

УДК 327.0195(40)«1914/1918»
ББК 63.3(4ВЕЛ)52-6

Євген Сахновський

Мобілізація інтелекту: організація британської зовнішньополітичної пропаганди на початку Першої світової війни

У статті на основі широкого кола джерел та літератури висвітлена роль ліберального політика Чарльза Мастермана в організації британської зовнішньополітичної пропаганди на початку Першої світової війни. В центрі уваги знаходиться засноване у вересні 1914 р. секретне Бюро воєнної пропаганди (Secret War Propaganda Bureau), більш відоме за місцем розташування як «дім Веллінгтона».

Специфічно британський стиль пропаганди на етапі її організаційного становлення визначала невелика група експертів («the toot») на чолі з Мастерманом. До створення позитивного іміджу Великої Британії на міжнародній арені вони залучили широке коло інтелектуалів із числа «людей пера», відомих, як правило, далеко за межами країни.

Ключові слова: *Перша світова війна, британська зовнішня пропаганда, Секретне Бюро воєнної пропаганди («дім Веллінгтона»), Чарльз Мастерман, імідж Великої Британії.*

Наприкінці XIX століття, більш ніж за двадцять років до початку Першої світової війни, Оскар Вайлд запевняв читачів: «Одна заслуга цілком справедливо залишиться за Англією – вона винайшла й утвердила інститут Громадської Думки, який є спробою організувати невігластво мас і надати йому значення майже фізичної сили»¹. Констатація популярного і тоді ще не дискредитованого нетрадиційною сексуальною орієнтацією письменника підтвердилася зі всією очевидністю у роки великих

© Сахновський Є., 2015

Сахновський Євген Васильович - кандидат історичних наук, доцент кафедри історії нового та новітнього часу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

випробовувань, якими для Британії, як і інших держав, стала Перша світова війна. Саме тоді стан громадської думки багато в чому визначав як загальну ситуацію в країні, так і її здатність вести велику масштабну війну.

З іншого боку, усвідомлення неабиякої важливості «public opinion» змушувало владу шукати ефективні форми впливу на громадськість, запроваджуючи особливу інформаційну політику, цензуру, специфічні форми пропаганди. В числі останніх – спроба британського уряду мобілізувати «людей пера» для організації вже на самому початку війни пропаганди «іміджу Великої Британії» за межами країни. Детальне висвітлення цієї нової, як на той час, спроби налагодити зовнішню пропаганду – це і є мета представленої тут розвідки. Її актуальність та, до певної міри, практичне значення очевидні в контексті сучасної «інформаційної війни».

Отже, на початку серпня 1914 року Велика Британія, спираючись на могутні резерви імперії, вступила у війну, переслідуючи цілком конкретні цілі: підірвати позиції Німеччини як головного економічного конкурента, зберегти, а при нагоді й розширити колоніальні володіння, утримати статус великої держави. Однак, таке суто матеріалістичне пояснення, м'яко кажучи, не надихало пересічного британця; тому правлячі кола надавали виключно великого значення виправданню позиції своєї країни, пошукам моральних імперативів. Наявність в Англії більш широкого, ніж в інших державах, кола політичних свобод, вільної преси, відсутність обов'язкової військової повинності, а звідси – нечисельність армії, окрім, правда, колоніальних формувань – все це змушувало ліберальний уряд Герберта Асквіта докладати потужних зусиль, щоб розвинути провоєнний народний ентузіазм.

Політичній верхівці британського суспільства тих далеких часів та її ідеологам слід віддати належне. Перші місяці війни засвідчили небачений провоєнний ентузіазм практично усіх прошарків населення, тому добровольців виявилось більш ніж достатньо. До того ж, мало хто міг передбачити, що війна буде затяжною, тотальною і виснажливою. Відомий політик Девід Ллойд Джордж засвідчив у своїх мемуарах: «Війна закінчиться до Різдва» - саме таке гасло було популярним у той час»².

Проте, попри всі ці оптимістичні надії, уряд і відповідні підрозділи вважали необхідним організаційно підтримувати цей ентузіазм. Вже в серпні 1914 року під керівництвом прем'єр-міністра Г.Асквіта була заснована перша пропагандистська координуюча організація «Центральний комітет національних патріотичних об'єднань» з метою «виправдати історично і морально позицію Англії у війні». Головне завдання формулювалося таким чином: «інформувати громадськість всередині країни та за її межами стосовно причин і життєво важливих питань війни». Активну пропаганду в цьому напрямку вели різні товариства, групи, об'єднання, такі як «Клуб Кобдена», «Атлантичний союз», «Азіатське товариство», «Вікторіанська ліга» та інші. На спільному засіданні обох палат парламенту король Георг V закликав депутатів «зробити все можливе для виправдання нашої участі у війні»³.

