



ПРОПАГАНДА ВЛАДЕ  
НАРОДНОГ СПАСА

# СРБИЈА ПОД ОКРИЉЕМ НЕМАЧКЕ

Пише др Маријана МРАОВИЋ

Велики број идеолошких одређења (позитивних и негативних) о Недићевој влади из пера публициста и историчара опстао је до данас. Различите ставове одређивала је перспектива из које су Милан Недић и његова историјска улога посматрани и изучавани (победници и поражени). Милан Недић је некритички глорификован подједнако као што је, без целовитог сагледавања околности у којима је његова влада формирана и радила, негативно оцењиван и осуђиван.

# НЕДИЋЕВА ВИРТУЕЛНА СРБИЈА

Први светски рат и пропагандни напори свих учесника углавном се у савременој литератури узимају као прекретница у третирању пропаганде, као осмишљене и организоване активности, којој се придаје озбиљан значај у постизању економских, политичких и ратних циљева. У то време пропаганда се дефинисала најчешће као ширење и распрострањавање пожељних идеја, мишљења и ставова уз често коришћење лажи и искривљених чињеница.

Основни задатак и крајњи циљ Недићевих пропагандиста био је преношење визије коју су имали, или која им је била наметнута, као и виртуелне слике о Србији под окриљем великог немачког Рајха, коју су стварали током читавог периода окупације, на што више прималаца пропагандних садржаја, односно на што већи број становника окупиране српске територије. Ратни пејзаж је у виђењу пропагандиста постепено добијао потпуно другачији облик у односу на реално стање ствари.

Пропаганда је термин латинског порекла и потиче од глагола *propagare*, који значи *ширити*, *распростирајући*. Термин „пропаганда“ у наведеном значењу први пут је употребљен, у верском контексту, у були папе Гргура XIII од фебруара 1582. године. Папа је као циљ језуитског реда навео „пропагирање и одбрану вере и напредак душа у животу и науци хришћанској“. У светској литератури, као







датум почетка коришћења термина пропаганда најчешће се наводи 1622. година, у вези са познатом булом папе Гргура XV, којом је проглашено оснивање Главне папске установе за ширење католичке вере и регулисање црквених односа у некатоличким земљама – *Congregatio de propaganda fide* („Савет за веру какву треба ширити“).

У прошлости је било више дефиниција наведеног појма у разним енциклопедијама, стручној и научној литератури и студијама. Првобитно се реч пропаганда користила за дефинисање делатности сваке организације основане с циљем да пропагира одређену доктрину. Ужи појам *политичка пропаганда* појавио се у Алзасу 1793. године, када је удружење „Propagande“ почело промовисати идеје Француске револуције. С временом се значење и коришћење тог термина проширило. Јединствена дефиниција пропаганде није усвојена до данас, а велики број дефиниција је непотпун, често обрађен уз осврт на психолошки или социолошки аспект. У литератури су уобичајена сагледавања пропаганде кроз негативну призму, као појаве која служи за манипулацију масама. У америчком часопису „School and society“ дефинише се као „манипулисање симболима са циљем утицања на деловање људи“. Амерички теоретичар Леонард Дуб, који је током Другог светског рата контролисао пропагандне материјале, осудио је пропаганду као „неморалну и неодговарајућу за грађанско друштво и као друштвени феномен сумњиве вредности“. Приликом анализе односа уметности и пропаганде у 20. веку, историчар уметности Тоби Кларк навео је почетак Првог светског рата као кључну годину у којој је термин „пропаганда“ изгубио своју неутралност.

Истраживање различитих аспеката пропаганде у Првом и Другом светском рату једна је од чешћих тема којима се бави данашња историографија. Први светски рат и пропагандни напори свих учесника углавном се у савременој литератури узимају као прекретница у третирању пропаганде, као осмишљене и организоване активности, којој се придаје озбиљан значај у постизању економских, политичких и ратних циљева. У то време пропаганда се најчешће дефинисала као ширење и распрострање пожељних идеја, мишљења и ставова, уз често коришћење лажи и искривљених чињеница. Након Првог светског рата Жилијен Бенда говорио је о „издаји интелектуалаца“ 1927. године, што је била директна критика механизма интензивне пропаганде. Многе заблуде и претеривања у вези са утицајем пропаганде постале су управо тада модерни митови који су се одржали до данашњег времена. Једна од тих заблуда била је да је то „нека врста тајног научног метода у испирању мозга људи“. Многи верују у наведену теорију, као и да су жртве завере разних експеримената владиних тајних организација и служби, што нас доводи до поља теорија завере које у данашњем времену не губе на својој актуелности.

## Ратна пропаганда

Појам ратна пропаганда данас се често користи у два различита значења. Прво потиче из пропагандне теорије развијене у Сједињеним Америчким Државама. Под пој-

мом ратне пропаганде амерички стручњаци подразумевају сва обавештења, идеје, учења или специјалне начине убеђивања који служе постизању одређених ратних борбених циљева, а намењени су да утичу на мишљење, расположење и држање људи ради остваривања посредних или непосредних користи. У европској терминологији за ратну пропаганду се каже да је то политичка пропаганда коју воде оне друштвене снаге или земље које сматрају да је рат најбољи начин решавања међународних проблема и чији је циљ да насилном, војном акцијом, наметну своју вољу, свој начин мишљења, своје интересе другима.

Сучељавање дијаметрално супротних идеологија, друштвених и политичких норми и интереса великих сила и њихових савезница у Другом светском рату било је изузетно оштро. Декретом фелдмаршала Фон Кајтела „*Naht und Nebel*“ („Ноћ и магла“) покорој Европи наметнут је страх од опште незаштићености. Колики је значај придаван пропаганди види се и по томе што су је Немци називали Трећим фронтом, а Американци четвртим родом војске. Примењиване су нове пропагандне доктрине и деловали су моћни пропагандни центри. Генерал Ајзенхауер је пред сам завршетак рата у Европи истакао да се ратна пропаганда развила у специфично и успешно оружје рата. О пропагандним методама, правилима, средствима и начинима деловања које су примењивале зарађене стране сведоче многа документа. Разгранатом пропагандом дириговало се из државних прес-центара, телеграфских агенција, министарстава пропаганде или информација, ратних штабова, страначких централа, ПТТ центара, обавештајних служби, агитпропова и друго. Радио-станицама, новинама, филмовима, лецима, плакатима, брошурама, карикатурама, позоришним представама и пропагандом „лицем у лице“ читавих армија активиста супротстављане су идеје, нуђене чињенице и борило се за жељене ставове, свест и понашање милиона људи. Уметност је стављена потпуно у службу пропаганде. Пропагандни апарат савезничких јединица у Европи и на Медитерану бацио је осам билиона летака. Бомбардери Б-29 бацили су на Јапан стотине тона летака. Амерички лист „Падобранске новине“ достигао је тираж од два милиона примерака. Филмови свих врста обилазили су свет. Радиоемисије емитоване су на скоро свим таласним дужинама и језицима. Разгласи, разгледнице, грамофонске плоче, дечије слике и карикатуре преплавиле су свет.

## У време Трећег Рајха

Пропагандни фронтови последњи су заћутали. Кад је занемело свако друго оружје, пропагандно је наставило да делује. У пропагандном рату супротстављене силе бориле су се на разне начине, а један од њих била је оштра критика непријатељске пропаганде. Тако је у немачкој штампи, приликом критике лондонског и московског радија, често коришћен термин „непријатељска илузионистичка пропаганда“. Земље фашистичке коалиције ушле су у Други светски рат



са развијеним пропагандним апаратом и богатим искуством из међуратног периода. Све време трајања рата примењиване су постојеће и откриване нове пропагандне методе. Нацисти су високо вредновали важност пропаганде, мада су јој различито приступали у различита времена: пре доласка на власт, приликом преузимања контроле над државним апаратом и у време ратних дешавања. У рату је директна реторика сматрана важнијом од употребе радија и новина. Организовани су скупови, маршеви и друге манифестације националсоцијалистичке моћи. Целокупним механизмом руководио је националсоцијалистички Главни штаб Вермахта. Јозеф Гебелс изградио је пропагандну машину која је функционисала у тренуцима војно-политичких тријумфа, али и у случајевима пораза, када је подстицано ишчекивање великих преокрета. У рату су потпуно обједињене производња и дистрибуција филмова, а делимично и њихово приказивање у Трећем рајху и окупираним земљама.

