

МИЛАН СТОЈАДИНОВИЋ И ПРЕДИЗБОРНА ПРОПАГАНДА 1938.

Изборе из 1938. године пратила је веома развијена изборна пропаганда. Њени методи и техника ширења и популаризовања идеологије и програма Југословенске радикалне заједнице, објашњавања и тумачења циљева и задатака, величања постигнутих резултата, по много чему превазилазили су пропагандне кампање са ранијих парламентарних избора. Више је елемената којима се то може објаснити: сазревањем схватања да се у неизвесној политичкој борби треба заложити за придобијање сваког гласача путем директног пропагандног утицаја на његову свест; развојем технологије масовних медија (штампа, радио, филм, изложбе, плакати, леци, употреба авијације у пропагандне сврхе), који су ефикасност пропаганде многоструко увећали; применом искустава до којих се дошло у теорији и практичној примени пропаганде и агитације у земљама са тоталитарним уређењем (Немачка, Италија) — где се тим путем није вршио само утицај већ и контрола над мишљењем и јавним мњењем; чињеницом да је економски прогрес омогућавао знатнија финансијска средства за извођење пропагандне активности него што је то био случај ранијих година. Њихов заједнички циљ био је да се јавно мњење у Краљевини Југославији, као колективна мисаоно-емоционална реакција највећег дела друштва, што више приклони Милану Стојадиновићу и Југословенској радикалној заједници, прихвати идеологију ЈРЗ, модификује се према потребама те идеологије и на изборима тој и таквој политици да свој глас. Утичући низом „обрабених“, „изфилтрираних“, „тенденциозних“, „једностраних“, „прерабених“, „изабраних“, а често и „вешто прећутаних“ информација, пропагандна делатност владе Милана Стојадиновића ишла је за тим, не да нуди објашњења и обавештења о своме раду (како се свуда истиче), већ да утиче како на рационалну тако и на емоционалну област психе гласача, на идеологизовање њихове свести. Идеализован, идиличан и хармоничан живот у Краљевини Југославији прокламован у пропагандном материјалу био је у супротности са стварношћу бременитом тешкоћама, кризама, неповерењем.

Чињеница да је као председник Краљевске владе био у прилици да спроводи парламентарне изборе 1938. године пружала је Милану Стојадиновићу могућност да у службу своје предизборне пропаганде стави, поред страначке организације ЈРЗ, целокупни државни апарат, масовне медије, чиновништво, југословенска удружења и организације, да целокупну активност потпомогне материјалним средствима која су у буџету имала сасвим другу намену.

На прибирању података и изради појединих пропагандних публикација, карата, графикана, фотографија, радили су читави сектори у министарствима, или су по службеној дужности за то били задуживани појединци (Две године владе Милана Стојадиновића; Три године владе Милана Стојадиновића; изложба „Три године владе Милана Стојадиновића“). Посебан значај у пропаганди имала је установа Централног прес-бироа, која је „превентивном цензуром“ утицала на то како треба да се пише у штампи, одређивала теме, чак имала могућност да одређује које ће се фотографије објављивати, где ће се штампати говори, где поздравни чланци. Пропагандну делатност вршила је и агенција „Авала“. Не треба заборавити да је и сама функција коју је М. Стојадиновић носио (председник Краљевске владе) утицала на то да се све његове активности прате и бележе, говори штампају и преносе, да се пише о његовим путовањима, да се сваки нови изграђени објекат који је он отворио те 1938. године ставља у функцију пропаганде. О утицају те спонтане пропаганде, свакодневно присутне на страницама целокупне југословенске штампе, независно да ли се делатност М. Стојадиновића глорификује у коментарима или само бележи, готово је немогуће судити.¹

Иако државна и режимска странка, ЈРЗ ни у изборној години није успела да се чвршће укорени у народу и потпуно организационо изгради. Привилегије које су њени чланови имали, као и чињеница да је настала вољом државног врха, нису могле да уклоне поделу на радикале, босанско-херцеговачке муслимане и словеначке клерикалце, који у оквиру ЈРЗ нису изгубили своју индивидуалност. Тиме се може објаснити да је део пропаганде који се одвијао преко ЈРЗ у самом начину на који је то чињено, традицијама на које се позивао, акцентима који су истицани као основ политике М. Стојадиновића, ангажованости појединаца или институција у раду, паролама, пропагандној техници, имао јасно изражене особености у појединим

¹ Наводимо тираже десет најтиражнијих југословенских листова са чијих се страница посредно или непосредно вршила пропаганда делатности М. Стојадиновића (то регулишу Закон о штампи и ЦПБ): у Београду — „Политика“ (145.700), „Време“ (65.000), „Правда“ (45.000); Загреб — „Новости“ (23.400), „Јутарњи лист“ (21.000), „Хрватски дневник“ (16.000); Марибор — „Вечерник“ (20.000); Љубљана — „Јутро“ (18.000) и „Словенец“ (17.500), Сарајево — „Југословенска пошта“ (15.000), итд.

деловима земље, већ у зависности од тога да ли у државној странци на том простору доминирају радикали, СЛС или ЈМО.

При главном одбору ЈРЗ у Београду постојала је Секција за унутрашњу политичку акцију и пропаганду, која је у изборној кампањи на парламентарним изборима 1938. била својеврстан „штаб“ за вођење избора. Ту су се стицале све информације о расположењу гласача, стању у изборним срезovima, пропагандни материјал опозиције, извештаји банова и нижих чиновника, предлози и сугестије како усмеравати изборну кампању, на једној страни, и истовремено формулисала изборна стратегија и тактика, регулисао интензитет кампање, одређивале зависно од терена и ситуације најадекватније пропагандне форме, водило рачуна о особеностима појединих крајева и региона, путем упутстава, брошуре, директива, пропагандног материјала комуницирало са чланством, усклађивао пропагандни рад свих организација ЈРЗ, на другој.

