

Рекомендации по проведению мероприятий в День тружеников легкой, пищевой и текстильной промышленности в годы Великой Отечественной войны

24 ЯНВАРЯ

День героев-тружеников легкой и пищевой промышленности в годы Великой Отечественной войны

КОНТЕКСТ ПРАЗДНОВАНИЯ

Годовой цикл памятных дат Городов трудовой доблести начинается с Дня единых действий в память тружеников легкой и пищевой промышленности.

Обеспечение фронта всем необходимым было задачей номер один для всех предприятий легкой промышленности. Сапоги и полушубки, нательное белье и солдатские котелки, сбруя для лошадей и теплые валенки – все было необходимо советскому солдату.

Нужен был хлеб, консервы и галеты.

Все это давали тыловые предприятия, на которых трудились в основном женщины и дети.

24 января 1944 г. Указ Президиума Верховного Совета СССР «О награждении орденами предприятий легкой промышленности» от 24 января 1944 г.

Справочно

В течение всей войны бойцы и командиры Советских Вооруженных Сил полностью и в соответствии с сезоном обеспечивались доброкачественным обмундированием. Легкая промышленность в полной мере снабжала Красную Армию и Военно-Морской Флот всеми необходимыми видами вещевого довольствия. Защитники Советской Родины были одеты и обуты лучше, чем солдаты немецко-фашистской армии. «Наша Красная Армия прекрасно одета и обута и неплохо питается, — говорил М. И. Калинин. — Это засвидетельствованный всем миром факт, что наша страна сумела одеть и обусть свою армию лучше, чем гитлеровцы. А это на весах войны имеет очень большое значение».

Пищевая промышленность была одним из труднейших участков военной экономики. Пищевые предприятия до войны размещались в основном на юге и в центральных районах страны. В начале войны из 10,4 тыс. предприятий Наркомпищепрома около 5,5 тыс. оказались на временно оккупированной врагом территории, а значительное количество предприятий находилось в зоне военных действий, было разрушено или серьезно повреждено фашистскими захватчиками, что нанесло огромный ущерб основным фондам пищевой промышленности. В первый же год войны она потеряла 50% энергетического хозяйства, 40% всего технологического оборудования и лишилась важнейшей сырьевой базы для сахарной, маслосеменной, табачной и других отраслей.

ЗА ГОДЫ ВОЙНЫ

Ивановские текстильщики произвели более 80% ткани для пошива обмундирования рядовым и офицерам Красной армии.

*Женщины, заменившие мужчин на **Ивановском меланжевом комбинате им. К. И. Фролова**, во время войны изготовили 94 миллиона метров ткани для обмундирования 31 миллиона красноармейцев.*

***Сызранская швейная фабрика «Памяти Ленина»** только в 1942 году выпустила для фронтовиков 201277 шинелей, 19258 гимнастеров, 58640 кальсон и других изделий.*

***Фабрика «Синар» в Новосибирске** обеспечила одеждой 15 000 солдат Сибирской гвардейской дивизии, но это было не единственным её достижением – во время Всесоюзного соревнования предприятий легкой промышленности сибиряки завоевали первое место, а Переходящее знамя Наркомлегпрома СССР оставалось на фабрике вплоть до окончания войны.*

***Фабрика «Буревестник»**, сотрудники которой бесперебойно трудились по 10 – 12 часов под девизом «Все для фронта, все для победы!», ежедневно обували целые дивизии.*

*До Великой Отечественной войны на **Тюменской швейной фабрике** шили гимнастёрки и шаровары для военных училищ. Но уже в начале июля 1941 года к этим изделиям прибавились патронташи, погоны, петлицы, чехлы для флагов, нательное белье.*



*За годы войны в Саратове и области за счёт эвакуированных предприятий и развёртывания мастерских возникло пять швейных фабрик. Город превратился в своеобразную фронтовую пошивочную мастерскую, полностью одевавшую и экипировавшую целые фронтовые объединения. Валовой объём швейной промышленности увеличился почти втрое. А такое предприятие, как **Фабрика №2 ("Знамя индустриализации")**, Саратов увеличил выпуск продукции за войну в пять раз. Лучшим предприятием лёгкой промышленности областного подчинения на протяжении всей войны являлась шорно-седельная фабрика, валовой объём которой в военные годы увеличился более чем в два раза. Фабрика неоднократно завоёвывала переходящее Красное знамя горкома партии (в 1944 году – четыре раза) и Наркомата лёгкой промышленности СССР.*

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Во всех городах, получивших почетное звание Город трудовой доблести, помимо производства боевой техники и вооружения были менее заметные, но очень важные предприятия, обеспечивавшие нужды бойцов на фронте и работников в тылу.

