УДК 316.4

Проказина Н.В.,
Старых Н.П.

Коммуникативная память о Великой Отечественной войне: теоретические подходы и социальная практика

Публикация подготовлена в рамках поддерживаемого РГНФ научного проекта № 14–23–23500 «Воспроизводство исторической памяти о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей Беларуси и России: сравнительный анализ».

В данной статье рассматривается историческая память о Великой Отечественной войне с позиции конструктивистской социологической парадигмы. Акцентируется внимание на особенностях коммуникативной памяти о Великой Отечественной войне: рассматриваются характеристики коммуникативной памяти; выделяются функциональные элементы феномена социальной исторической памяти. На примере вторичного анализа данных и социологических исследований, проведенных в рамках проекта «Воспроизводство исторической памяти о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей Беларуси и России: сравнительный анализ», анализируются особенности проявления этих компонентов коммуникативной памяти. Выводы и положения основаны на исследованиях, проведенных авторами, и вторичном анализе эмпирических исследований по проблемам воспроизводства исторической памяти о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей России.

Ключевые слова: историческая память, коммуникативная память, Великая Отечественная война, теоретические подходы к анализу исторической памяти, особенности коммуникативной памяти.

Никто не забыт?
Ничто не забыто?

Приближающийся 70-летний юбилей Победы в 2015 году является мощным стимулом для изучения исторической памяти о событиях Великой Отечественной войны, выявления особенностей ее формирования и функционирования.

Сегодня существует огромное разнообразие теоретических подходов к анализу исторической памяти. Одним из перспективных является социально-культурный подход к изучению памяти. Актуализация социально-культурного подхода к изучению феномена памяти связана с тем, что память сегодня рассматривается не только как характеристика прошлого, но и как системообразующий вектор, направленный в будущее.

Формирование социально-культурного подхода к феномену памяти происходит в процессе поиска оптимальной концепции, позволяющей избежать крайностей социального атомизма, с одной стороны, и социального детерминизма – с другой. В первом случае надындивидуальное измерение памяти отрицается в принципе, а во втором, напротив, полностью отрицается как раз индивидуальная способность к воспоминанию, предстающая как исключительно социальное явление. Наиболее оптимальной перспективой в этом смысле является коммуникативный (динамическо-коммуникативный) подход к коллективной памяти, использующий достижения теории коммуникаций и медиа. В результате представляется целесообразным рассмотрение исторической памяти через призму соци-

ологического конструктивизма. В рамках конструктивистского социологического направления память – это не то, что мы имеем, это, скорее то, что мы конструируем при помощи определённых средств[1]. Память понимается при этом как действие, опосредованное инструментами, предоставляемыми культурой того или иного общества в ту или иную эпоху.

Таким образом, в рамках социально-культурного подхода актуализируется целесообразность выделения и изучения коммуникативной памяти.

Открывателем «коммуникативной» социальной памяти может считаться Морис Хальбвакс[2].

Коммуникативная память охватывает то содержание памяти, которое постоянно меняется в процессе ежедневной коммуникации внутри социальных групп. Ян Ассман[3] доказывает, что индивид формирует свои воспоминания, постоянно обмениваясь ими с другими членами групп, в которые входит сам. Согласно работам Яна Ассмана: «Коммуникативная память включает в себя активную память (воспоминания), а также опыт живых поколений, которые передаются через интерактивные взаимодействия, но неформальным способом, в виде обычного устного общения: семейной информации, дружеских разговоров между поколениями»[4].

В рамках коммуникативной памяти происходит не только обмен информацией, но и постоянная перемена сфер ее употребления.

Исследователи отмечают, что горизонт коммуникативной памяти не превышает 80–100 лет, срок жизни трех поколений. Следовательно, эта память воплощена в тех, кто выступает ее носителями и находит для нее новые употребления[5].

Уточним, что коммуникативная память – это не просто передача памяти благодаря свидетелям событий. Это такие события и связанные с ними стратегии воспоминаний, на основе которых коллективы объединяются в сложном процессе выработки дискурсивных стратегий. Коллективы, о которых идет речь, – семьи, социальные группы, партии или даже нации, но и некоторые группы с определенным опытом коллективного страдания, преследования, стигматизации и т.д.

