

## Factors leading to voter buying in the elections of the 18th Jordanian House of Representatives from the point of view of voters

Mohammed Ali Maher Alshwabkeh

Fayez Abdulqader Almajali

Mutah University || Jordan

**Abstract:** This study aimed to identify the factors leading to voter buying in the elections of the Eighteenth Jordanian House of Representatives from the voters' point of view. To achieve this goal, the descriptive survey method was used, the study sample, which was selected by the cluster method, consisted of (836) male and female voters. The study concluded that the most important reasons that push voters to sell their electoral votes are the bad economic conditions, the voters' conviction of the futility of the electoral process, the unfair competition between some candidates, weak oversight over the electoral process, lack of confidence among voters in the feasibility of choosing a competent candidate, the absence of deterrent legislation to control the sale and purchase of votes, which have negative effects represented in perpetuating the weakness of parliaments, through the production of ineffective parliaments that are unable to perform my mission oversight and legislation, in addition to negatively affecting development and political reform, by rooting corruption in Jordanian society, and depriving the voter of their right to participate and express their opinion on the performance of the Parliament. In light of the results reached, the study recommended a review of the legislation criminalizing the phenomenon of buying electoral votes, and toughening the penalty for these actions because of their negative and destructive repercussions on the process of development, political reform and democracy, and raising awareness of the dangers of buying and selling electoral votes by all institutions of political socialization institutions, especially educational and religious institutions, civil society institutions and the media.

**Keywords:** Parliamentary elections, buying electoral votes, the eighteenth parliament, Jordan.

## العوامل المؤدية إلى شراء أصوات الناخبين في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر من وجهة نظر الناخبين

محمد علي ماهر الشوابكة

فايز عبد القادر المجالي

جامعة مؤتة || الأردن

**المستخلص:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤدية إلى شراء أصوات الناخبين في انتخابات مجلس النواب الأردني الثامن عشر من وجهة نظر الناخبين، وقد تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينة الدراسة التي تم اختيارها بالطريقة العنقودية من (836) ناخباً وناخبة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم الانتخابية هي الظروف الاقتصادية السيئة، وقناعة الناخبين بعدم جدوى العملية الانتخابية، والمنافسة غير الشريفة بين بعض المرشحين، وضعف الرقابة على مجريات العملية الانتخابية، وضعف الثقة لدى الناخبين بجدوى اختيار المرشح الكفاء، وعدم وجود تشريعات رادعة لضبط عمليات بيع

الأصوات وشراؤها، مما يترتب على ذلك آثار سلبية تتمثل بتكريس ضعف المجالس النيابية، من خلال إفراز مجالس نيابية غير فاعلة وغير قادرة على أداء مهمتي الرقابة والتشريع، هذا إلى جانب التأثير سلباً على التنمية والإصلاح السياسي، من خلال تجذير سلوك الرشوة في المجتمع الأردني، وجعله أمراً مستساغاً، وسلب الناخب حقه في المشاركة وإبداء الرأي بأداء المجلس النيابي، وفي ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج، أوصى الباحثان بإعادة النظر في التشريعات المجرمة لظاهرة شراء الأصوات الانتخابية، وتغليظ عقوبة هذه الأفعال لما لها من انعكاسات سلبية ومدمرة على مسيرة التنمية والإصلاح السياسي والديمقراطية، والتوعية بمخاطر بيع وشراء الأصوات الانتخابية من قبل كافة مؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية، وعلى رأسها المؤسسات التعليمية والدينية ومؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام.

الكلمات المفتاحية: الانتخابات النيابية، شراء الأصوات الانتخابية، مجلس النواب الثامن عشر، الأردن.

## مقدمة.

تُعتبر الانتخابات أحد أهم معالم النظام الديمقراطي في مختلف المجتمعات، فهي تعبيرٌ واضحٌ عن ممارسة المواطنين لحق أساسي من حقوقهم الديمقراطية، وهي المشاركة الفعلية في عملية صنع القرار، وذلك من خلال انتخاب ممثلهم في مواقع القيادة في الدولة. إذ تعمل الدولة على تنظيم إدارة حياة المواطنين وشؤونهم في مختلف مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ويعد موضوع شراء أصوات الناخبين والعوامل المؤدية إليها من الموضوعات الهامة والحساسة في نفس الوقت، وذلك لارتباطه بكيفية ممارسة حق الانتخاب في اختيار ممثلي الشعب على كل المستويات، لذا يجب أن تحاط العملية الانتخابية بكل ما يضمن خلوها من الأعمال المؤثرة على سلامتها، ومن أجل ذلك، جاءت معظم القوانين الانتخابية متضمنة لنصوص تجرم هذه الأعمال وتعاقب مرتكبيها في كل مراحل العملية الانتخابية، إذ أسندت مراقبة مجريات العملية الانتخابية من بدايتها وحتى إعلان النتائج لهيئة المستقلة للانتخاب وإحالة المخالفين للقضاء، لاتخاذ الأحكام المناسبة بحقهم حسب التشريعات القانونية النافذة، وللوقوف على العمليات غير المشروعة في استغلال الظرف الاقتصادي الصعب الذي يعيشه المواطن الأردني، ومن جهة أخرى عدم دراية وفهم بعض المرشحين والناخبين لعقوبة جريمة شراء الأصوات (مصطفى، 2016).

## مشكلة الدراسة وأسئلتها:

أصبح الحديث عن ظاهرة شراء الأصوات في الانتخابات البرلمانية ملفتاً للنظر في معظم بلدان العالم، سواء المتقدمة منها أو النامية، حيث تزداد الفوارق الاجتماعية، ويتناقص عدد الحاصلين على الدخول العالية، وتزداد نسبة الفقر والأمية، وفي هذا الإطار تترشح فئة من أبناء المجتمع، الذين تنطبق عليهم شروط الترشح لعضوية البرلمان، معتمدين على مالهم، (Sauer,2001)، مما يؤدي إلى المساس بنزاهة العملية الانتخابية، إذ أشارت دراسة (إسماعيل، 2019) إلى أن المال السياسي سواء كان مالياً أو عطايًا، أو وعوداً بمنح المال أو تقديم الخدمات، يلعب دوراً خطيراً في توجيه إدارة الناخبين (إسماعيل، 2019)، بينما أشارت دراسة (مركز الدراسات الاستراتيجية، 2010) إلى أن (66%) من عينة الدراسة التي بلغت (1764) مستجيباً ترى بأن ظاهرة شراء الأصوات منتشرة بشكلٍ كبيرٍ في المجتمع الأردني، مما يؤثر في شكل البرلمان ونوعيته (مركز الدراسات الاستراتيجية، 2010)، وهذا ما أكدته دراسة (المركز الوطني لحقوق الإنسان، 2007) التي أشارت في نتائجها إلى أن أعضاء فريق المركز المنتدبين لمراقبة انتخابات المجلس النيابي الخامس عشر، قد لاحظوا قيام العديد من المرشحين باستخدام المال لشراء الأصوات والتأثير على إرادة الناخبين، بالإضافة إلى رصد الناخبين وهم يتقاضون مبالغ مالية مقابل تصويتهم لأحد المرشحين (المركز الوطني لحقوق الإنسان، 2007)، كما أشارت نتائج دراسة (الجبور، 2016) إلى أن (24) شخصاً من عينة دراسته التي تكونت من (650) معلماً ومعلمة قد باعوا أصواتهم في انتخابات المجلس الثامن عشر، وبنسبة (3.7%)، وأن (185) من

العينة قد عُرض عليهم شراء أصواتهم وبنسبة (28.5%)، وأن (48.5%) من العينة يعرفون أشخاصاً قد باعوا أصواتهم (الجبور، 2016).

إن هذه الأرقام تشير بوضوح إلى تفشي ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية في المجالس النيابية الأردنية، مما يثير سؤالاً يتمحور حوله المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة، وهو: ما العوامل المؤدية إلى شراء أصوات الناخبين في الانتخابات النيابية الأردنية، مع التركيز على المجلس الثامن عشر، وينبثق عن التساؤل الرئيسي للدراسة الحالية الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية؟
- 2- ما أهم الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم؟
- 3- ما آثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية؟
- 4- ما معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية؟
- 5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند ( $\alpha \leq 0.05$ ) في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف بعض خصائصهم الديمغرافية المتعلقة بالجنس، والعمر، وطبيعة العمل؟

#### أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:
- 1- بيان الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية.
  - 2- تحليل الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم.
  - 3- استعراض آثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية.
  - 4- تسليط الضوء على معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية.
  - 5- التحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند ( $\alpha \leq 0.05$ ) في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف بعض خصائصهم الديمغرافية المتعلقة بالجنس، والعمر، وطبيعة العمل، ومستوى الدخل الشهري.

#### أهمية الدراسة

يمكن إبراز أهمية هذه من جانبين، علمي (نظري)، وعملي (تطبيقي)، وذلك على النحو التالي:

##### • أولاً- الأهمية العلمية:

تتمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة بأهمية العملية الانتخابية التي تُعتبر أساس وجوهر الديمقراطية، والتي تمثل إرادة الشعب الصريحة التي يعبر عنها من خلال الانتخابات الدورية عن طريق الاقتراع العام السري المباشر (بن داود، 2011: 351)، وإن أي فعل يعيق هذه العملية يؤثر على مجريات الانتخابات التي من المفترض أن تفرض قيادات سياسية قادرة على قيادة مؤسسات الدولة بكفاءة.

