

PROPAGANDA BRITANICĂ ÎN ITALIA ȘI ROMÂNIA  
REFLECTATĂ ÎNTR-UN RAPORT ÎNTOCMIT DE  
WELLINGTON HOUSE ÎN 1916

SORIN RADU, DANIEL VICTOR CREȚU

*Wellington House și propaganda britanică*

Necesitatea propagandei oficiale britanice externe era percepută la începutul primului război mondial ca răspuns la acțiunile antibritanice ale țărilor inamice. La scurt timp după izbucnirea războiului, a devenit evidentă pentru guvernul britanic necesitatea unui efort constructiv pentru a contracara efectele dăunătoare ale propagandei germane asupra intereselor și prestigiului Marii Britanii, în special în țările neutre<sup>1</sup>. Astfel, încă din primele luni ale războiului, guvernul britanic a întemeiat câteva departamente și organizații de propagandă oficiale dar și neoficiale, care să se ocupe cu organizarea propagandei externe, diseminarea știrilor peste granițele imperiului, cultivarea relațiilor cu presa britanică și străină, distribuirea de materiale propagandistice precum pamflete și manifeste. Aceste acțiuni erau menite să discrediteze propaganda inamicilor și să prezinte cauza Marii Britanii și a Aliților ei într-o lumină pozitivă. Concret, era vorba despre Departamentul de Știri („News Department”) al Foreign Office-ului, Comitetul de Presă pentru Țările Neutre („Neutral Press Committee”) și Biroul de Propagandă de Război de la Wellington House („War Propaganda Bureau at Wellington House”). Ultimele două organizații au fost întemeiate neoficial, independent una față de cealaltă, prin implicarea Foreign Office-ului<sup>2</sup>.

Wellington House, lucrând în mod secret sub autoritatea Foreign Office-ului și sub conducerea lui Charles Masterman, a devenit rapid cel mai activ dintre toate departamentele de propagandă, ocupându-se de producerea și diseminarea peste granițele Marii Britanii a cărților, pamfletelor, revistelor, precum și a fotografiilor, diapozitivelor și a ilustratelor. Titulatura de *Wellington House* venea de la numele clădirii din Buckingham Gate unde se afla sediul departamentului. Până în iunie 1915, acest birou de propagandă a editat propriile ziare și reviste ilustrate, tipărite în limbi străine. O preocupare deosebită a constat în mascarea surselor tuturor materialelor produse, în scopul menținerii credibilității punctelor de vedere exprimate, factor care era de o importanță deosebită pentru crearea unei imagini pozitive a Angliei în țările neutre și îndeosebi în S.U.A.<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Philip M. Taylor, „The Foreign Office and British Propaganda during the First World War”, în *The Historical Journal*, Cambridge, vol. 23 (1980), nr. 4, p. 876.

<sup>2</sup> *Ibidem*, p. 876-877.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p. 877.

Oficiul și-a început activitatea în 2 septembrie 1914, când Charles Masterman a invitat 25 de autori și publiciști importanți la o întâlnire, cerându-le să contribuie la identificarea și punerea în aplicare a celor mai bune metode de promovare a imaginii și intereselor Marii Britanii. Toți participanții au fost de acord să păstreze secretul asupra muncii lor. Ei au agreat ideea de a scrie pamflete și cărți care să promoveze punctul de vedere oficial al guvernului asupra situației internaționale. Biroul a beneficiat de sprijinul unor edituri și tipografii de prestigiu: Hodder & Stoughton, Methuen, Oxford University Press, John Murray, Macmillan și Thomas Nelson. În următorii patru ani, sute de scriitori și artiști au fost angajați să scrie povestiri, să creeze postere și filme în scopul menținerii unui moral ridicat. Unele dintre primele materiale publicate de Wellington House a fost *The Bryce Report* (1915), referitor la atrocitățile armatei germane împotriva civililor belgieni. În următorii doi ani, Wellington House a constituit principalul centru al propagandei Marii Britanii, lucrând foarte eficient, dar și într-un mare secret, astfel încât nici parlamentul nu știa de existența lui. În 1918, guvernul britanic a decis ca Wellington House să devină o agenție guvernamentală sub numele de Departamentul de Informare („Department of Information”). Charles Masterman va coordona mai departe activitatea acestui oficiu, sub autoritatea ministrului Informațiilor, Lordul Beaverbrook. Activitatea Wellington House a fost considerată crucială pentru obținerea victoriei Marii Britanii în Primul Război Mondial<sup>4</sup>.

*Obiectivele studiului și sursele folosite*

În literatura de specialitate din România, informațiile despre activitatea Wellington House lipsesc cu desăvârșire. Studiul nostru se bazează pe un document inedit descoperit în Arhivele Naționale Istorice Centrale București, care pune în lumină metodele neoficiale de propagandă folosite de guvernul britanic în primul război mondial<sup>5</sup>. Documentul, datat septembrie 1916, reprezintă un raport foarte consistent (112 pagini) redactat de Wellington House și adresat Foreign Office-ului. Titlul complet al documentului este *Third Report on the Work Conducted for the Government at Wellington House*.

În studiul nostru, ne-am oprit asupra modului în care Wellington House și-a structurat activitatea, asupra mijloacelor și a metodelor folosite pentru a construi o propagandă mondială. Pentru a înțelege metodele propagandistice pe care le folosea Wellington House, ne-am oprit asupra a două exemple: Italia și România. Cele două state reprezentau, în momentul redactării raportului, obiective strategice pentru Marea Britanie și pentru

<sup>4</sup> Vezi pe larg în M.L. Sanders, „Wellington House and British Propaganda During the First World War”, în *The Historical Journal*, 18 (1975), p. 119-146; Philip M. Taylor, *British Propaganda in the Twentieth Century: Selling Democracy*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 1999, p. 35-48.

