



Учреждение культуры
«Централизованная система государственных
публичных библиотек г. Могилева»
Центральная городская библиотека им. К. Маркса
Городской информационно-идеологический Центр

НАГЛЯДНАЯ АГИТАЦИЯ:

**ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ ГОРОДСКОГО ИНФОРМАЦИОННО-
ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ЦЕНТРА**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ



Могилев, 2018

Учреждение культуры
«Централизованная система государственных публичных библиотек г. Могилева»
Центральная городская библиотека им. К. Маркса
Городской информационно-идеологический Центр

**НАГЛЯДНАЯ АГИТАЦИЯ:
ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ
ГОРОДСКОГО ИНФОРМАЦИОННО-
ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ЦЕНТРА**

Методические рекомендации

Наглядная агитация: из опыта работы Городского информационно-идеологического Центра : методические рекомендации / учреждение культуры «Централизованная система государственных публичных библиотек г. Могилева», Центральная городская библиотека им. К. Маркса, Городской информационно-идеологический Центр ; [сост. О. В. Около-Кулак ; ответственный за выпуск С. М. Михеенко]. — Могилев, 2018. — 29 с.

Предлагаемые методические рекомендации содержат основные принципы и методы оформления наглядной агитации. В пособии представлена информация из Концепции наглядной агитации и пропаганды, разработанной Могилевским областным исполнительным комитетом, опыт оформления информационных стендов Городским информационно-идеологическим Центром на предприятиях и в организациях города.

Пособие адресовано работникам идеологической вертикали города Могилева.

ВВЕДЕНИЕ

Идеология белорусского государства является неотъемлемым элементом современного общества, условием обеспечения его целостности и динамичного развития. Свое общественное предназначение она выполняет не в силу наличия, а благодаря усилиям людей, которые заняты производством идей, ценностей и представлений, составляющих государственную идеологию, их постоянным воспроизводством, обновлением и доведением до сознания различных групп населения.

Идеология белорусского государства и идеологическая работа являются важнейшими элементами белорусской модели развития.

Эта работа невозможна без использования, она связана с сознательным изменением внутреннего мира человека, формирования у него желаемых образцов поведения. Информирование и воспитание как составляющие идеологической работы нацелены на организацию и мобилизацию действий людей.

Главными инструментами идеологической работы являются *слово* и *образ*. Она невозможна без четкого понимания целей и задач, рациональных, эффективных средств их достижения. Именно для этого используются визуальные средства идеологического воздействия и связаны с использованием различных средств. Последние помогают лучше осмыслить задачу, реализуемую идеологическим работником.

В представленных рекомендациях содержится информация о средствах и формах наглядной агитации, особенностях ее воздействия, методах и принципах оформления, а также даны рекомендации по оформлению информационных стендов на предприятии.

1. Концепция наглядной агитации

Изменения в политике и обществе, в экономике и социокультурной сфере в 90-х годах прошлого столетия отразились на ценностных ориентирах общества, нормах взаимоотношений между людьми и институтами государственной власти. Образовавшийся после развала Советского Союза вакуум идейно-воспитательной работы чуть было не привел к потере тех направлений развития государства, которые были для него исторически обусловлены и приемлемы. Только в последние годы ситуация со становлением традиционных ценностных ориентаций белорусского общества стала постепенно стабилизироваться. В то же время, становление ценностных ориентаций – длительный и сложный процесс, требующий от его организаторов больших усилий.

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 и пропаганда. *В настоящее время, с появлением современных оформительских материалов, средства наглядной агитации и пропаганды приобретают особенно актуальное значение.*

Средства наглядной агитации и пропаганды (далее НАиП) - 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 НАиП 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.

