

УДК 94(470) «1941/1945»

DOI: 10.18384/2310-676X-2019-4-213-225

ОБРАЗЫ РУССКОЙ ИСТОРИИ В СОВЕТСКОЙ ПРОПАГАНДЕ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (ЧАСТЬ 1)

Ларионов А. Э., Дворковая М. В.

Московский государственный областной университет

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

Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена анализу важнейшего компонента советской пропаганды периода 1941–1945 гг. – русским историческим событиям и личностям, образы которых активно использовались во всех разновидностях агитационно-пропагандистской работы в тылу и на фронте. На основе текстовых и визуальных источников, с использованием достижений отечественной и зарубежной историографии прослежены истоки идеологического разворота накануне и в годы Великой Отечественной войны, сделан вывод о его закономерности и соответствии историко-культурной традиции русской цивилизации. В первой части статьи отдельно затронуты события периода с начала 1930-х гг., которые характеризуются идеологическими новациями.

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

IMAGES OF RUSSIAN HISTORY IN SOVIET PROPAGANDA DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR (PART 1)

A. Larionov, M. Dworcowa

Moscow Region State University

24 Very Voloshinoy St., Mytishchi 14101, Moscow Region, Russian Federation

Abstract. The article analyses the most important component of the Soviet propaganda in 1941–1945 – Russian historical events and personalities, which were actively used in all kinds of propaganda in the rear and at the front. Drawing on both text and visual sources, as well as using the achievements of domestic and foreign historiography, the authors traced the origins of the ideological turn which occurred on the eve of and during the Great Patriotic War, concluding its conformity with the historical and cultural tradition of Russian civilization. The first part of the article specifically addresses events of the early 1930s, which are characterised by ideological innovations

Keyword: Great Patriotic War, mass propaganda, ideology, mass communications, Russian history, traditional society

Феномен разворота советской идеологии и пропаганды в сторону русских национально-исторических ценностей неоднократно становился предметом

научного анализа в исторических исследованиях последних лет. Так, в работе Ф. Л. Сеницына мы можем прочитать следующее: «... политика балансирования между “пролетарским интернационализмом” и “патриотизмом” не была эффективной... в этой ситуации, когда новая политика, направленная на развитие здорового, правильного “национализма”, в связке с “советским патриотизмом”, только набирала обороты, наша страна вступила в самую жестокую и кровопролитную войну в ее истории» [8, с. 7–8].

В новейшей коллективной монографии, посвящённой проблемам исторической динамики патриотического дискурса в течение двух с лишним столетий истории России (XVIII–XX вв.), один из авторов пишет о патриотическом повороте как постепенно нараставшей тенденции: «В период 1930–1931 гг. обозначились первые признаки официального идеологического поворота в сторону “реабилитации” таких определяющих и необходимых для пропаганды государственности понятий, как отечество и патриотизм... Осуждению (пока еще негласному) со стороны сталинского руководства стали подвергаться попытки принизить роль и значение русского рабочего класса в социалистическом строительстве и освободительном движении, глумление над революционными и национально-историческими традициями русского народа» [4, с. 452]. По ходу дальнейшего изложения автором отмечается неуклонное усиление патриотической тенденции с активным использованием исторического контекста как опоры новых идеологических установок.

Примечательно, что факт идеологической инверсии советской власти

предвоенного периода интересует не только российских, но и зарубежных учёных. Например, в интереснейшей работе американской исследовательницы Катерины Кларк «Москва. Четвёртый Рим» конец 1930-х – начало 1940-х гг. связывается с постепенным, но глубоким разворотом в культурной политике и пропаганде СССР – от интернационализма («патриотического космополитизма» в терминологии автора) к национально-почвенническому, по сути же – к руссоцентричному, ориентирам. Правда, автор парадоксальным образом усматривает истоки этой аксиологической инверсии в сближении СССР и Германии после Пакта о ненападении 23 августа 1939 г.

