متكامل من المعتقدات والأفكار المعيارية والواقعية التي تفسر الظواهر الاجتماعية المعقدة وتوجه خيارات الأفراد والجماعات، أما الرأي العام فهو تعبير جماعي عن وجهة نظر قطاع واسع من المجتمع، يمثل حصيلة نوعية لآراء الجماعة لا مجرد مجموع حسابي لها كما أن سمات النظم الانتخابية تلعب دوراً مهماً في تعزيز شمولية المشاركة وعدم استبعاد الفئات المهمشة. فآليات مثل قوائم المرشحين، حجم الدوائر الانتخابية، ومستويات عتبات التأهل، كلها عوامل تؤثر في فرص تمثيل الفئات الناقصة التمثيل داخل المؤسسات التشريعية. على سبيل المثال، ينص قانون تمثيل الشعوب في غانا على تقسيم البلاد إلى وحدات سياسية أصغر لتوسيع نطاق المشاركة الشعبية. وإضافة إلى ذلك، اعتمدت العديد من الدول طرقاً بديلة للتصويت لضمان وصول الناخبين إلى صناديق الاقتراع، مثل التصويت عبر البريد، أو التصويت المبكر، أو مراكز الاقتراع المتنقلة. ففي أستراليا، تُرسل فرق متنقلة للاقتراع براً وبحراً وجواً، لتمكين السكان في المناطق النائية، بما في ذلك الشعوب الأصلية، من ممارسة حقهم الانتخابي^(١٩).

ومن ناحية أخرى فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي خلال العقد الأخيرين أداة مركزية في تشكيل الرأي العام وصناعة الاتجاهات السياسية، إذ أتاحت فضاءً مفتوحاً لتبادل المعلومات والتعبير عن الآراء خارج الأطر التقليدية لوسائل الإعلام الرسمية فقد أسهمت هذه المنصات في توسيع دائرة المشاركة السياسية من خلال خفض تكاليف الوصول إلى المعلومات وإتاحة الفرصة للأفراد، خصوصاً الشباب والنساء والفئات المهمشة، للتفاعل المباشر مع القضايا السياسية وصانعي القرار وتعمل وسائل التواصل الاجتماعي على إعادة تعريف العلاقة بين المواطن والدولة عبر تعزيز أنماط جديدة من المشاركة؛ فهي لم تعد تقتصر على التعبير عن الرأي فقط، بل أصبحت وسيلة للتعبئة السياسية وتنظيم الحملات الانتخابية، وحشد الدعم لقضايا الإصلاح والاحتجاجات الشعبية، كما أن قدرتها على خلق فضاءات للنقاش العام يسهم في زيادة الوعي السياسي وتشكيل توجهات الناخبين، وبالتالي التأثير في نتائج العملية الانتخابية نفسها ومع ذلك، فإن هذا الدور لا يخلو من التحديات؛ إذ يمكن أن تتحول هذه المنصات إلى أداة للتضليل ونشر الأخبار الكاذبة، مما

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

يؤثر سلباً على جودة المشاركة الديمقراطية. لذا، فإن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العملية السياسية يبقى مرهوناً بمدى وعي المستخدمين، ومستوى التنظيم القانوني والإعلامي الذي يحيط بها^(٢٠)

المطلب الثاني : امثلة وتجارب عملية من الانتخابات العراقية نموذجاً

في سياق التنافس على الوصول إلى البرلمان العراقي، تسعى الكيانات السياسية المرشحة لاختيار شعارات انتخابية تعكس أهدافها، إلا أن الأساليب المتبعة تختلف من جهة لأخرى فقد أطلق مقتدى الصدر، زعيم التيار الصدري، حملة تحت هاشتاغ #مليونية_إصلاحية_انتخابية، داعياً من خلالها المواطنين العراقيين إلى "عدم اليأس والمشاركة لتغيير وجوه الساسة الحاكمة، كخطوة نحو تحقيق الإصلاح المنشود". ولتعزيز هذه الدعوة، قام الصدر بنشر صورة لبطاقته الانتخابية عبر منصات التواصل الاجتماعي وفي هذا السياق، صرح النائب العراقي عن كتلة الأحرار التابعة للصدر لـ "العربية.نت" بأن "الخطوة القادمة تتمثل في الدعوة إلى مشاركة واسعة في الانتخابات، بهدف تغيير الواقع الحالي وتشكيل حكومة قادرة على تنفيذ مطالب الجميع"^(٢١).

بعد عام ٢٠٠٣، لم يتضمن قانون الانتخابات الصادر في حزيران من العام نفسه عن سلطة الائتلاف المؤقتة أية إشارة مباشرة إلى مسألة الدعاية الانتخابية أو كيفية تنظيمها والترويج للمرشحين لعضوية المجلس الوطني، غير أن القانون منح في مادته السادسة المفوضية العراقية المستقلة للانتخابات صلاحية إصدار اللوائح التنظيمية والقواعد والإجراءات والقرارات اللازمة لتنفيذ أحكامه، وكان من بين أهم مهامها الإشراف على العملية الانتخابية وتنظيم أنشطة الدعاية للمرشحين إلا أن هذا القانون ألغي بموجب نص قانون الانتخابات رقم (١٦) لسنة ٢٠٠٥، الذي وضع آليات جديدة لتنظيم العملية الانتخابية بما في ذلك الدعاية الانتخابية. فقد نصت المادة (٣٠) منه على أن الحملة الانتخابية تعدّ حرة، ويجوز لأي مرشح ممارستها ابتداءً من تاريخ قبول ترشحه وحتى اليوم السابق مباشرة ليوم الاقتراع. كما حددت المادة (٣١) الأماكن المخصصة لنشر الإعلانات والمواد الدعائية، على أن يتم تحديدها من قبل البلديات والمجالس المحلية^(٢٢).

