

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.1.14>

Малаховская Вера Владимировна, Малаховский Алексей Кимович

БРИТАНСКИЕ СМИ В ПЕРИОД ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

В статье представлен анализ информационной деятельности британских СМИ в годы Второй мировой войны. Целью работы является изучение особенностей взаимодействия правительственных органов со всеми каналами СМИ. Новизна исследования заключается в том, что проводится комплексное рассмотрение деятельности коалиционного правительства и Министерства информации по отношению к британским СМИ на основе привлечения оригинального материала. Авторы определяют этапы эволюции информационной политики правительственных кругов и устанавливают, что им удалось преодолеть трудности и наладить эффективную пропаганду в период военных действий.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2019/1/14.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 1. С. 66-72. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2019/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

14. Berve H. Miltiades. Studien zur Geschichte des Mannes und seiner Zeit. Berlin: Weidmann, 1937. 111 S.
15. Cole J. W. Peisistratus on the Strymon // Greece and Rome. 1975. Vol. 22. № 1. P. 42-44.
16. Davies J. K. Athenian Propertied Families, 600-300 B.C. Oxford: Clarendon Press, 1971. 653 p.
17. Ehrenberg V. Aspects of the Ancient World. Oxford: B. Blackwell, 1946. 256 p.
18. Figueira T. J. Colonization in the Classical Period // Greek Colonisation. An Account of Greek Colonies and Other Settlements Overseas: in 3 vols. / ed. G. R. Tsetsckhladze. Leiden – Boston: Brill, 2008. Vol. 2. P. 427-523.
19. Graham A. J. Colony and Mother City in Ancient Greece. N. Y.: Barnes & Noble, 1964. 259 p.
20. Miller T. Die griechische Kolonisation in Spiegel literarischen Zeugnisse. Tübingen: G. N. Verlag, 1997. 337 S.
21. Tiverios M. Greek Colonisation of the North Aegean // Greek Colonisation. An Account of Greek Colonies and Other Settlements Overseas: in 3 vols. / ed. G. R. Tsetsckhladze. Leiden – Boston: Brill, 2008. Vol. 2. P. 1-154.
22. Viviers D. Pisistratus' settlement on the Thermaic Gulf: a connection with Eretrian colonization // Journal of Hellenic Studies. 1987. Vol. 107. P. 193-195.
23. Walker K. G. Archaic Eretria. A Political and Social History from the Earliest Times to 490 B.C. L. – N. Y.: Routledge, 2004. 348 p.
24. Will Ed. Sur L' evolution des rapports entre colonies et métropoles en Grèce à partir du VI siècle // La Nouvelle Clio. 1954. Vol. 6. P. 413-460.

**PEISISTRATOS AND MILTIADES THE ELDER:
WHO WAS THE INITIATOR OF THE COLONY MOVE IN THRACIAN CHERSONESE?**

Aleksandrova Ol'ga Igorevna, Ph. D. in History
The Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg
olgaalex@lenta.ru

The article aims to find out who was the initiator of the Athenian settlement move in Thracian Chersonese in the middle of the VI century B.C.: was it exclusively a private expedition of Miltiades the Elder, or is it possible to trace the state participation in the person of the tyrant Peisistratos? Basing on the analysis of scarce and contradictory information from ancient texts, the author comes to the conclusion that the settlement establishment was beneficial to both parties, consistent with the spirit of the Athenian foreign policy of that period, and undoubtedly contributed to strengthening the position of Athens in the Thracian region, therefore it is possible to assume Peisistratos' direct involvement in the arrangement of the Athenian expedition to Thracian Chersonese.

Key words and phrases: Athens; Thracian Chersonese; Thrace; colonisation; Peisistratos; Miltiades.

УДК 93/94; 070.001

Дата поступления рукописи: 29.10.2018

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.1.14>

В статье представлен анализ информационной деятельности британских СМИ в годы Второй мировой войны. Целью работы является изучение особенностей взаимодействия правительственных органов со всеми каналами СМИ. Новизна исследования заключается в том, что проводится комплексное рассмотрение деятельности коалиционного правительства и Министерства информации по отношению к британским СМИ на основе привлечения оригинального материала. Авторы определяют этапы эволюции информационной политики правительственных кругов и устанавливают, что им удалось преодолеть трудности и наладить эффективную пропаганду в период военных действий.

Ключевые слова и фразы: СМИ Великобритании; правящие круги Великобритании; «пресс-бароны»; коалиционное правительство У. Черчилля; Министерство информации; пропагандистские кампании; цензура; радиокорпорация Би-Би-Си; сетка вещания; британская пресса; информационные агентства; кинематография.

