

**КОМСОМОЛЕЦ НА СОВЕТСКОМ ПЛАКАТЕ 1918–1941 ГГ.:  
ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ И ЭВОЛЮЦИЯ ОБРАЗА**

DOI 10.34685/ИИ.2026.84.34.013

**Слесарчук Владислав Алексеевич,**

старший научный сотрудник  
Нижегородского государственного историко-архитектурного  
музея-заповедника (Нижний Новгород)  
Email: stalker7503@yandex.ru

**Аннотация.** *Статья посвящена образу комсомольца в советском политическом плакате в предвоенный период (1918–1941). Плакат использовался советской властью в качестве одного из основных средств убеждения населения, обладавшего свойством кратко и доходчиво доносить необходимую информацию. В соответствии с колебанием линии партии изменения претерпевал и образ комсомольца. Автор на широком визуальном материале рассматривает специфику художественных приемов, тем и образов визуальной пропаганды. Язык плаката показывал молодому человеку основные жизненные стратегии в широком диапазоне: от организации досуга до навыков военной службы. Сделан вывод о высокой эффективности визуальной пропаганды, сыгравшей важную роль не только в общепросветительском аспекте, но и подготовке молодежи к Великой Отечественной войне.*

**Ключевые слова:** комсомол, образ комсомольца, советский плакат, советская пропаганда.

Партийно-государственная пропаганда являлась важной составляющей жизни всего советского общества, особенно в те предвоенные десятилетия, речь о которых идет в заглавии. Далеко не последнее место в системе ее образов и идейных посылов зрителю – рядовому советскому гражданину – занимала модель если не идеального, то «правильного» человека. Правильные советские гражданин и гражданка любого возраста обитали в художественных текстах, живописных полотнах, кадрах кинофильмов, передовицах газет, плакатных листах – словом, в окружавшей человека массовой культуре, создававшейся как единый проект.

Объективная реальность вокруг нас, сложная геополитическая обстановка постсоветского пространства и связанные с этим вызовы заставляют активно исследовать практики социалистического общества, в том числе – советский опыт воспитания «человека созидającego». Несмотря на противоречивые отношения к последнему в наше время, надо признать: советский проект имел как слабые, так и сильные стороны, скрывавшие в себе определенный потенциал, который не был использован должным образом. Комсомол был важной ступенью на жизненном пути молодого человека; помимо поставщика кадрового резерва для партии, Союз молодежи служил местом, где индивид глубже вливался в коллектив, проходя социализацию.

Цель данной работы – подробно исследовать образ советского комсомольца в его развитии в предвоенные десятилетия.

Вкупе с семиотическим разбором визуального материала (один из основных источников – плакаты комсомольской тематики) использован и классический диахронный метод. Также в силу специфики темы считаем необходимым привлечение в качестве инструментария методов диалектики, позволяющей проследить взаимовлияние пропаганды на сознание масс и воплощение соответствующих поведенческих моделей в реальной жизни.

Историография вопроса довольно объемна в части, касающейся более широких аспектов пропаганды. Вопросам образов комсомольской пропаганды посвящены работы А.Н. Соболевой [17; 18]. Проблемы более общих теоретических и практических аспектов создания новой личности затрагивает Е.С. Молостова [11]. Важной составляющей была военная подготовка молодежи, значимой частью

которой был пропагандистский компонент, раскрываемый целым рядом отечественных исследователей: Н.П. Панковым, В.И. Мосеевым, Н.В. Черкуновой [19]. Эффективность механизмов пропаганды так или иначе осмысливается большинством авторов (Н.Б. Арнаутов [1], Н.Н. Билим [2], К.А. Якимов [21]), рассматривающих комсомол в качестве института управления молодым поколением. Если же обращаться к визуальному материалу, то одно из первых фундаментальных исследований советского плаката «по свежим следам» было выполнено В.П. Полонским [15], имевшим непосредственное отношение к системе изобразительной пропаганды в годы Гражданской войны. Б.С. Бутник-Сиверский каталогизировал раннесоветский плакат времен Гражданской войны по темам и авторам [3]. Позднее фундаментальное сочинение по изобразительной пропаганде было создано Г.Л. Демосфеновой [6].