В то же время сама культурная и идеологическая политика 1931–1941 гг. рассматривается Кларк как сложное переплетение национальных (и даже великорусско-националистических) тенденций с тенденциями интернационально-космополитическими, когда даже Сталин не склонялся полностью к национализму, проявляя колебания. Лишь начало войны с Германией поставило точку в культурной дихотомии. «Не нужно долго искать доказательства того, что в советской культуре 1930-х годов имело место ослабление “пролетарского интернационализма” и усиление великорусского национализма, или “национал-большевизма”. Но этим история не исчерпывается...эту эпоху нельзя свести к одному-единственному нарративу. В ней соседствовали несхожие тенденции и явления, допускающие разные точки зрения на один и тот же исторический момент... Настоящая книга ставит целью дополнить обычное представление, в рамках которого это десятилетие предстает

как переход к великорусскому национализму, – представление, в достаточной мере подкрепленное документами и доводами, – указанием на параллельно существовавший, пусть и не столь очевидный интернационализм» [3, с. 14–15].

Другой зарубежный исследователь склонен рассматривать руссоцентризм в качестве логичного феномена, обусловленного общими социально-культурными традициями и процессами в СССР, спецификой исторической ситуации и субъективными предпочтениями самого Сталина и ряда лиц из его ближайшего окружения. Культурные и идеологические тенденции 1930-х гг. предстают как достаточно противоречивые: «Если руссоцентристский, этатистский вектор советской пропаганды и сделался заметнее во 2-й половине 1930-х годов, то при этом не произошло полного разрыва с двумя предыдущими десятилетиями коммунистического идеализма и пролетарского интернационализма... балансируя в рамках сталинско-руссцентристского курса, партийное руководство пыталось популяризировать свои этатистские и марксистско-ленинские воззрения с помощью общедоступного словаря национальных героев, мифов и легенд. Однако своеобразное идеологическое равновесие оказалось нарушено паникой, последовавшей за неожиданным фашистским нападением в июне 1941 года» [2, с. 139].

Однако, при всём внимании к данной проблеме и многоаспектности рассмотрения, она не может считаться исследованной полностью. В частности, надлежащего внимания актуализации русской истории как ведущего фактора пропаганды не уделено в рамках соци-

альной истории, которая в немалой степени является и историей социальных коммуникаций. Выскажем предварительную гипотезу, что при синтезе данного ракурса социально-исторических исследований с семантическим анализом самих транслируемых в массовое сознание образов можно рассчитывать на выявление новых граней понимания истории войны и советского общества. И, в конечном итоге, на качественный прирост исторического знания, включая вопросы методологии.

Как показывает элементарный анализ фактов, к началу Великой Отечественной войны уже существовал достаточно мощный пласт информационного продукта традиционной культурно-исторической направленности, который ориентировал общественное сознание на позитивное восприятие русской истории и культуры. В качестве наиболее симптоматичных проявлений этой тенденции отметим восстановление курсов русской литературы и отечественной истории в школьном образовании, осуществлённое под пристальным вниманием лидеров СССР¹; переиздание русской классики и 100-летие гибели Пушкина, которое приобрело характер маркера социальной памяти в 1937 г. Непосредственно перед войной снимаются художественные фильмы историко-патриотической направленности, сре-

¹ См. Постановление ЦК ВКП(б) и СНК СССР от 15 мая 1934 года «О преподавании гражданской истории в школах СССР». Особое значение имел п. 3: «В целях подготовки квалифицированных специалистов по истории восстановить с 1 сентября 1934 года исторические факультеты в составе Московского и Ленинградского университетов с контингентом осеннего приема на каждый из факультетов по 150 человек, установив срок обучения 5 лет».

ди которых наибольшей известностью заслуженно пользовался «Александр Невский» Эйзенштейна с Николаем Черкасовым в главной роли, но были и другие кинокартины.

Явно с подачи власти советскими писателями создаётся историческая проза, которая обращает внимание читателя к русской истории не только как к классовой борьбе, но и как тернистому пути государственного и культурного строительства, в котором принимали участие все социальные слои. Во 2-й половине 1930-х гг. острой и явно политизированной критике подверглась научно-историческая «школа Покровского», ранее занимавшая доминирующие позиции в советской историографии и гуманитарном образовании 1920-х – начала 1930-х гг. Следует иметь в виду, что «учебник М. Н. Покровского выдержал пятнадцать основных изданий, из них десять при жизни автора. По существу, в 20-е гг. XX века учебник М. Н. Покровского приобрел статус единственного официального учебника по истории России вплоть до начавшихся гонений со стороны И. В. Сталина на Покровского и его школу» [10, с. 13].