Малаховская Вера Владимировна, к. филол. н.
Малаховский Алексей Кимович, к.и.н., доцент
Российский университет дружбы народов, г. Москва
malakhovskaya-vv@pfur.ru; malakhovskiy_ak@pfur.ru

**БРИТАНСКИЕ СМИ В ПЕРИОД ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ:
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

Второе десятилетие XXI в. ознаменовано интенсификацией информационных войн в мировом информационном пространстве. Наряду с США заметную роль в информационных кампаниях, направленных против Российской Федерации, играет Великобритания, обладающая мощной системой СМИ, одной из старейших в мире. Вторая мировая война в значительной мере повлияла на методы работы и стилистику британских СМИ, на способы взаимодействия прессы, информационных агентств, радиовещания, кинематографа с правящими кругами страны, а также на формирование системы внешнеполитической пропаганды. Учитывая значительную роль СМИ Великобритании в мировом информационном пространстве в годы Второй мировой войны, в период «холодной войны», в постсоветский период, избранная тема представляется весьма актуальной.

Проблематика, связанная с внешнеполитической пропагандой, направленной на «страны оси», а также на обширную британскую колониальную империю, выходит за рамки данной работы, поскольку является достаточно объемной и заслуживает отдельного, углубленного изучения. Целью статьи является выяснение особенностей информационной деятельности и взаимодействия с государством британских СМИ в годы Второй мировой войны.

Цель исследования определила его задачи, которые заключаются в следующем:

1. Охарактеризовать внутривнутриполитическую ситуацию в Великобритании, задачи, стоявшие перед руководством страны в деле организации информационной политики после начала Второй мировой войны.
2. Выяснить роль коалиционного правительства У. Черчилля в выработке информационной политики.
3. Выявить особенности деятельности Министерства пропаганды, созданного на время военных действий, в контексте социально-политических проблем британского общества рассматриваемого периода.
4. Рассмотреть особенности политики «добровольной цензуры», введенной британским правительством и осуществляемой Министерством информации в отношении британского радиовещания, прессы, кинематографа.
5. Предпринять попытку выделить этапы эволюции взаимоотношений правительства и СМИ в ходе Второй мировой войны.

В российской научной литературе сложилась традиция изучения СМИ Великобритании, основанная на сравнительно-историческом анализе, который лег в основу нашей статьи. Такие авторы, как С. И. Беглов [2], В. С. Соколов, С. М. Виноградова [3], В. Л. Артемов, В. С. Семенов [1], затрагивали избранную тему либо в рамках общих исследований СМИ, либо рассматривали деятельность отдельных каналов масс-медиа. Научная новизна статьи обусловлена тем, что с опорой на критический анализ британских научных источников, выступлений политических деятелей, материалов СМИ в настоящем исследовании предпринимается попытка комплексного анализа взаимоотношений британского руководства со всеми каналами СМИ в рассматриваемый период; ряд англоязычных источников впервые вводится в научный оборот.

Начиная исследование, зададимся вопросом: была ли готова Великобритания к информационному противоборству с гитлеровской Германией, когда военные действия, вопреки пост-мюнхенским расчетам правительства Н. Чемберлена, приблизились к Британским островам?

С одной стороны, к началу Второй мировой войны Великобритания, возглавлявшая обширную колониальную империю, подошла с развитой системой средств массовой информации – прессой, радиовещанием, кинематографом. В отличие от континентальных стран Европы, Великобритания не была оккупирована в годы Второй мировой войны. На первом этапе войны, получившем название “phoney war” – «странная война» (осень 1939 – весна 1940 г.), прямых масштабных столкновений с гитлеровскими войсками у Великобритании не было, мобилизация общества была невысока, и информационная война с британской стороны шла так же вяло, как и действия британских войск.

С другой стороны, самоуспокоенность правительства Н. Чемберлена начала перерастать в состояние некоего оцепенения с момента вторжения гитлеровской Германии в Польшу до захвата немецкими войсками Нидерландов и Франции. Только после эвакуации британских войск из Дюнкерка пришло осознание необходимости мобилизации всех военных, экономических, политических и пропагандистских ресурсов: ведь гитлеровские войска вышли на берег Ла-Манша, и мрачная тень нацистского вторжения нависла над Британскими островами.

Коалиционное правительство У. Черчилля, сменившее в мае 1940 г. провалившийся консервативный кабинет Н. Чемберлена (с несостоявшимся «миром на все времена», обещанным последним после заключения мюнхенского пакта 1938 г.), было вынуждено преодолеть «невиданный национальный кризис» [7] для организации отпора противнику. Когда Великобритания испытала на себе массированные бомбардировки гитлеровской авиации и претерпела такие лишения военного времени, как продовольственные карточки, эвакуация населения, трудовая мобилизация, не говоря о призыве на воинскую службу, стало ясно, что страна была не готова к информационному противоборству с мощным противником.

