

Komplett

DIREKTIVER OG MELDINGER TIL ALLE LAGS- OG DISTRIKTSSTYRER
FRA SENTRALKOMITEENS ARBEIDSUTVALG.

Januar 1979.

INNHold :

DIREKTIV OM 1. MAI 1979.

DIREKTIV OG RETNINGSLINJER FOR KAMPANJEN FOR Å BERGE KLASSEKAMPEN
SOM DAGSAVIS.

MELDING OM KKP OG JFK - HVA MENER KINA OM JUGOSLAVIA?

MELDING OM SKAUs SJØLKRTIKK

VEDLEGG :

DIREKTIV OM OVERFØRING AV MEDLEM FRA ETT LAG TIL ET ANNET.
OVERFØRINGSSKJEMA.

- 0 -

DIREKTIV OM 1. MAI 1979.

1. Vi har nå offentliggjort et forslag til paroler for 1. mai 1979. Som tidligere meldt gjelder disse parolene som diskusjonsgrunnlag i partiet til endelig vedtak fattes. Kritikk, kommentarer og endringsforslag som skal komme i betraktning være partiledelsen i hende seinest 1. mars.

2. Det bør være rom for taktisk tillempeing av parolene lokalt når det gjelder antall og konkret utforming. Men som et minimumsgrunnlag gjelder følgende:

- Toget må ta avstand fra regjeringas krisepolitikk.
- Toget må ta avstand fra Vietnams invasjon i Kampuchea.
- Toget må ta avstand fra Sovjets aggresjon i Eritrea.
- Toget må gi full adgang til tilslutning av masseorganisasjoner på deres eget grunnlag, så lenge det ikke strider mot hovedparolene.
- Vi godtar ikke pro-sosialimperialistiske paroler eller tilsvarende talere. Dette gjelder også kamouflerte pro-sosilimperialistiske paroler.

Det siste punktet gjelder over alt. Når det gjelder de øvrige punktene kan det bare gjøres unntak i helt spesielle tilfeller, nemlig når det er forsvarlig å delta i et breit tog som utelukkende gjelder et helt sentralt og brennende folkekrav i lokalsamfunnet. Slike unntak må diskuteres av partiledelsen og godkjennes av den.

3. I alle større byer må hovedkomiteen for 1.maidemonstrasjonen være oppretta før 8. mars. Alle steder der det skal holdes demonstrasjon må hovedkomiteen være danna før påske. Før påske bør også hele organisasjonsapparatet til fronten (seksjons- og lokalkomiteer) være satt på beina.

Nettpublisert av Forvaltningsorgan for AKPs partihistorie (www.akp.no) 2010

DIREKTIV OG RETNINGSLINJER FOR KAMPANJA FOR Å BERGE KLASSEKAMPEN SOM DAGSAVIS.

INNLEDNING.

SKAU legger her fram en plan for å redde Klassekampen som dagsavis. Vi vil ikke legge skjul på at oppgaven vi nå tar fatt på er stor og vanskelig å løse. I løpet av kort tid må vi rette opp mange feil. Målsettingene vi skal oppfylle er høye. Men dersom vi klarer å mobilisere innsatsen til partiet og de mange vennene Klassekampen ellers har, har vi håp og tru på at vi skal lykkes. Vi trenger avisa, er glad i den og veit at tusener er villig til å kjempe for å beholde dagsavisen. Dette er nå som før vår største og viktigste resurs.

Den kampanjeplanen vi her legger fram tar sikte på å bringe Klassekampen i driftsmessig balanse pr. 1. oktober 1979. Dette forutsetter ei øking av det aktive antallet abonnenter på omlag 40% sammenlikna med situasjonen ved årsskiftet, ei øking av løssalget til den målsettinga som er satt for jubileumskampanjen, samt økte annonseinntekter. Dette betyr at Klassekampen gjennom det meste av 1979 vil samle opp ny gjeld. Fordi det i tillegg fins mye gammel gjeld, både i Klassekampen og Oktober forlag, og fordi vi trenger midler til valgkampen, vil det i løpet av hele 1979 være et samlet innsamlingsbehov på 3 millioner kroner.