Кроме того, сами мастера советского плаката в жанре соцреализма (В.С. Иванов) показывали создание плаката «изнутри», с особенностями художественной формы и идеологического наполнения [8]. Современные исследователи А.В. Рябов [16] и Н.В. Чаус [19] отмечают, что, учитывая слабую развитость до определенного момента альтернативных средств пропаганды, плакат можно считать одним из главных рупоров государственного голоса. Тематический диапазон его был широк; советскому человеку разъяснялись необходимые базовые постулаты: от функционирования государственной системы СССР и международного положения до аспектов культурно-бытового строительства и узких специализированных тем. В.Ю. Михайлин с соавторами выделяют ряд особенностей воздействия на зрителя, заключающихся в специальных механизмах, усиливающих своего рода «вовлечение» смотрящего в особое художественное пространство, где происходит соответствующее идеологическое перевоспитание [10]. Сравнительный анализ визуального материала Гражданской войны и его стилей проводит Е.А. Орех [13]. Таким образом, важность плаката в качестве коммуникационного канала для зрителей в диапазоне от юности до преклонного возраста, особенно, в первые годы после революции и Гражданской войны, трудно переоценить. Зарубежные исследователи (В. Боннелл [22], П. Кенез [23]) также отмечали эффективность воздействия через визуальную пропаганду, во многом благодаря невысокой грамотности и культурной специфике восприятия изображения.

Многие государственные деятели Страны Советов отдавали себе отчет в важности просвещения миллионов людей путем не только централизованного обучения, но и емкого, лаконичного убеждения в привлекательной внешней форме. Этому служил план монументальной пропаганды [5], тем же самым, но в более стремительном темпе, должен был заняться, в том числе, и советский плакат. Примечательна беседа А.В. Луначарского с В.И. Лениным в 1918 г. относительно конкретных пропагандистских шагов искусства, о которой нарком просвещения рассказал в своих воспоминаниях. По задумке Ленина «надо было украсить здания, заборы и т.п. места, где обыкновенно бывают афиши, большими революционными надписями» [9, с. 306]. Данный шаг действительно представлялся более осуществимым в условиях острой нехватки кадров и ресурсов, особенно в сравнении с затратами на строительство скульптурных изваяний, пусть и небольших. Словом, тогда были намечены основные точки приложения визуальной пропаганды, главным воплощением которой и стал плакат, сочетавший яркий художественный образ в купе с запоминающимся, эффективным лозунгом или текстом.

Плакат в первые годы после революции и в период до Великой Отечественной войны являлся одним из важнейших инструментов пропаганды, учитывая отсутствие во многих местностях кино- и радиофицированных пунктов. Восприятие изображенного на плакате варьировалось в зависимости от местности: если городской житель ранее был как-то приучен к подобному зрелищу пестротой красочных афиш и вывесок улиц, то крестьянин, очевидно, воспринимал плакат острее, учитывая, что в деревенской среде предметы изобразительного искусства встречались в основном в виде икон или лубка. Теперь же, зачастую сохраняя притягивающую художественную форму, необходимо было полностью поменять идейное содержание, сделав его «правильным», отвечающим государственным задачам. Уже упомянутый выше В.П. Полонский писал: «Он [плакат] кричит с забора, со стены, с витрины. Он нагло прыгает прохожему в зрачки. Хочет прохожий того или не хочет, занят он или нет, спешит или убивает время – плакат внимание на себя обратил. <...> Его задача – выйти из ряда, пробиться вперед из массы листов, афиш, объявлений, облепивших заборы и стены. И то, что хочет, плакат должен сказать в один прием, без разжевыванья, без размышлений» [15, с. 7]. В этом экспрессивном описании, тем не менее, доходчиво описаны основные преимущества плаката – «ударное» воздействие на зрителя, яркая гамма, выделяющаяся на общем фоне, возможность тиражирования и широкого распространения. Последнее было особенно важным в условиях невысокой

грамотности населения. Предположим, что именно в силу указанных причин: дефицита привлекательного визуального материала, отсутствия «насмотренности» и богатого зрительского опыта, – более или менее профессионально исполненное изображение на плакате воспринималось ярче, чем информация по обычному каналу связи, будь то спешно нарисованный лозунг или речь агитатора (что, впрочем, не исключает дополнения одного другим).

О восприятии плакатного искусства зрителем тех лет наглядно говорят не только воспоминания, но и художественные тексты – например, повесть А. Рыбакова «Кортик» (1948), один из главных героев которой замороженно рассматривает агитплакаты на стене вагона военного эшелона, «в картинках» рассказывающие о ходе революции, Гражданской войны и интервенции, – все это показывает универсальность воздействия изображения как на взрослую, так и малолетнюю аудиторию. Вероятнее всего, в этом отрывке нашел отражение личный опыт автора, чьи детские впечатления легли в основу текста.

