

ЦЕНТР СОДЕЙСТВИЯ ДЕМОКРАТИИ И ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА  
«ГЕЛИКС»

---

# Предвыборные д е б а т ы

М е т о д и ч е с к о е   п о с о б и е

---

Редактор

*д. п. н. Г. Голосов*

Вступительная статья

*О. Подвицев*

Составление и подготовка приложений

*Н. Бердникова*

Санкт-Петербург  
2010

УДК 324  
ББК 66.3(2Рос)68  
П71



Опубликовано в рамках проекта «Межрегиональная электоральная сеть поддержки» (МЭСП) при поддержке программы «Европейский инструмент содействия демократии и правам человека» Европейского Союза / Комиссии Европейских сообществ. Содержание материалов является предметом ответственности проекта МЭСП и не отражает точку зрения грантодателя.

**Предвыборные дебаты** : методическое пособие / ред. Г. Голосов ; вступ. ст. О. Подвинцева ; сост. и подг. приложений Н. Бердниковой. — СПб., 2010. — 62 с.

ISBN 978-5-904938-07-9

Книга содержит подробные методические рекомендации по организации предвыборных дебатов. Основное внимание уделяется методике проведения дебатов на местных, муниципальных выборах, а также организационным особенностям проведения дебатов в современной России, в том числе в малых городах и сельской местности.

Для участников и организаторов избирательного процесса, работников СМИ, а также для широкого круга читателей, интересующихся вопросами выборов и демократии.

УДК 324  
ББК 66.3(2Рос)68

ISBN 978-5-904938-07-9

© АНО Центр «Геликс», 2010

---

## СОДЕРЖАНИЕ

---

Предвыборные дебаты в разных странах и на разных уровнях власти ( <i>О. Подвищев</i> ) .....	5
Дебаты на местном уровне: инструкция по применению ( <i>Н. Бердникова</i> ) .....	14
Этап первый. Разработка концепции .....	15
Этап второй. Подготовка к проведению мероприятия .....	25
Этап третий. Проведение дебатов .....	31
Этап четвертый. Подведение итогов. Рефлексия .....	40

### ПРИЛОЖЕНИЯ

(подготовлены *Н. Бердниковой*)

<i>Приложение 1.</i> Пример пресс-релиза о готовящемся мероприятии ...	43
<i>Приложение 2.</i> Форма официального приглашения на дебаты .....	45
<i>Приложение 3.</i> Рыба для афиши .....	47
<i>Приложение 4.</i> Письмо-вызов на дебаты .....	48
<i>Приложение 5.</i> Ответ на вызов .....	50
<i>Приложение 6.</i> Схема размещения участников на сцене .....	51
<i>Приложение 7.</i> Таблички для таймкипера .....	52
<i>Приложение 8.</i> Листы регистрации .....	53
<i>Приложение 9.</i> Лист для голосования по итогам дебатов .....	55
<i>Приложение 10.</i> Карточки для определения победителя дебатов (вместо анкеты) .....	57
<i>Приложение 11.</i> Лист с регламентом для участников .....	58
<i>Приложение 12.</i> Таблички для обозначения размещения участников в зале .....	60
<i>Приложение 13.</i> Пример фолдера для раздачи на дебатах .....	61



---

## ПРЕДВЫБОРНЫЕ ДЕБАТЫ В РАЗНЫХ СТРАНАХ И НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ ВЛАСТИ

---

Дебаты между кандидатами на выборные должности или представителями участвующих в выборах политических сил дают избирателю уникальную возможность протестировать личные качества и программные установки кандидатов через их очную полемику. По сути, дебаты — это особый вид состязания, по итогам которого зрители, они же избиратели, должны выставить участникам свои оценки. Таким образом, проведение полноценных дебатов служит косвенным, но очень важным признаком конкурентного характера выборов. А это, в свою очередь, является показателем степени свободы и открытости, конкуренции различных сил в рамках политической системы как таковой.

Без проведения полноценных дебатов перед массовой аудиторией избирателей невозможно говорить о том, что им предоставлена вся полнота информации о кандидатах, созданы условия для принятия взвешенного решения.

Предвыборные дебаты уникальны не только с точки зрения той информации, которую они предоставляют избирателю для размышления, но и по своему зрелищному эффекту. Они в значительной степени способны привлечь внимание к предвыборному процессу тех, кто не особенно интересуется политикой. С другой стороны, наблюдение за ними или непосредственное участие в них способно снять эмоции у чрезвычайно активных сторонников того или иного участника избирательной кампании, способствовать снижению накала страстей.

Классическим примером предвыборных дебатов, оказывающим большое влияние на распространение этой практики в мире, стали теледебаты, организуемые в ходе президентских кампаний в США.

Однако традиции проведения публичных дискуссий между кандидатами на выборные должности и, в частности, на президентский пост, сложились в этой стране задолго до появления телевидения. Еще в XIX веке такие словесные поединки служили иногда популярным развлечением на сельских ярмарках. В прямом телевизионном эфире с трансляцией на всю страну дебаты впервые были организованы в США в ходе предвыборной кампании 1960 года. Участниками серии дискуссий из четырех раундов, проводимых в разных городах страны, стали тогда выдвинутый демократической партией Дж. Ф. Кеннеди и представлявший республиканскую партию Р. Никсон. По мнению исследователей, успех, которого добился в ходе полемики Кеннеди, стал важным фактором его победы на выборах. Впоследствии проведение таких дебатов стало неизменной частью всех президентских предвыборных кампаний. Однако успех в полемике одного из соперников далеко не всегда предопределял его окончательный выигрыш. Примером может служить президентская кампания 2004 года, когда и по общему признанию экспертов, и по опросам общественного мнения, кандидат от демократической партии Дж. Керри выиграл у своего соперника все три раунда очной полемики на телеэкране, однако Дж. Буш-младший все равно был переизбран президентом. Впрочем, через четыре года Барак Обама одержал победу не только по итогам дебатов, но и в результате самого голосования.

По мере развития телекоммуникаций в условиях демократического общества практика проведения дебатов в прямом эфире уже распространилась на многие страны и дальше, вероятно, будет только расширяться. Не случайно уже существуют прецеденты, когда общественные организации, ставящие своей целью повышение интереса к выборам и обеспечение их максимально справедливого характера, готовы брать на себя организационные хлопоты и даже финансовые расходы, связанные с проведением дебатов, особенно если борьба в рамках той или иной кампании носит напряженный характер и вызывает живейший интерес у значительной части населения.

В настоящее время проведение телевизионных дебатов во время общенациональных избирательных кампаний широко практикуется и в странах с парламентской формой правления (Германия,

Италия, Индия и т. д.), даже в тех, где личности кандидата традиционно придается меньше значения, чем его программе (Великобритания). Для стран же, где каждая политическая сила воспринимается, прежде всего, через фигуру ее лидера, а личным качествам кандидата избиратели уделяют больше внимания, чем его взглядам, процедура проведения предвыборных дебатов особенно актуальна.

Однако, в современной России, которая, безусловно, принадлежит к числу таких стран, полноценных телевизионных предвыборных дебатов на федеральном уровне не было никогда. Начиная с Б. Н. Ельцина во время кампании 1991 года, фавориты на президентских выборах постоянно отказывались от участия в дебатах, стремясь подчеркнуть тем самым свое полное превосходство над соперниками. Эффективному проведению дебатов в рамках кампаний по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ первоначально мешало обилие партий-участниц, а затем та же тактика, что и на президентских выборах, которой стала придерживаться «партия власти». В целом можно констатировать, что дебаты, пожалуй, единственный значимый механизм современной предвыборной борьбы, в развитии которого Россия по-прежнему сильно отстает от большинства других государств. Тем не менее общественный запрос на проведение дебатов существует. К тому же у современного российского телезрителя есть возможность наблюдать дебаты, происходящие в других странах. И все же законопроект об обязательном участии партий и кандидатов в президенты в предвыборных теледебатах, который был внесен в российский парламент в 2003 году лидерами фракции СПС, был отклонен Государственной Думой, в составе которой абсолютное большинство голосов принадлежало партии «Единая Россия».

Дебаты на федеральных (парламентских и президентских) российских выборах 2007–2008 годов уже по традиции прошли при отсутствии фаворита. О низком рейтинге и бессмысленности дебатов, от участия в которых отказалась «Единая Россия», СМИ много писали уже в начале думской кампании. Наибольшую активность в вопросе о президентских дебатах проявляло руководство КПРФ, оказавшейся в сформированной на тот момент системе

в роли «официальной оппозиции». Сразу после завершения думской кампании Г. Зюганов призвал неизвестного еще тогда будущего кандидата от «Единой России» принять участие в дебатах. Тем не менее, когда кандидатура Д. Медведева была озвучена, эксперты сошлись во мнениях, что он от дебатов откажется. Когда это действительно произошло, руководством КПРФ была озвучена угроза тоже бойкотировать дебаты, возымевшая определенный эффект, несмотря на то что единства по этому поводу среди лидеров партии изначально не было. Затем, очень быстро, Геннадий Зюганов вопреки всякому здравому смыслу (во всяком случае, если бы речь шла об обычной политической борьбе) на участие в дебатах согласился. После этого даже скандалы между кандидатами Жириновским и Богдановым особого внимания к теоретически важнейшей составляющей президентской избирательной кампании не привлекали. Содержание и исход дебатов никого не интересовали — ни избирателей, ни наблюдателей, ни даже, как казалось порой, самих участников. Важен был лишь сам факт их проведения. Есть основания полагать, что именно эти *как бы* дебаты оставили наиболее неприятный осадок от президентских выборов у значительной части общества — и у тех, кто хотел бы, чтобы их голос что-то решал, и у тех, кто надеялся на зрелище, и у тех, кто просто не любит, когда ему преподносят откровенную фальшь.

Необходимо признать, что отношение к телевизионным дебатам между кандидатами на ключевые выборные должности не является однозначным и в других странах. Даже в ходе президентских кампаний в США бывали случаи, когда отдельные кандидаты отказывались от участия в них, в т. ч. и по соображениям «явного преимущества». Но отличие России состоит в том, что подобная практика не только стала господствующей, но и чем дальше, тем больше исключительной.

