DOI: 10.15372/HSS20190217
УДК 94(47+571)“1941/1942”

Р.Е. РОМАНОВ

ГЕРОИ СИБИРСКОГО ТЫЛА: СТАНОВЛЕНИЕ ПОБУДИТЕЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (ИЮНЬ 1941 – МАРТ 1942 г.)

Институт истории СО РАН,
РФ, 630090, г. Новосибирск, ул. Николаева, 8

В статье рассмотрены практики побудительной социально-трудовой коммуникации в публичном пространстве Новосибирска и реакция на этот процесс рабочих оборонной индустрии во втором полугодии 1941 – начале 1942 г. Показаны каналы вербальной и образно-символической пропаганды, обеспечивавшие трансляцию военно-патриотических ценностей в среду работников сибирского тыла, выпустивших вооружение и боеприпасы. Сделан вывод о том, что основным содержанием данного процесса являлась тема героического труда, отождествлявшаяся в рассматриваемый период с выполнением двух и более норм выработки. Пропаганда создавала условия для усиления трудовой мотивации новосибирцев и роста численности стахановцев-двухсотников на действующих военных заводах.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, сибирский тыл, социально-трудовая коммуникация, каналы вербальной и образно-символической пропаганды, стахановское движение, двухсотники.

R.E. ROMANOV

HEROES OF THE SIBERIAN REAR: BECOMING AN INCENTIVE STRATEGY OF SOCIO-LABOR COMMUNICATIONS (JUNE 1941 – MARCH 1942)

Institute of History SB RAS,
8, Nikolaev str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation

The article objective is to identify practices of incentive social-labor communication (SLC) in the public space of Novosibirsk and reaction of defense industry workers to this process in the late 1941 – early 1942. The research methodological basis of the research includes SLC concept and typology. SLC is viewed as a process of transferring information from some participants of production relations to others. There are two types of communication strategies in the framework of SLC, that trigger moral factors of labor motivation – prompting and coercion. The institutional form of motivation in the Soviet rear was the epic Stakhanov epos (prometheism) used to create the heroic era of the Great Patriotic War. In this context, the paper shows the process of deploying a propaganda campaign to glorify the foremost workers who performed production tasks by at least 200 %, which was carried out through a combination of channels of verbal and figurative symbolic propaganda providing information exchange between local authorities and factory staff, as well as within the staff. The author concludes that an integral part of such exchange was the theme of labor heroism identified with producing two or several norms. In general, the official propaganda created conditions for strengthening the motivation of Novosibirsk and migrant population, which led to increase of the number of “two hundred” workers (dvukhsotniks) in existing military factories. However, due to many organizational and technical costs associated with establishing defense production, this category of Stakhanovists remained a thin layer in the total mass of workers. At the same time, their motivation to over-fulfill the state defense order, including the influence of the epic cult of two-hundred workers created positive prospects for the further development of social competition as one of the communicative strategies to force social labor relations at the initial period of War with Nazi Germany.

Key words: Great Patriotic War, Siberian rear, social labor communication, channels of verbal and figurative symbolic propaganda, Stakhanov movement.

В первые месяцы Великой Отечественной войны одним из механизмов создания советского тыла являлось коммуникативное взаимодействие государствен-

ных органов власти и трудящихся. В это время побудительная социально-трудовая коммуникация между «верхами» и «низами» выстраивалась не только на

Роман Евгенийевич Романов – канд. ист. наук, Институт истории СО РАН, e-mail: rromanov1981@mail.ru.
Roman E. Romanov – Candidate of Historical Science, Institute of History SB RAS.

основе идеологемы «социалистический труд», воплощение которой в жизнь началось еще в довоенные пятилетки. Ее формула выражалась в лозунге «Труд в СССР есть дело чести, славы, доблести и геройства», ставшем «визитной карточкой» ударнического и стахановского движения. Эти движения выступали средством сочетания идей индустриальной технократии с конструированием культа героев, совершавших производственные подвиги во имя «светлого будущего». После германского вторжения в СССР в 1941 г. названный культ достиг исторического максимума, воплотившись в лозунге «Все для фронта, все для победы!». В реалиях самого драматичного этапа войны официальная пропаганда стремилась донести ценности трудового героизма, прежде всего, до персонала оборонной индустрии. Здесь основная масса работников, позитивно реагирующая на идейные установки власти, демонстрировала верность традициям советского патриотизма. В Сибири эти коммуникативные процессы происходили в военно-промышленных центрах, сформировавшихся преимущественно в ходе эвакуации предприятий из прифронтовой полосы. В центре внимания автора находится феномен героизации двухсотников новосибирского оборонпрома, выполнявших нормы выработки на 200 % в период перестройки экономики на военный лад.