في الانتخابات العراقية التي جرت عام ٢٠١٠، شهد المشهد السياسي تنافساً حاداً بين الكتل السياسية، وسط انقسامات داخلية بين التيارات الديمقراطية والقومية، حيث كان أثر الخلافات أقل حدة مما كان عليه في الانتخابات السابقة. وقد انعكس هذا الانقسام على الروح السياسية والشخصية بين الساسة، وكان واضحاً بشكل خاص في الصراع بين شخصيتي الدكتور علاوي ونوري المالكي، مما أعطى الانتخابات طابعاً شخصياً وتجسيدا للصراع بين الزعامتين كما لعبت هيئة المساءلة والعدالة، برئاسة أحمد الجبلي، دوراً مهماً في هذا السياق، إذ أصدرت مراسيم منعت مشاركة بعض القوائم والشخصيات في الانتخابات، بما في ذلك ٥١١ مرشحاً و ١٤ حزباً سياسياً، وكان النصيب الأكبر من الحظر للقائمة العراقية بزعامه صالح المطلك، بالإضافة إلى الجبهة العراقية بزعامه أحمد حميد الركابي، والقائمة العربية الوطنية بزعامه خضر الحمداني، وقائمة جلاء البلامني. وقد حاول بعض المرشحين دخول الانتخابات تحت أسماء أخرى، لكن الهيئة فرضت

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

قيودًا صارمة على هذه المحاولات وفي النتائج النهائية للانتخابات، حصل الدكتور علاوي على المرتبة الأولى ضمن القوائم المحظورة، بعد أن حصد ٢,٨٥١,٨٢٣ صوتًا و ٩١ مقعدًا في البرلمان، في حين جاء نوري المالكي في المرتبة الثانية بحصوله على ٢,٧٩٧,٦٢٤ صوتًا و ٨٩ مقعدًا، ما أبرز التنافس الواضح بين الزعيمين الكبيرين على مستوى البلاد^(٢٣).

اذ يكتسب موضوع الدعاية الانتخابية أهمية خاصة في الفترة التي تسبق موعد الاقتراع، حيث يسعى المرشحون، ضمن كياناتهم السياسية، إلى عرض برامجهم وسياساتهم على الناخبين. وتُعد الحملات الانتخابية التي تُعدّها وتنفذها الأحزاب والجماعات السياسية من أكثر وسائل الاتصال السياسي وضوحاً وفعالية وكثافة في النظم الديمقراطية، إذ تهدف إلى إقناع الناخبين وحثهم على تأييد مرشحها. وتقوم هذه الحملات بثلاثة أدوار أساسية^(٢٤):

١. التنشيط: إذ تؤدي الدعاية الانتخابية إلى زيادة اهتمام المواطن بالشأن السياسي وإقحامه في هذا المسار بدرجة تفوق الأوقات الاعتيادية، كما تُنشط تداوله للمفردات المرتبطة بالانتخابات والسياسة والدستور، وهو ما يسهم في تعزيز ثقافته السياسية والانتخابية، ويمنحه قدرة أكبر على التمييز والمفاضلة بين البرامج المختلفة.

٢. التدعيم والاختيار: تسهم الحملات الانتخابية في ترسيخ قناعات الناخبين بصحة خياراتهم، وفي الوقت ذاته تساعد على المفاضلة بين المرشحين. كما توفر حماية للمرشح أو الكيان السياسي من تأثير الحملات المضادة، وهو ما ينعكس بشكل خاص على الناخبين المترددين في تحديد مواقفهم.

٣. التحويل: تتيح الحملات الانتخابية إمكانية استثمار الأحداث والمستجدات السياسية وتوظيفها في صالح المرشح أو الكيان السياسي، بما قد يؤدي إلى تحويل بعض اتجاهات الناخبين وقناعاتهم من حزب إلى آخر، أو من مرشح إلى آخر.

في انتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٨، احتلت الشعارات الانتخابية موقعاً محورياً في الحملات الدعائية، إذ سعت الكتل السياسية إلى توظيفها للتأثير على الناخبين وإبراز أولوياتها وبرامجها. اتسمت هذه الشعارات بالتنوع، لكنها عكست بوضوح حالة الصراع السياسي والبيئي الاجتماعي الذي كان يعيشه العراق بعد هزيمة تنظيم داعش وبدء مرحلة إعادة الإعمار. يمكن تلخيص أبرز ملامح هذه الشعارات كما يلي^(٢٥):

١. شعارات الإصلاح ومحاربة الفساد كثير من القوائم الانتخابية تبنت خطاباً يركز على مكافحة الفساد الإداري والمالي بوصفه التحدي الأكبر في العراق من الأمثلة: "نحو دولة عادلة"، "الإصلاح أولاً"، "بالعلم نبني"

٢. شعارات الهوية الوطنية والعبور الطائفي في محاولة للابتعاد عن الانقسامات الطائفية التي طبعت انتخابات ٢٠٠٥ و ٢٠١٠ و ٢٠١٤، رفعت بعض القوى شعارات تدعو إلى الوحدة الوطنية مثل: "عراق واحد"، "المستقبل لنا جميعاً".

