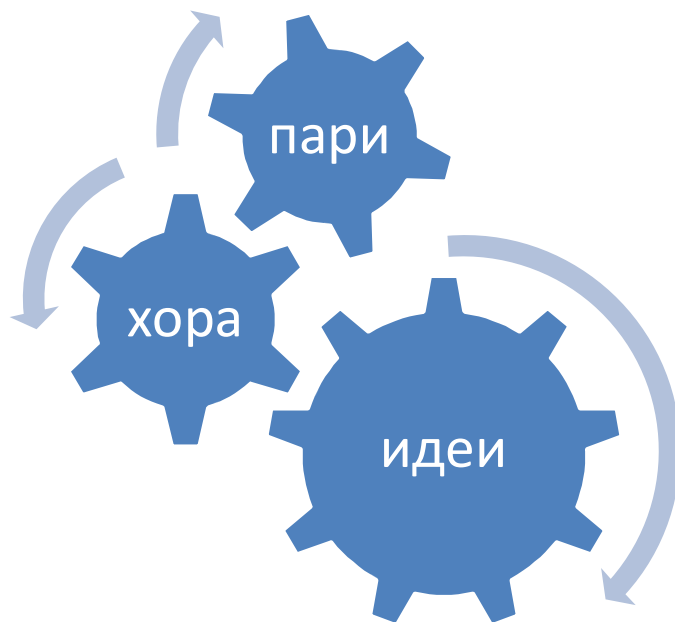




## **КАК СЕ ПЕЧЕЛЯТ ИЗБОРИ?**



**Наръчник**

**Български САРАКТ  
Пловдив 1995 г.**

# НА ВНИМАНИЕТО НА ГРАДСКОТО РЪКОВОДСТВО НА ВМРО-БНД ПЛОВДИВ

## ПРОЕКТ НА РАБОТЕН МАТЕРИАЛ ВЪРХУ ОРГАНИЗАЦИЯТА И ДЕЙНОСТТА НА ВМРО-БНД (на базата на материали от Консервативната партия във Великобритания)

### ВЪВЕДЕНИЕ

Този материал представлява наръчник за водене на политическата дейност на коалицията по места.

ВМРО-БНД трябва да води своята политическа кампания постоянно - не само по време на избори. Успехът в изборите ще дойде само на базата на разширяващата се социална подкрепа, за което трябва да се работи целогодишно.

Бъдещето на страната ни зависи от това колко добре се работи по места, в отделните общини и избирателни райони.

Това не е лесна задача. Тя изисква много време, упорита работа, всеотдайност и ентузиазъм. Тя обаче ще стане по-лесна, ако се знае какво точно се прави, как се прави и как тази дейност би трябвало да изглежда на теория.

Именно такава е целта на настоящия материал.

Вътре Вие ще намерите разбивка на ежедневната работа с цел постигане на една успешна политическа дейност.

Вършейки своята ежедневна политическа работа, Вие сте тези, които поставят основите на бъдещата изборна победа на ВМРО-БНД.

## I. ВОДЕНЕ НА ПОЛИТИЧЕСКАТА КАМПАНИЯ

Вашата главна цел като активен, отдаден на каузата на ВМРО-БНД негов член е да осигурите победата на Вашата коалиция на изборите - парламентарни, президентски, местни.

Успехът в изборите ще дойде единствено, ако в периода между изборите се води една постоянна политическа кампания. Увеличаването на членската маса, набирането на повече средства и ефективната комуникация с обществото са елементите на една цялостна програма за такава постоянна политическа кампания.

Същевременно обаче подобна кампания означава:

Демонстрация, че ние сме тук

и

Демонстрация, че ние сме загрижени за хората.

Това означава да се покаже на електората, че ние разбираме техните грижи и сме готови и способни да им помогнем да се справят с тях.

Това означава разпространението на идеите на ВМРО-БНД сред максимално най-голям брой българи.

### 1.1 Организация.

Политическата кампания трябва да бъде основна функция от дейността на местното политическо ръководство или на съответна по-малка комисия за изработване на политическата стратегия.

Неговите задължения са:

- да идентифицира основните проблеми на населението в съответния изборителен район.
- да дефинира становището на ВМРО-БНД по тези проблеми.
- да служи за връзка и координация с местните депутати, общински съветници и кандидати за съответните длъжности по основните политически въпроси.
- да работи в тясна връзка със съответния отговорник за работата с медиите, за да се осигури максимална публичност.
- да начертава политическата стратегия с цел максимално оползотворяване на ресурсите на партийните организации.
- да развива и създава контакти с други неполитически доброволни организации и групи със специални интереси.

### 1.2 Идентифициране на проблемите.

Преди започването на каквато и да е кампания, Вие се нуждаете от едно жизненоважно оръжие във вашия арсенал -

#### ИНФОРМАЦИЯТА.

- това е обща информация за състоянието на Вашия район;
- информация за отношението и проблемите на хората;
- детайлна информация за самите проблеми, тяхната предистория и пътищата за тяхното разрешаване;
- информация за това кой изборител може да помогне и кой е податлив на влияние.