<sup>5</sup> Arhivele Naționale Istorice Centrale București, fond *Microfilme Belgia*, rola 34, clișeele 180-244.

Antanta și constituiau ținta unor negocieri dure, cu intenția de a le atrage în război.

Raportul descrie eforturile propagandistice depuse de Wellington House în sensul creării unei imagini pozitive a Imperiului Britanic, acțiunile de anihilare a efectelor propagandei germane, îndeosebi în Europa. O parte importantă a documentului relevă acțiunile întreprinse de Wellington House în țările neutre cu scopul de a crea o opinie favorabilă intereselor Marii Britanii. De asemenea, relevă implicarea departamentului în convingerea opiniei publice americane de a se implica în război alături de Antanta. Textul ne oferă date importante despre modul în care a fost concepută propaganda, mijloacele și procedeele folosite, impactul său asupra popoarelor din țările aliate și din cele neutre. Raportul este structurat în 14 capitole, prefigurate de o introducere consistentă, după cum urmează: 1. Statele Unite. 2. Difuzare. 3. Scandinavia. 4. Olanda. 5. Elveția. 6. Spania, Portugalia și America Centrală și de Sud. 7. Grecia și România. 8. Franța. 9. Rusia. 10. Italia. 11. Propaganda în coloniile belgiene. 12. Propaganda în Orient și în lumea musulmană. 13. Propaganda prin imagini. 14. Propaganda prin film<sup>6</sup>.

Raportul relatează despre activitatea desfășurată la Wellington House în prima jumătate a anului 1916. După cum rezultă din introducere, numărul activităților desfășurate aici a crescut considerabil în decursul acestei perioade, „încât s-a ajuns la multiple progrese, în parte menite să contracareze mișcările recente ale organizației germane de propagandă, în parte pentru a satisface cererile legate de activități speciale venind de la anumite departamente ale Guvernului, în special de la Biroul pentru Afaceri Externe, de la Biroul pentru Război și de la Biroul pentru India, și în parte datorită inevitabilei dezvoltări a organizației, necesară pentru a ține pasul cu cererea mondială de informații privind activitățile britanicilor și ale Aliților din timpul războiului”<sup>7</sup>. Era făcută precizarea că acea formă de propagandă, constând în furnizarea de informații corecte și la zi cotidianelor din lumea întreagă intra în atenția Departamentului de Informații al Afacerilor Externe și ieșea din raza de acțiune a Wellington House.

#### *Echipa Wellington House*

Activitatea propagandistică desfășurată de Wellington House a fost consistent susținută de majoritatea scriitorilor proeminenți britanici. Printre cei

---

<sup>6</sup> *Ibidem*, c. 180, 181.

<sup>7</sup> *Ibidem*, c. 182 („[...] and many developments have taken place; partly designed to counteract the new moves to the German propaganda organisation, partly in compliance with requests for special work from Government departments, especially the Foreign Office, the War Office, and the India Office, and partly owing to the inevitable increase of organisation which has been necessary in order to cope with the world-wide demand for information concerning the British and Allied activities during the war”).

care au lucrat pentru departament, fie din proprie inițiativă, fie „în urma unei solicitări”, fie că și-au dat permisiunea de a le fi folosite operele „în interes propagandistic”, s-au numărat: lordul Bryce, lordul Cromer, lordul Revelstoke, Gilbert Murray, H.A.L. Fisher, Ernest Baker, Sir Arthur Conan Doyle, John Galsworthy, Thomas Hardy, Hume Williams, J.H. Morgan, Archibald Hurd, William Archer, J.M. Robertson, Ford Madox, Sir Henry Newbolt, Arnold Bennett, H.G. Wells, John Buchan, Alfred Noyes, Rudyard Kipling, G.M. Trevelyan, H.W. Massingham, G.W. Prothero, Donald, Baemaekers, E.F. Davies, A.G. Gardiner, John Masefield, St. Loe Strachey ș.a.<sup>8</sup>.

La elaborarea textului intitulat *Third Report on the Work Conducted for the Government at Wellington House* a lucrat o echipă foarte numeroasă, coordonată de șeful departamentului, Charles F.G. Masterman, cuprinzând atât oficiali britanici, funcționari ai Ministerului Afacerilor Externe, cât și profesori de la universități importante, scriitori, publiciști și corespondenți de presă recunoscuți. Spre exemplificare, consemnăm câteva nume: Sir Gilbert Parker, A.J. Toynbee, Edwyn Bevan, H. Francis (Universitatea Oxford), W. Macneile Dixon (Universitatea din Glasgow), A.W.G. Randall, J.S. Willmore, G. Elliot Dodda, T.A. Welsh, Anthony Hope Hawkins ș.a.<sup>9</sup> La această listă se adăugau și scriitori francezi, italieni, belgieni și americani etc., fără ca numele lor să apară în raportul întocmit de Wellington House.

#### *Metodele de propagandă ale Wellington House*

Metodele de propagandă folosite de acest departament, complementare celor ținând de furnizarea informațiilor zilnice, erau: producerea, traducerea și distribuția de cărți, pamflete, publicații ale guvernului, discursuri etc., privind războiul, originea și istoria lui, și toate diversele și dificilele chestiuni apărute pe parcursul acestuia; producerea și distribuția de materiale ilustrate speciale; asistarea modului în care erau plasate articolele și interviurile menite să influențeze opinia publică în ziarele și revistele din toată lumea, în special în cele din America; distribuția pe scară largă a materialelor ilustrate, a desenelor, ilustrațiilor, imaginilor și fotografiilor pentru a fi inserate în ziare și în periodice, precum și pentru expoziții; producerea și distribuția filmelor cinematografice; sprijin pentru furnizarea de informații și facilități corespondenților de presă din țările neutre, și în special celor din America, acreditați la Londra; corespondență personală cu oamenii influenți de peste granițe, în special cu cei din America; aranjamente privind schimburile de vizite și excursiile personale în țările neutre sau aliate, precum și vizitele unor distinși reprezentanți ai țărilor neutre sau ai celor aliate în Marea Britanie; producerea și distribuția de hărți,

---

<sup>8</sup> *Ibidem*, c. 184.