Необходимо до 15 января

Собрать сведения о предприятиях легкой и пищевой промышленности, которые работали в городе в годы войны,

Выделить среди них те, которые получили высокие награды в 1941-1945 гг,

Собрать сведения о людях, которые работали на этих предприятиях, получили государственные награды и/или отмечены в отрасли и на предприятии,

Обобщить воспоминания о работе по обеспечению фронта всем необходимым (их личные или их родственников и потомков) в том числе – ныне живущих.

Для работы достаточно 3-5 ярких историй, которые могут быть использованы для СМИ и социальных сетей.

РЕКОМЕНДОВАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ НА 24 ЯНВАРЯ 2022 ГОДА

- Выставка «Победа ковалась в тылу» (в онлайн и офлайн форматах) (24 января – 23 февраля)
- Волонтерский марафон «Город трудовой доблести. Тепло наших сердец» (24 – 30 января)
- Марафон подкастов в социальных сетях и тематических передач в СМИ (24 января)
- Квест по предприятиям легкой промышленности (24 – 30 января)

Хештег **#грудоваядоблесть #городтруда_н-ский #победаковаласьвтылу_н-ский**

Выставка «Победа ковалась в тылу»

Сроки реализации – 24 января – 23 февраля

Основное содержание «Легкая промышленность - вклад в Победу».

Основные направления выставки / выставок:

- производство обмундирования и довольствия для бойцов на фронте (выставки предметов фронтового быта, которые произведены на предприятиях города трудовой доблести),
- быт жителей города и работников предприятий легкой и пищевой промышленности (одежда, бытовые предметы, продовольственные карточки, письма с фронта и на фронт, воспоминания ветеранов).

Выставка офлайн

Формируется на базе вновь выявленных и уже известных фактов о работе в годы войны предприятий легкой промышленности.

Варианты организации:

1. В виде планшетной выставки с использованием яркого оформления, минимальных текстов, портретов и воспоминаний ветеранов, архивных фото и документов:
 - в городских общественных пространствах и в непосредственной близости к стеле Трудовой доблести (установленной или в месте, где планируется ее установление),
 - в образовательных и культурных организациях, в том числе – в музеях образовательных организаций.
2. Как временная экспозиция в городских музеях и выставочных пространствах, в корпоративных музеях предприятий и компаний с использованием реальных предметов, документов и пр.

Выставка онлайн

На основном электронном ресурсе Города трудовой доблести размещается:

1. официальная историческая информация:
 - о предприятиях легкой и пищевой промышленности в городе в годы войны, их продукции, достижениях и пр. – в цифрах, фактах, документах,
 - о наградах, полученных предприятиями и работниками этих отраслей в годы войны,
 - о ныне здравствующих ветеранах тыла – работниках пищевой и легкой промышленности,
2. актуальная информация о современной отрасли:
 - о работающих сегодня предприятиях этой сферы и их достижениях (как преемниках и потомках),
 - о трудовых династиях, продолжающих традиции (в формате «истории семьи» или «рассказ от первого лица»);
3. анонсы мероприятий, расписание экскурсий и описание маршрутов по теме «Легкая и пищевая промышленность – фронту» и/или «Такая простая жизнь в тылу» (о быте и заботах семей, работавших на предприятиях легкой и пищевой промышленности).

Для онлайн выставки может быть организовано **специальное** виртуальное пространство.

Виртуальная выставка может быть связана через QR-коды с объектами и маршрутами по тематике 24 января.

Можно сформировать цифровой контент для **проекций на городских экранах** (в качестве социальной рекламы), а также распространения в социальных сетях в виде коротких (от 15 до 30 секунд) сюжетов. В том числе – воспоминания ныне живущих ветеранов тыла или рассказы их близких, переживших годы войны.

Для выставок будут уместны разделы «форма и довольствие бойцов в годы Великой Отечественной войны».

Основной упор целесообразно сделать на распространение цифрового контента.