У делокругу рада Секције за унутрашњу политичку акцију и пропаганду, на чијем је челу Драгиша Цветковић, било је планирање места и времена одржавања предизборних говора на којима је учествовао и М. Стојадиновић, целокупан поступак око прикупљања података, осмишљавања, израде и дистрибуције пропагандног материјала (плаката, летака, брошуре, слика, значака), снимања и приказивања предизборног пропагандног филма, припремања и постављања широм земље пропагандне изложбе, организовања радио преноса, њиховог озвучивања и слушаности, вођење бриге и надзора о писању штампе. Слањем „Упутства за практично извођење партијске пропаганде“ Секција је настојала да сви бановински, срески, месни одбори ЈРЗ у партијској пропаганди буду једнообразни и да се на тај начин превлада неизграђеност и подвојеност у организацији ЈРЗ. Инсистирало се да се у свим партијским просторијама постави портрет Милана Стојадиновића, детаљно се регулисало (сликом и текстом) како треба украшавати места где ће се одржавати зборови ЈРЗ и друго. Једнообразност је постојала и када је реч о паролама које је требало да буду исписане преко слика Вође (Мир на границама; Добре финансије — добра политика; Његовом заслугом — обезбеђен радник; Ојачао народну одбрану; Творац народне индустрије; претеча моторизације земље; Остварио пензионо осигурање радника; Национализовао тешку индустрију; Подигао вредност динару; Заштитник радника; Син Шумадије — јунак без страха; За Југославију живи и мре; Он је за омладину; Он није Милан него Срећко; Гради луке и бродове; Творац социјалне обнове; Изграђује друмове — обезбеђује одбрану; Одужио се витезима Караборћеве звезде; Његова је политика — недељива Југославија; Сваки наш корак — корак напред; Не дам да се жито предаје у бесцење; Напред без предаха; Југословенски челик — Југославији; Југословенско злато — Народној банци; Одлучном и Бог помаже; Зна Милан шта ради; 220 милиона за

силосе; 520 милиона за путеве; За воду: Здраво!; Рат није био наш програм; Сачували смо Југославију; Догађаји и чињенице — највеће признање; Хоћемо споразум — али не по сваку цену; Живела Југославија; Живео вођа др Стојадиновић; Живела ЈРЗ), што је веома сугестивно деловало.²

Поред секција за пропаганду у Главном одбору ЈРЗ, пред парламентарне изборе 1938. године створене су секције за пропаганду у бановинским, среским, месним одборима и пододборима или су за тај посао задуживани истакнути појединци (најчешће председници или потпредседници у одборима или пододборима и посланички кандидати) са којима је контактирала секција при главном одбору или често и сам Милан Стојадиновић шаљући им новчану помоћ, пропагандни материјал и упутства за рад.³ На тај је начин Секција за унутрашњу политичку акцију и пропаганду, упутила организацијама ЈРЗ и својим посланичким кандидатима упутства за агитацију, упутства за одржавање зборова, упутства за говорнике, упутства за пропаганду лецима, плакатима и броштурама. У извештају Главног одбора ЈРЗ наводи се да су као пропагандна упутства упућена 8.450 писама, а од пропагандног материјала 12.886 пакета тешких 164.425 kg, као и 1.220.000 плаката и 7.200.000 летака.⁴ При том је вођено рачуна да пропагандни материјал, већ у зависности од локалних прилика, погоди праву суштину ствари, па су тако у Босанску крајину ишли леци о Петру Живковићу, у Војводину леци о војвођанском фронту и Дуди Бошковићу, у Хрватску леци који су дискредитовали Удружену опозицију. Српским бирачима скретана је пажња на „презир хрватског народа“ према државним знамењима, указивано на апсурд „да се на листи др Мачека кандидују бивши српски министри, бивши југословенски председници и бивши генерали“, позивани су „хероји Цера и Кајмакчалана и синови палих српских војника“ да одговоре на увреде Дана уједињења, да не дају свој глас Мачеку који хоће да распарча Југославију и створи „слободну и независну Хрватску“, позивани су да изрекну пресуду „изродима и излапелим политичарима“. Многи пропагандни материјали имали су подсмешљив, чешће циничан карактер, па су тако „позивани“ гласачи да гласају за В. Мачека, зато што он хоће комадање државе, да гласају за бивше диктаторе Петра Живковића или за Богољуба Јевтића, Вељу Поповића, Драгутина Којића који су својим „режимом и терором много задужили народ“, да гласају за листу коју свестрано

² АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писма М. Стојадиновића Драгиши Цветковићу од 13. и 18. 10. 1938.

³ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Месни одбор ЈРЗ у Београду, Писмо М. Стојадиновића од 22. 10. 1938. године Милораду Иванићу потпредседнику XXIV пододбора — Београд.

⁴ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Извештај Секције за пропаганду Главног одбора ЈРЗ од 12. 12. 1938.

помажу социјалисти и комунисти, који хоће да у земљи направе хаос и да ова побе путем Шпаније.⁵ На лецима и плакатима водило се рачуна о језику (српскохрватски, словеначки, немачки, мађарски и други), писму (ћирилица, латиница), сликовним представама где су фигуре људи приказиване у одређеној народној ношњи, сликао посебан тип куће, или неки други национални детаљ, што све није било занемарљиво. При подели партијских значака и фотографија „Вође“ водило се рачуна о материјалним приходима чланова.

