

РАТНА ПРОПАГАНДА У ВОЈВОДИНИ
ТОКОМ ДРУГОГ СВЕТСКОГ РАТА*Предраг М. Вајагић
Друштво наставника историје Бачке Паланке

Током Другог светског рата ратну пропаганду обележила је употреба масовних медија попут филма, радија, новина и плаката, који су коришћени као посебна врста оружја. Пропагандом су истовремено били обухваћени домаћа јавност и непријатељ, а користиле су је све зарађене стране. Технике и средства ратне пропаганде коришћени су и на целој територији Југославије, а могу се посматрати и на локалном нивоу. Рад приказује специфичности ратне пропаганде у три окупационе зоне на које је била подељена Војводина. Такође, описује и пропаганду коју је користио антифашистички партизански покрет. Све ове пропагандне активности биле су врло ефикасно средство за остварење ратних циљева.

Кључне речи: *развој ратне пропаганде, организација пропаганде, пропагандна средства, циљеви пропаганде*

Увод

Од најстаријих времена пропагандна делатност је била саставни део вођења рата; сукобљене стране су, ради остварења својих ратних циљева, вршиле психолошке припреме својих војника. Обим сукоба у Првом светском рату указао је на потенцијал и снагу којом је располагала пропаганда, јер се показало да за победу нису били довољни економски капацитети и војна моћ државе. За време Првог светског рата у структури државне власти водећих земаља постојао је систем институција које су вршиле централизовано управљање цензуром и пропагандним активностима. Силе Антанте су ратну пропаганду користиле као средство за одбрану националних интереса, док су Централне силе пропаганди приступале на конзервативан начин, користећи је за контролу информација, односно покушавајући да утичу на морал противничких војника. Обрасци и правила вођења пропагандног рата који су тада настали биће коришћени у свим будућим сукобима током XX века.¹

* Рад је произашао из истраживања за потребе снимања документарне серије „Ратна пропаганда: Ратна пропаганда у Војводини 1941–1945” у продукцији Радио-телевизије Војводине. Документарна серија је први пут приказана децембра 2015. године.

¹ Предраг М. Вајагић, „Мобилизација нације – пропаганда у Великом рату”, у: *Архив, медији и култура сећања у Првом светском рату* (тематски зборник, уредници Мирослав Јахимовић, Драгана Ћирјаковић), Архив Војводине, Нова мисао, Нови Сад. 2014, стр. 38, 55-56.

Развој и употреба пропаганде европских држава у времену између два светска рата била је условљена унутрашњим политичким приликама, циљевима спољне политике, развијеношћу државне администрације, односно безбедносним проблемима са којима се свака држава појединачно суочавала. Међународни односи почивали су на лабавим темељима постављеним у виду Версајског мира, који је на различите начине тумачен у политици и пропаганди европских држава.² Долазак Адолфа Хитлера на власт у Немачкој имао је за последицу интензивирање пропагандних активности у готово свим државама. У исто време одиграла се технолошка револуција у области комуникација, током које штампани медији почињу да губе примат од електронских медија. Масовна употреба радио-апарата давала је могућност чак и неписменима да добију многобројне информације из различитих делова света. Даљи развој филмске индустрије, спајањем звука и слике, такође је допринео даљем развоју пропагандне делатности. Нови медији нису служили само за пренос информација и знања или разоноду; коришћени су за формирање уверења и осећања помоћу којих су се усмеравали поступци људи. Медији су најчешће бирали оне садржаје које је друштво желело да чује о себи. Јавност се тако припремала за прихватање порука које су биле слате путем медија, а успех је умногоме зависио од моћи ауторитета који је вршио пропагандне активности.³

Огромну важност пропаганда има у ратним условима, при чему се подразумева и период који је претходио рату.⁴ За време рата пропаганда има више циљева, међу којима посебан значај има мобилизација сопственог становништва за ратне напоре, односно спречавање непријатељеве пропаганде. Приликом мобилизације тежи се ка стварању групног идентитета, развијању осећаја припадности групи, јачању емоционалног односа према сопственој држави, идентификацији појединца са руководством и јачању поверења у државни и војни врх, прихватању ратних циљева и стварању самопоуздања и вере да ће се постављени циљеви остварити. За постизање унутрашње мобилизације користи се техника тзв. хоризонталне пропаганде, односно пропаганда интеграције. Истовремено је потребно свести на најмањи могући ниво утицај непријатељеве пропаганде на сопствено становништво, при чему је овим активностима обухваћена и пропагандна делатност према неутралним земљама. Овакву пропаганду најчешће је користила фигуру непријатеља који је обично анатемисан ради стварања перманентне психозе угрожености, што је важан предуслов за успешну манипулацију широким масама.⁵

Други светски рат донео је нови замах у развоју средстава ратне пропаганде утемељене током Првог светског рата. Међу променама које су наступиле била је важна употреба радија којим се покривала велика маса људи. Информације пласиране преко радија представљале су велики корак у спровођењу комуникационе пропаганде. Такође, период Другог светског рата карактерисала је употреба психологије и њених

² Чедомир Попов, *Од Версаја до Данцига*, Службени лист СРЈ, Београд, 1995, стр. 188.

³ Радослав Гајиновић, „Пропаганда у људском друштву”, *Војно дело*, год. 64, бр. 1, (2012), Београд, стр. 211.

⁴ Под ратном пропагандом подразумевају се „сва обавештења, идеје, учења или специјални начин убеђивања који служи постизању одређених ратних (борбених) циљева, а намењени су да утичу на мишљење, расположење и држање људи ради извлачења посредних или непосредних користи”. Вуко Михаиловић, *Пропаганда и рат*, Војноиздавачки завод, Београд, 1984, стр. 15.

⁵ Раденко Шћекић, „Рат и пропаганда – историјски осврт, примјери и анализа”, *Војно дело*, год. 64, бр. 3, (2012), Београд, стр. 392.

техника, са циљем да се дефинише и процени понашање личности, улазећи у психолошке карактерологије читавих народа. По први пут је у пропагандној пракси употребљен израз „психолошко ратовање” које се од стандардних облика пропаганде разликовало по употреби посебних и специфичних техника и метода.⁶

Поређење пропагандних активности у два светска рата указује на то да је пропаганда током Другог светског рата вођена са мање мржње него у Првом светском рату, да у основи није била моралистичка, за разлику од оне у Првом светском рату и много је више водила рачуна о чињеницама, при чему се инсистирало да, кад год је било могуће, буде пружена што целовитија и проверена информација. Морална аргументација на којој је почивала ратна пропаганда у Првом светском рату била је замењена „појмовима интереса”, док је провера аутентичности информације била последица могућности њене провере код алтернативних извора.⁷ Ратна пропаганда је достигла свој врхунац у Другом светском рату, а постигнути резултати надмашили су све остале историјске периоде. На тај начин пропаганда је постала незаменљиво средство за вођење рата, врло често ефикасније од оружаног дејства.

Поразом у Априлском рату 1941. године територија Краљевине Југославије је окупирана и подељена између Немачке и њених савезница, односно квинслиншке творевине тзв. Независне Државе Хрватске (НДХ). Организација ратне пропаганде зависила је од окупационе зоне, а за полазну основу узимала се немачка ратна пропаганда. Територија Војводине била је подељена између Мађарске која је окупирала Бачку и Барању, НДХ која је окупирала Срем и Немачке која је Банат прикључила својој окупационој зони у Србији. Поред пропаганде коју су спроводили окупатори и колаборанти постојала је и пропаганда снага које су им пружале отпор – партизана и четника. Управо је то чинило простор Војводине специфичним, јер се на релативно малом простору укрштало и скукобљавало пет различитих пропагандно-обавештајних делатности.

Организација немачке ратне пропаганде у Другом светском рату

Тражећи оправдање за пораз у Првом светском рату јавност у Немачкој прихватила је тезу како их је победила ратна пропаганда сила Антанте.⁸ Ову тезу је детаљно разрадио Адолф Хитлер преко свог политичког манифеста Моја борба (*Mein Kampf*), у ком истиче важност пропаганде за остварење националсоцијалистичког програма. У посебном поглављу насловљеном *Ратна пропаганда* Хитлер је истакао како је врло рано схватио да примена пропаганде представља уметност, а огромни резултати ко-

⁶ Александар Јазиф, „Пропаганда у Другом светском рату”, *Нова српска политичка мисао*, vol. XVIII no. 3-4, (2010), Београд, стр. 190.

⁷ Поређење пропаганди које су вођене у два светска рата изнели су социолог Нејтан Лејтс (Nathan Leites) и психолог Ернст Крис (Ernst Kris). Nathan Leites, Ernst Kris, „Trends in Twentieth Century Propaganda”, in *Psychoanalysis and the Social Sciences*, 1, International Universities Press, New York, 1947. Видети у: Ivan Šiber, „Ratna propaganda”, *Politička misao: časopis za politologiju*, vol.29 no.1, (1992), Zagreb, str. 92-93.

⁸ Као дописник Централног пресбиороа Председништва Министарског савета Краљевине Југославије Станислав Винавер је, у једном од својих извештаја из Берлина 1930. године, навео како је у водећим политичким круговима било прихваћено мишљење „да се Немцима 1918. године осветила лоша пропаганда”. Владимир Булајић, „Станислав Винавер у Берлину. Из извештаја дописника Централног пресбиороа 1919-1934”, *Архив: часопис Архива Југославије*, год. III, бр. 3, (2002), Београд, стр. 111.

је она постиже могли су се потпуно сагледати једино током рата. Пропаганда је за њега била средство, увек је требало да се обраћа масама, а њена форма морала је да се прилагоди испуњењу циља. Поруке које је пропаганда слала морале су да буду разумљиве сваком појединцу, ограничене на врло мало тачака, са ударним речима усмереним на емоције појединца. Такве поруке, поновљене хиљаду пута, требало је да преузму контролу над памћењем појединца. Колико је пропаганда била важна за нацисте може се сагледати из једног говора Адолфа Хитлера на партијском конгресу у Нирнбергу 1936. године: „Пропаганда нас је довела на власт, она нам је омогућила да на њој останемо и она ће нам дати средства да покоримо свет”.⁹

Када су преузели власт у Немачкој нацисти су пропаганде активности усмерили на хомогенизацију немачке јавности, односно њену припрему за рат. Јавност је требало убедити да је рат неопходан, стварало се непријатељско расположење према другим државама које су проглашене кривцима за одредбе Версајског мира наметнутог Немачкој. До избијања Другог светског рата нацистичка пропаганда била је усмерена највећим делом ка домаћем становништву, код којег је требало пробудити национални понос, односно повећати продуктивност индустријске производње.¹⁰ Руководио је нацистичком пропагандом 1928. године Адолф Хитлер препушта Јозефу Гебелсу, који ће марта 1933. године бити постављен на чело Министарства за народно просветљење и пропаганду (нем. Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda).¹¹ Ново министарство имало је од почетка изузетно важну улогу у Трећем рајху, за веома кратко време оно успоставља апсолутну контролу над медијима и културом, као и над пропагандним активностима у иностранству. До почетка Другог светског рата рад министарства био је организован у преко 17 одељења, а Гебелсу су на располагању била готово неограничена финансијска средства. Захваљујући томе држава је успела да стави под своју контролу сваки сегмент у животу појединца.

