

УДК 94(470) «1941/1945»

DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-174-182

ОБРАЗЫ РУССКОЙ ИСТОРИИ В СОВЕТСКОЙ ПРОПАГАНДЕ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (ЧАСТЬ 2)

Ларионов А. Э., Дворковая М. В.

Московский государственный областной университет

141014, Московская область, г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д.24, Российская Федерация

Аннотация.

Цель. Построить когнитивную модель исторической составляющей советской пропаганды военного времени в контекстной взаимосвязи с тенденциями социально-политического развития страны в годы Великой Отечественной войны.

Процедура и методы исследования. Комплексный анализ источников по истории советской пропаганды 1941–1945 гг. с опорой на наиболее репрезентативные методы интеллектуальной истории в трудах отечественных и зарубежных исследователей.

Результаты проведённого исследования. Активное использование исторических образов в массовой пропаганде спровоцировало глубокие изменения в идеологической системе, внутренней политике и способах репрезентации власти. Подтверждается высказанный авторами в других публикациях тезис о советском обществе как обществе традиционном, успешно использовавшем для своего сохранения и воспроизводства в будущем технические и управленческие инструменты модерна.

Теоретическая / практическая значимость исследования. Обобщённые в статье данные и полученные результаты могут стать базой для дальнейших исследований в сфере истории социальных коммуникаций советского времени, а также способствовать патриотическому воспитанию учащихся в школьном и вузовском сегментах российского образования.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, массовая пропаганда, идеология, массовые коммуникации, русская история, традиционное общество

IMAGES OF RUSSIAN HISTORY IN SOVIET PROPAGANDA DURING WORLD WAR II (PART 2)

A. Larionov, M. Dworcowa

Moscow Region State University

24 Very Voloshinoy ul., Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

Abstract.

Aim. To develop a cognitive model of the historical component of Soviet propaganda during the World War II time, in connection with trends of the social and political development of the country during that period.

Procedure and research methods. Drawing on the most effective methods of intellectual history presented in the works of Russian and foreign authors, we conducted a comprehensive analysis of sources depicting the history of the Soviet propaganda in the period from 1941 to 1945.

Results. It is concluded that the active use of historical images in mass propaganda significantly altered the ideological system, internal politics, and forms of power implementation in the country.

The authors' thesis was confirmed, which claims that the Soviet society, as a traditional society, successfully used modern management and development tools for its preservation and reproduction.

Theoretical / practical relevance. The obtained results can serve as a basis for further research in the field of history of social communication in the Soviet era, as well as for promoting patriotism among Russian pupils and students.

Keywords: Great Patriotic War, mass propaganda, ideology, mass communication, Russian history, traditional society

Визуальным историческим образом, транслируемым в массовое сознание, придавалось особое значение – те или иные художественные проекты обсуждались на самом высоком уровне, получая одобрение либо запрет на постановку/съемку. В этом смысле эпоха и личность Ивана Грозного (1530–1584 гг.) пользовалась особым вниманием самого Сталина. При всей своей громадной занятости (совмещение 5 высших государственных и военных должностей в годы войны) [5, с. 150], по поводу съемки фильма «Иван Грозный» решение принималось Сталиным лично, о чём свидетельствует его записка Председателю Комитета по делам кинематографии И. Г. Большакову от 13 сентября 1943 г.: «Сценарий получился не плохой. Т. Эйзенштейн справился с задачей. Иван Грозный, как прогрессивная сила своего времени, и причина, как его целесообразный инструмент, вышли не плохо. Следовало бы поскорее пустить в дело сценарий» [2, с. 499–500].

Практически синхронно вопросу о съемках фильма Эйзенштейном шли дебаты вокруг пьес А. Н. Толстого, также посвященных эпохе Иоанна IV, которые были подвергнуты жесткой критике: автору вменялось в вину повторение штампов дореволюционной историографии с отрицательным образом первого русского царя. В «Записке» секретаря ЦК ВКП(б) А. С. Щербакова Сталину о пьесе «Иван Грозный», пьесу (точнее, драматическую дилогию) рекомендовалось запретить к постановке в театрах страны [2, с. 478–479]. После столь разгромной административной рецензии Толстой неоднократно обращался с письмами на имя Сталина, где указывал на переработку

текста и просил разрешения на публикацию и постановку [2, с. 486–487; 500–501].