## Пропагандни апарат Недићеве владе

Преко Савета комесара и касније Владе народног спаса немачке окупационе власти у Србији намеравале су да остваре строго контролисано управљање пропагандном делатношћу српских вазалних власти. Главни правци деловања Недићеве владе и њени задаци били су подређени немачким интересима, посебно на пољу привредне пропаганде, док је у остваривању пропаганде у области културне и просветне политике влада Милана Недића добила већу слободу. Нестабилна и хаотична ситуација грађанског рата на простору Србије и заједнички антикомунистички карактер условили су повремену сарадњу домаћих



власти са Југословенском војском у отаџбини. У складу са историјским околностима варирао је начин на који је ројалистички покрет отпора приказиван јавности. На исти начин домаће власти креирале су слику пријатеља, слику непријатеља и слику ратом захваћеног простора.

Носилац дела пропагандне активности у окупираној Србији било је и Министарство просвете и вера, које је сарађивало са Одељењем за пропаганду у вршењу надзора над публикацијама, филмским приказивањима и радиофонским емисијама. Незаобилазан чинилац у пропагандној активности Недићеве владе било је и Министарство привреде, подређено Штабу генералног опуномоћеника за привреду у Србији. Поједини припадници Владе народног спаса наставили су рад на пољу пропаганде у преломним и неизвесним тренуцима, непосредно пред ослобођење земље.

С обзиром на замах који је устанак у Србији добио у августу 1941. године и немогућност да се на окупираној српској територији ангажују додатне немачке трупе, немачки врх сматрао је корисним смењивање Савета комесара. Влада народног спаса, с генералом Миланом Недићем на челу, презентовала се домаћој јавности као трећа, вазална алтернатива, која је имала намеру да заустави крварење српског народа и за њега обезбеди повољније решење у „новој Европи“, насупрот комунистичкој, која се изјаснила за Југославију и до које треба доћи борбом, и Михаиловићевој обновљеној Краљевини Југославији са превагом Србије, која би настала после победе западних сила.

После привременог сузбијања партизанског покрета на територији окупиране Србије, Влада народног спаса консолидовала је своју власт и реорганизовала управне и

државне институције на свим нивоима. Посебан значај придаван је организованој пропаганди.

## Оснивање Одељења за пропаганду

5

Одељење за пропаганду (Одељење државне пропаганде) образовано је у септембру 1941. године, након формирања Владе народног спаса, при Председништву Министарског савета. У његовом раду постојао је делимични континуитет са предратним Централним пресбиroom (у даљем тексту ЦПБ), манифестован у преузимању организације, начина рада и дела кадрова дотадашње службе Пресбиroomа при Савету комесара, наслеђених из међуратног времена. Имајући у виду чињеницу да је део ЦПБ-а током рата наставио деловање у емиграцији, у саставу избегличке владе, ипак се не може говорити о потпуном континуитету.

Одељење за пропаганду било је организацијска целина Председништва Министарског савета. Наведеним организацијским решењем домаће власти настојале су да максимално усмере пропагандни рад у духу немачких инструкција. Доктор Лазар Прокић, шеф Одсека за општу пропаганду, у реферату изванредном комесару за чиновничка питања о проблематици у раду Одељења говорио је о мотивима Владе за његово оснивање: „...Потребу за једним оваквим одељењем, под непосредном контролом председника владе диктирало је психолошко стање у коме се српски народ нашао после последњих догађаја. Наиме показало се као неопходно да иза оперативне акције оружаних одреда на терену мора следовати добро



смишљена, стручно вођена и ефикасно примењена пропаганда: у циљу да се најпре српски народ врати самоме себи, па да се тек онда, као такав, оријентише у ономе правцу који најбоље одговара данашњем гео-политичком стању Србије и њеном статусу окупације”.

Велибор Јонић, министар просвете и вера, у изјави на саслушању после рата нагласио је да је Одељење за пропаганду „административно потпадало под Председништво владе, а директиве за рад добијало непосредно од председника владе и од немачке пропаганде за Србију”. Наведена изјава садржала је трагове незадовољства услед преплитања ингеренција Министарства просвете са Одељењем за пропаганду и покушајима да се статус наведеног одељења у односу на статус Министарства просвете прикаже као подређен у потпуности Немцима у односу на област просвете: „Ово одељење било је организовано попут немачког, а све што је радило ишло је кроз немачку цензуру и у договору са Немцима”.

Одељење за пропаганду није доживело веће организацијске промене током читавог периода окупације, изузев што су надлежности и ресор појединих одсека проширивани у складу са потребама одељења и немачким инструкцијама. На челу Председништва Министарског савета стајао је председник Владе, а организационе целине у оквиру Председништва биле су: Кабинет председника, Државни секретаријат и три одељења: Опште, Правно и Одељење државне пропаганде.

Одељење за пропаганду у јесен 1941. године чинили су: Генерални секретаријат, Административни одсек, Одсек за општу (теренску) пропаганду, Одсек за штампу, радио и филм и Одсек за позоришта и приредбе. Крајем 1941. године почеле су припреме за оснивање установе „Земља и рад”, која је била намењена популарисању политике Владе народног спаса и председника Недића код сељаштва. Наведена установа била је организацијска целина Одсека за општу (теренску) пропаганду. Након оснивања Црногорског одсека крајем 1943. године нису прошириване надлежности и ресор појединих одсека у већем обиму.

## Гломазна администрација

Почетком окупације Србије немачке власти суочиле су се са постојањем обимног апарата државне администрације, који није био прилагођен новонасталој ситуацији и суженој српској територији. Доношење законских регулатива с циљем регулисања статуса државних службеника и систематизације државног апарата били су на листи приоритета, како би се смањили трошкови и правно регулисао нови систем који је становништво требало с временом да прихвати. Домаће власти посебну пажњу обратиле су на регулисање статуса и праћење рада државних службеника с обзиром на заједнички став Владе да на сваком запосленом у државној служби почива систем државне управе. Пропагирана је лојалност службеника властима и осуђива-

## ШЕМАТСКИ ПРИКАЗ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ПРЕДСЕДНИШТВА МИНИСТАРСКОГ САВЕТА У 1943. ГОДИНИ



на било каква активност уперена против државних интереса, а и у августу 1941. године обнародоване су *Уредба о систематизацији места у државној и самоуправној служби* и *Уредба о уклањању национално нејоузданих службеника из јавне службе*.

У духу стварања новог профила државног службеника и „новог поретка” објављена је и наредба владе којом је прописано „јединство мисли код државних и самоуправних службеника за обнову Србије у духу интенција, одлука и наређења Владе народног спаса”. Сваки чиновник био је обавезан да поднесе изјаву да „прожет најискренијим побудама за што скорорије оздрављење и обнову Србије, а убеђен да ће се томе циљу највише допринети савесном и преданом службом, као и одржавањем реда, мира и поретка у земљи овим изјављујем: да ћу интересима службе увек предан бити и све додељене ми задатке од стране претпостављеног ми старешине најсавесније извршавати”. Чиновници су се обавезивали да ће деловати против сваке акције на рушењу реда и мира, онемогућавати рад комуниста и масона. Рок за доставу изјава изванредном комесару за персоналне послове био је 40 дана. Изјава је била обавезујућа за Србе и усмерена на спречавање сарадње са четничким покретом.