В отечественной исторической науке проблемы социально-трудовой коммуникации в военное время разрабатываются несколько десятилетий. В советской историографии данный процесс характеризовался как конструктивное взаимодействие между Коммунистической партией и рабочим классом [1; 2]. По мнению постсоветских историков, накануне и в начале войны на первый план вышли указы об ужесточении заводской дисциплины, однако они оказались малорезультативными в силу слабой мотивации занятого населения к труду [3; 4]. Вниманием современных исследователей охвачены не только репрессивные практики, но и информационно-идеологический контроль, на который работники тыла реагировали по-разному [5; 6]. В целом феномен героизации стахановцев военного времени в качестве одного из направлений коммуникативного взаимодействия местной власти и рабочих рассматривался лишь в советской научно-исторической литературе. В настоящее время назрела необходимость изучения данного явления с позиций современной методологии.

Методологическая база исследования включает понятие и типологию социально-трудовой коммуникации (СТК). Под СТК понимается процесс передачи информации от одних участников производственных отношений к другим. Для его обеспечения отправители и получатели сообщений используют коммуникативные стратегии (КС) и практики (КП). КС – это совокупность целей, механизмов и ожидаемых результатов информационного обмена, направленного на взаимную адаптацию коммуникаторов и реципиентов; КП – каналы и способы такого обмена. В рамках СТК выделяются коммуникативные стратегии побуди-

тельного и принудительного типов. Институциональной формой побуждения являлся конструируемый на фронте и в тылу нормативный образ героической эпохи Великой Отечественной войны. Его неотъемлемой частью была идея трудового героизма, распространявшаяся в рабочей среде в ходе соцсоревнования, которое развивалось как побудительная коммуникативная стратегия. В ее русле властные институты с помощью вербальных и образно-символических практик пытались внедрить в сознание персонала военных заводов представление о труде как о подвиге, а рабочие – заявить о своей гражданско-патриотической позиции.

Цель настоящего исследования – выявление практик побудительной СТК в публичном пространстве Новосибирска и реакции на этот процесс рабочих военпрома во втором полугодии 1941 – начале 1942 г. В рассматриваемый период ядро новосибирской «оборонки» составляли авиационный завод № 153 (им. В.П. Чкалова) и комбинат № 179 («Сибметаллстрой») по выпуску боеприпасов. После перебазирования в город 23 оборонных предприятий [7, с. 87] произошло формирование крупнейшего за Уралом военно-индустриального мегаполиса.

Начало Великой Отечественной войны потребовало незамедлительного развертывания производства продукции для фронта. Впервые эта задача была сформулирована в выступлении И.В. Сталина 3 июля 1941 г.: «Мы должны укрепить тыл Красной Армии, [...] обеспечить усиленную работу всех предприятий, производить больше винтовок, пулеметов, орудий, патронов, снарядов, самолетов...»¹. Призыв вождя стал отправной точкой для формирования побудительной коммуникативной стратегии между Советским государством и рабочими в военное время. Целевая установка состояла в повышении производительности труда за счет перевыполнения сменных заданий. Механизмом реализации цели выступала героизация двухсотников как новая форма СТК, связанная с переходом от мирного хозяйственного строительства к созданию военной экономики. В качестве ожидаемого результата предполагалось увеличение выпуска вооружения и боеприпасов.

В начале июля 1941 г. среди рабочих Горьковского автозавода зародился почин «Работать за себя и за товарища, ушедшего на фронт». Он принадлежал стахановцу Букину, решившему трудиться за двоих в связи с мобилизацией многих автозаводцев. Инициативу «снизу» быстро подхватила пропаганда, так в промышленности появились «двухсотники военного времени». На заводе им. В.П. Чкалова в Новосибирске одним из инициаторов этого движения являлся кадровый производственник Левяков, на комбинате № 179 – работницы Аркашина и Мочалова. Примеры их стахановского труда стали спусковым «крючком» агиткампании по распространению в рабочей среде идеи о выработке норм на 200 %.

