

## **Demokratik seçkilər və vətəndaş fəallığı**

Bakı 2008

Kitab Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Şurasının Azərbaycanada Vətəndaş Cəmiyyəti İnkişafına Yardım Assosiasiyasının (AVCİYA) “Prezident və bələdiyyə seçkilərində seçici fəallığının artırılması, seçkilərin ədalətli və şəffaf keçirilməsinə kömək məqsədilə maarifçilik işinin təşkili” adlı layihəsinə verdiyi maliyyə dəstəyi ilə nəşr olunub

Müəllif: tarix elmləri namizədi Məhərrəm Zülfüqarlı

Mündəricat

Ön söz

1. Seçki təbliğatının qurulması
2. Qapıdan - qapıya proqramı

## **Ön söz**

Azərbaycan Respublikası dövlət müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra qərbə inteqrasiya yolunda və vətəndaş cəmiyyəti quruculuğunda bir sıra irəliləyişlər əldə edib. Azərbaycanın Avropa Şurasına üzv olması, Avropa İttifaqı ilə Fəaliyyət Planı imzalanması, bir sıra beynəlxalq konvensiyalara, o cümlədən Avropa İnsan Haqları Konvensiyasına qoşulması və s. buna misal ola bilər.

Azərbaycanın qərbə inteqrasiyasında prioritet məsələlərdən biri ədalətli və şəffaf seçkilərin keçirilməsidir. « Avropa İttifaqı ilə Azərbaycan Respublikası arasında imzalanmış Fəaliyyət Planında müəyyən edilmiş on prioritet sahədən ikincisi «Beynəlxalq tələblərə cavab verən ədalətli və şəffaf seçki prosesi vasitəsilə ölkədə demokratiyanın gücləndirilməsi»nə aiddir.

Azərbaycan Avropa Şurasına üzv qəbul olunduqdan sonra demokratik seçkilər üçün əlverişli mühitin yaradılması istiqamətində müəyyən addımlar atılıb. Məsələn, 2003 - ci ildə keçirilmiş son prezident seçkilərində ilk dəfə olaraq şəffaf seçki qutularından istifadə edilmiş, İFES-in vasitəçiliyi və Almaniya, Niderland, ABŞ və Böyük Britaniya dövlətlərinin köməyi ilə nömrəli plastik kilidli 7500 ədəd daşınmayan, 4950 ədəd daşınan şəffaf seçki qutusu hazırlanıb ölkəyə gətirilib.

Son parlament seçkilərinin əvvəlki seçkilərə nisbətən daha da təkmilləşdirilməsində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 11 may və 25 oktyabr 2005 - ci il tarixli sərəncamları müsbət təsir göstərmişdir. Səsverənlərin barmağına mürəkkəb vurulması praktikasından istifadə olunması, ilk dəfə tətbiq olunan seçici

vəsiqələrinin istifadəsi, seçici siyahılarının dərc edilməsi, müstəqil “exit-poll”arın keçirilməsi, xaricdən maliyyələşən yerli QHT-lər üzərindən seçkilərin müşahidəsi ilə bağlı məhdudiyyətlərin aradan götürülməsi və s. yeniliklər son parlament seçkilərini əvvəlkilərdən köklü surətdə fərqləndiyini göstərir. 2000-ə yaxın namizədin mübarizə apardığı, 1500 beynəlxalq və 17 minə yaxın yerli müşahidəçi tərəfindən izlənilmiş parlament seçkiləri, bəzi qanun pozuntularına baxmayaraq Beynəlxalq Seçkiləri Müşahidə Missiyasının müşahidəçilərinin də göstərdiyi kimi əvvəlki seçkilərlə müqayisədə təkmilləşməni nümayiş etdirmişdir.

Eyni zamanda seçkilərdə yol verilmiş pozuntulara görə 10 seçki dairəsində seçkilərin nəticələri etibarsız hesab edilmiş, bəzi seçki dairələrində səslər yenidən hesablanmışdır. Azərbaycan Respublikası tarixində ilk dəfə olaraq seçkilərdə qanun pozuntularına yol verdiklərinə, Prezidentin 11 may və 25 oktyabr sərəncamlarını pozduqlarına görə üç icra hakimi vəzifəsindən azad edilmiş, bir sıra seçki komissiyalarının sədrləri həbs olunmuşdur. Azərbaycan tarixində ilk olan belə tədbirlər gələcəkdə qanun pozuntularına yol verilməməsi üçün nümunə rolunu oynayacağı şübhəsizdir.

2006 - cı ilin payızında Respublikada beynəlxalq təşkilatların dəstəyi ilə uşaq parlamentinə demokratik seçkilər keçirilmiş və ilk dəfə olaraq uşaq parlamenti formalaşdırılıb.

Bütün bunlara baxmayaraq beynəlxalq təşkilatların da qeyd etdiyi kimi Azərbaycanda demokratik və ədalətli seçkilərin keçirilməsi üçün hələ çox işlər həyata keçirilməlidir.

Azərbaycanda fasiləsiz 3 il, 2008 - ci ildə prezident, 2009 - cu ildə bələdiyyə, 2010 - cu ildə parlament seçkilərinin keçiriləcəyini bir dövrdə vəziyyətin demokratikləşdirilməsinə, vətəndaşların seçki fəallığının artırılmasına ciddi ehtiyac var. Bunun üçün isə vətəndaşlar arasında seçki maarifçiliyinin həyata keçirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

## Seçki təbliğatının qurulması

Seçkilərin ədalətli və şəffaf keçirilməsində seçici fəallığının mühüm əhəmiyyətə malikdir. Seçici fəallığının yüksəlməsində isə seçkiqabağı təbliğatın mühüm rolu var. Seçki təbliğatının məqsədi namizəd haqqında məlumatların seçicilərə çatdırmaqdan, onun imicinin yaradılmasından, namizədin oponentlərdən fərqli olaraq problemləri daha uğurla həll etmək imkanına malik olmasına seçiciləri inandırmaqdan, namizədin rəqiblərindən üstünlüklərini sübut etməkdən, bu üsuldən rəqiblərin də istifadə etmək ehtimalının nəzərə alaraq müdafiyyəyə hazır olmaqdan və s. ibarətdir.