Акцентуючи на агресивності противника і виправданні участі Британії у війні, пропаганда оперувала різними аргументами, закликаючи захистити «європейську цивілізацію», «свободу і демократію», «нову Європу» тощо. Подібні стереотипи заповнили газети і журнали. Читачів запевняли, що війна з боку союзників перетворюється на «хрестовий похід» за високі моральні ідеали. У цьому сенсі надзвичайно розвинута у Британії преса і публіцистика добре виконували свої завдання.

Проте, на відміну від «внутрішнього фронту», пропаганда за межами країни була в ті часи новиною і потребувала чималої ініціативи та цілеспрямованих зусиль. Важко сказати, хто першим подав ідею цієї нової справи – сам голова уряду Герберт Асквіт чи один із його міністрів, Девід Ллойд Джордж, що яскраво проявив себе у сфері соціальної риторики і демагогії. Можливо, це була думка всього ліберального Кабінету, очолюваного Асквітом, який з самого початку вирішив мобілізувати творчі сили країни з метою виправдати власне рішення про вступ у війну не тільки всередині країни, а й за її межами.

Торкаючись пропаганди, слід мати на увазі ще й певні психологічні фактори, або ширше – ментальність. Саме слово «пропаганда» в Британії сприймається негативно. Його рідко використовують навіть ті, хто фактично нею займається, замінюючи, як правило, словами «просвіта», «інформація»,

«паблісіті», «освіта», які не відображають істинної суті пропаганди. Наприклад, «паблісіті» асоціюється з поширенням фактів, а «виховання» або ж «навчання» (education) вчить як думати. Пропаганда ж пов'язана з поширенням ідей, прагне нав'язати саму думку (що думати). Детально розглянувши різні варіанти, Філіп Тейлор дійшов висновку, що «паблісіті» і «пропаганда» - різні види діяльності, проте в британській практиці вони неподільні⁴.

Є й інші спроби розмежувати ці поняття, але майже всі дослідники наголошують на своєрідності британської пропаганди, яка суттєво відрізняється від тієї, яку практикують інші держави. Вона допустима лише за надзвичайних обставин, і навіть у такому випадку виключається її зв'язок з урядом. Одним словом, це – не гідна джентльмена «брудна справа», і жоден поважаючий себе політик не стане займатись нею за звичайних умов.

Тим не менше, стан війни і невизначеність її закінчення змушували вдаватись до непопулярних методів, в тому числі й пропаганди. В даному випадку логіку поведінки відображає відомий англійський практицизм: якщо щось реально існує, його можна і потрібно використати. Англійська народна мудрість каже: «Бог створив овець для того, щоб їх стригти». Пропаганда, як повідав своїм співвітчизникам редактор «Daily Chronicle» Роберт Дональд, «докорінно суперечить нашим почуттям і традиціям». Проте, це не перешкодило йому проявити себе одним з її найактивніших організаторів.

Отже, від початку війни зовнішньополітична пропаганда була визнана необхідною. Організувати «війну слів» доручили Чарльзу Мастерману – канцлеру герцогства Ланкастерського, який, одночасно з цією високою, але фіктивною посадою, очолював Національну комісію по страхуванню. На той час він був одіозною фігурою серед верхівки Ліберальної партії і як політик (в ранзі міністра з особливих доручень) переживав немалі труднощі. До певної міри, вони пов'язані із загальною кризою британського лібералізму.

На початку ХХ століття Мастерман був відомий як журналіст, літературний редактор газети «Daily News» та досить здібний публіцист – автор декількох творів, пронизаних почуттям глибокого соціального песимізму. В їхньому числі –

«З безодні: про її мешканців» (1902, 1911), «Небезпека змін. Нариси, написані в спокійний час» (1905), «Стан Англії» (1909, 1911) та інші. В цих роботах Мастерман передбачав великі соціальні потрясіння та світові катаклізми. Він визначив «стан Англії» як клубок суперечностей, що унеможливають узгодження старих інтересів з новою політикою, колишніх інституцій з новою енергією, інстинкту індивідуалізму з вимогами загального блага⁵. У такій перспективі майбутній прогрес уявлявся сумнівним і ненадійним: «Ми не знаємо, чи взагалі виживемо, а якщо й виживемо, то скільки нас буде, коли після довгої ночі настане ранок»⁶.