Som ledd i arbeidet for å berge dagsavisen må vi endre og forbedre avisens redaksjonelle linje og organisasjon. Da dagsavisen ble starta prøvde vi å skape ei "hovedavis" som skulle dekke alle avisbehov hos leserne. Denne linja har spilt fallitt. Med Klassekampens små resurser var det umulig å dekke hele nyhetsbildet og samtidig bringe et utall av faste spalter. Fra forvinteren av har vi begynt på ei omlegging. Vi ønsker å utvikle ei dagsavis som for de fleste vil være et supplement til dagsrevyen, lokalavisene og de vanlige nyhetstelegrammene. Vi må i større grad satse på avisens tradisjonelt sterke sider: avsløringer og reportasjer, arbeiderkorrespondanser, frisk debatt og skikkelige politiske kommentarer. Denne omlegginga må skje gradvis og krever en åpen debatt som både partimedlemmene og andre lesere deltar i.

Kampen for å berge Klassekampen krever også oppbygging av en KK-organisasjon. Først av alt gjelder dette distribusjon og salg, som fram til nå har vært amatørmessig drevet. Vi må bygge ut et stort nett av KK-kommisjonærer og KK-grupper som permanent organiserer løssalg av avisa, verver abonnenter og deltar i arbeidet med fornyinger. Videre må vi bygge ut budorganisasjonene lokalt, sikre regelmessig levering og etter hvert mobilisere budgruppene i fornyingsarbeid. Og vi trenger et nett av korrespondenter og lokalredaksjoner. Alle disse tre organisasjonsformene for avisa bør vi drive som sympatisørgrupper der

kamerater utafør partiet trekkes aktivt med i arbeidet.

De tiltakene vi nå må gjennomføre avslører hvor store feil parti-ledelsen gjorde i forbindelse med at dagsavisa ble startet og etter ei tid utvidet. Vi foretok ei grov undervurdering av det permanente arbeidet som måtte gjøres med avisa, bygde ikke opp noen organisatorisk basis for Klassekampen og neglisjerte i stor grad problemene med distribusjon og salg. Like foran 10-årsjubileet har disse feila ført avisa på konkursens rand.

Klassekampen er idag partiets flaggskip og gir oss en politisk innflytelse som er langt større enn partiets øvrige størrelse skulle tilsi. Men Klassekampen er ikke bare partiets avis. Langt ut over partiets rekker fins det revolusjonære og progressive som har vært med å bygge opp dagsavisa og som ser den som sitt talerør. Vi har et stort ansvar også overfor dem.

La oss gjøre vårt for å forene alle disse i en felles innsats for å nå de kampanjemålsettingene vi har satt oss. De er harde, men mulig å greie. Dagsavisa er verdt denne kampen.

1. ABBONEMENTSKAMPANJEN.

Abbonementskampanjen er det viktigste leddet i arbeidet for å berge avisa. Målsettinga er å øke antallet aktive abonnenter med omlag 40% fram til 1. oktober 1979. Denne målsettinga gjelder for alle partidistrikter.

Det er oppsummert som en feil ved jubileumskampanjen at vi her bare har lagt vekt på nyverving av abonnenter. Men Klassekampens økonomi blir ikke bedre av at vi verver 10 nye abonnenter dersom vi samtidig mister 10 gamle abonnenter. Derfor skal vi nå legge stor vekt på arbeidet med fornyinger. Den viktigste statistikken i tida framover er den som viser oss utviklinga av den aktive abonnementsmassen, dvs. hvor mange abonnenter vi har netto etter at vi har regna med både dem vi har verva og dem vi har mista.

For å styrke planlegginga av fornyingsarbeidet blir det nå sendt ut datautskrifter i hele partiet som gir en oversikt over abonnentene i området, bl.a. påført fornyingsdata. Dette materialet skal brukes som utgangspunkt for et organisert oppsøkingarbeid. Der det fins KK-grupper eller budgrupper må de mobiliseres i dette arbeidet. Men uansett er det partistyreneres ansvar at fornyingsarbeidet blir best mulig organisert. Fornyninga 1. april vil være særlig avgjørende for utfallet av kampanjen.