Непростые задачи стояли перед британским правительством в области организации работы средств массовой информации. На расколотившее классовыми противоречиями британское общество обрушилась мощная геббельсовская пропаганда, действовавшая как с помощью радиовещания, так и через «пятую колонну» – Британский союз фашистов О Мосли. Необходимо отметить, что на протяжении 1930-х гг. «большая» британская пресса, в значительной степени контролировавшаяся монополиями нескольких «пресс-баронов», писала о гитлеровской Германии в диапазоне от одобрения политики примирения с ней до открытого выражения симпатии нацистскому режиму. Так, в январе 1934 г. таблоидная «Дейли Мейл», принадлежавшая лорду Ротермиру (одному из нескольких британских «пресс-баронов»), вышла с крупным колонтитулом на первой полосе: «Ура чернорубашечникам!» [12]. Сдержанно-положительное отношение британской «большой прессы» к гитлеровскому режиму и доморощенным фашистам контрастировало с резким антикоммунистическим и антисоветским тоном британских СМИ на протяжении всего межвоенного периода.

Полугосударственная радиокорпорация Би-Би-Си в 1930-е гг. освещала такие события, как гражданская война в Испании 1936 г., чехословацкий кризис, мюнхенское соглашение 1938 г., отставка Э. Идена с поста министра иностранных дел, весьма робко и вскользь [14, р. 125]. В далекой от классовой гармонии Великобритании 1930-х гг. Би-Би-Си также предпочитала отмалчиваться в отношении противоборства компартии Великобритании и Британского союза фашистов [Ibidem], положения трудящихся в условиях великой экономической депрессии начала 1930-х гг. и затянувшегося спада, преследовавшего британскую экономику на протяжении всего десятилетия. Таким образом, ведущие средства массовой информации Великобритании, выражавшие точку зрения правящей элиты, к началу Второй мировой войны подошли с тяжелым багажом неопределенности

и недомолвок по ключевым вопросам внутренней и внешней политики, отсутствия связи с интересами рядовых граждан, неспособности говорить с народными массами доверительно, отражая их интересы и чаяния.

Роль коммуникатора, способного ясно обозначить цели борьбы с нацистской угрозой и мобилизовать общество на решительные действия, задав тон мобилизационной пропагандистской кампании, взял на себя премьер-министр У. Черчилль. 4 июня 1940 г. он выступил в парламенте со своей знаменитой речью, вошедшей в историю под названием «Мы будем сражаться на пляжах». Касаясь внутренней мобилизации, он, в частности, сказал: «Парламент наделил нас властью решительно покончить с деятельностью “пятой колонны”, и мы применим эту власть... без малейшего колебания, пока мы в полной, полнейшей мере не удостоверимся, что эта зараза полностью уничтожена в наших рядах» [8]. Нацеливая страну на борьбу с внешним вторжением, У. Черчилль заявил: «Мы будем сражаться на морях и океанах, мы будем сражаться с растущей уверенностью и растущей силой в воздухе, мы защитим наш остров любой ценой, мы будем сражаться на пляжах, мы будем сражаться на суше, мы будем сражаться в полях и на улицах, мы будем сражаться в горах, мы никогда не сдадимся» [Ibidem].

Выступление У. Черчилля не только оказало мобилизующее влияние на население Великобритании, но встряхнуло и оживило деятельность Министерства информации, которое было создано в первые дни войны кабинетом Н. Чемберлена. Постепенно Министерство начало учиться действовать в условиях, отличных от тех, что сопутствовали Первой мировой войне, когда на время военных действий был создан аналогичный правительственный орган. Щедрые обещания рядовым солдатам окружить их заботой после войны, розданные британской военной пропагандой в 1914-1918 гг., не сбылись, наоборот, Великобритания в 1920-1930-е гг. стала ареной классового антагонизма. Таким образом, возобновленные призывы сражаться «за короля и страну» на сей раз воспринимались трудящимися массами с цинизмом и апатией на фоне роста безработицы и бедности.

Зададимся вопросом: каким образом менялись характер и стиль деятельности Министерства информации? Лорд Макмиллан, возглавивший Министерство в первый год его деятельности, признался осенью 1939 г., что ему трудно определить, каким образом Министерство должно функционировать [15, р. 13]. Острые на язык британские юмористы тут же назвали хозяйство Макмиллана «министерством затруднений» [14, р. 133]. В руководстве Министерства в первые два года его деятельности явно ощущалась текучесть кадров: так, за это время четыре раза менялся министр, в числе промелькнувших руководителей был глава Би-Би-Си лорд Риис. Лишь с середины 1941 г. в Министерстве закрепилось руководство, которое сохранилось до конца войны.

В начале войны продукция государственной пропаганды свидетельствовала о неспособности Министерства чувствовать настроения общества и вызывать отклик и широких слоев населения. Классовые предрассудки, типичные для представителей «высшего класса», которые руководили практически всеми государственными органами, предопределили поучительный тон и нелепость наглядной агитации, выпускаемой Министерством, и вызывали насмешки публики. Так, один из первых плакатов, предназначенных, видимо, для поднятия боевого духа британцев, гласил: «Ваша спелость, ваша жизнерадостность, ваша стойкость принесут нам победу» [15, р. 12], однако данный лозунг лишь подчеркивал классовые различия («вы» и «мы»). Мнение креативных авторов Министерства об умственных способностях рядовых британцев демонстрирует другой плакат 1940 г., обучающий тому, как следует предотвращать панику в бомбоубежище во время авианалета: «Во время налета напуганных граждан нужно заставить сидеть молча, сообщить им, что их страх – это естественная реакция, дать им чашечку кофе, после чего они должны прийти в себя» [Ibidem].