Можно предполагать, что ревностное отношение Сталина к репрезентации фигуры Ивана Грозного в драматургии и кинематографе объяснялось его личным историческим мировоззрением, в рамках которого он проводил аналогию между собой и царём: в обоих случаях приходилось решать задачи мобилизации и модернизации, вести тяжелейшие войны и бороться за единство государства против происков внутренних врагов. Однако факт остаётся фактом: в массовое сознание советского общества в результате транслировался строго выверенный образ Ивана Грозного, долженствовавший дополнительно консолидировать и мобилизовать весь социальный организм. Фактически на примере истории с популяризацией фигуры Ивана IV можно сделать вывод о том, что в годы Великой Отечественной войны культура, пропаганда и историческая политика государства не просто действовали в унисон и ради единой цели, но вообще стали единым целым.

О том, насколько большое значение придавалось историческому воспитанию масс, говорит тот факт, что ведущие советские историки проводили лекции в армейских частях для рядового и командного состава. В этих лекциях затрагивались вопросы героического прошлого народов СССР и прежде всего – русского народа. В частности, с такими лекциями выступал перед красноармейцами один из крупнейших отечественных историков XX в., академик Евгений Викторович Тарле¹. Таким образом, к делу военно-

¹ Этот эпизод из жизни Тарле показан в документально-публицистическом фильме «Наука вы-

исторической пропаганды привлекался цвет отечественной исторической науки. Дело пропаганды очевидным образом перерастало самое себя и, возможно, первоначальные замыслы руководителей. Духовно-культурный процесс, будучи однажды запущен, приобретал собственные закономерности и логику развития. Помимо ясно преследуемой цели – повышения патриотической мотивации и политической лояльности масс, пропаганда героических образов и событий русской истории в долгосрочной перспективе неизбежно меняла само общество, его исторические воззрения и понимание о месте народа в истории. Иными словами, не просто война как таковая стала главным генератором глубоких перемен в советском обществе, но вполне определённая культурно-историческая политика верховной власти, придавшая переменам направленность и содержание.

Усилия по поддержанию на должной высоте исторических представлений в тылу и на фронте, патриотического настроения, готовности к жертвам и подвигам проводились в жизнь систематически и по многим каналам. Значительными тиражами печатались и направлялись в войска научно-популярные брошюры о великих русских полководцах и флотоводцах, о чем свидетельствует докладная¹ того времени:

**«Начальнику Главного Политического
Управления Красной Армии**

Генерал-полковнику тов. Щербакову А. С.

Управлением Военного издательства НКО по указанию Управления агитации и пропаганды ГлавПУРККА подготовлены к печати брошюры Осипова «Суворов» и Нечкиной – «Михаил Кутузов». Обе брошюры предполагается

жить. Академик Тарле» (на 26–27 мин.), доступном в интернете: <https://www.youtube.com/watch?v=xVy10PQ61aQ>.

¹ Записка Начальника Управления агитации и пропаганды ГлавПУРККА И. В. Шикина Начальнику ГлавПУРККА А. С. Щербакову об издании книг для Действующей Армии // ЦА МО РФ. Ф. 32. О. 11302. Д. 229. Л.128.

издать тиражом по 100 тыс. экземпляров, на что потребуется 10 тонн бумаги.

Издание брошюр и необходимая для этого бумага предусмотрены планом Воениздата НКО на 2 квартал 1944 г.

Прошу вашего согласия.

10 июня 1944 г.

Генерал-лейтенант Шикин»

На завершающем этапе войны, в 1944–1945 гг. была качественно налажена работа кинопередвижек, при помощи которых организовывались кинопросмотры под открытым небом для войск на отдыхе между боями и во время привалов на марше. Причём ГлавПУРККА включало во фронтальной репертуар на постоянной основе, кроме комедий либо мелодрам, советские исторические кинокартины: «Александр Невский», «Богдан Хмельницкий», «Минин и Пожарский», «Суворов».