Как известно, историки того времени подобно Покровскому, нивелировали значимость национальной самобытности в историческом процессе, идя в этом значительно дальше основоположников марксизма. Соответственно, почти полностью дезавуировалась роль России как самостоятельного субъекта мировой истории. Но в конце 30-х гг. был выпущен двухтомник, в котором ведущие советские историки, явно с санкции Верховной власти, подвергли разносторонней критике основные положения и кон-

кретные проявления исторической концепции недавнего властителя историографического «олимпа» в СССР.

Данный экскурс потребовался нам для того, чтобы обосновать принципиальный тезис, что к моменту начала Великой Отечественной войны в культуре и идеологии Советского Союза стала свершившимся фактом инверсия в сторону русской истории как некоей надвременной ценности и ресурса для пропаганды и построения национально-государственной идентичности. Война лишь придала процессу более внятные формы, определённость содержания и яркость прикладной направленности. Уместно задать вопрос: конъюнктура ли только определяла и направляла поворот в сторону русской истории, или же имело место и обратное воздействие?

Анализируя проблему, поставленную в рамках данной статьи, необходимо условиться, что мы вкладываем в понятие «пропаганды»? В наиболее общем виде под пропагандой понимается «распространение взглядов, идей, мнений с целью позитивно или негативно настроить аудиторию и стимулировать её реакции в желаемом направлении»¹. Иными словами, пропаганда подразумевает направленную трансляцию определённых смыслов рационального и образно-эмоционального характера для воздействия на поведение и социальные практики людей. Война почти с самого начала проявилась не столько как классовая, сколько как именно национальная. Не вдаваясь в описание противоречивых тенденций в советской пропаган-

¹ Кравченко И. И. Пропаганда // Новая философская энциклопедия. Т. 3. М.: Мысль, 2010. С. 366.

де начального периода войны, будем непосредственно рассматривать тот историко-патриотический гипертекст, который в итоге стал доминирующим содержанием всей идейно-пропагандистской работы в тылу и на фронте.

К 40-м гг. XX в. развитие средств массовой коммуникации уже давало возможность организации систематической и многоканальной пропаганды. Советское государство в полной мере воспользовалось имевшимся техническим арсеналом для всемерной популяризации необходимых идей и образов, максимального охвата ими всех слоёв и групп населения. Газеты и журналы, книги и брошюры, радио, плакаты и кино, штат лекторов и агитаторов в совокупности позволили создать колоссальную по масштабам информационную среду, управляемую из единого центра. Это был инструмент, который можно было приспособить под различное содержание.

Необходимо понимать, что начало Великой Отечественной войны породило качественно новую социокультурную и информационную реальность. В её рамках установились иные ценностные доминанты и мотиваторы социальной деятельности. Соответственно, все прежние заботы и интересы превратились в собирательное понятие «до войны» и на весь военный период снизили свою значимость. В речи Сталина от 3 июля 1941 г. (вообще чрезвычайно насыщенной концептуальными смыслообразами общенационального характера) наряду с прочими прозвучала фраза: «Дело идет, таким образом, о жизни и смерти Советского государства, о жизни и смерти народов СССР...»¹.

¹ Сталин И. В. О Великой Отечественной

Логичной была организационная и содержательная перестройка пропаганды в тылу, на фронте и в тех областях СССР, которые попадали под оккупацию. Данная перестройка происходила в быстром, чрезвычайном порядке, хотя внутри процесса некоторые авторы отмечают наличие противоречивых тенденций. Например, упомянутый выше Ф. Л. Сеницын на основе образцов советской военной пропаганды и документальных источников отмечает колебания в деле актуализации собственно русской тематики пропагандистского продукта. По его мнению, усиление данной темы было характерно для периодов ухудшения обстановки на фронтах, тогда как улучшение военной ситуации вело к некоторому снижению «русско-исторической» риторики, а интернациональный компонент, напротив, нарастал: «Русский национальный фактор использовался лишь утилитарно – нажим на него делался в моменты, когда положение на фронте было наиболее тяжелым (октябрь 1941 г. – февраль 1942 г. и с июня 1942 г.)... в 1944 г. в армейских пропагандистских изданиях произошло снижение в 2 раза по сравнению с 1943 г. количества публикаций о героическом прошлом русского народа» [8, с. 22, 48].

