

Министерство науки и высшего образования РФ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

(ННГУ)

Институт филологии и журналистики

Кафедра журналистики

**Специфика освещения социальной тематики в журналистике Горьковской
области периода Великой Отечественной войны (на примере выпусков
газеты «Горьковская коммуна»)**

Допущено к защите:

зав.кафедрой
журналистики
д.п.н., профессор
Савинова Ольга Николаевна

подпись

Выпускная квалификационная
работа студентки группы 4119з2ТВ
профиля «Телевидение»
Авдошина Ксения Александровна

подпись

Научный руководитель:
Скачкова Виктория Николаевна

подпись

Нижний Новгород

2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 Виды СМИ в годы Великой Отечественной войны.....	7
§1.1 <i>Виды СМИ в годы Великой Отечественной войны.....</i>	<i>7</i>
§1.2. <i>Организация системы информационного обеспечения в период Великой Отечественной войны (служба Совинформбюро).....</i>	<i>19</i>
§1.3. <i>«Военная» и «тыловая» журналистика: специфика и особенности</i>	<i>28</i>
§1.4. <i>Социальная тематика как отраслевое направление журналистики</i>	<i>40</i>
ГЛАВА 2. СМИ Горьковской области как пример социальной журналистики военного времени	48
§2.1. <i>Трудовая и общественная деятельность горьковчан: социальная журналистика периода Великой Отечественной войны.....</i>	<i>48</i>
§2.2. <i>Особенности освещения социальной тематики в СМИ Горьковской области в начале Великой отечественной войны (1941-1942).....</i>	<i>60</i>
§2.3. <i>«Тыловая журналистика» Горьковской области во время «коренного перелома» (1943 г) и в завершающий период Великой отечественной войны (1945 г).....</i>	<i>77</i>
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	87
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	90

Введение

Тема данной выпускной квалификационной работы: Специфика освещения социальной тематики в журналистике Горьковской области периода Великой Отечественной войны (на примере выпусков газеты «Горьковская коммуна»)

Победа в Великой Отечественной Войне досталась народу ценой титанических усилий. Для нынешнего поколения это предмет гордости. Война коснулась каждой семьи, и сейчас истории простых людей, под силой обстоятельств ставших героями, имеет актуальность в масштабах нашей страны. Именно историями, запросами и проблемами таких простых людей во все времена занималась социальная журналистика, к которой отсылает нас название выпускной квалификационной работы. Мы решили сделать акцент на тыловой журналистике, так как она имеет непосредственное отношение к нашему региону. Кроме того, благодаря публикациям тыловой печати социальная журналистика получила развитие в годы Великой Отечественной войны.

Для СМИ было важно формировать народную волю к победе, мотивировать на работу в тылу. Именно в этом главным инструментом стала социальная тематика.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что в данный момент мы видим мировую тенденцию к дегероизации советского народа в вопросах победы во Второй мировой войне. Все чаще и чаще в различных странах пытаются пересмотреть значение участие русских в Великой Отечественной Войне, пытаются пересмотреть итоги, а в некоторых странах приравнивают к героям тех, кто был на стороне нацистских захватчиков. В нынешнее время постоянно пытаются переписать историю и это недопустимо. Следовательно актуальность темы велика именно для молодых людей, начинающих журналистов, которым еще только предстоит столкнуться с «новой правдой» и предстоит отстаивать отечественную позицию в этом вопросе .

Объект исследования – материалы выпусков «Горьковская коммуна» в период с 1941 по 1945 гг.

Предмет исследования – социальная тематика в журналистике Горьковской области периода Великой Отечественной Войны на примере газеты "Горьковская Коммуна".

Цель выпускной квалификационной работы – выявить специфику освещения тематики в выбранных номерах газеты «Горьковская коммуна».

Теоретико-методологическая основа исследования состоит из работ О.А. Баландиной, А.Ю.Уколова, О.В.Тихоновой, А. А. Тертычный, О. В. Протопоповой, И.В.Кузнецов, Г. В Жирков, Г. В.¹

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

1) Изучить особенности журналистики времен Великой Отечественной войны; изучить понятие «социальная журналистика» и оценить возможность применения данного понятия по отношению к СМИ военного времени

2) Выявить, специфику тыловой журналистики периода Великой Отечественной войны

3) Изучить историю и особенности издания «Горьковская коммуна»;

¹ Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.; Протопопова О. В. Боевые сводки и военная публицистика 1941–1945 гг. как сверхтексты // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Пермь, 2012. С. 96–106.; Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.; Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. / А.А Тертычный — М.: Аспект Пресс, 2000. — 310 с.; Тихонова О.В. Радио в годы Великой Отечественной войны. Сборник научных статей. В честь 70-летия Победы. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. – 129 с.;Уколов А.Ю. СМИ и жизненное пространство человека // Российское общество: цивилизованные горизонты трансформации. Саратов, 2005, 187 с.

4) Провести анализ социальных публикаций издания «Горьковская коммуна».

Степень научной разработанности проблемы: Следует отметить, что количество работ, посвященных военной журналистике времен Великой Отечественной войны, довольно большое. Большинство из них, написанных на русском языке на тему истории журналистики и особенностях военной журналистики России в целом. В работе за основу взяты труды ученого Тертычного, философа Кузнецова И.В, и кандидата юридических наук Протовой О.В.² Данные авторы наиболее полно осветили в своих трудах тематику журналистики в военное время, выявили ее особенности и уникальные явления.

Хронологические рамки исследования охватывают период с начала Великой Отечественной Войны (22 июня 1941 года) до победы в Великой Отечественной Войне (9 мая 1945 года).

Эмпирической базой для работы послужила выборка номеров «Горьковской Коммуны». Выборка делалась вручную. Всего было проанализировано 25 выпусков газеты.

Методы исследования. В рамках исследования были использованы такие общенаучные методы, как анализ, синтез, сравнение, индукция, дедукция. Для анализа эмпирической базы были применены исторический метод, сравнительный анализ, наблюдение, структурно-функциональный и типологический подходы.

Практическая значимость работы состоит в выявлении особенностей освещения социальной тематики в горьковской периодике времен Великой Отечественной Войны.

2 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.; Протопопова О. В. Боевые сводки и военная публицистика 1941–1945 гг. как сверхтексты // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Пермь, 2012. С. 96–106.; Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.; Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. / А.А Тертычный — М.: Аспект Пресс, 2000. — 310 с.;

Структура работы соответствует поставленным целям и задачам и состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка источников. Первая глава носит теоретический характер и особенностям советской журналистики военного времени. Виды печати во времена Второй мировой войны значительно отличались от довоенной периодической печати. Во второй главе рассматривается издание «Горьковская коммуна» как пример «тыловой журналистики» и социальной журналистики военного времени, проводится анализ особенностей публикаций социальной тематики издания в начале Великой Отечественной войны в период с 1941 года – 1945 гг.

Заключение содержит основные результаты исследования и выводы.

ГЛАВА 1. Особенности журналистики периода Великой Отечественной войны

§1.1. Виды СМИ в годы Великой Отечественной войны

Годы Великой Отечественной войны полностью изменили характер советской журналистики и общества в целом. СМИ вынуждено было изменить всю свою структуру в максимально сжатые сроки. Произошло изменение в:

- Методах;
- Системе СМИ;
- Инфраструктуре изданий;
- Редакционной политике.

СМИ обратили все свои силы на создание новых СМИ.

Как пишет в своих трудах Р.П. Овсепян, воскресные номера газет за 22 июня 1941 г. не предвещали никакой беды.³ В это время уже шли бои на западных границах страны. Германия полностью нарушила пакт о ненападении и начала войну против Советского Союза и стали завоевывать наши территории.

22 июня в 12 часов дня Центральное радио передало правительственное Заявление о нападении фашистской Германии на СССР. Через 45 минут после правительственного Заявления в эфир был передан первый выпуск «Последних известий» военной поры. В ночном выпуске «Последних известий» содержались первые сообщения с фронта.

24 июня 1941 г. создается Совинформбюро⁴, одной из основных задач которого стало краткое изложение военно-оперативных сводок. Подробнее о Совинформбюро далее в тексте.

3 Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. Учебное пособие. М., 1996.

4 КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. О создании и задачах Советского Информационного бюро. Постановление ЦК ВКП(б) и СНК СССР. 24 июня 1941 г. [Текст] - Москва. 1987.

Через неделю после начала войны в редакциях центральных газет и на Всесоюзном радио были созданы военные отделы. Это были первые шаги в перестройке всей советской печати на военный лад.⁵

В новых для себя условиях на плечи советской журналистики легла обязанность показать и раскрыть замыслы врага в отношении народов Советского Союза. Основной задачей стало объяснить народу, что война, которую им навязала Германия, справедлива, так как советский народ защищает в ней свою родину, ее независимость и будущее поколений.

В года Великой Отечественной войны были сокращены гражданские газеты. Краевые, республиканские, областные газеты начали выпускаться 5 раз в неделю и имели две полосы. Районные газеты тоже стали двухполосными и выпускались каждую неделю. Общее число выходивших газет были вынуждены сократить в два раза.

Так же из-за мобилизования сил на помощь советской армии было принято решение сократить объемы и содержание уже существовавших изданий. Например газета «Правда», которую издавали на шести полосах, с 30 июня 1941 года начала выходить на четырех полосах.

Освещение молодежной проблематики возлагалось на партийные газеты. В 1942 г. в стране насчитывалась 4561 газета, в то время как в предвоенном 1940 г. издавалось 8806 газет. Разовый тираж с 38,4 уменьшился до 18 млн. экз.⁶

5 Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.

6 Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.

Освещение молодёжной проблематики в прессе в годы Великой Отечественной войны было одним из важных направлений работы советских журналистов. В газетах публиковались материалы о подвигах молодых людей на фронте и в тылу, об их вкладе в Победу.

Молодёжная тематика занимала важное место в работе таких изданий, как «Комсомольская правда», «Пионерская правда» и других. Они рассказывали о героизме комсомольцев и пионеров, о том, как они сражались с врагом, строили оборонительные сооружения, работали на заводах и фабриках.

Особое внимание уделялось воспитанию патриотизма у подрастающего поколения. Газеты печатали статьи о подвигах юных героев, которые становились примерами для всех советских детей. Также регулярно публиковались письма от бойцов Красной Армии, которые благодарили своих сверстников за помощь и поддержку.

Важным направлением работы газет была пропаганда здорового образа жизни среди молодёжи. Публиковались статьи о спорте, туризме, культурном досуге. Кроме того, газеты рассказывали о достижениях советской науки и техники, о новых открытиях и изобретениях.

Таким образом, освещение молодёжной проблематики в прессе в годы Великой Отечественной войны способствовало формированию у молодого поколения чувства ответственности за судьбу страны, воспитывало патриотизм и гражданственность.

Директивы государственных и военно-политических органов: «О мобилизации журналистских кадров в военную печать», «Об организации партийно-политической работы в условиях войны», «О работе военных корреспондентов на фронте»⁷ - стали основными положениями для деятельности журналистов и журналистики в целом. Появилась новая система газет и специальных печатных изданий. В их число вошли: фронтовые, армейские, дивизионные, бригадные, стрелковых, танковых, механизированных корпусов, общевойсковых и специальных армий, войск противовоздушной

обороны. К концу 1942 г. было создано более 600 дивизионных и бригадных, 93 корпусные и армейские газеты⁸.

Фронтовые газеты стали выходить с самого начала войны. Объем их оставался постоянным – четыре полосы половинного формата центральной газеты, рассчитаны они были на бойцов, сержантов и младших офицеров. В 1942 г. издавалось 13 фронтовых газет. Они выходили не только на русском языке, но и на языках других народов СССР. Иногда на одном фронте издавалось до 6 газет на национальных языках – дивизионных, армейских, фронтовых. Только в 1942 г. в действующей армии выходили 22 дивизионные газеты на азербайджанском, казахском, узбекском и других языках. Всего за годы Отечественной войны на всех фронтах выпускалось 64 газеты на языках народов СССР⁹.

Фронтовые газеты играли важную роль в поддержании боевого духа солдат во времена Великой Отечественной войны. Эти издания были неотъемлемой частью военной пропаганды и помогали поддерживать связь между фронтом и тылом.

Фронтовые газеты выходили регулярно, часто даже несколько раз в день. Их содержание было разнообразным: новости с фронта, письма от родных и близких, статьи о героях войны, советы по тактике боя, стихи и рассказы. Большое внимание уделялось фотографиям и иллюстрациям, которые показывали боевые действия и жизнь на передовой.

Создание фронтовой газеты требовало большого труда и мужества. Редакторы и журналисты работали в условиях постоянной опасности, под

7 Протопопова О. В. Боевые сводки и военная публицистика 1941–1945 гг. как сверткостексты // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Пермь, 2012. С. 96–106.

8 Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.

9 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

обстрелами и бомбежками. Многие из них погибли при выполнении своего долга.

Фронтовые газеты имели огромное значение для солдат. Они помогали им сохранять связь с Родиной, узнавать новости о ходе войны и о жизни в тылу. Благодаря этим изданиям солдаты могли чувствовать себя частью большой семьи, которая борется за свою страну.

Кроме того, фронтовые газеты служили средством военной пропаганды. Они рассказывали о подвигах героев, призывали к борьбе с врагом и укрепляли веру в победу.

5 центральных газет, которые были рассчитаны на средний и старший офицерский состав, выходили в Красной Армии и на флоте.

Ведущей в советской военной прессе продолжала оставаться «Красная звезда», редакция которой с началом военных действий была укреплена новыми силами. В газету пришли и постоянно печатались крупнейшие советские писатели П. Павленко, А. Сурков, В. Гроссман, К. Симонов, А. Толстой, И. Эренбург и многие др. За годы Великой Отечественной войны вышло 1200 номеров газеты. И каждый из них – это героическая летопись крепнувшей боевой мощи и оперативного искусства Красной армии. «Красная звезда», будучи органом Народного Комиссариата обороны, играла определенную роль в разработке и освещении важнейших вопросов тактики, оперативного искусства, организации взаимодействия родов войск, а также в помощи офицерским кадрам овладевать боевым опытом.

В годы Великой Отечественной войны в армии и на флоте выходило 20 журналов. Главное Политическое управление Советской Армии издавало «Агитатор и пропагандист Красной Армии», «Блокнот агитатора», литературно-художественные журналы «Красноармеец», «Фронтовая иллюстрация». Издавались журналы в каждом роде войск: «Артиллерийский

журнал» «Журнал автобронетанковых войск», «Военно-инженерный журнал», «Связь Красной Армии» и др.¹⁰

В общей сложности в 1943 г. для личного состава Вооруженных сил издавалось 128 ежедневных газет и 600 газет, периодичностью 3 раза в неделю.

Районные газеты стали ключевыми для воспитания трудящихся в политической и культурной сфере. Их печатали также раз в неделю, но встал острый вопрос о необходимости ежедневного радиовещания, для освещения событий на фронте, мотивации тружеников тыла и их просвещению. Так как радио не было развито и популяризовано в районах, то в день выхода газет их содержание произносили на радио дважды. В дни, когда они не выходили в эфире появлялись политические новости: сообщения Совинформбюро и союзная и международная новости, а так же было принято освещать всесторонне жизнь данного района.¹¹

В целях обеспечения бесперебойной работы советского радиовещания была значительно перестроена ее деятельность. В Куйбышеве, Свердловске и Комсомольске-на-Амуре создаются филиалы Всесоюзного радиокомитета. Радио использовалось как одно из средств мобилизации народа на борьбу с врагом и воспитания советских людей в духе любви и преданности своей Родине. Радиовещание постоянно информировало население о положении на фронтах, о жизни тыла, о событиях в зарубежных странах.

Большое место в передачах из Москвы занимало вещание для населения временно оккупированных районов страны, а также специально для партизанских отрядов. 2 ноября 1941 г. из Москвы началось радиовещание на украинском языке. Передачи готовила специальная редакция, которая просуществовала три года. Ее материалы шли в эфир через радиостанцию

10. Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.

11 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

«Радянська Україна». Одновременно из Саратова передачи 1 января 1942 г. началось радиовещание на белорусском языке. Передачи готовила специальная редакция, действовавшая до 20 сентября 1944 г. Она подготовила 3270 передач на белорусском языке.

В дни войны намного увеличился объем вещания на иностранных языках. В 1941–1945 гг. передачи велись на 28–30 языках. Общий объем радиовещания на зарубежные страны составил 53 часа в сутки.¹²

Радио в годы Великой Отечественной войны стало одним из важнейших средств коммуникации и мобилизации советского народа. В условиях военных действий оно выполняло функцию информационного рупора, который доносил до людей новости с фронта, рассказывал о подвигах героев, поднимал боевой дух солдат и мирного населения.

С первых дней войны радио стало неотъемлемой частью жизни каждого гражданина СССР. Оно сообщало о ходе боевых действий, информировало о ситуации на фронте, передавало сводки Совинформбюро. Кроме того, радио использовалось для проведения агитационных кампаний, направленных на укрепление патриотизма и морального духа населения.

Особое значение имело радиовещание на фронте. Солдаты слушали передачи, в которых звучали стихи и песни, рассказы о героях, призывы к борьбе с врагом. Это помогало им сохранять веру в победу и поддерживать высокий уровень боевого духа.

Радио также играло важную роль в обеспечении связи между различными частями страны. Оно позволяло координировать действия армии и гражданского населения, передавать приказы и распоряжения командования.

Таким образом, радио в годы Великой Отечественной войны стало мощным инструментом пропаганды и мобилизации советского народа. Оно

12 Баландина О.А. Деятельность Совинформбюро за рубежом в годы Великой Отечественной войны: эффективность и идеологические приоритеты. [Электронный ресурс] - Режим доступа:

помогало людям узнавать о событиях на фронте, поддерживало их боевой дух и способствовало победе над врагом.

Вместе с перестройкой системы средств информации для нужд войны шел процесс создания фронтовой корреспондентской сети. Право иметь постоянных корреспондентов на фронте предоставлялось Совинформбюро, ТАСС, редакциям газет «Правда», «Известия», «Красная звезда», «Красный флот», «Комсомольской правде»¹³. Всесоюзному радиокомитету и тем республиканским и областным газетам, на территории которых проходили военные действия. Редакции посылали на фронт лучших своих сотрудников. «Правда», например, направила в действующую армию около 40 лучших журналистов. В их числе Б. Полевой, С. Борзенко, П. Лидов, Б. Горбатов, В. Величко, М. Золин и др.

С анализом боевых действий и военного положения СССР в печати выступали партийные и государственные деятели, военачальники. Так, в «Правде» выступали командующие фронтами К. Рокоссовский, И. Конев, И. Баграмян, командующий армией П. Белов и др.¹⁴

Освещение военного положения СССР и боевых действий Советской Армии неразрывно связано с темой героизма и мужества советских людей на фронте, в тылу врага. Пресса военного времени полна впечатляющих репортажей, корреспонденции, очерков, статей, посвященных тем, кто, не щадя жизни, сражался за Родину, отстаивая ее свободу и независимость.