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

٣. شعارات إعادة الإعمار والخدمات بالنظر إلى ما خلفته الحرب ضد داعش من دمار واسع، ركزت كتل

عديدة على ملف الخدمات وإعادة الإعمار "تبني ونخدم"، "أعمار واستقرار"

٤. شعارات الشباب والتجديد السياسي استثمرت بعض القوائم في خطاب تمكين الشباب ومواجهة هيمنة

النخب السياسية التقليدية: "التغيير يبدأ بالشباب"، "وجه جديدة لعراق جديد".

٥. الشعارات الشخصية للزعماء السياسيين العديد من القوائم ربطت شعاراتها مباشرة بشخصياتها القيادية،

مثل: "معك نحو النصر"، أو "العراق ينتصر بالقائد القوي"

تُظهر شعارات انتخابات ٢٠١٨ في العراق أنها لم تقتصر على مجرد عبارات دعائية، بل مثلت انعكاساً

للأولويات الوطنية آنذاك: محاربة الفساد، استعادة الهوية الوطنية، إعادة الإعمار، وإيجاد بديل للنخب

التقليدية، غير أن أغلب هذه الشعارات بقيت أقرب إلى وعود انتخابية عامة من أن تتحول إلى برامج فعلية

ملموسة.

في ظل التطورات السياسية والاجتماعية التي شهدتها العراق خلال العقود الأخيرة، أصبح من الصعب

استقطاب الناخبين في مواسم الانتخابات بالاعتماد على الأساليب التقليدية القائمة على تعليق الشعارات

الانتخابية. بل إن إقناع المواطن بجدية هذه الشعارات - حتى وإن كانت تحمل قدراً من الصدق - أضحي

مهمة بالغة التعقيد، على اعتبار أن عنصر الإقناع يمثل ركيزة أساسية في أي عملية انتخابية، لقد اتسمت

الشعارات الانتخابية في العراق بطابع عشوائي وفوضوي، سواء من حيث الشكل أو المضمون، إذ انتشرت

بكثافة حاملةً وعوداً براقية ومبالغات غير واقعية. وقد تحولت بعض هذه الشعارات إلى مصدر للتندر

والاستهزاء لضعف صياغتها أو لعدم واقعتها، خصوصاً عندما يرفعها مرشحون سبق أن تقلدوا مناصب

سياسية ولم يحققوا ما التزموا به في دورات انتخابية سابقة. ومن ثم، يمكن القول إن الإفراط في استخدام

الوعود غير القابلة للتحقق أدى إلى ترسيخ حالة من فقدان الثقة، وأسهم في تكريس مظاهر التردّي التي

يعانيها العراق على مختلف المستويات، أما من حيث التأثير، فقد تفاوتت قدرة الشعارات الانتخابية بين ما

ينجح - بدرجة محدودة - في ملامسة مشاعر الناخبين وميولهم، وبين ما يظل بعيداً عن التأثير الفعلي، وهو

السائد في معظم الحالات. ويعود هذا التباين إلى مستوى وعي الأحزاب والكتل السياسية وإدراكها لآليات

الخطاب الانتخابي، فضلاً عن الدور الحاسم للموارد المالية التي تُسهم في تطوير تقنيات الدعاية وتحديد

مساراتها. وفي هذا السياق، لجأت بعض الكيانات السياسية إلى خبراء في الإعلام وشركات متخصصة في

التسويق والعلاقات العامة لاختيار شعارات أكثر قرباً من وجدان الناخبين. ومع ذلك، تظل طبيعة الخطاب

متباينة باختلاف الفئات المستهدفة؛ فالجمهور في المدن الكبرى يميل إلى الشعارات ذات البعد الثقافي

والسياسي، بينما تركز شعارات الريف والأقضية على البعد العشائري أو المناطقي أو الديني من الملاحظ

أيضاً أن كثيراً من هذه الشعارات لا يتطابق مع البرامج الانتخابية للأحزاب، بل يعكس بدرجة أكبر

الأيديولوجيا والتوجهات الفكرية لتلك الكيانات. كما يشير الواقع الانتخابي إلى أن حضور الصور الشخصية

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

للمرشحين في الفضاء العام بات أكثر وضوحاً من عرض برامجهم السياسية. وفي هذا الصدد، تؤكد بعض الدراسات الميدانية - ومنها ما أشار إليه تصريح الصحافية إيناس القباني - أن ما يقارب ٨٠% من الناخبين لا يطلعون على البرامج الانتخابية، وهو ما يعكس ضعف ثقتهم في العملية السياسية برمتها، بالنظر إلى إخفاقات التجارب المتكررة منذ عام ٢٠٠٣ أما على مستوى الوعي الدعائي للمرشحين، فيشير عدد من المتخصصين، ومنهم أستاذ الإعلام فاضل البدراني، إلى وجود قصور واضح في هذا الجانب، إلى جانب ضعف المؤسسات المعنية بالدعاية والعلاقات العامة في العراق، وهو ما جعل المشهد الانتخابي يتسم بالعشوائية. ويُضاف إلى ذلك اعتماد العديد من الحملات الانتخابية على كوادرات شابة غير مؤهلة تتولى الترويج عبر منصات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي انعكس على محدودية فاعلية الخطاب الانتخابي^(٢٦). لاحظ جدول رقم (١) أمثلة وفعاليات الانتخابات العراقية ٢٠١٠ لغاية ٢٠٢١.

