

УДК 37.014

UDC 37.014

13.00.00 Педагогические науки

Pedagogical science

**ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ИГРУШКА КАК
ИНСТРУМЕНТ ПАТРИОТИЧЕСКОГО
ВОСПИТАНИЯ ПОДРАСТАЮЩЕГО
ПОКОЛЕНИЯ**

**PATRIOTIC TOY AS A TOOL OF PATRIOTIC
EDUCATION OF THE YOUNGER
GENERATION**

Бунтовский Сергей Юрьевич
кандидат экономических наук
РИНЦ SPIN-код 3115-8800
e-mail: buntovskiy@rambler.ru

Buntovskiy Sergey Yurievich
Cand.Econ.Sci.
RSCI SPIN-code= 3115-8800
e-mail: buntovskiy@rambler.ru

Каримова Хеда Ильясовна
студент
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*
e-mail Hedikeemieva@gmail.com

Karimova Kheda Iliasovna
student
*Kuban State Agrarian University,
Krasnodar, Russia*
e-mail Hedikeemieva@gmail.com

В статье исследованы аспекты патриотического воспитания граждан Российской Федерации. Рассмотрена роль патриотической игрушки как инструмента патриотического воспитания подрастающего поколения. Проанализирован исторический опыт производства подобной игрушки в СССР и Российской Федерации. Проанализирована связь государственной идеологии с ассортиментом выпускаемой патриотической игрушки. Рассмотрены ключевые отечественные производители игрушечных солдатиков и дана характеристика их продукции. Выявлены современные проблемы в этой сфере и предложены меры по улучшению ситуации путем государственной поддержки отечественных производителей патриотической игрушки

In this article there have been examined the aspects of the citizens patriotic education in the Russian Federation. The role of the patriotic toys is regarded as an instrument of patriotic education of the rising generation. The historical experience of the production of such kinds of toys in former USSR and now in the Russian Federation shows that there is a connection between the state ideology and the range of manufactured patriotic toys. The main home industry producers of toy soldiers are considered and the characteristics of their output are given. The up-to-date problems in this area are identified and measures to improve the situation by means of state support for home patriotic toy producers are proposed

Ключевые слова: ПАТРИОТИЗМ,
ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ,
ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ИГРУШКА

Keywords: PATRIOTISM, PATRIOTIC
EDUCATION, PATRIOTIC TOY

Doi: 10.21515/1990-4665-124-030

В современных условиях системного кризиса и роста внешнего давления одной из составляющей успеха государственной системы становится сплочение своих граждан вокруг общей идеи, которой в российских реалиях является патриотизм.

Соответственно, государственные органы должны уделять особое внимание воспитанию патриотизма у граждан Российской Федерации, особенно активно работая с молодежью [1].

Стоит отметить, что за последние годы в России были предприняты значительные усилия по укреплению и развитию системы патриотического воспитания. Так, в 2001-2015 гг. реализованы 3 государственные программы патриотического воспитания, и в данный момент действует новая, рассчитанная на реализацию на протяжении 2016-2020 гг.

Согласно Постановлению Правительства Российской Федерации № 1493 «О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 - 2020 годы» от 30 декабря 2015 г. под патриотическим воспитанием понимается систематическая и целенаправленная деятельность органов государственной власти, институтов гражданского общества и семьи по формированию у граждан высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины. Функции координатора по реализации данной программы возложены на Федеральное агентство по делам молодежи.

В рамках вышеперечисленных программ была проведена большая работа по усовершенствованию системы физкультурно-спортивного воспитания подрастающего поколения и массового привлечения школьников к занятиям спортом, по созданию центров военно-патриотического воспитания и подготовки молодежи к военной службе, функционированию оборонно-спортивных лагерей и т.д. В результате мероприятиями по патриотическому воспитанию оказалось охвачено более 21% молодых россиян [2].

Вместе с тем стоит отметить, что большая часть проводимых в рамках программы мероприятий направлено на подростков, а дети дошкольного возраста во многом остаются неохваченными. Однако воспитание патриотизма, чувства гордости за свою страну должно

начинаться с детства. Одним из таких способов является производство игрушек, несущих определенную смысловую нагрузку.

Стоит обратиться к опыту Советского Союза, где игрушечные солдатики были не только средством развлечения, но и служили инструментом воспитания будущих защитников Отечества.