<sup>9</sup> *Ibidem*, c. 180, 181.

diagrame, postere, diapozitive, cursuri, cărți poștale, și a tuturor celorlalte mijloace posibile legate de diversele tipuri de propagandă<sup>10</sup>.

Acțiunile de propagandă neoficiale ale Wellington House erau sprijinite, la fel de neoficial, de către ambasadorii britanici sau de către membri ai corpului diplomatic. Raportul menționa, ca un important progres realizat în anul 1916, faptul că „o cantitate considerabilă a publicațiilor noastre s-a efectuat chiar în respectivele țări aliate și neutre”. Pe lângă reprezentanții speciali care își desfășurau activitatea în țările intrate în atenția propagandei britanice, Wellington House a recrutat un număr mare de colaboratori britanici sau străini care,

„cu multă energie, patriotism și bunăvoință, ne-au asistat substanțial activitatea prin distribuirea literaturii în acele medii în care considerau că ar fi de cel mai mare folos și, de asemenea, prin activitatea de sugerare a tipului de literatură cel mai adecvat țării de care erau interesați”<sup>11</sup>.

Charles Masterman, șeful Wellington House, aprecia că în cei doi ani de activitate s-au înregistrat progrese considerabile în ceea ce privește distribuirea pe plan mondial a literaturii și a materialelor ilustrate de propagandă, care au pătruns până în cele mai îndepărtate colțuri ale lumii. Într-o mare măsură, dezvoltarea propagandei britanice s-a datorat implicării directe a rezidenților britanici sau proaliați din numeroase regiuni ale lumii și a avut drept scop principal contracararea eforturilor propagandei germane<sup>12</sup>.

Activitatea de propagandă prin intermediul ilustrațiilor, editarea de ziare în diferite limbi, folosirea cinematografului etc. s-au dezvoltat considerabil în această perioadă. Wellington House expedia peste 4000 de fotografii pe săptămână, care apăreau pe scară largă în presa tipărită din toată lumea, tipărea peste un milion de publicații ilustrate în fiecare lună. „Acestea – se preciza în document – nu numai că au distrus monopolul german anterior, dar demonstrează o dominare cât se poate de evidentă a materialelor ilustrate favorabile Aliaților” („These have not only broken the previous German monopoly in war pictures but show a very conspicuous dominance of pictorial matter favourable to the Allies”). Pe lângă propaganda prin ilustrațiile ziarelor, s-au realizat și expuneri de fotografii și de filme în foarte multe țări neutre sau aliate, toate aceste acțiuni fiind menite să prezinte efortul de război al Marii

---

<sup>10</sup> *Ibidem*, c. 182.

<sup>11</sup> *Ibidem* („[...] as part of this policy of devolution, we have arranged that a considerable amount of our publication is actually done in the neutral and allied countries themselves”; „[...] who have with great energy, patriotism, and goodwill very materially assisted in the work of distributing literature among those where they consider it would be most useful, and also in the work of suggesting the kind of literature that is most appropriate to the various countries with which they are concerned”).

<sup>12</sup> *Ibidem*.

Britanii. De la înființare și până în septembrie 1916, Wellington House a publicat și a distribuit în țări din Europa, America, Asia și Africa o serie de ziare și reviste ilustrate menite a crea o imagine pozitivă acțiunilor politice și militare desfășurate de Imperiul britanic. În această categorie intrau, spre exemplu, publicațiile: *The War Pictorial* – editat lunar în ediție engleză, franceză, spaniolă, portugheză, italiană, rusă, greacă, daneză, suedeză, olandeză și germană); *Al Hakikat (The Truth)* – editat bilunar în arabă, turcă, persană și hindusă; *Cheng Pao (The Faithful Record)* – publicat bilunar în chineză. O ediție a *Cheng Pao* în japoneză, intitulată *Seng-ji Gabo*, era în pregătire; *America-Latina* – editată mai întâi lunar apoi bilunar alternativ la Paris și la Londra în spaniolă, circulând în Spania, în America Centrală și de Sud, în general în lumea hispanofonă; *O Espelbo* – editat bilunar în portugheză pentru Portugalia, Brazilia și în lumea vorbitoare a limbii portugheze; *Hesperia* – publicată săptămânal pentru Grecia și lumea grecofonă. Wellington House edita și distribuia lunar peste un milion de exemplare din aceste publicații ilustrate.

Wellington House a desfășurat o consistentă și penetrantă propagandă și prin intermediul cinematografului. Spre exemplu, *Britain Prepared*, un film realizat special pentru a arăta activitățile Marinei și ale Armatei, a fost proiectat practic în fiecare țară care dispunea de echipament cinematografic, cu un succes considerabil. I s-au adăugat și alte filme de război, precum filmele despre bătălia de pe Somme. Charles Masterman releva prin câteva exemple succesul deosebit de care s-au bucurat filmele britanice care puneau într-o lumină pozitivă acțiunile militare ale Marii Britanii. Astfel, el se referea la capitalul de imagine adus britanicilor în Imperiul rus, prin proiectarea, la cererea țarului, a filmelor pentru armatele generalului Brussiloff, „imediat înaintea marelui asalt – uneori sub foc, întotdeauna sub zgomot de arme – alcătuiind un fel de poveste de prezentat la cinema” („immediately before the great advance – sometimes under fire, always within sound of the guns – forms a kind of epic of cinema display”). Reprezentantul Wellington House în Rusia, căpitanul Bromhead, a proiectat filmele despre armata britanică și succesele ei armatelor rusești din nord, generalilor Russki, Radko Dimitrieff și Staffs, în prezența multor corpuri de armată.