Историческая политика стала самостоятельной и важной тенденцией военной пропаганды и всей идеологии СССР. Свидетельством её окончательной легитимации и превращения в неотъемлемую часть официального информационно-коммуникационного пространства следует считать закрепление военно-исторических образов в советской наградной системе военного времени. За 1942–1944 гг. советская наградная система пополнилась шестью орденами и двумя медалями (см. табл.), названия которых прямо отражали обращение к русской военной истории.

Весьма показательно, что награждения перечисленными орденами и медалями производились в соответствии с тем, насколько награждаемое героическое деяние вписывалось в аналоговые рамки исторического образа выдающихся полководцев и флотоводцев. В качестве примера процитируем фрагмент Статута ордена Александра Невского: «Орденом Александра Невского награждаются командиры Красной Армии, проявившие в боях за Родину в Отечественной войне личную отвагу, мужество и храбрость и умелым командованием обеспечиваю-

Таблица

Награды, учрежденные в военное время

Table

Wartime Awards

№№	Наименование награды Award	Дата учреждения Date of establishment	Число награждений за 1941–1945 гг. Number of issued awards during 1941–45
1.	Орден Суворова 1, 2, 3 степени	29.07.1942 г.	1-й степени – 391 2-й степени – 2800 3-й степени – б. 4000
2.	Орден Кутузова 1, 2, 3 степени	1 и 2 степень – 29.07.1942 г., 3 степень – 8 февраля 1943 г.	1-й степени – б. 660 2-й степени – б. 3300 3-й степени – б. 3300
3.	Орден Александра Невского	29.07.1942 г.	более 40000
4.	Орден Богдана Хмельницкого 1, 2, 3 степени	10.10.1943 г.	1-й степени – 323 2-й степени – около 2400 3-й степени – б. 5700
5.	Орден Ушакова 1 и 2 степени	03.03.1944 г.	1-й степени – 47 2-й степени – около 200
6.	Орден Нахимова 1 и 2 степени	03.03.1944 г.	1-й степени – 80 2-й степени – б. 460
7.	Медаль Ушакова	03.03.1944 г.	15000
8.	Медаль Нахимова	03.03.1944 г.	около 13000

Ист.: [4]

щие успешные действия своих частей... За проявление, в соответствии с боевым заданием, инициативы по выбору удачного момента для внезапного, смелого и стремительного нападения на врага и нанесение ему крупного поражения с малыми потерями для своих войск»¹. Данное описание вполне подходит к знаменитой Невской битве 15 июля 1240 г., когда дружина Александра Невского и спешно собранное новгородское ополчение внезапной атакой разгромили шведское войско в устье Невы. Аналоги можно без особого труда подобрать к любой награде из военно-исторического ряда. Потомки фактически призывались к повторению подвигов предков. Прошлое становилось частью повседневности.

¹ Цит. по электронной публикации «Орден Александра Невского» на сайте конгрессно-выставочного центра Сокольники: <http://victory.sokolniki.com/rus/History/Decorations/10202.aspx>

В совокупности советских орденов и медалей в честь выдающихся военных деятелей русской истории советское общество в тылу, солдаты и офицеры Действующей армии получали важнейшее скрытое сообщение: желаемой и поощряемой нормой социального поведения является следование историческим примерам из далёкого прошлого. Которое, благодаря систематической актуализации, становилось фактором, программирующим настоящее и спасавшим будущее.

Если объединить все каналы, по которым в сознание общества транслировались образы русской истории, то в итоге можно получить гипертекст из следующих структурных компонентов: концептуальные выступления (генеральные сообщения, задающие ценностные ориентиры коммуникации) руководителя государства и армии; исторические об-

разы статической визуальной пропаганды (наполнение информационно-коммуникационного пространства постоянно присутствующими напоминаниями – вторичными сигналами); создание и демонстрация художественных фильмов на исторические и фольклорные темы с доминированием героического компонента (динамические сигналы, служащие эталонами социального поведения); издание художественной и научно-популярной литературы на героико-исторические темы (сложные сообщения, погружающие ментальность в прошлое посредством знаковой системы); поэтические произведения с использованием исторических архетипических образов (эмоционально окрашенные сигналы, формирующие тип реакции на внешнюю угрозу); просветительские лекции видных учёных на военно-исторические темы (фундирование рационального выбора посредством апелляции вербально-рациональных сигналов).

