

## Voter Turnout and Vote Buying in the 2018 Parliamentary Elections

Jana Mourad and Daniel Garrote Sanchez

### About the authors

Jana Mourad is an economic researcher at LCPS. Her work spans multiple areas pertaining to nationals as well as refugees in Lebanon. She has contributed to various projects on voter behavior, local development, oil and gas, and socioeconomic assessments. Prior to joining LCPS, Mourad was a researcher at the American University of Beirut, where she primarily worked on projects with UNDP and UNHCR. Mourad holds a master's degree in Economics from the American University of Beirut as well as a bachelor's degree in Economics with a minor in Finance and Legal Studies from the Lebanese American University.

Daniel Garrote Sanchez is a senior researcher at the Lebanese Center for Policy Studies. His areas of work include refugees' access to job opportunities and social services, development of lagging regions in Lebanon, and citizens' preferences on government spending. Prior to joining LCPS, he served as a labor market and migration consultant for the World Bank and the Ministry of Labor of Saudi Arabia. He also worked for six years as an economic researcher at the Central Bank of Spain covering a range of macroeconomic topics such as fiscal policy, labor markets, and deleveraging. There, he published several papers and represented the institution in international fora. Garrote Sanchez holds a master's degree in Public Administration and International Development from the Harvard Kennedy School of Government.

### Executive Summary

On 6 May 2018, Lebanon's parliamentary elections were held according to a new electoral law which encompasses elements of proportional representation. The law was ostensibly passed to improve national representation in the parliament and provide new political actors and civil society groups with an opportunity to compete against established political parties. Despite high hopes for greater voter mobilization and more competitive races, only 49.7% of eligible voters cast their ballots and established parties retained control of the national legislature.

This policy brief examines voter turnout and voter behavior using a countrywide opinion survey of 1,200 respondents conducted in the fall of 2018. The results of the survey show that voting decisions are affected by voters' age, occupational status, and political affiliation. More importantly, results show a high degree of voter loyalty, with about 90% of voters casting ballots for the same party in both 2009 and 2018. The survey also highlights the practice of vote buying, with 40% of voters reporting incidents of vote buying in their neighborhoods and 20% acknowledging personal receipt of handouts. The results show that constituents who are most affected by vote buying have a low socioeconomic status, few political connections, and a strong sectarian identity.

This brief's findings highlight the importance of combating youth voter apathy through awareness campaigns that steer them toward engaging in the electoral process. Moreover, this brief focuses on challenges presented by vote buying and recommends enhancing the anonymity of the voting process as well as the drafting and application of laws that penalize parties and candidates who resort to illegal activities to mobilize voters.

## Introduction

On 6 May 2018, Lebanon held its first parliamentary elections in nine years. The polls were held in accordance with a new electoral law enacted in 2017, which encompasses elements of proportional representation and, for the first time in the republic's history, permitted members of the Lebanese diaspora to vote from their countries of residence. The law was hailed as an opportunity to improve representation and allow new political actors and civil society groups to compete with traditional political parties. Despite this, established political parties were successful in preserving their control over the national legislature, as only one candidate who is a member of a new political group that is not affiliated with an established party emerged victorious.

In light of the results of the 2018 parliamentary elections and in order to better assess voter behavior, Statistics Lebanon—in consultation with the Lebanese Center for Policy Studies—conducted the Lebanon Public Opinion Survey in October 2018 (LPOS 2018). The survey targeted 1,200 respondents, was distributed equally between genders, and is representative of the confessional and regional distribution of Lebanese citizens.<sup>1</sup> Based on the survey data, this policy brief examines voter turnout as well as voting behavior, taking into account recorded and reported incidents of vote buying. The findings presented in this policy brief are based on descriptive statistics and regression analysis resulting from the LPOS 2018.

## Comparing Official Voter Turnout Tally with Survey Findings

The 2018 elections saw 49.7% of 3.7 million eligible voters—including some 83,000 expatriates—cast ballots,<sup>2</sup> a decrease from 53.4% in 2009.<sup>3</sup> Official turnout figures differ from participation rates recorded in the LPOS 2018, in which 77.5% of respondents reported having cast a ballot. The disparity between the survey results and recorded turnout at polling stations may be due to differences in socioeconomic characteristics of citizens—as the LPOS

2018 is only representative of the sectarian and regional distribution of citizens but not, for example, their income and education levels—and/or

**... 49.7% of 3.7 million eligible voters—  
including some 83,000 expatriates—cast  
ballots, a decrease from 53.4% in 2009**

misreporting on behalf of respondents. In spite of this disparity, similar patterns are observed in terms of confessional and regional differences, which support the use of the LPOS 2018 for comparative analysis.

## High Variance in Voter Turnout

Further analysis of voter turnout reveals significant variations in voting patterns across sects, districts, and country of residence (residents in Lebanon vs. diaspora). According to the Ministry of Interior and Municipalities, Shia voters had the highest turnout rate (54%), followed by Druze (53%), and

1

The sample was distributed equally among genders with 600 males and 600 females surveyed; is representative of confessional distribution with 320 Sunnis, 310 Shia, 470 Christians, and 100 Druze surveyed; and is representative of geographical distribution with 80 respondents from Akkar, 70 from Baalbek-Hermel, 120 from Beirut, 80 from Bekaa, 480 from Mount Lebanon, 70 from Nabatiyeh, 170 from the North, and 130 from the South.

2

Lebanese Ministry of Interior and Municipalities. 2018. 'نسبة الاقتراع في الدوائر الانتخابية الكبرى والصغرى.' <https://tinyurl.com/y7yezg36>

3

National Democratic Institute. 2009. 'Final Report on The Lebanese Parliamentary Election.' [https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese\\_Elections\\_Report\\_2009.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese_Elections_Report_2009.pdf)

Maronites (52%). Christian minorities (24%), Armenian Orthodox (25%), and Armenian Catholic (26%) voters had the lowest turnout rates. Large geographical disparities were also apparent with Keserwan, Jbeil, and Hermel seeing the highest turnout rates and Beirut, Tripoli, Bcharre, Zgharta, Koura, Bint Jbeil, Hasbaya, and Rachiaya the lowest. The two most densely populated cities in Lebanon (Beirut and Tripoli) rank among those with the lowest electoral participation rates. Moreover, diaspora voters who were able to vote from their country of residence had a higher participation rate. While 56% of registered voters among the diaspora voted, as noted previously, only 49.7% of those residing in Lebanon did so.

### **Determinants of Voter Turnout: Older, Unemployed, and Political Party Members Tend to Vote More**

According to the results of the LPOS 2018 (annex 1), the decision to cast a ballot is significantly influenced by three individual characteristics: Age, occupational status, and political party affiliation.

Survey results show that youth<sup>4</sup> disenfranchisement is widespread, as older Lebanese tend to vote more than their younger counterparts. This observation comports with global trends, which demonstrate that youth voter apathy is high compared to other age groups.<sup>5</sup> For instance, the sixth wave of the World Value Survey conducted from 2010 to 2014—covering 59 countries, representing all regions of the world—shows significant variations in voting patterns between voters 25 years of age or younger and voters 26 years of age or older. When asked ‘Do you vote in national elections?’ 63% of respondents 26 years of age or older (as opposed to 43% of those 25 years old or younger) reported that they always vote and 14% of older voters reported never voting in comparison to 33% of younger ones. The LPOS 2018 shows that occupational status affects voting behavior—with the unemployed more likely to vote. Finally, members of political parties, compared to other voters, are more likely to vote.

**... youth disenfranchisement is widespread, as older Lebanese tend to vote more than their younger counterparts**

### **Voters Are Highly Loyal**

Despite the electoral challenge presented by civil society groups during the 2018 parliamentary elections, the electorate largely supported established parties at the ballot box. Party loyalty is prevalent among voters, as 90% of those who voted for a specific political party in 2009 cast ballots for the same party in 2018. The remaining voters either cast ballots for another party or abstained from voting altogether.

Voter loyalty is dominant across all political party supporters (figure 1). The Amal Movement was successful in retaining 95% of its 2009 voters,

<sup>4</sup> For purposes of the analysis, youth are categorized as those aged 30 years or younger.

<sup>5</sup> International Institute for Democracy and Electoral Assistance. 2016. ‘Voter Turnout Trends around the World.’ <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/voter-turnout-trends-around-the-world.pdf>.

making it the party with the highest level of voter loyalty. The Amal Movement was followed by Hezbollah, with 92% of voters maintaining their loyalty in 2018; the Lebanese Forces (LF), which maintained 92% of its voters; and the Free Patriotic Movement (FPM), which maintained 90%. The Future Movement and Progressive Socialist Party (PSP), although also benefiting from a high degree of loyalty, were more penalized by their traditional voters.

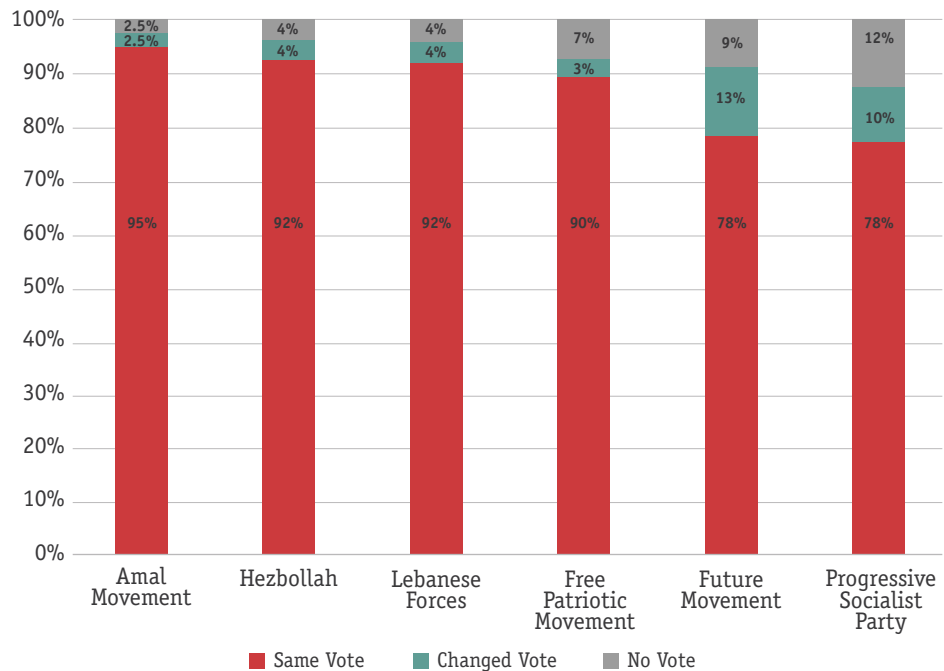
### Party loyalty is prevalent among voters, as 90% of those who voted for a specific political party in 2009 cast ballots for the same party in 2018

Among 2009 Future Movement voters, 78% maintained their loyalty to the party, while 13% voted for another party and 9% did not vote altogether.

Among 2009 PSP voters, 78% maintained their loyalty to the party, while 10% voted for another party and 12% did not vote.