Военное положение Советского Союза и боевые действия Советской Армии неразрывно связаны с темой героизма и мужества советских людей на

<https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-sovinformbyuro-za-rubezhom-v-gody-velikoy-otechestvennoy-voyny-effektivnost-i-ideologicheskie-prioritety>

13 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

14 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

фронте, в тылу врага. Это было время, когда каждый гражданин СССР был готов встать на защиту своей Родины, несмотря на все трудности и опасности.

Война началась внезапно, и уже через несколько дней миллионы людей оказались на фронте. Но даже в этих тяжелых условиях, советские люди продолжали бороться. Они проявляли невероятное мужество и стойкость, защищая свои города и села от вражеских войск.

Героизм советских людей на фронте был поистине безграничен. Они шли в атаку, несмотря на сильный огонь противника, они переправлялись через реки под огнем пулеметов, они бросались на танки со связками гранат. Все эти действия были проявлением истинного героизма и мужества.

Но не только на фронте проявлялся героизм советских людей. В тылу врага также действовали партизанские отряды, которые вели активную борьбу против оккупантов. Партизаны устраивали диверсии, уничтожали коммуникации и технику противника, освобождали пленных.

Также нельзя забывать о трудовых подвигах советского народа в тылу. Люди работали круглые сутки, чтобы обеспечить армию всем необходимым. Они строили новые заводы и фабрики, производили оружие и боеприпасы, выращивали хлеб.

Примером стойкости и отваги советских людей явился подвиг небольшой группы солдат из дивизии генерала И. Панфилова. 16 ноября 1941 г. на подступах к Москве у разъезда Дубосеково 28 панфиловцев задержали продвижение 50 танков противника, уничтожив 18 машин. Большинство героев пали смертью храбрых в неравном бою, но не пропустили врага. Первым об этом подвиге рассказал в «Красной звезде» фронтовой корреспондент газеты Александр Кривицкий.

Абсолютное большинство центральных, фронтовых, флотских, армейских, дивизионных газет ежедневно рассказывали о тяжелом ратном труде тех, кто в буднях войны совершал подвиги.

Газета Западного фронта «Красноармейская правда» в различных по своим жанрам материалах поведала своим читателям о самоотверженном

поступке Николая Гастелло, направившего свой горящий самолет на танковую колонну противника; о погибшем в бою командире кавалерийского корпуса генерале Льве Доваторе; о Викторе Талалихине, таранившем в ночном бою бомбардировщик врага.

Газета Ленинградского фронта «На страже Родины» 10 июля 1941 г. сообщила воинам о летчиках-истребителях Степане Здоровцеве, Михаиле Жукове, Петре Харитонове, которые впервые в истории воздушного боя таранили вражеские самолеты и первыми в Великой Отечественной войне были удостоены звания Героя Советского Союза.

Огромный резонанс в армии и на флоте вызвали два замечательных очерка Петра Лидова в «Правде» о Зое Космодемьянской. Первый из них появился в газете 27 января 1942 г., второй – через месяц – 28 февраля. Сила духовного воздействия очерков П. Лидова на солдат и моряков была столь велика, что их перепечатали почти все фронтовые и флотские газеты.

До последних дней войны в центре внимания не только фронтовой, но и всей советской печати находился подвиг Александра Матросова. 23 февраля 1943 г. в районе деревни Чернушки Великолукской области он закрыл своим телом амбразуру вражеской огневой точки. Имя бесстрашного воина прославлялось в очерках, статьях, корреспонденциях. Не случайно газета «Красная звезда» 12 сентября 1943 г. отмечала: «Жизнь героев – деяние. Погибая, они оставляют народу свои подвиги... Эти подвиги крылатой легендой облетают полки и дивизии, зовя, вдохновляя, уча».

Главной задачей военных корреспондентов было обеспечение газет, радио, информационных агентств материалами, всесторонне освещавшими тяжелые военные будни людей фронта, их боевой опыт, героизм и самоотверженность, ставшие неотъемлемой частью их жизни¹⁵.

15 Юрлов А.В. Становление Российской военной журналистики. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2016-zhurnalistika-v-sovremennom-media/1/jurlova.pdf>.

Исследователи темы периодики времен Великой Отечественной войны выделяют следующие виды печати, сформировавшиеся и получившие развитие в режиме военного времени:

Виды печати:

1. Центральные издания. Всего в годы ВОВ выходило в Красной армии и на флоте 5 центральных газет. Рассчитаны на средний и старший офицерский состав. Ведущее издание – газета «Красная звезда», орган Народного Комиссариата обороны.

2. Фронтовые газеты стали выходить с самого начала войны. Рассчитаны они были на бойцов, сержантов, младших офицеров.

3. Армейские, дивизионные, бригадные, стрелковых, танковых, механизированных корпусов, общевойсковых и специальных армий, войск противовоздушной обороны.

4. Журналы. В годы ВОВ выходило 20 журналов. Главное Политическое управление Советской Армии издавало «Агитатор и пропагандист Красной Армии», «Блокнот агитатора», литературно-художественные «Красноармеец», «Фронтная иллюстрация».

5. Заметное место получила фотопублицистика. «Фотогазета» с периодичностью 6 раз в месяц выходила до Дня победы.

6. Тыловая печать: центральные общеполитические газеты «Правда», «Комсомольская правда», «Труд» и другие республиканские, краевые и областные газеты.

7. Подпольная и партизанская печать, возникшая на территории, временно оккупированной врагом. Появилась вместе с образованием подпольных партийных комитетов и партизанских соединений.¹⁶

16 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

8. Листковая литература приобрела большой размах: тысячными тиражами издавались воззвания, обращения, плакаты. Листок «Вести с нашей Родины».

9. Газеты, издававшиеся оккупационными властями, частными издателями и различными партиями профашистской ориентации. Выходит на Украине, особенно в Западной ее части.

11. Сатирические и юмористические издания «Фронтной юмор», «Сквозняк». В "Правде" творческий коллектив Кукрыниксы (Куприянов, Крылов, Соколов) и поэт Маршак.

§1.2. Организация системы информационного обеспечения в период Великой Отечественной войны (служба Совинформбюро)

Совинформбюро было создано 24 июня 1941 года при СНК СССР и ЦК ВКП в соответствии с постановлением «О создании и задачах Советского информационного бюро». Основная цель - организация работы по освещению на радио международных новостей, военных событий, а так же освещение внутренней жизни страны. Важно отметить, что Совинформбюро предоставляло информацию, которая была тщательно проверена и согласована с высшим руководством страны. Это позволило избежать паники и дезинформации, которые могли бы подорвать боевой дух солдат и мирного населения.

Кроме того, Совинформбюро активно занималось распространением информации о подвигах советских солдат и мирного населения. Рассказы о героизме и самоотверженности помогали укрепить патриотические чувства и вдохновляли людей на новые свершения.

Таким образом, Совинформбюро сыграло огромную роль в поддержании боевого духа советского народа в период Великой Отечественной войны. Оно предоставляло точную и проверенную информацию, помогало людям понимать ситуацию на фронте и вдохновляло их на борьбу с врагом. Без Совинформбюро победа в этой войне была бы невозможной

Во главе Совинформбюро стоял кандидат в члены Политбюро ЦК, секретарь ЦК партии А.С. Щербаков, его заместителем был С.А. Лозовский, который также работал заместителем наркома иностранных дел СССР.

При создании Совинформбюро ему поручались 2 основные задачи:

1. Составление и опубликование военных сводок по материалам Главного Командования производилось в основном Генштабом и потом специальной группой, которая работала в аппарате Управления пропаганды и агитации ЦК ВКБ(б) по сбору дополнительных фактов и составлению сведений к основной сводке Генштаба.

2. Информировать общественность зарубежных стран о событиях, происходящих на советско-германском фронте и о работе советского тыла.¹⁷

Роль Совинформбюро в годы Великой Отечественной войны была неоценимой. Эта организация предоставляла советским гражданам самую актуальную информацию о ходе боевых действий, а также активно занималась агитационной работой. В период с 23 ноября 1941 года по 12 марта 1943 года Совинформбюро выпустило свыше 100 специальных сообщений "В последний час", посвященных победам Красной Армии. Помимо этого, Совинформбюро регулярно публиковало информацию о бомбардировках советских войск, а также о налетах и ударах, нанесенных по врагу.

Стоит отметить, что работа Совинформбюро была особенно важна в первые годы войны, когда ситуация на фронте была крайне напряженной. В этот период Совинформбюро выступало в роли единственного источника официальной информации о войне, и его сообщения имели огромное значение для поддержания боевого духа советских граждан.

Несмотря на то, что сегодня многие факты о работе Совинформбюро остаются неизвестными, его вклад в победу Советского Союза в Великой Отечественной войне не может быть недооценен. Благодаря своей работе Совинформбюро помогло сохранить единство и веру в победу советского народа, что в конечном итоге привело к окончательному разгрому фашистской Германии.

Основной проблемой стало то, что весь аппарат Совинформбюро в целях эвакуации был перенесен в город Куйбышев. Зарубежные журналисты с теми же целями были отосланы туда же. Поэтому образовался своеобразный информационный вакуум, и у журналистов возникло много проблем. Из Куйбышева стало отсылаться много писем на имя Щербакова А.С., председателя Совинформбюро, который остался в Москве. В них, в основном,

¹⁷ КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. О создании и задачах Советского Информационного бюро. Постановление ЦК ВКП(б) и СНК СССР. 24 июня 1941 г. [Текст] - Москва. 1987.

были просьбы как можно более подробно и оперативно информировать об основных этапах и этапах в стране. Конечно, Саксин Г.Ф., возглавлявший в ту пору отдел международной жизни Совинформбюро, делал все, что было в его силах, но интерес общественности к событиям под Москвой, к разгрому фашистов, стоявших практически на пороге столицы нашей родины, не угасал и был настолько огромен, что даже подготовленные и переданные с 10 ноября по 10 декабря 1941 года 56 политических обзоров в 13 стран не смогли его удовлетворить.¹⁸

В 1942 году Лозовский понял насколько важно, чтобы Совинформбюро находилось ближе к Москве, где находились все писатели и журналисты, которые писали для зарубежной печати и разъяснил это в письме на имя В.М. Молотова в НКВД и секретаря ЦК ВКП (б) А.С. Щербакова предложил перевести все отделы Совинформбюро обратно в столицу.

И уже 3 марта 1942 года весь аппарат Совинформбюро был перевезен обратно в Москву, что способствовало более оперативной и качественной работе.

В 1941-1942 годах аппарат Информбюро включал в себя более 85 авторов. Это были популярные русские писатели и журналисты, публичные деятели, а также личные корреспонденты.

К июню 1944 года количество человек, работавших в аппарате Совинформбюро в Москве, возросло до 215. Также было реорганизовано 11 основных отделов.¹⁹

18 Пути советского очерка [Текст] : Сборник лит.-критич. статей. - Ленинград : Сов. писатель. [Ленингр. отделение], 1958. - 367 с

19 Баландина О.А. Деятельность Совинформбюро за рубежом в годы Великой Отечественной войны: эффективность и идеологические приоритеты. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-sovinformbyuro-za-rubezhom-v-gody-velikoy-otechestvennoy-voyny-effektivnost-i-ideologicheskie-prioritety>

Особое внимание привлекают сводные отчеты Совинформбюро за конкретные периоды войны. Они содержат обзор военных, политических и международных результатов. Например, в документе "Три года Отечественной войны Советского Союза" отмечается, что немецко-фашистская армия находится на грани полного поражения. Как подчеркивается в докладе, советский народ опроверг все прогнозы врага о хрупкости советского режима. Советское государство, основанное на нерушимом братском союзе народов, укрепилось и упрочилось в ходе войны, в то время как фашистское государство, основанное на подавлении народов, не смогло выдержать испытания войной и стоит перед неизбежной катастрофой.²⁰

В период суровых военных испытаний сводки Советского Информационного бюро (Совинформбюро) пользовались особой популярностью среди населения. Их ждали с большим нетерпением. Знакомые слова «от Советского Информбюро», произнесенные по радио диктором Юрием Левитаном, привлекали внимание сотен людей, которые стремились как можно скорее узнать последние новости. Юрий Борисович Левитан — легендарный диктор Всесоюзного радио, чей голос стал символом эпохи и получил название «голос Победы». Он родился 2 октября 1914 года в городе Владимире. С детства проявлял интерес к театру и искусству речи, что впоследствии определило его профессиональную судьбу.

В 1931 году Левитан приехал в Москву и поступил на курсы радиодикторов. Уже через год он начал работать на радио, где быстро обратил на себя внимание своим уникальным тембром голоса и мастерством. Вскоре ему доверили читать важные правительственные документы и вести трансляции заседаний Верховного Совета СССР.

Но настоящую известность Левитану принесла работа в Совинформбюро во время Великой Отечественной войны. Именно он читал сводки

20 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. / А.А Тертычный — М.: Аспект Пресс, 2000. — 310 с.

Совинформбюро, которые становились главным источником информации для миллионов советских граждан. Голос Левитана был знаком каждому жителю СССР, он звучал из репродукторов на улицах городов и деревень, в домах и на заводах.²¹

Каждое слово, произнесенное Левитаном, воспринималось как истина. Его голос внушал уверенность и надежду, он говорил о победах Красной Армии и призывал к борьбе с врагом. В самые трудные моменты войны именно голос Левитана давал людям силы продолжать борьбу.

Сообщения Совинформбюро ежедневно транслировались по радио и печатались в газетах; они быстро распространялись среди тружеников тыла и фронтовиков, становились достоянием партизан и подпольщиков, сложными путями доходили до населения временно оккупированных районов СССР. Все советские граждане, где бы они ни находились, получали информацию о положении на фронтах Великой Отечественной войны, внутренних и международных событиях, о ратных и трудовых подвигах сражавшегося народа.²²

С первых дней войны тема фронта вышла на первое место в советской печати. Боевым действиям Советской армии против войск фашистской Германии посвящались различные информационные заметки, корреспонденции, статьи. Материалы газет и радио рассказывали об упорном сопротивлении, которое оказывала Советская Армия вражеским войскам.

21 Сенявская Е.С. Феномен фронтового поколения как фактор Великой Победы // Великая Отечественная война в контексте истории XX века: Научные труды КубГТУ, №7, 2015 год <http://ntk.kubstu.ru/file/589> 5 материалы международной научно-практической конференции (27-31 мая 2005 г.) .- Краснодар: Изд-во «Кубанькино», 2005.

22 Жирков, Г. В. Одухотворенное слово : журналистика Великой Отечественной войны : учеб. пособие по истории русской журналистики 1939–1945 годов / Г. В. Жирков. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. — 164 с.

Кроме публикаций на самом видном месте ежедневных оперативных сводок Совинформбюро газеты помещали статьи командиров и политработников с действующей армии, редакционные выступления, письма солдат и партизан, корреспонденции военных журналистов.

С августа 1941 г. Центральное радио начало транслировать для всей страны передачи из Ленинграда. Несмотря на артиллерийский обстрел и налеты вражеской авиации, ежедневно выходили газеты, велись передачи радио. У микрофона выступали Н. Тихонов, Вс. Вишневский, О. Берггольц, А. Прокофьев, В. Саянов и многие другие деятели литературы и искусства. В течение 900 дней блокады радио Ленинграда не прекращало своей работы ни на минуту. О жизни в осажденном городе рассказывали воины, рабочие, ученые²³.

Центральное радио начало транслировать передачи из Ленинграда во время Второй мировой войны по нескольким причинам.

Во-первых, Ленинград был одним из ключевых городов Советского Союза, который находился на передовой линии обороны. Город стал символом сопротивления нацистской агрессии, и его героическая борьба привлекала внимание всего мира. Трансляция передач из Ленинграда позволяла людям в других частях страны и за рубежом услышать реальные истории о борьбе и страданиях жителей блокадного города.

Во-вторых, передача новостей из Ленинграда имела большое значение для поддержания морального духа населения. Жители других регионов страны нуждались в информации о ситуации в Ленинграде, чтобы понимать, что происходит на фронте и как они могут внести свой вклад в общую победу. Передачи из Ленинграда давали людям возможность почувствовать свою связь с городом и его жителями, а также вдохновляли их на продолжение борьбы.

В-третьих, трансляции из Ленинграда были важной частью военной пропаганды. Рассказывая о героизме и стойкости ленинградцев, радиопередачи

23 Тихонова О.В. Радио в годы Великой Отечественной войны. Сборник научных статей. В честь 70-летия Победы. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. – 129 с.

поднимали боевой дух солдат на фронте и поддерживали веру в победу среди гражданского населения.

Между Москвой и Ленинградом проводилась своеобразная боевая переключка. Когда 12 декабря 1941 г. по радио из Москвы было передано сообщение Совинформбюро о провале немецкого плана окружения и взятия Москвы, ленинградское радио в течение дня несколько раз передавало его в эфир. Разгром фашистских войск под Москвой шаг за шагом развеивал миф фашистской пропаганды о молниеносном характере войны, о непобедимости гитлеровской армии.

23 ноября 1942 г. Центральное радио передало первое сообщение Совинформбюро о начале разгрома немецко-фашистских войск на Волге. Ожесточенные бои шли не только на Сталинградском фронте. В середине января 1943 г. войска Ленинградского и Волховского фронтов перешли в наступление и шаг за шагом разжимали вражеское окружение Ленинграда. И когда 19 января 1943 г. в 22 часа 42 минуты Центральное радио передало сообщение «В последний час» о прорыве блокады Ленинграда, для всей страны это был огромный праздник. А через две недели – 2 февраля 1943 г. – Совинформбюро сообщило по радио о полной победе советских войск под Сталинградом. Сталинградская битва, продолжавшаяся более шести месяцев, была завершена.²⁴

Начался коренной перелом в ходе Великой Отечественной войны. В печати анализировались итоги Сталинградской битвы, решительно изменившие ход войны в пользу Советского Союза.

Одним из ярких проявлений участия тысяч людей в деятельности прессы, в создании специальных подборок и программ стали передачи по радио писем на фронт и с фронта. Уже в первые дни войны в адрес Московского радио начали поступать письма от рабочих и колхозников, обращенные к близким и

24 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

знакомым, находящимся в Советской Армии. Объединив эти письма в цикл «Письма на фронт», Центральное радио с 9 июля 1941 г. ввело ежедневные передачи «Письма на фронт». С августа начали выходить в эфир передачи «Письма с фронта». Эти циклы готовила специальная редакция Всесоюзного радио. За годы войны Радиокomitee получил около 2 млн. писем, позволивших создать свыше 8 тысяч передач «Письма на фронт» и «Письма с фронта».²⁵

Эти письма, написанные солдатами своим близким, родственникам и друзьям, передавали на радиостанции, где они затем читались в прямом эфире. Таким образом, люди в тылу могли услышать живой голос своих близких, узнать о том, как они живут и борются на фронте.

