

УДК 94/ 477.4 (438) 6

DOI <https://doi.org/10.35433/history.112059>

**Мосієнко Олександр**,  
кандидат історичних наук,  
доцент кафедри філософсько-історичних  
студій та масових комунікацій  
Державного університету  
«Житомирська політехніка»  
[aleksandr.art.am@gmail.com](mailto:aleksandr.art.am@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-7106-8075>

## «АЗІАТСЬКИЙ ВОРОГ»: ОБРАЗ РОСІЙСЬКОЇ ІМПЕРІЇ В АВСТРО-УГОРСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

### *Анотація*

*Метою статті є аналіз особливостей формування образу Російської імперії як ворога в австро-угорській пропаганді часів Першої світової війни.*

*Методологія:* Загальнонаукові методи (аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення) застосовувались для збору інформації та її аналізу. Використані методи візуальної антропології, історії пропаганди. Аналіз отриманої інформації дозволив методом реконструкції відтворити зміст інформаційно-пропагандистських битв часів війни.

*Наукова новизна* полягає в тому, що вперше у вітчизняній історіографії, на основі зібраних матеріалів, було проаналізовано особливості австро-угорської пропаганди у створенні образу ворога з Російської імперії у роки Першої світової війни, відзначено аспекти створення образу внутрішнього ворога, зроблено висновки про результати пропаганди імперії Габсбургів.

*Висновки.* Австро-угорська пропаганда використовувала образ «загрози зі сходу». Встановлено, що вже в 1914 р. у військовослужбовців на передовій та населення в тилу сформувалися певні установки щодо Росії. Пропаганда виконала своє завдання із формування образу ворога. Розглядається процес створення спеціалізованих установ, що займалися пропагандою в Габсбурзькій імперії, використання таких засобів як карикатури та кінофільми. Образ зовнішнього ворога доповнився ворогом внутрішнім. Для Австро-Угорщини таким ворогом стало єврейське, польське та українське населення прикордонних територій. На внутрішньому інформаційному фронті візуальна пропаганда була

---

*представлена плакатами, поштовими листівками, фільмами. Висвітлено стан сучасного дослідження проблематики та окреслені перспективи подальших досліджень.*

**Ключові слова:** Перша світова війна, пропаганда, Австро-Угорська імперія, Російська імперія, інформаційний вплив, образ ворога.

**Постановка проблеми.** У ХХ ст. збройні конфлікти набули нових характеристик. До них належали тотальність, масовість, застосування новітньої техніки та озброєння. Крім того, широко використовувалася пропаганда та маніпулювання суспільною свідомістю, що активно впливало на комунікативний простір війни. Пропаганда, маніпуляція масовою свідомістю та інформаційно-психологічні війни не стали винаходами ХХ ст. – приклади інформаційного протистояння можна знайти у війнах попередніх епох. Проте у ХХ ст., завдяки стрімкому прогресу, зросла грамотність та політична активність населення. Ця обставина висунула на перший план важливість інформаційно-психологічного впливу. Забезпечення та супровід бойових дій пропагандою стає невід’ємною рисою військових конфліктів століття. Вплив на свідомість та підсвідомість людей став можливим завдяки масштабним тиражам друкованої продукції (газети, плакати, листівки) та появі нових комунікаційних засобів, наприклад, кінематографу. Спротив російській агресії, що чинить Україна з 2014 р., демонструє, що вивчення історії комунікативного простору війни набуває не тільки теоретичного, а й практичного значення. Сучасна війна не обмежується лише театром бойових дій. Вона також поширюється на дипломатичну, економічну, інформаційну та пропагандистську сфери.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Наукове зацікавлення проблематикою пропаганди зростає впродовж останніх десятиліть. Конфлікти ХХІ ст. лише поглибили це зацікавлення. Вітчизняні історики трактують пропаганду як інформаційно-психологічний вплив на власне населення та армію, війська та населення противника. Одним з перших вітчизняних спеціалістів з комунікативних технологій став Г. Почепцов, дослідник інформаційних і психологічних воєн. У своїх роботах він ототожнює пропагандистський вплив з механізмом дії зв’язків з

---

громадськістю (PR), наголошуючи на наявності багатьох спільних рис (Почепцов, 2000).

Важливі дані щодо пропагандистської війни між Австро-Угорщиною та Росією містяться у загальних дослідницьких працях, які відображали офіційну точку зору на участь у війні. Австрійська історіографія представлена ретельним дослідженням Е. Глайзе-Хорстенау (Glaise-Horstenaus, 1931). Зміст теоретичних напрацювань генералітету Габсбурзької імперії в інформаційній підготовці до війни став об'єктом дослідження Н. Голль (Goll, 2014). Професори Люблянського університету Д. Нечак і Б. Репе, розглядаючи Першу світову війну скрізь призму участі в ній словенців, на словенському матеріалі докладно аналізують пропагандистську війну (Нечак, 2012).

В останні роки з'явилися ґрунтовні дослідження різноманітних аспектів Першої світової війни. Науковці приділяють особливу увагу таким темам, як вплив війни на суспільство, явище біженства, психологія учасників війни, становище національних меншин та військові злочини. Серед сучасних зарубіжних дослідників особливостей військово-політичних та соціокультурних подій Першої світової війни загалом та австро-угорської пропаганди зокрема, варто виокремити Дж. Фріц (Fritz, 2014), К. Мозер (Moser, 2014), М. Мутшлехнера (Mutschlechner, 2014), М. Шарф (Scharf, 2014), А. Штангль (Stangl, 2014), Я. Ценцмаєра (Zenzmaier, 2014) та інших західних вчених, зокрема британського науковця М. Корнуолла (Cornwall, 2019).

Порівняно з західною історіографією можна говорити про недостатню розробку цієї тематики у вітчизняному науковому дискурсі. Важливою компонентою австро-угорської пропаганди у контексті створення образу зовнішнього та внутрішнього ворога стало єврейське, польське та українське питання. Українські фахівці здебільшого зупинилися лише на окремих аспектах цієї проблематики.

Джерелом пропаганди виступав не лише уряд, а й різноманітні приватні і державні засоби масової інформації, громадські організації. Пропаганда використовувала різні засоби інформування: звіти, новини, статті, коментарі, книги, картини, промови, листівки, плакати, карти.