Figure 1

#### How voters for each party in 2009 cast ballots in 2018

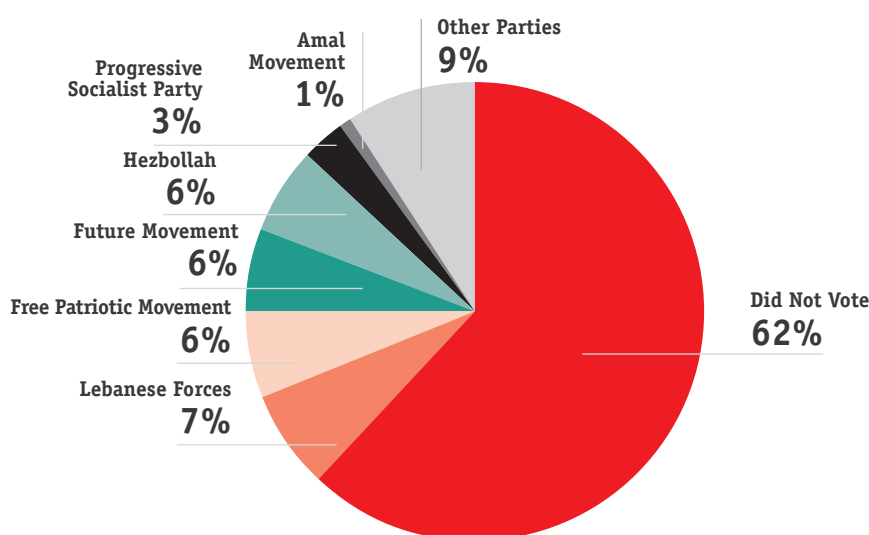


Source LPOS 2018.

The LPOS 2018 results demonstrate path dependence in voting patterns. Eligible voters who cast ballots in 2009 were significantly more likely to vote in 2018, and the same is true for those who did not vote in 2009.<sup>6</sup> Almost two-thirds of eligible voters who abstained from voting in 2009 also did not vote in 2018. This totals nearly just over 1 million<sup>7</sup> voters who were neither engaged in the electoral process nor mobilized by political party or civil society candidates. Regarding those who abstained from voting in 2009 but decided to cast a ballot in 2018, the LF managed to capture 7% of their vote while Hezbollah, the Future Movement, and the FPM managed to each capture 6% (figure 2).

### Almost two-thirds of eligible voters who abstained from voting in 2009 also did not vote in 2018

Figure 2  
How voters who did not vote in 2009 voted in 2018



Source LPOS 2018.

### Vote Buying: A Common Practice

Similar to the 2009 elections, the 2018 elections were conducted amid allegations of fraud and irregularities committed by various political parties and electoral candidates.<sup>8,9</sup> Electoral violations were reported during the campaigning season as well as on election day. These violations and allegations entailed parties' and candidates' management of the electoral process and campaigns, the use of violence, voter intimidation, the distribution of aid as bribes, and non-adherence to the period of electoral silence.<sup>10</sup>

The LPOS 2018 assesses one element of the reported irregularities prevalent in the elections, namely, vote buying. Data from the survey is used to identify those constituents most affected by this practice.

6 This is shown in the second model in annex 1. The model discards the youth (those aged below 30 years) and includes a new variable, namely, whether or not a person voted in the 2009 parliamentary elections.

7 National Democratic Institute. 2009. 'Final Report on the Lebanese Parliamentary Election.' [https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese\\_Elections\\_Report\\_2009.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese_Elections_Report_2009.pdf).

8 Lebanese Association for Democratic Elections. 2018. 'تقرير الجمعية الدولية لتقييم يوم الاقتراع.' <https://tinyurl.com/ycomp4jn>

9 Atallah, S. and N. Geagea. 2018. المجلس النيابي اللبناني 2009-2017: بين التمديد والتفريغ خارطة طريق لاستعادة المجلس لدوره التشريعي والرقابي. Lebanese Center for Policy Studies.

10 Lebanese Association for Democratic Elections. 2018. 'تقرير الجمعية الدولية لتقييم يوم الاقتراع.' <https://tinyurl.com/ycomp4jn>

11

Hicken, A. 2011. 'Clientelism.' *Annual Review of Political Science* 14: 289–310

Schaffer, F. and A. Schedler. 2007. 'What is Vote Buying?' in *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*, ed. by F. Schaffer, Boulder, Colorado: Lynn Rienner.

Nichter, S. 2008. 'Vote Buying or Turnout Buying? Machine Politics and the Secret Ballot.' *American Political Science Review* 102: 19–31.

### Even though the new electoral law adopted elements of proportional representation, it fosters clientelistic networks via different means ...

12

Atallah, S. and Z. El-Helou. 2018. 'Lebanese Elections: Clientelism as a Strategy to Garner Votes.' *Lebanese Center for Policy Studies*.  
<http://www.lcps-lebanon.org/featuredArticle.php?id=134>

13

Keefer, P., and R. Vlaicu. 2008. 'Democracy, Credibility, and Clientelism.' *Journal of Law, Economics, and Organization* 24: 371–406.

Hanusch, M.; P. Keefer, R. Vlaicu. 2016. 'Vote Buying or Campaign Promises? Electoral Strategies When Party Credibility is Limited.' *IDB Working Paper Series*, No. IDB-WP-691, Inter-American Development Bank (IDB), Washington, DC.

14

Kitschelt, H. 2000. 'Linkages Between Citizens and Politicians in Democratic Polities.' *Comparative Political Studies* 33: 845–879.

Vote buying is defined as the process by which gifts in the form of money or goods are provided in order to persuade constituents to vote in a certain manner, mobilize on election day, or abstain from voting.<sup>11</sup> Even though the new electoral law adopted elements of proportional representation, it fosters clientelistic networks via different means, the most pertinent of which are casting a preferential vote and redefining the boundaries of electoral districts in line with confessional stipulations outlined under the Taef Accord. These networks are further reinforced by the fact that although a segment of the Lebanese electorate votes based on confessional and/or ideological convictions, another segment bases its choice on the services or handouts that candidates

provide in exchange for voting for a specific list or candidate. The practice of clientelism impairs democracy, as instead of voters holding politicians accountable, political parties

have the upper hand in rewarding or penalizing voters for their electoral choices.<sup>12</sup>

Possible tradeoffs between vote buying and public service provision are underscored in the literature. For example, it has been demonstrated that preferences for targeted transfers and vote buying are linked to the inability of politicians to make reliable promises to citizens.<sup>13</sup> Moreover, countries where non-programmatic political parties prevail tend to be the most prone to the practice of vote buying.<sup>14</sup> This is applicable to Lebanon, where political parties rely on confession and ideology rather than programs to secure votes.

According to the LPOS 2018 results, 40% of voters report incidents of vote buying in their neighborhoods. When directly asked about whether they personally received handouts in exchange for their votes, only 20% respond

### According to the LPOS 2018 results, 40% of voters report incidents of vote buying in their neighborhoods

affirmatively. This percentage is lower than the former, as even if a small fraction of a neighborhood is targeted by vote buying, a larger segment

of its residents can observe the provision of handouts to their neighbors. The gap can also be related to biases against self-reported vote buying. In any case, these numbers remain indicative of the broad presence of vote buying in the 2018 elections.

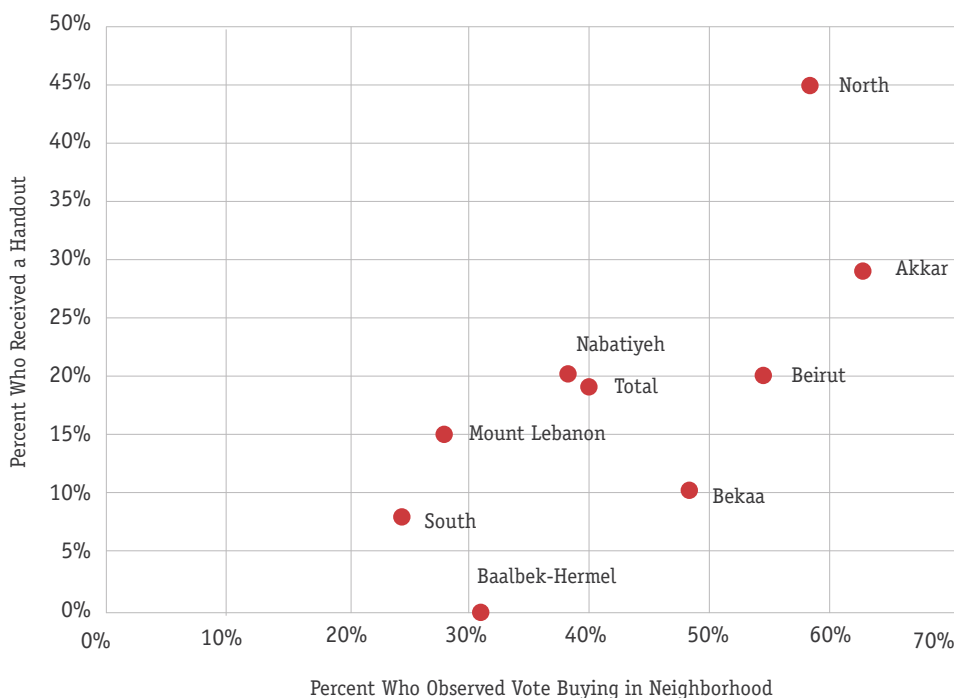
Reports of vote buying vary across governorates, with the highest degree reported in the North and the lowest in the South and Baalbek-Hermel (figure 3). Low reporting of vote buying in the South and Baalbek-Hermel may be due to biases, misreporting, or the fact that these regions have majority Shia residents, who according to the data and literature are less likely to be targeted for vote buying. The literature emphasizes how Shia political groups

manage and cater to the various needs of their constituencies. The two most prominent Shia political parties operate in opposing manners. The Amal Movement is rooted in Lebanese public institutions and provides its supporters with state resources whereas Hezbollah’s patronage networks function independently of state agencies by establishing and managing institutions offering services including education, health, urban development, micro-credit, agriculture, religion, culture, and sports.<sup>15</sup> The literature emphasizes the social contract Hezbollah has forged with its constituents, which is more long-term in nature than ‘contracts’ forged by other parties with their constituents and centers on providing social services. This suggests that Hezbollah does not need to provide handouts or engage in vote buying in the lead-up to election day in order to secure votes. In brief, it can be argued that the votes among Shia constituents are captured long before elections are held.

### The LPOS 2018 shows that low-income individuals are more likely to report vote buying and receive handouts compared to upper-class and middle-class voters

**15**  
Harb M. 2008. ‘Faith-Based Organizations as Effective Development Partners? Hezbollah and Post-War Reconstruction in Lebanon.’ In: Clarke G., Jennings M. (eds) *Development, Civil Society and Faith-Based Organizations*. International Political Economy Series. Palgrave Macmillan, London.

**Figure 3**  
**Vote buying in the 2018 Parliamentary Elections**

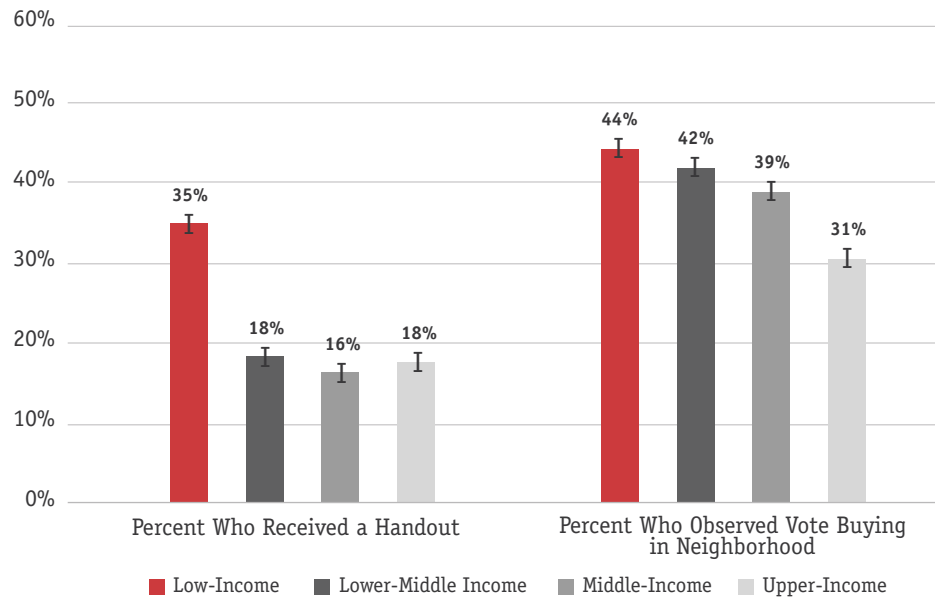


Source **LPOS 2018**.