Коммуникативная память состоит из тех воспоминаний, которые «скапливаются» в нашей памяти с течением времени. Типичным примером коммуникативной памяти является память одного поколения, которая исчезает с уходом соответствующего поколения. Стираются те образы воспоминаний, которые были присущи этому поколению, хотя некоторые из них, вследствие их важности, могут перейти в культурную память общества. Продолжительность коммуникативной памяти совпадает с продолжительностью жизни соответствующего поколения, она носит «неформальный» характер и для ее поддержания не требуются «специалисты» – каждый «очевидец достаточно компетентен, хотя, конечно, по-разному и в разной степени»[6].

Большей частью коммуникативная память пропадает тихо и незаметно. «В полной тишине» закрывается одна глава памяти за другой. Исторически знаменательным незаметное отмирание участка памяти становится только в том случае, если с ним связан непреходящий опыт, который следует констатировать в долгосрочной перспективе. Таков пример ужасов времен Великой Отечественной войны. По прошествии ряда десятилетий уйдёт из жизни то поколение, для которого эти события являются предметом личного травматического опыта. То, что сегодня отчасти ещё является живым воспоминанием, завтра будет сообщаться одними лишь средствами массовой информации. Этот переход выражается уже сейчас в усилении письменной работы над воспоминаниями тех, кого затрагивали события, а также в интенсифицированной собирательской деятельности архивистов.

Энтони Гидденс[7] указывает на то, что большая часть человеческого опыта опосредована. Основным механизмом для приобретения опосредованного опыта является социализация, с помощью которой мы осваиваем язык и культуру в целом, а она определяет нашу память как в индивидуальном, так и в коллективном объеме. Тем не менее Э. Гидденс делает акцент на том, что «современные» общества все более получают опыт посредством письма и средств массо-

вой информации, которые его используют, а в настоящее время также с помощью изображения и визуальных средств массовой информации, в первую очередь через телевидение. Согласно логике Э. Гидденса наша память, а также индивидуальная память, формируется не столько на основе собственного опыта, сколько через опосредованный опыт. Это создает широкую основу для размышления в категориях культурной памяти, которая здесь может быть рассмотрена как индивидуальная и коллективная, поскольку она производится в ходе социальных процессов.

Э. Гидденс фокусирует внимание на способах создания личности в современном обществе, но его подход создает также рамки для рассмотрения личностей «коллективных», в том числе национальной тождественности, на которой сосредоточен анализ, проводимый в категориях культурной памяти, предложенных Яном Ассманом[8].

Дополняя концепции М. Хальбвакса и Я. Ассмана и Э. Гидденса, выделим характеристики коммуникативной памяти. К основным из них следует отнести:

– социальность;
– реконструкционные рамки;
– зависимость от субъекта;
– неформальность;
– неустойчивость.

Таким образом, коммуникативная память циркулирует в ситуациях повседневной жизни[9].

Исследователи выделяют следующие функциональные элементы[10] феномена социальной исторической памяти:

– когнитивный,
– эмоциональный;
– деятельностный;
– ценностный (аксиологический);
– коммуникативный.

На примере вторичного анализа данных[11] и социологических исследований, проведенных в рамках проекта: «Воспроизводство исторической памяти о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей Беларуси и России: сравнительный анализ»[12] проанализируем особенности проявления этих компонентов коммуникативной памяти.

Когнитивный компонент представлен системой знаний и сформированных представлений о событиях Великой Отечественной войны.

В 2004 году 90% населения России отмечали, что интересуются темой Великой Отечественной войны[13].

В 2014 году региональное исследование[14] показало, что 59,6% опрошенных интересует тема Великой Отечественной войны. 30,2% отметили, что они не интересуются, но и не игнорируют возможность получения информации о Великой Отечественной войне.

Основаниями для формирования представлений о Великой Отечественной войне граждане называют знания, полученные в школе (31,3%); знания, полученные в семье (30,1%); знания, полученные из разных источников (15,9%); знания, полученные в процессе общения с ветеранами/ посещения музеев (9,8%)[15].

Половина опрошенного населения считает, что их уровень знаний по событиям Великой Отечественной войны находится на уровне школьного/вузовского курса; 32,9% отмечают, что их объем знаний чуть выше среднестатистического[16].

Анализ предпочтений россиян о том, что они желали бы видеть в учебниках истории показывает, что тема Великой Отечественной войны занимает второе место в числе предпочтений. Подавляющее большинство – 58% – убеждены в том, что все события должны рассматриваться в равной степени (таблица 1).

