

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Историко-филологический факультет
ПИ им. В. Г. Белинского

Кафедра «История России и методика преподавания истории»

Направление подготовки
Профиль

44.03.01 – Педагогическое образование
История

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Патриотическое воспитание населения СССР в годы Великой Отечественной войны»

Студент

(подпись, дата)

**Максина Альбина
Александровна**

Научный руководитель

(подпись, дата)

Якупова Д.В.

Нормоконтролёр

(подпись, дата)

Первушкин В.И.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 15.05.2018 № 10)

Заведующий кафедрой

(подпись, дата)

Кондрашин В.В.

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № ____)

Секретарь ГЭК

(подпись, дата)

Кузьмина Т.Н.

Пенза, 2018

Содержание

Введение	3
Глава 1. Подвиг как фактор формирования общественного сознания ...	11
1.1. Воинский подвиг и культурно-пропагандистские мероприятия по его освещению в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.	11
1.2. Роль трудового подвига в становлении патриотизма	31
Глава 2. Деятельность партийных, профсоюзных и комсомольских организаций и патриотизм в СССР в военный период.....	44
2.1. Механизмы, формы и методы становления патриотизма в общественном сознании населения.....	44
2.2. Роль партии, профсоюзов и комсомола в воспитании патриотизма...	57
Глава 3. Применение результатов исследования в преподавании истории в общеобразовательных организациях	66
3.1. Технологическая карта внеклассного мероприятия	66
Заключение.....	75
Список использованных источников и литературы	79
Приложения	87

Введение

Актуальность работы. Историческая наука всегда проявляла особое внимание к теме патриотизма. И это не случайно, человечество, анализируя новое поколение, всегда стремилось осознать свое прошлое и узнать будущее. Деятельность по воспитанию патриотического сознания активизируется в переломные моменты развития государства, когда возникает необходимость в массовой интеграции, объединяющей концепции, сочетающей в себе значимые приоритеты Родины, в гражданах, способных отражать эти установки и бороться за их осуществление.

Теоретические положения по воспитанию патриотического сознания СССР были зафиксированы еще в период гражданской войны и в послевоенные годы. С течением времени эти установки незначительно корректировались, особенно накануне Великой Отечественной войны. И только уже непосредственное начало боевых действий заставили по-новому сформулировать и осмыслить формы, средства и методы военно-патриотического воспитания СССР.

Актуальность изучения проблемы становления патриотизма среди населения страны обоснована потребностями исторической науки. С этой точки зрения важно оценить весь массив изданной литературы по проблеме, заявленной в ВКР. Необходим анализ форм и методов патриотического воспитания, выделение положительных наработок советской эпохи.

Вопросы, связанные с воспитанием патриотизма занимают центральные позиции в политике современного российского государства. Это определяется изменившейся военно-политической обстановкой в мире, где перед обществом встает огромное количество вызовов, каждый день граждане РФ сталкиваются с натиском пропаганды жизненных стандартов, массово из СМИ звучат идеи пацифизма и многое другое, что вносит разлад в гражданское общество России. В таких условиях важно найти способ не утратить национальную идентичность и дух привязанности к Отечеству, который

складывался и на протяжении веков. Поэтому современная ситуация вынуждена диктовать условия эффективной работы системы патриотического воспитания граждан. В этом случае логично обратиться к ярким страницам патриотической истории страны, в случае России – события Великой Отечественной войны. Изучив и приняв ошибки, следует использовать действенные методы и способы воспитания патриотизма, практиковавшихся в СССР периода 1941 – 1945 годов. На примерах прошлого можно сформировать человека будущего: истинного патриота, уважающего свою Родину и знающего ее историю.

Объектом исследования является патриотическое воспитание населения в условиях Великой Отечественной войны.

Предметом работы выступает деятельность государственных органов, партийных, комсомольских и других общественных объединений, СМИ по воспитанию советских граждан в духе патриотизма в 1941-1945 годах.

Хронологические рамки бакалаврской работы – период Великой Отечественной войны (22 июня 1941 года – 9 мая 1945 года).

Территориальные рамки бакалаврской работы охватывают географические границы СССР 1941-1945 годов.

Целью данной работы выступает систематизация принципов, средств, форм и методов формирования патриотического сознания советских граждан в период Великой Отечественной войны, выявление в ходе этого процесса места и роли государственных и общественных учреждений.

Достижение поставленной цели осуществляется посредством решения следующих **задач**:

1. Определить влияние примера ратного подвига на патриотическое сознание населения СССР;
2. Рассмотреть подвиг работников тыла как способ воспитания патриотизма;

3. Проанализировать формы, средства и методы государственной политики СССР, направленные на активизацию патриотического подъема в годы Великой Отечественной войны;

4. Показать место и роль партийных, комсомольских и других организаций в распространении идей патриотизма.

Методологической основой исследования являются фундаментальные принципы истории, например такие как: объективность, историзм, всеобъемлющее изучение проблемы, с открытием как положительных, так и отрицательных сторон проблемы. Комплексно используются общенаучные методы, в частности, структурно-функциональный анализ, статистический метод, и специально исторические методы, например, сравнительно-исторический, историко-проблемный и историко-системный подход.

Степень изученности проблемы. Необходимо отметить, что проблема патриотического воспитания в годы Великой Отечественной войны достаточно глубоко рассмотрена в исторической литературе. Историографическую базу по данной теме можно разделить на несколько групп:

1. В первую группу отнесены работы общего характера о Великой Отечественной войне, из которых рассматривается ход военных действий, отразившихся на стратегии патриотического воспитания. В этом случае можно обратиться к работам А.М. Самсонова¹ или П.А. Жилина.²

2. Вторая группа работ представляет о действиях КПСС в рамках пробуждения патриотических настроений в рассматриваемый период. Это как обобщающие работы по истории партии, так и труды, посвященные изучению особенностей идеологической работы партии в годы войны, например работы таких историков как Папин В.С. «Организационно-партийная работа в годы Великой Отечественной войны»³, Юденков А.Ф. «Политическая рабо-

¹ Советский Союз в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. / Отв. ред. А.М. Самсонов. М., 1985.

² Великая Отечественная народная 1941-1945: Краткий ист. очерк / Под ред. П.А. Жилина. М., 1985.

³ Папин В.С. «Организационно-партийная работа в годы Великой Отечественной войны». М., 1990.

та партии среди населения оккупированной советской территории»¹ и многих других.

3. Третья группа научных трудов, содержит обзор советской агитации и пропаганды в период военных действий. Здесь можно выделить работы акцент, в которых сделан на эффективное восприятие пропагандистских мероприятий; исследования, посвященные анализу отдельных форм пропаганды в 1941-1945 годах: в печати, например работа Жукова С. «Фронтовая печать в годы Великой Отечественной войны»², в плакатной графике – К. Вашик «Метаморфозы зла. Образ врага в немецком и советском плакате»³, через культуру и религиозную сферу, к примеру, в работах О.Ю. Васильевой⁴ и В.Н. Якунина⁵ подробно раскрыли деятельность Русской Православной церкви в воспитании населения.

В целом можно выделить **четыре** этапа изучения рассматриваемой проблемы:

Первый этап (1940-е – первая половина 1950-х годов) публикации характеризуются пропагандистским стилем и имеют очерковый характер.⁶ Вся литература этого периода посвящена раскрытию героизма советского народа в войне через успех в воспитательной работе государственных органов.

Второй этап (вторая половина 1950-х – первую половину 1980-х годов). Стоит отметить одну особенность работ периода 50-80 годов: исследования, появившиеся в этот период, были достаточно идеализированными. С середины 50-х годов обстановка меняется и теперь на первый план выходят партийные и комсомольские структуры в воспитании патриотизма, а не личность

¹ Юденков А.Ф. «Политическая работа партии среди населения оккупированной советской территории (1941-1944 гг.)». М., 1971.

² Жуков С. Фронтовая печать в годы Великой Отечественной войны. М., 1968.

³ Вашик К. Метаморфозы зла. Образ врага в немецком и советском плакате // Родина. № 10. 2002. С. 36-41

⁴ Васильева О.Ю. Русская православная церковь в политике советского государства в 1943-1948 гг. М., 2001.

⁵ Якунин В. За веру и Отечество. Самара, 1995.

⁶ Дорохин Н. По дорогам войны. М., 1950. Материалы о политической работе в десантной операции на Керченском полуострове в ноябре 1943 года. М., 1944. Немецко-гитлеровский империализм – злейший враг человечества. М., 1942. О воспитании воина-комсомольца. М., 1944.

Сталина. В этот период, несмотря на цензуру и контроль со стороны властей произошло расширение исследовательского поля исторической науки.

Огромный вклад в их разработку внесли исследования Г. Д. Комкова, В. П. Киселева и Н. И. Кондаковой.¹ В данных работах раскрывается идея ленинских принципов по воспитательной работе партии в годы Великой Отечественной войны, эффективность базисных методов по укреплению фронта и тыла, представлен анализ идейной борьбы КПСС и других государственных учреждений против фашистской идеологии.

Многоплановым подходом в освещении форм воспитания отличается монография Г. Д. Комкова «На идеологическом фронте Великой Отечественной».² В плане рассматриваемой темы патриотизма его выводы о том, что идеологическому фронту Великой Отечественной войны принадлежала определяющая роль в разгроме гитлеровской Германии, видятся значимыми.

Политика Коммунистической партии по организации пропагандистской работы, определению роли средств массовой информации, деятельности работников литературы и искусства нашли отражения в диссертационных исследованиях.³

В этих работах раскрывается суть влияния воспитания на трудящихся, повышение их производственной и социальной активности, проводится анализ деятельности местных партийных органов и партийных организаций.

В начале 1970-х гг. появились и первые работы, связанные с деятельностью пропагандистских органов на оккупированных территориях СССР.⁴

¹ Комков Г. Д. Идеино-политическая работа КПСС в 1941-1945 годах. М.: Наука, 1965; Киселев В. П. Идеологическая работа партийных организаций среди тружеников тыла в годы Великой Отечественной войны. Горький: Волго-Вятское кн.изд-во, 1975; Кондакова Н. И. Идеологическая победа над фашизмом 1941-1945 годов. М.: Политиздат, 1982.

² Комков Г.Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной... М.: Наука, 1983.

³ Горячева В.М. Агитационно-пропагандистская работа партийных организаций тыла в годы Великой Отечественной войны: Дис. канд. истор. наук. М.: АОН при ЦК КПСС, 1954; Заруцкая Е.В. Массово-политическая работа КПСС в советском тылу в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Дис. канд. истор. наук. М.: АОН при ЦК КПСС, 1955.; Лизина А.И. Идеино-политическая работа Коммунистической партии по укреплению советского тыла в первый период Великой Отечественной войны.: Дис. канд. истор. наук. М.: АОН при ЦК КПСС, 1953.

⁴ Юденков А.Ф. Политическая работа партии среди населения оккупированной советской территории. 1941-1944. М., 1971.

Третий этап (вторая половина 1980-х годов) – продолжение исследования воспитательной работы на оккупированных немецкими захватчиками территориях. Также были предприняты попытки систематизации ведущих направлений патриотическо-воспитательной работы 1941-1945 годов. Например, С.К. Хайрутдинова¹, изучив колоссальный массив документов, выявила следующие направления пропаганды на страницах газет Татарской ССР: патриотическое воспитание, укрепление дружбы народов, вселение веры в победу.

Четвертый этап (1990-е годы – по настоящее время) – обращение ряда историков к теме взаимодействия идеологии и духовной жизни в годы войны. Нашла свое отражение тема общественных настроений в РККА. например, на политико-моральное состояние защитников столицы обратил внимание И.В. Максимов², а В.А. Селюнин³ в своей диссертации занимался исследованием проблемы духовной мобилизации трудящихся в ходе отпора захватчикам.

В этот период проявляется интерес к изучению деятельности по воспитанию патриотизма различных государственных институтов пропаганды. Например, в диссертации И.И. Широкоград⁴ раскрывается деятельность периодической печати в годы войны, которая, по мнению автора, является составной частью политики пропаганды патриотизма и инструментом управления советским обществом. В монографии Н.А. Санникова⁵ огромное внимание уделяется исследованию газет и журналов, а также боевых листовок флотов и кораблей. Некоторые параграфы монографии освещают и раскрывают задачи советских газет: единение фронта и тыла, воспитание дружбы

¹ Хайрутдинова С.К. Печать Татарии в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Автореф. дис. канд. ист. наук. Казань, 1989.

² Максимов И.В. Оборонительные бои Красной Армии на юго-западных подступах к Москве в октябре-декабре 1941 года: Автореф. дис. канд. ист. наук. М., 2001. С. 23.

³ Селюнин В.А. Промышленность и транспорт Юга России в Великой Отечественной войне (1941-1945 гг.): Автореф. дис. докт. ист. наук. Ростов-на-Дону, 1997. С. 37.

⁴ Широкоград И.И. Центральная периодическая печать СССР в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Автореф. дис. докт. ист. наук. М., 2002.

⁵ Санников Н.А. Партийное руководство печатью Советского Военно-морского флота (1941-1945 гг.). Иркутск, 1991.

народов и создание негативного образа врага. Н.Л. Волковский¹ описал изменения системы СМИ с началом войны.

Тендерный аспект патриотической работы исследован в диссертации Г.Н. Каменевой², она раскрывает основные направления работы партийных органов с женщинами. В работах Е.С. Сеньявской³ анализируется процесс трансформация образа врага в сознании противников в период Первой и Второй мировых войн. В публикациях Г.А. Куманева, О.В. Дружбы, Н.Д. Козлова, М.С. Зинич и В.Ф. Зимы⁴ содержится фундаментальное исследование идеологических стереотипов в 1941-1945 годов. В монографии А.В. Голубева⁵ на основе источников описаны представления связанные с образами врага и союзников в карикатуре военных лет.

Несмотря на многочисленность исследований, проблема патриотического воспитания во время Великой Отечественной войны остается еще недостаточно изученной. В этом случае можно утверждать, что в отечественной и зарубежной историографии нет обобщающего и комплексного исследования по теме воспитания патриотизма во время Великой Отечественной войны.

Источниковая база бакалаврской работы основана на архивных документах, содержащихся в электронных фондах Государственного архива Российской Федерации (ГАРФ). Использована делопроизводственная документация: протоколы, приказы, официальные сводки и письма, справки, пропагандистские материалы партии. Значимыми источниками выступили периодические издания 1941-1945 годов. Важной группой являются источники агитационного характера: фонодокументы, плакаты, кинематограф.

¹ Волковский Н. История информационных войн. Ч. 2. СПб., 2003.

² Каменева Г.Н. Женщины Северного Кавказа в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Автореф. дис. канд. ист. наук. Ставрополь, 2004. С. 11.

³ Сеньявская Е.С. Образ врага в сознании участников первой мировой войны // Вопросы истории. № 3. 1997. – С. 56-63

⁴ Дружба О.В. Вторая мировая война. Советское общество в годы Великой Отечественной войны. Ростов-на-Дону, 1991; Зима В.Ф. Менталитет народов России в войне 1941-1945 годов. М., 2000; Зинич М.С. Будни военного лихолетья. 1941-1945. Вып. 1-2. М., 1994; Козлов Н.Д. Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. СПб., 1995; Куманев Г.А. Подвиг и подлог. Страницы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. М., 2000.

⁵ Голубев А.В. «Если мир обрушится на нашу республику». Советское общество и внешняя угроза в 1920-1940-е гг. М., 2008.

Научная новизна работы состоит в том, что была предпринята попытка не только обобщить опыт государственной, партийной и комсомольской работы по военно-патриотическому воспитанию советской молодёжи 1941-1945 годов, но и впервые проанализировать эффективность методов и способов работы по воспитанию патриотизма.

Научное и практическое значение данной работы заключается в теоретическом обогащении вопроса об эффективных формах, методах и способах воспитания патриотизма среди населения страны.

Практическая значимость состоит в возможности применения результатов исследования молодежными организациями и движениями при разработке программ направленных на воспитание патриотизма. Использование полученных данных возможно включить в лекционный курс по истории России в начале XX- XXI веков для студентов. Для написания обобщающих научных работ на тему методов и приёмов, применявшихся Советской властью для воспитания преданности к Родине, а также при подготовке гражданско-патриотических мероприятий различных уровней в образовательных организациях среднего и высшего образования с целью повышения патриотических чувств.

Апробация основных результатов работы была представлена на XIX Всероссийской научно-практической конференции «Лебедевские чтения», проходившей 18 апреля 2018 года на историко-филологическом факультете ФБГОУ ВПО ПГУ Педагогического института им. В. Г. Белинского, на секции «История России (1917 год – начало XXI века)» в докладе на тему «Геройский подвиг как фактор воспитания населения СССР в годы Великой Отечественной войны». Данная статья опубликована в сборнике тезисов научных докладов, рассматриваемых на указанной конференции.

Структура работы. Работа включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.

Глава 1. Подвиг как фактор формирования общественного сознания

1.1. Воинский подвиг и культурно-пропагандистские мероприятия по его освещению в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

Патриотизм в буквальном значении слова это приверженность к Отчизне, принятие ее такой, какая она есть, со всеми ее плюсами и минусами. Патриот это, во-первых, человек верный своему народу и безмерно любящий свою Родину. При этом необходимо помнить, что патриотизм - основа всякой политической системы. В случае если патриотизмом охвачена основная масса народа, то это означает, что этот народ способен решить любую проблему, какой масштабной она не была.¹ Понимая истинность данных установок, правительство СССР незамедлительно начало проводить мероприятия по воспитанию патриотических настроений среди населения еще до начала войны.²

С началом войны главным в работе партийных органов стало работа по укреплению патриотического духа среди населения - источника мужества и отваги советского народа в борьбе с фашистскими захватчиками. Сотрудники идейного фронта были призваны воспитывать у русских людей безмерную приверженность к собственной Родине. Коммунистическая партия считала важным не только воспитание гордости за собственную страну, но и пропаганду среди советских людей к ратным подвигам на фронте во имя Отчизны.³

С этой целью в пропагандистских мероприятиях часто использовали такой метод как воззвание к героическому образу, преднамеренно представляемому как пример для глобального подражания. Это общепризнанный метод, эффективно влиявший на общественное сознание, результаты которого

¹ Степанищев А. Т., Хасанов Р. Ш. Патриотизм один из решающих факторов победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов // Вестник Военного университета. 2010. № 2. С. 11.

² Комков Г. Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной... М.: Наука, 1983. С. 16.

³ Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 30.

не заставляли себя долго ждать, популяризация отечественных героев не знала границ и находила отклик в сердце каждого гражданина.¹

В данной связи необходимо уточнить, что работа по созданию символов героев шла в двух основных направлениях:

1. Обращение к подвигам героев Руси
2. Создание героев в ходе Великой Отечественной войны

Если говорить о первом направлении, то оно в основном было распространено на этапе подготовки к войне, а также в течение первого года военных действий. Ведь наша страна действительно имеет богатую историю и богатый опыт в отпоре агрессии захватчиков, и примеров история для нас подготовила более чем достаточно.

В масштабном смысле, первой к ценностям русского патриотизма обратилась православная церковь в 1941 году. Митрополит в своей речи раскрывал факты геройского поведения предков, приводил в пример великих вождей, Александра Невского, Дмитрия Донского и многих других, чьи подвиги помнят сквозь века.²

Говоря напутствие войскам, отправляющимся на фронт 7 ноября 1941 года, Сталин, также как и митрополит, призывал вдохновиться подвигами великих предков Минина, Пожарского, Суворова и многих других.³ За время войны были образованы ордена в их честь, их именами были названы боевые части. Здесь необходимо отметить, что принятый в 1943 году орден Славы был последователем Георгиевского креста.⁴

После речи Сталина появляется известный плакат Мавриной Т.А. и Эфоса А.М. рассказывающий о борьбе русского народа с иностранными захватчиками на протяжении истории (Приложение 1).

¹ Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне / пер. с нем. Л. К. Комоловой. М.: Иноиздат, 1957. С. 23.