Неудачи британской пропаганды первых лет войны подчеркивались тем, что половина британских радиослушателей предпочитала настроиваться на англоязычную немецкую радиостанцию, а не на Би-Би-Си [9, р. 92], с тем, чтобы получить сводку боевых действий и дозу саркастических комментариев, высмеивавших неуклюжесть действий британского правящего класса. Главного персонажа геббельсовской радиопропаганды британцы окрестили «лорд Хо-Хо» за его выговор, характерный для представителя фешенебельного лондонского Уэст-энда. Однако содержание радиопроповедей «лорда Хо-хо» находило отклик среди британцев, поскольку геббельсовский пропагандист тонко играл на затаенном чувстве несправедливости, испытываемом рядовыми британцами в отношении своей правящей элиты.

В сложившейся ситуации британское Министерство информации начало судорожно искать пути повышения эффективности своей деятельности и пришло к правильному выводу о том, что необходимо постоянно изучать общественное мнение. Данную задачу начали выполнять служба Гэллапа и Отдел изучения слушателей Би-Би-Си [14, р. 135]. Вооружившись получаемыми данными, Министерство начало организовывать более реалистичные пропагандистские кампании, преодолевая свое непонимание настроения широких народных масс. Только после того, как информационные чиновники начали преодолевать свои инстинкты представителей высшей касты, работа их министерства начала приобретать более эффективный характер.

Так, удачной стала кампания по убеждению граждан в необходимости рационирования распределения пищевых продуктов: к ней подключились указанные выше службы изучения общественного мнения, а также Министерство продовольствия. С помощью выпуска на сей раз положительно принятых широкой публикой плакатов, радиоматериалов, используя незаурядные коммуникационные способности министра продовольствия Ф. Вултона (который придумал первый радиоджингл) [5, р. 441], Министерству удалось убедить население в необходимости рачительного отношения к пищевым продуктам и подготовить почву для введения продовольственных карточек.

Примером того, что Министерство со временем научилось исправлять ранее допущенные ошибки, стала кампания, посвященная роли женщин во время войны. Если в 1940 г. памфлеты и радиопередачи под названием «Кухонный фронт» изображали женщин как храбрых домохозяек, то после получения негативных

отзывов Министерство в своих материалах стало показывать женщин-водителей, инженеров, участниц боевых действий в сухопутных войсках и на флоте [14, p. 136].

Пожалуй, наиболее болезненным вопросом, с которым Министерству информации пришлось столкнуться, был вопрос классового неравенства. После налетов немецкой авиации на Ковентри, Бристоль, Бирмингем, постоянных бомбежек Лондона в 1940-1941 гг. Министерство начало получать донесения от комитета внутренней контрразведки о нарастании недовольства населения и падении боевого духа, причем простые британцы считали, что беднякам «достаётся больше» тягот войны [15, p. 28]. Глухое недовольство, направленное против более зажиточных классов, постоянно нарастало, параллельно с ним левые политические силы начали выдвигать идеи о необходимости широких социальных преобразований в стране после победы над врагом.

Давление народных масс было настолько ощутимо, что в начале 1941 г. под нажимом руководства профсоюзов лейбористские силы, входившие в коалиционное правительство У. Черчилля, создали комитет под председательством лейбористского министра А. Гринвуда, разработавший программу, направленную на создание системы социального обеспечения, которая должна была возникнуть в стране после окончания войны. Эта программа, названная по имени ее главного автора, экономиста У. Бевериджа, после ее обнародования получила колоссальную поддержку населения: согласно опросам, проведенным Министерством информации, 19 из 20 британцев ознакомились с ней и 9 из 10 британцев поверили в ее воплощение в жизнь после войны [5, p. 609]. Несмотря на неодобрительное отношение к программе Бевериджа со стороны консервативной части кабинета, включая У. Черчилля, в условиях военных действий Министерство информации подключило СМИ к распространению ее основных идей: увеличение зарплаты и пособий, улучшение жилищных условий, бесплатное образование и здравоохранение. Тема «новой Великобритании», социальных преобразований, которые последуют за окончанием войны, стала одним из лейтмотивов не только внутренней, но и внешней пропаганды, которую с помощью Би-Би-Си Министерство осуществляло на 22-х языках [14, p. 138]. Социальная программа послевоенной Великобритании должна была, по замыслу пропагандистов, в положительном свете представить демократическую Великобританию на фоне нацистской Германии. Кстати, попытки У. Черчилля уйти от обсуждения программы социальных преобразований привели к его поражению на выборах после окончания войны в 1945 г.

Одной из важнейших задач военного времени стало осуществление цензуры Министерством информации. Прежде всего, оно сосредоточилось на контроле над двумя основными источниками информации для британских СМИ: «Пресс Ассошиэйшн», агентством, предоставлявшим внутрибританскую информацию, и «Рейтер», специализировавшимся на международной информации. Контроль над деятельностью информационных агентств был весьма пристальным.