Причем важность игрушек для воспитания новых поколений была осознана советскими ответственными сотрудниками очень быстро. Если в экономически и политически сложные двадцатые годы производство игрушек было уделом частных мастеров и небольших артелей, то уже с середины тридцатых годов общественные и государственные деятели страны Советов стали обращать пристальное внимание на детскую продукцию.

В это время мастером А. Леманом были выпущены наборы токарных игрушек, объединенных под общим названием «Красная армия в лагерях» и включавшие в себя отдельные тематические наборы: «Стрелковая часть», «Авиачасть», «Артиллерийская часть», и «Механизированная часть» [3].

Отношение власти к игрушкам выразил А. Браун-Гербо, написавший в 1938 году: «Задача оборонной игрушки — заинтересовать ребенка делом защиты Советского Союза, укрепить и развить в нем любовь к военному делу, к нашей героической Красной армии» [4]. В прессе того периода неоднократно появлялись статьи с требованием улучшить внешний вид солдатиков, сделать их более похожими на реальных красноармейцев.

Например, Г. Кваснецкий в своей статье «игрушечные армии», вышедшей в 1937 году писал: «...У нас производство игрушек типа наборов оловянных солдатиков недопустимо запоздало. Огромная область игры, охватывающая главным образом детей школьного возраста и имеющая большую социальную значимость, до сих пор не имеет игрового оформления. Особого внимания поэтому заслуживает начинание фабрик

ИЗО Центрального парка культуры и отдыха им. Горького в Москве, приступившей к освоению фигурок из легких сплавов, и Изокульт в Ленинграде, подготовившей выпуск фигурок красноармейцев из мастики». В этой же статье он выдвигал такие требования к солдатикам: «Игрушки эти должны выпускаться в массовых тиражах и возможно дешевле. Продавать их необходимо наборами, что даст возможность широко разнообразить игру. В первую очередь фигурки должны изображать бойцов Красной армии в самых различных положениях. Кроме того, необходимо увеличивать ассортимент историческими темами и темами из других областей общественной жизни. Фигурки должны быть достаточно прочны. Все фигурки должны быть высотой 35, 50, 85 или 150 мм. В дополнение к наборам необходимо выпускать игрушки, хотя бы даже и не особенно близкие по оформлению к оловянным солдатикам, но зато действующие (стреляющие пушки, пулеметы, бегающие танки, броневики и др.). Фигурки должны быть достаточно устойчивы. Необходимо давать фигурки, очень подробно прорабатывая рельеф, с возможно точным воспроизведением всех подробностей вооружения. Особое внимание надо обратить на художественное оформление» [5].

В это время в СССР велось производство игрушечных солдатиков из жести, фанеры, резины, олова, свинца и мастики, а начиная с середины тридцатых годов началось производство фигурок из металлических сплавов на основе алюминия [6].

В 1936 году на московской фабрике ЦПКО был создан удачный металлический сплав на основе алюминиевых шлаков и разработана технология выпуска солдатиков из этого материала, включавшая все этапы производства, от создания эскиза и производства мастер-модели до отливки готового изделия. Спустя год было начато массовое литье наборов солдатиков-красноармейцев по эскизам художников Бориса Корешкова и Николая и Надежды Мироновичей. В 1938 году должны были быть

выпущены первые 80 типов солдатиков, а впоследствии предполагалось создать 250 различных моделей красноармейцев, что сделало бы эту серию одной из крупнейших в мире. Однако полностью выполнить этот амбициозный план не удалось из-за начала Великой отечественной войны, хотя более шестидесяти моделей успели поступить в продажу [3].

Помимо этого типографским способом выпускались наборы плоских и объемных бумажных солдатиков, которых дети должны были вырезать и склеивать самостоятельно. Такие игрушки были весьма недолговечными, но отличались дешевизной, а также оперативностью. Так, вскоре после столкновений с японской армией на Дальнем востоке появился набор «Панорама боя у озера Хасан». Справедливости ради стоит добавить, что история русского бумажного солдатика уходит в девятнадцатый век и советские мастера лишь творчески развили опыт своих имперских предшественников.

