

Кричевский районный
информационно-идеологический Центр



Деловой блокнот идеолога



Выпуск 5 (51):
«Средства наглядной агитации
в идеологической работе»



Кричев 2019

Средства наглядной агитации в идеологической работе

В настоящее время необходимость организации идеологической работы с населением доказана на практике. Более того, нынешний этап развития общества, события в ближнем и дальнем зарубежье настойчиво требуют усиления идеологической работы в стране.

В числе ее форм и методов организации - наглядная агитация. *В настоящее время, с появлением современных оформительских материалов, средства наглядной агитации приобретают особенно актуальное значение.*

Средства наглядной агитации - действенный инструмент организации идеологической работы. Они оказывают влияние на каждого человека, должны доходить до его разума и сердца, пробуждать в нем отклик, подъём, вдохновение, поднимать его общественную и трудовую активность. Средства наглядной агитации должны отличаться политической ясностью и целеустремлённостью, актуальностью, глубиной содержания, оперативностью, информационной насыщенностью, носить яркий и доступный характер, способствовать мобилизации масс, обеспечивать широкую гласность работы государственных органов и общественных организаций, правильное формирование общественного мнения и рост его влияния.

1. Определение понятия наглядной агитации.

Словарь русского языка С. И. Ожегова (Москва, 1975) даёт следующее значение понятия агитация:

Агитация – устная и печатная деятельность среди широких масс, имеющая целью распространение каких-либо идей для политического воспитания масс и привлечения их к активной общественно-политической жизни.

Наглядная агитация – это зрительно-воспринимаемые формы и объекты, которые заключают в себе законченную, активную, агитационную и пропагандистскую мысль, выраженную логически и эмоционально с помощью методов и средств изобразительно-оформительского искусства и художественно публицистического слова.

Основные требования к средствам наглядной агитации – это актуальность и оперативность, доходчивость и убедительность, художественная выразительность.

2. Цели и задачи наглядной агитации.

Основные идейно-воспитательные цели, решаемые при помощи средств наглядной агитации: *патриотическая, интернациональная, трудовая, духовно – нравственная.*

Существует также ряд сопутствующих целей, на решение которых направлены средства наглядной агитации: *экономическая семейно – бытовая, пропагандирующая здоровый образ жизни, экологическая, релаксационная.*

Приоритетной задачей идеологической работы, решение которой возможно с помощью средств наглядной агитации, является *своевременное информирование населения о политической, социально - экономической, культурной ситуации в стране; оперативное и образное донесение до населения необходимой информации о проведении государственной политики в Республике Беларусь.*

3. Уровни наглядной агитации и пропаганды.

Выделяют следующие уровни использования средств наглядной агитации:

- **в зависимости от масштабов** - региональный, местный, локальный (областной, районный и субъект хозяйствования).

- **в зависимости от места положения** – на наружную и внутреннюю форму наглядной агитации.

4. Плюсы использования наглядной агитации:

1. Привлечение внимания к теме с помощью заголовка, формы, цветового сочетания стенда.
2. Доступность, наглядность информационного материала.
3. Возможность адаптировать стенды и информационный материал для работы с разными возрастными группами и направлениями.
4. Влияние на подсознание, связь с образами - гарантирует быстрое запоминание.
5. Ненавязчивость подачи информации.
6. Стенды с наглядной агитацией работают круглые сутки, на всю целевую аудиторию без ограничения.
7. Работа с наглядной информацией, оформленной на информационных стендах, уголках производится действенно, оперативно.

8. В дополнение к демонстрации полиграфических комплектов доступно многообразие форм работы с раздаточным материалом, проведением мероприятий, закрепляющих действие наглядной агитации.
9. Информация, представленная в форме наглядной агитации быстрее получает резонанс со стороны каждого ознакомившегося человека.

5. Технические средства наглядной агитации.

Рекомендуется по возможности оформлять средства наглядной агитации при помощи современных материалов – пластик, пленка ПВХ, поликарбонат, органическое стекло, полистирол и т.д. Данные материалы обеспечивают актуальный, высокохудожественный вид и долговечность. Очень выигрышно наглядная агитация смотрится при ее подсвечивании с помощью осветительных приборов, имеющих цветные светофильтры. При использовании в оформлении наглядной агитации фотоматериалов рекомендуется их ламинирование (покрытие специальной пленкой) во избежание случаев бытового вандализма, либо использование защитного органического стекла.

5. Правила оформления наглядной агитации.

Для достижения результативного воздействия при использовании средств наглядной агитации необходимо учитывать:

5.1. Место размещения наглядной агитации – специально выделенная и (или) отведённая территория, а также определенная площадь внутренней либо наружной поверхности здания, сооружения и (или) их комплексов, которые находятся в государственной либо частной собственности.

Конкретные обязательства цехов и отдельных производственных участков лучше вывешивать при входе в производственное помещение. Особое внимание должно быть уделено оформлению входа (парадной части, фасада) в организацию, предприятие. Кроме вывески названия предприятия, можно указать: за что оно борется, какие им приняты обязательства, кто его руководитель.

В самом цехе, непосредственно на рабочем месте, следует давать материалы о выполнении плана за прошлый день, с указанием качества продукции, экономии сырья, времени, электроэнергии, техники безопасности. Очень важно, чтобы производственное место не перегружалось оформлением. Достигается это разумным использованием коридоров, комнат отдыха, лестничных площадок, продуманным оформлением клубов, домов культуры, технических кабинетов.

5.2. Принципы и художественные критерии оформления наглядности.