² Обращение митрополита Московского и Коломенского, главы Православной Церкви в России Сергия к «Пастырям и пасомым Христовой Православной Церкви» от 22 июня 1941 года // Правда о религии в России. М.: Московская Патриархия, 1942. С. 15-17.

³ Сталин И. В. Речь на параде Красной Армии 7 ноября 1941 года на Красной площади в Москве // И.В. Сталин – о Великой Отечественной войне Советского Союза. Л.: Политиздат, 1944. С. 3-8.

⁴ Потрашков С. В., Лившиц И. И. Награды Второй мировой войны 1939 – 1945. М.: Эскимо, 2015. С. 71.

Поднимая советских людей на Великую Отечественную войну, как уже отмечалось, Коммунистическая партия обращалась к героическому прошлому народов СССР. По указанию ЦК ВКП(б) ряд издательств приступил к выпуску книг, освещающих страницы военной истории русского и других народов нашей страны.

С 1942 г. Госполитиздат начал выпускать научно-популярные книги о выдающихся деятелях. В этой серии были изданы работы, посвященные знаменитым полководцам и борцам за независимость Родины: Александру Невскому, Дмитрию Донскому, Дмитрию Пожарскому, Козьме Минину, Александру Суворову и др. Большой популярностью пользовались научно-популярные книги о А. С. Пушкине, Н. Г. Чернышевском, И. Е. Репине, П. И. Чайковском, И. П. Павлове и др.¹

В агитационно-пропагандистском деле на первоначальном этапе войны доминировала тема Отечественной войны 1812 года и противостояние немецким оккупантам в 1918 году. Эти исторические события легли в основу выступления Молотова² 22 июня и Сталина³ 3 июля 1941 года. В рекомендациях Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б), опубликованных в июле 1941 года, видное место уделялось лекциям, докладам, беседам о героическом прошлом страны. Упомянули даже про адмирала Нахимова и оборону Севастополя. Главное политическое управление Красной армии адресовало войскам специфический указ о воспитании патриотизма на образцах героического прошлого русского народа.⁴

Особую популярность в 1942 году получила тема Отечественной войны, связано это было с юбилеем 130 лет со дня Бородинского сражения. Так, например письмо П.Н. Федосеева к секретарю ЦК ВКП(б) А.С. Щербакову показана необходимости отметить эту дату в печати. Статьи посвященные

¹ Тимофеев Л. И. История русской советской литературы 1917-1965: в 4-х т. М.: Наука, 1967. Том 3. С. 241.

² Выступление по радио Заместителя Председателя Совета Народных Комиссаров Союза ССР и Народного Комиссара Иностранных Дел тов. В. М. Молотова // Правда. 1941 г. 23 июня.

³ Сталин И. В. О Великой Отечественной войне Советского Союза. Л.: Политиздат, 1944. С. 9-17.

⁴ Советская культура в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1976. С. 56

данной теме должны были освещать подвиги великих полководцев, солдат, партизан, главным образом это делалось для всеобщего поднятия патриотического духа¹. Также в связи с битвой за Смоленск ТАСС осенью 1943 года транслируют наглядные аналоги с событиями Отечественной войны 1812 года. На митинге в речи одного из руководителей партизанского движения генерал-майора Горшкова исторический экскурс ведется от Лжедмитрия и Петра 1 к Кутузову и Щорсу. В материалах за 1944 год часто встречается описание бронепоездов «Кузьма Минин» и «Илья Муромец».²

В пропаганде времени Великой Отечественной войны часто встречается героический образ Александра Невского. Данной исторической фигуре было отведено немало публикаций в журналах, газетах, его подвигу посвящено огромное количество листовок, плакатов и открыток. Например, Владимир Серов при создании своего плаката использует зарисовку сражения с участием Невского (Приложение 2). С началом войны в советских кинотеатрах начали массово показывать фильм Сергея Эйзенштейна «Александр Невский». На мой взгляд, некий вклад в популяризацию данного образа, внесла семисотлетняя годовщина, которая выпала на 1942 год. На данное событие откликнулись многие представители культуры, например, коллаборация Виктора Иванова и Ольги Буровой в виде плаката с Невским на первом плане (Приложение 3), стала для многих солдат воодушевлением.

Обращение к героическому прошлому заняли почетное место в официальной пропаганде того времени. Здесь особое внимание уделялось не только обращению к подвигам, но и тому, как зарождались традиции военной службы, устава, норм правил, обычаев. Объяснялось содержание атрибутов государственности, а также их возникновение. Особую популярность герои прошлых веков сыскали в литературе и искусстве.³

¹ Протокол расширенного заседания партгруппы президиума ЦК МОПР СССР от 26 июня 1941 года // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 281-283.

² Комков Г. Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной. М.: Наука, 1983. С. 128.

³ Олейников В. С. Козырев С. А. Патриотизм советских людей в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. – важнейший фактор победы и воспитания молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. №2. С. 21.

Конечно, величие предков укрепляло веру в победу и воодушевляло солдат, но это работало только на первоначальном этапе, солдатам нужны были личные примеры, необходимо было ощущать и слышать о «героях его времени». Поэтому наиболее активная работа шла в штатах пропаганды по созданию героя Великой Отечественной войны, и именно примеры героев-красноармейцев были у каждого советского человека на слуху. Я считаю, что это направление в пропаганде символов необходимо рассмотреть более детально.

Вообще метод использования образов героев изначально достаточно противоречив. С одной стороны, примеры для подражания — порождение партийных органов пропаганды, с иной, — парадокс глобального сознания, в котором находят отблеск метаморфозы, происходящие в социуме, в том числе и повсеместные «культовые» настроения масс. В реалиях господства «культа личности» и культ отдельных героических образов имеет место быть. Но естественно, все они, ни в какой степени не конкурировали с «главным культом», а только работали на него. Впрочем, на этом фоне, в годы Великой Отечественной войны, мы можем видеть нестандартную тенденцию в создании образов героя, дело в том, что в это время монопольная роль в формировании образов принадлежала правительству, которое подчинило себе все способы и методы передачи информации в массы, осуществляло надзор за её содержанием. Она проверяла и отбирала прецеденты, которые соответствовали её требованиям, формируя образы как универсальные примеры для воспроизведения. В этой ситуации в определенную форму помещали особенное наполнение: человеку присваивали черты совершенной, с точки зрения государства, личности, на которую обязан был «равняться» любой советский гражданин.

Вследствие этого, разработанные в то время геройские примеры представляли собой необычное хитросплетение настоящих прецедентов и вымысла, истинных мероприятий, отраженных в кривом зеркале агитации.¹

В связи с этими установками возникает ряд логичных вопросов: какие подвиги имели шанс стать общеизвестными? как выбирался один прецедент из ста похожих? насколько образ был создан из реальных фактов? И самый главный вопрос: какое значение для системы имели эти мероприятия? Были ли они эффективны?

Созданные образы были опорой системы, вследствие того собственно, что первым и ключевым качеством, коим одаривала их пропагандистская машина, считалась незыблемая верность системе. И как раз это качество обязаны они были взрастить в миллионах граждан.² Из множества геройских свершений и прецедентов отбирались и выстраивались в универсальный образ лишь только те, которые были важны в этот период времени системе. Устройства такового отбора были вариативны. Безмолвие об одном, выдумка о ином, особенное почтение третьему и ситуация получала необходимое звучание. Практиковали и прямые подмены фактов, но, как правило, в ситуациях наименее значимых.

Исключались или же скрывались подвиги, не отвечавшие созданной «сверху» версии. Так, к примеру, произошло с участниками 2-й Ударной армии, когда информация о предательстве генерала Власова, как снежный ком скатилась с горы и затронула тысячи бойцов и офицеров, хотя они до конца выполнили свой долг.³ Также продолжало действовать такое условие, как скептицизм к окруженным фашистами, причисление всех пленных в ряды изменников.

Сосредоточив под собственным контролем систему поощрений, государство имело возможность убрать не отвечавшего его доверию лицо. При-

¹ Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 31.

² Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне / пер. с нем. Л. К. Комоловой. М.: Иноиздат, 1957. С. 31.

³ Волковский Н. Л. История Информационных войн. В 2 частях. М.: Полигон, 2003. Ч. 2. С. 380.

существовали различного рода ущемления, которые не разрешали человеку, осуществившему геройский поступок подняться до высочайшей ступени. К примеру, причисление к репрессированной национальности, сведения подтверждающие связи с «врагами народа», личная судимость по политическому делу и т. п.

Становится понятным, насколько система агрессивно проводила отбор героев, чаще обращая свой взор на формальные показатели, чем на сущность вещей. В противоречивых ситуациях она не утруждала себя розыском правды. Промахи, наговор, поспешные выводы, впопыхах присвоенные ярлычки ломали судьбы многих людей.

Так все же, из каких аспектов исходила система, возводя определенный подвиг до общенародного образа? По мнению Вячеслава Кондратьева вся война это один большой подвиг, но в рамках государства были необходимы «особые» подвиги – один солдат против танков или уничтожение самолета с земли и многое другое.¹ Только не понятно, почему не воинский профессионализм, смелость и находчивость, которые в первую очередь решали исход сражений, пропагандировались системой самопожертвование, находившееся на грани самоубийства.

Как отмечалось выше, создание образов считалось заботой системы. От нее находились в зависимости все поощрения отличительными знаками, способы передачи информации находились в ее руках. В случае если же герой преображался в образ сам, становился неким «народным» символом, то ему безотлагательно даровали звание Героя. Доказательством этому служит не безызвестный «Дом Павлова» и «редут Таракуля» в Сталинграде. Появившиеся среди солдат как дань почтения героям, не оставивших собственных позиций, наименования эти были использованы в названии военных карт, планов, а также были применены как мощный способ агитации. Я. Ф. Павлову дали звание Героя СССР. А высота, которую в сентябре 1942 г. взял с соб-

¹ Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 34.

ственным взводом старший сержант С. Т. Тюрпека и пал гибелью смелых, официальным заключением Военного Совета Карельского фронта от 6 ноября 1942 г. была названа его именем.

При этом надо помнить, что получить звание Героя Советского союза это еще не значит стать символом героя для народных масс. Героев огромное количество и запомнить всех просто не реально. Символами стали лишь те, над которыми работала пропагандистская машина, те кто запомнился из книг и учебников, радио и фильмов. Тут немаловажную роль играет тот факт, что человеческая память не безгранична, отсюда идет жесткие критерии отбора и персонификация подвигов.

Но в тех случаях когда героический поступок, распространенный в годы Великой Отечественной войны довольно широко, а связанный с именем одного человека, не желая того задаешь себе вопрос: по какой причине как раз это имя стало общепризнанным, почему акцент поставили на одном конкретном герое из огромного количества иных, осуществивших подобный подвиг?

К примеру, воздушный таран олицетворяют только с В. Талалихиным, пламенный таран — с Н. Гастелло, помощь товарищам стоимостью жизни, закрытие собой огневой точки неприятеля — с А. Матросовым, но ведь подобных случаев было колоссальное количество.¹ По всей видимости, любой из данных примеров содержит свое логичное объяснение. На примере с летчиками оно достаточно несложное: похожие подвиги были и прежде, но первоочередное известие было именно об этих героях. Виктор Талалихин же решился на воздушный таран уже в ночное время над столицей, где не заметить данный поступок было просто не возможно.

С А. Матросовым ситуация немного труднее, но и тут обстановка похожая: он не первый, кто перекрыл собственным туловищем огневую точку неприятеля, но как раз его подвигу дали особенный смысл. Результат слу-

¹ Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 35.

чайности? Всё может быть. Используя громкие слова, руководители обратили внимание на этот случай и о нём доложили Сталину? На данном этапе случайные совпадения заканчиваются. За этот инцидент, со свойственной ей основательностью, принялась партийная пропагандистская организация. И сразу же действительная дата подвига – 27 февраля 1943 г. – заменяется иной, не соответствующей реальности, но, несмотря на все вышесказанное, заменена она была изящной и комфортной, приуроченной к годовщине – двадцати пятилетию Красной Армии. Обнародована она в первый раз в приказе Сталина № 269 от 8 сентября 1943 года¹, откуда и зашла во все учебники истории. Даже приказ изданный наркоматом обороны сообщал о том, что подвиг А. Матросова обязан показать красноармейцу пример героизма и воинской доблести.²

Абсолютное перевоплощение героя в образ зависело не лишь только от желания системы, но и от цельного ряда случайных событий. Сам геройский поступок имел возможность быть исключительным, но, даже будь он безупречен вдалеке от начальства и политотделов, зачастую оставался неизвестным. В ином случае донесения имели возможность быть написанными людьми, не умеющими использовать громкие эпитеты. И, в конце концов, в трудной военной обстановке было элементарно не до этого.

Огромную роль в разработке образа героя играл корреспондент, по воле случая оказавшейся недалеко от места событий. В данный момент уже мало кто припоминает, собственно, что в одно и тоже время с заметкой Петра Лидова «Таня» в «Правде» — о девушке-партизанке, расстрелянной фашистами в селе Петрищево, в «Комсомолке» вышла заметка его соратника С. Любимова³, который посетил это же село совместно с ним. Впрочем, обнаружен и замечен был лидовский вариант, так как был более красочно описан. По легенде, Сталин, прочтя в печатном издании ответ схваченной девушки

¹ Приказ Верховного Главнокомандующего 8 сентября 1943 года // Приказы Верховного Главнокомандующего в период Великой Отечественной войны Советского Союза. М.: Воениздат, 1975. С. 24-27.

² Сеньявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 35-36.

³ Любимов С. Мы не забудем тебя, Таня! // Комсомольская правда. 1942. 27 января.

на вопрос фашистов: «Где находится Сталин?» — «Сталин на посту!»¹, это был ответ, который решил посмертную судьбу партизанки. И сразу же началась работа по превращению неизвестной партизанки Тани в Зою Космодемьянскую, первую девушку, получившую в войне звание Герой СССР.²

Подвигу партизанки посвящено огромное количество литературы, однако, условия ее смерти по идейным суждениям кропотливо скрывались. Так, не рассказывалось о разноплановой реакции жителей села Петрищево на диверсию, в итоге которой многие семьи зимой осталось без крыши над головой. По некоторым сохранившимся документам и выпискам можно понять, что жители села во многом даже поддерживали казнь девушки и не желали ей помогать.

Правда, раскрытие такого рода информации шло в разрез с официальным заявлением об общенародной помощи партизанам жителями захваченных территорий. Куда выгоднее была версия о том, собственно, что Зою раскрыл ее друг Василий Клубков, как и она схваченный, в Петрищево и оказавшийся наименее молчаливым.³ Ситуация одиночного предательства не могла подорвать народное доверие, а вот признание безразличия оккупированных районов к партизанскому движению могло сильно пошатнуть патристическую составляющую народа. До настоящего времени история партизанки Зои хранит в себе много тайн и загадок. Было и много других всенародных героев созданными журналистами, яркий пример в этом ряду, конечно 28 панфиловцев, в истории которых по сей день вызывает кучу споров и дискуссий.⁴

Герои создавались не только на страницах популярных газет, но и на страницах новых книг. К, примеру, очень популярное произведение Александра Фадеева « Молодая Гвардия». Это произведение спорное, так как вы-

¹ Лидов П. Таня // Правда. 1942. 27 января.

² Иоффе А. Н. Патриотизм и его примеры в истории России //Преподавание истории в школе. 2012. № 5. С. 53.

³ Суржко Г. Патристическое воспитание в России: только факты //Народное образование. 2005. № 4. С. 34.

⁴ Дроздов К. 7000 героев-панфиловцев: малоизвестные подробности ноябрьских боев 1941 года, вызвавшие острые споры о правде и мифах войны// Родина. 2015. № 9. С. 19.

зывает ряд вопросов о моральной ответственности А. Фадеева, который оставил неизменными имена реально существовавших людей, используя их в своем произведении. В результате этого случилась подмена исторических фактов литературным вымыслом в восприятии всего социума. О молодогвардейцах судили не столько по документам и свидетельствам участников событий, сколько по роману, который, по словам самого А. Фадеева, не претендовал на документальную точность.¹

Без сомнения, огромное количество образов и символов было подготовлено системой заблаговременно. Например, Знамя Победы. В данный момент уже невозможно точно знать, невзначай или же нет в одной из знаменных групп, штурмовавших рейхстаг, были интегрированы русский и грузин. Но в том, собственно, что система не обошла данный прецедент и преподнесла его как определенный презент Сталину, колебаться не приходится.

Из всего вышесказанного можно сделать определенные выводы о том, какими методами пользовалась «пропагандистская машина» при создании образа героя:

1. скрывание одних подвигов и возвеличивание других доступными способами;
2. акцентирование внимания на одном герое из ряда иных, осуществивших подобный геройский поступок, т. е. неравнозначное оценивание одинакового поступка, персонификация подвига;
3. создание универсального образа, стандарта героя, под который подгонялись живые люди;
4. фальсификация — абсолютная или же выборочная, охватывая замену одного героя иным, приписывание посторонних наград, искажение событий подвига, неправильная трактовка фактов и т. п.

Если обратиться к истории и вспомнить все яркие примеры героических подвигов, пестривших на страницах газет, донесений и писем, то не трудно

¹ Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне / пер. с нем. Л. К. Комоловой. М.: Иноиздат, 1957. С. 36.

провести систематизацию видов подвига, которые наиболее часто эксплуатировались системой для перевоплощения их в образы:

1. Поединок с многократно раз превосходящими силами врага, удержание позиций даже ценой собственной жизни
2. Масштабное геройство, объединенный геройский поступок с привлечением большого количества людей.
3. Самопожертвования, выручка товарищей стоимостью личной жизни
4. Страдальческая гибель под пытками в плену у гитлеровцев, преданность долгу и Родине не смотря на угрозу смерти;
5. Устранение неприятеля таранным ударом при недоступности других методов ведения битвы (воздушный таран); нанесение максимального вреда противнику, добровольный отказ от возможности спасти себя и свою жизнь (огненный таран);
6. Подвиги многонациональных воинских коллективов
7. Сохранение в целости боевого знамени и другой советской символики.

Таковы были основные виды подвигов известные повсеместно, при этом не стоит забывать, что правительство, отобрав тот или иной геройский символ, сразу же начинало проводить масштабные мероприятия по его освещению. Для правильной всеобщей огласки действовала целая система различных партийных органов, объединений, кружков. На службу пропаганды героического подвига были поставлены партийные органы, культура и СМИ.

С первых дней войны в морально-политической мобилизации народа особое место заняли печать и радио. Они стали орудием формирования общественного сознания. Печать и радио в условиях войны стали необходимы каждому советскому человеку.

По всей видимости, наиболее важным источником информации для народа и солдат было радио. Именно его использовали для передачи в колхозы и сельсоветы газетных статей, сводок Совинформбюро. 14 раз в день по

Центральному радиовещанию передавались «Последние известия». За годы войны по сообщению М. Глейзера было передано около 25 тысяч сообщений Совинформбюро.¹ Но самое главное, что как раз радио стало катализатором новых подвигов, новых героев.

Огромную роль в освещении того или иного подвига играли печатные материалы, в частности книги, газеты и журналы. На их страницах отражалась героическая борьба советского народа. Статьи и произведения, опубликованные на страницах газет, книг и журналов вдохновляли солдат на новые подвиги, воспитывали стойкость и мужество, отвагу и бесстрашие в борьбе с захватчиками, преданность Родине.

Центральные газеты, а также Совинформбюро и ТАСС имели своих постоянных корреспондентов на фронте, которые были очевидцами героизма и фиксировали все детали для будущих статей о героях красноармейцах. В статьях посвященных героизму советского солдата, всегда для описания красноармейца использовали лишь самые высокие эпитеты, часто встречаются восклицательные предложения, все реплики наполнены торжеством и восхищением, и что примечательно, что такого рода публикации однотипны.² Например, если во внимание взять сообщение фронтовой информации ТАСС от 8 декабря 1942 года о подвиге двадцати пяти советских бойцов³, то с первых строк бросается в глаза упоминание в сторону солдат Красной армии прилагательных «смелый», «подлинный герой», количественный состав описывается как «горстка красноармейцев» против батальона пехоты и 8 танков. Для сравнения сведения ТАСС от 4 февраля 1943 года о потомке суворовского офицера⁴, то тут аналогично с первых строк «храбрый», «стойкий» и тд. И даже если взять любое другое сообщение ТАСС, Совинформбюро или статью любой газеты эта тенденция восхваления советского война и его подвига

¹ Глейзер М. Радио и телевидение в СССР 1917-1963.; даты и факты. М.: Искусство, 1989. С. 98.

