



**БІЛА**

**Катерина Вікторівна** — доктор філософії, молодший науковий співробітник Інституту історії України НАН України

## **ВОЄННА ПРОПАГАНДА ІМПЕРІЇ: ПЕРША СВІТОВА ВІЙНА ТА ЇЇ СУЧАСНИЙ ВІДГОМІН**

**За матеріалами наукового повідомлення  
на засіданні Президії НАН України  
27 грудня 2023 року**

*У статті проаналізовано воєнну пропаганду Російської імперії на теренах України в період Першої світової війни. Встановлено, що головне завдання воєнної пропаганди імперії полягало у формуванні схвальної рефлексії в суспільстві на розпочату Росією війну. Метою війни називали визволення «братніх слов'янських народів», цим міфом виправдовували територіальні претензії Російської імперії в Європі. Використовували її такі прийоми пропаганди, як перекладання провини за розпочату війну на противника, створення образу ворога, демонізація ворога, глорифікація війни, героїзація власного війська, створення образу царя-месії.*

**Ключові слова:** воєнна пропаганда, Перша світова війна, Південно-Західний фронт, інформаційна війна, Україна, Російська імперія, образ ворога.

Тема воєнної пропаганди в сучасному світі, в якому розпочалася нова хвиля воєнних конфліктів, постає як ніколи актуальною. Адже підготовка агресора до війни розпочинається саме з психологічного та ідеологічного налаштування громадян своєї держави. Ще задовго до того, як пролунають перші постріли, агресор починає війну в інформаційній площині. Тому значення воєнної пропаганди у підготовці суспільства до війни важко переоцінити: чим краще буде «опрацьовано» тему війни, пояснено її необхідність для жителів власної країни, її значення для держави, тим більшою буде підтримка воєнної політики населенням. Насправді саме від населення залежить успіх воєнної кампанії, адже в умовах воєнного стану цивільні становлять мобілізаційний ресурс, забезпечують функціонування економіки країни, зрештою легітимізують дії влади і розраховуються за наслідки за будь-якого результату війни — перемоги чи поразки. Тому навіть для диктаторських чи авторитарних режимів важливою є «щира» підтримка населенням воєнної політики, його довіра до влади і віра у «справедливість» та «необхідність» війни.

Більшість сучасних вітчизняних досліджень воєнної пропаганди Першої світової війни побудовано на аналізі преси<sup>1</sup>. Окремі праці присвячено проблемі створення образу ворога як ключовому пропагандистському прийому<sup>2</sup>. Способи демонізації ворога розглядали історики Р. Куцик і Б. Безпалько, залучивши дані київської, волинської та подільської преси. Важливим напрямом досліджень стало вивчення художніх образів та карикатури як нового виду агітаційно-пропагандистського продукту<sup>3</sup>. Однак проблему пропаганди часів Першої світової війни з урахуванням специфіки імперського воєнного нарративу на теренах України комплексно досліджено недостатньо.

Під час вивчення воєнної пропаганди Росії періоду Першої світової війни важливо звернути увагу на способи поширення інформації, які були доступні в тогочасному суспільстві. Найширшу читачку аудиторію мала періодика, вона й стала основним джерелом поширення воєнного нарративу. У газетах розміщували короткі інформаційні замітки, в яких описува-

лися події на фронтах, псевдонаукові історичні розвідки, короткі оповідання, вірші, фото та карикатури. Іншою трибуною для просування навколовоєнної тематики стала література (публіцистична і художня), а також листівки, плакати, театральні вистави, кіно.

Якщо поглянути на принципи воєнної пропаганди, запропоновані британським політиком Артуром Понсонбі<sup>4</sup> (1928), пропаганда Російської імперії цілком відповідала їм. Так, тези «ми не бажаємо війни» та «війна відбувається тільки з вини супротивника» повсякчас фігурували у пресі<sup>5</sup>. Такий прийом перекладання на противника відповідальності за розпочату війну був характерний для воєнної пропаганди всіх держав — учасниць Великої війни<sup>6</sup>. Однак цьому «тавруванню агресора» передувала тривала інформаційна кампанія, що розпочиналася ще задовго до початку бойових дій.