- Цветовое оформление:

Наглядная агитация должна быть выдержана в одной цветовой гамме. Причем для каждой формы наглядной агитации рекомендуется подбирать определенные цвета. Например, политические лозунги - плакаты на красно-зеленом фоне, плакаты по пропаганде здорового образа жизни - на бело-синем и т. д. Для создания выразительного образа следует применять ограниченное количество цветов (не более двух-трех).

6. Практические рекомендации по размещению средств наглядной агитации в субъектах хозяйствования.

Элементы наглядной агитации размещаются во всех организациях независимо от форм собственности. В субъектах хозяйствования с количеством работающих свыше 300 чел (для предприятий АПК свыше 100) рекомендуется обеспечить минимальный типовой набор средств наглядной агитации, а именно:

6.1. Символика и геральдика.

В том числе: Государственные герб, флаг, текст гимна Республики Беларусь; областные герб и флаг; районные (городские) герб, флаг, текст гимна (если есть). Следует иметь в виду, что государственные символы должны быть оформлены и расположены в порядке, предусмотренном Законом Республики Беларусь № 301-З от 5 июля 2004 г. «О государственных символах Республики Беларусь». Областные и районные (городские) герб, флаг и текст гимна должны быть оформлены и расположены в порядке, предусмотренном соответствующими Положениями.

6.2. Аллея и (или) галерея Славы, при отсутствии мест для их размещения - Доска Почета.

Данное средство наглядной агитации должно быть оформлено на максимально возможном уровне – цветные ламинированные (либо закрытые органическим стеклом) фото либо художественные портреты передовиков, заслуженных работников и других авторитетных членов трудовых коллективов с пояснительными надписями. На уровне района (города) кроме отдельных персоналий на Доске Почета (аллее Славы) могут размещаться передовые предприятия и организации. Обращаем внимание на то, что порядок размещения на Доске Почета (алее Славы)

регламентируется соответствующим положением (инструкцией), которое (ая) утверждается решением исполнительного комитета (администрацией района), либо руководителем субъекта хозяйствования.

6.3 Информационные стенды профсоюзов, общественных объединений и формирований.

В их число входят: ветеранская организация, профессиональный союз, «БРСМ» - обязательно; женсовет, добровольная дружина, ОО Красного Креста, Белорусский Фонд мира, другие – при наличии.

6.4. Стенд стенной печати.

Он может быть оформлен в виде внутренней стенгазеты. Периодичность сменяемости материалов – не менее раза в квартал, рекомендуется ежемесячное обновление. Возможен выпуск тематических стенгазет к праздничным датам. Обязательно наличие рубрик «поздравления» и «объявления».

6.5. Информационный (социально-политический) стенд.

На стенде размещаются материалы периодических печатных СМИ. Отдельный блок информации отводится для освещения событий, происходящих в населенном пункте, трудовом коллективе.

6.6. Информационный стенд по пропаганде здорового образа жизни.

На стенде размещается информация о мероприятиях по формированию здорового образа жизни, плакаты, другая печатная продукция.

Кроме вышеперечисленных средств наглядной агитации обязательно наличие:

- **информации по выполнению государственных социальных стандартов;**
- **информации о выполнении решений третьего Всебелорусского народного собрания.**

В целях наиболее полного информирования населения о государственной политике целесообразно наличие специального стенда, либо рубрики, где размещены тексты *Директив №№ 1, 2, 3*, др., компетентные комментарии к ним и внутренние документы по их выполнению.

Практический опыт применения средств наглядной агитации убедительно доказал, что наглядная агитация и пропаганда, как одни из важнейших форм идейно-нравственного воспитания, вносят значительный вклад в мобилизацию трудящихся на решение социально-экономических задач.

Предлагаем вашему вниманию информационный список литературы для идеологов, где представлены книги и периодические издания по теме наглядной агитации.

1. Закон Республики Беларусь № 301-3 от 5 июля 2004 г. «О государственных символах Республики Беларусь».
2. О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе» : постановление Совета министров Республики Беларусь 12 ноября 2007 г. № 1497.
3. Бабосов, Евгений Михайлович Основы идеологии современного государства / Е. М. Бабосов. – Минск : Амалфея, 2007. – 480с.
4. Ивановский, А. В. Организация эффективной идеологической работы в современных условиях : пособие / А. В. Ивановский, В. А. Мельник, В. И. Чуешов. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2015. – 75 с.
5. Мельник, В. Государственная идеология Республики Беларусь : концептуальные основы / В. А. Мельник. – Минск : ТЕСЕЙ, 2007. – 280 с.
6. Наглядная агитация в информационно-пропагандистской работе / Районный информационно-идеологический центр. – Выпуск 4. – Кричев, 2015. – 4 с. – (Деловой блокнот идеолога).
7. Наглядная агитация и пропаганда в организации идеологической работы / Районный информационно-идеологический центр. – Выпуск 7 (31). – Кричев, 2017. – 4 с. – (Деловой блокнот идеолога).
8. Трещенок, Я. И. Государственная идеология и национальная идея Республики Беларусь / Я. И. Трещенок. - Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2006. – 135с.
9. Чуешов, В. И. Основы идеологии белорусского государства: Инновационные технологии подготовки в вопросах и ответах / В. И. Чуешов, И. И. Таркан. – Минск : ИВЦ Минфина, 2008. – 188с.
10. Энциклопедия идеологического работника / сост. А. Б. Чещевик. – Минск : Парадокс, 2011. – 536 с.