##### • ثانياً- الأهمية العملية:

يؤمل من نتائج وتوصيات هذه الدراسة أن تفيد من هم في موقع صنع القرار المتعلق بإدارة العملية الانتخابية، أو المشرع الأردني، في إجراء ما يلزم للحد من ظاهرة شراء الأصوات في الانتخابات النيابية.

#### حدود الدراسة

- الحدود البشرية: عينة عنقودية من ناخبي المجلس لثامن عشر بواقع (836) ناخباً وناخبة.

- الحدود المكانية: المملكة الأردنية.
- الحدود الزمانية: اقتصرت الحدود الزمانية لهذه الدراسة بشقها الميداني على العام 2021.

#### مفاهيم الدراسة:

- الانتخابات: اختيار شخصي ما من بين عدد من المرشحين ليكون نائباً عن الجماعة التي ينتمي إليها في منطقتة الانتخابية، ويُطلق على عملية الاختيار هذه تسمية الاقتراع، وتُعتبر الانتخابات الوسيلة المعبرة عن المشاركة السياسية (إسماعيل، 2019: 116)، فهي إجراء قانوني يتم تحديد نظامه ومكانه وزمانه بموجب الدستور والقوانين والأنظمة، ليتم اختيار شخص أو أكثر لرئاسة أو عضوية مجلس أو نقابة أو نحو ذلك (الشخاترة، 2018: 8)، والانتخابات هي ظاهرة ديمقراطية وممارسة حضارية تكفل للأفراد حرية اختيار من يمثلهم في إدارة شؤون بلادهم العليا والتصدي لمسؤوليات ذلك، مما يستوجب أن تكون بعيدة عن كل ما يعرقلها أو يشوبها (الحمداني، 2017: 83).
- وتعرّف الانتخابات إجرائياً ولغايات هذه الدراسة بأنها: حق التصويت العام للمواطنين الأردنيين البالغين لاختيار أعضاء مجلس النواب الثامن عشر.
- شراء الأصوات الانتخابية: وهو حصول الناخب على منفعة مادية أو معنوية من قبل أحد المرشحين أو ممثليهم في الحملات الانتخابية مقابل الإدلاء بصوته لصالح ذلك المرشح أو بالامتناع عن التصويت لمرشح آخر (الجبور، 2016: 174)، وهي الفائدة أو الهبة أو الوعد التي يكون الغرض منها الإخلال بحرية التصويت من حيث التأثير على إرادة الناخبين لحملهم على انتخاب مرشح معين أو الامتناع عن التصويت لمرشح آخر، مما يشكل إخلالاً بالعملية الانتخابية، وتُعتبر جريمة شراء الأصوات الانتخابية من ضمن الجرائم الانتخابية التي استقر الفقه على اعتبارها من الأعمال المخلة بالعملية الانتخابية، أو المبادئ الحاكمة لها، كحرية الاختيار، وسريته، والتي تجرم من يخالفها أو يتجاوزها، والتي تأخذ عدة مسميات، منها الرشوة الانتخابية، أو المال السياسي، أو المال الفاسد (الحمداني، 2017: 88؛ الحسيني، 2014: 14).
- وتعرّف ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية إجرائياً بأنها: اتفاق سري بين بعض المرشحين وبعض الناخبين على أن يتم دفع مبلغ مالي للناخب أو عن طريق رشوة معنوية أو مصلحة تتم للناخب مقابل إعطاء صوته للمرشح للوصول إلى قبة البرلمان واستخدام منصب المرشح لغايات مصالحه الشخصية.
- الناخب: هو أي شخص يحق له التصويت في الانتخابات، والذي يجب أن تتوافر فيه بعض الشروط كالجنسية، والسن القانوني للانتخاب، وأن لا يكون محكوماً بقضايا جنائية (الجبور، 2016).
- ويعرف الناخب إجرائياً ولغايات هذه الدراسة بأنه: المواطن الأردني الذي تتوافر فيه الشروط القانونية والأهلية، والذي أتم الثامنة عشر من عمره، والذي يحق له التصويت في انتخابات مجلس النواب الأردني.
- المرشح: هو كل مواطن انطبقت عليه شروط الترشح للانتخابات، وأراد الحصول على مقعد في البرلمان ليمثل الشعب (شطناوي، 2007).
- ويعرّف المرشح إجرائياً ولغايات هذه الدراسة بأنه: كل مواطن أردني ترشح للمنافسة في تمثيل الشعب للمجلس الثامن عشر.
- المجلس النيابي الثامن عشر: هو مجلس النواب الأردني الذي تم انتخاب أعضائه بموجب قانون الانتخابات لسنة 2016 في 20 أيلول 2016، وبدأ المجلس أعماله في 28 أيلول 2016، وأنهى مدته الدستورية في 27 أيلول 2020.

## 2- الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً- الإطار النظري للدراسة:

يتناول الباحثان في الإطار النظري أهمية الانتخابات، وطرق شراء الأصوات الانتخابية، وأهم الأسباب المؤدية إلى شراء الأصوات الانتخابية، وأثار شراء الأصوات الانتخابية على العملية الانتخابية، والاتجاهات النظرية المفسرة لظاهرة شراء الأصوات الانتخابية.

أهمية الانتخابات:

إن الانتخابات هي اختيار شخص من بين عدد من المرشحين ليكون نائباً عن منطقة معينة أو إقليم داخل بلده للمشاركة في العملية السياسية والمنظومة الحاكمة، ويعد الانتخاب حقاً عاماً للمواطنين وليس لسلطة من السلطات أن تحرم المواطن من ممارسته ما دام مستوفياً شروط السن والعقل واعتبارات الشرف بأن لا يكون مجرماً محكوماً عليه، فضلاً عن شرط الجنسية، وتمثل الانتخابات حقاً شخصياً أصيلاً يتمتع به أي فرد من أفراد المجتمع على أساس المساواة بينهم في الحقوق السياسية، ويترتب على هذا الحق أنه لا يمكن حرمان أي شخص منه إلا إذا انعدمت أهليته القانونية، كما أنه لا يجوز إجباره على ممارسة هذا الحق بأي طريقة كانت، فهو مخير بين استخدام هذا الحق أو عدم استخدامه دون أدنى مسؤولية، ولا يمكن له التنازل للغير عنه (المشهداني، 1991: 62). ونظراً لأهمية الانتخابات ودورها في الإصلاح السياسي الذي يؤدي إلى التحول الديمقراطي، فقد نالت أهمية خاصة في تفكير الباحثين والمختصين، حيث وضع "ديفيد باتلر" شروطاً لضمان سير العملية الانتخابية، وهي: حق التصويت العام لجميع المواطنين البالغين، ودورية الانتخابات وانتظامها، وعدم حرمان أي جماعة من تشكيل حزب أو تكتل سياسي، أو حرمانها من استلام مناصب سياسية، بالإضافة إلى حق التنافس على كافة مقاعد المجالس النيابية، وحرية إدارة الحملة الانتخابية وفق ما يسمح به القانون، وضمان حرية المواطنين في الإدلاء بصوتهم في ظل جو من المساواة والحرية، وفرز الأصوات وإعلان النتائج بشفافية، وتمكين المرشحين الفائزين من استلام مناصبهم لحين إجراء الانتخابات اللاحقة (إسماعيل، 2019: 121).

وانعكس ذلك على الجهود الدولية في وضع وصياغة المعايير التي تضمن سلامة العملية الانتخابية، فقد جاء في المادة (21) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر في العام (1948) أن: "لكل شخص حق المشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلده، إما مباشرة وإما بواسطة ممثلين يُختارون في حرية، وأن إرادة الشعب هي مناط سلطة الحكم، ويجب أن تتجلى هذه الإرادة من خلال انتخابات نزيهة تُجرى دورياً بالاقتراع العام وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري أو بإجراء مكافئ من حيث ضمان حرية التصويت" (الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، 1948)، وأكد العهد الدولي الخاص بالحقوق السياسية والمدنية والصادر عام (1966) في العبارة (25) أن: "لكل مواطن، دون أي وجه من وجوه التمييز، أن يشارك في إدارة الشؤون العامة، إما مباشرة وإما بواسطة ممثلين يختارون في حرية، وأن يُنتخب ويُنتخب، في انتخابات نزيهة تُجرى دورياً بالاقتراع العام وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري، تضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين" (العهد الدولي الخاص بالحقوق السياسية والمدنية، 1966)، كما جاء في العبارة (1) من المادة (13) في الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب الصادر عام (1981) أن: "لكل المواطنين الحق في المشاركة بحرية في إدارة الشؤون العامة لبلدهم سواء مباشرة أو عن طريق ممثلين يتم اختيارهم بحرية وذلك طبقاً لأحكام القانون" (الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب، 1981)، وقد جاء في قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (137/64) للعام (1991) ضرورة إنشاء شعبة المساعدة الانتخابية للإشراف على الانتخابات حول

العالم، ومراقبة الاستفتاءات الشعبية حول نزاهتها وشفافيتها، وتوفير المساعدة التقنية للدول الأعضاء من خلال تقديم المشورة والدعم للتخطيط الانتخابي، ومراجعة التشريعات الانتخابية، وتسوية النزاعات الانتخابية، وترسيم الدوائر الانتخابية، وتسجيل الناخبين، وموازنة الانتخابات، واستخدام التكنولوجيا فيها، وتوعية الناخبين، وعمليات الاقتراع وعد الأصوات، وأمن الانتخابات، وكل ذلك بهدف بناء أنظمة انتخابات وطنية مستدامة وذات مصداقية عالية (الأمم المتحدة).