Известны также примеры мотивации с помощью плакатов и более взрослого зрителя – и, несмотря на относительную конъюнктурность источника, они достаточно показательны для своего времени. Так, в прошедшем «литературную обработку» коллективном сборнике мемуаров бывших участников Волжской военной флотилии описывается эпизод на Сормовском заводе, когда в критические месяцы 1918–1920 гг. вопрос с невыполнением производственного плана решается агитаторами путем именно визуальной пропаганды: «Сними в конторе бесполезно висящий плакат с красным красноармейцем и приколи его против рабочего места того формовщика. Пусть красноармеец спросит его: “Что ты сделал для фронта?”. Через день этот формовщик дал выработку в три раза больше» [4, с. 208]. Притчей во языцех стал известный плакат Д. Моора «Ты записался добровольцем?» (1920) и почти сверхъестественная способность изображенного на нем красноармейца смотреть зрителю прямо в глаза благодаря простому, но эффектному художественному приему.

Комсомолец в качестве главного героя плаката (и сам комсомольский плакат как таковой) фиксируются уже в годы Гражданской войны. Плакат предлагал несколько моделей поведения конкретно для молодого строителя коммунизма: в начальный период Гражданской войны и становления советской власти – солдат, по первому требованию партии встающий на защиту социализма; в более размеренной, мирной обстановке – активный член и строитель социалистического общества, способный выступить в качестве политагитатора; технически подкованный, инициативный гражданин – причем владеющий разнообразными навыками как в мирной, так и военной сфере. Готовность встать в строй не отменяла одновременной необходимости осваивать азы грамоты (в т.ч. политической), о чем говорят многие плакаты предвоенного периода. Приметой времени служит апелляция к международному молодежному движению в лице КИМ (Коммунистического интернационала молодежи) – отголосок несостоявшейся общеевропейской революции. Ранние выявленные листки несут на себе следы творческого поиска и «разноголосицы» первых послереволюционных лет. Технически они исполнены на весьма различных уровнях, что, опять же, говорит о нехватке ресурсов и обученных художественных кадров. Также при выявлении следует учесть, что на первых порах могли иметь место локальные варианты плакатов, не расходившиеся дальше территории какой-либо губернии, в отличие от более поздних массовых образцов.

В большей степени плакат показывал человеку его дальнейшие жизненные стратегии. Широко применялся метод визуального противопоставления: например, плакат «Иди в наш стан, пока не поздно. Учись работать, жить учись!» (неизв. автор, 1919; ГК-2371906; здесь и далее приводятся ссылки на индивидуальный номер предмета в Государственном каталоге Музейного фонда РФ. – В.С.) выстраивает подобную антитезу через показ разных условий труда и рабочего досуга до революции и в новом обществе, сопровождая картины нового быта поэтическим комментарием Д. Бедного. «Читая» визуальный текст слева направо, зритель через неприглядные картины плохой организации труда и повального пьянства после работы приходит к «норме» в виде колонны рабочих, идущих в опрятное здание с красным флагом (клуб) на фоне ровных шеренг заводских труб. Похожую схему противопоставления старого и нового быта использует работа «Юноши и девушки! Все в союз коммунистической молодежи!» (Н. Купреянов, 1920–1921; ГК-44178823). На плакате неизвестного автора «К пролетарской молодежи» (1920; Нижегородский государственный историко-архитектурный музей-заповедник (далее – НГИАМЗ). ГОМ-15446/33) сопоставление пролетариата России и Запада (где наглядно демонстрируются преимущества первого) усилено за счет опять-таки поэтического текста, призывающего к вступлению в РКСМ. Несколько оторванной от общего контекста выглядит

лаконичная работа «Все под красное знамя Союза» (Г. Любарский, 1920), выполненная в более символистском ключе, изображающая двух полуобнаженных антиклизированных (стилизованных под античность. – Ред.) юношей под огромным алым стягом.

Ранний период комсомольского плаката активно задействовал интернационалистский контекст, вовлекая отечественный Союз молодежи в общемировой процесс классовой борьбы; советская молодежь получала напоминание о наличии аналогичных прогрессивных движений за рубежом (в 1919 г. была учреждена молодежная секция Коминтерна). Художественно плакаты на данную тему



использовали мотив единения в цепь трудящейся молодежи всего мира подчеркнуто разных национальностей (работы «Да здравствует международный праздник молодежи» (неизв. автор, 1917–1922; ГК-44671988), «Коммунистический интернационал молодежи – заря будущего» (неизв. автор, 1920-е), «КИМ наше знамя» (А. Страхов-Брацлавский, 1925) или одиночной фигуры, поднимающей народные массы, топчущие символику старого, «капиталистического» мира («Коммунистический интернационал молодежи зовет в свои ряды угнетенную молодежь всех стран» (неизв. автор, 1921–1925; ГК-23689087)) (Рис. 1). Центральный персонаж здесь имеет подчеркнуто «рабочее» происхождение, при этом художественно отличаясь от масс лишь более подробной проработкой деталей.