В отличие от выборов федеральных органов власти на региональном и муниципальном уровне в России (при выборах губернаторов, когда они проводились, глав крупных городов) полноценные предвыборные дебаты все же имели место. В ряде случаев они получали существенный общественный резонанс, но в основном в силу своего скандального характера. Кроме того, эта практика все же носила и носит эпизодический характер.



В последнее время представители «Единой России» на региональных и местных выборах или даже вне рамок избирательных кампаний, стараясь учесть настроения избирателей, сами в ряде случаев выступали с инициативой проведения разного рода дебатов по политическим вопросам. Однако при этом они все же оказывались не в состоянии поставить себя в равные условия с конкурентами. Как подметил один из оппозиционных журналистов, «дебаты в партии власти понимают по-комсомольски: единороссы сами себе выбрали оппонентов, темы для спора и формат борьбы, чтобы, как признают в партии власти, “исключить лишнюю критику”».

Ярким примером подобного рода становятся широко анонсированные телевизионные дебаты, которые должны были сопровождать «народное голосование» в ходе конкурса «Имя России». При этом организаторы данного мероприятия не скрывали, что оно должно в какой-то мере компенсировать для общества отсутствие реальной полемики в ходе прошедших выборов. «Мы чувствуем, что потребность участия в свободных открытых дебатах в нашей стране удовлетворена не до конца. Парламентские и президентские выборы были во многом predetermined, потому что в обществе нет зрелой и ясной конкурирующей с Путиным альтернативы. А вот в нашей истории конкуренция за первое место огромная», — откровенно признавался куратор конкурса Александр Любимов.

Учитывая, что исход данного конкурса реально ни на что не влияет и даже его символическое значение не следует преувеличивать, ничто, казалось бы, не мешало тем, по чьей инициативе и с чьей санкции был запущен этот проект, провести реальные дебаты с хотя бы относительно непредсказуемым исходом. Ничего подобного не произошло. Организаторы сами подобрали защитников 12 отобранным «кандидатам», собрали их всех вместе, по ходу стали менять правила. Кроме того, передачи, конечно, стали транслироваться не в прямом эфире, а в отредактированной записи. «Защитники» проявляли единодушие в том, что «и это тоже великий человек». Это не касалось, вероятно, только Ленина и Сталина, тоже включенных в состав «кандидатов» и предназначенных, очевидно, в «мальчики для битья». Иного разговора в этих условиях получить не могло.

История с «предвыборными дебатами» в рамках проведения конкурса «Имя России» показала, на наш взгляд, не только ощущаемую в российских эшелонах власти потребность дать толчок развитию подобной практики, хотя бы в качестве зрелища для народа, но и отсутствие мотивов и навыков, необходимых для того, чтобы идти в данном вопросе до конца. В целом можно утверждать, что практика проведения полноценных дискуссий «на равных», проводимых между представителями различных политических сил, в современной России серьезно деградировала (при том, что и до этого была развита явно недостаточно). Тем не менее в условиях происходящего роста политической активности, оживления интереса к политике со стороны достаточно широких слоев населения такое положение все больше идет вразрез с задачами поддержания нормального функционирования политической системы, заставляет проводить определенные параллели с ситуацией середины 1980-х годов. Поэтому возрождение, а во многом формирование заново практики проведения полноценных предвыборных дебатов, является, по нашему мнению, важной задачей, в которой должны быть заинтересованы и государственные структуры, так или иначе занимающиеся организацией и проведением выборов. Причем речь должна идти не только, а первоначально, вероятно, даже и не в первую очередь, об использовании данной практики при проведении избирательных кампаний общенационального масштаба.

Как ни парадоксально, в современной России наиболее востребованными механизмы публичных дебатов становятся на локальном уровне политики. Здесь еще сохранилась в какой-то степени реальная, а не показная конкуренция между участниками предвыборного процесса. Исход выборов нередко оказывается трудно предсказуемым. С другой стороны, повысилась значимость данного уровня принятия решений. Значительно расширилось число замещаемых посредством выборов должностей (это связано, в частности, с введением в действие Федерального закона № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»). Наконец, вырос уровень подготовки кандидатов, стремящихся добиться избрания на ряд должностей в системе местного самоуправления, расширились и масштабы ресурсов, которые они готовы задействовать в предвыборной борьбе.

Интерес избирателей к личностным особенностям кандидатов на выборные должности в системе местного самоуправления и взглядам, которые они исповедуют, особенно велик, если речь идет о выборах в органы, где власть носит сугубо персонифицированный характер — например, о выборах на посты глав местного самоуправления.

В соответствии с российским законодательством о местном самоуправлении глава является высшим должностным лицом муниципального образования и выступает гарантом исполнения в пределах подведомственной ему локальной территории положений конституции, федерального и регионального законодательства, уставов субъекта федерации и муниципального образования. Кроме того, глава муниципального образования обладает и собственными правотворческими функциями. Он может издавать в пределах определенных ему полномочий правовые акты и ставит свою подпись под нормативными актами, принятыми представительными органами местного самоуправления — без нее они не вступают в силу. Особенно следует подчеркнуть, что позиция глав во многих случаях оказывается решающей при распределении бюджетных средств, решении вопросов, связанных с управлением муниципальным имуществом, и т. п.

При этом исследователи политических процессов, протекающих на локальном уровне в современной России, отмечают, что административные возможности глав муниципалитетов на практике оказываются шире их должностных обязанностей, прописанных в законе. В частности, главы могут задействовать локальные контролирующие и проверяющие инстанции — экологические, санитарные, энергетические, пожарные инспекции и другие подобные службы — для того, чтобы оказывать воздействие на экономические структуры, общественные организации и т. д.

На этом фоне и с учетом сложившихся традиций, а также не очень высокого уровня правовой грамотности в небольших городах и сельских районах глава муниципалитета, как правило, отождествляется населением со всей местной властью как таковой. На него, как на лицо, которому предписано управлять территорией, возлагается вся ответственность за эффективность и результаты этого управления.

Не только для избирателей, но и для внешних властных структур глава муниципалитета зачастую представляется неким «хозяином» территории, полностью ответственным за текущее состояние дел и дальнейшее развитие. Ему не требуется доверенность для того, чтобы действовать от имени муниципального образования, представляя его во взаимоотношениях с другими муниципалитетами и с органами государственной власти. Поэтому на практике, как фиксируется в ряде работ, посвященных локальной политической элите, взаимодействие региональной и локальной власти в современной России часто сводится к диалогу региональных властных структур непосредственно с главами муниципалитетов. Такое отношение региональных властей еще больше усиливает значимость глав местного самоуправления в глазах населения локальных территорий.

Неудивительно, что перед голосованием за будущего главу муниципалитета, от которого многое будет зависеть в повседневной жизни района или города, острая полемика между кандидатами особенно интересна для избирателя. К тому же в данном случае кандидаты представляют, прежде всего, самих себя, а не стоящие за ними политические силы.

Таким образом, есть основания считать, что во многих случаях при проведении выборов глав местного самоуправления существует запрос на проведение политических дебатов со стороны избирателей, политических сил и организаторов проведения выборов. Однако зачастую ни у одной из сторон нет опыта проведения публичных дискуссий в ходе избирательной кампании. Кроме того, на местный уровень невозможно полностью транслировать мировые наработки по проведению подобных мероприятий в силу ряда технических ограничений (в частности, отсутствия местного телеканала, или ангажированности его одной из сторон). Между тем дебаты могут стать кульминацией предвыборной кампании, как яркое и интересное событие в политической жизни территории.

Введение в муниципальном образовании системы управления, при которой решение текущих вопросов в жизни местного сообщества сосредотачивается в руках назначаемого сити-менеджера, с нашей точки зрения, не обязательно коренным образом меняет ситуацию в данном случае И в этом случае у главы местного само-

управления сохраняется достаточно полномочий. При использовании механизма прямых выборов он будет по-прежнему рассматриваться населением как лицо, от которого в первую очередь зависит положение дел в муниципалитете. При этом сам отбор кандидатур на должность сити-менеджера, несмотря на то что его назначение осуществляется специально создаваемой для этого комиссией, должен носить публичный характер. Требования, предъявляемые населением к соискателям, во многом аналогичны тем, что предъявляются к кандидатам на должность главы местного самоуправления. Следовательно, при наличии конкуренции между соискателями, проведение публичных дебатов между ними также является целесообразным.

При решении вопроса об организации дебатов между соискателями высших муниципальных должностей следует избегать двух крайностей. Кому-то в современных условиях эта задача может показаться неподъемно сложной, а кому-то, напротив, излишне простой. На самом деле, единственным необходимым условием для проведения дебатов является заинтересованность в них у трех сторон, вовлеченных в избирательный процесс, — организаторов, кандидатов и избирателей. Как уже отмечалось, потенциально эта заинтересованность при проведении выборов местного масштаба есть, и ее нужно лишь стимулировать. С другой стороны, организаторам дебатов приходится сталкиваться со множеством частных вопросов, ответы на которые при кажущейся простоте найти бывает не так уж легко. Между тем непродуманность тех или иных деталей проведения может привести к полному провалу мероприятия.

*О. Б. Подвицнев*

---

## ДЕБАТЫ НА МЕСТНОМ УРОВНЕ: ИНСТРУКЦИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

---

Предложенная ниже модель проведения дебатов применима к условиям малого города или сельской местности, где, как правило, отсутствует местное телевидение и в то же время наблюдается растущий интерес к местным выборам. Описание ключевых моментов и условий проведения дебатов адресовано руководителям общественных организаций, лидерам местных партийных ячеек, кандидатам на выборах и их штабам, а также организаторам выборов — руководителям и членам территориальных избирательных комиссий. Предполагается, что последовательное прохождение предложенных этапов поможет в организации диалога между участниками избирательного процесса, а также будет способствовать внедрению эффективных практик публичных политических дискуссий в условиях проведения выборов глав малых городов и сельских территорий.

Для того чтобы избиратели во время проведения дебатов могли сосредоточиться на общении с кандидатами, а не на подсчете ошибок организаторов, необходимо предусмотреть все до мелочей. Конечно, «мелочи» в каждой конкретной ситуации будут свои, однако мы предлагаем наиболее общий свод основных моментов, учитывая которые можно провести качественное мероприятие.