#### طرق شراء الأصوات الانتخابية:

يتم شراء الأصوات الانتخابية بالعديد من الطرق والوسائل، فقد أشارت دراسة (حمورة، 2016) إلى أن شراء الأصوات الانتخابية يتم من خلال تقديم الهدايا والتبرعات والهبات العينية والولائم المجانية (حمورة، 2016)، كما ورد في دراسة (الجبور، 2016) أن شراء الأصوات الانتخابية يتم من خلال فتح مكاتب خاصة بالمرشحين خلال فترة الدعاية الانتخابية، وتستقبل هذه المكاتب الشكاوى والمطالب، وتقوم بإجراء اللازم لتعيين العاطلين عن العمل، أو تقديم الخدمات الأخرى (الجبور، 2016)، وقد أشارت دراسة (العجامة وآخرون، 2019) إلى أن شراء الأصوات الانتخابية يتم من خلال احتجاز بطاقات الناخبين لحين موعد العملية الانتخابية، هذا إلى جانب تقديم التبرعات والهدايا، والأموال، والوعود بتقديم كافة الخدمات والمنافع في حالة نجاح المرشح بالانتخابات (العجامة وآخرون، 2019: 364)، وورد في دراسة (العضيلة والحريرات، 2020) أن عملية شراء الأصوات تتم من خلال تقديم الأعطيات أو القروض أو المنافع، أو الوعد بأي من ذلك (العضيلة والحريرات، 2020: 107).

ولم يغفل المشرع الأردني عن الإشارة إلى طرق شراء الأصوات الانتخابية، فقد وردت هذه الطرق في المادة (24) من قانون الانتخاب لمجلس النواب لسنة (2016)، والتي نصت على أنه: "يحظر على أي مرشح أن يقدم من خلال قيامه بالدعاية الانتخابية هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو يعد بتقديمها لشخص طبيعي أو اعتباري سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو بالوساطة كما يحظر على أي شخص أن يطلب لنفسه أو لغيره أي هدايا أو تبرعات أو مساعدات أو الوعد بها من أي مرشح" (قانون الانتخاب لمجلس النواب لسنة 2016، المادة (24)).

#### الأسباب المؤدية إلى شراء الأصوات الانتخابية:

تتعدد الأسباب المؤدية إلى شراء الأصوات الانتخابية، ويرى الباحثان بأن أهم هذه الأسباب هي الظروف الاقتصادية السيئة، حيث يستغل المرشحون وأنصارهم الأوضاع الاقتصادية السيئة للناخبين، ويقومون بإغرائهم بالأموال والهدايا والأعطيات، مقابل الإدلاء بصوتهم لصالح أولئك المرشحين (الجبور، 2016: 171)، ويضاف إلى الظروف الاقتصادية السيئة، عدم توافر الوعي السياسي بأهمية العملية الانتخابية (إسماعيل، 2019: ذياب، 2017)، ومن ضمن الأسباب الأخرى التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم طبيعة المجتمع من حيث كونه قبلياً أو طائفياً، وما ترسخ فيه من عادات على أن الانتخاب "انتخاب شيخ القبيلة أو العشيرة" يتم من خلال اختيار صاحب النفوذ الأكبر والأكثر قدرةً على العطاء (القطان، 2020: 162)، وهو التقليد المتعارف عليه لدى بعض المجتمعات في العصر الحالي، إذ يتم التصويت سواءً من خلال بيع الأصوات أو دون بيعها، لإنجاح مرشح العشيرة (الجبور، 2016: 171)، كما أن لتراكم التجارب السياسية دوراً في تزايد ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية، فإداء المجالس النيابية الأردنية المتعاقبة، على سبيل المثال، قد أدى إلى انعدام الثقة لأداء السلطة التشريعية على العموم، وعدم كفاءتها سواء في الدور التشريعي أو الرقابي، مما أدى إلى تكون صورة نمطية سلبية تشكلت في عقلية المواطن الأردني حول عدم جدية النواب أو المرشحين للمجالس النيابية في السعي إلى تحقيق الصالح العام، إذ تحولت مهمة النائب من

نائب وطن إلى نائب خدمات يجوب المؤسسات بحثاً عن تحقيق مصلحة خاصة، وأن المساعدات والوعود التي قدمها لناخبه لا يتم إطلاقها إلا خلال فترة الدعاية الانتخابية، مما يدفع الناخب لبيع صوته لتحقيق مصلحة وقتية، ولعلمه المسبق بأنه لن يستطيع التواصل مع المرشح في حال نجح في الانتخابات النيابية (الجبور، 2016: 176).

ويؤكد ذلك ما جاء في نتائج دراسة (الحسيني، 2014) التي أشارت إلى أن عدم قناعة الناخب بالنظام الانتخابي وبجدوى دور مجلس النواب، كان سبباً أساسياً لأن يقوم الناخب ببيع صوته، حيث إنه يعتبر صوته الذي سيدلي به مهدوراً وغير ذي قيمة، ولده قناعة بأن المبلغ الذي سيقبضه مقابل بيع صوته الانتخابي أكثر فائدة له من إهدار صوته على برلمان غير موثوق بأدائه، كما أن طبيعة النظام الانتخابي الذي يعتمد على الدوائر الصغيرة يشجع المرشح على شراء الأصوات، إذ إن المبالغ التي سيدفعها لن تكون كبيرة مقارنةً بما سيتم إنفاقه في دوائر أكبر، حيث إن عدد الأصوات المطلوبة للنجاح في الدوائر الصغيرة أقل بكثير من العدد المطلوب في الدوائر الكبيرة، وكل ذلك في ظل عدم الجدوية في مكافحة ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية (الحسيني، 2014: 14-15)، ويضاف إلى ما سبق، أسباب قانونية تتمثل في عدم وجود عقوبات رادعة تجرّم عملية بيع الأصوات الانتخابية وشراؤها (العجارمة وأخران، 2019: 358)، فبدائيةً، لا تُعتبر ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية من جرائم الفساد برغم أنها تكرّس ثقافة الفساد داخل المجتمع، وبرغم اعتبارها رشوة، إلا أنها تختلف عن الرشوة الوظيفية المجرّمة في المادتين (170) و(171) في قانون العقوبات الأردني، من حيث توافر صفة الموظف العام أو من في حكمه، ومن حيث وقوع الرشوة الوظيفية على الإدارة العامة وما يترتب عليها من الإخلال بواجبات الوظيفة، بينما يتلقى الرشوة الانتخابية الناخب، والذي لا يشترط أن يكون موظفاً، وتقع الرشوة الانتخابية على السلطة التشريعية، ويترتب عليها الإخلال بواجبات المواطنة (العضايلة والحريرات، 2020: 107).

#### آثار شراء الأصوات الانتخابية على العملية الانتخابية:

إن التبعات السياسية لظاهرة شراء الأصوات الانتخابية جسيمة، وتتمثل في التأثير سلباً على إرادة الناخبين لصالح المرشحين، مما يشكل تعارضاً مع مبدأ الأمة مصدر السلطات كما وردت في العبارة (1) من المادة (24) من الدستور الأردني، كما وتعتبر هذه الظاهرة انتهاكاً صارخاً لأحكام المادة (67) من الدستور الأردني، والتي توجب معاقبة العابثين بإرادة الناخبين وضمان سلامة العملية الانتخابية في مراحلها كافة (دستور الأردن الصادر عام 1952 وتعديلاته 2011، 2014، 2016)، وتؤدي عملية شراء الأصوات الانتخابية إلى عدم تحقيق تمثيل نيابي صحيح، حيث يصل الناخب غير الكفء للمجلس، ويكون هدفه الوحيد تحقيق مصالحه الشخصية وزيادة ثرواته (الجبور، 2016: 175؛ الحسيني، 2014)، كما أن ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية تؤثر سلباً على نزاهة العملية الانتخابية والنظام الديمقراطي (القطان، 2020: 152)، وتفرض مجلساً نيابياً غير قادر على التشريع أو الرقابة (خلف، 2018)، إذ تُعتبر المجالس النيابية من المؤسسات الأساسية في بناء الديمقراطية وتجديد الحياة السياسية، حيث إن هذه المجالس منبثقة من إرادة الشعب، ومسؤولة عن التعبير عن مصالحه، وحراسة حقوقه وحرياته، وهي السلطة التي تشري القوانين، وترسم السلوك السياسي العام، وتساهم في بناء الثقافة السياسية، وتشكل ملامح التنمية السياسية، وتنعكس عملية شراء الأصوات الانتخابية استشرافاً ثقافة الفساد داخل المجتمع، وتعبّر عن الخلل الذي يعانيه، بحيث تكون الحقوق العامة والخاصة محل اعتداء مستمر (بن داود، 2011: 357).

وخلاصة القول، أن سيطرة المال على مقدرات العملية الانتخابية، يمثل خطورة على سلامة التمثيل النيابي للأمة، وعلى مصداقية تعبير أفرادها عن إرادتهم، فالمال السياسي يُعتبر سلاحاً خطيراً للتأثير على إرادة الناخبين، مما

حذا بالتشريعات المقارنة إلى تجريم الرشوة الانتخابية لتلافي المخاطر المؤثرة على نزاهة نتائج العملية الانتخابية (ذياب، 2017).

#### الاتجاهات النظرية المفسرة لظاهرة شراء الأصوات الانتخابية:

يمكن تفسير ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية والعوامل المؤدية إليها من خلال العديد من الاتجاهات النظرية، وسيكتفي الباحثان بنظرية العوامل الاقتصادية، ونظرية تحليل النظم.

