1. ચૂંટણીમાં ભાગીદારી અને મતદાનને પ્રભાવિત કરતાં ટૂંકાગાળાનાં પરિબળો જણાવો.

- ચૂંટણીમાં ભાગીદારી : વિવિધ રાજકીય પ્રવૃત્તિઓનાં લોકો સ્વૈચ્છિક રીતે સામેલ થાય તેને રાજકીય ભાગીદારી કહી શકાય અને લોકોની આ ભાગીદારી ચૂંટણીના સમયે જોવા મળે તો તેને ચૂંટણીમાં ભાગીદારી કહેવાય. લોકશાહી શાસનપ્રથા લોકભાગીદારી પર આધારિત હોવાથી તેની લોકસ્વીકૃતિની માત્રા ઊંચી હોય છે. ચૂંટણીમાં વિવિધ સ્વરૂપોમાં ભાગીદારી જોવા મળે છે.
- સામાન્ય રીતે ચૂંટણીમાં મતદાન કરવું, ચૂંટણી પ્રચારમાં ભાગ લેવો, રાજકીય પક્ષના સક્રિય સભ્ય બનવું, રાજકીય આંદોલનોમાં ભાગ લેવા વગેરે. ચુંટણીમાં જોવા મળતું 60 65 ટકાનું મતદાન ચૂંટણીમાં લોકોની સહભાગીદારીનું સૂચન કરે છે.
- મતદાનને પ્રભાવિત કરતાં પરિબળો : મતદાનને પ્રભાવિત કરતાં પરિબળો ટૂંકાગાળાના અને લાંબાગાળાના પરિબળો એક બે મુખ્ય ભાગોમાં વહેંચી શકાય. મતદાનને અસર કરતા બે પરિબળો નીચે મુજબ છે :
- ટૂંકા ગાળાના પરિબળો : (1) આર્થિક પરિબળો, (2) નેતાઓનું ચુંબકીય વ્યક્તિત્વ, (3) ચૂંટણી પહેલાંની કેટલીક ઘટનાઓ, (4) સંચાર માધ્યમોનો પ્રભાવ
- લાંબાગાળાના પરિબળો : (1) સામાજિક પરિબળ : (અ) સામાજિક પરિબળ, (બ) જ્ઞાતિ, (ક) ધર્મસંપ્રદાય (2) આર્થિક પરિબળો (3) વિચારધારા, (4) કૌટુંબિક પશ્ચાદભૂમિકા, (5) રાજકીય પક્ષ અને તેનું નેતૃત્વ, (6) પુરુષ પ્રધાનતા, (7) નાણાં, બાહુબળ અને સંચાર માધ્યમો. ટૂંકાગાળાના પરિબળો : ટૂંકાગાળાના પરિબળો એટલે એવા પરિબળો કે એકાદ બે ચૂંટણીને પ્રભાવિત કરી શકતા હોય.

  (1) આર્થિક પરિબળો : ચીજવસ્તુઓના ભાવોમાં આવેલો ઉછાળો, બેરોજગારી, આત્મહત્યાના બનાવો (ખેડૂતોના), રોડપાણીવીજળીની સમસ્યાઓ, ચૂંટણી વખતે આ મુદ્દાઓને લઈ જોરદાર પ્રચાર અને આરોપ, પ્રત્યારોપણ થાય છે. દિલ્લીની ચૂંટણીમાં ડુંગળીના ભાવે સત્તાધીશ પક્ષને ઘર બેઠો કર્યો હતો.