² Селезнев И.А. Война и идеологическая борьба. М.: Наука, 1974. С. 67.

³ Корявичев Е. Подвиг 25 (двадцати пяти) советских бойцов [Электронный ресурс]: Государственный архив Российской Федерации (ГАРФ) ГАРФ. Ф. 4459. Оп. 21. Д. 11. Л. 213. URL: <http://statearchive.ru/index.html> (дата обращения: 06.04.2018).

⁴ Потомок суворовского офицера [Электронный ресурс]: ГАРФ. Ф. 4459. Оп. 21. Д. 13. Л. 230-231. URL: <http://statearchive.ru/index.html> (дата обращения: 06.04.2018).

будет повторяться. Я думаю, это было сделано с той целью, что автор статьи или сообщения присвоив изначально тому или иному герою какие-либо качества, тем самым не дает читателю возможности самостоятельно оценить жертву во имя Родины и рассмотреть во всем этом возможные отрицательные стороны.

Также не стоит забывать об огромной роли книжных изданий в раскрытии образов героев, а в какой-то степени и создании их. В крупнейшем молодежном издательстве ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия» значительно расширилась существовавшая до войны библиотека, была создана новая серия книг – «Герои Отечественной войны».¹

При плотном взаимодействии центрального комитета комсомола с писателями СССР были созданы известные по сей день произведения, посвященные подвигу в ходе сражения – стихи о 28 панфиловцах, о Лизе Чайкиной Михаила Светлова, «Зоя» Маргариты Алигер и многие другие. Став свидетелем создания нескольких таких произведений, С.С. Зиминой впоследствии в своей статье, посвященной проблеме работы комсомола в годы войны, писала о тех событиях от первого лица. По её воспоминаниям эти произведения создавались со слов родственников, близких друзей героев или при помощи сбора информации непосредственно на местах.²

Во время войны была создана пьеса Б. Горбатого «Юность отцов» о подвиге в годы гражданской войны, а так же осуществлена ее постановка в театре им. Ленинского комсомола. По воспоминаниям С.С. Зиминой общественный резонанс вызвал художественный фильм, снятый по сценарию Л. О. Арнштама «Зоя».³

В Москве в 1942 году вышел один из наиболее интересных сборников ЦК ВЛКСМ – «Комсомол в боях за Родину», в котором рассказывалось о

¹ Луначарский А.В. Статьи о советской литературе. М.: Просвещение, 1958. С. 116.

² С.С. Зиминой Культурно-массовая работа комсомола в 1941-1945 годов // Советская культура в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1976. С. 114.

³ Там же. С.115.

массовом участии молодежи в войне, о героических подвигах, мужестве и доблести комсомольцев – фронтовиков и партизан.

Также в освещении геройских подвигов участвовали не только партийные организации и официальные органы пропаганды, но и объединения, созданные по воле случая. Многие не состоявшие в организациях работники искусства были привлечены к военной работе добровольно, хотя часть из них была рекрутирована принудительно. Например, М.С. Донской впоследствии вспоминал в своей статье, как он попал в такое объединение. С началом войны были призваны к службе абсолютно все, в том числе и кинематографисты, кем собственно и являлся М.С. Донской. Он вспоминал, что после учений, в день перед отправкой на фронт, к ним приехал председатель Политуправления и объявил, что им необходимо вести борьбу с фашизмом «оружием искусства», к чему и приступил Марк Донской.¹ Под его руководством был снят фильм «Радуга», снятый по одноименной повести Ванды Василевской. Фильм повествует о тяжелой судьбе украинской женщины – Олёны Костюк, которая стала партизанкой, и, перенеся нечеловеческие муки фашистского плена, издевательства и унижения, так и не выдала своих товарищей. После съёмки был отдан приказ о необходимости просмотра фильма всем частям и подразделениям.

Образы в фильме получились, во многом утрированы, но с задачей пропаганды и воспитания патриотизма во многом справляются, так как эта картина вызвала всеобщий восторг не только в СССР, но и далеко за его границей. По воспоминаниям Марка сам Рузвельт восхищался данной картиной, а по сообщениям американской прессы было известно, что после просмотра фильма в кинотеатрах были организованы пункты для записи добровольцев в армию.

Помимо рассматриваемой выше картины было создано огромное количество ярких фильмов, которые освещали геройский подвиг. Например, «Она

¹ М.С. Донской Мы сражались свои искусством // Советская культура в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1976. С. 253.

защищает Родину» - фильм пропагандистского характера, снятый режиссером Ф. Эрмлером, который рассказывает о партизанке, потерявшей мужа, сына и вставшей на самоотверженную борьбу с захватчиками. Фильм, снятый по одноименной повести Леонида Соловьева - «Иван Никулин – русский матрос». Многие придерживаются той версии, что фильм основан на реальных событиях, так как Л. Соловьев работал корреспондентом в газете, и многие факты послужили базисом для написания художественного произведения. Но именно фильм получился достаточно мифологизирован, поверить в реальность событий тяжело, очень много громких слов и речей, но при этом это не отменяет его успешность среди населения СССР. Также по сценарию К. Симонова был снят один из самых сильных фильмов того времени - «Во имя Родины». Советский художественный фильм «Небо Москвы», снятый по одноименному произведению Г. Мдивани режиссером Ю. Райзмановым. История истинной дружбы была показана в картине «Два бойца», снятая режиссером Л. Луковым. Это картина имела успех, так например, в советской газете «Труд» режиссер Григорий Александров в 1943 году высоко оценивал новую работу Леонида Лукова. Затем Всеволод Пудовкин в газете «Правда» отмечал тёплую встречу фильма «Два бойца» зрителем, одной из причин успеха он указывал простой и всем понятный сюжет картины.¹

Я привела пример лишь малой части фильмов, которые рассказывали о величии и героических подвигах советских людей. За время войны различными киностудиями было создано огромное количество картин, освещавших героизм народа в борьбе с захватчиками. Конечно, во многом, фильмы этого периода перенасыщены вымыслом, наивностью, громкими словами и трагичностью, но при этом для зрителя они казались правдивыми и справлялись с задачей подъема патриотического духа среди населения.

Не малую роль играли лекции и беседы с населением, которые часто устраивали различные объединения. Ярким примером может служить орга-

¹ Вишневский В. 25 лет советского кино в хронологических датах. М.: Госкиноиздат, 1945 С. 125-134.

низация МОПР, которая была создана еще в конце 1922 года. Основной целью данной партгруппы была помощь пострадавшим от белого террора, беженцам, политзаключенным, но с началом Великой отечественной войны она коренным образом меняет свою деятельность, об этом свидетельствует протокол расширенного заседания партгруппы президиума ЦК МОПР СССР от 26 июня 1941 года.¹ Протокол №6 фиксирует новые цели и задачи МОПР – агитационно-массовая работа теперь должна быть тесно связана с нуждами войны, следовательно, теперь главная задача организации широкая трансляция героической борьбы народов СССР. Для выполнения поставленных задач организовывались встречи, лекции и беседы с населением. Такого же направления мероприятия устраивала и другая молодежная организация – ВКСЛМ. Они осуществляли разноплановую работу по воспитанию патриотизма, организовывали митинги и вечера, работали с друзьями и родственниками общеизвестных героев, устраивали встречи с ними для молодежи.

Теперь можно вернуться к главному вопросу, какое же все таки значение имели героические образы для народных масс? Справлялись ли они с возложенной на них задачей?

Тут можно ответить с уверенностью, образы созданные государством срабатывали полностью. Они оказывали эмоциональное влияние на большие массы людей, тем более молодых, получивших своё воспитание на основе революционной романтики и героике, а вследствие того более восприимчивых. Примеры смелости и доблести постоянно звучали на митингах, в печати, радио, собраниях. С одной стороны, они вызывали повсеместное влечение отомстить противнику за крах товарищей, с иной, - быть аналогичными героям и бороться с ещё большей отвагой и энтузиазмом

Зафиксировано множество случаев, когда бойцы Красной армии в военных билетах носили портреты, вырезанные из газет и журналов Зои Кос-

¹ Протокол расширенного заседания партгруппы президиума ЦК МОПР СССР от 26 июня 1941 года // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 281-283.

модельянской, на самолетах и танках писали «За Зою!».¹ Аналогичные события касались имен других народных героев.

В ходе Великой Отечественной войны патриотическое движение стало массовым явлением. Каждый воин считал своим долгом выполнить боевую задачу так, как этого требовали условия боя.

Например, И.В. Зайцев², в своей статье рассуждая на тему эффективности созданных символов в годы Великой Отечественной войны, приводит примеры о количественном соотношении в подражании признанным героям. Так, например, по его сведениям известно, что вслед за Александром Матросовым более 400 человек закрыли своими телами амбразуры вражеских огневых точек, более 500 экипажей по примеру капитана Николай Гастелло направили горящие самолеты на пехоту, автоколонну и танки врага, свыше 500 военных летчиков по примеру лейтенанта Виктора Талахина совершили 607 воздушных таранов, а сколько красноармейцев подорвали себя вместе с врагами даже предположить трудно.

Так же не стоит забывать о том, что информация о положении дел на фронте, статьи о подвигах красноармейцев мотивировала на подвиги работников тыла. За период с 1941-1945 год только в выпусках последних известий было передано до 7 тысяч корреспонденций из армии.³ В сердцах, советские граждане мечтали о победе и были готовы сделать многое, чтобы ее приблизить, поэтому, как мотивацию со стороны государства можно считать известия о завоеваниях на фронте, которые разжигали чувство гордости и патриотизма. Например, 5 августа 1943 года, когда советские войска вытеснили врага из Орла и Белгорода, эта знаменательная победа была с энтузиазмом встречена всеми советскими гражданами. По всей стране прокатилась волна митингов. На митинге, проходившем на Московском автомобильном заводе, штамповщик Ушаков, заявил о том, что победа советской армии обя-

¹ Комков Г. Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной... М.: Наука, 1983. С. 91.

² Зайцев В.И. Патриотизм советских воинов в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 годов // От Великой победы – к великой России: историческая память и будущее России. Пенза, 2010. С. 28-29.

³ Радиожурналистика /под ред А. А. Шереля. М.: Московский университет, 2000. С. 45.

зывает работать всех с еще большей отдачей. А также призывал всех рабочих перевыполнить план на 150%. Работница фабрики «Красная швея» Федотова, выступая на митинге, обязалась в благодарность завоеваний Красной армии выполнить план на 270%.¹ В Донецке сталевары в тот день к концу ночной смены выплавили сверх плана 310 тонн стали.² Аналогичных примеров было огромное количество, они доказывают влияние сообщений на мотивационную составляющую работников тыла. Данные примеры показывают, насколько эффективно работала идея примера героя, как символа для всеобщего подражания.

Люди с радостью поглощали преподносимые им образы, чистосердечно веруя в них. Так, в дневном выпуске ТАСС за 23 февраля 1944 года, содержится известие о митинге на могиле Александра Матросова в честь прошедшего года со дня его героической смерти. На митинге, по сообщения ТАСС выступил друг и товарищ Александра Матросова, а так же руководство одноименного полка. Выступление носило пропагандистский характер и призывало красноармейцев к совершению подвигов во имя Родины.³ Такое почитание и уважение героев во многом было вызвано самой историей судьбы, преподносимых образов, которая почти всегда была несложна и типична, поэтому любой человек мог предположить себя на месте героя. Профессионально подготовленные образы героев имели огромное влияние на сознание, воодушевившись их примером колоссальное количество людей, чьи неопознанные могилы разбросаны по всей территории военных действий совершали не менее значимые подвиги, просто не на всех нашелся свой журналист или очевидец, который смог бы сделать из этого целую историю.

Общепризнанные герои приумножали в памяти людей их личный опыт: подвиги товарищей-однополчан, свидетелями которых они были, личные катастрофы — гибель семьи или близких, уничтожение родной деревни,

¹ Правда. 1943. 6 августа

² Правда. 1943. 8 августа

³ Агеев П. Митинг на могиле Александра Матросова [Электронный ресурс]: ГАРФ. Ф. 4459. Оп. 21. Д. 25. Л. 299-301. URL: <http://statearchive.ru/index.html> (дата обращения: 13.04.2018).

села или города и многое другое. Все эти невзгоды закладывали в умах советских людей непреодолимое желание любым способом отомстить врагу. Перед началом боя зачастую устраивали собрания, где призывали к мести за своих товарищей.

Но при этом надо отметить, не всеми бойцами Красной армии героические символы оценивались идентично. Например, Синявская в своей статье указывает такой факт, как скептицизм бойцов, пополнивших ряды красноармейцев в 1944 году, с освобожденных оккупационных районов Украины, Прибалтики, Белоруссии. Она это объясняет тем, что новобранцы были не знакомы с идеологией, и с ними не была проведена масштабная работа по воспитанию патриотизма.¹ Но на мой взгляд, сомнение в истинности сообщений вызвана заоблачным преувеличением фактов в СМИ. Так например, между 11 и 16 июлем 1941 года С.А. Лозовскому поступило письмо от инженера М. Свиридова, в котором высказывалось недоверие к сводкам и выдвигалось обвинение в замалчивании реальных фактов, и умышленно ярких и долгих рассказах об успешных операциях и подвигах, которые были больше выдумкой, чем реальностью.²

Таким образом, геройский подвиг – это, безусловно, мощное оружие в воспитании патриотизма, где символ заставляет одновременно сострадать и восхищаться, вызывает желание быть на него похожим, невзирая на исход событий. При тоталитарной системе монополия на создание героев принадлежит высшей власти, так было и в СССР, особенно эта тенденция проявилась в годы Великой Отечественной войны. Система, получив контроль над всеми видами передачи информации жестко контролировала ее отбор, и не смотря на то, что каждый день на фронте советские солдаты совершали подвиги, общеизвестными эталонами могли стать лишь единицы. Зачастую для более эффективного воздействия на население многие факты замалчивали

¹ Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 39.

² Письмо инженера М. Свиридова С. А. Лозовскому // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 587.

при этом, добавляя новые, более удобные и подходящие. Несмотря на существенные недостатки, созданные таким образом символы, справлялись с задачей повышения духа патриотизма и находили отклик среди советских граждан.

1.2. Роль трудового подвига в становлении патриотизма

Победа в Великой Отечественной войне была достигнута не только благодаря мужеству и отваге советского солдата, но и благодаря неустанному труду в тылу. Именно тыл многие историки называют «вторым фронтом» и это оправдано, ведь на плечи оставшихся женщин, стариков, детей легла огромная ответственность по обеспечению армии всем необходимым для ведения боя.

Руководство страной осознавало значение работников тыла, понимало необходимость создания отлаженной системы труда, поэтому в кратчайшие сроки было проведено ряд мер по реорганизации производства. Несмотря на трудности, вызванные войной, государство и советский народ смогли перебазировать экономику на «военные рельсы».

В условиях войны трудовое законодательство организовывалось властью исходя из особенностей психологии советского человека. Это выражалось не только в профессиональном управлении общественным сознанием, при помощи использования системы поощрений и наказаний, но и в полном контроле со стороны власти над мнением народа относительно существующего законодательства.¹

Практически каждый законодательный акт сопровождался пояснением причин, вызвавших ужесточение условий труда. Так как законодательство СССР имело, по большому счёту, репрессивный характер, то основная его цель была, во-первых, показать гражданину неотвратимость наказания за не-

¹ Черепанов В.В. Власть и война. Сталинский механизм государственного управления в Великой Отечественной войне. М.: Известия, 2006. С. 174.

выполнение предписаний и, во-вторых, создать иллюзию свободного выбора.¹ За предвоенное и военное время было принято огромное количество законов и постановлений, ужесточающих условия труда, наказания за дезертирство и отказ работать, однако проблема прогулов работы стояла по-прежнему остро. В начале 1942 года, например, завод «Красное Сормово» в течении нескольких месяцев не поставлял на фронт нужное количество продукции, связано это было с тем, что многие рабочие симулировали болезни, отказывались выходить на работу или просто дезертировали. Правительство понимало, что лишь наказаниями и угрозами невозможно заставить работать качественно и эффективно, поэтому среди рабочих и крестьян тыла была организована широкая агитация к трудовому подвигу.²

В тылу, как и на фронте, государство использовало для обеспечения всеобщего патриотического подъема образы героев, как символов для всеобщего подражания, при этом оно также контролировало и отбирало эти образы. Неоспоримое влияние на достижение победы оказал высокий уровень патриотического подъема среди трудового населения. Истории известно огромное количество примеров героического поведения у станка или в поле во время войны, сохранились письма, документы, фильмы, книги, газеты, рассказывающие о нечеловеческой производительности труда. На мой взгляд, это объяснялось тем, что контролировать тыл и мотивировать его на трудовые подвиги, было легче, нежели солдат.

Если задуматься то, во-первых, трудовой подвиг, по большому счету, не заканчивается лишением жизни героя, а это значит, что на него гораздо проще решиться морально.

Во-вторых, жители тыла не имели возможности видеть своими глазами события на фронте, поэтому всю необходимую информацию о положении дел, сражениях, героях, о фашистских расправах они получали из СМИ, а как

¹Козлов Н.Д. С волей к победе. Пропаганда и обыденное сознание в годы Великой Отечественной войны. СПб.: Ленингр., гос., обл., ун-т им. А. С. Пушкина, 2002 С. 24.

² Дёгтев Д. М., Зубов Д. В. Будни советского тыла. Жизнь и труд советских людей в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. М.: Центрополиграф, 2016. С. 108.

указывалось выше, монопольная власть на средства массовой информации принадлежала государству. В такой ситуации высшая власть, не желая допустить дестабилизирующих фактов, жестоко отсеивала информацию, поэтому тыловые регионы, зачастую находясь вдали от боевых действий, пребывали в неведении реальных событий. Для той же цели были изъяты радиоприемники у всего населения, а прослушивание радионовостей производилось в определенных общественных местах. Граждане, не сдавшие приемники, привлекались к уголовной ответственности.¹

Секретность и замалчивание здесь играло, чуть ли не самую главную роль. Правительство понимало, насколько сильно влияет информация на настроение в массах. Усиление трудовой мотивации достигалось ужесточение политики цензуры. Исключались факты успешных боевых действий врага, силе противника, технической оснащенности. На радио зачитывались статьи, которые описывали недочеты фашистской армии. Многие программы на радио были направлены на воспитание у советского человека ненависти к захватчикам. Повсюду происходило сокрытие и минимизация потерь, неудач, поражений. Радио, газеты, книги, журналы, плакаты и другие информативные источники транслировали труженикам яркие примеры героизма, объясняли, как необходимо работать и призывали отдать Родине долг. Работники тыла, воодушевившись героическими символами, выполняли поставленные нормы, жертвовали свои ценности и сбережения.

Тяжело недооценить использование СМИ положительного образа советского труженика для увеличения мотивации труда. Геройские примеры были призваны дать стимул к наивысшей трудовой отдаче. Особенностью данного периода было то, что героями-тружениками в основном были женщины. Я думаю, что это было не случайно, ведь женский образ труженицы воспринимался более эмоционально. С одной стороны, образ девушки-

¹ Лубянка Сталин и НКВД – НКГБ - ГУРК «Смерш» 1939- 1946 / под.ред. А.Н. Яковлева. М.: Материк, 2006. С. 123.

труженицы вызывал восхищение, с другой стороны был примером для подражания.

Так, в статье «Неустанно развивать творческую инициативу масс»¹ прозвучавшую на радио 16 февраля 1942 года, просматривается достаточно универсальный образ девушки-труженицы тыла для такого рода передач, который должен был вызвать желание у слушателей делать как она. Рассказ советской патриотки Кукушкиной больше выглядит как призыв, побуждение, подсказка – так необходимо делать всем, кто желает помочь фронту. Этот призыв подкреплен в статье доказательством возможности перенимания опыта молодой девушки.