В то же время во многих населенных пунктах и трудовых коллективах субъектов хозяйствования различных форм собственности качество подачи НАиП не соответствуют требованиям сегодняшнего дня. Во многих случаях содержание предлагаемых материалов неактуально, не вызывает живого интереса и отклика у людей. Зачастую присутствует формализм, практически не используются новые идеи и формы подачи материалов, не контролируется регулярность и своевременность их обновления, не учитывается дифференцированный подход к различным группам населения, целесообразность мест размещения информации.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НАГЛЯДНОЙ АГИТАЦИИ И ПРОПАГАНДЫ.

Проблема эффективности информационно-идеологического воздействия ограничена форматом «цель-результат». Не зная исходной цели идеологического воздействия, нельзя судить о его эффективности. Цели составляют сердцевину идеологической работы, определяя в каждой конкретной ситуации её содержание, выбор средств, форм и методов.

Основные идейно-воспитательные цели, решаемые при помощи средств НАиП:

Патриотическая — формирование положительного образа политического строя, лидера, движения, организации; демонстрация идеологических позиций (стратегии, программы); закрепление положительного имиджа (адресные обещания различным категориям граждан, которые отвечают их интересам и потребностям).

Интернациональная — воспитание граждан в духе национальной солидарности, высокой идейности и преданности интересам государства.

Трудовая – формирование потребности и привычки трудиться, культуры трудовых отношений, заинтересованности в достижении полезного результата труда, трудолюбия, добросовестности, старания, усердия – качеств, характеризующих субъективное расположение личности к своей трудовой деятельности, выражающееся в количестве и качестве её результатов.

Духовно-нравственная – воспитание нравственных качеств, которые находят отражение и получают обоснования в моральном сознании людей и обществе в целом в виде норм, идеалов, принципов, базовых ценностей личности.

Существует также ряд сопутствующих целей, на решение которых направлены средства НАиП:

Экономическая – формирование у человека потребности в системе экономических отношений, основанных на принципах социальной справедливости и устойчивого общественного развития.

Семейно-бытовая – формирование культуры быта, идеалов и ценностей семейно-брачных отношений, регулирующих взаимоотношения между супругами, родителями и детьми, осуществляющих заботу о престарелых.

Пропагандирующая здоровый образ жизни – формирование потребности в выполнении человеком профессиональных, общественных и бытовых функций в оптимальных для здоровья условиях и ориентированность деятельности личности в направлении сохранения и укрепления как индивидуального, так и общественного здоровья.

Экологическая – формирование экологической культуры граждан в духе бережного отношения к окружающей среде.

Релаксационная - имеющая конечной политической целью сглаживание социальных противоречий и ослабление социально-политической напряженности в обществе.

Приоритетной задачей идеологической работы, решение которой возможно с помощью средств наглядной агитации и пропаганды, 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.*

Не менее важна задача анализа тенденций и явлений внутренней и международной жизни, *убедительный показ преимуществ национального пути развития, активная поддержка нового передового*, постановка актуальных проблем и выдвижение путей их решения.

С помощью средств НАиП возможно также решение отдельных конкретных задач, стоящих перед идеологической вертикалью на местах: подведение итогов трудового соперничества, чествование передовиков производства, освещение работы профсоюзных, общественных объединений и др.

3. УРОВНИ НАГЛЯДНОЙ АГИТАЦИИ И ПРОПАГАНДЫ.

Выделяют следующие уровни использования средств НАиП:

- в зависимости от масштабов - региональный, местный, локальный (областной, районный и субъект хозяйствования). На региональном уровне НАиП должна быть направлена на стимулирование деятельности с учетом условий, потребностей и возможностей конкретных регионов, на локальном уровне – с учетом специфики деятельности субъекта хозяйствования. Необходимо использовать дифференцированный подход к различным социальным группам населения и трудовым коллективам в зависимости от их сферы деятельности. Например, информационная составляющая технического средства наглядной агитации, предназначенного для использования в студенческой среде, будет мало актуальна при использовании ее в Домах ветеранов и престарелых.