Seçki təbliğatının müvəffəqiyyətli təşkili üçün aşağıdakı amillərə xüsusi fikir verilməlidir:

1. Mənəvi dəyərlər;
2. Aktual problemlər;
3. Siyasi mövqe;
4. Kampaniyanın leytmotivi, əsas ideyası;
5. Şüarlar və çağırışlar

Beynəlxalq aləmdə seçki kampaniyasının 7 modeli mövcuddur. Bunlar aşağıdakılardır:

- **Bazar modeli.** Kampaniyanın bu növü yalnız maliyyə vəsaitinə əsaslanır və namizədin qələbəsi üçün müəyyən işləri görmək üçün yalnız pulun sərf olunmasını nəzərdə tutur;

- **Administrativ (inzibati) model.** Hakimiyyətdə olanların öz vəzifələrindən sui - istifadə etməklə, özlərindən vəzifə asılılığında olan şəxslərdən, texniki və hətta maliyyə vasitələrindən istifadə etməklə apardıqları seçki kampaniyası bu cür adlanır;
- **Partiya modeli.** Hər hansı partiyanın öz qüvvəsi ilə apardığı kampaniyadır;
- **İmic modeli.** Namizədin müsbət keyfiyyətlərini önə çəkməklə və beynəlxalq seçki təcrübəsini öyrənməklə onun hörmətini seçicilər arasında artırmağa xidmət edir;
- **Kpiminal modeli.** Bu modeldən cinayətkar ələmlə əlaqəsi olan, korrupsiyaya qurşanmış şəxslər istifadə etməklə parlamentə düşmək istəyirlər. Məsələn, Rusiyada Uralmaş seçki qalmaqlı buna misal ola bilər. Rəqibinin tərəfdarlarını döydürülməsi, menecerini öldürülməsi, plaktlarının çırılması, vitirinlərin sındırılması və s. buna aiddir. Təqaüdcülərə ərzaq paylıb, seçilmədikdən sonra geri alınması halları da bu növ kampaniya üçün xarakterikdir;
- **Kompromatlar modeli.** Bu modeldən əksər ölkələrdə rəqibi gözdən salmaq üçün istifadə olunur. Xüsusilə postsovet respublikalarında bu model geniş yayılıb. Bəzən inkişaf etmiş ölkələrdə bu modeldən imtina edilir. Məsələn, ABŞ - da Niksonun prezident seçkilərində Demokratlar təyyarədə bülletenləri dəyişdirməklərinə baxmayaraq Respublikaçılar ölkənin sabitliyi naminə bu məsələnin tədqiqatına icazə verməmişlər;
- **Kompleks modeli.** Bu model əvvəlki 6 modeli özündə cəmləşdirir;
- **Xaos modeli.** Seçki kampaniyasının bu növü sovet rejiminin dağıldığı ərəfədə olub və indi bu modeldən əksər ölkələrdə istifadə olunmur. Məsələn, bu modelə görə o illərdə namizədi yalnız bir keyfiyyətinə görə seçirdilər ki, bu da yalnız keçid dövrü üçün xarakterikdir.

Azərbaycan Respublikasında Milli Məclisə seçkilər yalnız mojaritar sistem üzrə keçirilməsinə baxmayaraq seçki kampaniyasının **Partiya modelindən** də geniş istifadə olunur. Çünki seçkilərə müstəqil namizədlərlə yanaşı çoxlu sayda partiya namizədlərinin də iştirak edir. Bu növ seçki kampaniyası aparmaq üçün aşağıdakı işlər görülməlidir:

- Seçicilərin siyahısının müəyyənləşdirilməsi;
- Resursların bölünməsi;
- Seçki qərargahı üçün binanın ayrılması;
- Mərkəzləşmiş işçi heyətinin müəyyənləşdirilməsi;
- Könüllülərin müəyyənləşdirilməsi;
- Qeyri - hökumət təşkilatları ilə işləyəcək şəxslərin müəyyənləşdirilməsi;
- Seçki üçün lazım olan avadanlıqların topdan alınmasının təşkili;

- Seçicilər haqqında məlumatların toplanması;
- Tədqiqat işlərinin təşkili;
- Seçki kampaniyasının iştirakçıları üçün treninqlərin keçirilməsi;
- Hüquqi dəstəyin təşkili;
- Seçki kampaniyası üçün maliyyə resurslarının toplanması və s.

Namizədin seçki kampaniyası dövründə aşağıdakı yerlərə getməsi məsləhətdir:

- Müxtəlif iri müəssisələrə, zavod və fabriklərə;
- Ticarət mərkəzlərinə;
- Müqəddəs yerlərə, məscidlərə, ziyarətgahlara;
- Toy və yas mərasimlərinə;
- Uşaq bağçalarına və məktəblərə;
- Ali təhsil müəssisələrinə;
- İdman yarışlarına;
- İctimai nəqliyyatdan istifadə etməklə şəhər gəzintisinə;
- Etnik qrupların, mədəniyyət mərkəzlərin toplantılarına;
- İstirahət yerlərinə, teatr və konsertlərə;
- Şadlıq evlərinə, restoranlara və s.

Seçki kampaniyası ərəfəsində yerli təşkilatlarda sədrliyə 3 - 4 nəfərin iddialı olaraq mövqelərindən geri çəkilməməsi yerli təşkilatın böhranı kimi qiymətləndirilir. Bu ziddiyyət təcili, güclü iddiaçının xeyrinə həll edilməlidir.

