

А. В. СИМОНОВ

ИМПЕРСКАЯ ИДЕОЛОГИЯ В БРИТАНСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВЕКА

В статье анализируется роль британской прессы в формировании имперского общественного сознания. На основе изучения общественно-политических публикаций в центральных, региональных и колониальных газетах и журналах раскрывается планомерная и успешная деятельность СМИ по внедрению в массовое сознание идеологием национальной исключительности и мессианского предназначения. Интерпретация в прессе событий внутри империи и на международной арене способствовала формированию образа врага и усиливала националистические настроения, в особенности, британский радикальный национализм, получивший название джингоизм. Вместе с тем, понятие «британская нация», вошедшее в политический и социокультурный обиход в период расцвета империи, подразумевало, что в иерархии идентичностей традиционный этнонационализм уступил высшие позиции британскому национальному самосознанию.

Ключевые слова: *империализм, идеология, идентичность, колониализм, нация, СМИ.*

Понятие *империализм* является производным от империй Нового времени, когда мощные европейские державы, создававшие в рамках своих границ современные нации-государства, активно и успешно захватывали обширные территории Азии, Африки, Северной и Южной Америки. Успешная военная экспансия, колонизация, укрепление торговых приоритетов как среди нативных сообществ, так и в высокоразвитых цивилизациях и культурах Востока – все это обеспечивалось технологическим (в частности, милитаристским) и организационным превосходством европейцев. Одновременно империализм – это не только собственно процесс передела мира и формирования капиталистической мир-экономики: в не меньшей степени империализм подразумевает идеологическое содержание экспансионистской политики и сложение имперской ментальности в метрополии, включающей пренебрежительное отношение к странам и народам, подвергшимся колонизации. Конструирование империализма как национальной идентичности и исключительности наиболее очевидно было представлено в британской идеологии начиная со второй половины XIX века.

Пропаганда империализма как формы британского национализма проводилась по разнообразным каналам, включая систему образования и художественную культуру, однако наиболее постоянным и целенаправленным способом воспитания общественного сознания были

средства массовой информации, т.е. газеты и журналы. Открытое и некритичное восхваление британской нации, выражаемое зачастую в лозунгах, не требующих обоснования и разъяснения, было характерно для передовиц центральных газет, перепечатаваемых многочисленными локальными изданиями. При этом можно заметить существенное различие между обсуждением национальных политических и экономических проблем в парламенте и способами и языком подачи таких материалов в средствах массовой информации. К примеру, события, связанные с Индийским восстанием, длительное время дискутировались в обеих палатах парламента. При этом ни одно выступление не касалось вопроса о правомочности пребывания британцев в Индии: все дискуссии сводились к тому, что Ост-Индская компания уже не способна эффективно управлять, а потому система двойного управления должна быть изменена посредством полной передачи власти над Индией Короне¹. Иными словами, парламентские дебаты, хотя бы в данном конкретном случае, несли в себе имперский смысл априори, без необходимости использования националистической риторики для доказательства политической элите британских интересов в колониях. Однако в газетах при подаче отчетов по парламентским слушаниям главное место занимают разъяснения целесообразности тех или иных политических действий – вплоть до интерпретации целей заседания. В этом смысле заслуживают внимания способы изложения газетами вышеупомянутых прений в палате общин в связи с принятием закона об управлении Индией в 1858 г. Официальный переход Индии под власть британской короны сопровождался внедрением в общественное сознание противопоставления «дурного» управления Ост-Индской компании «справедливому» государственному управлению².

Самым безошибочным политическим приемом воздействия на общественное сознание является напоминание читателям об их назначении в качестве представителей высшей расы. Подобные лозунги призваны вообще снять какие-либо вопросы о жестокости и несправедливости колониальной политики по отношению к жителям покоренных стран; действия британцев в колониях становятся необходимыми условиями построения взаимоотношений и даже особым актом гуманизма на благо аборигенов. Оценка Национального восстания в Индии строится на основании оценок индийцев как полуварварского народа, подверженного страстям, а потому нуждающегося во вмеша-

¹ Hansard's Parliamentary Debates... Pp. 858-879.

² Ibidem.

тельстве «более высокого разума и более сильной руки цивилизованного соседа»³.