Після оголошення війни, в обох імперіях з'явилися публікації, що наголошували на оборонному, захисному характері війни зі сторони власної держави. В брошурі Б. Імшенецького зосереджувалась увага читачів на переможній Галицькій битві та містилася інформація щодо сприйняття росіян австро-угорськими солдатами (Імшенецький, 1914). Адольф Владислав Інлендер, польський діяч з Галичини, наголошував, що прагнення росіян розширити свою імперію стало причиною війни. На його думку, лише перемога Троїстого союзу гарантує безпеку від зазіхань росіян (Inlender, 1915). Протягом 1914-1917 рр. Михайло Лозинський, видатний український державний і політичний діяч, публіцист, активно долучався до діяльності СВУ (Союзу Визволення України) у Відні, зокрема, публікував свої роботи у «Віснику СВУ». Протягом війни його твори, в яких він розкривав плани російського уряду щодо українських земель Австро-Угорщини, виходили під псевдонімом М. Михайленко. У цих роботах він активно розвіював міфи російської пропаганди (Михайленко, 1915). М. Ронге, полковник австрійського генерального штабу, який в роки Першої світової війни керував контррозвідкою, наводив широкий фактаж організованої Австро-Угорщиною розвідувальної та пропагандистської діяльності, в т.ч. способи і форми агітації на Галицькому фронті Австро-Угорщини (Ронге, 1939).

Значна кількість документів, що демонструють становище в інформаційній політиці Австро-Угорщини, знаходиться у фондах Центрального державного історичного архіву України в м. Львові. Донесення австрійських адміністративних органів Галичини, відомості про хід пропагандистських кампаній на фронті і в тилу, звіти щодо заходів контрпропаганди, до яких вдавалася австро-угорська влада, зберігаються у фондї 146 – Галицьке намісництво, м. Львів. Листівки, брошури, звернення та інші пропагандистські матеріали зібрані в ф. 835 – родинному фондї князів Любомирських.

До джерельної бази дослідження входять візуальні джерела, які дуже широко використовувались в роки Першої світової війни в якості засобів пропаганди. Завдяки розвитку мережі Інтернет стали доступними візуальні джерела агітаційно-пропагандистського характеру – листівки, плакати, фотографії. Низка австрійських та німецьких електронних ресурсів з нагоди ювілеїв початку і закінчення Першої світової війни пропонує багато візуальних

джерел, зокрема і пропагандистського характеру. У даному дослідженні використані матеріали сайту [habsburger.net](http://habsburger.net), на якому розміщено тематичну виставку: «Війна слів і образів – пропаганда в Першій світовій війні» (Krieg der Worte und Bilder: Propaganda im Ersten Weltkrieg, 2014).

Австрійський гумористичний тижневик «Мушкет» (Die Muskete, 1914) протягом всієї війни відгукувався на важливі військово-політичні події якісно виконаними карикатурами. Ілюстратори цього журналу зображали Росію як небезпечну через розміри і ресурси країну, яка, однак, з точки зору культури, економіки та військової потуги знаходилась на нижчому щаблі, ніж Габсбурзька імперія.

**Мета статті** полягає у дослідженні аспектів, що стосуються образу Російської імперії у ході Першої світової війни у листівках, статтях та фільмах австро-угорського походження. Пропагандисти Габсбурзької імперії намагалися сформуванати образ росіянина-ворога, виходячи не тільки з існуючих європейських кліше, але й з історичних традицій сприйняття Росії та характеру політичних відносин того часу.

Хронологічні межі охоплюють період від початку війни у 1914 р. до листопада 1917 р. Проте в роботі свідомо розширюється нижня межа, щоб з'ясувати передумови розбіжностей між Австро-Угорщиною та Росією. Кінцева дата пов'язана з Лютневою революцією в Росії та перетворенням її з імперії на республіку, що змінило акценти у австро-угорській пропаганді.

**Виклад основного матеріалу.** Образ ворога формувався спеціалізованими державними структурами та військовими інституціями, різноманітними приватними засобами масової інформації, громадськими організаціями. Навіть навчальні матеріали у школах спрямовувалися на пропаганду політичних ідей. Варто відзначити, що образ ворога міг суттєво відрізнитися у різних суб'єктів: військових на передовій, власного населення на окупованих територіях, а також цивільних осіб, що знаходилися далеко від зони бойових дій. Все це мали враховувати пропагандисти у своїй діяльності. Пропаганда стала ключовим елементом інформаційної (інформаційно-психологічної) війни, яку можна визначити як протиборство, спрямоване на досягнення стратегічних військово-політичних цілей. Вона здійснювалася через

вплив на власне населення та війська, населення та збройні сили ворога за допомогою спеціально відібраної та підготовленої інформації, а також включала протидію таким впливам у свою сторону.

Військове протистояння між Австро-Угорщиною та Росією велося на українських й польських землях, розділених кордоном. Східний фронт Австро-Угорщини у Першій світовій війні характеризувався запеклими боями, яким передувала загальна мобілізація, наступи та контратаки з обох боків. Великі битви на цьому фронті включали Галицьку операцію, Горлицький прорив та наступ Південно-Західного фронту Російської імперії під керівництвом О. Брусилова. Незважаючи на деякі успіхи, Австро-Угорщина зіткнулася з труднощами через дефіцит ресурсів і протидію ворога, що призвело до невдач на цьому фронті. Значні втрати, зрештою, призвели до розпаду імперії наприкінці Великої війни.

У період Першої світової війни Австро-Угорщина активно використовувала різноманітні пропагандистські методи для мобілізації населення, стимулювання патріотизму та створення образу ворога. На плакатах, листівках, у газетних статтях зображували ідеалізовані сцени битв, наступаючих власних вояків та відступаючі війська ворога, тріумфуючих військових лідерів. Візуальні образи використовувалися для створення враження могутності і переваги Австро-Угорської імперії. Також використовувалися карикатури, які ображали та висміювали супротивників, особливо Російську імперію та Сербію. Метою стало створення негативного образу ворогів та формування громадської думки, мобілізації та підтримки участі у війні.

Напередодні війни імперія намагалася психологічно та інформаційно підготувати населення до майбутніх бойових дій. У 1910 р. генерал від інфантерії Еміль фон Войнович, керівник Військового архіву у Відні під час Першої світової війни, опублікував есе під назвою «Думки про сучасну війну». Войнович зазначав, що крім необхідного оснащення, провізії та ефективної системи постачання, високий моральний дух армії та цивільного населення є невід'ємною складовою перемоги. На його думку, майбутню війну можна виграти лише за умови «добровільної співпраці всього населення» на «внутрішньому фронті». Ведення

масової війни потребує мобілізації всієї країни, а це вимагає контролю та впливу на населення. Войнович вважав, що єдність власного населення має бути морально посилена шляхом правильного зображення, інтерпретації та звеличення військових подій. Для цих завдань генерал пропонував створити Державне агентство пропаганди, чия мета полягала у забезпеченні лояльності цивільного населення. Генерал розглядав офіційну пропаганду як невід'ємну частину «внутрішньої» та «зовнішньої» військової політики (Goll, 2014, p. 213).