Основна пропагандна средства на почетку су били плакати и леци, најчешће штампани на црвеној позадини како би на себе скренули пажњу посматрача, док су нацистички симболи, попут заставе, „свастике” и орла преносили идентитет националсоцијализма. Од 1933. године на плакатима су присутни елементи ратне пропаганде који су преносили поруку о угрожености Немачке државе и народа од стране европских сила, односно оправдавали су кршење одредби споразума о разоружању. Контролу над свим новинама имало је Одељење за штампу; све што је било писано морало је бити усклађено са нацистичком идеологијом и подлегало је цензури. Влада је подстакла производњу јефтиних модела радио-апарата, а све са циљем да се повећа слушаност радио-програма. Путем радио-таласа немачки народ је слушао ток многобројних нацистичких свечаности, чиме је посредно био и њихов учесник. На радијски програм у пропагандном смислу се надовезао филм који су нацисти сматрали једним од „најјачих средстава за психолошку и емоционалну хегемонију над масама”, због чега је постао незаменљиво средство идеолошке пропаганде.¹²

⁹ I. Šiber, *n.d.*; str. 93.

¹⁰ А. Јазиф, *n.d.*; стр. 199.

¹¹ Скраћено Министарство пропаганде (Propagandaministerium—PROMI).

¹² Jasmina Skočilić, „Usporedba državne propagande u Njemačkoj i Velikoj Britaniji tijekom Drugog svjetskog rata”, *Pro tempore: časopis studenata povijesti*, br. 7, (2007), Zagreb, str. 33-35; А.Јазиф, *n.d.*; стр. 203.

Као одговор на слабу посету биоскопима Министарство пропаганде је потпуно анализовало филмску индустрију у Немачкој. На тај начин Гебелс је у великој мери успео да одвоји немачки народ од утицаја који су долазили са запада, а са друге стране створио је могућност да му прикаже само оно што је било пожељно. Пропагандни филмови које су снимили нацисти могу се поделити на три групе. Документарни филмови и журнари који су снимани од првих дана Хитлерове власти чине *прву групу*. Њихов примарни циљ био је да прикажу националсоцијализам као идеалан облик власти, а Хитлера као личност која је једино била способна да Немцима вратити достојанство и пружи им сатисфакцију после катастрофе у Првом светском рату. Међу тим филмовима истичу се они које је снимила Лени Рифенштал.¹³ У овој групи најзаступљенији су били филмски журнари који се се приказивали у биоскопским дворанама пре пројекције филма. У трајању између двадесет до тридесет минута филмски журнари су доносили сугестивне кадрове, који су, у комбинацији са музиком и коментарима спикера, требали да импресионирају гледаоце. *Другу групу* чине играни филмови пронацистичке тематике, чији задатак је био да, преко главних ликова у филму, немачком народу укажу на оно што се од њих очекује. На први поглед они су били намењени за забаву, али дубља анализа показује нацистичке пропагандне поруке. Врло често радња тих филмова се одигравала неколико векова пре доласка нациста на власт у Немачкој, при чему су редитељи у њима употребљавали нацистичку симболику и идеологију, односно естетику. Антисемитски филмови спадали су у *трећу групу* филмова, чији је задатак био развијање мржње према Јеврејима. У овим филмовима Јевреји су приказивани као изопачени, похлепни, лажљиви, болесни, уз коришћење стереотипа везаних за менталитет, понашање и физички изглед. Снимање филмова са антисемитском тематиком захтевао је лично Хитлер како би оправдао своје поступке према Јеврејима у Немачкој. Једна од негативних улога пропаганде најлакше се може спознати у овим филмовима, јер су они обавили свој задатак, приказавши Јевреје као главне и искључиве кривце за стање у којем се налазила Немачка пре Хитлеровог доласка на власт. Они су касније послужили као оправдање немачком народу за почињени Холокауст.¹⁴

Огромни нацистички пропагандни апарат креирао је и садржаје коришћене за пропаганду коју је Немачка водила у иностранству. Она је у почетку била усмерена ка фолксдојчерима, Немцима које су живеле ван граница Трећег рајха. Такође, промовисали су нову државу и њена достигнућа у свету. Како се почетак Другог свет-

¹³ Лени Рифенштал (нем. Leni Riefenstahl; Berlin, 1902-Pöcking, 2003) немачка режисерка која је била пионир верног преношења догађаја динамичним стилем снимања, коришћењем великог броја камера и специфичне технике приликом монтирања снимљеног материјала. На захтев Адолфа Хитлера снимила је три филма *Победа вере* (нем. Der Sieg des Glaubens 1934), *Тријумф воље* (нем. Triumph des Willens 1935) и *Олимпија* (Olympia 1938). *Победа вере* је репортажа са скупа Националсоцијалистичке партије у Ниρνбергу 1933. године, која се, због буђења осећања хероизма и националне свиести код Немаца, сматра преломном тачком у развоју нацистичке пропаганде и промовисања нацистичких идеја немачком народу. Њено најпознатије дело је филм *Тријумф воље*, снимљен на митингу Националсоцијалистичке партије у Ниρνбергу 1934. године. У овом филму Адолф Хитлер је приказан као апсолутни диктатор, који контролише милионе људи у Немачкој. Трећи филм *Олимпија* снимљен је током Олимпијских игара у Берлину 1936. године. Гола тела немачких спортиста приказана у филму имала су за циљ да прикажу супериорност аријевске расе у односу на остала бића.

¹⁴ Ivan Horvat, „Leni Riefenstahl—Ubojice kroz oči umjetnice”, *Essehist: časopis studenata povijesti i drugih društveno-humanističkih znanosti*, br. 1, (2010), Osijek, str. 33-38.

ског рата ближио инострана пропаганда имала је за циљ да поткопа непријатељев морал, као и да увери европске народе да је пружање било какве врсте отпора Немачкој узалудно. Под таквом врстом пропаганде делатности наћи ће се и Краљевина Југославије, а њен врхунац биће достигнут почетком 1941. године.

Пропаганда на простору Војводине до 1941. године

Становништво Војводине имало је прилику да се упозна са ратном пропагандом коју је Аустроугарска монархија водила током Првог светског рата. Поред ангажовања војних обвезника, подједнако важна била је мобилизација свих расположивих економских ресурса потребних за успешно вођење рата. Ратни зајмови представљали су најчешћи алтернативни начин финансирања ратних трошкова, који је користила Аустроугарска монархија, а обвезнице ратних зајмова емитоване су осам пута током рата. Поред пропагандних плаката позиве становништву за упис ратног зајма преносиле су дневне новине и часописи. Многобројни појединци, подједнако из сиромашнијих и богатих слојева, земљопоседници, индустријалци и велике банке улагали су свој новац у куповину обвезница. Акцији уписа ратног зајма прикључили су се градови и општине, делом мотивисани патриотским разлозима, али и због притиска државе.¹⁵

Завођењем Шестојануарске диктатуре 1929. године у Краљевини Југославији појавила се потреба за организовањем пропагандне делатности, због чега је основан Централни пресбиро Председништва Министарског савета Краљевине Југославије (ЦПБ).¹⁶ У организационом погледу ЦПБ је био подељен на административни, информативни и публицистички одсек, који су се даље делили на 13 одељака. Међу њима је најзначајнији био информативни одсек, који је био задужен за прикупљање и давање информација, које су кретале од политичких, економско-финансијских до културних. Под његов делокруг рада спадало је осмишљавање, организација и ширење пропаганде. Сви медији у Краљевини Југославији били су обавезни да користе искључиво информације које је пласирао ЦПБ. Информације су припремане у централни, а велики допринос имали су дописници из европских градова, односно административних центара девет бановина. Од 1936. године ЦБП је покренуо краткоталасну радио-станицу (Радио Београд II) ради спровођења државне пропаганде.¹⁷

¹⁵ У оваквим околностима српски народ одазвао позиву аустроугарских власти, уписавши зајам у таквом износу да се није разликовао од других народа у монархији. Предраг М. Вајагић, „Ратни зајмови Аустроугарске на простору Војводине 1914-1918”, у: *Учешће добровољаца и улога цивилног становништва у Првом светском рату*, (тематски зборник уредници Мирослав Јаћимовић, Драгана Катић) Архив Војводине, Нови Сад, 2016, стр. 139-155.

¹⁶ Централни пресбиро Председништва Министарског савета Краљевине Југославије основан је 18. априла 1929. године као „општа државна обавештајна служба”. До тада је претежан део послова обавештајног карактера био у надлежности Министарства иностраних дела. Имао је стална дописништва у земљи, значајнијим европским и светским центрима, информативне агенције са којима је остваривао сарадњу или био у пословним односима; издавачку делатност, листове под својим утицајем, радио-службу, припремао је изложбе пропагандног карактера и остваривао друге сличне активности у земљи и свету.

¹⁷ Бојан Симић, „Организација државне пропаганде у Европи током тридестих година 20. века. Упоредна анализа Пољске и Југославије”, у: *Југословенско-пољски односи у XX веку*, (зборник радова, уредници Момчило Павловић, Andrzej Zaściński, Драгомир Бонџић), Београд, 2015, стр. 95-97.