The LPOS 2018 shows that low-income<sup>16</sup> individuals are more likely to report vote buying and receive handouts compared to upper-class and middle-class voters (figure 4).

**16**  
Income levels were derived from the LPOS 2018 question ‘Please tell me which answer best describes your current economic situation’ whereby respondents had to choose one of the following four options: 1) I have trouble feeding myself and my family and buying even the most essential things for survival; 2) I have enough means for survival, but I do not have enough money for extra things; 3) I am able to afford things like new clothes and eating at restaurants but not often; 4) I am able to afford things like new clothes and eating out and also support other members of my family who are not able to do these things. Respondents were classified as follows: low-income if they choose the first option, lower-middle income if they choose the second, middle-income if they choose the third, and upper-income if they choose the fourth.

Figure 4

**Vote buying by income levels**

Source LPOS 2018.

Note 95% confidence intervals are included in order to assess whether differences are statistically significant or not.

Parties appear to resort to vote buying for the purpose of maintaining loyal voters rather than garnering votes from swing voters. The LPOS 2018 results show that those who did not vote in 2009 are less likely to report handouts in 2018, compared to those who voted in 2009 (figure 5). This finding supports the turnout buying model as opposed to the vote buying model.

**Parties appear to resort to vote buying for the purpose of maintaining loyal voters rather than garnering votes from swing voters**

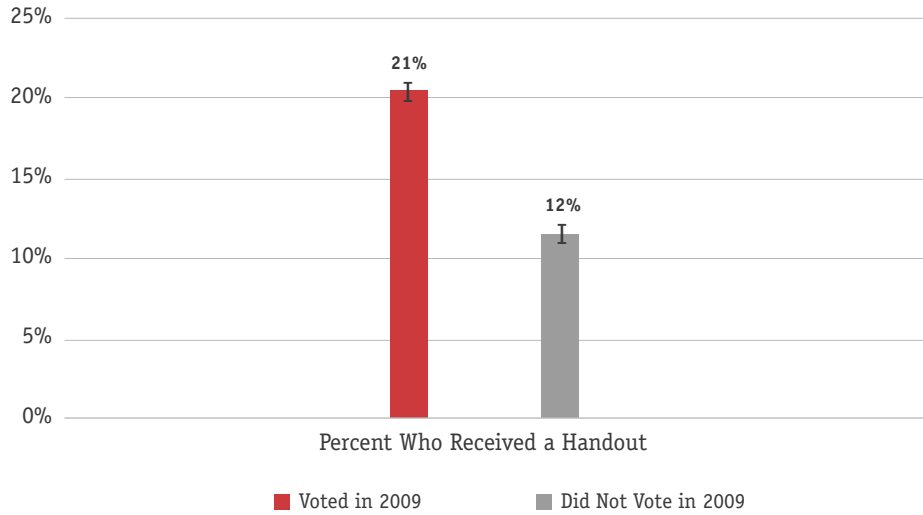
According to the turnout buying model, parties offer compensation to loyal voters so that they only need to monitor whether a targeted voter casts a ballot or not.

This accounts for the difficulty in monitoring swing voters, as it must be determined whether swing voters cast ballots and verified for which party they voted.



Figure 5

**Reports of handout receipt in 2018 by voting status in 2009**



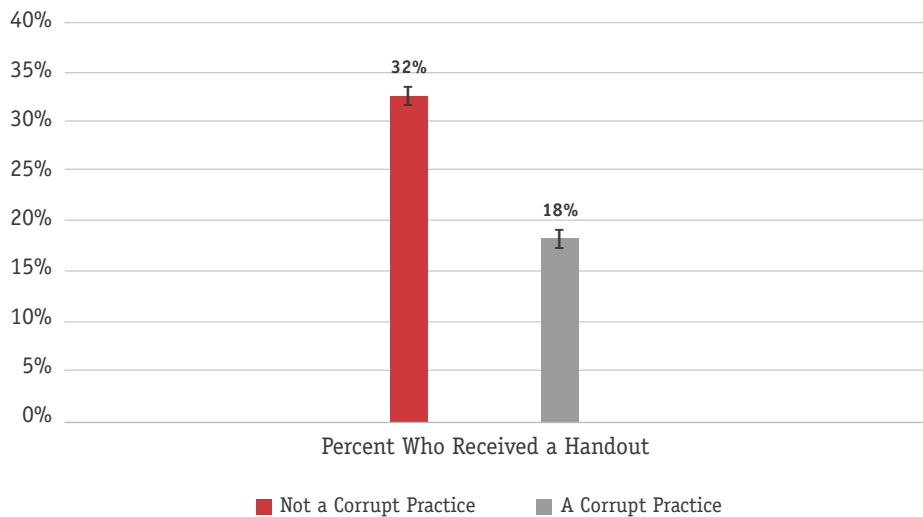
Source LPOS 2018.

Note 95% confidence intervals are included in order to assess whether differences are statistically significant or not.

Moreover, voters who do not deem vote buying to be a corrupt practice are more likely to report handout receipts than those who do (figure 6).

Figure 6

**Reports of handout receipt in 2018 according to corruption perception**



Source LPOS 2018.

Note 95% confidence intervals are included in order to assess whether differences are statistically significant or not.

17

Stokes, S., T. Dunning, M. Nazareno, V. Brusco. 2013. *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. New York, NY: Cambridge University Press.  
 Dixit, A., and J. Londregan. 1996. 'The determinants of success of special interests in redistributive politics.' *The Journal of Politics* 58: 1132—55.

18

The effect of political networks disappears once regional effects are controlled for.

## Income is negatively correlated with vote buying whereby poorer citizens are more likely to receive handouts than those with a higher socioeconomic status

19

Dixit, A., and J. Londregan. 1996. 'The determinants of success of special interests in redistributive politics.' *The Journal of Politics* 58: 1132—55.

20

Stokes, S., T. Dunning, M. Nazareno, V. Brusco. 2013. *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. New York, NY: Cambridge University Press.

21

The prominence of respondents' sectarian identity was measured by the degree to which they identify with their confessional group.

Taking into consideration determinants of vote buying, four important factors stand out, namely, income, political networks, sectarian identity, and confession. Income is negatively correlated with vote buying whereby poorer citizens are more likely to receive handouts than those with a higher socioeconomic status. This negative relationship is supported by findings from the literature that draw on the high marginal utility of income that lower-income voters exhibit, thus making them more prone to selling their votes.<sup>17</sup> Similarly, political networks are inversely related to vote buying: Voters with few political networks are more likely to report receiving handouts.<sup>18</sup> According to the literature, even though it is easier to buy the votes of core supporters who are characterized as having strong political networks as opposed to swing voters,<sup>19</sup> it is easier to influence voters who do not exhibit strong ideological affiliations than voters who do have strong ideological affiliations.<sup>20</sup> By contrast, sectarian identity has a positive effect: The stronger the identity, the higher the likelihood of receiving handouts. This finding supports earlier

sections of this brief regarding parties targeting loyal voters and reiterates that political parties target voters with strong sectarian identities<sup>21</sup> and those who are more likely

to be loyal. Finally, sect has a significant effect whereby Shia voters are the least likely to report vote buying. However, this is likely due to regional patterns as shown above, where the governorates with the minimal degree of vote buying, specifically the South and Baalbek-Hermel, are Shia dominated (annex 2).

## Conclusion and Recommendations

The positive projections associated with the adoption of a new electoral law were trumped by a low voter turnout amid electoral infractions. This brief emphasizes two major findings resulting from the LPOS 2018: Youth voter apathy and the prevalence of vote buying.

As shown in the survey results, youth are most disconnected from elections as reflected by their low voter turnout compared to older voters. As such, efforts to mobilize youth and engage

## ... efforts to mobilize youth and engage them in the electoral process are vital

them in the electoral process are vital. Such efforts comprise awareness campaigns that explain the importance of youth support for candidates and the importance of their vote on election day.

Moreover, the LPOS 2018 findings show the prevalence of vote buying and the degree to which handouts are given in exchange for votes. As such, it is important to isolate the act of voting from electoral infringements. This can be achieved by making voting more confidential through creating larger and mixed-sect polling centers, thus securing the anonymity of voters and reducing the monitoring capacity of brokers. Laws must be drafted, adopted, and enforced which penalize political parties and candidates that practice vote buying, which would allow the electorate to vote not based on short-term benefits in exchange for their votes but on political programs and political ideology.

## Annex 1

### Voter turnout regression

Variables	Model 1 (Logit) Voted in 2018	Model 2 (Logit) Sub-Sample +29 Years Old Voted in 2018
Voted in 2009		3.095*** (0.259)
Age	0.139*** (0.0337)	-0.0196 (0.0695)
Age Squared	-0.00133*** (0.000358)	1.88e-05 (0.000669)
Female	-0.485*** (0.185)	-0.170 (0.298)
Years of Education	-0.143 (0.100)	-0.00679 (0.128)
Years of Education Squared	0.00976** (0.00462)	0.00507 (0.00604)
Received Handout	0.443* (0.236)	0.272 (0.356)
Sectarian Identity	0.0864 (0.0833)	0.121 (0.131)
Political Networks	0.0223 (0.0973)	-0.132 (0.142)
Political Party	0.849*** (0.304)	1.000** (0.507)
Unemployment	0.803* (0.465)	-0.278 (0.972)
Self-Employed	-0.112 (0.352)	-1.153 (0.724)
Wage-Employed	0.299 (0.345)	-0.656 (0.745)
Homemaker	0.539 (0.393)	-0.612 (0.786)
Economic Situation	0.195 (0.122)	0.110 (0.178)
Shia	0.904*** (0.283)	0.373 (0.439)
Maronite	0.488* (0.291)	0.496 (0.425)
Greek Orthodox	0.484 (0.383)	1.178** (0.520)
Greek Catholic	1.451** (0.590)	1.679** (0.826)
Armenian Orthodox	1.116* (0.667)	1.453* (0.872)

Variables	Model 1 (Logit) Voted in 2018	Model 2 (Logit) Sub-Sample +29 Years Old Voted in 2018
Minority Christian	0.993 (1.177)	-0.353 (1.298)
Druze	0.412 (0.373)	0.194 (0.543)
Baalbek-Hermel	-0.359 (0.534)	-0.358 (0.844)
Beirut	-1.259*** (0.405)	-1.767** (0.696)
Bekaa	-0.229 (0.501)	0.398 (0.948)
Mount Lebanon	-1.393*** (0.415)	-1.239* (0.712)
Nabatiyeh	-1.663*** (0.483)	-0.755 (0.849)
North	0.272 (0.424)	0.00748 (0.724)
South	-0.457 (0.439)	0.0151 (0.782)
Constant	-1.826** (0.898)	0.939 (1.927)
Observations	1,135	818