Также в 1930-е годы выпускались штампики для самостоятельного изготовления бумажных солдатиков путем тиснения смоченного чернилами штампа на бумагу.

В это же время высказывались идеи не ограничиваться выпуском отдельных солдатиков, а создать сюжетные военно-исторические игры, по которым в игровой форме дети могли бы изучать ключевые события в отечественной истории. Так, интендант 1-го ранга А. Переяславцев разработал посвященную взятию русскими войсками Нотебурга игру «Взятие Петром I шведской крепости», в которой предполагалось иметь до трехсот фигурок солдатиков. К ней должен был быть приложен печатный текст, объясняющий смысл и значение события, а также ребенку рекомендовались книги, в которых он мог подробнее прочитать об этом историческом периоде [7]. В планах автора также были игры «Куликовская битва», «Ледовое побоище», «Стенька Разин» и другие, но видимо, все они так и не были созданы и выпущены на рынок.

Пристальное внимание советских и партийных органов к выпуску военных игрушек привело к тому, что к концу тридцатых годов выпускалось не менее 160 видов фигурок красноармейцев, выполненных из различных материалов (не считая бумажных) [8].

Эти игрушки воспитывали у дошкольников патриотизм и были одной из форм популяризации Вооруженных сил СССР и создания их положительного образа в глазах подрастающего поколения. Можно констатировать, что они сыграли важную роль в воспитании поколения, на долю которого выпали тяготы борьбы с нацизмом.

В годы Великой Отечественной войны по понятным причинам производство игрушек, в том числе и солдатиков, было практически свернуто, а металлические солдатки не выпускались вообще. Однако уже в 1944 году Полиграфической фабрикой Москворецкого райпромторга г. Москвы стотысячным тиражом были выпущены бумажные солдатки, призванные частично удовлетворить спрос на патриотические игрушки.

В 1946 году выпуск металлических солдатиков в стране был возобновлен, хотя большая часть из них изготавливалась по довоенным образцам в связи с использованием сохранившихся отливочных форм. Впрочем, по мере износа формы подвергались гравировке, призванной не только восстановить работоспособность, но и увеличить схожесть игрушек и реальных солдат. Например, на форме у игрушек появились погоны, введенные в РККА в 1943 году [9].

Солдатики этого периода выпускались из сплавов на основе цинка, олова или алюминия в зависимости от ресурсной базы предприятия. В 1949 году в Москве на заводе ЗМИ-1 был начат выпуск металлических солдатиков, изображавших бойцов Советской армии, стоявших по стойке смирно. Впоследствии подобные солдатки-столбики стали одними из наиболее массовых металлических игрушек и выпускались вплоть до 80-х годов.

Начиная с середины шестидесятых годов XX века, советские предприятия осваивают выпуск пластмассовых солдатиков. С этого момента пластиковые и металлические солдатiki станут самыми массовыми, вытеснив на периферию изделия из дерева и резины.

При этом большая часть выпускаемых наборов солдатиков имела, помимо художественной, еще и идеологическую составляющую. Так, в серию шли солдатiki, прославляющие Красную и Советскую армию, героизирующие участников Гражданской и Великой Отечественной войн. Например, массовыми тиражами выпускались такие солдатiki: «Матросы октября», «Революционные матросы», «Первая конная», «Наша армия», «Чапаевцы», «Брестская крепость».

Впрочем, несмотря на то, что самыми популярными игрушечными героями были солдаты Советской Армии и Военно-Морского Флота, в СССР выпускались и наборы солдатиков, посвященные битвам далекого прошлого. Так, несколько производителей выпускали наборы, посвященные «Ледовому побоищу». Как минимум 4 предприятия, включая мощные Московский завод пластмассовых игрушек «Малыш» и Астерцовскую фабрику металлических игрушек, создали наборы, посвященные первой Отечественной войне 1812 года. Не осталась забытой и Куликовская битва.

В это время к производству игрушек, помимо таких профильных предприятий как Астерцовская фабрика металлических игрушек, Донецкий завод игрушек, Московский завод пластмассовых игрушек «Малыш», Московский завод игрушки «Прогресс», Ленинградское производственное объединение «Игрушка», присоединились многие предприятия из других отраслей. Например, как побочную продукцию в 70-80-е гг. XX в. игрушечных солдатиков выпускали Минский моторный, Брянский автомобильный, Тульский патронный, Ленинградский Карбюраторно-арматурный заводы, Одесская металлогалантерейная

фабрика, мелитопольском заводе «Гидромаш» и Казанский завод пишущих устройств. Это было вызвано тем, что выпуск детских товаров давал налоговые льготы производителям.