### 1.3 Познаване на изборителния Ви район.

Направете подробен социалноикономически, демографски и политически портрет на района, който да включва:

- сътношение мъже-жени, разпределение по възрастови групи, доходи и занятие;
- сътношение живеещи в собствени домове - наематели, включително всички скорошни промени в резултат на продажби на общински жилища и настаняване в такива;
- броя на хората, живеещи и работещи в населеното място, а така също и на онези, които живеят тук, но работят другаде;
- домакинства с или без автомобили;
- данни за наличие на религиозни или други малцинства.

Данните за подобен портрет би трябвало да са налице в статистическите годишници и в други по-подробни данни и обзори от ЦСУ, а така също и в местната администрация.

Проучете събраната информация и я свържете с конкретните хора, живеещи в различните части на Вашия изборителен район.

На базата на събраната информация развийте своята стратегия.

Познаване на онова, което мислят изборителите.

Какво точно мислят те бихте разбрали, единствено ако ги попитате. Не разчитайте на инстинкта си или пък на случайно разменена реплика със съседите. За тази цел:

- осъществете едно проучване от врата на врата, за да получите точна информация;

- направете специален въпросник, за да установите:

мнението им по местните проблеми

мнението им по общонационалните проблеми

кои проблеми най-много вълнуват хората

коя партия подкрепят хората и защо

Използване на получените данни.

Събраната информация може да бъде използвана за:

- идентифициране на ключовите теми на кампанията;

- набелязване на подходящи членове и симпатизанти;

- набелязване на теми за листовки, информационни бюлетини, изявления за пресата и т.н.

Политически мониторинг.

- необходимо е да се създаде специален малък екип, който да следи местната преса, радио и телевизионни репортажи, за да набележи подходящи проблеми от уводни статии, коментари и изявления;

- местните клубове да бъдат включени в този мониторинг с редовни отчети за дейността на опонентите и грижите на хората;

- задължително включете местните си съветници и представители в държавната администрация;

- контактувайте с различните местни групи със специални интереси, за да видите какво точно ги вълнува.

#### 1.4. Обратна връзка.

Събраната информация е мощно оръжие в политическата борба. Тя трябва да се споделя с:

депутатите или потенциалните кандидати,

местните съветници,

вътре в организацията.

Споделяйки информацията, Вие насърчавате нейното ефективно и координирано използване.

#### 1.5 Политически натиск.

Самото събиране на информацията демонстрира на електората, че ние се интересуваме от техните грижи и си правим труда да открием техните притеснения. Ефективната кампания обаче предполага нейното постоянство и взимането на съответни политически решения. Тук именно е ролята на отделните комисии към местните организации, които могат да намерят най-ефективен път за разрешаване на отделния проблем.

#### 1.6 Създаване на помощни комисии и сродни организации.

Женски организации. Те:

- подобряват връзката с други женски организации,
- прокарване на идеите на ВМРО-БНД вътре в тези организации,
- набиране на нови членове и даване на възможност повече хора да чуят идеите на ВМРО-БНД за бъдещето,
- насърчаване на подходящи жени да развиват дейност и евентуално да се кандидатира в бъдеще,
- организиране на такива социални мероприятия, в които да участват повечето жени в квартала или селището.

Младежки организации

- насърчаване на младежите да се включат в близки до ВМРО-БНД младежки организации, които да им предложат широки възможности за социална и политическа изява.
- привличане на младежите за участие в предизборната кампания,
- участие в обществени, младежки и други групи за натиск,
- включване на младежите в местното самоуправление.

Профсъюзни организации

- обяснение на икономическата политика на ВМРО-БНД сред профсъюзните членове,
- насърчаване на профсъюзни членове да се включат в дейността на местните клубове,
- привличане на профсъюзни членове да се запишат в местните клубове.

#### 1.7 Разпространяване на посланията на ВМРО-БНД

Независимо колко добре планирана и организирана е една политическа кампания тя няма да е докрай ефективна, ако хората не разберат кои сме ние, какви позиции защитаваме и какво точно вършим.

Публичността е съществен елемент от всяка кампания. Ключовите моменти, които трябва да се запомнят са:

- установете добри работни отношения с местните медии,

- изпращайте им постоянно изявления за пресата, в които да посочвате какво точно върши ВМРО-БНД,

- използвайте максимално всяка възможност за изява на обикновения гражданин в местните медии - писма до вестниците, обаждания по телефон, отговор на поставените въпроси,

- пишете и разпространявайте листовки и по възможност издавайте местен бюлетин на коалицията.

Ако искаме да печелим избори, то нашето послание трябва да стигне до електората. Оттам ще дойде и подкрепата, която разграничава победата от поражението.

### 1.8 Обучение.

За да води успешна кампания, всяка местна организация се нуждае от хора - хора, готови да предоставят своето време, енергия и талант в помощ на ВМРО-БНД. Техният ентузиазъм и желание обаче не е достатъчен. Те се нуждаят и от обучение. ВМРО-БНД е доброволна организация на единомишленици, но нашата дейност не трябва да бъде аматорска. Обучението е ключът към професионалния подход към политическата дейност.