Standard errors in parentheses

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

## Annex 2

### Vote buying regressions

Variables	Model 1 (Logit) Received Handout	Model 2 (Logit) Sub-Sample + 29 Years Old Received Handout	Model 3 (Logit) - Sub-Sample + 29 Years Old (Region FE) Received Handout
Voted in 2009		0.821** (0.402)	0.678* (0.404)
Age	0.0426 (0.0415)	0.150* (0.0789)	0.167** (0.0810)
Age Squared	-0.000425 (0.000452)	-0.00138* (0.000761)	-0.00157** (0.000774)
Female	0.133 (0.219)	0.154 (0.284)	0.240 (0.300)
Years of Education	-0.0205 (0.109)	0.0352 (0.125)	-0.00382 (0.128)
Years of Education Squared	0.00308 (0.00491)	0.00217 (0.00587)	0.00371 (0.00598)
Shia	-1.221*** (0.260)	-1.573*** (0.361)	-0.0948 (0.537)
Maronite	-0.328 (0.243)	-0.272 (0.287)	-0.376 (0.357)
Greek Orthodox	-0.196 (0.404)	-0.237 (0.402)	-0.492 (0.450)
Greek Catholic	-0.513 (0.467)	-0.729 (0.571)	-0.476 (0.608)
Armenian Orthodox	-	-	-
Armenian Catholic	1.568 (0.985)	1.848** (0.917)	1.837* (0.940)
Minority Christian	2.313* (1.200)	1.783 (1.237)	1.531 (1.277)
Druze	-1.389*** (0.465)	-1.575*** (0.569)	-1.546** (0.661)
Sectarian Identity	0.227** (0.0977)	0.136 (0.116)	-0.0353 (0.122)
Cross-Sectarian Networks	-0.0701 (0.0895)	-0.141 (0.115)	-0.188 (0.130)
Political Networks	0.220** (0.111)	0.193 (0.126)	0.0510 (0.134)
Unemployed	0.214 (0.507)	-0.293 (0.876)	-0.156 (0.854)
Self-Employed	-0.104 (0.429)	0.422 (0.592)	0.606 (0.604)
Wage-Employed	0.00902 (0.415)	0.696 (0.603)	0.687 (0.617)

Variables	Model 1 (Logit) Received Handout	Model 2 (Logit) Sub-Sample + 29 Years Old Received Handout	Model 3 (Logit) - Sub-Sample + 29 Years Old (Region FE) Received Handout
Homemaker	-0.236 (0.469)	0.274 (0.632)	0.322 (0.637)
Economic Situation	-0.449*** (0.137)	-0.450*** (0.164)	-0.429** (0.177)
Baalbek-Hermel			-
Beirut			-0.0287 (0.611)
Bekaa			-1.534* (0.796)
Mount Lebanon			0.159 (0.546)
Nabatiyeh			-0.852 (0.753)
North			0.611 (0.501)
South			-2.535*** (0.964)
Constant	-1.829 (1.167)	-6.076*** (2.178)	-5.609** (2.227)
Observations	833	608	569

Standard errors in parentheses

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

# LCPS

**About the Policy Brief**

A Policy Brief is a short piece regularly published by LCPS that analyzes key political, economic, and social issues and provides policy recommendations to a wide audience of decision makers and the public at large.

**About LCPS**

Founded in 1989, the Lebanese Center for Policy Studies is a Beirut-based independent, non-partisan think-tank whose mission is to produce and advocate policies that improve good governance in fields such as oil and gas, economic development, public finance, and decentralization.

**Contact Information  
Lebanese Center for  
Policy Studies**

Sadat Tower, Tenth floor  
P.O.B 55-215, Leon Street,  
Ras Beirut, Lebanon  
T: + 961 1 799301  
F: + 961 1 799302  
info@lcps-lebanon.org  
www.lcps-lebanon.org



# نسبة الاقتراع وشراء الأصوات في الانتخابات النيابية للعام 2018

جنى مراد ودانيال غاروتي سانشير

## ملخص تنفيذي

في 6 أيار 2018، أُجريت الانتخابات النيابية اللبنانية وفقاً لقانون انتخابي جديد يشتمل على عناصر التمثيل النسبي. وقد تم إقرار القانون ظاهرياً لتحسين التمثيل الوطني في البرلمان وإعطاء فاعلين سياسيين جدد ومجموعات من المجتمع المدني فرصة للتنافس ضد الأحزاب السياسية القائمة. وبالرغم من الآمال الكبيرة بتعبئة أكبر للناخبين وبسباقات انتخابية أكثر تنافسية، اقترح فقط 49,7% من الناخبين المؤهلين، واحتفظت الأحزاب القائمة بالسيطرة على الهيئة التشريعية الوطنية. ينظر ملخص السياسة هذا في نسبة الاقتراع وسلوك الناخبين، باستخدام استطلاع للرأي أُجري على مستوى البلاد في خريف العام 2018، اشتمل على 1200 مستجيب. وتُظهر نتيجة الدراسة الاستقصائية أنّ القرار بالاقتراع يتأثر بسن الناخب، ووضع المهني، وانتمائه السياسي. من الجدير ذكره أنّ النتائج تظهر درجة عالية من الولاء في صفوف الناخبين حيث أنّ 90% من الذين صوتوا لحزب سياسي معيّن في العام 2009، أدلوا بصوتهم للحزب نفسه في العام 2018. تُسلط الدراسة الاستقصائية أيضاً الضوء على ممارسة شراء الأصوات، مع إفادة 40% من الناخبين عن حالات شراء أصوات في أحيائهم، وإقرار 20% منهم عن تلقيهم تقديرات شخصياً. وتُظهر النتائج أنّ الناخبين الأكثر تأثراً بشراء الأصوات لديهم مكانة اقتصادية واجتماعية أدنى، وروابط سياسية قليلة، وهوية طائفية قوية. تُسلط نتائج هذا الملخص الضوء على أهمية التصدي لعدم اكتراث الناخبين الشباب من خلال حملات التوعية التي توجّههم نحو الانخراط في العملية الانتخابية. كما ويركّز الملخص على التحديات التي يفرضها شراء الأصوات، ويوصي بتعزيز سرية الاقتراع في العملية الانتخابية، بالإضافة إلى صياغة وتطبيق القوانين التي تعاقب الأحزاب والمرشحين الذين يلجؤون إلى أنشطة غير مشروعة من أجل حشد الناخبين.

## عن الكتاب

جنى مراد هي باحثة اقتصادية في المركز اللبناني للدراسات. يشمل عملها البحثي العديد من المجالات التنموية الخاصة بالمواطنين واللاجئين في لبنان، حيث ساهمت في مشاريع متنوعة حول سلوك الناخبين، والتنمية المحلية، والنفط والغاز، والتقييمات الاجتماعية والاقتصادية. قبل انضمامها إلى المركز اللبناني للدراسات، كانت باحثة في الجامعة الأميركية في بيروت، حيث شاركت في مشاريع بحثية مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والمفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين. وتحمل جنى شهادة ماجستير في الاقتصاد من الجامعة الأميركية في بيروت وشهادة البكالوريوس في الاقتصاد من الجامعة اللبنانية الأميركية.

دانيال غاروتي سانشير هو باحث رئيسي في المركز اللبناني للدراسات. ويشمل مجال عمله مسألة حصول اللاجئين على فرص العمل والخدمات الاجتماعية، بالإضافة إلى تنمية المناطق التي تعاني من تخلف إنمائي في لبنان، وأفضليات المواطنين المتصلة بالإنفاق الحكومي. قبل انضمامه إلى المركز، قدّم دانيال خدمات إستشارية في مسائل تتعلق بسوق العمل والهجرة للبنك الدولي ووزارة العمل في السعودية. وعمل أيضاً لمدة ست سنوات كباحث اقتصادي لدى البنك المركزي الإسباني، فغطى طائفة من قضايا الاقتصاد الكلي، مثل السياسة المالية، وأسواق العمل، وتقليص المديونية، وقد نشر مقالات شتى ومثل المؤسسة في المحافل الدولية. ويحمل دانيال شهادة ماجستير في الإدارة العامة والتنمية الدولية من كلية كندي لشؤون الحكم التابعة لجامعة هارفرد.

## مقدمة

في 6 أيار 2018، أجرى لبنان انتخاباته النيابية الأولى بعد 9 سنوات. وقد أُجريت الانتخابات وفقاً لقانون انتخابي جديد سنّ في العام 2017، شمل عناصر من التمثيل النسبي، وللمرة الأولى في تاريخ الجمهورية، سُمح لأفراد الجالية اللبنانية في الاغتراب بالتصويت من البلد الذي يقيمون فيه. وقد أُشيد بالقانون باعتباره فرصة لتحسين التمثيل والسماح لفاعلين سياسيين جدد ولمجموعات المجتمع المدني بالتنافس مع الأحزاب السياسية التقليدية. وبالرغم من ذلك، نجحت الأحزاب السياسية القائمة في الحفاظ على سيطرتها على الهيئة التشريعية الوطنية، إذ لم تنجح سوى مرشحة واحدة تنتمي إلى مجموعة سياسية جديدة غير مرتبطة بحزب موجود.

على ضوء نتائج الانتخابات النيابية للعام 2018، وبغية تقييم سلوك الناخبين بشكل أفضل، أجرت شركة ستاتيسكس لبيانون المحدودة للإحصاء بالتعاون مع المركز اللبناني للدراسات استطلاعاً للرأي العام في تشرين الأول 2018 استهدف 1200 مستجيب، موزعين بالتساوي بين الجنسين، ويعكسون التوزيع الطائفي والمناطقى للمواطنين اللبنانيين.<sup>1</sup> ووفقاً لبيانات الدراسة الاستقصائية، ينظر ملخص السياسة في نسبة الاقتراع، وفي سلوك الناخبين، مع الأخذ بعين الاعتبار حالات شراء الأصوات المسجلة والتي أفيد بها. وترتكز النتائج التي تم تقديمها في ملخص السياسة هذا على إحصاءات وصفية وعلى تحاليل الانحدار الناتجة عن استقصاء الرأي العام الخاص بلبنان.

1

العينة موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث حيث هناك 600 مستجيب ذكر و600 مستجيبة أنثى. كما هي ممثلة للتوزيع الطائفي حيث هناك 320 مستجيب من الطائفة السنية و310 من الطائفة الشيعية و470 من الطائفة المسيحية و100 من الطائفة الدرزية. كما هي ممثلة للتوزيع الجغرافي حيث هناك 80 مستجيب من عكار و70 من بعلبك-الهرمل و120 من بيروت و80 من البقاع و480 من جبل لبنان و70 من النبطية و170 من الشمال و130 من الجنوب.

## مقارنة نتيجة نسبة الاقتراع الرسمية مع نتائج الدراسة الاستقصائية

شهدت انتخابات العام 2018 إدلاء 49,7% من أصل 3,7 مليون ناخب، بمن فيهم 83000 مغترب، بأصواتهم،<sup>2</sup> ما شكّل انخفاضاً عن نسبة الـ 53,4% المسجلة في

العام 2009.<sup>3</sup> تختلف الأرقام الرسمية لنسبة الاقتراع عن نسب المشاركة المسجلة في استقصاء الرأي العام الخاص بلبنان، حيث 77,5% من المستجيبين أفادوا عن إدلائهم بأصواتهم. قد يكون

**شهدت انتخابات العام 2018 إدلاء 49,7% من أصل 3,7 مليون ناخب، بمن فيهم 83000 مغترب، بأصواتهم، ما شكّل انخفاضاً عن نسبة الـ 53,4% المسجلة في العام 2009**

التفاوت بين نتائج الاستقصاء ونسبة الاقتراع المسجلة في مراكز الاقتراع ناتجاً عن اختلافات في الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمواطنين- إذ إنّ الاستقصاء يعكس فقط التوزيع الطائفي والمناطقى للمواطنين، لكنه لا يعكس مثلاً مستوى الدخل أو المستوى التعليمي الخاص بهم - و/ أو الإبلاغ الخاطئ بالنيابة عن المستجيبين. وبالرغم من هذا التفاوت، تُلاحظ أنماط مشابهة على مستوى الاختلافات الطائفية والمناطقية، التي تدعم استخدام الدراسة الاستقصائية للتحليل المقارن.