У раду Секције за унутрашње политичку акцију и пропаганду активно је учествовао и Милан Стојадиновић. Својим консеквентним предлозима, примедбама и практичним упутствима он је контролисао и усмеравао рад Секције. Знајући значај пропаганде М. Стојадиновић је инсистирао да се из брошуре и плаката избаце сувишни детаљи, са образложењем да нису погодни за широке масе, и да се наглашавају само најбитније ствари које сутествито делују и које се памте, као што су: смањење пореза, буџетски вишкови, смањење државног дуга иностранству, потенцирање да је његова влада и он по први пут створила домаће новчано тржиште, да је омогућила нове зајмове за јавне радове, да је и да ће унапредити и освежити целу земљу, да је смањила камате код Народне банке, да се приступило ковању народног злата у земљи, да је влада повећала златну подлогу новца и друго.⁶

Своју изборну кампању Милан Стојадиновић почео је званично 16. 10. 1938. године у великој дворани Главног одбора ЈРЗ, говором који је преносила и радио-мрежа у Југославији. Том приликом он је истакао и основну паролу своје изборне пропаганде: „Није то први пут да једна влада врши изборе у овој земљи, али је први пут у историји избора код нас, да Влада не излази пред бираче са пустим обећањима или са празним речима, већ излази са свршеним делима.“⁷ Од тог момента, под паролом „дела говоре“, отпочела је пропагандна активност која је на једној страни имала циљ да образложи основне циљеве ЈРЗ а на другој да покаже шта је све и упркос чему до тог момента учињено (Мир на границама; Влада М. Стојадиновића за наше село и нашег сељака; Социјална сарадња а не класна борба; Привредни план М. Стојадиновића и стварне основе народног благостања; Рад на просвећивању народа; Железнице у служби народне привреде; Старање за народно здравље; Влада М. Стојадиновића повратила је поверење народа у државне финансије и створила огромна финансијска средства

⁵ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Удружена опозиција, летак „Срби“ штампан у тиражу од 15.000 примерака, летак о Мачковом збору у Загребу у тиражу од 25.000 примерака, летак „Браћо“ у тиражу од 25.000 примерака, летак „Гласај за Удружену опозицију“.

⁶ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писма М. Стојадиновића Драгиши Цветковићу од 13. и 18. 10. 1938.

⁷ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића.

за унапређење земље; Приход од сточарства повећан је за преко 3 милијарде годишње; За три године дато је преко 7 милијарди за јавне радове; Др М. Стојадиновић и препород југословенске индустрије) и шта још треба урадити, што је само по себи сугерисало да то треба да учини (да настави започето дело) иста влада.⁸ Пропагандна тактика састојала се у следећем: „Почети поступно и полако у почетку, тихо, па све јаче и јаче тако да и употреба аргумената и штампање летака и држање конференција буде најинтензивније тек неколико дана пред изборе, када се треба сручити свом снагом на противника. Не треба према томе сувише рано испуцати све аргументе, већ оставити јачину ударца да непријатељ осети пред сам дан избора, тако да нема кад да се прикупи и освести.“⁹

На парламентарним изборима 1938. године коришћене су многе форме пропагандног рада које су употребљаване и на претходним изборима, али оне нису имале тај обим и садржај, а било је и неколико, по први пут у Југославији у предизборне сврхе употребљених, пропагандних медија.

Посебно место од великог пропагандног значаја у изборној кампањи ЈРЗ заузимали су зборови и приредбе на којима је учествовао Милан Стојадиновић и говори које је том приликом држао. С обзиром на функцију коју је обављао ти говори објављивани су у целокупној југословенској штампи, на радио-таласима, у броштурама, као текстуална допуна лецима, плакатима, фотографијама. Пропагандни карактер имају сви говори које је М. Стојадиновић одржао током 1938. године приликом пуштања у рад значајних објеката индустријализације земље: електролизе у Бору, фабрике алуминијума у Лозовику код Шибеника, фабрике сумпорне киселине „Зорка“ у Шапцу, стављање у погон полуте за насипање леве обале на ушћу Саве за стварање нове проширене престонице (Новог Београда), погона за ново београдско пристаниште у бродоградилушту Српског београдског друштва на Чукарици, нове Државне ковнице металног новца у Толчидеру, хидроцентрале на реци Трески код Скопља, крштењу првог ратног брода „Загреб“ израђеног у бродоградилушту у Сплиту, посвећења темеља новим гимназијама у Приштини и Требињу, пуштања у промет пруте Билећа—Никшић и пута Колашин—Бијело Поље и друго. Публицитет има обилазак сваке фабрике и индустријског предузећа где одржава конференције за штампу.¹⁰ Незванично,

⁸ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Пропагандне брошуре у издању Главног одбора ЈРЗ, Секције за пропаганду.

⁹ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Месни одбор ЈРЗ за град Београд, Писмо М. Стојадиновића председнику XXIV пододбора ЈРЗ Милораду Иванићу.

¹⁰ С. Буровић, *Државна интервенција у индустрији Југославије 1918—1941*, Београд, 1986, стр. 276—280; „Време“, бр. 5911, 6. 7. 1938; бр. 5912, 7. 7. 1938; бр. 5977, 10. 9. 1938; бр. 5978, 11. 9. 1938; бр. 5979, 12. 9. 1938; бр. 5981, 14. 9. 1938.

своју изборну пропаганду Милан Стојадиновић отпочео је првих дана јула 1938. године приликом своје посете Јужној Србији (Македонија и Косово). У Скопљу је први пут истакнуто да ће се будући избори и пребројавање гласова извршити на бази „за“ и „против“ политике која је вођена за ове протекле три године и да тај тренутак влада М. Стојадиновића дочекује „ведра чела и уздигнуте главе“. Боравак на Косову (у Приштини и Грачаници) добио је публицитет као прва званична посета председника владе овим областима.¹¹ Средином јула отпочела је турнеја Милана Стојадиновића по северном приморју (Сушак, Бакар, Краљевица, Нови, Паг, Карлобаг, Крк). У Сплиту је посебно истакао три питања, око којих тренутно са др Влатком Мачеком не жели да полемише: 1) питање монархије и династије; 2) питање народног и државног јединства; 3) питање промене устава, што је у суштини чинило окосницу програма ЈРЗ. Са великом пажњом и пропагандном активношћу праћен је боравак Милана Стојадиновића у Дубровнику, Цавтату, Бару, Херцег Новом, Котору, Сутомору.¹² Друге недеље септембра председник владе посетио је Сарајево, Требиње, Никшић, Колашин, манастир Острог, Бијело Поље, Мојковац. Нису остала незапажена и два одласка на Блед и консултације које је водио са кнезом Павлом Караборђевићем.¹³ Сва ова питања у својој суштини су прави почетак изборне пропагандне кампање Милана Стојадиновића. Те области након расписивања избора (11. 10. 1938) он више није посећивао.