Для солдат на фронте возможность отправить письмо на радио также имела большое значение. Ведь это был единственный способ напрямую обратиться к своим близким, поделиться своими мыслями и чувствами, рассказать о своих переживаниях и надеждах. Для многих солдат это было важно, так как они понимали, что их письма могут стать поддержкой и утешением для тех, кто остался в тылу.

Транслирование писем с фронта по радио имело и важное психологическое значение. Оно помогало людям на фронте и в тылу осознать, что они не одни, что есть те, кто думает о них, заботится и ждет их возвращения. Это укрепляло связь между людьми, объединяло их в общей борьбе против врага.

Таким образом, транслирование писем с фронта по радио было важным элементом информационной политики в годы Великой Отечественной войны. Оно помогало поддерживать связь между фронтом и тылом, укреплять боевой дух солдат и мирного населения, и в конечном итоге способствовало достижению общей цели - победе над врагом.²⁶

26 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

Большое распространение в годы войны получили радиомитинги: в честь 24-й годовщины Октября, в защиту детей от фашистского варварства, антифашистский митинг работников литературы и искусства, Всесоюзный митинг женщин-матерей и жен фронтовиков и др.; обнародование по радио патриотических писем и другие формы.

9 декабря 1942 г. Всесоюзное радио передало письмо колхозников и колхозниц тамбовщины о строительстве танковой колонны. На следующий день оно было опубликовано в центральной печати. Это письмо положило начало патриотическому движению по сбору средств на вооружение Красной Армии и Военно-Морского флота.

Совинформбюро стало основным источником новостей для советских граждан, поскольку передавало сводки о положении дел на фронте, а также проводило агитацию и пропаганду среди населения. Важной задачей Совинформбюро было поддержание боевого духа и веры в победу среди солдат и мирного населения.

Для достижения этой цели Совинформбюро выпускало специальные сообщения о победах Красной Армии, рассказывало о подвигах героев, призывало к борьбе с врагом. Также оно активно занималось распространением информации о разрушениях и зверствах, совершенных фашистами на оккупированных территориях, что вызывало у населения еще большую ненависть к врагу и желание бороться до конца.

Совинформбюро играло важную роль в мобилизации советского народа на борьбу с фашизмом. Оно помогало людям понимать ситуацию на фронте, поддерживало их боевой дух и вдохновляло на новые свершения. Без Совинформбюро победа в Великой Отечественной войне была бы невозможной

§1.3. «Военная» и «тыловая» журналистика: специфика и особенности

Военная журналистика - это жанр журналистики, нацеленный на освещение боевых действий (войн, контртеррористических операций, этнических и религиозных конфликтов такое определение дает А.В Юрлов), а также включающий политику государства в отношении прессы в период боевых действий.²⁷

Особенностью военной журналистики той эпохи является то, что освещением войны с непосредственным пребыванием на местах событий занимались журналисты-комбатанты, которые совмещали журналистскую функцию с сугубо военной и действовавшие в соответствии с идеологическими установками вышестоящего командования и органов партийной власти. Однако, даже принимая во внимание это обстоятельство, нельзя недооценивать вклад военных журналистов данной эпохи в формирование исторического знания о Великой Отечественной войне.²⁸

Кроме «Комсомольской правды» и ленинградской «Смены» были закрыты все комсомольские газеты, а республиканские, краевые и областные партийные газеты стали выходить пять раз в неделю на двух полосах. Двухполосными стали и районные газеты, переведенные на еженедельный выпуск. Сокращению объема подверглась даже «Правда», выходявшая в годы войны вместо шести на четырех полосах.²⁹

Меры по перестройке печати позволили в значительной степени преодолеть трудности в организации печатной пропаганды на фронте.

27 Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов. – М.: Мир и Образование: ОНИКС, 2012. – 1375 с.

28 Волковский, Н. Л. История информационных войн. В 2 ч. Ч. 2. / Н.Л. Волковский — СПб.: ООО «Издательство «Полигон», 2003, — 736 с.

29 Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.

К концу 1942 г. задача создания массовой прессы в Вооруженных Силах в соответствии с требованиями военной поры была решена: к этому времени выходило 4 центральных, 13 фронтовых, 60 армейских, 33 корпусных, 600 дивизионных и бригадных газет. На фронтах и в армии было немало газет на языках народов СССР.

Управление Советской Армии полуторамиллионным тиражом выпускало листок «Вести с Советской Родины», который постоянно информировал советских людей на захваченной временно врагом территории о положении на фронте и в тылу.

Огромное количество газет и листовок издавалось в тылу врага.

Из подпольных изданий, выходивших на оккупированной территории, наибольшей известностью пользовались газеты «За Советскую Украину», «Большевистская правда», «Витебский рабочий», «В бой за Родину!»³⁰

Кроме «Красной звезды» и «Красного флота», возникли еще две центральные военные газеты: с августа 1941 г. стал издаваться «Сталинский сокол», с октября 1942 г. – «Красный сокол».³¹

Значительные изменения произошли и в журнальной периодике. Были созданы журналы «Славяне», «Война и рабочий класс», литературно-художественный журнал «Фронтная иллюстрация». Особое значение имели журналы для отдельных родов войск: «Артиллерийский журнал», «Связь Красной Армии», «Военно-инженерный журнал». Неизменным успехом пользовались сатирические журнальные издания «Фронтальной юмор» (Западный фронт), «Сквозняк» (Карельский фронт) и другие.³²

30 Горяева, Т.М., Политическая цензура в СССР, 1917-1991 гг. / Т.М. Горяева - М.: РОССПЭН, 2009. - 405 с.

31 Жирков, Г. В. Одухотворенное слово : журналистика Великой Отечественной войны : учеб. пособие по истории русской журналистики 1939–1945 годов / Г. В. Жирков. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. — 164 с.

32 Жирков, Г. В. Одухотворенное слово : журналистика Великой Отечественной войны : учеб. пособие по истории русской журналистики 1939–1945 годов / Г. В. Жирков. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. — 164 с.

Большое значение во время войны имело слово. Пресса несла определённую идеологию, поднимала боевой дух солдат. Также в её функции входила передача опыта, видов обороны и другой информации, необходимой для успеха советской армии.

В кадрах Красной Армии и Военно-Моского Флота в годы Великой Отечественной войны находилось 943 писателя. Полная опасностей работа писателей в качестве военных корреспондентов позволяла им находиться в самой гуще боевых действий, давала богатейший материал для ярких художественных и публицистических произведений.

Их предназначение было двояким. И они с ним справлялись. Являясь одновременно военными и журналистами военные корреспонденты внесли огромный вклад в историю нашей страны, в формирование системы СМИ СССР, в победу советской армии над фашистской Германией. Проблематика советской журналистики периода Великой Отечественной войны чрезвычайно многообразна. Но центральными оставались несколько тематических направлений: освещение военного положения страны и боевых действий Советской Армии; всесторонний показ героизма и мужества советских людей на фронте и в тылу у врага; тема единства фронта и тыла; характеристика военных действий Советской Армии на территориях европейских стран, освобождаемых от фашистской оккупации, и Германии.

Понятие «военный журналист» подразумевает профессионала, который специализируется на освещении военных действий. Его работа заключается в сборе, анализе и распространении информации о вооружённых конфликтах. Такой специалист может работать в штате редакции печатного издания, радиостанции, телеканала или интернет-портала. Также он может быть фрилансером.

Военный журналист обычно работает в зоне боевых действий, поэтому его деятельность связана с большим риском для жизни. Он может стать жертвой обстрелов, взрывов, похищений и убийств. Кроме того, военный

журналист обязан соблюдать нейтральную позицию и воздерживаться от оценочных суждений, чтобы не стать участником конфликта.

Для работы в горячих точках военный журналист должен получить аккредитацию в Министерстве обороны страны, на территории которой ведутся военные действия. Также ему необходимо оформить страховку, пройти обучение по оказанию первой медицинской помощи и тактической подготовке.³³

Однако журналисты нередко оказываются волонтерами военной пропаганды, испытывая сильное давление со стороны государственных структур. Многие считают, что журналистская беспристрастность - это нонсенс.³⁴

Такой подход к освещению военных конфликтов сохранялся на протяжении очень долгого времени. Несвоевременная подача информации вкупе с полной её необъективностью создавала у населения ложный образ происходящего, что было на руку не только военному руководству, но и правительствам стран - участников конфликтов. Жесткая цензура вынуждала журналистов искать дополнительные пути получения информации, идти на контакт с военнослужащими обеих противоборствующих сторон.

Военная тематика представляет собой огромный круг крайне сложных проблем, требующих высокого профессионализма. Гражданские издания не способны вырастить профессионалов военной журналистики и содержать многочисленные специализированные отделы, а к сотрудничеству с авторами со стороны привлекает специалистов без журналистского опыта или тех же журналистов-офицеров из прессы силовых структур. Эпизодичность подобного

33 Журналисты в "горячих точках": технология профессионального поведения. – М.: Институт гуманитарных коммуникаций, 2000. – 129 с

34 Цвик В. Л. Журналист с микрофоном М.: Издательство ДИДМНЭПУ, 2000. - 40 с.

сотрудничества приводит к отрывочности информации об армии и обороне в частных СМИ.³⁵

Если устранить военную прессу силовых структур, будет ликвидирован военно-политический и чисто военный сегмент общероссийского информационного поля. Информационные проблемы усложнятся, что вряд ли поможет укреплению обороноспособности и безопасности страны.³⁶

Обратимся к особенностям жанра «Военная журналистика».

Пресса военного времени занимает особое место в истории журналистики и считается одним из самых сложных жанров.

23 июня 1941 года Главное управление политической пропаганды Красной армии подготовило директивы. На их основании главной задачей военной прессы стали воспитание героизма, мужества, военного искусства, дисциплины.

Во времена Великой Отечественной войны главной задачей военной прессы являлось поддержание боевого духа солдат и гражданского населения, а также информационная поддержка военных операций.

Военная пресса создавала образ врага, описывала зверства фашистов, что вызывало у читателей ненависть к противнику и желание бороться до конца. Вместе с тем, военная пресса рассказывала о героизме советских солдат, их победах и успехах, что поддерживало боевой дух и веру в победу.

Важной задачей военной прессы было также информирование гражданского населения о ходе военных действий. Люди должны были знать, что происходит на фронте, чтобы понимать, почему они терпят лишения и трудности в тылу. Военная пресса рассказывала о подвигах героев, о

35 Элбакян Н., Элбакян В. Снаряжение и работа журналистов в полевых условиях/ Правовые основания доступа к информации в боевых условиях и некоторые особенности взаимодействия журналистов с силовыми ведомствами. // Справочник для журналистов, работающих в районах военных действий. М., «Права человека», 2002. С. 68

36 Романов Ю. В. Советы военным журналистам [Текст] / Справочник для журналистов, работающих в районах военных действий М., 2002. С. 86- 89

трудностях, с которыми сталкиваются солдаты на фронте, о том, как важно поддерживать их усилия.

Кроме того, военная пресса выполняла функцию информационной поддержки военных операций. Она рассказывала о планах командования, о предстоящих операциях, о целях и задачах, которые ставятся перед войсками. Это позволяло гражданскому населению лучше понимать ситуацию на фронте и принимать участие в общем деле борьбы с врагом.

Таким образом, главная задача военной прессы во времена Великой Отечественной войны заключалась в поддержании боевого духа солдат и гражданского населения, информировании о ходе военных действий и информационной поддержке военных операций.

Перед журналистами поставили задачу- мобилизация духовны сил советского народа. Главным средством воздействия становится пропаганда патриотизма и любви к Родине. Такому типу периодических изданий свойственен жанр статьи, обзора, рецензий и очерков. Большинство материалов имеет аналитический характер. Так журнал «Большевик» состоял в основном из аналитических статей – 38,1%, и обзоров – 14,3%. «Ботанический журнал СССР» использовал жанр научной аналитической статьи – 72,2% публикаций. Выделяется среди всей периодики журнал «Звезда». ³⁷В нем публицистические жанры тесно переплетаются с литературными. Это объясняется литературной направленностью издания и тем, что в нем публиковались полные тексты произведений. Поэзия (стихи) составляют 32% от всех материалов, очерки – 23,7%, а рассказы – 17,9% публикаций

Такое жанровое разнообразие свойственно газетам. В «Правде» 72,2% от всех публикаций составляют статьи. Процентное содержание обзоров – 16,6%, а рецензий – 11,1%. В газете «Комсомольская правда» в жанре заметок написано 49% публикаций, статей – 14,3%, обращений (от Совинформбюро) –

37 Блюм, А.В. Советская цензура в эпоху тотального террора 1929-1953/ А.В Блюм - СПб.: Академический Проект, 2000 г. - 320 с.

6,2%. Газета «Вечерняя Москва» отличается своей иллюстрационной насыщенностью, которая составляет 17,3% от всех материалов. Именно в ней, в отличие от других газет, был опубликован фоторепортаж. В основном газеты были формата А2 с объемом в 4 полосы. На страницах газет публиковались обращения и сводки от Советского информационного бюро.³⁸

Обратимся к рассмотрению определения и специфики понятия «Тыловая журналистика».

Тыловая журналистика во времена Великой Отечественной войны играла огромную роль в поддержании боевого духа и сплоченности советского народа. В условиях военного времени, когда информация была строго контролируема, тыловая журналистика стала одним из немногих источников новостей и информации для гражданского населения.

Одной из основных задач тыловой журналистики было поддержание боевого духа населения. Статьи и публикации в газетах и журналах рассказывали о героических подвигах советских солдат, о победах на фронте, о стойкости и мужестве простых людей в тылу. Это помогало людям сохранять надежду и веру в победу, несмотря на все трудности и лишения военного времени.

Тыловая журналистика также выполняла важную функцию информационной поддержки военных операций. Она рассказывала о планах командования, о предстоящих операциях, о целях и задачах, которые ставились перед войсками. Это позволяло гражданскому населению лучше понимать ситуацию на фронте и принимать участие в общем деле борьбы с врагом.

Кроме того, тыловая журналистика играла важную роль в организации труда и производства в тылу. Она призывала людей к самоотверженному труду, показывала примеры героического труда на производстве, рассказывала о

38 Иванова Р.А Творческий поиск советской журналистики в годы Великой Отечественной войны. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskiy-poisk-sovetskoy-zhurnalistiki-v-gody-velikoy-otechestvennoy-voyny>

необходимости экономии ресурсов и материалов. Все это способствовало увеличению производительности труда и укреплению обороноспособности страны.

Исследователи М. Н. Потемкина и А. Б. Буссеруэль из Магнитогорска, Россия, утверждают, что основным инструментом военной журналистики времён Великой Отечественной войны была пропаганда.³⁹

Формы пропаганды, используемые в тыловой журналистике, имеют следующие особенности:

Советские граждане сталкивались с наглядной пропагандой, представленной в виде плакатов, листовок, фотогазет, карикатур и других средств визуального воздействия. Перед специалистами по пропаганде стояла важная миссия: не только формировать образ врага и мотивировать народ к борьбе с ним, но и стимулировать самоотверженную работу в тылу, мобилизуя рабочих на ежедневное превышение производственных показателей. От рабочих требовалось строго соблюдать производственную дисциплину и работать сверхурочно. Уже 23 июня в газете "Магнитогорский рабочий" была опубликована статья под названием «Дадим больше стали для победы над врагом», в которой рабочий коллектив давал обязательство перевыполнить норму: «Мы работаем на ответственном участке, мы даем Родине, Красной Армии металл. Удесятерим же нашу энергию. Обеспечим армию магнитогорским металлом»,⁴⁰

Во время войны государство, используя пропагандистские методы, стало главным "творцом" и "строителем" образа героя. Созданные им героические

39 Пропаганда героического труда в тылу на начальном этапе Великой Отечественной Войны (по материалам региональной прессы) - [Электронный ресурс]. // <https://cyberleninka.ru/article/n/propaganda-geroicheskogo-truda-v-tylu-na-nachalnom-etape-velikoy-otechestvennoy-voyny-po-materialam-regionalnoy-pressy/>

40 Современный словарь иностранных слов: ок. 20000 / под ред. Е. А. Гришиной и др. Москва: Рус. яз., 1992, С.494. 3 Советский энциклопедический словарь / под. ред. А. М. Прохорова. М., 1984. С. 1600. 4 О фабрично-заводских газетах. Постановление ЦК ВКП(б) 23 января 1941 г. // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М: Политиздат, 1979. С. 177-178.

символы были смесью реальных фактов и вымысла, настоящих событий и пропагандистских клише. Пропагандистская машина отбирала и обрабатывала факты, которые ее устраивали, создавая символы - абстрактные примеры для подражания. Восхваление трудового подвига, создание героического образа людей, совмещающих две работы, выполняющих сверхплановые нормы, прославление конкретных примеров энтузиазма, служили важным психологическим стимулом для поощрения труда отдельных работников и коллективов. Кроме того, уравнивание тыла и фронта достигалось путем использования военной терминологии в газетных статьях.

В связи с мобилизацией мужчин призывного возраста возник дефицит рабочих кадров в тылу, поэтому одним из направлений пропаганды первых месяцев войны стали обращения к таким категориям населения, как люди пожилого возраста, домохозяйки, подростки.

Все чаще с началом войны героями газетных очерков становятся женщины. Появляются статьи с заголовками: «На смену мужьям и братьям встанем к машинам, станкам, агрегатам!», «Мы готовы заменить своих мужей», «Встанем на смену мужьям и братьям», «Женщины идут на производство».

Анализ газетных заголовков и реального изменения гендерного баланса в сфере занятости в военное время показал, что война феминизировала экономику. К женщине стали обращаться как к женщине, домохозяйке, матери, только напоминая о том, что она могла бы стоять у станка по своему собственному желанию. Теперь труд женщины – это нечто особенное и необходимое для страны, а не само собой разумеющееся, как это было ранее

Во-первых, война привела к массовой мобилизации мужчин на фронт, что привело к острой нехватке рабочей силы в тылу. Женщины стали основной рабочей силой в промышленности, сельском хозяйстве и других сферах экономики. Поэтому тыловая журналистика стремилась мотивировать женщин на самоотверженный труд, показывая примеры героических поступков и достижений женщин на производстве.

Во-вторых, тыловая журналистика стремилась привлечь внимание к проблемам женщин, которые столкнулись с множеством трудностей в условиях войны. Женщины должны были совмещать работу на производстве с заботой о семье и доме, часто оставаясь единственными кормильцами семьи. Тыловая журналистика рассказывала о трудностях, с которыми сталкивались женщины, и старалась подбодрить их, подчеркивая важность их вклада в общую победу.