„Din nou, spectacolele în aer liber au avut cel mai mare succes, și uneori au fost realizate în cele mai interesante împrejurări: unul la două verste de capul de pod Uxhill, altul aproape de insula Darlen de pe Dvina, al treilea într-o veche clădire din Kemmern, înșesată de găuri de obuz, dintre care una fusese făcută în după-amiaza dinaintea proiecției”<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> *Ibidem*, c. 182-183 („Again the open-air shows where most successful and several times given under most interesting circumstances: one within 2 versts of Uxhill Bridgehead, another close to Darlen Island on the Dvinn, a third in an old building at Kemmern, full of shell holes of which one was made during the afternoon preceding the show”).

În ceea ce privește activitatea de distribuire, raportul preciza că au fost produse și repartizate până în acel moment peste 300 de cărți și pamflete. Relevant este faptul că *Raportul Bryce* (80 p.), cu *Apendicele* lui (peste 300 p.), privind atrocitățile germane, a fost editat în unsprezece limbi. Literatura a fost astfel distribuită în 21 de limbi. Această literatură consta în: 1. publicații guvernamentale oficiale (traduse în multe limbi), aparținând în special guvernelor britanice, franceze și belgiene; 2. literatură produsă în Wellington House; 3. literatură produsă la cererea Wellington House; 4. literatură produsă independent fie în Marea Britanie, fie peste hotare, făcută să circule de Wellington House în țările neutre și aliate. Aproape fiecare canal disponibil a fost folosit pentru această activitate de distribuție mondială. Literatura propagandistică a circulat prin intermediul ambasadelor, legațiilor și consulatelor; prin intermediul agenților marilor companii de transport cu aburi din toată lumea; prin intermediul marilor organizații de distribuție, cum ar fi Societatea Imnurilor Religioase, Societatea pentru Răspândirea Bibliei, companiile de asigurări împotriva incendiilor și altele; prin intermediul unor organizații precum „Over-Seas Club” (ai cărui membri erau împrăștiați prin toată lumea), Institutul Colonial Regal și Liga Victoria; prin intermediul marilor corporații și firme britanice, cum erau companiile de tutun British-American și Ardath; prin intermediul comitetelor locale ale supușilor britanici de peste hotare, formate în scopul „răspândirii adevărului despre Aliați” în rândul popoarelor în mijlocul cărora trăiau; prin intermediul comitetelor organizate de neutrii proaliați; prin intermediul indivizilor care-și asumaseră voluntar sarcina distribuirii. Cheia organizării acestei propagande la scară mondială a constituit-o asistența cât se poate de deschisă și de generoasă care a fost acordată Wellington House peste tot de către marile companii comerciale și de transport naval. „Doar cooperarea lor activă și deschisă a făcut posibil succesul obținut în această activitate”.<sup>14</sup>

De asemenea, în multe țări, ziarele au alocat recenzii considerabile publicațiilor Wellington House. Cea mai mare parte a literaturii de propagandă era distribuită în lume astfel încât să nu se poată face nicio legătură directă cu guvernul britanic sau cu Wellington House. Corespondența trimisă dezvăluie aspecte interesante privind pătrunderea ei până în cele mai îndepărtate locuri:

„Un chinez din Guatemala scrie că era unul dintre ultimii germanofili din țara lui, dar a fost convertit la cauza Aliaților de literatura pe care a primit-o. Un olandez din Olanda spune că un pamflet care i-a fost împrumutat a trecut în mâinile celui de-al cincisprezecelea cititor, și încă mai circulă. Un mic negustor din Amsterdam dă câteva din cărțile noastre ca premii clienților care cumpără de la el. Literatura noastră, expusă într-un depozit din Maine, a cauzat mai

---

<sup>14</sup> *Ibidem*, c. 183 („Their active and ready cooperation has alone made possible such success in this work as has been obtained”).

multe lupte în depozit între simpatizanții Aliaților și cei ai Puterilor germane. În Argentina, un fost consul turc distribuie exemplare din *Al Hakikat* populației musulmane de acolo. Avem rapoarte că, în Norvegia, cărțile noastre au pătruns până în punctele extreme ale celor mai îndepărtate fiorduri, unde cei care o citesc o dau mai departe vecinilor, iar editorii ziarelor de provincie cer literatură specială de război. În Chile, soția unui fost președinte, după ce a văzut imagini cu bisericile în ruină din Belgia și Franța, anunță că se roagă zi și noapte pentru succesul Aliaților. În Italia, un simpatizant raportează că a citit seara unor grupuri de țărani, care deseori ajungeau să fie o adevărată mulțime, din *Ororile din Wittenberg* sau din relatarea bătăliei din Iutlanda. [...]<sup>15</sup>.

Wellington House desfășura în mod continuu o serie largă de activități care erau imposibil de clasificat sub o denumire anume. Acestea variau de la organizarea turneelor întreprinse de reprezentanții muncitorilor francezi prin marile orașe ale țării lor, cuprinzând și marile întâlniri publice de acolo, și a turneelor similare ale socialiștilor francezi în Marea Britanie, până la furnizarea de postere în interiorul Chinei și asigurarea expunerii imaginilor din Italia în Londra și a celor britanice peste hotare. „O parte a activităților, de asemenea, este de o natură într-atât de confidențială, încât nu poate fi prezentată într-un raport scris” [s.n. – S.R., D.V.C.]<sup>16</sup>.