  (2) નેતાઓનું ચુંબકીય વ્યક્તિત્વ : ચૂંટણી મુદાઓ, વિચારો ઉપરાંત નેતાગીરી ઉપર મોટો આધાર રાખે છે. રાજકીય પક્ષોના નેતાઓનું આકર્ષક, મોહક વ્યક્તિત્વ, તેમના વક્તવ્યની છટા ચૂંટણીને પ્રત્યક્ષ રીતે પ્રભાવિત કરે છે. બિહાર જેવા રાજ્યમાં લાલુપ્રસાદ યાદવનું વ્યક્તિત્વએ 10 વર્ષ રાજદને બિહારની સત્તા અપાવી. તો અટબિહારી બાજપાઈ અને નરેન્દ્રભાઈ મોદીના ચુંબકીય નેતૃત્વ હેઠળ ભાજપને અનેક રાજયોની ચૂંટણીમાં જ્વલંત જીત અપાવી છે. નેતાઓ પ્રત્યેના આકર્ષણને ધ્યાનમાં રાખી વિવિધ રાજકીય પક્ષો ફિલ્મી હિરોહિરોઈનોને પોતાના પક્ષમાં સામેલ કરે છે. દા.ત. પરેશ રાવલ, રાજબૂર, મનોજ તિવારી, હિતુ કનોડિયા વગેરે. એક સમયે અમિતાભ બચ્ચનને પણ રાજકીય પક્ષોએ પોતાના ઉમેદવાર બનાવેલ છે. દક્ષિણ ભારતમાં રજનીકાન્ત પર પોતાનો પક્ષ સ્થાપવાની ઈચ્છા દર્શાવી છે. માત્ર નેતાઓની વ્યક્તિગત આધારિત રાજનીતિ લાંબો સમય ટકતી નથી. ગુજરાતમાં ભાજપથી અલગ થઈ રાજપાની સ્થાપના કરી મુખ્યમંત્રી બનેલ શંકરસિંહજી હોય કે દિલ્લીમાં અશક્ય પરિણામ લાવનાર અરવિંદ કેજરીવાલ ખૂબ જ થોડા સમયમાં પોતાનો લોકમત ગુમાવતા ગયા.

  (3) ચૂંટણી પહેલાંની કેટલીક ઘટનાઓ : ચૂંટણી પહેલા કેટલીક આકસ્મિત ઘટનાઓ ચૂંટણીને પ્રભાવિત કરે છે. દા.ત. 197172માં ભારતપાક યુદ્ધના મુદ્દા પર એક રાજકીય પક્ષે Recoard Brack લોકમત પ્રાપ્ત કર્યું અને આજ પક્ષ 1977માં કટોકટીને કારણ પોતાનો જનાધાર (લોકમત) સંપૂર્ણ રીતે ગુમાવ્યો. જો કે વર્તમાન સમયમાં

ચૂંટણી પૂર્વ કેટલાક બનાવો બને જ તેવા પ્રયત્નો અપ્રત્યક્ષ રીતે તમામ પક્ષો કરે છે. દા.ત. 2017 ગુજરાત વિધાનસભા અને પાટીદાર અનામત.

(4) સંચાર માધ્યમોનો પ્રભાવઃ ચૂંટણી સમયે લોકમતના ઘડતરમાં સંચાર માધ્યમો જેવા કે રેડિયો, ટીવી, વર્તમાનપત્રો, સંચાર માધ્યમો કે સોશ્યલ મીડિયા મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે. આ સંચાર માધ્યમો પૈકી કેટલાક રાજકીય પક્ષોના ઈશારે માહિતી પ્રકાશિત કરે છે. વર્તમાન સમયમાં ચૂંટણી પૂર્વે ઓપિનિયન પોલ કે મતદારોના અભિપ્રાયો પણ મતદારોને વિચારવા મજબૂર કરે છે.

2014ના લોકસભાના ઈલેક્શનમાં નરેન્દ્ર મોદીને રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ લોકપ્રિય નેતા બનાવવામાં સોશીયલ મીડિયાનો ભાગ મહત્વનો છે. જો કે સોશીયલ મીડિયા પર પ્રસારીત થતા સર્વે ચોંકાવનાર પણ હોય છે. દા.ત. 201516 દિલ્હીના ચૂંટણીમાં "આપ" પક્ષને મળેલ જલવંત સફળતા વિશે એકપણ મીડિયાએ પોતાનું ઓપિનિયન આપ્યું નહોતું.

2. ચૂંટણીમાં ભાગીદારી અને મતદાનને પ્રભાવિત કરતાં લાંબાગાળાના પરિબળો જણાવો.