Знаковым в истории производства советских солдатиков стал 1977 год, когда было принято решение начать на Донецком заводе игрушек выпуск объемных солдатиков из пластика. Моделями для новой продукции послужили фигурки, разработанные американским предпринимателем Луисом Марксом, права на которые были приобретены в 1975 г. представителями СССР. Начиная с 1978 года, началось массовое производство солдатиков, которые выпускались в двух размерах: по 15 и по 6 сантиметров.

Данные солдатик производились в Донецке вплоть до девяностых годов, когда ДЗИ прекратил свою работу. За это время суммарно было выпущено около двухсот миллионов фигурок, а уже в наше время в Москве фирмой «ARK Models» было вновь налажено производство «донецких» солдатиков [10].

Правда, стоит отметить, что из всего многообразия выпускаемых в Донецке солдатиков только один набор («Красноармейцы» из 6 фигур) имел отношение к отечественной истории.

Переход к рыночным отношениям привел к прекращению деятельности ряда производителей игрушки, но одновременно способствовал появлению значительного количества кооперативов и частных фирм, начавших выпускать солдатиков. При этом следует отметить, что кооперативы, как правило, делали копии солдатиков крупных отечественных или иностранных производителей и достаточно редко выпускали фигурки собственной разработки. Кроме того, в погоне за модой производители все больше уходили от изготовления патриотических игрушек, штампуя монстров, героев комиксов и мультфильмов.

Одним из наиболее ярких и известных производителей того времени является ООО Оритет, основанное в 1990 г. в Санкт-Петербурге. Эта фирма выпускала как солдатиков собственной разработки (отряды по 8 фигурок «Советская армия», «ОМОН», «Русские гренадеры» и т.д.), так и копии игрушек западных производителей.

Также согласно моде значительная часть продукции ООО Оритет представляла собой фигурки фэнтезийных и мультипликационных персонажей, не имеющие отношения к отечественной истории. Свою историю фирма завершила в середине двухтысячных после смерти ее хозяина М.А Павлова [11].

Можно вспомнить фирму Линтек (Лаборатория Интеллектуального Научно-Технического Конструирования) из Екатеринбурга, в начале девяностых годов одной из первых в стране наладившей производство игровой объемной исторической миниатюры из пластика. Были выпущены фигурки, изображающие русских солдат периода Наполеоновских войн, отличающиеся высокой детализацией и достоверностью. В 1992 году были выпущены наборы «Русская армейская пехота 1812-1816 гг. Летняя форма».

В планах предприятия было наладить выпуск солдатиков русской и французской армий периода Наполеоновских войн, а также солдатиков античного и средневекового периода истории.

Однако в реальности был выпущен еще только один набор «Лейб-гвардии Литовский полк 1812 г.». Остальные проекты остались невоплощенными в жизнь, и в 1995 году фирма «Линтек» прекратила свою деятельность. Вместе с тем за время работы фирмы было выпущено около миллиона солдатиков, реализованных в России и странах зарубежья [12].

Среди прочих производителей металлических солдатиков стоит вспомнить основанную в 1990 году фирму СТЭКСе и «Англо-русскую компанию». Оба этих предприятия работали достаточно успешно, причем

солдатики «Англо-русской компании» практически все поставлялись на экспорт в страны Европы.

Также в 1990 году в г. Санкт-Петербурге возникла Производственно-художественная компания «Ниена», являющаяся сегодня одним из лидеров по производству оловянной миниатюры в стране. Однако эта компания быстро перешла от производства детских солдатиков к выпуску дорогостоящих высокохудожественных оловянных моделей, так что сейчас продукцию этой фирмы уже нельзя назвать игрушкой.

Несмотря на определенные успехи, достигнутые вышеупомянутыми фирмами, большая их часть так и не смогла выйти на уровень стабильного и рентабельного производства, а их продукция уступала по своему качеству как советским государственным, так и импортным аналогам. Вдобавок более дешевые китайские игрушки делали неконкурентоспособным значительную часть российского производства. В результате этого к середине девяностых годов производство отечественной военной игрушки в стране практически прекратилось, и уцелеть в эпоху дикого капитализма смогли лишь несколько фирм.