Guvernul german era conștient de existența propagandei engleze, dar nu avea informații clare despre metodele și centrele ei. Existența Wellington House părea să-i fie necunoscută în acel moment. Mai mult, raportul întocmit de Charles Masterman în septembrie 1916 făcea precizarea că în ciuda prohibițiilor și a cenzurii impuse de guvernul german, publicațiile Wellington House puteau fi procurate și în Germania<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> *Ibidem* („A Chinaman in Guatemala writes that he was one of the last Germanophiles in that country, but has been converted to the Allied cause by the literature he has received. A Dutchman in Holland tells that a pamphlet which has been lent to him has been passed into the hands of the fifteenth reader, and is still doing work. A small storekeeper in Amsterdam awards some of our books as prizes to customers who buy goods at his shop. Our literature on show at a store in Maine has resulted in several fights in the stores between the sympathisers of the Allies and the German Powers. In the Argentine a former Turkish consul is distributing copies of *Al Hakikat* to the Moslem population there. In Norway, our books, it is reported, have percolated into the innermost recesses of remote fjords, where those who have received them hand them to their neighbours, and the editors of provincial papers apply for special war literature. In Chile the wife of a former president, after seeing the picture of the ruined churches of Belgium and France, announces that she prays night and morning for the success of the Allies. In Italy a sympathiser reports that he reads in the evening to groups of peasants, which often become quite a crowd, from the *Horrors of Wittenberg*, or the account of the battle of Jutland. [...]

<sup>16</sup> *Ibidem*, c. 183-184 („Some of the work, again is of such a confidential nature as could not be set out in a printed report”).

<sup>17</sup> *Ibidem*.



*Propaganda Wellington House în Italia*

Raportul cu privire la acțiunea Wellington House în Italia a fost alcătuit de Alec W.G. Randall. Activitatea propagandistică a Wellington House în această țară era coordonată de un anume C.A. Mills din Roma, care lucra sub controlul direct al ambasadorului britanic. Mills s-a bucurat de sprijinul consistent al marchizei Bettina Della Valle di Casanova. Aceasta a coordonat propaganda britanică în nordul Italiei și „a fost de cel mai neprețuit ajutor încă de la început” („who has given the most valuable assistance from the very commencement of the work”). Materialele de propagandă erau inițial tipărite în limba italiană în Anglia și distribuite de oameni instruiți temeinic în 13 orașe importante din Italia: Genova, Torino, Milano, Veneția, Bologna, Pisa, Florența, Perugia, Ancona, Roma, Napoli, Taranto și Palermo. Interesantă este următoarea precizare din raport:

„[...] s-au dat instrucțiuni ferme privind distribuirea exclusiv prin intermediul cunoștințelor personale, din mână în mână, și evitarea distribuirii la întâmplare. Acest principiu a fost urmat până în prezent. S-a descoperit curând că era recomandabilă tipărirea și distribuirea de articole locale și de alte asemenea lucrări. Astfel, pe lângă materialele trimise din Anglia, o mare cantitate de alte lucrări au fost tipărite la nivel local și distribuite în rândul populației”.<sup>18</sup>

În ceea ce privește efectul propagandei în rândul clasei politice italiene, realizatorii raportului apreciau că impactul a fost consistent în sânul tuturor partidelor politice:

„E reconfortant să pot spune că un mare număr de secretari din *toate* partidele politice, de la naționaliști la socialiști, au cerut de urgență mai multe exemplare, și le-au fost imediat furnizate. O organizație care a fost de mare ajutor în distribuire e Comitetul de Apărare Internă, care și-a organizat secții în toată Italia și întreprinde tot soiul de activități patriotice, de la [furnizarea de] haine călduroase pentru soldați până la propagandă și suprimarea spionajului. Nu încapem îndoială că distribuția prin agenția italiană e de departe mai satisfăcătoare decât cea adoptată anterior. Motivul e că, în ce-i privește pe distribuitorii noștri englezi, erau mai degrabă doamne care nu prea aveau legături cu populația italiană. Acum sunt cu totul prinse în activitățile Crucii Roșii și nu mai au timp de irosit pentru alte activități. Cu toate acestea, mi-au fost de mare ajutor la debutul activității. Recent, aceasta s-a extins într-atât de mult încât avem nu mai puțin de opt carnete diferite cu adrese ale societăților politice și ale unor indivizi particulari, pe lângă care mai trebuie să folosim și

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, c. 222 („Instructions were duly given to distribute only by means of personal acquaintances from hand to hand, and to avoid indiscriminate distribution. This principle has been followed out to the present day. It was soon discovered that it was advisable to print and distribute local articles and other works. So in addition to the matter sent out from England, a great deal of other work was printed locally and circulated amongst the people”).

anumite liste oficiale cum sunt cele ale membrilor Senatului, ale membrilor Camerei Deputaților, ale universităților, ale profesorilor de liceu, bărbați sau femei etc.”<sup>19</sup>.

Raportul face aprecieri legate de perceperea acestei activități propagandistice de către italieni:

„La început am descoperit că eram primiți cu mare răceală. Cred că se datora faptului că fuseseră sufocați de o avalanșă de literatură calomnioasă venită de la Berlin. E de-a dreptul amuzant, privind în urmă la ce s-a întâmplat, să te gândești cât de inutilă a fost toată această risipă de bani germani. Se estimează că această propagandă trebuie să fi costat Germania cel puțin zece milioane de franci și se crede, în general, că prințul von Bülow a adus cu el un ordin de credit de 200.000 de lire sterline. Fie că asta e adevărat sau nu, faptul principal rămâne că în fiecare hotel din orașele mari, fiecare afacerist care a avut vreodată vreo relație comercială cu vreo firmă germană, fiecare preot de parohie, fiecare proprietar de cafenea sau de frizerie din cele mai mici sate ale Italiei a primit regulat un exemplar dintr-un ziar vândut sau alt tip de literatură germană, în acord cu importanța destinatarului”<sup>20</sup>.