¹ Выступление И.В. Сталина по радио 3 июля 1941 г. URL: <https://ru.wikisource.org/wiki> (дата обращения: 29.01.2019).

Организацией этой кампании в крупных тыловых районах занимались областные комитеты партии и комсомола. Постановлением Новосибирского обкома ВЛКСМ от 5 августа 1941 г. «О распространении движения двухсотников среди комсомольцев и молодежи, не состоящей в комсомоле» городские и районные комсомольские инстанции обязывались «организовать среди молодежи широкую пропаганду и разъяснение методов двухсотников через стенные, районные и областную газеты, лозунги, плакаты и беседы...»². В этой директиве указывалось на использование различных коммуникативных каналов для передачи информации об актуальном почине в массы тружеников тыла.

Отправной точкой в создании нового героического культа в оборонной промышленности Новосибирской области являлось обращение двухсотников завода им. В.П. Чкалова к трудящимся региона, появившееся в начале августа 1941 г. В этом документе движение «двухсотников» называлось «патриотическим движением рабочих», «стахановцами военного времени», «советскими патриотами-рабочими», «настоящими патриотами», «героями трудового фронта», «самоотверженными бойцами за победу над фашистскими извергами». Героизации движения передовиков, выполнявших план на 200 %, способствовала также фраза о том, что в нем проявлялся *боевой дух советского народа, умевшего воевать*. Но глагол «воевать» понимался не только как способ «разить врага на фронте», но и «создать стальной тыл Красной армии». Обращение заканчивалось призывом к росту производительности труда. Под ним поставили подписи восемь рабочих, выполнявших задание от 200,0 до 387,6 %³. Текст документа был растиражирован и разослан через обком партии по предприятиям области.

Следующим шагом по внедрению в массовое сознание образа стахановцев военного времени стала его трансляция через официальную прессу. 9 августа 1941 г. в газете «Советская Сибирь» вышла статья «Двухсотники». В публикации отмечалось, что движение двухсотников началось по призыву слесаря и секретаря цеховой парторганизации завода им. В.П. Чкалова Левякова. Ключевыми моментами статьи выступали партийная должность, инициатива рабочего по проведению сталинской вахты «За Родину», поддержка со стороны других производственников и парткома завода, придававшие легитимность новому почину. Статья завершалась характеристикой двухсотников как конкретной формы массового проявления *трудового героизма*⁴. После ее выхода в «Советской Сибири» стали активно публиковаться материалы о производственниках, вырабатывавших две – три нормы.

Еще больший импульс этой патриотической кампании придало предоктябрьское соцсоревнование 1941 г. Старт ему дало решение общегородского сле-

та стахановцев о том, что двухсотники и трехсотники должны служить *примером исполнения долга перед родиной для каждого советского гражданина*. Это положение конкретизировалось указанием на взятие заводом им. В.П. Чкалова и комбинатом «Сибметаллстрой» обязательств по перевыполнению производственных планов. Документ заканчивался заявлением участников слета от лица всех рабочих Новосибирска о борьбе за высокую производительность труда⁵. Наделение стахановцев военного времени представительными функциями свидетельствовало о завершении их легитимации в качестве нормативного образца советскости в публичном пространстве сибирского тыла.

Процесс транслирования военно-патриотических ценностей достиг своего апогея в период празднования 24-й годовщины Октябрьской революции. 30 октября 1941 г. в «Советской Сибири» было опубликовано обращение коллектива завода им. В.П. Чкалова ко всем работникам Новосибирской области с предложением отметить праздник производственными подвигами. В связи с проведением сталинской вахты в поддержку защитников Москвы 7, 8 и 9 ноября объявлялись днями *героического труда*. Инициаторы вахты взяли обязательство выполнять в ходе торжественной трехдневки сменные задания на 200 % и отчислять заработок в фонд обороны родины. Кроме того, они призывали рабочих и ИТР других предприятий следовать патриотическому почину⁶. Здесь вновь видно тождество между понятиями «героический труд» и «двухсотники», на которое должен был ориентироваться рабочий класс.

Инициативу авиастроителей поддержали передовики гражданской индустрии. 31 октября 1941 г. на митинге коллектива машиностроительного завода «Труд» двухсотник Третьяков предложил его участникам включиться в объявленную сталинскую вахту. Собравшиеся одобрили данное мероприятие и обязались удвоить производительность труда⁷. Призыв «Все, как один, встанем на сталинскую вахту» означал, что участие в данной акции являлось нормой для всех. Публикация заметки о митинге в периодической печати демонстрировала конструктивный ответ работников на трудовую героину, посвященную празднованию Великого Октября.