У предизборној кампањи (од 11. 10. 1938. до 11. 12. 1938) Милан Стојадиновић одржао је осам предизборних говора.¹⁴

Пропаганда преко филма у предизборној борби, била је, поред других значајних видова пропаганде, још један битан чинилац кампање Милана Стојадиновића који је остао недоступан опозицији. Снимање пропагандног филма почело је 2. новембра 1938, када су у дворани Главног одбора ЈРЗ снимљени говори министара Стошовића и Јанковића. Наредних дана снимљени су говори министара М. Крека, Д. Цветковића, Ч. Никитовића, Кобалина, где су обухваћена основна питања на којима је своју пропаганду темељио М. Стојадиновић (о селу, сељаштву, земаљској одбрани, трговини, подизању цена земљорадничких производа).¹⁵ При снимању пропагандног филма, изрази скице

¹¹ „Време“, бр. 5911, 5912, од 6. и 7. 7. 1938.

¹² „Време“, бр. 5919—1937, од 14. 7. 1938. до 2. 8. 1938.

¹³ „Време“, бр. 5977—5983, од 10. до 16. 9. 1938. године.

¹⁴ 16. 10. 1938. у Београду; 30. 10. 1938. у Неготину; 6. 11. 1938. у Петровграду; 13. 11. 1938. у Новом Саду; 20. 11. 1938. у Босанском Новом; 27. 11. 1938. у Бијелини; 8. 12. 1938. у Љубљани; 9. 12. 1938. у Београду.

¹⁵ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писмо Градимира Козомарића, шефа филмске секције Главног одбора ЈРЗ, М. Стојадиновићу од 3. 11. 1938.

плаката и штампању плаката М. Стојадиновић је добио значајну стручну и материјалну помоћ из Немачке.¹⁶

За потребе пропагандног филма М. Стојадиновић је снимио, у просторијама Главног одбора ЈРЗ, делове из свог првог предизборног говора од 16. 10. 1938, а у просторијама Народне скупштине одломке из Декларације од 4. 7. 1933. године.¹⁷ Избор је сачињен тако да што ефектније делује, како би се што ефикасније утицало на расположење гласача.¹⁸

Пропагандни филм „Путем препорода — Југославија јуче и данас“, дистрибуиран је и приказиван од краја новембра па до 10. децембра 1938. године широм Краљевине. Из политичких разлога филм није приказиван у Запребу, Сиску, Вараждину, Карловцу, Огулину, Славонском Броду, Дубровнику и Алексинцу. У Београду је филм приказиван 26. и 27. 11. 1938. у тринаест биоскопа. Извештаји које су слали курири Секције за филм говоре о успешном пријему филма код гледалаца и великој посети. До мањих негодовања дошло је у Сплиту, Шибенику,

¹⁶ При снимању пропагандног филма и његове монтаже учествовала је немачка филмска екипа на чијем је челу био барон Von Wolzogen. У самој Немачкој, у обради снимљеног материјала учествовали су: Stabsleiter Arno Schickedanz, reichsamttsleiter Walter Malletke, SS-hauptsturm-Führer Wilhelm Weisner и други. Из Немачке је, као поклон, дарован Главном одбору ЈРЗ пропагандни филмски плакат штампан у 1 милион примерака. За учињене заслуге Baron von Wolzogen одликован је орденом Св. Саве II степена. (АЈ. Фонд-37 Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писмо Секције за спољну пропаганду ЈРЗ М. Стојадиновићу од 2. 11. 1938, Писмо Градимира Козомарића М. Стојадиновићу од 3. 11. 1938.)

¹⁷ Говор (Декларација од 4. 7. 1935.) био је адаптиран за потребе пропагандног филма. У њему су изостављени они делови Декларације пред Народном скупштином у којима М. Стојадиновић обећава доношење нових закона о удружењима и изборима и уопште о демократизацији земље. Он гласи: „Образована путем високог поверења Краљевског Намесништва, влада којој имам част да председавам стараће се нарочито о земљорадницима, о равнотежи у државном буџету, о чувању народног новца и пружиће пореске олакшице за све слојеве народа и заложити се за оживљавање целокупне привредне радности у земљи. Жеља је Краљевске владе да се на свим странама и у свим правцима осети једно ново, здраво, свеже струјање животне снаге државе и народа. Аманет који нам је оставио Витеншки краљ Александар Ујединитељ, остављен је целом југословенском народу и ми сви имамо дужност да тај аманет чувамо и очувамо.“ (АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писмо Градимира Козомарића М. Стојадиновићу од 3. 11. 1938.)

¹⁸ Филм је био и покушај задобијања што већег поверења и подршке у Немачкој. Пробном приказивању снимљеног материјала у Берлину присуствовало је више истакнутих нацистичких функционера. Делови филма на којима се М. Стојадиновић види у пратњи своје омладине поздрављен фашистичким поздравом или завршна секвенца филма када се узвикује „Хајл Хитлер“ са уздигнутом руком (ти делови приказани су само у Берлину) сигурно су утицали да се у Берлину учврсти поверење у Стојадиновића и пошалу инструкције немачкој мањини да се на изборима гласа за његову листу. (АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писмо шефа филмске секције М. Стојадиновићу од 13. 11. 1938.)