Таким образом, индивидуальное и коллективное сознание на протяжении Великой Отечественной войны оказывалось чрезвычайно насыщено специально отобранной, интерпретированной и структурированной исторической информацией с высокой степенью релевантности запросам, ожиданиям и традициям большинства общества. Примечательно, что среди транслируемых образов почти не было обращений к событиям и героям Гражданской войны (за исключением отдельных эпизодов в начале войны, летом-осенью 1941 г.). Абсолютное большинство материала относилось к истории дореволюционной России, которая, таким образом, получала реабилитацию в идеологии и массовом сознании, включая сознание политической элиты, которая неизбежно подпадала под воздействие собственной пропаганды.

Показательно и закономерно в этом отношении, что в своём обращении к народу по случаю победы над Японией и окончания 2-й Мировой войны Верхов-

ный Главнокомандующий И. В. Сталин обратился к воспоминаниям о Русско-японской войне, поражение в которой «оставило в сознании народа тяжёлые воспоминания»¹. Разгром Квантунской армии и успешные десантные операции на Курилах и Южном Сахалине были представлены как реванш за поражение 40-летней давности. Чтобы оценить значимость такого рода заявления, уместно вспомнить отзывы Ленина, синхронные русско-японской войне: «Дело русской свободы и борьбы русского (и всемирного) пролетариата за социализм очень сильно зависит от военных поражений самодержавия»².

То, что рассматривалось как положительное с позиций революционной борьбы событие, в новых условиях превратилось в элемент национального позора, требующего непрямого реванша. Революция же выводилась из актуального информационного ряда либо, в лучшем случае, представлялась как основа и подготовка к национальному триумфу невиданного ранее масштаба. Иными словами, создавалась историософия революции, имеющая мало общего с классовой борьбой и коммунистическим интернационалом. Сталин же действительно всё больше представлял как инкарнация великих русских царей-созидателей государства.

Таким образом, формирование историко-героического дискурса в русле массовой пропаганды периода Великой Отечественной войны имело весьма глубокие воздействия и последствия в сфере массовых официальных коммуникаций. И едва ли эти последствия изначально закладывались в качестве планируемых результатов в спешно приспособляемой к нуждам тотальной войны за жизнь и будущее Русской цивилизации массовой пропаганды. Тот информационный

¹ Сталин И. В. О Великой Отечественной войне Советского Союза / 5-е изд. М.: Воениздат, 1948. С. 205.

² Ленин В. И. Падение Порт-Артура // Ленин В. И. ПСС. Т. 9: Июль 1904 – Март 1905. М.: Политиздат, 1967. С. 157.

ресурс, который замыслился как мотиватор повседневной социальной деятельности, в ходе войны превратился в кумулятивную силу, которая стремительно меняла идеологический дискурс в актуальном и стратегическом планах, трансформируя принципы и практики самопрезентации носителей государственной власти, общую стратегию и смысл существования общества и государства в целом. Следовательно, нуждается в корректировке распространённый взгляд на узкую функцию пропаганды как «передачу информации с целью эмоционального заражения зрителя» [6, с. 6]. Пропаганда может выполнять роль важного фактора развития общества и стратегии государственной политики в самом широком смысле этого слова.

Разумеется, нельзя обойти молчаливым вопросом о степени практической ответственности военно-исторического пропагандистского гипертекста на массовое сознание советских людей в тылу, на фронте и в оккупации. Учитывая формат научной публикации, ограничимся общим соображением. Повседневное информационно-коммуникационное пространство советского общества в тылу и на фронте было насыщено абсолютной информацией посредством направленной систематической трансляции исторических образов. Введение в пропагандистский контекст особой исторической составляющей неизбежно способствовало традиционализации советского общества. «Традиционные общества помещают обычно свои базовые ценности в прошлое, не позволяя тем самым настоящему непосредственно воздействовать на них. Поэтому определённые эпизоды прошлого сакрализуются и превращаются в плотную зону мифического времени, которая сохраняется в виде непреходящей основы, стабильного отправного пункта для настоящего» [1, с. 216].