Одним из главных по значимости и повторяемости на плакате концептов была тема готовности к мобилизации и активному участию в жизни вооруженных сил. В годы Гражданской войны это выражалось в прямом призыве к вступлению в ряды армии («Красная молодежь должна уничтожить польскую помещичью гадину, чтобы вернуться скорее к труду» (неизв. автор, 1918–1920)), в авангардном стиле сочетания ярких цветовых пятен и ломаных линий. Дальнейшее развитие темы

сконцентрировалось на пропаганде поддержки армии и флота, тем более что на V съезде РКСМ (1922) комсомол официально взял шефство над РККА. Иногда это композиционно сложное произведение, структурно представляющее инфографику: например, в работе «Комсомол – шеф над красным флотом» (неизв. автор, 1924; ГК-20521598), с использованием новаторского на тот момент приема фотоколлажа (сочетание рисунка и фото реальных людей и объектов). Идеино сюда же примыкают темы всеобщего и военной подготовки.

Количество соответствующих печатных листов гораздо больше уже в следующее десятилетие. Символически они зачастую содержат образы идеализированных молодых людей в сочетании с демонстрацией тактических навыков, необходимых для усвоения («Каждая комсомолка должна овладеть боевой техникой обороны СССР» (М. Бри-Бейн, 1932; ГК-14315274); «Комсомольцы! Военный экзамен сдадим на отлично» (Н. Кочергин, 1934); «Комсомольцы! Выполним требования товарища Ворошилова» (В. Елкин, 1932; ГК-13627429) или же непосредственно военная техника (как правило, самолет): показательна работа «Молодежь – на самолеты» (Г. Клуцис, 1934), где едва ли не довлеющее положение на плакате занимает самолет-гигант АНТ-20, на который обращены взоры советской молодежи, призванной «освоить» чудо инженерной мысли. Связка «молодежь – техника» (самолет, трактор, станок или же общий индустриальный пейзаж) в принципе является расхожей не только на плакате, но и шире – в изобразительном искусстве (что, на наш взгляд, является задачей для отдельного исследования), дополнительно подчеркивая прогрессивный характер молодого поколения и роли, которая на него возлагалась в то время.

К началу 1930-х гг. относится важная веха в эволюции плаката как инструмента пропаганды: выход постановления ЦК ВКП(б) «О плакатной литературе» (1931), введившего более упорядоченные механизмы создания, утверждения агитматериалов, которыми отныне занимался ИЗОГИЗ. Данный

документ необходимо рассматривать в контексте общих процессов начала 1930-х гг. по централизации работы «инженеров человеческих душ»: кинематографистов, писателей, художников. В одном из посвященных плакатному искусству изданий его авторы отмечали по-прежнему сохранявшиеся проблемы в этой сфере: неясные лозунги, формалистские приемы, отсутствие кадров, слабая работа по адаптации визуальных материалов для национальных республик [7]. Любопытно, что авторы сборника критикуют в принципе творческий метод создания плакатов по сравнению с годами Гражданской войны, объясняя это тем, что если десятилетием ранее для огромной массы людей плакат был чем-то прогрессивным, то в 1930-е гг. он уже является обыденностью, не имеющей такого сильного воздействия на массы [Там же, с. 116]. Замечание можно считать отчасти справедливым, учитывая постепенное распространение в это время радио и кино, однако, на наш взгляд, технические новшества в жизни советского человека не конкурировали с традиционным плакатом, а, скорее, дополняли и усиливали его сигналы.

Пропаганда участия комсомольцев во всех кампаниях новой власти перетекает из предыдущего десятилетия далее, в 1930-е гг. Группа плакатов с призывами к проявлению своей активности довольно разнообразна: здесь фигурирует промкооперация: «Комсомол, готовь культурных кооперативных работников» (неизв. автор, 1927; ГК-12032322), «Комсомольцы! Усильте свое участие в кооперации...» (В. Гранди, 1926–1929; ГК-53970445); почину в области организации сельского хозяйства: «Комсомольцы, в первые шеренги в борьбе за большевистские темпы, за овладение техникой, за организационно-хозяйственное укрепление колхозов» (В. Люшин, 1932; ГК-11968910), «Комсомольцы – в первые ряды большевистского ударного сева» (К. Елисеев, 1930; ГК-49685608), «Коммунисты, комсомольцы и ударники колхозов, совхозов и МТС, овладевайте агротехникой, укрепляйте колхозные бригады, боритесь за высокий урожай, за своевременное выполнение производственных заданий!» (Б. Шварц, 1933; ГК-48184883), «Комсомолец, изучай и береги трактор» (неизв. автор, 1930-е; ГК-46123313), «100 процентов деревенских комсомольцев – в колхоз» (неизв. автор, 1930; ГК-35415215). Особенно ярким выглядит последний образец, где символическим указующим жестом рабочий направляет колонны комсомольцев под красными знаменами на обработку целины; отражением процесса механизации служит повторяющийся ритмичный мотив трактора как символа прогресса. Притом механизм не представлен «вещью в себе» – изображенный в связке с комсомольцем-трактористом он предстает инструментом преобразования действительности на социалистических принципах.



