

От Переволочной на Днепре, где капитулировало бежавшее из-под стен Полтавы шведское войско, К. Руланд с группой других офицеров был поначалу отправлен в Чернигов, потом в Москву, где царь, собрав всю плененную армию, провел ее через Первопрестольную, празднуя великий Полтавский триумф. Затем шведские офицеры были расселены по разным городам европейской и азиатской России. Сотню человек, среди которых был и К. Руланд, поселили в городе Галиче (ныне Костромская область). Спустя несколько лет (в начале 1714 г.) лейтенант выхлопотал у тамошнего воеводы двухмесячный отпуск и через Вологду прибыл в Москву, чтобы получить ждавшие его там деньги из Швеции. Брат первой жены царя Петра I и его стольник (с 1692 г.) А. Ф. Лопухин предложил шведу служить у него и написал галичскому воеводе соответствующее письмо; благодаря этому К. Руланд, ненадолго вернувшись в Галич, смог навсегда покинуть провинциальный город и опять отправиться в Москву, однако там к А. Ф. Лопухину не пошел, а бежал из Москвы и затем из России через Архангельск. Путь на родину стал для него долгим и трудным: корабль, капитан которого тайно вывез лейтенанта из беломорского порта, шел в итальянский город Ливорно, откуда через Геную, Марсель, Гамбург швед в начале 1715 г. добрался до Штральзунда, там предстал перед вернувшимся из турецких владений Карлом XII и вскоре был им зачислен капитаном в Бендерский драгунский полк. Оправившись от полученного в том же году тяжелого ранения, он через Любек, Гамбург, Амстердам почти уже добрался до Гётеборга, как опять угодил в плен – корабль, на котором плыл К. Руланд, был захвачен датским фрегатом. Шведа привезли в Норвегию, потом в Копенгаген, а оттуда он вновь бежал – в Любек, затем в Данциг и наконец в ноябре 1716 г. достиг Стокгольма. На этом и завершаются воспоминания, на страницах которых автор подает себя как бесстрашного, находчивого и изобретательного человека. В 1720 г. К. Руланд был возведен королем Фредриком I в дворянское достоинство (как заметил издавший его воспоминания на языке оригинала (шведском) С. Э. Бринг, у которого мы заимствовали биографические сведения об офицере, «для многих воинов Карла дворянский герб стал единственным вознаграждением за вынесенные страдания на войне или в плену...»). В следующем, 1721-м, году К. фон Руланд принял новое назначение – комендантом укрепления Шенес (приход Эстра Хюсбю) на восточном побережье Швеции и получил майорский чин. В этой должности он пробыл до самой кончины.

«Воспоминания...» составлены спустя много лет после описываемых событий (по предположению публикатора, в начале 1740-х годов). Шведский офицер, взявшийся за перо в весьма зрелом возрасте, отнюдь не скромничает при описании своих приключений. Вместе с тем его мемуары содержат уникальные подробности о тогдашней русской московской и провинциальной жизни, какие невозможно выдумать и какие мы напрасно искали бы в других дошедших до нас от той эпохи источниках, будь то отечественных или иностранных. Как весьма важное и редкое обстоятельство надо отметить факт, что К. Руланд без затруднений общался на русском языке; он свободно владел также немецким – настолько, что мог при надобности выдавать себя за немца.

С. Э. Бринг в 1914 г. издал полный оригинальный текст воспоминаний, отложившийся в стокгольмской Королевской библиотеке (Kungliga Biblioteket), однако не автограф, а список; судьба подлинника неизвестна. Мемуары публикатор сопровождал биографическим очерком об их авторе, кратким, однако повсеместно верным комментарием и указателем имен¹.

Филимонова М. А.

ПРЕССА МАССАЧУСЕТСА XVIII В. КАК ИСТОЧНИК ПО ИСТОРИИ ПОВСЕДНЕВНОСТИ

В период 1763–1775 гг., во время «прелюдии» Американской революции, пресса играла самую активную роль. Число газет в североамериканских колониях Великобритании за эти 12 лет удвоилось. Наиболее влиятельными были газеты Массачусетса, поскольку в Бостоне существовало развитое протестное движение, задававшее тон антибританскому сопротивлению остальных колоний.