- *в зависимости от местоположения* - на наружную и внутреннюю форму оформления наглядной агитации и пропаганды. При использовании наружной формы необходимо руководствоваться постановлением Совета министров Республики Беларусь от 22 апреля 1999 г. N 572 «Об утверждении положения о порядке размещения наружной рекламы» (в ред. постановлений Совмина от 22.02.2005 N 184, от 24.03.2006 N 399).

4. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА НАГЛЯДНОЙ АГИТАЦИИ.

Рекомендуется по возможности оформлять средства НАиП 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 НАиП фотоматериалов рекомендуется их ламинирование (покрытие специальной пленкой) во избежание случаев бытового вандализма, либо использование защитного органического стекла.

Размещение различных видов наглядной агитации возможно при помощи тех или иных технических средств.

Техническое средство наглядной агитации – стенд (щит), световое табло (лайтпостер), кронштейн, пилон, плакатница (штендор) или иная специальная конструкция, сооружение или носитель, прямо предназначенные и (или) используемые для стабильного размещения НАиП.

Кронштейн - техническое средство наглядной агитации, представляющее собой конструкцию, прикрепляемую консольно к опоре либо поверхности здания (сооружения);

Пилон - техническое средство наглядной агитации, представляющее собой отдельно стоящую конструкцию с площадью, не превышающей 1,2*1,8 метра;

Плакатница (штендор) - техническое средство наглядной агитации, представляющее собой отдельно стоящую конструкцию, не имеющую прочной связи с землей и возможную к перемещению;

Световое табло (лайтпостер) - техническое средство наглядной агитации, с внутренней подсветкой информационного поля;

Стенд (щит) (в том числе биг-борды), – стенд (щит) - техническое средство наглядной агитации с площадью используемого поля не менее 1,2 х 1,8 метра, размещенного на плоскости;

Информационный стенд (щит) – носитель информации (изображения) о легендарном названии населенного пункта, размещенный на плоскости и имеющий площадь используемого поля не менее 1,5 х 2,5 метра;

Информационная табличка – носитель информации о наименовании юридического лица, имени физического лица и (или) режиме их работы, имеющей площадь не более 1 квадратного метра и расположенный рядом с входом либо на двери входа в здание (помещение, сооружение), занимаемое данным юридическим лицом, его филиалом, представительством или иным подразделением либо физическим лицом.

Кроме перечисленных средств наглядной агитации рекомендуется применять: разнообразные табло, панно, флажки, печатную продукцию, листовки, плакаты, брошюры, наклейки, этикетки, календари, сувенирную продукцию, предметы одежды с использованием символики, логотипов и текстов.

5. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАГЛЯДНОЙ АГИТАЦИИ И ПРОПАГАНДЫ.

Для достижения результативного воздействия при использовании средств НАиП 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.

При определении мест размещения наглядной агитации необходимо руководствоваться в первую очередь доступностью средств НАиП для ознакомления с ними населения и трудящихся. Рекомендуется размещать их в наиболее людных местах, с достаточной степенью освещенности и удобными подходами для ознакомления. Оптимальными местами для размещения наглядной агитации являются фойе и холлы административных зданий, проходные предприятий, кабинеты и центры идеологической работы, актовые залы и музеи трудовой славы субъектов хозяйствования, центральные и пешеходные улицы, а также пользующиеся популярностью у жителей населенных пунктов скверы и парки.

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). Например, черные буквы на светло-желтом фоне, темно-красные на светло-сером или белом фоне и обратное соотношение дают очень хороший эффект. Большое

количество цветов создает излишнюю пестроту, усложняет восприятие смысла информации.

При цветовом оформлении стенда или плаката следует помнить, что цвет оказывает на человека определенное эмоциональное воздействие. Он может утомлять, возбуждать, влиять на работоспособность, изменять зрительное восприятие объема и формы изображаемых предметов. Поэтому, художественно оформляя наглядную агитацию, важно правильно использовать цвет с учетом его психофизиологического эффекта. Цветовое решение средств наглядной агитации зависит от характера ее содержания и должно гармонизировать с цветовой гаммой интерьера, в котором они расположены.