Влада народног спаса до краја окупације није успела да у потпуности реформише и прилагоди државни апарат својим потребама, иако је у више наврата сам председник апеловао на министре. Министри нису имали могућност да обуздају државни бирократски апарат наслеђен од Краљевине Југославије, а чиновништво је поред свих видова репресије остало незаинтересовано за активније учешће у пропагандној политици. Службеници су држани у страху и неизвесности како би се што више утицало на њихову подршку Влади и доказали да су вредни останка у служби. Осим репресивних мера према службеницима, Влада је примењивала и мотивационе мере посебно током 1944. године. Тако су службеници Кабинета и Генералног секретаријата Одељења за пропаганду, који су у времену од првог савезничког бомбардовања Београда до краја јула 1944. године редовно долазили на посао, награђени за прековремени преподневни рад (из кредита за усмену пропаганду). Највећи број уклоњених службеника био је пензионисан и минимално збринут, а отпуштани су углавном политички противници. Влада се

## ОДЕЉЕЊЕ ДРЖАВНЕ ПРОПАГАНДЕ

ГЕНЕРАЛНИ СЕКРЕТАРИЈАТ	<ul style="list-style-type: none"> <li>– спровођење унутрашње организације рада свих одсека,</li> <li>– прикупљање докумената о националном питању,</li> <li>– прикупљање докумената и података о положају српског становништва,</li> <li>– одржавање веза са познатим стручњацима из свих области националног живота;</li> </ul>
АДМИНИСТРАТИВНИ ОДСЕК	<ul style="list-style-type: none"> <li>– вођење целокупне администрације,</li> <li>– евиденција особља Одељења државне пропаганде и вођење персоналних послова,</li> <li>– вођење библиотеке у којој се прикупљају књиге, часописи, листови и други материјал који служи за пропагандне циљеве,</li> <li>– контрола материјалних набавки и издатака за посебне потребе Одељења државне пропаганде;</li> </ul>
ОДСЕК ЗА ОПШТУ (ТЕРЕНСКУ), СОЦИЈАЛНУ И ПРОПАГАНДУ СЕЛА	<ul style="list-style-type: none"> <li>– усмена пропаганда путем јавних предавања и њихово организовање у земљи,</li> <li>– одржавање везе са окружним и среским просветним установама,</li> <li>– растурање пропагандног материјала међу становништвом,</li> <li>– прикупљање информација о евентуалној страниј пропаганди у нашем народу и њено сузбијање,</li> <li>– давање упутстава за рад дописницима Одељења државне пропаганде при окружним начелствима и дописницима у иностранству и примање њихових извештаја о важним догађајима,</li> <li>– привредно-задружна, хигијенска и национална пропаганда на селу,</li> <li>– обавештавање сељаштва о свим важнијим питањима јавног живота, држање течајева и поучних предавања за земљораднике – установа „Земља и рад“;</li> </ul>
ОДСЕК ЗА ШТАМПУ, РАДИО И ФИЛМ	<ul style="list-style-type: none"> <li>– преглед домаће и стране штампе,</li> <li>– израда и издавање „Прегледа стране штампе“,</li> <li>– припремање материјала за домаћу штампу,</li> <li>– рад на изради публицистичког материјала: штампање књига, брошура, плаката и другог материјала,</li> <li>– припремање потребног материјала и руковођење свим пословима који се односе на националну и културну пропаганду путем радија и филма;</li> </ul>
ОДСЕК ЗА ПОЗОРИШТЕ И ПРИРЕДБЕ	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обављање националне и културне пропаганде путем позоришта,</li> <li>– евиденција целокупног особља Народног позоришта у Београду и обласних народних позоришта,</li> <li>– надзор над радом државних и приватних позоришта,</li> <li>– преглед и одабирање позоришне литературе,</li> <li>– надзор над одржавањем и организацијом свих приредаба и концерата уметничког карактера;</li> </ul>
ЦРНОГОРСКИ ОДСЕК	<ul style="list-style-type: none"> <li>– организовање предавања, популарисање Владе народног спаса и спровођење антикомунистичке пропаганде у Црној Гори.</li> </ul>

декларативно изјашњавала у корист немачких захтева ради задобијања немачког поверења, али и ради ублажавања положаја многих службеника који би остали без посла, како не би пришли покретима отпора.

### Пропагандни тимови

Организацијске целине Одељења за пропаганду биле су једна врста „пропагандних тимова“ на челу са шефовима одсека. Евидентно је да су разлике у структури ових тимова и разлике у статусу предратних и ратних службеника утицали на квалитет пословања и постигнуте резултате на пољу организовања пропаганде. Шеф Одељења за пропаганду био је Ђорђе Перић, активан током читавог периода окупације, све до септембра 1944. године, када га је заменио Љубомир Тодоровић. У почетку, кључна личност Одељења био је Перићев шеф кабинета Јован Поповић, којег је, након два месеца, заменио Слободан Катић. На поменутој дужности Катић је остао све

до погибије приликом савезничког бомбардовања 18. маја 1944. године.

Током читавог периода окупације Генерални секретаријат био је задужен за спровођење унутрашње организације рада свих одсека, прикупљање података о положају српског становништва и одржавање веза са познатим стручњацима из свих области националног живота. На месту генералног секретара од октобра 1941. године до јесени 1942. године био је Милош Милошевић, а након тога на тој дужности једно време био је и Љубомир Тодоровић. Словенац Рудолф Печник био је секретар Одсека. Већина службеника у одсеку били су предратни чиновници. Милош Милошевић почео је пропагандни рад као генерални секретар. Током пролећа 1942. године организовао је редакцију листа „Српски народ“. Представљао се као заменик главног уредника, иако је лично уређивао и издавао лист са самосталном редакцијом изабраном од хонорарних чиновника пропаганде и самосталних и повремених сарадника.



Административни одсек обављао је административне послове, спроводио сва наређења и решења председника владе и шефа Одељења за пропаганду и достављао их надлежнима, старао се о набавкама канцеларијског материјала и других потреба преко економата, сређивао библиотеку наслеђену од ЦПБ-а. Административне послове шефа одсека водили су, од фебруара 1942. године до краја окупације, Душан Милојевић (пензионисан након три месеца), др Данило Павловић и Светислав Шумаревић. Већина службеника у одсеку били су предратни чиновници. Одсек за општу (теренску), социјалну и пропаганду села био је, поред Одсека за штампу, радио и филм, најпродуктивнији током читавог периода окупације. Дужност шефа Одсека за општу пропаганду обављао је у првих годину дана др Лазар Прокић, који је био и један од најактивнијих пропагандиста током 1941. и 1942. године. Писао је новинске чланке, потписујући се без псеудонима, и свакодневно пласирао антикомунистичку, антимаџонску и антијеврејску пропаганду. У јесен 1941. године руководио је припремама и организацијом антимаџонске изложбе у сарадњи са Ђорђем Перићем, Стевом Клујићем и немачким пропагандним органима. Бирао је и публиковао брошуре, штампао разне летке и плакате и обављао погодбе за штампу. Прокић је пред сам завршетак припрема нове антимаџонске изложбе у лето 1942. повучен са активности, а већ у јесен те године отпуштен је из Одсека за општу пропаганду. Светислав Шумаревић наводи да је повучен вероватно услед Клујићевих жалби немачким властима на његов рачун. Прокић је брзо након отпуштања повратио свој утицај код немачких власти. Једно време провео је у Берлину уређујући један српски лист заједно са Божом З. Марковићем. Након Недићеве посете Хитлеру поново је добио месечну плату и месечну помоћ за лист. Половином новембра 1943. године довео је у Београд Џона Емерија, који је држао предавања против Черчилове Енглеске.

Након Прокићевог смењивања, на дужности шефа Одсека за општу пропаганду један краћи период био је Живојин Ранковић, а потом Љубомир Тодоровић. Тодоровић је наставио са радом на публиковању брошура и растурању летака. У фебруару и марту 1943. године организовао је велики број предавања по местима у унутрашњости, посебно у оквиру пољопривредних течајева по селима и мањим местима. Београдску антикомунистичку изложбу пренео је у Крагујевац и Пожаревац током лета 1943. године. Крајем исте године на место шефа Одсека за општу пропаганду постављен је Војин Дрвенција. Љубомир Тодоровић добио је место генералног секретара пропаганде. Заједно са др Тихомиром Марковићем, референтом државне пропаганде, приредио је српску антикомунистичку изложбу у оквиру велике изложбе коју су организовали Немци у Београду. Руководство теренске пропаганде, након бомбардовања Београда 16. и 17. априла 1944, инсталирало је мању штампарију у селу Јајинцима за штампање летака и краћих публикација које не би могла објављивати у случају новог бомбардовања.



Инсталирање и организовање штампарске делатности обавио је Војин Дрвенција, који је био на дужности шефа Одсека за општу пропаганду све до септембра 1944. године, када је напустио земљу. Заменио га је Велибор Протић, дописник из Ужица. На том месту Протић је остао непуних месец дана.

Одсек за теренску пропаганду био је у свом раду редовно упућен на сарадњу са немачким пропагандним органима. Поред аташеа за штампу Ота Митерхамера, стални посетилац одсека био је и немачки официр Хенгстер, сарадник „Новог времена“. У сваком округу у Србији пропаганда је имала своје дописнике при окружним начелствима, а њима је директиве издавао шеф опште, односно теренске пропаганде. Број предратних службеника запослених у Одсеку за општу пропаганду према броју запослених у време окупације био је изразито мали у односу на остале одсеке. Наведено сведочи да су домаће власти имале више поверења у службенике које су саме ангажовале и колики су значај придавале теренској пропаганди и пропаганди на селу.