Seçkilərarası dövrdə və seçki kampaniyası vaxtı aşağıdakı işlər görülməlidir:

- Rayon təşkilatı rayon əhalisinin indifikasiyasını həyata keçirməli;
- Telefon bankı yaradılmalı;
- Partiya üzvlərinin sayının artım dinamikası tərtib edilməli;
- Partiya üzvlərinin fəallığının artması dinamikası müəyyən edilməli;
- Partiya özəkləri haqqında məlumatlar dəqiqləşdirilməli;
- Rayon təşkilatının qəzetlərdə təbliğinin vəziyyəti təhlil olunmalı;
- Problemlər haqqında obyektiv məlumatlar hazırlanmalı;

- Rayon təşkilatının fəaliyyəti haqqında pyar planı hazırlanmalı (həftədə ən azı bir tədbir keçirməyən rayon təşkilatı fəal hesab oluna bilməz);
- Qərargahın seçki kampaniyasına hazırlıq vəziyyəti yoxlanmalı;
- Rayon təşkilatının təbliğat kampaniyası başlanana qədər neçə iclas keçirməsi və bu iclaslarda hansı məsələlərin müzakirə olunması yoxlanılmalıdır və s.

Seçki təbliğatı başlayana qədər partiyanın Mərkəzi Qərargahı aşağıdakı işləri görməlidir:

- Seçki strategiyasının hazırlanması;
- Şüarların, mesajların hazırlanması;
- Broşuralar, bukletlər, plakatlar, bilbordlar, təqvimlər, qəzetlərin xüsusi buraxılışları, sənədli filmlər, 5 dəqiqəlik mesaj filmləri, tele - reklamlar, müxtəlif suvenirilər, partiya həsır olunmuş mahını və marşlar və s. materialların hazırlanması.

Seçki təbliğatı vaxtı gənclər təşkilatının konkret görəcəyi işlər:

- Siyasi sahədə:
  - a) Seçki kampaniyası vaxtı ən çətin işləri görmək üçün xüsusi çevik qrupların yaradılması;
  - b) pyarın təşkili;
- Sosial sahədə - mədəni, maarif və idman tədbirlərində iştirak etməklə təbliğatı aparmaq;
- Partiya üçün kadr hazırlığını həyata keçirmək;
- Partiyanın konkret verdiyi tapşırıqları yerinə yetirmək.

Seçki kampaniyasında namizədin təbliğ olunmasının formalarından biri də namizədin seçicilər qarşısında şəxsən çıxış etməsidir. Bu çıxışlar əsasən müxtəlif auditoriyalarda, açıq havada, televiziya və radio vasitəsilə edilir. Ekspertlərin fikrincə namizədin televiziya çıxışlarının müvəffəqiyyəti vizual görüntüdə 55 %, səsin ahəngində 38 %, çıxışın məzmunundan isə cəmi 7 % asılıdır. Ekspertlər qeyd edirlər ki, 16 saatdan sonra seçicilər namizədin çıxışının 75 % -ni, 48 saatdan sonra isə 95 %-ni, daha sonra isə hamısını yaddan çıxarırlar. 48 saatdan sonra əksər seçici namizədin çıxışından yalnız iki şeyi, necə geyindiğini və səsinin tembrini yaddan çıxartmır.

Seçki kampaniyası dövründə təbliğatın müvəffəqiyyəti üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır:

- İnsanlar nəyə inanırsa həqiqət odur;
- İnsanlar hamısı tərifi xoşlayır;
- İnsanlar xəsisdirlər;

- Təhlükəni qabaqcadan görmək və qarşısını almaq

Canlı görüşlər zamanı namizəd aşağıdakı məsələləri bilməlidir:

- Kimin auditoriyada olmasını;
- Məruzənin məzmununu;

Seçicilərin suallarına cavab verməyin də aşağıdakı texnikası var:

- Çalışmaq lazımdır ki, suallar yazılı formada verilsin. Namizədin assistenti sərfəli sualları sağ cibinə, lazımsız sualları isə sol cibinə qoymaqla prosesin müsbət məcraya yönəlməsinə kömək edə bilər;
- Əgər auditoriyada olan təxribatçı, sualı yazılı verməkdən imtina edərək ayağa qalxmaqla namizədə sual verərsə birinci növbədə onun ad və familiyasını soruşmaq lazımdır. Əgər təxribatçı adını deyirsə namizəd ona « Sizin sualınız mənim üçün çox maraqlıdır. Mən sizə axırda cavab vermək üçün 5 - 10 dəqiqə vaxt ayıraram» deməklə sakitləşdirməlidir;
- Çox zaman təxribatçı adını deməkdən imtina edərək tədbiri pozmağa çalışır. Onda onu sakitləşdirmək üçün digər metodundan, yəni suala - sualla cavab verməklə vəziyyətdən çıxmaq olar;
- Suala sualla cavab vermək alınmadıqda onda aşağıdakı cavabların birindən istifadə etmək lazımdır:
  1. «Mən bunu etməmişəm» deməklə ittihamı rədd etmək;
  2. «Mən bunu etmişəm, lakin siz dediyiniz kimi yox» deməklə məsələnin şişirdilməsinə imkan verməmək;
  3. Mən bunu etmişəm, üzr istəyirəm. Söz verirəm ki, bu bir daha təkrar olunmayacaq» deməklə səhvi etiraf etmək;
  4. «Kim mənim haqqımda bu cür danışarsa, o fırıldaqçıdır» deməklə hücumu keçmək və s.

Müdafiənin ən vacib qaydası heç zaman yalan danışmamaqdan ibarətdir. Namizədlər əsasən 2 suala cavab verməkdən çəkinirlər:

- Siz nə üçün deputat olmaq istəyirsiniz?
- Nəyə görə mən sizə səs verməliyəm?