Типичное колониальное периодическое издание представляло собой четыре страницы ин-фолио. Обычная периодичность выхода составляла один раз в неделю. Их тираж в 1760-х гг. составлял от 600 до 800 экземпляров. Иллюстративный материал представляли грубые стандартные ксилографии, маркировавшие тематику объявлений: корабль для новости о прибытии того или иного судна, лошадь для объявления о скачках и т. п. Тематических рубрик не существовало, как и заголовков. Как правило, одна из страниц целиком отводилась под рекламный блок, но вообще рекламные объявления могли размещаться где угодно, в зависимости от удобства верстки. Это создавало ту особую мешанину разнородной информации, которую исследователь Уильям Уорнер назвал «какофонией разных голосов» [4, р. 344]. В выборе тем колониальная пресса была

¹ *Roland Carl von. Minnen från fångenskapen i Ryssland och Karl XII:s krig / Utgifna af S. E. Bring. – Воспоминания о плене в России и войнах Карла XII / Изданы С. Э. Брингом. Stockholm, 1914. VIII, 134 s.*

относительно свободна: в Великобритании не существовало цензуры. С 1695 г. там было отменено лицензирование газет и таким образом установилась свобода прессы. В колониях после дела Зенгера 1734 г. [1, с. 21–28] власти предпочитали смириться с существованием свободных газет, чем вызвать скандал попытками их закрыть.

Типографскую краску, печатные станки, шрифт приходилось импортировать из Европы. Бумагу можно было произвести на месте, хотя бумага местного производства была далеко не идеального качества. Зато в годы перед Американской революцией Бенджамин Франклин в качестве генерального почтмейстера наладил доставку почты в северных и среднеатлантических колониях. Газеты имели особые преференции: они доставлялись без почтового сбора. Распространение газет было упрощено, и многие издания могли претендовать на охват нескольких колоний сразу. О доставке собственной пропагандистской продукции заботились «Сыны свободы» – антианглийская организация американских патриотов. Для этого в разных колониях и прежде всего в Массачусетсе создавались «комитеты связи». Они поддерживали переписку с единомышленниками, рассылали актуальную информацию и наиболее удачные образцы пропаганды. Соответственно, газетные публикации Массачусетса читались и перепечатывались далеко за его пределами.

Следует отметить такие издания, как «Boston Gazette» Бенджамина Идеса и Джона Джилла, «Massachusetts Spy» Исайи Томаса. «Boston Gazette» издавалась с 1719 г. Девиз ее гласил: «Содержит самые свежие известия, зарубежные и местные». С ней сотрудничали самые известные патриоты Массачусетса, включая Сэмюэля Адамса, Джозефа Уоррена, Джозайю Куинси, Джеймса Отиса. В сотрудничестве с «Boston Gazette» Поль Ривер создал гравюру «бостонской бойни», ставшую символом противостояния Великобритании и ее колоний. Э. Оливер, один из виднейших тори Массачусетса, так характеризовал ее роль: «О настроении народа можно с уверенностью судить по этому проклятому листку. Если настроение толпы в момент публикации и не совпадает с духом писателя, все же на него смотрят, как на оракул, и вскоре сообразуются с его советами» [3, р. 21]. «Massachusetts Spy» отличалась более простым языком, рассчитанным на самые широкие слои бостонцев. Поэтому ее называют «первой рабочей газетой» Америки.

Информация о повседневной жизни могла содержаться в разных рубриках газет. Прежде всего, конечно, соответствующие сведения можно почерпнуть из рекламных блоков. Они представляли собой обычно список предлагаемых товаров, снабженный «шапкой», призванной привлечь внимание читателя. Она могла выглядеть, например, вот так: «Свежий и обширный ассортимент товаров, только что импортированных» из Лондона [2, 31.12.1770]. Как уже говорилось, для успешного маркетинга могли использоваться и ксилографии.