Mills sublinia faptul că propaganda insistentă și prea vizibilă a Germaniei a stârnit reacții negative în societatea italiană. În consecință, Wellington House s-a concentrat pe distribuirea de materiale literare de bună

---

<sup>19</sup> *Ibidem* („It is gratifying to be able to say that a great number of secretaries of *all* political parties. From Nationalists to Socialists, were urgent in their demands for more copies, and were duly supplied. An organization which has been of great help in distributing is the Committee of Internal Defence, which has organized branches all over Italy, and undertakes all kind of patriotic work, from the warm clothing for soldiers to propaganda and the suppression of espionage. There can be no doubt that the distribution through Italian agency is far more satisfactory than the one previously adopted. The reason is that, as far as our English distributors were concerned, they were mostly ladies who were not very much in touch with the Italian population. They are now fully engaged in Red Cross work, and have no time to spare for other occupations. Still they were of great use to me in starting the work. This has grown so much of late that we have no less than eight different address books of those of members of the Senate, members of the Chamber of Deputies, Universities, school teachers, male and female, &c., &c.”).

<sup>20</sup> *Ibidem* („At first, I found that it was a very coldly received. I think this was due to the fact that they had been deluged with a mass of vituperative literature from Berlin. It is really amusing, on looking back at what happened, to think how useless all this expenditure of German money has been. It is estimated that this propaganda must have cost Germany at least ten millions of francs and it is generally believed that Prince von Bülow brought with him a credit order of 200.000 l. sterling. Whether this is true or whether it is not, the main fact remains that every hotel in the large cities, every business person who had ever had commercial connection with any German firm, every parish priest, every proprietor of a café or a barber’s shop, down to the smallest villages throughout Italy received regularly either a copy of a subsidized newspaper or other literature which was proportionate to the importance of the recipient”).

calitate, evitând orice polemică sau invective. Primele distribuiri s-au efectuat cu pamflete venite din Anglia, scrise de autori englezi, dar s-a simțit curând că era necesar să fie făcute traduceri chiar în Italia și să fie publicate articole importante scrise de italieni pentru italieni. Aceasta a avut un efect pe deplin satisfăcător. „Deseori am fost sufocați de cereri pentru anumite lucrări, și a trebuit să retipărim încă două sau trei ediții ale unor anumite pamflete care rămăseseră în mintea și aprecierea poporului” („We have often been deluged with applications for particular work, and have had to reprint as many as two or three editions of certain pamphlets which have struck the popular mind and appreciation”). Într-o a doua etapă, s-a pus un accent tot mai mare pe publicarea materialelor propagandistice în Italia, iar raportul ne oferă liste întregi cu titlurile editate, inclusiv tirajul lor. Documentul nu ne oferă date despre costurile financiare, doar subliniază că facturile cu chitanțele originale au fost trimise fie direct Casei Wellington, fie Ambasadei.

În ceea ce privește adresabilitatea materialelor de propagandă, nu se făcea nici un fel de distincție privind partidele politice:

„Trimitem și clericilor (în special la Vatican), și naționaliștilor, care corespund conservatorilor noștri, liberalilor, radicalilor, republicanilor și socialiștilor. Probabil că cea mai utilă agenție pe care o avem e cea a Bibliotecilor Populare din Italia. Sunt în număr de 1.500, și fiecare bibliotecă are un exemplar din fiecare pamflet publicat, cele mai importante biblioteci având câte două. În acest fel, ajungem la milioane de cititori din clasele mai sărace, și știu din observații personale că această literatură e citită și apreciată pe scară largă pentru simplul motiv că aproape fiecare italian e un politician înăscut”<sup>21</sup>.

Raportul aprecia că până în iulie 1916 s-au distribuit în Italia materiale propagandistice favorabile Marii Britanii reprezentând un total brut de 856.200 de pamflete tipărite în Italia, cărora trebuie să li se adauge aproximativ 100.000 primite de la Wellington House, însemnând o distribuție totală de aproape un milion de pamflete și cărți. Raportul menționa și folosirea altor mijloace de propagandă, și anume: expunerea fotografiilor în vitrinele magazinelor, îndeosebi în marile orașe precum Roma, Milano, Torino și Bologna; organizarea unor prelegeri despre război ale unor personalități favorabile Marii Britanii.

Raportul întocmit pentru Italia de Alec W.G. Randall conținea și relatările marchizei Bettina Della Valle di Casanova, recrutată de Wellington

---

<sup>21</sup> *Ibidem* („We send to Clericals (especially the Vatican), the Nationalists, who correspond to our Conservatives, Liberals, Radicals, Republicans and Socialists. Probably the most useful agency we have are the Popular Libraries of Italy. There are some 1.500 in number, and every library has one copy of every pamphlet which has been issued, the more important libraries have two copies. By this means we get at millions of readers of the poorer classes, and I know from personal observation that this literature is widely read and appreciated for the simple reason that nearly every Italian is a born politician”).

House și coordonatoare a propagandei britanice în nordul Italiei. Aceasta menționa că, pe lângă energie și entuziasm pentru cauza Angliei, a avut nevoie de mult tact,