Seçki kampaniyasında rəqibə təsir göstərməyin müxtəlif formalarından istifadə edilir. Məsələn, televiziya verilişlərində cəmi 24 kadr mövcuddur. Operator 25 - ci kadri işə salmaqla namizəd haqqında müsbət və ya mənfi rəy yarada bilir. Bundan başqa rəqibin seçicilərlə görüşünə əlində kiçik şar oynadan və ya limon yeyən eyni geyimdə adamları qabaq cərgədə əyləşdirməklə görüşü pozmaq olar. Moskvada bu işi öyrənən xüsusi institut fəaliyyət göstərir. Bu institutda hər hansı bir insanın xarici görkəminə uyğun olaraq onu özündən çıxarmağın proqramını hazırlaya bilirlər.

Seçki kampaniyasında aşağıdakı amillər səhv hesab olunur:

- Sənədlərin vaxtından gec paylanması;
- Seçki kampaniyasına gec başlamaq (Seçki kampaniyasına seçki gününə 40 gün qalmış başlamaq lazımdır);
- KİV ilə işin aparılmaması;
- Analitik işin aparılmaması;
- Seçki kampaniyasını administrativ ehtiyatlar hesabına aparılması;
- Seçki kampaniyasının leymotivinin elan olunmaması;
- Seçki gününün strategiyasının olmaması;
- Seçki kampaniyasının hüquqşünasının olmaması. (Vladivostokda namizəd maykasını çıxarıb seçiciyə verdiyinə görə rəqibi onu «seçicini satın alma» ittihamı ilə məhkəməyə vermişdir. Namizədin seçki kampaniyasının hüquqşünası olmadığına görə bu işlə özü məşğul olmuş və bu da kampaniyanın işinə maneə yaratmışdır);
- Psixoloji təhlilin olmaması

Seçki kampaniyalarına aid beynəlxalq təcrübənin müsbət cəhətlərindən yerli şəraitə uyğun istifadə olunmasının böyük əhəmiyyəti vardır. Buna görə də bu təcrübəyə ehkam kimi deyil, yaradıcı şəkildə yanaşılması böyük aktualıq təşkil edir.

Seçkiqabağı kampaniyanın son mərhələsi seçki günü seçicilərin fəallığının artırılmasından ibarətdir.

Seçicilərin fəallığını yüksəltmək üçün hər bir təşkilatın, hər bir namizədin vətəndaşlarla fərdi qaydada iş aparması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Buna beynəlxalq təcrübədə «**qapıdan - qapıya**» proqramı adı verilib.

## **II Qapıdan - qapıya proqramı**

Seçki kampaniyası zamanı bir sıra proqramlar həyata keçirilir. Bunların ən vaciblərindən biri «Qapıdan - qapıya» proqramıdır. Bu proqram seçicilərin fəallığının artırılmasında mühüm rol oynayır. İnsanlar bu cür görüşləri uzun zaman yaddan çıxarmırlar. Bu proqram seçicilərlə təkbətək əlaqə yaradılmasında, onların hər hansı namizədin tərəfinə çəkilməsində ən yaxşı üsullardan biridir. Qəzet və tele - kanallarla yayılan xəbərlərdən yalnız bu qəzetləri oxuyan və bu kanallara baxanların xəbəri olur. Qəzetlərdə oxuduqlarımıza və ya ekranda baxdıqlarımıza çox zaman inanmayaraq bunlara şübhə ilə yanaşırıq. Amma məhəllənin, ailənin, iş yerlərinin inandığınız şəxslərin verdiyi informasiyalara daha çox etibar edirsiniz. Bu bütün ölkələrdə olduğu kimi, «Qapıdan - qapıya» proqramı Azərbaycanda da ən etibarlı mediya kanalı hesab oluna bilər.

«Qapıdan - qapıya» proqramına Türkiyədə «fişilti qəzeti» deyilir. Seçki təbliğatında dar anlamda mediya olan qəzet və TV kanallarla yanaşı geniş anlamda mediya olan «fişilti qəzeti»nə də diqqət vermək gərəkdir. Əlbəttə qəzet və TV kanalları vasitəsilə təbliğatı təşkil etmək önəmlidir. Ancaq bunlarla yanaşı məhəllənin, ailə və iş yerlərinin insanlarla söhbətlər aparılmasının da böyük əhəmiyyəti vardır. Bu məqsədlə xalqla əlaqələr yaratmaq üçün yerlərdə əhali arasında nüfuzu olan adamlardan yararlanmaq lazımdır. Yəni «fişilti qəzeti»ni işlətmək üçün namizədin seçki qərargahının üzvləri bir mediya kanalı kimi fəaliyyət göstərməlidir. Onların bir mediya kanalı kimi fəaliyyət istiqamətlərindən biri evləri ziyarət etməkdir. 2- 3 nəfərlik kişi və xanımlardan ibarət qruplar evlərə gedərkən sakinlərə namizədin platformasını sadə sözlərlə izah etməlidirlər. Ev ziyarətləri xalqla təmas yaratmağın ən yaxşı üsuludur.

Ev ziyarətlərində xalq namizədin varlığını hiss edir. Vətəndaş onu sayıb qapısına gəlmiş namizədi və ya onun səlahiyyətli nümayəndəsini daha çox dəyərləndirir. Məhəllədə ev ziyarəti başa çatdıqdan

sonra, orada namizədin iştirakı ilə daha geniş tədbir keçirilməsi məsləhət görülür. Ev ziyarətlərində sakinlər bu görüşə etik normalar çərçivəsində dəvət olunmalıdırlar.

Ev ziyarətləri zamanı namizədlər də xalqın nə düşündüyünü, onun problemləri ilə yaxından tanış olurlar. Namizədlər kabinetlərdə oturmaq əvəzinə, xalqla daha sıx təmasda olmalıdırlar. Ev ziyarətləri də məhz buna xidmət edir.

Ev ziyarətləri kimi lazımlı və yararlı bir fəaliyyəti bir çox ölkələrdə seçki kampaniyası zamanı həyata keçirirlər. Bu iş seçki kampaniyası zamanı müəyyən fayda verir. Lakin seçici onu yalnız seçki zamanı yad edən, xatırlayan siyasətçiyə, namizədə etibar etmir. Buna görə də ev ziyarətlərini sadəcə seçki kampaniyası zamanı deyil seçkilərarası dövrdə də həyata keçirmək daha çox fayda verə bilər.