Целевые аудитории

- семьи работников предприятий легкой и пищевой промышленности с детьми (через корпоративные медиа каналы, через школы),
- школьные группы (по системе управления образованием),
- участники экскурсий в сопровождении гидов (информация на сайтах городского и регионального туризма, музеев),
- студенты вузов и СПО (по системе профессионального образования и через ректоров вузов).

Волонтерский марафон «Город трудовой доблести. Рук наших тепло»

Сроки проведения – 24 – 30 января

Смысловой контур

Волонтерский Марафон «добрых дел» для тех, кто нуждается в помощи и внимании.

Основания – воспоминания о помощи фронту и взаимопомощи в годы войны

История Тюменской швейной фабрики.

На фабрике в годы войны был заведён обычай: один день в неделю объявлялся «фамильным» (день семьи Ивановых, Петровых и так далее). Речь шла о работницах с маленькими детьми, получившими похоронку или извещение о пропаже без вести мужа. В этот день все, кто мог, приносили гостинцы (гостинцами считали всё — от крупы и овощей до сахара). А после окончания рабочего дня специально назначенные дежурные шли домой к «именинникам», помогали по хозяйству, занимались с детьми, проводили уборку. Каждая мать имела право оставить заявку на проведение такого «своего» дня, если видела, что её семья находится в бедственном положении. Никто из работниц фабрики не проверял, действительно ли в семье нет продуктов или денег. Всем верили на слово и знали, что в такое трудное время никто не станет притворяться. Среди «печальных именинников» была закройщица Татьяна Ермолова, в самом начале войны получившая похоронку на мужа и двух братьев и оставшаяся с четырьмя детьми. Общим решением собрания швей в семью Ермоловых стали приходить обязательно один раз в десять дней — без лишних напоминаний. Так ребяташки и сумели прокормиться.

Волонтеры и любые примкнувшие к ним желающие (ученики старших классов, семьи, «серебряные волонтеры»)

- Организуют чаепития для ветеранов предприятий легкой и пищевой промышленности тыла (домашняя выпечка, музыка военных лет),
- Собирают и публикуют в социальных сетях рассказы и воспоминания о работе хлебокомбинатов, консервных заводов, ткацких, швейных и обувных фабрик и т.д. (фото-видео-аудио-фиксация с последующей расшифровкой текстов, публикацией их на электронных ресурсах молодежных патриотических организаций и передачей в архивы и музеи),
- Дарят ветеранам предметы, изготовленные своими руками и мастерами-ремесленниками: варежки, шарфы, шапки и носки,
- Передают ветеранам рисунки детей о трудовом подвиге в годы войны,
- Готовят мини-концерты для ветеранов-тружеников тыла и детей военного поколения (это могут быть до 5 коротких номеров, которые можно исполнить вместе с ветеранами – песни военных лет, всем известные стихи, возможно – танцевальные номера).

Все мероприятия короткими постами с фото и видео фиксируются волонтерами в социальных сетях.

Показатели проекта

Не менее 10 мероприятий разного формата до 30 января.

Не менее 100 публикаций в социальных сетях

Хештег марафона #рукнашихтепло-городтруда #руктепло

Марафон подкастов в социальных сетях и тематических передач в СМИ «Город трудовой доблести. Январь»

Сроки реализации – 24 января

Смысловой контур

Марафон публикаций под общим заголовком «Город трудовой доблести. Январь» - это информационная интервенция, которая формирует основное содержание медиа повестки на весь день 24 января.

Актуализируем воспоминания ветеранов труда, тему трудового подвига, создаем точку старта теме «Город трудовой доблести 2022».

Сквозные темы – достижения «негероических» отраслей промышленности – легкой и пищевой – в годы войны, женская доля в годы войны.

Основные направления развития сюжетов:

- производство обмундирования и довольствия для бойцов на фронте (выставки предметов фронтового быта, которые произведены на предприятиях города трудовой доблести),

- быт жителей города и работниц предприятий легкой и пищевой промышленности (одежда, бытовые предметы, продовольственные карточки, письма с фронта и на фронт, воспоминания ветеранов),

- современные достижения предприятий легкой и пищевой промышленности, трудовые династии.

— На сайтах «Город трудовой доблести – Н-ск» организуем публикацию официальной информации о том, какие предприятия легкой и пищевой промышленности работали в городе в годы войны, сколько продукции выпустили, какие получили награды и пр.,

— Эту же информацию направляем в СМИ для подготовки передач, заставок и межпрограммных блоков,

— Организуем серию передач в СМИ (радио, ТВ, газеты и журналы, в том числе – электронные)

— Публикуем рассказы и воспоминания ветеранов на электронных ресурсах СМИ, патриотических и молодежных, волонтерских и ветеранских организаций, архивов и музеев и пр.