Отдельной категорией в плакатном искусстве выступает сюжет, прославляющий сам по себе комсомол, международное молодежное движение, а шире – правильно организованную молодежь, занятую созидательным трудом, интеллектуально и физически развитую, которая всегда находит себе применение в рамках советского общества, равно как и готова выполнить любое указание руководства. Работы вкупе с лозунгами, таким образом, должны были подчеркнуть высокую ответственность звания комсомольца, напоминая о преемственности от старших к младшим – партии и пионерии. Подобные нарративы прослеживаются все предвоенные десятилетия: «Да здравствует комсомол!» (А. Самохвалов, 1924, (Рис. 2); НГИАМЗ. ГОМ-23498/10), «За многомиллионный Ленинградский комсомол!» (С. Сенькин, 1931; ГК-56277625), «Весь комсомол – одна ударная бригада» (неизв. автор, 1931; ГК-11967960), «Комсомол – ударная бригада пятилетки» (В. Люшин, 1931; ГК-46457494), «Ленинскому комсомолу достойную смену» (С. Сенькин, 1933; ГК-14314091), «Да здравствует многомиллионный дважды орденоносный Ленинско-Сталинский комсомол!» (А. Мартынов, 1938; ГК-51375986), «Шагай вперед, комсомольское племя...» (Е. Мельникова, 1938; ГК-46125665), «Комсомольский билет – ответственнейшее обязательство...» (неизв.

автор, 1932; ГК-14396144). Молодые люди изображены коллективно, порой может быть выделен один или несколько человек, но всегда они мыслятся как часть целого: бригады, экипажа, праздничной колонны и т.п. Выделялась ответственность держателя комсомольского билета, выделенного в качестве знаковой, почти сакральной вещи. Как правило, сюжетно значимые символы, персонажи размещены в центральной части композиции, привлекающей внимание зрителя. Подчеркнута обязанность участия в локальных выборах в органы власти – хотя подобный сюжет нельзя назвать слишком распространенным (в отличие от визуализаций тем труда, военной службы, саморазвития) и

приурочен был он, как правило, к конкретным выборам, например, в Верховный Совет: «За счастливую юность голосует советская молодежь!» (В. Корецкий, 1937; ГК-36602224).

Стоит также выделить исключительно текстовый вариант, который, обладая пусть и не такой силой воздействия, как классический печатный плакат, тем не менее, был в употреблении. Можно заметить, что в некоторых случаях текст воспроизводил лозунг какого-либо известного плаката, что позволяет предположить их бытование в качестве своеобразного усиления или «напоминания» зрителю уже известного ему красочного листка. Очевидно, что подобные постеры могли быть выполнены для агитации на местах без привлечения профессиональных художников: «Коммунистический союз молодежи – залог великого будущего советской России!» (1920-е; ГК-28005672), «Да здравствует Ленинский комсомол – шеф морского и воздушного флота» (1930-е; ГК-14591119), «Да здравствует комсомол – верный помощник большевистской партии!» (1939; ГК-16825489), «Девушка, работница и крестьянка, иди в ряды комсомола...» (1928; ГК-32955641), «Коммунистический интернационал молодежи – заря будущего» (1920-е; ГК-10029914), «Профсоюзы и комсомол должны усилить работу...» (1928–1932, *Рис. 3*; НГИАМЗ. ГОМ-2747/45), «Комсомолец, что ты сделал для успешного выполнения финансового плана?» (1928–1932, *Рис. 4*; НГИАМЗ. ГОМ-2747/136), «Комсомолец! – будь застрельщиком...» (1928–1932, *Рис. 5*; НГИАМЗ. ГОМ-2748/111). В целом же подобный вид источника в силу его специфики (не столько плакат, сколько в большей степени листовки) можно рассматривать в качестве отдельного объекта исследования.