Практически единственным предприятием, начавшим свою деятельность в то время и продолжающим успешно работать до сих пор, является компания «Технолог» из города Геленджик.

«Технолог» был основан в 1987 году как частная фирма, специализировавшаяся на термоаппликации, а после 1991 г. приступила к диверсификации своей деятельности. Одним из новых направлений стало производство солдатиков, а также выпуск на рынок серии настольных военных стратегических игр (варгеймов), в которых используются фигурки героев и военной техники.

В результате возникла игровая среда «Битвы Фэнтези», включающая в себя несколько десятков наборов солдатиков разных (как реальных, так и фантастических) рас, имеющих хорошо проработанную собственную

историю и характерные особенности. Успех этой системы привел к появлению среди продукции «Технолога» нескольких подобных «игровых вселенных», включающих солдатиков и техники, выполненных в разных масштабах и принадлежащих к разным эпохам.

На сегодняшний день линейка продукции «Технолога» включает более ста наименований, что делает фирму одним из лидеров в своей отрасли. Вдобавок фигурки этого производителя имеют сравнительно низкую стоимость, что делает ее доступной для массового покупателя. Однако большая часть выпускаемых фирмой солдатиков не имеют отношения к отечественной истории, и, следовательно, не могут выполнять функций патриотического воспитания детей.

Говоря о солдатиках, выпущенных в период перестойки и ельцинизма, стоит отметить одну особенность. Кризис советского общества, а затем и крах коммунистической системы привел к тому, что прекратился выпуск солдатиков-красноармейцев, оказались забыты темы Великой Отечественной и Гражданской войн. Кооперативы массово выпускали не имеющих идейной подоплеку воинов античности и средневековья или солдат армий США и европейских стран. В результате этого, по оценке некоторых специалистов, дети, выросшие в это время, не воспринимали солдатика Советской армии как ментально своего. Следовательно, и сама Красная армия, и советский период истории ощущались ими как нечто чуждое [14].

Также можно сказать, что отсутствие идеологии у самого государства в девяностые годы привело к невостребованности отечественных солдатиков как игрушек, выражающих идеи патриотизма и защиты Родины.

Не будет преувеличением сказать, что после распада СССР история отечественных детских солдатиков прервалась, и они практически исчезли из производства и продажи.

При этом следует отметить, что начиная с середины девяностых годов, в России появляются производители военно-исторической миниатюры (ВИМ), не уступающие лучшим зарубежным конкурентам. При этом ВИМ – это миниатюрная копия воина, изготовленная из металла или пластика с максимально возможной реалистичностью и служащая объектом коллекционирования. То есть технически ВИМ это трехмерный солдатик, выполненный максимально приближенным к историческому прототипу. Этот факт позволял надеяться и на то, что следом начнется возрождение производства более простого в производстве игрового детского солдатика.

В двухтысячные годы в истории российских игрушек начался новый этап, который можно назвать ренессансом отечественного солдатика. В это время возникли новые российские фирмы, производящие солдатиков собственной разработки из различных материалов.

Стоит отметить, что уже в двадцать первом веке пресс-формы ряда советских производителей пластиковых солдатиков были выкуплены частными фирмами, которые заново наладили выпуск этих фигурок. Например, московская фирма «АРК модел» наладила выпуск всех солдатиков Донецкого завода игрушек. При этом 4 донецких набора 15-сантиметровых солдатиков новые хозяева моделей разбили на 12. В то же время восемь наборов 6,5-сантиметровых солдатиков ДЗИ производятся неизменными. Московская фабрика «Огонек», в данный момент выпускает три набора солдатиков, доставшихся от советских специалистов, а фирма Плейдорадо продолжила выпуск советского набора «Куликовская битва». Санкт-петербургская фирма «Биплант» приобрела часть пресс-форм вышеупомянутой компании «Оритет».