Широкая аудитория газеты *The Times*, выступавшей в качестве одной из главных национальных газет (учитывая перепечатки в других изданиях), получала целенаправленное имперское воспитание не только через передовицы: большая часть газетной информации, касавшейся роли Великобритании на международной арене или деятельности британцев за рубежами метрополии, непременно содержала пафосные оценки британской нации; можно заметить, что к концу XIX в. понятие *British nation* встречается в прессе уже не реже, чем *Englishmen*.

К концу века из средств массовой информации исчезает критическое отношение к империализму как чувству, несовместимому с британским политической культурой и поведением; расцвет империализма принес с собой двойные стандарты во взаимоотношениях с людьми и целыми странами, что А.М. Уэйнрайт определил так: «Британское благовоспитанное общество – *только в Соединенном Королевстве*» (курсив автора. – А.С.)⁴.

Развертыванию всепроникающей империалистической идеологии способствовало наступление эпохи новых технологий, включающих, в частности, скорость передачи информации по телеграфу и телефону, и в еще большей степени – монополизация доставки и публикации новостей агентствами, такими как Рейтер, тесно связанными с официальными кругами. Вследствие этих факторов, имперская информация приобрела тот самый тотальный характер, о котором писал Дж. Гобсон: «В Великобритании <...> альянс прессы с финансовыми сферами становится теснее год от года вследствие покупки финансистами контрольных пакетов акций газет или посредством вовлечения собственников газет в финансовую деятельность. Помимо прессы, занимающейся финансовыми проблемами, а также владения всей прессой, Сити заведомо оказывает постоянное и искусное влияние на ведущие лондонские газеты, а через них – на всю провинциальную прессу»⁵.

Аудитория газет, т.е. читатели, по выражению Дж. Гобсона, «дешевой прессы» и потребители «финансового или политического империализма, стремящегося возбудить патриотизм в целях новой экспансии»⁶, к концу XIX в. существенно расширяется за счет изменения

³ Ibidem.

⁴ Wainwright 2008. P. 9.

⁵ Hobson 1902. P. 67.

⁶ Ibid. P. 68.

социальной структуры общества, когда значительная часть британцев пополнила средний класс, от низшего до высшего его слоя (исходя из имущественного и образовательного критерия). Этот фактор тоже повлиял на стиль, содержание и качество информации, которую хотели бы получать новые читатели. Приобретенные большинством британцев-мужчин избирательные права, достигнутый и осязаемый уровень личного благополучия, реальные перспективы социального лифта способствовали снижению социального протеста, заставляли потребителей информации мыслить и рассуждать в имперском духе, некритично и пафосно. Конечно, чтение газет не было общепринятой практикой, однако с точки зрения способности их читать Британия далеко опережала большинство других стран мира, что доказывает Эдвин Вест: «К 1870 году⁷, когда начали действовать государственные школы, 93% детей школьного возраста уже были грамотны»⁸. Иными словами, возможность читать газеты и черпать из них информацию была у многих потенциальных читателей, число которых неуклонно возрастало, судя по растущим тиражам как лондонских, так и провинциальных газет. Действительно, хотя тиражи газет и журналов в конце XIX – начале XX в. были значительно ниже, чем в настоящее время, все же можно говорить о том, что они охватывали своим влиянием подавляющее большинство британцев. Так, тираж *Daily Chronicle* составлял 130 тыс. экз. в 1886 г. и 155 тыс. экз. в 1893 г.; тираж *Daily Telegraph* – 141,7 тыс. в 1861 г. и 300 тыс. экземпляров в 1888 г.⁹

На рост числа читателей, без сомнения, оказывала воздействие доступность газет по цене. У многих изданий сохранение низких цен было и залогом конкурентоспособности, и основой принципиального курса на расширение круга читателей. К примеру, *The Times* сохраняла установленную в 1861 г. цену 3 пенса до 1913 г., увеличивая тираж на 10 тыс. экз. в год. Этому способствовали, на наш взгляд, следующие обстоятельства: 1) технические – начиная с 1861 г. удешевляется процесс производства газетной бумаги, изготавливаемой теперь из целлюлозы и макулатуры, а с 1869 г., благодаря «прессу Уолтера», суще-

⁷ Закон об обязательном начальном образовании, часто именуемый Законом Форстера по имени инициатора его принятия либерала Вильяма Форстера, был принят в 1870 г. Согласно этому закону, все дети Англии и Уэльса в возрасте от 5 до 12 лет должны были обучаться в школах, а в случае необходимости – в школах-интернатах.