جدول رقم (١) أمثلة وفعاليات الانتخابات العراقية ٢٠١٠ لغاية ٢٠٢١

أمثلة من الانتخابات	تأثيره على الناخب العراقي	الهدف / الرسالة الأساسية	نوع الشعار الانتخابي
انتخابات: 2018 حملة مقتدى الصدر تحت هاشتاغ #الإصلاح_الآن، الداعية لمكافحة الفساد وتشجيع الشباب على المشاركة	تحفيز المشاركة الانتخابية وزيادة الثقة بالمرشح أو الحزب	مكافحة الفساد، تعزيز العدالة، تحسين الأداء الحكومي	شعارات الإصلاح والشفافية
انتخابات: 2010 القوائم التي اعتمدت على الطائفية مثل القائمة العراقية وكتل كردية معينة لتعزيز دعم جمهور محدد	تعزيز الولاء للطائفة أو القومية، أحياناً زيادة الانقسامات السياسية	التأكيد على الانتماء القومي أو الديني	شعارات الهوية والطائفية
انتخابات: 2021 بعض القوائم المحلية في المحافظات ركزت على تحسين الكهرباء والماء والخدمات الصحية	جذب الناخبين الذين يهتمون بالقضايا المعيشية اليومية	التركيز على تحسين البنية التحتية، التعليم، الصحة	شعارات التنمية والخدمات
انتخابات: 2010 الصراع بين علاوي والمالكي كان محورياً، حيث اعتمد كل منهما على شعارات تعكس شخصيته وقيادته	بناء صورة إيجابية للمرشح، زيادة التأييد الشخصي	إبراز كاريزما الزعيم أو إنجازاته	شعارات الشخصيات القيادية
انتخابات: 2018 هاشتاغات دعائية تدعو الشباب للتصويت وتغيير الوجوه القديمة في البرلمان	رفع معدل المشاركة الانتخابية، تحريك الرأي العام نحو الإصلاح	دعوة الناخبين للتصويت والتغيير السياسي	شعارات المشاركة والتغيير

الجدول من اعداد الباحث

المبحث الثالث: التحديات والمعوقات المرتبطة بالشعارات الانتخابية

تواجه الشعارات الانتخابية في العراق مجموعة من التحديات والمعوقات التي حدّت من فاعليتها بوصفها أداة للتأثير السياسي. لعل أبرز هذه التحديات هو المبالغة في الوعود وضعف المصداقية، إذ اتسمت كثير من الشعارات بالمبالغة والطرح غير الواقعي، ما جعلها في أحيان عديدة مادة للسخرية والاستهزاء، خصوصاً من المرشحين الذين لم يلتزموا بوعودهم في دورات سابقة، وهو ما أدى إلى ترسيخ أزمة الثقة بين الناخب والمرشح، كما يُلاحظ التباين بين الشعارات والبرامج الانتخابية، إذ غالباً ما تعكس الشعارات التوجهات الأيديولوجية للأحزاب أكثر مما تعكس برامجها العملية، ما يخلق فجوة بين الخطاب السياسي والواقع التطبيقي

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

وفي السياق ذاته، تتسم الشعارات بقدر من الانتقائية الثقافية والجغرافية، حيث يُصاغ خطاب مختلف للمدن الكبرى يميل إلى اللغة السياسية والثقافية، في حين تُوظف في الريف والأقضية شعارات ذات طابع عشائري أو ديني، وهو ما يضعف التماسك الوطني للخطاب الانتخابي إلى جانب ذلك، برزت معوقات قانونية وتنظيمية نتيجة تعرض الدعاية الانتخابية إلى التخريب والتزويق في بعض المحافظات، وهو ما اعتُبر إفلاساً سياسياً من جانب بعض الأطراف المنافسة مما استدعى تدخل القضاء ووزارة الداخلية لتشديد العقوبات وحماية الحملات الانتخابية^(٢٧)

اذ شهدت الانتخابات النيابية العراقية عام ٢٠٢١ جملة من التحديات والصعوبات، كان أبرزها السلوك التصويتي للناخبين العراقيين، إذ شكّل عاملاً محورياً في رسم ملامح النتائج الانتخابية. وقد بينت الدراسة أن السلوك التصويتي لا يقتصر على عملية اختيار المرشح، بل يُعدّ منظومة متكاملة تتأثر بمجموعة واسعة من المتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، فضلاً عن الانتماءات العرقية والطائفية. وتظهر هذه المؤثرات بوضوح في لحظة التصويت داخل صناديق الاقتراع، حيث تتجسد تراكمات الماضي والتفاعلات الراهنة في قرار الناخب النهائي، خلص البحث إلى أن السلوك التصويتي يتأثر بدرجة كبيرة بالعوامل النفسية للفرد، ويتفاعل مباشرة مع بيئته الاجتماعية والسياسية والديموقراطية والاقتصادية، بما يجعله استجابة لمجمل المثيرات المحيطة. ومن هذا المنطلق يُنظر إلى السلوك التصويتي على أنه شكل من أشكال السلوك الاجتماعي، يخضع للقواعد ذاتها التي تحكمه، غير أن خصوصيته تكمن في ارتباطه الوثيق بقضايا الحكم والسياسة العامة، وقد شكّلت الاحتجاجات الشعبية التي اندلعت في الأول من تشرين الأول/أكتوبر ٢٠١٩ نقطة تحول مهمة في المشهد السياسي العراقي، إذ أثّرت بشكل مباشر في بنية النظام السياسي، وأدت إلى استقالة رئيس الوزراء آنذاك عادل عبد المهدي وتشكيل حكومة جديدة برئاسة مصطفى الكاظمي. وجعلت الحكومة الجديدة من أبرز أولوياتها تنظيم انتخابات مبكرة استجابةً لمطالب الشارع وعليه، تقرر إجراء الانتخابات النيابية المبكرة في العاشر من تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٢١، مع إدخال تعديلات جوهرية على النظام الانتخابي باعتماد صيغة التمثيل النسبي مع دوائر متعددة. فتم تقسيم العراق إلى (٨٣) دائرة انتخابية، بحيث تتكون كل محافظة من عدة دوائر، ويجري الترشيح فيها بشكل فردي، ويُعاد ترتيب المرشحين وفق عدد الأصوات التي يحصلون عليها، على أن يفوز بالمقعد المرشح الذي ينال أعلى نسبة من الأصوات وفق نظام "الفائز الأول"، أظهرت النتائج اختلافاً ملحوظاً عن جميع التجارب الانتخابية السابقة، إذ أسهم النظام الجديد في بروز قوى سياسية ناشئة، وارتفاع ملحوظ في عدد المرشحين المستقلين، فضلاً عن توسع بعض الأحزاب في قاعدتها الجماهيرية مقارنة بالسابق. ورغم الضمانات التي وقّرها القانون الانتخابي لتعزيز التمثيل الواقعي عبر تمكين الناخب من اختيار المرشح مباشرةً دون المرور بالقائمة، إلا أن نسبة المشاركة لم تعكس مستوى الحراك الشعبي ومطالبه الإصلاحية. فقد أعلنت المفوضية العليا المستقلة للانتخابات أن نسبة الإقبال بلغت ٤١% فقط^(٢٨).