Кульминацией кампании по активизации движения двухсотников стала публичная реакция на доклад И.В. Сталина, который прозвучал 6 ноября 1941 г. В нем председатель ГКО повторил тезис о важности наращивания выпуска вооружения и боеприпасов⁸. Этот тезис вызвал активный отклик, что нашло отражение в газетных публикациях. В одной из заметок «Советской Сибири» приводилось заявление мастера завода им. В.П. Чкалова Штокмейстера: «В ответ на

⁵ ГАНО. Ф. П-22. Оп. 3. Д. 1075. Л. 237, 239.

⁶ Советская Сибирь. 1941. 30 окт.

⁷ Там же. 1 нояб.

⁸ Доклад Сталина И.В. на торжественном заседании Московского совета депутатов трудящихся с партийными и общественными организациями г. Москвы 6 ноября 1941 г. URL: <https://ru.wikisource.org/wiki/> (дата обращения: 29.01.2019).

² Государственный архив Новосибирской области (ГАНО). Ф. П-190. Оп. 2. Д. 651. Л. 52.

³ ГАНО. Ф. П-22. Оп. 3. Д. 904. Л. 190–192.

⁴ Советская Сибирь. 1941. 9 авг.

призыв товарища Сталина мы дадим не менее полутора – двух норм»⁹. В заметке А. Исааковича отмечалось: «Вчера рабочие “Сибметаллстрой” встали на сталинскую вахту. Речь любимого вождя вдохновила всех наших рабочих на *героический стахановский труд* [курсив мой. – Р.Р.]»¹⁰. По мнению автора, воплощением «героического труда» служило значительное перевыполнение норм выработки. Данный пример свидетельствовал о высокой роли областной печати в распространении культа двухсотников.

На уровне предприятий для достижения этой цели также применялся широкий набор пропагандистских технологий. На заводе им. В.П. Чкалова были проведены три совещания с секретарями парторганизаций цехов, цеховые собрания, собрание двухсотников с обращением ко всем рабочим предприятия. Затем дирекция объявила сталинскую вахту, в которую включились шесть бригад с обязательствами выполнять нормы на 200 %. В справке секретаря заводского партбюро Милова от 14 августа 1941 г. отмечалось, что «основной работой по соцсоревнованию [...] является работа с двухсотниками и превращением его в массовое движение»¹¹. Такая работа должна была носить безупречный характер, поскольку авиазавод выступал инициатором соревнования в масштабах региона.

Однако в действительности между газетным образом передового предприятия и повседневной организацией агитационной деятельности на заводе им. В.П. Чкалова существовал большой разрыв. Согласно записке уполномоченного Новосибирского обкома ВКП(б) Сулова от 19 ноября 1941 г., заводской агитпункт не сумел наладить передачу актуальной информации в рабочую аудиторию. Агитаторы не занимались популяризацией движения двухсотников, пропагандистским сопровождением и обсуждением итогов сталинской вахты. В цехах отсутствовали передвижные библиотеки, стенные газеты, «боевые листки», радиоточки, не хватало газет. Сулов отрицательно оценил состояние агитационно-массовой работы и дал парткому завода следующую рекомендацию: «Лучших героев труда, новаторов производства, поднимать на щит славы не только в цехе, но и в заводе, и среди предприятий города»¹². Появление такой рекомендации среди других ценных предложений свидетельствовало о том, что героизацией двухсотников здесь еще никто не занимался.

На комбинате «Сибметаллстрой», напротив, сложилась благоприятная коммуникативная ситуация. В ходе предоктябрьского соревнования на предприятии развернулась мощная агиткампания по стимулированию стахановского движения. 24 октября 1941 г. на встрече сибметаллстроевцев с фронтовиками двухсотники взяли обязательства по увеличению выпуска оборонной продукции. 5 ноября состоялось общекон-

бинатское торжественное совещание в честь 24-й годовщины Октябрьской революции, а 6 ноября – собрание рабочей молодежи, подписавшее письмо на имя И.В. Сталина, в котором одобрялся доклад председателя ГКО. 6 и 7 ноября в ответ на его доклад прошли митинги, а затем коллектив комбината принял участие в сталинской вахте. В цехах вывешивались плакаты с изображением вождя, где отмечалась выработка норм каждым рабочим, на витринах, плакатах, панно, портретах изображались лозунги, побуждавшие к труду.