Для надзора за радиовещанием, киноиндустрией и периодическими изданиями применялась система так называемой «добровольной цензуры», которая означала, что «владельцы и редакторы газет, выпускающие и программирующие редакторы Би-Би-Си, кинематографисты, высшее военное командование, министры и высокопоставленные чиновники будут осуществлять единую политику и с готовностью сотрудничать в условиях военных действий, поскольку всех их объединяло социальное происхождение» [11, p. 141].

Таким образом, в идеальной ситуации Министерство информации направляло директивы, а профессионалы, работающие в СМИ, претворяли их в жизнь. Однако в реальности все обстояло гораздо сложнее. Время от времени Министерство применяло жесткие прямые санкции против некоторых СМИ, прежде всего тех, которые критиковали британский «высший класс». Так, в январе 1941 г. была закрыта газета «Дейли Уоркер», принадлежавшая коммунистической партии Великобритании. Газеты левого направления, критиковавшие политику правых сил, дискредитировавших себя при Н. Чемберлене, постоянно подвергались ограничениям и запретам. Под жестким давлением находились популярная среди рабочих, военнослужащих и женщин газета «Дейли Миррор» и ее приложение «Санди Пикториэл», тираж которых в годы войны составлял свыше 4 млн экз. [14, p. 142]. В 1942 г. «Дейли Миррор» была закрыта после публикации карикатуры, высмеивающей нефтяные компании, наживающиеся на военных поставках. Однако протест левых сил привел к тому, что «Миррор» через некоторое время было разрешено возобновить свою деятельность, а к концу 1942 г. запрет был снят и с «Дейли Уоркер» [Ibidem].

Британское радиовещание, имевшее особое значение в годы Второй мировой войны, находилось в ведении Би-Би-Си, которая тесно сотрудничала с Министерством пропаганды. В начале войны на радиоволнах доминировали информационные сообщения, практические рекомендации по созданию светомаскировки, сведения о местонахождении пунктов переливания крови и т.п. [10, p. 15]. Все это сопровождалось военными маршами, чтением отрывков из Шекспира и строгой английской классической музыкой, при этом 80 немецких и итальянских композиторов были запрещены. Так, за первые две недели военных действий в эфир ушли 45 получасовых передач органной музыки, и многие слушатели начали посылать письма на Би-Би-Си, в которых признавались, что они скорее готовы встретиться лицом к лицу с немцами, чем вынести еще одну передачу органной музыки [Ibidem]. Кстати, именно благодаря строгому и мрачному контенту передач корпорация получила прозвище «тетушка», которое употребляется до сих пор.

Постепенно вместе с Министерством информации перестраивалась и «тетушка», преодолевая свои классовые предрассудки. Так, уже в 1940 г. Би-Би-Си начала пробное вещание для военнослужащих, постепенно переходя от камерной музыки, которую недолюбливали военные, к увеличению доли музыки танцевальной и эстрадной, которая им нравилась. Строгой «тетушке» переход на новый стиль вещания для солдатских масс давался непросто: так, в официальном докладе Би-Би-Си в январе 1940 г. утверждалось, что корпорация должна выпустить «распоряжение, обязывающее отказаться от более аскетических программ и смело экспериментировать, пытаясь выполнить сложную задачу дойти до рядового слушателя, не доводя его

до скуки и в то же время избежать снисходительного тона» [6, p. 109]. Строгая «тетушка» спохватилась после десятилетия своего скучного и назидательного вещания, которое привело к тому, что в начале войны значительная часть радиослушателей предпочитала настраиваться на Берлин, а не на Лондон.

Приобретающие все более доступный рядовым военнослужащим формат передачи Би-Би-Си для военных становились все более популярными и у гражданского населения, 65% которого в военное время настраивались на канал «Home Service», предназначенный для расквартированных в Великобритании военных [14, p. 145]. Специальный канал развлекательного характера, набравший значительную аудиторию в годы войны, проложил путь к реформированию структуры внутреннего вещания Би-Би-Си, которое произошло в 1945 г., после ухода со своего руководящего поста лорда Рииса, представителя старой школы. Би-Би-Си разделилась на три канала: «Light Service» («Развлекательный канал»), передававший легкую музыку и развлекательные программы, «Home Service» («Внутреннее вещание»), специализировавшийся на новостях, беседах, комментариях и радиопостановках, и «Third Programme» («Третья программа»), передававшая классическую музыку [Ibidem, p. 146]. В результате организации вещания военного времени Би-Би-Си пришла к пониманию того, что различные сегменты аудитории ждут от корпорации своего контента, отвечающего их определенным требованиям, интересам, устремлениям, культурным потребностям.