⁸ West 1994. P. 167.

⁹ Brown 1985. P. 52-53. В этой же книге приводятся данные по другим газетным изданиям.

ственно модернизируется сам процесс печатания газет; 2) коммерческие – газеты все активнее сотрудничают с рекламодателями; 3) внутренние ресурсы издательств – сдерживание расходов на редактуру, связь и офисные затраты, хотя такие расходы, конечно, неминуемо увеличивались (в 1860 г. – 55 тыс. фунтов стерлингов, в 1870 г. – 67 тыс. фунтов стерлингов). При этом газете удавалось выдерживать конкуренцию с более популярными изданиями, оставаясь символом британской респектабельности. *The Times* была настолько прибыльна, что дивиденды, составлявшие 62 тыс. фунтов стерлингов в 1862 г., в последующие три года выросли до 70 тыс. фунтов, а в 1870г. достигли 89,6 тыс. фунтов стерлингов. Джон Уолтер воистину добился «филантропии плюс пять процентов»¹⁰.

Однако вопрос о круге читателей газет представляет собой некоторую проблему в отношении добровольности выбора того или иного издания по финансовым причинам, а также вследствие интересов, во многом обусловленных образовательным уровнем и родом профессиональных занятий. При этом можно предположить, что к концу XIX века газеты стали доступны бедным слоям населения, став культурной нормой британского образа жизни: даже в тюрьмах наличие газет было обязательным¹¹.

При том, что развлекательные газеты (такие как *Leisure Hour* – «Час досуга») занимали значительное место в общем числе читаемых ежедневников и еженедельников, даже и такие издания, так или иначе, отражали текущие события внутри страны и за рубежом и, следовательно, способствовали формированию в общественном сознании определенных патриотических стереотипов, имперского алгоритма.

Примером могут служить публикации, нацеленные на пропаганду империалистической идеологии, для которой британская пресса широко использовала пробританские настроения в колониях. При этом преследовались, на наш взгляд, по меньшей мере, четыре цели, а именно: убедить общественное мнение в том, что «белые» колонии продолжают оставаться лояльными Великобритании и империи; население покоренных стран движется по пути цивилизации и прогресса; действия колониальной администрации служат сближению с абориге-

¹⁰ Woods, Bishop 1983. P. 97. Выражение «филантропия плюс пять процентов» приписывается Сесилу Родсу, сказавшему, что «чистая филантропия по своему очень хорошее дело, но филантропия плюс пять процентов годовых – намного лучше» (цит. по: Johari 1993. P. 207). Считается, что так С. Родс выразил экономическую сущность британского колониализма.

¹¹ Brown. 1985. P. 48.

нами; сами аборигены, за редким исключением, благодарны британцам за их усилия – эта тема стала особенно актуальной после кровопролитного подавления Индийского национального восстания и захвата огромных территорий в Африке. Доказательством лояльности «белых» колоний является, к примеру, публикация в «Таймс» речи лорда Абердина¹², произнесенной в Королевском колониальном институте и повествующей о британской идентичности канадцев, остающихся верными «материнской стране»¹³.

Набор империалистических лозунгов, пропагандируемых в патриотических публикациях, включает устойчивые выражения: «то, что было главной ценностью для отцов», «преимущества, вытекающие из единства с самой могущественной Империей, которую когда-либо знал мир», «огромные усилия по обеспечению единства Империи и сохранению британской торговой и политической свободы», «имперское дело», «триумф британского патриотизма», «политическое уничтожение тех, кто хотел бы продать Юнион Джек Звездам и Полосам», «материнская страна», «сохранение родной империи», «вселенная под властью Британской Короны». Все эти устойчивые имперские выражения содержатся, к примеру, в письме Говарда Винсента, обращенном к редактору и опубликованном в «Таймс»¹⁴.