Через місяць після початку Першої світової війни в Австро-Угорщині було організовано Військове прес-бюро – *Kriegspressequartier* (KPQ), відповідальне за пропагандистську складову ведення війни. На чолі з полковником Максиміліаном Ріттером фон Хоеном бюро виступило посередником між армією і населенням імперії та стало центральним елементом військової пропаганди Австро-Угорщини. Підпорядковувалася установа верховному головнокомандуванню армії. Це було зроблено з метою забезпечити контроль за інформацією та запобігти розповсюдженню несанкціонованих текстів та зображень. Отож, прес-бюро також виконувало функцію цензури преси у співпраці з Управлінням військового спостереження *Kriegsüberwachungsamt* (KÜA) (Fritz, 2014d). Робота Військового прес-бюро включала вплив на громадську думку всередині країни та за її межами, управління прес-службою та укладання військових репортажів. Його роботу доповнювала «Літературна група» Військового архіву.

Таким чином, перед початком війни було визначено принципи, завдання та напрями пропагандистської роботи. Під час війни ці плани знайшли практичне втілення у конкретних засобах. Були створені установи, що займалися виробництвом та розповсюдженням агітаційної продукції, що постійно розширювали інформаційні засоби, методи та сферу їх застосування. Техніки пропаганди під час Першої світової війни представлені засобами масової комунікації, насамперед це періодичні видання, цільовою аудиторією яких було населення та військовослужбовці. Передача емоційно забарвлених повідомлень агітаційного характеру здійснювалось за допомогою брошур, плакатів, листівок, поштових листівок тощо.

Листівки, які стали однією з найпопулярніших форм військової пропаганди, ніколи не обмежувалися лише державними ініціативами. Вони також створювалися приватними друкарнями, містили зображення, що виходили за рамки офіційних повідомлень (наприклад, глузування з російських вояків) і задовольняли регіональні запити різними мовами всередині імперії (Cornwall, 2019).

У перші роки війни державна пропаганда зосереджувалася на письмових репортажах про події на фронті. У питанні відбору та інтерпретації новин з полів битв військова влада виявляла особливу суворість. Імператорське та королівське верховне командування із задоволенням взагалі б заборонило перебування представників преси на фронті. Однак військові Габсбурзької імперії розуміли значення громадської думки для успішного ведення війни. Щоб забезпечити відповідність репортажів вимогам Управління військового спостереження (KUA), кількість журналістів, допущених до театру бойових дій, суворо регулювалася. Організовані в прес-групи, вони збирали інформацію та публікували її в імперських газетах. Місцеві прес-групи займалися донесенням військової інформації до мас населення. Публікація інформації, яка могла викликати невпевненість у суспільстві, підірвати бойовий дух військ або бути корисною для противника, заборонялася. Тому інформація з лінії фронту піддавалася ретельній фільтрації (Cornwall, 2019).

Щоб відвернути увагу від внутрішніх проблем, австрійські політики вдалися до перевіреного рішення – єднання народів імперії через боротьбу зі спільним зовнішнім ворогом. Габсбурзька монархія розглядалася як вища «опора цивілізації», чию «честь» потрібно захищати від «варварського Сходу», представленого сербами та росіянами. Дослідники символічних наративів Дунайської монархії звертають увагу на поширення в австро-угорській пропаганді ідей соціального дарвінізму (гасло «Вживають лише найсильніші!»), прославлення насильства та культу мужності. Порівняно з наступними війнами, політична пропаганда часів Великої війни менше піддавалася сумніву (Mutschlechner, 2014a).



Аналіз змісту та мови маніфестів імператора Франц-Йосифа дає уявлення про пропагандистські прийоми, використані для виправдання вступу у війну. Ці прийоми можна виділити в групи.

1. «Шляхетна мета». Підданих запевняли, що мета цієї війни виключно шляхетна – допомога союзникам, відновлення справедливості, тощо. Щоб викликати ненависть до супротивника, монарх переконував, що саме ворог першим почав війну. Інформаційне обґрунтування початку війни було виконане. Для населення Австро-Угорщини слов'янська загроза втілена у Сербії підтверджувалася терористичним актом Г. Принципа та позицією сербського уряду. Населенню Габсбурзької імперії переконливо пояснили необхідність проведення каральної експедиції проти сербів. Війна з Росією також вписувалась у концепцію боротьби із загрозою з боку слов'ян.

2. Образ ворога – країни-зрадниці.

Легітимізація військового конфлікту відбулася через звинувачення ворога в агресивних діях, що зумовило вимушене втручання у війну. Для Австро-Угорщини основною загрозою називалася політика Сербії.

Австро-угорське звернення нагадувало своїм підданим, що династія Габсбургів завжди підтримувала Сербське королівство і протегувала його з часу досягнення державної самостійності, але «невдячна» Сербія вступила на шлях відкритої ворожнечі з Австро-Угорщиною. В наступному маніфесті 6 серпня 1914 р. про оголошення війни з Росією, Габсбурги подали російську допомогу Сербії та війну проти Німеччини як загрозу для Дунайської монархії, що потребувала відповідної реакції. Таким чином, Франц-Йосиф перед своїми підданими поставав далекоглядним політиком, завдавши превентивного удару і випередивши ворога, що підбурював Сербію проти Австро-Угорщини.

3. Протиставлення «німецького» світу «слов'янському».

Відень і Берлін сприймали Велику війну як неминучу і вирішальну битву між «германізмом» та «слов'янством». Відповідно Габсбурзька монархія сприймалася як захист від «східних орд» «панславистської Росії» та «нецивілізованих Балкан».

4. Ідея релігійного месіанства.

Релігійна риторика, використана у пропаганді, слугувала завданню національного єднання. Присутнє апелювання до вищих

сил, бога, для виправдання прийнятого рішення про початок війни. Франц-Йосиф називав війну Божою волею, а рішення про її початок – відповідальністю перед Всевишнім. Злочини ворожої армії пояснювалися з релігійної точки зору. Так, в австро-угорських виданнях підкреслювалося, що у зайнятому росіянами Львові у вересні 1914 р. чинилося насилля саме над євреями та католиками (Inlender, 1915, s.86). Залучення релігійного фактору надавало війні сакрального значення.