Важну улогу у пропагандној делатности у Краљевини Југославији имала је Телеграфска агенција *Авала*.¹⁸ Њена главна дужност била је да информише домаћу јавност о догађајима у иностранству, односно страну јавност о догађајима у Југославији, а функционисала је у складу са „вољом владе и интересом државе”.¹⁹ Једно од најважнијих дописништава *Авале* налазило се у Новом Саду, административном центру Дунавске бановине.²⁰ У Војводини је излазио велики број листова на мађарском и немачком језику, дописништво је имало специјалну „национално-пропагандну мисију” пошто је штампа на језицима националних мањина често преносила вести из страних, тј. матичних држава. Такво стање било је против државних интереса, па се инсистирало на томе да се искључиво пласирају и изражавају ставови владајућих кругова у држави.²¹

Доласком Милана Стојадиновића на чело владе Краљевине Југославије становништво у Војводини ће се упознати са новим начином организовања пропагандне делатности. Организатор страначке пропаганде Југословенске радикалне заједнице Ђура Јанковић је половином 1938. године боравио у Немачкој, са задатком да упозна принципе пропаганде Националсоцијалистичке странке. Том приликом он се састао Јозефом Гебелсом, Алфредом Розенбергом, Рудолфом Хесом, а био је представљен и Адолфу Хитлеру. Вођство Трећег Рајха је због политичких разлога дало Милану Стојадиновићу материјалну помоћ, као и савете о најбољим методама пропагандног утицаја на народне масе. Велика пажња поклањала се декорацији, која је морала да остави што снажнији утисак на присутне. За то су коришћене државне заставе, страначке значке, траке у националним бојама, фотографије председника странке и сл. За време предизборне кампање на првом месту требало је истаћи личност „вође” Милана Стојадиновића. Стечена искуства у Немачкој Милан Стојадиновић је применио у пракси током предизборне кампање за парламентарне изборе који су одржани 11. децембра 1938. године. На савремен начин употребљени су плакати, леци и штампа, док је употреба радија и филма повећала укупан утицај пропагандних порука и донекле проширила круг њихових корисника. Заинтересованост публике за филм као нови медиј искоришћена је за снимање преизборног пропагандног филма *Путем препорода – Југославија јуче и данас*. Основна идеја била је да се поређењем затеченог стања и резултата рада владе Милана Стојадиновића истакне остварени напредак земље. Филм је монтиран у Немачкој, што је искоришћено да Стојадиновић добије што већу наклоност међу водећим личностима Трећег рајха. Приликом пројекције филма, која је упри-

¹⁸ Телеграфску агенцију *Авала* основао је септембра 1919. године француски новинар Албер Мисе лични пријатељ краља Александра I Карађорђевића.

¹⁹ Б.Симић, *н.д.*; стр. 99.

²⁰ Административном поделом Краљевине Југославије која је извршена Законом од 3. октобра 1939. формирана је Дунавска бановина, са центром у Новом Саду. Њена територија обухватала је Војводину – Банат, Бачку и Барању и већи део Срема, затим целу Шумадију, Браничево и Стиг. Од великих градова ван Војводине у овој бановини били су Крагујевац, Пожаревац и Смедерево. Један од разлога за стварање бановине у оваквим границама било је успостављање национале равнотеже међу становништвом, јер Срби на територији Војводине нису били у већини. Више: Предраг М. Вајагић, „Формирање Дунавске бановине”, *Споменица Историјског архива „Срем”*, год. 8, бр. 8 (2009), Сремска Митровица, стр. 128-145.

²¹ Бојан Симић, „Агенција *Авала*”, *Зборник Матице српске за историју*, бр. 75-76, (2007), Нови Сад, 75-79, 85-86.

личена за водеће чланове Националсоцијалистичке странке, приказана је сцена у којој Стојадиновић свој говор завршава речима „Хајл Хитлер“, са уздигнутом десном руком. Исти циљ имале су и сцене на којима је приказан у пратњи своје омладине која га поздравља фашистичким поздравом. Филм је приказан само у Берлину, а један од разлога било је обезбеђивање сигурних гласова Немаца у Војводини за владину изборну листу.²²

Пад Милана Стојадиновића са власти и почетак Другог светског рата условио је даље пропагандне активности у Краљевини Југославији. Због великог броја Немаца који су живели на територији данашње Војводине, Трећи рајх интензивира свој пропагандно-обавештајни рад.²³ Организација Културбунд, уз велику помоћ која је дошла из Немачке, до 1940. године успева да стекне контролу над свим Немцима који су живели у Југославији. На тај начин остварени су предуслови за почетак идеолошке пропаганде, која је требало да нацификује нове генерације војвођанских Немаца. Успех овог посла зависио је од развијености мреже, једним делом пропагандна се одвијала преко јавних медија, али знатан део одигравао се кроз обавештајни рад. Лета 1939. године у Футогу је организован збор и пропагандни курс нацистичке идеолошке наставе, који је окупио немачке студенте из целе краљевине. Ова пракса се наставила и током 1940. године када је организовано једномесечно логоровање немачке омладине на Фрушкој гори.²⁴ Да су југословенске власти биле веома благе, видимо из податка да од 1. септембра 1940. године па до средине јануара 1941. године, када је вођена веома интензивна пропагандно-обавештајна делатност немачких служби у Југославији, из земље није протеран ниједан немачки држављанин, иако је било доста основа за то.²⁵

²² У десетоминутном пропагандном филму *Путем препорода – Југославија јуче и данас* председник владе Милан Стојадиновић је прочитао делове из свог предизборног програма, а министри су говорили о постигнутим резултатима у пољопривреди, унутрашњој и спољној трговини и народној одбрани. Снимцима масовних зборована илустрована је подршка народа владајућој странци. Јелена Опра, „Изборна кампања Милана Стојадиновића 1938. године“, *Архив: часопис Архива Југославије*, год. II, бр. 2, (200), Београд, стр. 171-183.

²³ Према попису становништва из 1921. у Краљевини СХС живело је 505.790 Немаца – у Бачкој 173.796, у Банату 138.292, Срему 58.133 и Барањи 16.253. У укупној националној структури Немци су у Бачкој били заступљени са 23,9%, Банату 22,5%, Срему 4,4%, те у Барањи са 32,7% од укупног броја становника. Почетком 30-тих година немачко становништво било је у апсолутној већини у срезovima Бачка Паланка – 54,5%, Оџаци – 54,9% и Кула – 51,6%, док је релативну већину представљало у сомборском – 45,4%, апатинском – 44,4%, те панчевачком срезу – 33,8%, као и у граду Бела Црква – 45,6%. *Дефинитивни резултати пописа становништва од 31. јануара 1921*, Сарајево, 1932, стр. 356-363; Горан Николић, *Друштвена обележја немачке националне мањине у Војводини у периоду 1918-1929. године*, рукопис магистарског рада, Правни факултет у Новом Саду, 1992, стр. 73-75; Михаел Антоловић, *Политика Немачке мањине у Дунавској бановини*, рукопис магистарског рада, Филозофски факултет у Новом Саду, 2008, стр. 39.

²⁴ Ширење националсоцијалистичке пропаганде и идеологије за циљну групу имала је омладину, али је обухватала и старије генерације које су учествовале у Првом светском рату. Пропаганда је за то користила ратне фото-репортаже које су приказивале успехе Вермахта. На тај начин су се обнављале старе ратничке успомене из времена Аустроугарске војске. Владимир Баровић, Дејан Парлица, „Ширење националсоцијалистичке пропаганде на територији Дунавске бановине током 1940. године“, *Војно дело*, год. 63, бр. 3 (2011), Београд, стр. 453-465.

²⁵ У времену пред избијање Априлског рата 1941. године обавештајно-пропагандне активности имали су припадници Комунистичке партије Југославије, као и британска обавештајна служба. Владимир Баровић, „Улога новинара и медија у обавештајно-пропагандном ангажовању различитих група пред напад на Краљевину Југославију 1941. године“, *Култура пописа*, год. XIII, бр. 29 (2016), Нови Сад, стр. 31-44.

Ратна пропаганда Немачке на територији Баната

Током краткотрајног Априлског рата 1941. године територију Војводине окупирала је немачка и мађарска војска. За време трајања рата, 12. априла 1941. године, Хитлер је донео *Привремене смернице за поделу Југославије*, на основу којих је одлучио да територију Баната прикључи делу Србије који је окупирала немачка војска.²⁶ Банат је уживао аутономију у односу на остатак Србије, а у административној реорганизацији коју је извела колаборантска влада генерала Милана Недића, децембра 1941. године, постао је самосталан округ. Управни апарат чинили су банатски фолксдојчери, који су преко војне обласне команде у Смедереву, односно окружне војне команде у Петровграду (коме ће бити враћено старо име Велики Бечкерек) били потчињени немачком војноуправном апарату.²⁷ Пропагандне активности немачког окупатора у Србији водило је Пропагандно одељење „С” (Propagandabteilung „S”), које се формално налазило под комадом војног заповедника Србије. Ово одељење било је самостално, потчињено Пропагандном одељењу немачке Врховне команде оружаних снага, а инструкције су му, једним делом, стизале и од Министарства пропаганде. Организационо одељење имало је неколико секција: за план, активну пропаганду, штампу, фотографију, радио и филм. Током окупације одељење је вршило надзор и цензуру над медијима, позориштем, музиком, организовало је припрему и дистрибуцију пропагандног материјала, попут летака, брошура и плаката. Такође, оно је вршило и контролу Одељења за пропаганду које је формирано у оквиру колаборантске владе генерала Милана Недића.²⁸

Немачка окупација Баната започела је злочинима над српским цивилним становништвом. Због наводних злочина над фолксдојчерима, у Петровграду је, између 17. и 20. априла 1941, било убијено 49 цивила, а сличан злочин поновљен је 22. априла у Панчеву, када је убијено 36 цивила.²⁹ У таквим околностима немачки окупатор је у Банату започео да спроводи тзв. консолидацијску пропаганду, чије задатак је био да

²⁶ Спор око територије Баната настао је између Мађарске и Румуније, јер су оба Хитлерова савезника полагала право на ову територију. Пошто је Румунија изгубила одређене територије, а Мађарска их добила, Хитлер се нашао у проблему, због чега је Банат остао под Немачком окупацијом до завршетка рата. Оваква одлука била је мотивисана и чињеницом да је у Банату 1941. године живело преко 120.000 Немаца, чија је пољопривредна производња била важна карика у ратним напорима Трећег рајха. Zoran Janjetović, „Borders of the German occupation zone in Serbia 1941-1944”, *Recueil de Travaux / Académie serbe des Sciences et des Arts, Institut de géographie „Jovan Cvijić”*, (editor Vesna Lukić), Vol. 62, no. 2 (2012), Belgrade, p. 93-96.

²⁷ Банат је имао делимичну аутономију на пољу привреде, правосуђа, железнице, финансија и царина. Власт на челу са фолксдојчерима имала је потпуну аутономију од управног апарата на челу са генералом Миланом Недићем, али су фолксдојчери, који су држали главне положаје у државној администрацији, били најјача спона Баната са остатком Србије. Ibid., p. 97-99.

²⁸ Још током Априлског рата од пропагандних чета немачке II армије формирано је Пропагандно одељење Југоисток (Propagand abteilung Sudost) из којег се касније, као самостално одељење, издвојило Пропагандно одељење „С”. Мухарем Креско, *Њемачка окупациона управа у Београду 1941–1944*, Историјски архив Београда, Београд, 1979, стр. 74-75.