Би-Би-Си сыграла ключевую роль в пропагандистской кампании, направленной на поддержание национального боевого духа. Отдел изучения слушателей, организованный вопреки мнению главы корпорации лорда Рииса, за годы войны приобрел особую важность, поскольку отдел разработал новые методики изучения мнения аудитории и обратной связи с ней. Впервые за двадцатилетнюю деятельность радиокорпорации мнение аудитории стало оказывать влияние на формирование сетки вещания.

Вследствие большей ориентированности на аудиторию Би-Би-Си, во-первых, изменила роль новостного вещания, которое заняло центральное место в эфире. «Раньше новостям не отводилась главной роли в эфире. Теперь они занимают центральное место, оттеснив тематику культуры на второй план», – заявил представитель корпорации в 1944 г. [11, p. 149]. В годы войны новостные выпуски собирали от 30 до 50% слушателей, а во время высадки войск в Нормандии – до 80% аудитории [14, p. 146]. Отойдя от практики замалчивания потерь британской армии и проблем тыла, даже ограниченная цензурой военного времени Би-Би-Си начала более успешно противостоять гитлеровской радиопропаганде, которой явно проигрывала в начале войны.

Во-вторых, Би-Би-Си сместилась в сторону более понятных широкой аудитории форматов развлекательного направления. Так, если в 1938 г. серьезная классическая музыка занимала до 17% эфира, то в 1942 г. ее доля снизилась до 9%. В то же время варьете и эстрада увеличили свою долю с 5,76% в 1938 г. до 14,73% в 1942 г., в тот же самый период доля танцевальной музыки возросла с 4,67% до 9,97% [13, p. 35]. Положительный отклик аудитории также вызвало и то, что в эстрадных концертах, часто транслируемых из заводских столовых, принимали участие и любительские коллективы. К 1943 г. на 7000 британских промышленных предприятий были установлены громкоговорители, охватывавшие до 4 млн слушателей, в основном рабочих [14, p. 147]. Транслировались легкая музыка, неназойливые беседы, в основном имевшие практическое значение для повседневной жизни военного времени. Викторины и юмористические программы также обрели популярность у широкой аудитории, поскольку «тетушка» пошла навстречу народному массам, допуская изрядную долю грубоватого простонародного юмора в свои передачи [Ibidem, p. 148].

У. Черчилль стал одним из главных коммуникаторов эфира Би-Би-Си: многие из его речей, транслировавшихся по радио, стали хрестоматийными. Наряду с премьер-министром в трудные месяцы 1940 г. в эфире часто звучал голос видного писателя и драматурга Дж. Пристли, который, наподобие Ф. Д. Рузвельта, вел серию «бесед у камина», вселяя надежду и уверенность в свою аудиторию. Однако Дж. Пристли был снят с эфира цензурой, как только в его беседах слишком остро, по мнению руководства радиокорпорации и Министерства информации, зазвучали социальные темы: писатель высказывал мнение о том, что после войны не может быть возврата к социальной политике образца 1930-х гг. [Ibidem]. Би-Би-Си, несмотря на все свое стремление стать понятнее и ближе рядовым слушателям, крайне ограничивала доступ к эфиру представителей левого политического спектра, стараясь обходить вопросы послевоенного устройства, программу социальных реформ Бевериджа, чтобы не вызвать недовольство У. Черчилля [6, p. 106].

Несколько более свободно (по сравнению с Би-Би-Си) действовали британские кинематографисты. Оказалось, что в годы Второй мировой войны цензура Министерства информации ограничивала деятельность киноиндустрии меньше, чем в 1930-е гг. BBFC (Британский совет по классификации фильмов, основанный в 1920-е гг.). Поворот официальной пропаганды к простому человеку, вызванный условиями войны, предоставил британскому кино возможность представить на суд зрителей более полный срез британского общества, расширить круг персонажей кинокартин, показать простого человека с его переживаниями, надеждами и чаяниями. Роль кино в военное время подтверждают следующие данные: в 1939 г. еженедельное количество зрителей в британских кинотеатрах составило 19 млн, в 1945 г. – 30 млн [4, p. 3].

Деятельность Министерства информации в области кинематографии за годы войны также несколько усовершенствовалась. Начав со спонсирования открыто пропагандистских художественных фильмов, в дальнейшем руководство Министерства не только поощряло производство новостных кинороликов (чему уделялось первостепенное внимание), но и ряда художественных фильмов. Так, в годы войны в кинотеатрах пошел фильм «Любовь на пособие», положенный в 1930-е гг. на полку цензорами BBFC, поскольку героями его были малоимущие слои населения; стал популярным фильм «Миллионы, подобные нам», показывавший роль женщин в военное время. Кино «отражало новый жизненный опыт населения, вызывало людей на разговор в масштабах страны и помогало визуально обратиться людским к чаяниям и тревогам, поселившимся в мыслях и воображении с 1939 по 1945 годы» [Ibidem, p. 12].