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

وتنعكس هذه التحديات جميعها على مستوى المشاركة الشعبية، حيث أدى تكرار استخدام الشعارات الزائفة وغير القابلة للتطبيق إلى حالة من العزوف والإحباط الجماهيري، وهو ما يشكل أحد أكبر التحديات التي تواجه العملية الديمقراطية في العراق منذ عام ٢٠٠٣، تُعدّ الشعارات الانتخابية أحد الأدوات الرئيسية في الحملات السياسية، إلا أنها لا تخلو من تحديات وانتقادات أثرت على فاعليتها في السياق العراقي، ويمكن إبراز أهمها في النقاط الآتية^(٢٩):

١. الطابع الشعائري أكثر من البرامجي: في انتخابات ٢٠١٠ رفعت بعض الكتل السياسية شعارات كبيرة مثل "العراق أولاً" أو "دولة القانون"، إلا أن أغلب هذه العناوين لم تُترجم إلى برامج تفصيلية واضحة، مما جعلها شعارات عامة ذات طابع دعائي أكثر من كونها خططاً عملية.
 ٢. غياب المصداقية: تكررت في انتخابات ٢٠١٤ و ٢٠١٨ شعارات حول "الإصلاح" و"مكافحة الفساد"، إلا أن استمرار نقشي الفساد وضعف الأداء الحكومي بعد الانتخابات أفقد هذه الشعارات مصداقيتها لدى الناخبين. فمثلاً، شعار "محاربة الفساد" الذي تبنته عدة كتل عام ٢٠١٤ لم ينعكس على الواقع السياسي والاقتصادي، ما زاد من حالة الإحباط الشعبي.
 ٣. تعميق الانقسامات السياسية: في انتخابات ٢٠١٠ و ٢٠١٤، استُخدمت بعض الشعارات ذات الطابع الطائفي أو القومي من أجل تعبئة القواعد الانتخابية، مثل شعارات تعزز الهوية الشيعية أو السنية أو الكردية. وقد أسهم ذلك في تكريس الانقسام المجتمعي بدلاً من بناء مشروع وطني جامع.
 ٤. التناقض بين الشعار والممارسة: في انتخابات ٢٠١٨، تبنت بعض الكتل شعارات تتعلق بخدمة المواطن وتحسين الواقع المعيشي، إلا أن الأداء الفعلي للحكومة والبرلمان لم يحقق وعود تلك الشعارات. على سبيل المثال، شعار "نريد وطن" الذي تبنته بعض الحركات السياسية بعد احتجاجات تشرين لم يُترجم إلى إصلاحات مؤسسية فعلية، مما عرّض تلك الكتل لانتقادات واسعة.
 ٥. الاعتماد على الشخصيات بدلاً من المؤسسات: في انتخابات ٢٠٢١، برزت حملات انتخابية اعتمدت على الشخصيات الكاريزمية مثل مقتدى الصدر الذي رفع شعارات إصلاحية تحت هاشتاغ #مليونية_إصلاحية_انتخابية ورغم نجاح هذه الاستراتيجية في حشد التأييد الشعبي، إلا أنها عُدّت نقطة ضعف لأنها كرّست الاعتماد على الزعيم الفرد أكثر من المؤسسات الحزبية والبرامج السياسية.
- وفي الختام، نجد إن أبرز التحديات التي واجهت الشعارات الانتخابية في العراق تمثلت في غياب البرامج الواقعية وراءها، وفقدان المصداقية نتيجة التناقض بين الخطاب والممارسة، فضلاً عن دورها في تعميق الانقسام السياسي والاجتماعي. ومع ذلك، تبقى هذه الشعارات أداة مؤثرة في الحراك الانتخابي، لكنها بحاجة إلى إصلاح وتطوير لتتحول من مجرد عبارات دعائية إلى مشاريع عملية تستجيب لتطلعات المواطن العراقي.

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

الخاتمة

يتضح من خلال ما تقدم أن الشعارات الانتخابية في العراق لعبت دوراً بارزاً في العملية السياسية، إذ مثلت أداة أساسية للتواصل بين القوى السياسية والناخبين. فهي ليست مجرد عبارات دعائية، بل وسيلة للتأثير في الرأي العام وتحفيز المشاركة أو إحباطها، بحسب مدى مصداقيتها وارتباطها ببرامج واقعية قابلة للتنفيذ. وقد ساهمت بعض الشعارات ذات الطابع الإصلاحية أو الخدمية في زيادة زخم المشاركة، كما في حملات التيار الصدري وشعارات التغيير بعد احتجاجات تشرين، في حين أدت الشعارات الطائفية أو المبالغ فيها إلى تكريس الانقسام السياسي والاجتماعي وفقدان الثقة بالعملية الانتخابية.