По физическим качествам цвет считается удачным, если имеет достаточный коэффициент отражения, то есть отвечает нормальным условиям зрительного восприятия. Таким образом, цвет, влияя на художественную форму, не только повышает или понижает удобочитаемость текста, но и оказывает, будучи выразительным средством, эстетическое воздействие на основе ряда вызываемых у зрителя ассоциаций, отчасти личностных, отчасти общечеловеческих, а также обусловленных социальными, национальными и временными причинами.

- Художественная композиция:

Отдельные детали конкретного технического средства НАиП могут быть размещены симметрично, либо в виде особой композиции (асимметрично). Симметричная композиция, где левая часть стенда повторяет правую, статична и сейчас редко применяется. Чаще всего используется асимметричная композиция. Она смотрится с большим интересом, естественно и непринужденно. Однако необходимо учитывать, что при асимметричной композиции всегда должно быть соблюдено зрительное равновесие.

Основные варианты асимметричных композиций:

- свободное расположение материала на плоскости. Фотографии, иллюстрации и текстовый материал сгруппированы в любом месте стенда;
- расположение материала в шахматном порядке — чередование цветowych и печатных плоскостей;
- расположение наглядного материала горизонтальными или вертикальными рядами, их чередование с рядами цветных полос.

- *Удобочитаемость текста.*

В оформлении материала по наглядной агитации значительное место занимают шрифты. Они не только сообщают информацию, но и являются активным художественным элементом. Однако во всех случаях надпись или текст по своей форме, цвету и расположению должны подчиняться общему композиционному решению.

Шрифт, применяемый в наглядной агитации, должен быть четким, ясным, простым и удобочитаемым. Удобочитаемость является одним из важнейших достоинств хорошего шрифта. Это не только общая оценка пригодности его формы, но и показатель красоты.

Наиболее четкими являются шрифты из прямых линий и острых углов. Различаемость букв и цифр зависит от занимаемой ими площади и высоты, толщины образующих линий, освещенности. Буквы высотой 5 см различимы с 30 м. Четко видны издали знаки блочного типа с соответствием высоты и ширины 1:1. Текстовые надписи, выполненные только заглавными буквами, читаются на 12% медленнее, чем строчные.

На удобочитаемость также влияют:

- форма шрифтовых знаков (рисунок или тип шрифта, размер, пропорциональность отношения ширины знака к его высоте, ритм формы, насыщенность, цвет);
- шрифтовая композиция (длина строки (надписи) или ширина шрифтового поля (колонки), пробел вокруг строки или шрифтового поля, интервал между строками, шрифтовыми полями, форма строк, шрифтового поля, ритм строки и композиции текста, цветовое решение);
- четкость шрифта (отношение цвета (тона) шрифта к цвету (тону) фона - носителя знаков, фактура, качество выполнения);
- ясность шрифта (узнаваемость знаков, их дифференцированность, оправданная простота форм, представление содержания).
- содержание, форма и образность шрифта.

Художнику-оформителю необходимо помнить: результат его работы должен быть полезен, и служить общественному взаимопониманию. А это значит, что текст должен быть ясным и понятным. Главное его назначение - верно передавать содержание, выражаться целенаправленно и по возможности немногословно.

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ СРЕДСТВ НАИП В СУБЪЕКТАХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.

Элементы наглядной агитации и пропаганды 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 НАиП, 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). В системе атрибутов государственная символика занимает одно из важнейших мест, является воплощением национальной идеи белорусского государства. Воспитание уважительного отношения к государственным символам, хорошее их знание населением является одним из важнейших направлений проведения идеологической работы на местах. При размещении геральдических символов необходимо руководствоваться, в первую очередь, соображениями целесообразности при выборе мест для размещения символики и геральдики. Геральдические символы могут быть размещены в музеях трудовой славы субъектов хозяйствования, актовых залах, кабинетах руководителей, либо других специально отведенных местах.