Кроме этого, информацию о повседневности предреволюционной Америки содержали и другие материалы прессы. Например, первые попытки революционеров взять пространство повседневной жизни под контроль отражались в решениях митингов или городских собраний, которые были частью политической жизни Массачусетса. Здесь отражается политизация повседневности, характерная для Американской революции.

Можно рассмотреть несколько характерных сюжетов, отражающих изменения повседневной жизни в изучаемый период: политика бойкотов и импортозамещение, проникновение в быт технических новинок эпохи Просвещения. Во всех этих случаях пресса дает бесценную информацию.

В частности, она отражает огромный объем импорта в колониальной Америке. Происхождение товаров, продававшихся в Бостоне, легко отследить, поскольку название страны происхождения играло роль современных брендов. Рекламные объявления 1765 г. отражают ситуацию, когда импортировалось буквально всё. В числе товаров, привезенных в Бостон из метрополии летом 1765 г., рекламировались даже такие простые предметы, как оловянные блюда, гвозди, булавки, швейные и штопальные иглы [2, 12.08.1765]. Бойкот импорта стал одним из первых антианглийских мероприятий, принятых колонистами в ответ на Гербовый сбор 1765 г. Например, 70 купцов в Нью-Йорке отказались импортировать английские товары до отмены Гербового сбора; они также обязались отозвать все уже посланные в Англию заказы на весенние товары и не продавать то, что уже было привезено в колонию [2, 11.11.1765]. Колониальная пресса охотно публиковала новости об успехе бойкотов. Так, в декабре 1765 г. из Нью-Йорка сообщалось, что ни один из кораблей, прибывших из Лондона или Бристоля, не был загружен больше, чем наполовину [2, 2.12.1765]. Также из Нью-Йорка сообщали, что на специально устроенной ярмарке раскупили всю местную продукцию, «поскольку все слои народа испытывают похвальную гордость, если носят то, что было сделано в их собственном краю» [2, 18.11.1765]. В резолюциях митинга фригольдеров Бостона, состоявшегося в Фанейл-холле 28 октября 1767 г., говорилось о вреде «иностранных излишеств». Именно «излишества» приписывалось печальное состояние города. К классической республиканской теме пагубной роскоши прибавлялась меркантилистская максима о том, что чрезмерный импорт высасывает из региона деньги. Для исправления зла предлагалось развивать мануфактуры Массачусетса и уменьшить импорт иностранных товаров. Далее приводился длинный список того, от чего следовало отказаться, начиная с сахарных

голов и заканчивая гвоздями. Впрочем, большая часть списка относилась к предметам роскоши, как ее понимали суровые новоанглийцы: кареты, золотое и серебряное кружево, корсеты, ювелирные изделия, нюхательный табак, фарфор, шелка, бархат, газ. Предлагалось также на похоронах не использовать перчатки, кроме шитых в колониях, и не шить новых траурных платьев, если это не является абсолютно необходимым. Напоследок митингующим представили образцы местной продукции: крахмал, пудру для волос и нюхательный табак [2, 2.11.1767].

Рекламные блоки действительно отражают происходившие изменения. В конце 1765 г. в объявлениях стали мелькать пенсильванское железо и мука, «отборная коннектикутская свинина и говядина», «добрый новоанглийский ром», «наппагансеттский сыр из лучших сыроварен» [2, 23.12.1765]. Хотя, конечно же, вытеснить импортные товары американская продукция так сразу не могла. Почти во всех объявлениях по-прежнему фигурировали английские, европейские, индийские товары. Здесь информация, почерпнутая из рекламы, корректирует формируемое пропагандистскими материалами той же газеты представление о полной остановке импорта.