Таблица 1 – Пожелания о доминирующих темах в учебниках истории по мнению россиян[17]

Как вы считаете, каким темам необходимо уделять повышенное внимание при изучении истории России, отводить особое место в учебниках? (открытый вопрос, любое число ответов)	
Все должно рассматриваться в равной степени	58
Великая отечественная война	10
История становления российского государства	3
Войны и наши победы	3

Продолжение таблицы 1

Древняя Русь	2
Выдающиеся государственные деятели	2
Культура, система ценностей, духовная жизнь общества	2
Новейшая история	2
Советский период	2
Социальные конфликты, восстания, революции	1
Быт и нравы народа	1
История родного края	1
Дореволюционная Россия	1
История религии в стране	1
Перестройка, реформы, преобразования	1
Другое	3
Затрудняюсь ответить	7

Российский институт стратегических исследований в 2010 году провел масштабное исследование под руководством профессора, доктора исторических наук Т. С. Гузенковой[18]. Анализ учебников истории о событиях второй мировой войны и Великой Отечественной войны позволил выделить три типа исторических версий: традиционную (позднесоветская версия), трансформированную, радикально пересмотренную.

Авторы исследования отмечают, что наименьшим изменениям подверглись учебники таких стран, как Белоруссия, Казахстан, Армения, отчасти Узбекистан, а также непризнанной республики ПМР.

В наибольшей – стран Балтии, Украины, Польши и Грузии. Анализ событий, разворачивающихся в этих странах в последние годы, отчетливо демонстрирует влияние радикально пересмотренных подходов на состояние общества, на его социально-политическую стабильность и отношение к общей истории.

Весной 2010 года в Беларуси было проведено социологическое исследование[19], по результатам которого выявлено, что для белорусов Великая Отечественная война – это прежде всего Великая победа наших отцов и дедов (42,8%), а также героический подвиг советского народа (31,2%). Третье ранговое место занимает высказывание – трагическое событие, унесшее жизни многих людей (26,2%).

Зимой 2014 года было проведено исследование[20] и было выявлено, что в представлениях жителей России Великая Отечественная война – трагическое событие, унесшее жизни многих людей, – 33,8%; это Великая победа наших отцов и дедов – 33,6%; героический подвиг советского народа – 26,1%.

Таким образом, на уровне установок как информационного компонента памяти патриотизм и героическая тематика более концентрированно выражены у жителей Белоруссии.

Для анализа эмоционального компонента используем результаты контент-анализа рисунков и результатов опросов.

Контент-анализ рисунков[21] показал, что подписи рисунков и их содержание отчетливо демонстрируют то, что у современных школьников сформирован экзистенциальный страх войны.

Диана, 10 кл. – война – это боль, слезы, потери, страх.

Анастасия, 10 кл. – война губит невинных людей.

10 кл. – война уносит жизни, война разрушает все вокру г. Люди, живите мирно!

Один из десятиклассников процитировал стихотворение А.Т. Твардовского, характеризующее весь трагизм Великой Отечественной войны.

Я убит подо Ржевом
В безымянном болоте
В пятой роте на левом
При жестоком налете.
Я не видел разрыва,
Я не видел той вспышки.
Точно в пропасть с обрыва,
И ни дна, ни покрышки.
И во всем этом мире
До конца его дней
Ни петлички, ни лычки
С гимнастерки моей.

(А.Т. Твардовский)

Таким образом, Великая Отечественная война в представлениях современных школьников ассоциируется не только с героическим подвигом народа, но и с жертвами и потерями[22].

Незначительная часть рисунков на тематику Великой Отечественной войны связана с современными локальными войнами и конфликтами. Появление рисунков современной тематики демонстрируют ощущение неустойчивости мира и его сложность.

На подавляющем большинство рисунков (63%) – изображена военная техника – танки, самолеты. Это свидетельствует о том, что популярные игры о Великой Отечественной войне технократического содержания – «World of Tanks» и др. – способствует формированию представлений о войне, а сами игры выступают источником воспроизводства исторической памяти. Следует отметить, что гендерные отличия в воспроизводстве боевой техники сглажены, подробно прорисовывают детали, как юноши, так и девушки.

Отметим, что эмоциональная окраска событий Великой Отечественной войны у населения России и Белоруссии совпадает. Великая Отечественная война – вызывает чувство гордости за страну, победившую фашизм – 47,8%; чувство благодарности участникам войны, спасшим страну от порабощения – 33,8%; чувство горечи от огромных жертв, понесенным нашим народом – 17,5%.