Следует иметь ввиду, что государственные символы должны быть оформлены и расположены в порядке, предусмотренном Законом Республики Беларусь № 301-З от 5 июля 2004г. «О государственных символах Республики Беларусь». Областные и районные (городские) герб, флаг и текст гимна должны быть оформлены и расположены в порядке, предусмотренном соответствующими Положениями.

Целесообразно также использование при работе со средствами НАиП символов, имеющих в целом отношение к общественно-политической символике, в том числе: исторических дат, изображений архитектурных комплексов и сооружений, памятных мест, скульптурных памятников и мемориалов, государственных знаков отличия, общественно-политической топонимики и т.д. При размещении «идеологических брендов» рекомендуется использование элементов ландшафтной архитектуры (клумбы, газоны, рабатки и др.)

6.2. АЛЛЕЯ И (ИЛИ) ГАЛЕРЕЯ СЛАВЫ, ПРИ ОТСУТСТВИИ МЕСТ ДЛЯ ИХ РАЗМЕЩЕНИЯ - ДОСКА ПОЧЕТА.

Данное средство НАиП 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. По данному вопросу рекомендуем руководствоваться решением Могилевского облисполкома № 23-36 от 13 ноября 2006г. «Об областной Доске почета».

В оформлении отдельных форм наглядной агитации не может быть шаблона. Однако есть общие требования, которые должны учитываться при оформлении. Так, для Доски Почета основное требование - это простота, легкость, удобочитаемость, использование материалов из легких конструкций и реек. Очень хорошо применять графику в сочетании с драпировкой из тканей с использованием объемных шрифтов. Необходимо периодически менять содержание Доски почета, иначе она потеряет свое значение.

Портреты передовиков производства для аллеи героев лучше давать в производственной обстановке. Компонировка портретов делается по-разному. В одних случаях используются легкие стенды, в других - плоскости, на которые монтируются портреты.

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. На данных стендах размещается информация об основных направлениях деятельности общественных объединений, их уставных целях и задачах, проводимых мероприятиях и акциях. При размещении данных средств НАиП необходимо четко отслеживать регулярность обновления и сменяемость размещенной на них информации. В крупных субъектах хозяйствования желательно указывать местонахождение руководящего органа первичной организации общественного объединения и Ф.И.О. лица, ее возглавляющего. На стендах молодежных и женских общественных рекомендуется освещать вопросы молодежной и семейной политики.

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».

В отношении объявлений: тексты начинаются со слова «Объявления», причем пишется оно самым крупным шрифтом. В объявлениях следует указывать: что проводится, когда проводится и где проводится. Из объявлений должны изгоняться такие излишние слова, как «проводится» или «состоится». Если речь идет о профсоюзном собрании или культпоходе, то достаточно выделить шрифтом наименование самого мероприятия.

Содержание его можно написать более мелким шрифтом. Не рекомендуется каждое объявление заканчивать словами: «Явка обязательна».

На стенде стенной печати размещаются также фото отчеты об уже проведенных мероприятиях, плакаты, листовки (в том числе и выпущенные типографским образом). Рекомендуется также размещать информацию об итогах (в том числе и промежуточных) трудового соперничества, результатах конкурсов профессионального мастерства. При условии организации данной работы (трудовое соперничество, конкурсы профмастерства) на высоком уровне, желательно оформление отдельного стенда, пропагандирующего высокие результаты производственной деятельности.

6.5. ИНФОРМАЦИОННЫЙ (СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ) СТЕНД.

На стенде размещаются материалы периодических печатных СМИ, освещающие основные направления государственной внутренней и внешней политики, комментарии политологов по актуальным вопросам, интервью с государственными деятелями и руководителями. Отдельный блок информации отводится для освещения событий, происходящих в населенном пункте, трудовом коллективе. Также на информационном стенде размещаются разъяснения специалистов по отдельным вопросам, волнующим население (пенсионное обеспечение, вопросы налогообложения и проч.). На стенде могут быть размещены приказы, распоряжения руководящих органов субъекта хозяйствования, регламентирующие социальный блок вопросов. Желательно наличие информации с графиками работы и указанием месторасположения районных (городских) служб (психологическая, юридическая консультация, здравоохранение, правоохранительные органы и т.д.).