Министерство информации рекомендовало следующие темы как для документального, так и для художественного кино: «за что сражается Великобритания», «как сражается Великобритания», «необходимость приносить жертвы ради победы» [14, р. 141]. Документальные фильмы составляли около 74% от выпущенной за годы войны кинопродукции [4, р. 7]. Однако документальный и художественный кинематограф обменивались в этот период творческими методами и приемами, что привело к созданию особого, британского стиля в кинематографе. При этом, однако, британское кино не стало знаменосцем социальных реформ. В фильмах цензура не позволяла прозвучать социально острым лозунгам и призывам, уклон был сделан в сторону пропаганды патриотизма и прославления «милрой Британии». Из выпускавшихся ежегодно 69 художественных фильмов [14, р. 142] далеко не все были посвящены военной тематике, ряд фильмов имел сюжеты, позволяющие зрителям отвлечься от военной повседневности.

Британская левая пресса время от времени возвращала читателей к действительности, таким образом заходя дальше всех других британских СМИ в противоборстве с цензурой военных лет. Именно такие газеты, как упоминавшаяся выше «Дейли Миррор», У. Черчилль гневно обвинял с том, что они «раскачивают лодку» [Ibidem, р. 143]. Со своей стороны, газета утверждала, что ее главной целью является бороться с некомпетентностью правительства, которая проистекала из «снобизма и привилегий» правящего класса [Ibidem]. Пресса, по сравнению с информационными агентствами, радиовещанием и кинематографом, была в большей степени классово разнородна, поэтому принцип «добровольной цензуры» срабатывал не всегда.

Подводя итоги нашему исследованию, необходимо выделить следующие этапы эволюции взаимоотношений британских правительственных органов и СМИ в период Второй мировой войны:

- 1) этап слабой эффективности взаимодействия между руководством страны и СМИ при правительстве Н. Чемберлена (осень 1939 – весна 1940 г.);
- 2) начало консолидации усилий правительственных органов и СМИ при коалиционном правительстве У. Черчилля (лето 1940 – зима 1942 г.);
- 3) нарастание взаимодействия между правительственными органами и СМИ при коалиционном правительстве У. Черчилля (зима 1942 – весна 1945 г.).

На первом этапе пропагандистские кампании напех созданного Министерства пропаганды были малоэффективными на фоне глубокого классового раскола британского общества, predeterminedенной ситуацией, сложившейся в 1930-е гг. Система СМИ Великобритании и ее правящий класс на начальном этапе Второй мировой войны оказались неспособны проводить эффективную информационную и пропагандистскую политику внутри страны в противоборстве с геббельсовской пропагандистской машиной. Правящие круги, часть которых в течение предшествующего десятилетия относилась к гитлеровскому режиму если не с симпатией, то весьма сдержанно, не смогли с первых месяцев войны мобилизовать британское общество на борьбу с противником.

На втором этапе коалиционному правительству во главе с У. Черчиллем удалось развернуть ситуацию в сторону консолидации общества и мобилизации его на противодействие фашисткой агрессии. Правительство заняло однозначную антифашистскую позицию как в отношении гитлеровского режима, так и британских фашистов, а также было вынуждено уступить давлению левых сил, вошедших в коалицию, включив в информационную повестку дня вопросы о послевоенных социальных преобразованиях в пользу трудящихся. Министерство информации начало ориентироваться на данные социологических опросов населения, корректируя стиль и содержание своих пропагандистских кампаний во взаимодействии с прессой, радиовещанием и кинематографом.

На третьем этапе взаимодействие Министерства информации британских СМИ стало наиболее эффективным. Жестко цензурируя деятельность информационных агентств, британское руководство осуществляло политику «добровольной цензуры» в отношении прессы, радиовещания и кинематографа. В отношении прессы левого направления применялись санкции и запреты в случаях критики наиболее одиозных аспектов политики правящего класса, при этом возобновлялись, с учетом недовольства левых сил, репрессии против рабочей печати. Радиовещание и кинематограф обрели более демократическую форму и содержание, в большей степени ориентируясь на запросы народных масс. Руководство страны с помощью совершенствования методов управления СМИ сумело перестроить методы своей работы, добившись временного снижения остроты социальных противоречий ради достижения победы над врагом.

В дальнейшем, после окончания Второй мировой войны британским правящим кругам пришлось продолжить линию на приспособление своей информационной политики согласно требованиям новой, послевоенной эпохи. На наш взгляд, исследование особенностей функционирования британских СМИ необходимо продолжить, охватив внешнеполитический аспект британской пропаганды в годы Второй мировой войны. Интерес для изучения также представляют внутри- и внешнеполитические направления информационной деятельности в контексте «холодной войны», «молодежной революции» 1960-х гг., обострения классовых и социальных противоречий 1970-1980-х гг., наступления «цифровой эпохи» и «информационного общества» конца XX – начала XXI в. Малоисследованной в российской научной литературе является также область британско-американских информационных взаимоотношений, особенно в политическом и социокультурном аспектах.

Список источников

1. **Артемов В. Л., Семенов В. С.** Би-Би-Си: история, аппарат, методы радиопропаганды. М.: Искусство, 1978. 256 с.
2. **Беглов С. И.** Четвертая власть: британская модель. История печати Великобритании от «новостных писем» до электронных газет. М.: Изд-во Московского ун-та, 2002. 256 с.
3. **Соколов В. С., Виноградова С. М.** Периодическая печать Великобритании. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. 112 с.