Den økte vekta på fornying betyr ikke at vi kan legge liten vekt på verving av nye abonnenter. Tvert om : målsettinga kan bare nås dersom vi gjennomfører et storstilt vervearbeid. Erfaring viser at følgende regneeksempel svarer bra til virkeligheten. Dersom den konkrete målsettinga er å øke antallet abonnenter fra 100 til 140, så betyr det at

det må verves omlag 80 nye abonnenter i løpet av kampanjen. Dette forutsetter at det blir gjort bra fornyingsarbeid. Likevel vil vi måtte regne med frafall både blant gamle og nye abonnenter. Jo større frafall, desto flere nye må vi verve. Som en "tommelfingerregel" kan vi regne med å måtte verve det dobbelte av nettomålsettinga i løpet av kampanjeperioden.

Når det gjelder arbeidsmetodene må vi bygge på prinsippet om å kombinere distrikts- og lagsmålsettinger med arbeidsdeling. Det er sjølsagt at alle medlemmer av partiet til sammen kjenner flere mulige abonnenter enn en del av medlemmene og at alle eller nesten alle medlemmer kan bidra med forslag og navn. Men vi vil gå skarpt mot paroler av typen "hvert medlem verver en abonnent". En kampanje krever arbeidsdeling og personlig ansvar, ikke utflytende oppfordringer om at alle må gjøre litt. En slik arbeidsmåte er også i strid med partiets sikkerhetslinje.

Direktiv.

1) Målsettinga for laget er å øke abonnenttallet fra abonnenter (pr. 13.12.78) til abonnenter (pr. 1.10.79)/verve nye abonnenter.

2) Lagsstyrer som mottar lister over abonnenter må bruke disse som utgangspunkt for å organisere et best mulig fornyingsarbeid ut fra sine forhold.

2. LØSSALGSKAMPANJEN.

På landsbasis er det målsettinga å nå opp til et gjennomsnittlig ukentlig salg på omlag samme nivå som målsettinga for jubileums-kampanjen.

For enkelte distrikter er de lokale målsettingene endra noe. Delvis er det foretatt endringer ut fra ei vurdering av salgsgrunnlag på bakgrunn av det stemmetallet som ble oppnådd i valget i 1977. Det er også til en viss grad tatt hensyn til at enkelte distrikter har vist spesiell styrke i løssalget og til indre vansker i partiet i noen distrikter. I gjennomsnitt kan en regne det som et godt resultat å selge halvparten så mange eksemplarer av Klassekampen i uka som vi hadde RV-stemmer i 1977. Løssalgsmålsettingene er gjennomsnittstall. Dvs. at vi må ta hensyn til at salget går ned i ferietider o.l. I normalt gode salgssuker må tallet derfor ligge noe høyere enn det som oppgis her.

Erfaringene opp gjennom åra har vist at forutsetninga for et godt løssalg er et fast organisert salg på dørene i boligområdene. Dette bør fortrinnsvis skje på en fast ukedag. Alle lag som driver arbeid i boligområder må ha en fast KK-kommisjonær. Løssalget bør drives gjennom KK-grupper der både medlemmer og sympatsiører deltar. Dette

må bli hovedformen for løssalget.

Ved siden av dette må det gjennom arbeidsplasslaga organiseres salg på bedriftene og andre arbeidsplasser. Også her må hovedformen bli fast salg en gang i uka.

I tillegg til dette fins det en rekke supplerende former for løssalg, som dels kan gi store enkeltresultater. Eksempler på dette er salg på jernbanestasjoner og andre trafikkknutepunkter, salg i demonstrasjoner og på møter, salg fra stand eller åpent gatesalg, salg på kaféer, ved kinoer, i polkøer. Oftest vil lørdagsavisa egne seg spesielt til dette. Men forutsetningen er her også at det etableres et fast opplegg, at det eksisterer personlig ansvar og at partiet mobiliserer sympatisører og venner til å delta i arbeidet.