Также стоит отметить, что темы статей о женщинах были связаны с их участием в войне и трудностями, с которыми они сталкивались. Например, статьи рассказывали о женщинах-медиках, работавших на передовой, о женщинах-летчицах, о женщинах-партизанках и других героинях войны. Эти истории служили примером мужества и стойкости, вдохновляя других женщин на борьбу и труд.

Таким образом, тыловая журналистика во времена Великой Отечественной войны была направлена на женщин, чтобы мотивировать их на труд и показать важность их вклада в общую победу.

Жанровая уникальность тыловых СМИ заслуживает особого внимания. Согласно классификации А. А. Тертычного ⁴¹ исследованные нами пропагандистские тексты региональных тыловых СМИ можно условно разделить на три жанра: информационный, аналитический и художественно-публицистический. Информационный жанр представлен информационными интервью и репортажами. Под информационным интервью мы понимаем беседу журналиста с собеседниками, в ходе которой основное внимание уделяется вопросам «что, где, когда». Сюда мы относим, например, статью «Счастливый труд», которая уже упоминалась выше. Репортаж – это детальное описание события.

Материалы аналитического жанра включают в себя аналитические корреспонденции, статьи и обзоры. Мы рассматриваем аналитическую

41 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. / А.А Тертычный — М.: Аспект Пресс, 2000. - 310 с.

корреспонденцию как сообщение о событии с его толкованием, а жанр статьи — как выражение и обоснование мнения относительно значимого явления, процесса или ситуации.

Художественно-публицистический жанр представлен очерком, который обычно представляет собой живописное описание проблемной ситуации или жизненного пути человека. Этот жанр иллюстрируется статьёй вальцовщика мелкосортного цеха Магнитогорского металлургического завода «Родина зовет» 17, в которой описывается один день из жизни цеха. Можно говорить о разнообразии жанров, однако все статьи объединены одной основной задачей — вдохновить рабочих на самоотверженный труд. Типичными темами газетных публикаций в начале войны были следующие: рабочие принимают вызовы, отвечают на призывы, обещают трудиться не покладая рук. В этом случае газета выступала в качестве платформы для общения рабочих: одни бросают вызов, другие отвечают на него, третьи обещают трудиться. Также встречаются как анонимные статьи с сухими статистическими данными, так и рассказы о профессиональной деятельности конкретных рабочих. Тем не менее, целостный образ рабочего класса не формируется, человек представляется не как индивидуальность, а как маленькая деталь огромного заводского механизма.

Во время войны в тыловой печати произошли значительные изменения. Заголовки-лозунги стали преобладающими, а военная терминология начала активно использоваться в текстах. Это было сделано для того, чтобы стимулировать людей к самоотверженному труду и укрепить идею о неразрывности тыла и фронта.

Одной из главных целей пропаганды было увеличение числа рабочих рук. В связи с этим увеличилось количество публикаций, адресованных женщинам-домохозяйкам и пожилым людям. Им говорили, что они способны работать наравне с мужчинами и даже перевыполнять план.

Основными жанрами военной тыловой пропаганды были очерки и репортажи, написанные от лица сотрудников промышленных предприятий.

Они показывали героический труд людей на заводах и фабриках, их вклад в общую победу.

Таким образом, военная тыловая пропаганда играла важную роль в поддержании боевого духа населения и стимулировании его к трудовым подвигам. Она помогала объединить усилия всех слоев общества для достижения общей цели - победы над врагом.

§1.4. Социальная тематика как отраслевое направление журналистики

Исследования в области журналистики до сих пор не дали однозначного ответа на вопрос, что именно следует считать социальной журналистикой. Мнения учёных по этому вопросу всё ещё разнятся.

Значимость таких исследований обусловлена быстрым увеличением объёма информационных ресурсов, что соответствует современным тенденциям жизни социума, особенно в период самоизоляции, вызванной пандемией. Это определяет новые направления развития социальной журналистики, которая всё увереннее осваивает интернет-пространство, отдавая предпочтение социальным сетям, но при этом не исчезая из поля зрения традиционных СМИ.

Средства массовой информации и медийные информационные ресурсы выступают посредником между обществом и властью. Журналистика создаёт социальные проблемы общества посредством текстового, звукового и визуального выражения, используя для этого радио и телевидение, что неизбежно связано с творческой стороной работы публициста. Только после того, как проблема будет озвучена на различных порталах, площадках и в других источниках СМИ, она станет видимой и обсуждаемой.

Для понимания сути социальной журналистики, прежде всего, нужно раскрыть значение термина «социальный». По мнению М.А. Бережной, слово «социальный» пришло в русский язык в XIX веке из немецкого, который, в свою очередь, позаимствовал его из французского. Традиционно его значение отождествляется со значением слова «общественный». Термин «социальный» употребляется в двух смыслах: в широком — как синоним общественного, в отличие от природного, и в узком — как обозначение определённых сторон общественной жизни. Словарь Д.Н. Ушакова даёт такое определение термину «социальный»: «порождаемый условиями общественной жизни, условиями той или иной общественной среды, общественной формации». Исходя из этих

трактовок, можно сделать вывод, что слово «социальный» во многих понятиях, связанных с обществом, можно заменить на «общественный».

Для того чтобы понять суть социальной журналистики, необходимо обратиться к термину «социальный». Согласно М.А. Бережной, слово «социальный» было заимствовано русским языком из немецкого в XIX веке, а тот, в свою очередь, взял его из французского. Традиционно оно интерпретируется как синоним слова «общественный». Данный термин может использоваться в двух значениях: в широком — как противоположность природному, и в узком — как обозначение определённых аспектов общественной жизни. Толкование слова «социальный» в словаре С.И.Ожегова звучит так: «порождаемый условиями общественной жизни, условиями той или иной общественной среды, общественной формации. Связанное с принадлежностью к какой-нибудь общественной группе, классу». ⁴² Таким образом, можно утверждать, что слово «социальный» во многих контекстах, связанных с обществом, может быть заменено на «общественный».

Т. И. Фролова, один из ведущих теоретиков социальной журналистики в России, определяя предмет и границы социальной журналистики, отмечает, что полноценная социальная журналистика включает различные аспекты профессиональной журналистской деятельности: ⁴³

- отражение в прессе проблем социальной сферы в ее связях с другими– сферами общественной жизни;
- анализ любой информации с позиций интересов человеческой– личности, не противоречащих развитию всего общества;
- использование особых источников, методов, технологий,— формирующих творческое своеобразие социальной журналистики;

42 Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов. – М.: Мир и Образование: ОНИКС, 2012. – 1375 с.

43 Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003, 44 с.

- вовлечение в информационный обмен самих граждан, создание их—собственных информационных ресурсов;
- инициирование социальных проектов и акций, непосредственно—направленных на решение острых проблемных ситуаций, прямое участие в них⁴⁴

В современной журналистике обычно выделяют виды информационных ресурсов. Информация по своей сути может быть:

- оперативной (новые факты, заявления, мнения);
- контекстной (полезной для понимания ситуации в целом),
- базовой;
- фоновой;
- аналоговой.⁴⁵

Исследователь Т. И. Фролова отмечает, что это могут быть различные информационные среды, способные в совокупности дать полную информацию о предмете. Таким образом, многообразие информационных ресурсов позволяет журналистам получать максимально полное представление о рассматриваемом вопросе и создавать качественные материалы.

Современный журналист не может ограничиваться лишь несколькими источниками информации. Он должен постоянно расширять свой круг контактов и искать новые каналы получения данных. Социальная журналистика требует от автора глубокого понимания общества и его проблем. Именно поэтому важно иметь широкий спектр источников, чтобы получить максимум полезной информации.

Кроме того, необходимо учитывать, что социальные группы имеют свои особенности и потребности. Журналист должен понимать эти различия и

44 Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003, 44 с.

45 Вольфсон, И. В. Язык политики. Политика языка / И. В. Вольфсон. -Саратов : Изд-во Сарат. ун-та. - 2003. - 128 с.

стараться предоставлять информацию, которая будет интересна каждой группе. Для этого нужно обращаться к разным источникам и использовать различные методы сбора данных.

Важно помнить, что социальная журналистика – это не просто сбор фактов о жизни людей. Она должна помогать решать проблемы общества и улучшать качество жизни граждан. Поэтому автор должен быть готов к постоянному самосовершенствованию и поиску новых идей для своих материалов.⁴⁶

Средства массовой информации играют ключевую роль в формировании общественного сознания и влияют на общественное мнение. Они представляют собой инструмент-посредник между общественной средой и властными структурами. Благодаря своей способности доносить информацию до широкой аудитории, они могут стимулировать обсуждение важных вопросов и влиять на принятие решений.

Журналистика играет важную роль в конструировании социальных проблем общества. Публицисты используют текстовые, звуковые и визуальные средства для представления этих проблем. Радио, телевидение и интернет-порталы становятся платформами для обсуждения этих проблем.⁴⁷

Тематики передач телевидения и радиовещания, относящиеся к социальным, можно обозначить примерно следующие:

1. Информация об уровне доходов различных слоев общества, о разнице в уровне жизни, стоимости минимальной «потребительской корзины», уровне благосостояния.

2. Условия трудовых отношений, уровни заработной платы, безработица, оплата больничных листов, деятельность профсоюзов.

46 Колесников, Ю. С. Прикладная социология : учебное пособие для вузов / Ю. С. Колесников. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. - 317 с.

47 Мусияченко В.И. СМИ как институт социального управления // Сб. науч. ст. преподавателей Курского ин-та гос. и муниципальной службы: ежегодник. Курск, 2005, 187 с.

3. Поддержка уровня жизни инвалидов и прочих малоимущих категорий граждан.

4. Общее состояние социальных услуг в стране: медицина и образование, культурно-научное развитие, в том числе и физическая культура, и способы государственной поддержки данных сфер.

5. Состояние инфраструктуры общества: ремонт домов и дорог, развитие транспортных сетей, развитие торговых предприятий и предприятий бытового обслуживания населения.

6. Проблемы вывоза мусора и экологического состояния городских и сельских поселений.

7. Проблемы трудовой миграции.⁴⁸

Эти тематики позволяют раскрыть социальные проблемы общества и обратить внимание на необходимость их решения. Социальные проблемы – это сложное явление, которое охватывает множество различных аспектов жизни общества. Они включают в себя такие явления, как преступность, бедность, расизм, перенаселенность и многие другие. Все эти проблемы связаны с социальными условиями и оказывают значительное влияние на жизнь людей.

А.Ю. Уколов отмечает, что слово "социальный" стало одним из ключевых элементов современного публичного дискурса. Он также указывает на то, что значительная часть контента периодической печати посвящена таким темам, как демография, здравоохранение, жилье, проблемы социально уязвимых групп. Эти темы формируют "довольно пестрый и противоречивый информационный фон", который включает в себя пиар социальной политики, журналистские расследования, новости.

Уточняя функции социальной журналистики, автор указывает, что она предполагает включенность в конкретное социальное бытование людей, в их деятельность. Это означает, что социальная журналистика должна быть связана

48 Чепкина, Э. В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 115 с.

с реальными проблемами и потребностями людей, а не просто представлять информацию. Она должна помогать людям понять социальные проблемы и находить пути их решения.⁴⁹

Анализируя публицистику социальной журналистики, В. И. Мусияченко выделяет следующие наиболее актуальные темы в современной действительности:

За непродолжительный период своего существования социальная журналистика в России начала руководствоваться определенными критериями. К ним относятся, прежде всего, критерии тематики: «Все межчеловеческое, то есть все то, что связано с совместной жизнью людей».

К общим критериям также можно отнести:

- Стремление к выработке стабильного общественного состояния;
- Критерий помощи как отдельному человеку и группировке, так и обществу в целом;
- Выработка объективной точки зрения при возникновении споров.

Но в общем смысле можно констатировать: «В центре социальной журналистики находится человек, личность, со своими проблемами и желаниями, со своей жизнью».⁵⁰

Источники для тем публицистики в социальной журналистике примерно те же, что и в других направлениях данной профессии и социального института. Прежде всего, социальный публицист контактирует с непосредственными законодателями: с властными структурами и отдельными чиновниками.

Часто социальный журналист посещает различные общественные организации, контактирует с представителями всевозможных политических партий, посещает профсоюзные ячейки на предприятиях.

49 Уколов А.Ю. СМИ и жизненное пространство человека // Российское общество: цивилизованные горизонты трансформации. Саратов, 2005, 187

50 Мусияченко В.И. СМИ как институт социального управления // Сб. науч. ст. преподавателей Курского ин-та гос. и муниципальной службы: ежегодник. Курск, 2005, - 187 с.

Чаще, чем другому публицисту, соцжурналисту приходится обращаться к узким специалистам: к искусствоведам и представителям творческих профессий, к спортсменам и служителям культа, к врачам и простым рабочим.⁵¹

Публицистика представляет собой вид творчества, который может быть направлен на достижение различных целей. Одной из них является информирование читателя о происходящем в мире. Для этого используются такие жанры, как заметка, интервью, репортаж и отчет. Заметка содержит краткую информацию о каком-либо событии или факте. Интервью представляет собой беседу журналиста с человеком, который обладает знаниями по определенной теме. Репортаж подробно описывает событие в режиме реального времени, а отчет дает подробное описание уже произошедшего события. Все эти жанры активно используются в социальной журналистике для информирования читателей о различных аспектах жизни общества, включая социальные проблемы, благотворительные акции, события в области здравоохранения и образования.

Заметка представляет собой минимальный газетный текст с развивающейся главной мыслью, предназначенной для оперативного сообщения. Заметка соответствует фактологическому принципу отражения: убеждает факт, его подробности, логическая или эмоциональная оценка события журналиста – вторичны, зачастую нежелательны. Заметка делится на подвиды: «хроника» (одно-два предложения лаконично констатируют сверхоперативное событие), стандартная (событие 12 представлено в двух-трех деталях), расширенная заметка (расширенная детализация субъекта, причин, последствий и так далее).

Заметка, относящаяся к социальной журналистике, может содержать информацию о различных аспектах жизни общества: здравоохранении, образовании, культуре, экономике и других сферах. Она может рассказывать о

51 Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003, 44 с.

том, какие проблемы существуют в данных областях и как они влияют на жизнь людей.

Кроме того, социальная журналистика может включать в себя репортажи о событиях, которые происходят в обществе: демонстрациях, протестах, митингах и других мероприятиях. Такие материалы помогают обществу понимать причины возникновения таких событий и последствия, которые они могут иметь.

Важно отметить, что социальная журналистика должна быть объективной и непредвзятой. Она должна предоставлять факты и аргументы обеих сторон конфликта или проблемы, чтобы читатели могли сделать свои собственные выводы.

В целом, заметка, относящаяся к социальной журналистике, является важным инструментом для информирования общества о проблемах и поиска путей их решения.

Интервью – вопросно-ответная форма публикации – является одним из самых популярных жанров современной журналистики. Также интервью служит одним из трех методов журналисткой деятельности, наряду с наблюдением, изучением документов. Интервью представляется читателю особенно убедительным, достоверным, так как передает не интерпретированные мнения, вербальные особенности, манеру героя. Кузнецов выделяет следующие виды интервью: портретное (о личности);– проблемное (позиция компетентного лица);– информационное (рассказывает о ходе события, передает мнение– свидетеля)⁵²

52 Шостак М. И. Работа репортера. // Учебно-методическое пособие по курсу «Журналистика новостей». – М.: Импрэ им. А. С. Грибоедова, 2007, 52 с.

ГЛАВА 2. СМИ Горьковской области как пример социальной журналистики военного времени

§2.1. Трудовая и общественная деятельность горьковчан: социальная журналистика периода Великой Отечественной войны

Город Горький (ныне Нижний Новгород) внёс огромный вклад в победу над фашизмом, работая в тылу и производя самую разную военную технику и оружие. Об этом заявил председатель Госплана СССР Н. А. Вознесенский. Он назвал город «крепостью обороны нашей Советской Родины». Уже с первых дней войны местные жители активно включились в помощь фронту. Особенно важной была роль региона в период Московской битвы. Там не было необходимости в эвакуации, поскольку уже существовала развитая машиностроительная, химическая, радиотехническая и другая промышленность, которую достаточно быстро переориентировали на военные нужды. Кроме того, там был значительный научно-технический потенциал. Также нельзя не отметить исторические традиции: нижегородцы издавна защищали Москву от захватчиков и делали это героически. За оборону Москвы горьковчане получили 1720 соответствующих медалей.

Горьковская область играла важную роль в экономике Советского Союза во времена Великой Отечественной войны. Она являлась крупным промышленным центром, где располагались многие предприятия оборонного комплекса.

В Горьковской области находились такие крупные заводы, как Горьковский автомобильный завод (ГАЗ), который выпускал грузовые автомобили, легковые автомобили, танки и другую военную технику. Завод "Красное Сормово" производил подводные лодки и другие военные корабли. Завод "Двигатель революции" изготавливал авиационные двигатели и другое оборудование для авиации.

Кроме того, в Горьковской области развивалась сельскохозяйственная отрасль. Регион поставлял продукты питания для армии и гражданского населения.

Более того, Горьковская область стала местом эвакуации многих предприятий из западных районов страны, которые были захвачены врагом. Здесь они продолжали работать и производить продукцию для нужд фронта.

Таким образом, Горьковская область внесла значительный вклад в победу Советского Союза над фашизмом. Ее промышленный потенциал и сельское хозяйство помогли обеспечить армию и население всем необходимым в трудные годы войны.

Судостроительный завод «Красное Сормово», начиная с 1 июля 1941 года, приступил к выполнению особого задания Государственного Комитета Обороны, заключающегося в перестройке завода на производство танков Т-34. Были внедрены поточные методы создания блоков и конвейерная сборка машин. Большая ответственность легла на плечи инженерных служб и конструкторского бюро, которые в кратчайшие сроки обеспечили цеха необходимой технической документацией. Сотрудники завода проявляли невероятную самоотдачу, оставаясь на заводе по несколько суток подряд, чтобы выполнить поставленные задачи. В 1942 году объем выпуска боевых машин утроился. Работники завода часто посещали фронт, где изучали свои танки в боевых условиях и вносили необходимые изменения в их конструкцию.

В январе 1942 года было принято решение о возобновлении строительства подводных лодок в Сормово. За время войны было построено 27 подводных кораблей, отремонтировано 41 судно, завершена достройка морского монитора «Хасан» для Тихого океана. Подводные лодки, построенные на заводе «Красное Сормово», участвовали в военных действиях на Балтийском, Черном и Северном морях. Среди них были краснознаменные и гвардейские экипажи.