Деятельностный компонент характеризуется тем, что на военную тему говорят в семьях 69% граждан России. 35% опрошенных встречались с ветеранами в 2014 году и 38% – в 2007 г. Места боевой славы, музеи и мемориалы посещали 30% опрошенных, а могилы погибших воинов навещали 28% участников опроса[23].

Опрос, проведенный на региональном уровне, показал, что 49,5% респондентов оказывали помощь ветеранам, участникам и свидетелям тех событий[24].

В 2004 году 90% населения России отмечали, что интересуются темой Великой Отечественной войны. В 2014 году региональное исследование показало, что 59,6% опрошенных интересует тема Великой Отечественной войны. 30,2% отметили, что они не интересуются, но и не игнорируют возможность получения информации о Великой Отечественной войне.

Аксиологический компонент характеризуют господствующие ценности.

Памятные семейные вещи времен Великой Отечественной войны представляют все меньшую ценность. Так, 23,5% хранят фотографии, военную форму и медали; 13,5% респондентов хранят письма с фронта и газеты военных лет; 43,8% ничего не хранят; 19,2% затруднились с ответом[25].

Одним из значимых аксиологических компонентов выступает отношение к Германии. Сегодня Германия ассоциируется у россиян, главным образом с Великой Отечественной войной (29%). Однако такая позиция не влияет на оценку отношений России и Германии. Респонденты оценивают их сегодня на три с плюсом – 3,65 балла из 5 возможных. При этом отношение властей Германии к России оценивается как наиболее дружелюбное (70%), по сравнению с другими странами. Отношение самих немцев к России большинство опрошенных также оценивают позитивно (68%)[26].

В целом, аксиологический компонент представлен доминирующим отношением к событиям Великой Отечественной войны, которое выражено как позитивная символическая ценность, с оттенком горечи и печали.

Коммуникативный компонент (мифы, легенды, устные истории) – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств.

Основными источниками информации о Великой Отечественной войне современные россияне называют (в порядке убывания): семью; учебные заведения; кинофильмы, театральные спектакли; художественную литературу; СМИ; встречи с ветеранами, музеи, воинские мемориалы; тематические кружки[27].

С историей войны наши сограждане, прежде всего, соприкасаются, благодаря просмотру фильмов: так, в течение последнего года 86% респондентов смотрели кино, посвященное событиям 1941–1945 г г.

К военной литературе россияне обращаются значительно реже: о том, что читали в этот период книги о войне сообщили только 30% опрошенных, и чаще это были пожилые люди (36% старше 60 лет), нежели 25–34-летние (21%)[28].

Один из рисунков (использованный для контент – анализа) наиболее точно – отразил новые средства коммуникации – электронные гаджеты – как источник воспроизводства исторической памяти (рисунок 1).

Анализируемый рисунок является, на наш взгляд, наиболее показательным, так как в нем в концентрированном виде собраны символ Победы (песня «День Победы», исполняемая Львом Лещенко), символика Великой Отечественной войны и Советской Армии (красная звезда), военная техника (танки), мобильный телефон, как современный способ передачи знаний и представлений, формирующий социальные установки и диспозиции).



Рисунок 1 – Новые средства коммуникации как источник воспроизводства исторической памяти о Великой Отечественной войне

Переход из коммуникативной памяти в культурную, историческую обеспечивается средствами массовой информации. Средства массовой информации являются условием того, чтобы позднейшие поколения могли стать свидетелями давно уже прошедшего события, детали которого забыты. Они резко расширяют радиус принадлежности к числу современников. Благодаря материализации на носителях данных средства массовой информации обеспечивают живым воспоминаниям место в культурной памяти. Фотография, репортаж, мемуары и фильм архивируются в большом банке данных объективированного прошлого. Она из задач СМИ – постоянно активизировать накопленные данные для устойчивого перевода информации в воспоминания.

Примером участия средств массовой информации в формировании исторической памяти о Великой Отечественной войне является интернет голосование в мультимедийный проекте-конкурсе «Имя Победы»[29].

Данный конкурс проходил с 4 ноября 2013 по 9 мая 2014 года и был проведен Российским военно-историческим обществом и Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компанией при поддержке Министерства культуры РФ.