В начале декабря 1941 г. на «Сибметаллстрое» началось соревнование за присвоение предприятия имени И.В. Сталина. На митингах было подписано обращение к председателю ГКО с перечнем производственных обязательств. Агитаторы распространили 2,5 тыс. «боевых листков» о выполнении этих обязательств и 5 тыс. лозунгов, призывавших трудиться так, чтобы комбинату присвоили имя Верховного Главнокомандующего. Наивысшей точки данная кампания достигла в период сталинской вахты 20–21 декабря 1941 г. Двухсотников и трехсотников чествовали именными лозунгами, а на их станках устанавливали красные флажки. После завершения вахты на предприятии была открыта галерея в честь премированных стахановцев¹³. Используемые средства и приемы агитпропа являлись инструментами героизации передовиков производства.

На эвакуированных предприятиях ситуация с организацией пропаганды напоминала картину, сложившуюся на заводе им. В.П. Чкалова. В справке от 26 декабря 1941 г. инструктор новосибирского горкома ВКП(б) Москот сообщал, что на заводах № 69 (им. В.И. Ленина) и № 617 («Луч») агитаторы ограничивались читками газет после завершения смены. Доклады и лекции на новых производственных объектах проводились редко. Наглядная агитация сводилась к выпуску «боевых листков», не имевших четкой направленности в плане популяризации стахановского труда¹⁴. Парткомы эвакуированных заводов еще не успели развернуть пропагандистскую работу, поскольку их организационные усилия были сконцентрированы на введении в строй основных мощностей.

Вместе с тем побудительная стратегия СТК находила живой отклик среди персонала действовавших предприятий. С 1 августа по 1 декабря 1941 г. на заводе им. В.П. Чкалова численность рабочих, выполнявших задания от 200 % и выше, выросла со 187 до 1047 чел. Однако передовики составляли лишь узкую прослойку многочисленного заводского коллектива. К 1 ноября 1941 г. в составе «чкаловцев» доля стахановцев и ударников достигла 30,8 %, в том числе двухсотников – 5,1 %, к 1 декабря 1941 г. – соответственно 22,3 и 6,5 %¹⁵. В конце 1941 г. на комбинате «Сибметаллстрой» сдельщиков, вырабатывавших не менее

⁹ Советская Сибирь. 1941. 7 нояб.

¹⁰ Там же.

¹¹ ГАНО. Ф. П-22. Оп. 3. Д. 1107. Л. 14.

¹² Там же. Д. 1078. Л. 127.

¹³ ГАНО. Ф. П-22. Оп. 3. Д. 1078. Л. 182–188.

¹⁴ Там же. Л. 130–131.

¹⁵ Там же. Д. 1107. Л. 23.

двух норм, насчитывалось от 7,0 до 7,7 %¹⁶. В это время в Новосибирске насчитывалось 3,8 тыс. двухсотников и трехсотников [8, с. 278], но они составляли небольшую долю работников оборонной индустрии.

В чем же заключались причины низкого удельного веса «героев трудового фронта»? Ответ на этот вопрос позволяет дать содержание документа «К пленуму горкома. Материал по заводу 153». Согласно ему, за 5 мес. войны производственные площади, станочный парк и рабочая сила завода им. В.П. Чкалова увеличились более чем в 2 раза. Выполнение месячной программы по ряду цехов составляло от 136 до 175 %. Однако план по выпуску самолетов в августе 1941 г. был выполнен на 32,8 %, сентябре – 33,9, октябре – 61,2, ноябре – 42,0 %¹⁷. Функционирование предприятия затрудняли неудовлетворительная организация технологических процессов, слабая оснащенность рабочих мест инструментом, простои оборудования из-за его медленного ремонта, недопоставки сырья, перебои с электроснабжением, острая нехватка компетентного и дисциплинированного персонала. На этом фоне «высокая» производительность труда достигалась в связи с установлением норм выработки с учетом низкой квалификации работников. Заниженные нормы привели к подъему движения двухсотников, но не создали условий для культурно-технического роста новых кадров. В конце 1941 – начале 1942 г. на предприятиях Новосибирска значительная часть рабочих не выполняла задания из-за отсутствия профессионального опыта и сложных условий труда.