- ચૂંટણીમાં ભાગીદારી : વિવિધ રાજકીય પ્રવૃત્તિઓનાં લોકો સ્વૈચ્છિક રીતે સામેલ થાય તેને રાજકીય ભાગીદારી કરી શકાય અને લોકોની આ ભાગીદારી ચૂંટણીના સમયે જોવા મળે તો તેને ચૂંટણીમાં ભાગીદારી કહેવાય. લોકશાહી શાસનપ્રથા લોકભાગીદારી પર આધારિત હોવાથી તેની લોકસ્વીકૃતિની માત્રા ઊંચી હોય છે. ચૂંટણીમાં વિવિધ સ્વરૂપોમાં ભાગીદારી જોવા મળે છે.
- સામાન્ય રીતે ચૂંટણીમાં મતદાન કરવું, ચૂંટણી પ્રચારમાં ભાગ લેવો, રાજકીય પક્ષના સક્રિય સભ્ય બનવું, રાજકીય આંદોલનોમાં ભાગ લેવા વગેરે. ચૂંટણીમાં જોવા મળતું 60 65 ટકાનું મતદાન ચૂંટણીમાં લોકોની સહભાગીદારીનું સૂચન કરે છે. ચૂંટણીને પ્રભાવિત કરનાર લાંબાગાળાનાં પરિબળો : ચૂંટણી લોકલાગણી જાણવાનું બેરોમીટર છે. ચૂંટણીએ લોકશાહીમાં શાંતિક્રાંતિ ગણાતી હોવાથી તેને પણ લાંબાગાળાના પરિબળો પ્રભાવિત કરે છે. જે નીચે મુજબ છે.

  (1) સામાજિક પરિબળ : સામાજિક પ્રાણી તરીકે મનુષ્યની (મતદારોની) ઉંમર, લિંગ, શિક્ષણ, વસવાટ, જ્ઞાતિજાતિ, ધર્મ, ચૂંટણી પ્રક્રિયાને ચોક્કસ પ્રભાવિત કરે છે. આ પરિબળો ઓછા વધતા અંશે નીચે મુજબ મતદારોને પ્રભાવિત કરે છે. જેમ કે, સમાજ : મતદાતા તરીકે યુવાવર્ગ ઉત્સાહથી અને સ્વતંત્ર સુઝબુઝથી મતદાન કરે છે. શહેરી વિસ્તારો કરતાં ગ્રામીણ વિસ્તારોમાં મતદાન મોટા પ્રમાણમાં અને કોઈ એક રાજકીય પક્ષ તરફ વધુ ઝોક ધરાવે છે. સ્ત્રીપુરૂષના મતદારોની ટકાવારીમાં ઝાઝો તફાવત નથી. પરંતુ અમુક મતવિસ્તારોમાં સ્ત્રીઓની મતદાનની ટકાવારી વધુ હોય છે.
- જ્ઞાતિ : અનેક સમાજ અને જ્ઞાતિઓમાં વહેંચાયેલ ભારતીય સમાજ ચૂંટણીમાં મતદારોને મોટા પ્રમાણમાં પ્રભાવિત કરે છે. રાજકીય પક્ષો ઉમેદવારોની પસંદગીથી માંડીને પ્રધાનમંડળની રચના સુધી જ્ઞાતિનો પ્રભાવ જોવા મળે છે. જ્ઞાતિવાદ પર લોકપ્રતિનિધિ ધારા 1951 અનુસાર પ્રતિબંધ હોવા છતાં જ્ઞાતિને આધારે મતદાનની અપીલ પણ કરવામાં આવે છે. સ્વાતંત્ર પછી સમાજની ઉચ્ચ જ્ઞાતિઓનું રાજકારણ પર વધુ વર્ચસ્વ હતું.
- જે કાયદાકીય અનામત અને શિક્ષણના દર વધતા અનુસૂચિત જાતિઓ, જનજાતિઓ અને અન્ય પછાત જ્ઞાતિઓ રાજકીય ક્ષેત્રે પોતાનો પ્રભાવ ઊભો કરી શક્યા છે. આજે કેટલીક જ્ઞાતિઓ ચોક્કસ રાજકીયપક્ષ માટે વોટબેંક હોવાનો ખ્યાલ ઊભો થાય છે. (ગુજરાતમાં 2017ના વિધાનસભા ચૂંટણી પહેલા પાટીદાર એ ભાજપની વોટબેંક