Оценете нуждата си от обучение.

- Кога за последен път организацията Ви е правила подобен курс?
- Колко от новопривлечените активисти не са получили никакво обучение?
- Колко от опитните Ви активисти са получили обучение по съвременните методи на политическа кампания?
- От какви точно методи на водене на кампания се нуждаят вашите активисти?

Планирайте програмата на курса:

- съгласувайте своите намерения с местното и централното ръководство;
- определете точните теми на курса;
- набележете лист от лектори за практически беседи;
- напишете детайлна програма на курса;
- опитайте се да комбинирате теоретичния с практическия подход - например беседа и демонстрация на провеждане на проучване "врата до врата" преди да започнете такова в даден район.

## II. КОМУНИКАЦИЯ

1. Ефективната комуникация е ключов елемент във всяка успешна кампания.

ВМРО-БНД не е секретно тайно общество, съществуващото единствено за благо на своите членове.

Ние сме в политиката, за да спечелим подкрепата на милиони българи и българки за нашата политика и нашите принципи.

В ежедневната Ви политическа работа по места Вие играете главната роля в постоянното комуникиране на посланието на ВМРО-БНД до избирателите, чиято подкрепа Вие ще търсите по време на избори.

## 2.1 Насоченост на посланието

Посланието на ВМРО-БНД трябва да достигне до три основни групи - членовете на ВМРО-БНД, симпатизантите и избирателите.

Вие комуникирате с тях от името на

- депутати,
- потенциални кандидати,
- местни съветници,
- самата местна организация.

## 2.2 Средствата за комуникация са:

бюлетин на местната организация,  
 контакти с пресата,  
 снимков материал,  
 писма до вестниците,  
 предавания на местното радио,  
 реклама и плакати,  
 листовки.

Контакти с пресата.

За целта:

- запознайте се с местните редактори, репортери и фотографи,
- открийте какви точно сюжети ги интересуват,
- четете местната преса и опознайте стила ѝ,
- знайте точно графика им на излизане,
- бъдете винаги приятелски настроени. Не спорете с репортерите и не им казвайте какво и как да пишат,
- третирайте еднакво всички репортери.

Изявления за пресата.

- Бъдете точни. Проверявайте поне два пъти изписването на всички имена, дати, названия.
- Пишете на двойна разредка. Всяко изречение да бъде отделен абзац.
- Сложете най-важното си изречение в първия абзац.
- Включете цитат от някого, когото искате да популяризирате.
- Не споменавайте опонентите си по име. Така им правите безплатна публична реклама.
- Опитайте да пишете в стила на вестника, на когото пращате изявлението.
- Пишете с къси изречения.
- Придържайте се към основните тези.
- Пратете добра черно-бяла фотография. "Една снимка понякога струва колкото хиляда думи".

- Винаги показвайте всяко изявление за пресата на съответния партиен ръководител.

Писма до вестниците.

Ако в местните Ви вестници има колонки на читателите, не ги пренебрегвайте - хиляди хора ги четат. Този канал за въздействие не трябва да бъде изпускан.

- Създайте екип за писане на писма, който да:
  - събира изрезки от пресата,
  - да следи за местните проблеми,
  - да подготвя примерни текстове за писма,
  - да намира хора, които да пишат и пращат писмата.
- Писмата трябва да бъдат кратки и насочени в целта.
- Концентрирайте се върху местните проблеми, като дори на общонационалните дадете местен нюанс.
- Не си губете времето да атакувате вестника.
- Пишете в нападателен стил, не се оправдавайте.
- Не споменавайте опонентите си по име. Това им прави безплатна публична реклама.
- Внимавайте авторите на писмата да бъдат от различен социален спектър и да не бъдат стереотипни.

Местното радио. За целта:

- създайте екип, който да следи радиопредаванията;
- ако са зададени въпроси към слушателите, организирате обаждания, в които да личи позицията на ВМРО-БНД;
- осигурете на отговарящите подходящи въпроси или отговори със съответни печатни материали;
- бъдете прецизни - предоставеното Ви времето винаги е малко;
- бъдете сигурни, че знаете кога представители на ВМРО-БНД ще се включват директно в ефир;
- ако в програмата се включват Ваши опоненти, не стойте в бездействие. Обадете се и задайте трудни въпроси.

Давайки интервюта

- не се изказвайте по проблеми, които не познавате.
- Решете коя е най-важната теза (най-много още една), която искате да прокарате. Едва ли ще имате време за повече, а и слушателите няма да я запомнят.
- Забравете, че говорите на многохилядна аудитория. Що се отнася до слушателите, Вие говорите на всеки един от тях поотделно.
- Не се опитвайте да говорите с по-висок глас. Не се намирате на митинг.
- Радиото е персонализирана и интимна медия. Отнасяйте се към микрофона като към човек, на когото говорите и който иска да чуе какво има да му кажете.