Маніфести монарха Австро-Угорщини доповнювалися відозвами на «регіональному» рівні. Оскільки театром бойових дій стали українські й польські регіони, важливого значення для обох ворогуючих армій набула підтримка місцевого населення. Представницькі організації цих народів, звертаючись до співвітчизників, роз'яснювали поточну ситуацію і демонстрували лояльність владі. Так, створена у Відні напередодні війни (1912 р.) Тимчасова комісія конфедеративних незалежницьких партій об'єднала в своїх лавах представників польського визвольного руху. В останні дні липня 1914 р. у своїх відозвах до австрійських поляків ця організація попереджала про неминучість війни на польських землях і закликала до боротьби з Росією. Відозва до польських підданих царської імперії від 8 серпня 1914 р. повторювала головні ідеї звернення Франца-Йосифа та стверджувала, що саме Росія шукала приводу до початку війни та першою напала на союзні монархії (Inlender, 1915, s.32-33). Поляків, що проживали на території царської імперії, Тимчасова комісія агітувала повставати при наближенні австро-угорських частин, вступати до лав польських з'єднань габсбурзької армії, чинити диверсії в тилу російських військ (Центральний державний історичний архів України, м. Львів, ф. 146, оп.8, спр. 1585, арк.6).

Австро-угорська влада знайшла спільну мову з наддніпрянськими емігрантами і галицькими патріотами. Українські політичні організації в імперії Габсбургів були представлені Головною Українською Радою та Союзом Визволення України. ГУР та СВУ протидіяли російським інформаційним акціям. «Слов'янська» пропаганда Росії несла велику загрозу цілісності Дунайській монархії. Тому важливе місце у контрпропаганді зайняла критика російських визвольних відозв. Розпочинається випуск брошур для галичан і населення Наддніпрянщини, в яких

викривається прихований підтекст російських «визвольних маніфестів». В агітаційних матеріалах наголошували, що порівняно недавно царизм розгромив революцію 1905 – 1907 рр. і тому не має ніякого морального права говорити про звільнення народів Австро-Угорської монархії. Причину появи таких звернень діячі СВУ вбачали в нездатності царизму вирішувати питання сучасної політики виключно силою зброї (Михайленко, 1915, с.3).

Пропагандистські матеріали містили конструктивні моменти: акцентування дій проти ворога у широкій коаліції, вигода від перемоги, тощо. Франц-Йосиф підкреслював, що Австро-Угорщина виступає проти Антанти разом із союзниками. Пропаганда посилено створювала образ батька-монарха, що піклується про підданих як про своїх дітей. Звернення імператора до своїх підданих носило патерналістський характер. Населення імперії відгукнулося на заклик монарха патріотичним піднесенням і громадянським миром.

Військова мобілізація доповнилася інтелектуальною мобілізацією. Історичні образи посилювалися, і зусиллями пропаганди, перетворювалися на образ ворога. Внаслідок взаємних звинувачень, стереотипи про ворогів формувалися вже за кілька тижнів після початку війни. Габсбурзька пропаганда акцентувала увагу на російських звірствах, і постійно інформувала про випадки зґвалтувань, насильства та масових убивств серед цивільного населення (Fritz, 2014b). До виконання цього завдання залучалися кращі військові кореспонденти, такі як Олександр Род (1872–1945 рр.), що у статтях до віденської *Neue Freie Presse* змальовував сцени варварства російських вояків (Cornwall, 2019).

Образ ворога в пропаганді завжди носив негативний відтінок і дискредитував уявлення про ворожу країну як сильного та успішного суперника. В Австро-Угорщині широко використовувалися стереотипні уявлення про підданих сусідньої царської імперії як малограмотних сільських жителів, які в культурному відношенні стоять ближче до Азії, а не до Європи. В австро-угорській военній пропаганді часто використовувалися словосполучення «ворожі орди» по відношенню до росіян та італійців (Нечак, 2012, с.157). В листівках, що видавали польські визвольні організації до співвітчизників, Російська імперія іменувалася «краєм неволі і насилля» (Центральний державний історичний архів України, м. Львів, ф. 835, оп.1, спр. 329, арк.1).

Після успішного наступу німецької та австро-угорської армій на ділянці Горлиці – Тарнув у 1915 р., австрійська влада розпочала вивчення політики російської влади на звільнених територіях Галичини та Буковини. Виявлені випадки негуманної поведінки російських військ планувалося використати в інформаційній боротьбі (Цвейг, 2018, с.198-199).

Слідом за іншими воюючими державами, австрійська пропаганда також взялася за демонізацію ворога. Щоб переконати населення в оборонному характері війни, досить було продемонструвати карти бойових дій, на яких агресором поставала російська армія. До цього додали підібрані свідчення про порушення росіянами правил ведення війни. Австрійці випустили книгу про російські звірства в кількості 50 000 екземплярів, які 22 січня 1915 р. в річницю «Кривавої неділі» почали розповсюджувати від імені «Російської народної організації у Женеві». У російські окопи ці відозви доставлялися або розвідниками, або за допомогою дитячих повітряних куль (Ронге, 1939, с. 101).

В австро-угорській армії сформувався стереотип щодо козачих частин російської армії. Причому часто австрійське командування намагалося переконати своїх солдат, що козаки не залишають в живих полонених і поранених. Це була спроба зупинити масові здачі в полон вояків передусім «слов'янських» полків австро-угорської армії. Проте це часто призводило до протилежних наслідків – залишення позицій перед жорстоким ворогом або здача в полон (Імшенецький, 1914, с. 29).

У пропагандистській продукції, орієнтованій на внутрішнього споживача, звертали увагу читачів, що грабунки та гвалтування чинять не тільки козаки, а й регулярна російська армія. Причому пропагандисти польських організацій Австро-Угорщини козаків царської армії порівнювали з «бандами Хмельницького» XVII ст. (Inlender, 1915, s.70-71).

Окремо слід виділити акції підтримки війни в освітній сфері. Державна влада чітко розуміла важливість використання школи в якості інструменту для патріотичного виховання. З початком війни затребуваними стали історичні постаті минулого, які успішно протистояли «загрозі зі сходу». Такою підходящою кандидатурою став Євген Савойський, австрійський полководець франко-італійського походження. Під час Першої світової війни в Австрії

принца Євгена Савойського прославляли в есе, віршах та дитячій літературі. Зокрема, у 1915 р. вийшла друком ілюстрована дитяча книга «Принц Ойген, благородний лицар» австрійського письменника Гуго фон Гофманстала. Той факт, що Ойген був вихідцем з ворожої Франції і свої військові перемоги здобув над союзними турками, не применшував популярності його культу в Австрії. Перемога над турками порівнювалася з майбутньою перемогою над «новою напівазіатською державою», Росією (Stangl, 2014). Тому в ілюстрованих журналах принца зображали на чолі австро-угорських військ (Die Muskete, 6 August 1914, s.145).