ગણાતી) ધર્મસંપ્રદાય : બિનસાંપ્રદાયિક દેશ હોવાથી ચૂંટણીમાં ધર્મ કે સંપ્રદાયના નામે મતની અપીલ કરવી એ આદર્શ આચારસંહિતાનો ભંગ ગણાય છે. રાજકીય પક્ષો, ઉમેદવારો અપ્રત્યક્ષ રીતે ધર્મ અથવા સંપ્રદાયનો ચૂંટણીમાં ઉપયોગ કરે છે. દા.ત. ભારતીય રાજકારણમાં દિલ્હીના જામા મસ્જિદના મોલવીઓના ફતવા કે ઉત્તરપ્રદેશમાં મંદિરના મહંત યોગી આદિત્યનાથને જ મુખ્યમંત્રીના ઉમેદવાર તરીકે રજુ કર્યા. લઘુમતીઓ પોતાની ઓળખ અને સલામતીને ધ્યાનમાં રાખીને રાજકીય પક્ષો અને ઉમેદવારોને પસંદ નાપસંદ કરે છે.

(2) આર્થિક પરિબળ : દેશમાં અલગ અલગ કારણોસર આર્થિક અસમાનતા સર્જાય છે. સમાજનો ધનિક વર્ગ મતદાન પ્રત્યે ઉદાસીન હોય છે. મધ્યમ વર્ગના મતદારો રાજકીય જાગૃતિ ધરાવે છે. પરંતુ પોતાના હિતોને સ્પર્શતી બાબતોના પ્રરિપેક્ષમાં જ ચૂંટણીમાં મતદાન કરે છે. જ્યારે આર્થિક રીતે નબળા વર્ગો મોટા પ્રમાણમાં મતદાનમાં ભાગલે છે. પોતા ભાગના રાજકીય પક્ષો પણ આ વર્ગને આકર્ષવા અનેક પ્રલોભનો આપે છે.

(3) વિચારધારા : વિવિધ દેશોમાં જોવા મળતા રાજકીય પક્ષો પર મૂડીવાદ, સમાજવાદ, પરંપરા કે રૂઢિવાદ, બિનસાંપ્રદાયિક્તા જેવી કોઈ એક કે એકથી વધુ વિચારધારાઓના પ્રભાવ સ્પષ્ટ જોવા મળે છે. મતદારો પોતાની સમકક્ષ વિચારસરણી ધરાવતા રાજકીય પક્ષો તરફ સ્વાભાવિક રીતે આકર્ષાય છે. જેમ કે ધનિક સાધન સંપશ વર્ગ સરકારની ઓછી દખલગીરીવાળી મૂડીવાદી વિચારસરણીઓ ધરાવતા પક્ષોથી પ્રભાવિત થાય છે.

(4) કૌટુંબિક પશ્વાદભૂમિકા : કુટુંબમાં રાજકીય સામાજિકીકરણની મહત્ત્વની એજન્સી છે. રાજકીય રીતે સભાને કુટુંબ એટલે કે જેઓના કુટુંબમાં રાજકારણ, રાજકીય પક્ષો કે નેતાઓ વિશે ચર્ચા ચાલતી હોય તો કુટુંબના બાળકો પર પણ તે અસર જોવા મળે છે. બાળકો પુપ્ત ઉંમરના થાય ત્યારે તે પોતાના કૌટુંબિક વિચારધારા સાથે સંકળાયેલ રાજકીય પક્ષોને જ મત આપવાનું વલણ ધરાવે છે.ક્યારેક તો રાજકીય પક્ષો પણ કૌટુંબિક વંશવાદને આગળ ધપાવે છે. દા.ત, ભારતમાં નહેરુગાંધી કુટુંબ.

(5) રાજકીયપક અને નેતૃત્વ : રાજકીય ક્ષેત્રે જે પક્ષ અને તેનું નેતૃત્વ મતદારોને પોતાની તરફ આકર્ષવામાં સફળ રહે તે જ ચૂંટણીમાં સારા દેખાવ કરે છે. રાજકીય પક્ષો પોતાના ચૂંટણી ઢંઢેરા, પ્રચાર પદ્ધતિઓ કે કાર્યક્રમોને લોકમાનસ પર અસર કરે તે રીતે જ કરે છે. ચૂંટણી સમયે રાજકીય પક્ષોના સ્ટાર પ્રચારકો (નેતા)ઓ મતદારોના ઝોક બદલી શકે છે. પ્રભાવશાળી વ્યક્તિત્વ, આકર્ષક વાચ્છટાથી મતદારોને કરાતી મતઆપવાની અપીલ મતદારોને આકર્ષે છે.