- Избягвайте техническите подробности, но ако е необходимо дайте съответното обяснение.

- Покажете, че познавате проблема, по който говорите. Същевременно нито подценявайте, нито надценявайте слушателите си.

- Кажете онова, което сте дошли да кажете в студиото. Когато го кажете, спрете.

- Преди интервюто изяснете си неговата тема, колко дълго ще бъде то, кой ще говори освен Вас по същата тема, дали предаването ще бъде на живо или на запис, защо са поканили точно Вас.

### 2.3 Реклама и плакати.

Рекламите и плакатите за определено мероприятие имат две основни цели:

- да уведомят хората за нещо, което ще се случи,

- да уверят хората, че ВМРО-БНД е активен в техния квартал или населено място.

Втората цел е също толкова важна, колкото и първата - тя деморализира нашите опоненти!

- Придържайте се към ясни и прости послания;

- включете съществената информация - дата, време, място на мероприятиято и др.;

- използвайте едър шрифт;

- оставете максимално бяло пространство;

- не поставяйте плакатите на много високи места, а се ориентирайте към такива, които хората ще видят и прочетат

### 2.4 Листовки.

Преди да започнете работа върху конкретна листовка установете какъв ще е тиражът и кой ще ги разпространява.

- Помислете към кого е адресирана листовката. Дали листовката ще отиде при партийни членове, симпатизанти и потенциални членове или към избирателите като цяло. Ако адресатът е различен, то може да се наложи да промените текста.

- Където има подходящо място, включете каре "обратна връзка". Комуникацията е двустранен процес и листовката може да къде използвана за откриването на нови членове.

- Направете листовката опростена.

- Посланието трябва да бъде кратко.

- Колко ли дълго тази листовка ще остане в ръцете на читателя, преди да бъде изхвърлена? Това време е именно животът на листовката и за тези минути тя се прави. Така че ограничете думите.

Върху всички печатни материали.

**НЕ ЗАБРАВЯЙТЕ ДА НАПИШЕТЕ КОЙ ГИ ИЗДАВА** - това зависи от текста на закона, но дори там да не е изрично упоменато, името и адресът на издателя е добре да съществуват върху материала.

## 3. СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ВМРО-БНД.

Местната организация на ВМРО-БНД е основната структурна единица в политическата дейност на Съюза. Именно тук коалицията влиза в директен контакт с избирателите. Тук е мястото, където се печелят изборите. Тези организации съществуват с една цел:

### ДА СПЕЧЕЛЯТ ИЗБОРИ

- посредством създаване на ОРГАНИЗАЦИЯ,
- посредством НАБИРАНЕ НА ЧЛЕНСКА МАСА,
- посредством ЕФЕКТИВНА КОМУНИКАЦИЯ,
- посредством ВОДЕНЕ НА КАМПАНИЯ.

Тези дейности трябва да се осъществяват непрестанно - не само по време на избори.

- 3.1 Структура на по-големи регионални организации.  
ръководство
- 3.2 Задължения на отделните членове на ръководството
- 3.3 Осъществяване на целите  
набиране на членове  
набиране на средства  
комуникация
- 3.4 Организация на заседания  
Примерен сценарий на заседания и конференции

## 4. СТРУКТУРА НА МЕСТНИТЕ ДРУЖЕСТВА.

Материална база.

Местният клуб или регионална организация трябва да гледат на своята материална база като НА витрина на коалицията. Съответните сгради трябва

- да бъдат центъра на политическите инициативи на коалицията,
- да бъде място където обществеността се чувства добре дошла,
- да бъде чиста, подредена и подходящо украсена,
- да бъде функционална и ефективна,
- да не изтощава ресурсите на организацията. Понякога е по-добре да бъде наето по-ново и модерно помещение, което е по-изгодно да бъде поддържано от стара и скъпа за поддържане сграда.

## 5. НАБИРАНЕ НА ЧЛЕНОВЕ

Членската маса означава Пари, Талант и Гласове.

Колкото повече хора се привлекат за членове на партиите и клубовете на ВМРО-БНД, толкова повече пари ще се съберат от членски внос и доброволни дарения.

Повече хора означава повече талант при политическата дейност.

Колкото по-голяма е нашата членска маса, толкова по-добри ще бъдат нашите шансове в изборите, тъй като това са хората, на чиито гласове може да се разчита.

Силата на всяка местна организация може да се оцени на базата на членската й маса.

#### 5.1. Отчитане на членската маса.

Местните организации трябва да държат точна и актуална информация за членската маса и членския внос. За целта:

- Съставете списъци по улици и квартали. Това улеснява изпращането на пропагандни материали и дава възможност с един поглед да се прецени къде са силните и слаби места в организацията.

- Пазете каталог-индекс на членовете, организиран и по азбучен и по адресен принцип, в който да бъде систематизирана информацията за всеки член. Включете информация за всеки член, заангажиран и с най-малка помощна дейност.

#### 5.2. Размер на членската маса.

Всяка организация трябва да си постави за задача да набере поне 20% от известните симпатизанти като платени членове.