Среди появившихся в двухтысячные годы первыми заслуживают упоминания оловянные солдатик студии «Ура!», начавшей свою работу в 2004 году. По словам инициатора этого проекта Тимура Замилова, его

задачей было возродить производство игровых солдатиков, сделать их доступными не только для коллекционеров, но и для массового покупателя, отобразить в этих игрушках дух времени и героическую историю нашей страны. «Мы предприняли попытку создать игрушку в лучших советских традициях», - говорит мастер [14].

За эти годы студия выпустила такие серии оловянных полуплоских фигурок: «Солдатики современной России», «Солдаты Новороссии», «Ватники», «Первая мировая война», «Гроза двенадцатого года», «Ледовое побоище», «Полтавская битва» и т.д. На наш взгляд, эти солдатикки как нельзя лучше подходят для патриотического воспитания подрастающего поколения, так как они выполнены на высоком художественном уровне и посвящены ключевым моментам русской истории.

Однако есть одно существенное «но». Отпускная цена одного солдатика колеблется в пределах от 200 до 750 рублей, не считая затрат на доставку и маржу розничного реализатора. Учитывая, что некоторые наборы включают до сорока солдатиков, их стоимость становится слишком велика для массового потребителя. В итоге солдатикки выпускаются малыми тиражами, а основными потребителями становятся не дети, а коллекционеры.

Значительный сегмент рынка игрушки принадлежит компании «Солдатики Публия», выпускающей как плоских, так и объемных пластиковых и оловянных солдатиков, а также фигуры военно-исторической миниатюры. Наборы «Оборона Севастополя», «Оборона Брестской крепости», «Сталинградская битва», «Конец войны» от этого производителя вполне заслуживают определения патриотической игрушки и вполне могут использоваться и в играх, и как иллюстрации при изучении истории.

В 2011 году петербургский коллекционер Игорь Басевич начал производство собственных игрушечных пластмассовых солдатиков. За это

время под маркой «Инженеръ Басевичъ» было выпущено более десяти наборов, преимущественно посвященных событиям 1917-1945 годов.

Фирма «Солдатики на все времена» выпускает игровые и коллекционные фигурки в двух наиболее востребованных размерах: 40 и 54 миллиметра. Среди ассортимента этой фирмы присутствуют такие исторические наборы как «Отечественная война 1812 года», «Гражданская война», «Великая Отечественная война» и «Ледовое побоище».

Также можно отметить студию «Аты-Баты», специализирующуюся на выпуске металлических игрушек в виде военной техники периода Второй Мировой войны и моделей и фирму «Игры с папой», выпустившую металлические наборы солдатиков «Бородино» и «Сталинградская битва».

В 2006 году кондитерской компанией Ландрин, специализирующейся на выпуске шоколадных яиц с сюрпризом внутри, был начат выпуск первых в современной России металлических солдатиков размером в 40 мм, более известных под торговой маркой «Бравые солдатики». Эти фигурки продаются как отдельно, так и внутри шоколадных яиц. Сравнительно невысокая стоимость и высокое качество позволяют продукции этой фирмы уже десять лет стабильно поступать на российские прилавки. За это время были произведены наборы «Полтавская битва», «Жанна Д'Арк», «Столетняя война», «Казачьи походы Ермака», «Древний Рим», «Ледовое побоище», «Походы викингов», «Первая мировая».

Успех продукции фирмы Ландрин привел к тому, что производством 40-миллиметровых солдатиков занялось еще несколько компаний: «Солдатики Публия», «Седьмая миниатюра», «Артель Мастер», «Солдатики на все времена», «Бронзовая коллекция» и другие. Впрочем, большинство производителей не смогли добиться низкой себестоимости своей продукции, и их солдатики стали скорее предметом коллекционирования и варгейма для взрослых, а не детской игрушкой.

Впрочем, высокой ценой отличаются практически все оригинальные современные отечественные солдатки независимо от их размера и материала, за исключением выпускаемых фирмами «Ландрин» и «Технолог». Так что современные российские солдатки являются предметом элитарного спроса и в данный момент не являются инструментом патриотического воспитания. Впрочем, необходимо отметить, что российскими фирмами на данный момент разработаны и пущены в мелкосерийное производство немало наборов, которые в случае их массового производства могут стать популярными и идеологически верными игрушками. Ведь выполнить свою воспитательную роль отечественный солдатик может только при условии его массовости и доступности детям из семей со средними доходами.