Радио, безусловно, было мощным катализатором в подборе и освещении информации. Но не секрет что во многих областях, тем более оккупированных были перебои с сигналом, и часто встречались случаи, когда население по несколько недель не получало новостей.

Также анализ материалов, передаваемых по радио, позволяет сделать вывод о том, что программ направленных на освещение героизма тыла было крайне мало. Данную ситуацию можно проследить по представленной ниже схеме (Таблица 1).

Таблица 1

Перечень передач на украинском языке за сентябрь 1942 г.²

Наименование материалов	Количество материалов	Количество передач	Затрачено времени на их передачу
Сводки Информбюро	2 сводки	5 раз в день	750 минут
Передовые статьи центральных газет	13	16	194

¹ Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 341.

² Выводы комиссии по обследованию радиовещания на украинском языке за сентябрь 1942 года // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 397-398.

зет			
Боевые эпизоды	427	454	1270
О потерях немцев	54		270
О героизме на фронте	114	132	406
О трудовом героизме в тылу	65	78	250
Против мероприятий немцев на оккупированных	143	157	842
О борьбе населения против немцев на оккупированных территориях	38	42	136
Передача для молодежи	30		858
Передача для партизан	46	62	172
Сатира и юмор	32	42	118
Прочая информация	660		780

Из-за такой непропорциональности подачи новостей о тыле и советском фронте, возникала необходимость дополнительных видов агитации и пропаганды трудового подвига. С этим связано возросшие тиражи плакатов и листовок, предназначенных для тыла. Визуальные образы, изображенные, на плакате призывали, объединяли, предупреждали. Но главной целью плаката оставалось формирование определенного стереотипа поведения человека, направленного на достижение победы. Плакаты, посвященные трудовому

героизму тыла, были призваны показать трудящимся их значимость в деле обороны страны. На мой взгляд, призыв к интенсивному труду наиболее ярко показан в плакате Д. Моор (Приложение 4), где красноармеец с винтовкой в руке на фоне дымящихся труб завода задает каждому зрителю вопрос, определяющий трудовую мотивацию.

Аналогичный сюжет можно увидеть в плакате, который создал Н. Авакумов (Приложение 5). В нем изображен рабочий и печь, из которой расплавленный металл превращается в танки и самолеты, отправляющие на фронт. Призыв здесь выражен путем показа процесса изготовления, его результатов и причин, вызвавших это производство.¹

Ярким примером такого рода плакатов может служить изображение П. Караченцова (Приложение 6), где изображен ковш сталелитейного завода, из которого выливается сталь красного цвета, падая, она преобразуется в бомбу или снаряд. Под ее разрушительным воздействием рассыпается фашистский танк, изображенный прямо под ковшом в центре внизу плаката. Сюжет плаката прямо указывал на результат интенсивного труда.

На плакате А. Кокорекина (Приложение 7) изображен сталевар, читающий сводку Совинформбюро. Текст под изображением отражает идею единства фронта и тыла: «В этой фронтовой сводке есть и мой боевой труд». Обращает на себя внимание выражение боевой труд, которое должно было подчеркивать исключительный характер и значимость труда каждого для общей цели. Что примечательно, так это то, что они наполнены избытком различных цветов, в отличие от фронтовых сюжетов. Это, скорее всего, объясняется отсутствием необходимости цветом подчеркнуть контраст «свой — чужой», как это присутствовало в черно-белых и красно-черных плакатах. С другой стороны цветовая гамма призвана была хоть как-то «разукрасить» монотонные «серые» будни трудящихся.

¹ Демосфенова Г., Нурок А., Шантыко Н. Советский политический плакат. М.: Искусство, 1962. С. 150.

Усилить мотивацию труда женщин, которые вставали на место мужчин, ушедших на фронт, должен был плакат В. Серова (Приложение 8), выпущенный в 1941 г. На фоне движущейся на фронт армии, солдат, танков и летящих самолетов изображена женщина, смотрящая им вслед. Ее взгляд, пожалуй, несет основную смысловую нагрузку: он не выражает ни жалости, ни тоски по уходящим на фронт мужчинам. В этом взгляде отвага и решительность, готовность сделать работу, необходимую стране.

Цель интенсивного труда определялась необходимостью победы. Немалое количество плакатов пропагандировали в сознание трудящегося представление о необходимости этой цели, сосредотачивали свое внимание на исходном результате. К подобным плакатам можно отнести работу А. Кокорекина (Приложение 9), где несложная композиция плаката подчеркивала простоту и ясность главной идеи: главный стимул труда - победа! На плакате изображена женщина в рабочей униформе среди произведенных боеприпасов. Женщина — обобщенный образ. В этом образе каждая женщина могла узнать себя. Или, что не менее важно, — могла стремиться к этому образу.

Решение кадровой проблемы, вызванной отправкой на фронт значительного количества рабочих, решалась, в том числе, с помощью плакатов. Например, плакат Т. Ереминой (Приложение 10) обращен к женщинам с призывом осваивать мужскую профессию тракториста. На первом плане девушка за рулем трактора прощается с юношей, уходящим на фронт. Текст плаката в стихотворной форме должен усиливать мотивацию труда. Вообще образ трудящейся женщины — наиболее распространенный сюжет плакатов, обращенных одновременно и к воинам Красной Армии, и к трудящимся тыла. «Женщина у станка, за рулем трактора или за штурвалом комбайна, заменившая мужчину, ушедшего на фронт» — сюжет, не только «непосредственно и прямо подчеркивавший связь фронта и тыла», но и призывающий одновременно воинов к защите Родины, трудящихся - к интенсивному труду.

Аналогичный образ трудящейся девушки был избран художником И. Серебряным для плаката (Приложение 11). На нем изображена девушка, бе-

рущая носилки с кирпичом. Она как бы обращается к зрителю с призывом помочь ей в работе: взять носилки спереди. Вероятно, этот плакат мало кого оставлял равнодушным к призыву, настолько живым и реальным был этот образ. Эмоциональное переживание, желание помочь, должно было перенестись и на реальную ситуацию. В данном случае призыв к действию был выявлен «путем реального показа процесса действия».

Таким образом, плакаты как визуально-художественная форма идеологического контроля воздействовали на сознание трудящихся, в том числе, с целью повышения трудовой мотивации, широко применялись для изображения безыменного образа героя труда. Эти образы были просты и в основном всегда выступали с призывом трудиться как они. С помощью плакатного искусства стимулировалось воспитание патриотизма среди населения трудового тыла.

В распространении примеров геройского поведения в городе селе способствовали также культурно-массовые учреждения: клубы, избы-читальни, библиотеки. Все эти средства морального воздействия на массы служили делу повышения уровня производства.

Также нельзя не отметить большую роль кинематографа. Самоотверженному труду рабочих и крестьян, все мысли которых были на фронте, вместе с их близкими и родственниками, была посвящена картина, снятая С. Герасимовым «Большая земля»¹. Актеры Т. Макарова, В. Добровольский стремились показать духовную чистоту и верность людей, вынужденных остаться в тылу. Правда, документальности фильма противоречили дидактические ноты в обрисовке человеческих характеристик.

Наиболее удачным фильмом о тыле, о нелегкой, лишенной романтики, но требующей большого мужества жизни советской деревни был фильм родные поля 1944 года, поставленный актером Б. Бабочкиным и художником А. Босулаевым по сценарию Михаила Папавы. Спокойное, изобилующее дета-

¹ Лебедев А.А. Фронтовая кинохроника // Советская культура в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1976. С. 259.

лями повествование о делах будничных, тяжелых, переплетение судеб, порой неожиданное, но вызванное войной.

В контексте создания образов героя тыла нельзя не упомянуть патриотические движения трудящихся, которые по всей стране вовлекали в свои ряды огромное количество учащихся. Например, Всесоюзное социалистическое соревнование, возникшее в мае 1942 года в ответ на призыв партии усилить помощь фронту.¹ В нём участвовали миллионы работников промышленности, промышленности, строительства, транспорта, сельского хозяйства.

Закрепляя успех начатого дела, партия в 1943 году повсеместно развивала творческую инициативу масс. Вместе с профсоюзом и комсомолом она вовлекала в ряды соревнующихся новые контингенты людей, будила творческую мысль трудящихся. Соревнования по профессиям, движения скоростников, борьба за выполнение производственных планов с меньшим числом рабочих, совмещение профессий и товарищеская взаимопомощь в работе — эти и многие другие формы свидетельствовали о неистощимой энергии народа.

К пропаганде идей Всесоюзного социалистического соревнования партия подключила все средства политического воздействия. Центральные и местные газеты были заполнены призывами к самоотверженному труду и откликами трудящихся на соревнование. На предприятиях, стройках, в колхозах и совхозах проводились митинги и собрания трудящихся, на которых подводились итоги соревнования и вручались знаки отличия лучшим работникам.

Организаторами массового социалистического соревнования трудящихся выступали партийные организации. Находясь в центре производственной жизни, коммунисты личным примером увлекали за собой всех, кто трудился рядом. Они, как и комсомольцы, а также беспартийные активисты, были лучшими пропагандистами социалистического соревнования. Напри-

¹ История второй мировой войны 1939-1945. / под ред. А.А. Гречко, Г.А. Арбатов, В. А. Виноградов и др. М.: Воениздат, 1975. Т 5. С. 308.

мер, на Уральском заводе тяжелого электрического машиностроения зафиксированы случаи, когда агитаторы публично давали клятву, обязуясь сделать все возможное для выполнения и перевыполнения установленной нормы.¹

Развивая социалистическое соревнование, партийные организации уделяли первостепенное внимание его гласности. Возможность ежедневно видеть обязательства участников соревнования, следить за ходом их выполнения, знать лучших работников коллектива и методы их работы позволяла трудящимся сравнивать достигнутые результаты, создавала условия для распространения ценного опыта. Гласность подстегивала отстающих и стимулировала передовиков, развивала дух товарищеского сотрудничества в борьбе за более высокую производительность труда.

Использовали разнообразные формы освещения итогов работы за день, декаду, месяц. Это были доски показателей, дневники соревнований, лицевые счета, и другие виды публичной отчетности о выполнении планов, которые показывали геройство работников. Важным средством повышения мотивационной составляющей труда была заводская печать и радио, которые иногда по своему тиражу превышали общегосударственные издания. О таком положении дел свидетельствует письмо М. Семькиной в Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б), где сообщается о наличии в ряде заводов, таких как предприятие имени Фрунзе №24, Шарикоподшипник и др, на которых «боевые листы» имеют периодичность больше любой многотиражной газеты.² На Кузнецком металлургическом заводе, например, выпускались ежедневно две оперативные сводки о работе цехов, агрегатов и отдельных работ. В одной из них констатировалось выполнение обязательств за смену, в другой – за сутки. Сводки передавались по радио и моментально становились известными всему коллективу завода. Наиболее значительные производственные достижения обсуждались на собраниях рабочих и служащих.

¹ Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 297.

² Письмо начальника Куйбышевского Обллита М. Семькиной в Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 343-344.

Все это оказывало влияние на увеличение рядов соревнующихся и на повышение эффективности производства. Особенно быстро росло число участников соревнования комсомольско-молодежных бригад. В Свердловской области в начале 1943 года за высокие показатели боролись 572 такие бригады, в Омской – 1644, а в целом по стране 36 тысяч к осени и 45,5 тысяч, к концу года. Много последователей было у бригады Е. Барышниковой с 1-го государственного подшипникового завода, увеличившей выпуск продукции более чем в 3,5 раза при одновременном сокращении числа рабочих на треть. Ее подвиг был подхвачен в 1943 году 4260 бригадами, которые в целом высвободили для других работ 18 тысяч рабочих.¹

Массовый характер на третьем году войны приняло движение за выпуск сверхплановой продукции в особый фонд Верховного Главнокомандующего Красной Армии. Его родоначальниками были рабочие с Куйбышева. Они создали обращение с призывом ко всем рабочим начать движение за перевыполнение плана.²

Не менее значительную роль сыграла массово-политическая работа в развитии Всесоюзного социалистического соревнования в деревне. Несмотря на нехватку идеологических кадров в селе, она велась достаточно энергично. Успешному решению задач в большей степени способствовало привлечение городских партийных организаций, которые постоянно принимали участие в воспитании работников села.

Опираясь на эту помощь и используя свои собственные силы, сельские партийные организации заметно улучшили массово-политическую работу среди населения. Пропагандисты и агитаторы во многих случаях активно вмешивались в процесс организации труда, при этом они добивались более разумной расстановки работников. Так поступили, например, агитаторы в колхозе «Заветы Ильича» Верхне-Пышненского района Свердловской обла-

¹ Сомов В.А. Потому что была война.... Внеэкономические факторы трудовой мотивации в годы Великой Отечественной войны (1941-1945). Н. Новгород: Волго-вятская академия гос. службы, 2008. С. 106.

² История второй мировой войны 1939-1945. / под ред. А.А. Гречко, Г.А. Арбатов, В. А. Виноградов и др. М.: Воениздат, 1975. Т 5. С. 344.

сти. Кроме того, они предложили и помогали ввести новый порядок учета выполненных работ, участие агитаторов способствовало тому, что колхоз ликвидировал отставание и первым в районе закончил уборку зерна.¹

Личный пример агитаторов приобретал широкое воспитательное значение. Вот один из многочисленных примеров. Первая бригада колхоза имени Чкалова Оренбургской области отставала на весеннем севе по выполнению графика. Руководство объясняло это отставание завышенными нормами. Этому утверждению возразила агитатор Шанкина, которая лично выполнив норму на 120%, показала всему коллективу как надо работать. Такие примеры вызывали всеобщее желание повысить эффективность своего труда и быть своего рода героем.²

По моему мнению, государство смогло мотивировать народ на героизм у станка. Люди шли на заводы, в поле и совершали там подвиги своим упорством и трудом. Работали не покладая рук под лозунгом «Все для фронта, все для победы!».

Вдохновившись образами героев труда, простые рабочие совершали подвиги. Яркие примеры героизма подталкивали их присоединяться к патриотическим движениям совместно идти к цели.

О высокой идейно-политической сознательности трудящихся свидетельствуют также великая сила патриотизма, которая выражалась в многочисленных формах оказания помощи фронту. С первых дней войны советские люди массово начали оказывать добровольную помощь для укрепления обороны страны. Уже в июне в правительственные и местные органы, в редакции центральных и местных газет стали поступать многочисленные предложения о готовности не только своим трудом, но и личными средствами материально помочь фронту. В фонд обороны было сдано много ценностей и продовольствия. Данный факт подтверждают огромное количество писем, документов, записок. Например, подобная информация содержится в письме

¹ Московский большевик. 1943. 28 августа

² Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М.: Прогресс, 1981. С. 148.

от управляющего Московской городской конторой Госбанка СССР А. Чубукова в редакцию газеты «Правда». А. Чубуков обращается к редакторам газеты с просьбой опубликовать информацию о патриотах, жертвующих свои накопления на помощь фронту. Так, например, по сообщению корреспондента Д.А. Ворончихина в Иркутске с ненавистью в сердцах многие граждане приходят в банки и сдают золото, украшения и даже обручальные кольца.¹

29 июля 1941 года газета «Правда» опубликовала статью, где проводился анализ писем с предложениями трудящихся создать фонд обороны.² Впоследствии этому движению дали наполнение. Всюду были организованы комиссии по организации сбора средств, продовольствия, вещей и драгоценностей.

Успешность использования образа трудового героя оправдана и эффективна, это доказывает огромное количество фактов, но главный показатель успешности этого метода в том, что по итогу экономика СССР, благодаря героизму тыловых регионов смогла выдержать Великую Отечественную войну.

¹ Правда. 1941. 8 июля.

² Правда. 1941. 29 июля.

Глава 2. Деятельность партийных, профсоюзных и комсомольских организаций и патриотизм в СССР в военный период

2.1. Механизмы, формы и методы становления патриотизма в общественном сознании населения

Сила власти и ее возможности в осуществлении контроля над настроением масс во многом объясняют причины такого патриотического подъема в годы войны, но не стоит забывать, что мотиваций для самоотверженной борьбы было огромное количество. Например, личное стремление освободить родной край, ненависть к врагу, желание отомстить, да в какой то мере и просто желание выжить. В силу этих обстоятельств воззвания государства к населению способствовали скорее неким напоминающим фактором о любви к Родине, нежели воспитывающим, так как основное воспитание патриотизма было осуществлено задолго до войны.

На усиление духа патриотизма были направлены все силы, основным методом несения убеждений стало организация широкомасштабной пропаганды и агитации.

Под пропагандой принято понимать распространение информации, направленной на трансформации общественного мнения или для оказания влияния на сознание широких масс людей. Информация, пройдя определенный отбор, распространяется всеми доступными средствами несения информации, при этом главной целью остается донесение фактов направленных на изменение поведения общества в определенную сторону, а не простое донесение информации. Для достижения цели государство создает специально-организованный идеологический аппарат пропаганды и агитации, а иногда осуществление пропаганды становится одним из направлений самого государства, как было в советское время в СССР.¹

¹ Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. С. 14.

Приемы и методы осуществления патриотического воспитания отрабатывались веками. В 20 веке из-за сильного влияния идеологии, пропаганда патриотизма начинает опираться на знание социальной психологии и группового поведения.¹ Совершенствовались с течением времени и способы донесения воспитательной информации до населения, так например, для советского периода средством для осуществления влияния на поведение общества становится кинематограф и радио, не применявшиеся до этого времени так широко. Но были ли они эффективны в условиях военного времени или целесообразно было бы использовать старые способы?

Для понимания сути необходимо разобраться с тем, какие вообще средства для поднятия патриотического настроения использовались.

Во-первых, печать служила средством пропаганды патриотизма. На протяжении всех лет войны главной задачей печати были сплочение и мобилизация всех сил советского народа. Пропаганда идей советского патриотизма, воспитание советских людей в духе преданности Родине и ненависти ее врагам, раскрытие гуманистических целей войны, беспримерного подвига советского народа разоблачение гитлеровского замысла - вот основное содержание печатной продукции в военные годы. В партийных решениях и задачах подчеркивалось, что ее главная задача это воспитание патриотизма и мобилизация всех сил народа.²

Произведения, публиковавшиеся в газетах, журналах, книгах вдохновляли воинов на новые подвиги, неустанно воспитывали стойкость и мужество, дисциплину и организованность, бесстрашие и самоотверженность в борьбе с оккупантами, беззаветную преданность Родине.

Центральные газеты «Правда», «Известия», Красная звезда», «Красный флот», «Комсомольская правда», «Сталинский сокол», а также Совинформбюро и ТАСС имели на фронте своих постоянных военных корреспон-

¹ Волковский Н. Л. История Информационных войн. В 2 частях. М.: Полигон, 2003. Ч. 2. С. 311.

² О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении // под ред. А. З. Огорокова . М.: Мысль, 1972. С. 207.

дентов.¹ Корреспондентская работа стала основной для многих журналистов и писателей.

Центральные и местные газеты печатали последние сообщения от Совинформбюро, которые содержали сводки с фронтов, описания боевых действий, новости с международной арены. В газетах публиковались решения и постановления Коммунистической партии и советского правительства, статьи, освещающие военные действия, работу тыла, партийную жизнь.

С первых дней войны материалы, опубликованные в газетах, призывали к священной борьбе, к защите Родины.

С началом войны была проведена организационная перестройка печати с целью широкого развития массовой печати на фронте, а также создания новых органов центральной прессы и информации. Поэтому несколько сократилась общая печать: из 39 центральных газет было оставлено 18. Перестали выходить многие отраслевые газеты, сокращался объем центральной и местной печати. Республиканские, областные газеты стали издаваться пять раз в неделю на двух полосах. Районные газеты переводились на еженедельный выпуск на двух полосах.² Учитывая популярность и доступность районных газет у сельского населения, их редакции обязывались экономить газетную площадь, добиваться более плотной верстки, больше помещать публикаций о помощи трудящихся фронту, рассказывать читателям о подвигах своих земляков в боях с немецко-фашистскими захватчиками, печатать письма бойцов и командиров своим родным и письма родных воинам армии и флота.