## Одсек за штампу, радио и филм

У складу са потребама немачког пропагандног апарата, домаће власти уложиле су знатна средства у пропаганду путем штампе, радија и филма. Одсек за штампу био је активан током читавог периода окупације и одржавао је редовне контакте са немачким властима и од њих добијао инструкције и задатке. Први шеф Одсека за штампу био је Милош Младеновић, који је кратко остао на поменутом месту (постао је уредник листа „Ново време“). Заменио га је др Велимир Димић, чији је помоћник био Наум Симић. Одсек за штампу обављао је припрему за штампу обавештења Кабинета председника владе, кабинета разних министарстава и канцеларија разних установа јавности, као и чланака и других материјала. У оквиру одсека ангажована је лекторска служба која је преводила чланке и правила изводе из страних и домаћих листова за израду билтена, који је служио за информисање запослених у пропагандном одељењу, а поједини делови су штампани. Делови билтена штампани су у форми „Прегледа стране штампе“ и садржали су: датум објављивања, ознаку „поверљиво“ и прегледе одабраних објављених чланака из немачких,



хрватских, италијанских, француских, турских, бугарских, словеначких, чешких и мађарских листова.

Шеф Одсека за штампу, у споразуму са шефом Одељења за пропаганду, кореспондирао је са установама и личностима које су сарађивале са Одељењем за пропаганду. Поред редовних дужности посеђивао је агенцију „Рудник“ ради прибављања исцрпнијих вести, Одсек за штампу при немачком посланству, а повремено и редакције листова којима је редовно, сваког дана достављан пропагандни материјал за објављивање. Имао је обавезу да сваког дана у подне са представницима немачких власти присуствује конференцијама за штампу. Конференције су се одржавале у згради Народне скупштине до јануара 1944. године, а водио их је посебан официр – зондерфирер из немачког пропагандног одељења. Често су тим конференцијама присуствовали официр Тангл, представник немачке агенције „DNB“, и Хенгстер, зондерфирер за позориште.



Доктор Велимир Димић, осим што је обављао дужност шефа Одсека за штампу, био је и члан Врховног просветног већа Министарства просвете, Врховног спортског савеза и Управе Коларчеве задужбине. Повремено је посеђивао седнице Управе и одржавао пропагандна предавања на Коларчевом народном универзитету. Присуствовао је и конференцијама посвећеним пропаганди путем штампе и у појединим установама. Редовно је сарађивао са „Новим временом“ и „Српским народом“, којима је достављао чланке потписане пуним именом и презименом.

Након унапређења Велимира Димића за начелника Правног одељења Председништва владе, у јесен 1942. године, Милош Милошевић постављен је за шефа Одсека за штампу. У том периоду Наум Симић одлазио је на конференције за штампу са представницима немачких власти као представник одсека. Директиве и обавештења која је добијао на конференцијама непосредно је саопштавао шефу Одељења за пропаганду и шефу Одсека за штампу.

Одсек за радио, са Омером Кајмаковићем на челу, деловао је самостално у почетном периоду окупације. Почетком 1942. године на место шефа Одсека за радио постављен је Александар Стојковић, хонорарни сарадник пропаганде, издавач неколико пронемачких брошура из

времена пре окупације и ранији секретар редакције „Новог времена“. Одсек за штампу проширен је током јесени 1942. године огранцима за филм и за радио, односно наставио је радио-службу ранијег Одсека за радио. Као шеф радио-службе и везе између Одељења за пропаганду и радио-станице Београд, Александар Стојковић радио је у периоду од почетка 1942. до маја 1944. године (када је отишао на службу у радио-станицу у Трсту). Највећи део службовања провео је у београдској радио-станици. Био је самосталан и службено је општио само са шефом Одељења за пропаганду. Београдска радио-станица давала је у српској емисији и своје коментаре о савременим догађањима. Стојковић је све време службовања у Београду надзирао и радио-предавања на српском језику која је добављао од разних личности, највише од чиновника. Општу наредбу за та предавања издао је у име председника Владе Велибор Јонић 10. јула 1942, који је позвао све чиновнике из Београда за које је сматрао да треба да држе предавања, на скуп у сали Коларчеве задужбине и дао им конкретне смернице за рад. Многа од тих предавања Стојковић је објављивао у штампи. Интересантан је податак да су већина службеника у Одсеку за штампу и за радио били предратни чиновници и да је већина постављена на дужност у периоду између 1937. и 1940. године.

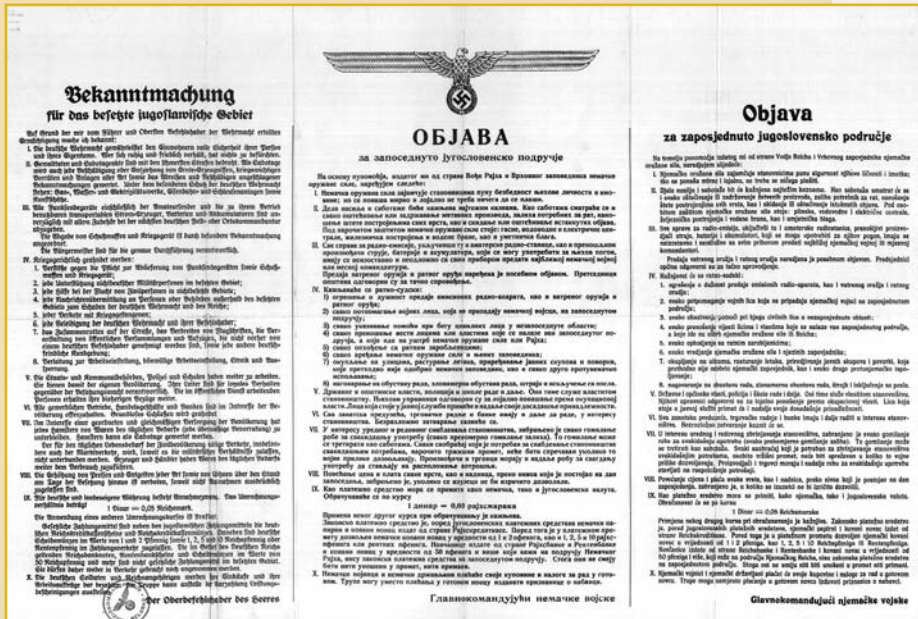
## Под контролом и културни живот

Пуна контрола културног живота, првенствено позоришта и филма, отпочела је 16. августа 1941. пребацивањем надлежности над Народним позориштем из сектора Министарства просвете и вера у ресор Одељења за пропаганду. Одсек за филм, као део Одсека за штампу, радио и филм, надзирао је и организовао кинематографску делатност. Средином марта 1943. године наведени одсек почео је сарадњу са Одсеком за духовну културу Одељења за високо образовање и народну културу Министарства просвете и вера по питању цензуре филмова намењених за приказивање ученицима.

Пропагандни рад домаће власти на пољу производње, дистрибуције и приказивања филмова регулисало је и пратило неколико немачких окупационих установа: испостава Главне управе за филм руководства Националсоцијалистичке партије у Београду, Одељење за пропаганду Југоисток и Пропагандни одред (секција) Србија. Пропагандни одред Србија са седиштем у Београду имао је реферате: за радио, штампу, позориште, за ноћне локале и за активну пропаганду. Реферат III ц Трећег одељења заповедника Полиције безбедности и службе безбедности бавио се у склопу обавештајне обраде културом, просветом и публицитетом. У његовом делокругу рада били су: високе и средње школе, позориште, уметност и филм, музеји, библиотеке, штампа и радио, општи публицитет и друго. Службом SD руководио је заменик шефа централе потпуковник Лудвиг Тајхман. Начелник Трећег одељења био је СС мајор Ханс Рексајзен, а у јулу 1943. наследио га је Јозеф Хајнчел. Рефератом III ц руководио је потпоручник, касније поручник Хајнц Шретер. Деловање SD-а у Народном позоришту састојало се од праћења рада и одређених личности, као и од уплитања у кадровску политику Управе Народного позоришта.



