

**Просоветская пропаганда в Голливуде 1943-1945 гг.: к истории создания  
художественного фильма "Миссия в Москву"**

**Научный руководитель – Кайкова Ольга Константиновна**

***Волохов Анатолий Андреевич***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Исторический факультет, Кафедра истории России XX-XXI вв., Москва, Россия

*E-mail: anatolii-volohov@mail.ru*

Культурные отношения между странами-союзниками в годы Второй мировой войны - тема, которая достойна отдельного освещения. Особенно интересны (сколь и малоизвестны) советско-американские отношения в области кинематографии в 1941-1945 годах. Наладив диалог в рамках политической и военной помощи, США было необходимо легитимизировать сотрудничество с коммунистической страной в глазах американских граждан. К тому же в годы военной угрозы создание выгодного образа союзника оказывалось подчас даже более важным, чем создание образа врага.

К началу войны в парадигме культурной репрезентации СССР в США произошел радикальный сдвиг, однако, стоит обозначить, что сами установки, с которыми приходилось работать пропагандистам, представляются нам весьма «подвижными».

За годы войны в США было выпущено несколько фильмов, так или иначе затрагивающих «русскую тему» («Песнь о России», «Северная звезда»). Самой первой и самой противоречивой лентой стала «Миссия в Москву», снятая по бестселлеру посла в СССР в 1936-1938 гг. Дж. Дэвиса.

Производство фильма взяла на себя компания «Уорнер Бразерс» (идею Джеку Уорнеру предложил сам Ф.Д. Рузвельт), деньги были отпущены из государственной казны. 30 апреля 1943 года фильм вышел на экраны.

Сложно поверить, что режиссер М. Кертис, снявший эту картину, годом ранее выпустил на экраны легендарную «Касабланку». Лента представляет собой чистейшую апологию страны Советов 30-х годов. В ней в скомканном и искаженном виде представляются московские процессы, оправдываются Большой террор, нападение на Финляндию, двойные стандарты пакта о ненападении [2] (равно как и откровенные передергивания фактов в фильме) оправдываются внешнеполитической необходимостью. Лента обеляет сталинское правление настолько, что «даже если бы этот фильм снимался по прямому указанию Кремля, он не смог бы так активно прославить советский строй [1]».

20 мая 1943 года картина была лично представлена Дэвисом в кремлевском кинопросмотровом зале для И.В. Сталина и его ближнего круга [1]. Пленка с фильмом стала эффективным орудием дипломатии Рузвельта [3]. Дядюшка Джо, как Сталина называли западные политики и журналисты, был крайне удивлен таким комплиментарным изображением советской действительности [1]. Было поручено распоряжение выпустить фильм в советский прокат. Надо сказать, что советская публика сочла кино довольно комичным. Со временем лента стала одной из любимых Хозяина - ее он пересматривал множество раз.

Если в Вашингтоне и делали ставку на пропаганду помощи России через развлекательное кино, то в случае с «Миссией в Москву» работники администрации Рузвельта и сотрудники Управления Военной Информации просчитались лишь в одном - эту ленту едва ли можно назвать развлекательной. Хотя сюжет практически точь-в-точь повторяет некоторые элементы одноименной книги Дэвиса, фильм не создает впечатления цельного

- по большей части это иллюстрированные эпизоды глав творения американского посла. Неудивительно, что фильм с треском провалился в американском прокате (при завышенных затратах на проект в размере более 1,5 миллионов долларов, компания потеряла около 600000). При этом цели были весьма практическими: преодолеть недоверие, которое американские граждане испытывали по отношению к своему далекому союзнику; убедить мнительного прагматика Сталина, что американцы готовы к сотрудничеству [3].

Фильмы, поющие осанну Советской России, так и вошли бы в корпус «заслуженно забытых», однако о них вновь заговорили уже в эпоху маккартизма, когда кинодеятелей и крупных студийных боссов обвинили чуть ли не в пособничестве коммунистам [4].

Сопоставление «Миссии в Москву» с антисоветскими фильмами 60-х годов показывает, что традиционный набор штампов о России можно использовать для трансляции необходимого мифа о геополитическом (не)друге: как отрицательного, так и положительного. Думается, что в теории это может зависеть от нескольких компонентов: общие настроения той публики, для которой создается произведение; талант постановщика и то, с кем сегодня воюет Океания.

### Источники и литература

- 1) Батлер С. Сталин и Рузвельт. Великое партнерство. М., 2015.
- 2) Суржик Д.В. Деятельность Управления военной информации в 1941–1945 годах // Новая и новейшая история. 2013. № 1.
- 3) Bennett T. Culture, Power, and Mission to Moscow: Film and Soviet-American Relations during the World War II // The Journal of American History. 2001. N. 2.
- 4) Warner-Sperling C., Millner C., Warner J., Warner J.Jr. Hollywood Be Thy Name: The Warner Brothers Story. University Press of Kentucky, 1998.