Однако нас интересует само содержание пропаганды в контексте социальных коммуникаций. Основными каналами трансляции пропагандистского продукта становятся периодическая печать, книжная продукция, плакат, киноискусство и радио. Отдельно следует упомянуть изменения в наградной системе, о чём еще будет сказано. Важными условиями деятельности пропаганды являются её войне Советского Союза. М.: ОГИЗ, 1948. С. 13.

массовость и повторяемость ключевых образов и идей – с целью их закрепления в общественном сознании и превращении в мотивирующие факторы повседневных социальных практик. Советская пропаганда военного времени вполне отвечала вызовам исторического момента. Выступления И. В. Сталина явились не просто симптомом корректировок в идеологии, но и указаниями к практическим действиям работников агитационного фронта. Со 2-й половины 1941 г. и до конца войны устойчивое место среди мощного потока агитационных плакатов занимают те их образцы, которые используют образы исторического прошлого России в качестве обоснования действий армии и народа в борьбе с немецко-фашистскими захватчиками.

Составление полного перечня образцов визуальной пропаганды представляет определённые трудности. Хотя исследовательские работы в этом направлении ведутся. Наиболее

выразительные образцы плакатной продукции периода Великой Отечественной войны были представлены в юбилейном издании «Наша Победа» к 65-летию Победы СССР над Германией и её союзниками [7]. Даже по этому, достаточно ограниченному по охвату материала, изданию можно построить статистическую выборку (см. рис.) актуализации самой тематики русской истории в общем контексте визуальной пропаганды. В указанном издании помещено 397 образцов плакатного искусства, из них 20 плакатов обращают внимание аудитории на героическое прошлое русского народа, что составляет около 6% общего количества. Столь небольшое количество не должно нас смущать. Во-первых, данная выборка – неполная относительно общего числа разнообразной по тематике плакатной продукции военного времени, во-вторых, значимость того или иного образа далеко не всегда равнозначна его чисто количественному весу.

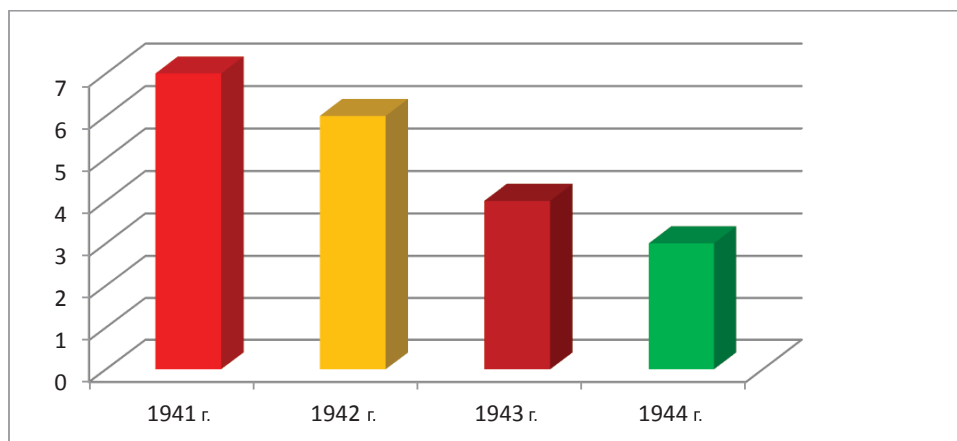


Рис. Рис. Плакаты на тему русской истории (кол-во экземпляров)

В 2013 г. было предпринято более масштабное с точки зрения полноты

информации издание, хотя и с меньшей степенью наглядности – книга

А. С. Морозова «Окна ТАСС. 1941–1945». В ней собрана и систематизирована по местам выпуска информация обо всех «Окнах ТАСС», которые за годы войны выпускались в различных местах СССР [6]. Множественность центров публикации позволяет говорить о тотальном охвате тождественными историческими образами подавляющего большинства населения огромной страны. Что, в свою очередь, создавало единство ценностных ориентаций, мировоззрения и социальных практик. Визуальная пропаганда порождала эффект аксиологической гомогенности общества на основе единых историко-героических образов. Прошлое становилось частью настоящего, создавая очень специфический хронотоп войны [1, с. 234].

