

ЧАРЛЬЗ МАСТЕРМАН І ЗАСНУВАННЯ БРИТАНСЬКОГО «БЮРО ВОЄННОЇ ПРОПАГАНДИ»

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 moot*») 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.

225

В статтє на основе многочисленных источников и литературы освещена роль либерального политика Чарльза Мастермана в организации британской внешнеполитической пропаганды в начале Первой мировой войны. В центре внимания находится основанное в сентябре 1914 секретное Бюро военной пропаганды (*Secret War Propaganda Bureau*), более известное по месту расположения как «дом Веллингтона». Специфический британский стиль пропаганды на этапе ее организационного становления определяла небольшая группа экспертов («*the moot*») во главе с Мастерманом. К созданию положительного имиджа Великобритании на международной арене они привлекли широкий круг интеллектуалов из числа «людей пера», известных, как правило, далеко за пределами страны.

Ключевые слова: Первая мировая война, британская внешняя пропаганда, секретное Бюро военной пропаганды («дом Веллингтона»), Чарльз Мастерман, имидж Великобритании.

Based on a wide range of sources and literature the article highlights the role of liberal politician Charles Masterman in organization of Brit-

ish 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. Specific British style of propaganda at the stage of its organizational development was defined by a small group of experts («the moot») led by Masterman. For creating a positive image of Britain in the international realm they enlisted a wide range of intellectuals among the “men of the pen”, usually well known far beyond the country.

Keywords: *World War I, the British foreign propaganda, Secret War Propaganda Bureau (“Wellington House”), Charles Masterman, the image of the United Kingdom.*

Історія Першої світової війни добре вивчена в плані політичному, воєнному, соціальному та економічному. Проте інформаційна складова історії війни лише зачіпалася побічно або в окремих фрагментах. Це стосується і британської пропаганди, про яку можна дізнатися лише із деяких книг, перекладених ще в 20-30-х роках минулого століття. Загалом, це, як висловився один з дослідників, за-недбана тема.

226

Причин подібної ситуації декілька, проте однією з головних слід вважати стан джерельної бази. Офіційні документи з питань організації пропаганди знищені у 20-ті роки або «втрачені» пізніше [19, р.VII]. У даному разі можна скористатися лише побічними свідченнями з листів, спогадів, щоденників сучасників та учасників подій [5; 7; 10; 11; 12; 13; 23].

Щодо опрацьованої літератури, присвяченій цій темі, зазначимо, що українські дослідники її практично не зачіпали, а в російськомовній літературі вона відображена фрагментарно, поверхово, а головне – нерівномірно. Початковий період організованої пропаганди, пов'язаний з діяльністю таємного «Бюро воєнної пропаганди», більш відомого за місцем розташування як «дім Веллінгтона», залишається найменш дослідженим. У міжвоєнний час, для прикладу, з'явилися окремі книги і статті про «буржуазну політроботу», які переважно були реакцією на розрекламовану тоді в Німеччині версію про «удар кинджалом у спину» [2; 4]. Видана ж у 1928 році у перекладі російською мовою наполовину скорочена праця Кемпбелла Стюарта дезорієнтує читача вже самим заголовком [9], бо насправді в оригінальному виданні йдеться не

про англійську пропаганду як таку, а лише про одну «славнозвісну кампанію» 1918 року [21].

У подальшому про діяльність «дому Веллінгтона» в кращому випадку лише згадувалося. Тому довгий час сталою залишалась думка про те, що власне організована пропаганда розгорнулася аж наприкінці війни.

Між тим англійські історики ще з 80-х років минулого століття почали рішуче переглядати співвідношення і роль різних організацій у британській пропаганді. У процесі такого перегляду відповідне місце знайшлося і «дому Веллінгтона», й іншим закладам та відділам, діяльність яких раніше недооцінювалась, а то й просто ігнорувалась [19; 20; 22]. На жаль, ці «ревізійніські», як назвали їх критики, праці випали з поля зору пострадянських істориків.

Мета даної статті полягає у висвітленні британської зовнішньополітичної пропаганди на етапі її організаційного становлення (1914-1916 рр.). В центрі уваги знаходиться Бюро воєнної пропаганди («дім Веллінгтона») та його засновник і незмінний керівник Чарльз Мастерман.

227

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» [5, с. 474].

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» [14, р. 26-27].

228

— 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», «публісіті», «освіта», які не відображають істинної суті пропаганди. Наприклад, «публісіті» 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 «публісіті» і «пропаганда» – різні види діяльності, проте в британській практиці вони неподільні [22, р. 2-7].

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 – «3 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 блага [1, с.85]. 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» [16, р. 84].

230
— 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 імперію [8, с. 80-81]. 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, послушав «коефіцієнтів», 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 проектів 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» [12, р. 340-341]. 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» [23, р. 83].

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 влади [15, р. 130]. 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 згадуваного 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» [12, р. 273]. 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, р. 398].

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.

232 — Всупереч демократичним традиціям, призначення голови Бюро, як і його подальша діяльність, не знайшли відгуку в пресі, і лише декілька парламентарів мали про це невиразне 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 неперестижну, діяльність. Більше того, деякі страхоагенти взяли на себе всю організаційну роботу секретарів, менеджерів та інших технічних працівників.

233

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-х [20, р. 144]. 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.