Сарајеву, а протеста је било и у појединим београдским биоскопима. Ради обиласка села коришћен је и аутомобил Секције за пропаганду Главног одбора ЈРЗ са монтираном кинооператерском опремом за приказивање, чиме је постигнута велика ефикасност.¹⁹

У пропагандне сврхе отворена је 2. 10. 1938. у уметничком павиљону „Двијета Звзорић“ изложба „Три године владе М. Стојадиновића“. Њен задатак био је да не буде „само осврт на пребени пут“, већ истовремено и „поглед у будућност“. На изложби су изложене географске карте, фотографије, графикани, натписи, статистички подаци, модели и макете подељени по ресорима са циљем да се, упоређивањем стања из 1935. и 1938. године, прикажу „велики успеси“ владе Милана Стојадиновића, од пољопривреде, саобраћаја, индустрије, финансија, сарадње са суседима и мира на границама па до побољшања социјалних, здравствених, просветних и културних услова живота.²⁰

Све је било пропраћено цитатима из говора М. Стојадиновића, као и цитатима из изјава страних државника и политичара о раду владе М. Стојадиновића и односа њихових државника са Југославијом (изјаве Мусолинија, Геринга, Идна, Метаксаса и других).

У Београду је изложба била отворена 11 дана, а затим је постављена у Новом Саду, Бања Луци, Сарајеву, Крагујевцу, Нишугу и Скопљу. У свим тим градовима изложбу је отварао шеф Централног прес-бироа др. Коста Луковић. У његовим говорима посебан акценат је на локалним приликама у тим крајевима, што је била својеврсна допуна изложби. Подаци говоре да је изложбу посетило око 200.000 посетилаца. Тако велики број посетилаца тешко да би могао да се окупи и на десетак зборова, а сугестивна моћ изложеног материјала била је веома ефикасно пропагандно средство, због чега је и министарство саобраћаја давало попуст на железници од 50% само да би привукло што више посетилаца на изложбу.²¹ На свом путу кроз Југославију стратегији пропагандне изборне акције сматрали су да изложбу не треба приказати у Зетској, Приморској, Савској и Дравској бановини.

¹⁹ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Извештај о пријему филма код публике од 2. 12. 1938.

Своју помоћ у изборној кампањи нудила је М. Стојадиновићу и Италија, предлажући преко аташеа за штампу италијанског посланства да специјална екипа са опремом за тонфилмско снимање сними збор ЈРЗ у Љубљани 8. 12. 1938. и већ 10. 12. 1938. приказује тај филм широм Словеније (АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, Писмо Секције за пропаганду Главног одбора ЈРЗ Милану Стојадиновићу од 27. 11. 1938.)

„Политика“, 3. 10. 1938.

„Политика“, 20. 10. 1938, Београд; „Јужна Србија“ 5. 12. 1938, Скопље.

Штампа је вршила највећу пропагандну активност. Поред текста и фотографија, као моћно пропагандно средство на њеним страницама јавља се и политичка карикатура. Приказујући веома суштествено друштвену ситуацију и личности из политичког живота (њихове моралне, социјалне и политичке слабости), карикатура је у предизборној борби незаменљиви инструмент пропаганде. Лист „Време“ је на насловној страни доносио карикатуре вођа опозиције. Својом пропагандном снагом издваја се карикатура „Опозиција је удружена“, која приказује вође опозиционих странака како седе на гранама дрвета и секу један другом гране на којима седе, док Владимир Мачек сече цело стабло. Ништа мање убојита није била ни карикатура „Шарено коло“, на којој је В. Мачек приказан као тамбураш око кога у колцу играју прваци Удружене опозиције и певају „Играмо, певамо, Мило нам је, Нико не зна како нам је“. Сличног карактера је карикатура „Снежана и седам патуљака“ и друге.²² Карикатура је нашла своје место и на пропагандним плакатима и лецима. Велику пропагандну активност обављао је и радио. У земљи где је на сто становника долазио само један радио-апарат, при том најчешће у градовима а мање на селу, његов утицај се не сме прецењивати али ни потцењивати. Улогу тог новог медија М. Стојадиновић је настојао да што је могуће ефикасније искористи. Секција за унутрашњеполитичку акцију и пропаганду Главног одбора ЈРЗ упутила је налог свим среским организацијама и посланичким кандидатима да у местима свог среза постављају звучнике и разглас како би ефекат предизборних говора М. Стојадиновића, које је радио преносио, био што већи. Поред говора, у свакодневним емисијама праћена је активност председника владе, што је такође имало пропагандни ефекат.

На сам дан избора све југословенске радио-станице давале су специјалне емисије о кретању изборних резултата, прогноза и процена, које су у себи носиле и доста дезинформација. Те дезинформације о великој опредељености бирача за М. Стојадиновића имале су свој јасни пропагандни циљ, да све

²² „Време“, бр. 6020, 23. 10. 1938; бр. 6023, 26. 10. 1938; бр. 6027, 30. 10. 1938. — Сличним методом служила се и опозиција. Д. Јовановић у својим *Политичким успоменама* говори о два летка-карикатуре: први, „Два побратима“, у коме је Патријарх Гаврило Дожић приказан као жандарм са пендреком а сељак као Баво који га храбри да „благослови пресвети православни народ“, на другом летку: „Миланче даје власт, Летица паре а Корошец пендреке да би се устолочио нови патријарх“, у сали на зидовима висе слике св. Мусолинија и св. Хитлера испод којих је кандило и жандарми у ставу мирно. (А. Ј. Јовановић Драгољуб, *Политичке успомене*, књ. V, стр. 56.)

оне који су се још колебали приклоне да гласају (најчешће из страха за егзистенцију) за његову листу.²³

У предизборној пропаганди као пропагандна форма коришћене су брошуре, специјални билтени, плакати, леци и остали пропагандни материјал.