Т.е. ако сте събрали 1000 гласа в даден район трябва да имате поне 50 члена.

#### 5.3 Подновяване на членството.

Освен предизборните кампании събирането на годишните членски вноски от старите членове е най-важната задача на всяка организация. Това не става от само себе си.

То трябва да бъде планирано и организирано.

Все повече в тази дейност навлизат компютрите и директния контакт по пощата. Това позволява повече усилия да бъдат насочени към привличането на нови членове.

#### Без компютър...

- отделният отговорник може да бъде натоварен със събирането на членския внос от максимум 30 души;

- всеки член трябва да получи писмо, подписано от председателя на местната организация или нейния касиер, че членския внос е време да бъде платен;

- вътре в писмото трябва да има и плик, адресиран до касиера;

- писмото е добре да бъде връчено лично от съответния отговорник, който да има готовност да получи членския внос на място и да даде или разпише съответната членска карта (ако се възприеме добрата за отчетността система всяка година да се издава нова членска карта).

#### Със компютър...

- първият работен ден на всеки месец да се изпрати писмо на всеки член, чиито членски внос трябва да бъде изплатен този месец. Вътре трябва да има писмо за членския внос, формуляр-молба и плик с марка за отговор.

- първият работен ден на следващия месец се изпраща второ писмо на онези, които не са отговорили. Вътре да има писмо - пропуснали сте срока, формуляр и плик с марка за отговор.

- на първия работен ден на третия месец компютъра прави списък на всички нередовни и да се изпрати на съответния местен клуб. В този случай трябва да се направи поне още един опит за личен разговор.

След като се получи членския внос касиера трябва да напише новите членски карти и да ги изпрати, по възможност да се връчат лично.

Независимо как набирате членския внос...

- Припомнете на всеки какво точно подкрепят със своя членски внос.
- Посочете защо организацията се нуждае от тези средства.
- Предложете им евентуално да внесат повече, отколкото предната година.

#### 5.4. Поддържане връзката с партийните членове.

НЕ контактувайте с членската маса веднъж годишно когато дойде време да се събира членския внос.

#### КОМУНИКИРАЙТЕ СЪС СВОИТЕ ЧЛЕНОВЕ.

- Изпращайте им агитационни материали, по възможност местен информационен бюлетин.

- Канете ги на представителни мероприятия.
- Поискайте помощта им с идеи за набиране на средства и по време на предизборните кампании.

#### 5.5 Набиране на нови членове

Повече от милион българи ще гласуват за ВМРО-БНД по време на избори. Много малък брой от тях ще си правят труда да се запишат в партия или клуб на ВМРО-БНД. Те трябва да бъдат поканени. Набирането на нова членска маса иска планиране и организация.

Стъпка No 1 - Идентифициране на потенциални членове.

- Направете копие на избирателните списъци. Там с цветни маркери маркирайте известните партийни членове и симпатизанти. Информацията може да бъде събрана от архива на местната организация, проучвания на място, отчислителни бележки за новозаселилите се в района, писма до вестниците и други публични изяви, показващи близост до идеите на ВМРО-БНД.

- Събраната информация включете в работни листове като внимавате да не разкъсате отделните улици.

Стъпка No 2 - Писмо-обръщение до потенциалния член

- напишете кратко писмо до потенциалния член с покана да се запише в съответната организация и с напомняне, че скоро ще му се обади Ваш човек.

- Писмото трябва да бъде от името на председателя на местната организация или касиера.

- В писмото трябва да има лично обръщение на име и да бъде подписано от председателя или касиера.

- Вътре трябва да има плик с адрес за обратен отговор без марка.
- В самото писмо трябва да има готов отрязък за онези, които са готови да се присъединят веднага.
- Вътре може да се сложи всякакъв пропаганден материал, който да убеди хората да се присъединят.
- Не пишете и изпращайте повече писма, отколкото може да се справите, да проследите и да последвате с лични Визити.
- Писмата пускайте лично в пощенските кутии.

Стъпка No 3 - Среща с потенциалните нови членове.

- Планирайте обиколката си по плана на улиците.
- Движете се в екип поне по двойки.
- Носете със себе си
 

маркиран план на града	членски карти
подходящи материали	копия на писмата-покани
моливи и химикалки	фенерчета при необходимост

На вратата на дома

- Не изпращайте двама пратеници на един и същи или на съседен адрес по едно и също време. Това пречи на индивидуалния подход.
- Винаги бъдете крайно вежливи.
- Обърнете се към домакина по име.
- Представете се по име и информирайте домакина, че сте от местната организация на ВМРО-БНД.
- Припомнете на домакина за писмото-покана за членство. Бъдете готови веднага да му покажете копие в случай, че не го е получил или забравил за него.
- Не отваряйте пликовете на онези, които вече са решили да се запишат. Благодарете им и им обещавайте скоро членските карти и всякаква информация за дейността на организацията.
- Не спорете за политика. Насочете ги към приемната и разговори с депутати или общинските съветници.
- Затворете входната врата на излизане.