2

وزارة الداخلية والبلديات. 2018. 'نسبة الاقتراع في الدوائر الانتخابية الكبرى والصغرى'. <https://tinyurl.com/y7yezg36>

3

National Democratic Institute. 2009. 'Final Report on The Lebanese Parliamentary Election.' [https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese\\_Election\\_Report\\_2009.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese_Election_Report_2009.pdf)

## تباينات كبيرة في أنماط التصويت

يُظهر التعمق في تحليل نسب الاقتراع تباينات كبيرة في أنماط التصويت عبر الطوائف، والأقضية، وبلد الإقامة (مقيمي لبنان مقابل الاغتراب). فوفقاً لبيانات وزارة الداخلية والبلديات، لدى المقترعين الشيعة نسبة الاقتراع الأعلى (54%)، يليهم الدروز (53%)، والموارنة (52%). وكان لدى الأقليات المسيحية (24%)، والأرمن الأرثوذكس (25%)، والأرمن الكاثوليك (26%) نسب الاقتراع الأدنى. وكانت تباينات جغرافية ظاهرة أيضاً، مع تسجيل كسروان، وجبيل، والهرميل نسب الاقتراع الأعلى، في حين سجّلت بيروت، وطرابلس، وبشري، وزغرتا، والكورة، وبنيت جبيل، وحاصبيا، وراشيا النسب الأدنى. وتقع المدينتان اللتان فيهما الكثافة السكانية الأعلى (بيروت وطرابلس) بين تلك التي سجلت أقل نسب مشاركة انتخابية. أضف إلى ذلك أنّ المقترعين في الاغتراب الذين تمكنوا من التصويت من بلد إقامتهم كان لديهم نسبة مشاركة أعلى. وفي حين صوّت 56% من الناخبين المسجّلين في الاغتراب، لم يصوّت سوى 49,7% كما هو مذكور أعلاه من المقيمين في لبنان.

## محددات نسبة المقترعين: يميل الأشخاص الأكبر سناً، والعاقلون عن العمل، وأعضاء الأحزاب السياسية إلى التصويت أكثر

وفقاً لنتائج استطلاع الرأي العام الخاص بلبنان (الملحق 1)، يتأثر القرار بالاقتراع

بشكل كبير بثلاث خصائص فردية، وهي: السن، والوضع المهني، والانتماء إلى حزب سياسي.

## امتناع الشباب عن التصويت واسع الانتشار، إذ يميل اللبنانيون الأكبر سناً إلى التصويت أكثر من نظرائهم الأصغر سناً

تُظهر نتائج الدراسة الاستقصائية أنّ امتناع الشباب<sup>4</sup> عن التصويت واسع الانتشار، إذ يميل اللبنانيون الأكبر سناً إلى التصويت أكثر من نظرائهم الأصغر سناً. تتماشى هذه البيّنة مع الاتجاهات العالمية التي تُظهر أنّ عدم اكتراث الشباب مرتفع مقارنة مع فئات عمرية أخرى.<sup>5</sup> مثلاً، تُظهر الموجة السادسة للمسح العالمي للقيم-الذي أجري بين العامين 2010 و2014 وشمل 59 بلداً يمثّلون جميع مناطق العالم-تفاوتات كبيرة في أنماط الاقتراع بين المقترعين البالغين 25 عاماً وما دون، والمقترعين البالغين 26 عاماً وما فوق. لدى طرح سؤال 'هل تصوّتون في الانتخابات الوطنية؟'، أفاد 63% من المستجيبين البالغين 26 عاماً وما فوق (مقابل 43% من البالغين 25 عاماً و ما دون) أنّهم يصوّتون دائماً، و14% من الناخبين الأكبر سناً أفادوا بأنهم لم يصوتوا يوماً، مقارنة مع 33% من الناخبين الأصغر سناً. تُظهر الدراسة الاستقصائية الخاصة بلبنان أيضاً أنّ الوضع المهني يؤثر في سلوك الاقتراع- مع ميل العاطلين عن العمل إلى أن يكونوا أكثر من يصوّت. أخيراً، كان احتمال اقتراع أعضاء الأحزاب السياسية أكبر مقارنة مع ناخبين آخرين.

## ولاء كبير في صفوف الناخبين

بالرغم من التحدي الانتخابي الذي شكّله مجموعات المجتمع المدني خلال الانتخابات النيابية في العام 2018، دعم الناخبون بشكل كبير الأحزاب القائمة في صناديق

4 لغراض التحليل، يصنّف الشباب كالأشخاص البالغين 30 عاماً وما دون.

5 International Institute for Democracy and Electoral Assistance. 2016. 'Voter Turnout Trends around the World.' <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/voter-turnout-trends-around-the-world.pdf>.

الاقتراع. ويُعدّ الولاء للأحزاب شائعاً في صفوف الناخبين، إذ أنّ 90% من الذين صوتوا لحزب سياسي معيّن في العام 2009، أدلوا بصوتهم للحزب نفسه في العام 2018. أما باقي المقترعين، فإما أدلوا بأصواتهم لصالح حزب آخر أو امتنعوا عن التصويت.

يُعدّ ولاء المقترعين طاعياً في صفوف مؤيدي جميع الأحزاب السياسية (الرسم 1). فقد نجحت حركة أمل في المحافظة على 95% من الذين صوتوا لصالحها في العام 2009، وكانت بذلك المجموعة السياسية التي حازت أعلى مستويات ولاء الناخبين.

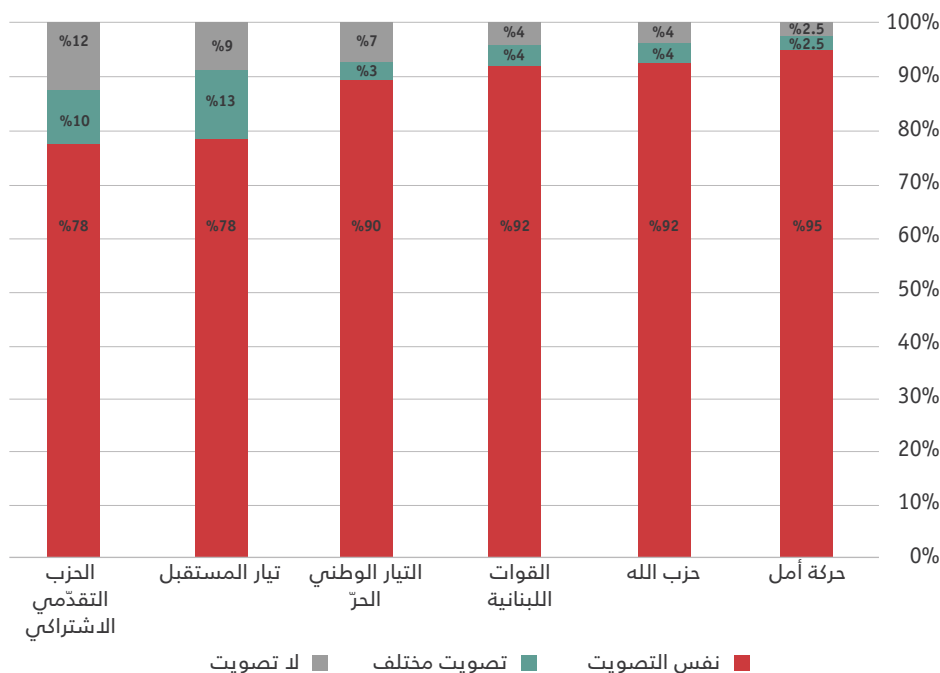
وتلى حزب الله حركة أمل، مع بقاء 92% من الناخبين على ولائهم له في العام 2018، ثمّ القوات اللبنانية التي حافظت على 92%

## يُعدّ الولاء للأحزاب شائعاً في صفوف الناخبين، إذ أنّ 90% من الذين صوتوا لحزب سياسي معيّن في العام 2009، أدلوا بصوتهم للحزب نفسه في العام 2018

من ناخبها، والتيار الوطني الحرّ، الذي حافظ على 90% منهم. أما تيار المستقبل والحزب التقدمي الاشتراكي، بالرغم من حيازتهما مستوى عالٍ من الولاء، فقد عوقبا أكثر من قبل ناخبيهما التقليديين. ومن بين ناخبي تيار المستقبل في العام 2009، حافظ 78% منهم على ولائهم للحزب، في حين صوت 13% منهم لحزب آخر و9% امتنعوا عن التصويت. ومن بين ناخبي الحزب التقدمي الاشتراكي، حافظ 78% منهم على ولائهم للحزب، في حين صوت 10% لحزب آخر، و12% لم يصوتوا.

الرسم 1

كيف جاء في العام 2018 تصويت الناخبين الذين صوتوا لصالح كلّ من الأحزاب في العام 2009

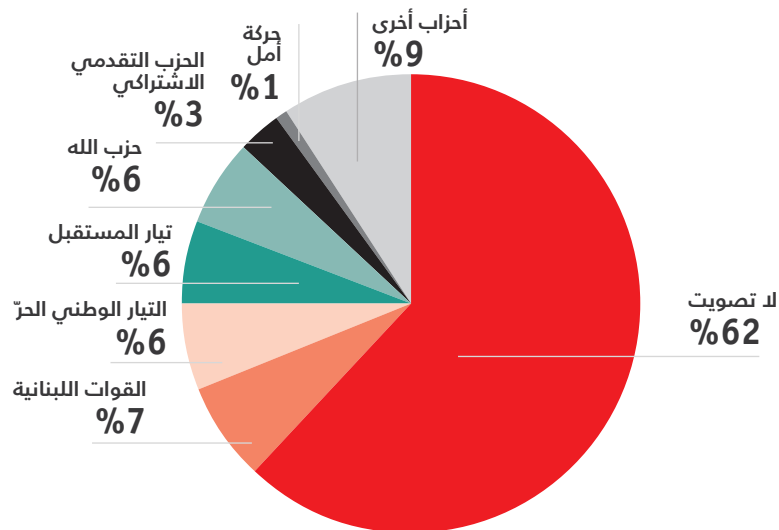


المصدر: استطلاع الرأي العام اللبناني (2018).

تُظهر نتائج الدراسة الاستقصائية تبعية في المسار في أنماط الاقتراع. بالتالي، كان من المرجح أكثر بكثير للناخبين المؤهلين الذين اقتنعوا في العام 2009 أن يدلوا مجدداً بأصواتهم في العام 2018، والأمر يصحّ أيضاً بالنسبة للذين لم يصوّتوا في العام 2009.<sup>6</sup> فنحو ثلثي الناخبين المؤهلين الذين امتنعوا عن التصويت في العام 2009، لم يصوّتوا أيضاً في العام 2018. يشكّل هذا تقريباً ما مجموعه 1,000,000 ناخب<sup>7</sup> لم يخرطوا في العملية الانتخابية أو لم تتم تعبئتهم من مرشحي الأحزاب السياسية أو من المجتمع المدني. في ما يتعلّق بالذين امتنعوا عن التصويت في العام 2009، لكن قرّروا التصويت في العام 2018، تمكّنت القوات اللبنانية من الاستحصال على 7% من أصواتهم، في حين تمكّن كلٌّ من حزب الله، وتيار المستقبل، والتيار الوطني الحر من الاستحصال على 6% منها (الرسم 2).

