

«ПРИНЯТО»

на заседании Парламента школы № 7

от « 5 » октября 1998 года.

## **Положение об избирательной кампании в детско-юношеской организации «Республика ШКИТ»**

### **1. Общие положения.**

1.1 Избирательная кампания проводится с целью выбрать главу ученического парламента, который возглавит подготовку и реализацию программы работы органов самоуправления учащихся в будущем году.

1.2 Основными задачами избирательной кампании являются:

- знакомство школьников с элементами ведения избирательной кампании;
- развитие самостоятельности и чувства сопричастности к жизни школы;
- воспитание лидерских, организаторских качеств личности.

### **2. Требования к кандидату.**

2.1 На пост главы парламента могут выдвигаться учащиеся 10 класса, собравшие в поддержку своего выдвижения 30 подписей (свои подписи в поддержку кандидата могут ставить только учителя и учащиеся 8-11 классов).

2.2 На этапе предвыборной кампании кандидату могут помогать не более 4 учащихся, которые являются его доверенными лицами. В их обязанности входит помощь в разработке программы, сбор подписей, распространение листовок, устная агитация.

Каждый кандидат должен разработать проект программы, которую он планирует реализовать в будущем году.

### **3. Требования к программе кандидата.**

3.1 Программа должна быть реально выполнимой, соответствующей специфике школы. Её необходимо грамотно построить и оформить. Для этого необходимо организовать:

- предполагаемую структуру парламента;
- перечень мероприятий на следующий учебный год;

- план проведения тех или иных преобразований, включая предложения по обустройству школы. ›

3.2 Кандидату следует не только хорошо знать содержание своей программы, но и уметь аргументировано доказать необходимость её реализации.

#### **4. О рекламе.**

Рекламная кампания - это главное в предвыборной борьбе. В ходе предвыборной кампании могут быть использованы три вида рекламы:

##### 1. Печатная.

- Школьная газета, где можно разместить основные тезисы программы и рассказать о личности кандидата, представить отзывы о нём и опубликовать другие представленные материалы.
- Листовки, на которых можно поместить фото кандидата, основные тезисы программы, рассказать интересные факты из его биографии.

##### 2. Аудиореклама.

Ролик на 2 —3 минуты. За это время можно рассказать о кандидате или записать его краткое сообщение.

##### 3. Видеореклама.

Её продолжительность — 30 — 45 секунд. Жанр рекламы предполагает, что полёт фантазии её авторов безграничен.

#### **5. О пресс — конференции.**

На конференции кандидат должен показать, насколько он хорошо разбирается в своей программе и доказать, что именно она необходима в школе. Сначала кандидат рассказывает основные тезисы своей программы, рассказывает о себе в течение 5 минут. Затем учащиеся задают кандидату вопросы, связанные с содержанием его программы. Ответы кандидата должны быть чёткими и аргументированными.

#### **6. О дебатах.**

В день дебатов все кандидаты собираются за «круглым столом». Сначала

ведущий задаёт вопрос кандидатам, а потом они задают вопросы друг другу. После окончания дебатов проходит голосование среди зрителей, они отвечают на вопрос: «Кто из кандидатов им больше понравился?», и по результатам опроса составляется рейтинговая таблица.

### **7. Жюри и независимая комиссия.**

В состав жюри входят представители администрации и учителя школы. Они оценивают грамотность рекламной кампании и голосуют за того кандидата, который набрал наибольшее количество очков.

### **8. Голосование.**

В этот день прекращается всякая агитация. Голосование проходит с 8.30 до 15 часов с перерывом на уроки. Голосовать можно только во внеурочное время. С 15 часов до 16 часов — подсчёт голосов и объявление результатов.

### **9. Этапы избирательной кампании.**

1 этап. Сбор подписей и выдвижение кандидатур.

2 этап. Подготовка программы кандидатов.

3 этап. Агитационная кампания.

1 день. День печатной рекламы.

2 день. День аудио — видео рекламы.

3 день. Пресс — конференция.

4 день. Дебаты («круглый стол» с участием всех кандидатов).

5 день. Голосование, выборы главы парламента.