6.6. ИНФОРМАЦИОННЫЙ СТЕНД ПО ПРОПАГАНДЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ.

На стенде размещается информация о мероприятиях по формированию здорового образа жизни, плакаты, другая печатная продукция. Информационный стенд может содержать информацию о профилактике какого-либо заболевания, отчет о проведенном или запланированном спортивно-массовом мероприятии, информацию о нарушениях выполнения Декрета Президента Республики Беларусь № 28 «О государственном регулировании производства, оборота, рекламы и потребления табачного сырья и табачных изделий». Отдельные рубрики должны быть посвящены профилактике пьянства и алкоголизма, проблеме ВИЧ-СПИД.

Кроме вышеперечисленных средств НАиП обязательно наличие:

- *информации по выполнению государственных социальных стандартов*, желательно с компетентными комментариями специалистов. Данную информацию можно оформить как отдельным стендом, так и включить в информационный (социально-политический) блок.
- *информации о выполнении решений третьего Всебелорусского народного собрания*. Данную информацию также можно оформить либо отдельным стендом, либо блоком в информационном стенде.

В целях наиболее полного информирования населения о государственной политике в вопросах усиления исполнительской дисциплины, соблюдения техники безопасности на производстве, организации работы с гражданами целесообразно наличие специального стенда, либо рубрики, где размещены тексты *Директив №№ 1, 2, 3*, др., компетентные комментарии к ним и внутренние документы по их выполнению.

Рекомендуется также при разработке и оформлении средств НАиП постоянно информировать население (членов трудовых коллективов) о приоритетах идеологической работы современного периода, реализации задач пятилетки 2006 - 2010 г.г. В том числе рекомендуется осветить такие актуальные вопросы, как:

- проблема энергосбережения (на крупных субъектах хозяйствования целесообразно оформление отдельного стенда по данной теме);
- наведение порядка на земле и благоустройство;
- развитие агрогородков и выполнения Программы развития села (особенно актуально для сельских районов и предприятий АПК).

На всех уровнях наглядной агитации целесообразно также использование различных девизов, лозунгов и призывов общественно-политической направленности.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ: РАЗМЕЩЕНИЕ И СОДЕРЖАНИЕ

№	Место размещения		Размещаемая информация
1.	Административное здание	На входе или рядом	• Фасадная вывеска с названием предприятия • Флаги РБ, области, района, организации, учреждения
		Кабинет руководителя предприятия, организации, председателя сельского Совета	• Символика РБ (герб, флаг)
		Кабинет управляющего делами сельского Совета	• Символика РБ (герб, флаг)

		Зал для заседаний	• Стенд с символикой РБ (герб, флаг, гимн); • Флаги области, административно-территориальной единицы; • Стенды с размещением плакатов на социальную тематику
		Коридоры, холл или фойе	• Стенд (папка) с Директивами и Декретами Президента РБ, реагированием: результатами работы комиссий (благодарность, замечание, наказание) • Стенд с информацией о депутатах (республика, область, район) с указанием контактных телефонов • Стенд с графиками приема граждан руководством (область, район, сельский Совет, предприятие) с указанием контактных телефонов • Стенд с информацией о составе комиссий в сельском Совете, информационных групп; графиками проведения встреч ИПГ (область, район, сельский Совет, предприятие); разъясняющей информацией по общественно значимым проблемам на территории сельских Советов, порядком их разрешения и информирования населения о принимаемых решениях • Стенд «Одно окно» с исчерпывающим перечнем предоставляемых справок и образцами их заполнения • Стенд (подшивка) с размещением газет (район, область, республика), расположенная в доступном для граждан месте
2.	В населенных пунктах сельсовета	Деревня, поселок	Стенды с информацией: • О работе сельского совета • О депутатах (район и сельский Совет) • О приеме граждан руководством (область, район, сельский Совет, предприятие) с указанием контактных телефонов • Графики проведения встреч ИПГ, объявления об их проведении (область, район, сельский Совет, предприятие) • О социальных стандартах • Разъяснениями общественнозначимых проблем на территории сельского Совета, порядком их разрешения и информирования граждан о принимаемых решениях • Стенд с размещением газет (район, область)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Практический опыт применения средств НАиП 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.