الرسم 2

كيف صوّت في العام 2018 الناخبون الذين لم يصوّتوا في العام 2009



المصدر: استطلاع الرأي العام اللبناني (2018).

## شراء الأصوات: ممارسة شائعة

على غرار انتخابات العام 2009، أُجريت انتخابات العام 2018 وسط مزاعم غش ومخالفات ارتكبتها مختلف الأحزاب السياسية ومرشحي الانتخابات.<sup>8,9</sup> أُفيد عن انتهاكات انتخابية خلال موسم الحملات، وكذلك يوم الانتخابات. وقد انطوت هذه الانتهاكات والمزاعم على إدارة الأحزاب والمرشحين للعملية الانتخابية والحملات الانتخابية، واستعمال العنف، وترهيب الناخبين، وتوزيع المساعدات على شكل رشاوى، وعدم التقيّد بفترة الصمت الانتخابي.<sup>10</sup>

يُقيّم استقصاء الرأي العام الخاص بلبنان الذي أُجري في خريف العام 2018 عنصراً واحداً خاص بالمخالفات التي أُفيد عنها والتي كانت شائعة في الانتخابات، وهو شراء الأصوات. تُستخدم بيانات من الدراسة الاستقصائية أيضاً من أجل تحديد الناخبين الأكثر تأثراً بهذه الممارسة.

6

يظهر هذا في النموذج الثاني في الملحق 1. لا يأخذ هذا النموذج الشباب (دون الـ 30 عاماً) بعين الاعتبار، ويتضمّن متغيّرة جديدة، وهي ما إذا كان الشخص قد صوّت في الانتخابات النيابية في العام 2009 أم لا.

7

National Democratic Institute. 2009. 'Final Report on the Lebanese Parliamentary Election.' [https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese\\_Elections\\_Report\\_2009.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/Lebanese_Elections_Report_2009.pdf).

8

الجمعية اللبنانية من أجل الديمقراطية الانتخابات. 2018. 'تقرير الجمعية الأولي لتقييم يوم الاقتراع.' <https://tinyurl.com/ycomp4jn>

9

عطالله، س. و ن. جعجع. المجلس النيابي اللبناني 2009-2017: بين التمديد والتفريغ خارطة طريق لاستعادة المجلس لدوره التشريعي والرقابي. 2018. المركز اللبناني للدراسات.

10

الجمعية اللبنانية من أجل الديمقراطية الانتخابات. 2018. 'تقرير الجمعية الأولي لتقييم يوم الاقتراع.' <https://tinyurl.com/ycomp4jn>

يُعرّف شراء الأصوات بالعملية التي بموجبها يتم توفير هدايا على شكل مال أو سلع، من أجل اقناع الناخبين بالتصويت بشكل معيّن، أو من أجل التعبئة في يوم الانتخابات، أو الامتناع عن التصويت.<sup>11</sup> وبالرغم من كون القانون الانتخابي الجديد اعتمد عناصر من التمثيل النسبي، فقد عزّز الشبكات الزبائية عبر وسائل مختلفة، أهمها الإدلاء بالصوت التفضيلي، وإعادة ترسيم حدود الدوائر الانتخابية بما يتماشى مع الأحكام الطائفية المحددة بموجب اتفاق الطائف. وتعرّز هذه الشبكات أكثر بفعل واقع أنه بالرغم من أن جزءاً من الناخبين اللبنانيين يصوّت بناءً على قناعات طائفية و/أو إيديولوجية، تبني شريحة أخرى خيارها على أساس الخدمات أو التقديمات التي يوفرها المرشحون مقابل التصويت للائحة أو مرشح معيّن. تُعيق ممارسة الزبائية عملية الديمقراطية، وبدلاً من أن يُحاسب الناخبون

السياسيين، تتمتع الأحزاب  
بسلطة مكافأة الناخبين أو  
معاقتهم على خياراتهم  
الانتخابية.<sup>12</sup>  
وتُسلط الأدبيات الضوء

على مقايضات محتملة بين شراء الأصوات وتوفير الخدمات العامة. مثلاً، تم تبين أن تفضيل التحويلات المستهدفة وشراء الأصوات مرتبط بعدم قدرة السياسيين على قطع وعود موثوقة للمواطنين.<sup>13</sup> أضف إلى ذلك، أن البلدان التي تطغى فيها الأحزاب السياسية التي لا تتبع برامج تميل إلى أن تكون الأكثر عرضة لممارسة شراء الأصوات.<sup>14</sup> يُطبّق هذا على لبنان، حيث تعوّل الأحزاب السياسية على الطائفة والإيديولوجيا، بدلاً من البرامج الانتخابية، من أجل تأمين الأصوات. وفقاً لنتائج الدراسة الاستقصائية، أفاد 40% من الناخبين عن حالات شراء أصوات في أحيائهم. وحين سُئلوا مباشرة عما إذا كانوا قد تلقوا تقديمات شخصياً مقابل أصواتهم، أجاب فقط 20% منهم بالإيجاب. وتأتي هذه النسبة أدنى من تلك التي سبقتها، فحتى لو تم استهداف جزء صغير من حي معيّن من خلال شراء الأصوات، فإن شريحة أكبر من سكانه يمكن أن تراقب عملية شراء أصوات الجيران الآخرين. ويمكن أن تكون الفجوة أيضاً مرتبطة بتحيزات ناتجة عن عدم الإبلاغ الذاتي عن شراء الأصوات.

مع ذلك، يبقى هذا مؤشراً  
على حصول عملية شراء  
الأصوات على نطاق واسع  
في انتخابات العام 2018.

يختلف مستوى الإبلاغ بشراء الأصوات بين المحافظات، مع تسجيل أعلى مستوى من الإبلاغ في الشمال وأدناه في الجنوب وبعلمك-الهرمل (الرسم 3). وقد يكون الإبلاغ المتدني عن شراء الأصوات في الجنوب وبعلمك-الهرمل ناتجاً عن تحيّزات، وعن إبلاغ خاطئ، أو كون لدى هذه المناطق غالبية من السكان الشيعة، الذين وفقاً للبيانات والأدبيات يقل احتمال استهدافهم لشراء الأصوات. تُشدد الأدبيات على الطريقة التي تعتمد عليها المجموعات السياسية الشيعية في

## بالرغم من كون القانون الانتخابي الجديد اعتمد عناصر من التمثيل النسبي، فقد عزّز الشبكات الزبائية عبر وسائل مختلفة

## وفقاً لنتائج الدراسة الاستقصائية، أفاد 40% من الناخبين عن حالات شراء أصوات في أحيائهم

11

Hicken, A. 2011. 'Clientelism.' Annual Review of Political Science 14: 289-310  
Schaffer, F. and A. Schedler. 2007. 'What is Vote Buying?' in Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying, ed. by F. Schaffer, Boulder, Colorado: Lynn Rienner.  
Nichter, S. 2008. 'Vote Buying or Turnout Buying? Machine Politics and the Secret Ballot.' American Political Science Review 102: 19-31.

12

Atallah, S. and Z. El-Helou. 2018. 'Lebanese Elections: Clientelism as a Strategy to Garner Votes.' Lebanese Center for Policy Studies. <http://www.lcps-lebanon.org/featuredArticle.php?id=134>

13

Keefer, P., and R. Vlaicu. 2008. 'Democracy, Credibility, and Clientelism.' Journal of Law, Economics, and Organization 24: 371-406.  
Hanusch, M.; P. Keefer, R. Vlaicu. 2016. 'Vote Buying or Campaign Promises? Electoral Strategies When Party Credibility is Limited.' IDB Working Paper Series, No. IDB-WP-691, Inter-American Development Bank (IDB), Washington, DC.

14

Kitschelt, H. 2000. 'Linkages Between Citizens and Politicians in Democratic Polities.' Comparative Political Studies 33: 845-879.

إدارة الاحتياجات المختلفة لناخبها وتلبيتها. يعمل الحزبان الشيعيان الأبرز بطرق مختلفة. فحركة أمل مترسخة في المؤسسات العامة اللبنانية، وتوفّر لمؤيديها موارد من الدولة، في حين شبكات المحسوبية الخاصة بحزب الله تعمل بصورة

## تظهر الدراسة الاستقصائية أنّ الأفراد ذوي الدخل المنخفض هم أكثر استعداداً للإبلاغ عن شراء الأصوات وتلقّي تقديمات، مقارنة مع الناخبين الذين ينتمون إلى الطبقتين العليا والمتوسطة

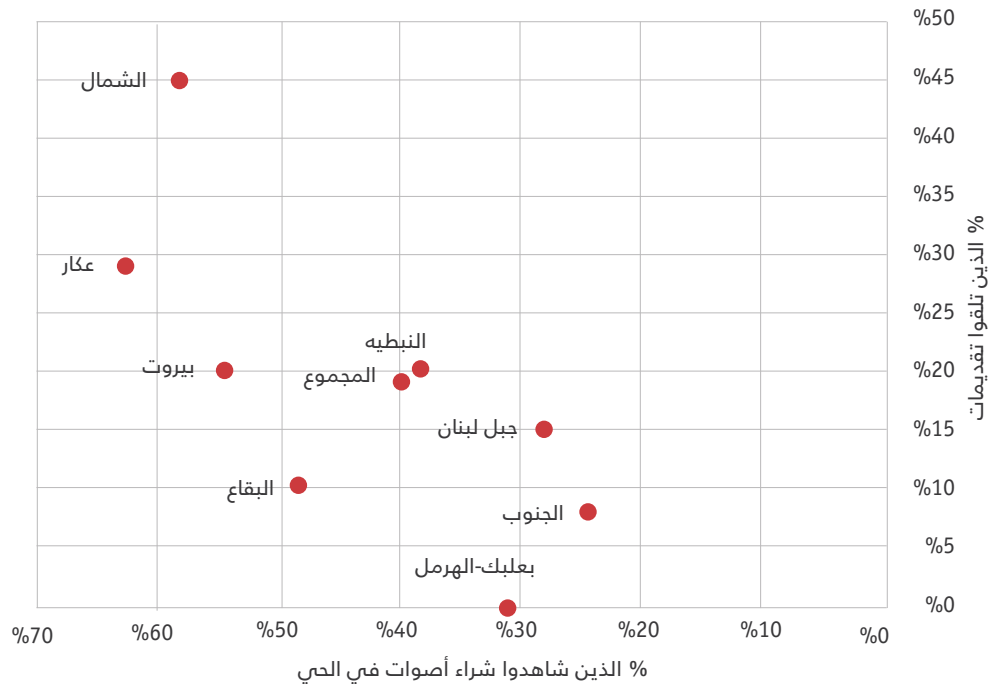
مستقلة عن إدارات الدولة، وتنشئ وتدبير مؤسسات تقدّم خدمات من ضمنها التعليم، والصحة، والتطوير المدني، والقروض الصغيرة، والزراعة، والدين، والثقافة، والرياضة.<sup>15</sup> وتشدّد الأدبيات على العقد

الاجتماعي الذي أقامه حزب الله مع ناخبه، الذي هو أطول أمدًا بطبيعته، مقارنة مع 'العقود' التي أقامتها الأحزاب الأخرى مع ناخبها ومراكزها في ما يتعلّق بتوفير الخدمات الاجتماعية. ويُشير هذا إلى أنّ حزب الله ليس بحاجة إلى توفير تقديمات أو الانخراط في عملية شراء للأصوات خلال الفترة المؤدية إلى يوم الانتخاب من أجل تأمين الأصوات. باختصار، يمكن القول إنّه يتم الاستيلاء على الأصوات في صفوف الناخبين الشيعة قبل وقت طويل من إجراء الانتخابات.