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5

Таким образом, плакат всецело был подчинен задачам политики государства по разным направлениям. После стихийного всплеска работ в разных стилях в 1920-е гг. в следующее десятилетие создание плаката становится более контролируемым процессом, растет его тематический охват, стиль находит свою сдержанную, но доходчивую интонацию; вместе с тем все более заметна подготовка к возможным военным конфликтам. Авангардные, яркие работы постепенно уступают место более сдержанным постерам в жанре соцреализма. Плакат показывал в

основном идеализированную картину реальности, которую, однако, стоит на наш взгляд воспринимать не только как соцреалистическую «лакировку действительности», а в качестве призыва к конструктивному изменению зрителем этой самой действительности в лучшую сторону. Главные герои, без которых немыслимы все позитивные изменения – юный комсомолец (комсомолка) улыбочивы, физически здоровы, изображены в процессе труда (социально одобряемого и понятного зрителю) или в статичной позе, выражающей уверенность и спокойствие. Если написанный художником образ был идеализированным (хотя и отталкивался, вероятно, от реальных натурщиков), то использование техники фотомонтажа приносило в плакат толику документальности и реализма. С отпечатка смотрел на зрителя уже не абстрактный персонаж, а живой человек, с которым было проще себя отождествлять. Плакат в 1930-е гг. воздействовал не сам по себе, но в единой образной системе пропаганды, донося в связке вместе с другими артефактами культуры и искусства общий посыл. Плакаты же последующего периода – 1940-х гг. – усиливали и актуализировали уже заложенные десятилетием ранее поведенческие модели в экстремальных условиях военного времени.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Арнаутков, Н. Б. Система образов в агитационно-пропагандистских кампаниях консолидационного типа (1935–1937 гг.) // Социальная мобилизация в сталинском обществе (конец 1920-х – 1930-е гг.). – Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т, 2013. – С. 348–366.
- [2] Билим, Н. Н. Молодёжная политика СССР и её реализация на Советском Дальнем Востоке (ноябрь 1922 г. – июнь 1941 г.): автореф. дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02. – Астрахань, 2015. – 38 с.
- [3] Бутник-Сиверский, Б. С. Советский плакат эпохи Гражданской войны. 1918–1921. – Москва : Всесоюз. кн. палата, 1960. – 695 с.

- [4] Вспоминая былые походы : Сборник воспоминаний ветеранов Волж. Воен. флотилии (1918–1920). – Горький : Волго-Вят. кн. изд-во, 1968. – 216 с.
- [5] Декрет о памятниках Республики // Электронная библиотека исторических документов : сайт. URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/9065-dekrety-sovetskoj-vlasti-t-ii-17-marta-10-iyulya-1918-g#mode/inspect/page/104/zoom/4> (дата обращения: 01.01.2026).
- [6] *Демосфенова, Г. Л.* Советский политический плакат. – Москва : Искусство, 1962. – 442 с.
- [7] За большевистский плакат. Задачи изоискусства в связи с решением ЦК ВКП(б) о плакатной литературе. – Москва : ОГИЗ; Ленинград : ИЗОГИЗ, 1932. – С. 26-29.
- [8] *Иванов, В. С.* Советский политический плакат. – Москва : Искусство, 1952. – 72 с.
- [9] Ленин о культуре и искусстве : сб. ст. / сост. *М. Лифшиц*. – Ленинград : Изогиз, 1938. – 324 с.
- [10] *Михайлин, В. Ю.* Шершавым языком : антропология советского политического плаката / В. Ю. Михайлин, Г. А. Беляева, А. В. Нестеров. – Саратов ; Санкт-Петербург : Лиска, 2013. – 124 с. – (Труды Лаборатории исторической, социальной и культурной антропологии. Вып. 20).
- [11] *Молостова, Е. С.* Модели «нового человека» в советский период: подступы к трансгуманизму // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2014. – Т. 28, № 9(180). – С. 168-175.
- [12] *Мосеев, В. И.* Военно-патриотическое воспитание и подготовка молодежи к защите Отечества в 1921–1941 гг.: на материалах Петрограда-Ленинграда и Ленинградской области: дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02. – Санкт-Петербург, 2002. – 190 с.
- [13] *Орех, Е. А.* Гражданская война в образах визуальной пропаганды. – Санкт-Петербург : Скифия-Принт, 2018. – 176 с.
- [14] *Панков, Н. П.* Военно-патриотическое воспитание советской молодежи в 1929 – июнь 1941 гг.: автореф. дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02. – Москва, 2013. – 21 с.
- [15] *Полонский, В. П.* Русский революционный плакат. – Москва : Гос. изд-во, 1925. – 192 с.
- [16] *Рябов, А. В.* Из истории советского политического плаката // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2017. – № 1. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/07SFK117.pdf>. – Текст : электронный (дата обращения: 01.01.2026).
- [17] *Соболева, А. Н.* Пропаганда как форма воспитания советской молодежи в 1920–1930-е гг.: на материалах Бурят-Монгольской АССР // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 12(74). Ч. 1. – С. 165-168.
- [18] *Соболева, А. Н.* Формирование образа героя и врага у советской молодежи в 1920 и 1930-е гг. // Политика и общество. – 2017. – № 10. – С. 78-87;
- [19] *Чаус, Н. В.* Советские плакаты 1917–1920 гг. – основное средство пропаганды социалистической идеологии // Социально-экономические явления и процессы. – 2010. – №6(22). – С. 220-223.
- [20] *Черкунова, Н. В.* Формирование образа героя в 1930-е гг. в СССР как способ военизации сознания молодежи // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2012. – № 27. – С. 1085-1088.
- [21] *Якимов, К. А.* Особенности политического воспитания в комсомоле 1937–1938 гг. // Genesis: исторические исследования. – 2016. – № 5. – С. 148-165.
- [22] *Bonnell, V. E.* Iconography of Power: soviet political posters under Lenin and Stalin. – University of California Press, 1998. – 385 p.
- [23] *Kenez, P.* The Birth of the Propaganda State. Soviet methods of mass mobilization, 1917–1929. – Cambridge University Press, 1985. – 328 p.