Напередодні Першої світової, під час так званої «газетної війни» (березень 1914 р.), відбувалася гостра полеміка між російськими і німецькими «шовіністичними» угрупованнями, в якій одні звинувачували інших у підготовці до війни та військових провокаціях. Хоча сучасники і не надто вірили в можливість глобального конфлікту, а радше сприймали воєнну риторику як елемент «політичного шантажу»<sup>7</sup>, ці суперечки закладали міцні підвалини для подальшої воєнної пропаганди.

У переддень війни у ЗМІ популярною стала тема шпигунства, вона, як своєрідний розважальний контент, сприяла зростанню продажів і популяризації видань, водночас посилюючи відчуття підозрливості в суспільстві<sup>8</sup>. В місцевих газетах в українських губерніях, що мали спільний з імперією Габсбургів кордон,

<sup>1</sup> Басенко І. Образ німців на матеріалах щоденної українсько- та російськомовної преси Києва (січень 1914 — грудень 1918 рр.): кандидатська дисертація. Київ, 2020; Басенко І. Образ німців у воєнній поезії: за матеріалами преси Києва (серпень — грудень 1914 р.). *Український історичний журнал*. 2014. № 3. С. 70—78; Мосієнко О. Пропаганда в умовах Першої світової війни (аналіз періодичних видань Волині). *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2014. № 3. С. 29—32.

<sup>2</sup> Маєвський О. Формування візуальних образів напередодні та у роки Першої світової війни. *Краєзнавство*. 2018. № 4. С. 13; Басенко І. Образ німців на матеріалах щоденної українсько- та російськомовної преси Києва (січень 1914 — грудень 1918 рр.): кандидатська дисертація. Київ, 2020; Басенко І. Образ німців у воєнній поезії: за матеріалами преси Києва (серпень — грудень 1914 р.). *Український історичний журнал*. 2014. № 3. С. 70.

<sup>3</sup> Маєвський О. Формування візуальних образів напередодні та у роки Першої світової війни. *Краєзнавство*. 2018. № 4. С. 11; Куцик Р. Карикатура як особливий механізм інформаційної пропаганди на території українських губерній Південно-Західного краю у 1914—1917 рр. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. 2017. Вип. 47. С. 69—74.

<sup>4</sup> Ponsonby A. *Falsehood in war-time*. London. 1928. P. 57.

<sup>5</sup> В дни тяжких испытаний. *Подолія*. 03.09.1914. № 90. С. 1; О причинах войны. *Киевская земская газета*. 26.01.1916. № 5. С. 3.

<sup>6</sup> Lasswell H. *Propaganda technique in the World War*. Peter Smith, 1938. P. 50—52.

<sup>7</sup> Басенко І. Образ німців на матеріалах щоденної українсько- та російськомовної преси Києва (січень 1914 — грудень 1918 рр.): кандидатська дисертація. Київ, 2020. С. 49.

<sup>8</sup> Там само. С. 53—54.

ширилися різного типу чутки про невідомих осіб, які намагалися нелегально перетнути державний рубіж, про затриманих австрійських підданих. Хоча в мирний час подорожуючі з Австро-Угорської імперії чи нелегали-контрабандисти в прикордонних містах були доволі звичними і не ставали темою для сенсацій у пресі<sup>9</sup>. Автори заміток привертали увагу читачів оповідями про австрійських шпигунів на повітряній кулі, яких начебто бачили поблизу кордону<sup>10</sup>. Про ймовірну небезпеку з повітря в липні 1914 р. писала й київська преса, характеризуючи можливості німецького повітряного флоту, зокрема дирижаблів, та труднощі боротьби з ними<sup>11</sup>. Отже, напередодні війни в інформаційному просторі ширилося відчуття небезпеки і загрози із заходу.