## Этап первый РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ

### *Что будем проводить?*

---

В период борьбы за голоса избирателей кандидаты проводят самые разные мероприятия, в рамках которых общаются и с жителями (организуют встречи), и с журналистами (устраивают пресс-конференции). Однако прежде чем начать подготовку дебатов, стоит учесть, что этот значимый элемент предвыборной кампании и по форме, и по содержанию имеет свои особенности. В частности, дебаты должны включать в себя ключевые характеристики дискуссии и круглого стола.

#### СПРАВКА

*Дискуссия* (от лат. *discussio* — рассмотрение, исследование) — обсуждение какого-либо спорного вопроса для выяснения разных точек зрения; прения.

*Круглый стол* — форма публичного обсуждения или освещения каких-либо вопросов, при которой участники высказываются в определенном порядке (первоначально — сидя за столом, имеющим круглую форму); совещание, обсуждение чего-либо с равными правами участников.

Итак, дебаты должны проводиться в форме обсуждения одного или нескольких определенных вопросов, проблем. В рамках обсуждения необходимо допускать различные мнения и толкования, а также взаимные возражения участников (прения). В результате дебатов выявляются позиции кандидатов по поводу значимых вопросов или проблем. При этом участники должны высказываться в определенном порядке и иметь равные права.

### *С чего начать?*

---

Существует масса вариантов проведения дебатов. В большой степени выбор конкретной модели зависит от ситуации и от того, что именно организаторам хочется получить «на выходе». Итак, начнем по порядку.

Ситуации:

1. Выборы главы местного самоуправления. Участниками дебатов в данном случае будут кандидаты на этот пост. По тому же типу могут строиться дебаты между претендентами на пост сити-менеджера

2. Выборы в представительный орган местного самоуправления. Дебаты могут проводиться между лидерами или наиболее активными представителями партий, списков кандидатов, которые участвуют в выборах.

3. Обсуждение значимой проблемы. Участники будут отстаивать различные точки зрения на заданную тему.

Так как в рамках этой инструкции более подробно планируется рассмотреть именно предвыборные условия, остановимся на первых двух ситуациях. Однако многие высказанные ниже положения могут оказаться применимы и к третьей.

### *Кто может выступить в роли организаторов дебатов?*

---

По большому счету, заявить о своем желании провести дебаты может кто угодно. Например: члены избирательной комиссии, представители штаба одного из кандидатов, участники независимого дискуссионного клуба или другой общественной организации, журналисты, инициативные группы избирателей и т. п. В случае, если инициативу проведения хотят взять на себя представители одного из борющихся на выборах лагерей, стоит говорить о дебатах как об определенной предвыборной технологии со специфическим набором инструментов, речь о которых пойдет далее.

### *Зачем нам все это нужно?*

#### *Задачи*

---

Планируя проведение дебатов, организаторам, прежде всего, нужно поставить перед собой вопрос о том, какие задачи необходимо решить в результате. Для избирательных комиссий и дискуссионных клубов среди таких задач могут быть привлечение внима-



ния жителей к выборному процессу или снятие очагов напряженности в их среде с помощью организации диалога между кандидатами с участием избирателей. Если же дебаты берется организовать команда кандидата, они могут быть использованы как часть кампании по продвижению одного из участников выборов. Однако и в этом случае дебаты вполне могут выполнить свои общественно значимые функции. Если дебаты организуют общественные организации, то, помимо прочего, это может стать возможностью заявить о себе, привлечь внимание к своей организации.

### *Кто будет «весь вечер у микрофона»?*

#### *Участники дебатов*

---

Как уже отмечалось, в дебатах по случаю выборов главы муниципального образования будут принимать участие кандидаты на этот пост. Правильнее, если в мероприятии примут участие все претенденты, особенно если организатором выступает избирательная комиссия или независимый дискуссионный клуб. Если дебаты проводятся под конец предвыборной гонки, так что очевидны лидеры, смотреть на которых будет интереснее, можно провести дебаты среди наиболее ярких персон.

Однако в случае, если вызов на дебаты исходит из штаба одного из кандидатов, можно вызвать на словесную дуэль конкретного участника.

Если на выборах сражение идет между политическими партиями, на сцену нужно пригласить наиболее ярких представителей партий, которые предполагают занять кресла в местном парламенте.

В случае, если кандидат по каким-то причинам не может «подойти к микрофону», его, в принципе, может заменить назначенный им представитель. Безусловно, это хуже, чем присутствие самого кандидата, но лучше, чем остаться совсем без участника. В то же время такая замена может стать как причиной, так и поводом для отказа от участия и других кандидатов. Поэтому такие ситуации следует пытаться предотвратить всеми возможными способами.

Следует помнить: в общей сложности участников дебатов должно быть не более пяти человек, в противном случае полноценной дискуссии не получится.

Если в выборах участвуют больше пяти кандидатов или избирательных объединений и все готовы дебатировать, стоит разбить это собрание на несколько групп. Во избежание недоразумений лучше сделать это по жребию, в присутствии участников выборной гонки или их доверенных лиц.

### *Кто должен быть в зале?*

---

Чтобы дебаты не превратились в «вечерние посиделки» между двумя-тремя участниками, в зале должны быть люди, реально интересующиеся происходящим. Какие конкретно это будут зрители — зависит от ситуации. В случае, если понятно, что вместе с кандидатами придут группы сторонников с флагами и транспарантами, лучше ограничить количество человек из лагеря каждого из участников. Точную раскладку вычислить не составляет труда. Это зависит от возможностей зала (выделить определенное количество мест в зале и поделить его поровну на сторонников каждого участника). Если такого ажиотажа не предвидится, можно оставить вход для всех желающих свободным.

### *Какие инструменты должны быть в наборе «Начинающий модератор»?*

---

При организации дебатов очень важно правильно выбрать ведущего мероприятия. Он не должен быть главной персоной вечера, отвлекая внимание от участников процесса, но и полное его отстранение от действия недопустимо.

В зависимости от масштаба проведения дебатов и возможностей организаторов, модератор может быть «свой» или приглашенный.

- «Свой». В небольшом муниципалитете будет лучше, если роли модератора выступит человек, который знает поименно не только кандидатов, но и почти всех, кто будет в зале. Это может быть журналист, работник местного клуба, дома культуры и т. д., не задействованный непосредственно в предвыборной кампании.

- Приглашенный. Это новый для территории человек, приехавший специально для того, чтобы провести мероприятие. Он должен обладать опытом в проведении дискуссий, круглых столов или даже непосредственно дебатов. При этом важно, чтобы статусная позиция приглашенного ведущего не довлела над участниками и зрителями

В любом случае модератор должен быть нейтральной персоной. Лучше, если кандидатура модератора согласована со всеми участниками.

### *Разработка регламента*

---

Организовать дебаты так, чтобы процесс не превращался в бешеные скачки от одного пункта к другому, но и не терял динамики — задача, которую отчасти можно решить, спланировав регламент мероприятия.

Положив перед собой лист бумаги, стоит выделить части, из которых будут состоять дебаты. В общем виде это может выглядеть так.

- Вступительное слово организаторов (можно от лица модератора) — обозначение повода и основных моментов предвыборной ситуации.
- Вступительное слово участников.
- Вопросы участников друг другу.
- Вопросы аудитории.
- Ответы участников.
- Заключительное слово участников.
- Подведение итогов модератором.

Конкретный вариант регламента в каждом отдельном случае зависит от ситуации, однако есть некоторые общие правила, которые лучше учесть при подготовке мероприятия в любом случае.

**Продолжительность.** На мероприятие, как правило, следует отводить не более двух часов. Это то время, на протяжении которого нужно держать в тонусе и участников и аудиторию. Модератор может добавить времени на проведение мероприятия, если чувствуется, что аудитория «не отпускает» участников.

Сокращение времени необходимо в том случае, если темы для обсуждения исчерпаны. При этом модератору не следует дожидаться, пока люди без его команды один за другим потянутся в сторону выхода. Это смажет впечатление от мероприятия — как для участников, так и для аудитории. Поэтому, если модератор чувствует, что дискуссия потеряла темп, а зрители — интерес к ней, ему стоит переходить к завершающей части.

Вариант регламента на дебаты с двумя участниками.

Количество участников: 2

Количество человек в зале: не более 300 человек

Количество вопросов от участников друг к другу: по 3 вопроса с каждой стороны.

Время	Действие
3 минуты	Вступительное слово
От 5 до 7 минут, в зависимости от ситуации	Вступительное слово участников
Не более 2 минут каждый	Вопросы участников друг другу
Не более 3 минут каждый	Вопросы аудитории
Не более 5 минут каждый	Ответы участников
5 минут	Заключительное слово участников
3 минуты	Подведение итогов модератором
Не более 2 часов	Общая продолжительность мероприятия

Пример регламента с участием максимального количества человек — в Приложении 11.

## *Составление плана проведения дебатов (определение темы и ключевых вопросов)*

---

Чтобы дебаты не превратились в очередную встречу с избирателями, на которой кандидат сначала долго рассказывает о себе, начиная с самого детства, а потом отвечает на заранее подготовленные вопросы, необходимо определить ключевые моменты обсуждения.

Темы могут быть самыми разными: можно обозначить две-три проблемы, которые уже закрепились на повестке дня данных выборов.

В том случае, если дебаты рассчитаны на определенную аудиторию (предполагается, что в зале будут преобладать студенты, работники определенного предприятия или пенсионеры), стоит заострить внимание на тех вопросах, которые волнуют именно эти группы.

Как правило, предложение конкретной темы для обсуждения нужно в том случае, если аудитория теряет интерес к происходящему или обсуждение уходит «в сторону». Если же присутствующие на дебатах избиратели активно задают интересные вопросы, то можно позволить людям, обращаясь к кандидатам, самим определять темы для их дискуссии, не настаивая на жестком соблюдении установленных рамок мероприятия.

В случае, если предвыборная компания проходит вяло, без ярких событий и креативных находок избирательных штабов, интерес избирателей стоит «подогреть» злободневно и остро сформулированными темами. Если население и так устало от разгоревшихся предвыборных страстей, можно спокойно и взвешенно обозначить ключевые моменты.