Више је елемената који карактеришу пропагандни наступ Милана Стојадиновића, независно од тога да ли су исказани у његовим говорима, брошурама, пропагандном филму, изложби или осталом пропагандном материјалу. Видан је покушај да се ЈРЗ представи као „општа заједница свију чланова нашега народа, без обзира на племе, веру и сталеж“, као „заједница свих оних који хоће да сачувају неокрњене тековине вековне борбе нашега народа за слободу и самосталност“, као „заједница свих родољуба, који хоће да учествују у великом делу изградње нашег народног живота“. Она се приказује као борац за „јединствену државу, за јединствени једнокрвни народ“, с тим што се истиче да се „природне разлике између делова нашег народа морају поштовати“, да „сваки део нашег народа мора имати могућности да се слободно развија“, али да при том „све то не сме бити на уштрб јединства и народне целине, нити на штету снаге и моћи народне државе“. Уз парољу „један народ, један краљ, једна држава“, која је била својеврстан програм ЈРЗ, демагошки је истицано као злочин „насилно и по једном калупу принудити народ на круто јединство“, нуђен је „принцип најшире самоуправе као база уређења нашег унутрашњег државног живота“, осуђивани сви они „који су брисали и у ватру бацали Цанкареве химне о Словеначкој и словенству“, а затим опет понављано да „јединство мора бити очувано и мора бити непоколебљиво у свему ономе, што је битно, што је од основне важности за цео народ и за целу државу.“²⁴

Са подједнаким демагошким набојем истицано је да „ЈРЗ постоји ради народа, за народ и са народом“, да се бори за државу која ће бити тако уређена „да животни интереси народа и његовог развоја буду у пуној мери обезбеђени“, за државу у којој ће „владати такав поредак који ће обезбедити трајност

²³ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића. Статистички гласник Југославије за 1957. г., стр. 391, У Југославији је 1939. године било 155.113 радио-апарата.

АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Г-Главни одбор ЈРЗ, Писмо секретара Секције за пропаганду Главног одбора ЈРЗ Милану Стојадиновићу од 2. 12. 1938; АЈ. Фонд-38 ЦПБ Ф-8/АЈ-34, Телефонски извештај дописника ЦПБ-а из Сарајева од 16. 10. 1938. у коме се каже да је на улицама Сарајева предизборни говор М. Стојадиновића слушао 15.000 људи; АЈ. Фонд-38 ЦПБ Ф-93/АЈ-224, Обавештење дописника ЦПБ-а у иностранству о раду радио-станица на дан избора.

²⁴ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, „Шта хоће Југословенска радикална заједница“, Београд, 1938, издање Главног одбора ЈРЗ — Секција за пропаганду, стр. 1—7.

АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори, Говор М. Стојадиновића у Љубљани 8. 12. 1938.

и снагу државе, и који ће народу највише одговорати“, за државу која ће „бити уређена према карактеру, особинама и могућностима свога народа, а не према туђим калупима“. ЈРЗ је представљана као партија која „не подваја већ скупуља народ и враћа му његову државу“, као партија која хоће „да изгради нашу државу према нашем народу, сагласно са нашим народним потребама, на темељима наше народне слоге, народне правде и народне слободе — а не по туђој памети и туђим калупима.“²⁵

Према тој пропагандној платформи, као логичан је представљен сукоб ЈРЗ са целокупном опозицијом, која је отуда најчешће носила епитет „непријатељ народне слоге“. Аргументима из прошлости као злочин према народу окарактерисано је настојање да се он држи у „подељености“, а анатемисан је „свако ко проповеда и тражи деобу државе и народа у некакве аутономне, федеративне или сличне делове“. У оштрој критици опозиције која је, са svakим даном како су се приближавали избори, добијала на интензитету, посебно место припадало је ЈНС. Она је истовремено нападана због тога што је довела земљу на ивицу пропасти у годинама своје владавине, због „терора којим је задужила народ“, због, како је истицано, „несхватљиве колаборације са Влатком Мачеком и Удруженом опозицијом“, због издаје југословенске националне идеје, чиме је „скинула маску са лица“ и учинила највеће издајство програма у политичкој историји Југославије.²⁶ У пропагандном материјалу та колаборација објашњавана је успешним радом владе и ЈРЗ и представљана као љута зима у којој се воле и заједно спавају мачка и миш. Гласачи су позивани да остану верни идеалима оних који су створили ову државу, националној идеји велике и јединствене државе, тражено је да својим гласањем осуде и да се ограде од П. Живковића, вође ЈНС, који је најчешће називан „издајником“ аманета краља Александра и представљан као човек без осећања части, који „пред вратима др Мачека чека да га прими на његову листу“.²⁷ О његовој странци говори се као о „бившој ЈНС“. Критика М. Стојадино-

²⁵ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, „Шта хоће ЈРЗ“, Београд, 1937, стр. 8—9.

²⁶ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Београду 16. 10. 1938.

²⁷ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића у Неготину 30. 10. 1938.

Нападима М. Стојадиновића на изборну колаборацију ЈНС и У. О. придружила се и штампа. Партијска и провладина штампа је пуна критике тог изборног споразума и вести да он најлази на запрепашћење југословенских националиста и присталица В. Мачека, као и вести о преласку присталица ЈНС у редове ЈРЗ, али исто тако и појединих присталица ХСС. Посебан публицитет добија иступање из ЈНС Јурија Деметровића као и првака ЈНС у Савској бановини С. Поповића, В. Глушца, В. Јовановића, К. Поповића, проте Павновића, др. Ханжека и др. („Време“, бр. 6020, 23. 10. 1938; бр. 6034, 6. 11. 1938; бр. 6051, 23. 11. 1938; бр. 6054, 26. 11. 1938.)