234 — 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 події [17, р. 274]. 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 хоча б 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...» [18, р. 512]. Його співрозмовник, у свою чергу, на початку війни відчував себе безсилим в атмосфері «загального божевілья». 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?» [Цит. за: 3, с.346]. 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 однастайні 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 поодинокі виступи не могли вплинути на загальну ситуацію. Вони швидше були виключенням 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» [11, с. 326].

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 ампула письменника звикли як влада, так і публіка. За оцінкою колишнього радянського посла в Англії І.М. Майського, Бернард Шоу «став бунтівним одинаком по-англійськи» [6, с.21]. Тому не позбавленою змісту є підозра в тому, що британський уряд і офіційна про-

паганда 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 залишилися самим собою, але англійці дуже вдало використали саме той факт, що вам було дозволено висловлюватись з такою ширістю 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» [24, р. 138].

236 — 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 у пропаганді, у якій, за власним зізнанням, «почерпнув таку хвилю натхнення, наче знову народився» [13, с. 352].

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 сформувати позитивний імідж Британії на міжнародному рівні. У цьому сенсі заснування «дому Веллінгтона» у вересні 1914 року можна вважати прецедентом в інформаційному протистоянні доби Першої світової війни.

Джерела та література:

1. Бредбері М. Британський роман нового часу: Пер. з англ. / Малколм Бредбері. – К.: MSBrand Corporation, 2011. – 480 с.
2. Блументаль Ф. Буржуазная политработа в мировую войну 1914 – 1918 гг. Обработка общественного мнения / Фридрих Лепольдович Блументаль. – М.-Л.: Государственное издательство, 1928. – 168 с.
3. Воропанова М. И. Джон Голсуорси : очерк жизни и творчества / М.И. Воропанова. – Красноярск: Красноярское книжное изд-во, 1968. – 550с.

4. Лассуэл Г. Техника пропаганды в мировую войну / Гарольд Лассуэл / Пер. с англ. – М.- Л., 1929. – 212 с.

5. Ллойд Джордж Д. Военные мемуары: в 6 томах: Пер. с англ. / Девид Ллойд Джордж – М.: Соцэкгиз, 1934. – Т. 1-2. – 678 с.

6. Майский И. М. Из воспоминаний о Бернарде Шоу и Герберте Уэллсе / Иван Михайлович Майский. – М.: Правда, 1973. – 64 с.

7. Рассел Б. Автобиография : Пер. с англ. / Бертран Рассел // Иностранная литература. – 2000. - № 12. – С. 97 – 240.

8. 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. 77-88.

9. Стюарт К. Тайны дома Крю. Английская пропаганда в мировую войну 1914 – 1918 гг.: Пер. с англ. Ф. Блументаля / Кэмпбелл Стюарт . – М.- Л.: Госиздат. Отдел военной литературы, 1928. – 124 с.

10. Тойнби А. Дж. Пережитое. Мои встречи: Пер. с англ. / Арнольд Джозеф Тойнби – М.: Айрис-пресс, 2003. – 672 с.

11. Шоу Б. Автобиографические заметки. Статьи. Письма / Бернад Шоу/ Сост. А. Образцовой и Ю. Фридштейна. — М.: Радуга, 1989. — 496 с.

12. Asquith H.H. Letters to Venetia Stanley/ Selected and ed. by Michael and Eleonor Brock / Herbert Henry Asquith. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – 676 p.

13. Bennet A. Letters of Arnold Bennet / Edited by James Hepburn. – L.: OUP, 1968. – vol. II: 1889-1915. – 387 p.

14. Cate Haste. “Keep the Home Fires Burning”: Propaganda in the First World War / Haste Cate – L.: Allen Lane, 1977. – 230 p.

15. Eksteins M. Rites of Spring. The Great War and the Birth of the Modern Age / Modris Eksteins. – Boston: Houghton Mifflin, 1989. – 396 p.

16. Masterman C.F. The condition of England / Charles Frederick Masterman. – L.: Methuen, 1909. – 211 p.

17. Masterman L. C.F.G. Masterman. A biography / Lucy Masterman. – L.: Cassells, 1939. – 400 p.

18. Miligate M. Thomas Hardy. A biography / Michael Miligate. – N.Y.: Random House, 1982. – XVI, 637 p.

19. Sanders M.L., Taylor P.M. British Propaganda During the First

World War, 1914-1918 / M.L. Sanders, P.M. Taylor. – L.: The Macmillan press, 1982. – 320 p.

20. Sanders M.L. Wellington House and British Propaganda during the First World War / M. L. Sanders // *The Historical Journal*. – 1975. – vol.18. – №1. – P. 119-146. – Appendix A. – P. 144.

21. Stuart C. *Secrets of Crewe House: the Story of a Famous Campaign* / Campbell Stuart. – L.: Hodder and Stoughton, 1920. – 256 p.

22. Taylor M. Ph. *The Projection of Britain. British overseas publicity and propaganda, 1919-1939* / Philip M. Taylor. – Cambridge: Cambridge University Press, 1981. – 445 p.

23. *The Riddell Diaries, 1908-1923* / Ed. and with introduction by J.M. McEwen. – L.: Athlone Press, 1986. – XXIII, 430 p.

24. Weintraub S. *Journey to Heartbreak. The crucible years of Bernard Shaw 1914-1918* / Stanley Weintraub. – N.Y.: Weybright and Talley, 1971. – 368 p.