Карикатура виявилася особливо ефективним засобом пропаганди, оскільки могла впливати на глядача з допомогою візуальних прийомів. У відповідь на поточні події війни були швидко поширені пере/оцінки та включені емоції. Карикатура стала частою гостею в щоденних, щотижневих та сатиричних виданнях. Такі зображення заохочували населення до мобілізації, закликали до витримки та створювали образ ворога.

Карикатури і провокаційні зображення очорняли Російську імперію. Мішенню карикатур стали політичні лідери царської імперії, солдати та населення. Їх зображували з негативними рисами та перебільшеннями. В зображеннях держави часто представлялися національними символічними фігурами: уособленням Росії був ведмідь, Австрія-Угорщина зображувалася як двоголовий орел. Завдяки постійному повторенню таких малюнків кожна націю можна було швидко розпізнати (Fritz, 2014a). Пропагандисти використовували стереотипи та кліше під час зображення супротивника. Наприклад, німецькомовною пропагандою росіяни зображалися як постійно п'яні дикунки (Fritz, 2014c).

Іконографія листівок та зображень сатиричних журналів Австро-Угорщини тематично охоплювала кілька сюжетів: Микола II – кровожерливий злодій і тиран із величезними амбіціями; слабка й недисциплінована армія Російської імперії; результати військових кампаній; відносини Москви з країнами-союзниками по Антанті. Відтак на сатиричних малюнках цар і російська військово-політична еліта зображувалися в непривабливих образах лицеміра, п'яниці, агресора та тирана; російські солдати – п'яними неохайними варварами, причому «улюбленими героями» австрійських карикатуристів стали козаки. Простий народ та царські солдати на

австрійських карикатурах постають дурними і некультурними, схильними до алкоголізму. Бойовий дух ворожих військ пояснювали «вчасним» підвезенням алкоголем (Die Muskete, 15 Oktober, 1914, s.23). Окремою мішенню стали православні священники, яких також показували п'яними та з неохайними бородами (Die Muskete, 20 August, 1914, s.166). Не оминула візуальна австро-угорська пропаганда і теми антисемітизму та єврейських погромів, що чиняла російська армія (Die Muskete, 17 September, 1914, s.197).

Ідеологічне навантаження могли нести навіть суто художні твори (Почепцов, 2000, с.19). Заявив про себе і новий жанр мистецтва – кінематограф. В Австро-Угорщині глядачам в тилу демонстрували серію патріотичних анімаційних фільмів віденського художника-графіка Тео Заше. Антиросійський та антисемітський зміст мали сатиричні фільми 1914 р. «Коли росіяни стояли перед Перемишлем» – «коротка героїчна епопея Австро-Угорської Армії перед російським паровим катком», «Цар та його дорогі євреї» – фільм, що глузував з антисемітизму царської імперії, і «Новий Тріумвірат», що зображував у непривабливому світлі трьох глав держав Москви, Парижу та Лондона (Moser, 2014b).

Ідеї прогресу, національної, расової та культурної переваги стали основою для розвитку теорій про панування над «примітивними» народами. Офіційна пропаганда Австро-Угорщини подавала використання праці російських військовополонених як великодушність, яка дозволила полоненим представникам «відсталій Росії» познайомитися з передовими досягненнями науки та техніки. Таким установам відповідав фільм 1915 р. «Будівництво австрійського зброярського заводу російськими військовополоненими» (Moser, 2014b).

Невід'ємним елементом австро-угорської пропаганди став образ внутрішнього ворога. Створення цього образу дало змогу владі отримати додаткову підтримку і відвернути увагу населення від численних внутрішніх проблем і прорахунків.

У той час як Західний фронт незабаром зайшов у позиційний глухий кут, лінія Східного фронту залишалася динамічною. Постійні атаки та відступи призводили до повторної де/окупації. Особливо постраждали Галичина та Буковина. Регулярні мобілізації та постійні військові дії негативно позначилися на житті цивільного населення. Крім того, всі сторони, що боролися на Сході, під час

відступу дотримувалися стратегії випаленої землі, тобто систематичної руйнації інфраструктури. Західні дослідники звертають увагу ще на таку помітну відмінність від Західного фронту, як етнорелігійна різноманітність населення воюючих імперій на Сході. З початком війни релігійні, етнополітичні та частково соціально-економічні невдоволення супроводжувалися зростанням недовіри військових австро-угорської армії до власних національних меншин. Військова влада вважала ці меншини, що жили на зовнішньому кордоні імперії і перебували у зоні воєнних дій, ненадійними «внутрішніми ворогами». Незабаром після початку війни власна держава запідозрила їх у шпигунстві, зраді та колабораціонізмі (Mutschlechner, 2014b; Zenzmaier, 2014b).

У результаті цих звинувачень, національні меншини в районах бойових дій опинилися в ситуації, де вони боялися не тільки злочинів окупантів, а й поведінки власних збройних сил. У Російській імперії у таких умовах опинилася єврейська та німецька меншини. Поодинокі виселення невдовзі перетворилися на масштабні примусові депортації, що часто супроводжувалися погромами, масовими вбивствами та пограбуваннями. Подібна ситуація склалася і в Дунайській монархії. Так, з 1914 р. в австро-угорській армії провину за поразки намагалися перекласти на місцеве населення (наслідком чого стали репресії проти єврейського, польського та українського населення Галичини, Буковини та Закарпаття). Недовіра до цих національних груп переросла у звинувачення у ненадійності, шпигунстві та співпраці з супротивником (Zenzmaier, 2014a). Фотографії страт уявних чи реальних шпигунів та колаборантів служили пересторогою і публікувалися переважно на початку війни (Moser, 2014a).

Вже в перших боях 1914 р. габсбурзька армія зіштовхнулася з проблемою частої здачі в полон солдат слов'янського походження. Не в останню чергу це було викликано російською пропагандою, що використала ідеї панславізму як пануючої ідеології царської імперії. Така пропаганда призвела до зниження боєздатності слов'янських з'єднань армії Габсбургів. Протягом війни відзначено декілька випадків переходу австро-угорських частин майже в повному складі на сторону росіян. Наприклад, 26 жовтня 1915 р. добровільно склали зброю два чеські полки (36-й піхотний і 30-й ландверний) (Glaise-Horstenau, 1931, s.30). Таким чином, образ Росії як ворога австро-

угорській владі вдалося сформувати переважно серед німецької та угорської частини населення імперії. Проте навіть факт застосування російської пропаганди використовували в інформаційній війні, додаючи до образу ворога підступність та слабкість. Австро-угорська контрпропаганда підкреслювала, що російські війська не можуть перемогти у відкритому бою, тому вдаються до агітації як поштовху до зради. Власне населення прифронтових районів попереджали, що ворожа пропаганда схиляє їх до зради батьківщини, за що колаборантів буде покарано. Окремо підкреслювалася роль москвофілів у «тимчасових невдачах» австро-угорських військ (Inlender, 1915, s.40, 44).