Автомобильный завод также активно участвовал в перестройке производства на военный лад. С самого начала войны он начал осваивать и

производить легкие танки Т-60, танковые двигатели, минометы, снаряды, новые модели автомобилей. Всего за пять месяцев войны объем выпускаемой заводом продукции для фронта вырос в восемь раз. Параллельно с производством дизелей завод начал выпускать минометы.

Горьковский металлургический завод организовал металлотермический цех и освоил производство броневой стали, что позволило существенно улучшить боевые характеристики танков, самолетов, пушек и другого вооружения.⁵³

Труженики тыла деревень и сел Горьковской области во времена Великой Отечественной войны был очень большим. В это время появились огромные задачи, возложенные на плечи сельского хозяйства. Женщины, старики и подростки взяли на себя все заботы, поскольку количество женщин, занятых в сельском хозяйстве, увеличилось с 57% в 1940 году до 82% в 1943 году. Они занимали должности председателей колхозов, трактористов, комбайнеров. Подростки в возрасте 14-15 лет также стали полноценными работниками. Усилия этих людей позволили собрать урожай 1941 года. Работа на полях велась не только за себя, но и за товарища, ушедшего на фронт. Люди трудились по 16-18 часов, а ночью - при свете фар и костров. За годы войны горьковские колхозы сдали государству более одного миллиона тонн зерновых, 50 миллионов пудов картофеля, 14 миллионов пудов овощей, 4 миллиона пудов мяса, 14 миллионов пудов молока и другую продукцию. В 1942 году Горьковская область стала первым регионом в стране, выполнившим план хлебопоставок, за что в апреле 1943 года ей было вручено переходящее Красное Знамя ГКО. Несмотря на трудности военного времени, крестьянам удалось избежать катастрофического сокращения сельскохозяйственного производства, которое произошло в большинстве основных земледельческих районов страны. Таким образом, несмотря на все трудности, труженикам

53 Нижегородцы-горьковчане в годы Великой Отечественной войны: указ. лит. / Нижегород. гос. обл. универс. науч. б-ка; Отдел краевед. лит.; сост. О.А. Кузнецова, О.Н. Лисятникова, И.Г. Горностаева. — Н.Новгород: РИО НГОУНБ, 2005. — 142 с.

деревни Горьковской области удалось свести к минимуму разрушительное воздействие войны на производство сельскохозяйственной продукции.

В военную пору и в Горьком, и в области продолжалась культурная жизнь, работали научные, медицинские, образовательные учреждения, функционировало коммунальное хозяйство, хотя и в сокращенном виде. В вузах и техникумах было подготовлено за войну около 12 тысяч молодых специалистов, которые направляются главным образом в районы, освобожденные от немецкой оккупации.

Горький, Семенов, Правдинск, Ветлуга становятся центрами подготовки военных кадров и резервов для всех родов войск армии. Это были курсы, офицерские учебные подразделения, военные училища, специальные школы.

Научными работниками вузов и научно-исследовательских институтов за военный период выполняется свыше 2000 работ, из которых многие имели оборонное и большое народнохозяйственное значение.

Во время Великой Отечественной войны культурная жизнь в городе Горьком и области не прекращалась. Несмотря на то, что некоторые здания культурно-просветительных учреждений были отданы под нужды военных ведомств, жители города продолжали посещать театры, кинотеатры, библиотеки и клубы.⁵⁴

Большинство городских театров было закрыто в первые месяцы войны, но уже к концу 1941 года возобновили свою работу театр драмы, театр оперы и балета и филармония.

Театр драмы активно работал над созданием спектаклей на патриотическую тематику. Например, пьеса «Сталинградцы» была посвящена героической обороне Сталинграда.

Театр оперы и балета за период с 1940 по 1946 год представил зрителям около 30 опер, 5 балетов и 9 оперетт. Среди них особенно выделяется опера

54 Нижегородцы-горьковчане в годы Великой Отечественной войны: указ. лит. / Нижегород. гос. обл. универс. науч. б-ка; Отдел краевед. лит.; сост. О.А. Кузнецова, О.Н. Лисятникова, И.Г. Горностаева. — Н.Новгород: РИО НГОУНБ, 2005. — 142 с.

Э.Ф. Направника «Нижегородцы», которая рассказывает о легендарной фигуре Козьмы Минина и отражает патриотизм русского народа.

Филармония за период с 1941 по 1944 год организовала и провела около 4 тысяч концертов и концертных выступлений, которые посетило свыше двух миллионов человек. В 1943 году здесь был создан ансамбль русской песни и пляски, который быстро завоевал популярность среди зрителей.

Работники искусства в годы Великой Отечественной войны не прекращали своей деятельности. Они организовывали спектакли и концерты для военнослужащих, раненых в госпиталях и на передовой. Так, за период с 1941 по 1944 год было проведено 4240 спектаклей и концертов в воинских частях и 3712 концертов в госпиталях. Кроме того, 14 специальных бригад артистов горьковских театров выезжали на фронт, где дали 1500 концертов.

Художники Горьковской области также внесли свой вклад в общее дело. С самого начала войны они начали выпускать «Окна ТАСС» и агитационные плакаты. Их работа была настолько успешной, что в 1943 году они заняли первое место на межобластной выставке художников Поволжья.

Писатели Горьковской области также не остались в стороне. За время войны они создали множество произведений патриотического содержания. В их числе - второй том романа В.И. Костылева «Кузьма Минин», который вышел в свет в самом начале войны.

В 1944 году, в знак признания заслуг этого выдающегося нижегородца, на площади Минина и Пожарского был установлен памятник Кузьме Минину.⁵⁵

Районная печать Горьковской области в конце 30-х и начале 40-х годов XX века представляла собой важный элемент системы средств массовой информации страны. Она выполняла функцию распространения официальной идеологии, находясь под строгим контролем Коммунистической партии. В

55 Нижегородцы-горьковчане в годы Великой Отечественной войны: указ. лит. / Нижегород. гос. обл. универс. науч. б-ка; Отдел краевед. лит.; сост. О.А. Кузнецова, О.Н. Лисятникова, И.Г. Горностаева. — Н.Новгород: РИО НГОУНБ, 2005. — 142 с.

годы Великой Отечественной войны районные газеты и многотиражки стали неотъемлемой частью информационной среды региона.

Районные газеты, являвшиеся органами райкомов ВКП (б) и районных Советов депутатов трудящихся, насчитывали 56 наименований. Многотиражные издания включали в себя 9 газет. Основное содержание этих изданий составляли репортажи с партийных и производственных собраний, митингов, на которых перед коллективами ставились новые задачи. Статьи военных лет отражали решимость и уверенность населения в победе над врагом. Вот несколько характерных заголовков тех лет:

— «Наше дело правое, оно победит!» (Рабочая Балахна. 1941г.);

— «Советский народ непобедим!» (Колхозный рупор (Ворытынец). 1941г.).

22 июня 1941 года стало поворотным моментом в истории районной печати Горьковской области. В этот день в каждой районной газете вместо передовой статьи было опубликовано выступление по радио заместителя председателя Совета Народных Комиссаров Союза ССР и Народного Комиссара Иностранных Дел товарища В.М. Молотова. В своем обращении он сообщил о вероломном нападении фашистской Германии на границы Советского Союза и объявил о начале войны. Таким образом, районные газеты, как и все средства массовой информации СССР, оказались на передовой линии идеологической борьбы советского народа против врага.

С началом войны работа районных газет была перестроена на военный лад. Однако, из-за различных трудностей, связанных с войной, тиражи газет сократились почти вдвое. К маю 1945 года выход газет составлял от одного до трех раз в неделю. Например, тираж Ардатовской газеты «Колхозная правда» снизился с 4000 экземпляров в июне 1941 года до 2000 экземпляров к маю 1945 года.

Несмотря на трудности военного времени, районные газеты продолжали выполнять свою важную роль в поддержании боевого духа населения. Они призывали людей к труду, вдохновляли на борьбу за мир и победу. Структура

газет оставалась практически неизменной: сохранялись тематические колонки и разделы, такие как «Доска почета», «На острие пера», «На полях района», «Письма в редакцию», «По городу и району», «По Советскому Союзу».⁵⁶

Продолжали действовать рубрики, отражающие участие тружеников районов в социалистических производственных соревнованиях, трудовых починах, выдвинутых рабочими и колхозниками других регионов страны. Свой труд жители посвящали историческим или праздничным датам — «Встретим XXV годовщину Красной Армии новыми производственными победами», «Выполним план к годовщине Октября», к Международному Женскому дню — «Героини трудового фронта».⁵⁷

В период Великой Отечественной войны районная печать Горьковской области продолжала играть важную роль в поддержании боевого духа населения и информировании о происходящих событиях. Сокращение объемов тиражей и печатных площадей не повлияло на качество работы районных корреспондентов. Публикации становились более лаконичными, но при этом максимально выразительными.⁵⁸

Таким образом, несмотря на все трудности военного времени, районная печать продолжала оставаться важным инструментом пропаганды и воспитания патриотизма у населения Горьковской области.

Корреспонденты районных изданий, информируя своих читателей о помощи фронту, не могли оставаться равнодушными к бедственному положению советского населения на освобожденных от оккупации территориях страны, мужеству блокадного Ленинграда и воюющего Сталинграда. В газете Шатковского района «Новый путь» была опубликована статья М. Пчелина

56 Ливанова М.В. Районная газета в локальном медийном пространстве // Медиаскоп : электрон. науч. журнал. - 2008. - № 1. - URL: <http://www.mediascope.ru/node/69>

57 Тулупов В.В. Российская региональная журналистика на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. - 2013. - № 1. - С. 111-120.

58 Ливанова М.В. Районная газета в локальном медийном пространстве // Медиаскоп : электрон. науч. журнал. - 2008. - № 1. - URL: <http://www.mediascope.ru/node/69>

«Комсомольцы собирают подарки для детей, пострадавших от фашистских извергов», посвященная оказанию помощи пострадавшим (Новый путь. 1942. 16 окт.). Такие информации служили лучшим примером в мобилизации населения в организации помощи фронту. Для освобожденных территорий страны колхозы горьковской области осуществляли сбор продуктовых и вещевых посылок, в котором приняли участие все группы населения от домохозяек до производственных коллективов. На полях дополнительно производился сев зерновых, распахивались площади под посадку овощных культур, урожай с которых уходил населению освобожденных территорий. Это было отображено в постоянно действующих рубриках: «В фонд обороны и помощи колхозам освобожденных районов», «Школам освобожденных районов — нашу товарищескую помощь».

Направленную деятельность районной печати осуществляли и авторские коллективы редакций и письма от населения районных центров Горьковской области, чей ратный и трудовой подвиг, отраженный на страницах газет, приближал общую для всего советского народа победу в Великой Отечественной войне.⁵⁹

Основная информационно-социальная газета во времена Великой Отечественной Войны была "Горьковская Коммуна".

Газета "Горьковская Коммуна" начала свое существование под таким названием в октябре 1932 года. Ранее газета называлась "Нижегородская коммуна", но затем город переименовали из Нижнего Новгорода в Горький. До 1941 года в газете публиковали материалы о коллективизации, индустриализации, о строительстве Окского моста и автозавода. В подготовке материалов ведущую роль играли сельские корреспонденты и нештатные рабочие.

22 июня 1941 года тематика газеты полностью изменилась. Особенно крупные

⁵⁹ Нижегородцы-горьковчане в годы Великой Отечественной войны: указ. лит. / Нижегород. гос. обл. универс. науч. б-ка; Отдел краевед. лит.; сост. О.А. Кузнецова, О.Н. Лисятникова, И.Г. Горностаева. — Н.Новгород: РИО НГОУНБ, 2005. — 142 с.

изменения произошли в тематике и направлении.

Основные тематики в газете с 1941 год по 1945 год были :

- Горьковчане на фронте;
- Горьковчане - труженики тыла;
- Донорство и врачебное дело;
- Дети в войну;
- Сельское хозяйство;
- Культура.

Главной задачей редакции была не только оперативно донести важную информацию о ходе боевых действий, но и сделать это в манере понятной читателям.

В военное время газета стала выходить на двух полосах. Главным лозунгом газеты стала фраза : «В час грозной опасности все наши силы, всю энергию на помощь фронту!», так как с первых дней начала войны редакция мобилизовала своих сотрудников на освещение перехода промышленности на военный лад. Ведущей темой стал патриотизм и мобилизация масс на отпор врагу. Появилась рубрика «Письма из действующей армии», оперативные сводки проведения работ.

Наиболее важные сообщения выделяются заголовками, форматом набора, необычным текстовым шрифтом. Информационные подборки иллюстрируются изобразительным материалом, фотографии с фронта. Основная тема газеты - тема родины. Особое внимание занимают местные новости. Всегда интересно узнать о достижениях товарищей по работе, об успехах новаторов, о производственных починах, о ходе посевных или уборочных работ. Похвально здесь стремление последовательно, ярко, с журналистскими находками писать о трудовых буднях, о производственной жизни предприятий и учреждений, колхозов и совхозов. Жителей села Мраково постоянно интересует репертуар кинотеатра, расписание концертов, когда построят школу, где открылся магазин.

Периодическая печать оказывала неоценимую услугу в распространении

лучших методов работы. Во время тех или иных кампаний материалы, как правило, даются концентрированно – целыми подборками, полосами, разворотами, под шапками и рубриками, конкретно определяющими задачи дня. Регулярно здесь организуются подборки событийных информации. Во Великой Отечественной войны внимание редакции преклещено на статьи повышающие Патриотизм, агитирующие на службу Отчизне на фронте или в тылу. Редакция отбирает из огромного потока информации только те новости, которые, прежде всего, могут заинтересовать читателя. Особую роль необходимо уделить проблематике публицистических материалов «Кугарчинские вести». ⁶⁰ Состояние прессы начала XX века во многом соответствовала расстановке различных политических сил нации. Столкновение и противостояние издания по широкому кругу вопросов скрывало за собой противоречия различных идейных сил. Публицистика, как вид творчества, тесно связана с общественно – политической тематикой. В эпоху коренного перелома общественного сознания она превратилась в арену политической борьбы, в трибуну острых дискуссий и споров по широкому кругу вопросов. Важнейшие общественно-политические и национальные проблемы в издании освещались вовсе неодинаково. Они преподносились читателю с различных точек зрения. Для анализа основных тем публикаций в газете «Горьковская Коммуна» были проанализированы выборка газет, выходящих за период с 22 июня 1941 года по 21мая1945года.

Выборка производилась в соответствии с важными событиями Второй мировой Войны и тем периодом, когда она происходила. Журналист должен уметь наблюдать за событиями и находить в них, что-то новое и интересное для его читателей. Это отлично прослеживается на страницах "Горьковской коммуны". Так же журналист должен достоверно и объективно отражать события,

60 Нижегородцы-горьковчане в годы Великой Отечественной войны: указ. лит. / Нижегород. гос. обл. универс. науч. б-ка; Отдел краевед. лит.; сост. О.А. Кузнецова, О.Н. Лисятникова, И.Г. Горностаева. — Н.Новгород: РИО НГОУНБ, 2005. — 142 с.

происходящие не только на территории города Горький и Горьковской области, но и на территории всего мира, причем он должен делать это без эмоциональной окраски, формировать правильное общественное мнение. Газета «Горьковская коммуна» - это отличный пример летописи региона. В ней не только отражали военные события, но и события, происходящие вокруг людей. Читатели видят жизнь того времени со стороны. Все это стало доступным благодаря талантам журналистов, их писательскому чутью и заинтересованности в своем деле. «Горьковская коммуна» - определенно несет большую историческую ценность еще и благодаря тому, что почти все выпуски дошли до наших дней и мы можем построить ход военных, политических и жизненных событий день за днем, так как газета была ежедневная.

Среди элементов журналистского мастерства особое место занимает умение проникать в психологию людей. По мере развития нашего общества роль нравственных начал в социальной жизни все более возрастает, сфера их действий расширяется. Тем более актуальна в журналистском творчестве ориентировка на социально-психологические факторы, причем особое значение для завоевания читателя, эффективного воздействия на массы имеет учет их интересов, потребности в информации.⁶¹ Газета «Горьковская коммуна» была мощным агитационным инструментом, почти в каждом выпуске можно увидеть громкие заголовки призывающие идти на фронт или работать в тылу.

Газета "Нижегородская правда" является ключевым брендом нижегородской журналистики, имея богатую историю, которая началась еще в 1838 году. За свою долгую жизнь издание несколько раз меняло название, отражая исторические и политические изменения в стране.

Первоначально газета называлась "Волжская коммуна". Это было время, когда Нижний Новгород был крупным торговым центром, расположенным на

61 Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003, 44 с.

пересечении важных торговых путей. Именно тогда газета стала популярным источником новостей и информации для жителей города.

В 1917 году, после Октябрьской революции, газета получила новое название - "Горьковская коммуна". Это было связано с переименованием самого города в честь писателя Максима Горького. В этот период газета стала важным инструментом пропаганды и агитации, отражая идеи социализма и коммунизма.

В 1951 году, после смерти Максима Горького, газета снова изменила название, став "Горьковской правдой". Это было время, когда страна восстанавливалась после Второй мировой войны, и газета продолжала играть важную роль в информировании населения о происходящем в мире.

Наконец, в 1990 году, после распада Советского Союза и возвращения городу его исторического названия, газета вновь сменила название, став "Нижегородской правдой". Это было время больших перемен и трансформаций, и газета продолжала оставаться надежным источником новостей и информации для жителей региона.

Таким образом, "Нижегородская правда" - это не просто газета, это символ истории и культуры Нижегородской области. Она пережила множество исторических эпох и политических изменений, оставаясь верной своим читателям и продолжая выполнять свою миссию - информировать, просвещать и объединять людей.

§2.2. Особенности освещения социальной тематики в СМИ Горьковской области в начале Великой отечественной войны (1941-1942 гг)

Во время Второй мировой войны важную роль в формировании патриотизма у населения играла пресса, а в частности газеты. В военное время степень воздействия идеологии на общество - возрастает. Следует отметить, что наряду с опытом социального взаимодействия людей, научными знаниями, официальной информацией, средства массовой информации также выступают в качестве орудия формирования общественного мнения и воспитания членов общества, реализуя задачи их информирования и просвещения.

С начала Великой Отечественной Войны главным информатором для жителей города Горького была газета «Горьковская коммуна». В связи с этим в данной главе объектом исследования являются номера «Горьковской коммуны», выходящие в период с 22 июня 1941 до конца года.