#### نظرية العوامل الاقتصادية:

تقوم نظرية العوامل الاقتصادية على الفكر الماركسي الذي يعيد العنف في المجتمع إلى الصراع، وخاصة الصراع الطبقي، والصراع يمتد أيضاً ليشمل كافة الصراعات السياسية والعرقية والدينية، وصراع المصالح والصراع على السلطة، ويُفسّر الصراع في إطار مفاهيم ومصطلحات القوة والسلطة، فمالك القوة في المجتمع يقرر صورة الآخر وأسس العلاقة معه، ويعزز سيطرته من خلال بناء ثقافة تشتمل على كافة القيم والتصورات التي تعزز تلك السيطرة، وإضفاء قيم عليا على أدواره مقابل القيم الدنيا على الأدوار الأخرى (حجازي، 1998).

#### نظرية تحليل النظم:

إن نظرية تحليل النظم لـ "ديفيد إيستون"، تُعتبر من أكثر نظريات التحليل استخداماً في العلوم الاجتماعية والسياسة، حيث تتكوّن وحدة التحليل من النظام السياسي الذي يشمل المدخلات، والتحويل، والمخرجات، والتغذية الراجعة التي تربط بينهما، وتمثّل المدخلات بجميع المؤثرات والضغوط الداخلية والخارجية التي يتعرض لها النظام السياسي، والتي تؤثر به وتؤدي إلى تبديله أو تغييره، وتنقسم المدخلات: إلى مطالب وتأييد، حيث تمثّل المطالب الحاجات والرغبات المختلفة للأفراد والمجتمع التي يتم إيفائها للنظام السياسي للاستجابة لها، وتحويلها إلى قرارات، وقد تتحوّل المطالب إلى عناصر ضغط عندما لا يتمكن النظام السياسي من تلبيتها ومعالجتها، أما الدعم والتأييد، فيعني تجنيد الطاقات والمقدّرات والموارد، وتوجيهها لتحقيق أهداف مفترضة، وهذا بدوره يُكسب النظام السياسي المرونة الكافية في الحركة والنشاط والفعل، ويمثّل التحويل مجموعة النشاطات والتفاعلات التي يقوم بها النظام والتي يحوّل بها مدخلاته المتمثلة في المطالب والتأييد إلى مخرجات تكون على شكل قرارات، أو سياسات، أو أفعال تصدر عن أبنية النظام السياسي، بينما تتكوّن المخرجات من مجموعة الأفعال والقرارات الملزمة والسياسات الدعائية التي يخرجها النظام، وتمثل استجابته الفعلية والمتوقّعة والتي ترد إليه من البيئة، وقد تكون المخرجات إيجابية بتوفير بعض المخرجات الرمزية مثل الوعود وإثارة الحماس والتخويف من الأخطار الخارجية، وقد تكون سلبية، وذلك عن طريق استخدام الإكراه والإجبار القسري والقوة العسكرية لضمان استمرار النظام السياسي وبقائه دون الالتفات أو الاستجابة للمطالب، أما التغذية الراجعة، فتمثّل ما يتلقاه النظام السياسي من معلومات ونتائج عن القرارات والأنشطة التي يقوم بها، وحيث أن المخرجات تتأثر في المدخلات، وأن جودة المخرجات هي المعيار الرئيسي لديمومة النظام السياسي وبقائه، فإن عملية التغذية الراجعة تُعتبر أداة أساسية تساعد النظام السياسي في إعادة صياغة وتعديل وتشكيل وتصحيح ما تحقق وما لم يتحقّق من أهداف مرجّوة أو متوقّعة (المشاقبة، 2020: 45-41).

## ثانياً- الدراسات السابقة

اطلع الباحثان على عدد من الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، وباللغتين العربية والإنجليزية، وهي مرتبة من الأقدم إلى الأحدث على النحو التالي:

- دراسة (Vicente & Wantchekon,2009): Clientelism and vote buying: lessons from field experiments in African elections الزبائنية وشراء الأصوات: دروس من التجارب الميدانية في الانتخابات الأفريقية، والتي ربطت بين عملية شراء الأصوات الانتخابية واعتبارها عقبة رئيسية أمام التنمية الاقتصادية، حيث إن المحسوبية لمرشحين معينين تزيد من انتشار ظاهرة الأصوات الانتخابية لصالحهم، وللتخلص من هذه الظاهرة، أوصت الدراسة بتوعية الناخبين وخصوصاً النساء لزيادة المشاركة السياسية، ورفع الوعي بآثار شراء الأصوات على السلوك الانتخابي.

- دراسة (الجبور، 2016): اتجاهات المواطنين نحو المعوقات الوظيفية لشراء الأصوات في الانتخابات البرلمانية الأردنية وتأثيرها على طبيعة المجلس المنتخب، والتي هدفت التعرف إلى اتجاهات المواطنين نحو المعوقات الوظيفية لظاهرة شراء الأصوات في الانتخابات البرلمانية الأردنية، وتأثيرها على طبيعة المجلس المنتخب، وخصائصه وقدرته على القيام بوظائفه، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من (650) معلماً ومعلمة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية العنقودية من (3) دوائر انتخابية في محافظة الكرك، وهي: لواء القصر، ولواء المزار الجنوبي، ولواء فقوع، وأظهرت نتائج الدراسة أن من أهم المعوقات الوظيفية لظاهرة شراء الأصوات قد تمثلت في وصول فئة من النواب تؤثر سلباً على أداء المجلس وقدرته على مراقبة أعمال الحكومة، وإلى قيام النواب باستغلال مواقعهم لزيادة رؤوس أموالهم، وأوصت الدراسة بمحاربة ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية، وتفعيل العقوبات على مروجيها، وأن يكون المواطن على قدر من الوعي ليختار المرشح الأكثر كفاءة، والأكثر قدرة على تنفيذ برنامجه الانتخابي.

- دراسة (Kwarisima,2016): Vote buying and Its effect on democracy and development in Uganda: a case of Rwamucucu Sub-County, Kabale District, South Western Uganda الديمقراطية والتنمية في أوغندا: حالة منطقة روانوكو الفرعية، مقاطعة كابالي، جنوب غرب أوغندا في هذه الدراسة، والتي هدفت إلى التعرف على الأسباب الرئيسية لبيع السكان في منطقة روانوكو في أوغندا لأصواتهم الانتخابية، وتحديد أثر بيع وشراء الأصوات على الديمقراطية والتنمية، وقد تم استخدام المنهج الوصفي بأداة البحث النوعي من خلال إجراء المقابلات شبه المنظمة مع (200) مواطناً أوغندياً يسكن في منطقة "روانكو"، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن ظاهرة شراء الأصوات واسعة النطاق في أوغندا، وأن أغلب السكان يشاركون في شراء الأصوات، وكان المال أكثر طرق شراء الأصوات الانتخابية، وذلك بسبب الفقر الشديد الذي يعاني منه سكان هذه المنطقة، إلى جانب الفساد المستشري في المستويات العليا من القيادة، وأشارت نتائج الدراسة إلى الآثار السلبية بعيدة المدى لشراء الأصوات على الديمقراطية والتنمية، وكان من تلك الآثار الحرمان من المساواة السياسية والمساواة بين الجنسين.

- دراسة (العجارمة وآخرون، 2019): الجرائم الانتخابية في قانون الانتخاب لمجلس النواب لسنة 2016، والتي تناولت موضوع الجرائم الانتخابية في ضوء قانون الانتخاب الأردني لمجلس النواب لعام 2016، من حيث تناول ماهية الجرائم الانتخابية، وخصائصها، وطبيعتها القانونية، وأنواعها، وتوصلت الدراسة إلى أن الجرائم الانتخابية تُعتبر من الجرائم الماسة بنزاهة وحياد الانتخابات بغض النظر عن مرتكبها وهدفه أو المرحلة

الانتخابية التي وقعت فيها، وأوصت الدراسة بضرورة وضع تعريف للجريمة الانتخابية وبيان طبيعتها القانونية، وأن يتم اعتبارها جريمة سياسية لما لها من خصوصية وعلاقة بالأمر السياسي.

- دراسة (خلف، 2020): الجرائم الانتخابية وفقاً لقانون الانتخاب دراسة مقارنة بين القانون الأردني والعراقي، التي هدفت إلى التعرف على الأفعال التي أضفى عليها المشرع الأردني والعراقي في قانون الانتخاب صفة وطابع عدم المشروعية، واعتبرها جريمة انتخابية، وتوصلت الدراسة إلى وجود دور مهم للحماية الجزائية في حماية إرادة الناخبين وتعزيز النهج الديمقراطي في الدولة، إلا أن الحماية الجزائية للعملية الانتخابية المنصوص عليها في قانون انتخاب مجلس النواب العراقي والأردني غير كافية، وتغري المرشحين بمخالفة القانون لسهولة الإفلات من العقاب بسبب عدم وجود أحكام صريحة تبين أثر إحالة المرشح للقضاء أو الحكم عليه بجريمة انتخابية، إضافة إلى خروج المشرع عن الأحكام العامة لتقادم الجرائم بخصوص الجرائم الانتخابية، وأوصت الدراسة بالنص على المساواة في العقوبة بين الشروع والجريمة التامة والنص على العقاب لحالة الشروع في الجنح والمخالفات للجرائم الانتخابية، ورفع مدة سقوط الجرائم الانتخابية (التقادم) من ثلاث سنوات إلى عشر سنوات.

### 3- منهجية الدراسة وإجراءاتها.

#### منهج الدراسة:

للوصول إلى أهم الاستنتاجات حول "العوامل المؤدية إلى شراء أصوات الناخبين في الانتخابات النيابية للمجلس الثامن عشر من وجهة نظر الناخبين"، تم استخدام المنهج الوصفي المسحي لملاءمته لأغراض هذه الدراسة.