### *Тема как «наживка» для аудитории*

---

Сформулировав основные моменты, о которых пойдет речь, стоит озадачиться вопросом о том, как назвать мероприятие. Лучше, если название будет ярким, вызывающим ассоциации и остающимся в памяти. Эту творческую задачу лучше поручить самому креативному члену организационной группы. Еще один хороший способ генерации идей — метод мозгового штурма

## СПРАВКА

*Метод мозгового штурма (англ. brainstorming) — метод решения проблемы, при котором участники собираются вместе, высказывают как можно больше вариантов. Все прозвучавшее фиксируется без обсуждения и комментариев. Далее из высказанных идей можно выбрать наиболее удачную или скомбинировать пару идей между собой.*

Также, придумывая тему, можно воспользоваться одним из шаблонов.

### ШАБЛОН № 1. «ИЛИ — ИЛИ»

В этом случае в теме прозвучат два, как правило, полярных мнения. Этот способ хорош, чтобы подчеркнуть наличие конфронтации между сторонами. При составлении темы подобным образом зачастую берутся две крайности. Кроме того, первая часть может содержать вполне официальный постулат, тогда как вторая — трактовку этого постулата, определяющую отношение к нему.

Пример: Мария Гайдар VS Эдуард Багиров.

Тема: «План Путина или клан Путина?»

### ШАБЛОН № 2. «СПОРНОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ»

В качестве темы также можно поставить заведомо спорное утверждение, отрицать которое будет каждый участник, приводя свои аргументы.

Пример: «Нашему селу не нужны молодые специалисты».

### ШАБЛОН № 3. ВОПРОС

Бывает так, что важный вопрос «висит в воздухе», но остается без ответа. В этом случае его надо только перенести на афишу и внимание жителей будет обеспечено. При этом нельзя вдаваться в крайности: ставить слишком глобальные вопросы в духе «кому на Руси жить хорошо?». В то же время совсем узкие, специфические вопросы могут оттолкнуть часть аудитории.

Пример: Максим Кононенко VS Юлия Латынина.  
Тема: «Где демократы?»»

#### ШАБЛОН № 4. ПЕРЕФРАЗИРОВАТЬ УСТОЯВШЕЕСЯ ВЫРАЖЕНИЕ ПОД АКТУАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ

Этот вариант названия может быть исполнен в лучших традициях газетных заголовков. Он строится на игре слов, при этом известные слова или фразы приобретают новый смысл.

Пример: Владимир Рыжков VS Александр Белов.  
Тема: «Куда маршируют русские?»»

#### ШАБЛОН № 5. СТРОГО ТЕМАТИЧЕСКИ

В некоторых ситуациях особо креативного подхода не требуется, нужно просто четко обозначить ключевую тему, которая в данный момент волнует большинство жителей территории.

Пример: кандидаты о закрытии машиностроительного завода Ватаняр Ягья («Единая Россия») VS Михаил Амосов («Яблоко»).

Тема: «Бронзовый солдат».

#### *Работа со СМИ*

---

О мероприятии как о состоявшемся говорят в наше время в том случае, если об этом написали в средствах массовой информации. Очень часто важно даже не столько собрать всех жителей территории в одном помещении, сколько сделать так, чтобы каждый мог следить за тем, как готовится и проводится мероприятие с помощью журналистских материалов. Вот почему этот пункт чрезвычайно важен.

Прежде всего, стоит вычленив из всего многообразия СМИ, которыми располагает территория, нужные. Это те газеты, интернет-издания, журналы и радиостанции или даже местные телевизионные каналы, которые наиболее ориентированы на целевую аудиторию, до которой хотелось бы донести информацию о готовящемся мероприятии.

Найдя все контакты журналистов, стоит сесть за написание пресс-релиза о готовящемся мероприятии.

#### СПРАВКА

*Пресс-релиз — краткое письмо для журналистов, которое может содержать новость, информацию о предстоящем мероприятии, мнение по тому или иному вопросу. Такая информация направляется в СМИ для публикации.*

#### Готовим пресс-релиз

При написании пресс-релиза самым главным является первое предложение. Оно должно быть не длинным, но емким. Журналиста, открывающего в день не одно такое письмо, нужно заинтересовать с первых строк. При этом в первом же абзаце необходимо ответить на вопросы: ЧТО, ГДЕ и КОГДА состоится.

Кроме того, в тексте релиза нужно указать, кто приглашен, какие темы будут обсуждаться, а также информацию об организаторах с контактными данными. (Пример пресс-релиза в Приложении 1.)

После того как пресс-релиз готов, следует составить лист рассылки, в котором будет список журналистов и их контактные данные. Это необходимо для того, чтобы можно было убедиться: разосланные пресс-релизы достигли адресатов. Первый пресс-релиз можно отправить за неделю до начала мероприятия.

#### Работа над ошибками

Ошибки на этом этапе трудно распознать. Поэтому ответственное отношение к каждому из пунктов является обязательным условием этого этапа и залогом успеха проведения всего мероприятия.



## Этап второй

# ПОДГОТОВКА К ПРОВЕДЕНИЮ МЕРОПРИЯТИЯ

### *Уточнение состава участников*

---

Для начала участникам необходимо сообщить о планирующемся мероприятии. Формы приглашения могут быть разными и зависят от ситуации (Приложение 2). В случае, если дебаты организует независимая от кандидатов сторона, можно подготовить официальные приглашения, адресованные каждому из участников лично. Там же стоит указать, до какого срока необходимо подтвердить свое участие. При этом необходимо оговорить, должен ли кандидат обязательно присутствовать на мероприятии лично или может отправить своего представителя. Если дебаты проводятся между политическими партиями, необходимо попросить их уточнить, кто именно будет защищать интересы партии.

Через определенное в приглашении время с участниками стоит поговорить повторно. В связи с новыми данными необходимо уточнить сценарий проведения дебатов:

- составить список участников;
- скорректировать в зависимости от участников и аудитории регламент мероприятия;
- если необходимо, отредактировать темы для обсуждения.

### *Время и место проведения*

---

Прежде всего, выбирая площадку и время суток, необходимо учесть интересы тех, кого хотелось бы видеть в зале. Скажем, дебаты для рабочих крупного градообразующего предприятия можно провести на территории предприятия, для студентов стоит использовать помещение студенческого клуба и т. д. Общий сбор жителей лучше намечать на будни, ближе к вечеру (как правило, люди не готовы потратить свой выходной для участия в политическом мероприятии). Местом проведения может стать общедоступное, всем известное заведение, например, клуб, дом культуры, кинотеатр.

## *Советы модератору*

---

На этом этапе также необходимо подготовить выбранного модератора к проведению мероприятия.

Он должен:

- быть в курсе ключевых проблемных моментов территории;
- знать ключевые вехи борьбы между кандидатами;
- иметь информацию о каждом из участников дебатов, то есть знать основные моменты их биографии, сильные и слабые стороны, особенности поведения.

## *Информирование населения о подготовке дебатов*

---

Начать готовить население к тому, что планируется провести дебаты, нужно заранее. Основная форма приглашения на мероприятие — через информационные плакаты и афиши (Приложение 3). Они должны появиться в местах массового скопления населения не позднее чем за 3–4 дня до мероприятия.

Основные места, где стоит разместить объявления:

- учреждения образования (школы, детские сады);
- учреждения здравоохранения (детские и взрослые поликлиники);
- дома и клубы культуры, стадионы;
- магазины;
- аптеки и т. д.

Кроме того, можно задействовать и другие способы оповещения, среди которых может быть:

- публикация приглашения в местной газете и др.;
- распространение листовок;
- расклейка стикеров;
- приглашение через Интернет;
- личный обход агитаторами жителей (в случае, если дебаты организованы одним из кандидатов).

## *Подготовка кандидата к дебатам*

---

Вне зависимости от того, организованы ли дебаты независимой командой, командой кандидата или противника, участнику лучше

прийти на них подготовленным, ведь лучшая импровизация, как известно, — та, которая хорошо отрепетирована.

Подготовка кандидата внутри команды:

*a.* Что говорить?

Прежде всего, необходимо составить краткую и емкую визитку. Тезисы этого выступления должны укладываться максимум на одной печатной странице (документ Microsoft Word, Times New Roman, размер шрифта — 12), а по времени произнесения оно не должно превышать отведенных регламентом 5–7 минут.

Помимо этого необходимо выписать все уязвимые для кандидата моменты и продумать ответы на возможные неприятные вопросы. У будущего участника дебатов должны быть наготове несколько готовых фраз, с помощью которых он сможет парировать реплики оппонентов и выходить из возможных неудобных ситуаций.

Также перед мероприятием требуется «свежий срез» ключевых проблем, их анализ и пути решения.

На дебаты стоит идти с заранее заготовленными вопросами для оппонентов и продуманными ответами на возможные встречные вопросы соперников.

Итак, в преддверии дебатов кандидату необходимо продумать:

- Вступительное слово.
- Вопросы оппонентам.
- Готовые фразы для парирования реплик оппонентов.
- Анализ ключевых проблем и пути их решения.
- Возможные вопросы из аудитории и от соперников.
- Ответы на эти вопросы.

После того как все эти пункты будут проработаны, можно провести тренинг, в рамках которого в абсолютно серьезной обстановке кандидат должен ответить на максимально неприятные вопросы, задаваемые членами его собственной команды, а лучше — специально приглашенными для этого людьми. Нужно добиться четкого выступления, выученных наизусть вопросов для оппонентов и быстрых уверенных ответов.

### *б. Как говорить?*

На тренинге, помимо всего прочего, можно оценить, как кандидату удобнее себя вести: сидеть или стоять, жестикулировать или взять что-то в руки. Ни в коем случае нельзя складывать руки в карманы, лучше не убирать их за спину и не скрещивать на груди. Эти жесты подсознательно трактуются как неуважение и расхлябанность (руки в карманах) или закрытость и скрытность (скрещенные руки и ноги).

### *в. Как выглядеть?*

Выбор одежды и прически, безусловно, зависит от времени года, условий и личных качеств, особенностей кандидата. Но в любом случае вид должен быть аккуратный и соответствующий тому образу, который кандидат выстраивает в рамках предвыборной гонки. Кроме того, при выборе одежды необходимо ориентироваться на аудиторию. Лучше, если кандидат не будет перед рабочими завода сверкать бриллиантами на запонках. Если участником является мужчина, а среди зрителей будут преобладать женщины, можно быть в костюме. Для пенсионеров или рабочих стоит надеть джемпер, пуловер или жилетку. В молодежной аудитории можно позволить себе менее формальный образ, оставаясь при этом в рамках делового стиля.