Однако для того, чтобы производство стало массовым, производителям необходима поддержка, которую может оказать им государство, так как в этом случае интересы власти и бизнеса совпадают. Разумеется, существуют ограничения по поддержке отечественного бизнеса, накладываемые на Россию участием в ВТО, однако у государства есть немало рычагов, которые могут способствовать развитию производства патриотических солдатиков.

Если согласно взятым на себя обязательствам Россия ограничена в возможности давать субсидии и льготы производителям, то для защиты своего производителя вполне допустимо поставить барьеры для импортных (прежде всего китайских) товаров, поступающих по демпинговым ценам, а также ужесточить санитарные нормы для импорта. Также ничего не препятствует более активному развитию государственно-частного партнерства [15].

Еще одним способом возрождения отечественного солдатика является государственный заказ. Патриотическая игрушка может массово закупаться для учащихся закрытых учебных заведений (интернаты,

кадетские корпуса и т.д.), а также в качестве новогодних подарков для детей сотрудников государственных органов, армии, МЧС. Вызванный госзаказом переход производства от мелкосерийного к массовому позволит снизить себестоимость, что в свою очередь сделает солдатиков более доступными для массового покупателя. В таком случае возможно и выстраивание сотрудничества фирм-производителей с крупными торговыми сетями, которые сегодня крайне неохотно сотрудничают с представителями мелкого бизнеса.

Интересной представляется идея создания в стране системы страхования бизнеса, что позволит повысить заинтересованность инвестиционных и кредитных организаций в работе с фирмами-производителями.

Также мы предложили бы в качестве стимулирующей меры создание системы предоставления производителям налоговых льгот и возможности льготного кредитования в государственных банках. Кроме того, возможно финансовое участие государства в подготовке необходимых специалистов в высших учебных заведениях и научно-исследовательской деятельности.

Подводя итог, можно констатировать, что сейчас в России при проведении патриотического воспитания детей недостаточно используется такой эффективный инструмент как патриотическая игрушка. Вместе с тем, есть все предпосылки для резкого наращивания ее производства и использования в воспитательных целях.

Список литературы

1. Рылов Д.В. Развитие молодежной политики в современном обществе / Касьяненко А.А., Рылов Д.В. // Современные тенденции развития экономики и управления: проблемы и решения Материалы международной научно-практической конференции . 2016. С. 229-233.

2. Постановление Правительства Российской Федерации № 1493 «О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 - 2020 годы» от 30 декабря 2015 г. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://government.ru/media/files/8qqYUwwzHUxzVkh1jsKAErrx2dE4q0ws.pdf>

3. История российских (советских) солдатиков. / Metall figures collection. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://metallfigures.blogspot.ru/2012/11/blog-post.html>

4. А. Браун-Гербо Новые оборонные игрушки / А. Браун-Гербо // Журнал "Игрушка" № 6, 1938 г.

5. Г. Кваснецкий. Игрушечные армии / Г. Кваснецкий // журнал «Игрушки» № 5 1937 г. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://www.toy-soldiers.ru/statyi/st6.htm>

6. Каталог советских солдатиков 1920-1940 годов. Составлен Ивановым М. С. 8-ая редакция. Москва. 2016. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: https://drive.google.com/file/d/0Bxsre8_cSLmTMWFPV1ZVUVd0RUE/view?pref=2&pli=1

7. А. Переяславцев «Штурм шведской крепости» / «Ура!». - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://www.toy-soldiers.ru/statyi/st12.htm>

8. Каталог советских солдатиков 1920-1940 годов. Составлен Ивановым М. С. 8-ая редакция. Москва. 2016. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: https://drive.google.com/file/d/0Bxsre8_cSLmTMWFPV1ZVUVd0RUE/view?pref=2&pli=1

9. История советских солдатиков - 40-е годы / Ура! - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: http://www.toy-soldiers.ru/klub_i/40.htm

10. Бунтовский С.Ю. История Донбасса. / С.Ю. Бунтовский. // Донецк, Изд-во «Донбасская Русь», 2015. - 402 с. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://knigotopia.ru/book/item/5204/>

11. "Оритет" и "Технолог". Забытые проекты. / УРА! ОЛОВЯННЫЕ СОЛДАТИКИ! - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://www.toy-soldiers.ru/forum/viewtopic.php?t=1289>