#### مجتمع الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع ناخبي المجلس النيابي الثامن عشر، وتمثل مجتمع الدراسة من جميع الأفراد الناخبين الحاملين للرقم الوطني الأردني، والذين يمارسون حقهم في اختيار مرشحهم الانتخابي للمجلس النيابي، وهم كل فرد أتم الثامنة عشر من عمره، ويحمل الرقم الوطني الأردني، ويتسم بأنه بالغ عاقل راشد، والبالغ عددهم (4134000) ناخباً وناخبة للمجلس الثامن عشر بحسب بيانات الهيئة المستقلة للانتخاب (الهيئة المستقلة للانتخاب، [www.iec.jo](http://www.iec.jo))، ويُعتبر مجتمع الدراسة من المجتمعات الكبيرة نسبياً.

#### عينة الدراسة:

تمّ اختيار عينة الدراسة من الناخبين للمجلس النيابي الأردني الثامن عشر بالطريقة العنقودية من مجتمع الدراسة، والذي يمتاز في هذه الدراسة بأنه كبير جد، إذ تم اختيار عينة الدراسة من مناطق المملكة الأردنية الهاشمية بأقاليمها الثلاثة (الوسط، والجنوب، والشمال)، وتقسيم تلك الأقاليم إلى محافظات التي تمثل المملكة وهي (إربد، البلقاء، جرش، الزرقاء، الطفيلة، عجلون، العقبة، عمان العاصمة، الكرك، مادبا، معان، والمفرق)، وبعد ذلك تقسيم المحافظات إلى أحياء، ومن ثم إلى مربعات وشوارع، وهنا تم اختيار العينة بالرجوع إلى جدول اختيار العينات لـ (Krejcie & Morgan, 1970; Sekeran & Bougie, 2010)، وذلك لزيادة احتمالية ورود الأفراد في العينة والبالغ عددها (784) بحد أدنى، وقد تم توزيع (1000) استبانة من خلال تطبيق Google Survey لتعبئة الاستبانة، ومن ثم تم التوصل إلى (836) مبحوثاً، وهذا العدد يمثل ما نسبته (83.6%) من العينة الرئيسة، وهي قيمة مقبولة وممثلة لمجتمع الدراسة.

وبخصوص التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة، فقد كان هناك تجانس كبير بين أفراد عينة الدراسة ما بين الذكور والإناث، إذ تبين أن ما نسبته (54.1%) من المبحوثين هم من الذكور، وأن ما نسبته (45.9%) منهم كانوا من الإناث، وهذا يدل على مدى الحرية والتعددية في المشاركة في الانتخابات الأردنية للمجلس النيابي الثامن عشر، وكان معظم أفراد عينة الدراسة من الناخبين ضمن الفئة العمرية الشابة، فقد تمثل ما نسبته (34.1%) من المبحوثين ضمن الفئة العمرية (26 - 36 سنة)، وتبين أن ما نسبته (45.8%) من المبحوثين ضمن الفئة العمرية (37 - 47 سنة) ولوحظ أن ما نسبته (12.3%) منهم كانوا ضمن الفئة العمرية (25 سنة فأقل)، وكانت الفئة العمرية (48 سنة فأكثر) تمثل ما نسبته (7.8%) من أفراد العينة. كما كانت الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة من الناخبين يتمتعون بمؤهلات علمية جيدة، إذ تبين أن الغالبية العظمى يحمل شهادة البكالوريوس وبنسبة بلغت (62.7%) من أفراد العينة، وتبين ما نسبته (5.7%) من أفراد العينة يحملون شهادة الدبلوم العال، وما نسبته (6.7%) منهم يحملون شهادة الماجستير، وتبين أن ما نسبته (4.4%) من أفراد عينة الدراسة يحملون شهادة الدكتوراه، في حين كان ما نسبته (7.8%) من أفراد عينة الدراسة يحملون شهادة الثانوية العامة، وأن ما نسبته (2.2%) من المبحوثين كان مؤهلهم العلمي دون الثانوية العامة، في حين تبين أن (0.5%) من المبحوثين لا يقرأون ولا يكتبون (أميين)، وقد تجانس أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بطبيعة العمل، ويلاحظ أن ما نسبته (43.5%) من أفراد عينة الدراسة لا يعملون، وتبين أن ما نسبته (28.1%) من أفراد عينة الدراسة يعملون في القطاع الحكومي، فيما كان (28.3%) من أفراد عينة الدراسة يعملون في القطاع الخاص، ومن الملاحظ ارتفاع نسبة البطالة في المجتمع الأردني والواضح تماماً من خلال النتائج، كما كان معظم أفراد عينة الدراسة من ذوي الدخل المتدني، ويعود ذلك إلى أن معظم أفراد العينة من الفئة المتعطلة عن العمل، فقد لوحظ أن ما نسبته (51.8%) من أفراد العينة كان دخلهم أقل من (300 دينار)، وأن ما نسبته (28%) من المبحوثين كان دخلهم الشهري ما بين (301 - 500 دينار)، وتبين أن ما نسبته (7.9%) من أفراد العينة دخلهم ما بين (501 - 700 دينار) وتبين أن ما نسبته (6.3%) من عينة الدراسة دخلهم ما بين (701 - 900 دينار)، وكان الذين دخلهم الشهري ما بين (901 - 1100 دينار) يمثلون ما نسبته (2.2%) من أفراد عينة الدراسة، وكان الذين دخلهم أكثر من (1100 دينار) شهرياً يمثلون ما نسبته (3.8%) من أفراد عينة الدراسة، كما كان هناك تجانس كبير فيما يتعلق بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإقليم، حيث تبين أن ما نسبته (40.6%) من المبحوثين كانوا ضمن إقليم الوسط، وأن ما نسبته (36.2%) منهم يتوزعون في إقليم الشمال، وما نسبته (23.2%) من أفراد العينة موزعين في إقليم الجنوب.

#### أداة الدراسة:

تم بناء أداة الدراسة والمتمثلة بـ (مقياس) العوامل المؤدية لشراء أصوات الناخبين في الانتخابات للمجلس الثامن عشر من وجهة نظر الناخبين، بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة (الجبور، 2016؛ خلف، 2020؛ Vicente & Wantchekon, 2009؛ Kwarisima, 2016)، هذا وقد تكوّن مقياس الدراسة من جزأين:

- الجزء الأول: تضمّن المعلومات الديمغرافية، والمكونة من: الجنس، الفئة العمرية، المستوى الدراسي، طبيعة العمل، مستوى الدخل الشهري بالدينار الأردني، ومكان السكن.
- الجزء الثاني: تضمّن محاور الدراسة، وهي كما يلي:
- المحور الأول: تناول طرق عملية شراء الأصوات الانتخابية، ويتضمن العبارات من (1-7).
- المحور الثاني: والمتعلق بالعوامل التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم، ويتضمن العبارات من (8-22).
- المحور الثالث: والمتعلق بآثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية، ويتضمن العبارات من (23-28).

- المحور الرابع: ويتضمن معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية، ويتضمن العبارات من (29-36).

#### صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق مقياس الدراسة من خلال طريقتين هما: صدق المحتوى أو صدق المحكمين، وصدق البناء الداخلي، وفيما يلي توضيحاً لذلك:

#### صدق المحتوى:

تم عرض المقياس بعد إعداد الصورة الأولية على (7) محكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في قسم علم الجريمة، وعلم الاجتماع والإعلام، والقانون، والعلوم السياسية، وعلم النفس التربوي في جامعة مؤتة والجامعات الأردنية الأخرى، وذلك لإبداء آرائهم في صدق المضمون، وانتماء العبارات للمقياس ومدى ملاءمتها لقياس ما وضعت لقياسه، ودرجة وضوحها، ومن ثم تم اقتراح التعديلات المناسبة، وقد تم اعتماد معيار (80%) لبيان صلاحية العبارة، وبناءً على آراء المحكمين، تم تعديل بعض العبارات من ناحية الصياغة لزيادة وضوحها، وتم حذف بعضها الآخر بسبب تشابهها وقرب مدلولها مع عبارات أخرى، وتم حذف بعض العبارات لعدم مناسبتها لأغراض الدراسة، وعدم مناسبة بعضها للمحور الذي تنتهي إليه، وبالنتيجة، أصبح المقياس يتألف من (36) عبارة موزعة على جزأين، وهما (الجزء الأول: ويتضمن البيانات الديمغرافية لأفراد العينة، والجزء الثاني يتضمن محاور الدراسة).

#### صدق البناء:

تم حساب دلالات صدق البناء للمقياس من خلال حساب ارتباط درجة العبارة بالمحور الذي تنتهي إليه من خلال اختبار بيرسون Pearson Correlation، والجدول (1) يوضح تلك النتائج:

الجدول (1): معاملات الارتباط للعبارة مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه باستخدام اختبار Pearson Correlation للتعرف إلى صدق البناء لمقياس الدراسة، حيث (ن=50)

معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية		أثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية		العوامل التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم		طرق عملية شراء الأصوات	
الارتباط بالبعد	الرقم	الارتباط بالبعد	الرقم	الارتباط بالبعد	الرقم	الارتباط بالبعد	الرقم
.331**	1	.472**	1	.261**	1	.275**	1
.505**	2	.431**	2	.351**	2	.246**	2
.458**	3	.398**	3	.266**	3	.344**	3
.380**	4	.381**	4	.171*	4	.236**	4
.434**	5	.500**	5	.436**	5	.354**	5
.272**	6	.315**	6	.475**	6	.274**	6
.501**	7			.331**	7	.413**	7
.502**	8			.261**	8		
				.625**	9		
				.347**	10		
				.349**	11		
				.287**	12		
				.232**	13		
				.313**	14		

طرق عملية شراء الأصوات	العوامل التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم	آثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية	معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية
	15	0.210**	

\*: دالة عند مستوى الدلالة (0.05) \*\*: دالة عند مستوى الدلالة (0.01)

يتضح من الجدول (1) أن قيم معاملات الارتباط بين عبارات المقياس والدرجة الكلية للمحور التي تنتهي إليه كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01، 0.05)، مما يشير إلى أن جميع العبارات تسهم في الدرجة الكلية للمقياس بشكل فعال، وأن جميع عبارات المقياس تقيس الخاصية نفسها، مما يؤكد صدق بناء المقياس.