## *Технологии*

---

Если дебаты организует штаб кандидата, нужно продумать такую стилистику мероприятия, которая подчеркнет достоинства или скроет недостатки, чтобы участник чувствовал себя максимально комфортно. Исходя из этого, нужно определиться, будут ли участники на сцене сидеть или стоять.

Если у кандидата хорошая «живая» жестикуляция, если он уверенно стоит на ногах, если он выше ростом, чем остальные кандидаты, то лучше, чтобы он выступал стоя.

Не особо уверенному в себе кандидату, который склонен мять руки и переступать с ноги на ногу, а особенно если он низкого роста, комфортнее будет сидеть за столом. Можно взять в руки ручку.

Это поможет кандидату чувствовать себя менее уязвимо, отчасти скроет волнение.

В том случае, если команда противника диктует условия, не приемлемые для кандидата, стоит обговорить этот вопрос и по возможности прийти к консенсусу.

### *Работа со СМИ*

---

На этом этапе необходимо сообщить журналистам подробности, связанные с проведением дебатов: точное время и место, состав участников.

Стоит повторно переговорить с журналистами, составить (или уточнить) список тех представителей масс-медиа, кто будет на мероприятии. Сомневающимся и колеблющимся необходимо убеждать в необходимости присутствия, аргументируя тем, что дебаты станут кульминацией предвыборной гонки и такое значимое событие пропустить было бы просто преступно.

После того как всем нужным на мероприятии журналистам станет понятно, что уклониться от участия не удастся, можно переходить к подготовке пресс-пакетов для раздачи перед началом дебатов. Внутри такого пакета (это может быть папка, конверт, файл — в зависимости от возможностей организаторов) должны поместиться план проведения мероприятия (регламент), основные вопросы, которые планируется обсудить в рамках дебатов, выпущенные пресс-релизы, информация об организаторах с контактными данными.

### *Работа над ошибками*

---

**Время и место.** В случае, если приходится переносить выбранное время или место проведения дебатов, что весьма непросто, нужно быть готовыми распространять информацию об изменениях с утроенной силой. Это необходимо, чтобы к минимуму свести количество людей, которые хотели бы присутствовать на дебатах, но не заметили информации об изменениях. Если мероприятие переносится на более поздний срок, необходимо сделать

так, чтобы в тот день, когда оно должно было состояться, и в том месте, где первоначально предполагалось его провести, была исчерпывающая информация о том, когда и где будут дебаты (лучше, если комментарии будет давать непосредственно один из организаторов). Кроме того, не лишним будет извиниться за доставленные неудобства и кратко изложить причину, по которой произошли изменения.

**Модератор.** Хорошо, если у команды организаторов будет на «скамейке запасных» еще один человек, готовый выступить в роли модератора, чтобы в решающий день по той или иной причине кандидаты не остались на сцене один на один.

Если организаторы рискуют поставить модератором нового для себя человека, трудно предугадать, как он поведет себя на сцене. Конечно, можно провести с ним тренинг, посмотреть, как он будет реагировать на те или иные ситуации, но в действительности все может быть иначе.

**Кандидат.** То, что кандидат излишне нервничает, путает слова, складывает руки за спиной или на груди, «закрываясь» от аудитории, переступает с ноги на ногу и др., лучше выявить на предварительном тренинге. В этом случае будет время, по крайней мере, найти оптимальную позу, в которой при прочих равных обстоятельствах участник будет чувствовать себя более комфортно.

**Система оповещения.** Если информации о готовящемся мероприятии мало, — это, разумеется, плохо. Но иногда и слишком частые упоминания могут стать причиной негативного отношения со стороны жителей. Поэтому, даже если позволяют финансовые и организационные возможности, не стоит «заваливать» подъезды и улицы тоннами дешевых листовок. В этом случае более выигрышным будет акцент на качество.

**Технологии.** Если инициатива проведения дебатов исходит от одного из кандидатов, ярким способом оформления приглашения для соперника может стать своеобразный «вызов» (Приложение 4). Его можно оформить в виде открытого письма от

одного кандидата другому. В этом случае противник оказывается в ситуации, когда нужно как-то прореагировать, чтобы не давать право уличить себя в трусости (Приложение 5).

Такой «вызов» может содержать яркие обличающие формулировки, но лучше, если он будет составлен подчеркнуто вежливо по отношению к оппоненту. Так кандидат может подчеркнуть свою открытость, готовность к диалогу с соперником на глазах у публики.

### *Обратите внимание!*

---

Если организаторами выступает штаб одного из кандидатов, на каждой листовке, плакате, флайере с приглашением на дебаты должна стоять надпись о том, что продукция оплачена из фонда кандидата, а также все другие данные, предусмотренные избирательным законодательством в отношении агитационных материалов.

## **Этап третий ПРОВЕДЕНИЕ ДЕБАТОВ**

### *Подготовка площадки, организация пространства*

---

Зал, в котором будет проходить мероприятие, лучше накануне проверить. Иногда требуется снять декорации после проводившегося здесь недавно детского утренника или банкета, посмотреть, исправны ли кресла в зале, и т. д.

Особое внимание стоит уделить месту, к которому в течение полутора часов будут прикованы взгляды аудитории. Не обязательно оформлять пространство зала каким-то особенным образом. Главное, чтобы ничто не отвлекало зрителей от самих участников. После того как сцена готова, стоит задуматься о том, как будут располагаться участники.

Варианты расположения в зависимости от количества участников (схемы в Приложении 6):

- 4–5 человек — лучше посадить за стол. Если известно, что участники могут вести себя активно, лучше, если у каждого будет свой отдельный стол. При этом столы можно будет расположить на сцене в виде обращенной своими концами к залу подковы. Так, чтобы кандидаты могли видеть друг друга.
- 2 участника — можно поставить к микрофонам, посадить рядом за стол, поставить столы друг напротив друга. Можно даже организовать для каждого импровизированный барьер, к примеру, в виде двух кафедр, за которыми они будут стоять в процессе обсуждения.

**Особые условия.** Если очевидно, что среди участников будут люди преклонного возраста или те, кто по состоянию здоровья не сможет простоять полтора часа, то необходимо для всех участников создать равные комфортные условия. Установка флип-чартов, интерактивных досок и другого подобного оборудования обычно не соответствует жанру мероприятия.

**Расположение модератора.** Лучше, если модератор находится с краю сцены, между участниками и залом. В этом случае у него есть возможность контролировать ситуацию, видя и участников, и реакцию аудитории. Модератора можно разместить и между двумя участниками. Главное, чтобы он не отвлекал внимание от главных героев мероприятия.

**Расстановка микрофонов.** Необходимо заранее уточнить технические возможности помещения, проверить, работает ли та техника, которая есть в наличии, каким количеством микрофонов можно располагать.

На сцене микрофон должен быть у модератора. Лучше, если у каждого из участников тоже будет свой микрофон.

**Микрофоны в зале.** В принципе, в зале с количеством присутствующих до 100–150 человек можно обойтись и без микрофонов. Но лучше все-таки позаботиться об их наличии. Один микрофон, выделенный на зал, лучше установить в центре. Если нет такой возможности, то необходимо определить человека, ко-



торый будет ответственным за микрофон в зале. Это повысит динамику мероприятия, сделает процесс более контролируемым. Человек, отвечающий за микрофон, должен четко отслеживать поднятые руки, следить за действиями участников и точно следовать указаниям модератора: заранее подойти к тому, кто следующим будет задавать вопрос, и уметь деликатно прервать человека в том случае, если вопрос плавно перешел в выступление. Если ожидается аудитория свыше 300 человек, лучше предусмотреть наличие двух микрофонов, которые будут находиться по двум сторонам от кресел.

Контроль на входе, регистрация участников. Можно регистрировать каждого входящего в зал (листы регистрации в Приложении 8), уточняя при этом определенные моменты, скажем, место работы (например, студент, работник предприятия N, безработный). При этом не следует настаивать, если человек не хочет сообщать те или иные данные о себе. Это позволит определить, сколько человек присутствовало на мероприятии, а также понять, какая аудитория собралась в зале. На входе же можно выдавать бланки для проведения анкетирования по итогам мероприятия (более полная информация на эту тему дана в рамках описания четвертого этапа).

Однако, как правило, регистрацию проводят для специально приглашенных гостей. Лист регистрации можно составить, к примеру, для экспертов, представителей властных структур, журналистов.

Журналистам после регистрации нужно вручить пресс-пакет.

Размещение участников в зале. Возможно, группы поддержки участников захотят воспользоваться мероприятием для проведения агитации. В случае, если это не входит в планы организаторов, стоит об этом заранее сообщить в штабы кандидатов. В то же время можно отвести определенные места для команд каждого кандидата, где можно будет разместить печатные материалы.

Если на мероприятие приглашены гости, эксперты, то для них, а также для журналистов лучше оставить специальные места в пер-

вых рядах. Их можно выделить табличками с надписями «Места для прессы», «Места для экспертов». Таблички нужно расположить так, чтобы при входе в зал их было видно. В дополнение к этому, человек, который будет вести регистрацию на входе, может сообщить гостям и журналистам о наличии «забронированных» мест, и уточнить, где именно они находятся (Приложение 12).

Если очевидно, что на мероприятии будут присутствовать консолидированные группы поддержки кандидатов, можно разместить их в разных концах зала. Это поможет не только избежать прямых столкновений, но и даст модератору возможность обособить эти группы и предоставлять им возможность задавать вопросы поочередно.

### Осуществление контроля над соблюдением регламента

Чрезвычайно важным пунктом организации мероприятия является соблюдение регламента. Это позволит провести мероприятие динамично и живо. Однако контроль над временем должен идти по возможности незаметно.

Чтобы регламент был соблюден, необходимо:

- 1) раздать участникам лист с зафиксированным регламентом;
- 2) огласить его перед началом мероприятия и услышать от участников согласие его соблюдать;
- 3) у модератора должны быть на столике часы и поминутно распечатанный план мероприятия (пример в Приложении 11), чтобы было понимание того, когда нужно переходить к следующей части, не затягивая ни одну из них.

В помощь модератору в первые ряды можно посадить специального человека (таймкипера).