Необходимо учитывать, что призывники военного времени подвергались отмеченному информационно-пропа-

гандистскому воздействию по множественным каналам трансляции (благодаря ставшей реальностью всеобщей грамотности, радиосети, кинематографу, массовым тиражам пропагандистских плакатов). Новобранцы приносили в действующую армию уже сформированные мировоззренческие установки, критерии добра и зла, мотивации деятельности – опиравшиеся на историко-патриотический фундамент.

Завершая настоящую статью, подведём итоги нашего небольшого исследования.

1. В отечественной и зарубежной исторической науке проблема изменения содержания пропагандистского дискурса в СССР в период Великой Отечественной войны вызывает устойчивый интерес.

2. Исторический компонент советской пропаганды военного времени – как отдельный феномен процессов массовой социальной коммуникации в экстремальных условиях, нуждается в углубленном изучении и анализе.

3. Начавшаяся Великая Отечественная война привела к резкому усилению исторического вектора в пропаганде и культуре, наметившегося со 2-й половины 1930-х гг.

4. Актуализация историко-героических образов оформилась с осени 1941 г. и нашла своё официальное закрепление в выступлениях И. В. Сталина.

5. В течение последующих военных лет знаковые события и персонализированные образы русской истории непрерывно транслируются в массовое сознание по многим каналам официальной коммуникации. Фактически это была не только пропаганда, но и разговор власти с обществом посредством исторического нарратива.

6. Изменения в содержании и методике массовой пропаганды, привнесение в неё в качестве постоянного компонента русской историко-патриотической тематики повлекли за собой глубокие перемены во всей идеологической системе

СССР и способах самопрезентации власти в социокультурной среде.

7. Образ Сталина из вождя партийного во всё большей степени эволюционирует в вождя национального, чья легитимность зиждется не только на верности марксистско-ленинской ортодоксии, но и, в не меньшей степени, в верности многовековой русской культурной и политической традиции, как продолжателя государственных трудов и побед русских князей и царей, полководцев и реформаторов.

8. На формирование образно-событийного ряда русской истории, подлежащего актуализации и трансляции в массовое сознание, оказывали существенное влияние личные пристрастия и вкусы И. В. Сталина. Иными словами, субъективный фактор превращался, благодаря управленческому и информационному ресурсу, в кумулятивную силу, меняющую облик общества и государства, влияющую на их историческую судьбу.

9. Итогом последовательных усилий становится образование русского историко-патриотического гипертекста, состоявшего из множества компонентов – от плакатов до наградной системы. Причём в создании и поддержании этого гипертекста принимали участие виднейшие деятели различных отраслей культуры. Тем самым менялось содержание культурной политики и культурного творчества в СССР, что не могло не иметь долгосрочных последствий.

10. Обращение к национально-исторической традиции как фундаменту настоящего и условию существования страны в будущем позволяет говорить нам о советском социуме военного времени как традиционном обществе, но успешно использующем технические и управленческие ресурсы модерна для своего выживания и воспроизводства в будущем. Чем подтверждаются выводы, ранее сделанные нами в других публикациях на темы истории Великой Отечественной войны [3].

В рамках ретроспективного взгляда из нашего времени на события 1941–1945 гг. нельзя уйти от проблемы оценок тогдашних идеолого-пропагандистских перемен. Победоносный финал Великой Отечественной войны, начавшейся столь катастрофически, позволяет говорить о правильности и эффективности смены политического курса. Очевидно, что идеолого-пропагандистская машина Советского Союза смогла отыскать необходимые слова и образы, которые должным образом мотивировали советских солдат (большинство из которых составляли русские люди либо те, для кого русский язык и культура были родными), дойдя не только до умов, но и до сердец. Именно ключевые образы русской истории оказались наиболее значимым изменением и дополнением в содержании пропаганды и всей культурной политики СССР. Ведь, если посмотреть на историю советской военной пропаганды от Гражданской войны и до Великой Отечественной войны включительно, то окажется, что основные принципы и образы, демонизация врагов (кем бы они ни были), апология марксизма-ленинизма – были привычны и преемственны. Тогда как исторический материал столь массово и систематически был использован впервые. Иными словами, его можно считать ключевым компонентом пропаганды, который, несмотря на сравнительно небольшой удельный вес, являлся смыслообразующим и придавал устойчивость всей системе.