²⁹ *Зборник докумената и података о народноослободилачком рату народа Југославије*, том XII, књ. 1, Документи Немачког рајха, Војноиздавачки завод, Београд, 1973, стр. 62-63; Ивана Б. Спасовић, *Страдања у Панчеву и Јабуци за време Другог светског рата*, Историјски архив Панчева, Панчево, 2012, стр. 54-55.

српском становништву објасни циљеве своје борбе, а ради прихватања окупације. Најчешће коришћено средство окупаторске ратне пропаганде у Банату био је плакат, чија специфична форма је најбоље одсликавала дешавања током Другог светског рата. Прве поруке послате српском становништву у Банату говориле су да „Немачка није желела рат против Србије”, и да му је немачки војник највећи пријатељ који ће му гарантовати мир и безбедност. Најчешћа пропаганда која се водила преко плаката била је усмерена против Совјетског Савеза и комуниста, као и против западних савезника. Поред тога, плакати су служили и за ширење антисемитизма. Немачки пропагандни плакати у Банату деле се на: плакате којима доминира цртеж или илустрација и информативне плакате. Плакати који су доносили саопштења и објаве у свом садржају преносили су информације намењене становништву, односно вршили су застрашивање претњама или објављивањем извршених одмазди и смртних казни.³⁰

Окупација је имала за последицу гашење свих дневних и недељних новина на српском језику које су излазиле у Београду и Новом Саду. Веома брзо окупатор у Београду покреће дневне новине *Ново Време* и *Обнову* које су се дистрибуирале и на простору Баната. Први број листа *Ново Време* на насловној страни истиче свој циљ: обезбедити српском народу место „под окриљем Великог Немачког Рајха”. Преко страница штампе водила се стална пропагандна активност која је пружала подршку нацистичкој Немачкој, уз редовно објављивање бројева и имена стрељаних и обешених „комуниста и Јевреја”. Јавност је требало уверити да је победа Тројног пакта неизбежна, а да ће као резултат те победе бити формирана „Нова Европа” где ће Срби имати место само ако га буду „конструктивним” радом заслужили. Новине су из дана у дан на својим страницама величале немачке победе, одушевљавале се „витешким” понашањем немачке војске, дивиле се њеној снази, „духу” немачког војника и глорификовале „херојску” борбу немачког народа. На посебан начин пропаганда се бавила личношћу Адолфа Хитлера, који се величао као државник, војсковођа, идејни зачетник „Нове Европе”, као „личност свеобухватне генијалности” и сл. Читаоце је трабало убедити да Хитлер, као бранилац европске цивилизације, заслужује захвалност европских народа, међу којима су били и Срби.³¹

У окупирани Београд међу првима је стигла група војника задужена за Радио Београд (*Werrmacht Sendegruppe Südost Sender Belgrad*). Први задатак ове групе било је обнављање радиодифузне делатности у Београду. Намера окупационих власти била је да та станица постане емисиони пункт за читаву Југоисточну Европу, Балкан, Италију, Северну Африку и источне делове СССР-а. Свој емисиони рад Радио Београд (*Sender Belgrad*) отпочео је брзо, већ 20. априла 1941. године, под надзором Војне управе за радио-станицу Београд. За све време емитовања програмски садржаји Радио Београда били су подређени јединственим циљевима: јасна подршка идеолошко-политичком дискурсу који је долазио од окупатора, као и пружање могућности слушаоцима да се на тренутак склоне од сурове ратне реалности, немаштине и страдања. Реалност ратне свакодневнице преношена је преко

³⁰ Коста Николић, *Немачки ратни плакат у Србији 1941-1944*, Бонарт, Нова Пазова, 2000, стр. 8, 17-151; Силвија Крејаковић, „Плакат као музеалија”, *Наша прошлост*, (зборник радова ур. Драган Драшковић, Радомир Ристић), бр.7, (2006), Краљево, стр. 175-180.

³¹ Оливера Милосављевић, *Потиснута истина : колаборација у Србији 1941-1944*, Хелсиншки одбор за људска права у Србији, Београд, 2006, стр. 20-24, 57-58.

информативних емисија. Вести су емитоване у шест дневних термина: прво на немачком, а затим редом на српском, италијанском и румунском језику. Садржај вести пажљиво је припреман од материјала који је пристизао из Берлина, Билтена Вермахта и DNB-а³² и колаборационе владе генерала Милана Недића. Поред тога, свакодневно су емитована саопштења (извештаји) немачке врховне команде и извештај из кабинета генерала Милана Недића. Од информативног програма у етар су ишли *Дневни прегледи* на српском и немачком језику, као и емисија *Савремени догађаји*. Ове емисије су имале за тему актуелна политичка дешавања у земљи и свету, доносиле су политичке коментаре, а често су гости били чланови колаборационог апарата у Србији. Значајни програми емитовани на немачком језику били су *Час немачке националне групе* (Фолксдојчера), *Час за војнике* и *Југоисток*, информативно-политичка емисија са циљем да војнике упозна са животом и обичајима локалног становништва. Српском становништву посебно је била занимљива емисија *Поздрав наших заробљеника* или *Заробљенички поздрав* која је почела да се емитује у другој половини 1942. године. Садржај ове емисија био је намењен породицама српских војника и официра који су се налазили у немачком заробљеништву. Материјал за ову емисију настајао је тако што је тонска екипа Радио Берлина обилазила логоре и снимала поруке на воштаним плочама, које су заробљеници желели да саопште својим породицама у домовини. Огромно интересовање за ове емисије приморало је управу Радио Београда да омогући породицама заробљеника да у просторијама радио-станице више пута чују поруке својих најближих. Иза ове акције која је имала елементе „хуманости“ крили су се пропагандни циљеви – стварање позитивне слике о Немцима, који су породицама давали наду да ће се њихови најближи вратити. Са друге стране, слушаоци су требали бити захвални окупатору што им је пружио могућност да чују оне које је сам заточио.³³

Филму као важном средству пропаганде немачки окупатор је посветио велику пажњу, а контрола над филмском делатношћу била је поверена Испостави Главне управе за филм Националсоцијалистичке партије у Београду. Биоскопи у банатским местима током рата су на репертоару имали већином филмове снимљене у Немачкој, док је мањи део филмова стизао из Мађарске и Италије. Посебан публицитет имао је почетак биоскопског приказивања филма *Јеврејин Зис* у лето 1941. године. Приказивање овог филма са антисемитском садржином временски се подударало са почетком процеса уништавања Јевреја на немачкој окупационој територији. У оквиру антијеврејске пропаганде приказивани су филмови *Ротшилд* и *Вечити Јеврејин*. Већину биоскопског репертоара чинили су филмови веселе садржине, преко којих је Пропагандно одељење тежило да становништву и немачким војницима пружи бег од суморне реалности. Пре сваке пројекције играног филма обавезно је приказиван филмски журнал *Немачки недељни преглед* (*Deutsche Wochenschau*).³⁴

³² Немачка новинска агенција (Deutsches Nachrichtenbuer-DNB)

³³ Мирјана Николић, „Улога радиофоније у свакодневном животу Београда током Другог светског рата (1941-1944)”, *Зборник радова Факултета драмских уметности*, (ур. Мирјана Николић), бр. 28 (2015), Београд, стр. 151-156.

³⁴ Филмови „Јеврејин Зис” и „Вечити Јеврејин” представљали су најутицајнија пропагандна средства која су коришћена у нацистичкој Немачкој током спровођења програма истребљења Јевреја. Ови и њима слични филмови у великој мери су допринели да се Немци без већих проблема активно укључе у Хо-

Ратна пропаганда Мађарске на територији Бачке

Окупација Бачке коју је спровела мађарска фашистичка армија, слично као и у Банату, одиграла се у знаку масовних убистава српског цивилног становништва. Први масовни злочин над цивилима у окупираној Југославији десио се 13. априла 1941. године у добровољачкој колонији Сириг, када су мађарски фашисти стрељали око 360 српских цивила.³⁵ У наредним данима на простору Бачке страдало је укупно 3.506 цивила, већином Срба.³⁶ На окупираној територији живело је око милион становника, а мађарске окупационе власти од првог дана започињу процес денационализације и пацификације Бачке и Барање. Заведена Војна управа имала је задатак да ове крајеве укључи у целокупан друштвени, политички и економски живот мађарске државе, а главна опасност претила је од могућих акција „српских четника, комуниста и јудеоболшевика”.³⁷ Окупациона војна управа била је подељена на армијску, градску и среску, а у њеној надлежности било је и спровођење пропагандних активности.³⁸

Прве активности у окупираној Бачкој и Барањи мађарска пропаганда је предузимала ради „потпуног елиминисања трагова живљења ових крајева под двадесет трогодишњом српском окупацијом”.³⁹ У званичној употреби био је забрањен назив Бачка, који је замењен називом *Délvidék*.⁴⁰ На тај начин становништву се давало до знања да успостављање мађарске власти у Бачкој и Барањи није био акт окупације

локауст. Како је њихова пропагандна намена била придобијање становништва за антијеврејску акцију, они су синхронизовани на језике окупираних земља, па и Србије. Милан Кољанин, „Филмска пропаганда – увод у холокауст”, *Годишњак за друштвену историју*, год. 7, бр. 1 (2000), Београд, стр. 42-47.

³⁵ За опис злочина у Сиригу погледати: *Злочини окупатора и њихових помагача у Војводини. I група масовних злочина: улазак мађарске војске у Бачку и Барању: 1941.* (приредио Драго Његован), Прометеј, Мало историјско друштво, Нови Сад, 2011.

³⁶ Александар Касаш, *Мађари у Војводини 1941-1946*, Филозофски факултет, Нови Сад, 1996, стр. 33-34.

³⁷ Мађарска је окупирала територију површине 11.601 км² бивше Краљевине Југославије, на којој је живело око милион становника: 301.000 Мађара, 243.000 Срба, 220.000 Хрвата, 197.000 Немаца, 80.000 Словенаца, 40.000 Словака, 15.000 Русина и 15.000 Јевреја. Петар Рокаи, Золтан Ђере, Тибор Пал, Александар Касаш, *Историја Мађара*, Слио, Београд, 2002, стр. 324.

³⁸ За време регента Миклоша Хортија (1920–1944) мађарска влада није имала посебно министарство задужено за пропаганду. У оквиру Војнообавештајне службе мађарске војске за вођење обавештајно-пропагандних послова било је задужено I одељење. Lajos Hajma, *A Katonai felderítés Hirszerzés története, egyetemi jegyzet*, Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem, Budapest, 2001, pp. 94-97.

³⁹ А. Касаш, н.д; стр. 31.