Информация о чайных бойкотах также выявляет некоторый «зазор» между пропагандой и рекламой. Патриотические бойкоты предполагали отказ от чая, облагаемого английскими налогами. Истинные патриоты, как предполагалось, переходили на травяные настои, такие как гиперион, или лабродорский чай. Видимо, имелся в виду рододендрон гренландский (*Rhododendron groenlandicum*), из которого ирокезы делали душистый травяной настой, известный у колонистов как «индейский травяной чай». «Boston Gazette» в 1768 г. описывала чаепитие, состоявшееся в Ньюпорте. Хозяйка дома была одета в ткань собственной выделки, а когда она предложила гостям на выбор чай сорта «bohea» и лабродорский чай (гиперион), патриотки дружно отвергли «ядовитый bohea» и предпочли «бальзамический гиперион». Но в том же номере три рекламных объявления предлагали потребителям черный и зеленый чай сортов «bohea» и «hyson» [2, 4.01.1768].

Однако по мере развития протестного движения в колониях политика бойкотов стала более успешной. Здесь газеты служили своеобразным средством морального давления на «импортеров». В январе 1770 г. «Boston Gazette» обличала торговцев, которые «предпочитают свою мелкую личную выгоду благу Америки» и продолжают импортировать товары из Лондона [2, 1. 01. 1770]. Торговцы меняли рекламную тактику в соответствии с духом времени. Джон Гор, торговавший «напротив древа свободы» и предлагавший бостонцам шелк, бархат и кружева, счел необходимым в своей рекламе указать, что все его товары импортированы до соглашения о приостановке импорта, а «прекрасный ассортимент» мужской зимней одежды в его лавке – североамериканского производства. Слова «североамериканского производства» были выделены в объявлении крупным шрифтом, каким обычно печатали слова «только что из Лондона» или подобные рекламные сообщения [2, 1.01.1770]. Уильям Скотт, также торговавший тканями, рекламировал «разнообразные английские товары», но благоразумно информировал об этом покупателей мелким шрифтом в конце объявления [2, 1.01.1770].

Еще один сюжет, при изучении которого пресса незаменима, – это влияние Просвещения на повседневную жизнь. Культ науки и прогресса, характерный для этой эпохи, отражался не только в философских трактатах, но и в информационных сообщениях, в том числе сенсационного характера. Например, газеты охотно писали о последствиях удара молнии. Традиционные способы отвести угрозу, такие как колокольный звон и молитвы, не отвергались напрямую, но все же ситуации трактовались с просвещенческой рационалистической точки зрения. Летом 1767 г. молния ударила в шпиль Северного молебельного дома в Бостоне, убив молодую женщину и ранив еще двоих человек. В молебельном доме в это время находилось большое число людей. Священник заставил их петь псалом, что успокоило верующих, предотвратило панику и давку. Газета, весьма рационалистически, не писала ни о каких последствиях псалма, кроме психологических [2, 22.06.1767]. Кроме того, сенсации такого рода использовались как повод лишний раз рассказать о последней технической новинке – громоотводе, изобретенном Бенджамином Франклином в 1752 г. Не отставала и реклама. «Электрические стержни» (громоотводы) всех сортов можно было купить на Саммер-стрит в Бостоне [2, 8.08.1768].

В двух рассмотренных сюжетах привлекает внимание сложное взаимодействие разных газетных жанров. В случае с политикой бойкотов пропагандистские и рекламные материалы несколько противоречат друг другу. Реклама подсказывает, что антианглийское сопротивление не было таким сплоченным и успешным, как хотелось бы патриотам. В случае с громоотводами заметки информационного характера и реклама друг друга дополняют, отражая проникновение ментальности Просвещения в повседневную жизнь.

1. Лучинский, Ю. В. Масс-медиа США и Канады: динамика глобализации / Ю. В. Лучинский. – Краснодар : TRIVIUM, 2011. – 260 с.
2. Boston Gazette. – 1765–1770.
3. Hutchinson, Th. The Letters of Governor Hutchinson, and Lieutenant Governor Oliver, &c. / Th. Hutchinson, A. Oliver. – Dublin : W. Gilbert, 1774. – 97 p.
4. Warner, W. B. Communicating Liberty: The Newspapers of the British Empire as a Matrix for the American Revolution / W. B. Warner // ELH. – Vol. 72. – No. 2 : Essays in Honor of Ronald Paulson. – 2005. – Summer. – P. 339–361.