Формат подачи информации – максимально эмоциональный. Нежность, гордость за «незаметный подвиг» должны проявляться в словах и визуальном оформлении.

Преимущество – не цифрам, а реальным историям семей, воспоминаниям горожан.

Важно показать, что тыл – это не только оружие, патроны, снаряды и боевая техника.

Тыл – это ожидание и забота о бойцах: еда и одежда, защита от ветра, дождя и мороза, очень личные варежки и кисеты.

Показатели проекта

Не менее 30 публикаций и сюжетов в течение дня 24 января.

Квест по предприятиям легкой промышленности

Срок реализации 24 – 30 января

Молодежные организации совместно с музейными и архивными работниками формируют 3-4 игры для участников разных возрастов (младшие и средние школьники, старшие школьники и студенты СПО, взрослые от 25 лет).

В игры входят онлайн и офлайн задания по темам

- Изделия и продукция предприятий легкой и пищевой промышленности отправлялись на фронт в годы войны,
- Экипировка и довольствие бойцов в годы войны,
- «Подарки фронту» - сделанные своими руками кисеты, перчатки, и пр.

24 января предприятия отрасли открываются для экскурсий.

По системе образования совместно с волонтерами администрации города организуют тематические экскурсии «В годы войны и сегодня» - о технологиях изготовления одежды, продуктов и пр.

Показатели проекта

- Не менее 20 организованных экскурсий на реальные предприятия (с учетом эпидемиологической обстановки),
- Не менее 3-х онлайн игр (вовлечение – не менее 10% от жителей города в возрасте 15-30 лет).

Информационное сопровождение

Контент	Каналы распространения	Количество / даты
Короткие сюжеты и межпрограммные заставки «Город трудовой доблести. Легкая и пищевая промышленность в годы Великой Отечественной войны»	ТВ, Радио, интернет-газеты, официальные ресурсы органов власти	Не менее 10 сюжетов 20 - 25 января
Анонсы предстоящих памятных мероприятий	ТВ, Радио, интернет-газеты, официальные ресурсы органов власти, По системе образования, культуры, патриотического воспитания и молодежной политики	20 – 24 января Не менее 100 показов по различным каналам
Карточки для распространения в социальных сетях		Не менее 10 сюжетов
Видео ролики для соцсетей и		Не менее 10 сюжетов
Интервью с историками и работниками архивов и музеев, ветеранами тыла	ТВ, Радио, интернет-газеты	3-5 сюжетов

ТЗ на съемку (для роликов «отчет» и «социальные сети»)

При подготовке фото и видеоматериалов необходимо учесть следующие требования:

- Горизонтальная ориентация кадра;
- В кадре – люди крупно и панорамой;
- Для фото – разрешение 1920x1080 пикселей, для видео – 1280x720 пикселей;
- Видеосъемку производить со штатива;
- Общее настроение кадра – помним, гордимся;
- Исключить посторонние звуки/ненормативную лексику и пр. в кадре;
- Избежать попадания в кадр: мусора, ветхих и обшарпанных строений, нетрезвых граждан.

В кадре #рукнашихтепло

- волонтеры акции с соблюдением мер безопасности;
- узнаваемые лица и места;
- теплые кадры чаепития, улыбки и грусть;
- кадры с передачей подарков «из рук-в-руки».

В кадре «Квест»

Для офлайн

- Заинтересованные лица участников,
- Виды производства и оборудования,
- Лица работников (в хорошем настроении и активно выполняющих работу),

Для онлайн

- Заинтересованные лица участников,
- Мониторы и планшеты с заданиями,
- Участники изучают документы, карты, рисуют маршруты и пр.

Контрольные даты

До 20 января

Информация о запланированных мероприятиях и датах,
Готовые сюжеты для СМИ и соцсетей: ролики, карточки и тексты,
Публикации и анонсы для сайта Города трудовой доблести.

25 января

Оперативные ролики о прошедших мероприятиях (не более 3-х минут динамичного действия)

30 января

Отчет по форме

Мероприятия Перечень / количество	Количество участников	Количество публикаций СМИ (ссылки)	Количество публикаций соцмедиа (ссылки)