Теперь обратимся к собственно историческим образам, демонстрируемым на плакатах. Вполне закономерно в качестве сюжетов для пропаганды избирались те исторические эпизоды, которые были связаны с противостоянием Российского государства и русского народа иностранной агрессии. Выступление И. В. Сталина на Красной площади 7 ноября 1941 г. очертило хронологические, событийные и личностные контуры историко-патриотической пропаганды, которая нашла отражение в плакате. Таковыми стали период с XIII по XIX вв. включительно, от Александра Невского до фельдмаршала Кутузова. В качестве вдохновляющих событий предлагались победоносные эпизоды русской военной истории. Однако военно-исторический ряд деятелей был не единственным, к которому апеллировал советский лидер. Сутками ранее, в выступлении перед партийно-совет-

ским активом Москвы в метро «Маяковская» Сталин обратился также к великой русской культуре, напомнив имена великих русских литераторов, учёных, художников и композиторов и противопоставив их гитлеровцам как «лишённым чести и совести людям с моралью животных» [9, с. 30]. Иначе говоря, кроме образов героев-защитников Отечества в сознание общества транслировались архетипические образы тех, сугубо мирных, деятелей, которые формировали фундаментальные ценности и смыслы Русской цивилизации, её сущностное ядро, которое и следует защищать всеми силами от посягательств врага «с моралью животных».

При этом сам Сталин представал не просто харизматичным национальным лидером, но как бы концентрированным выразителем, носителем и защитником этих ценностей. Едва ли это был предусмотренный эффект его выступлений, но объективно сталинские речи занимали первое место в общественном «пространстве внимания» [5, с. 61] и в дальнейшем ассоциировались именно с ним. Не случайно на ряде плакатов образы национальных героев сопровождались соответствующей фразой из выступления Сталина 7 ноября 1941 г. Интересными представляются практические способы трансляции историко-героических образов. В частности, на многих плакатах создавались своеобразные историко-художественные коллажи, где советские воины оказывались во главе ряда защитников Родины от древнерусских дружинников до солдат эпохи Наполеоновских войн и Русской Императорской армии периода Первой Мировой войны. Что сопровождалось соответ-

ствующими случаю стихотворными или прозаическими текстами:

«Били мы врага копьём, били мы врага ружьём и теперь стальным оружием бьём врага, где обнаружим» [9, с. 19];

«Наполеон потерпел поражение в России. То же будет и с зарвавшимся Гитлером» [9, с. 22].

Логичным дополнением, продолжением и развитием концептуальных идей лидера государства и его Вооружённых Сил, отражённых в плакатах, явились многочисленные произведения искусства, созданные советскими литераторами, художниками, кинематографистами. Исторические интенции культурной жизни СССР в этот

период становятся одними из доминирующих во всех её жанрах. Обратимся к примерам. Так, в момент наивысшего военного напряжения на фронтах – в июле 1942 года, когда немецкие части Группы армий «Б» вышли в Большую излучину Дона и устремились к Сталинграду, в ведущей советской военной газете «Красная звезда» с трёхдневным промежутком появились стихи двух видных советских поэтов – Ильи Сельвинского и Константина Симонова. Нас будут интересовать в этих произведениях наиболее важные для понимания проблемы отрывки, оперирующие архетипами, неразрывно связанными с историческим прошлым России.

*«Люблю великий русский стих,
Еще непонятый, однако,
И всех учителей своих
От Пушкина до Пастернака...
<...>*

*Какие ж трусы и вразли
О нашей гибели судачат?
Убить Россию это значит
Отнять надежду у Земли!»*

Сельвинский И. Л., «России»¹

*«Если дорог тебе твой дом,
Где ты русским выкормлен был,
Под бревенчатым потолком,
Где ты, в люльке качаясь, плыл;
Если дороги в доме том
Тебе стены, печь и углы,
Дедом, прадедом и отцом
В нем исхоженные полы ...»*

Симонов К. М., «Убей его!»²

В одном случае мы видим обращение к традициям и именам русской литературы как смыслообразующему зерну личностного бытия и с последующим переходом к мироустроительной роли России. В итоге получаем логическую цепочку смыслов: русская литература → фундирование бытия личности → абсолютизация исторического бытия России → невозможность существования мира без России. Национальный культурно-исторический образ получает, таким образом, всемирно историческую значимость абсо-

лютного характера.