Namizədin seçki qərarınının 2 və ya 3 nəfərdən ibarət nümayəndə heyəti evlərə xəbər vermədən nəzərdə tutduqları evlərə gedə bilərlər. Nadir hallarda qabaqcadan xəbər verməklə və ya icazə almaqla ev ziyarətlərinə getmək olar. Lakin belə hallarda xəbərin yayılması ehtimalı çox olur və həmin məhəllədə yaşayan digər tərəfdarlar da bu xəbəri eşidib həmin evə gələrək sıxlıq yarada bilərlər. Yadda saxlamaq lazımdır ki, ev ziyarətləri tərəfdarlar üçün deyil, tərəddüd edən seçicilər üçündür.

Bəzən bir qrupu evə toplayaraq ev yığıncaqları da təşkil olunur. Türkiyədə evlərdə «Yasin qrupları», «Xanım günləri» keçirilir ki, bu toplantılara da təkcə tərəfdarlar deyil tərəddüd edən şəxslər də gəlirlər.

Ev ziyarətləri mütləq proqram əsasında həyata keçirilməlidir. Bu məqsədlə seçki qərarlarında əvvəlcədən yığıncaqlar keçirilməli və bu yığıncaqlarda gediləcək evlər, evlərə getməyin vaxtı müəyyən olunmalıdır.

Azərbaycan xalqının adət ənənəsinə uyğun olaraq ev sahibi sizin tərəfdarınız olmasa belə, əgər sizə qarşı qərəzli, düşmən fikirli insan deyilsə sizi səmimi qarşılayacaqdır. Əgər sizi yaxşı qarşılamazsa və ya qapını açmazsa siz yenə də gülürüzlə namizədinizin salamlarını həmin ev sahibinə və onun ailə üzvlərinə çatdıraraq nəzakətlə onlardan ayrılmalısınız.

Konkret olaraq «Qapıdan - qapıya» proqramına müsbət cəhətləri aşağıdakılardır:

- seçicilərlə şəxsi əlaqələr yaranır;
- seçicilərin demokratik seçkilərə inamı çoxalır;
- könüllülərin dəstəyi qazanılır, onlarla əməkdaşlıq əlaqələri genişlənir;
- tərəfdarlar müəyyən olunur;
- tərəddüd edənlər cəlb edilir;

- maliyyə vəsaitinin toplanması və reklam işlərinin həyata keçirilməsi üçün yeni imkanlar yaranır və s.

Bu kampaniyaya başlamamışdan əvvəl hər bir seçki məntəqəsi üzrə seçici siyahıları əldə edilməlidir. Bundan sonra proqramda iştirak edəcək insanlar və gediləcək evlər müəyyənləşməlidir. Adətən bəzi könüllülər öz yaşadığı məhəllədəki evlərə getməyə daha çox üstünlük verirlər. Buna görə də tərəfdarların, yoxsa tərəddüd edənlərin çoxluq təşkil etdikləri məhəllələrin hansına gedilməsi qabaqcadan dəqiqləşdirilməlidir.

«Qapıdan - qapıya» proqramı «Seçicilərlə əlaqə qurma» proqramı (məktub proqramı, telefon bankları) ilə birgə həyata keçirilməlidir. Bu proqramın təsirini artırma bilər. «Qapıdan - qapıya» proqramını hazırlayarkən aşağıdakı sualları aydınlaşdırmaq lazımdır:

- «Qapıdan - qapıya» proqramının əsas məqsədi nədir?
- Rayonun ərazisinin coğrafi böyüklüyü və əhalisinin sayı nə qədərdir?
- Sizin tərəfdarlarınızın olduğu zəif və güclü məhəllələr, küçələr və yaşayış binaları hansılardır?
- Hansı məhəllələrdə, zəif, yoxsa güclü məhəllələrdə fəaliyyət göstərəcəksiniz?
- Təkbətək əlaqə qura biləcəksinizmi?
- Şəxsən namizədin gedə bilmədiyi məhəllələrə getmək üçün lazımı sayda könüllü toplaya bilirsinizmi?
- Vacib hesab etdiyiniz evlərə gedən zaman həmin ailələri yaxşı tanıyan şəxslər sizinlə ora gedəcəklərmi?
- Sakinlər sizin «Qapıdan - qapıya» proqramınızı gözləyirmi? Yoxsa bu onlar üçün yenilik olacaq? Əgər əvvəllər sakinlərlə bu cür proqram həyata keçirilibsə, nəticəsi necə olub?
- Seçki gününə az qalmış namizədin tərəfdarları ilə görüşməyə imkanı varmı?
- Rəqibləriniz «Qapıdan - qapıya» fəaliyyəti ilə bağlı işlər görürülmü və ya görəcəklərmi?

«Qapıdan - qapıya» strategiyasını hazırladıqdan sonra təqvim tutmaq lazımdır. Könüllülər üçün treninq keçirilməsini də təqvimə daxil edilməlidir. Hansı məhəllələrə gedəcəksinizsə oranın xəritəsini və ya sxemini, ünvanlarını könüllülərə verilməsi vacibdir. Mümkündürsə könüllüləri tərəfdarlarınız, rəqiblərin və tərəddüd edənlərin siyahıları ilə də təmin edin. Yaddan çıxarmaq lazım deyil ki, könüllülər seçicilərlə görüşə gedərkən namizədin seçki platformasını yaxşı bilməlidirlər.