В выпуске газеты №145 от 22 июня 1945 года в публикациях еще не отражена тематика войны. На первой полосе объемная заметка с названием «Усилить организующую роль партийных кабинетов», где говорилось о партийной пропаганде и агитации - Выполняя это постановление ЦК ВКП, партийные кабинеты должны усилить свою организующую роль. Пассивности, самотеку нужно положить конец. Нужно шире применять выезды работников партийных кабинетов на места.⁶²

Социальная тематика представлена материалами, такими как колонка о строительстве дороги Горький - Арзамас - Кулебаки под названием "Как рождаются рекорды", в форме очерка : центральные герои – передовики: Федор Ионов, который показывал лучшую производительность при строительстве участка дороги, несмотря на свой возраст (62 года), Александр Серегин и Федор Рознов. Это очерк с драматическими элементами такими, как прямая речь, которая представляется в виде диалогов героев, так же есть коллизия -

62 Горьковская коммуна - 1941 - № 145

спор между двумя передовиками. В очерк включены информационные справки о состоянии проекта строительства дороги. Тут имеет место быть статистика и фактологические данные : «возведение земляного полотна», о производительности труда на площадке. Особый интерес вызывает композиция в виде диалога с Федором Сергеевичем Ионовым, которому вручили переходящее красное знамя :

«- Ну, держись теперь, старина - подбадривал себя Федор Сергеевич

- Не могу больше, Константин Васильевич, года уже не те.

- Да ты не расстраивайся. Хоть Серегин и обогнал тебя, да ведь другим до тебя далеко, ой как далеко! »⁶³

Эту статью интересно читать и сейчас. В формате простом и понятном каждому читателю журналисты мотивировали читателей на труд. Для людей в этот день было важно работать, строить свою жизнь, получать награды, трудиться ради своей семьи.

Так же в газете есть статья о «Железнодорожном училище» где 1 августа должен был закончиться первый учебный день. О «Городском смотре детского творчества», где выделяют детей, которые произвели большое впечатление на членов комиссии.

Серия небольших заметок социального содержания приведена с начальной пометкой «По телефону». К ним относятся заметки «Большой Подъем»-Шарья. Здесь дается информации о выборах кандидатов в депутаты Совета народных депутатов. К этому мероприятию рабочие Шарьи приурочили трудовой акт – «провели массовый выход на дорожное строительство». Как мы видим, телефонный способ передачи информации был распространен в журналистской среде уже 80 лет назад. Этот способ передачи информации быстрый, журналисту не обязательно быть на месте событий, ему остается

63 Горьковская коммуна - 1941 - № 145

лишь красиво оформить текст в статью, что занимает куда меньше времени, чем выезжать на место событий.

О военном времени в газете напоминает только статья «Война в Европе, Африке и Азии». В ней содержится краткая выжимка о ходе военных действий и обстановке в других странах. Статья написана с целью краткого экскурса горожан в эти события. Им не передается ключевое значение в газете и помещена она на последнюю страницу.

Читая и анализируя этот последний выпуск перед началом войны можно понять интересы общества такие, как спорт, дети, труд, сельское хозяйство. О войне в мире Горьковчанам не дается развернутой информации, чтобы у людей складывалось впечатление, что это все далеко от них и их не коснется, чтобы не создавать панику среди населения и они могли спокойно дальше продолжать на заводах, в селах и стремиться к новым рабочим достижениям.

Серия небольших заметок социального содержания приведена с начальной пометкой «По телефону». (к таковым относятся заметки «большой подъем» - Шарья, информация о выборах кандидатов в депутаты Совета народных депутатов. К этому мероприятию рабочие Шарьи приурочили трудовой акт – «провели массовый выход на дорожное строительство». Как мы видим, телефонный способ передачи информации был распространен в журналистской среде уже 80 лет назад. На второй полосе приведен материал с названием «Шесть сталинских условий победы».⁶⁴ Это шокирующее совпадение – напомним, что номер «Коммуны» с «мирным» содержанием вышел 22 июня 1941 года – в первый день войны. В данном материале рассматривались постулаты устройства успешного общества, в том числе такие социальные вопросы, как: условия труда и отдыха: «нужны были организованный набор и подготовка рабочей силы. Необходимо было также, как указал товарищ Сталин, всемерно механизировать труд. Партия и народ выполняли указания вождя, и это дало промышленности миллионы

64 64 Горьковская коммуна - 1941 - № 145

новых рабочих», «Далее товарищ Сталин указал на необходимость правильной организации заработной платы. Товарищ Сталин подчеркнул, что нужно строго и последовательно осуществлять принцип социализма в оплате труда, чтобы материальная заинтересованность работников способствовала развитию социалистического хозяйства, систематическому повышению труда».⁶⁵

Далее, как логическое продолжение и подтверждение основных тезисов, изложенных в заглавной статье данного выпуска, следует цикл материалов, непосредственно связанных со стахановским движением. Один из таких материалов, представляющий собой яркий образец публицистического жанра, носит название «На линии мастера Седова».

Этот очерк рассказывает нам историю обычного рабочего человека, который своим самоотверженным трудом и непоколебимой целеустремлённостью смог стать настоящим маяком для многих своих современников, вдохновляя их на трудовые свершения. В данной статье журналист детально описывает рабочие будни мастера Седова, который занимает ведущее место в соревнованиях в кутузовском корпусе завода Молотова.

Более того, в рамках данного очерка читатель может ознакомиться с общественной деятельностью главного героя, его вкладом в профсоюзную работу, а также узнать больше о его отношениях с коллегами и непосредственным начальством..

Очерк «На линии мастера Седова» имеет ярко выраженный публицистический характер: «Мастер Седов не только хороший организатор производства, но и прекрасный хозяйственник. Он экономит каждую копейку государственных средств, каждый килограмм материала », Много ценных предложений внес тов. Седов по организации производства, развитию социалистического соревнования и т.д», тов. Седов является достойным

65 Горьковская коммуна - 1941 - № 145

кандидатом на присвоение звания лучшего мастера машиностроительных предприятий Горьковской области».

Первый выпуск о Великой Отечественной войне, который сохранился в архивах библиотек, стал выпуск от 24 июня 1941 года №147.

На первой странице вместо жизнеутверждающих заголовком, как в предыдущем выпуске, появились заголовки :

- «Дисциплина, организованность, самоотверженность»;
- «Больше металла стране»;
- «Волна народного гнева»;
- «Женщины сели за руль трактора, встали за штурвал комбайна»;
- «За Родину, за честь, за свободу»;
- «Враг будет разбит»;
- «Организация военных трибуналов». ⁶⁶

Во времена Великой Отечественной войны сводки Совинформбюро имели огромное значение для советского народа. Они были единственным источником информации о ходе боевых действий для большинства граждан СССР. Газеты того времени регулярно печатали сводки Совинформбюро на первых полосах, поскольку они отражали самую актуальную и достоверную информацию о положении на фронте.

Важно отметить, что сводки Совинформбюро составлялись на основе оперативных данных Генерального штаба Красной Армии. Это гарантировало их высокую степень достоверности и надёжности. Более того, сводки Совинформбюро были важным инструментом пропаганды, направленной на поддержание боевого духа советских граждан. Они показывали успехи Красной Армии, подчеркивая её силу и мощь, что способствовало укреплению веры народа в победу.

⁶⁶ Горьковская коммуна - 1941 - № 147

Таким образом, использование сводок Совинформбюро в газетах было необходимостью военного времени. Они предоставляли гражданам СССР важнейшую информацию о ходе боевых действий и поддерживали боевой дух народа. Без них газеты не могли бы выполнять свою функцию информирования общества и поддержки морального состояния граждан.

Например в данном выпуске на первой полосе журналисты обращаются к информации данной Совинформбюро. Начинается это со сводки военных действий, которые произошли за текущий день: «Все атаки противника на Владимир-Волынском и Бродском направлениях были отбиты с большими для него потерями. На Белостокском и Брестском направлениях после ожесточенных боев противнику удалось потеснить ваши части прикрытия и занять Кольно, Ломжу и Брест».

Далее идет заметка «Враг будет разбит!» Только вчера вражеские войска вероломно напали на Советский Союз. Фашистская Германия, нарушив договор о ненападении, обрушила всю мощь своей военной машины на Родину. «Враг будет разбит!» – это не просто слова. Это наша общая цель всего народа, которую в статье агитируют достичь вместе. Это не просто лозунг, это уверенность, рожденная опытом и знанием наших бойцов и командиров. Они знают, что такое война, они видели её ужасы своими глазами. Но они также знают, что сила духа и вера в правоту своего дела могут творить чудеса. Это слова из речи Героя Советского Союза М.М. Громова.⁶⁷

Так же в этом выпуске активно обращаются к ТАСС. Использование информационного агентства ТАСС в газете, посвященной началу Великой Отечественной войны, было обусловлено несколькими причинами.

Во-первых, ТАСС являлось основным источником официальной информации в Советском Союзе. Оно получало информацию напрямую от государственных органов и организаций, включая Министерство обороны и

⁶⁷ Горьковская коммуна - 1941 - № 147

Генеральный штаб Красной Армии. Это позволяло агентству предоставлять самые свежие и достоверные новости о ходе военных действий.

Во-вторых, ТАСС имело широкую сеть корреспондентов и журналистов, работающих по всему миру. Благодаря этому агентство могло оперативно собирать информацию из различных регионов и стран, где происходили военные действия. Это давало возможность газете предоставлять своим читателям максимально полную картину происходящего.

В-третьих, ТАСС обладало высоким уровнем профессионализма и опыта в области сбора и обработки информации. Агентство имело строгие стандарты проверки и подтверждения информации, что делало его надежным источником новостей. Это было особенно важно в условиях войны, когда информация могла быть использована для манипуляции общественным мнением.

Наконец, использование ТАСС в газете, посвященной началу Великой Отечественной войны, было связано с идеологическими соображениями. ТАСС было тесно связано с коммунистической партией и государством, поэтому его информация часто отражала официальную точку зрения. В условиях войны это было важно для поддержания единства и морального духа населения.

Заметки с названием «Больше металла стране» из Запорожья, агитирует народ пойти на линию фронта для производства стали для советской армии : «Мы будем работать с удесятенной энергией, дадим Красной Армии больше металла, чтобы быстрее разгромить врагов социалистического отечества. Еще плотнее сплотимся вокруг большевистской партии и нашего родного вождя и учителя Великого Сталина».

В заметке «Волна народного гнева» из Ташкента, агитируют советский народ на защиту своей Родины, ценой собственной жизни: «Жизни своей не пощадим для защиты любимой Родины. Враг будет разгромлен», так же рассказывается о намерениях Ташкенского народа в тылу : «Колхозники нескольких тысяч сельскохозяйственных артелерий Узбекистана в принятых резолюциях обязались удесятенить борьбу за высокий урожай хлопка,

немедленно завершить уборку хлебов и выполнить все виды государственных норм». ⁶⁸

На последней полосе так же остались новости из-за рубежа, где публикуются новости о течении Второй Мировой Войны в Сирии, Англии, Югославии, а так же «Иностранная хроника».

Вместо большого количества рекламных объявлений появились объявления о том, что отменяется футбол, большое количество объявлений, связанных с поиском работников, места под склад.

В газете стало преобладать единство в текстах, появилась экспрессия. На страницах можно увидеть пропагандистскую направленность. Она ярко проявляется на фоне полемики с идеологическими противниками. Это выражается прежде всего в лексике, семантике существительных и прилагательных, особенно в использовании синтаксических конструкций. Например: «Грозный в своем гневе, встает весь советский народ на защиту священных рубежей своей любимой Родине, единственного в мире социалистического государства. Еще теснее сплотится он вокруг родной большевистской партии, вокруг своего великого вождя товарища Сталина. Красная Армия, Военно-Морской Флот и Авиация, не раз покрывавшие себя неувядаемой славой в борьбе с врагами нашей Родины, и на этот раз покажут фашистским агрессорам свою мощь». ⁶⁹

Кроме пропагандистской и агитационной функции стиливыми чертами газетного языка являются призывность и лозунговая декоративность, которые проявляются в побудительной интонации речи, а также простота и доступность. На примере этого выпуска мы можем увидеть открытую лозунговость в заголовках. Например: «За Родину, за честь, за свободу».

Первый выпуск газеты, посвященный началу Великой Отечественной войны, был выпущен в условиях экстремальной ситуации и чрезвычайной

⁶⁸ Горьковская коммуна - 1941 - № 147

⁶⁹ Горьковская коммуна - 1941 - № 147

напряженности. В этот период главным приоритетом для общества стало сохранение национальной безопасности и защита страны от агрессора. Поэтому большинство статей в этом выпуске были посвящены военным действиям, обороне страны и мобилизации населения.

Социальная тематика, безусловно, оставалась важной, но в контексте начала войны она отошла на второй план. Главной задачей было объединить общество вокруг общей цели - победы над врагом. В этих условиях социальные проблемы, такие как образование, здравоохранение, культура и другие, временно отошли на задний план.

Война требовала полной мобилизации всех ресурсов страны, включая человеческие ресурсы. Социальные статьи могли бы отвлечь внимание от главной задачи - борьбы с врагом. Кроме того, в условиях войны было сложно обеспечить достаточное количество материалов для освещения социальных тем.

Также стоит учесть, что первый выпуск газеты о начале Великой Отечественной войны был выпущен в условиях строгой цензуры. Информация, которая могла бы подорвать моральный дух населения или раскрыть военные секреты, была строго контролируема. Это могло привести к ограничению количества и содержания статей на социальную тематику.

В целом, малое количество статей на социальную тематику в первом выпуске газеты о начале Великой Отечественной войны объясняется экстремальностью ситуации, приоритетом военных действий и мобилизации населения, а также строгими ограничениями цензуры.

В выпуске № 162(6838) от 11 июля 1941 года на первой полосе расположилась статья под названием «Обеспечим усиленную работу всех предприятий». В ней раскрывается тема обращения Сталина к советскому народу. Здесь видна агитация и пропаганда для женской части населения для того, чтобы женщины шли на заводы и производственные предприятия. Это выражается в «Призванных в армию на фабриках и заводах заменяют советские патриотки - девушки и женщины, не допускающие мысли о том, чтобы уход их

братьев, мужей или товарищей хоть в какой-нибудь степени отразился на деятельности предприятия. Только на автозавод имени Молотова за время с начала войны поступили сотни домохозяек - жен бойцов и командиров»⁷⁰

Этот выпуск пропитан особым вниманием к роли женщин на войне, что соответственно сделано в целях пропаганды и агитации женщин не быть в стороне и принять непосредственное участие в ходе Великой Отечественной Войны. На первой полосе есть статья о «Советских патриотках» : «В первые же дни войны в ряды Красного креста и Красного полумесяца по неполным данным, влилось сотни тысяч женщин. В эти организации непрерывным потоком со всех концов страны поступают тысячи писем и телеграмм. Работницы, колхозницы, студентки, школьницы обращаются с просьбой отправить их в прифронтовые госпитали».

На 3 странице есть раздел «Все для фронта, все для победы!», тут располагаются статьи «Коммунистки - вожаки партийных работниц», «Мы - помощницы Красной Армии», «В женской бригаде бумажниц», «За рулем трактора», «На ответственном посту». Особенна интересна с языковой точки зрения статья «За рулем трактора», написанная Г.Громовой, бригадиром 4 тракторной бригады Ветлужской МТС: «Вооруженная до зубов, проклятая фашистская свора посмела напасть на нашу родную землю... Мы, советские женщины, не раз уже показывавшие примеры мужества и доблести в опасные минуты, обязаны сейчас заменить мужчин у станков и на колхозных полях».

В этой статье использовали прямую речь, чтобы передать точку зрения человека на прямую, связанного с этими события. Это помогло создать ощущение присутствия и добавило живости чтению. Эта статья действительно цепляет и заставляет задуматься о том, что не нужно быть в стороне и нужно направить все силы на помощь Отчизне.

Роль женщин на войне относится к социальной журналистике по нескольким причинам. Во-первых, социальная журналистика фокусируется на

⁷⁰ Горьковская коммуна - 1941 - № 162

вопросах, связанных с обществом и его проблемами. Война является одним из самых серьезных испытаний для общества, и женщины играют важную роль в этом контексте.

Во-вторых, социальная журналистика стремится освещать вопросы, связанные с равенством и справедливостью. Во время войны женщины часто сталкиваются с дискриминацией и неравенством, поскольку традиционно считается, что мужчины должны быть на передовой. Однако многие женщины также принимают активное участие в военных действиях, выполняя различные роли, такие как медицинские работники, разведчики, связисты и даже боевые пилоты.

Социальная журналистика также стремится привлекать внимание к историям людей, которые обычно остаются незамеченными или недооцененными. Женщины на войне часто оказываются в такой ситуации, поскольку их вклад может быть менее заметным по сравнению с мужчинами. Тем не менее, их роль может быть критически важной для успеха военных операций.

Кроме того, социальная журналистика стремится к созданию общественного диалога и понимания. Освещение роли женщин на войне помогает разрушить стереотипы и предрассудки, связанные с гендерными ролями, и способствует более глубокому пониманию сложности и разнообразия участия женщин в военных конфликтах.

Таким образом, роль женщин на войне является важным аспектом социальной журналистики, поскольку она помогает привлечь внимание к вопросам равенства, справедливости и общественного диалога.

Интересен с точки зрения анализа тематики публикаций газеты «Горьковская Коммуна» выпуск №261(6937) от 4 ноября 1941 года. На первой полосе вместо привычной рубрики, которая была создана для информирования населения под названием «От советского информбюро» появилась статья «Указ президиума верховного совета СССР о награждении орденами и медалями СССР работников завода №21 Орджоникидзе и Муромского фанерного

завода». В ней перечисляются награды и ФИО людей, получивших их. Эта статья явно бросается в глаза читателям. Ее расположение и смысл отражает, что для редакторов было важно отметить тех, людей, которые внесли особый вклад в ходе Великой Отечественной Войны, что в свою очередь дополнительно мотивирует граждан на осуществление трудовых подвигов в тылу и показывает, что вклад каждого не останется без внимания и будет поощрен, тем самым пробуждая в людях чувства ответственности и агитируя их на работу.

Выпуск газеты «Горьковская коммуна» за 4 ноября 1941 года содержит сообщения Совинформбюро за несколько дней, начиная с 2 ноября. Это связано с тем, что в период с 2 по 3 ноября 1941 года газета не выходила. Причина этого заключается в том, что в эти дни происходили важные военные события, которые требовали особого внимания и мобилизации всех ресурсов страны.

2 ноября 1941 года продолжилась операция «Тайфун», в ходе которой немецкие войска начали наступление на Москву. Это было одно из ключевых сражений Великой Отечественной войны, и оно требовало максимальной концентрации сил и средств. В этих условиях было принято решение приостановить выпуск газеты «Горьковская коммуна» на один день, чтобы сосредоточиться на обороне города и подготовке к контрн наступлению: "В течении 2 ноября наши войска вели бой с противником на всех фронтах. Особенно ожесточенные бои происходили на Крымском участке фронта. За 1 ноября уничтожено - 23 немецких самолета. Наши потери- 8 самолетов. За 2 ноября над Москвой сбито 4 немецких самолета». ⁷¹

3 ноября 1941 года газета также не вышла. Это было связано с тем, что в этот день произошло важное событие - был проведен парад на Красной площади в честь 24-й годовщины Октябрьской революции. Этот парад имел большое символическое значение, так как он показал всему миру, что Москва не сдастся, и советские войска продолжают борьбу против нацистской Германии.