15  
Harb M. (2008). Faith-Based Organizations as Effective Development Partners? Hezbollah and Post-War Reconstruction in Lebanon. In: Clarke G., Jennings M. (eds). Development, Civil Society and Faith-Based Organizations. International Political Economy Series. Palgrave Macmillan, London.

الرسم 3

### شراء الأصوات في انتخابات العام 2018



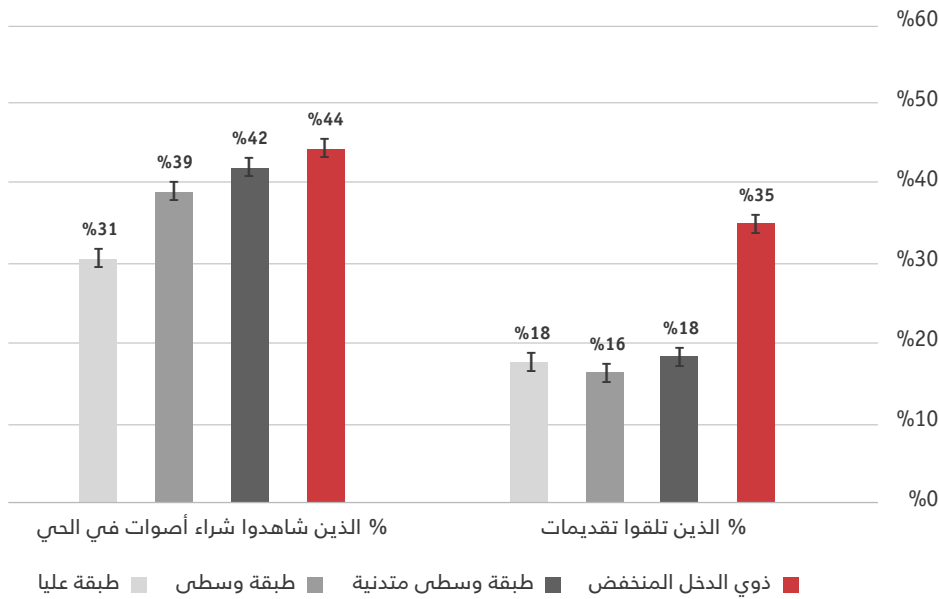
المصدر: استطلاع الرأي العام اللبناني (2018).

16  
تم استقاء مستويات الدخل من السؤال الوارد في الدراسة الاستقصائية، وهو 'الرجاء اخباري أي جواب يصف بشكل أفضل وضعك الاقتصادي الحالي'، حيث كان على المستجيبين اختيار أحد الخيارات الأربعة التالية: (1) أواجه صعوبة في إعطام نفسي وعائلتي وشراء حتى أكثر الأمور الضرورية للصمود؛ (2) لدي ما يكفي من سبل الصمود، لكن ليس لدي ما يكفي من المال لأموال إضافية؛ (3) أنا قادر على تحمّل كلفة أمور مثل ملابس جديدة والأكل في المطاعم، ولكن ليس غالباً؛ (4) أنا قادر على تحمّل تكاليف أمور مثل الملابس الجديدة أو الأكل في الخارج، وأيضاً إعالة أفراد آخرين من الأسرة غير قادرين على القيام بهذه الأمور. وتم تصنيف المستجيبين على الشكل التالي: من ذوي الدخل المنخفض إن اختاروا الخيار الأول، ومن الطبقة المتوسطة الدنيا في حال اختاروا الاحتمال الثاني، ومن الطبقة المتوسطة إن اختاروا الاحتمال الثالث، ومن الطبقة العليا في حال اختاروا الاحتمال الرابع.

تظهر الدراسة الاستقصائية أنّ الأفراد ذوي الدخل المنخفض<sup>16</sup> هم أكثر استعداداً للإبلاغ عن شراء الأصوات وتلقّي تقديمات، مقارنة مع الناخبين الذين ينتمون إلى الطبقتين العليا والمتوسطة (الرسم 4).

الرسم 4

## شراء الأصوات بحسب مستويات الدخل



المصدر استطلاع الرأي العام اللبناني (2018).

ملاحظة تم تضمين 95% فواصل ثقة من أجل تقييم ما إذا كانت الاختلافات ذات أهمية من الناحية الإحصائية أم لا.

يبدو بأن الأحزاب تلجأ إلى شراء الأصوات بهدف الحفاظ على الناخبين الأوفياء بدلاً من جمع الأصوات من الناخبين المتأرجحين. تُظهر نتائج الدراسة الاستقصائية أن هؤلاء الذين لم يصوتوا في العام 2009 كان من الأقل ترجيحاً لهم أن يُفيدوا عن تقديمات في العام 2018، مقارنة مع الذين صوتوا في العام 2009 (الرسم 5). تدعم هذه النتيجة نموذج شراء نسب الاقتراع، مقابل نموذج شراء الأصوات.

وفقاً لنموذج شراء نسب الاقتراع، تقدّم الأحزاب مكافأة للناخبين الأوفياء، وتكتفي بمراقبة ما إذا أدلى الناخب المستهدف بصوته أم لا.

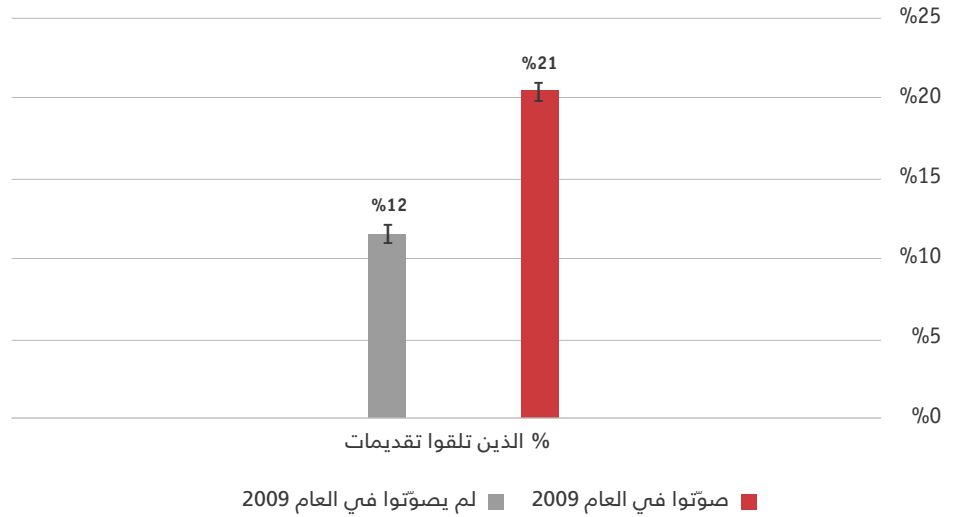
يأخذ هذا النموذج بعين الاعتبار صعوبة مراقبة الناخبين المتأرجحين، إذ يجب التأكد ما إذا أدلى الناخبون المتأرجحون بصوتهم، كما والتحقّق لصالح أي حزب قاموا بالتصويت.

## يبدو بأن الأحزاب تلجأ إلى شراء الأصوات بهدف الحفاظ على الناخبين الأوفياء بدلاً من جمع الأصوات من الناخبين المتأرجحين



## الرسم 5

## تقارير حول تلقيّ تقديمات في العام 2018, بحسب وضع التصويت في العام 2009



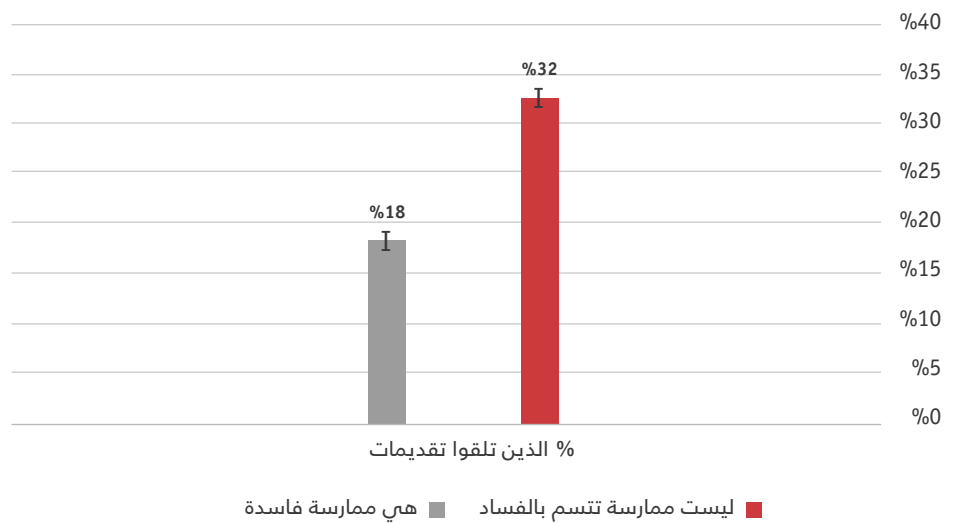
المصدر استطلاع الرأي العام اللبناني (2018).

ملاحظة تم تضمين 95% فواصل ثقة من أجل تقييم ما إذا كانت الاختلافات ذات أهمية من الناحية الإحصائية أم لا.

أضف إلى ذلك، أنّه يُرَجَّح بأن يُفيد الناخبون الذين لا يعتبرون أنّ شراء الأصوات ممارسة فاسدة عن تلقيهم تقديمات، مقارنة مع الذين يعتبرونه كذلك (الرسم 6).

## الرسم 6

## إفادات حول تلقيّ تقديمات في العام 2018, بحسب التصورات حول الفساد



المصدر استطلاع الرأي العام اللبناني (2018).

ملاحظة تم تضمين 95% فواصل ثقة من أجل تقييم ما إذا كانت الاختلافات ذات أهمية من الناحية الإحصائية أم لا.