Неэффективную организацию трудовой деятельности в военной индустрии критиковали не только партийные функционеры, но и сами трудящиеся. В январе 1942 г. комбинат «Сибметаллстрой» посетила группа инженеров. По итогам его проверки инженер завода им. В.П. Чкалова Беляков составил докладную записку для обкома партии. В ней отмечались жалобы молодых станочниц на отсутствие обучения, производственных нарядов, деталей для обработки, на простои и безделье в рабочее время. В их настроениях присутствовало стремление освоить профессию, трудиться для нужд фронта, участвовать в реализации стахановских починов. «Абсолютное большинство рабочих заявляет, что при обеспечении деталями и инструментом нормы будут перевыполнены»¹⁸, – сообщалось в разделе записки «Беседы с рабочими и ИТР завода № 1». Этот вывод отражал наличие у новых работников мотивации к стахановскому труду. Некоторое влияние на ее формирование оказали агиткампании по развертыванию движения двухсотников.

26 января 1942 г. в Новосибирске состоялось общегородское собрание передовиков производства, ставшее первым итоговым рубежом в соцсоревновании военного времени. На собрании 80 рабочих за отличное выполнение гособоронзаказа получили ордена

и медали. После процедуры награждения и речи секретаря горкома ВКП(б) И.Д. Яковлева было принято обращение к трудящимся города. Орденосцы и медалисты взяли обязательство выполнить двухмесячное производственное задание ко дню РККА и Красного Флота¹⁹. На этой основе началось соревнование в честь 24-й годовщины Красной армии. К нему подключились введенные в строй эвакуированные предприятия. В январе 1942 г. на заводе № 617 насчитывалось 22 стахановца, включая 13 двухсотников и многосотников, в феврале – соответственно 45 и 21²⁰.

Поздравление новых героев труда произошло на торжественном заседании новосибирской общественности (22 февраля 1942 г.), приуроченном к грядущему празднику. Перед собравшимися выступили бригадный комиссар Кузьмин и мастер Хализов. Последний в своем выступлении назвал «лучшие имена *гвардейцев трудового фронта*» (курсив мой. – Р.Р.), как только что перед ним докладчик называл имена сибиряков – гвардейцев боевого фронта»²¹. В данном случае героизация тружеников тыла осуществлялась путем их отождествления с фронтовиками через использование термина «гвардейцы».

Еще одной вехой соревнования стали комсомольско-молодежные бригады, завоевавшие звания «фронтových». Этот новый этап в развитии побудительной коммуникации начался с появлением тысячников на комбинате «Сибметаллстрой» в середине марта 1942 г. С этого времени в центре пропаганды вместо двухсотников оказались стахановцы, вырабатывавшие не менее десяти норм за счет внедрения рационализаторских предложений. Кампания по пропагандистскому сопровождению движения тысячников отличалась большей интенсивностью, чем предыдущая, что обусловливалось иллюзорными надеждами высшего руководства СССР на разгром немецких оккупантов в 1942 г. По существу, речь шла об изменении характера и динамики коммуникативной ситуации в контексте преждевременной попытки «верхов» перейти от оборонительной к наступательной войне.

Таким образом, в первые месяцы Великой Отечественной войны в публичном пространстве Новосибирска произошло становление коммуникативной стратегии, направленной на побуждение рабочих оборонной промышленности к труду. Ее движущей «пружиной» являлось создание героического культа вокруг стахановцев, выполнявших задания на 200 % и более.

В таком крупном военно-промышленном центре сибирского тыла, как Новосибирск, этот процесс осуществлялся посредством вербальной и образно-символической пропаганды, действовавшей на макро-, мезо и микроуровнях. На макроуровне Новосибирск был включен в советское информационное пространство, где роль главного коммуникатора играл И.В. Сталин, публично выступавший 3 июля и 6 ноября 1941 г.

¹⁶ ГАНО. Ф. П-22. Оп. 3. Д. 1106. Л. 185.

¹⁷ Там же. Д. 1107. Л. 59, 61.

¹⁸ Там же. Д. 1106. Л. 9.

¹⁹ Советская Сибирь. 1942. 27 янв.

²⁰ ГАНО. Ф. Р-1750. Оп. 1. Д. 5. Л. 14.

²¹ Советская Сибирь. 1942. 23 февр.