(6) પુરુષપ્રધાન : આપણો સમાજ મહદંશે પરષપ્રધાન છે. આ વલણ રાજ કારણામાં અને મતદાન પ્રક્રિયામાં પણ પ્રતિબિંબિત થાય છે. પુરુષોના આ વર્ચસ્વને કારણે મહિલાઓ ઘણી વખત તેમના સૂચવ્યા પ્રમાણે મતદાન કરતી હોય છે. રાજકીય પક્ષો પણ મહિલા સશક્તિકરણની વાતો મોટા પ્રમાણમાં કરે છે. પણ ચૂંટણી વખતે પક્ષ ટિકીટ આપવાના સમયે પાણીમાં બેસી જાય છે. આપણા ધારાગૃહોમાં મહિલા પ્રતિનિધિઓની ટકાવારી દસ બાર ટકાથી વધી નથી. સ્થાનિક સ્વરાજયની સંસ્થાઓમાં 33 ટકા મહિલા અનામતને કારણે મહિલા પ્રતિનિધિઓની સંખ્યામાં નોંધપાત્ર વધારો થયેલો આપણને જોવા મળે છે.

(7) નાણાં, બાહુબળ અને સંચાર માધ્યમો : મતદાનને પ્રભાવિત કરનારાં આ મહત્ત્વના પરિબળો છે. જે પક્ષ પાસે મોટા પ્રમાણમાં નાણા શક્તિ હોય, મતદાનને પ્રભાવિત કરે એવું બાહુબળ અને સંચાર માધ્યમોની પહોંચ વધુ હોય એ પક્ષો અને ઉમેદવારો મતદાનને પ્રભાવિત કરી શકે છે. ચૂંટણી વખતે મતદાનને પ્રભાવિત કરનારાં આ પરિબળો છે. ક્યારે કર્યું પરિબળ કેટલા પ્રમાણમાં મતદાનને પ્રભાવિત વરશે એ કહેવું મુશ્કેલ છે. ભારતનો સામાન્ય મતદાર અકળ છે. ક્યારે કયા મુદ્દાથી પ્રેરાઈને મતદાન કરશે એ કળવું સરળ નથી.

3. કોઈપણ બે ચૂંટણી સુધારાની ચર્ચા કરો.

- લોકશાહીમાં મતદારો પોતાના પ્રતિનિધિઓને મુક્ત અને ન્યાયી રીતે ચૂંટે અને તેમને સત્તાનાં સૂત્રો નિશ્ચિત સમય માટે સોંપે એ માટે આપણે ત્યાં નિયમિત ધોરણે ચૂંટણી યોજાય છે. દેશમાં નિષ્પક્ષરીતે ચૂંટણી કરવા માટે ચૂંટણીપંચ નીમાયેલ છે. ચૂંટણીપંચ ચૂંટણી સંબંધીત વિવિધ પ્રશ્નોનો સર્વગ્રાહી અભ્યાસ કરીને ચૂંટણીમાં જરૂરી એવા સુધારાઓ અંગે સૂચનો સમયાન્તરે કરે છે. ચૂંટણીપંચ કરેલ ચૂંટણી સુધારા અંગે કરેલ કેટલાક સૂચનો નીચે મુજબ છેઃ
- ચુંટણી સુધારણા અંગેના સુચનો :

(1) મેળવેલા મત અને બેઠકો વચ્ચેની વિસંગતિને દૂર કરી વધુ પ્રતિનિધિક બનાવવી.

(2) ચૂંટણીમાં ઝંપલાવતા વિશાળ સંખ્યામાં પક્ષો અને ઉમેદવારો ઉપર નિયંત્રણ કે નિયમન.

(3) ચૂંટણીઓમાં નાણાં શક્તિના વધતા જતા પ્રભાવને ઘટાડવા.

(4) હિંસા અને બાહુબળના વધતા જતા ઉપયોગને બંધ કરવા.

(5) રાજકીય પક્ષોના કામકાજનું નિયમન.

(6) જ્ઞાતિવાદકોમવાદી તાકાતોને રાજકારણથી દૂર રાખવા.

