



PLAN STRATEGICZNY

Poniższy plan strategiczny jest skrótem koncepcji, która została przyjęta w głosowaniu elektronicznym dnia 04.06.2013 przez członków Demokracji Bezpośredniej, a następnego dnia przyjęty także przez Zarząd Krajowy w głosowaniu jawnym. Skróć wykonano na potrzeby praktycznej realizacji założeń planu. Skróć zawiera także rozwiązania taktyczne, których celem jest wdrożenie obranej strategii.

Cel strategiczny: rejestracja list wyborczych w wyborach do Parlamentu Europejskiego (2014) oraz w wyborach do parlamentu RP (2015).

Uzasadnienie: Cel jest dokładnie sprecyzowany – przyjęta strategia opiera się wyłącznie na rejestracji list kandydatów w wyborach - to jest cel nadrzędny i ostateczny. Nie jest już celem Demokracji Bezpośredniej zdobycie szerokiego rozgłosu, nie jest celem pojawienie się w mediach ogólnokrajowych - choć to *de facto* będzie pochodną rejestracji list i będą to środki taktyczne, które ku temu posłużą. Strategia ta, przyjęta w głosowaniu elektronicznym, oparta jest na doświadczeniach zeszłej kadencji, z których wynika, że:

- a) pojawienie się krótkotrwale i wrywkowo w mediach ogólnokrajowych nie przynosi żadnych rezultatów dla DB - brak nowych członków, czy rozszerzenia rozpoznawalności w związku z np. występem na żywo w programie TVN 24, nawet w piątek wieczór.
- b) mityczne jest pojęcie "współpracy" rozumianej jako porozumienia z innymi organizacjami na szczeblu partnerskim – kiedy bowiem przyszło do akcji (np. rejestracji kandydata w Rybniku) - wszystkie organizacje, z którymi byliśmy w porozumieniu zawiodły i okazały się kanapowe,
- c) siła jest nadal w Internecie oraz w działaniach oddolnych - ogromne pokłady siły tkwią nadal w Internecie i wirusowym działaniu portali społecznościowych, a także w działaniach wśród naszych znajomych i rodzin. Rozwój osobowy przynosi także organizowanie lokalnych spotkań i debat z politykami, a także występy na uczelniach publicznych - kontakt fizyczny z wyborcą.

Zarejestrowanie list do europarlamentu wpłynie na naszą rozpoznawalność medialną, a także przyciągnie do nas szereg organizacji. Jest także kluczem istnienia DB jako samodzielnego bytu politycznego – partia powstaje po to by brać udział w wyborach. Lwią część edukacji z zakresu demokracji bezpośredniej przejmą od nas stowarzyszenia (także te wykreowane przez partię i działające bezpośrednio przy niej).



Celowi strategicznemu podporządkowana będzie taktyka. Ogólne założenia taktyczne to (kolejność chronologiczna):

1. Przeprowadzenie ogólnopolskiej ankiety Demokracji Bezpośredniej

Wszyscy członkowie Demokracji Bezpośredniej, którzy czują się pionierami tej idei w Polsce, otrzymają wreszcie szansę skutecznego jej wsparcia i propagowania. Założenie jest proste - zdobyć informację o potencjalnym elektoracie DB. Informacja to podstawa. Wielkie korporacje używają do tego płatnych sondaży, my natomiast wykorzystujemy siłę naszego zaangażowania, a przy okazji rozpropagujemy w ten sposób ideę w naszych okolicach.

Koncepcja ankiety polega na zebraniu przez każdego członka DB 50 ankiet przeprowadzonych wśród osób, które zadeklarują w odpowiedzi na pierwsze pytania ankietera iż:

- a) wzięłyby udział w najbliższych wyborach parlamentarnych, a jednocześnie
- b) nie chcą głosować na żadną z dotychczasowo funkcjonujących partii.

Po twierdzących odpowiedziach na to pytanie należy zebrać kilka podstawowych informacji o ankietowanym (płeć, wiek, zawód, wykształcenie, miejsce pracy, ilość dzieci, oczekiwania od nowej partii politycznej), wręczyć ulotkę DB i zakończyć ankietowanie.

W ten sposób stworzymy wspaniałą bazę informacji, która pozwoli nam na przeprowadzenie solidnej kampanii Internetowej, a także fizycznej. Ukierunkujemy nasze działania na konkretną grupę odbiorców.

[Wzór ankiety otrzymanie Państwo w osobnym pliku.](#)

2. Rozbudowa bazy członkowskiej jako główne zadanie Zarządu Krajowego DB

Na początku konieczne jest wyznaczenie wstępne 25 okręgów wyborczych, w których zarejestrujemy listy DB do Sejmu RP - rejestracja w 21 okręgach całkowicie wystarcza by zasięgiem list DB objąć cały kraj (zgodnie z prawem wyborczym). 25 okręgów to wymagana nadwyżka na wypadek poślizgu któregoś z okręgów. W wyborach do europarlamentu celem jest rejestracja list we wszystkich 13 okręgach.

Rozbudowa składu osobowego członków 13 okręgów do Europarlamentu, a także wybór wspomnianych 25 okręgów do parlamentu RP i rozbudowanie tam struktur działaczy będzie głównym zadaniem Zarządu Krajowego DB. Zarząd skoncentruje na tym wszelkie siły i środki. Jeśli dziesięciu aktywnych członków zgromadziło w Rybniku, w wyborach do Senatu, 1600 poprawnych podpisów w 5 dni, to czy piętnastu członków nie zgromadzi 10 tysięcy podpisów w czasie 40 dni (wybory do Europarlamentu)? Wydaje się to być jak najbardziej w naszym zasięgu.