وعليه، فإن الشعارات الانتخابية في السياق العراقي تعكس ثنائية معقدة: فهي قادرة على أن تكون أداة للتعبئة السياسية وبناء الثقة مع الناخبين، لكنها في الوقت ذاته قد تتحول إلى عامل من عوامل الإحباط السياسي إذا لم تُترجم إلى برامج عملية ملموسة. ومن هنا تبرز الحاجة إلى تطوير خطاب انتخابي واقعي يتجاوز الطابع الدعائي الضيق، ويستند إلى رؤية وطنية جامعة، بما يضمن تعزيز المشاركة السياسية وبناء مسار ديمقراطي أكثر استقراراً، ومن خلال مما تقدم نستنتج الآتي :

1. أداة للتعبئة السياسية: أثبتت التجربة العراقية أن الشعارات الانتخابية تمثل وسيلة فعّالة للتأثير في الرأي العام، وتحفيز الناخبين نحو المشاركة، خاصة عندما ترتبط بمطالب واقعية مثل الإصلاح والخدمات.
2. فجوة بين الشعار والممارسة: تكرر استخدام مفردات عامة مثل الإصلاح والتغيير ومكافحة الفساد دون تحقيق نتائج ملموسة ساهم في فقدان المصداقية لدى قطاعات واسعة من الناخبين.
3. التأثير السلبي للطائفية: بعض الشعارات ذات الطابع الطائفي والقومي عمّقت الانقسامات السياسية والاجتماعية، وقللت من فرص بناء مشروع وطني جامع.
4. التركيز على الزعيم الفردي: أظهرت الشعارات الانتخابية ميلاً لإبراز شخصية الزعيم أكثر من البرامج والمؤسسات، مما عزز النزعة الفردية في الحكم على حساب العمل المؤسسي.
5. تفاوت الأثر عبر الدورات الانتخابية: كان تأثير الشعارات أكبر في الانتخابات التي أعقبت أزمت سياسية أو احتجاجات شعبية (مثل انتخابات ٢٠١٨ و ٢٠٢١)، حيث ارتفعت المشاركة نتيجة الوعود الإصلاحية.

ومن خلال مما تقدم يوصي الباحث بمجموعة من التوصيات هي :

1. تعزيز المصداقية: ضرورة صياغة الشعارات على أساس برامج سياسية واقعية قابلة للتنفيذ، لتقليل الفجوة بين الوعود والممارسات.
2. الابتعاد عن الخطاب الطائفي تشجيع الأحزاب والمرشحين على تبني شعارات وطنية جامعة تسهم في ترسيخ الاستقرار السياسي والاجتماعي.

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

٣. التركيز على البعد الخدمي إعطاء الأولوية للشعارات التي تعالج القضايا المعيشية اليومية مثل الكهرباء، الصحة، والتعليم، بما يعكس هموم المواطن المباشرة.
٤. الانتقال من الشخصية إلى المؤسسية إعادة توجيه الحملات الانتخابية نحو إبراز البرامج والسياسات بدلاً من الاكتفاء بالكاريزما الفردية للزعماء.
٥. تعزيز الوعي الانتخابي إطلاق برامج توعوية عبر وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني لتثقيف الناخبين حول أهمية الشعارات الانتخابية، وكيفية التمييز بين الوعود الحقيقية والدعائية.

الهوامش

- (١) محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥، ص ٦، ٨
- (٢) عبد الوهاب يوسف الجودر، اتجاهات الناخبين نحو الشعارات والبرامج الانتخابية للمرشحين للمجلس النيابي في مملكة البحرين ٢٠١٨ دراسة ميدانية، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠، ص ٢٧.
- (٣) محمود جاسم محمد، مداخل التسويق المتقدم، دار زهران، الأردن، ١٩٩٩، ص ٤٩.
- (٤) Blair out-marketed Clinton, journal of public Affairs, VOL(٢), NO, ٢٠٠٢, p., ٤٤
- (٥) جلال عبد الله خلف، الظواهر الأسلوبية في الشعارات و الخطابات الانتخابية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد ٦، العدد ٣، كلية القانون والعلوم السياسية، جامعة ديالى، ٢٠١٧، ص ١٩٣
- (٦) سندس احمد سرحان، العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الانتخابي للمواطن في العراق بعد العام ٢٠٠٣، مجلة الحقوق، العددان ٣٨-٣٩، ٢٠٢٤، ص ٦-٩.
- (٧) رامج تيسير نظمي، دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل السلوك الانتخابي للناخبين في الضفة الغربية في الانتخابات المحلية للعام ٢٠١٧، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٨، ص ٤٦.
- (٨) امين علي العزام، أثر الحملة الانتخابية على سلوك الناخب في الانتخابات البرلمانية الأردنية ٢٠١٣ (دراسة ميدانية) بالإنجليزية، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد ٤٢، العدد ٤، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ٢٠١٤، ص ١٣-١٥.
- (٩) غازي عوض العتيبي، الشعار الانتخابي لمرشحي انتخابات مجلس الامة في دولة الكويت ٢٠٢٠ دراسة لغوية، مجلة بحوث كلية الاداب، المجلد ٣٣، العدد ١٣١، جامعة المنوفية، ٢٠٢٢، ص ١٠-١٥.
- (١٠) امين علي العزام، مصدر سبق ذكره، ص ١٣-١٥.
- (١١) حسين علوان البيج، المشاركة السياسية (الاهمية، النمط، الابعاد)، ط ١، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ٢٠٢٠، ص ٥
- (١٢) عبد المنعم المشاط، التنمية السياسية في العالم الثالث نظريات وقضايا، مؤسسة العين، الامارات، ١٩٨٨، ص ١٧
- (١٣) نقلا عن ثامر كامل محمد، اشكاليتنا الشرعية والمشاركة وحقوق الانسان في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد ٢٥١ مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٠، ص ١١٧
- (١٤) ثناء عبدالله، اليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٨٧، ص ٣٠٤