⁴⁰ Термин *Délvidék* се у средњем веку односио на јужне крајеве Краљевине Угарске. Тада се односио на жупаније у Јужној Угарској (Вировитичку, Пожешку, Сремску, Бачку, Торонталску, Тамишку, Ковинску жупанију) и бановине преко Дунава и Саве (Усорску, Сребреничку, Мачванску, Северинску бановину). Након турског периода, тј. у XVIII и XIX веку, под термином *Délvidék* нису се подразумевали само јужни крајеви Угарске краљевине него, пре свега, Бачка и Банат. Значење овог термина је након 1918. године поново промењено: под њим су се, пре свега, подразумевале оне територије које су отцепљене од Мађарске и припојене Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца. Пренесено значење овог појма упућивало је на то да су јавно мњење те области и политика у виртуалном значењу делвидешку област и даље сматрала делом државе осакаћене у Тријанону. Енике Шајти, *Мађари у Војводини: 1918-1947*, Форум, Нови Сад, 2010, стр. 5.

већ повратка историјских покрајина Краљевине Угарске.⁴¹ Истицање елемената реинкорпорације било је пропраћено пропагандним материјалом попут смртовнице за Југославију. У већини бачких насеља ова смртовница је дељена становништву, а у тексту се истицало да је ова Тријанонска творевина „умрла у тешким мукама после 23 године нејаког живота”.⁴² На првим пропагандним плакатима који су се појавили у Бачкој и Барањи управо је главни мотив био термин *Délvidék*. Позадину плаката чиниле су боје мађарске заставе, а доминирају фигуре мушкарца који у рукама држи мач и жене са штитом. Између њих налази се снопље пожњевеног жита, чије класје се понавља у доњем левом углу, а изнад њега је круна Светог Стефана, симбол Краљевине Угарске. На плакату се налази текст „Враћају се Јужни крајеви!” (*Délvidék visszatér!*).⁴³ Из првих дана окупације потиче и црно-бели плакат на којем се налази силуета мађарског војника окруженог класјима жита. Војник у рукама држи два штита, на левом се налази слика Светог Стефана, а на десном грб жупаније Барања. Он стоји на географској карти Бачке и Барање, у горњем делу плаката стоји натпис „Име Мађар поново ће бити лепо и достојно доброг гласа из прошлости” (*A Magyar név megint szép lesz méltó régi nagy híréhez*), а у доњем десном углу: „Поздрав вратили смо Јужне крајеве” (*Köszöntünk visszatért Délvidék*).⁴⁴

Ратни плакати били су најчешће коришћено пропагандно средство током рата у Мађарској. Њено становништво било је упознато са ратним плакатима још током Првог светског рата. Генерално, они су били у функцији да пружају обавештења о ратним дешавањима у залеђини фронта. Током Другог светског рата њихова намена је промењена, јер је требало да убеди јавност да је рат неопходан. Мађарски пропагандни плакати били су груписани према циљевима које је требало да постигну: истицање херојства мађарског војника, стварање негативне слике непријатеља, борба против шпијуна, организација противваздушне одбране, истицање улоге жене у рату и популаризација организације Црвеног крста. Садржаји плаката који су истицали борбу мађарског војника разликују се по томе да ли су настали у периоду када је Мађарска нападала СССР или у периоду после пораза код Стаљинграда. Преко плаката јавност је обавештена о разлогу напада Мађарске на СССР, да би се наставило са приказом преласка преко Карпата ради борбе против „црвеног чудовишта” како је представљан бољшевизам.⁴⁵ Овакви плакати имали су двоструку

⁴¹ На овој тези била је утемељена иредентистичка и ревизионистичка пропаганда која је вођена у Хортијевој Мађарској према југословенској држави у периоду 1920–1941. године. У наведеном периоду масовно су коришћене заклетва „Не, не никад” (*Ném, ném soha*), повик „Све натраг” (*Mindent vissza*) и парола „Крња Мађарска није држава. Цела Мађарска је рај” (*Csonka Magyarország némország. Egész Magyarország mennyország*). Гојко Маловић, „Српска запажања мађарских културних достигнућа између два светска рата”, *Зборник Матице српске за друштвене науке*, бр. 149 (2014), Нови Сад, стр. 877.

⁴² За потребе пропаганде Аустроугарска војна управа у Србији је током Првог светског рата штампала смртовнице окупираној држави. Кристина Менеш, *Ратна пропаганда у Војводини: 1941–1945*, каталог изложбе, Музеј Војводине, Нови Сад, 2011, стр. 6.

⁴³ Исто, стр. 19.

⁴⁴ Плакат се налази на сајту <http://delibab.bloglap.hu/kepgaleriak/regi-hazafias-plakatok/> (приступљено 5. августа 2016)

⁴⁵ За Мађарску објаву рата СССР-у искоришћено је бомбардовање Кошица 26. јуна 1941. године, када су немачки авиони са совјетским ознакама извршили напад на град. Ратна објава Мађарске уследила је 28. јуна, а тај дан се обележавао као Дан војске.

намену: мобилизацију нације за рат и истицање ратног савезништва са Немачком. Од лета 1943. године на плакатима све више доминирају садржаји који припремају јавност за рат који ће се водити на територији Мађарске, указујући на неопходне жртве. Непријатељски војник је на плакатима готово увек био нацртан црвеном бојом, његово лице је представљала лобања, у рукама је имао срп или косу, а борба са двоглавом аждајом или змијом симболизовала је борбу са комунизмом. Војници Црвене армије изнад убијених цивила указују на судбину мађарског народа у случају пораза („Желите ли у Сибир?“). Позив на борбу налази се на плакатима из 1944. године. Како се ближио крај рата мађарски пропагандни ратни плакати окретали су се ка организовању обавештавања у случају ваздушних напада, као и службе Црвеног крста која је требало да помогне страдалим цивилима.⁴⁶

Прелазак са војне на цивилну управу у Бачкој и Барањи завршен је до 23. августа 1941. године. Власт је прешла у руке чиновничког апарата који се ослањао на мађарску полицију и жандармерију. Цивилна власт није успела да оствари потпуно укључивање окупираних територија у државно-правни систем Мађарске, што се временски подударало са сломом немачке офанзиве код Москве, децембра 1941. године. Због тога на простору јужне Бачке окупационе власти понављају процес пацификације и „коначне десрбизације“. Тако је започела масовна кампања терора коју су спровели мађарски фашисти у Бачкој. Она се одиграла у селима Шајкашке, Новом Саду и Старом Бечеју између 4. и 29. јануара 1942. године. Ови злочини над цивилним становништвом познати су под називом Рација.⁴⁷ Овај трагичан догађај искористила је мађарска пропаганда за ширење негативних емоција у којима је преовладало ширење страха преко летака, плаката, као и алармантних вести свесним пуштањем гласина. Имена страдалих била су на бројним плакатима како би се са њима поистоветили остали Срби, којима се тако наметала кривица за одмазду. На тај начин је код Срба, ефектом застрашивања, требало постићи њихову пацификацију.⁴⁸ Како би умирили Србе у Бачкој мађарске окупационе власти су штампале проглас епископа бачког др Иринеја Ћирића, јануара 1942. године, у којем је становништво позвано на послушност. Мађарска пропаганда се послужила ауторитетом институције Српске православне цркве којој је епископ припадао.⁴⁹

Током првих дана окупације дошло је до забране излажења многих листова, а посебно је била погођена српска штампа. Забрањено је излажење новосадског дневног листа *Дан*, али и неких мађарских листова, под оптужбом да су били „у служби југословенске политике“. Са излажењем је наставио новосадски дневни лист на мађарском језику *Reggeli Ujság* (Јутарње новине), док је за потребе ширења пропаганде и спровођења политике интеграције јужних крајева покренут лист *Délvidék* који је излазио у Сомбору.⁵⁰ Ради приближавања званичне политике мађарске државе, као и ши-

⁴⁶ Paál Gergely, „Kommunikációs, II. világháborús plakátok“, *Bolyai Szemle*, XVII. évf. 1. szám, Budapest, pp. 7-32.

⁴⁷ О догађајима за време Рације и масовном страдању Срба и Јевреја погледати: А. Касаш, н.д; стр. 80-91; Звонимир Голубовић, *Рација у јужној Бачкој 1942. године*, Историјски музеј Војводине, Нови Сад, 1992.

⁴⁸ К. Менеш, н.д; стр. 34-35.

⁴⁹ *Проглас епископа Иринеја православним верницима*, (јануар 1942), Музеј Војводине Нови Сад, Збирка плаката

⁵⁰ А.Касаш, н.д; стр. 51-52.

рења пропаганде, окупационе власти су, 16. децембра 1941, дозволиле штампање *Нове поште*, дневних новина на српском језику. *Нова пошта* је највећим делом преносила пропагандне вести гласила на мађарском језику, истовремено пружајући могућност српском становништву у Бачкој да чита различите репортаже, забавне текстове, док је највећи део простора одлазио на вести са европских и светских ратишта. Новине су биле препуне мање важних информација и рекламних огласа.⁵¹

Важну улогу у пропаганди мађарског националног духа имала је филмска уметност која се ставила у службу буђења „мађарског осећаја који је задњих година био на овим просторима успаван”. Уведена је забрана приказивања филмова са ћириличним титловима, а трећина биоскопског репертоара морала је бити испуњена филмовима мађарске продукције. Поред мађарских филмова у биоскопима Бачке и Барање приказивани су немачки и италијански филмови, као и пропагандни филмски журнали који су доносили слике са фронта величавши победе Трећег рајха и његовог мађарског савезника. У служби пропаганде била је и манифестација освећења државне заставе које су одржаване у свим местима са задатком да се прикаже како је *Délvidek* поново постао део Мађарске.⁵²

Ратна пропаганда Независне Државе Хрватске на територији Срема

Стварањем квинслиншке творевине НДХ у њене територијалне оквире ушао је и Срем.⁵³ Настала како би служила ратним интересима сила Осовине, она је била организована по узору на Немачку и Италију. Самим тим, медији у НДХ су, као примарни задатак, имали вршење пропагандне делатности у оквиру општих ратних напора. Вођство усташког режима, спровођењем најстроже контроле медија, креирао је њихове садржаје, чиме је формирао јавно мњење. Реторика којом су се новинари, агенције и власти обраћале јавности апсолутно је била у функцији остварења политичких циљева режима. Током времена које је провео у емиграцији усташки вођа Анте Павелић посебно је ценио пропагандну делатност, дајући јој важно место у акцијама усташког покрета. Пропаганду је дефинисао следећим речима: „Промидџба – ми смо јој дали ту лијепу ријеч, прије се употребљавала једна ружнија – пропаганда – јест увијек, напосе у вријеме рата, оружје баш таково као и топови и као пушке. И ми знамо да се непријатељ тим оружјем баш у задње вријеме и најјаче служи”.⁵⁴

⁵¹ Александар Касаш, „Пресуда уредништву листа Нова пошта из новембра 1944. године који је излазио на ћирилици у Новом Саду за време Другог светског рата”, *Војвођански простор у контексту европске историје* (зборник радова ур. Владан Гавриловић), Филозофски факултет Нови Сад, Нови Сад, 2012, стр. 351-352.