Як прибічник «нового лібералізму» (в 1920 р. він видав книжку з такою назвою) і відповідних йому «нових цінностей» у британському суспільстві, Мастерман закликав письменників до нового бачення культурних обривів і сам став активним членом клубу сприяння реформам («The Coefficients Club»), створеного за ініціативи відомих соціальних реформаторів Сідні та Беатріс Веббів. Враховуючи особливу роль клубів у суспільно-політичному житті країни, ця «надпартія» об'єднала представників різних політичних уподобань (лібералів, фабіанців, консерваторів-уніоністів тощо) у своєрідний «тіньовий кабінет експертів». Його члени (подружжя Вебб, Леопольд Емері, письменник Герберт Веллс та ін.) активно пропагували соціал-імперіалізм, з особливим акцентом на соціальні реформи і «новий погляд» на імперію⁷. З цією метою намагались зацікавити політиків нової генерації. Зокрема, Мастерман намагався вплинути на Ллойд Джорджа. Але вийшло навпаки. Енергійний міністр фінансів побував на клубних обідах, послухав «коєфіцієнтів», посперечався, і на цьому все й закінчилось, а ось сам Мастерман надовго попав під його вплив і став фактично першим помічником у втіленні політики соціального маневрування. Саме Ллойд Джордж запропонував Мастерману в 1911 році очолити Національну комісію страхування, яка розмістилася в квартирах біля Букінгемського палацу, більш відомих як Веллінгтон-хаус.

Це призначення стало по суті початком кінця політичної кар'єри ревного виконавця соціальних проєктів Ллойд Джорджа. В результаті провалу кампанії соціального страхування очільник Комісії став постійним об'єктом критики

в парламенті та пресі, що похитнуло його виборчі позиції. Починаючи з 1911 року він неодноразово програвав вибори до Палати громад, викликаючи при цьому глузування з боку керівництва Ліберальної партії. Її лідер і водночас голова уряду Асквіт охарактеризував Мастермана як «ніби й розумного, але дуже вже непривабливого»⁸. В кінцевому підсумку до такої думки схилився і Ллойд Джордж. В розмові з впливовим газетярем лордом Рідделом 13 червня 1914 року він зазначив, що Мастерман «дуже непопулярний в Палаті громад, запустив свою роботу, зловживає спиртним і навіть непристойно виглядає»⁹.

Загалом, як засвідчують зазначені вище оцінки, Мастерман катастрофічно втрачав ту суспільно значиму характеристику, яка була визначальною для морального й соціального клімату тодішньої Британії. На той час, як зазначає Модріс Екстайн, репутабельність цінувалась вище багатства чи влади¹⁰. Втрачаючи цю суто британську соціальну цінність, кожен політик наближався до тієї межі, коли йому, як кажуть англійці, залишалось тільки «to accept the Chiltern Hundreds», тобто добровільно піти у відставку.

Проте, попри всі закулісні персональні зневаги щодо Мастермана, в правлячій верхівці лібералів продовжувались пошуки належного заняття для свого майже збанкрутілого однопартійця. Цікаву інформацію з цього приводу знаходимо у конфіденційних листах вже згаданого лідера партії Герберта Асквіта до своєї платонічної коханки Венеції Стенлі. Не приховуючи власних емоцій, він запитує: «Що ти скажеш стосовно призначення Джека Піза в Ірландію (там зараз не треба дуже розумного), а М. – в Освіту?». Але через декілька днів повідомляє, наскільки небезпечно бачити «англо-католика в Міністерстві освіти»¹¹. А Ллойд Джордж безцеремонно заявив, що великий коштовний хрест на шиї Мастермана, яким той так хизується, коштує декількох десятків виборців.

Службові митарства Чарльза Мастермана закінчились на початку Першої світової війни. Саме він за дорученням Асквіта та підтримки Ллойд Джорджа був призначений керівником пропаганди, націленої за межі Британії. Примітним є те, що, повідомляючи про це в черговому

конфіденційному листі, голова уряду самого слова «пропаганда» так і не вжив: «Справа Мастермана, здається, вирішена: ...ми знайдемо йому із фондів Секретної служби оплату роботи по огляду американської та іншої преси»¹².

