

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3707700>

УДК 316

## **Несина В.В.**

*Несина Виктория Владимировна*, ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет», 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д. 4, E-mail: viktorya.nesina@yandex.ru

## **Агитация в системе политической конкуренции**

**Аннотация.** Общественные отношения – это сложная система взглядов каждого индивидуума в нем. Каждая сфера жизни общества зависит не от мировоззрения и взглядов человека на окружающую его действительность. Но возможно ли изменить или направить это взгляды «в нужное русло»? На это вопрос пытаются ответить многие, но лучше всего справляется именно политическая сфера жизни общества, называя это агитацией. Актуальность данной работы состоит в том, что в ней рассматривается не только способы агитации, а ее влияние именно на молодого человека в системе конкуренции. Цель статьи: рассмотреть агитацию как ценностный компонент в политической системе. Задачи: изучить реализацию избирательного права; проанализировать агитационный компонент в системе политической конкуренции; обосновать появление и формирование политических образцов. В ходе исследования были сделаны выводы о том, что агитация это серьезная и кропотливая работа политической сферы, которая может направить мировоззрение и понимание человеком реальности в разные стороны. Люди подвластны воздействию различных материалов, которые наиболее тщательно поясняют "настоящую действительность". А особенно подвластны такому воздействию молодые люди. Общество меняется, меняются интересы и вместе с тем меняется и форма воздействия. В последнее время интернет все больше заполняет пространство людей, а вместе с тем приносит новую отрасль агитации и возможности направления мировоззрения людей.

**Ключевые слова:** политика, молодёжь, агитация, власть, новое поколение, интернет ресурс.

## **Nesina V.V.**

*Nesina Viktoriya Vladimirovna*, Federal state budgetary educational institution of higher education Smolensk state university, 214000, Smolensk, Przheval'skogo st., 4, E-mail: viktorya.nesina@yandex.ru.

## **Agitation in the system of political competition**

**Abstract.** Social relations – it is a difficult system of views of individuals in it. Every sphere of society doesn't depend on outlooks and people's views to surrounding reality. But is it possible to change or direct these views in the right direction? Many people try to answer this question, but the political sphere does it in the best way, calling this an agitation. Actuality of this work is that considering not only of methods, but influence on young person in the system of competition. Aim of the article: examine the agitation as valuable component in political system. Tasks: scrutinize the realization of suffrage; analyze agitation component in the system of political competition; substantiate an appearance and forming of political models. During the research conclusions were made. They says that agitation is a serious and painstaking work of the political sphere, which can guide the world outlook and person's understanding to different sides. Different materials which are carefully explain "true reality" may influence people. Young people are especially dependent to such influence. Society is changing, interests and form of influence are changing at the same time too. Lately, the Internet fills people's space, along with it brings a new industry of agitation and opportunities to direct people's worldview.

**Key words:** politics, young people, agitation, power, new generation, online resource.

Агитация является важнейшим компонентом политической сферы. Каждый из нас сталкивается с ней довольно часто, в преддверии выборной кампании или же в период нестабильной ситуации в стране, связанной с различными внешне и внутривнутриполитическими процессами.

Агитация встречается в разных ее проявлениях: листовки, плакаты, рекламные посты, и довольно новое, но эффективно распространяющееся направление – музыкальный и видео контент.

В зависимости от приемов и способов осуществления данных действий можно выделить три основных метода предвыборной агитации:

- 1) на каналах организаций теле- и радиовещания и в периодических печатных изданиях;
- 2) путем проведения агитационных публичных мероприятий;
- 3) путем выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов [2].

Агитация направлена на то, чтобы привлечь массы людей к тому или иному объекту, показать его лучшие стороны и побудить людей к действию. Но можно ли привлечь людей к анти-действию? Имеется в виду, существует ли система агитационных кампаний, направленная не на привлечение к собственным достоинствам, а на прямое угнетение своих конкурентов, путем жесткой критики их действий через агитацию?

Главным инструментом избирательной кампании является агитация. Каждый кандидат имеет право на предвыборную агитацию. Кандидат самостоятельно определяет содержание, формы и методы предвыборной агитации.

В век информационных технологий, мы все погружены в гаджеты, облегчающие нам жизнь, в том числе и при получении информации. Известный факт, что молодежь является самым мощным и важным компонентом политической силы, а кто, как не молодежь, является самым большим потребителем интернет ресурсов, кинематографа и музыкальных произведений?