Під час Липневої кризи 1914 р. актуалізувалася тема мобілізації. Для її популяризації серед населення увімкнули всі можливі інформаційні канали. Навіть православному духовенству, як одному зі «стовпів самодержавства», відводили роль своєрідних воєнних агітаторів. Так, після проголошення першого указу «Про призов нижніх чинів...» (18 липня 1914 р.) у пресі стали з'являтися настанови для священників, як їм пояснювати прихожанам, що участь чоловіків у війні є їхнім обов'язком перед «батьківщиною, царем, Богом та законом». Панотців просили заспокоїти жіноцтво, щоб ті не «смущали» своїм плачем та тугою призваних солдатів<sup>12</sup>.

Маніпулюючи темою патріотизму, преса сповіщала про те, як радісно жителі Петербурга зустріли звістку про початок війни, описувала мітинги, що відбувалися в столиці<sup>13</sup> та

губернських центрах (Києві, Житомирі, Кам'янці-Подільському), цитувала виголошені на них патріотичні прокламації<sup>14</sup>. Водночас у газетній хроніці не згадувалося ні про випадки ухилення від мобілізації, ні про економічні труднощі, що виникли внаслідок введення воєнного стану. У місцевих ЗМІ прифронтового Київського генерал-губернаторства розміщували лише приклади підтримки війни, окрему увагу приділяли патріотичним маніфестаціям, що відбувалися в містечках краю<sup>15</sup>. Таким чином створювалася ілюзія всенародного піднесення, що мало на меті посилити підтримку населенням війни та воєнних заходів.

Багато уваги приділяли підтримувannya в інформаційному просторі образу війни «оборонної», «визвольної». Таку риторику узагальнено можна назвати прийомом звеличення війни як такої, що ведеться на боці умовного «добра». Американський політолог Гарольд Лассвел (1927) зазначав, що примітивна пропаганда інтерпретувала війну як боротьбу між «колективним добром» і «колективним злом»<sup>16</sup>. Оскільки власному народу, певна річ, відводили роль першого, то йому й делегували всілякі «благородні місії», такі як захист «менших», «пригноблених братів», передовсім сербів та інших слов'янських народів, об'єднаних з росіянами «ідеєю слов'янства»<sup>17</sup>. В основу цієї ідеї було покладено так звану «духовність», або «культуру духу», начебто притаманну лише слов'янам і відсутню у прагматичних народів західноєвропейської цивілізації. Причиною такої високої духовності називали «православ'я»

<sup>9</sup> При с. Ляшковцы... (Местная хроника). *Подолія*. 06.06.1914. С. 4; 16 июля в гостиннице «Гранд Отель»... (Местная хроника). *Подолія*. 18.07.1914. № 85. С. 4.

<sup>10</sup> В ночь с 15 на 16 июля... (Местная хроника). *Подолія*. 18.07.1914. № 85. С. 4.

<sup>11</sup> В случае войны. *Киевлянин*. 09.07.1914. № 187. С. 2.

<sup>12</sup> Епископ Митрофан. Пастырям Подольской епархии. *Подолія*. 20.07.1914. № 86. С. 1.

<sup>13</sup> В Петербурге известие о начале войны встречено с энтузиазмом (Последние известия). *Подолія*. 23.07.1914. № 87. С. 4.

<sup>14</sup> Вести о мобилизации войск... *Подолія*. 23.07.1914. № 87. С. 4.

<sup>15</sup> 15 июля состоялась патриотическая манифестация (Последние известия). *Подолія*. 18.07.1914. № 85. С. 4; Манифестация в Каменце. *Подолія*. 20.07.1914. № 86. С. 3; Янович А. Село Метановка Гайсинского уезда... *Подолія*. 23.07.1914. № 87. С. 4; 20 июля происходило у нас отправление первого отряда запасных. *Подолія*. 31.08.1914. № 89. С. 4.