Вірогідно, що офіційна назва очолюваної Мастерманом організації «Бюро Воєнної Пропаганди» (War Propaganda Bureau) не виникла на початку реальної пропагандистської діяльності, а значно пізніше, коли на її рахунок стали перераховувати певні суми. Деякий час Мастерман діяв неофіційно під прикриттям Національної страхової комісії в «домі Веллінгтона», головою якої він все ще формально залишався. Можливо, саме цим пояснюється розходження думок про початок діяльності Бюро Воєнної пропаганди (далі - БВП). Навіть англійські автори вказують різні дати – 1914, 1915 і навіть 1916 рік. На нашу думку, можна говорити про пропагандистську діяльність «дому Веллінгтона» з самого початку війни, а БВП як офіційної організації – з початку 1915 року, коли із фонду секретних служб почали виділяти спеціальні кошти.

Всупереч демократичним традиціям, призначення голови Бюро, як і його подальша діяльність, не знайшли відгуку в пресі, і лише декілька парламентарів мали про це невелике уявлення. Тільки в кінці 1915 року на пряме запитання в Палаті громад про діяльність Мастермана послідувала ухильна відповідь прем'єр-міністра про те, що Мастерман і його помічник отримують близько 1200 фунтів стерлінгів щорічно для організації дуже важливої роботи. Як потім зазначив Г. Асквіт, її ефективність великою мірою залежить від секретності, тому в інтересах спільної справи небажано в подальшому робити будь-які заяви з цього приводу.

Початком пропагандистської діяльності БВП можна вважати 2 вересня 1914 року, коли за ініціативи того ж Мастермана у невеликій залі будинку Веллінгтона, що біля Букінгемських воріт, відбулося зібрання іменитих письменників. За одним столом засідали ті, кого можна з впевненістю вважати літературними знаменитостями: Томас Гарді, Арнольд Беннет, сер Артур Конан Дойль, сер Джеймс Баррі, Ентоні Хоуп, сер Гілберт Паркер, Джон Голсуорсі, Гілберт Честертон, Герберт Уеллс та інші. З поважних причин не змогли прибути Редьярд Кіплінг та сер

Артур Коуч. Їх відсутність цілком компенсували найвідоміші в майбутньому історики – Арнольд Тойнбі, Джордж Тревельян та Льюїс Немір. Надзвичайність ситуації підтверджував і порядок денний конференції, скликаної негласно за персональним списком: у зв'язку з воєнним станом британський уряд закликав письменників взяти участь в організації та розробці спільних принципів і методів пропаганди.

Не менш важливим за декілька днів (7 вересня 1914 р.) стало зібрання надійних, як тоді вважалось, «людей пера» іншого жанру: власників і редакторів впливових газет, відомих журналістів і публіцистів, загалом, всіх тих, кого в Англії вже тоді називали «*opinion-makers*» (ті, що формують суспільну думку).

Безпосереднім підсумком згаданих заходів стала поява в газетах патріотичної заяви 53-х літераторів, причому настільки відомих, що біографії більшості з них можна прочитати в монументальній «Енциклопедії видатних письменників світу». Як і очікувалось, союзники Британії з ентузіазмом підтримали заклик до боротьби проти «спільного ворога Європи і людства». З відповідними коментарями заяву опублікували французькі та російські газети.

Як вже зазначалось, деякий час пропаганда велась неофіційно, на аматорському рівні, під протекторатом Національної страхової комісії. Прикриття було майже ідеальним, якщо врахувати, що її службовці фактично відійшли від справ після невдалої страхової кампанії. Тому вони без заперечень переключились на нову, хоча й неprestижну, діяльність. Більше того, деякі страхоагенти взяли на себе всю організаційну роботу секретарів, менеджерів та інших технічних працівників.