### СПРАВКА

*Таймкипер (от англ. timekeeper — следящий за временем) — человек, в задачи которого входит контроль над тем, чтобы мероприятие двигалось по заранее утвержденному регламенту.*

Его необходимо «вооружить» часами, сеткой регламента и подготовленными заранее табличками (Приложение 7). Он будет

засекать время для каждого выступающего и показывать таблички с количеством минут, оставшихся у говорящего для завершения мысли. Эти таблички будут видеть только ведущий мероприятия и участники. В этом случае модератору будет проще сконцентрироваться на сути того, о чем говорит выступающий.

Кроме того, для привлечения внимания к соблюдению регламента можно использовать звуковые сигналы (например, звонок).

### Обозначение роли кандидатов, аудитории и модератора

Эти три стороны в процессе проведения мероприятия тесно связаны между собой, должны уравнивать и сдерживать друг друга.

**Модератор.** Роль модератора может быть активной и пассивной. Это зависит от того, какие участники поднимутся на сцену. Если кандидаты сами делают мероприятие интересным, модератор может ограничиться указанием направления беседы, следить за тем, чтобы каждый участник дебатов вовремя и в порядке очереди мог высказаться. При этом модератор должен ограничивать и пресекать вопросы, несовместимые с нормами этики и превышающие регламент.

Более активную роль необходимо взять на себя модератору в том случае, если очевидно, что сами кандидаты не смогут заинтересовать аудиторию. На этот случай стоит подготовить интересные вопросы для участников и в ходе мероприятия делать что-то вроде резюме по итогам ответов на эти вопросы.

**Аудитория.** Роль аудитории будет зависеть от того, на каком этапе находится предвыборная компания и как она проходит. Если очевидна жесткая конфронтация между кандидатами и их командами, есть риск, что мероприятие превратится в митинг. В этом случае необходима активная роль модератора, который должен сдерживать пыл аудитории и участников.

В случае, если в обществе к моменту проведения дебатов накопилось много вопросов к кандидатам, лучше отвести больше времени на эту часть.

Кандидаты. В случае, если мероприятие организовано не штабом кандидата, ему остается быть самим собой. Остальное должен сделать модератор. Если же кандидат берет на себя ответственность организовать мероприятие, команде стоит предусмотреть, какой из вариантов распределения ролей станет оптимальным для участника с учетом личных особенностей и возможностей.

### *Организация общения кандидатов с аудиторией (вопросы из зала)*

---

Прежде чем дать аудитории возможность задавать вопросы, модератор должен попросить каждого, кто берет слово, представляться. Так участники смогут, отвечая на вопрос, вежливо обратиться к конкретному человеку, а у модератора будет дополнительная возможность прервать говорящего, назвав его по имени.

В случае, если вопросы один за другим задают члены команды одного из кандидатов, модератору стоит вмешаться и уравновесить ситуацию, пригласив к микрофону представителей другого лагеря.

Бывает так, что на дебаты в качестве гостей приходят уважаемые в территории персоны. Остановить выступление такого оратора бывает сложно, однако модератору стоит помнить, что регламент един для всех, и подготовиться к тому, чтобы в случае необходимости корректно прервать выступающего.

В целом, если гонка проходит в условиях информационного вакуума, лучше дать кандидатам возможность больше рассказать о себе. Если основные позиции всем ясны, лучше сконцентрироваться на вопросах аудитории.

Что касается регулирования общения кандидатов и аудиторией, стоит подготовиться к двум возможным крайностям.

#### СИТУАЦИЯ 1. СЛИШКОМ МНОГО ВОПРОСОВ

В случае, если задаваемые вопросы вызывают интерес у присутствующих, стоит дать возможность аудитории посмотреть и сравнить, как на них реагируют кандидаты. Для этого модератор может уменьшить количество времени на каждый из вопросов, жестко отсекав все повторяющиеся и узкие вопросы.

## СИТУАЦИЯ 2. СЛИШКОМ МАЛО ВОПРОСОВ

На этот случай можно двигаться по темам, заданным в рамках дебатов, уточняющие вопросы должен задавать модератор. Кроме того, желательно иметь в зале несколько «своих» людей, которые смогут задать заранее подготовленные вопросы. Возможно, это подтолкнет аудиторию к общению с кандидатами.

**Технологии.** Как уже говорилось ранее, накануне кандидат вместе с командой должен проработать все возможные вопросы «из стана врага», ответы на эти вопросы, а также возможные корректные ремарки на негативные реплики из зала.

### *Обеспечение безопасности участников*

---

Лучше, если в зале будет несколько человек, готовых вежливо напомнить присутствующим о необходимости соблюдать порядок и уважительно относиться друг к другу.

Однако даже если в команде организаторов не найдется людей, готовых взять на себя столь ответственную функцию, есть некоторые правила, соблюдая которые можно избежать лишних проблем.

В зале не должно быть людей в нетрезвом состоянии, нужно запретить проносить в зал алкоголь и предметы, которыми можно нанести ущерб здоровью окружающих (биты, палки и т. д.). Этот контроль должен быть организован на входе.

### *Команда, обеспечивающая проведение дебатов*

---

Конечно, состав команды в каждом конкретном случае будет варьироваться в зависимости от потребностей и возможностей организаторов. Однако некоторые моменты при подборе людей стоит учесть. Итак, для проведения мероприятия могут понадобиться:

- встречающий, регистрирующий. Лучше, если это будет девушка приятной внешности, доброжелательная и улыбчивая;
- модератор;
- таймкипер (человек, следящий за регламентом);

- ответственный за технику (музыка перед началом, работа звукоусиливающей аппаратуры). Лучше, если это будет работник местного клуба или человек, который работает в помещении, где будет проводиться мероприятие, и знает, где находятся необходимые провода, колонки, микрофоны и т. д. Если такой возможности нет, лучше накануне прийти в помещение, установить или проверить необходимое оборудование;
- 2 человека на микрофонах в зале;
- люди, обеспечивающие порядок в зале (количество — в зависимости от количества присутствующих и возможностей организаторов, не более 5 человек);
- видеооператор.

### *Работа со СМИ*

---

На входе в зал представителей средств массовой информации необходимо встретить, зафиксировать в листе регистрации имя, фамилию журналиста, название издания и контактные данные. После этого можно вручить пресс-пакет и проводить на специально отведенные места. Помимо прочего, на входе должен стоять и кто-то из организаторов мероприятия, чтобы можно было оперативно договориться о комментариях, уточнить все необходимое о предстоящем событии.

Если в регионе, где проводятся дебаты, есть местное телевидение, радио, то в пресс-релизе можно указать, что в определенное время после завершения мероприятия состоится так называемый «подход к прессе», в ходе которого участники и организаторы поделятся мнениями о состоявшихся дебатах. Это поможет привлечь внимание тех средств массовой информации, которые не смогут быть на всем мероприятии, но готовы разместить новость по его итогам.

В случае, если в плане проведения дебатов по итогам стоит пресс-конференция, нужно строго следить за соблюдением регламента, чтобы выйти к журналистам вовремя.

Проведение пресс-конференции. Стоит заранее обговорить с журналистами, в каком формате они хотели бы по-

общаться с участниками и организаторами. Если большинству достаточно коротких интервью, надобности в том, чтобы собирать всех отдельно на пресс-конференцию, может и не быть.

Если же необходимость в проведении такого рода мероприятия все-таки есть, стоит учесть некоторые моменты.

Лучше подготовить отдельную комнату, в которой собрать участников, и журналистов. Это необходимо для того, чтобы люди, выходящие из зала, не мешали проведению пресс-конференции. Также нужно определить ведущего мероприятия. Эти функции может взять на себя как модератор, так и другой человек. Его функция — перед началом сказать пару слов о состоявшемся мероприятии, предоставить возможность высказаться участникам и регулировать процесс вопросов-ответов (отслеживать порядок очередности).

### *Работа над ошибками*

---

Следствием самых разных обстоятельств может стать снижение интереса аудитории к происходящему. Если дискуссия уходит в обсуждение мелких, неинтересных вопросов, люди в зале начинают скучать и даже уходить, то это значит, что мероприятие затянулось. Стоит срочно предпринять некоторые меры: заранее подготовить несколько острых вопросов, которые смогут вернуть интерес публики, и раздать их людям из числа организаторов, сидящим в разных концах зала. Если желаемый эффект не достигнут, лучше перейти к заключительной части, чтобы у основной массы зрителей не терялось ощущение динамики.

Кроме того, на самом мероприятии бывает так, что кандидатам или зрителям не хватает слов, чтобы выразить всю бурю эмоций, и ситуация близится к переходу в вольную борьбу с использованием подручных средств. Если становится очевидно, что модератор не может разрядить обстановку словами, в зале лучше иметь несколько человек, готовых прийти на помощь и развести самых «горячих» спорщиков. Ни в коем случае не стоит доводить ситуацию до открытых столкновений.

## Этап четвертый

### ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ. РЕФЛЕКСИЯ

Заключительная часть мероприятия состоит в подведении кратких итогов. Модератор должен в процессе проведения дебатов отметить для себя ключевые моменты, которые можно озвучить в конце. Он может коротко напомнить наиболее яркие вехи дискуссии. Если таковые выделить сложно, можно просто напомнить присутствующим те темы, которые прозвучали в процессе обсуждения. После этого стоит всех поблагодарить и призвать аудиторию поучаствовать в кратком анкетировании по итогам состоявшегося мероприятия.

Форма анкеты зависит от того, какую информацию организаторы хотят получить (Приложение 9). Скажем, для независимой стороны такой целью может стать определение победителя по итогам тайного голосования среди всех собравшихся. В таком случае анкета может быть в форме бюллетеня с несколькими фамилиями, напротив одной из которых стоит поставить галочку. Можно поставить два вопроса:

- Кто из участников дебатов, на ваш взгляд, был наиболее убедителен (далее указать фамилии кандидатов)?
- За кого бы вы проголосовали, если бы выборы проходили сегодня?

Можно добавить еще такой вопрос:

- Изменилось ли ваше мнение о кандидатах после посещения дебатов, если изменилось, то в чью пользу?

Если организаторы и в дальнейшем планируют проводить подобные мероприятия, можно оставить в анкете место «для отзывов и предложений». Как правило, эти поля остаются незаполненными. Но иногда можно получить весьма интересные советы или мнения о проделанной работе.