<sup>16</sup> Lasswell H. *Propaganda technique in the World War*. Peter Smith, 1938. P. 54, 59–60.

<sup>17</sup> Высочайший манифест... *Подолія*. 23.07.1914. № 87. С. 1; Война, Россия и славянство... рухнула вера в запад. *Подолія*. 26.10.1914. № 113. С. 1.

як єдино правильну християнську конфесію<sup>18</sup>. Релігійний важіль як спосіб виправдання війни використовувала не лише пропаганда. На теренах Російської імперії заклик до захисту православної віри знайшов відгук у суспільстві, оскільки релігія в житті народу посідала вагоме місце<sup>19</sup>. І звідси походить наступна, так би мовити, «благородна» мета Росії у війні — об'єднати під її «скіпетром» усі слов'янські народи та захистити «православ'я».

На тлі такої «священної місії» дещо марнославно видаються репліки тодішніх пропагандистів про нагоду відродити репутацію Російської імперії, «велич» якої була підірвана її «гіркою» поразкою в російсько-японській війні. Врешті, з усім цим наративом різко дисонує теза про те, що «миролюбна Русь» насправді не хотіла війни<sup>20</sup>, адже, здавалося б, неможливо одночасно «не хотіти війни» і «хотіти війни», щоб повернути втрачену «велич». Втім, для воєнної пропаганди таке порушення логіки було цілком прийнятним.

Пропаганда виправдовувала війну за допомогою тези про відновлення «історичної справедливості» через так зване «повернення» територій Русі до складу Російської імперії. Розмовами про «возз'єднання» рясніли газети, коментуючи ледь не кожний крок російської армії на території Австро-Угорщини. Поверненням «свого» називали й окупацію російською армією Галичини в 1914 р. Коментарі щодо подій навколо Галицької битви та її результатів зводилися до прославлення «блискучої» перемоги російських воїнів, які наблизили «возз'єднання Червоної Русі з матір'ю Росією». Описуючи взяття Перемишля на початку березня 1915 р., автор замітки не полінувався надати історичну довідку про це, одне з найдавніших міст Галичини, назвавши його «руским городом», який у XIV ст. увійшов до

складу польського королівства і ось «нарешті» російським військам вдалося виправити цю «історичну помилку»<sup>21</sup>. Повторюючи риторику центральних імперських газет, у місцевій пресі розповідали про необхідність звільнити всі території Червоної Русі, а також «угорську Русь», а за нею Хорватію, Чехію, Далмацію, Боснію і Герцеговину<sup>22</sup>. Тобто офіційна пропаганда навіть не соромилася і не піддавала сумніву легітимність таких територіальних зазіхань. Центральною ідеєю «Великою війни» в газетах називали завершення справи «звільнення» слов'ян задля утвердження «миру» і «блага», яке їм начебто могла запропонувати лише Російська імперія.

Формувався образ царя-месії, який був покликаний захистити від «приниження» Росію і від знищення «братню слов'янську державу». Імператор уособлював «російського богатиря», що мав звільнити світ від «грубої сили, жорстокості і пихи тевтона» і дати людству «священні ідеали добра, правди і справедливості»<sup>23</sup>. У публікаціях стосовно особи царя використовували епітети «вождь», «державний вождь», до прикладу: «Вся Росія буде усвідомлено нести на собі всі наслідки війни, які б вони не були, і твердо йти туди, куди поведе її Державний Вождь»<sup>24</sup>. Російський імператор на сторінках пропаганди поставав як священний символ «неминучої перемоги». Його приїзди в окуповані та прифронтові міста викликали в місцевій пресі шквал патріотичних публікацій, газети рясніли деталізованими описами зазвичай короткотривалого перебування Миколи II.