Целью проекта являлся выбор открытым общенародным голосованием полководца, который, по мнению жителей России, внёс наибольший вклад в историю военной славы России. Поскольку отечественная военная история богата славными именами полководцев, которых по праву можно назвать великими, российскими военными историками, простыми любителями и знатоками истории были отобраны сто великих

полководцев, которые «вступили в борьбу» в открытом общенародном голосовании.

Рейтинг финалистов выстроился следующим образом.

Суворов Александр Васильевич
Жуков Георгий Константинович
Невский Александр Ярославич
Кутузов Михаил Илларионович
Рокоссовский Константин Константинович
Ушаков Федор Федорович
Нахимов Павел Степанович
Донской Дмитрий Иванович
Скобелев Михаил Дмитриевич
Ермолов Алексей Петрович

Результаты конкурса свидетельствуют о том, что из десяти финалистов два полководца являются «представителями» Великой Отечественной войны.

Следует отметить относительную устойчивость в оценках талантливых военачальников. Так, и в 2002 году большинство населения выделило – Суворова (85,0%), Жукова (80,8%)[30].

Таким образом, сложились устойчивые установки, формирующие ценностную картину восприятия военной истории и героев войны.

Следует отметить, что коммуникативная память недостаточно формализована, это, скорее, устная традиция, возникающая в интерактивном контексте человеческих отношений в повседневной жизни, – своего рода «живое воспоминание», существующее на протяжении жизни трех поколений: дети – отцы – деды.

Проведенный анализ показывает, что сегодня идет принципиально новый этап сохранения и воспроизводства памяти о Великой Отечественной войне.

Активно используются новые каналы и технологии для воспроизводства исторической памяти и формирования представлений о Великой Отечественной войне.

В СМИ складывается ситуация, когда трансформируются и радикально пересматриваются события и итоги Великой Отечественной войны. Однако и сегодня существует ряд устойчивых стереотипов и установок относительно целостной картины восприятия военной истории и героев войны.

Основной эмоциональный фон составляют чувства гордости за страну, благодарности участникам и горечи от огромных жертв. Доминирующими установками являются героическая тематика и патриотизм.

Непосредственные носители памяти о войне уходят, а так как горизонт коммуникативной памяти не превышает срока жизни трех поколений, то от воплощения памяти в тех, кто выступает ее носителями и находит для нее новые употребления, во многом зависит содержание исторической памяти о Великой Отечественной войне у жителей России.

References

1. Arnautova Ju. A. Kul'tura vospominanija i istorija pamjati Istorija i pamjat': Istoricheskaja kul'tura Evropy do nachala Novogo vremeni [Culture and history of memories. History and Memory: Historical Culture of Europe to early modern times], Pod red. L.P. Repinoj, – M.: Krug, 2006, p.p. 47–55. (In Russ.)

2. Assman Jan Kul'turnaja pamjat': Pis'mo, pamjat' o proshlom i politicheskaja identichnost' v vysokih kul'turah drevnosti [Cultural memory: Letter, the memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity], Per. s nem. M. M. Sokol'skoj, – M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2004, p. 368. (Studiahistorica). (In Russ.)

3. Bojkov V. Je. Sostojanie i problemy formirovanija istoricheskoj pamjati [State and problems of formation of historical memory], Socis, 2002, № 8, p. 86. (In Russ.)

4. «Istoricheskaja pamjat' o Velikoj Otechestvennoj vojne v obshhestvennom soznanii zhitelej g. Orla» n = 404 respondenta, prozhivajushhih v g. Orel. Vyborka reprezentativna po polu, vozrastu, sfere zanjatosti. Opros proveden v fevrale 2014g. [«The historical memory of the Great Patriotic War in the public mind of the residents of Orel» n = 404 respondents living in Orel. The sample is done by gender, age, employment. The survey was conducted in February 2014]. (In Russ.)

5. Kljuchnikova T.N., Isaeva E.Ju. Istoricheskaja pamjat' o Velikoj Otechestvennoj vojne kak process formirovanija grazhdanskoj identichnosti molodezhi [The historical memory of the Great Patriotic War as the formation of civic identity of young people], Nauchnyj, informacionno-analiticheskij zhurnal «Obrazovanie i obshhestvo», № 4 (87), Ijul'-avgust, 2014, p.p. 65–70. (In Russ.)