4. **Aldgate A., Richards J.** Britain Can Take It: British Cinema in the Second World War. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1994. 342 p.
5. **Calder A.** The Peoples' War: Britain 1939-1945. L.: Pimlico, 1992. 672 p.
6. **Cardiff D., Scannell P.** Good Luck, War Workers! Class, Politics and Entertainment in Wartime Broadcasting // Popular Culture and Social Relations / ed. by T. Bennett, C. Mercer, J. Wollacott. Milton Keynes: Open University Press, 1986. P. 93-116.
7. **Churchill Forms Wartime Coalition Government** [Электронный ресурс] // Information Britain. URL: <http://www.information-britain.co.uk/famdates.php?id=354> (дата обращения: 10.10.2018).
8. **Churchill W.** We Shall Fight on the Beaches [Электронный ресурс] // International Churchill Society. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/we-shall-fight-on-the-beaches> (дата обращения: 10.10.2018).
9. **Doherty M. A.** Nazi Wireless Propaganda. Lord Haw-Haw and British Public Opinion in the Second World War. Edinburgh: University Press, 2000. 208 p.
10. **Hickman T.** What Did You Do in the War, Auntie? The BBC at War 1939-45. L.: BBC Publications, 1996. 224 p.
11. **Marwick A.** Class: Image and Reality. L.: Macmillan, 1990. 435 p.
12. **Rothermere: Hurrah to the Blackshirts!** [Электронный ресурс]. URL: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rothermere_Hurrah_for_the_Blackshirts.jpg (дата обращения: 10.10.2018).
13. **Scannell P., Cardiff D.** Radio in World War II // Popular Culture. Milton Keynes: Open University Press, 1981. P. 31-78.
14. **Williams K.** Get Me a Murder a Day! L.: Arnold, 1998. 287 p.
15. **Yass M.** This Is Your War: Home Front Propaganda in the Second World War. L.: HMSO, 1983. 62 p.

THE BRITISH MEDIA DURING THE SECOND WORLD WAR: FEATURES OF FUNCTIONING

Malakhovskaya Vera Vladimirovna, Ph. D. in Philology
Malakhovskii Aleksei Kimovich, Ph. D. in History, Associate Professor
Peoples' Friendship University of Russia, Moscow
malakhovskaya-vv@pfur.ru; malakhovskiy_ak@pfur.ru

The article presents an analysis of the information activity of the British media during the Second World War. The purpose of the research is to study the features of the government agencies interaction with all the media channels. The novelty of the work is in the fact that the authors carry out a comprehensive analysis of the activity of the coalition government and the Ministry of Information in relation to the British media on the basis of attracting original material. The paper determines the evolution stages of the information policy of the government circles and ascertains that they managed to overcome difficulties and to establish effective propaganda during the war.

Key words and phrases: British media; British ruling circles; "press barons"; W. Churchill's coalition government; Ministry of Information; propaganda campaigns; censorship; BBC radio corporation; broadcasting network; British press; news agencies; cinematography.

УДК 93/94; 351.746:930.23(477)

Дата поступления рукописи: 12.11.2018

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.1.15>

В статье рассмотрены вопросы формирования и развития внутренних войск в структуре Министерства внутренних дел Украины в период с 1991 года по 2014 год. Детально охарактеризованы специфика служебно-боевой деятельности этого воинского формирования с правоохранительными функциями, его основные задачи и функции на различных этапах становления украинской государственности и правоохранительной системы. Историко-правовой экскурс позволил выявить предпосылки и понять причины трансформации данного органа правопорядка в воинское формирование, используемое в «антитеррористической операции» на юго-востоке Украины и специальных операциях против оппозиционных сил и гражданской активности.

Ключевые слова и фразы: внутренние войска; воинское формирование; историко-правовое исследование; МВД Украины; обеспечение общественной безопасности; охрана общественного порядка; правоохранительные функции.

Микитюк Юрий Васильевич, к.и.н.

Крымский филиал Краснодарского университета

Министерства внутренних дел Российской Федерации, г. Симферополь

kf.krdu@mvd.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВНУТРЕННИХ ВОЙСК МВД УКРАИНЫ (1991-2014 ГОДЫ)

Внутренние войска в СССР и их преемники в большинстве стран постсоветского пространства представлены воинскими формированиями, деятельность которых организована по армейскому принципу, а основными задачами являются охрана общественного порядка, обеспечение конституционного строя, защита прав и свобод граждан. Значительная часть положений советского законодательства, касающихся деятельности внутренних войск, с определенными изменениями и дополнениями были реципированы входившими в состав СССР республиками, в том числе Украиной [11, с. 12-16].

Задача исследования состоит в том, чтобы охарактеризовать основные этапы развития внутренних войск МВД Украины, опираясь на историко-правовой анализ организационно-правовых основ их деятельности.