Проникая всюду, вплоть до рабочего места, вызывая словом и ярким художественным образом инициативу и трудовой энтузиазм людей, средства НАиП выступают активными проводниками политики государства. От их качественного наполнения во многом зависит эффективность проведения идеологической работы на местах.

Современный мир меняется очень быстро. Растет роль таких средств наглядной агитации, как электронное информационное табло. По своей сути это – новая форма наглядной агитации, использующая электронные технологии подачи информации. Преимущество такой формы работы в широкой доступности и оперативности. Предполагается, что с развитием экономики, науки и техники, электронные формы подачи информации будут использоваться наравне с традиционными средствами наглядной агитации.

Для обеспечения системности данной работы необходимо установить контроль смыслового содержания, эстетического оформления и своевременного обновления стендовых материалов сотрудниками отдела идеологической работы, других структурных подразделений исполнительных комитетов.

Приложение 1.

Документация и наглядная агитация, используемая заместителем директора (специалиста) по идеологической работе на предприятии.

- 1. Должностные обязанности заместителя директора (специалиста) по идеологической работе на предприятии.**
- 2. План работы на квартал, перспективный – на год.**
- 3. По итогам проведения единого дня информирования членами информационно-пропагандистских групп составляются отчеты, ведется **Журнал учета обращений граждан**, поступивших в ходе проведения ЕДИ, оформляется документальное подтверждение результатов их рассмотрения. В журнал вносятся следующие сведения: тема ЕДИ, дата, место проведения, ответственные за проведение ЕДИ, вопросы, поступившие во время ЕДИ.**
- 4. Списки ветеранов войны и труда, ветеранов производства, требующих особого внимания и поддержки.**
- 5. Информационные уголки:**
 - государственную символику, символику предприятия (организации);
 - информацию о государственных праздниках, важнейших общественно-политических событиях страны (региона, города), важных событиях на предприятии;
 - графики приема граждан должностными лицами местных органов власти, руководством предприятия;
 - телефоны горячей линии руководства города, администрации предприятия;
 - информацию о предстоящем едином дне информирования (тематика ЕДИ, дата, время и место проведения), о составе информационно-пропагандистских групп предприятия;
 - основные показатели социально-экономического развития предприятия;
 - информацию по вопросу организации оздоровления и санаторно-курортного лечения членов трудового коллектива;
 - материалы об организации соревнования в трудовом коллективе, списки победителей;

- информацию о деятельности общественных структур, созданных на предприятии;
- наглядную агитацию по антиалкогольной тематике, пропаганде здорового образа жизни.
- экран соревнования
- наглядную агитацию по антиалкогольной тематике, пропаганде здорового образа жизни.

6. Паспорт предприятия, хозяйства.

7. Доска почёта, стенд «Лучший по профессии».

8. Книга трудовой славы.

9. Методические материалы.