6. Merkushin V. I. Velikaja Otechestvennaja vojna 1941 – 1945 godov v istoricheskoj pamjati naroda [The Great Patriotic War of 1941 – 1945 in the historical memory of the people], Sociologija vlasti, 2004, № 6, p.p. 58–60. (In Russ.)

7. Polec V. Kul'turnaja pamjat' v kachestve opredeljajushhego otnoshenija poljakov k rossijanam [Cultural memory as the defining relations of Poles to the Russians], INTER, 2011, № 6, p.p. 69–70. (In Russ.)

8. Pozdnjakova-Kirbjat'eva Je. G. Funkcional'nye jelementy fenomena social'noj pamjati [Functional elements of the phenomenon of social memory], Vestnik JuRGTU (NPI), 2013, № 1, p. 207. (In Russ.)

9. «Pamjat' o Velikoj Otechestvennoj vojne v obshhestvennom soznanii zhitelej respubliki Belarus'», n = 2099 respondentov, prozhivajushhih v respublike Belarus'. Opros proveden IS NAN Belarus' po nacional'noj reprezentativnoj vyborke v 2013 godu [«The memory of the Great Patriotic War in the public consciousness of citizens of the Republic of Belarus», n = 2,099 respondents living in the Republic of Belarus. The survey was done by IS NAS of Belarus according to the sample of 2013]. (In Russ.)

10. Press-vypusk № 2368. «O chem pisat' v uchebnikah istorii Otechestva». 09.08.2013. [e-resource] http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114343 (23.07.2014) (In Russ.)

11. Press vypusk № 2453. «Rossija i Germanija: ocenka nyneshnih otnoshenij i perspektivy ih razvitija».13.11.2013. [e-resource] http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114603 (21.07. 2014);

12. Press vypusk № 2697. «Velikaja otechestvennaja vojna v rasskazah i fil'mah» 18.006.2014. [e-resource] http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114864 (23.07. 2014);

15. http://www.world-war.ru/kak-soxranit-pamyat-o-velikoj-otechestvennoj-vojne/ (27 03 2014);

16. http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114864 (23.07. 2014);

17. http://www.nameofvictory.ru/ (30.05.2014);

18. http://wciom.ru/index (23.07. 2014)

19. http://www.nameofvictory.ru/ (30.05.2014)

20. Wertsch J.V. Voices of Remembering. Cambridg, 2002.P.17.

21. Assmann J. Les cadres sociaux de la memoire,1925;

22. Assmann J. La topographielegendaire des evangiles en terresainte. Etude de memoire collective»,1941.

23. Assmann J. La memoire collective»,1950.

24. Assmann J.; Das kulturelleGedachtnis; Munchen, 1999.

25. Assmann J.; Das kulturelleGedachtnis; Munchen, 1999. S. 53.

26. Giddens, Anthony (2001) Sociology. Cambridge: Polity Press.

[1] Именно поэтому один из наиболее крупных представителей этого направления Дж. Вертч подчёркивает, что понятию «memory» он предпочитает понятие «remembering» (Wertsch J.V. Voices of Remembering. Cambridg, 2002. P.17).

[2] В 20-е г г. французский социолог Морис Хальбвакс разработал понятие «memoire collective», которое он раскрывает главным образом в трех книгах: «Les cadres sociaux de la memoire» (1925); «La topographie legendaire des evangiles en terre sainte. Etude de memoire collective» (1941) и «La memoire collective» (1950, посмертно опубликованная работа, написанная в основном в 30-е годы)

[3] J. Assmann; Das kulturelle Gedachtnis; Munchen, 1999.

[4] Полец В. Культурная память в качестве определяющего отношения поляков к россиянам// INTER. – 2011. – № 6. – С. 69–70.

[5] Ю. А. Арнаутова. Культура воспоминания и история памяти. История и память: Историческая культура Европы до начала Нового времени / Под ред. Л.П. Репиной. – М.: Кругъ, 2006, – С.47–55

[6] J. Assmann; Das kulturelle Gedachtnis; – Munchen, 1999. – S. 53.

[7] Giddens, Anthony (2001) Sociology. Cambridge: Polity Press.

[8] Ассман Ян. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Пер. с нем. М. М. Сокольской. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с. – (Studia historica).