Könüllülər «Qapıdan - qapıya» proqramını aşağıdakı qaydada keçirməlidirlər:

- Seçicilərin evlərinə gedir, onlara namizəd haqqında məlumat verir və onlardan kömək istəyirlər;
- Qapıda söhbətlər 30 saniyədən çox olmamalıdır. Burada məqsəd seçicini görmək və əsas məlumatı ona çatdırmaqdır. Yadda saxlamaq lazımdır ki, seçicilərlə mübahisə etmək olmaz;
- Könüllülər seçicilərin gözlərinə baxmalı, salamlaşmalı, gəlişinin məqsədini və namizədin adını deməlidir. Könüllünün aşağıdakı nümunəyə uyğun danışması tövsiyə olunur: *«Salam, mən Murad Əliyev sizin qonşunuzam. Mən sizə bələdiyyə üzvlüyünə namizəd Əli Məmmədovun haqqında məlumat verməyə gəlmişəm. Əli Məmmədov Sizin rayonda mövcud olan problemlərin səbəblərini və həlli yollarını bilir. O, öz proqramı və sağlam komandası ilə bu problemləri həll etmək gücünə malikdir. Buna görə də öz namizədliyini irəli sürüb. Biz sizin Əli Məmmədova səs verəcəyinizə əmin ola bilərikmi? və s. »*;
- Görüş üçün ən yaxşı vaxt adi günlərdə axşamlar, şənbə və bazar günləri günortadır. Görüşünüz qısa və dostyana olmalıdır. Əgər təsadüfən yemək vaxtına düşsəniz üzr istəməyiniz məsləhətdir;
- Qapını döydükdən sonra əgər ev yiyəsi qapını açarsa bir addım geri çəkilin və o saat evə girməyin. Əgər seçici qarşınıza uşaqla çıxarsa uşaqlara nəvaziş göstərin. Bu amil valideynlərin səsinin qazanılmasında müsbət rol oynaya bilər;
- Könüllülər seçicilərlə danışdıqları vaxt seçki kampaniyası üçün lazım olan məlumatlar haqqında yazılı qeydlər götürməlidir;
- Şəhərlərdə 200 mənzilə getmək üçün təxminən 2-3 saat vaxt ayırmaq kifayətdir;
- Könüllülər mənzillərə gedərkən namizədin təbliğini əks etdirən yazılar və ya nişanlar olan paltarlar geyinməsi, seçki təbliğat materialları (buklet, büraşura) aparması məsləhətdir;
- Könüllülər namizədin tərcümeyi - halı və müxtəlif nişan, emblemlərlə təmin olunmalıdır;
- Ev ziyarətləri mütləq gətirdiyiniz evlərin xüsusiyyətlərinə uyğun təşkil olunmalı, ailə üzvlərinə hörmətlə yanaşmalı, adət - ənənələrə, milli və dini mənsubiyyətə saygı göstərilməlidir;
- Düzgün təşkil olunmuş ev ziyarətləri seçki qərargahının üzvləri üçün faydalı olur. Lakin düzgün təşkil olunmayan ev ziyarətləri ailələrə qarşı hörmətsizlik kimi başa düşülür və namizədə ziyan gətirir;
  - Ev ziyarətlərinin məqsədi seçicini namizədin tərəfinə çəkməkdir. Lakin insanlar siyasi fikirlərini heç də qısa müddətə dəyişməzlər. Ona görə də sizin namizədin tərəfdarı olmayan bir seçicinin sizə səs verməsi üçün səbirlə, uzun zaman iş aparmaq lazımdır. İlk görüşdə

müsbət nəticə alınmazsa halınızı pozmayın. Həmin evə getməli olan daha hörmətli insanları müəyyən edin və həmin evə təkrar gedin;

- Ev ziyarətləri üçün ən düzgün seçim tərəddüd edən seçicilərin evləridir. Ziyarət edəcəyiniz küçə və məhəllədə kimin sizin tərəfdarınız və ya əleyhdarınız olduğunu qabaqcadan müəyyən etməlisiniz.
- Vaxt azdırsa sizə qarşı olanlara vaxt sərf etməyin;
  - Sizin tərəfdarlarınızın təbliğatçı kimi fəaliyyət göstərmələri üçün onları ruhlandırmaq vacibdir;
  - Ev ziyarətləri yemək vaxtlarına salınmamalıdır. Yerli xüsusiyyətlərə görə görüşün günü və saati dəyişə bilər;
  - Ev ziyarətlərinə gedərkən namizədi dəstəkləyən siyasi və ya ictimai təşkilatın rəmzlərini, müxtəlif təbliğat materiallarını da özünüzlə aparmağınız məsləhətdir. Getdiyiniz ailə üzvü sizə yaxındırsa onlar bu vəsaitlərdən istifadə edərək namizədin təbliğatına kömək edə bilərlər.
  - Yadda saxlamaq lazımdır ki, ailə üzvləri sizdən hədiyyə deyil, onların ailə problemlərin həllini gözləyir. Ona görə də ailə üzvlərini inandırmaq üçün onlarla səmimi olmalı və onların problemlərini hansı yollarla həll edəcəyinizi izah etməlisiniz.
  - Gülər üzlü, xoş sifətli olmalınız məsləhətdir.
  - Mesajınız qısa və məzmunlu olmalıdır.
  - Ziyarət etdiyiniz ailə üzvlərində özünüz haqqında xoş təəssürat yaratmağa çalışın. Onların probleminə qulaq asaraq bu problemlərin sizi də hər zaman düşündürdüyünü söyləyin. Onların şikayətlərini bir - bir yazın, lakin bu yazıların altından onların imzalarını tələb etməyin. Çünki, bu qeyri - ciddi addım sayıla bilər. Yalançı çıxmaq üçün yazdıqlarınızı geri dönərkən səlahiyyətli şəxslərə verməli və bu haqda görüşdüyünüz ailə üzvlərinə məlumat verməlisiniz;
  - Ev ziyarətləri vaxtı namizədin müxtəlif məsələlərə baxışlarını bilməlisiniz. Buna görə də görüşlərə getməmişdən əvvəl sizin üçün qaranlıq qalan məsələləri öyrənməlisiniz. Bunun üçün namizədin platformasını, onun fəaliyyətinə aid yazılmış kitabları, müxtəlif seçki kampaniyaları zamanı hazırlanmış materialları və namizədin müsahibələrini yenidən bir də oxumaq lazımdır. Əgər bu sənədlər sizdə yoxdursa namizədin seçki qərargahına müraciət etməlisiniz;