Въпроси, които може да получите.

"КАК ЗНАЕТЕ ЧЕ СЪМ ГЛАСУВАЛ ЗА ВМРО-БНД?"

"От нашите анкети" или "От вашето отлично писмо до местния вестник".

Избягвайте всякакво споменаване за събиране на информация.

"ВЕЧЕ ГЛАСУВАХ ЗА ВМРО-БНД, НЕ Е ЛИ ТОВА ДОСТАТЪЧНО?"

Запазването на една силна политическа организация, способна да се бори и да печели в избори струва пари. Свободата не е безплатна. Ето защо търсим Вашата помощ.

"ЩЕ ТРЯБВА ЛИ ДА ВЪРША НЕЩО?"

Не, ако не желаете. Повечето членове само плащат членски внос. Но всяка помощ от Ваша страна ще бъде посрещната с най-голяма благодарност.

"КОЛКО СТРУВА ДА СЕ ВКЛЮЧА?"

Комитетът трябва да реши колко голям да бъде членския внос. На вратата пратеникът трябва да е способен да прецени колко може да си позволи отделния избирател.

#### Стъпка No 4 - Отчет

- Изпратените екипи трябва да се съберат веднага след обиколката на потенциалните членове, да сравнят резултатите и съответно да актуализират архивата.
- Направете всичко възможно членските карти да бъдат веднага изпратени на онези, които не са ги получили на вратите.
- Бъдете сигурни, че сте включили новите имена в архива, за да не бъдат пренебрегнати новите членове.
- Организирайте някакво представително мероприятие след приключването на поредната кампания за набиране на нови членове, за да могат те да опознаят Вас, а така също и помежду си. Ако е възможно, поканете там местния депутат или пък кандидатите за изборна длъжност.

#### 5.6. Извличане максимума от кампанията за набиране на нови членове.

Набелязвайте подходящи места за поставяне на плакати.

Набелязвайте подходящи кандидати за помощници, специалисти в определена област и потенциални кадри за организацията.

Търсете местни проблеми, които да залегнат в бъдещи предизборни кампании и да помогнат за привличане на нови членове.

#### 5.7. Използване на компютрите.

Опитът показва, че употребата на компютри и директната пощенска кампания означава:

- Постоянно постъпление на членския внос с настъпването на времето за неговото изплащане.
  - Увеличаване на средните приходи от членски внос.
  - По-точен поглед и контрол върху отпадналите и нередовните членове.
  - Постоянен контакт и комуникация с всички членове.
- Успешната употреба на компютрите изисква:
- Сътрудничеството на местните клубове и предоставяне на необходимата информация за членската маса.
  - Ангажиране на клубовете с подновяването и събирането на членския внос.
  - Готовност за личен подход към онези, които не отговарят на призивите по пощата.

## 6. ФИНАНСИ

Никоя местна организация не може да се справи ефективно с кампанията без достатъчно средство.

Изборите не могат да бъдат спечелени на местно и национално ниво без необходимите средство.

Добре ръководена местна организация, която събира повече пари, отколкото са й необходими за собствени нужди, която прави задължителните си отчисления на централното ръководство и си създава собствен резервен фонд представлява много съществен принос за цялостния национален успех на ВМРО-БНД.

Задължение на касиера на местната организация е да направи така, че организацията да изпълни финансовите си цели:

- да плаща на платен секретар и организационен работник,
- да плаща наема за съответния сграден фонд,
- да поеме административните разходи,
- да плати за ефективна предизборна кампания,
- да плаща за публичност и реклама,
- да изплаща напълно финансовите задължения към централното ръководство.

Изпълнението на тези цели изисква:

- умело ръководство и ентузиазъм,
- детайлно планиране,
- реалистичен бюджет,
- внимателно счетоводство,
- план за набиране на средства.

6.1 Организиране на набиране на средства.

6.2 Колко средства са необходими?

Първата задача на касиера е да направи точен и реалистичен годишен бюджет.

ПРИМЕРЕН БЮДЖЕТ на разходите

1. Платен персонал - 45%  
заплати на организационен работник и секретар, разходи за кола, ДОО, представителни
2. Административни - 13%  
печатни материали, канцеларски разходи, пощенски и телефонни разходи, офис-оборудване
3. Сграден фонд и поддръжка - 15%  
наем, електричество, вода, почистване, строителни ремонти
4. Комуникация - 14%  
издаване на информационния бюлетин, разходи за местни избори
5. Квота за националното ръководство - 8.5%
6. Банкови преводи и други общи разходи - 4.5%

6.3 Поставяне на цели.

Щом бъде изготвен реалистичен бюджет, то трябва да се предвиди един допълнителен приход от около 10%, за да се справите с евентуални извънредни разходи. След това съответната комисия по набирането на средства и касиерът трябва да поемат отговорността за набирането на средствата.

Важно: Разходите за парламентарни избори не трябва да се включват в годишния бюджет. Те трябва да бъдат набирани в отделен предизборен фонд, намиращ се под разпореждането на ръководителя на кампанията.