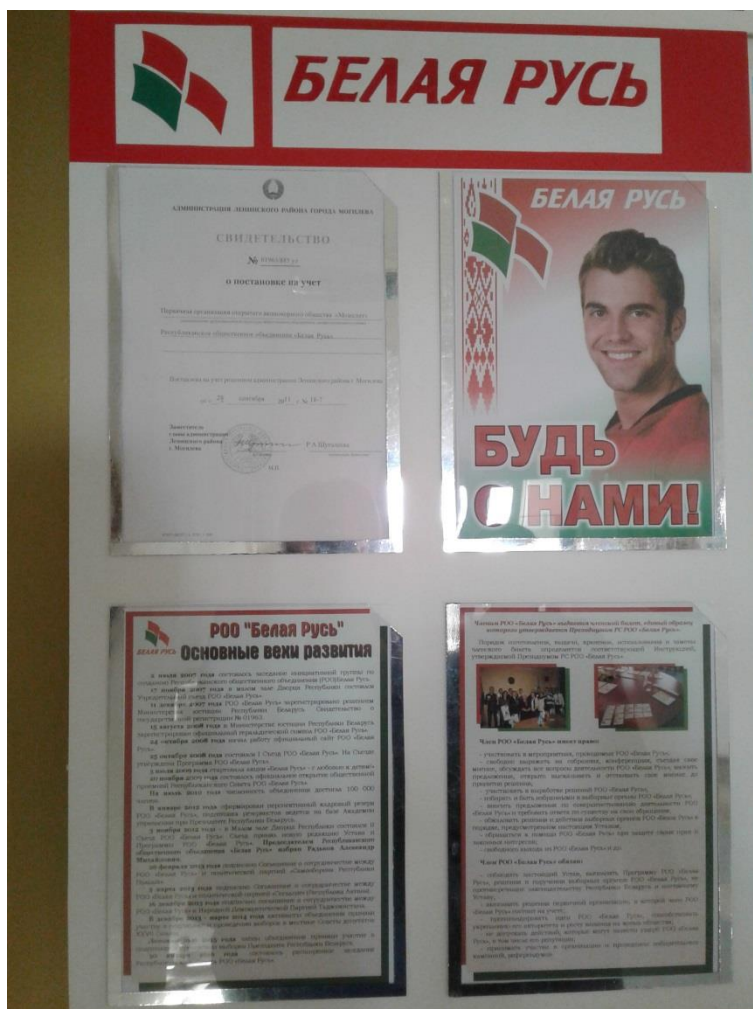
10. Документы:

- документы из Администрации Президента и Совета Министров Республики Беларусь;
- решения райисполкома и Совета депутатов;
- приказы и распоряжения администрации;
- решения общественных объединений.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

ОБРАЗЦЫ ОФОРМЛЕНИЯ СТЕНДОВ ГОРОДСКИМ
ИНФОРМАЦИОННО-ИДЕОЛОГИЧЕСКИМ ЦЕНТРОМ





СОДЕРЖАНИЕ:

Введение	
1. Концепция наглядной агитации	4
2. Цели и задачи наглядной агитации и пропаганды	5
3. Уровни наглядной агитации и пропаганды	6
4. Технические средства наглядной агитации	8
5. Правила оформления наглядной агитации и пропаганды	11
5.1. Место размещения наглядной агитации	11
5.2. Принципы и художественные критерии оформления наглядности	12
6. Практические рекомендации по размещению средств НАиП в субъектах хозяйствования	15
6.1. Символика и геральдика	15
6.2. Аллея и (или) галерея славы, при отсутствии мест для их размещения - доска почета	16
6.3. Информационные стенды профсоюзов, общественных объединений и формирований	17
6.4. Стенд стенной печати	18
6.5. Информационный (социально-политический) стенд	19
6.6. Информационный стенд по пропаганде здорового образа жизни	19
Заключение	23
Приложение 1	24
Приложение 2	26

Наглядная агитация: из опыта работы Городского информационно-идеологического центра

методические рекомендации

Составитель
Около-Кулак Ольга Васильевна

Дизайн обложки Наумова О.Н.

Полиграфическое исполнение:

Учреждение культуры «Централизованная система государственных публичных библиотек г. Могилева».

ул. Первомайская, 30

212030 г. Могилев

По вопросам приобретения обращаться:

телефон: 80222 22-95-78

Сайт: goridcentr.mogilev.by

e-mail: goridcentr@mail.ru