Det er også partistyreneres ansvar å organisere distribusjonen av avisa til Narvesen raskt, der det ikke alt er etablert andre ordninger. Det er vårt mål å arbeide opp et stort antall kiosker og tobakksforetninger som selger Klassekampen.

Direktiv.

1) Målsettinga for laget er å selge aviser i uka i gjennomsnitt gjennom hele året.

2) Partistyrer som har naturlig ansvar for dette må sørge for at avisa kommer i salg i Narvesen-kioskene på plassen raskest mulig.

3. NYE INNSAMLINGSKAMPANJER.

I løpet av hele 1979 må vi samle inn 3 millioner kroner. Hovedparten av disse pengene skal gå til å nedbetale gjeld Klassekampen samler opp inntil den kommer i balanse. I tillegg trengs en del innsamla midler til å betale gammel KK-gjeld og for å dekke en del av Oktobers underskudd i 1978, og vi har som alltid behov for penger til valgkampen.

Dersom vi kan regne med at Handslag til Klassekampen vil ende rundt 2 millioner, betyr dette at en halv million er samla inn etter nyttår. I tilfelle vil innsamlingsmålet etter at jubileumskampanjen formelt er fullført bli på 2.5 millioner kroner.

Denne innsamlinga skal skje til Kampfondet og det vil seinere bli gitt nøyaktig beskjed om hvor mye som skal gå til de ulike innsamlingsformåla. Innsamlinga skal organiseres i to etapper. Den første starter med partifestene 1.mai (eller på annen måte 1. mai der det ikke holdes partifester), foregår også på sommerleirene og avsluttes til kommunevalget. Den andre kampanja vil starte i slutten av oktober og nå en topp på julemessene.

Etter at det endelige resultatet for Handslag er klart, vil det bli sendt ut konkrete målsettinger for de to kampanjene.

4. VI MÅ BYGGE OPP EN KK-ORGANISASJON.

Den eneste redninga for avisa på lang sikt er at det bygges opp en KK-organisasjon. Idag fins det bare elementer til en sånn, først og fremst gjennom lokale budorganisasjoner en del steder. Helt fra starten av dagsavisa har vi gjort den strategiske feilen å neglisjere behovet for permanent partiarbeid med avisa og en egen organisatorisk basis for den.

Ut fra funksjonene må vi skille mellom tre forskjellige måter å organisere aktivister og medarbeidere for avisa: a) kommisjonærer og KK-grupper, b) budgrupper og c) korrespondenter og lokalredaksjoner. Dette arbeidet må ledes av partiet, men det er vår målsetting å verve et stort antall sympatisører til å delta.

a) KK-kommisjonærer og KK-grupper. Vi må bruke kampanja til å bygge opp et nett av KK-kommisjonærer og KK-grupper.

I alle boligstrøk der vi driver partiarbeid må vi ha faste KK-kommisjonærer. Vi må ha KK-grupper som driver salgsarbeid og som også kan ta på seg arbeid med fornying og verving.

Men nettet av faste KK-kommisjonærer må utvides langt ut over dette. Målsettinga må være å rekruttere faste kommisjonærer som både selger avisa og verver abonnenter, på arbeidsplasser, institusjoner, skoler, universitetsinstitutter og i masseorganisasjoner. Dette krever punktlig distribusjon av avisa og faste, enkle rutiner for innsending av oppgjør og økonomisk kontroll.

Nettet av kommisjonærer og KK-grupper må bygges opp slik at det ikke faller sammen når kampanjen er avslutta. Dette vil kreve at det settes av en del partikrefter permanent til å lede arbeidet. Likevel vil dette være langt mindre enn det som kreves dersom vi skal fortsette å kaste hele partiet inn i store kampanjer.

Direktiv.