„ca să nu fim acuzați de imitarea metodelor agresive ale propagandei germane, care a stârnit atât de multă indignare și ură în Italia. Pentru a evita acest pericol, a fost esențial, după părerea mea, să folosesc pentru distribuție mai degrabă agenți italieni decât englezi. Unul dintre aceștia, un om de vază în mediul industriașilor din nordul Italiei, și-a asumat distribuția la nivelul propriilor lucrători, și de asemenea la Universita Popolare, unde pamfletele (în special discursurile d-lui Asquith și ale d-lui Lloyd George) se bucură de o mare apreciere printre profesori și studenți. Limitând la început distribuția, cererea a ajuns în curând mare, astfel încât se considera o favoare aprobarea cererii pentru o aprovizionare sporită. Fiica unuia dintre cei mai cunoscuți horticultori a desfășurat o activitate foarte bună în rândul prietenilor, clienților și angajaților tatălui ei și, grație eforturilor ei, pamfletele au fost distribuite în toate cercurile agricole din Milano și din împrejurimi. Un distins general italian din Milano ne-a introdus pamfletele în cluburile și cercurile militare, ca și în „Casa del Soldato”, al cărei președinte este. Un tânăr și energic voiajor comercial, devotat Angliei și cauzei acesteia, a realizat distribuția în rândul inginerilor și al capilor muncitorilor din cele mai importante fabrici de oțel și de fier ale noastre. Și astfel propaganda a progresat simțitor. Cererile pentru expedieri mai masive de carte continuau să curgă, cereri cărora dl. Mills le-a dat curs foarte binevoitor și prompt, în măsura în care stocul său, pe atunci limitat, îi permitea”<sup>22</sup>.

Materialele de propagandă britanice au pătruns în majoritatea bibliotecilor din Italia, dar și în organizațiile muncitorești, cum ar fi „Societa Lavoratori del Libro”, „Cooperativa Induno”, „Societa de Mutuo Soccorso

---

<sup>22</sup> *Ibidem*, c. 223 [„[...] lest we should be accused of following the aggressive method of German propaganda which has aroused so much indignation and hatred in Italy. To avoid this danger, it was, in my opinion, essential to make use of Italian rather than of English agents for distribution. One of these, a leading man in the industrial world of Northern Italy, undertook to distribute, amongst his own workmen, and also at the Università Popolare, where the pamphlets (especially Mr. Asquith's and Mr. Lloyd George's speeches) met with great favour amongst professors and students. By limiting the distribution at first, the demand soon became great, so that it was considered a favour when the request for a further supply was granted. The daughter of one of our best known horticulturists did very good work amongst her father's friends, clients, and workmen, and, thanks to her effort, our pamphlets were distributed in all agricultural circles in and around Milan. A distinguished Italian General in Milan introduced our pamphlets in military clubs and circles, as well as in the «Casa del Soldato», of which he is President. A young and energetic commercial traveller, devoted to England and her cause, distributed to engineers and head workmen in many of our most important iron and steel works. And so the propaganda made good progress. Requests for larger consignments of books kept flowing in, requests which Mr. Mills very kindly and promptly complied with, as far as his then limited supply permitted”].

Figli del Lavora”, „Associazione Inquilini”, „Biblioteca Mutuo Soccorso Monbello” și multe altele. Din raport rezultă și *feed-back*-ul pozitiv al propagandei, ilustrat prin scrisorile adresate de diferite personalități ale vieții publice din Italia, sau chiar de muncitori, atât Bettinei Della Valle di Casanova, cât și ambasadei Marii Britanii, din care rezulta convingerea lor asupra dreptății cauzei Alianților și a intervenției Italiei<sup>23</sup>.

Concluzia cu care Alec W.G. Randall își încheia raportul cu privire la propaganda Wellington House în Italia era că

„italienii, în general, au fost convingși demult și temeinic despre bunele și relele războiului; toate eforturile noastre mai recente au fost îndreptate către dublul obiectiv de a explica implicarea Marii Britanii în război și de a arăta italienilor că propriile lor dificultăți, scopuri și izbânzi sunt apreciate în țara noastră. Efectul general al propagandei britanice în Italia e corect rezumat într-o scrisoare recentă de la ambasador: «Cred că activitatea care a fost făcută în liniște prin bibliotecile populare a fost de importanță majoră în formarea și menținerea unei impresii pozitive în rândul populației...» Calmul cu care poporul italian a primit ofensiva austriacă de la Trentino, discreția cu care s-a efectuat schimbarea guvernului, domolirea treptată a tonului arțăgos din *Idea Nazionale* și din alte ziare extremiste și, în final, entuziasmul cu care a fost întâmpinată declararea războiului cu Germania – toate aceste lucruri arată că activitatea care a fost făcută în Italia nu a întârziat să dea roade”<sup>24</sup>.

#### *Propaganda în România*

Raportul privind organizarea și desfășurarea propagandei Wellington House în România a fost realizat de către J.S. Willmore. După acesta, în România, elementul progerman se limita la rezidenții germani, în număr de 70-71.000, la cei circa 240.000 de evrei, cei mai mulți vorbitori de germană, și la un anumit număr de oameni din clasele educate, unii dintre ei membri ai Parlamentului. Majoritatea populației, inclusiv armata, „simpatizează din inimă” cu cauza Alianților, în ciuda eforturilor intense ale agenților germani de a influența în favoarea Puterilor Centrale; însă ziarele, în cea mai mare parte, au

---

<sup>23</sup> *Ibidem*, c. 223.

<sup>24</sup> *Ibidem*, c. 224 („Italians generally have long been thoroughly convinced as to the rights and wrongs of the war; all our more recent efforts have been directed towards the double object of explaining Great Britain’s share in the war and showing the Italians that their own difficulties, aims and achievements are appreciated in this country. The general effect of British propaganda in Italy is fairly summed up in a recent letter from the Ambassador: «I believe that the work which has been done quietly through the popular libraries has been of great importance in moulding and maintaining good views among the people [...]». The calmness with which the Italian people took the Austrian offensive in the Trentino, the smoothness, with which the change of Government was effected, the gradual falling off in querulousness in the tone of the *Idea Nazionale* and other extremist newspapers, and, finally, the enthusiasm with which the declaration of war against Germany has been welcomed all these things show that the work which has been done in Italy has not failed to bear fruit”).

fost „convinse” să pledeze cauza germană. J. S. Willmore cita zvonul după care proprietarului unuia dintre cotidienele importante i s-a oferit un milion de franci ca să nu publice nimic altceva decât articole progermane. A refuzat aceasta, însă a acceptat 600.000 de franci ca să sisteze editarea ziarului. Peste tot se distribuie pamflete și se duce o campanie de difuzare a informațiilor false cu un zel neabătut. Acum un an deja, conform jurnalului francez *Le Temps*, agenții guvernului german au plătit 70.000 de franci ca taxe vamale pentru pamfletele publicate în Germania ca să fie distribuite în România<sup>25</sup>.