- Seçici üçün ən önəmlisi onun səsinin lazımlı olmasını, ziyan gətirməyəcəyini şüurlu surətdə başa düşməsidir. Tərəddüd edən seçici də səsinə verərkən adətən kiməsə ziyan vermək barədə düşünür. Buna görə də siz görüşlər vaxtı namizədinizin ən şanslı olduğunu faktlarla sübut etməlisiniz;

- Ev ziyarətlərində siz konkret namizədi təmsil etdiyinizi unutmamalısınız. Çünki namizədin adından görüşdə yalnız siz danışacaqsınız. Başınızı dik tutmalı, özünüzdə ciddi aparmalı və gülərüzlü olmalısınız. Daim özünüzə və namizədinizə arxalanmalısınız;

- Sizdən fərqli fikirləşən insanlara dözümlü olun, onlara qarşı mədəni davranın. Kiməsə fikirlərinizi zorla yeritməyə çalışmayın, sizin fikirləri qəbul etməyənlərə qarşı kobudluq etməyin. Bu insanları zamanın hökmünə buraxın;

- Sizdən fərqli fikirləşən insanlara hiss etdirmədən onlarla söhbətə başlayın. Bununla da onun sizin namizəd haqqında nələr düşündüyünü müəyyən edə bilərsiniz. Bununla siz həm də öz namizədinizin zəif cəhətlərini daha obyektiv şəkildə öyrənə bilərsiniz. Bu söhbətlərdə öz namizədinizin seçki platformasını onlara izah edin;

- Uzun mübahisələr açmadan siyasi mesajlarınızı qısaca onlara anladın, kitabçaları və digər yazılı vəsaitlərinizi onlara verin. Bundan sonra vaxt qalarsa söhbətinizi davam etdirə bilərsiniz. Söhbət əsnasında qarşı tərəf yumşalarsa təkrar siyasi mesajlar irəli sürüb izah etməlisiniz. Siyasi mesajların təsirini qaçırmayın və insanları çoxlu mesajlarla yormayın. Bu cür hərəkət etsəniz həmin şəxslərin sizin namizədə səs vermələrini təmin edə bilərsiniz;

- Ev ziyarətləri zamanı görüşdüyünüz insanları sizin namizədin hər hansı bir yığıncağına mütləq dəvət edin;

- Ev ziyarətlərini qısa və səmərəli keçirin. Ayrıldıqda namizədə aid əyani vasitələri ailə üzvlərinə verin. Bu əyani vəsaitlər sizin dedikləriniz fikirləri daha da gücləndirər;

- Qarşınızdakı şəxsə sizin namizədin onun arzu və istəklərinə uyğun olduğuna, onun dərd, sərlərinə daha yaxın olduğuna inandırılmalı, onun könlünü almalısınız;

- Qarşı tərəfin könlünü almaq, onlara qarşı hörmətlə davranmaq ilk baxışdan sadə görünə də çox lazımlıdır. Özünüzlə necə davranılmasını istəyirsinizsə, qarşınızdakı şəxslə də o cür davranın;

- Qarşınızdakı şəxsin ilk baxışdan sizi rədd etməməsi üçün tədbirli olmalısınız;

- Buna görə də geyim və danışmaq tərzinizə ciddi fikir verməli, qabaqcadan görüşə hazırlaşmalısınız və s.

Evlərə gedən şəxslərdən aşağıdakı qaydalara riayət etmələri xahiş olunur:

1. Şən əhval - ruhiyyəli olun. İnsanlarla ünsiyyətdə sadə, dostyana münasibətlərə üstünlük verin;
2. Ruhi xəstələrin, alkoholiklərin və narkomanların yaşadığı evlərə gedilməsinə ehtiyac yoxdur;
3. Təhlükəsizliyiniz üçün it olan evlərə gedərkən ehtiyatlı olun;

Ev ziyarətləri bitdikdən sonra namizəd bu proqramda iştirak edən insanlara təşəkkür etmək üçün ümumi yığıncaq keçirməlidir.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, seçici namizədin onun problemlərini həll etməyə hazır olduğunu dəqiqləşdirmək istəyəcək, o, ümumi sözlərlə kifayətlənməyəcək. Çünki xəstəni həkimin hansı ressep verəcəyini deyil, onu tezliklə sağaldacağı maraqlandırır.

Sizin namizəd müxtəlif boş bəyanatlara, gəlişi gözəl sözlərə, yalan vədlərə öz fəaliyyətində heç zaman yer verməməlidir. Bu cür fəaliyyət qeyri - ciddi şəxslərin və partiyaların işidir. Namizədin bu kimi məsələlərdə nə qədər tələbkar olduğunu bilməlisiniz. Doğru və düzgünü qarşı tərəfin ən yaxşı halda necə anlayacağını qabaqcadan müəyyənləşdirməlisiniz. Namizəd öz mübarizliyi ilə, daim haqqı müdafiə etdiyinə görə xalqın inamını qazanmalıdır. Namizədin seçkilərdə ən böyük gücü də elə bundadır.