1) Alle partilag som jobber i boligområder må opprette en fast kommisjonær. De må jobbe for å opprette en eller flere KK-grupper av medlemmer og sympatisører med faste ledere, som driver salgs-, vervings- og fornyingsarbeid for Klassekampen.

2) Partilag på bedrifter eller andre arbeidsplasser, på skoler og universiteter og ellers der det er grunnlag for å drive arbeid for avisa, skal velge eller utpeke en eller flere kommisjonærer alt etter forholda, som leder arbeidet med salg og verving.

3) På plasser med mange kommisjonærer og KK-grupper må det oppnevnes en hovedkommisjonær som leder arbeidet med løssalg, abonnementsverving og fornying.

b) Budsystemet (gjelder der dette er oppretta). Budgruppene er idag den eneste oppbygde særorganisasjonen for Klassekampen, men nivået på arbeidet er svært ulikt. Der hvor mesteparten av medlemmene går rundt med avisa er denne ordninga nå en møllestein rundt halsen på partiet. I Oslo, der halvparten av budene er sympatisører, har budgruppene begynt å bli en resurs for partiet.

På sikt er det vårt mål å gjøre budgruppene i stand til å arbeide aktivt med fornying overfor de abonnentene de sjøl leverer avisa til. Dette forutsetter at det fins en budleder med distribusjons- og fornyingsarbeid som sin hovedoppgave.

c) Korrespondenter og lokalredaksjoner. Opprettinga av arbeiderkorrespondentnettene var i sin tid et viktig redskap i avisarbeidet. Ser vi bort fra en del lokalredaksjoner og enkelte kontakter, har dette nettet i stor grad brutt sammen. Hovedårsaken er KK-redaksjonens langvarige neglisjering av dette arbeidet.

Det er ei målsetting å bygge opp igjen et landsomfattende nett av faste lokale arbeiderkorrespondenter og, der vi har styrke til det, lokale redaksjoner. Det er viktig at korrespondentene er kjent av redaksjonen sånn at de kan kontaktes av avisa.

Propagandabulletin for Klassekampen-medarbeidere. SKAU har vedtatt at det skal utgis en egen propaganda- og diskusjonsbulletin for KKs medarbeidere. Dette bladet vil foreløpig komme månedlig og skal selges til kommisjonærer og medlemmer i KK-gruppene, bud og lokale korrespondenter. Bulletinen vil bli brukt til propaganda for kampanja, bringe erfaringer, kritikk og ideer. Den vil også inneholde spesielt stoff for de ulike typene av KK-medarbeidere.

5. PRIORITERING AV ARBEIDET MED KAMPANJEN.

Kampanjen for å berge Klassekampen er etter vedtak i sentralkomiteen gjort til hovedoppgava i partiplanen. Når det gjelder hvordan kampanjen skal prioriteres av forskjellige typer lag og i forskjellige faser av planen, viser vi til lederartikkelen i januar-nummeret av TF om endring av partiplanen fram til 1980.

6. FORHOLDET MELLOM JUBILEUMSKAMPANJEN OG KAMPANJEN FOR Å REDDE DAGSAVISA.

Målsettingene for jubileumskampanjen står ved lag (med forbehold for endring av løssalgsmålsetting) og resultatene vil bli kommentert i Klassekampen til kampanjen er avslutta.

Samtidig gjør vi det klart at retningslinjene for den nye kampanjen i dette direktivet erstatter tidligere direktiver og retningslinjer om Klassekampen. Partiet skal straks diskutere og

arbeide etter linjene for den nye kampanjen.

7. LAGSBEHANDLING AV KK-KAMPANJEN OG AVISPOLITIKKEN.

KK-kampanjen og avispolitikken skal diskuteres i alle partilag før påske. Diskusjonsmaterialet til dette møtet er artiklene om KK-kampanja i januar-TF og artikler (bl.a. om den redaksjonelle linja) i mars-TF.

MELDING OM KKP OG JKJ : HVA MENER KINA OM JUGOSLAVIA ?