# ПРОПАГАНДА ВЛАДЕ НАРОДНОГ СПАСА



рења становништва у циљеве немачке политике, пласирање тезе о праведности рата, развијање широке и планиране пропагандно-психолошке делатности ради умањивања снаге покрета отпора, навођење припадника покрета отпора на напуштање јединица, побуну и одвајање од народа. Крајњи циљ – потпуно умирење становништва и престанак свих видова отпора како би се приступило „санирању“ последица рата и „привредној обнови“ земље – садржан је и у крилатици Владе народног спаса: „Мир, ред и рад“. Избор и садржај коришћених пропагандних средстава зависио је од више фактора: става немачких власти, друштвено-политичке ситуације, облика деловања непријатељске пропаганде, карактера пропаганде (централна или локална-теренска), писмености, степена образовања и менталитета становништва и начина (могућности) дистрибуције пропагандних материјала у градовима и у унутрашњости земље. Немачке власти су често, свесно или стицајем околности, утицале на интензитет и успешност домаћих пропагандиста тиме што су ограничавале или стопирале употребу појединих пропагандних средстава. Било је случајева преузимања центара за пропаганду ради коришћења за немачке потребе и ограничавања употребе путем свакодневне цензуре немачког Одељења за пропаганду при Штабу војноуправног заповедника.

Уколико се приликом говора о пропагандним средствима које је користила Недићева влада у свом раду руководила једном од најчешће коришћених подела средстава комуникације на аудитивна, визуелна и аудио-визуелна средства, можемо закључити да су од аудитивних средстава коришћене две основне групе. Наведене групе карактеришу две техничке преношења порука – непосредне и посредне. Непосредна техника је обраћање лицем у лице, а посредна она у којој између пошиљаоца и примаоца поруке посредује неко техничко средство. Најчешће коришћени облици аудитивног посредовања били су: жива реч – говор (предавања, народни зборови, конференције), радио, гласоговорници и звучници (теренска пропаганда). У најфреквентнија визуелна средства могу се убројати: штампа (новине, часописи, брошуре), леци, плакати, слике, фотографије, цртежи, документи, карикатуре, карте и друго. У местима у којима је био велики проценат неписменог становништва могућности коришћења текстуалних порука отклањане су применом графичке симболике и сликовне технике. Аудио-визуелна средства коришћена су у зависности од постојећих услова. Приликом анализе пропагандних средстава навели бисмо позоришне и филмске представе као најзаступљенију форму аудио-визуелног изражавања. Такође, нагласили бисмо да је комбинацијом појединих пропагандних средстава долазило до настанка посебне форме спектакла коју су поседовале: приредбе, антимасонске изложбе, прославе, параде, дефилеи, комеморације и погребни.

## Одсек за позориште и приредбе

Имајући у виду да су окупатори придавали велику пажњу оживљавању позоришног живота у Србији, крајем августа 1941. године надлежност над Народним позориштем и осталим позориштима у Србији пребачена је са Министарства просвете на Одељење за пропаганду и припојена Одсеку за позориште и приредбе. На челу наведеног одсека био је Јован Поповић, истовремено и управник Народних позоришта. У име немачких власти контролу рада Народних позоришта обављао је др Ханс Кремер на челу Пропагандног одељења „S“.

## Пропагандна средства Недићеве владе

Током четворогодишњег рада Одељење за пропаганду Председништва Министарског савета користило је пропагандна средства која су се показала успешним у дотадашњој ратној пракси. Придавали су важност сваком средству које је могло помоћи њихов рад са циљем „...да развију једну интензивну и снажну пропаганду и живом речју и разним списима, плакатима и апелима“. Приликом анализе врсте, начина и фреквенности коришћења пропагандних средстава, морамо узети у обзир које пропагандне задатке је Недићева влада требало да испуни: давање подршке немачким властима у ломљењу отпора становништва и преузимању контроле над јавним мњењем, придобијање наклоности и подршке јавности, повећавање пове-

употребу појединих пропагандних средстава. Било је случајева преузимања центара за пропаганду ради коришћења за немачке потребе и ограничавања употребе путем свакодневне цензуре немачког Одељења за пропаганду при Штабу војноуправног заповедника.

Уколико се приликом говора о пропагандним средствима које је користила Недићева влада у свом раду руководила једном од најчешће коришћених подела средстава комуникације на аудитивна, визуелна и аудио-визуелна средства, можемо закључити да су од аудитивних средстава коришћене две основне групе. Наведене групе карактеришу две техничке преношења порука – непосредне и посредне. Непосредна техника је обраћање лицем у лице, а посредна она у којој између пошиљаоца и примаоца поруке посредује неко техничко средство. Најчешће коришћени облици аудитивног посредовања били су: жива реч – говор (предавања, народни зборови, конференције), радио, гласоговорници и звучници (теренска пропаганда). У најфреквентнија визуелна средства могу се убројати: штампа (новине, часописи, брошуре), леци, плакати, слике, фотографије, цртежи, документи, карикатуре, карте и друго. У местима у којима је био велики проценат неписменог становништва могућности коришћења текстуалних порука отклањане су применом графичке симболике и сликовне технике. Аудио-визуелна средства коришћена су у зависности од постојећих услова. Приликом анализе пропагандних средстава навели бисмо позоришне и филмске представе као најзаступљенију форму аудио-визуелног изражавања. Такође, нагласили бисмо да је комбинацијом појединих пропагандних средстава долазило до настанка посебне форме спектакла коју су поседовале: приредбе, антимасонске изложбе, прославе, параде, дефилеи, комеморације и погребни.

Приликом анализе врсте и дистрибуције пропагандних средстава можемо извући закључке о ставовима представника домаће власти о значају одабира пропагандних средстава



и њиховог комбиновања. Један од максимално ангажованих представника владе на пољу пропаганде био је министар просвете и вера Велибор Јонић. Његово виђење пропаганде као „свеобухватне свакодневне активности међу становништвом“ базирало се на добром познавању ефеката који су имала одређена пропагандна средства у складу са јасно постављеним циљевима. Стварност окупације и подређеност немачким интересима утицали су на постављене циљеве, али је Јонић у духу својих идеолошко-политичких ставова спроводио и сопствене замисли о стварању традиционалног српског друштва, путем национално-просветног рада међу становништвом, са посебним акцентом на васпитавању омладине. У том погледу посебно је сматрао значајним поновно покретање листа „Просветни гласник“, као пропагандног средства за „оплемењивање“ духа омладинаца. Велику пажњу посвећивао је „просвећивању“ осталих припадника власти о задацима које је требало остварити коришћењем одређених пропагандних средстава, уз потенцирање личне одговорности сваког носиоца пропагандног рада. Предлагао је председнику Владе начине реализације одређених немачких директива, израђивао је скице за рад на терену које је прослеђивао Ђорђу Перићу на доруду и реализацију. Тако је приликом одржа-

ставка у Јонићевом виђењу пропаганде јесте примена дириговане контролисане пропаганде уз одабир адекватних пропагандних средстава.

Министар унутрашњих послова Милан Аћимовић уобличио је своје виђење пропагандног рада још као председник Савета комесара, али његова размишљања о пропагандном раду била су усмерена ка што бољој реализацији задатака које су поставиле немачке власти. У потпуности је подржавао гледишта председника Владе, али је у одређеној мери дозвољавао импровизацију и иновативност носилаца пропагандног рада у конкретним случајевима, посебно када је у питању била локална пропаганда. Продубљивање идеологије српског национализма, подстицање социјалне свести и изградња народног духа били су приоритети, али у мери у којој не би „иритирали Немце“. Кључну улогу у остваривању тих циљева, према Аћимовићевом виђењу, имала је теренска пропаганда уз коришћење летака, плаката и одржавање народних зборована.

Као шеф Одељења за пропаганду Ђорђе Перић био је првенствено заинтересован за спровођење конкретних задатака на пољу спровођења централне и локалне пропаганде. Био је свестан потпуне подређености немачкој цензури у свим важнијим областима пропагандног рада, што је уочљиво у сваком од његових излагања. Истовремено је заступао гледиште да Немцима стално треба указивати на потребу да се пропаганда прилагоди српском поднебљу и менталитету. У том контексту највећи значај придавао је одабиру запослених у Одељењу за пропаганду, спољних сарадника и одговарајућих пропагандних средстава. Сматрао је да претерана идеологизација води неуспеху пропаганде, поготово у случајевима када су промовисане зборашке идеје које нису наилазиле на добар пријем код становништва. Неколико месеци након ступања на дужност шефа Одељења за пропаганду Перић је учио зависност резултата пропагандног деловања од идентитета носилаца пропаганде. Уколико је било јасно стављано до знања да су Немци аутори одређених пропагандних материјала и да пласирају своје идеје, успех је био далеко од очекиваног. Третирао је пропаганду уобличи према психолошком профилу српског становништва, односно прилагодити је тако да буде пријемчива и прикрити њену „немачку обојеност“.