Сократилась сеть журналов. Как правило, журналы имели меньше листов, часто выходили сдвоенными номерами. Было перестроено их содержание. Теоретические и общественно-политические журналы «Большевик», «Пропагандист», «Партийное строительство», «Пропагандист и агитатор Красной Армии» и другие сосредоточили свое внимание на показе захватни-

¹ Кононыхин Н.М. Партийная и советская печать в период Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1960. С. 25.

² Там же С. 22.

ческих целей войны фашизма, его человеконенавистнической идеологии, описании зверств, творимых гитлеровскими войсками на оккупированной территории, публиковали материалы об укреплении антигитлеровской коалиции, помещали статьи на военно-исторические темы, в которых раскрылся героизм и мужество российского народа в борьбе за свою национальную независимость, военное искусство воинов армии России и ее полководцев в боях с врагами. Авторами многих публикаций являлись видные советские историки, философы, экономисты, писатели, публицисты.¹

Значительно была расширена сеть военных газет. Во второй половине 1941 года в Красной Армии выходило 465 военных газет. В ходе войны их сеть значительно возросла, и в 1944 году в армии выходило 757 газет, а общий разовый тираж их составил 3 195 000 экземпляров.²

Газеты издавались в бригадах (в частности, в танковых и железнодорожных), дивизиях, отдельных механизированных и кавалерийских корпусах, общевойсковых, танковых и авиационных армиях, во фронтах и военных округах. Также выходили центральные военные газеты. Таблица, приводимая ниже, показывает рост сети газет Красной Армии в 1941–1944 годах. 64 военные газеты выходили не только на русском языке, но и на языках народов СССР. Например, в 1944 году на 1-м Белорусском фронте газета «Красная Армия» издавалась на русском языке тиражом 40 тысяч экземпляров, на татарском, узбекском и казахском языках — по 2 тысячи экземпляров.³

Кроме того, издавались на национальных языках армейские и дивизионные газеты. Ряд военных газет регулярно печатали одну из полос на языке национальности, представители которой служили в военных формированиях, для которых они предназначались.

Наряду с газетами Главное политическое управление Красной Армии издавало журналы «Агитатор и пропагандист» и «Блокнот агитатора». Их ра-

¹ О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении // под ред. А. З. Огорокова. М.: Мысль, 1972. С. 499.

² КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С. 46.

³ О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении // под ред. А. З. Огорокова. М.: Мысль, 1972. С. 392.

зовый тираж в 1944 году составил 356 тысяч экземпляров. Кроме того, «Блокнот агитатора» выходил на языках народов СССР с разовым тиражом 65 тысяч экземпляров. Также издавался журнал «Красноармеец», тиражом 250 тысяч экземпляров, и выходило девять военных специальных журналов с общим тиражом в 52 тысячи экземпляров («Автобронетанковый журнал», Артиллерийский журнал», «Вестник воздушного флота», «Военно-инженерный журнал», «Военно-медицинский журнал», «Краснофлотец», «Военный вестник», «Тыл и снабжение», «Связь»). Кроме «Краснофлотца» в ВМФ издавались еще журналы «Партийно-политическая работа в ВМФ» (издание Главного управления политической пропаганды ПУ ВМФ СССР, в июле 1942 года был переименован в «Агитатор», который выходил трижды в месяц с подзаголовком «Журнал Главного политического управления ВМФ СССР), «Морской сборник» (издание Наркомата ВМФ СССР). В 1942 году начал выходить двухнедельный журнал «Блокнот агитатора ВМФ».¹

В ходе войны были созданы два юмористических журнала «Фронтový юмор» (Западный фронт) и «Сквозняк» (Карельский фронт). Тираж каждого из них составлял 45 тысяч экземпляров.²

Главная задача журналов была помогать пропагандистам и агитаторам, политработникам, партийным активистам организовывать и проводить агитационную и пропагандистскую работу в подразделениях.

Кроме газет и журналов, большое значение для морально-политического воспитания и информации имели листовки. Начальный период войны показал, что листовки обладают рядом преимуществ по сравнению с другими видами печатной продукции. Они были значительно быстрее, чем газеты, бюллетени или брошюры, быстро откликались на изменения в политической обстановке. Они отличались небольшим объемом, сжатым и доступным текстом, броским полиграфическим оформлением. Листовку очень

¹ Максакова Л.В. Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1977. С. 218.

² Сомов В.А. Потому что была война...: Внеэкономические факторы трудовой мотивации в годы Великой Отечественной войны (1941-1945). Н. Новгород: Волго-вятская академия гос. службы, 2008. С. 138.

быстро готовили к печати, иногда в течение нескольких часов, издавали большими тиражами и в короткие сроки распространяли. Одну и ту же листовку при необходимости многократно переиздавали. При необходимости в нескольких листовках, посвященных одному и тому же вопросу, по-разному расставлялись смысловые акценты, что позволяло учитывать психологические особенности различных контингентов военнослужащих, населения государств противника и людей оккупированных им территорий. Воспроизведение в листовке фотографий, копий официальных документов повышало их убедительность. А художественное оформление листовок способствовало усилению их эмоционального воздействия на аудиторию.

Небольшой, лаконичный, доступный текст листовки легко воспринимался даже при вынужденно быстром чтении во фронтовой обстановке. Благодаря малому формату листовку легко было спрятать, передать кому-либо, сохранить как пропуск для сдачи в плен.

Главное политическое управление Красной Армии издавало специальные листовки «Вести с Советской Родины» тиражом 1,5 миллионов экземпляров, газета «Московский большевик» выпускало 100 тысячным тиражом специальный выпуск «Московских известий» для районов Московской области, листовки печатала «Ленинградская правда».¹

Миллионными тиражами издавалась агитационно-пропагандистская литература. В популярной форме она разъясняла военную обстановку, события на фронтах, международное и внутреннее положение страны, раскрывала характер Отечественной войны. В крупнейшем молодежном издательстве ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия» значительно расширилась существовавшая до войны «Военная библиотечка комсомольца», была создана новая серия книг – «Герои Отечественной войны»². Большими тиражами выходили книги, посвященные практике военных дел. В 1943 году издательство «Молодая гвар-

¹ Кононыхин Н.М. Партийная и советская печать в период Великой Отечественной войны. М.: Наука 1960. С. 33.

² Кононыхин Н.М. Партийная и советская печать в период Великой Отечественной войны. М.: Наука 1960. С. 38.

дия» были опубликованы «Беседы о военном воспитании», «Советы будущему воину», «Искусство воевать» для партизан и молодежи, оставшиеся на временно оккупированной территории, в издательстве «Молодая гвардия» были изданы книга «спутник партизана», 14 миллионов экземпляров листовок и 400 тысяч экземпляров другой литературы для воинских подразделений и партизанских отрядов.¹ Совместно с ЦК ВКЛСМ издательство выпускало литературу в помощь комсомольским организациям. В 1941 году был издан сборник статей «В помощь комсомольскому агитатору», в 1943 – сборники «Агитаторы на заводе», в 1944 году – «Памятка сельскому комсомольцу-агитатору» и «Памятка агитатору», тираж которой составил 125 тысяч экземпляров.²

В Москве в 1942 году вышел один из наиболее интересных сборников, «Комсомол в боях за Родину» в нем рассказывалось о массовом участии молодежи в войне, о ее героических делах, о беспримерном мужестве и доблести комсомольцев – фронтовиков и партизан.

Среди изданий военных лет видное место занимала художественная литература. Статья, очерк, появившиеся во фронтовой армейской газете перепечатывались центральной печатью, передавались по радио, выходили отдельными изданиями. Военные корреспонденции, короткие рассказы, написанные в ходе военных действий, заполняли газеты, журналы издавали небывалыми тиражами и пользовались огромной популярностью у читателя.

Несмотря на большое снижение, общий тираж художественных произведений увеличился. Миллионными тиражами были изданы рассказы Н.Тихонова, А. Толстова, К. Симонова, М. Шолохова. Особенно большой популярностью у читателя пользовались публицистические статьи, очерки и рассказы Б.Горбатова «Письма товарища», А. Толстого «Русский характер и

¹ Максакова Л.В. Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1977. С. 67.

² О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении // под ред. А. З. Огорокова. М.: Мысль, 1972. С. 122.

смельчаки», Л. Соболева «Морская душа», К. Симонова «От черного до Баренцевого моря», К. Федина. И. Эренбурга, В. Вишевского и др.¹

В исторической литературе важное место заняло освещение сущности фашизма, теории нацизма. Разоблачение фашистских фальсификаторов одна из важнейших проблем, к которой обратились историки, экономисты и философы Г. Ф. Александров, А. С. Ерусалимский, К. В. Островитянов, И. П. Трайнин, П. Ф. Юдин.

Как никогда повысился престиж Советского государства, возглавившего борьбу всех свободолюбивых народов мира против фашизма. Откликом на интерес читателей к мировой истории и роли в ней СССР явилось издание серии «Библиотек внешней политики», второго тома «Истории дипломатии».²

Вся эта научная и научно-популярная литература идейно вооружала народные массы знаниями марксистско-ленинской теории, исторического прошлого страны, воспитывала чувство патриотизма, глубокого уважения к героическому прошлому своей Родины.

Новым средством трансляции идей патриотизма с первых дней войны становится радио. Ни на один день не прекращалось вещание радиопередач с Москвы. Именно благодаря ему по радио миллионы советских людей услышали торжественное заседание 6 ноября 1941 года, посвященное 24 годовщине Октябрьской революции, 7 ноября – репортаж о параде Советских войск на Красной площади, 5 августа 1943 года впервые за годы войны услышали салют в честь войск, освободивших Орел и Белгород.³

9 мая 1945 состоялась передача Акта о безоговорочной капитуляции Германии и был зачитан приказ Верховного командующего по войскам Красной Армии и Военно-Морского Флота о завершении Великой Отечественной войны.

¹ Максакова Л.В. Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1977. С 134.

² Там же. С. 220.

³ Левитан Ю. Приказы победы // Радио в дни войны. М.: Искусство, 1975. С 163.

Радио использовалось для передачи в сельсоветы и колхозы газетных статей, сводок Совинформбюро. Ежедневно 14 раз по центральному радиовещанию передавались «Последние известия». За годы войны было передано около 25 тысяч сообщений Совинформбюро.¹

Специальные передачи были организованы для бойцов, командиров Красной Армии, для партизан, для молодежи. Особое место в радиовещании заняла переписка по радио. С 9 июля 1941 года ежедневно передавались «письма на фронт», а с августа - «Письма с фронта». Ежедневно московское радио получало до тысячи писем от фронтовиков и работающих в тылу. За годы войны было получено более 2 миллиона писем.

Всесоюзным Политуправлением Западного фронта была создана специальная военная редакция во главе с Н. М. Потаповым «Говорит западный фронт» впервые прозвучала 16 ноября 1941 года, став затем постоянной.

За время по радио были переданы тысячи корреспонденций, репортажей с фронта, интервью, бесед, выступлений информации о жизни тыла и фронта. Программы вещания охватывали огромное число слушателей, они велись более чем на 70 языках народов СССР и на 28 иностранных языках общий объем передач достиг 88 часов в сутки. Перед слушателями выступали видные государственные деятели, герои Советского Союза, ученые, писатели, актеры музыканты. Большое воспитательное значение имели переписка с фронтом. Важное место в работе радио занимала контрпропаганда.

Радио было основным видом связи между осажденными городами и страной. В Ленинграде с августа 1941 года, когда кольцо блокады сомкнулось, радио стало главным и почти единственным средством идейно-политического воспитания и информации. По радио Ленинград говорил с Москвой, героическим примером борьбы ленинградцев вдохновлялась вся страна. Радио стало катализатором идейно-патриотического воспитания.

В условиях войны совершенно особое место в политическом просвещении масс и культурно-воспитательной работе приобрело киноискусство. В

¹ Комков Г. Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной. М.: Наука, 1983. С. 95.

кинотеатрах устраивали кинофестивали и тематические показы, посвященные борьбе советского народа с немецкими захватчиками, важнейшим историческим событиям, выдающимся деятелям русской культуры, русским полководцам. Кино служило и оборонно-массовой работе. Студия научно-популярных и учебных фильмов начала выпускать фильмы, помогающие овладевать военными знаниями, например, «Разведка», «Уничтожай танки врага», «Пехота в бою» и многие другие.

Художественное кино в первую очередь с приходом войны обратилось к наиболее удобному формату – боевым киносборникам, выпускавшимся под названием «Победа за нами».¹

Создавались и полнометражные фильмы, которые транслировались огромным массам мирного и военного населения. Большой успех имели кинокартины, показывающие народную борьбу с фашистами, патриотизм и мужество советских граждан. Создавались фильмы, рассказывающие о единении тыла фронта, о нечеловеческом труде жителей тыла, например, картина снятая режиссером Герасимовым «Непобедимые». Такого рода фильмы вдохновляли народ на подобную борьбу и придавали уверенности.

Огромную роль в воспитании патриотизма советских граждан сыграли кинокартины, посвященные бойцам и командирам Красной Армии. Особенно широкий резонанс вызывали картины снятые по произведениям К. Симонова, например, такие как «Жди меня», «Март-апрель», «Во имя Родины», «Фронт» и другие. Зачастую в кинематографе советского периода обращались к образу ребенка, этот прием имел колоссальное воздействие на умы людей. Так, например, фильм «Жила была девочка», посвященный детям осажденного Ленинграда, вдохновлял на самоотверженную борьбу. Эти фильмы отличались реализмом и глубиной психологического воздействия на зрителя.

¹ Лебедев А.А. Фронтовая кинохроника // Советская культура в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1976. С. 301.

Тема героического подвига, моральной непоколебимости солдат можно увидеть и в лирической кинокомедии, например, режиссера Пырева «В шесть часов вчера после войны» и многих других.

Как отмечалось ранее, большую роль в становлении патриотизма играло историческое наследие нашей Родины. Поэтому не случайно, что кинематограф времени войны, активно обращался именно к историческим примерам, которые воспитывали гордость народа за свою страну. Это направление отразили ряд работ режиссеров, таких как В. Петров «Кутузов» и особый успех имела картина Эйзенштейна «Иван Грозный».

Задачу воспитания патриотизма решали фильмы, освещающие гражданскую войну – «Оборона Царицина», «Котовский» и другие.

За годы войны было создано более 100 художественных фильмов¹, они способствовали мобилизации и поднятию народа на борьбу с немецкими захватчиками. Эту же задачу успешно решала боевая кинопублицистика. Наиболее значимым достижением в годы войны был документальный фильм "Разгром немецких войск под Москвой" режиссеров Варламова и Копалина. Кинодокументалистам СССР удалось зафиксировать множество героических событий: в 1942 – «Ленинград в борьбе», «Черноморцы» - об обороне Севастополя; «День войны» - о событиях на фронте и в тылу 12 июня 1942 г.; в 1943 г. – «Сталинград», «Орловская битва», «Урал куёт победу» и многие другие.

Создавали документальные фильмы, посвященные операциям советских войск по освобождению от немецких захватчиков ряда стран Западной Европы. Освободительный этап Отечественной войны был ярко показан в документальных фильмах "Будапешт", "Вена", "Югославия", "Кенигсберг" и многие другие. Данное направление в кинематографе заставляло граждан СССР гордиться своей страной, ощущать себя героями, осуществившими отпор и спасших многие страны от гегемонии Германии.

¹ Максакова Л.В. Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1977. С 201.

Таким образом, кинематограф времени войны, был мощным средством воспитания патриотизма, он наглядно показывал и приводил примеры, как надо делать, каким человеком необходимо быть. Вызывал чувство гордости и призывал встать на борьбу за свою Родину.

И конечно, средства, использующееся столетиями для агитации и пропаганды патриотизма, которые необходимо упомянуть – это проведение бесед, митингов, акций в пользу призыва встать на защиту Родины. В этом случае основной эффект достигается тем, что на местах задействовали людей переживших оккупационный режим, или побывавших на фронте, а также известных политических деятелей или деятелей культуры, которые рассказывали о зверствах фашистов и подвигах советских солдат, тем самым как бы происходило олицетворение тех людей о которых снимали фильмы, говорило радио, печатали газеты. Наглядная демонстрация живых примеров имела колоссальное воздействие на людей, это положение доказывает как война 1941-1945 годов, так и вся история в целом.

Таким образом, в период Великой Отечественной войны использовались различные средства для распространения идей патриотического воспитания, которые охватывали все население огромной республики и даже население зарубежья. Привлечение такой широкой аудитории достигалось, как раз за счет сочетания новых и старых средств распространения информации, а так же благодаря контролю над передаваемой информацией со стороны государства. Взаимодействие этих факторов дало примеры широкого охвата людей идеями патриотизма, что говорит об эффективности средств, использованных системой во время войны.

Но не только средства играли определяющую роль в воспитании патриотизма среди населения, но и огромное значение имели методы, которыми мотивировали граждан к проявлению патриотизма. В данном контексте, проанализировав плакаты и листовки времени войны, газеты, фильмы, сообщения и статьи, освещенные на радио можно выделить несколько основных ме-

тодов, которые были использованы государством для активизации чувств патриотизма у населения.

Во-первых, запугивания, вызов чувство страха реальными и вымышленными фактами способствовало осознанию необходимости защиты своих территориальных границ.

Во-вторых, обобщение и затуманивание реальной картины, помогало поднимать боевой дух и оставаться гордым за успехи своего государства. Во время войны замалчивание неудач и потерь было, чуть ли не основным направлением политики.

В-третьих, приведение в пример героев фронта и труда как символов для всеобщего равенства. Подвиги способствовали воодушевлению других на самопожертвование и отчаянную борьбу.

В-четвертых, апелляция к историческому прошлому и идеологии.

В-пятых, создание негативного образа врага, воспитание ненависти к захватчикам, способствовало сплочению народа и организацию всеобщего отпора. Разоблачали несправедливость политики фашизма. Этот метод был действительно действенным и часто применялся на практике.

В-шестых, использование «родительских символов» - Родина мать, Отец народа. И если говорить о массовом советском сознании, то необходимо признать, что каков бы не был разрыв между образом Сталина в качестве вождя военного времени и историческими реалиями, его влияние на настроение и сознание людей, на их психологическую мобилизацию, бесспорно, является значимым.

В-седьмых, СМИ придавали войне справедливый, священный характер.

Так, для достижения эффективного воздействия на советское население с целью воспитания аккумуляции чувства патриотизма государство использовало разнообразные средства и методы. Органично их, сочетая, государству удалось добиться подъема патриотического духа среди населения, что было важным залогом победы. Но также необходимо отметить, что одной из причин успеха данной политики стало наличие сильной центральной вла-

сти, которая всецело контролировало не только СМИ и культуру, но и разум советских граждан.

2.2. Роль партии, профсоюзов и комсомола в воспитании патриотизма

Союз Советских Социалистических Республик – многонациональное, крупнейшее по территории государство, но которое смогло дать отпор немецким захватчикам. Советские солдаты, труженики тыла, интеллегенция, чиновники, буквально каждый гражданин проявили стойкость и отвагу. Ни в какой другой стране нет такого примера массового подвига. В этой связи можно долго рассуждать над причинами успеха, но, на мой взгляд, определяющей, стала работа огромного государства как единого механизма, такая слаженность была присуща всем сферам. Централизация власти, укрепление дисциплины обеспечивали оперативность руководства страной. Происходила активная перестройка государства на военные рельсы. Но одних этих мер было недостаточно, для реализации намеченных программ требовалось еще провести большую идеологическую работу среди трудящихся и солдат. И не стоит забывать, что КПСС в своих действиях руководствовалась ленинскими предписаниями поэтому первостепенная задача государства это укрепления единства и воспитание масс в духе патриотизма. Также если обратить внимание на постановления со съездов, пленумов ЦК КПСС 1939-1941 годов, то можно отметить одну закономерность – часто подчеркивается необходимость усиления и совершенствования идеологической работы.