Июльский призыв вождя к обеспечению фронта вооружением и боеприпасами послужил «кумулятивным зарядом» для движения двухсотников, поддержанного Коммунистической партией с помощью организации агиткампаний в тыловых городах и регионах. На мезоуровне (Новосибирск) их проведение осуществлялось в основном в форме письменных обращений передовиков отдельных заводов ко всем занятым горожанам и жителям области, а также через публикации в областной печати, прямо или косвенно касавшиеся стахановского движения, через устные доклады местных партийных руководителей, выступления передовой рабочей общественности на общегородских мероприятиях. На микроуровне (предприятия) данная задача решалась за счет публичных речей на общезаводских или цеховых митингах, собраниях и совещаниях, средств наглядной агитации. В целом каналы социально-трудовой коммуникации побудительного типа позволяли местной власти транслировать военно-патриотические ценности в рабочий класс.

Одним из направлений этой трансляции была тема героического труда, которая в июне 1941 – марте 1942 г. отождествлялась с выполнением двух и более норм выработки. Несмотря на локальные сбои в агитационном сопровождении стахановских починов, официальная пропаганда создала условия для усиления трудовой мотивации новосибирцев и роста численности стахановцев военного времени на действующих предприятиях. Но из-за организационно-технических издержек оборонного производства передовики оставались очень тонким слоем в рабочей массе. Вместе с тем, заинтересованность в перевыполнении норм, сформировавшаяся в том числе и под влиянием героизации двухсотников, создавала позитивные перспективы для развития патриотически ориентированного соревнования как одной из коммуникативных стратегий в начальный период Великой Отечественной войны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Митрофанова А.В. Рабочий класс СССР в годы Великой Отечественной войны. М.: Наука, 1971. 525 с.

2. Рабочий класс Сибири в период упрочения и развития социализма. Новосибирск: Наука, 1984. 376 с.

3. Кнышевский П.Н. Государственный Комитет Обороны: методы мобилизации // Вопросы истории. 1994. № 2. С. 53–65.

4. Соколов А.К. Принуждение к труду в советской промышленности и его кризис (конец 1930-х – середина 1950-х гг.) // Экономическая история: Ежегодник. 2003. М.: Ин-т российской истории РАН, 2004. С. 74–99.

5. Сомов В.А. Потому что была война... Внеэкономические факторы трудовой мотивации в годы Великой Отечественной войны (1941–1945). Нижний Новгород: Изд-во Волго-Вятской акад. гос. службы, 2008. 234 с.

6. Сомов В.А. Первое советское поколение: испытание войной. М.: АИРО-XXI, 2015. 176 с.

7. Шуранов Н.П. Создание оборонной промышленности Западной Сибири в годы Великой Отечественной войны. Кемерово: Кузбасс, 2004. 218 с.

8. Савицкий И.М. Важнейший арсенал Сибири: развитие оборонной промышленности Новосибирской области в годы Великой Отечественной войны. Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2005. 448 с.

REFERENCES

1. Mitrofanova A.V. Working class of the USSR during the Great Patriotic War. Moscow, Nauka, 1971. 525 p. (In Russ.)

2. Alekseev V.V. (ed.) The Working class of Siberia in the period of consolidation and development of socialism. Novosibirsk, Nauka, 1984, 376 p. (In Russ.)

3. Knyshvsky P.N. The State Defense Committee: methods of mobilization. *Voprosy istorii*, 1994, no. 2, pp. 53–65. (In Russ.)

4. Sokolov A.K. Forced labor in the Soviet industry and its crisis (late 1930s – mid 1950s). *Ekonomicheskaya istoriya: ezhegodnik*. 2003. Moscow, 2004, pp. 74–99. (In Russ.)

5. Somov V.A. Because there was a war ... non-economic factors of labor motivation during the Great Patriotic War (1941–1945). Nizhny Novgorod, Izd-vo Volg.-Vyat. akad. gos. sluzhby, 2008, 234 p. (In Russ.)

6. Somov V.A. The first Soviet generation: testing by war. Moscow, AIRO-XXI, 2015, 176 p. (In Russ.)

7. Shuranov N.P. Creation of the defense industry in West Siberia during the Great Patriotic War. Kemerovo, Kuzbass, 2004, 218 p. (In Russ.)

8. Savitskiy I.M. The most important arsenal of Siberia: developing the defense industry in Novosibirsk region during the Great Patriotic War. Novosibirsk, Izd-vo SO RAN, 2005, 448 p. (In Russ.)

Статья принята
редакцией 11.03.2019