вића имала је за циљ да привуче присталице ЈНС на своју страну истицањем једнаких основних линија програма ЈРЗ и ЈНС, али и потенцирањем свог разлаза са онима који су водили ЈНС, са Петром Живковићем, који је заједно са „својим ужим друштвом“ по методама политичког рада и тактици представљао непремостиву претреку за сарадњу. Критика је интонирана тако да се код чланства изазове нерасположење према вођству и неповерење у П. Живковића и Б. Јевтића, али истовремено понуди сарадња свим члановима ЈНС који су остали верни монархији, династији и јединству. Апеловало се и на хрватске гласаче са поруком и жељама да „Хрвати буду задовољни“, нудио се споразум, али не преко Јевтића и Живковића, критиковала колаборација В. Мачека са њима као „рђава услуга свима оним људима који су баш због Јевтића и његовог друштва претрпели огромне патње“, чиме се дискредитовао В. Мачек у редовима ХСС и хрватског народа.²⁸

Критика је често била подсмешљива, цинична, увредљива, па се тако за В. Мачека говорило да је окупио око себе „чудну војску“, у којој су „маршал демократије“ чика Љуба, „земљорадник“ Пижон, „друг“ и „интернационални социјалиста“ Живко, „диктатор“ Петар, „ферер“ Јевтић. Владимир Мачек дискредитован је због свог „благог“ и „културног“ начина претње и опструкције и сликан као човек који хоће да све што је постигнуто сруши, да ослаби безбедност, да подели и поцепа земљу, руши, уништава, пустоши, а његови сарадници у опозицији као „гомила бродоломника“ која уместо дела нуде „гразне речи и очај оних који су некад ведрили и облачили а за земљу нису ништа учинили“, људи који „разграбују земљу“ и које покрећу „рушилачки нагони“, то јест као мозаик-листа од разних група без заједничког програма, која тачно не зна ни шта хоће, ни куда иде, али која представља опасност за будућност државе. Милан Стојадиновић је на зборовима често истицао да „неће говорити какву је везу имао Љуба Давидовић са демократијом у оном моменту када је био направио 'тврд орах' са покојним Вељом Вукичевићем“, да неће „говорити ни какву везу уопште има г. Јова Јовановић-Пиџон са земљорадњом“, да неће говорити ни о „великом богаташу и кућевласнику београдском Живку Топаловићу, какве везе они имају са радничком сиротињом“, али је изражавао своје чуђење да је В. Мачек везао за своју листу П. Живковића, Б. Јевтића и В. Поповића.²⁹ Врхунац таквог подсмешљивог и циничног приказивања опозиције свакако представља њено упоређивање са кавезом у коме има различитих птица, при чему „једне певају,

²⁸ „Време“, бр. 6034, 6. 11. 1938; бр. 6051, 23. 11. 1938; бр. 6054, 26. 11. 1938.

²⁹ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Н. Саду 13. 11. 1938; Говор у Петровграду 6. 11. 1938; Говор у Босанском Новом 20. 11. 1938; Говор у Бијелини 27. 11. 1938; Говор у Љубљани 8. 12. 1938.

друге циче, треће криче, четврте гучу“, а међу којима се највише чује глас В. Мачека.³⁰

У складу са стратегијом свог пропагандног наступа Милан Стојадиновић је, како су се избори приближавали, све више инсистирао на критици и дискредитовању В. Мачека, тако да је у своја два последња говора, у Љубљани 8. 12. 1938. и Београду 9. 12. 1938, које су преносиле и радио-станице, та критика имала централно место. Уз тврдњу „да одушевљење за гласање морају по селима да буде нарочито организоване терористичке банде“, Мачек је оптуживан да искоришћава одлуку владе о томе да избори у хрватским крајевима буду слободни, да свако гласа према својој савести и да он сам сада терорише своје присталице и противнике, при чему им се пале куће, разбијају прозори и чупају виногради. Критикован је његов апел хрватским чиновницима да гласају за његову листу, наводећи да им он у том апелу, у случају да поступе супротно, „прети једним врло благим“ и „културним“ средством — укидањем не само плате него и пензије уколико дође на власт. Посебно место у критици припало је уочавању разлика између југословенства Стјепана Радића и сепаратизма Влатка Мачека.³¹

Упоредо са критиком опозиције, у својој пропагандној акцији М. Стојадиновић је настојао да „аргументима“ одбије нападе опозиције. Користећи веома ефектно поступак приказивања стања какво је било пре његовог доласка на власт и стања након 3,5 године његове Владе, Милан Стојадиновић је у својој пропаганди нарочито инсистирао на постигнутој демократизацији политичког живота, миру на границама и акцијама које су класну борбу замениле социјалном сарадњом. Он је истицао да се о многим проблемима слободно дискутује и да се траже најбоља решења, уз много либералнију примену „наслеђених политичких знакова“, подацима је доказивао смањење броја осуда за политичке кривице, као и велики број помиловања (за три године помиловано је 18.000 политичких криваца; број политичких криваца износио је у времену 1929—1935. године 18.700, а за време 1935—1938. свега 2.100; интернираних политичара, бивших министара било је у периоду 1929—1935. године 38 а након тога ниједан), са поносом говорио да није било политичких емиграната.³² Током 1938. године одржано је у Југославији 18.083 политичка скупа и приредбе,

³⁰ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Београду 9. 12. 1938.

³¹ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Љубљани 9. 12. 1938; Говор у Београду 9. 12. 1938.

³² АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори, Говор М. Стојадиновића у Београду 16. 10. 1938.

Опозиција је жестоко реаговала на такве тврдње, истичући да М. Стојадиновић није решио ни хрватско питање нити је ликвидирао два главна задатка због којих је доведен на власт 1935. године. Замерено му је да није донео слободоумнији закон о штампи, која је „подвргнута насилном и противзаконитом режиму који нема темеља

са 5,529.894 присутних лица. Од овог броја ЈРЗ је организовала 5.084 скупа, са 1,919.349 присутних лица, док је опозиција (У. О., СДК, ХСС, СДС, ДС, ЗС /Топаловић/), одржала 6.725 скупова, са 1,129.393 присутна лица, и „Збор“ 325 скупова, са 27.987 присутних лица. Разних других скупова, која су одржавала културна, хумана, просветна, забавна и друга друштва, као и црквених прослава и других приредби, било је укупно 6.019, са 2,453.217 присутних лица. Исте године одобрена су и Правила за 1.213 друштава и удружења, што је такође био убедљив податак којим је Милан Стојадиновић манипулисао у својој изборној пропаганди.³³