⁷¹ Горьковская коммуна - 1941 - № 261

Парад проводился в условиях угрозы захвата Москвы, и подготовка к нему требовала значительных усилий.

Таким образом, отсутствие выпусков газеты «Горьковская коммуна» с 2 по 3 ноября 1941 года объясняется важными военными событиями и необходимостью мобилизации всех ресурсов страны для обороны и подготовки к контрнаступлению.

В 1942 году Великая Отечественная война достигла своего пика. Это был год тяжелых боевых действий, включая Сталинградскую битву, которая стала переломным моментом в войне. В этом контексте, особенности освещения социальной тематики в СМИ Горьковской области в 1942 году отражали сложность и напряженность военного времени.

Одной из ключевых особенностей освещения социальной тематики в СМИ Горьковской области в 1942 году было акцентирование внимания на героизме и самоотверженности простых людей. Репортажи и статьи рассказывали о трудовых подвигах рабочих, колхозников, врачей, учителей и других представителей различных профессий. Эти материалы служили примером для подражания и вдохновляли население на дальнейшие свершения.

Другой особенностью было активное использование пропаганды. СМИ активно распространяли информацию о необходимости единства и солидарности народа, призывали к труду на благо фронта и к борьбе с врагом. Большое внимание уделялось патриотическому воспитанию молодежи, а также помощи семьям военнослужащих.

Важной составляющей социальной тематики в СМИ Горьковской области было освещение жизни эвакуированных граждан. Регион принял множество беженцев из западных областей СССР, и местные газеты регулярно публиковали репортажи о том, как они адаптируются к новым условиям жизни, работают на предприятиях и участвуют в общественной жизни.

Однако, стоит отметить, что в этот период социальная тематика была подчинена военным задачам. Многие статьи и репортажи были посвящены

производству оружия и боеприпасов, сбору средств на нужды фронта, а также помощи раненым и инвалидам войны.

В целом, особенности освещения социальной тематики в СМИ Горьковской области в 1942 году определялись сложностью военного времени и задачами, стоящими перед регионом. Несмотря на трудности, СМИ старались поддерживать моральный дух населения, поднимать настроение и укреплять веру в победу.

Рассмотрим социальную тематику в газете «Горьковская коммуна» на примере выпуска от 13 марта 1942 года. Газета по-прежнему осталась четырехполосной. На первой странице по-прежнему публикуются сообщения от Совинформбюро, так как это самый надежный и быстрый способ обмена информации.

В заметках газет за 1942 год о информации от Совинформбюро продолжали публиковать военные сводки. Это было связано с тем, что в этот период Великая Отечественная война продолжалась и начались ожесточенные битвы, и информация о ходе военных действий была крайне важна для населения.

Сводки Совинформбюро представляли собой краткую информацию о положении на фронте, о продвижении войск, о потерях противника и о победах Красной Армии. Они были предназначены для широкой аудитории и распространялись через радио, газеты и другие средства массовой информации.

Публикация военных сводок имела несколько целей. Во-первых, она позволяла населению получать информацию о текущем положении дел на фронте и оценивать успехи своих войск: «В течении 1 марта одна наша авиачасть уничтожила и повредила свыше 20 автомашин с войсками и грузами, несколько десятков повозок с боеприпасами, полевое орудие, разрушила 6 железнодорожных вагонов и уничтожила 2 взвода пехоты противника». Во-вторых, сводки использовались для создания пропагандистских материалов,

направленных на укрепление патриотизма и веры в победу: 72 «В бою отличилось подразделение лейтенанта Болдинова. Отразив несколько ожесточенных контратак врага, оно первым ворвалось в сильно укрепленный пункт противника и в уличной схватке уничтожило более 50 немцев».

В заметках газеты также публиковались материалы о трудовых подвигах простых людей, о помощи семьям военнослужащих, о патриотическом воспитании молодежи и другие темы, связанные с жизнью в тылу. Однако основным акцентом оставались военные сводки, которые продолжали играть важную роль в поддержании морального духа населения. Например на первой полосе выпуска от 13 марта 1942 года расположилась заметка под названием : «Подсобные хозяйства и индивидуальное огородничество» . В период Великой Отечественной войны, продовольственное снабжение населения было одной из важнейших задач. В условиях острого дефицита продуктов питания, государство обратилось к гражданам с призывом развивать личные подсобные хозяйства и заниматься индивидуальным огородничеством: «Многие рабочие и служащие могут обеспечить себя семенным картофелем, используя личные связи с колхозниками, а так же взяв займы у своих соседей - старых огородников».

Развитие подсобных хозяйств и индивидуального огородничества было важно по нескольким причинам. Во-первых, это позволяло увеличить объем производства сельскохозяйственной продукции, что способствовало улучшению продовольственного положения в стране. Во-вторых, это давало возможность гражданам самостоятельно обеспечивать себя продуктами питания, снижая нагрузку на государственную систему снабжения. Наконец, развитие подсобных хозяйств и индивидуального огородничества стимулировало занятость населения, предоставляя дополнительные источники дохода.

72 Горьковская коммуна - 1942 - №61

Статья была направлена на привлечение внимания читателей к этой важной теме. Она призывала граждан активно участвовать в развитии подсобных хозяйств и индивидуального огородничества, показывая, как это может помочь в преодолении трудностей военного времени: «Долг агрономов и практиков-огородников - проводить среди рабочих и служащих доклады, беседы консультации, научить их лучшим способом выращивания картофеля и овощей». Таким образом, размещение данной статьи на первой полосе было обусловлено ее значимостью и актуальностью для населения в условиях военного времени.

В выпуске газеты за 13 марта 1942 года появилась заметка про театр и культурную жизнь горожан города Горький под названием «Женитьба Белугина». Заметка получилась интересной и давала гражданам полное понимание, что происходило в спектакле. Особенно поражает, как мастерски журналист описал и плюсы и минусы спектакля. Например особенно яркой получилась часть заметки: «Яркий колорит Замоскворечья-в косюме, в своеобразии языка, в движении и жесте - принесли на сцену купец Белугин и пожалуй, еще в большей степени, его жена Настасья Петровна».⁷³

Заметки о театре были крайне важны для населения:

Во-первых, в условиях военного времени, когда большинство мужчин ушло на фронт, городские власти осознали важность сохранения культурной жизни в городе. Театр и другие формы искусства стали не только способом развлечения, но и средством поддержки морального духа населения.

Во-вторых, театры и другие культурные учреждения города стали играть важную роль в поддержке экономики города. В связи с сокращением промышленного производства, вызванного войной, многие горожане потеряли работу. Театры и другие культурные учреждения стали источником занятости для многих людей, которые потеряли работу на фабриках и заводах.

⁷³ Горьковская коммуна - 1942 - №61

В-третьих, театры и другие культурные учреждения стали местом встречи и общения горожан. В условиях военного времени, когда многие семьи были разделены, театры стали местом, где люди могли встретиться, обсудить свои проблемы и найти поддержку друг у друга.

§2.3. «Тыловая журналистика» Горьковской области во время «коренного перелома» (1943 г.) и в завершающий период Великой Отечественной войны (1945 г.)

«Тыловая журналистика» Горьковской области во время «коренного перелома» 1943 года была особенно важна, поскольку именно в этот период произошли ключевые военные события, которые изменили ход войны в пользу Советского Союза. Одним из таких событий стало освобождение Сталинграда после кровопролитной битвы, которая длилась с сентября 1942 года по февраль 1943 года. Эта битва стала поворотным моментом в войне, поскольку после нее инициатива в войне перешла к Советскому Союзу.

Журналисты Горьковской области в этот период активно освещали жизнь в тылу, описывая трудности и лишения, с которыми приходилось сталкиваться населению. Они писали о том, как люди работали на заводах, производивших оружие и боеприпасы для фронта, о том, как собирали средства на нужды фронта, о том, как помогали семьям военнослужащих. Особое внимание уделялось героическим поступкам простых людей, которые проявляли мужество и стойкость в трудных условиях.

Освещение социальной тематики в СМИ Горьковской области в этот период было подчинено военным задачам. Многие статьи и репортажи были посвящены производству оружия и боеприпасов, сбору средств на нужды фронта, а также помощи раненым и инвалидам войны. Журналисты старались поддерживать моральный дух населения, поднимать настроение и укреплять веру в победу.

Для анализа освещения социальной тематики был выбран выпуск от 3 февраля 1943 года, так как именно в нем и совещается окончание битвы под Сталининградом.

В отличие от газет 1941-1942 года, выпуски 1943 года стали двуполосными. В них минимизировалось количество социальных статей, так как:

- В 1943 году произошёл коренной перелом в ходе войны. Красная Армия начала наступательные операции, освобождая захваченные территории. Соответственно, увеличился объём информации, который нужно было опубликовать в газетах. Чтобы уместить все новости на двух полосах, пришлось сократить количество иллюстраций и рекламных материалов;
- В 1943 году был принят новый закон о печати, который предусматривал ужесточение цензуры. Теперь редакции газет должны были согласовывать каждый материал с органами государственной безопасности. Это привело к тому, что тексты стали короче и лаконичнее, а значит, занимали меньше места.

На первой полосе выпуска расположились "Боевое Донесение №0079/ОП" в котором приводилось полный итог битвы за Сталининград и итоги разгрома и уничтожения окружной группировки противника. "Приказ Верховного главнокомандующего по войскам донского фронта", который однозначно поднял дух советского народа. Слова благодарности бойцам усилили в веру победу советской армии.

Так же мы видим, что появилась новая рубрика "В последний час". Где расположилась заметка от совинформбюро о ликвидации немецко-фашистских войск, окруженных в районе Сталинграда. Она является важным историческим документом, отражающим одно из ключевых событий Великой Отечественной войны.⁷⁴

Сталинградская битва, которая проходила с июля 1942 года по февраль 1943 года, стала переломным моментом в ходе Второй мировой войны. Это было крупнейшее столкновение между двумя противоборствующими сторонами, в котором участвовали миллионы солдат и тысячи единиц техники.

⁷⁴ Горьковская коммуна - 1943 - № 27

Заметка сообщает о полном завершении ликвидации окруженных немецко-фашистских войск в районе Сталинграда. Это означает, что советские войска успешно завершили операцию по уничтожению крупной группировки противника, что привело к значительному ослаблению сил Вермахта и изменению стратегической ситуации на Восточном фронте в пользу Советского Союза: «Наши войска сломили сопротивление противника, окруженного севернее Сталинграда, и вынудили его сложить оружие. Раздавлен последний очаг сопротивления противника в районе Сталинград. 2 февраля 1943 года историческое сражение под Сталинградом закончилось победой наших войск». ⁷⁵

Важно отметить, что эта заметка является ярким примером военной пропаганды. Ее целью было поднять боевой дух советского народа, показать успешность действий Красной Армии и укрепить веру в победу над врагом. В заметке перечислены все имена пленных немцев, всей разрушенной боевой техники противника и другого военного имущества и закончилась заметка такими словами : «Таков исход одного из самых крупных сражений в истории войн», что в очередной раз подкрепило веру в силу и могущество советской армии.

В газете остались заметки о театре и добавились заметки о спортивной жизни города Горький под названием: «Спортивная хроника». В этом выпуске рассказывается о итогах конькобежных соревнований среди женщин, по фамилиям называются чемпионки, а так же кратко говорится о итогах хоккейного матча между «Торпедо» и «Динамо», где горьковчане одержали проигрыш. Спорт был важным элементом жизни в СССР. В довоенные годы в стране активно развивались различные виды спорта, проводились соревнования и турниры. Во время войны спортивные мероприятия не прекращались, хотя и приобрели другой характер. Они стали символом стойкости и непоколебимости советского народа. Также спортивные новости в газетах служили

75 Горьковская коммуна - 1943 - № 27

напоминанием о мирной жизни. Они позволяли людям отвлечься от ужасов войны и напомнили о том, что жизнь продолжается, несмотря на все трудности.

Для дальнейшего сравнительного анализа социальной значимости журналистских текстов был выбран выпуск № 264 от 31 декабря 1943 года. Данный выбор газеты обусловлен анализом изменений в публикациях газеты, так как конец года является важным периодом для подведения итогов и оценки достижений. В этот период газеты часто публикуют обзоры и аналитические статьи, в которых рассматриваются ключевые события и тенденции года. Это позволяет получить более полную картину социальной значимости журналистики, так как в таких статьях часто затрагиваются важные социальные и политические вопросы.

Конец года является периодом, когда газеты часто публикуют материалы, связанные с планами и прогнозами на следующий год. Это может быть, например, анализ экономической ситуации, прогнозы развития политической ситуации или обзоры новых законов и реформ. Такие материалы также могут содержать ценную информацию о социальной значимости журналистики.

В 1943 году Горьковская область, как и вся страна, продолжала бороться с врагом на фронтах Великой Отечественной войны. В то же время, промышленность региона не прекращала свою работу, обеспечивая нужды фронта и тыла.

В заметке подводятся итоги работы промышленности в Горьковской области в 1943 году и можно отметить, что, несмотря на все трудности военного времени, удалось достичь значительных результатов, а некоторым заводам даже удалось выполнить план заранее. Выпуск данной газеты пострадал с течением времени и не дается понять, какие конкретно это были предприятия: «Советские люди оглядываются на пройденный путь не только для того, чтобы упиваться своими достижениями.⁷⁶ На пороге нового года мы можем сказать: горьковская промышленность в 1943 году справилась со своими

⁷⁶ Горьковская коммуна - 1943 - № 264

задачами, но впереди еще много работы. В решающие дни боен с немецкими захватчиками, когда победа близка необходимо напряжение сил». Это дает стимул советскому народу работать в новом году во имя общей цели - победы и дает понять, что вклад каждого очень важен и будет отмечен.

В первую очередь, стоит отметить увеличение объемов производства. Заводы и фабрики области выпустили больше продукции, чем в предыдущем году. Это было связано с внедрением новых технологий, оптимизацией производственных процессов и повышением производительности труда.

Кроме того, было освоено производство новых видов продукции. В частности, на заводах Горьковской области начали выпускать новые виды вооружения и военной техники, что было крайне важно для обеспечения нужд фронта.

Так же в заметке и есть слова о том, что некоторые заводы не дотягивают и не используют все свои резервы. Такое упоминание в негативном ключе должно помочь людям замотивировать работать тщательнее на пользу своей стране : «Коллективу этого завода следовало бы учесть опыт завода имени Молотова, где в результате рационализаторских мероприятий и умелой борьбы с простоями началось высвобождение рабочей силы» (речь о заводе, где директором был Смирнов Г.). Такого рода сравнения часто используют журналисты для повышения духа и работоспособности граждан, ведь никому не хочется быть отстающим.

Заметка о повышении квалификации на заводе имени Орджоникидзе является примером социальной журналистики. потому что она отражает общественные процессы и проблемы, связанные с жизнью и работой людей в условиях военного времени: «Инженеры и техники завода имени Орджоникидзе много работают над повышением своей квалификации. В вечернем институте слушатели изучают конструкторское дело, технологию металла, станочное дело и иностранные языки».⁷⁷

⁷⁷ Горьковская коммуна - 1943 - № 264

К концу года в газете появилась рубрика «На городские темы», где обсуждаются и разбираются вставшие у граждан вопросы. В данном выпуске заметка «Трест не виноват» реагирует на острый для граждан вопрос о перебоях в торговле хлебом. В данной статье журналист проявил все свое профессиональное мастерство и сделал расследование и интервью с предполагаемым виновником: «С таким вопросом мы обратились к заместителю управляющего трестом «Росглавхлеб» тов. Ляхову. Вместо того, чтобы откровенно сослаться в бездеятельности треста, который не сумел возглавить руководство хлебопекающим предприятиями, тов.Ляхов начал жаловаться». Решение и освещение городских проблем и есть одна из основных задач социальной журналистики.⁷⁸

В 1945 году, когда война уже подходила к концу, тыловая и социальная журналистика стали особенно важными. В этот период, когда победа была уже близка, но война продолжалась, журналисты Горьковской области активно освещали жизнь в тылу, описывая трудности и лишения, с которыми приходилось сталкиваться населению.

Они писали о том, как люди продолжали работать на заводах, производя оружие и боеприпасы для фронта, о том, как собирали средства на нужды фронта, о том, как помогали семьям военнослужащих, о культурных событиях в городе, для поддержания нормального образа жизни граждан и напоминания о том, что скоро наступят светлые времена. Особое внимание уделялось героическим поступкам простых людей, которые проявляли мужество и стойкость в трудных условиях.

Горьковская коммуна, выпускающаяся в 1945 году, осталась двуполосной. Это было связано с тяжёлым экономическим положением страны после Великой Отечественной войны. Во время боевых действий было уничтожено множество промышленных предприятий, разрушены дороги, мосты, линии связи. Всё это требовало восстановления. При этом у государства

⁷⁸ Горьковская коммуна - 1943 - № 264

не хватало средств на обеспечение населения всеми необходимыми товарами, включая бумагу. Поэтому её приходилось экономить.

Для печати газет использовалась преимущественно серая бумага низкого качества. Из-за этого многие газеты выглядели непрезентабельно. Для того чтобы разместить на них больше информации, редакторы использовали мелкий шрифт.

Помимо нехватки бумаги, на количество страниц в газете влияла и сложность международной обстановки. В 1945 году продолжалась холодная война между СССР и США. В таких условиях советское правительство опасалось публиковать в газетах слишком много информации, которая могла бы быть использована противником в своих целях.

Для анализа социального влияния журналистики на граждан был выбран № 35 от 11 февраля 1945 года. На первой полосе основное место занимает заметка о "Резолюции XIX пленума Горьковского областного комитета ВКП(б) от 6 февраля 1945 года О работе школ области и города Горький". Заметка о работе школ области и города Горький в 1945 году относится к тематике социальной журналистики, поскольку она касается вопроса образования, который является одним из ключевых элементов социального развития общества. Образование играет важную роль в формировании личности, развитии интеллектуального потенциала и профессиональных навыков человека, а также влияет на его социальный статус и возможности в жизни.