Kontynuujemy w tym względnie skuteczną politykę organizacji lokalnych spotkań oraz występów na uczelniach publicznych, a nawet w liceach (w miarę możliwości) w szczególności w okręgach gdzie wymagana jest rozbudowa bazy członkowskiej.



3. Internetowa baza sympatyków - fundament sukcesu

Zbieranie podpisów w wyborach do Sejmu RP oraz do Parlamentu Europejskiego odbywać się będzie dzięki oryginalnej taktyce zastosowanej po raz pierwszy w historii polskiej polityki. Dzięki lokalnym i krajowym wydarzeniom (patrz: punkt 5), a także dzięki specjalnej platformie Internetowej, stronom referendalnym oraz aplikacji w portalu Facebook, będziemy systematycznie gromadzili adresy e-mail naszych sympatyków. W dniu rejestracji Komitetu Wyborczego, zgromadzona baza mailingowa posłuży do zawiadomienia sympatyków o miejscu, w którym będziemy zbierali podpisy pod rejestracją list. Co więcej - zostanie im wysłany gotowy formularz podpisowy - ich zadaniem będzie jedynie wydrukowanie go i złożenie do urny w wytypowanym miejscu gdzie podpisy zbierać będzie działacz w DB. Ta unikalna, oddolna i sieciowa taktyka pozwoli nam wykonać niesamowity przewrót we współczesnym rozumieniu działalności politycznej i społecznej.

4. Zwiększenie wydajności działań Internetowych

Równolegle zwiększymy wydajność funkcjonowania strony fanowskiej Demokracji Bezpośredniej w portalu Facebook, a także strony Internetowej - kampania w Internecie będzie stale wspierała rozbudowę bazy osobowej DB oraz jej popularności wśród wyborców. Celem tego rozwiązania taktycznego jest łatwe i tanie trafienie z informacją o istnieniu DB do kilku milionów Polaków posiadających konta w portalu Facebook. W tym aspekcie również zastosujemy dotąd nie wykorzystywaną taktykę wirusową, którą zaoferował portal niecały rok temu - polega ona na budowie trwałej sieci osób finansujących reklamy Demokracji Bezpośredniej w portalu Facebook (mamy na myśli kwoty rzędu 1 zł dziennie!).

Niewykluczone jest również skoncentrowanie sił Internetowych działaczy na regularnym i zorganizowanym informowaniu o istnieniu Demokracji Bezpośredniej na forach oraz portalach Internetowych o tematyce politycznej i społecznej.

5. Organizacja wydarzeń jako główne zadanie istniejących już struktur DB

Obszary, które dysponują już dość szeroką bazą członkowską skoncentrują się na organizacji wydarzeń. Promowanie ich odbywać się powinno głównie przez Internet. Zostanie opracowana także lista ogólnych koncepcji akcji, które "chwytają wszędzie" (np. głęboko już wyeksploatowany temat likwidacji Straży Miejskiej, który w naszym wypadku przyniósł duże korzyści w Warszawie). Niemniej jednak akcje oparte na lokalnych uwarunkowaniach również są pożądane. Zatem celem lokalnych struktur będzie podtrzymywanie rozprzestrzeniania się idei w czasie gdy Zarząd Krajowy skoncentruje się na uzupełnianiu pustych okręgów pod względem liczebności.



6. Przypadek kolizji dóbr - akcje samorządowe oraz rejestracja list krajowych

Akcje lokalne, przeprowadzane w skali samorządowej muszą być od teraz samodzielne pod względem składu osobowego, a także funduszy (wyjąwszy przegłosowane przez Walne wyjątki). Zarząd krajowy deklaruje wsparcie dla lokalnych działaczy, zwłaszcza w postaci merytorycznej czy medialnej, niemniej jednak w wypadku kolizji dóbr - "działanie samorządowe" oraz "rejestracja list krajowych" - przyjęta w głosowaniu strategia nakazuje nam wybrać to drugie. Wyjątkiem jest także sytuacja gdy działanie samorządowe jest komplementarne do rejestracji list krajowych jako celu strategicznego - czyli przykład, gdy przykładowo wsparcie kandydata na Prezydenta Miasta wiąże się z rozbudowaniem w danym okręgu bazy członków oraz sympatyków.

7. Idea objazdu ogólnopolskiego Demokracji Bezpośredniej w terenie

Przed wyborami parlamentarnymi (a być może przed samorządowymi?) zaproponowana zostanie pod decyzję Walnego idea ogólnopolskiego objazdu terenowego DB. Istnieje dziwna, niewytłumaczalna korelacja, która zakłada, że każda partia przeprowadzająca objazdy terenowe przed wyborami, osiąga w wyborach dobry wynik (Platforma Obywatelska, Prawo i Sprawiedliwość, w zeszłej kampanii: Ruch Palikota), zaś partie które tego nie czynią przegrywają lub osiągają niższe noty (Polska Jest Najważniejsza, Solidarna Polska). Już dziś jeździ po kraju formacja Europa+, Prawo i Sprawiedliwość, a także tworzący się Ruch Narodowy. Do wyjazdu szykuje się Platforma Obywatelska. Tę sprawdzoną taktykę należałoby wykorzystać. Wymaga ona jednak sieci działaczy rozlokowanych równomiernie w okręgach - tworzeniem tej sieci do wyborów zajmujemy się właśnie w tym momencie.

Wspomniane założenia taktyczne stanowią trzon naszych działań na lata 2014/2015. Ich celem jest realizacja przyjętego planu strategicznego, skrótowo i żołątkowo omówionego w niniejszym dokumencie.

Zapraszam wszystkich do uwag na temat wspomnianego planu, korekt, a przede wszystkim do współpracy w zakresie chronologicznej realizacji kolejnych celów taktycznych.

Z poważaniem,
Adam Kotucha.