У Симонова исторические образы выполняют более интимную архетипическую роль. Они связаны с русской избой, которая, если обратиться к культурологии, являлась не чем иным, как концентрированной моделью трёхуровневой картины мироздания. Начало человеческой жизни и её дальнейшее смыслополагание оказываются связаны исключительно с нерушимостью родного дома и «исхоженностью» полов поколениями предков. Именно на потолке и полах родной избы,

¹ Красная звезда. 1942. 15 июля.

² Красная звезда. 1942. 18 июля.

люльки на «очепе», которая от века плывёт под потолком-«небосводом», возможна национальная идентичность, которую и следует защитить. Таким образом, если у Сельвинского исторический контекст призван мотивировать солдата на исполнение всемирно-сотериологической миссии, то в варианте Симонова солдат оказывается мотивирован на жертву своей глубинно-интимной связью с родной избой, заключающей в себе всё мироздание. Разумеется, противоречия в двух поэтических концептах нет, просто они отражают разные грани понимания целей и смысла Великой Отечественной войны. Хотя, безусловно, для основной массы рядовых солдат обыденные и менее патетичные образы Симонова были ближе и действеннее, нежели глобальная поэтика Сельвинского.

В известном смысле апофеозом литературно-исторической пропаганды можно считать роман Юрия Германа «Россия молодая», начало создания которого приходится на 1942 г. Обращение к Петровской эпохе с её предельным напряжением народных сил и укреплением государственности, тяжёлой, но победоносной войной укладывалось в идеологический тренд 1941–1945 гг. Одновременно роман – это апология русского народа, его гражданских и ратных добродетелей, которая вкладывалась и в уста противника: «Шпага не брошена, граф! – произнес премьер-лейтенант значительно. – Рука москвитов крепко сжимает ее эфес. И нужны все наши силы, весь шведский здравый смысл, весь гений нашего народа, крайнее напряжение всех наших возможностей, дабы противостоять стремлению России к

морю. Россияне считают это стремление справедливым... Им приходится туго, есть еще налоги: берут за уход в море и за возвращение с рыбой, берут за дубовый гроб, берут уздечные, за бороны, за топоры, за бани. Мужиков гонят на непосильные работы; сотни, тысячи людей умирают на постройках крепостей, на верфях, на прокладке дорог, на канатных, суконных, полотняных мануфактурах... война с Россией – безумие! Мы можем презирать эту страну, как презирали ее до сих пор, но во всех наших внешних проявлениях мы должны искать дружбы с нею, вести торговлю, показывать себя добрыми соседями. Русские – сильный народ...»¹.

Художественно-литературный текст выходит за рамки описываемой эпохи, приобретая значимость вневременной, метафизической характеристики России и русского народа. Картина, относящаяся к далёкому прошлому и вызывающая чувство национальной гордости, прекрасно отражала и в то же время укрепляла уmonoстроения настоящего, когда выживание страны и народа вновь зависело от мобилизации всех сил и лучших качеств. Интересно, что на фоне разворачивающихся исторических событий и судеб главных героев исподволь проводится мысль о значимости единения власти и народа в лихолетье. Никакие личные обиды и допущенные государством несправедливости не должны заслонять от людей единства высшей ценности, каковой представлена защита Родины. Иными словами, героические образы из прошлого были призваны не только мотивировать советских людей на

¹ Цит. по изд.: Герман Ю. П. Россия молодая. М.: Эксмо, 1997.

подвиги, но и служить ресурсом политической лояльности и внутреннего порядка в обществе. Повышать устойчивость социальной системы ради сохранения исторической субъектности страны и защиты её будущего.