Непријатељска пропаганда била је значајан фактор у одабиру пропагандних средстава, која су морала бити ако не ефикаснија од непријатељских, а онда барем подједнако ефикасна. Новинар С. М. Јанковић је у критици непријатељске пропаганде навео најчешће коришћена пропагандна средства у ондашњим приликама: брошуре, списе, новине и радио као „одлична средства у ширењу извесних идеја, принципа и схватања“. Интересантно је виђење изванредног комесара за персоналне послове Танасија Динића као почасног председника Српског новинарског удружења о значају штампе као пропагандног средства и о улози српске штампе у обновљеној Европи. Танасије Динић се у „сво-



вања конференције представника централних власти са окружним начелницима у фебруару 1942. године, истицао важност пропагандног деловања у сваком моменту и примене свих доступних средстава: „Не смемо се задржати само на зборовима и тим пропагандним брошурама и лецима, сваки гест је пропаганда.“

Министар просвете највећи значај придавао је живој речи, односно теренском раду на нивоу локалне пропаганде кроз директан контакт са становништвом: „...Од усмене речи највише зависи. Ова писана реч и чита се и не чита се...“. У духу реализације идеја о радној служби, у зиму 1941–1942. године гимназијалцима је увео обавезу чишћења снега, а гимназијалкама рад на припреми и прикупљању помоћи за избеглице (уз истицање хумане стране тих активности). Кључна



јој” анализи увелико користио ставовима шефа штампе немачког Рајха др Дитриха. Велика моћ штампе као средства за преношење политичких идеја била је истовремено мач са две оштрице, уколико се штампа користила за завођење народа и повећање његовог страдања. У том случају Динић је слободу штампе називао „слободом лажи и обмане”. Постојање здраве и националне штампе било је предуслов националног опоравка народа.

### Значај радија

Међу аудитивним пропагандним средствима пропагандисти Недићеве владе користили су у највећој мери радио. Путем радија преношене су вести, говори министара и чланова владе, разне емисије културног, уметничког карактера, предавања, концерти, спортске манифестације. Радио је био погодно средство и за ширење такозване црне пропаганде, у случајевима када је субјекат пропаганде користио лажни идентитет.

Радио Београд, као што је већ поменуто, почетком окупације преузели су Немци, који су радио сматрали најефективнијим пропагандним средством. Током ратних дејстава радио-вести имале су посебну улогу, па је било важно контролисати главну радио-станицу. У брошури Одељења за пропаганду „Узроци нашега пораза”, објављеној у јануару 1942. године, анализиран је значај радио-пропаганде и њен утицај на увлачење Југославије у рат. Радио-служба била је „најсавршенији инструмент пропаганде на далеком одстојању” без могућности ефикасне цензуре, за разлику од писане или усмене речи. Анализирајући ту ситуацију, Ђорђе Перић истакао је да је главни проблем у коришћењу радија као пропагандног средства управо у утиску који је произвела чињеница да су га преузели Немци. Немци су емитовали целодневни програм за афричко ратиште и ради остваривања других војних циљева, тако да је изгледало као да је то немачки радио који у одређено време емитује вести на српском језику. Тиме је доведен у питање значај који је становништво до тада придавало емисијама Радио Београда, као и поверење у вести које су му сервиране. С обзиром на широку пропагандну активност коју је у прве две године окупације развио Радио Лондон, Недићеве пропагандисти били су константно суочени са озбиљним проблемима услед губитка ауторитета Радио Београда. Председник Владе и министар унутрашњих послова покушавали су у више наврата да преузму контролу над Радио Београдом, али безуспешно. Истовремено, почело је организовање радио-програма у унутрашњости, на локалном нивоу. Тако је уведен стални радио-час становницима Лесковца, путем микрофона. Емисије су одржаване свакога дана из књижаре „Обреновић” у поподневним часовима, а састојале су се од предавања пропагандног и просветног карактера, националног часа, вести саопштења и наређења општег и локалног карактера уз обавезну уводну паролу: „Срби на окуп, сви под барјак генерала Недића!”.

Осим радија, представници Владе највише су полагали на држање пропагандних предавања, говоре министара, чланова владе, окружних и среских начелника и других признатих чланова заједнице, те на учествовање представника власти на народним зборовима и одржавање конференција намењених одређеним циљним групама. Сви говори су претходно морали проћи немачку цензуру, што је додатно отежавало пропагандни рад. Влада је постепено утицала на немачке власти да по питању живе речи не покрећу било какве пропагандне акције на „своју руку” него уз консултовање са српским водећим пропагандистима, управо с циљем постизања бољих резултата. Ђорђе Перић је говорио о тешкоћама на које су наилазили Недићеве пропагандисти у покушајима да придобију немачке власти за сарадњу и заједнички рад на објављивању пропагандних садржаја. Немци су испробани пропагандни модел и уобичајене садржаје, које су пласирали у другим европским земљама под својом влашћу, покушали пресликати и користити у Србији.

Одељење за пропагандну слало је предаваче и говорнике на терен са припремљеним предавањима. С обзиром на чињеницу да је пропаганда била углавном усмерена на најшире народне масе, којима је жива реч била најближа, најподесније пропагандно средство било је управо држање говора на народним зборовима. С циљем сузбијања комунистичке пропаганде агитатори су држали говоре по селима у унутрашњости, а из села су слате групе најугледнијих сеоских домаћина у Београд на „предавања и инструктажу” код председника Владе и министара. Ради лакшег преноса предавања и говора окупљеном народу, уведена је пракса да се







на згради сваког окружног и среског начелства инсталирају звучници. На примеру предавања које је одржао професор Момчило Балић у Крагујевцу („Узроци нашег државног и народног слома“), кога је ангажовало Одељење за пропаганду, може се демонстрирати коришћење различитих пропагандних средстава којима се покушавао појачати ефекат предавања. Предавање је одржано у сали биоскопа „Шумадија“, а преношено је путем звучника на улицама. Тиме је решен проблем преноса предавања већем броју слушаца који нису могли стати у салу. Начелство Крагујевачког округа је том приликом обавезало одређени број интелектуалаца да присуствују поменутом предавању како би оно добило на значају. Било је случајева да су теренски пропагандисти анонимно присуствовали предавањима и зборовима и узвикивали припремљене паролe, агитовали за Недићев режим и утицали на окупљено становништво у тренуцима када је претила опасност од могућег негодовања или критике који би анулирали жељени ефекат збора.

Удаљеност појединих места од центара пропаганде, односно географски фактор и временске прилике често су ограничавале и сужавале избор пропагандних средстава и конкретно пропагандно деловање. Тако су представници домаће власти били суочени са проблемима у спровођењу пропагандне кампање која је покренута у фебруару 1942, а посебан замах добила је у марту исте године. Немилосрдна зима у фебруару, а потом поплаве изазване отапањем снега и наглим изливима река и потока ометали су долазак предавача у поједина места окупиране Србије. Начелник Моравичког среза у свом извештају Министарству унутрашњих послова истиче како се предавач Велимир Адаловић послат од Одељења за пропаганду у његов срез суочио средином марта са проблемом доласка до појединих општина у срезу услед великих поплава.

Конференције су биле средство усмеравања представника централне и локалних власти у вршењу дужности и пропагандног рада. Неопходно је указати на постојање вишеслојности у пропагандном раду, односно на чињеницу да је пропаганда била усмерена и на саме представнике локалних власти и на пропагандисте који су често били оруђе у рукама владе. Најбољи пример су конференције које су представници централне власти одржавали са окружним начелницима и ангажовање референата за пропаганду као споне између локалних и централних власти. Окружни начелници су исто тако одржавали конференције са локалним представницима политичких, културних и просветних власти, медијима, како би им пренели и „презентовали“ ставове центра.

