

Секция «Молодежь в трансформирующемся российском обществе»

**«Визуальный образ советской молодежи в СССР в 1930-е гг.»**

**Научный руководитель – Гарифзянова Альбина Раисовна**

***Каишев Илья Николаевич***

*Студент (бакалавр)*

Елабужский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета, Елабуга, Россия

*E-mail: kaishevoo@gmail.com*

**«Визуальный образ советской молодежи в СССР в 1930-е гг.»**

***Научный руководитель: Гарифзянова А.Р.***

***Каишев И.Н.***

*Студент*

*г. Елабуга, Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета.*

*E-mail: Kaishevoo@gmail.com*

Для современной России сегодня характерна интересная тенденция, связанная с идеализацией советского через массмедиа, а происходит это на экране телевизора, в Интернете и во всевозможных средствах массовой информации. Молодежь, которая не была свидетелями того времени зачастую идеализирует те образы, которые транслируют нам с экранов телевизоров. Поэтому происходит создание вымышленного (нереального) образа советской молодежи и соответственно мы видим сравнение советской идеальной молодежи с современной. Советская молодежь представлялась не только через рассказы, песни, мероприятия, и, в целом, молодежную политику в сфере спорта и физкультуры, но прежде всего, через самый доступный агитационный инструмент - плакат. Визуальные образы советской молодежи легко считывались и были понятны всем. Поэтому возможность рассмотреть, какой была молодежь в 1930-е годы, а также как конструировался их образ через плакаты, является актуальной темой для современного исследователя.

Плакат долгое время занимал лидирующие позиции в системе изобразительного искусства. Среди причин данной тенденции была: массовость, коллективный характер работы по изготовлению, а также связанная с отходом от искусства как досугового потребления. Поэтому неудивительно, что он стал одной из доминирующих форм искусства и пропаганды

\*\*\*

Таким образом, мы пришли к выводу, что агитационный плакат является важным пространством создания представлений о том, каким должен быть советский молодой человек, к чему он должен стремиться и как должен жить. Плакат превращается в своеобразный язык коммуникации власти и молодежи. Анализируя плакаты рассматриваемого времени, в целом, понятны основные ожидания власти от советской молодежи «как надежды» Советский плакат в сфере спорта носит идеологизированный характер и его основными функциями остается пропаганда и конструирование образа правильного советского человека.

**Список литературы**

- 1) Воропаев Д.В Особенности советского агитационного спортивного плаката // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма . 2015. №1.
- 2) Лежень Е.Е. Плакат как средство политическом агитации в 1917 1930-е годы // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. -2013. №3
- 3) Омельченко Е.Л. Молодежные культуру и субкультуры. - М.: Институт социологии РАН, 2000.
- 4) Штомпка П. Визуальная социология. - М.: Логос, 2007.