(7) રાજકારણના વધતા જતા અપરાધીકરણને રોકવું.

(8) સંચારસંવહનનાં માધ્યમોનો દુરુપયોગ અટકાવવો. ઉપરોક્ત સૂચનો પૈકી આપણે નીચેના બે સૂચનોનો વિસ્તારથી ચર્ચા કરીશું.

(A) ચૂંટણીમાં ઝંપલાવતા વિશાળ સંખ્યામાં પક્ષો અને ઉમેદવારો ઉપર નિયંત્રણ કે નિયમન : ભારત બહુપક્ષ પ્રથા ધરાવતો દેશ છે. આજે દેશમાં 700 થી વધુ રાજકીય પક્ષો છે અને દિનપ્રતિદિન તેમાં વધારો થઈ રહ્યો છે. પંદરવીસ વ્યક્તિઓનું મંડળ ક્યારેક પોતાના અંતર સ્વાર્થને પોષવા રાજકીય પક્ષની સ્થાપના કરે છે. મોટા ભાગના આ પક્ષો સ્થાનિક કક્ષાના હોય છે. તે પોતાના ક્ષેત્રમાં પણ પોતાના લોકમતોનું પ્રમાણ સાબિત કરી શકતા નથી. નવા સ્થપાયેલ પક્ષો કોઈ ચોક્કસ વિચારધારા કે કાર્યક્રમો ધરાવતા હોય તેવું ન પણ હોય. પરંતુ ક્યારેક મતદારોને ભ્રમિત કરવામાં બહુપક્ષો સફળ થાય છે. એક સરખા નામવાળા ઉમેદવારો કે સામ્યતા ધરાવતા. રાજકીય પક્ષોના નામ મતદારીના મનમાં ગૂંચવાડો ઊભો કરે છે. ચૂંટણીના સંચાલનમાં પણ આ પક્ષો વહીવટ પ્રશ્નો ઉભા કરે છે. દા.ત. 2017ની ગુજરાત વિધાનસભામાં એક જ સીટ પર 42 ઉમેદવારો ચૂંટણીમાં ઊભા છે. તો આમે EVM મશીનની ગોઠવણી અનેક પ્રશ્નો ઊભા કરે છે. ચોમાસામાં ઉગતા મશરૂમની જેમ ચૂંટણીની મૌસમ પૂર્ણ થતા જ આ નવા પક્ષો સમાજમાંથી અદશ્ય થઈ જાય છે. માત્ર સંભવિત વિજય પામતા ઉમેદવારને હરાવા માટે કે જોડે તોડની રાજનીતિનો લાભ લેવા કેટલાક તકવાદી લોકો આ રીતનો ઉપયોગ કરે છે. આમ ન થાય તે માટે રાજકીય પક્ષોની માન્યતા અંગે ચોક્કસ નિયમો હોવા જોઈએ. ઉપરાંત ઉમેદવાર બનવા માટે પણ ચોક્કસ પ્રકારની લધુત્તમ લાયકાતો નક્કી કરવી જરૂરી છે.

(B) હિંસા અને બાહુબળના વધતા જતા ઉપયોગને બંધ કરવા : ચૂંટણીમાં Money અને Men Powerનો દૂર ઉપયોગ ચિંતાનો વિષય છે. નાણાંશક્તિ ઉપરાંત બાહુબળનો ઉપયોગ ચૂંટણીમાં અમુક ઉમેદવારોને જીતાડવા કે હરાવવા માટે થાય છે. મતદાન મથકો કબજે કરવો, મતપેટીઓ કે ઈ.વી.એમ.ને નુક્સાન પહોંચાડવા કે હિંસા અને ભયનું વાતાવરણ ઊભું કરવાના પ્રયત્નો થાય છે.