В заметке раскрывается информация о том, что скоро в школах начата подготовка к экзаменам. Также особое место уделяется подвигам школьников ради фронта : "Школы и школьники, комсомольские и пионерские организации отдают свой досуг общественно-полезному труду, на помощь героическому фронту и тылу : они построили на свои сбережения эскадрилью самолетов, танковую колонну, собрали за годы войны свыше 6 миллионов рублей в фонд Красной Армии, заработали на полях колхозов и совхозов до 20 миллионов

трудодней, ежегодно возделывают до 3000 гектаров земли на пришкольных участках."⁷⁹

Анализируя данную заметку, можно сделать вывод, что она имеет несколько целей. Во-первых, она служит для информирования читателей о вкладе школьников и образовательных учреждений в дело победы над врагом. Это важно, так как подчеркивает единство народа в борьбе с общим врагом и показывает, что каждый, даже самый маленький гражданин, вносит свой вклад в общее дело.

Во-вторых, заметка может служить мотивационным материалом. Описывая достижения школьников, газета вдохновляет других на подобные поступки. Таким образом, заметка стимулирует общественную активность и способствует развитию патриотизма.

В-третьих, заметка может служить инструментом пропаганды. Подчеркивая вклад школьников в победу, газета создает образ героического народа, способного преодолеть любые трудности. Это укрепляет веру в победу и поддерживает боевой дух.

Основную часть заметки составляет информация о решении пленума о развитии образования на территории области и города Горький. Из нее мы понимаем, что об образовании не забывают даже в такое сложное военное время.

Особое место в газете все также занимают публикации от Совинформбюро, так как это самый быстрый способ получения свежей информации с линии фронта. В отличие от предыдущих годов заметки стали называться "Оперативные сводки" и стали занимать меньше пространства на полосе.

Так же примером социальной журналистики в этом выпуске может являться заметка под названием "Устав сельскохозяйственной артели - основной закон колхозной жизни. Эта заметка является примером социальной

⁷⁹ Горьковская коммуна - 1945 - № 35

журналистики, поскольку она затрагивает важную социальную проблему, связанную с организацией и функционированием сельскохозяйственных артелей в СССР. Устав сельскохозяйственной артели был основным законом, регулирующим жизнь колхозов, и определял отношения между членами артели, их права и обязанности.⁸⁰

В контексте того времени, когда в СССР происходили масштабные преобразования в сельском хозяйстве, связанные с коллективизацией, эта заметка имела большое значение. Она помогала людям понять основные принципы организации сельскохозяйственных артелей и их роль в обществе.

Кроме того, эта заметка также может рассматриваться как пример социальной журналистики, поскольку она обращала внимание на важность соблюдения устава сельскохозяйственной артели и необходимость его выполнения всеми членами артели. Это было необходимо для успешного функционирования артели и обеспечения благополучия ее членов: "Устав артели обязывает колхозников правильно использовать землю, возводить правильные севообороты, применять передовую агротехнику, неуклонно повышать урожайность колхозных полей."

Далее для анализа был выбран выпуск №107 от 9 мая 1945 года. Выпуск газеты «Горьковская коммуна» от 9 мая 1945 года был выбран для анализа по нескольким причинам.

Во-первых, этот номер газеты вышел в день, когда завершилась Великая Отечественная война. Это делает его уникальным документом эпохи, отражающим настроения и чувства людей в момент окончания самого крупного военного конфликта XX века.

Во-вторых, в выпуске газеты есть материалы, посвященные итогам войны и победе советского народа. Эти статьи помогают лучше понять, как воспринималась победа в те дни, какие цели были достигнуты и какие уроки были извлечены из этого опыта.

⁸⁰ Горьковская коммуна - 1945 - № 35

Рядом с названием крупным шрифтом напечатано поздравление для всего советского народа: "Великая Отечественная война советского народа против гитлеровской Германии победоносно завершена. С Праздником Победы, товарищи!". На первой полосе крупно красуется фотография Товарища Сталина с указом президиума Верховного Совета СССР "Об объявлении 9 мая праздником победы". Выпуск газеты выглядит действительно празднично, чувствуется радость завершения этого ужасного времени, помогает понять народу, что ужасные времена закончены и теперь их ждет мирное небо над головой.⁸¹

На второй полосе расположились приказы о награждении граждан орденами за победу, что позволяет понять, что ни один герой не остался без внимания и это повышает патриотический дух страны.

Внизу полосы расположилась "От Советскогоинформбюро" оперативная сводка за 8 мая о награждении украинских солдат за подвиг перед отечеством.

В данном выпуске нет заметок на социальную тематику, так как главной новостью этого дня было окончание Второй мировой войны. Это событие занимало центральное место в газете и, скорее всего, большинство материалов было посвящено ему. Война оказала огромное влияние на общество, и ее завершение стало главным событием, которое волновало людей.

Так же в послевоенное время общество было сосредоточено на восстановлении страны. Люди сталкивались с множеством проблем, таких как недостаток жилья, продовольствия, одежды и других товаров первой необходимости. В такой ситуации социальные вопросы, возможно, отошли на второй план, и газета отражала эти приоритеты.

81 Горьковская коммуна - 1945 - № 107

Заключение

В соответствии с поставленными целями и задачами в исследовании были изучены: специфика освещения социальной тематики в журналистике Горьковской области времен Великой Отечественной Войны (на примере выпусков газеты «Горьковская коммуна»), выявлены особенности СМИ того времени, проведен анализ социального контента «Горьковской коммуны».

Изучив роль СМИ в жизни страны в этот тяжелый период, можно отметить, что они, несомненно, помогали населению поддерживать боевой дух, верить в победу. Многие редакции принимали участие в строительных работах, организовывали коллективы для поиска продовольствия и необходимых вещей.

Война потребовала перестройки всей советской печати, она явилась мощным импульсом и для развития всей системы работы с информацией, и для развития жанров журналистского творчества, таких, как репортаж-сводка, очерк, обзор. В годы войны получил активное развитие такой важный процесс, как синтез видов СМИ. Зачатки этой тенденции мы видим еще в довоенной прессе, но в годы Второй мировой без этого синтеза, взаимопроникновения и обоюдного цитирования обойтись было невозможно. Так, на страницах анализируемого издания «Горьковская коммуна» мы встречаем большое количество материалов, в заголовках которых есть прямое указание на источник информации, например «Выступление по радио товарища Сталина» или «От Советского информбюро». Это говорит о том, что во времена Великой Отечественной войны периодическая печать, оставаясь базовым средством массовой коммуникации, в работе над информационными материалами в большинстве случаев опиралась на новые виды СМИ – радиопередачи, поставленная на новые рельсы работа информагентства с его ускоренным порядком передачи сводок два раза в день. Как мы видим, в дальнейшем этот синтез видов СМИ будет усиливаться и совершенствоваться.

В результате проведенного исследования проведен анализ публикаций социальной тематики на основе общенаучных методов. В работе были

выдержаны временные рамки, а именно анализ выпусков газеты «Горьковская коммуна» в период с 1941-1945 гг. Было выявлено, что, так как данное издание является «тыловым», изданием крупной индустриальной области, в нем наиболее полно прослеживается социальный аспект жизни города во времена Великой Отечественной Войны. Обращение к социальной тематике в контексте тыловой журналистики привело нас к следующим выводам:

Социальная тематика – неотъемлемая и наиболее действенная часть тематической повестки тыловой журналистики военного времени. Именно в зоне тыла был остро востребован образ героя – фронтовика или ударника труда, который еще вчера был таким же, как ты, а сегодня прославил свое имя и помог стране. Положительные образы героев создавались с помощью очерков, однако со временем социальная тематика переместилась и в заметки, стала частью репортажа. Героические материалы посвящались различным целевым аудиториям – процесс героизации охватывал рабочих и представителей интеллигенции, крестьян и инженеров, женщин и стариков, детей и подростков. Примечательно, что после коренного перелома войны информацию, соответствующую социальной тематике, начали транслировать сводки Совинформбюро – это открытые письма-обращения представителей рабочего класса, заметки о трудовых подвигах, материалы о событиях, имевших общественное значение. Таким образом формировалось общественное мнение, настроение важной тыловой области, которая должна была обеспечить ресурс для победы над врагом.

Главные темы, соответствующие социальной тематике на страницах «Горьковской коммуны» - это Сбор урожая, производство на заводах. Так как это были ключевые моменты для жителей города Горький и полностью отражает социальные устои города в период Великой Отечественной Войны.

Необычное преломление социальной тематике в «Горьковской коммуне» военного времени отражено в публикациях за 2 февраля 1943 года и посвящено спортивным результатам соревнований среди женщин по конькобежному спорту и результату хоккейного матча, проходящим на территории города.

Также в выпуске от 13 марта 1942 года появляются заметки о театре «Женитьба Белугина», где полностью описывается, идущая постановка в театре города Горький.

Библиографический список

I. Энциклопедии и справочные издания:

1. Антонова, Н. В. Психология массовой коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 373 с.
2. Жуков, В.П. Словарь фразеологических синонимов русского языка / В.П. Жуков, М.И. Сидоренко, В.Т. Шкляр. — М.: Русский язык, 1987. — 440 с.
3. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. — М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2019. — 340 с.
4. Князев, А.А. Энциклопедический словарь СМИ. Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технологии et cetera: дефиниции, термины, концепции, справочные материалы / А.А. Князев; Кыргызско-Российский славян. ун-т. - Бишкек: Изд-во КРСУ, 2002. - 164 с.
5. Кононенко, Б.И. Большой толковый словарь по культурологии / Б.И. Кононенко. — М.: «Вече», 2003. — 512 с.
6. КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. О создании и задачах Советского Информационного бюро. Постановление ЦК ВКП(б) и СНК СССР. 24 июня 1941 г. [Текст] - Москва. 1987 - 35с.
7. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов. — М.: Мир и Образование: ОНИКС, 2012. — 1375 с.
8. Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост. Ю. И. Аверьянов. — М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 2003.
9. Современный словарь иностранных слов: ок. 20000 / под ред. Е. А. Гришиной и др. Москва: Рус. яз., 1992, С.494. 3 Советский энциклопедический словарь / под. ред. А. М. Прохорова. М., 1984. С. 1600. 4 О фабрично-заводских газетах. Постановление ЦК ВКП(б) 23 января 1941 г. // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М: Политиздат, 1979. С. 177-178.

10. Типология периодической печати : учеб. пос. для студентов вузов / М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова и др.; под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. - М. : Аспект Пресс, 2007. - 236 с.

II. Монографии и учебные пособия:

11. Абдеев, Р.Ф. Философия информационной цивилизации. / Р.Ф. Абдеев - М.: Владос, 1994. - 336 с.

12. Айрес К. Военная журналистика для трусливых//Перевод — Алексей Ковалев//Atlantic Monthly Press, 2005 г. - 337 С.

13. Блюм, А.В. Советская цензура в эпоху тотального террора 1929-1953/ А.В Блюм - СПб.: Академический Проект, 2000 г. - 320 с.

14. Волковский, Н. Л.. История информационных войн. В 2 ч. Ч. 2. / Н.Л. Волковский — СПб.: ООО «Издательство «Полигон», 2003, — 736 с.

15. Вольфсон, И. В. Язык политики. Политика языка / И. В. Вольфсон. - Саратов : Изд-во Сарат. ун-та. - 2003. - 128 с.

16. Воскобойников, Я.С. Журналист и информация: профессиональный опыт западной прессы. / Я.С. Воскобойников , В.К. Юрьев — М.: Прогресс, 1993. - 427 с.

17. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов / Свитич Л.Г., Смирнова А.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. - М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. - 213с.

18. Горяева, Т.М., Политическая цензура в СССР, 1917-1991 гг. / Т.М. Горяева - М.: РОССПЭН, 2009. - 405 с.

19. Грачев, Г.В., Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты / Г.В. Грачев; - М.: Изд-во РАГС, 1998. - 125 с.

20. Громов, Б. В., Ограниченный контингент. / Б.В. Громов -М.: Изд. группа «Прогресс», «Культура», 1994. - 352 с.

21. Жирков, Г. В. Одухотворенное слово : журналистика Великой Отечественной войны : учеб. пособие по истории русской журналистики 1939–1945 годов / Г. В. Жирков. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. — 164 с.
22. Журналисты в "горячих точках": технология профессионального поведения. — М.: Институт гуманитарных коммуникаций, 2000. — 129 с
23. История советской радиожурналистики 1917-1945 : Документы. Тексты. Воспоминания / [МГУ им. М.В. Ломоносова. Фак. журналистики и др.] ; сост. Т.М. Горяева]. - М. : Изд-во МГУ, 1991. — 434 с
24. Князев А. Журналистика Конфликта. Пособие (частичное изложение) // Бишкек, 11-13 июня 2001 года - 17 с.
25. Колесников, Ю. С. Прикладная социология : учебное пособие для вузов / Ю. С. Колесников. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. - 317 с.
26. Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000) / И.В. Кузнецов. — М.: Флинта: Наука, 2008. - 640 с.
27. Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. 1975. №2. С. 4.
28. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития : учеб. пос. - СПб., 2011. - 130 с.
29. Мусияченко В.И. СМИ как институт социального управления // Сб. науч. ст. преподавателей Курского ин-та гос. и муниципальной службы: ежегодник. Курск, 2005 - 187 с.
30. Нижегородцы-горьковчане в годы Великой Отечественной войны: указ. лит. / Нижегород. гос. обл. универс. науч. б-ка; Отдел краевед. лит.; сост. О.А. Кузнецова, О.Н. Лисятникова, И.Г. Горностаева. — Н.Новгород: РИО НГОУНБ, 2005. - 142 с.
31. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. Учебное пособие. М., 1996 - 512с.

32. Погорелый М., Сафранчук И. Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы, Букинист, 2002г. - 425 с.
33. Протопопова О. В. Боевые сводки и военная публицистика 1941–1945 гг. как сверхтексты // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Пермь, 2012. - 236 с.
34. Пути советского очерка [Текст] : Сборник лит.-критич. статей. - Ленинград : Сов. писатель. [Ленингр. отд-ние], 1958. - 367 с
35. Романов Ю. В. Советы военным журналистам [Текст] / Справочник для журналистов, работающих в районах военных действий М., 2002. С. 86- 89
36. Романов Ю. В., "Я снимаю войну...". Школа выживания. – М.: «Права человека», 2001. – 308 с.
37. Сенявская Е.С. Феномен фронтового поколения как фактор Великой Победы // Великая Отечественная война в контексте истории XX века: Научные труды КубГТУ, №7, 2015 год <http://ntk.kubstu.ru/file/589> 5 материалы международной научно-практической конференции (27-31 мая 2005 г.) .- Краснодар: Изд-во «Кубанькино», 2005 - 358 с.
38. Солдаткина, Я. В. «Журналистский текст» как знаковая система/ Я.В. Солдаткина // Преподаватель XXI век. — 2014. — №3. - 431 с.
39. Сонтаг С. Смотрим на чужие страдания / С. Сонтаг. – М. : Ад Маргинем, 2014. - 267 с.
40. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. / А.А Тертычный — М.: Аспект Пресс, 2000. - 310 с.
41. Тихонова О.В. Радио в годы Великой Отечественной войны. Сборник научных статей. В честь 70-летия Победы. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. – 129 с.
42. Уколов А.Ю. СМИ и жизненное пространство человека // Российское общество: цивилизованные горизонты трансформации. Саратов, 2005, 187 с.
43. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003. - 144 с.

44. Цвик В. Л. Журналист с микрофоном М.: Издательство ДИДМНЭПУ, 2000. - 40 с.

45. Чепкина, Э. В. Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 115 с.

46. Шостак М. И. Работа репортера. // Учебно-методическое пособие по курсу «Журналистика новостей». – М.: Импэ им. А. С. Грибоедова, 2007. - 452 с.

47. Элбакян Н., Элбакян В. Снаряжение и работа журналистов в полевых условиях/ Правовые основания доступа к информации в боевых условиях и некоторые особенности взаимодействия журналистов с силовыми ведомствами. // Справочник для журналистов, работающих в районах военных действий. М., «Права человека», 2002. - 468 с.

II. Статьи из периодических изданий:

48. Дементьева К. В. Стимулирование внимания общественности к региональной прессе // Регионология: научно-публицистический журнал. – Саранск: Красный Октябрь, 1/2011 (№74). – С. 216-220.

49. Тулупов В.В. Российская региональная журналистика на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. - 2013. - № 1. - С. 111-120.

III. Источники:

50. Горьковская коммуна - 1941 - № 145

51. Горьковская коммуна - 1941 - № 147

52. Горьковская коммуна - 1941 - № 162

53. Горьковская коммуна - 1941 - № 261

54. Горьковская коммуна - 1942 - №61

55. Горьковская коммуна - 1943 - № 27

56. Горьковская коммуна - 1945 - № 264

57. Горьковская коммуна - 1945 - № 35

58. Горьковская коммуна - 1945 - № 107

IV. Электронные ресурсы

59. Баландина О.А. Деятельность Совинформбюро за рубежом в годы Великой Отечественной войны: эффективность и идеологические приоритеты. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-sovinformbyuro-za-rubezhom-v-gody-velikoy-otechestvennoy-voyny-effektivnost-i-ideologicheskie-prioritety>. - Дата обращения: 24.03.2024

60. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации в России. Учебное пособие для вузов./М.: Аспект Пресс, 2001 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm>. -Дата обращения: 18.03.2024

61. Иванова Р.А Творческий поиск советской журналистики в годы Великой Отечественной войны. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskiy-poisk-sovetskoy-zhurnalistiki-v-gody-velikoy-otechestvennoy-voyny>. -Дата обращения: 24.04.2024

62. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.wattpad.com/177500681-основы-творческой-деятельности-журналиста-глава-2>. -Дата обращения: 18.03.2024

63. Юрлов А.В. Становление Российской военной журналистики. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2016-zhurnalistika-v-sovremennoy-media/1/jurlova.pdf>. -Дата обращения: 27.04.2024

64. Засурский Я.Н... Система средств массовой информации в России. Учебное пособие для вузов./М.: Аспект Пресс, 2001[Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm> . - Дата обращения: 25.04.2024

65. Ливанова М.В. Районная газета в локальном медийном пространстве // Медиаскоп : электрон. науч. журнал. - 2008. - № 1. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/69> . Дата обращения: 18.03.2024

66. Макашина, Г. Социальная журналистика как новый тип журналисткой деятельности // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса

«Социальная журналистика» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [//http://www.infohome-altai.ru/node/436](http://www.infohome-altai.ru/node/436). Дата обращения: 18.03.2024

67. Отечественная Война (1941-1945 гг.) глазами военных корреспондентов. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/>. Дата обращения: 27.03.2024

68. Пропаганда героического труда в тылу на начальном этапе Великой Отечественной Войны (по материалам региональной прессы) - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/propaganda-geroicheskogo-truda-v-tylu-na-nachalnom-etape-velikoy-otechestvennoy-voyny-po-materialam-regionalnoy-pressy>. Дата обращения: 27.03.2024