Для доказательства благотворного влияния колониальной политики на небелых подданных британские средства массовой информации привлекают авторов, выказывающих безоговорочную лояльность и признательность империи. В этом смысле представляет интерес статья широко известного на Западе реформатора индуизма П.Ч. Маджумдара¹⁵, опубликованная в популярном ежемесячном журнале *The Nineteenth Century* и включавшая все тот же набор империалистических лозунгов, которые широко использовались авторами-британцами: «Непорочность и истинность английского правления и английских идеалов бесшумно несли с собой высокие идеалы личной и общественной жизни. <...> Современный образованный индиец <...> гордится правительством, которое им управляет, он молчаливо благоговеет перед августейшим монар-

¹² Лорд Абердин, граф, сэръ Джон Кэмпбелл Гамильтон-Гордон, маркиз Абердин и Темер, был генерал-губернатором Канады в 1893-1898 гг.

¹³ Lord Aberdeen on Canada...

¹⁴ Vincent Howard. To the Editor of the Times... Р. 3. Говард Винсент – известный деятель Консервативной партии, член парламента с 1885 по 1908 г.

¹⁵ Прапад Чандра Маджумдар (1840–1905) – лидер движения за реформацию индуизма Брахмо-самадж. Выступал за сближение индуизма с мировыми религиями, участвовал в работе парламента религий мира (Чикаго, 1893).

хом, которого называет своей Матерью. <...>. Индеец тоже ощущает себя сыном Империи, на нем отражается слава Англии, герои Англии – это его герои, будущее Англии – это его будущее»¹⁶.

Имперский пафос туземного апологета империализма успешно встраивался в идеологический дискурс Великобритании, который формировал и беспрестанно репродуцировал в британском общественном сознании концепт имперского величия и долга перед империей. Обратимся, например, к речи «Вопросы империи», произнесенной лордом Розбери¹⁷ при назначении его лордом-ректором университета Глазго и напечатанной полностью в «Таймс». Речь содержит большое число идеологических штампов, включающих «великое наследие», «верная служба», «наша слава», «величайшая империя» с указанием, насколько она велика географически и демографически, «враги, завидующие Великобритании и стремящиеся ее ослабить»¹⁸. Эти штампы выступают в качестве некритически воспринимаемых идеологем¹⁹, нацеленных на национальную интеграцию, укрепление имперского патриотизма и энтузиазма, которые в Великобритании конструируются, как и в случае с другими нациями, на основании исключительности, великого прошлого и образа врага, к которым могут относиться как «традиционные» неприятели, так и любые государства и народы, окказионально покушающиеся на британские интересы.

Тяготы «имперского бремени», которые заключались в расходах на содержание империи, парадоксальным образом не заставляли сомневаться в ее целесообразности. Выступая на страницах массового издания, известный политик, авторитетный естествоиспытатель и энциклопедист Джон Лаббок скрупулезно подсчитал, какие суммы рас-

¹⁶ Mozoomdar 1900. P. 993, 999-1000.

¹⁷ Лорд Розбери (Арчибальд Филипп Примроуз) – премьер-министр Великобритании в 1894–1895 гг., президент либеральной лиги с 1902 г., по политическим воззрениям – либеральный империалист.

¹⁸ Lord Rosebery. Questions of Empire...

¹⁹ Идеологема – это идейная парадигма, т.е. оценивающая, организующая и направляющая система главных идей. Одновременно идеологема является отдельной идеологической единицей, причем совокупность различных единиц составляет идеологию – отличающуюся внутренней целостностью и непротиворечивостью систему воззрений об обществе, политике, экономике и т.д. В случае Великобритании идеологема обладают характеристиками устойчивых фразеологических единиц или вербальных стереотипов, например, «имперская раса», «великое наследие отцов», «ответственность перед Империей и нацией», «долг цивилизованной нации перед нецивилизованными народами», «без Империи не будет Великобритании» и т.д.

ходовались британским правительством на поддержание заморских колоний, включая траты на военные нужды, содержание государственного аппарата и кредиты, многие из которых так и не были возвращены. Согласно его подсчетам, налоги, получаемые казной из колоний, были несопоставимо малы в сравнении с затратами. Лаббок особо выделяет Индию: «Владение Индией является самым затратным бременем для нашей страны». Одновременно он, используя демагогическую риторику, объясняет, что «в любом случае, наши честные усилия и желание нацелены на управление Индией для блага народа Индии. <...> Ему выгодно наше правление. <...> Индия не вносит ни пенни в доход Великобритании»²⁰.