Багато зусиль докладала пропаганда й для створення образу ворога, аби у свідомості населення швидше і легше формувалася ненависть до противника. Основним «ворогом», відповідно до пріоритетів російської пропа-

<sup>18</sup> Что может дать миру славянство. *Подолія*. 21.11.1914. № 124. С. 1—2.

<sup>19</sup> Мосієнко О. Пропаганда в умовах Першої світової війни (аналіз періодичних видань Волині). *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. 2014. № 3. С. 30.

<sup>20</sup> К моменту. *Подолія*. 31.08.1914. № 89. С. 1—2.

<sup>21</sup> Перемышль. *Земская мысль*. 14.03.1915. № 63. С. 2—3.

<sup>22</sup> Взятие Львова и Галича. *Подолія*. 03.09.1914. № 90. С. 2.

<sup>23</sup> В дни тяжких испытаний (окончание). *Подолія*. 05.09.1914. № 91. С. 2.

<sup>24</sup> В дни тяжких испытаний. *Подолія*. 03.09.1914. № 90. С. 1—2.

ганди, поставали Німецька та Австро-Угорська імперії. Ймовірно, акцентування уваги на антинімецькій пропаганді було пов'язане з тривалими дружніми контактами, в тому числі економічними й культурними, між Російською та Німецькою імперіями. Пропаганда застосовувала метод протиставлення «собі», тобто колективному образу «русских», образу «іншого», ментально «чужого» німецького народу. Заздалегідь продукувалося вороже ставлення до «чужого», а саме, до осіб німецької національності, будь-якого «продукту» німецького походження, зокрема й культурного<sup>25</sup>. З цією метою використовували так звані «викриття», «розвінчування міфу» про високий культурний рівень німецького народу і західної цивілізації загалом. На територіях, де було проголошено воєнний стан, діяла постанова про заборону вживати німецьку, угорську і турецьку мови в державних і приватних закладах, у приватних розмовах, на вулиці, в магазинах, в будь-якому громадському місці, а також публічне виконання творів, куплетів пісень і віршів цими мовами<sup>26</sup>. Окремими законами від 2 лютого та 15 грудня 1915 р. було обмежено німецьке землеволодіння, що негативно позначилося на німецьких поселеннях в Україні<sup>27</sup>.

У створенні образу ворога пропаганда застосовувала прийом демонізації противника. Так, у пресі змальовували сцени насильства з деталізованими описами знущань, які вчиняли ворожі солдати над цивільними, полоненими солдатами, тілами загиблих воїнів<sup>28</sup>. Повідомлення такого змісту наводили жах на читачів і за відсутності альтернативних джерел інформації сприймалися переважно як істина.

<sup>25</sup> Якубович В. Под маской христианской культуры. *Подоллянин*. 17.04.1915. № 1280. С. 1–2.

<sup>26</sup> Куцик Р., Безпалько Б. «Демонізація» ворога як прийом російської імперської пропаганди в роки Першої світової війни. *Київські історичні студії*. 2020. № 1. С. 75–82.

<sup>27</sup> Линдемман К.Е. *Законы 2 февраля и 13 декабря 1915 г. (об ограничении немецкого землевладения в России и их влияние на экономическое состояние Южной России)*. Москва, 1916. С. 17–18.

<sup>28</sup> Подвиги русских и жестокость немцев. *Подолля*. 14.09.1914. № 95. С. 3–4.