Тот факт, что именно традиционализация пропаганды, идеологии и культуры в совокупности с социальным проектом, ориентированным на построение общества справедливости и государственного патернализма, привели страну к Победе, позволяют говорить о непреходящей ценности Традиции Русской цивилизации, которую можно и должно использовать в любых исторических обстоятельствах.

Статья поступила в редакцию 01.04.2019

ЛИТЕРАТУРА

1. Ассман А. Распалась связь времён. Взлёт и падение темпорального режима модерна. М.: Новое литературное обозрение, 2017. 272 с.
2. Власть и художественная интеллигенция: Документы ЦК РКП(б) – ВКП(б), ВЧК – ОГПУ – НКВД о культурной политике, 1917–1953 / Сост. А. Артизов, О. Наумов. М.: МФД, 1999. 872 с.
3. Дворковая М. В., Ларионов А. Э. Социальные коммуникации и массовые настроения военного времени (по архивным материалам Новгородской области) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политология. 2018. № 4. С. 182–194.
4. Кузнецов А. А. Знаки славы Отечества. М.: Московский рабочий, 1987. 350 с.
5. Ларионов А. Э. Роль Государственного комитета обороны в организации повседневной жизни Красной Армии в годы Великой Отечественной войны // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 2 (40). С. 149–160.
6. Миняйло М. Г. Взгляд на войну из «Окон ТАСС» // Великая Отечественная война. Исследования. Документы. М.: ГИМ, 2015. С. 6–21.

REFERENCES

1. Assmann A. *Raspalas' svyaz' vremen. Vzlet i padenie temporal'nogo rezhima moderna* [Broke connection times. The rise and fall of the temporal mode of modernity]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2017. 272 p.
2. Artizov A., Naumov O., eds. *Vlast' i khudozhestvennaya intelligentsiya: Dokumenty TsK RKP(b) – VKP(b), VChK – OGPU–NKVD o kul'turnoy politike, 1917–1953* [The power and artistic intelligentsia: Dokumenty Central Committee RKP(b) – VKP(b), Cheka – OGPU–NKVD on cultural policy, 1917–1953]. Moscow, MFD Publ., 1999. 872 p.
3. Dvorkovaya M., Larionov A. [Social communication and mass attitudes in time of war (according to the archival materials of the Novgorod area)]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politologiya* [Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences], 2018, no. 4, pp. 182–194.
4. Kuznetsov A. *Znaki slavy Otechestva* [Signs of glory of the Fatherland]. Moscow, Moskovskii rabochii Publ., 1987. 350 p.
5. Larionov A. [The role of the State defense Committee in the organization of everyday life of red Army during the great Patriotic war]. In: *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 2013, no. 2 (40), pp. 149–160.
6. Minyailo M. [Look at the war from the "Windows TASS"]. In: *Velikaya Otechestvennaya voyna. Issledovaniya. Dokumenty* [The great Patriotic war. Research. Documents]. Moscow, GIM Publ., 2015, pp. 6–21.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ларионов Алексей Эдиславович – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России средних веков и нового времени Московского государственного областного университета;
e-mail: allar71@yandex.ru

Дворковая Марина Васильевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры истории России средних веков и нового времени Московского государственного областного университета;
e-mail: marinadvorkovaya@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Aleksey E. Larionov – Cand. Sci. (History), Ass. Prof., Department of the Russian History of the Middle Ages and New Time, Moscow Regional State University;
e-mail: allar71@yandex.ru

Marina V. Dworkowa – Cand. Sci. (History), Ass. Prof., Department of the Russian History of the Middle Ages and New Time, Moscow Regional State University;
e-mail: marinadvorkovaya@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Ларионов А. Э., Дворковая М. В. Образы русской истории в советской пропаганде периода Великой Отечественной войны (часть 2) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 174–182.

DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-174-182

FOR CITATION

Larionov A., Dworkowa M. Images of Russian history in Soviet propaganda during World War II (Part 2). In: *Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences*, 2020, no. 1, pp. 174–182.

DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-174-182