Патріотичне піднесення, викликане початком війни, в першу чергу стосувалося інтелектуалів та середнього класу. Незабаром реальність масштабних військових дій зменшила цей ентузіазм. До середини вересня 1914 р. австро-угорська армія вже зазнала втрат у розмірі 400 тисяч осіб (убитими, пораненими та полоненими), в основному на Східному фронті після Галицької битви. Газети повідомляли про «тимчасові невдачі» та публікували довгі списки загиблих та поранених солдатів. Хоча пропаганда намагалася переключити увагу цивільного населення на жорстокість та варварство ворога, настрої в тилу швидко стали більш похмурими. Підняти ентузіазм мирного населення на короткий час допомагали повідомлення про військові успіхи у війні проти Росії. Так, у доповіді Віденського поліцейського управління від 15 квітня 1915 р. йдеться: «Настрій населення в цілому спокійний, він знову набуває патріотичного характеру і стає більш впевненим, особливо після того, як стали відомі успіхи наших військ у Карпатах». Однак дослідники відзначають, що серед представників нижчих верств населення піднесення згасало, попри насаджування образу ворога. У другій половині війни переважала байдужість та прагнення якнайшвидшого укладення миру (Scharf, 2014).

**Висновки.** Перша світова війна наочно показала, яку величезну роль відіграє пропаганда у збройній боротьбі. Але вона також показала, що далеко не завжди пропаганда досягає своїх цілей і дає бажані для пропагандистів результати. Вивчення історії пропаганди, суспільних настроїв, формування «образу ворога» та інших складових комунікативного простору війни цінне не лише набуттям нових знань, що дозволяють повніше поглянути на військову



історію XX ст., а й тим, що дають можливість простежити еволюцію державної ідеології Австро-Угорщини у ході її взаємин з власними народами та іншими державами під час Великої війни.

На ставлення до ворогів населення Австро-Угорщини впливало багато чинників: природні стереотипи ворожості, сформованих щодо ворога – у даному випадку Росії, внутрішні трансформації суспільства у ході війни та пропаганда.

Саме за допомогою пропаганди, у тому числі через систему освіти, населення Австро-Угорщини переконали у негативних національних рисах росіян. На противагу цьому демонструвалася перевага німецької культури та характеру, що мало зміцнити клаптикову імперію. Населення запевняли, що Австро-Угорщина прагне миру і веде оборонну війну. Зусилля пропаганди спрямували на перетворення образу «іншого» в образ ворога. З початку війни австро-угорська пропаганда активно використовувала стереотип про «східну загрозу». В агітаційно-пропагандистських матеріалах імперії, присвячених образу ворога, залучалися історичні паралелі та звернення до минулого. У пропагандистських матеріалах росіяни поставали то як боягузи, схильні до відступу, то як дикуни, що не дотримуються правил ведення війни. Щоб подолати страх серед своїх солдатів і переконати їх у слабкості супротивника, особлива увага приділялася великим втратам супротивника.

Оцінити ефективність пропагандистських зусиль складно. Хоча Австро-Угорщина скористалася можливостями інформаційної зброї – пропагандою, її ефект на різні народи імперії відрізнявся. Проте, незалежно від ефективності, формування образу ворога вплинуло на суспільне сприйняття війни та формування настроїв населення.

Підсумовуючи вищесказане, можна виділити такі пропагандистські прийоми, які використовувала пропаганда Австро-Угорщини:

- 1) Росію зображали однією з головних винуватиць війни;
  - 2) Ціль війни: допомога союзникам (Німеччині), справедливий мир;
  - 3) Акцентувались факти злочинності ворога: злочини проти мирного населення, військові злочини;
  - 4) Підтримка серед населення впевненості у перемозі.
- Спеціально організовані державні та приватні установи регулювали роботу з пропаганди, засоби масової інформації здійснювали свій

внесок у формування переконання серед населення імперії щодо справедливості війни та підступності і жорстокості ворога. Тобто ЗМІ (як центральні так, і регіональні) здійснювали основні функції пропаганди.

Перспективним є дослідження лінгвістичної та візуальної компонентів австро-угорською пропаганди, зокрема листівок, плакатів, карикатур. Стереотипні образи противника, сформовані перед війною або на самому її початку, зазнали істотних змін у ході прямого зіткнення з ворогом. Тому завданням сучасних істориків є адекватне, неупереджене, вільне від ідеологічних установок вивчення комунікативного простору війни, відокремлення фактів від міфів, пропагандистських образів від реальних, виявлення причинно-наслідкових зв'язків, що впливали на формування тих чи інших уявлень про війну, союзників та ворогів.

**Подяка.** Автор висловлює вдячність членам редакційної колегії журналу та рецензентам за конструктивні зауваження, побажання та консультації, надані під час підготовки статті до друку.

**Фінансування.** Автор не отримував фінансової підтримки для проведення дослідження та публікації цієї статті.

#### Джерела та література

**Імшенецький, Б.** (1914). Велика Галицька битва. Петроград: Типографія І. Леонтєєва, 32 с. [російською мовою].

**Михайленко, М.** (1915). «Визвольні маніфести» російського уряду в теперішній війні. Б.м.: Друк партійної друкарні Партія Українських Соціалістів-Революціонерів, 31 с.

**Нечак, Д.** (2012). Перелом: 1914 – 1918: Світ та словенці у Першій світовій війні. Любляна: UMco, 432 с. [російською мовою].

**Почепцов, Г.** (2000). Інформаційні війни. Основи воєнно-комунікативних досліджень. Москва: Рефл-бук, 213 с. [російською мовою].

**Ронге, М.** (1939). Розвідка та контррозвідка. Москва: НКО СРСР, 244 с. [російською мовою].

**Цвейг, С.** (2018). Світ учора. Спогади європейця. Харків: Фоліо, 411 с. Центральний державний історичний архів України, м. Львів, ф. 146, оп.8, спр. 1585, 12 арк.

Центральний державний історичний архів України, м. Львів, ф. 835, оп.1, спр. 329, 1 арк.

**Cornwall, M.** (2019), Propaganda at Home (Austria-Hungary), in Ute D (Ed.), International encyclopedia of the first world war (WW1).1914-1918.

Online. International Encyclopedia of the First World War (WWI). URL: [https://encyclopedia.1914-1918-online.net/pdf/1914-1918-Online-propaganda\\_at\\_home\\_austria-hungary-2019-04-25.pdf](https://encyclopedia.1914-1918-online.net/pdf/1914-1918-Online-propaganda_at_home_austria-hungary-2019-04-25.pdf)

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XVIII, Nr.462, p.145. 6 August.