#### **YOUNG COMMUNIST ON A SOVIET POLITICAL POSTER: MAIN PECULIARITIES AND EVOLUTION OF THE IMAGE (1918–1941)**

**Slesarchuk Vladislav Alexeevich,**  
Senior Researcher, Nizhny Novgorod State Historical  
and Architectural Museum Reserve(Nizhny Novgorod)

**Abstract.** The article is devoted to the image of a young communist (Komsomol member) in Soviet political posters during the pre-war period (1918–1941). Posters were used by the Soviet government as one of the main tools of communicating and persuading the population, and they had the ability to convey necessary information briefly. The author explores the specific techniques, themes, and images used in such propaganda through a wide thematic range of visual materials. Through their language, posters showed young people's basic life strategies, from leisure activities to military skills. The author concludes that visual propaganda was highly effective, playing an important role not only in education but also in preparing young people for future war conflicts.

**Keywords:** komsomol, image of young communist, Soviet poster, Soviet propaganda.

#### REFERENCES

1. Arnautov N.B. *Sistema obrazov v agitatsionno-propagandistskikh kampaniyakh konsolidatsionnogo tipa (1935–1937 gg.)* [The education system in consolidation-type propaganda campaigns (1935–1937)], Krasilnikov S.A. (eds.) *Sotsial'naya mobilizatsiya v stalinskom obshchestve (konets 1920-kh – 1930-e gg.)* [Social mobilization in Stalinist society (late 1920s–1930s)], Novosibirsk, Novosib. gos. un-t, 2013, pp. 348–366.
2. Bilim N.N. *Molodezhnaya politika SSSR i ee realizatsiya na Sovetskom Dal'nem Vostoke (noyabr' 1922 g. – iyun' 1941 g.)* [Youth policy of the USSR and its implementation in the Soviet Far East: November 1922 – June 1941]: autoabstr. of cand. hist. sc. thesis, Astrakhan, 2015, 38 p.
3. Bonnell V.E. *Iconography of Power: soviet political posters under Lenin and Stalin*, Los Angeles, University of California Press, 1998, 385 p.
4. Butnik-Siverskij B.S. *Sovetskii plakat epokhi Grazhdanskoi voyny. 1918–1921* [Soviet poster of the Civil War. 1918–1921], Moscow, Vsesoyuz. kn. palata, 1960, 695 p.
5. Chaus N.V. *Sovetskie plakaty 1917–1920 gg. – osnovnoe sredstvo propagandy sotsialisticheskoi ideologii* [Soviet posters of 1917–1920s as main medium of propaganda of socialist ideology], *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy*, 2010, no. 6(22), pp. 220–223.
6. Cherkunova N.V. *Formirovanie obraza geroya v 1930-e gg. v SSSR kak sposob voenizatsii soznaniya molodezhi* [Forming of the image of the hero in the 1930s in the USSR as a result of militarization of youth consciousness], *Izvestiya Penzenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V.G. Belinskogo*, 2012, no. 27, pp. 1085–1088.
7. Dekret o pamyatnikakh Respubliki [Decree on the monuments of the Republic], available at: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/9065-dekrety-sovetskoy-vlasti-t-ii-17-marta-10-iyulya-1918-g#mode/inspect/page/104/zoom/4> (accessed: 01.01.2026).
8. Demosfenova G.L. *Sovetskii politicheskii plakat* [Soviet political poster], Moscow, Iskusstvo, 1962, 442 p.
9. Ivanov V.S. *Sovetskii politicheskii plakat* [Soviet political poster], Moscow, Iskusstvo, 1952, 72 p.
10. Kenez P. *The Birth of the Propaganda State. Soviet methods of mass mobilization, 1917–1929*, Cambridge University Press, 1985, 328 p.
11. Lifshits M. (ed.) *Lenin o kul'ture i iskusstve* [Lenin about culture and art], Leningrad, Izogiz, 1938, 324 p.
12. Mikhailin V.Yu., Belyaeva G.A., Nesterov A.V. *Shershavym yazykom: antropologiya sovetskogo politicheskogo plakata* [By rough tongue: the anthropology of the soviet political poster], Saratov, Saint Petersburg, Liska, 2013, 124 p.
13. Molostova E.S. *Modeli «novogo cheloveka» v sovetskii period: podstupy k transgumanizmu* [Models of the “New Human” in soviet time: traits of trans-humanism], *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo*, 2014, vol. 28, no. 9(180), pp. 168–175.
14. Moseev V.I. *Voenno-patrioticheskoe vospitanie i podgotovka molodezhi k zashchite Otechestva v 1921–1941 gg.: na materialakh Petrograda-Leningrada i Leningradskoi oblasti* [Military-patriotic education and preparation of youth for the defense of the Fatherland in 1921–1941: based on the materials of Petrograd-Leningrad and the Leningrad region]: cand. hist. sc. thesis, Saint Petersburg, 2002, 190 p.
15. Orekh E.A. *Grazhdanskaya voyna v obrazakh vizual'noi propagandy* [Civil War in the images of the visual propaganda], Saint Petersburg, Skifiya-Print, 2018, 176 p.
16. Pankov N.P. *Voenno-patrioticheskoe vospitanie sovetskoi molodezhi v 1929 – iyun' 1941 gg.* [Military-patriotic education of Soviet youth in 1929 – June 1941]: autoabstr. of cand. hist. sc. thesis, Moscow, 2013, 21 p.
17. Polonskiy V.P. *Russkii revolyutsionnyi plakat* [Russian revolutionary poster], Moscow, 1925, 192 p.