Многие недооценивают всю силу агитационных кампаний, когда говорят, что они на них совершенно не влияют. Ведь в большей степени мы знаем кандидатов на различные посты из рекламных роликов по телевидению, социальных видеороликов в интернете, дебатов и баннеров на улице. Но не только мы узнаем о кандидатах. Многие законопроекты, точнее их критику, мы можем наблюдать в социальных сетях. Посты с громкими заявлениями всегда привлекают внимание пользователей, собирают положительные и негативные комментарии и складываются в определенное мнение у большинства населения. Конечно, не исключен факт игнорирования подобных картинок и роликов, но обсуждения определенных проблем, часто мелькающих перед пользователями, выходит за пределы интернет сети и продолжает жить на устах людей, но уже в качестве сложившегося и закоренелого субъективного мнения, которое набирая обороты и попадая из уст в уста, становится для большинства населения довольно объективным.

Агитационная программа живет уже слишком давно как форма привлечения внимания. Она с давних времен пользуется большим успехом, ведь это «законный наговор» на потенциального врага.

Допустимы следующие методы предвыборной агитации в Российской Федерации:

- призывать голосовать за или против кандидата
- выражать предпочтение кандидату любым законным способом;
- рассказывать о возможных последствиях в случае, если кандидат будет или не будет избран,
- распространять информацию о каком-либо кандидате в сочетании с позитивными или негативными комментариями;

- распространять информацию о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных обязанностей;
- способствовать созданию положительного или отрицательного отношения к кандидату посредством любой законной деятельности.

Агитацию мы видим и в лозунгах женщин, которые боролись за свои права в 17-19 веках, и в революциях в различных странах, в том числе и революции в России 1905 – 1907 и 1917 годов, и даже сейчас, когда видим лозунги "за здоровый образ жизни", "против мусора" и т.д. «В стране издавалось огромное число газет и журналов. При этом были свои газеты для города и для деревни, для молодежи, для женщин, для представителей разных национальностей (на их коренном языке)» [1]. Конечно, можно вспомнить огромное количество агитационных программ в наше время. Но больше всего и чаще всего вспоминается именно агитация политическая. Она является самой распространённой, красочной, привлекательной и действенной. С помощью политической агитации можно разразить скандал или устроить переворот, подтолкнуть людей к миру или даже протестам.

Агитация - это вид привлечения внимания, который всегда давит своей краткостью, ясностью и не двусмысленностью. За счёт этого он наиболее эффективно влияет на запоминание и проявляет себя в самых неожиданных дискуссиях, статьях и работах.

Хорошая агитационная программа не появляется ровно в срок предвыборной кампании, скорее она отголосками вспоминается в этот период. Для более действенного эффекта, фильмы, клипы, музыка, стихи, реклама и провокационные заявления появляются намного раньше и медленно, но верно, заполняют различные соц. сети и телевидение.

Можно заметить, что агитация и "за" и "против" несёт и положительный и отрицательный комментарий, но важным условием все же является "остаться на языке".

Слово «борьба» в современном обществе не носит резко негативного характера. Его применяют во многих сферах и соревновательных моментах. Но современное общество для борьбы за лучшее должен применять не только силу, как это было в прошлом, но и показывать свои творческие способности. Таким образом, можно ввести термин «креативная борьба»

Креативные технологии для борьбы за лучшие условия с каждым годом развиваются, а общество и особенно молодое поколение с удовольствием это принимает. Новая борьба стала новым видом культуры, который эффективно и эффектно вливается в нашу жизнь.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андрей Гурьев. Как закалялся агитпроп. М.: ООО «Научно-издательский центр «Академика», 2011. 432 с.
2. Зелинский Я. В. Формы и методы предвыборной агитации: проблемы идентификации - журнал. Научный вестник Омской академии МВД России. 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-i-metody-predvybornoy-agitatsii-problemy-identifikatsii>
3. Малюков А. А. Проблемы правового регулирования предвыборной агитации в Российской Федерации : дис . канд. юрид. наук. М. , 2004. С. 92-93.
4. Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 29.05.2019) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»

#### REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Andrej Gur'ev. Kak zakaljalsja agitprop. M.: ООО «Nauchno-izdatel'skij centr «Akademika», 2011. 432 s.
2. Zelinskij Ja. V. Formy i metody predvybornoj agitacii: problemy identifikacii - zhurnal. Nauchnyj vestnik Omskoj akademii MVD Rossii. 2013. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-i-metody-predvybornoy-agitatsii-problemy-identifikatsii>

- 
3. Maljukov A. A. Problemy pravovogo regulirovanija predvybornoj agitacii v Rossijskoj Federacii: dis . kand. jurid. nauk. M. , 2004. S. 92-93.
  4. Federal'nyj zakon ot 12.06.2002 N 67-FZ (red. ot 29.05.2019) «Ob osnovnyh garantijah izbiratel'nyh prav i prava na uchastie v referendume grazhdan Rossijskoj Federacii»

Поступила в редакцию 27.02.2020.  
Принята к публикации 29.02.2020.

---

*Для цитирования:*

Несина В.В. Агитация в системе политической конкуренции // Гуманитарный научный вестник. 2020. №1. С. 87-90. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/gv2001Nesina.pdf>