Особая роль в патриотической пропаганде военного времени принадлежала кинематографу. Задолго до войны руководство СССР вполне чётко осознавало агитационные и морально-воспитательные возможности этого сравнительно молодого вида искусства, как то видно из поздравительных слов Сталина, сказанных советским кинематографистам в 1935 г.: «Кино в руках Советской власти представляет огромную, неоценимую силу. Обладая исключительными возможностями духовного воздействия на массы, кино помогает рабочему классу и его партии воспитывать трудящихся в духе социализма, организовывать массы на борьбу за социализм, подымать их культуру и политическую боеспособность»¹.

Политика СССР в области кинематографа в военное время стала практическим воплощением данной установки. Среди художественных картин, снятых в 1941–1945 гг., было несколько работ виднейших советских режиссёров, непосредственно посвящённых избранным моментам русской истории. В качестве характерных примеров укажем на кинокартины «Кутузов» (1944 г., режиссёр В. М. Петров), «Иван Грозный» (1945 г., режиссёр С. М. Эйзенштейн). Явный историко-фольклорный подтекст имел сказочный фильм «Кощей Бессмертный» (1944 г., режиссёр А. А. Роу). Основным сю-

жетным мотивом фильма-сказки была борьба с захватчиками, которые ассоциировались с inferнальным, абсолютным злом, что в условиях войны было чрезвычайно актуальным. Особенно впечатляющим в сказочной киноленте выглядит эпизод, когда за спиной русского богатыря Никиты Кожмяки встаёт стеной русское войско из горсти родной земли (58-я минута фильма). Мотив более чем прозрачен – родная земля даёт силы своим воинами на борьбу с врагом. Вполне «идеологически выдержанным» выглядел и сюжет дружбы русского богатыря и восточного удальца. Можно представить себе, какое воздействие на сознание зрителя, не избалованного спецэффектами, должны были оказывать «чудеса» и аллюзии на киноэкране – причём не только на детей, но и на взрослых.

Поскольку эта публикация представляет первую часть нашего исследования, постольку и выводы, приводимые ниже, носят, по необходимости, промежуточный характер.

1. С одной стороны, наша статья описывает трансформацию культурных образов и идеологии сталинской эпохи, отраженных в ряде репрезентативных исторических трудов. С другой стороны, это попытка отыскать и должным образом осветить ещё не раскрытые в достаточной степени аспекты проблемы.

2. Глубокие изменения содержания пропаганды военного времени в направлении усиления русских исторических компонентов хотя и были подстёгнуты войной, но имели собственные, более глубокие корни в политике и культурной жизни СССР 1930-х гг.

¹ Приветствие И. В. Сталина работникам советской кинематографии // Правда. 1935. 11 янв.

3. Русская историко-культурная тема находит своё яркое выражение не только в узком пропагандистском поле, но и во много более широком слое всей культурной жизни советского общества 1941–1945 гг. В конечном итоге именно историко-патриотическая тема стала одной из важнейших отличительных черт советской отечественной культуры военных лет.

4. Обращение к истории в русле пропаганды и культуры военного времени обращали советские власть и общество в сторону многовековой национальной традиции, на порядок более

древней, чем марксизм, являвшийся официальным идеологическим фундаментом СССР. Но *de facto* это означало серьёзнейшую ревизию всей советской идеологической системы. Как мы помним, Маркс крайне скептически относился к ценностям исторического наследия: «Традиции всех мёртвых поколений тяготеют, как кошмар, над умами живых»¹. В реальности же оказалось, что наследие предков спасало не только настоящее, но и будущее огромной страны.