### Свеприсутна штампа

Најфреквентније визуелно пропагандно средство које су користили представници домаће власти била је штампа. Издавање листова и објављивање чланака било је строго контролисано. На основу Перићевог излагања са конференције одржане са окружним начелницима можемо закључити да су домаће власти имале проблем у коришћењу штампе као пропагандног средства: „Цензуру држе немачке војне власти, а чим они држе цензуру, они диригују и штампом, јер онај који цензурише тај и диригује, ми само објашњавамо и саветујемо, али немамо власт“. Познат је пример са брошуром у којој је штампан говор Фон Рибентропа, коју су немачке власти превеле на српски језик и делиле становништву. Брошура није постигла жељени ефекат јер није била прилагођена српком менталитету.

Одељење за пропаганду бавило се и издавањем пропагандних летака, брошура и штампањем плаката. Пропагандни материјал штампала је за владине потребе Државна штампарија. Пропагандна одељења при окрузима добијала су део пропагандног материјала за округе од крајскокомандантура. Окружни начелници штампали су, издавали и растурали летке на територији својих округа по немачкој препоруци и одобрењу. Такође, на територији појединих округа дељене су и слике, уколико су пристизале од крајскокомандантуре у Ваљево или директно од Одељења за пропаганду. Леци су били различите садржине: инструктивни: позиви на пријаву саботера и комуниста, позиви на одржавање мира и реда, позиви на жетву и предају жита; леци-писма: писма подршке заробљеника председнику Владе, искуства лица која су преживела заробљеништво код партизана или бивших партизана и комуниста, дечији апели са сликама; директивни леци којима је сугерисан престанак борбе; информативни: приказивање свемоћи немачког оружја, обавештавање о ситуацији и важним догађајима, садржаји измишљених или стварних докумената западних савезника и Совјетског Савеза; леци-пропуснице који су најчешће били направљени у облику званичних докумената.

Министар унутрашњих послова припремио је списак парола које је препоручио окружним начелницима за штампање у лецима. Пароле су сажето формулисаним порукама (ставовима, циљевима, апелима, позивима и задацима) биле усмерене на смиривање становништва и покретање привредне обнове.



Пропагандни органи придавали су велики значај употреби плаката као пропагандног средства, с обзиром на чињеницу да су својим колористичким ефектом и сликовном представом остављали упечатљив утисак, па су их користили у одлучујућим моментима. Станислав Краков назива плакате, односно „хартије залепљене на зидовима, правим путоказима око којих се одиграла судбина целог становништва окупираних земља“.

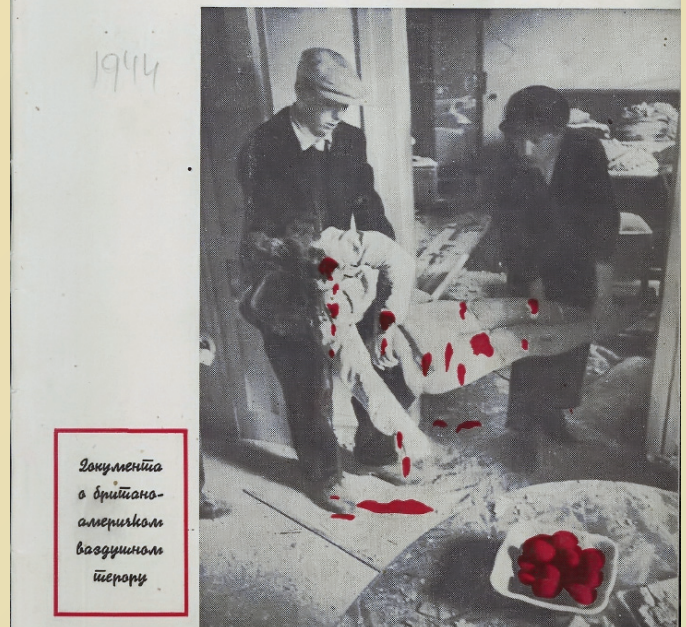
Коришћене су и карикатуре као сликовне поруке сатиричног облика изражавања, прожетог комичним и подругљивим, често агресивним приказивањем појава стварности и рата, западних савезника и Совјетског Савеза. Одељење за пропаганду публиковало је и карте, преузете од Пропагандног одељења Југоисток, које су коришћене као средство брзог објашњавања ситуације на фронтима и природе збивања, померање линије борбе и ситуације на бојиштима. Фотографије нису биле само очигледно, већ и битно активистичко средство које је утицало на свест. Посебно су коришћени изложбени темати у којима су приказивани пораз непријатеља, победе савезника, изјаве и сведочења, борбени подвизи, злочини непријатеља, обнова и напредак земље.

Одељење за пропаганду радило је интензивно на припреми пропагандних материјала, који је интензивно дистрибуиран у другој половини 1942. и током 1943. године. Одсек за наставу и спорт и сарадници Одсека за пропаганду Националне службе за обнову Србије израдили су брошуру „Три месеца рада Националне службе“, које је штампана у 3.500 примерака (3.000 на обичној и 500 на луксузној хартији). Током 1943. године у Чачак је из Београда допремљено 7.516 плаката, летака, брошура, карикатура и календара. „Пролећна посланица Милана Недића“ у марту штампана је у виду плаката у 75.000 примерака, у новембру 1943. одштампано је 50.000 плаката Милана Недића, 25.000 примерака плаката са говором министра просвете и велика количина других садржаја, углавном антикомунистичких брошура, које су такође објављиване у великим тиражима. У децембру је одштампано 50.000 примерака „Божјине речи Милана Недића“ и исто толико примерака говора министра просвете.

### **Филмови, позоришта, изложбе, плакати**

Иако су кинематографску и позоришну делатност строго контролисале и усмеравале немачке власти, припадници Недићеве владе сматрали су их најзначајнијим аудиовизуелним средствима. Због тога су уз немачко усмеравање организовали приказивање и дистрибуцију филмова, као и редовни позоришни рад у Београду и у мањим градовима у унутрашњости Србије. Циљне групе биле су првенствено ученици, студенти, омладинци, које је требало васпитати у националном духу, али и сељаштво, које је требало да чини основу будућег српског друштва. Било је важно што више омасовити посету позориштима и биоскопима, што је самим тим значило и мање интелектуалаца, а више људи из народа на позоришним представама.

## **БЕОГРАДСКИ КРВАВИ УСКРС**



Комбинација више пропагандних средстава чинила је форму спектакла. Домаће власти користиле су се том формом како би произвеле посебан пропагандни ефекат на становништво. Најчешћи облици спектакла биле су приредбе, антимасонске изложбе, прославе, параде, дефилеи, комеморације и погребни. Одељење за пропаганду организовало је разне врсте приредби. На примеру Националне службе за обнову Србије можемо видети да су их одржавали с циљем „да обвезнике културно преобразе и преваспитају“. Позоришни одсек Националне службе за обнову Србије организовао је низ приредби у унутрашњости након успешне приредбе у Народном позоришту у Београду.

Сложено пропагандно средство биле су изложбе, које су углавном имале антимасонски и уједно антикомунистички и антисемитски карактер. Током читавог периода окупације одржано је неколико антимасонских изложби. Лазар Прокић дефинисао је антимасонску изложбу као „средство националног подучавања, обучавања и васпитавања“. У сврху популарисања изложбе, као и најаве отварања и повећање броја посетилаца, радни комитет Антимасонске изложбе користио је десетак пропагандних средстава: штампу, брошуре, едиције, плакате, летке, афише, биоскопске рекламе, радио-емисије, серију поштанских марка и специјално обучене водиче. Уместо термина „пропагандна средства“ коришћен је термин „инструменти“.

Према подацима са конференције за штампу, у дневној београдској штампи написано је 98 чланака и 59 белешака о Антимасонској изложби. Штампано је 207.017 брошура и других едиција, а посетиоцима изложбе продато је 116.219 едиција. Остатак брошура подељен је бесплатно ђацима и радницима по унутрашњости. Пропагандни сервис изложбе издао је четири врсте симболичних плаката у количини од 80.000 примерака, издато је и растурено



100.000 летака у боји по београдским улицама. Израђен је афиш изложбе у боји у 1.000 примерака, а издато је 108.000 примерака дописних карата које су делом продате, а делом раздвојене по провинцији. Коришћене су и биоскопске рекламе, израђено је 176 биоскопских плоча са четири типа текста и фотографијама коришћеним у Београду, Земуну и Панчеву. Преко Радио Београда емитоване су три верзије најаве Антимасонске изложбе, а издате су и четири врсте поштанских марака. Као пропагатори изложбе ангажовани су специјално регрутовани националистички оријентисани академци оспособљени да тумаче изложбени материјал. Касније су делови изложбе излагани у одређеним местима и градовима у унутрашњости. Материјал са изложбе пребачен је у реновирану Али Коч ложу на Калемегдану како би био „перманентни музеј остатка једног кобног друштва и вечита опомена“.