6.4 Откъде идват парите?

- членски внос

Събира се централно или по местни клубове и съответни отчисления.

- квоти от низшестоящи организации

Квотите се изясняват след преговори. Сумите са от членски внос и мероприятия за набиране на средства. Касиерът трябва да следи състоянието на клубовете, да се планират съвместни мероприятия, при забелязани трудности да докладва за взимането на мерки.

- местни бизнесмени и индустриалци

Местните бизнесмени могат да бъдат търсени директно за парични дарения, но е добре да се култивира връзка на местната организация с тези среди посредством срещи, разговори, дори някакъв клуб за срещи. Плюс набраните средства тези контакти ще покажат на местния бизнес, че ВМРО-БНД е коалицията на свободната инициатива.

- мероприятия за набиране на средства

Основната им цел е набирането на средства, но наред с това те са удобно място за пропаганда на идеи, възможност организацията да е в обществения фокус и за опознаване на симпатизанти и приятели.

Касиерът трябва винаги да е сигурен, че подобно мероприятие осигурява средства, а не само покрива разходите си.

- специални апели

Освен за предизборния фонд към подобни апели трябва да се прибегва рядко при нужда за закупуване на сграда или друго по-значимо имущество. Организацията трябва да има точен план за постоянен приток на средства и за натрупване на умерен резервен фонд.

#### 6.5 Контрол над разходите.

- Трябва да се следи вече направените разходи дали влизат ли в приетия бюджет.
- При първи признаци на надвишаване на разходите трябва или да се съкратят разходите или да се пренасочат средства от едни пера в други.
- Трябва да се следят приходите - дали са в съответствие с планираното.
- Ако членския внос изостава - трябва да се вземат мерки или пък да се проведе непланирано мероприятие за средства.

#### 6.6 Водене на счетоводството.

- на приходи, разходи, заплати, дребни разходи, пощенски разходи.

### 7. ВОДЕНЕ НА ПРЕДИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ

Изборите - моментът, за който Вие работите, а не само изчаквате...

Едни избори не са само проверка за Вашата партия или коалиция и нейната популярност. Едни избори са крайният тест за ефективността на предишните Ви кампании и усилията на местните Ви организации. За да сте сигурни, че ще спечелите избори, то по-голямата част от подготвителната работа трябва да бъде извършена далеч преди изборите.

#### 7.1. Избирателния закон.

Всяка кампания се води по определен закон, с всичките негови изисквания относно какво е разрешено и какво не, колко може да се харчи по време на кампанията и т.н. - все неща, които трябва да се познават в подробности.

Където местната организация има нает платен организатор, той трябва да е човекът, носещ юридическата отговорност за кампанията.

Там където няма - ръководят се от инструкциите на централното ръководство.

### 7.2 Финанси.

Изборите струват пари, въпреки че законът поставя ограничения върху разходите. Ръководителят на изборния щаб трябва да следи разходите да останат в рамките на лимита. Касиерите на организацията отговарят за набирането на средствата.

- Веднага след началото на кампанията трябва да се излезе със специален апел за набирането на обособен Предизборен фонд.

- Този "Фонд за спечелване на изборите" трябва да насочи своят апел за средства към местни бизнесмени и симпатизанти, които са били щедри в миналото.

- Всички допринесли със средства за този фонд трябва да получат топли и лично адресирани от местния ръководител писма с благодарности след като станат известни резултатите от изборите.

### 7.3 Да се направи кандидатът известен.

- Още преди започването на кампанията съответния кандидат трябва да стане известен на местните партийни членове и симпатизанти.

- Така организирайте програмата на кандидата - разходки сред избирателите, срещи, посещения в предприятия, че да се осигури среща с максимален брой избиратели за възможно най-кратък период от време.

- Направете необходимото кандидатът да се придружава при обиколките му от възможно най-голям сътрудници и активисти. Те водят агитацията и раздават предизборни материали.

- Разнасят позиви.

- Извършват кампания от врата на врата.

- Лепят максимално количество плакати.

- Помагат с транспорт.

- Седят на телефони и бюра в шабовете.

- Следят самото гласуване по секциите.

- Обаждат се на познати симпатизанти в изборния ден.

- Осигуряват максимално експониране на кандидата.

### Щабовете.

Сърцевината на всяка предизборна организация е предизборния щаб. Там именно се складира цялата пропаганда част, там се събират отчетите за извършената работа и се дават задачите.

Оттук в изборния ден се осъществява контролът върху изборния процес и се търси допълнителна помощ за спешни случаи.

### Разпространение на листовки.

Трябва да се създадат екипи за разпространяване на:

- Първоначална листовка, посочваща кой е съответния кандидат. Това трябва да стане в началото на кампанията като се обхванат всички домакинство. Това може да бъде и стикър, който да се постави по прозорци или коли.