Существуют и другие, более простые методы выявления победителя дебатов. Можно, например, вручать каждому на входе карточки с именами кандидатов (Приложение 10):



- Иван Иванович Кандидатов.
- Василий Петрович Претендентов.
- Не определился.

По выданным комплектам карточек можно будет определить, сколько точно в зале присутствовало человек.

На выходе из зала должны быть установлены урны для голосования, в которые можно будет опустить бюллетень, анкету или карточку.

Чтобы повысить статус результатов анкетирования, можно пригласить к моменту подсчета голосов и подведения результатов представителей кандидатов.

После проведения мероприятия нужно в самые сжатые сроки подготовить информацию по итогам. В сообщении должно быть указано:

- что, где и когда прошло;
- сколько было участников и кто конкретно из кандидатов и их представителей был на мероприятии;
- сколько человек собралось в зале (в том случае, если организаторы собрали то количество человек, на которое рассчитывали); эти данные указываются для того, чтобы подчеркнуть масштаб мероприятия;
- какие темы удалось обсудить;
- какие вопросы прозвучали, и какие ответы были получены (коротко, самое интересное).

Можно вставить также комментарии участников, высказанные по итогам мероприятия. Кроме того, стоит огласить результаты анкетирования, проводившегося в зале по итогам мероприятия.

### *Работа в штабе*

---

По итогам мероприятия необходимо сразу проанализировать поведение кандидата в процессе дебатов. Нужно оценить, какое впечатление он произвел на присутствующих, что можно исправить, и что можно использовать при проведении дальнейших встреч с избирателями.

## *Работа в избирательной комиссии*

---

Членам комиссии в процессе обсуждения необходимо фиксировать проблемные точки, информационные пробелы и постараться восполнить недостающую информацию о предстоящих выборах до дня голосования.

### *Определение необходимости дальнейшего проведения дебатов (возвращение к 1 этапу)*

---

Проведение такого рода мероприятия, безусловно, процесс длительный. Оно требует подключения большого количества ресурсов. Поэтому в рамках одного выборного процесса лучше не делать более двух раундов дебатов.

Предпосылки к тому, чтобы провести дебаты повторно, могут быть разными:

- если есть вероятность проведения второго тура голосования;
- если на повестке дня появляются новые значимые вопросы;
- можно провести дебаты в начале избирательной кампании, чтобы познакомить аудиторию с кандидатами, и непосредственно перед голосованием.

Если очевидна потребность в том, чтобы снова собрать кандидатов на одной сцене, стоит вернуться к 1 этапу, и уже на новом витке, учитывая ошибки и беря на вооружение положительный опыт состоявшихся дебатов, повторить мероприятие.

## Приложение 1

### Пример пресс-релиза о готовящемся мероприятии

#### МЕЖВУЗОВСКИЙ ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

---

##### ПРЕСС-РЕЛИЗ

Первые дебаты между кандидатами в мэры  
устраивают студенты вузов Энска\*

6 марта в 18:00 во втором корпусе ЭНГУ (511 ауд.) в рамках очередного заседания Межвузовского дискуссионного клуба состоятся дебаты между кандидатами на должность главы города Энска. Тема встречи — «Выбор молодежи. Нужен ли студенту депутат?».

Претенденты на пост мэра озвучат свои позиции по следующим вопросам:

- Нужны ли городу молодые специалисты? (Кредиты на образование и жилье, трудоустройство).
- Энска — город без льгот для студентов. (Проезд, посещение культурных заведений, спорт).
- Активная молодежь в политике. Сознательные граждане или уличные радикалы? (Привлечение молодежи к решению муниципальных проблем. Создание площадок для обсуждения молодежных проблем и принятия механизмов их решения. Отношение к решению молодежных проблем через массовые уличные акции).

В дебатах примут участие студенты вузов, эксперты, представители молодежных политических и общественных организаций, журналисты.

---

\* Представлен текст реального пресс-релиза, подготовленного и распространенного на дебатах, организованных студентами накануне выборов главы крупного города. Названия изменены.

## СПРАВКА

*Межвузовский дискуссионный клуб создан в 2003 году в рамках целевой Программы «Развитие политической и правовой культуры населения». Клуб независим от органов власти и политических объединений. В работе Клуба принимают участие представители основных вузов города Энгс. За время работы Клуба проведено более двадцати заседаний, в которых участвовали многие видные политики: депутаты Государственной Думы, Законодательного собрания Энской области, лидеры региональных отделений политических партий, ведущие эксперты.*

Контактный телефон:

8 982 73 27 627

Нина Васильева,

председатель правления клуба

*Приложение 2*

**Форма официального приглашения на дебаты**

ВАРИАНТ 1

*в форме приглажительного*

*Уважаемый Иван Никифорович!*

Приглашаем Вас к участию  
в политических дебатах на тему:  
«Глава для района или район для главы?»

Дебаты планируется провести  
в связи с предстоящими выборами главы  
Энского муниципального района

Мероприятие состоится 29 февраля 2010 года, в 17:30  
Место проведения: г. Энск, ул. Строителей, кв. 12  
Концертный зал клуба культуры

ВАРИАНТ 2  
*в форме личного письма*

Уважаемый Павел Викторович!

Районный дискуссионный клуб «Давай обсудим!» проводит в рамках очередного заседания дебаты на тему «Глава для района или район для главы?».

Встречи с реальными участниками районной политики особенно интересны избирателям в важный момент политического выбора. Заседания носят открытый характер, на них приглашаются представители общественных и политических организаций, бизнес-сообществ, все желающие.

Приглашаем Вас стать ведущим участником заседания, которое состоится 7 марта 2006 г. в 17:00 по адресу: ул. Буровая, 15 (корпус 2), аудитория 511, Дом творчества.

Учитывая плотность графика в последние дни предвыборной гонки, участие в дебатах возможно через Вашего представителя.

Просим подтвердить участие по телефону т. 235-36-28 — Анна, секретарь.

С уважением,

*Н.С. Красавин,*  
председатель Правления клуба

*Приложение 3*  
**Рыба для афиши**

Дата

Название организации

Время

**ТЕМА ПРЕДСТОЯЩИХ  
ДЕБАТОВ**

**Основные вопросы поединка**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Место проведения:

## Приложение 4

### Письмо-вызов на дебаты

#### ОТКРЫТОЕ ПИСЬМО МИХАИЛА ЧАНОВА МАНФРЕДУ КРЕЙСЛЕ\*

Манфред Фридрихович!

Случилось так, что во второй тур выборов главы Архиерейского района вышли мы с Вами. Первый тур прошел очень непросто. События последних дней перед прошедшим голосованием вызвали у многих избирателей непонимание, переросшее в ропот о том, что эти выборы стали самыми «грязными» из всех, что проводились в нашем районе. Считаю, что для этого есть основания.

Против меня, в частности, была развязана невиданная кампания клеветы: район наводнили фальшивые газеты и листовки, намеренно распространяемые абсурдные слухи. Кто-то не гнушался любыми способами для того, чтобы получить голоса избирателей.

Результаты голосования показали, что все эти махинации не повлияли на позицию большинства избирателей — более 40 процентов принявших участие в выборах выразили мне поддержку. Но, как говорится, «осадоk остался».

Честь офицера для меня многое значит, а потому я и сам всегда говорю от своего имени, отвечаю за свои слова и требую того же от других.

Многие избиратели и эксперты высказывают в настоящее время предположения, что Вы и Ваша команда причастны к появлению клеветнических материалов в мой адрес. Не хотелось бы, чтобы это оказалось действительно так. В связи с этим у меня к Вам накопилось много вопросов. Я далек от сведения личных счетов, но ситуация, как Вы понимаете, имеет большое общественное значение. Нельзя допустить, чтобы перед вторым туром лились новые потоки грязи.

Поэтому я вызываю Вас на открытые и честные дебаты, свидетелями которых могло бы стать максимально большее число избирателей.

---

\* Представлен текст реального обращения одного из кандидатов своему сопернику, подготовленного и распространенного перед вторым туром выборов главы небольшого муниципального образования. Названия и имена изменены.



Поскольку инициатива проведения подобного мероприятия принадлежит мне и чтобы избежать отговорок о «плотном графике», «уже запланированных встречах» и так далее, предоставляю Вам самому выбрать место и время нашего поединка.

Надеюсь, Вы понимаете, что в случае отказа от публичных дебатов, Вы дадите основание подозревать вас:

во-первых, в трусости,

во-вторых в причастности к изготовлению предвыборных фальшивок и распространяемой в мой адрес клеветы.

Думаю, это должно быть нетерпимо для Вас не только как кандидата на выборах, но и как человека, работающего в сфере образования и воспитания.

В связи с этим остаюсь в уверенности, что Вы примете мой вызов и снимите существующие сомнения. Жду вашего публичного ответа.

*Михаил Чанов,*

подполковник в отставке,

кандидат на должность главы

Архиерейского муниципального района

*Приложение 5*  
**Ответ на вызов\***

Уважаемый Михаил Юрьевич!

В своем обращении ко мне Вы подняли очень важную тему, и, конечно, я не могу не ответить вам. Но сначала разрешите поздравить Вас с выходом во второй тур. Я отношусь к Вам с глубоким уважением и уверен, что Вы заслужили право бороться за доверие жителей района. Разделяю Вашу точку зрения о недопустимости грязных предвыборных технологий, которые использовались в первом туре.

Я ощутил на себе бесчестные методы, как никто другой. Более двух недель вместо встреч с избирателями, разъяснения им своей позиции по важнейшим для района проблемам и моего видения решения этих задач я был вынужден в судах отстаивать свое законное право общаться со своими земляками. Видимо, некоторые кандидаты руководствовались принципом «Цель оправдывает средства». Но я рад, что жители Архиерейского района не поддались на попытки манипулировать их мнением. Беспринципные политиканы могут пожинать посеянные ими «камни».

Знаю, что Вы офицер, а значит, Вы, как и я, цените в людях прямоту и честность. Поэтому, уверен, что второй тур предвыборной кампании пройдет благородно, и мы оба будем действовать с «открытым забралом», а не питаться слухами и домыслами друг о друге. Я с готовностью принимаю Ваш вызов и приглашаю Вас составить совместный график. Предлагаю все встречи с избирателями провести вместе, чтобы у них была возможность составить полное мнение о нас обоих. Заключительную встречу я предлагаю провести в КДЦ «Ветлан» 13 марта в 19:00. Надеюсь, что Вы согласны и, как и положено офицеру, свое желание провести честную и открытую кампанию подтвердите делом.