[9] Ю. А. Арнаутова Культура воспоминания и история памяти. История и память: Историческая культура Европы до начала Нового времени / Под ред. Л.П. Репиной. – М.: Кругъ, 2006, – С.47–55

[10] Позднякова-Кирбятьева Э. г. Функциональные элементы феномена социальной памяти // Вестник ЮРГТУ (НПИ). – 2013. – № 1. – С. 207.

[11] Меркушин В. И. Великая Отечественная война 1941 – 1945 годов в исторической памяти народа // Социология власти. – 2004. – № 6. – С. 58, 60.; Пресс-выпуск № 2368. «О чем писать в

учебниках истории Отечества». 09.08.2013. http://wciom.ru/index (23.07.2014); http://www.world-war.ru/kak-soxranit-pamyat-o-velikoj-otechestvennoj-vojne/ (27 03 2014); «Память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей Республики Беларусь», n = 2099 респондентов, проживающих в Республике Беларусь. Опрос проведен ИС НАН Беларусь по национальной репрезентативной выборке в 2013 году; http://wciom.ru/index (23.07. 2014); Пресс-выпуск № 2453. «Россия и Германия: оценка нынешних отношений и перспективы их развития».13.11.2013. http://wciom.ru/index (21.07. 2014); Пресс-выпуск № 2697. «Великая Отечественная война в рассказах и фильмах» 18.006.2014.http://wciom.ru/index (23.07. 2014); http://www.nameofvictory.ru/ (30.05.2014); http://www.nameofrussia.ru (27.08.2014); Бойков В. Э. Состояние и проблемы формирования исторической памяти // Социс. – 2002. – № 8. – С. 86.

[12] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла» n = 404 респондента, проживающих в г. Орел. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в феврале 2014 г.; «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла» n = 404 респондента, проживающих в г. Орел. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в июле 2014 г.; Контент – анализ рисунков был проведен на основе организованного конкурса детских рисунков. Всего собрано 334 рисунка, выполненных учениками школ г. Орла, Орловской области и г. Москвы.

[13] Меркушин В. И. Великая Отечественная война 1941 – 1945 годов в исторической памяти народа // Социология власти. – 2004. – № 6. – С. 58, 60.

[14] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла», n = 404 респондента, проживающих в г. Орле. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости.

[15] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла», n = 404 респондента, проживающих в г. Орле. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в июле 2014 г.

[16] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла» n = 404 респондента, проживающих в г. Орел. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в июле 2014 г.

[17] Пресса-выпуск № 2368. «О чем писать в учебниках истории Отечества». 09.08.2013. http://wciom.ru/index (23.07.2014).

[18] http://www.world-war.ru/kak-soxranit-pamyat-o-velikoj-otechestvennoj-vojne (27 03 2014).

[19] «Память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей Республики Беларусь», n = 2099 респондентов, проживающих в Республике Беларусь. Опрос проведен ИС НАН Беларусь по национальной репрезентативной выборке в 2013 году.

[20] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла», n = 404 респондента, проживающих в г. Орел. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в феврале 2014 г.

[21] Контент-анализ рисунков был проведен на основе организованного конкурса детских рисунков. Всего собрано 334 рисунка, выполненных учениками школ г. Орла, Орловской области и г. Москва.

[22] Ключникова Т.Н., Исаева Е.Ю. Историческая память о Великой Отечественной войне как процесс формирования гражданской идентичности молодежи // Научный, информационно-аналитический журнал «Образование и общество» № 4 (87). Июль-август. – 2014. – С. 65–70.

[23] http://wciom.ru/index (23.07. 2014).

[24] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла» n = 404 респондента, проживающих в г. Орле. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в июле 2014 г.

[25] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла» n = 404 респондента, проживающих в г. Орле. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в июле 2014 г.

[26] Пресс-выпуск № 2453. «Россия и Германия: оценка нынешних отношений и перспективы их развития». 13.11.2013. http://wciom.ru/index (21.07. 2014).

[27] «Историческая память о Великой Отечественной войне в общественном сознании жителей г. Орла», n = 404 респондента, проживающих в г. Орел. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, сфере занятости. Опрос проведен в июле 2014 г.

[28] Пресс-выпуск № 2697. «Великая Отечественная война в рассказах и фильмах» 18.006.2014.http://wciom.ru/index (23.07. 2014).

[29] http://www.nameofvictory.ru/ (30.05.2014).

[30] Бойков В. Э. Состояние и проблемы формирования исторической памяти // Социс. – 2002. – № 8. – С. 86.