12. Продаю солдатиков Линтек. / УРА! ОЛОВЯННЫЕ СОЛДАТИКИ! - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://www.toy-soldiers.ru/forum/viewtopic.php?p=29105>

13. Современные пути отечественных солдатиков / Ура! Оловянные солдатiki! - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://www.toy-soldiers.ru/forum/viewtopic.php?f=6&t=2609&start=100>

14. Оловянные солдатiki. - [Электронный ресурс]. Адрес доступа: <http://www.toy-soldiers.ru/>

15 Бунтовский С.Ю. Объективная необходимость развития государственно-частного партнерства в сфере хозяйствования / Бунтовский С.Ю., Папазян С.Л. // Материалы научно-практической конференции «Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики». Краснодар: Издательство Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА», 2015. - 312 с.

References

1. Rylov D.V. Razvitie molodezhnoj politiki v sovremennom obshhestve / Kas'janenko A.A., Rylov D.V. // Sovremennye tendencii razvitija jekonomiki i upravlenija: problemy i reshenija Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii . 2016. S. 229-233.

2. Postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii № 1493 «O gosudarstvennoj programme «Patrioticheskoe vospitanie grazhdan Rossijskoj Federacii na 2016 - 2020 gody» ot 30 dekabrya 2015 g. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://government.ru/media/files/8qqYUwwzHUxzVkh1jsKAErrx2dE4q0ws.pdf>

3. Istoriya rossijskih (sovetskih) soldatikov. / Metall figures collection. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://metallfigures.blogspot.ru/2012/11/blog-post.html>

4. А. Braun-Gerbo Novye oboronnye igrushki / А. Braun-Gerbo // Zhurnal "Igrushka" № 6, 1938 g.

5. G. Kvasneckij. Igrushechnye armii / G. Kvasneckij // zhurnal «Igrushki» № 5 1937 g. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://www.toy-soldiers.ru/statyi/st6.htm>
6. Katalog sovetskih soldatikov 1920-1940 godov. Sostavljen Ivanovym M. S. 8-aja redakcija. Moskva. 2016. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: https://drive.google.com/file/d/0Bxsre8_cSLmTMWFPV1ZVUVd0RUE/view?pref=2&pli=1
7. A. Perejaslavcev «Shturm shvedskoj kreposti» / «Ura!». - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://www.toy-soldiers.ru/statyi/st12.htm>
8. Katalog sovetskih soldatikov 1920-1940 godov. Sostavljen Ivanovym M. S. 8-aja redakcija. Moskva. 2016. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: https://drive.google.com/file/d/0Bxsre8_cSLmTMWFPV1ZVUVd0RUE/view?pref=2&pli=1
9. Istorija sovetskih soldatikov - 40-e gody / Ura! - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: http://www.toy-soldiers.ru/klub_i/40.htm
10. Buntovskij S.Ju. Istorija Donbassa. / S.Ju. Buntovskij. // Doneck, Izd-vo «Donbasskaja Rus'», 2015. - 402 s. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://knigotopia.ru/book/item/5204/>
11. "Oritet" i "Tehnolog". Zabytye proekty. / URA! OLOVJaNNYE SOLDATIki! - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://www.toy-soldiers.ru/forum/viewtopic.php?t=1289>
12. Prodaju soldatikov Lintek. / URA! OLOVJaNNYE SOLDATIki! - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://www.toy-soldiers.ru/forum/viewtopic.php?p=29105>
13. Sovremennye puti otechestvennyh soldatikov / Ura!Olovjannye soldatiki! - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://www.toy-soldiers.ru/forum/viewtopic.php?f=6&t=2609&start=100>
14. Olovjannye soldatiki. - [Jelektronnyj resurs]. Adres dostupa: <http://www.toy-soldiers.ru/>
- 15 Buntovskij S.Ju. Ob#ektivnaja neobhodimost' razvitija gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v sfere hozjajstvovanija / Buntovskij S.Ju., Papazjan S.L. // Materialy nauchno-prakticheskoj konferencii «Jekonomika i upravlenie: aktual'nye voprosy teorii i praktiki». Krasnodar: Izdatel'stvo Krasnodarskij CNTI – filial FGBU «RJeA», 2015. - 312 s.