⁵² А. Касаш, *Мађари у Војводини*, стр. 58.

⁵³ Првобитна идеја била је да се источни Срем задржи под немачком контролом све док је Србија под окупацијом. Усташко вођство, уз подршку немачког амбасадора у Загребу Зигфрида Кашеа извршила је притисак да се та област преда НДХ. Коначно 10. октобра 1941. године усташе су формално преузеле Земун, чиме се целокупна територија Срема нашла под њиховом контролом. З.Јањетовић, *н.д.*; стр. 103.

⁵⁴ Alan Labus, „Politička promidžba i kulturna revolucija u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj”, *Informatologia*, vol. 44 no. 3, (2011), Zagreb, str. 216.

Организација институција за вођење пропагандне делатности у НДХ отпочела је са њеним проглашењем, 10. априла 1941. године, када је формиран Хрватски државни новински уред са задатком да врши организацију, цензуру и надзор над свим штампаним медијима. Ово тело током маја 1941. године мења име у Хрватску извјештајну службу и заједно са Државним тајништвом за промицбу налазило се у надлежности усташке владе. До реорганизације послова пропаганде долази 24. јануара 1942. године, када се при влади формира Државни извјештајни и промицбени уред (ДИПУ), који ће октобра месеца променити име у Главно равнатељство за промицбу (ГРП). У надлежности ДИПУ била је општа државна и пропагандна служба, контрола свих штампаних медија и програма који су емитовале радио-станице. Под његовом ингеренцијом била је контрола, набавка и приказивање филмова, грамофонских плоча, одобравање изложбених поставки, организација међународних конгреса, те организација културне сарадње. Велика пажња била је посвећена организацији и контроли рада Хрватског круговала (Хрватски радио), Хрватског сликописа (Кроација филм) и Хрватског дојавног уреда *Кроација*. У свом раду ДИПУ је тесно сарађивао са усташким Министарством унутрашњих послова и Усташком обавештајном службом. Према унутрашњој организацији ДИПУ се делио на: Одсек за пропаганду, Одсек за инострану пропаганду, Одсек за штампу, Одсек за филм, Изложбено графички уред, Уред за фотографију, те испоставе у Сарајеву, Карловцу и Земуну која је покривала територију Срема.⁵⁵

Израда пропагандних плаката у НДХ спадала је у делокруг рада Изложбено графичког уреда који је окупио графичке уметнике, инжењере, декоратере и остало стручно особље. Примарна улога уреда била је израда, оцењивање и одобравање свих графичких, штампаних и ликовних идејних решења средстава пропаганде. Коришћена су средства попут плаката, летака, зидних новина, насловних страна у новинама, техничка опрема књига, ознаке државних институција, итд. Поред тога, уред је огранизовао декорацију за све јавне наступе у дворанама, као и на отвореном простору.⁵⁶

Први плакати били су у форми прогласа, великих димензија, постављени на улицама и градским трговима, са намером да информишу становништво о успостављању НДХ и првим одлукама усташких власти. У селима на територији Срема прогласи су били најчешће средство за обавештавање становништва. Прогласи нису служили за преношење порука и по томе су се разликовали од плаката. Мотиви на пропаганд-

⁵⁵ Одсек за пропаганду имао је задатак да онемогући пропагандну делатност тзв. државних непријатеља: комуниста, Јевреја, масона, те кругова блиских демократско-либералној политици, због чега је издавао чланке, брошуре, летке, плакате, књиге и зидне новине на темељу усташке идеологије; Одсек за инострану пропаганду имао је задатак да преко акредитованих новинара и агенција пласира у иностраној штампи прихватљиве информације о усташком режиму и Хрватској; Одсек за штампу је давао дозволе за издавање новина, надзирао је рад свих штампарија, редовно је извештавао јавност о раду усташког вођства и сл; Одсек за филм вршио је надзор над производњом домаћег филма и набављао стране филмове; Изложбено графички уред вршио је надзор над изложбама, оцењивао и бирао средства за пропаганду; Уред за фотографију имао је задатак да прикупља и чува фотографску грађу о вођству усташког покрета и животу хрватског народа. Alan Labus, *Politika i novine u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj, Plejada*, Zagreb, 2011, str. 26-32.

⁵⁶ Fadil Ademović, *Novinstvo i ustaška propaganda u Nezavisnoj državi Hrvatskoj: Štampa i radio u Bosni i Hercegovini 1941-1945*; Media centar, Sarajevo, 2000, str. 75.

ним плакатима у почетку су били везани за дешавања у Априлском рату; на карти је био приказан напад сила Осовине и формирање НДХ. Плакат је био пропраћен насловом *Успостава Независне Државе Хрватске и кукавичлук „Непобедиве Југославенске Армије”*. Елементе карикатуре срећемо на плакатима који приказују раскид заједничке државе Срба и Хрвата, где се потенцира чињеница да је НДХ протерала административно-управни апарат који су чинили српски чиновници и жандарми. Пропаганда која је вођена преко плаката у Срему била је усмерена против партизанског покрета и комунизма. Становништву су слате поруке да не дозволи да га заведу комунисти, јер хаос су доносили партизани, а за ред су гарантовале усташе. Партизани су поређени са болестима попут тифуса које је требало искоренити, а после акција чишћења Срема преко плаката се поручивало да је опасност уклоњена, а непријатељ уништен. Усташе су користиле сваку прилику да истакну своје савезништво са Трећим рајхом, а преко плаката вршила се добровољна мобилизација у усташке јединице које су се бориле на Источном фронту.⁵⁷

Водећи политички дневник у НДХ био је *Хрватски народ* који су усташе покренуле одмах по преузимању власти у Загребу. Према шаблону извештавања ових новина биле су организоване готово све остале новине. Од првог броја *Хрватски народ* је настојао да информира јавност о догађајима у земљи и свету, према инструкцијама које су свакодневно стизале од ДИПУ-а. Усташко вођство је настојало да таквим начином извештавања одржава у широј јавности симпатије за своју политику. Како би се то постигло *Хрватски народ* је користио журналистичку технику и графичку стилизацију, сензационалистичке наслове, боју, различито штампана слова, како би оставио што јачи утисак на читаоце. Веома често се на првој страници, као лајтмотив целог издања, истицала мисао усташког вође Анте Павелића, која је била одабрана из његових говора. На првим и последњим страницама налазиле су се фотографије које су читаоцу требале да дочарају снагу и непобедивост војске сила Осовине. Други по важности дневник у НДХ била је загревачка *Нова Хрватска*, док је међу становништвом Срема био читан *Хрватски лист*, дневне новине које су биле штампане у Осјеку. Ратни преокрет 1943. године и победе Савезника условиле су и промену у пропаганди која се вршила преко штампе. Текстови су покушавали да одвуку пажњу јавности са ратних тема, приоритет се имале анализе стања у привреди, истицао се сопствени ратни потенцијал и непријатељеви недостаци. Кратке и сажете вести са фронтова замениле су сложене анализе које су требале да убеди јавност у непобедивост Трећег рајха.⁵⁸

После проглашења НДХ једна од првих одлука односила се на одузимање кинематографске опреме од Срба и Јевреја. За потребе пропаганде снимају се филмске новости, а први снимљени материјал био је говор усташког вође Анте Павелића који је требало да покаже одушевљење хрватског народа новом влашћу. Филм се током ратног периода потпуно ставио у службу развијања култа личности Анте Павелића. Међу пропагандним филмовима снимљеним у НДХ посебно се истичу *Славље слободе* и *Стража на Дрини*. Они приказују усташког вођу Анту Павелића,

⁵⁷ За увид у изглед пропагандних плаката коришћених у НДХ-а видети: Stjepan Bekavac, Mario Jareb, *Politički plakati u NDH (1941-1945)*, Despot Infinitus, Zagreb, 2015.

⁵⁸ Alan Labus, *Politika i novine*, str. 38-43, 92-94.

хрватски народ, припаднике усташког покрета и немачког Вермахта. Филм *Стража на Дрини* је кроз приказ усташких заповедника и њихове борбе требало да прикаже усташку војску као моћну силу, способну да сломи партизански отпор. Народ је усташе на Дрини требало да види као непробојни бедем и заштиту од „барбара са Истока”. Партизани су у овом филму приказани као неуредни, деформисаних лица, са белим заставама. Тако приказане непријатеље, као нижа бића, није требало жалити приликом уништења, чиме су били оправдани свакодневни злочини које су усташе чиниле. Организација бесплатних пројекција филмова требало је да привуче што већи број људи којима је требало пренети пропагандне поруке. Усташе су за то користиле покретне пројекторе и обилазили места у којима није било биоскопа.⁵⁹

Холокасут у НДХ био је пропраћен филмом *Како се стварају изложбе* које су усташке власти приказивале као „просвјетни сликопис”. Његово приказивање био је неопредан увод у уништење готово свих Јевреја у НДХ током лета 1942. године. Филм је гледаоцима преносио стереотипе о Јеврејима као делу хрватске историје, али у интерпретацији усташа, где се, као једино решење, наметало њихово уништење ради спаса хрватског народа. Основна порука филма сводила се на то да „Јевреји раде против животних интереса хрватског народа” и како су увек били „у савезу са хрватским непријатељима, на крају и с њиховим највећим непријатељем: Србима”.⁶⁰

Партизанска пропаганда у Војводини

Полазна основа за поделу територије при окупацији Војводине била је њена национална структура. Због тога при одређивању карактера окупационог система у Војводини треба поћи од чињенице да су Немачка и Мађарска сматрале Банат и Бачку својим интегралним територијама. Политика коју су оне спроводиле почивала је на геноциду, денационализацији, репресији и етничком чишћењу. Овако осмишљеној политици усташки режим је у Срему додао и геноцид који је имао за циљ да српско становништво духовно и физички уништи. У таквим околностима развио се антифашистички покрет отпора на чијем челу су били припадници Комунистичке партије Југославије (КПЈ). Лета 1941. године у Војводини је формирано 12 партизанских одреда, са око 400 бораца, као и десетак партизанских група и десетина. Оружани отпор био је условљен специфичним географско-топографским карактеристикама Војводине. Равница и велики водени токови битно су утицали на развој оружаног устанка. До зиме 1941/42. године покрет отпора у Банату и Бачкој готово је био уништен, док је у Срему почетни отпор прерастао у масован устанак.⁶¹

⁵⁹ Daniel Rafaelić, *Kinematografija u NDH*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2013. str. 20-105.