В мае 1941 года рассматривается проект постановления Коммунистической партии об увеличении тиража военной пропаганды на страницах газет. Рассматривалась необходимость выделения политической пропагандой Красной Армии отличившихся пропагандистов для декларирования лекций, подготовки и выпуска в свет военной библиотеки. Также было озвучено ре-

шение о включении в учебный план Высшей партийной школы военного дела. Курс рассчитывался на 120 часов.¹

Одно из первых мест в работе партийных органов стало занимать воспитание советского патриотизма. Пропагандистская машина была призвана воспитывать у советских людей приверженность к своей Родине, культивировать такие черты характера, как храбрость, отвага, стойкость.

Работникам идеологии необходимо было крепить настрой народа. Ярким словом и личным примером.

Разработанная КПСС программа воспитательной работы на военный период потребовала соответствующей перестройки средств идейно-политического воздействия. Трансформацию идеологического фронта возглавлял и направлял Центральный Комитет ВКП(б). ЦК ВКП(б) принимал решения по вопросам связанным с идеологией, пропагандой, занимался подбором, воспитанием и расстановкой кадров, руководил всей воспитательной работой в стране.

24 июля 1941 года совместным решением ЦК ВКП(б) и СНК СССР было создано Советское Информационное бюро². На этот орган возлагалась задача оповещения советских граждан о событиях на фронте и в тылу. Это решение сыграло важную роль в организации оперативной информации.

Неким идейным оружием в руках КПСС была печать. Газеты и журналы помогали осуществлять связь с народом, поддерживать его патриотический дух и преданность Родине.

В результате реорганизации количество центральных газет в первые месяцы войны уменьшилось вдвое. Из ранее существовавших 39 центральных газет осталось 18³. Отраслевые газеты перестали издаваться.

¹ Бодрова Е. В. Система военно-патриотического воспитания накануне и в начальный период Великой Отечественной войны. [Электронный ресурс]: Московский гуманитарный университет. URL: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4741/> (дата обращения: 11.04.2018)

² КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. С 35.

³ Кононыхин Н.М. Партийная и советская печать в период Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1960. С. 51.

Серьезные изменения произошли и в местной печати. 28 июня 1941 г. ЦК ВКП(б) принял постановление о местных газетах и журналах¹. Теперь действовали строгие ограничения на издания местных видов печати.

В стране отмечались трудности с производством бумаги. Его сокращение диктовало необходимость концентрации средств массовой информации на важнейших направлениях идейно-политической работы. В связи с этим в первый год войны количество газет и журналов значительно уменьшилось.

Сокращение периодики совсем не означало лишения информации. По инициативе партийных организаций были приняты меры для улучшения распространения печати и более эффективного использования газет и журналов. Важную роль в этом отношении сыграли организация газетных витрин, проведение коллективных чток печатных материалов, сбор прочитанной прессы в городах и пересылка ее на периферию и многое другое. Все это позволяло поддерживать информацию на должном уровне и своевременно доводить текущие события до сведения трудящихся.

Проводя курс на сокращение числа органов печати и уменьшение их тиражей, КПСС в то же время укрепляла и повышала роль наиболее авторитетных из них. Так, по решению Политбюро ЦК в полтора раза был увеличен тираж газеты «Правда», заметно возрос тираж и газеты «Красная звезда»².

Много было сделано Центральным Комитетом партии для налаживания постоянных связей прессы с воинскими подразделениями. С целью получения оперативной информации о событиях на фронтах редакции газет имели своих корреспондентов в действующей армии. ЦК ВКП(б) позаботился также о создании необходимых условий для работы представителей печати в действующей армии. В августе было принято положение «О работе на фронте специальных корреспондентов».³

¹ Попов Н. П. Горохов Н. А. Советская военная печать в годы Великой Отечественной войны. М.: Воен. изд-во Министерства Обороны СССР, 1981. С. 15.

² История Коммунистической партии Советского союза / под ред. П. Н. Поспелова. М.: Политиздат, 1970. Т.5, кн. 1. С. 185.

³ О партийной и советской печати. Сборник документов. М.: Правда, 1954. С. 499.

Говоря о реорганизации работы газет и журналов, необходимо отметить, что главным их содержанием стало освещение в печати боевых действий на фронтах и труд в тылу. Печать стала оплотом пропаганды и рупором КПСС.

Огромное значение для донесения информации играло радио. Коммунистическая партия широко использовала радиовещание в целях воспитания народа. Советский Союз к началу Великой Отечественной войны создал прочную материально-техническую базу радиовещания. Были сооружены наиболее совершенные по тому времени радиовещательные станции. Страна насыщалась все новыми и новыми передающими устройствами. В 1940 году насчитывалось почти 7 млн. радиоприемных точек, из них более 5,8 млн. трансляционных¹. Широкое распространение получила практика организации радиоаудиторий и специальных пунктов, приспособленных для коллективного слушания. В сельской местности и на стройках применялись всевозможные радиопередвижки, от небольших переносных радиоприемников до мощных установок на автомашинах. Все это позволяло удовлетворять растущие запросы трудящихся.

Проводившиеся под руководством партии идейно-политические изменения захватили всю партию. Ее организации взяли на себя всю тяжесть этого дела. В стране проходили пленумы, активы, собрания коммунистов с обсуждением насущных вопросов. В принимаемых ими постановлениях наряду с вопросами совершенствования партийно-организационной работы намечались меры усиления идейно-политического влияния на массы. Пути перестройки идейно-политической работы обсуждались повсеместно.

Как уже отмечалось, коренным образом изменилось содержание политической пропаганды и агитации. В начале июля 1941 года Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) опубликовало рекомендации относительно новых циклов лекций, докладов, бесед. Главное место в них занимали темы,

¹ Очерки истории советского радиовещания и телевидения. 1917-1941. / под. ред. Г. А. Казакова. М.: Мысль, 1972. Ч.1. С. 223.

посвященные разоблачению фашизма и его целей в войне против Советского Союза, подвигам советских воинов на фронтах, самоотверженному труду в тылу, единству народов СССР в борьбе с захватчиками.

Таким образом, эти рекомендации указывали основные пути политической работы в массах, определяли важнейшие вопросы, на которых нужно было сосредоточить главные усилия, и явились ценным пособием для лекторов, докладчиков, агитаторов. Добиваясь укрепления связи пропаганды и агитации с жизнью, партия стремилась строить их на конкретных примерах и фактах, взятых из событий на фронтах, из деятельности предприятий, учреждений, колхозов.

Партия стремилась охватить влиянием все население. В частности, большое внимание было обращено на улучшение политической работы среди сельского населения. С этой целью ЦК ВКП(б) 17 ноября 1941 года¹ принял решение об организации политотделов в МТС и совхозах, поставив перед ними задачу усилить политическую работу в деревне. Своей работой политотделы должны были восполнить пробел, образовавшийся в сельских партийных организациях, сильно поредевших из-за массового ухода коммунистов на фронт.

На новые условия работы была переведена огромная сеть культурно-массовых учреждений. Библиотеки, клубы, избы-читальни, музеи активно включились в решение военных, политических и хозяйственных задач. Главными в их деятельности стали вопросы военно-патриотического воспитания трудящихся. Перестройка коснулась и методов обслуживания населения. Центр тяжести работы культурно-массовых учреждений переместился непосредственно в производственные коллективы. Сюда приезжали коллективы художественной самодеятельности, приходили книгоноши. Непосредственно в цехах заводов и на полевых станах устраивались выставки художественных произведений, проводилась другая воспитательная работа.

¹ КПСС в резолюциях и решениях съездов конференций и пленумов ЦК. / под ред. А. Г. Егорова, К. М. Боголюбова. М.: Политиздат, 1985. Т. 7. С. 101.

Не менее значительное влияние оказывала политическая работа партийных организаций на развитие патриотических начинаний, направленных на укрепление обороноспособности Родины. Возникло и обрело всенародный размах движение за создание Фонда обороны страны, сбор средств на строительство танковых колонн и авиационных эскадрилий, сбор подарков фронтовикам, оказание помощи семьям воинов Красной Армии и т. п. Часто отказывая себе в самом необходимом, советские люди отдавали деньги, облигации, драгоценности, одежду, обувь, сельскохозяйственные продукты на нужды обороны страны и укрепление Вооруженных Сил. С приближением первой военной зимы трудящиеся собрали для фронтовиков 1174 972 пары валенок, 2 767 234 кг шерсти, более 500 тыс. полушубков, 2 062 766 овчин и много других теплых вещей¹.

Закрепляя успех начатого дела, Коммунистическая партия в 1943 году всемерно развивала творческую инициативу масс. Вместе с профсоюзом и комсомолом она вовлекала в ряды соревнующихся массы людей, будила творческую мысль трудящихся, выступала застрельщиком прогрессивных способов труда. Соревнование по профессиям, движение скоростников, борьба за выполнение производственных заданий с меньшим числом рабочих, совмещение профессий и товарищеская взаимопомощь в работе – эти и многие другие формы свидетельствовали о неистощимой энергии народа.

К пропаганде идей Всесоюзного социалистического соревнования партия подключила все средства политического воздействия. Организаторами массового социалистического соревнования трудящихся выступали партийные организации. Находясь в центре производственной жизни, коммунисты личным примером увлекали за собой всех, кто трудился рядом. Они, как и комсомольцы, а также беспартийные активисты, были лучшими пропагандистами социалистического соревнования.

С помощью профсоюзов и комсомола в стране была создана густая сеть различных школ, училищ, кружков и курсов повышения квалификации.

¹ Правда. 1941. 10 декабря

Например, в школах передовых методов обучалось на стройках Урала и Западной Сибири свыше 40 тыс. человек, на центральных железных дорогах — 41 тыс.¹

Одновременно в стране была развернута интенсивная кампания по пропаганде военных и оборонных знаний среди широких слоев населения. К этому делу были привлечены добровольные оборонные организации Осоавиахима, Красного Креста и Красного Полумесяца СССР, а также физкультурные общества. Большую работу по обучению граждан военно-оборонным знаниям развернули профсоюзные и комсомольские организации. Под руководством партийных организаций была создана сеть учебных пунктов, школ, курсов и боевых групп по изучению оборонных знаний. Опытные инструкторы помогали трудящимся овладевать знаниями по противовоздушной и противохимической защите, учили их оказывать первую медицинскую помощь пострадавшим. Физкультурно-спортивные общества развернули подготовку лыжников, пловцов, мастеров рукопашного боя, стрелков и т. п.

Они устраивали массовые военизированные походы и игры, спортивные соревнования. В лыжном кроссе, посвященном 24-й годовщине Красной Армии, было, по неполным данным, свыше 3,5 млн. участников. Из них почти 2,8 млн. человек сдали нормы на значки «Готов к труду и обороне» I и II ступени². Организованные профсоюзами курсы подготовили в 1942 году около 60 тыс. медицинских сестер для фронта.³ Кроме того, 11 февраля 1945 года открылась Центральная комсомольская школа при ЦК ВЛКСМ с полуторагодовичным сроком обучения, в которую сразу же были приняты 250 секретарей обкомов, райкомов и горкомов ВЛКСМ⁴.

Вообще комсомольская организация была многофункциональна и сочетала в себе всевозможные устремления для организации воспитания патристических настроений среди молодежи. На базе данного объединения проис-

¹ Большевик. 1944. № 13/14. С. 13.

² Комков Г. Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной. М.: Наука, 1983. С. 120.

³ Там же. С. 121.

⁴ Правда. 1942. 12 февраля

ходили не то только организации спортивных праздников, но встречи с героями фронта и тыла, молодежь комсомола активно принимала участие в кинематографе, лекциях, литературе, художественном искусстве.

Политико-воспитательную и культурно-массовую работу среди молодежи ЦК ВКЛСМ проводил под руководством ЦК партии, в тесном контакте с государственными учреждениями и общественными организациями, привлекая к этой работе лучшие творческие силы страны. Роль этой организации трудно недооценить. За время Великой Отечественной войны за Отчизну сражалось около 11 миллионов комсомольцев. История сохранила имена героев-комсомольцев, при этом надо отметить, что их огромное количество, а это уже показатель успешной работы данной организации.

Комсомол сделал огромный вклад в победу над фашизмом, за что был высоко оценен 14 июня 1945 года. Он получил орден Ленина за успешную работу по воспитанию юношей и девушек в духе патриотизма.

Таким образом, начавшаяся война стала некой проверкой не только для пропагандистской машины, но и для всего социума в целом: моральная стойкость, патриотизм, сила духа и многое другое, поэтому с началом войны, были реорганизованы все средства для осуществления влияния на население, что позволило не только оперативно, но и эффективно доносить информацию да народа.

Из вышесказанного видно, что во время Великой Отечественной войны существовало огромное количество объединений, организаций, союзов, которые на первый взгляд совершенно разные, но если рассмотреть их более подробно, то становится очевидно, что тем пунктом пересечения для всех является изначально одинаковая цель – воспитание моральных принципов, пропаганда патриотических настроений. И нельзя не отметить главенствующую роль КПСС. Именно партия задавала тон всем мероприятиям, Коммунистическая партия стала центром воспитания патриотизма. Наверное это было совсем не случайно, так как само государственное устройство не пред-

полагало других вариантов развития, да и в условиях войны это даже было положительным фактом, нежели отрицательным.

В этой связи невозможно отрицать огромную роль партии, комсомола, профсоюзов и других различных объединений. Они проделали огромную работу для распространения и активизации патриотического духа.

Глава 3. Применение результатов исследования в преподавании истории в общеобразовательных организациях

3.1. Технологическая карта внеклассного мероприятия

Технологическая карта внеклассного мероприятия в 9-х классах на тему
« Все для фронта, все для победы! »

Тип внеклассного мероприятия	Учебно-воспитательное		
Форма внеклассного мероприятия	Интерактивная игра (по мотивам телевизионной игры «Своя игра»)		
Цель	Вовлечь учащихся в поисково-познавательную деятельность и сформировать личностное отношение к значимому событию истории нашей страны – Великой Отечественной войне.		
Оборудование	Мультимедиа, цветные карточки, маркеры, таблицы команд, доска.		
Предварительная подготовка	Учащимся необходимо подготовиться по следующим темам: 1. Формирование чувства патриотизма (история создания плакатов, книг и фильмов во время Великой Отечественной войны); 2. Проявление патриотизма в годы Великой Отечественной войны (подвиги на фронте и в тылу)		
Планируемые результаты обучения			
Предметные:	Метапредметные:	Личностные:	
Получение знаний основных событий и понятий темы о героях Советского союза;	познавательные УУД: умение работы с учебным материалом, постановка и решение проблемы.	Формирование чувств гордости за свою Родину; уважительного отношения к подвигам	

анализ пропагандистского материала: плакаты, литературу, организации, фильмы периода Великой Отечественной войны, умение делать вывод на основе полученных знаний.	<p>регулятивные УУД: умение ставить цели, планировать свою работу, проводить самопроверку.</p> <p>коммуникативные УУД: умение работать в группе, обмениваться своими мнениями; формирование уважительного отношения к суждениям товарищей по команде.</p>	героям войны, осознания важности изучаемых событий для всего человечества и для каждого в частности.
--	---	--

Этапы урока	Время	Формируемые УУД	Деятельность учителя	Деятельность учеников
Организационный момент	2 мин	Регулятивные УУД: умение организовывать рабочее место и работать в соответствии с установленными задачами.	Приветствие, проверка готовности.	Настраиваются на работу.

<p>П</p> <p>оста- новка цели и мотива- ция к учебной дея- тельно- сти</p>	<p>7 мин.</p>	<p>Регулятивные: це- леполагание, пла- нирование, само- регуляция.</p> <p>Коммуникативные: планирование учебного сотру- дничества с учите- лем, сверстниками, умение с доста- точной полнотой выражать мысли в соответствии с за- дачами и условия- ми коммуникации. Познавательные: самостоятельное изучение нового термина.</p> <p>Коммуника- тивные: планиро- вание учебного со-</p>	<p>Просит напомнить тему (т.к. она была озвучена ранее) мероприятия.</p> <p>Подводит детей к необходи- мости сформули- ровать цели, кото- рые необходимо достичь.</p> <p>Предлагает осуществить до- стижение цели при помощи игры. Зна- комит с понятием «интерактивная игра», через само- стоятельное изуче- ние по данным представленным на экране.</p> <p>Совместное планирование предстоящей дея- тельности.</p>	<p>Объясня- ют тему меро- приятия. Рас- крывают смысл лозунга « Все для фронта, все для победы!»</p> <p>Учащиеся фор- мулируют цель: систематизиро- вать и углубить знания о героях и пропагандист- ских материалах Великой Отече- ственной войны.</p> <p>Знакомят- ся с понятием «интерактивная игра». Задают вопросы.</p> <p>Предлага-</p>
---	---------------	---	--	--

		<p>трудничества; работа в группах</p>	<p>Предлагает учащимся поделиться на команды при помощи жеребьевки. Для этого используется непрозрачная емкость с бумажками трех цветов (белый, синий, красный) в зависимости от вытянутого цвета учащийся становится участником той или иной команды.</p> <p>Предлагает учащимся поразмыслить над значением цвета каждой команды. обменяться мнениями.</p>	<p>ют варианты развития урока (образование команд, знакомство с правилами, интеллектуальная игра, подведение итогов)</p> <p>Учащиеся вытягивают цвет и пересаживаются в соответствии с выбранным цветом по группам.</p> <p>Предполагают значения, аргументируют, соотносят себя со значением вы-</p>
		<p>Познавательные: знакомство со значением цветов</p> <p>Личностные: возможность представления и отстаивания личного предложенного варианта значения цвета, соотнесение себя с цветом.</p> <p>Познава-</p>		

		<p>тельные: извлечение необходимой информации из правил проведения интерактивной игры,</p> <p>Личностные: осознание ответственности за общее дело</p> <p>Регулятивные: разработать критерии оценивания работы групп на уроке;</p>	<p>Переходит к знакомству учащихся с правилами игры, для этого просит обратиться к раздаточному материалу на столах (Приложение 1).</p> <p>Совместно с учениками устанавливает баллы поощрения. 1 место – 5, 2 место – 4, 3 место – 3. Устанавливаются штрафные баллы за нарушение дисциплины.</p>	<p>павшего цвета.</p> <p>Делают вывод о цветах – это цвета российского флага.</p> <p>Учащиеся слушают учителя, самостоятельно просматривают правила и задают вопросы в случае необходимости.</p> <p>Выбирают, предлагают систему оценивания.</p>
<p>Основной этап.</p> <p>Применение знаний в новых</p>	30 мин	<p>Коммутативные: учет разных мнений, умение работать в группе.</p> <p>Регулятивные: умение работать в ограничен-</p>	<p>Предлагает перейти к выполнению правил, проводится жеребьевка. Определяет время, которое дается командам для</p>	<p>Выбирают капитанов и название команды. Представляют свои команды соперникам и учителю.</p>

услови- ях		<p>ном времени.</p> <p>Познава- тельные: совер- шенствование и углубление знаний по истории Вели- кой Отечественной войны.</p> <p>Регулятив- ные: умение пра- вильно оценивать уровень своей ко- манды и себя са- мого.</p> <p>Личностные: умение самостоя- тельно делать вы- бор на основе сво- их знаний.</p> <p>Коммуника- тивные: умение правильно, быстро и четко доносить свои мысли до остальных участ- ников игры.</p>	<p>выбора капитана и названия своей ко- манды.</p> <p>Объявляет о начале игры. Пе- редает право вы- бора вопроса ко- манде вытянувшей на жеребьевке возможность от- крыть игру. Озвучивает вопросы, контролирует вре- мя обсуждения, за- числяет баллы ко- мандам, которые правильно ответи- ли. Следит за дис- циплиной и чест- ностью команд в игре. Анализирует работу отдельных учеников.</p>	<p>Выбирают категории во- просов, совеща- ются, дают отве- ты. Контроли- руют соблюде- ние правил игры всеми участни- ками.</p>
Подве-	3 мин	Личностные:	Подведение	Учащиеся