- અનેક પ્રકારના અયોગ્ય અને અનિષ્ટ સાધનો પદ્ધતિઓના ઉપયોગ કરી બોગસ મતદાન કરવાનું કાર્ય પણ કેટલાક રાજકીય પક્ષો કે નેતાઓ કરે છે. (રાજાભૈયા કે અરુણ ગળવી જેવા વ્યક્તિઓ ચૂંટણીમાં વિજેતા બનેલ છે. જે આપણી લોકશાહીની ચિંતાત્મક બાબત છે.) ચૂંટણીપંચ આ માટે પ્રયત્નશીલ છે. ચૂંટણીમાં થતા નાણાંકીય ખર્ચના હિસાબો અને ઑડિટ થાય છે. ચૂંટણી ખર્ચને Online મૂકવા, એફિડેવીટ દ્વારા ઉમેદવારોએ પોતાની આર્થિક સદ્ધરતા અને ગુનાહિતતા પ્રજા સમક્ષ રજૂ કરવી ફરજીયાત બનાવી છે. આમ, છતાં નાણાં શક્તિ કે બાહુબળનો દૂર ઉપયોગ અટક્યો નથી, માત્ર નાગરિકોની જાગૃતા જ આવો અનિષ્ટોને નાબૂદ કરી શકે છે.

4. વિકાસ આધારિત રાજનીતિ સમજાવો.

- દેશનું રાજકારણ પોતાના દેશના લોકોના વિકાસને કેન્દ્રમાં રાખીને ઘડાતું હોય છે. વર્તમાન સમયમાં રાજકારણમાં વિકાસનો મુદ્દો મહત્ત્વનો બને છે ત્યારે (વિકાસ .... થયો છે ?) વિકાસ એટલે શું? તે સમજવું જરૂરી બને છે. અર્થશારા વિકાસને વૃદ્ધિ કે આર્થિક વૃદ્ધિના અર્થમાં મૂલવે છે. સંયુક્ત રાષ્ટ્રોના વિકાસ કાર્યક્રમ (UNDP) મુજબ વિકાસનું આકલન શિક્ષણ, સ્વાચ્ય, નાગરિકોનું જીવન ધોરણ, માથાદીઠ આવક વગેરે બાબતોના સૂચકઆંક મારફતે કરવામાં આવે છે. વિકાસ એ નિરંતર ટકાઉ અને સર્વગ્રાહી બાબત છે. જયારે આ વિકાસને નાગરિકોના વિકાસના સંદર્ભમાં સમજવા પ્રયત્ન કરીએ તો "વિકાસ એ સર્વનો વિકાસ હોવો જોઈએ." સવાંગી વિકાસ માટે સહભાગી વિકાસની રાજનીતિનો સ્વીકાર થવો જરૂરી છે.
- દેશના રાજકીય પક્ષો વિકાસના સાચા અર્થને રજૂ કરવાને બદલે પોતાના આગવા અર્થઘટનો કરી વિકાસને બદનામ કરે છે. ચૂંટણી વખતે રસ્તાપુલો કે અન્ય માળખાકીય સવલતોને જ વિકાસ ગણાવી નાગરિકોને ગેરમાર્ગે દોરે છે. ચૂંટણી સમયે લોભામણી બાબતો આપતાં રાજકીય પક્ષો ચૂંટણી પત્યા પછી પોતાના વચનો સરળતાથી ભૂલી જાય છે. તેથી જ આઝાદીના 70 વર્ષો પછી પણ ચૂંટણીના વાયદાઓમાં મુદ્દા બદલાયા નથી. (ગરીબી, બેરોજગારી, ભ્રષ્ટાચાર વગેરે). રાજકીય પક્ષો જયારે ચોક્કસ વર્ગ કે વિસ્તાર આધારિત વિકાસને વિકાસ કહે તો તે સાચા અર્થમાં વિકાસ નથી. વિકાસ તો જ્ઞાતિજાતિ, ધર્મ કે પ્રદેશ આધારિત વિકાસ ન હોવો જોઈએ. કોઈ ચોક્કસ રાજયનો પણ વિકાસ નહી પરંતુ, સર્વગ્રાહી વિકાસનો આદર્શ જરૂરી છે. કોઈના ભોગે કોઈનો વિકાસ ક્યારેય શક્ય નથી. વિકાસ એ માત્રને માત્ર નાગરિકોને કેન્દ્રમાં રાખીને કરવો જોઈએ નહી કે રાજનીતિને. હવે જો વિકાસ એટલે શું ? તેવો પ્રશ્ન પુનઃઉદ્ભવે તો તેનો સાચો અને ટૂંકો જવાબ આ આપી શકાય. "વિકાસ એટલે સર્વગ્રાહી, સમતોલ અને નિરંતર વિકાસ."