Таким чином, зміст і методи пропаганди визначала невелика група інтелектуалів, у яку входили в основному історики (Дж. Хідлем-Морлі і майбутні знаменитості – Арнольд Дж. Тойнбі та Льюїс Немір), а також письменники (Ентоні Хоуп і сер Гілберт Паркер). Зустрічались майже щоденно для обговорення як стратегічних завдань, так і поточних справ. Мастерман дещо жартома назвав цю групу втаємничених давнім терміном «*the moot*» (зібрання вільних громадян для обговорення спільних справ общини). Це був справжній «мозковий

центр»; всі інші штатні працівники, включаючи експертів, клерків, машиністок, залишалися просто виконавцями. Стосовно їх кількості немає єдиної думки. Для прикладу, на лютий 1916 року склалась така структура: 18 експертів, 11 клерків і 7 машиністок. Під кінець діяльності БВП (початок 1917 р.) кількість виконавців зросла до 54-х¹³. Цифра, слід визнати, невелика у порівнянні з розмахом запланованої роботи.

Проте, основний інтелектуальний потенціал пропаганди складала гуманітарна інтелігенція всієї країни (так звані «men of the pen» - люди пера). Саме з цього середовища керівництво БВП обирало потрібних людей, частіше всього відкриваючи їм лише частково таємниці своєї езотеричної організації. Масова мобілізація «людей пера» сприяла формуванню специфічного англійського стилю пропаганди в 1914-1916 роках.

«Бюро» розпочало роботу з великим розмахом, адже його діяльність повинна була охопити регіони Скандинавії та Латинської Америки, а також США, Росію, Нідерланди та інші країни. З самого початку був окреслений об'єкт впливу: головним чином керівництво БВП орієнтувалось не на населення тої чи іншої країни в цілому, а на її інтелектуальну еліту – впливових людей у сфері політики, економіки, культури. Саме для них складались відповідні матеріали, в тому числі й памфлети, а також спеціальні пропагандистські видання типу «Ілюстровані воєнні новини» англійською мовою, «El Espelho» – португальською (для розповсюдження в Португалії та Бразилії), «America Latina» для іспаномовної Південної Америки, «Hesperia» для Греції і т.д.

Зміст памфлетів, як основного «продукту», що використовувався з метою пропаганди, свідчить про її фактологічний характер: достовірна, на перший погляд, інформація супроводжувалась зваженими аргументами. Звичайно, факти ретельно підбирались, допускалось також перебільшення одних фактів та недооцінка або навіть замовчування інших, правда нерідко підмінювалась напівправдою. В кінцевому підсумку на основі «тільки фактів» створювались необхідні «міражі». Але при цьому намагались, по можливості, уникати чуток, необгрунтованих припущень або явної неправди. Створювати видимість об'єктивності – це, можна сказати, стало провідним

принципом діяльності Веллінгтон-Хауз, установленим особисто Чарльзом Мастерманом. Важливо, вважав він, забезпечити необхідну міру правдоподібності навіть для неправдоподібної події¹⁴. Це означало, що повідомлення повинні походити з документальних джерел, представлених поважними і відомими авторами або упорядниками.

І дійсно, серед активних співробітників «бюро», а ще більше – серед залучених, так би мовити, *ad hoc* (для даного випадку), можна виявити прізвища найвідоміших журналістів, письменників, вчених. Деякі з них, такі як Арнольд Тойнбі, Ентоні Хоуп, Едвін Бівен, Арнольд Беннет, Гілберт Честертон та багато інших, працювали захоплено, з ентузіазмом. Можливо їх приваблювала таємничість справи, бажання перенестись хоч на деякий час у світ вигаданих героїв своїх книг. Інші – їх значно менше – просто піддалися загальному ажіотажу або не могли йому протистояти. До цієї категорії явно належать Джон Голсуорсі і Томас Гарді. Обидва були присутні на таємному зібранні на початку вересня 1914 року, написали на замовлення декілька патріотичних есе, проте задоволення від цієї вимушеної роботи не отримували. Гарді не сприймав патріотизм у вузькому значенні, поширюючи це почуття на «всю земну кулю». Під час особистої бесіди з Голсуорсі він зізнався, що йому «складно писати патріотичні поеми, оскільки чітко проглядається інша сторона...»¹⁵. Його співрозмовник, у свою чергу, на початку війни відчував себе безсилим в атмосфері «загального божевілля». Про це свідчить запис у щоденнику Голсуорсі від 3 серпня 1914 року: «Написав декілька слів про мир, але не буду нікуди посилати. Чи є сенс у намаганнях протиставити шепіт урагану?»¹⁶. Літературний доробок тих років відображає усі сумніви письменника: від провоєнного патріотизму до прямого протесту проти жахів війни.