Vətəndaşların ayrı - ayrı nümayəndələri namizədin ideoloji baxışları, onun məqsəd və vəzifələri və s. məsələlər haqqında müxtəlif suallarla müraciət edə bilərlər. Bəziləri bu suallardan müəyyən qədər sıxıla bilərlər. Lakin aşağıdakı səbəblərdən belə sıxıntı keçirməyə ehtiyac yoxdur:

- Hər bir təbliğatçı, bütün namizədlər arasından bir namizədi seçdiyinə görə, digər namizədlərdən öz namizədinin fərqi və üstünlüyünü də bilməlidir;

- Seçki qərargahının adi bir üzvü olsanız belə hər yerdə nüfuzlu namizədi təmsil etməyinizlə qürur hissi keçirməli və şərəf hissi duymalıyıq. Hər hansı sorğu qarşısında aciz qalmayın. Hətta ola bilər ki, hansısa suala düzgün cavab verməsəniz də, o biri suala cavab verərkən bunu düzəltməyə çalışın. Əsas odur ki, özünüzdə olan müəyyən tərəddüdləri ləğv edəsiniz;

- Təbii ki, tərəfdarlarınıza zaman - zaman müəyyən siyasi bilgilər vermək lazımdır. Lakin seçkilərdə əsas diqqət **tərəddüd edən seçicilər verilməlidir**. Onları öz tərəfinizə çəkmək vacibdir;

- Tərəfdarınız olmayan seçicini öz namizədinizə səs verməyə təşviq etmək çox lazımlı işdir. Bu prosesdə həm konkret şəxsə hörmət göstərilir, həm həmin şəxsin sevgisini və

dəstəyini qazanır, həm də namizəd haqqında söylədiklərinizlə onun fikirləri arasında uyğunluq yaranır. Əgər siz namizədinizin ən uğurlu namizəd olmasına seçicini inandıra bilməsəniz, həmin seçicinin sizə münasibəti yaxşı olsa belə sizin namizədə səs verməyəcək;

- Siyasi təbliğat zamanı belə bir demokratik prinsipi heç zaman unutmayın: ***seçici hislərinə görə deyil, ümidlərinə görə səs verir;***

- Görüşə getməzdən əvvəl seçicinin problemlərini və nəyə ümid etdiyini qabaqcadan müəyyən etməli, bu sahədə namizədin siyasi xəttini dərinləndirən bilməlisiniz;

Seçicilərin fəallığının artırılmasına aid beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsinin mühüm əhəmiyyəti var. Bu təcrübədən milli xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla istifadə edilməsi seçkilərdə uğurun əldə olunmasına yaxından kömək göstərə bilər.

Müəllifin seçkilərə aid nəşr olunmuş kitab və məqalələri:

1. İnsan haqları və seçkilər. Bakı 2000.
2. Vətəndaş cəmiyyətinin qurulmasında plüralizmin əhəmiyyəti. Bakı 2001.
3. Avropa Konvensiyasında müəyyən olunmuş hüquq və azadlıqların təmini. Bakı 2002
4. Yerli özünüidarə: Avropa ölkələrinin təcrübəsi. Bakı, Çəşioğlu, 2003. 289 s.
5. Seçkilərin kütləvi informasiya vasitələrində işıqlandırılması. Normalar, Prinsiplər, Standartlar. Bakı 2003.
6. Seçki. Jurnalistlərin yaddaş kitabçası. Bakı 2005.
7. 2008 - ci il prezident seçkilərinin monitorinqi. Yaddaş kitabçası. Qanun. Bakı 2008. 27 s.

#### Məqalələr

8. Yeni Seçki Məcəlləsinin müzakirəsi. Azərbaycan mətbuatının monitorinqi (26 noyabr 2002 - 15 fevral 2003) «Vətəndaş Cəmiyyəti Uğrunda» Müstəqil Məsləhət və Yardım Mərkəzi. , Bülleten № 13, Bakı 2003
9. Yeni Seçki Məcəlləsinin müzakirəsi. Azərbaycan mətbuatının monitorinqi (15 fevral - 23 aprel 2003) «Vətəndaş Cəmiyyəti Uğrunda» Müstəqil Məsləhət və Yardım Mərkəzi. , Bülleten № 14, Bakı 2003
10. Bələdiyyə seçkilərində qapıdan - qapıya proqramının əhəmiyyəti. «525- ci qəzet» 07.10.2004
11. Sumqayıt bələdiyyəsi 2000 - 2004 - cü illərdə. «525- ci qəzet» 04.11.2004
12. Azərbaycan üçün yenilik: «Bütöv Şəki» bloku. «525- ci qəzet» 23.11.2004
13. Kommunistlər dinə qayıdır? «525- ci qəzet» 22.12.2004
14. Azərbaycanda keçirilmiş parlament seçkiləri və bu günkü reallıqlar. «525- ci qəzet» 27.04.2005
15. Seçki kampaniyasının meneceri hansı işləri görməlidir? «525- ci qəzet» 10.06.2005

16. Milli Məclis üzvlüyünə namizədliyi necə irəli sürməli? «525- ci qəzet» 28.06.2005
17. İlkin seçki təcrübəsi və Azərbaycan. «525- ci qəzet» 22.07.2005
18. Seçki fondlarının necə yaratmalı. «525- ci qəzet» 05.08.2005
19. İlk dəfə səs verəcək gənclərə bəzi tövsiyələr. «525- ci qəzet» 17.08.2005
20. Seçici vəsiqələri şəffaflığa təminat veririmi? «525-ci qəzet» 29.09.2005
21. Prezidentlər, yoxsa müzdlü Menecerlər? «Ədalət» qəzeti 20.04.2006
22. Seçki islahatlarının davam etdirilməsinə ehtiyac var. «525- ci qəzet» 26. 04. 2006
23. Avropa İttifaqı və Azərbaycan. «525- ci qəzet» 01. 09. 2006
24. Seçki komissiyaları və müxalifət. . «525- ci qəzet» 08. 09. 2006
25. Siyasi inhisarçılıq zəiflikdən yaranır. «Ədalət» qəzeti 08.09.2006
- 26 ABŞ -da seçkilərdə antireklam üstünlük təşkil edir. «Ədalət» qəzeti 07.11.06.
27. Prezident seçkiləri ərəfəsində siyasi vəziyyət. «525- ci qəzet» 25. 04. 2008
28. Venetsiya Komissiyası və Azərbaycan. «525- ci qəzet» 9. 10. 2008