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

- (١٥) ختام حمادي محمود، الحكم البرلماني الرشيد واليات تطبيقه في ظل نصوص دستور جمهورية العراق لعام ٢٠٠٥ ، مجلة جامعة الأنبار للعلوم القانونية والسياسية ، العدد ١٦ ، ٢٠١٩ ، ص ٢٤٢
- (١٦) حسين علوان البيج، مصدر سبق ذكره ، ص ٦.
- (١٧) امين دبون ، دراسات في التنمية السياسية ، رسالة ماجستير ، كلية التجارة ، الجامعة الاسلامية ، عزة ، ٢٠١٢ ، ص ١٠٢ وينظر ، باسل احمد ذياب ، ازمة المشاركة السياسية وتأثيرها في عملية التحول الديمقراطي في فلسطين ١٩٩٣-٢٠١٣ ، اطروحة دكتوراه ، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، ٢٠١٤ ، ص ٣٩
- (١٨) العجمي: الشعارات الانتخابية لها دلالات تسعى للتأثير على القرار «التغيير» لعبة انتخابية للتأثير على الناخبين يوم الاقتراع، جريدة النهار ، العدد ٦٠٣ ، ٨ مايو ٢٠٠٩ ، ص ١
- (١٩) ايمان جواد عبد الكاظم ، العوامل المؤثرة في سلوك الناخب العراقي بعد عام ٢٠٠٥ ، المجلة العراقية للعلوم السياسية ، العدد ١٢ ، الجمعية العراقية للعلوم السياسية ، بغداد ، ٢٠٢٤ ، ص ٣٤٦.
- (٢٠) رامح تيسير نظمي ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل السلوك الانتخابي للناخبين في الضفة الغربية في الانتخابات المحلية للعام ٢٠١٧ ، مصدر سبق ذكره ، ص ٤٢-٤٥.
- (٢١) حسن السعيد، شعارات انتخابات العراق منذ ٢٠٠٤.. ماذا تغير؟، العربية ، ٢٠ مايو ٢٠٢٠ ، متوفر على الموقع الالكتروني : <https://www.alarabiya.net> تاريخ الزيارة ٢٠٢٥/١٢/٢٣
- (٢٢) احمد مريح الركابي ، الدعاية الانتخابية وتأثيرها في خيارات الناخب العراقي دراسة في الحملات الانتخابية للمدة (٢٠٠٥-٢٠١٤)، مجلة العلوم القانونية والسياسية ، العدد الخاص بالمؤتمر الدولي الثالث ١٦-١٧/١٢/٢٠١٧ ، كلية القانون والعلوم السياسية ، جامعة ديالى ، ٢٠١٧ ، ص ٣٠٧
- (٢٣) ستار جبار علاوي ، الانتخابات العراقية وتأثيرها في الاستقرار والتنمية ، مجلة دراسات الدولية ، العدد ٥٤ ، مركز الدراسات الدولية ، جامعة بغداد ، ٢٠١٢ ، ص ١١٢-١١٣.
- (٢٤) تقرير عن الحملات والدعايات الانتخابية البرلمانية في العراق لعام ٢٠١٨ ، مركز الرافدين للحوار ، النجف الاشرف، ص ٣
- (٢٥) المصدر نفسه ، ص ١٠-١٣.
- (٢٦) شذى العامري ، الشعارات الانتخابية في العراق... فوضى الوعود تتعدى على المجال العام، انبندنت عربية ، ٢٠٢١ ، متوفر على الموقع الالكتروني : <https://www.independentarabia.com>
- (٢٧) سعد الراوي، الانتخابات العراقية والتحديات التي تواجهها بين الواقع والطموح، المركز الديمقراطي العربي ، ٢٢ فبراير ٢٠٢١ ، ص ٧.
- (٢٨) صلاح نوري عبد الحسن، علي عبد الرحيم العبودي، الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠٢١ : دراسة في السلوك التصويتي، مجلة كلية القانون والعلوم السياسية في الجامعة العراقية، العدد ٢٨ ، كلية القانون والعلوم السياسية - الجامعة العراقية، ٢٠٢٥ ، ص ٣٩٤.
- (٢٩) لقاء مكي ، الانتخابات العراقية: تحديات الاستقرار ومخاطر التصعيد، مركز الجزيرة للدراسات ، ١٣ مايو ٢٠١٨ ، ص ٥

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

قائمة المصادر

المصادر باللغة العربية

اولا : الكتب

- ١- محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥
- ٢- عبد الوهاب يوسف الجودر، اتجاهات الناخبين نحو الشعارات والبرامج الانتخابية للمرشحين للمجلس النيابي في مملكة البحرين ٢٠١٨ دراسة ميدانية، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠
- ٣- محمود جاسم محمد، مداخل التسويق المتقدم، دار زهران، الأردن، ١٩٩٩
- ٤- حسين علوان البيج، المشاركة السياسية (الأهمية، النمط، الأبعاد)، ط١، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ٢٠٢٠
- ٥- عبد المنعم المشاط، التنمية السياسية في العالم الثالث نظريات وقضايا، مؤسسة العين، الإمارات، ١٩٨٨

ثانيا : الرسائل والاطاريح .