Таким чином, лише малій кількості осіб вдалось уникнути спокус пропаганди, а ще меншій, тобто, власне кажучи, окремим самітникам, вдалось протиставити пануючим настроям свою особисту антивоєнну позицію. Як вже було зазначено, в перші роки війни звернення керівництва Веллінгтон-Хауз до «людей пера» знайшло майже одностайні розуміння та підтримку. Лише парадоксальний Джордж Бернард Шоу «не

зрозумів» заклику і намагався протиставити йому «Здоровий глузд про війну». Дещо пізніше ірландський поет і драматург У.Б. Єтс (William Butler Yeats) на пропозицію написати поему провоєнного змісту «відгукнувся» віршем «Чому потрібно мовчати». Однак ці самотні виступи не могли вплинути на загальну ситуацію. Вони – швидше виключення з правил; до того ж потрібно врахувати те, що обидва згадані письменники – ірландці, а це суттєво міняє оцінку їх позиції. Як зазначив в одному з листів воєнного часу Б. Шоу, «у мене на батьківщині патріотизм набуває форми непримиренної ворожості до англійського правління»¹⁷.

Якщо мова йде про Бернарда Шоу, його особливу позицію можна оцінити в зовсім іншому контексті. На початку ХХ століття в Англії (і не тільки) він здобув репутацію пророка-викривача; до цього амплуа письменника звикли як влада, так і публіка. За оцінкою колишнього радянського посла в Англії І.М. Майського, Бернард Шоу «став бунтівним одинаком по-англійськи»¹⁸. Тому не позбавленою змісту є підозра в тому, що британський уряд і офіційна пропаганда не просто змирились, але й вигідно використали його виняткову рішучість вільно писати і говорити навіть в умовах воєнної цензури. Через десять років після закінчення війни американський журналіст Джордж Вайрек спробував уточнити свої підозри щодо цього. У відвертому особистому посланні Шоу він, зокрема, писав: «Уеллс цілком свідомо помішався на пропаганді. Ви залишились самим собою, але англійці дуже вдало використали саме той факт, що вам було дозволено висловлюватись з такою щирістю і прямою. Це створювало ілюзію, що свобода слова збереглась лише в Англії. Свідомо чи ні, але ви стали частиною майстерно створеної британським урядом ширми. За цією ширмою були секретні договори і угоди, а в проміжках між вашими вибуховими статтями і детонаціями Уеллса пристосоване вухо могло чітко почути приглушене гарчання Британського лева»¹⁹.

Діаметрально протилежну Б. Шоу позицію зайняв не менш відомий на той час письменник Арнольд Беннет, який працював на ниві пропаганди з великим натхненням. Переживаючи напередодні війни глибоку душевну кризу, він знайшов вихід саме в пропаганді, у якій, за власним зізнанням, «почерпнув таку хвилю натхнення, наче знову народився»²⁰.

Загалом, Чарльзу Мастерману вдалося, за рідкісним виключенням, у стислі строки залучити до пропагандистської діяльності інтелектуальну еліту із числа т. зв. «людей пера» і організувати ефективну роботу таємного Бюро воєнної пропаганди з метою сформуванню позитивний імідж Британії на міжнародному рівні. У цьому сенсі заснування «дому Веллінгтона» у вересні 1914 року можна вважати прецедентом в інформаційному протистоянні періоду Першої світової війни.

Примітки:

¹ Уайльд О. Критик как художник / Оскар Уайльд // Писатели Англии о литературе. – М.: Прогресс, 1981. – с. 183.

² Ллойд Джордж Д. Военные мемуары: в 6 томах: Пер. с англ. / Дэвид Ллойд Джордж – М.: Соцэкгиз, 1934. – Т. 1-2. – С. 474.

³ Cate Haste. “Keep the Home Fires Burning”: Propaganda in the First World War / Haste Cate – L.: Allen Lane, 1977. – P. 26-27.

⁴ Taylor M. Ph. The Projection of Britain. British overseas publicity and propaganda, 1919-1939 / Philip M. Taylor. – Cambridge: Cambridge University Press, 1981. – Pp. 2-7.

⁵ Бредбері М. Британський роман нового часу: Пер. з англ. / Малколм Бредбері. – К.: MSBrand Corporation, 2011. – С. 85.

⁶ Masterman C.F. The condition of England / Charles Frederick Masterman. – L.: Methuen, 1909. – P. 84.