ثبات أداة الدراسة:

يُعد معامل الثبات من أهم المؤشرات التي تقود إلى تعميم النتائج، ويرتبط الثبات بالأداة التي يمكن استخدامها في الدراسة من حيث مدى قدرة المقياس على قياس الشيء المراد قياسه ومدى دقة القراءة التي يمكن أن يتم الحصول عليها من خلال المقياس، ولحساب ثبات أداة الدراسة، قام الباحثان بحساب اتساق كل عبارة من المقياس مع المحور الذي تنتهي إليه العبارة، وقد تم استخدام حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات في المقياس عن طريق استخدام معامل (ألفا كرونباخ) وبين الجدول (2) نتائج الاختبار.

الجدول (2): معاملات الثبات لعبارات أداة الدراسة باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

معامل الثبات باستخدام كرونباخ ألفا	العبارات	معايير الدراسة
0.913	7-1	طرق عملية شراء الأصوات
0.868	15-1	العوامل التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم
0.910	6-1	آثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية
0.866	8-1	معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية
0.940	36-1	الأداة ككل

يتضح من الجدول (2) أن قيم معامل كرونباخ ألفا للأبعاد الفرعية الخاصة باللامعيارية تراوحت ما بين (0.866 - 0.913) وبدرجة كلية بلغت (0.940)، وهي قيم مقبولة لأغراض الدراسة الحالية (Hair et al., 2010).

مفتاح تصحيح المقياس

تمت مراعاة أن يتدرج مقياس (ليكرت الخماسي) المستخدم في الدراسة تبعاً لقواعد وخصائص المقاييس كما يلي:

بدائل الإجابة				
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

واعتماداً على ما تقدم، فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة تم التعامل معها على النحو الآتي وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي:

$$\frac{(1-5)}{3} = \frac{4}{3} = 1.33 \text{ وهذه القيمة تساوي طول الفئة.}$$

- وبذلك يكون المستوى المنخفض من 1.00 - 2.33

- ويكون المستوى المتوسط من 2.34- 3.67
- ويكون المستوى المرتفع من 3.68- 5.00

#### 4- نتائج الدراسة ومناقشتها.

- النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية؟ للإجابة عن السؤال الأول، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية، والجدول (3) يوضح ذلك: الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى "الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية" مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
2	تقديم الوعود بالتوظيف	4.04	1.08	1	مرتفع
1	دفع أموال نقدية للناخبين	3.95	1.21	2	مرتفع
5	التبرعات والمساعدات	3.83	1.11	3	مرتفع
6	زيارة منازل الناخبين، وحجز هوياتهم لحين موعد العملية الانتخابية	3.82	1.16	4	مرتفع
3	تزويد الناخبين بالمؤن الغذائية	3.81	1.13	5	مرتفع
4	تزويد الناخبين بمستلزمات المنزل من أدوات كهربائية وخلافه	3.55	1.15	6	متوسط
7	فتح المحلات التجارية الخاصة بالمرشحين أو وسطائهم، والسماح للناخبين بالتسوق منها مجاناً	3.41	1.17	7	متوسط
	المتوسط الحسابي العام	3.78	0.93		مرتفع

يتضح من الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية لـ (الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية) لدى الناخبين والمرشحين، تراوحت ما بين (4.04 و 3.41)، حيث حازت الطرق على متوسط حسابي إجمالي (3.78)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت العبارة رقم (2) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.04)، وانحراف معياري (1.08)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت العبارة على (تقديم الوعود بالتوظيف)، وفي المرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (1) بمتوسط حسابي بلغ (3.95) وانحراف معياري (1.21) وهو من المستوى المرتفع، حيث نصت العبارة على (دفع أموال نقدية للناخبين)، وفي المرتبة الثالثة جاءت العبارة (5) بمتوسط حسابي (3.83) وانحراف معياري (1.11)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت العبارة (5) على (التبرعات والمساعدات)، وفي المرتبة السادسة وما قبل الأخيرة جاءت العبارة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.55) وانحراف معياري (1.15) وهو من المستوى المتوسط، وقد نصت العبارة على (تزويد الناخبين بمستلزمات المنزل من أدوات كهربائية وخلافه). وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاءت العبارة رقم (7) بمتوسط حسابي (3.41) وانحراف معياري (1.17)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت العبارة على (فتح المحلات التجارية الخاصة بالمرشحين أو وسطائهم، والسماح للناخبين بالتسوق منها مجاناً).

- النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما أهم الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم؟ وللإجابة عن السؤال الثاني، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن أهم الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم، والجدول (4) يوضح ذلك: الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى "أهم الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم" مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	الظروف الاقتصادية السيئة	4.22	0.92	1	مرتفع
4	قناعة الناخبين بعدم جدوى العملية الانتخابية	4.18	0.90	2	مرتفع
10	المنافسة غير الشريفة بين بعض المرشحين	4.11	0.89	3	مرتفع
7	ضعف الرقابة على مجريات العملية الانتخابية	4.08	0.93	4	مرتفع
3	الإحباط السياسي	4.07	0.95	5	مرتفع
6	ضعف الثقة لدى الناخبين بجدوى اختيار المرشح الكفء	4.05	0.94	6	مرتفع
8	عدم وجود تشريعات رادعة لضبط عمليات بيع الأصوات وشرائها	4.02	0.97	7	مرتفع
2	قلة الوعي بأهمية العملية الانتخابية	4.01	1.07	8	مرتفع
11	السيولة النقدية لدى بعض المرشحين	4.01	0.86	8	مرتفع
12	عدم وعي الناخبين بالآثار السياسية والقانونية لعملية بيع وشراء الأصوات الانتخابية	4.00	0.98	10	مرتفع
15	ضعف الوازع الديني	3.97	0.86	11	مرتفع
9	عدم كفاية النص القانوني المتعلق بشراء الأصوات الانتخابية	3.96	0.96	12	مرتفع
14	انهيار منظومة القيم الأخلاقية	3.92	0.80	13	مرتفع
13	خبرة ومهارة المرشحين لأكثر من دورة انتخابية، ومعرفتهم بكواليس وخبايا الانتخابات	3.85	1.01	14	مرتفع
5	الضغط العائلي أو العشائري	3.70	1.06	15	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	4.01	0.56		مرتفع

يتضح من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية لـ (أهم الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم الطرق المباشرة وغير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية)، تراوحت ما بين (4.22 و 3.70)، حيث حازت الأسباب على متوسط حسابي إجمالي (4.01)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت العبارة رقم (1) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.22)، وبانحراف معياري (0.92)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت العبارة على (الظروف الاقتصادية السيئة)، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Kwarismi,2016)، حيث إن من أهم أسباب بيع الأصوات الانتخابية هو الفقر الشديد وسوء الأوضاع الاقتصادية، وفي المرتبة الخامسة عشرة والأخيرة جاءت العبارة رقم (5) بمتوسط حسابي (3.70) وبانحراف معياري (1.06)، وهو من المستوى المرتفع، حيث نصت العبارة على (الضغط العائلي أو العشائري).

- النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما آثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية؟ للإجابة عن السؤال الثالث، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن آثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية، والجدول (5) يوضح ذلك:

الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى "أثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية" مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
5	إن استمرار ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية يكرّس من ضعف المجالس النيابية	4.21	0.87	1	مرتفع
3	إن بيع أصوات الناخبين يفرز مجلس نيابي غير فاعل وغير قادر على أداء مهمتي الرقابة والتشريع	4.19	0.89	2	مرتفع
4	إن بيع أصوات الناخبين يؤثر سلباً على التنمية والإصلاح السياسي	4.18	0.94	3	مرتفع
6	إن بيع أصوات الناخبين يجذّر سلوك الرشوة في المجتمع الأردني، ويجعله أمراً مستساغاً	4.15	0.90	4	مرتفع
2	إن بيع الأصوات الانتخابية يسلب من الناخب حق المشاركة وإبداء الرأي بأداء المجلس النيابي	3.97	0.93	5	مرتفع
1	إن بيع الأصوات الانتخابية يختزل دور الناخب في العملية الانتخابية	3.94	0.81	6	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	4.11	0.74		مرتفع

يتضح من الجدول (5) أن قيم المتوسطات الحسابية لـ (أثار بيع أصوات الناخبين على العملية الانتخابية)، تراوحت ما بين (4.21 و 3.94)، حيث حازت الآثار على متوسط حسابي إجمالي (4.11)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت العبارة رقم (5) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.21)، وانحراف معياري (0.87)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت العبارة على (إن استمرار ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية يكرّس من ضعف المجالس النيابية)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت العبارة رقم (1) بمتوسط حسابي (3.94) وانحراف معياري (0.81)، وهو من المستوى المرتفع، حيث نصت العبارة على (إن بيع الأصوات الانتخابية يختزل دور الناخب في العملية الانتخابية). وتتفق نتيجة هذا المحور مع ما جاء في دراسة (الجبور، 2016؛ Kwarismi, 2016؛ Vicente & Wantchekon, 2009)، والتي أكدت على وجود العديد من الآثار السلبية لعملية بيع الأصوات الانتخابية، حيث إن المرشح الذي يستغل المال الأسود للوصول إلى المجلس النيابي لا يهتم للمصلحة العامة، ويهدف فقط إلى استغلال منصبه السياسي لتعظيم ثرواته وزيادة رأس ماله، الأمر الذي سيشكل عقبة أمام التنمية الاقتصادية، ويؤثر سلباً على الديمقراطية من حيث الحرمان من الحقوق السياسية، والمساواة السياسية بين الجنسين.

• النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما معوقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية؟

للإجابة عن السؤال الرابع، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد عينة الدراسة عن معوقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية، والجدول (6) يوضح ذلك:

الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى "معوقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية" مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
6	النأي بالنفس وعدم التبليغ عن حالات شراء الأصوات الانتخابية	4.03	0.86	1	مرتفع
7	امتناع الناخبين عن التبليغ عن حالات سرقة الأصوات الانتخابية بسبب درجة القرابة التي تربطه بالمرشحين	4.03	0.82	2	مرتفع
5	تحايل المرشحين والناخبين على القانون	4.00	0.82	3	مرتفع
3	تتم عملية شراء الأصوات من خلال وسطاء للمرشحين، مما يصعب من	3.99	0.89	4	مرتفع

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
	الكشف عن المرشح الذي يقوم بشراء الأصوات الانتخابية				
8	امتناع الناخبين عن التبليغ عن شراء الأصوات الانتخابية بسبب خوفهم من سماسرة الأصوات الذين ينتمون غالباً إلى فئة أصحاب السوابق	3.92	0.87	5	مرتفع
1	صعوبة إثبات عمليات شراء الأصوات وبيعها؛ لأنها تحدث بصورة سرية	3.91	0.97	6	مرتفع
2	صعوبة الحصول على أدلة مادية أو شهادات تثبت وقوع عمليات شراء الأصوات	3.89	0.99	7	مرتفع
4	عدم وجود انتشار أمني خلال العملية الانتخابية	3.58	1.09	8	متوسط
	المتوسط الحسابي العام	3.92	0.66		مرتفع

يتضح من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لـ (معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية)، تراوحت ما بين (3.58 و 4.03)، حيث حازت معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية على متوسط حسابي إجمالي (3.92)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت العبارة رقم (6) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.03)، وبانحراف معياري (0.86)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصت العبارة على (النأي بالنفس وعدم التبليغ عن حالات شراء الأصوات الانتخابية)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاءت العبارة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.58) وبانحراف معياري (1.09)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصت العبارة على (عدم وجود انتشار أمني خلال العملية الانتخابية).

• النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند  $(0.05 \leq \alpha)$  في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف بعض خصائصهم الديمغرافية المتعلقة بالجنس، والعمر؟ للإجابة عن السؤال الخامس، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار عينتين مستقلتين Independent Sample T-test، واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واستخدام اختبار LSD للمقارنات البعدية، للتعرف إلى دلالة الفروق في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف بعض خصائصهم الديمغرافية المتعلقة بالجنس، والعمر، وفيما يلي النتائج:

#### أولاً- الجنس:

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار عينتين مستقلتين Independent Sample T-test، للتعرف إلى دلالة الفروق في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف الجنس، والجدول (7) يوضح ذلك:

الجدول (7) اختبار عينتين مستقلتين Independent Sample T-test للتعرف إلى دلالة الفروق في مستوى

الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف الجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة (t)	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	الجنس	مصدر التباين
0.062	1.868	834	4.04	0.57	452	ذكر	الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم
			3.97	0.55	384	أنثى	

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (7) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف الجنس، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لاستجابات الذكور (4.04) وبانحراف معياري (0.57)، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لاستجابات الإناث (3.97)

وبانحراف معياري (0.55) قيمة الإحصائي (t) (1.868) وهي قيمة غير دالة عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، والفروق ما بين المتوسطات الحسابية إن وجدت؛ لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية.

ثانياً- العمر:

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف إلى الفروق في دلالة الفروق في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف العمر، والجدول (8) يوضح ذلك:

الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى الفروق في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف العمر

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
25 سنة فأقل	103	3.96	0.48
26 - 36 سنة	285	4.06	0.44
37 - 47 سنة	383	4.01	0.60
48 سنة فأكثر	65	3.86	0.78
المجموع	836	4.01	0.56

يتضح من الجدول (8) وجود فروق ظاهرية ما بين قيم المتوسطات الحسابية في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف العمر، وللكشف عن دلالة الفروق، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والذي تظهر نتائجه في الجدول (9) الآتي:

الجدول (9) اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف إلى دلالة الفروق في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف العمر

الدلالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	بين المجموعات	الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم
*.046	2.684	.830	3	2.491	بين المجموعات	
		.309	832	257.437	داخل المجموعات	
			835	259.928	المجموع	

\*: دال إحصائي عند مستوى (0.05) فأقل.

يتضح من الجدول (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف العمر، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (2.684)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، وللتعرف إلى مصدر الفروق، تم استخدام اختبار LSD للمقارنات البعدية؛ والذي تظهر نتائجه في الجدول (10) الآتي:

الجدول (10) اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف العمر

الدلالة الإحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-J)	(I) الفئة العمرية	(J) الفئة العمرية
.122	-.09888	25 سنة فأقل	26 - 36 سنة
.472	-.04438	25 سنة فأقل	37 - 47 سنة

الدلالة الإحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-I)	(I)الفئة_العمرية	(I)الفئة_العمرية
.235	.10465	48سنة فأكثر	
.122	.09888	25سنة فأقل	26 - 36سنة
.211	.05450	37 - 47سنة	
.008	.20353*	48سنة فأكثر	
.472	.04438	25سنة فأقل	37 - 47سنة
.211	-.05450	26 - 36سنة	
.046	.14902*	48سنة فأكثر	
.235	-.10465	25سنة فأقل	48سنة فأكثر
.008	-.20353*	26 - 36سنة	
.046	-.14902*	37 - 47سنة	

يتضح من الجدول (10) أن مصدر الفروق في مستوى الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم كان لصالح الفئة العمرية (26 - 36 سنة)، ومن ثم لصالح الفئة العمرية (37 - 47) سنة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن هاتين الفئتين من العمر هم الأقل وعياً بالآثار القانونية والسياسية لعملية بيع الأصوات الانتخابية، وربما تعزى هذه النتيجة أيضاً إلى أن أغلب الأفراد ضمن هذه الفئة العمرية يعانون من البطالة، وبالتالي، هم بحاجة إلى النقود، ومن أجل ذلك قد يبيعون أصواتهم الانتخابية لتحقيق كسب مادي.

#### الخاتمة.

- توصلت الدراسة إلى أن الطرق المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية تتمثل بمنح المال مقابل الصوت الانتخابي، أما الطرق غير المباشرة لعملية شراء الأصوات الانتخابية، فتمثلت بتقديم الوعود بالتوظيف، والتبرعات والمساعدات، وزيارة منازل الناخبين، وحجز هوياتهم لحين موعد العملية الانتخابية، وتزويد الناخبين بالمؤن الغذائية ومستلزمات المنزل من أدوات كهربائية وخلافه، وفتح المحلات التجارية الخاصة بالمرشحين أو وسائطهم، والسماح للناخبين بالتسوق منها مجاناً، وتقديم العيديات، وتقديم المساعدة للطلاب في الدراسة، "وأعمال الخير المؤقتة".
- توصلت الدراسة إلى أن أهم الأسباب التي تدفع الناخبين إلى بيع أصواتهم الانتخابية هي الظروف الاقتصادية السيئة، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Kwarismi,2016)، حيث إن من أهم أسباب بيع الأصوات الانتخابية هو الفقر الشديد وسوء الأوضاع الاقتصادية، وكان من ضمن الأسباب الأخرى قناعة الناخبين بعدم جدوى العملية الانتخابية، والمنافسة غير الشريفة بين بعض المرشحين، وضعف الرقابة على مجريات العملية الانتخابية، والإحباط السياسي، وضعف الثقة لدى الناخبين بجدوى اختيار المرشح الكفاء، وعدم وجود تشريعات رادعة لضبط عمليات بيع الأصوات وشراؤها، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (خلف، 2020) من حيث كون الحماية الجزائية لشراء الأصوات غير كافية، مما يؤدي إلى سهولة الإفلات من العقوبة، ومن ضمن الأسباب الأخرى قلة الوعي بأهمية العملية الانتخابية، والسهولة النقدية لدى بعض المرشحين، وعدم وعي الناخبين بالآثار السياسية والقانونية لعملية بيع وشراء الأصوات الانتخابية، وضعف الوازع الديني، وعدم كفاية النص القانوني المتعلق بشراء الأصوات الانتخابية، وانهايار منظومة القيم الأخلاقية، وخبرة ومهارة المرشحين لأكثر من دورة انتخابية، ومعرفتهم بكواليس وخبايا الانتخابات، وأخيراً، الضغط العائلي أو العشائري.