Припадници Српске државне страже и добровољачких одреда у Београду и већим градовима по Србији одржали су низ дефилеа и концерата са националним садржајем. Већина чланака о добровољачким одредима садржала је и фотографије дефилеа, полагања заклетве нових добровољаца, сечења колача на слави и разне детаље из живота добровољаца. У првој години окупације организовани су дефилеи добровољаца у духу популарисања борбе против комуниста и као један вид популарисања приступа становништва тим одредима. Учествовали су у дефилеима носећи заставе и уз војну музику. Приликом једног од таквих дефилеа Димитрије Љотић одржао је говор омладинцима. Након проласка кроз

град добровољци су акламирали председника владе пред зградом Председништва. Том приликом Недић их је поздравио у присуству Михајла Олћана. Свечаном полагању заклетве добровољачких одреда присуствовали су по неписаном правилу председник владе или други представници власти. Полагање заклетве обично се везивало уз неки црквени празник или свеца заштитника, било је обележено дефилеом и освећењем заставе одреда уз обраћање, односно говор неког од присутних представника власти и посету касарни одреда. Погреби и комеморације коришћени су у највећој мери у антикомунистичкој и у пропаганди против западних сила. Требало је јавности указати на „комунистичка злодела“ против исправних грађана и припадника владиних одреда, као и на злочине који су проузроковани савезничким бомбардовањем. Након савезничког бомбардовања Београда, Ниша и других градова у Србији одржан је седмодневни помен жртвама „англо-америчких убица“. Последњем у низу помена, одржаном у Саборној цркви у Београду, присуствовао је председник владе са министрима.

## На крају...

Окупирана српска територија под немачком влашћу, омеђена деловима који су припали савезницама Трећег рајха, била је предмет значајне економске, идеолошко-политичке, културне и пропагандне репресије непријатељских земаља и у сфери информисања. Немачке власти покушавале су да српском народу наметну идеје новог поретка вршећи при томе велики утицај на Владу народног спаса. Културна репресија постала је део свакодневице. Ширење и обрађавање политичких идеја и циљева немачког „новог поретка“ било је организовано и смишљено, односно представљало је специфичан вид пропагандног деловања. Немачка пропаганда имала је великог удела у креирању алтернативне ратне стварности у Србији (поготово немачки ратни плакати као најподесније пропагандно средство). Алтернативна ратна стварност обликована је путем ограничавања сазнајних могућности прималаца пропагандних садржаја и стварањем искривљене слике актуелних дешавања (забраном слушања непријатељских радио-станица, увођењем полицијског часа, онемогућавањем просечног становника да дође до информација о дешавањима у свету и земљи на други начин осим путем штампе, забраном рада кафана, укидањем корзоа, забраном ширења гласина и низом других мера).

Пропагандисти Недићеве владе били су својеврсни пионири у освајању „духовног простора“ окупирани Србије, крчили су стопу по стопу земље, у борби за одговарајуће место „Нове Србије у новој заједници народа“, са националсоцијалистичком Немачком на челу, која је паралелно са сопственом борбом обезбеђивала „животни простор“ и другим европским народима уколико би га „заслужили конструктивним радом“. Слика простора окупирани Србије захваћене ратним дејствима, народним устанком, дејствима четничких јединица и грађанским ратом, презентована је јавности на потпуно другачији начин. Време окупације називали су „временом после рата у коме се требало обрачунати са непријатељима новог поретка“. Популарисана је теза да је рат за Србију завршен у априлу 1941. године и



**ОВА КУГА ЈЕ  
КОНАЧНО ОТКЛОЊЕНА**



да је наступило време мира, просперитета и реализације социјалног програма председника владе. Животни простор Нове Србије угрожавале су само присталице „англо-америчке плутократије“ и „јудео-масонске интернационале“. Истицани су успеси српских оружаних одреда у заједничким акцијама са немачком војском на уништавању комунистичких елемената и партизанских јединица. Пласирана је и теза о победи Немачке на Источном фронту и Јапана на Далеком Истоку. Ширене су вести о скором завршетку рата. Српски народ припреман је за улазак у Нову Европу свакодневним глорификовањем немачке војске и идеја националсоцијализма. Вести које би евентуално могле допринети рушењу пласиране слике нису биле објављиване или су презентоване у измењеном облику. Ратни пејзаж је у виђењу пропагандиста постепено добијао потпуно другачији облик у односу на првобитно, реално стање ствари. Њихов основни задатак и крајњи циљ био је преношење визије коју су имали или која им је наметнута, као и слике коју су стварали током читавог периода окупације на што више прималаца пропагандних садржаја, односно на што већи број становника окупираних српске територије.

Путем писане и усмене речи, односно коришћењем радија, штампе и плаката, као најпрактичнијих и најприступачнијих пропагандних средстава, пропаганда се свакодневно пробијала до просечног становника и пласирала низ важних порука поступно креирајући одређене представе. У штампи су редовно објављивани прилози о стању на светским и балканском ратишту, војној, политичкој и економској ситуацији у окупираној Србији. Стил пропагандних порука, њихов језик и садржај био је подложен променама, у зависности од развоја ратне ситуације. Део алтернативне слике ратне стварности креиран је у центрима немачке пропаганде и прослеђиван Одељењу за пропаганду. Наведено одељење је ову слику допуњавало и у одређеним случајевима филтрирало у контексту тренутних дешавања на фронтима и у ситуацијама када је пропагандне садржаје требало прилагодити менталитету, схватањима и психолошком профилу просечног српског становника.

Слика простора била је надограђивана сликама пријатеља и непријатеља српског народа. Подршка Трећег рајха Србији, оправдавање борбе његових савезника за животни простор и уверавање у неминовност победе Тројног пакта, писање о свакодневном напредовању немачких трупа и губицима савезника биле су неизоставни део насловних и првих страница у већини престоничких листова. У даљем нијансисирању слика простора употпуњавана је извештајима о раду Владе народног спаса и њених представника, писању о акцијама Српске државне страже против припадника партизанског покрета, четницима Косте Пећанца, Љотићевцима, одржавању зборова, конференција, пружању помоћи избеглицама и сиротињи, решавању привредних проблема и приказима културних дешавања у Београду и Србији. Осим припадника партизанског покрета, који су у перцепцији домаћих власти били највећи народни непри-



јатељи, у престоничким листовима свакодневно је посвећиван одређени простор акцијама Драже Михаиловића и његовим односима са избегличком владом у Лондону. Такође, неизоставно је било редовно осуђивање јеврејског народа, као главног носиоца јудео-масонске завере. Јевреји су оптуживани за спречавање продора фашистичких идеја у Србију, за ширење идеја западне демократије и материјалистичких утицаја међу омладином и за организовање 27. марта, те их је у народном интересу било неопходно уништити. Известан простор био је посвећен и писању о дешавањима у НДХ, углавном у контексту анализе политике нових усташких власти и њиховог односа са Немачком, као и решавања избегличког питања. Истицана је активност на пружању помоћи Немачкој ангажовањем радне службе у Србији и слањем радника у Немачку. Редовно су објављивани прилози о животу српских радника и омладинаца у Немачкој и о погодностима које су у немачким логорима уживали ратни заробљеници. Велики контраст редовним хвалоспевима политици немачких и домаћих власти, као и тенденциозном приказивању стања на фронтима, чинила је редовно објављивана рубрика црне хронике на основу које можемо пратити утицај ратне свакодневице на обичног човека, који често није могао да се носи са тежином ратне ситуације. Истовремено, црна хроника била је показатељ читаоцима да „живот тече нормалним током“.

Пропаганда домаћих власти креирана је не само у немачком центру и у Одељењу за пропаганду, већ је у извесној мери била резултат деловања идеолога и припадника „Збора“ међу омладином и народом, као и њиховог посредног удела у вођењу државне политике. ■

*Ауторка је виши архивиста у Војном архиву*