

1. Цели общенаучного метода абстрагирования

Абстрагирование - мысленное отвлечение, цель которого:

- 1) выделять из изучаемого явления наиболее существенные свойства и черты
- 2) сопоставлять эти черты с чертами других явлений
- 3) делать обобщения или выявлять различия на основании сопоставления
- 4) оперировать уже существующим понятийным аппаратом или формулировать собственный

2. Анализ понятия. Уровень абстрагирования

Предельная
абстрактность

Идеология - система взглядов и идей, в которых осознаются и оцениваются отношения людей к действительности и друг к другу, социальные проблемы и конфликты, а также содержатся цели (программы) социальной деятельности, направленной на закрепление или изменение (развитие) данных общественных отношений



Коммунистическая идеология - общее название учений, провозглашающих целью отмену частной собственности и освобождение человека и общества от экономического и социального гнета путем установления общественной собственности на средства производства. Основные положения выработаны марксистским учением



Идеология СССР - государственная идеология, использующая в качестве основы марксистско-ленинское учение. Главными ценностями провозглашались коллективизм, высокое достоинство труда, интернационализм, сознательность через высокий уровень осмысленности жизни.



Советская пропаганда - практическая форма донесения до широких масс исповедуемой государством коммунистической идеологии



Историческое явление: Советская пропаганда 1946-1970 гг. Политическое могущество СССР после Второй Мировой Войны сделало реальной перспективу создания

социалистического лагеря. Обозначилось противостояние с блоком капиталистических государств на основании идеологических различий вошедшее в историю как Холодная война. В подобных условиях одним из ключевых факторов победы стала успешная пропагандистская работа, которая достигает своего расцвета в первые десятилетия Холодной войны нижняя хронологическая граница обусловлена общепринятой условной датой начала Холодной войны. Верхняя связана с общим снижением наступательности советской пропаганды, вызванным идейным застоем социалистической системы и снижением напряженности в противостоянии с Западом.



Агитация - наиболее практическая часть советской пропаганды, которая с помощью конкретного лозунга или образа побуждает массы к определенному действию или политическому поведению.



Плакат - одна из форм агитации, текстовое содержание и образ которого, носит наиболее постоянный и устойчивый характер. В связи с этим призван нести сильный эмоциональный заряд и пробуждать «чувства высшего порядка»



Плакаты на тему международных отношений. Одна из ведущих сфер агитации Холодной войны, имевшая целью негативное изображение идейного противника – капиталистического блока, положительное изображение союзников по социалистическому содружеству, призывы к интернационализму и борьбе за мир.



Плакаты на тему Советско-китайской дружбы. Были широко распространены с 1949 г. и до середины 1960-х гг. Пропагандировали идею нерушимости военного, производственного и культурного сотрудничества.



Предельная
конкретность

Плакат «Нашу дружбу крепим не словами, а делами» 1956 г. Худ. Е.Соловьев. Отражает тенденцию популяризации отправки советских специалистов в КНР для передачи опыта китайскому производству. Существовала также практика приезда китайцев в СССР на обучение.

3. Методы абстрагирования (на примере агитационного плаката)

Тема: Советская пропаганда 1946-1970 гг.

Полностью изолирующее абстрагирование. Рассматривается агитационный плакат как таковой: описание изображения, анализ выразительных средств с художественной и психологической точки зрения, лингвистический анализ призыва. Указание выходных данных плаката: автор, год и место печати, тираж. Например, плакат «Нашу дружбу крепим не словами, а делами!». В сюжете плаката советский рабочий дает рекомендации китайскому коллеге по металлургическому производству. Плакат выполнен в ярких цветах, образы реалистичны, весьма точно переданы детали. Образы имеют положительный характер. В основе призыва лежит повествовательное по цели высказывания и восклицательное по интонации предложение. В его конструкции содержится антитеза. Выходные данные: Худ. Е.Соловьев, М., 1956 г., 100000 экз.

Частично изолированное абстрагирование. На основании фактического содержания агитационных плакатов определяется их тематическое содержание, также сферы и условия, в которых они имеют актуальность. Плакат «Нашу дружбу крепим не словами, а делами!» является примером наглядной агитации посвященной советско-китайской дружбе. Так как в основу сюжета помимо идеи интернационализма заложен и производственный мотив, наибольшее распространение плакат, вероятно, имел на промышленных предприятиях.

Отождествляющее абстрагирование. Плакаты на тему советско-китайской дружбы в целом позволяют задавать хронологические рамки политического и идеологического сотрудничества СССР и КНР. Впервые они появляются в конце 1949 г. Наибольшее их распространение приходится на 1950-е гг. С 1959 г. начинается спад. С 1966 г. отношение к Китаю в пропаганде приобретает прямо противоположный характер, выражающий критику в адрес антисоветского курса Мао Цзе Дуна в рамках Культурной революции.

Идеализация и сопоставление с идеалом. В процессе анализа плакатов, выявляются присущие исключительно данной тематике или сфере черты и в

совокупности образуют идеал. Суммируя наиболее часто встречающиеся черты, можно сказать, что плакат о советско-китайской дружбе, как правило, содержит: два основных действующих лица, символику СССР и КНР, призывы с рядом ключевых слов («дружба», «сотрудничество», «общая цель», «мир»). С другой стороны, опираясь на правительственные распоряжения, указывающие на основные критерии пропаганды на международную тематику, и взяв их за идеал, можно выявлять степень их отражения в каждом отдельном плакате.

Разворачивание фрагмента. Анализируя содержание призыва и сюжеты плакатов, можно судить о требованиях, которые государство предъявляет обществу, стоящие за ними идейные установки и этические принципы. Различая плакаты тематически с учетом их тиража и сфер распространения можно выявить наиболее актуальные проблемы, общественные язвы (если речь идет о сатирической части агитации), характер международных отношений, а также представления о «добре» и «зле» через образы положительных героев и врагов. Место изготовления плакатов может отражать региональную специфику пропагандистской деятельности. Агитация, изданная в столичных городах, как правило, отражает вопросы всесоюзного значения. Таким образом, факты, полученные из анализа плаката как одной из форм пропагандистских материалов, дает представление о пропаганде в целом, а также о социальном, политическом и морально-этическом климате общества.