<p>дение итогов</p>		<p>способность к самооценке; рефлексия, умение анализировать свои действия.</p> <p>Коммуникативные: формулировать собственное мнение и позицию.</p> <p>Регулятивные: оценить работу групп в соответствии с предложенными учащимися критериями оценки.</p>	<p>итогов игры, подсчет баллов каждой команды за игру с целью выявления победителей.</p> <p>Учитель выставляет отметки в соответствии с предложенными учащимися критериями</p> <p>Предложить обучающимся оценить информацию, с которой они работают, аргументировать свою точку зрения, объективное понимание причин успеха / неуспеха в учебной деятельности.</p>	<p>принимают участие в подсчете баллов. Анализируют работу своей команды.</p>
<p>Рефлексия</p>	<p>3 мин</p>	<p>Познавательные: рефлексия способов и условий действия,</p>	<p>Учитель просит вспомнить, какую цель ставили в начале урока,</p>	<p>Учащиеся повторяют цель урока, определяют, достигла</p>

		<p>контроль и оценка процесса и результатов деятельности. Личностные: самооценка на основе критерия успешности, адекватное понимание причин успеха/неуспеха в учебной деятельности.</p> <p>Коммуникативные: выражение своих мыслей с достаточной полнотой и точностью, формулирование и аргументация своего мнения и позиции в коммуникации, использование критериев для обоснования своего суждения.</p> <p>Регулятивные: оценка (выделение и осозна-</p>	<p>организует рефлексию, в форме беседы, выявляет, что учащиеся усвоили для себя нового. Принимает их предложения и замечания. Совместно с учениками обобщает сказанное.</p>	<p>ли цель урока.</p> <p>Учащиеся отвечают на вопросы учителя, делятся своим мнением и полученными впечатлениями. Подводят итоги проделанной работы.</p>
--	--	--	--	--

		ние учащимися того, что уже усвоено и что ещё подлежит усвоению, осознание качества и уровня усвоения).		
--	--	---	--	--

Приложение 1

Правила игры:

1. Каждая команды выбирает себе название, девиз и капитана.
2. За правильный ответ участники игры получают то количество баллов, которое соответствует выбранному вопросу.
3. Если команда не может ответить на вопрос, то право ответа предоставляется другой команде .
4. Та команда, которая наберет наибольшее количество баллов, выигрывает.
5. Все вопросы игры скрыты и поделены на четыре тематических блока. В каждом блоке по четыре вопроса разного уровня сложности, который команда сама для себя выбирает. Чем сложнее вопрос, тем больше очков начисляется команде за правильный ответ на него. (Приложение 12)

Заключение

Наивысшим проявлением патриотических чувств советского народа стала Великая Отечественная война 1941 – 1945 гг., ставшая убедительной проверкой несокрушимости духа русского человека. Но тут следует отметить, что для успешного прохождения такого испытания государство проводило четкую политику по воспитанию и укреплению патриотического духа. В условиях войны тоталитарный режим оказался эффективным, подчиненность во всех вопросах центру сделало работу всех учреждений четкой и быстрой, все государство работало как один большой механизм. Все средства коммуникации находились под строгим контролем центра, это позволяло исключать проникновение любой дезориентирующей информации в массы. Исторически сложившимся методом по укреплению патриотических настроений среди населения оставался способ обращения к героическому подвигу. Этот метод проверен временем и всегда находит своих последователей. Поэтому с первых дней войны в газетах, радио, листовках, брошюрах апеллируют к историческому наследию героев. Наша страна имеет богатую историю, которая сохранила огромное количество символов негибаемого боевого духа в борьбе против захватчиков. В основном это знаменитые полководцы, например, такие как Александр Невский, Минин и Пожарский, Дмитрий Донской, адмирал Нахимов и многие другие, чьими примерами вдохновлялось многомиллионное население СССР. Государство осуществляло всевозможные действия по призыву советских граждан к поведению по примеру героев прошлого.

Массовым проявлением патриотизма стали героические подвиги советских воинов на передовой линии фронта. В этой связи пропагандистская машина не упустила шанс и так же воспользовалась примерами героизма на линии фронта в целях распространения идей патриотизма. Символы Великой отечественной войны проходили жесткий отбор и тщательно подготавливались для «выхода в свет». Геройские судьбы были просты и типичны, поэто-

му каждый мог представить себя на месте популярного символа. Данный метод оказывал решающее влияние на сознание населения, это положение доказывает огромное количество идентичных подвигов, совершенных по примеру общепризнанных героев. Также следует отметить, ратный подвиг нес в себе мотивацию не только для советских солдат, но и для тружеников тыла. «Второй фронт» особо остро реагировал на новости о совершенных подвигах красноармейцев, на фоне этого создавались движения, которые призывали перевыполнить план и всевозможными путями помочь фронтовикам.

Тыловые регионы, отдаленные от боевых действий и получающие информацию о состоянии дел лишь из официальных источников, особо подвергались влиянию со стороны государства. Многочисленные учреждения организовывали пропагандистскую работу на заводах и сельской местности для поднятия духа, с этой целью проводились разъяснительные беседы и лекции о справедливом характере войны, о фашистских устремлениях и о необходимости сделать все для фронта. В условиях тыла государство продолжало обращаться к примеру подвига, но тут уже чаще трудового, что способствовало эффективной организации труда. Вслед за единичными примерами перевыполнения планов стали организовываться массовые движения и даже общегосударственные соревнования. Газетные заголовки пестрили обещаниями рабочих работать не покладая рук работать на нужды фронта. Все эти меры способствовали широкому патриотическому подъему.

Помимо указанного выше метода укрепления патриотизма, существовали и ряд других не менее эффективных. Моральный потенциал общества укреплялся военно-патриотическим воспитанием. С содержательной точки зрения основными направлениями в военные годы были следующие:

- воспитание веры в справедливость войны Советского Союза (разъяснение ленинских идей о защите социалистического Отечества, справедливости характера и целей Советского Союза в войне);
- пропаганда преимуществ советского социалистического строя (ликвидация эксплуатации, руководящая роль Коммунистической партии,

рост экономического и оборонного могущества СССР, развитие национальных республик и пр.);

- воспитание молодежи в процессе военно-физической подготовки, в ходе всенародной помощи фронту, во время массовых военных мобилизаций, в работе с эвакуированными и пр.;

- разоблачение идеологии и политики фашизма (реакционность идеологии и морали фашизма, политики мирового господства, расового превосходства, зверства фашистского оккупационного режима, потери мировой культуры, различие отношения к немецкому народу и к фашистской армии и пр.);

- использование символов «отец-мать» в отношении Родины и главнокомандующего;

- искажение реальной картины событий (замалчивание, домысливание и оповещение населения исходя из интересов власти).

Данные методы доказали свою эффективность в годы Великой Отечественной войны, и это нельзя отрицать, хотя бы потому что Советский Союз не смотря на все трудности смог преодолеть эту войну. Ни одна страна не знает такого масштабного подъема патриотизма и стойкости, как СССР, политика государства в этом отношении была удачной. Этому способствовало и то, что монопольная власть на средства сообщения имело государство, оно контролировало, отбирало материал и диктовало условия. На службу должного воспитания оно поставило всю систему СМИ и культуру. Именно использование этих средств помогло ему в короткий срок добиться таких результатов.

В воспитании населения в духе любви к своей Родине огромная роль принадлежит КПСС, эта партия выступила мощным идеологическим центром. Великая Отечественная война это один из немногих моментов, когда тоталитарное устройство государства является скорее положительным фактом. В таких условиях сильная центральная власть способна контролировать общественное мнение и направлять его для обеспечения результатов. В таком

тоне осуществлялись и мероприятия связанные с распространением патриотизма. Партия организовывала, отбирала и направляла остальные учреждения, которые впоследствии, внесли огромный вклад в развитие патриотических чувств среди населения.

Опираясь на политику партии, комсомольские, профсоюзные учреждения, партийные органы перебазировали свою деятельность и ставили в приоритет воспитание населения. Они организовывали митинги, встречи, лекции для населения, на базе многих организаций действовали свои творческие объединения, которые подготавливали, в соответствии с идеологией партии, плакаты, кинофильмы, песни и другие пропагандистские материалы.

Таким образом, проанализировав систему принципов и методов, использующихся для реализации патриотического воспитания нельзя не отметить огромную роль партии и партийных органов в их массовом применении. Надо отметить, что сочетание новых средств – кинематограф и радио, и старых, проверенных временем, с многочисленными методами в условиях господства одной идеологически сильной партии смогли обеспечить Советскому Союзу неповторимую систему воспитания, которая доказала свою состоятельность. В условиях страшной войны советский народ подтвердил свою преданность Отчизне и успешность применения форм, методов и средств, проводившегося воспитания.

Список использованных источников и литературы

I. Источники

Делопроизводственная документация

1. Протокол расширенного заседания партгруппы президиума ЦК МОПР СССР от 26 июня 1941 года // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. – 741 с.
2. Письмо инженера М. Свиридова С. А. Лозовскому // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. – 741 с.
3. Выводы комиссии по обследованию радиовещания на украинском языке за сентябрь 1942 года // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. – 741 с.
4. Письмо начальника Куйбышевского Обллита М. Семькиной в Управление пропаганды и агитации ЦК ВКП(Б) // Советская пропаганда в годы Великой Отечественной войны: «коммуникации убеждения» и мобилизационные механизмы. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2007. – 741 с.
5. Приказ Верховного Главнокомандующего 8 сентября 1943 года // Приказы Верховного Главнокомандующего в период Великой Отечественной войны Советского Союза. – М.: Воениздат, 1975. – 198 с.

6. Сталин И. В. Речь на параде Красной Армии 7 ноября 1941 года на Красной площади в Москве // И.В. Сталин – о Великой Отечественной войне Советского Союза. – Л.: Политиздат, 1944. – 192 с.

7. Обращение митрополита Московского и Коломенского, главы Православной Церкви в России Сергия к « Пастырям и пасомым Христовой Православной Церкви» от 22 июня 1941 года // Правда о религии в России. – М.: Московская Патриархия, 1942. – 457 с.

8. Левитан Ю. Приказы победы // Радио в дни войны. – М.: Искусство, 1975. – 191 с.

9. О партийной и советской печати. Сборник документов. – М.: Правда, 1954. – 690 с.

10. КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. – М.: Политиздат, 1987. – 608 с.

11. КПСС в резолюциях и решениях съездов конференций и пленумов ЦК. / под ред. А. Г. Егорова, К. М. Боголюбова. – М.: Политиздат, 1985. Т. 7. – 573 с.

Периодические издания

12. Правда. – Москва. – 1912-1992.

13. Комсомольская правда. – Москва. – 1925-2018.

14. Московский большевик. – Москва. – 1939-1950.

15. Большевик. – М.: Правда, 1924-1952.

II. Литература

Монографии, научные статьи по теме исследования

16. Немецко-гитлеровский империализм – злейший враг человечества. М.: Госполитиздат, 1942. – 42 с.

17. О воспитании воина-комсомольца. – М.: Воен. изд-во, 1944. – 36 с.
18. Вишневский В. 25 лет советского кино в хронологических датах. – М.: Госкиноиздат, 1945 – 146 с
19. Степанищев А. Т., Хасанов Р. Ш. Патриотизм один из решающих факторов победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов // Вестник Военного университета. 2010. № 2. С. 11-15
20. Комков Г. Д. На идеологическом фронте Великой Отечественной – М.: Наука, 1983. – 281 с.
21. Сенявская Е.С. Героические символы: реальность и мифология войны // Отечественная история. 1995. № 5. С. 30-44.
22. Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне / пер. с нем. Л. К. Комоловой. – М.: Иноиздат, 1957. – 64 с.
23. Потрашков С. В., Лившиц И. И. Награды Второй мировой войны 1939 – 1945. – М.: Эскимо, 2015. – 240 с.
24. Олейников В. С. Козырев С. А. Патриотизм советских людей в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. – важнейший фактор победы и воспитания молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. №2. С. 18-24.
25. Тимофеев Л. И. История русской советской литературы 1917-1965: в 4-х т. – М.: Наука, 1967. Том 3. – 401 с.
26. Советская культура в годы Великой Отечественной войны / под ред., Л.В. Иванова, В.А. Маамяги, Л.В.Максакова, А.П. Ненарокова. – М.: Наука, 1976. – 314 с.
27. Волковский Н. Л. История Информационных войн. В 2 частях. – М.: Полигон, 2003. Ч. 2. – 735 с.
28. Иоффе А.Н. Патриотизм и его примеры в истории России //Преподавание истории в школе. 2012. №5. С. 5
29. Суржко Г. Патриотическое воспитание в России: только факты //Народное образование. 2005. № 4. С. 31-35

30. Дроздов К. 7000 героев-панфиловцев: малоизвестные подробности ноябрьских боев 1941 года, вызвавшие острые споры о правде и мифах войны// Родина. 2015. № 9. С. 17-22.
31. Луначарский А.В. Статьи о советской литературе. – М.: Просвещение, 1958. – 480 с.
32. Глейзер М. Радио и телевидение в СССР 1917-1963, : даты и факты. – М.: Искусство, 1989. – 243 с.
33. Селезнев И.А. Война и идеологическая борьба. – М.: Наука, 1974. – 481с.
34. Советская культура в годы Великой Отечественной войны. – М.: Наука, 1976. – 359 с.
35. Зайцев В.И. Патриотизм советских воинов в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 годов // От Великой победы – к великой России: историческая память и будущее России:матер. межрегиогнальной науч-практич конференции г. Пенза 25-26 марта 2010 г. Пенза, 2010. С. 28-30
36. Радиожурналистика /под ред А. А. Шереля. – М.: Московский университет, 2000. – 480 с.
37. Черепанов В.В. Власть и война. Сталинский механизм государственного управления в Великой Отечественной войне – М.: Известия, 2006. – 491 с.
38. Козлов Н.Д. С волей к победе. Пропаганда и обыденное сознание в годы Великой Отечественной войны. – СПб.: Ленингр., гос., обл., ун-т им. А. С. Пушкина, 2002 – 312 с.
39. Дёгтев Д. М., Зубов Д. В. Будни советского тыла. Жизнь и труд советских людей в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. – М.: Центрополиграф, 2016. – 285 с.
40. Демосфенова Г., Нурок А., Шантыко Н. Советский политический плакат. – М.: Искусство, 1962. – 441с.

41. Лебедев А.А. Фронтовая кинохроника // Советская культура в годы Великой Отечественной войны. – М.: Наука, 1976. – 259 с.
42. История второй мировой войны 1939-1945. / под ред. А. А. Гречко, Г. А. Арбатов, В. А. Виноградов и др. – М.: Воениздат, 1975. Т 5 – 512 с.
43. Сомов В.А. Потому что была война...: Внеэкономические факторы трудовой мотивации в годы Великой Отечественной войны (1941-1945). – Н. Новгород: Волго-вятская академия гос. службы, 2008. – 232 с.
44. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М.: Прогресс, 1981. – 284 с.
45. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении // под ред. А. З. Огорокова. – М.: Мысль, 1972. – 635 с.
46. Кононыхин Н.М. Партийная и советская печать в период Великой Отечественной войны. – М.: Наука, 1960. – 538 с.
47. Максакова Л.В. Культура Советской России в годы Великой Отечественной войны. – М.: Наука, 1977. – 343 с.
48. Попов Н. П. Горохов Н. А. Советская военная печать в годы Великой Отечественной войны. – М.: Воен. изд-во Министерства Обороны СССР, 1981. – 416 с.
49. История Коммунистической партии Советского союза / под ред. П. Н. Поспелова. – М.: Политиздат, 1970. Т.5, кн. 1. – 724 с.
50. Очерки истории советского радиовещания и телевидения. 1917-1941. / под. ред. Г. А. Казакова. – М.: Мысль, 1972. Ч.1. – 457 с.
51. КПСС в резолюциях и решениях съездов конференций и пленумов ЦК. / под ред. А. Г. Егорова, К. М. Боголюбова. – М.: Политиздат, 1985. Т. 7. – 573 с.
52. Советский Союз в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. / Отв. ред. А.М. Самсонов. – М.: Наука, 1985. – 321 с.

53. Великая Отечественная народная 1941-1945: Краткий ист. очерк / Под ред. П.А. Жилина. – М.: Наука, 1985. – 117 с.
54. Юденков А.Ф. Политическая работа партии среди населения оккупированной советской территории (1941-1944 гг.). – М.: Мысль, 1971. – 210 с.
55. Жуков С. Фронтовая печать в годы Великой Отечественной войны. – М.: Изд-во Моск., ун-та, 1968 – 147 с.
56. Вашик К. Метаморфозы зла. Образ врага в немецком и советском плакате // Родина. № 10, 2002. – 36-41 с.
57. Васильева О.Ю. Русская православная церковь в политике советского государства в 1943-1948 гг. – М.: Ин-т Рос., истории, 2001. – 216 с.
58. Якунин В. За веру и Отечество. – Самара: Духовный собеседник, 1995. – 169 с.
59. Дорохин Н. По дорогам войны. – М.: Искусство, 1950. – 114 с.
60. Комков Г. Д. Идеино-политическая работа КПСС в 1941-1945 годах. – М.: Наука, 1965. – 249 с.
61. Киселев В. П. Идеологическая работа партийных организаций среди тружеников тыла в годы Великой Отечественной войны. – Горький: Волго-Вятское кн.изд-во, 1975 – 311 с.
62. Кондакова Н. И. Идеологическая победа над фашизмом 1941-1945 годов. – М.: Политиздат, 1982. – 271 с.
63. Санников Н.А. Партийное руководство печатью Советского Военно-морского флота (1941-1945 гг.). – Иркутск, 1991. – 231 с.
64. Сенявская Е.С. Образ врага в сознании участников первой мировой войны // Вопросы истории. № 3. 1997. – С. 56-63
65. Зима В.Ф. Менталитет народов России в войне 1941-1945 годов. – М.: ИРИ РАН, 2000. – 279 с.
66. Зинич М.С. Будни военного лихолетья. 1941-1945. Вып. 2. – М.: ИРИ, 1994. – 143 с.

67. Козлов Н.Д. Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны. 1941-1945. – СПб.: ЛОИУУ, 1995. – 42 с.

68. Куманев Г.А. Подвиг и подлог. Страницы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. – М.: Русское слово, 2007 – 238 с.

69. Голубев А.В. «Если мир обрушится на нашу республику .». Советское общество и внешняя угроза в 1920-1940-е гг. – М.: Кучково поле, 2008. – 384 с.

Диссертации и авторефераты

70. Каменева Г.Н. Женщины Северного Кавказа в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Автореф. дис. канд. ист. наук. – Ставрополь, 2004. – 24 с.

71. Горячева В.М. Агитационно-пропагандистская работа партийных организаций тыла в годы Великой Отечественной войны: Дис. канд. истор. наук. – М.: АОН при ЦК КПСС, 1954. – 341 с.

72. Заруцкая Е.В. Массово-политическая работа КПСС в советском тылу в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Дис. канд. истор. наук. – М.: АОН при ЦК КПСС, 1955. – 104 с.

73. Лизина А.И. Идеино-политическая работа Коммунистической партии по укреплению советского тыла в первый период Великой Отечественной войны.: Дис. канд. истор. наук. – М.: АОН при ЦК КПСС, 1953. – 126 с.

74. Хайрутдинова С.К. Печать Татарии в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Автореф. дис. канд. ист. наук. – Казань, 1989. – 131 с.

75. Максимов И.В. Оборонительные бои Красной Армии на юго-западных подступах к Москве в октябре-декабре 1941 года: Автореф. дис. канд. ист. наук. – М., 2001. – 39 с.

76. Селюнин В.А. Промышленность и транспорт Юга России в Великой Отечественной войне (1941-1945 гг.): Автореф. дис. на докт. ист. наук. Ростов-на-Дону, 1997. – 38 с.

77. Широкопад И.И. Центральная периодическая печать СССР в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.): Автореф. дис. докт. ист. наук. М., 2002. – 36 с.