Противнику, що поставав в образі «вандала-дикуна», протиставляли образ російського воїна, який творився за допомогою епітетів про благородство «широкої рускої душі». Йому приписували «рицарське» ставлення до цивільних, «милосердя», виявлене до переможеного та полоненого ворога<sup>29</sup>. Часто такі описи не мали посилянь на джерело, не вказували прізвищ головних героїв, місце подій, тому подібні оповіді все більше скидалися не на статтю кореспондента, а на художній твір. Так, в одній зі статей ішлося про випадок, коли російський солдат, будучи з невідомих причин беззбройним, потрапив до стану ворога, вступив у сутичку з п'ятьма німецькими солдатами, убив трьох, а двох узяв у полон і привів до місця розташування російських військ. Ні героя, ні місця «бойової слави» автор оповіді не називав<sup>30</sup>. В іншій статті під назвою ««Они» и «Мы»» автор порівнював військових російської та німецької армії, і останні поставали безчесними боягузами, а росіяни, навпаки, під страхом смерті, перебуваючи в полоні, відмовлялися вигукувати прославляння «Хай живе Німеччина!». Знову ж таки, ні місця події, ні її учасників, ні джерела інформації про цей випадок кореспондент не вказав<sup>31</sup>. Така героїзація російських військових мала надихати суспільство, підживлювати в ньому віру у швидку перемогу. Пропаганда навіювала переконання про те, що вся російська армія складається з героїв, і, відповідно, «армія героїв» не могла зазнати поразки.

Характерною особливістю воєнної пропаганди Російської імперії на теренах України було обережне використання термінології при описі захоплених українських територій. У пресі остерігалися підкреслювати національну ідентичність регіону, аби не сіяти зерна «українського сепаратизму» у власному інформаційному просторі. Не ставлячи за мету вивчити справжню реакцію жителів західних

<sup>29</sup> В дни тяжелых испытаний (окончание). *Подолля*. 05.09.1914. № 91. С. 1–2.

<sup>30</sup> Подвиги русских и жестокость немцев. *Подолля*. 14.09.1914. №95. С. 3–4.

<sup>31</sup> «Они» и «Мы». *Подоллянин*. 11.12.1914. № 1180. С. 4.

регіонів України на прихід російських військ, у вересні 1914 р. автор однієї з газетних заміток стверджував: «найбільш численна група населення», розуміючи під цим означенням україномовних жителів краю, зустрічатиме з радістю та молитвою на вустах своїх «визволителів». Як бачимо, дописувач не став використовувати термін «українці», добираючи більш складні синоніми. В такий спосіб часто в пропагандистських наративах уникали термінів «українці», «українець» щодо українського населення Австро-Угорської імперії. Допускалися лише такі етноніми, як «православне руське населення Галичини», «руські галичани», «угроруси», «руське населення».

Більше того, в офіційному інформаційному просторі окремо створювали образ «правильних» і «неправильних» галичан. До «правильних» зазвичай відносили селян, які, як часто наголошувалося, любили співати мелодійних журливих чи веселих пісень, а їхні хати зовні були схожі на сільські помешкання волинян чи жителів Мінської губернії<sup>32</sup>. Спосіб ведення господарства і промисли, якими займалися галицькі селяни, очевидно були подібні до того, як господарювали у селах «Великої» України. Однак, характеризуючи край, цю спільну рису в пресі називали «рускою чертою». Так, дописувач газети «Подільнин» писав, що «бджільництво, риса характерно «руская», у багатьох регіонах у нас занедбане», а в Галичині в кожному селі є пасіки, навіть громадські. І тут же вказував на важке становище галицьких хліборобів, спричинене малоземеллям, і розповідав про велику любов галичан до землеробства, наголошуючи, що риса ця виключно «руская крестьянская»<sup>33</sup>. Таким чином галичани поставали на сторінках газет такими самими, як і читачі, підкреслювалися одна мова, схожий уклад життя та господарювання, знайомі соціально-економічні труднощі, спричинені війною. Обов'язково робили акцент на тому, що справжній ворог для жителів як Галичини, так і Російської імперії, був на заході, тому вони,

<sup>32</sup> По Галиции. *Земская мысль*. 14.03.1915. № 63. С. 3.

<sup>33</sup> Бобров Д. Из Галицких впечатлений. *Подольнин*. 13.04.1915. № 1277. С. 2.

«прости» галичани, не боялися російських військ.