В продолжение темы подтверждения имперского права управлять и вмешиваться во внутренние дела других народов Дж. Лаббок обращается к войнам, которые вели британские войска в колониях: «...войны с местными племенами <...> необходимы для поддержания дружеских отношений с аборигенным населением колоний. <...> Когда к ним пришла цивилизация, их поместили в богатые резервации, они получают помощь от цивилизации, обладают личными правами на собственность, подчиняются законам и защищены ими. У них есть школы, а христиане посылают к ним лучших учителей»²¹.

Казалось бы, весьма ощутимые экономические потери от содержания империи должны были способствовать антиимперским настроениям. Однако, напротив, бремя имперской ответственности оказывалось весьма действенным фактором национальной интеграции и самосознания. Грандиозность «имперского проекта» как ядра национальной идеи оказывалась важнее, чем логически вытекающее из его невыгодности стремление прекратить колониальную экспансию. Иными словами, политический романтизм был важнее экономической целесообразности. Это нашло отражение и в средствах массовой информации, ставших к концу XIX века фактором, цементирующим нацию и облакающим в словесную форму британский джингоизм, глубоко укоренившийся в общественном сознании.

Империалистическая риторика имплицитно включала в себя различные, но взаимосвязанные уровни: от международной политико-экономической конкуренции и национального престижа до насущных каждодневных проблем британцев, решение которых зависело от силы государства. Газеты и журналы, включившиеся в пропаганду импер-

²⁰ Lubbock 1877. Pp. 38-44.

²¹ Ibid. P. 42-44.

ских целей, имели дело с уже сформированным популярным империализмом; далеко не всегда позитивное отношение к политике властей внутри страны уравнивалось признанием необходимости существования империи: она как никакая иная составляющая национального воображения ассоциировалась с британским «Мы-образом».

БИБЛИОГРАФИЯ / REFERENCES

- Brown L. Victorian News and Newspapers. Oxford: Clarendon Press. 1985.
 Hansard's Parliamentary Debates. Third Series (from 23 February to 3 May 1858). London: Cornelius Buck. 1858.
 Hobson J.A. Imperialism. A Study. London: James Nisbet & Co. et al. 1902.
 Johari J. C. Voices of Indian Freedom Movement. New Delhi: Anmol Publications Pvt. Ltd. 1993. 360 p.
 Lord Aberdeen on Canada // The Times. 1891. 12 February. P. 3.
 Lord Rosebery. Questions of Empire // The Times. 1900. 17 November. P. 1.
 Lubbock J. On the Imperial Policy of Great Britain // The Nineteenth Century. 1877. March.
 Mozoomdar P.C. Present Day Progress in India // The Nineteenth Century. 1900. December.
 Vincent Howard. To the Editor of the Times // The Times. 1891. 12 February. P. 3.
 Wainwright A.M. "The Better Class" of Indians: Social Rank, Imperial Identity, and South Asians in Britain, 1858–1914. New York: Manchester University Press. 2008.
 West E.G. Education and the State. Indianapolis: Liberty Fund. 1994.
 Woods O., Bishop J. The Story of the Times. London: Michael Joseph. 1983. 392 p.

Симонов Андрей Викторович, аспирант, Институт филологии и истории Российской Государственной Гуманитарной Университета; dra8@mail.ru

Imperial ideology in the British mass media in the late 19th –early 20th century

The paper examines the role of media in constructing British imperial public consciousness. Having studied the socio-political publications in the central, regional and colonial newspapers and magazines, the author revealed the systematic and successful implantation of the ideologemes about British national exclusiveness and messianic destiny in the mass consciousness. Interpretation in newspapers of events in the empire and on the international scene always promoted formation of the image of the enemy, strengthened British nationalist and so called *tingoist* feelings. The notion about the British nation, which entered into political and sociocultural use in the period of the Imperial Golden Age, implied that in the hierarchies of identities the traditional ethno-nationalism was replaced by the British national consciousness.

Keywords: imperialism, ideology, identity, colonialism, nation, press.

Andrey Simonov, postgraduate, Institute of Philology and History, Russian State University for the Humanities; dra8@mail.ru