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XVIII, Nr.464, p.166. 20 August.

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XVIII, Nr.468, p.197. 17 September.

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XIX, Nr.472, p.23. 15 Oktober.

**Fritz, J.** (2014). Der Erste Weltkrieg im Zerrspiegel der Karikaturen. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/der-erste-weltkrieg-im-zerrspiegel-der-karikaturen> (дата звернення: 29.10.2023).

**Fritz, J.** (2014). Freund und Feind – Schuld und Unschuld in der Weltkriegspropaganda. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/freund-und-feind-schuld-und-unschuld-der-weltkriegspropaganda> (дата звернення: 29.10.2023).

**Fritz, J.** (2014). „Laßt eure Herzen schlagen zu Gott und Eure Fäuste auf die Feinde“. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/lasst-eure-herzen-schlagen-zu-gott-und-eure-faeuste-auf-die-feinde> (дата звернення: 29.10.2023).

**Fritz, J.** (2014). Public Relations im Ersten Weltkrieg: Die staatliche Organisation der Kriegsberichterstattung. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/public-relations-im-ersten-weltkrieg-die-staatliche-organisation-der-kriegsberichterstattung> (дата звернення: 29.10.2023).

**Glaise-Horstenau, E.** (1931). Österreich-Ungarns letzter Krieg 1914-1918. Das Kriegsjahr 1915. Wien: Verlag der Militär wissenschaftlichen Mitteilungen, 814 s.

**Goll, N.** (2014). «Our Weddigen»: On the Construction of the War Hero in the k.u.k. Army. The «Naval Hero» Egon Lerch as an Example. 1914: Austria-Hungary, the Origins, and the First Year of World War I. New Orleans: UNO Press, pp. 213-231.

**Inlender, A.** (1915). Wielka wojna 1914-1915: z licznymi ilustracyami i ze szczególnem uwzględnieniem walk na ziemiach polskich oraz dokładną historią działalności Legionów Polskich. T. 1. nakładem C. i K. Nadwornej Księgarni Maurycego Perlesa, Kraków, 164 s.

**Moser, K.** (2014). Die Helden vor der Kamera. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-helden-vor-der-kamera> (дата звернення: 29.10.2023).

**Moser, K.** (2014). Kriegsgegner im filmischen Fokus. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/kriegsgegner-im-filmischen-fokus> (дата звернення: 29.10.2023).

**Mutschlechner, M.** (2014) Die Begeisterung für den Krieg. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-begeisterung-fuer-den-krieg> (дата звернення: 29.10.2023).

**Mutschlechner, M.** (2014). Der Einfluss des Krieges auf die Zivilgesellschaft. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/der-einfluss-des-krieges-auf-die-zivilgesellschaft> (дата звернення: 29.10.2023).

**Scharf, M.** (2014). „Die Kriegsbegeisterung ist allerdings geschwunden“. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-kriegsbegeisterung-ist-allerdings-geschwunden> (дата звернення: 29.10.2023).

**Stangl, A.** (2014). Nationalheld für die Ewigkeit. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/nationalheld-fur-die-ewigkeit> (дата звернення: 29.10.2023).

**Zenzmaier, J.** (2014). Die Kriegsverbrechen der k. u. k. Armee. Zwischen Soldateska und Standgericht. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-kriegsverbrechen-der-k-u-k-armee-zwischen-soldateska-und-standgericht> (дата звернення: 29.10.2023).

**Zenzmaier, J.** (2014). Russlands „innere Feinde“. Jüdische und deutsche Minderheiten an der Ostfront. URL: <https://ww1.habsburger.net/en/chapters/russias-enemies-within-jewish-and-german-minorities-eastern-front> (дата звернення: 29.10.2023).

## References

**Imshenetskiy, B.** (1914). Velikaya Galitsiyskaya bitva. Petrograd: Tipografiya I. Leonteva, 32 s. [In Russian].

**Mykhailenko, M.** (1915). «Vyzvolni manifesty» rosiiskoho uriadu v teperishnii viini. B.m.: Druk partiinoi drukarni Partiiia Ukrainskykh Sotsialistiv-Revoliutsioneriv, 31 s. [in Ukrainian].

**Nechak, D.** (2012). Perelom: 1914 – 1918: Mir i sloventsy v Pervoy mirovoy voyne. Lyublyana: UMco, 432 s. [In Russian].

**Pochepstov, G.** (2000). Informatsionnye voyny. Osnovy voenno-kommunikativnykh issledovaniy. Moskva: Refl-buk, 213 s. [In Russian].

**Ronge, M.** (1939). Razvedka i kontrrazvedka. Moskva: Voenizdat NKO SSSR, 244 s. [In Russian].

**Tsveih, S.** (2018). Svit uchora. Spohady yevropeitsia. Kharkiv: Folio, 411 s. [in Ukrainian].

Tsentralnyi derzhavnyi istorychnyi arkhiv Ukrainy, m. Lviv, f. 146, op.8, spr. 1585, 12 ark.

Tsentralnyi derzhavnyi istorychnyi arkhiv Ukrainy, m. Lviv, f. 835, op.1, spr. 329, 1 ark.

**Cornwall, M.** (2019), Propaganda at Home (Austria-Hungary), in Ute D (Ed.), International encyclopedia of the first world war (WW1).1914-1918. Online. International Encyclopedia of the First World War (WW1). URL: <https://encyclopedia.1914-1918-online.net/pdf/1914-1918-Online-propaganda-at-home-austria-hungary-2019-04-25.pdf>

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XVIII, Nr.462. 6 August.

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XVIII, Nr.464. 20 August.

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XVIII, Nr.468. 17 September.

Die Muskete, Humoristische Wochenzeitschrift, (1914). Band XIX, Nr.472. 15 Oktober.

**Fritz, J.** (2014). Der Erste Weltkrieg im Zerrspiegel der Karikaturen. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/der-erste-weltkrieg-im-zerrspiegel-der-karikaturen>

**Fritz, J.** (2014). Freund und Feind – Schuld und Unschuld in der Weltkriegspropaganda. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/freund-und-feind-schuld-und-unschuld-der-weltkriegspropaganda>

**Fritz, J.** (2014). „Laßt eure Herzen schlagen zu Gott und eure Fäuste auf die Feinde“. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/lasst-eure-herzen-schlagen-zu-gott-und-eure-faeuste-auf-die-feinde>

**Fritz, J.** (2014). Public Relations im Ersten Weltkrieg: Die staatliche Organisation der Kriegsberichterstattung. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/public-relations-im-ersten-weltkrieg-die-staatliche-organisation-der-kriegsberichterstattung>

**Glaise-Horstenau, E.** (1931). Österreich-Ungarns letzter Krieg 1914-1918. Das Kriegsjahr 1915. Wien: Verlag der Militär wissenschaftlichen Mitteilungen, 814 s.