Som dere kjenner til har vi tidligere sendt et brev til Kinas Kommunistiske parti der vi erklærer oss uenig i at Jugoslavia er et sosialistisk land. Etter at dette brevet ble gjort kjent i partiet fikk vi en del spørsmål om hva som var Kinas begrunnelse for å opprette partiforbindelser med Jugoslavia. Til dette måtte vi svare at vi visste ikke mer enn det som sto i de offisielle erklæringene, men at så snart vi visste mer, skulle vi underrette partimedlemmene om det. Nå veit vi mer, derfor denne meldinga.

Våren 1978 gjorde sentralkomiteen sjelstendige undersøkelser av forholda i Jugoslavia. Vi undersøkte arbeidsløshet, prisstigning, eierforholda i landbruket og industrien, det såkalte "arbeider-sjølstyresystemet", utenlandsk kapital i Jugoslavia osv. Disse undersøkelsene bekrefta vår oppfatning av Jugoslavia som et byråkratkapitalistisk land. På grunnlag av dette materialet utarbeidet vi en relativt omfattende analyse av Jugoslavia med kildehenvisninger i første rekke til jugoslavenes egne tidsskrifter og statistikker.

Da partiet sendte sin delegasjon til Kina høsten -78 la vi fram denne analysen for å underbygge standpunktet vi hadde tatt i brevet.

KKPs representant la på sin side fram en argumentasjon for at jugoslavia er et sosialistisk land, og Jugoslavias Kommunistiske Forbund et marxistisk-leninistisk parti. Han sa at Kinas polemikk mot Jugoslavia i 60-åra inneholdt "visse overdrivelser" og satte dermed KKPs brev om Jugoslavia til SUKP ut av kraft, uten direkte å si det. De argumentene han brukte tok sikte på å overbevise oss om at Jugoslavia er et sosialistisk land og at det har vært det siden frigjøringa. Vår delegasjon erklærte seg uenig, men gikk ikke inn i noen polemikk ut over det å argumentere for vårt syn.

KKPs representanter og våre representanter sa seg fornøyd med den åpne meningsutvekslingen vi hadde hatt om dette spørsmålet. Begge sider slo fast at vi var uenig om dette spørsmålet, men at dette var et underordna spørsmål i forhold til alt det vi er enig om.

Kineserne takka på sin side for vår informasjon og sa at den hadde vært nyttig. De uttrykte ønsker om å utveksle meninger om dette igjen i framtida.

I vårt parti har det blitt argumentert med at Kinas omvurdering av Jugoslavias klassekarakter er reint taktisk betinga. Dette kan vanskelig forsvares. Det eneste vi veit er at KKP både eksternt og i samtaler med søsterpartiet argumenterer aktivt for at Jugoslavia er et sosialistisk land. Inntil det motsatte er bevist må vi gå ut fra at det er akkurat dette KKP mener og at det dermed er en mot-sigelse mellom KKP og vårt parti i spørsmålet om Jugoslavias innen-rikspolitik. Vår vurdering av Jugoslavias internasjonale stilling og av Kinas gode statsforbindelser med Jugoslavia er det grunnleggende enighet om.

SK har vedtatt at vi eksternt i Norge skal gjøre vårt syn på Jugoslavia offentlig kjent og at vi skal si klar fra at vi er uenig med KKP i vurderinga av Jugoslavias klassekarakter. Samtidig har SK vedtatt at vi ikke ønsker noen polemikk mot KKP om Jugoslavia, verken offentlig eller på parti-til-parti-planet.

MELDING OM SKAUS SJØLKRIKTIKK.

Vi har tidligere varslet at vi vil komme tilbake med en sjølkritikk for vår rolle i partiets økonomiske problemer. Arbeidet med å skaffe fram det materialet som skal til for å utarbeide denne sjølkritikken har tatt litt lenger tid enn opprinnelig antatt. Når denne meldinga sendes ut er materialet stort sett samlet og SKAU vil umiddelbart diskutere det og utarbeide sjølkritikken. Den vil bli sendt ut i partiet ekstraordinært i februar.