⁶⁰ Филм је за тему имао припреме за организовање велике антијеврејске изложбе *Жидови—изложба о развоју жидовства и њиховог рушилачког рада у Хрватској прије 10. травања 1941. године. Решење жидовског питања у НДХ*. М.Кољанин, н.д; стр.49-51.

⁶¹ Политичка хомогенизација Срба у Срему током Другог светског рата није попримила националистички карактер, већ само југословенски и национално—ослободилачки. Због тога у Срему четнички покрет у војном смислу није постојао. Народ у Срему се окупљао око борбене и патриотске платформе коју су му нудили комунисти. *Војводина у Народноослободилачкој борби 1941-1945*, Алтернативна културна организација, Нови Сад, 2014, стр. 10-22.

Током рата излазио је лист *Слободна Војводина*, који је илегално покренуло руководство Народноослободилачког одбора Војводине, 15. новембра 1942. године. Први бројеви штампани су у илегалној штампарији на периферији Новог Сада. Лист је штампан на гештетнеру, а потом је илегалним каналима растуран по Војводини. После провале новосадске штампарије од стране мађарских окупационих власти, новембра 1942. године, лист је наставио да се штампа у Старом Врбасу и селу Параге, да би штампарија била пребачена на територију Срема. После ослобођења Војводине од окупатора лист наставља своје излагање у Новом Саду. У почетку је излазио као дневни лист на српском и мађарском језику. Мађарска верзија носила је назив *Szabad Vajdaság*, а касније је преименована у *Magyar Szó* (*Мађарска реч*).⁶²

Из времена Народноослободилачког рата сачувано је 9.520 публикација, почевши од књига, часописа, па све до памфлета и џепних новина. Оне су послужиле за потребе пропагандног рада којим је КПЈ стекла потребан ауторитет над партизанским борцима, који су већином били необразовани. Пропаганда се вршила свакодневно путем описмењавања, такмичења у издавању џепних новина, зидних новина и листова на нивоу чета, па све до дивизија. У њима је приказиван живот и рад у јединицама, због чега су биле прихваћене код бораца. На тај начин се најлакше преносила и прихватала комунистичка идеологија.⁶³

Подизање устанка против окупатора пред КПЈ је поставило питање организовања пропаганде и агитације међу народом и партизанима. Тај посао преузимају политички комесари који су се налазили у свакој партизанској јединици, почевши од формације чете. Развој агитационо-пропагандног апарата (Агитпроп) текао је упоредо са развојем Народноослободилачког покрета и народне власти.⁶⁴ Задатак Агитпроп-а био је да преко својих пропагандних установа држи под контролом целокупан политички, културни, просветни и научни живот на ослобођеним територијама. Апарат Агитпроп-а требало је да спречи покушаје непријатеља да културни живот становништва потчини својим интересима. У завршној фази рата КПЈ је приступила реорганизацији Агитпроп-а, када су настале комисије у свим партијским комитетима. Комисије су биле подељене на секторе: за штампу и агитацију, теоријско-предавачки, културни, организационо-технички и педагошки. Рад комисија Агитпроп-а одвијао се у виду спровођења линије и одлука КПЈ.⁶⁵

Пропаганда активност партизанског покрета отпора свој врхунац је доживела за време борби које су вођене на Сремском фронту (октобар 1944 – април 1945). Про-

⁶² Верзија листа на српском језику излазила је под именом *Слободна Војводина* све до краја 1952. године, а од 1. јануара 1953. године излази под именом *Дневник*. Исто, стр. 23-24.

⁶³ За партизанску штампу која је излазила у Војводини погледати: *Библиографија издања у Народноослободилачком рату: 1941-1945*, Војноисторијски институт, Београд, 1964.

⁶⁴ Агитпроп је настао по угледу на истоимено тело које је у СССР-у било задужено за вођење агитације и пропаганде међу народом, са циљем да обичном човеку објашњавају званичну политику партије. Пропаганда је при томе требала да утиче на разум, а агитација на емоције. А.Јазиф, н.д; стр. 195.

⁶⁵ У делокруг рада комисија је спадало организовање изложби, филмских пројекција, књижевних вечери, издавање књига и новина, организовање позоришних представа, организовање концерата. Љубодрог Димић, *Агитпроп култура: агитпропловска фаза културне политике у Србији : 1945-1952*, Рад, Београд, 1988, стр. 35-41.

паганда је имала пресудну улогу у вршењу мобилизације свих људских ресурса у позадини Сремског фронта, која је била предуслов за несметано обављање борби. Нови начин борбених дејстава за партизане, који је подразумевао фронтални и рововски рат, донео је велике губитке у људству. Један од првих задатака пропаганде био је да партизански борци прихвате нужност рововског укопавања. У ратној штампи на фронту велика пажња је посвећена организовању такмичења у копању ровова под паролем „Више зноја – мање крви”. Убрзо је територија Срема у непосредној ратној зони претворена у велико градилиште, где је у кратком року било ископано око 600 километара ровова по фронту и саобраћајница по дубини. До пробоја Сремског фронта у априлу 1944. године народ Срема је дао два милиона радних дана на пословима поправки аеродрома, пруга, друмова, брања кукуруза, копања ровова, превоза рањеника и војног материјала. За све те послове формирале су се радне чете, које су за одређено време морале да изврше постављени задатак. Кроз извођење задатака формирали су се и оспособљавали нови политички кадрови, најчешће кроз систем такмичења, и управо у таквим околностима изродила се позната парола „Све за фронт – Све за победу!”.⁶⁶

Четничка пропаганда у Војводини

Равногорски покрет на челу са генералом Драгољубом Михаиловићем током Другог светског рата није успео да формира своју организацију на територији Војводине. За ширење свог покрета равногорци су користили четничку традицију која је подразумевала одбрану српских интереса борбом. Таква традиција није била укореењена међу Србима у Војводини. Они су под четничким покретом подразумевали организацију која је деловала између два светска рата. У периоду јесен 1941 – пролеће 1942. године на простору Срема било је неколико покушаја да четници који су дошли из Србије организују своје јединице. Међутим, КПЈ је те покушаје пресекла, па су четници углавном прелазили у партизанске јединице. Фрушкогорски четнички одред који је деловао у околини села Черевих лета 1942. године уништен је ликвидацијом његових команданата.⁶⁷

Војводина је постојала у плановима организовања равногорских народних одбора, који су се територијално делили на покрајинске равногорске одборе. Одлуком Врховне команде Југословенске војске у отаџбини, јануара 1944. године, на чело Покрајинског одбора за Срем именован је пуковник Драгомир Радовановић, а за Бачку и Банат мајор Павле Грујић. Један од њихових задатака односио се и на развијање пропагандних активности. Тако је дошло до покретања Пропагандног одељења при Команди Војводине које су чинили Богдан Бојкић, др Бранко Мрвош и професор Спаса Благојевић. Заједно са неколико омладинаца бивши полицијски службеник Богдан Бојкић покреће лист *Војводина* који је у свом заглављу имао натпис „Орган Команде

⁶⁶ Предраг М. Вајагић, *Сремски фронт и контроверзе о њему*, рукопис магистарског рада, Филозофски факултет у Новом Саду, 2007, стр. 81-102.

⁶⁷ Ненад Лемајић, „Четници у Срему током прве две године народног устанка”, *Зборник Музеја Срема*, бр.4 (2000), Сремска Митровица, стр. 59–63.

Војводине Југословенске војске у отаџбини". Први број је одштампан 1. маја 1944. године, а укупно је изашло пет бројева, последњи 15. септембра 1944. године. Уводник првог броја насловљен „Прва реч” преноси читаоцима да је Војводина „ступила у редове бораца Југословенске војске у отаџбини”. Текстови су пружали подршку Равногорском покрету и одлукама Народног (Светосавског) конгреса, најављујући борбу за „духовни и морални препород” јавног живота.⁶⁸

Југословенска влада у Лондону је током рата настојала да утиче на догађаје у земљи тако што је убацивала пропагандни материјал уз помоћ британске авијације. Почетком 1942. године штампани су леци у којима се народ позивао да пружи подршку отпору. Такође, народу је требало улити веру у победу, уз обећање да ће жртве бити награђене. Летак је носио потпис „Петар II”, а планом његовог растурања била је обухваћена и територија Војводине. Из депеши које је генерал Драгољуб Михаиловић упутио председнику Краљевске владе Слободану Јовановићу сазнајемо да је део пропагандног материјала, септембра 1942. године, био избачен у околини Батајнице. Пропагандни материјал чиниле су слике краља Петра II Карађорђевића и новине, а читавом акцијом је „народ био дирнут”. Акције убацивања летака организоване су на важне датуме, а њихов садржај односио се на обележавање годишњица, попут 27. марта и 1. децембра, рођендане југословенског краља, Ускрс, или догађаје попут краљеве посете САД. Из авиона су бацане фотографије краља Петра II Карађорђевића, краља и Рузвелта, краља и краљице Марије, краља и Слободана Јовановића и фотографије генерала Драгољуба Михаиловића. Убациване су и новине *Службене новине југословенске краљевске владе* и *Југословенски гласник*, штампан у Каиру, као и *Победа* коју су штампали Британци и убацивали противно вољи југословенске краљевске владе.⁶⁹

Закључак

Ратна пропаганда на територији Југославије током Другог светског рата била је одређена циљевима које су окупатори поставили на запоседнутим територијама. Образац пропагандних активности окупатора и колаборантских режима био је преузет од Трећег рајха, где је ова делатност доживела свој врхунац под управом Јозефа Гебелса. Пропаганда на територији Војводине била је посебно интересантна јер се нашла у три различита окупациона система, што нам је дало могућност увида у глобални развој ратне пропаганде на локалном нивоу простора Бачке, Барање, Баната и Срема. Пропаганда коју је водила Немачка била је усмерена ка српском становништву. Њен циљ је био да га придобије за своје ратне циљеве, указујући да само тако може заслужити место у Хитлеровој „Новој Европи”. Као главне непријатеље српског народа немачка пропаганда је означила комунисте, Јевреје и Велику Британију. Мађарска ратна пропаганда је у почетној фази истицала да окупација

⁶⁸ Милан Б. Матић, *Равногорска идеја у штампи и пропаганди четничког покрета у Србији 1941-1944.*, Институт за савремену историју, Београд, 1995, стр. 55-80.

⁶⁹ Милан Терзић, „Југословенска краљевска влада и убацивање пропагандног материјала у земљу 1941-1943”, *Токови историје*, 4/2006, Београд, 2006, стр. 72-84

Бачке и Барање почива на њеном историјском праву. Затим је пропаганда послужила за правдање злочина над цивилним становништвом које су починили мађарски фашисти. Усташка пропаганда истицала је да НДХ почива на вери, домовини и поглавнику. Становништво Срема је константно било изложено пропаганди која је величала достигнућа усташког режима, док су њен главни непријатељи били Срби.