С уважением, *Манфред Крейсле*  
Начальник управления ЖКХ  
Администрации района,  
кандидат на должность главы  
Архиерейского муниципального района

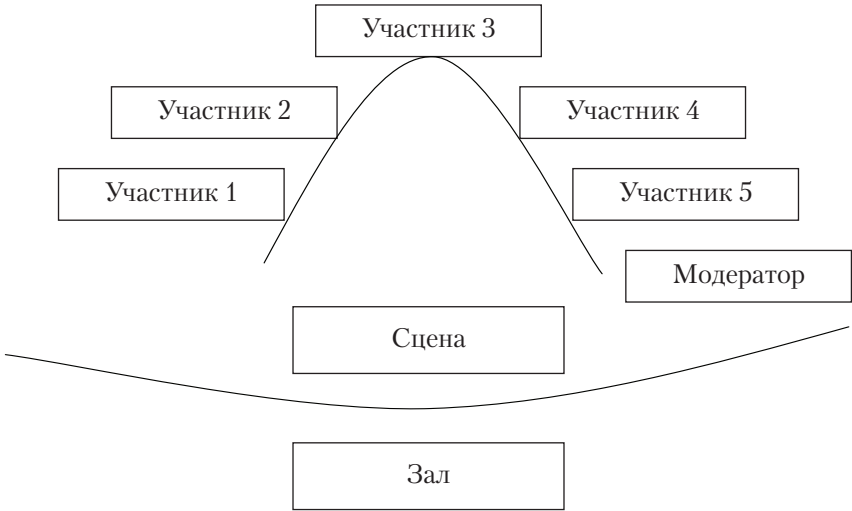
---

\* Реальный ответ соперника на предыдущее письмо. Имена и названия изменены, произведены некоторые сокращения.

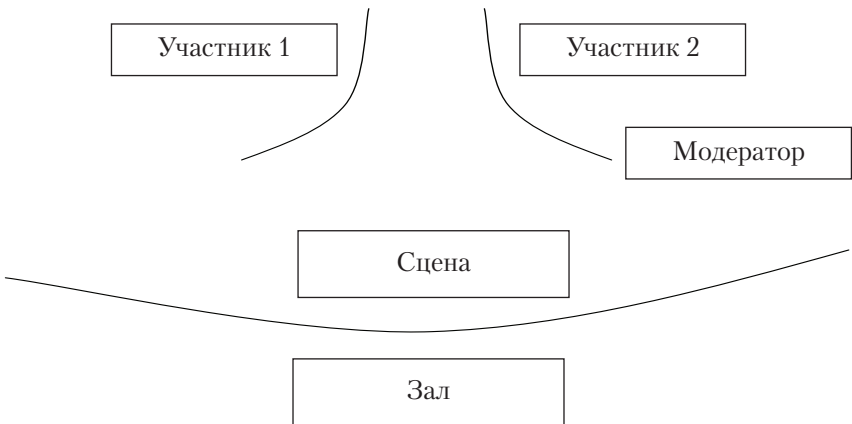
Приложение 6

Схема размещения участников на сцене

МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ



ДЕБАТЫ С УЧАСТИЕМ ДВУХ КАНДИДАТОВ



*Приложение 7*  
**Таблички для таймкипера**

**1**  
**МИНУТА**

**30**  
**СЕКУНД**

**STOP**

*Приложение 8*  
**Листы регистрации**

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ УЧАСТНИКОВ**

№	ФИО	Статус (место работы или учебы)	Примечание

**Лист регистрации журналистов**

№	ФИО	Название СМИ	Контакты



## Приложение 9

### Лист для голосования по итогам дебатов

АНКЕТА ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ДЕБАТОВ  
на тему: «Глава для района или район для главы»  
29 февраля 2010

- Поставьте любую отметку напротив фамилии участника, который, на ваш взгляд, был наиболее убедителен по итогам состоявшихся дебатов.

Иванов Михаил Степанович	
Петров Виктор Сергеевич	

- Поставьте любую отметку напротив фамилии участника, за которого бы вы проголосовали, если бы выборы проходили сегодня?

Иванов Михаил Степанович	
Петров Виктор Сергеевич	

- Изменилось ли ваше мнение о кандидатах после посещения дебатов, если изменилось, то в чью пользу?

ФИО участника	Мнение изменилось в лучшую сторону	Мнение изменилось в худшую сторону	Мнение не изменилось
Иванов Михаил Степанович			
Петров Виктор Сергеевич			

Ваши предложения и пожелания организаторам относительно состоявшихся дебатов: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

*Ваше мнение будет учтено.  
Спасибо за участие!*



*Приложение 10*

Карточки для определения победителя дебатов  
(вместо анкеты)

Более убедительно в ходе дебатов выглядел:

**Иван Иванович  
КАНДИДАТОВ**

Более убедительно в ходе дебатов выглядел:

**Василий Петрович  
ПРЕТЕНДЕНТОВ**

**НЕ ОПРЕДЕЛИЛСЯ**

**ПРОТИВ ВСЕХ**

*Приложение 11*

**Лист с регламентом для участников**

**ВАРИАНТ РЕГЛАМЕНТА ПРОВЕДЕНИЯ ДЕБАТОВ  
С МАКСИМАЛЬНЫМ КОЛИЧЕСТВОМ УЧАСТНИКОВ**

*для раздачи гостям, журналистам и участникам*

Количество участников: 5.

Количество вопросов от участников друг к другу: по 2 вопроса с каждой стороны.

(здесь может быть название организации)

**РЕГЛАМЕНТ**

проведения дебатов на тему:

«Глава для района или район для главы?»

29 февраля 2010 года

3 минуты — Вступительное слово организаторов

3–5 минут — Вступительное слово участников

2 минуты — Вопросы участников друг другу

3 минуты — Вопросы из аудитории

3 минуты — Ответы участников

3–5 минут — Заключительное слово участников

Краткость — сестра таланта!

Благодарим за соблюдение регламента

## ПРИМЕР РЕГЛАМЕНТА, КОТОРЫЙ МОЖЕТ ЛЕЖАТЬ НА СТОЛЕ МОДЕРАТОРА

Количество участников: 2.

Количество человек в зале: 300–400 человек.

Количество вопросов от участников друг к другу: по 3 вопроса с каждой стороны.

### РЕГЛАМЕНТ проведения дебатов на тему: «Глава для района или район для главы?»

29 февраля 2010 года  
Начало мероприятия 18:00

Время	Действие
18:00 – 18:08	Вводное слово организаторов, представление участников, оглашение и принятие регламента участниками
18:08 – 18:20	Вступительное слово участников
18:20 – 19:00	Вопросы участников друг другу
19:00 – 19:40	Вопросы из зала и ответы участников
19:40 – 19:50	Заключительное слово участников
19:50 – 20:00	Подведение итогов мероприятия, проведение анкетирования в аудитории

*Приложение 12*

Таблички для обозначения размещения  
участников в зале

**МЕСТА  
ДЛЯ  
ПРЕССЫ**

**МЕСТА  
ДЛЯ  
ЭКСПЕРТОВ**

## Пример фолдера для раздачи на Дебатах

### Правила ведения дискуссии

- Истина не принадлежит вам, как не принадлежит никому
- у вас есть право на собственное мнение, но нет монополии на факты
- не говорите “Вы не правы”, только — “Я с вами не согласен”
- необходимо опираться на надежную фактическую базу
- в выступлении уточните аргумент дискуссанта, который вы хотите оспорить
- нельзя превращать реплику в доклад
- не оставляйте без внимания ни одного выступления участников: вдруг именно в нем содержится что-то ценное для общего хода дискуссии
- формулируйте тезис в начале и/или в конце вашего выступления
- каждый имеет право на молчание

Межвузовский дискуссионный клуб

Дебаты по проблемам  
молодежной политики

**Межвузовский  
дискуссионный клуб**

г. Энгс  
ЗНГУ, ул. Буровая, 15

**ВЫБОР МОЛОДЕЖИ.  
НУЖЕН ЛИ СТУДЕНТУ  
ДЕПУТАТ?**

7 марта 2006 г.

## ПРОГРАММА

### УЧАСТНИКИ

- Гости — кандидаты на пост главы г. Энска
- Молодежные общественно-политические организации
- Студенты, преподаватели энских вузов

### ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ

- *Нужны ли городу молодые специалисты?*
- *Энск — город без льгот для студентов.*
- *Активная молодежь в политике: сознательные граждане или личные радикалы?*

## О КЛУБЕ

Межвузовский дискуссионный клуб создан в 2003 году в рамках целевой Программы «Развитие политической и правовой культуры населения». Клуб независим от органов власти и политических объединений. В работе Клуба принимают участие представители основных вузов города. За время работы Клуба проведено более двадцати заседаний, в которых участвовали многие видные политики: депутаты Государственной Думы, Законодательного собрания Энской области, лидеры региональных отделений политических партий, ведущие эксперты.

### РЕГЛАМЕНТ

Базовое выступление гостя:  
5–7 минут

Вопрос из аудитории:  
не более 2-х минут

Реакция на вопрос  
(ответ, реплика):  
не более 3-х минут

Продолжительность дебатов:  
2 часа (120 минут)

Телефон: 8 982 73 27

---

# ПРЕДВЫБОРНЫЕ ДЕБАТЫ

*Методическое пособие*

---

Редактор  
*Г. Голосов*

Вступительная статья  
*О. Подвинцев*

Составление и подготовка приложений  
*Н. Бердникова*

ISBN 978-5-904938-07-9



Распространяется бесплатно

Подписано в печать 06.08.2010. Формат 60×88<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 3,9. Тираж 999 экз. Заказ № 06-08/007.

Отпечатано в типографии издательско-полиграфической фирмы «Реноме»,  
192007, Санкт-Петербург, наб. Обводного канала, д. 40.

Тел./факс (812) 766–05–66  
E-mail: [renome@comlink.spb.ru](mailto:renome@comlink.spb.ru)

**[www.renomespb.ru](http://www.renomespb.ru)**

*Для заметок*

---