عند أخذ محدّدات شراء الأصوات بعين الاعتبار، تبرز أربعة عوامل مهمة، وهي الدخل، والشبكات السياسية، والهوية الطائفية، والطائفة. ويرتبط الدخل ارتباطاً سلبياً بشراء الأصوات، حيث يُرَجَّح أكثر للمواطنين الأكثر فقراً أن يتلقوا تقديمات مقارنة مع هؤلاء الذين يتمتّعون بوضع اجتماعي واقتصادي أعلى. وتدعم هذه العلاقة السلبية نتائج من الأدبيات التي تركّز على المنفعة الهامشية العالية للدخل التي تظهر لدى الناخبين ذوي الدخل الأدنى، ما يجعلهم أكثر ميلاً إلى بيع أصواتهم.<sup>17</sup> بالمثل، تجمع علاقة عكسية الشبكات السياسية بعملية شراء الأصوات: يُرَجَّح للناخبين الذين لديهم شبكات سياسية أقل أن يفيدوا عن تلقّي تقديمات.<sup>18</sup> وفقاً للأدبيات، بالرغم من كونه من السهل شراء أصوات المؤيدين الأساسيين، الذين يميّزون بخاصية تمتعهم بشبكات سياسية قوية، مقارنة مع الناخبين المتأرجحين،<sup>19</sup> من الأسهل التأثير بالناخبين الذين لا يُظهرون عن انتماءات إيديولوجية قوية، مقارنة مع الناخبين الذين لديهم انتماءات إيديولوجية قوية.<sup>20</sup> وفي المقابل،

لدى الهوية الطائفية<sup>21</sup> تأثيراً قوياً: كلما كانت الهوية أقوى، ازداد احتمال تلقّي تقديمات. تدعم هذه النتيجة ما جاء في الفقرات السابقة من هذا الملخص لجهة كون

الأحزاب تستهدف الناخبين الأوفياء، ولكون الأحزاب السياسية تستهدف الناخبين الذين يتمتّعون بهويات طائفية قوية، والذين يُرَجَّح لهم أكثر أن يكونوا أوفياء. أخيراً، لدى الطائفة تأثيراً مهماً، بحيث أنّ الناخبين الشيعة هم أقلّ من يفيد عن شراء الأصوات. غير أنّ هذا ناتج على الأرجح عن أنماط منطوقية، على النحو الظاهر أعلاه، حيث المحافظات التي لديها الدرجة الأدنى من شراء الأصوات، لا سيما في الجنوب وبعلبك- الهرمل، هي ذات غالبية شيعية (الملحق 2).

## الخاتمة والتوصيات

لقد طغى على التوقّعات الإيجابية المرتبطة باعتماد قانون انتخابي جديد، نسبة اقتراع متدنية وسط مخالفات انتخابية. يسلّط هذا الملخص الضوء على نتيجتين أساسيتين راشحتين عن استقصاء الرأي العام الخاص بلبنان، هما: لا مبالاة الناخبين الشباب وانتشار شراء الأصوات.

كما يظهر في نتائج

الدراسة الاستقصائية، أنّ

الشباب هم الأكثر انفصالاً عن الانتخابات، بحسب ما يتبيّن من خلال نسبة الاقتراع المتدنية لديهم مقارنة مع الناخبين الأكبر سناً. وعليه، فإنّ الجهود الآيلة إلى حشد الشباب واشراكهم في العملية الانتخابية تُعدّ حيوية. وتتضمّن جهود مماثلة حملات توعية تشرح أهمية دعم الشباب للمرشحين، وأهمية صوتهم يوم الانتخابات.

17

Stokes, S., T. Dunning, M. Nazareno, V. Brusco. 2013. *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. New York, NY: Cambridge University Press. Dixit, A., and J. Londregan. 1996. 'The determinants of success of special interests in redistributive politics.' *The Journal of Politics* 58: 1132—55.

18

يختفي تأثير الشبكات السياسية حين تؤخذ بعين الاعتبار التأثيرات المنطقية.

19

Dixit, A., and J. Londregan. 1996. 'The determinants of success of special interests in redistributive politics.' *The Journal of Politics* 58: 1132—55.

20

Stokes, S., T. Dunning, M. Nazareno, V. Brusco. 2013. *Brokers, Voters, and Clientelism: The Puzzle of Distributive Politics*. New York, NY: Cambridge University Press.

21

تم قياس بروز الهوية الطائفية للمستجيبين على أساس مدى تعريفهم بأنفسهم استناداً إلى طائفتهم.

أضف إلى ذلك، أنّ نتائج الدراسة الاستقصائية تُظهر انتشار شراء الأصوات ومدى إعطاء التقديرات مقابل الأصوات. وعليه، من المهم إبعاد عملية الإدلاء بالصوت عن التلاعبات الانتخابية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال جعل التصويت أكثر سرية عبر اعتماد مراكز اقتراع أكبر وتتضمن طوائف مختلطة، ما يضمن إغفال هوية المقترعين، وتقليص قدرة الوسطاء على الرصد. كما يجدر اعتماد وإنفاذ القوانين الآيلة إلى معاقبة الأحزاب السياسية والمرشحين الذين يقومون بشراء الأصوات، الأمر الذي سيسمح للناخبين أن يصوتوا بناءً على البرامج السياسية والإيديولوجيا السياسية، وليس على أساس المنافع القصيرة الأمد مقابل أصواتهم.

## الملحق 1

### انحدارات نسبة الاقتراع

المتغيرات	النموذج 1 (لوغاريتم الأرحية) صوت في العام 2018	النموذج 2 (لوغاريتم الأرحية) - عينة فرعية + 29 عاماً صوت في العام 2018
صوت في العام 2009		3.095*** (0.259)
السن	0.139*** (0.0337)	-0.0196 (0.0695)
التربيع الجذري للسن	-0.00133*** (0.000358)	1.88e-05 (0.000669)
أنثى	-0.485*** (0.185)	-0.170 (0.298)
عدد سنوات الدراسة	-0.143 (0.100)	-0.00679 (0.128)
التربيع الجذري لعدد سنوات الدراسة	0.00976** (0.00462)	0.00507 (0.00604)
تلقي تقديمت	0.443* (0.236)	0.272 (0.356)
هوية طائفية	0.0864 (0.0833)	0.121 (0.131)
شبكات سياسية	0.0223 (0.0973)	-0.132 (0.142)
حزب سياسي	0.849*** (0.304)	1.000** (0.507)
بطالة	0.803* (0.465)	-0.278 (0.972)
يعمل لحسابه الخاص	-0.112 (0.352)	-1.153 (0.724)
عامل بأجر	0.299 (0.345)	-0.656 (0.745)
ربة منزل	0.539 (0.393)	-0.612 (0.786)
الوضع الاقتصادي	0.195 (0.122)	0.110 (0.178)
شبيعة	0.904*** (0.283)	0.373 (0.439)
موارنة	0.488* (0.291)	0.496 (0.425)
روم أرثوذكس	0.484 (0.383)	1.178** (0.520)
روم كاثوليك	1.451** (0.590)	1.679** (0.826)
أرمن أرثوذكس	1.116* (0.667)	1.453* (0.872)

المتغيرات	النموذج 1 (لوغاريتم الأرجحية) صوت في العام 2018	النموذج 2 (لوغاريتم الأرجحية) - عينة فرعية + 29 عاماً صوت في العام 2018
أقلية مسيحية	0.993 (1.177)	-0.353 (1.298)
دروز	0.412 (0.373)	0.194 (0.543)
بعلبك-الهرمل	-0.359 (0.534)	-0.358 (0.844)
بيروت	-1.259*** (0.405)	-1.767** (0.696)
البقاع	-0.229 (0.501)	0.398 (0.948)
جبل لبنان	-1.393*** (0.415)	-1.239* (0.712)
النبطية	-1.663*** (0.483)	-0.755 (0.849)
الشمال	0.272 (0.424)	0.00748 (0.724)
الجنوب	-0.457 (0.439)	0.0151 (0.782)
ثابتة	-1.826** (0.898)	0.939 (1.927)
ملاحظات	1,135	818

أخطاء المعيارية بين قوسين

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

## الملحق 2

### انحدارات شراء الأصوات

المتغيرات	النموذج 1 (لوغاريتم الأرجحية) تلقي تقديرات	النموذج 2 (لوغاريتم الأرجحية) - عينة فرعية + 29 عاماً تلقي تقديرات	النموذج 3 (لوغاريتم الأرجحية) - عينة فرعية + 29 عاماً (الآثار الثابتة للمنطقة) تلقي تقديرات
صوت في العام 2009	0.821** (0.402)	0.678* (0.404)	
السن	0.0426 (0.0415)	0.150* (0.0789)	0.167** (0.0810)
التربيع الجذري للسن	-0.000425 (0.000452)	-0.00138* (0.000761)	-0.00157** (0.000774)
أنثى	0.133 (0.219)	0.154 (0.284)	0.240 (0.300)
عدد سنوات الدراسة	-0.0205 (0.109)	0.0352 (0.125)	-0.00382 (0.128)
التربيع الجذري لعدد سنوات الدراسة	0.00308 (0.00491)	0.00217 (0.00587)	0.00371 (0.00598)
شيعة	-1.221*** (0.260)	-1.573*** (0.361)	-0.0948 (0.537)
موارنة	-0.328 (0.243)	-0.272 (0.287)	-0.376 (0.357)
روم أرثودوكس	-0.196 (0.404)	-0.237 (0.402)	-0.492 (0.450)
روم كاثوليك	-0.513 (0.467)	-0.729 (0.571)	-0.476 (0.608)
أرمن أرثودوكس	-	-	-
أرمن كاثوليك	1.568 (0.985)	1.848** (0.917)	1.837* (0.940)
أقليات مسيحية	2.313* (1.200)	1.783 (1.237)	1.531 (1.277)
دروز	-1.389*** (0.465)	-1.575*** (0.569)	-1.546** (0.661)
هوية طائفية	0.227** (0.0977)	0.136 (0.116)	-0.0353 (0.122)
شبكات عابرة للطوائف	-0.0701 (0.0895)	-0.141 (0.115)	-0.188 (0.130)
شبكات سياسية	0.220** (0.111)	0.193 (0.126)	0.0510 (0.134)
عاطل عن العمل	0.214 (0.507)	-0.293 (0.876)	-0.156 (0.854)
عامل لحسابه الخاص	-0.104 (0.429)	0.422 (0.592)	0.606 (0.604)

المتغيرات	النموذج 1 (لوغاريتم الأرجحية) تلقي تقديرات	النموذج 2 (لوغاريتم الأرجحية) - عينة فرعية + 29 عاماً تلقي تقديرات	النموذج 3 (لوغاريتم الأرجحية) - عينة فرعية + 29 عاماً (الآثار الثابتة للمنطقة) تلقي تقديرات
عامل بأجر	0.00902 (0.415)	0.696 (0.603)	0.687 (0.617)
ربة منزل	-0.236 (0.469)	0.274 (0.632)	0.322 (0.637)
الوضع الاقتصادي	-0.449*** (0.137)	-0.450*** (0.164)	-0.429** (0.177)
بعلبك- الهرمل			-
بيروت			-0.0287 (0.611)
البقاع			-1.534* (0.796)
جبل لبنان			0.159 (0.546)
النبطية			-0.852 (0.753)
الشمال			0.611 (0.501)
الجنوب			-2.535*** (0.964)
ثابتة	-1.829 (1.167)	-6.076*** (2.178)	-5.609** (2.227)
ملاحظات	833	608	569

أخطاء المعيارية بين قوسين

\*\*\* p&lt;0.01, \*\* p&lt;0.05, \* p&lt;0.1

## LCPS

**حول ملخص السياسة العامة**  
ملخص السياسة العامة هو منشورة قصيرة تصدر بشكل منتظم عن المركز اللبناني للدراسات تحلل مواضيع سياسية واقتصادية واجتماعية أساسية وتقدم توصيات في السياسات العامة لشريحة واسعة من صناعات القرار والجمهور بوجه عام.

**حول المركز اللبناني للدراسات**  
تأسس المركز اللبناني للدراسات في عام 1989. هو مركز للأبحاث مقره في بيروت، إدارته مستقلة ومحايطة سياسياً، مهمته إنتاج ومناصرة السياسات التي تسعى إلى تحسين الحكم الرشيد في مجالات مثل اللامركزية، والتنمية الاقتصادية، والمالية العامة والنفط والغاز.

### للإتصال بنا

**المركز اللبناني للدراسات**  
برج السادات، الطابق العاشر  
ص.ب. 215-55، شارع ليون  
رأس بيروت، لبنان  
ت: + 961 1 799301  
ف: + 961 1 799302  
info@lcps-lebanon.org  
www.lcps-lebanon.org