Статья поступила в редакцию 01.04.2019

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. М.: Художественная литература, 1975. 504 с.
2. Бранденбергер Д. Сталинский руссоцентризм. Советская массовая культура и формирование русского национального самосознания (1931–1956 гг.). М.: Политическая энциклопедия, 2017. 407 с.
3. Кларк К. Москва, четвертый Рим: сталинизм, космополитизм и эволюция советской культуры (1931–1941). М.: Новое литературное обозрение, 2018. 520 с.
4. Патриотизм и национализм как факторы российской истории (конец XVIII в. – 1991 г.) / Отв. ред. В. В. Журавлев. М.: Политическая энциклопедия, 2015. 783 с.
5. Коллинз Р. Социология философий. Глобальная теория интеллектуального изменения. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2002. 1284 с.
6. Морозов А. С. Агит-окна. Окна ТАСС. 1941–1945. М.: Контакт-Культура, 2013. 480 с.
7. Наша Победа: плакаты Великой Отечественной войны 1941–1945 годов. М.: Контакт-культура, 2010. 256 с.
8. Синицын Ф. Л. За русский народ: национальный вопрос в Великой Отечественной войне. М.: Эксмо-Яуза, 2010. 416 с.
9. Смех – дело серьёзное: сатирическая печатная графика Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. М.: ГЦМСИР, 2015. 78 с.
10. Фукс А. Н. «Русская история в самом сжатом очерке» М. Н. Покровского как историографический источник // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2010. № 3. С. 13.

REFERENCES

1. Bakhtin M. *Voprosy literatury i estetiki* [Questions of literature and aesthetics]. Moscow, Khudozhestvennaya literatura Publ., 1975. 504 p.
2. Brandenberger D. *Stalinskii russotsentrizm. Sovetskaya massovaya kul'tura i formirovanie russkogo natsional'nogo samosoznaniya (1931–1956 gg.)* [Stalin russocentrism. Soviet mass culture and the formation of Russian national consciousness (1931–1956)]. Moscow, Politicheskaya entsiklopediya Publ., 2017. 407 p.

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. Том 8. М.: Госполитиздат, 1957. С. 119

3. Klark K. *Moskva, chetvertyi Rim: stalinizm, kosmopolitizm i evolyutsiya sovetsoi kul'tury (1931–1941)* [Moscow, the Fourth Rome: Stalinism, cosmopolitanism, and the evolution of Soviet culture (1931–1941)]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2018. 520 p.
4. Zhuravlev V., ed. *Patriotizm i natsionalizm kak faktory rossiyskoy istorii (konets XVIII v. – 1991 g.)* [Patriotism and nationalism as factors of Russian history (the end of XVIII century – 1991 g.)]. Moscow, Politicheskaya entsiklopediya Publ., 2015. 783 p.
5. Kollinz R. *Sotsiologiya filosofii. Global'naya teoriya intellektual'nogo izmeneniya* [The sociology of philosophies. A global theory of intellectual change]. Novosibirsk, Sibirskii khronograf Publ., 2002. 1284 p.
6. Morozov A. *Agit-okna. Okna TASS. 1941–1945* [Propaganda purposes. TASS Windows. 1941–1945]. Moscow, Kontakt-Kul'tura Publ., 2013. 480 p.
7. *Nasha Pobeda: plakaty Velikoi Otechestvennoi voiny 1941–1945 godov* [Our Victory: posters of the great Patriotic war of 1941–1945]. Moscow, Kontakt-kul'tura Publ., 2010. 256 p.
8. Sinitsyn F. *Za russkii narod: natsional'nyi vopros v Velikoi Otechestvennoi voine* [For Russian people: the national question in the great Patriotic war]. Moscow, Eksmo-Yauza Publ., 2010. 416 p.
9. *Smekh – delo ser'oznoye: satiricheskaya pechatnaya grafika Velikoy Otechestvennoy voyny 1941–1945 gg.* [Laughter is a serious matter: a satirical printed graphic of the Great Patriotic War of 1941–1945]. Moscow, GTSMSIR Publ., 2015. 78 p.
10. Fuks A. ["Russian history in the most concise essay" by M. N. Pokrovsky as a historiographical source]. In: *Vestnik MGOU. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki*, 2010, no. 3, pp. 13.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

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 AUTHORES

Aleksey E. Larionov – PhD (History), Associate Professor, Department of Russian middle ages and modern history, Moscow Region State University;

e-mail: allar71@yandex.ru

Marina V. Dworcowa – PhD (History), Associate Professor, Department of Russian middle ages and modern history, Moscow Region 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 1) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2019. № 4. С. 213–225. DOI: 10.18384/2310-676X-2019-4-213-225

FOR CITATION

Larionov A., Dworcowa M. Images of Russian history in Soviet propaganda during the Great Patriotic War (part 1). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: History and Political Sciences*, 2019, no. 4, pp. 213–225.

DOI: 10.18384/2310-676X-2019-4-213-225