- Предизборното послание.
- Специални листовки, очертаващи политиката на ВМРО-БНД по отделни въпроси, изникнали в хода на кампанията.
- Листовка "НЕ ЗАБРАВЯЙТЕ ДА ГЛАСУВАТЕ ЗА ВМРО-БНД", изпращани само на потенциалните гласоподаватели, идентифицирани от предизборното проучване. Да бъде изпратено във възможно най-късния срок преди отварянето на секциите.

Пълно предизборно покритие на електората (канвас-проучване)

- Разчленете избирателния списък по улици на съответните работни листове за проучването.
- Отбележете партийните членове и плащащите членски внос върху работните листове преди да ги посетите.
- След съответна инструкция започнете своята обиколка по екипи, като носите със себе си достатъчно листовки и плакати, които да оставите за спомен на симпатизантите си.
- Позвънете на всяка къща.
- Обърнете се към домакините по име
- "Добър вечер, г-н Петров. Идвам при Вас от името на г-н Иванов, кандидат за кмет/депутат от ВМРО-БНД. Бихме ли могли да разчитаме на Вашата подкрепа и глас следващата неделя?"
- С тази фраза сте дали необходимата информация
- името на кандидата на ВМРО-БНД
- деня на изборите
- и сте насърчили г-н Петров да Ви каже дали и как възнамерява да гласува.
- Насърчавайте отзивчивите симпатизанти да залепят агитационни материали в къщата си.
- След като си тръгнете, отбележете в работния лист намеренията за гласуване в къщата.
- Не влизайте в политически спорове. Опонентите Ви може съзнателно да Ви вкарат в такива диспути, за да Ви заангажират и да Ви изгубят времето.
- Ако някой в къщата има някакъв проблем и поиска помощта Ви, обещавайте му, че ще намерите човек, който да помогне. Отбележете проблема в работния лист и веднага докладвайте в щаба за предприемане на съответни действия.
- Отбележете дали в къщата има някой, който да се нуждае от транспорт до избирателната секция и кога желае да бъде транспортиран.

Лепене на плакати.

- Обикалящите екипи трябва винаги да носят със себе си достатъчно плакати за ентузиазирани симпатизанти, готови да ги окачат на прозорците си.
- Плакатите да се излагат на такива места, че да се виждат от максимален брой избиратели. С течения на кампанията техния брой трябва да расте. Това ще символизира растяща подкрепа, създавайки лавинообразен ефект и деморализирайки опонентите.
- Проверявайте вече окачените плакати, за да сте сигурни, че те не са отвени от вятъра или станали плячка на вандализъм.
- Там, където обикаля кандидатът трябва винаги да има прясно налепени плакати, особено ако ще идва телевизионен екип.

- Помислете за отпечатване на определено количество плакати "ГЛАСУВАЙТЕ ЗА ВМРО-БНД В НЕДЕЛЯ", които да се окачат последните дни. Запасът може да се използва при следващите избори.

- Денят след изборите махнете всички плакати.

Списъци.

Веднага след приключване на пълното покритие на избирателите да се изготвят списъци на евентуалните поддръжници по улици - по възможност върху трилистна хартия.

Те са необходими за:

- изпращане на листовки само на тях в последния момент;
- за позвъняване в деня на изборите;
- за бъдещи кампании за членски внос, помощи, и др.

Транспорт.

- Екипите трябва да информират щаба за необходимия транспорт на слабоподвижни симпатизанти в деня на изборите.

- Прави се списък с час и адрес. Тази дейност да се извърши рано сутринта, за да се освободят хора и коли за "чукане по вратите" в следобедните часове.

- Организирайте екипи от шофьори с коли за транспортирането и връщането по къщите.

Секционни наблюдатели.

- В деня на изборите наблюдатели трябва да стоят в секциите и след като са гласували да ги питат за техния номер по списъка или за имената им и адреса.

- На всеки час събраната информация да бъде докладвана в щаба. За това може да се използват и Вашите представители в секционните комисии.

7.5 Щабът в деня на изборите.

- В щаба списъците да бъдат оставени върху маси или по стените.

- С течение на деня се отмятат гласувалите избиратели.

- Така става ясно кой е гласувал и кой не от нашите симпатизанти.

- Първият екземпляр от списъка се къса и се дава на човек, който да се опита да убеди негласувалите да отидат до пункта. Това е основната работа на щаба в този ден.

- Според данните за гласувалите се следят и евентуалните резултати до момента. Тук трябва да се вземе и съответно решение за обиколка с "чукане по вратите".

7.6. Помощници.

Нищо от описаното по-горе не може да бъде осъществено без помощта и ентузиазма на отдадени на идеята помощници.

- Правете точен списък с имената на всеки, помогнал и с най-малкото нещо в този процес.

- Предайте екземпляр от този списък с адресите на кандидата или водача на листата, който да им благодари с персонално благодарствено писмо, независимо дали е спечелил или не изборите.

- Във времето между изборите запазете вече изградените екипи и търсете тяхната помощ с други задачи. Това поддържа техния ентузиазъм и подхранва чувството за съпричастност.

Август 1995 г.

Пловдив

Александър Долев