Водночас до «неправильних» галичан, ворогів царської влади та всього «руського» народу, зараховували українську інтелігенцію, греко-католицьке духовенство, а також поміщиків та євреїв як основних землевласників у регіоні<sup>34</sup>.

Отже, внутрішня воєнна пропаганда Росії була націлена на формування в суспільстві схвальної рефлексії на розпочату імперією війну. Задля цього в будь-якому випадку агресором називали саме противника, навіть якщо бойові дії відбувалися на його території. Війну оголошували «визвольною», а як головну мету озвучували необхідність захистити «менших братів». Російська воєнна пропаганда ґрунтувалася на так званій «ідеї слов'янства», наріжним каменем якої виступало «православ'є», а кінцевим завданням було об'єднання всіх слов'ян під «скіпетром» Росії. Використовувалися такі пропагандистські прийоми, як перекладання провини за розпочату війну на ворога, глорифікація війни, демонізація ворога, культ месії-царя, героїзація власної армії, маніпуляція патріотизмом.

Характерна риса саме російської воєнної пропаганди проявлялася в поширенні міфу про «возз'єднання» чи повернення «споконвіку» російських земель, які насправді такими ніколи не були. Цьому сприяли різноманітні історичні, етнографічні псевдонаукові дописи, які описували українські території як «русские», а їхніх жителів як «русских людей».

Примітно, що маски «визволителів», «захисників братніх народів», борців за православ'я, фанатична віра в справедливість війни, розмови про її невідворотність, що фігурували в імперських ЗМІ, бачимо й тепер у воєнній пропаганді Російської Федерації. Подібність воєнної риторики Росії часів Першої світової війни та новітнього агресора є свідченням того, що прийоми воєнної пропаганди 100-річної давнини не застаріли, а імперські амбіції й досі залишаються актуальним «подразником» для російського суспільства.

<sup>34</sup> Взятие Львова и Галича. *Подолья*. 03.09.1914. № 90. С. 2.

Kateryna Bila

*Institute of History of Ukraine, National Academy of Sciences of Ukraine. Kyiv, Ukraine*

<https://orcid.org/0000-0002-4732-6695>

#### WAR PROPAGANDA OF THE EMPIRE: WORLD WAR I AND ITS MODERN ECHOES

According to the materials of report at the meeting of the Presidium of the NAS of Ukraine, December 27, 2023

The article deals with the war propaganda of the Russian Empire during the First World War on the territory of Ukraine. It was established that the main task of the war propaganda of the empire was to form an approving reflection in society on the war started by Russia. The goal of the war was called the liberation of the “brotherly” Slavic peoples. This myth justified the territorial claims of the Russian Empire in Europe. Such propaganda techniques as “shifting the blame for the started war onto the enemy”, creating an “image of the enemy”, “demonization” of the enemy, “glorification” of war, “heroization” of one’s own army, creating the image of a “king-messiah” were used. The specificity of Russian war propaganda was in spreading the myth of the “reunification” or recovering the “ancient” Russian lands, which in fact never were that. This myth was spread thanks to various historical, ethnographic pseudo-scientific articles that described Ukrainian territories as “Russian” and their inhabitants as “Russian people”. It is noticeable that the masks of “liberators”, “defenders of brotherly nations”, fighters for Orthodoxy, fanatical belief in the justice of the war, which appeared in the imperial mass media, are now also seen in the war propaganda of the Russian Federation. The similarity of the war rhetoric of the empire with that voiced by the contemporary aggressor evidences not only that 100-year-old war propaganda techniques are not outdated, but also that imperial ambitions still remain a relevant “stimulus” for Russian society.

**Keywords:** war propaganda, World War I, South-Western Front, information war, Ukraine, Russian Empire, “image of the enemy”.

**Cite this article:** Bila K.V. War propaganda of the empire: World War I and its modern echoes. *Visn. Nac. Akad. Nauk Ukr.* 2024. (2): 102–108. <https://doi.org/10.15407/visn2024.02.102>