**Goll, N.** (2014). «Our Weddigen»: On the Construction of the War Hero in the k.u.k. Army. The «Naval Hero» Egon Lerch as an Example. 1914: Austria-Hungary, the Origins, and the First Year of World War I. New Orleans: UNO Press, pp. 213-231.

**Inlender, A.** (1915). Wielka wojna 1914-1915: z licznymi ilustracyami i ze szczególnem uwzględnieniem walk na ziemiach polskich oraz dokładną historią działalności Legionów Polskich. T. 1. nakładem C. i K. Nadwornej Księgarni Maurycego Perlesa, Kraków, 164 s. [in Polish].

**Moser, K.** (2014). Die Helden vor der Kamera. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-helden-vor-der-kamera>

**Moser, K.** (2014). Kriegsgegner im filmischen Fokus. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/kriegsgegner-im-filmischen-fokus>

---

**Mutschlechner, M.** (2014) Die Begeisterung für den Krieg. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-begeisterung-fuer-den-krieg>

**Mutschlechner, M.** (2014). Der Einfluss des Krieges auf die Zivilgesellschaft. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/der-einfluss-des-krieges-auf-die-zivilgesellschaft>

**Scharf, M.** (2014). „Die Kriegsbegeisterung ist allerdings geschwunden“. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-kriegsbegeisterung-ist-allerdings-geschwunden>

**Stangl, A.** (2014). Nationalheld für die Ewigkeit. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/nationalheld-fur-die-ewigkeit>

**Zenzmaier, J.** (2014). Die Kriegsverbrechen der k. u. k. Armee. Zwischen Soldateska und Standgericht. URL: <https://ww1.habsburger.net/de/kapitel/die-kriegsverbrechen-der-k-u-k-armee-zwischen-soldateska-und-standgericht>

**Zenzmaier, J.** (2014). Russlands „innere Feinde“. Jüdische und deutsche Minderheiten an der Ostfront. URL: <https://ww1.habsburger.net/en/chapters/russias-enemies-within-jewish-and-german-minorities-eastern-front>

### **Mosienko O. "ASIAN ENEMY": THE IMAGE OF THE RUSSIAN EMPIRE IN THE AUSTRIAN-HUNGARIAN PROPAGANDA OF THE FIRST WORLD WAR**

#### **Abstract**

*The purpose of this article is to examine peculiarities of the formation of the image of the Russian Empire as an enemy in Austro-Hungarian propaganda during the First World War.*

*Methodology. General scientific methods (analysis, synthesis, comparison, generalization) were used to collect information and analyze it. Methods of visual anthropology, history of propaganda were used. The analysis of the received information made it possible to recreate the wartime processes using the method of reconstruction.*

*The scientific novelty is that for the first time, on the basis of the collected materials, the peculiarities of Austro-Hungarian propaganda in creating the image of the enemy from the Russian Empire during the First World War were analyzed, the aspects of creating the image of the internal enemy were noted, and conclusions were drawn about the results of the propaganda of the Habsburg Empire.*

*Conclusions. Austro-Hungarian propaganda used the image of a "threat from the east". It has been established that already in 1914, military personnel on the front lines and the population in the rear formed certain attitudes towards Russia. Propaganda has fulfilled its task of forming the image of the enemy. The*

*process of creating specialized institutions that were engaged in propaganda in the Habsburg Empire, the use of such means as caricatures and films is considered. The image of the external enemy was supplemented by an internal enemy. The Jewish, Polish and Ukrainian population of the border areas became such an enemy for Austria-Hungary. The higher military command of the Habsburgs tried to shift the responsibility for the defeats of the first stage of the war on these national minorities. On the domestic information front, visual propaganda was represented by posters, postcards, and films. The state of modern research on the issue is highlighted and the prospects for further research are outlined.*

**Keywords:** *First World War, propaganda, Austro-Hungarian Empire, Russian Empire, information influence, image of the enemy.*

### **Mosienko O. «AZJATYCKI WRÓG»: OBRAZ IMPERIUM ROSYJSKIEGO W AUSTRIO-WĘGIERSKIEJ PROPAGANDIE I WOJNY ŚWIATOWEJ**

#### **Streszczenie**

*Celem artykułu jest analiza specyfiki kształtowania się obrazu Imperium Rosyjskiego jako wroga w propagandzie austro-węgierskiej podczas I wojny światowej.*

**Metodologia:** *Do zbierania informacji i ich analizy wykorzystano metody ogólnonaukowe (analiza, synteza, porównanie, uogólnienie). Wykorzystane metody antropologii wizualnej, historia propagandy. Analiza uzyskanych informacji pozwoliła na odtworzenie procesów wojennych metodą rekonstrukcji.*

**Nowością naukową** jest to, że po raz pierwszy na podstawie zgromadzonych materiałów przeanalizowano specyfikę propagandy austro-węgierskiej w kreowaniu wizerunku wroga Imperium Rosyjskiego w czasie I wojny światowej, aspekty kreowania wizerunku odnotowano wroga wewnętrznego i wyciągnięto wnioski na temat skutków propagandy imperium Habsburgów.

**Wnioski.** *Propaganda austro-węgierska posługiwała się obrazem „zagrożenia ze wschodu”. Ustalono, że już w 1914 r. personel wojskowy na linii frontu i ludność na tyłach ukształtowały określone postawy wobec Rosji. Propaganda spełniła swoje zadanie kształtowania wizerunku wroga. Rozważany jest proces tworzenia wyspecjalizowanych instytucji zajmujących się propagandą w imperium Habsburgów, z wykorzystaniem takich środków jak karykatury i filmy. Wizerunek wroga zewnętrznego uzupełniał wróg wewnętrzny. Dla Austro-Węgier takim wrogiem stała się ludność żydowska, polska i ukraińska zamieszkująca tereny przygraniczne. Na krajowym froncie informacyjnym propagandę wizualną reprezentowały plakaty, pocztówki i filmy. Podkreślono*

*stan współczesnych badań nad tym zagadnieniem i nakreślono perspektywy dalszych badań.*

**Słowa kluczowe:** *I wojna światowa, propaganda, Cesarstwo Austro-Węgierskie, Imperium Rosyjskie, wpływ informacyjny, wizerunek wroga.*

Статтю надіслано до редколегії 07.10.2023 р.  
Статтю рекомендовано до друку 08.11.2023 р.