- ١- امين دبون، دراسات في التنمية السياسية، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، عزة، ٢٠١٢، ص ١٠٢ وينظر، باسل احمد ذياب، ازمة المشاركة السياسية وتأثيرها في عملية التحول الديمقراطي في فلسطين ١٩٩٣-٢٠١٣، اطروحة دكتوراه، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٤
- ٢- رامج تيسير نظمي، دور وسائط التواصل الاجتماعي في تشكيل السلوك الانتخابي للناخبين في الضفة الغربية في الانتخابات المحلية للعام ٢٠١٧، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٨

ثالثا : المجلات والدوريات .

- ١- جلال عبد الله خلف، الظواهر الأسلوبية في الشعارات و الخطابات الانتخابية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد ٦، العدد ٣، كلية القانون والعلوم السياسية، جامعة ديالى، ٢٠١٧.
- ٢- صلاح نوري عبد الحسن، علي عبد الرحيم العبودي، الانتخابات البرلمانية العراقية لعام ٢٠٢١ : دراسة في السلوك التصويتي، مجلة كلية القانون والعلوم السياسية في الجامعة العراقية، العدد ٢٨، كلية القانون والعلوم السياسية - الجامعة العراقية، ٢٠٢٥.
- ٣- سندس احمد سرحان، العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الانتخابي للمواطن في العراق بعد العام ٢٠٠٣، مجلة الحقوق، العددان ٣٨-٣٩، ٢٠٢٤
- ٤- امين علي العزام، أثر الحملة الانتخابية على سلوك الناخب في الانتخابات البرلمانية الأردنية ٢٠١٣ (دراسة ميدانية) بالإنجليزية، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد ٤٢، العدد ٤، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ٢٠١٤
- ٥- غازي عوض العتيبي، الشعار الانتخابي لمرشحي انتخابات مجلس الامة في دولة الكويت ٢٠٢٠ دراسة لغوية، مجلة بحوث كلية الاداب، المجلد ٣٣، العدد ١٣١، جامعة المنوفية، ٢٠٢٢.
- ٦- احمد مريح الركابي، الدعاية الانتخابية وتأثيرها في خيارات الناخب العراقي دراسة في الحملات الانتخابية للمدة (٢٠٠٥-٢٠١٤)، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد الخاص بالمؤتمر الدولي الثالث ١٦-١٧\١٢\٢٠١٧.
- ٧- ثامر كامل محمد، اشكاليتها الشرعية والمشاركة وحقوق الانسان في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد ٢٥١ مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٠
- ٨- ثناء عبدالله، اليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٨٧
- ٩- ختام حمادي محمود، الحكم البرلماني الرشيد واليات تطبيقه في ظل نصوص دستور جمهورية العراق لعام ٢٠٠٥، مجلة جامعة الانبار للعلوم القانونية والسياسية، العدد ١٦، ٢٠١٩
- ١٠- العممي: الشعارات الانتخابية لها دلالات تسعى للتأثير على القرار «التغيير» لعبة انتخابية للتأثير على الناخبين يوم الاقتراع، جريدة النهار، العدد ٦٠٣، ٨ مايو ٢٠٠٩

الشعارات الانتخابية وأثرها في المشاركة السياسية

م. د. هيثم علي عبد الله

- ١١- ستار جبار علاوي , الانتخابات العراقية وتأثيرها في الاستقرار والتنمية , مجلة دراسات الدولية , العدد ٥٤, مركز الدراسات الدولية , جامعة بغداد, ٢٠١٢
- ١٢- تقرير عن الحملات والدعايات الانتخابية البرلمانية في العراق لعام ٢٠١٨, مركز الرافدين للحوار , النجف الاشرف, ٢٠١٧,
- ١٣- لقاء مكّي , الانتخابات العراقية: تحديات الاستقرار ومخاطر التصعيد, مركز الجزيرة للدراسات , ١٣ مايو ٢٠١٨
- ١٤- ايمان جواد عبد الكاظم , العوامل المؤثرة في سلوك الناخب العراقي بعد عام ٢٠٠٥ , المجلة العراقية للعلوم السياسية , العدد ١٢, الجمعية العراقية للعلوم السياسية , بغداد , ٢٠٢٤ .
- ١٥- سعد الراوي, الانتخابات العراقية والتحديات التي تواجهها بين الواقع والطموح, المركز الديمقراطي العربي , ٢٢ فبراير ٢٠٢١.

رابعاً: مصادر الانترنت

- حسن السعيد, شعارات انتخابات العراق منذ ٢٠٠٤.. ماذا تغير؟, العربية , ٢٠ مايو ٢٠٢٠ , متوفر على الموقع الالكتروني : <https://www.alarabiya.net> تاريخ الزيارة ٢٣/٨/٢٠٢٥.
- شذى العامري , الشعارات الانتخابية في العراق... فوضى الوعود تتعدى على المجال العام, اندبندنت عربية , ٢٠٢١, متوفر على الموقع الالكتروني : <https://www.independentarabia.com> مصادر اللغة الانكليزية
- P.ngram &j. Less – Marshment , the Anglicization of political maeketing : how (6) Blair out- marketed Clinton , journal of public Affairs , VOL(2) , NO,2002.