Starea de spirit din țară, la sfârșitul anului 1915, era descrisă astfel:

„În ultimele două luni a avut loc o considerabilă convertire a opiniei publice în favoarea politicii de neutralitate a d-lui Brătianu. Această schimbare a fost determinată mai ales de invazia austro-germană în Serbia, teama de a nu împărtăși soarta teribilă a Belgiei și a Serbiei, aducând adepți politiciii înțelepte a primului ministru. Simpatiile majorității persoanelor care se mișcă în cercurile guvernamentale se îndreaptă spre Franța, pe care o văd victorioasă. Mulți dintre ei își temperează aceste sentimente cu admirația pentru forța și puterea de rezistență a Germaniei; cei mai mulți urăsc Rusia și nu au încredere în armata ei. Totuși, România urmărește să producă o unire națională. În general, majoritatea oamenilor consideră că dl. Brătianu a procedat bine așteptând; căci războiul va dura mult timp, iar o națiune mică nu are forța și mijloacele de rezistență de care dispun marile Puteri. Există, cu toate acestea, convingerea că dl. Brătianu va interveni de partea Cvadruplei Antante, însă doar când aceasta din urmă va fi capabilă să opună celor 800.000 de oameni din trupele austro-germane, turce și bulgare o armată de o forță egală, dacă nu superioară”<sup>26</sup>.

Până la sfârșitul anului 1915 – menționa raportul –, Wellington House a publicat în limba română și a distribuit în țară corespondența diplomatică, unele pamflete și discursuri ale miniștrilor, *Raportul despre atrocitățile germane* al lordului Bryce și 10.000 de exemplare din lucrarea *O cauză dreaptă*, semnată de

<sup>25</sup> *Ibidem*, c. 217.

<sup>26</sup> *Ibidem* („Since the last two months there has been a considerable reversion of public opinion in favor of M. Bratianu's neutrality policy. This change has been brought about mostly by the Austro-German invasion of Serbia, a fear of sharing the terrible fate of Belgium and Serbia bringing adherents to the wise policy of the Prime Minister. The sympathies of many majority of persons, who move in Government circles, are with France, whom they wish to see victorious. Many of these temper these sentiments with admiration for Germany's strength and power of resistance; many of them detest Russia, and have no confidence in her army. However, Romania desires to bring about a national union. On the whole, the majority of the people consider that M. Bratianu has done well to wait; for the war will last a long time, and a small nation has not the strength and means of resistance which the great Powers possess. There is, however, a conviction on the side of the Quadruple Entente, but not until the latter is able to oppose 800.000 troop of Austro-Germans, Turke and Hungarians, with any army of equal if not superior strength”).

David Mitrany. *Judecata* lui Beck a fost tradusă în țară. În acest an a fost publicată o ediție a desenelor lui Raemaekers, cu legende în română, iar o traducere a Raportului despre tabăra din Wittenberg era în curs de publicare. Filme cu *Britania pregătită* au fost prezentate la București, și se menționa că au avut mare succes. În consecință, Wellington House pregătea trimiterea de noi filme de război spre București. Un număr ridicat de pamflete în engleză, printre care și povești despre război pentru copii, a fost difuzat în țară.

Autorul raportului, J. S. Willmore, aprecia că

„distribuirea pamfletelor noastre și eforturile prietenilor de la fața locului generează, fără îndoială, o influență pozitivă și contracarează într-o anumită măsură propaganda germană; însă nu trebuie uitat că Germania nu se limitează la distribuirea de pamflete. A obținut demult o poziție puternică în România, ca și în alte părți, prin metodele ei de «infiltrare pașnică» și își întărește poziția prin amenințări și promisiuni, arătând mereu populației spectrele Belgiei și ale Serbiei”<sup>27</sup>.

### *Concluzii*

Wellington House a fost departamentul secret al propagandei britanice din timpul primului război mondial, care a avut misiunea de a crea o imagine pozitivă în lume Imperiului britanic, dar și de a contracara acțiunile propagandistice ale Puterilor Centrale, îndeosebi ale Germaniei.

Charles Masterman, prin întemeierea Wellington House, a reușit să dezvolte un organism de propagandă extrem de eficient. Modul în care a fost structurată propaganda, mijloacele foarte diverse folosite, concurența cu propaganda germană, finanțarea generoasă oferită de guvernul britanic, ilustrează importanța acestei activități pentru politica externă a Imperiului britanic. Paginile referitoare la Italia și România demonstrează faptul că Marea Britanie s-a folosit de mijloace propagandistice oficiale și neoficiale extrem de pătrunzătoare, cu dublu scop: pe de o parte anihilarea influenței germane, iar pe de altă parte crearea unui curent de opinie favorabil intrării în război alături de Antanta. Se impune observația că efortul propagandistic depus Wellington House a fost mult mai consistent în cazul Italiei, în comparație cu România; aceasta relevă diferența de importanță a celor două state în diplomația Marii Britanii în anii 1914-1916.

---

<sup>27</sup> *Ibidem* („[...] the distribution of our pamphlets and efforts of friends on the spot are, no doubt, exerting good influence and counteracting in some measure the German propaganda; but it must be remembered that Germany does not content herself with the distribution of pamphlets. She has long since obtained a strong position in Roumania, as elsewhere, by her methods of «peaceful penetration» and she strengthens this position by threats and promises, continually holding up to the population the spectres of Belgium and Serbia”).