- توصلت الدراسة إلى أن الآثار السلبية المترتبة على بيع أصوات الناخبين تتمثل بتكريس ضعف المجالس النيابية، من خلال إفراز مجالس نيابية غير فاعلة وغير قادرة على أداء مهمتي الرقابة والتشريع، هذا إلى جانب التأثير سلباً على التنمية والإصلاح السياسي، من خلال تجذير سلوك الرشوة في المجتمع الأردني، وجعله أمراً مستساغاً، وسلب الناخب حقه في المشاركة وإبداء الرأي بأداء المجلس النيابي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الجبور، 2016؛ Kwarismi, 2016؛ Vicente & Wantchekon, 2009)، والتي أكدت على وجود العديد من الآثار السلبية لعملية بيع الأصوات الانتخابية، حيث إن المرشح الذي يستغل المال الأسود للوصول إلى المجلس النيابي لا يهتم للمصلحة العامة، ويهدف فقط إلى استغلال منصبه السياسي لتعظيم ثرواته وزيادة رأس ماله، الأمر الذي سيشكل عقبة أمام التنمية الاقتصادية، ويؤثر سلباً على الديمقراطية من حيث الحرمان من الحقوق السياسية، والمساواة السياسية بين الجنسين.
- توصلت الدراسة إلى أن أبرز معيقات مكافحة شراء الأصوات الانتخابية تتمثل بالنأي بالنفس وعدم التبليغ عن حالات شراء الأصوات الانتخابية، وامتناع الناخبين عن التبليغ عن حالات سرقة الأصوات الانتخابية بسبب درجة القربة التي تربطه بالمرشحين، وتحايل المرشحين والناخبين على القانون، وأن عملية شراء الأصوات تتم من خلال وسطاء للمرشحين، مما يصعب من الكشف عن المرشح الذي يقوم بشراء الأصوات الانتخابية، كما أن امتناع الناخبين عن التبليغ عن شراء الأصوات الانتخابية بسبب خوفهم من سمسرة الأصوات الذي ينتمون غالباً إلى فئة السوابق، وصعوبة إثبات عمليات شراء الأصوات وبيعها لأنها تحدث بصورة سرية، وصعوبة الحصول على أدلة مادية أو شهادات تثبت وقوع عمليات شراء الأصوات، وعدم وجود انتشار أمني خلال العملية الانتخابية، كل ذلك يشكل تحديات ومعيقات في مواجهة ظاهرة بيع الأصوات الانتخابية.
- توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم باختلاف الجنس، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى الأسباب التي تدفع بالناخبين إلى بيع أصواتهم تعزى لمتغير الفئة العمرية، ولصالح الفئة العمرية (26 - 36 سنة)، ومن ثم لصالح الفئة العمرية (37 - 47) سنة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن هاتين الفئتين من العمر هم الأقل وعياً بالآثار القانونية والسياسية لعملية بيع الأصوات الانتخابية، وربما تعزى هذه النتيجة أيضاً إلى أن أغلب الأفراد ضمن هذه الفئة العمرية يعانون من البطالة، وبالتالي، هم بحاجة إلى النقود، ومن أجل ذلك قد يبيعون أصواتهم الانتخابية لتحقيق كسب مادي.

### التوصيات والمقترحات.

- في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج، يوصي الباحثان ويقترحان ما يلي:
- 1- إعادة النظر في التشريعات المجرمة لظاهرة شراء الأصوات الانتخابية، وتغليظ عقوبة هذه الأفعال لما لها من انعكاسات سلبية ومدمرة على مسيرة التنمية والإصلاح السياسي والديمقراطية.
  - 2- يجب على المؤسسات التعليمية ممثلة بالمدرسة والجامعة توعية طلابها بمخاطر بيع وشراء الأصوات الانتخابية، ويتم ذلك من خلال إجراء نشاطات ومبادرات وبرامج تبث على الإذاعة المدرسية وإذاعات الجامعات الأردنية للتوعية بخطورة هذه الظاهرة.
  - 3- تعزيز التعاون بين أجهزة الإعلام والهيئة المستقلة للانتخاب، وبث برامج توعية بخطورة ظاهرة شراء الأصوات الانتخابية.

4- يجب على الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدني توعية منتسبيها من مخاطر العملية الانتخابية، وتدريب راصدي العملية الانتخابية على كيفية توثيق عمليات بيع وشراء الأصوات الانتخابية.

## قائمة المصادر والمراجع

### أولاً- المراجع بالعربية:

- إسماعيل، حنان، (2019)، العوامل المؤثرة في مشاركة الناخب المصري في الانتخابات البرلمانية للعام 2015 مركز ميت غمر محافظة الدقهلية إنموذجاً، مجلة شؤون اجتماعية، مج36، ع(141)، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، الشارقة، ص115-ص144.
- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، (1948)، [www.un.org](http://www.un.org).
- بن داود، إبراهيم، (2011)، المعايير الدولية للنزاهة الانتخابية مدى تحقق البناء الديمقراطي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص338-ص365.
- الجبور، رامي، (2016)، اتجاهات المواطنين نحو المعوقات الوظيفية لشراء الأصوات في الانتخابات البرلمانية الأردنية وتأثيرها على طبيعة المجلس المنتخب، مجلة مؤتمة للبحوث والدراسات سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج31، ع(6)، جامعة مؤتمة، ص169-ص198.
- حجازي، مصطفى، (1998)، التخلف الاجتماعي سيكولوجية الإنسان المقهور، بيروت: معهد الإنماء العربي.
- الحسيني، محمد، (2014)، الأثر الاجتماعي للنظام الانتخابي الأردني، عمان: مؤسسة فريدريش إيبيرت.
- الحمداني، ميسون، (2017)، الجرائم الماسة بسلامة العملية الانتخابية في القانون العراقي، مجلة جامعة الإسراء للعلوم الإنسانية، ع(2)، جامعة الإسراء، عمان، ص79-ص108.
- حمورة، جو، (2016)، النخب السياسية تحالفها وتصادمها، [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com).
- خلف، محمد، (2020)، الجرائم الانتخابية وفقاً لقانون الانتخاب دراسة مقارنة بين القانون الأردني والعراقي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- خلف، ياسر، (2018)، البيئة الداخلية والخارجية وأثرها على المشاركة السياسية والتحول الديمقراطي في العراق في عام 2003، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج9، ع(4)، جامعة قناة السويس، كلية التجارة بالاسماعيلية، ص171-ص206.
- دستور الأردن الصادر عام 1952 وتعديلاته 2011، 2014، 2016.
- ذياب، هالة، (2017)، جريمة الرشوة الانتخابية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ديالى، ديالى، العراق.
- الشخاترة، موسى، (2018)، الجرائم المرتبطة بالدعاية الانتخابية وفقاً لقانون انتخاب مجلس النواب الأردني رقم 6 لعام 2016، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسراء، عمان، الأردن.
- شطناوي، فيصل، (2007)، حق الترشيح وأحكامه الأساسية لعضوية مجلس النواب في التشريع الأردني، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، عمان.
- العجارمة، منير والعراسي، سارة والفايز، أكرم، (2019)، الجرائم الانتخابية في قانون الانتخاب لمجلس النواب رقم 6 لسنة 2016، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج46، ملحق، الجامعة الأردنية، ص353-ص370.

- العضاييلة، سالم والحريرات، خالد، (2020)، جريمة الرشوة الانتخابية في التشريع الأردني دراسة تحليلية ومقارنة، المجلة الأردنية في القانون والعلوم السياسية، مج12، ع(1)، جامعة مؤتة، ص103-ص139.
- العهد الدولي الخاص بالحقوق السياسية والمدنية، (1966)، www.un.org.
- قانون الانتخاب لمجلس النواب لسنة 2016.
- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (137/64) للعام (1991)، والمتعلق بإنشاء شعبة المساعدة الانتخابية، www.un.org.
- القطان، إيمان، (2020)، دراسة للجرائم الانتخابية الماسة بنزاهة وشفافية العملية الانتخابية ونتائج اعتبارها من جرائم الفساد، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، ع(3)، السنة الثامنة، ص151-ص201.
- مركز الدراسات الاستراتيجية، (2010)، تقرير حول انتخابات المجلس النيابي السادس عشر، عمان.
- المركز الوطني لحقوق الإنسان، (2007)، تقرير حول مجريات العملية الانتخابية للعام 2007، عمان.
- المشاقبة، أمين، (2020)، نظريات السياسة المقارنة من التقليدية إلى العولمة، ط(1)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- المشهداني، محمد، (1991)، النظم السياسية، الموصل: دار الحمة للطباعة والنشر.
- مصطفى، خليف، (2016)، الرقابة القضائية على العملية الانتخابية، مجلة العلوم والحقوق الانسانية، الجزائر.
- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب، (1981)، www.un.org.
- الهيئة المستقلة للانتخاب، www.iec.jo.

#### ثانياً- المراجع بالإنجليزية:

- Hair, J. F; Black, W. C; Babin, B. J; Anderson, R. E & Tatham, R. L, (2010), "Multivariate Data Analysis ", 7th edition., New York:
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). **Determining sample size for research activities**. Educational and psychological measurement, 30(3), 607-610.
- Kwarisima, Collins, (2016), **Vote buying and Its effect on democracy and development in Uganda: a case of Rwamucucu Sub-County, Kabale District, South Western Uganda**, Unpublished Master Thesis, University of Agder, Norway.
- Sauer, M. (2001). Institutionalize integrity in elections. Sydney: Union Press, "Federation Press".
- Uma Sekeran, Roger Bougie (2010). **Research Methods for Business: A Skill Building Approach**, 5th Edition 5ed, Willey, U.K.
- Vicente, Pedro & Wantchekon, Leonard, Clientelism and vote buying: lessons from field experiments in African elections, **Oxford Review of Economic Policy**, Vol.25, Issue2, P.292-P.305.