18. Ryabov A.V. Iz istorii sovetskogo politicheskogo plakata [From the history of the soviet political poster], *Mir nauki. Sotsiologiya, filologiya, kul'turologiya*, 2017, no. 1, available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/07SFK117.pdf> (accessed: 01.01.2026).
19. Soboleva A.N. Formirovanie obraza geroya i vraga u sovetskoi molodezhi v 1920 i 1930-e gg. [Formation of the image of hero and enemy among Soviet youth in the 1920s and 1930s.], *Politika i obshchestvo*, 2017, no. 10, pp. 78–87, DOI 10.7256/2454-0684.2017.10.22816.
20. Soboleva A.N. Propaganda kak forma vospitaniya sovetskoi molodezhi v 1920–1930-e gg.: na materialakh Buryat-Mongol'skoi ASSR [Propaganda as a form of the soviet youth education in the 1920 (by the material of the Buryat-Mongolian Autonomous Soviet Socialist Republic)], *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 2016, no. 12(74), vol. 1, pp. 165–168.
21. *Vospominaniya o proshlykh kampaniyakh: Sbornik vospominanij veteranov Volzh. voyen. flotilii (1918–1920)* [Remembering Past Campaigns: A Collection of Memories of Veterans of the Volga Military Flotilla (1918–1920)], Gorky, Volgo-Vyat. kn. izd-vo, 1968, 208 p.
22. Yakimov K.A. Osobennosti politicheskogo vospitaniya v komsomole 1937–1938 gg. [Features of political education in the Komsomol (1937–1938)], *Genesis: istoricheskie issledovaniya*, 2016, no. 5, pp. 148–165.
23. *Za bol'shevistskii plakat. Zadachi izoiskusstva v svyazi s resheniem TsK VKP(b) o plakatnoi literature* [For the Bolshevik poster. The tasks of art in connection with the decision of the Central Committee of the AUCP(b) on poster literature], Moscow, OGIZ, Leningrad, IZOGIZ, 1932, 130 p.

© Слесарчук В.А., текст, ил., 2026  
Статья поступила в редакцию 01.06.2026.

Ссылка для цитирования:

**Слесарчук, В. А.** Комсомолец на советском плакате 1918–1941 гг.: основные черты и эволюция образа. — DOI 10.34685/ИИ.2026.84.34.013 // Культурологический журнал. — 2026. — № 3(65). — С. 53-61. — URL: [http://journal.ru/rus/journals/767.html&j\\_id=69](http://journal.ru/rus/journals/767.html&j_id=69). — Текст : электронный.