III. Электронные ресурсы

78. Государственный архив Российской Федерации (ГАРФ) [сайт] / Фонд ГАРФ – 2008-2018. [Электронный ресурс] URL: <http://statearchive.ru>

79. Электронный информационный портал Московского гуманитарного университета. [сайт] / статьи МГУ. – 2009-2018. [Электронный ресурс] URL: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4741/>

**Стой! Прочти рассказ о том, как боролась Русь с врагом, и как
ныне дело спорится - наш народ с фашистом борется!¹**



¹ Маврина Т. Стой! Прочти рассказ о том, как боролась Русь с врагом, и как ныне дело спорится - наш народ с фашистом борется! [Электронный ресурс] / Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. 1941. URL: <https://www.prilib.ru/item/454050> (дата обращения: 01.03.2018)

Били, бьем и будем бить!¹



¹ Серова В. Били, бьем и будем бить! [Электронный ресурс] / Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. 1941. URL: <https://www.prilib.ru/item/320281> (дата обращения: 04.03.2018)

Наша правда. Бейтесь до смерти!¹



¹ Иванов В. Бутова О. Наша правда. Бейтесь до смерти! [Электронный ресурс] / Загадки истории. 1942. URL: http://zagadki-istorii.ru/plakat_vov-47.html (дата обращения: 12.01.2018)

Ты помог фронту? ¹



¹ Моор Д. Ты помог фронту? [Электронный ресурс] / Бесплатный векторный и астровый клипарт. 1941.
URL: <http://abali.ru/sovetskij-plakat-ty-chem-pomog-frontu/> (дата обращения: 01.04.2018)

Больше металла – больше оружия!¹



¹ Аввакумов Н. М. Больше металла – больше оружия! [Электронный ресурс] / Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. 1941. URL: <https://www.prilib.ru/item/32048> (дата обращения: 16.03.2018)

Урал фронту.¹



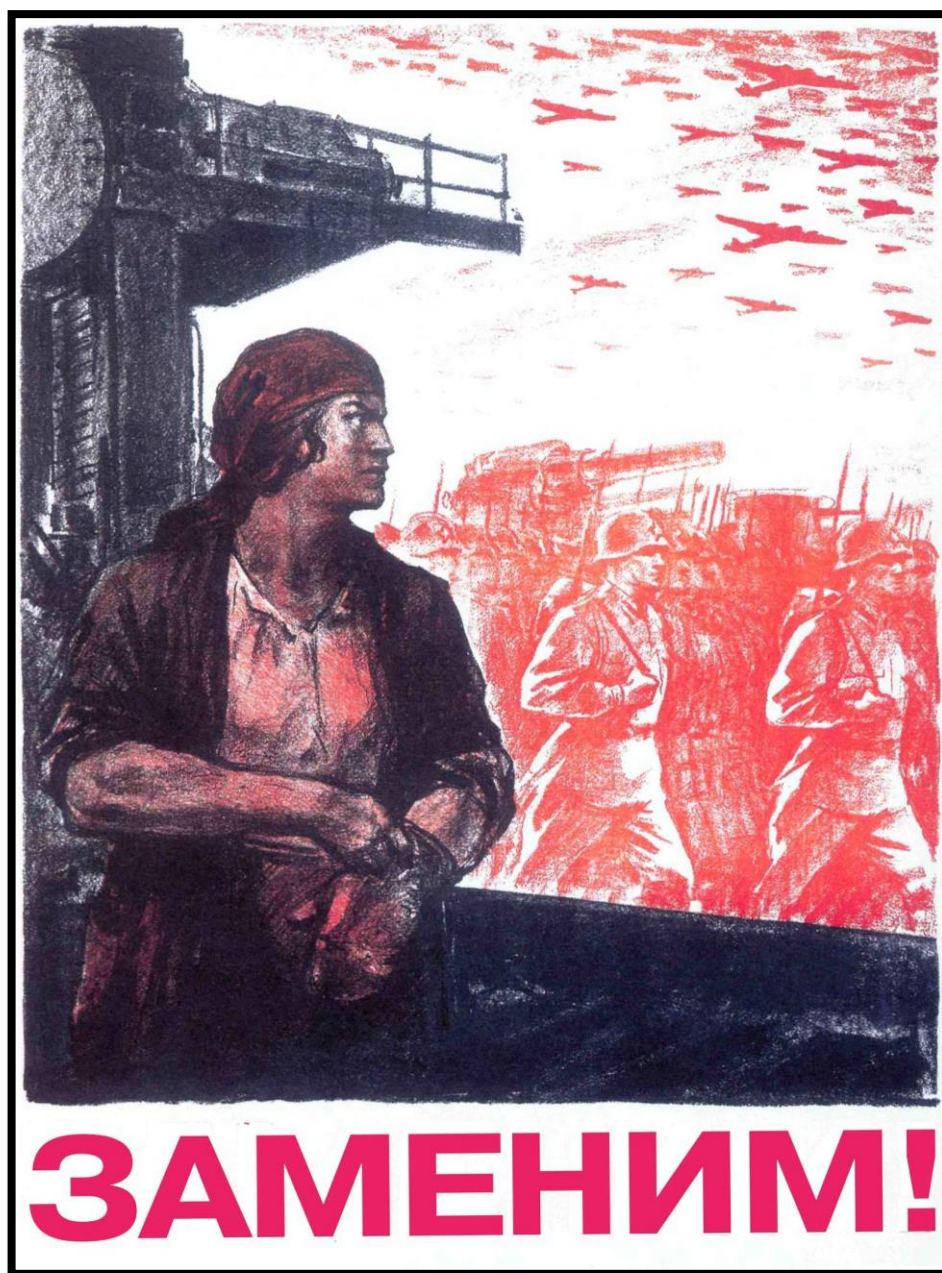
¹ Караченцев П. Урал фронту. [Электронный ресурс] / Арт поиск. 1942. URL: http://artpoisk.info/artist/karachencov_petr_yakovlev. (дата обращения: 12.04.2018)

В этой фронтовой сводке есть и мой боевой труд!¹



¹ Кокорекин А. В этой фронтовой сводке есть и мой боевой труд! [Электронный ресурс] / Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. 1943. URL: <https://www.prilib.ru/item/322755> (дата обращения: 25.02.2018)

Заменим!¹



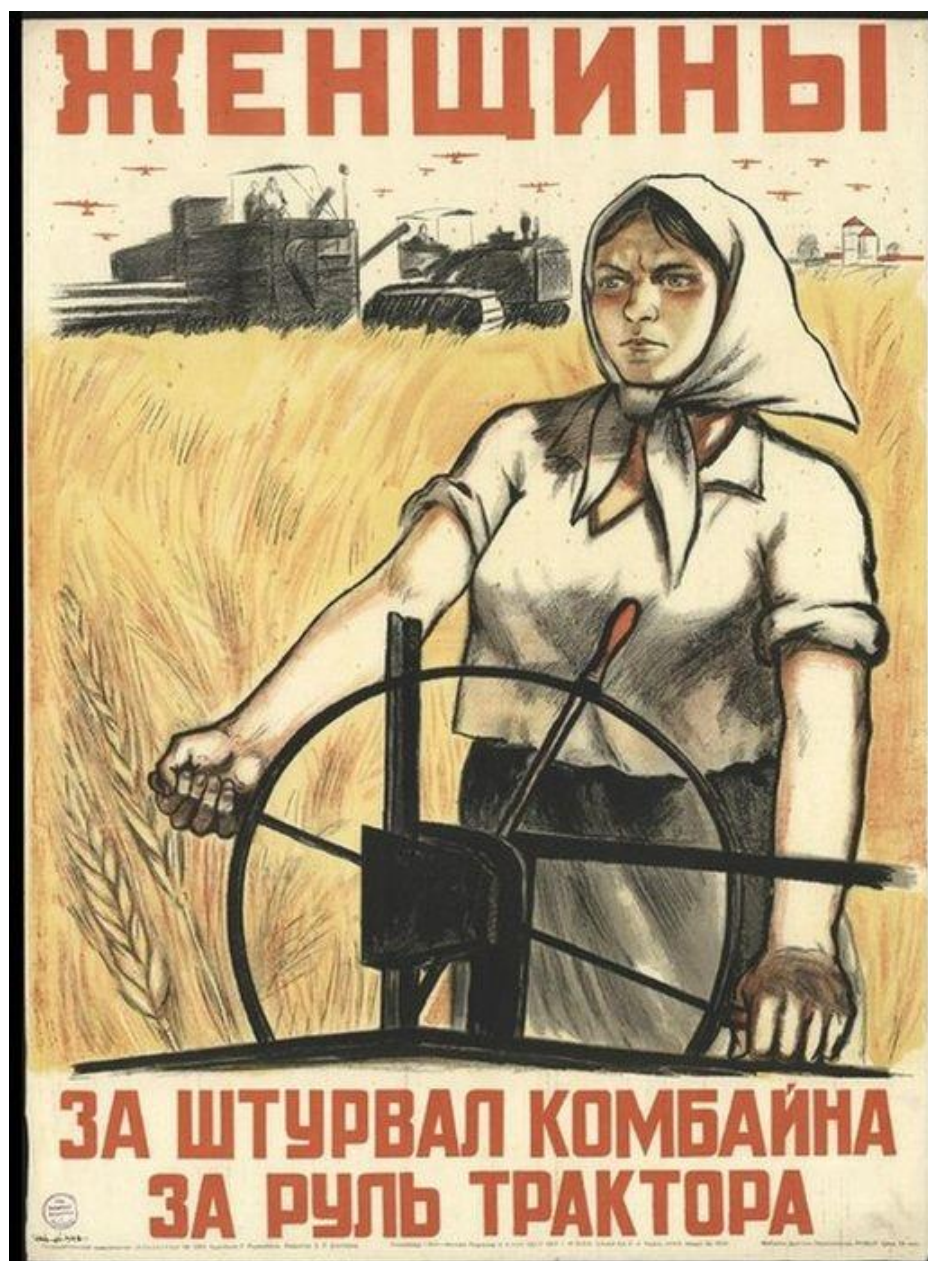
¹ Серов В. А. Заменим! [Электронный ресурс] / Онлайн галерея. 1941. URL: <https://gallerix.ru/storeroom/1973977528/N/996445295/> (дата обращения: 20.04.2018)

Все для Победы! Фронту от женщин СССР.¹



¹ Кокоркин А. А. Все для Победы! Фронту от женщин СССР. [Электронный ресурс] / Советские плакаты. 1942. URL: <https://sovetskie-plakaty.ru/plakat-vse-dlya-pobedy-f..> (дата обращения: 01. 03. 2018)

Женщины, за штурвал комбайна, за руль трактора!¹



¹ Еремина Т. Женщины, за штурвал комбайна, за руль трактора! [Электронный ресурс] / Российская Национальная библиотека. 1941. URL: <https://vivaldi.nlr.ru/la000070109/details> (дата обращения: 09.04.2018)

А ну-ка взяли!¹



¹ Серебряный И. А. А ну-ка взяли! [Электронный ресурс] // Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. 1941. URL: <https://www.prilib.ru/item/316471> (дата обращения: 01.03.2018)

Вопросы и задания для игры на тему: « Все для фронта! Все для победы!» (по мотивам телевизионной игры «Своя игра»).

1. Блок «Герои Великой Отечественной войны»

10 очков – «В человеке должно быть все прекрасно: и лицо, и душа и мысли». Эти чеховские слова внесла в свою записную книжку героиня Великой Отечественной войны, комсомолка-партизанка. Еще пионеркой она прочла о подвиге Татьяны Соломахиной, а попав в руки фашистов, назвалась ее именем. Она стала первой женщиной в войне 1941-1945 гг., которой было присвоено звание Героя Советского Союза. Назовите героя, о котором идет речь?

Ответ: Зоя Космодемьянская.

20 очков – В бою за деревню Чернушки 23 февраля 1943 гг., рядовой солдат закрыл своим телом амбразуру вражеского дзота.

Ответ: Александр Матросов.

30 очков – Этот знаменитый снайпер Красной Армии, объявлен Гитлером своим личным врагом уничтожил во время Сталинградской битвы между 10 ноября и 17 декабря 1942 гг., 225 солдат и офицеров германской армии и их союзников, включая 11 снайперов. Автор книги «За Волгой земли для нас не было».

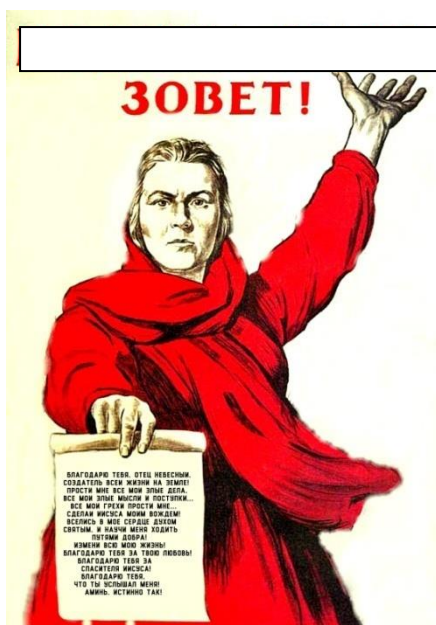
Ответ: Василий Зайцев.

40 очков – Кто из советских военнослужащих в годы Великой Отечественной войны был трижды удостоен звания Героя Советского Союза?

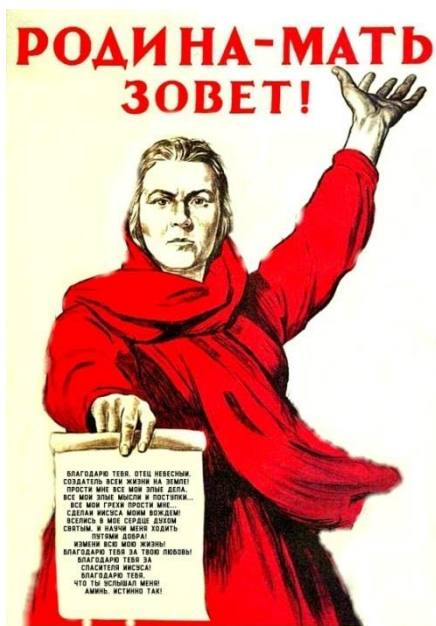
Ответ: Иван Никитич Кожедуб, Александр Иванович Покрышин, Георгий Константинович Жуков.

2. Блок «Плакаты времени войны»

10 очков - Укажите лозунг данного плаката.

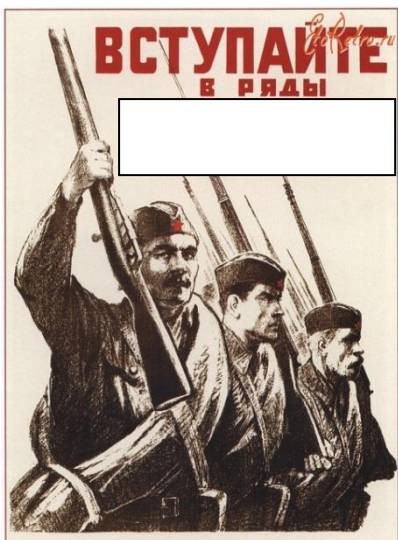


Ответ: Родина-Мать зовет!¹



20 очков – Продолжите лозунг

¹ Тоидзе И. Родина-Мать зовет! ! [Электронный ресурс] / Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. 1941. URL: <https://www.prilib.ru/item/324872> (дата обращения: 01.03.2018)



Ответ: Вступайте в ряды народного ополчения!¹



30 очков – Укажите кому принадлежит первая и вторая цитата

¹ Ситтаро А. Г. Вступайте в ряды народного ополчения! [Электронный ресурс] / Загадки истории. 1941. URL: http://zagadki-istorii.ru/plakat_vov-34.html (дата обращения: 12.04.2018)



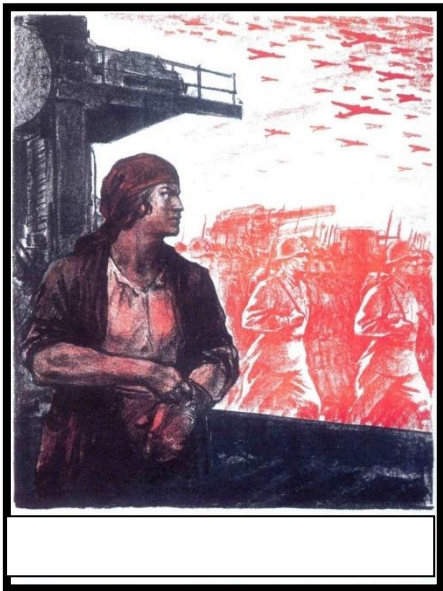
Ответ: Дмитрий Пожарский, Иосиф Сталин.

Наша правда. Бейтесь до смерти!¹

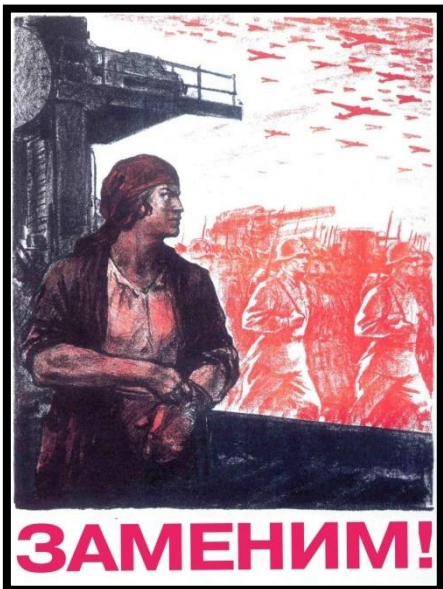


40 очков – Укажите лозунг плаката и его автора

¹ Иванов В. Бурова О. Наша правда. Бейтесь до смерти! [Электронный ресурс] / Загадки истории. 1942. URL: http://zagadki-istorii.ru/plakat_vov-47.html (дата обращения: 12.01.2018)



Ответ: Заменим!¹ Автор: Серов В.А.



3. Блок «Кинематограф военных лет»

10 очков – Укажите название художественного фильма, снятого Иваном Пырьевым в 1944 году. Название фильма заимствовано из сцены прощания Швейка с сапером Водичкой в романе Я. Гашека «Похождения бравого солдата Швейка»: Швейк по пути на фронт договаривается встретиться с другом в пражской пивной в 6 часов вечера.

Ответ: « В шесть часов вечера после войны»

¹ Серов В. А. Заменим! [Электронный ресурс] / Онлайн галерея. 1941. URL: <https://gallerix.ru/storeroom/1973977528/N/996445295/> (дата обращения: 20.04.2018)

20 очков - Укажите название советского художественного фильма о войне, который представляет собой экранизацию одноименной повести Ванды Василевской. Фильм был снят Марком Донским, премьера состоялась 24 января 1944 года. Картина рассказывает о простой украинской женщине Олене Костюк, которая становится партизанкой. Попав в плен, она с мужеством переносит все пытки, но не выдает товарищей.

Ответ: «Радуга»

30 очков – Наиболее значительным достижением в первый период войны был документальный фильм режиссеров Варламова и Копалина, рассказывающий о Битве за Москву в Великой Отечественной войне. Укажите название документального фильма.

Ответ: «Разгром немецких войск под Москвой»

40 очков – укажите название советского художественного фильма, снятого режиссером Александром Столпером по мотивам произведений Константина Симонова на Центральной Объединенной киностудии художественных фильмов.

Ответ: «Жди меня»

4. Блок «Литература Великой Отечественной войны»

10 очков – укажите автора стихотворения:

Жди меня, и я вернусь.

Только очень жди,

Жди, когда наводят грусть

Желтые дожди,

Жди, когда снега метут,

Жди, когда жара,

Жди, когда других не ждут,

Позабыв вчера.

Ответ: Константин Михайлович Симонов

20 очков – Укажите второе название поэмы Александра Твардовского «Василий Теркин»

Ответ: «Книга про бойца»

30 очков – укажите название повести Виктора Некрасова, которая была впервые опубликована в 1946 году в журнале «Знамя». Удостоена Сталинской премии (1947).

Ответ: «В окопах Сталинграда»

40 очков – О героической обороне какого советского города в 1942 году написала в своих поэмах Ольга Берггольц?

Ответ: Ленинград. «Февральский дневник», «Ленинградская поэма»