⁷ Сергеев Е.Ю. Группы влияния в Великобритании эдвардианского периода, 1901-1910 гг. / Евгений Юрьевич Сергеев // Европейские сравнительно-исторические исследования / Институт всеобщей истории РАН – Вып.3: История и сообщества. – М: ИВИ РАН, 2010. – С. 80-81.

⁸ Asquith H.H. Letters to Venetia Stanley/ Selected and ed. by Michael and Eleonor Brock / Herbert Henry Asquith. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – P. 340-341.

⁹ The Riddell Diaries, 1908-1923 / Ed. and with introduction by J.M. McEwen. – L.: Athlone Press, 1986. – P. 83.

¹⁰ Eksteins M. Rites of Spring. The Great War and the Birth of the Modern Age / Modris Eksteins. – Boston : Houghton Mifflin, 1989. – P.130.

¹¹ Asquith H.H. – Op. cit. – P. 273.

¹² Ibid. – P. 398.

¹³ Sanders M.L. Wellington House and British Propaganda during the First World War / M. L. Sanders // The Historical Journal. – 1975. – vol.18. – №1. – P. 144.

¹⁴ Masterman L. C.F.G. Masterman. A biography / Lucy Masterman. – L.: Cassells, 1939. – P. 274.

¹⁵ Miligate M. Thomas Hardy. A biography / Michael Miligate. – N.Y.: Random House, 1982. – P. 512.

¹⁶ Воропанова М. И. Джон Голсуорси : очерк жизни и творчества / М.И. Воропанова. – Красноярск: Красноярское книжное изд-во, 1968. – С. 346.

¹⁷ Шоу Б. Автобиографические заметки. Статьи. Письма / Бернард Шоу/ Сост. А. Образцовой и Ю. Фридштейна. — М.: Радуга, 1989. — С. 326.

¹⁸ Майский И. М. Из воспоминаний о Бернарде Шоу и Герберте Уэллсе / Иван Михайлович Майский. – М.: Правда, 1973. – С. 21.

¹⁹ Weintraub S. Journey to Heartbreak. The crucible years of Bernard Shaw 1914-1918 / Stanley Weintraub. – N.Y.: Weybright and Talley, 1971. – P. 138.

²⁰ Bennet A. Letters of Arnold Bennet / Edited by James Hepburn. – L.: OUP, 1968. – vol. II: 1889-1915. – P. 352.

Evhen Sahnovsky

Mobilization of intelligence: organization of British foreign propaganda at the beginning of the First World War

Based on a wide range of sources and literature the article highlights the role of British intellectuals (“men of pen”) in organization of British foreign propaganda at the beginning of the First World War. The focus is on the secret War Propaganda Bureau, better known by its location as “Wellington House”, established in September 1914.

The organization of secret Propaganda Bureau rested directly on bankrupt politician from the Liberal Party Charles Masterman, also known as a journalist, literary editor of “Daily News” and writer – the author of several works, permeated by a sense of social pessimism. On the eve of the war he headed National Insurance Commission due to recommendations of a prominent politician David Lloyd George. At first, Masterman acted informally under cover of this Commission.

The War Propaganda Bureau began its activity on September 2, 1914 with the meeting of eminent writers and historians in the hall of Wellington House and on September 7 with the meeting of journalists, owners and editors of influential newspapers. Later a kind of “think tank” was formed, it included Masterman and prominent historians and writers, like Arnold Toynbee, Lewis Namier, Anthony Hope, Gilbert Parker. They developed the strategy and tactics of propaganda activity.

However, the humanitarian intelligentsia of the country (“men of pen”) was the main intellectual potential of propaganda. From this environment Masterman picked the right people, often without disclosing the main goal of Bureau. Mass mobilization of “men of pen” contributed to the formation of specific British style of propaganda, based on facts. Ultimately, necessary “mirages” were created on the basis of “just the facts”.

In general, Charles Masterman managed, with rare exceptions, to attract intellectual elite (so called “men of pen”) to propaganda activity in short terms and organize effective work of the secret War Propaganda Bureau to form a positive image of Britain at international level. In this sense, the establishment of “Wellington House” in September 1914 may be considered as a precedent in the information confrontation during the First World War.

Keywords: *First World War, the British foreign propaganda, Secret Bureau of the war propaganda (“Wellington House”), Charles Masterman, the image of the UK*

Надійшла до редколегії 02.10.2015 р.