Партизански покрет је своју пропаганду организовао према совјетском моделу политичког и војног деловања у условима сталних борбених активности. Партизанска пропаганда није се ослањала на нова техничка достигнућа, попут филма и радио- програма, већ је деловала путем летка, личног обраћања, али и стварањем атмосфере страха од непријатеља.

За окупаторску пропаганду заједничка је тежња да становништво прихвати окупациони режим, при чему се успостављала потпуна контрола над информацијама. Фашистичка пропаганда на крају Другог светског рата у Европи доживела је потпуни пораз, али се неки од постулата њеног деловања, који су тада утемељени, користе и данас.

Литература

Извори

[1] *Библиографија издања у Народноослободилачком рату: 1941-1945*, Војноисторијски институт, Београд, 1964.

[2] *Дефинитивни резултати пописа становништва од 31. јануара 1921*, Сарајево, 1932.

[3] *Зборник докумената и података о народноослободилачком рату народа Југославије*, том XII, књ. 1, Документи Немачког Рајха, Војноиздавачки завод, Београд, 1973.

[4] *Злочини окупатора и њихових помагача у Војводини. I група масовних злочина: улазак мађарске војске у Бачку и Барању: 1941*, (приредио Драго Његован), Прометеј, Мало историјско друштво, Нови Сад, 2011.

[5] Музеј Војводине Нови Сад, Збирка плаката

Монографије

[1] Ademović Fadil, *Novinstvo i ustaška propaganda u Nezavisnoj državi Hrvatskoj: Štampa i radio u Bosni i Hercegovini 1941-1945*; Media centar, Sarajevo, 2000.

[2] Bekavac Stjepan, Jareb Mario, *Politički plakat u NDH (1941-1945)*, Despot Ininitus, Zagreb, 2015.

[3] *Војводина у Народноослободилачкој борби 1941-1945*, Алтернативна културна организација, Нови Сад, 2014.

[4] Голубовић Звонимир, *Рација у јужној Бачкој 1942. године*, Историјски музеј Војводине, Нови Сад, 1992.

[5] Димић Љубодраг, *Агитпроп култура: агитпроповска фаза културне политике у Србији: 1945-1952*, Рад, Београд, 1988.

[6] Касаш Александар, *Мађари у Војводини 1941-1946*, Филозофски факултет, Нови Сад, 1996.

[7] Кресо Мухарем, *Њемачка окупациона управа у Београду 1941-1944*, Историјски архив Београда, Београд, 1979.

[8] Labus Alan, *Politika i novine u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj*, Plejada, Zagreb, 2011.

[9] Матић Б. Милан, *Равногорска идеја у штампи и пропаганди четничког покрета у Србији 1941-1944.*, Институт за савремену историју, Београд, 1995,

- [10] Милосављевић Оливера, *Потиснута истина: колаборација у Србији 1941-1944*, Хелсиншки одбор за људска права у Србији, Београд, 2006.
- [11] Михаиловић Вуко, *Пропаганда и рат*, Војноиздавачки завод, Београд, 1984.
- [12] Николић Коста, *Немачки ратни плакат у Србији 1941-1944*, Бонарт, Нова Пазова, 2000.
- [13] Попов Чедомир, *Од Версаја до Данцига*, Службени лист СРЈ, Београд, 1995.
- [14] Rafaelić Daniel, *Kinematografija u NDH*, Naklada Ljevak, Zagreb, 2013.
- [15] Рокаи Петар, Ђере Золтан, Пал Тибор, Касаш Александар, *Историја Мађара*, Клио, Београд, 2002.
- [16] Спасовић Б. Ивана, *Страдања у Панчеву и Јабуци за време Другог светског рата*, Историјски архив Панчева, Панчево, 2012.
- [17] Хајма Лajos, *A Katonai felderítés Hírszerzés története, egyetemi jegyzet*, Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem, Budapest, 2001.
- [18] Шајти Енике, *Мађари у Војводини: 1918-1947*, Форум, Нови Сад, 2010.

Стручни радови

- [1] Баровић Владимир, Парлица Дејан, „Ширење националсоцијалистичке пропаганде на територији Дунавске бановине током 1940. године”, *Војно дело*, год. 63, бр. 3 (2011), Београд, стр. 453-465.
- [2] Баровић Владимир, „Улога новинара и медија у обавештајно-пропагандном ангажовању различитих група пред напад на Краљевину Југославију 1941. године”, *Култура полуса*, год. XIII, бр. 29 (2016), Нови Сад, стр. 31-44.
- [3] Булајић Владимир, „Станислав Винавер у Берлину. Из извештаја дописника Централног пресбирора 1919-1934”, *Архив: часопис Архива Југославије*, год. III, бр. 3, (2002), Београд, стр. 109-121.
- [4] Вајагић М. Предраг, „Формирање Дунавске бановине”, *Споменица Историјског архива „Срем”*, год. 8, бр. 8 (2009), Сремска Митровица, стр. 128-145.
- [5] Вајагић М. Предраг, „Мобилизација нације–пропаганда у Великом рату”, у: *Архив, медији и култура сећања у Првом светском рату*, (тематски зборник уредници Мирослав Јаћимовић, Драгана Ћирјаковић), Архив Војводине, Нова мисао, Нови Сад, 2014, стр.37-56.
- [6] Вајагић М. Предраг, „Ратни зајмови Аустроугарске на простору Војводине 1914-1918”, у: *Учешће добровољаца и улога цивилног становништва у Првом светском рату*, (тематски зборник уредници Мирослав Јаћимовић, Драгана Катић) Архив Војводине, Нови Сад, 2016, стр. 139-155.
- [7] Гаџиновић Радослав, „Пропаганда у људском друштву”, *Војно дело*, год. 64, бр. 1, (2012), Београд, стр. 205-215.
- [8] Gergely Paál, „Kommunikációs, II. világháborús plakátok”, *Bolyai Szemle*, XVII. évf. 1. szám, Budapest, pp. 7-32.
- [9] Јазић Александар, „Пропаганда у Другом светском рату”, *Нова српска политичка мисао*, vol. XVIII no. 3-4, (2010), Београд, стр. 189-208.
- [10] Janjetović Zoran, „Borders of the German occupation zone in Serbia 1941-1944”, *Recueil de Travaux / Académie serbe des Sciences et des Arts, Institut de géographie „Jovan Cvijić”*, (editor Vesna Lukić), Vol. 62, no. 2 (2012), Belgrade, p. 93-117.
- [11] Касаш Александар, „Пресуда уредништву листа Нова пошта из новембра 1944. године који је излазио на ћирици у Новом Саду за време Другог светског рата”, *Војевођански простор у контексту европске историје*, (зборник радова ур. Владан Гавриловић), Филозофски факултет Нови Сад, Нови Сад, 2012, стр. 349-355.

[12] Кољанин Милан, „Филмска пропаганда–увод у холокауст“, *Годишњак за друштвену историју*, Год. 7, бр. 1 (2000), Београд, стр. 35-51.

[13] Крејаковић Силвија, „Плакат као музеалија“, *Наша прошлост*, (зборник радова ур. Драган Драшковић, Радомир Ристић), бр.7, (2006), Краљево, стр. 175-194.

[14] Labus Alan, „Politička promidžba i Kulturna revolucija u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj“, *Informatologia*, vol. 44 no. 3, (2011), Zagreb, str. 214-220.

[15] Ненад Лемајић, „Четници у Срему током прве две године народног устанка“, *Зборник Музеја Срема*, бр.4 (2000), Сремска Митровица, стр. 59–63.

[16] Маловић Гојко, „Српска запажања мађарских културних достигнућа између два светска рата“, *Зборник Матице српске за друштвене науке*, бр. 149 (2014), Нови Сад, стр. 875-900.

[17] Николић Мирјана, „Улога радиофоније у свакодневном животу Београда током Другог светског рата (1941-1944)“, *Зборник радова Факултета драмских уметности*, (ур. Мирјана Николић), бр. 28 (2015), Београд, стр. 143-163.

[18] Опра Јелена, „Изборна кампања Милана Стојадиновића 1938. године“, *Архив: часопис Архива Југославије*, год. II, бр. 2, (200), Београд, стр. 171-183.

[19] Симић Бојан, „Агенција Авала“, *Зборник Матице српске за историју*, бр. 75-76, (2007), Нови Сад, 75-91.

[20] Симић Бојан, „Организација државне пропаганде у Европи током тридестих година 20. века. Упоредна анализа Пољске и Југославије“, у: *Југословенско-пољски односи у XX веку*, (зборник радова, уредници Момчило Павловић, Andrzej Zaćmiński, Драгомир Бонцић), Београд, 2015, стр. 93-106.

[21] Skočilić Jasmína, „Usporedba državne propagande u Njemačkoj i Velikoj Britaniji tijekom Drugog svjetskog rata“, *Pro tempore: časopis studenata povijesti*, br. 7, (2007), Zagreb, str. 31-39.

[22] Терзић Милан, „Југословенска краљевска влада и убацивање пропагандног материјала у земљу 1941-1943.“, *Токови историје*, 4/2006, Београд, 2006, стр. 72-84.

[23] Horvat Ivan, „Leni Riefenstahl–Ubojice kroz oči umjetnice“, *Essehist: časopis studenata povijesti i drugih društveno-humanističkih znanosti*, br. 1, (2010), Osjek, str. 33-38.

[24] Šiber Ivan, „Ratna propaganda“, *Politička misao: časopis za politologiju*, vol.29 no.1, (1992), Zagreb, str. 89-106.

[25] Шћекић Раденко, „Рат и пропаганда - историјски осврт, примјери и анализа“, *Војно дело*, год. 64, бр. 3, (2012), Београд, стр. 389-401.

Магистарски радови

[1] Антоловић Михаел, *Политика немачке мањине у Дунавској бановини*, рукопис магистарског рада, Филозофски факултет у Новом Саду, 2008.

[2] Вајагић М. Предраг М. Сремски фронт и контроверзе о њему, рукопис магистарског рада, Филозофски факултет у Новом Саду, 2007, стр. 81-102.

[3] Николић Горан, *Друштвена обележја немачке националне мањине у Војводини у периоду 1918-1929. године*, рукопис магистарског рада, Правни факултет у Новом Саду, 1992.

Каталози изложби

[1] Менеша Кристина, *Ратна пропаганда у Војводини: 1941-1945*, каталог изложбе, Музеј Војводине, Нови Сад, 2011.