Милан Стојадиновић одговарао је и на критику своје спољне политике (понашање владе током Аншлуса и Чехословачке кризе, приближавање Немачкој и Италији, удаљавање од старих савезника Француске и Енглеске). Преко штампе, брошура, летака, а и својим говорима, М. Стојадиновић је свој рад на спољнополитичком плану процењивао као веома успешан и радо га поредио са радом владе Богољуба Јевтића, која је иза себе оставила веома лош спољнополитички положај Југославије, када ју је од седам суседа окруживало пет непријатеља. Зближавање са Италијом и Немачком тумачио је као „своје далековиде потезе“ диктиране потребом обезбеђења мира, нових тржишта и благостања. Чак се није устезао да каже како је та „далековидост“ приликом Аншлуса учинила да ток европске политике не крене сасвим другим правцем и како је Југославија стекла суседа (75 милиона становника) са којим „нема супротности, нема несугласица“, суседа који јој је пријатељ. За своју спољну политику говорио је „да иде испред догађаја“, истицао да се не ради ни о каквој „преоријентацији у спољној политици, већ о благовременој и једино исправној оријентацији Југославије“, глорификовао је као политику која је „до први пут у историји Балкана“ омогућила Југословенима „да свој истакнути и важни географски положај искористе за себе“, тврдио да је Југославија остала верна свим потписима на свим споразумима и уговорима са пријатељским и савезничким земљама, да „није примила на себе никакву нову обавезу, која би била у супротностима са њеним ранијим обавезама“. На нападе око понашања владе у чехословачкој кризи истицао је да државе жељне мира, као што је Југославија, морају да се држе по страни од свих сукоба, у којима њихови животни интереси нису у питању, чак је из тог догађаја покушавао да извуче пропагандну корист образлажући ту своју „паметну

чак ни у постојећем реакционарном закону о штампи“, оптуживан је да не постоји ни слобода збора и договора и да она зависи од његове самовоље и самовоље других органа власти, при чему се наставља са затварањем опозиционих политичара и њиховим кажњавањем без законитих разлога. („Политички вјесник“, бр. 5, Загреб, студени 1938.)

³³ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Београду 16. 10. 1938.

спољну политику“ речима „мир на границама, мир у части и достојанству јер ми нисмо никога ни издали ни преварили, био је очуван“ и паролем „уместо унутрашње борбе ми хоћемо хармонију и слог; уместо трзавица и сукоба, хоћемо ред и рад; уместо ратних авангура ми хоћемо часни мир и пријатељство са суседима“.³⁴ У пропагандне сврхе коришћен је Пакт о пријатељству између Југославије и Бугарске (склопљен 24. 1. 1937. у Београду), за који је говорено да је „једно од највећих дела којим наша генерација може да допринесе делу мира на Балкану и делу мира на нашој источној граници“, да је чин који треба да ликвидира и преда заборава не много срећну прошлост на Балкану и да створи нову еру политичких односа са најбољим изгледима за повољан развитак опште ситуације у овом делу Европе. Спољна политика М. Стојадиновића, истицано је у пропаганди владе, служила је „за пример“ осталим балканским народима и довела да се у Солуну (31. 7. 1938) потпише споразум између Бугарске и државе Балканског споразума. Лично М. Стојадиновићу приписивано је да је пресудно допринео да Стални савет Мале антанте на Бледу (21—23. 8. 1938) парафира споразум о признавању равноправности Мађарске у наоружању и у узајамном одрицању од сваког прибегавања сили у односима држава Мале антанте и Мађарске, чиме су и односи између Мађарске и Југославије постали коректни и лојални.³⁵ Својом пропагандном акцијом М. Стојадиновић настојао је и да потисне све оне гласине о ревизији југословенских граница и до уступања делова територије Бугарској, Мађарској и Албанији. У пропаганди нарочито видно место имају пароле „Југославија хоће мир, али не мир по сваку цену“ или „Југославија не тражи туђе, али ни своје не даје.“ Истицано је да су границе Југославије „праведно одмерене, крвљу обележене, мачем изрезане, костима хероја утврђене“, да она није држава настала за зеленим столом и да стога „такве границе не могу де другачије ни мењати“, да се Југославија ни са једним суседом неће погађати око питања узајамних граница, што је све наилазило на велики пропагандни одјек и директно утицало на свест, осећања и патриотизам гласача.

Посебно место у пропаганди М. Стојадиновића имала је и тврдња да је „исправном“ политиком класна борба уступила

³⁴ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Љубљани 8. 12. 1938; Говор у Београду 9. 12. 1938.

АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, „Мир на границама“, брошура Секције за пропаганду ЈРЗ, Београд, 1938.

³⁵ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ, „Мир на границама“, брошура Секције за пропаганду Главног одбора ЈРЗ, Београд, 1938.

О понашању војног врха Југословенске војске о питању Аншлуса и чехословачке кризе, као и о питању са Бугарском и Мађарском, види: Б. Петрановић, М. Зечевић, *Југославија 1918—1984*, Тематска збирка докумената, Београд, 1985, стр. 309—310.

место социјалној сарадњи. Не без поноса истицано је да је М. Стојадиновић први, од када постоји ова земља, прописао законске мере којима се унапређују привредни, социјални и здравствени положај радника. Њему се приписивало да је успешном привредном политиком уклонио незапосленост и њене страшне материјалне и моралне последице у националном животу; да је енергично спровео у дело уредбе о минималним надницама, колективним уговорима, помирењу и арбитражи; да је, дајући слободу радничким покретима, на професионалној основи омогућио радничком сталежу да организује своју самопомоћ и да путем колективних уговора осетно поправи своје радне услове; да је увођењем радничког осигурања за изнемоглост, старост и смрт и проширењем пензионог осигурања службеника на целу земљу, у потпуно социјално обезбеђење радника и намештеника за време када су они у физичкој немогућности да раде и исхрањују своје породице. Са подједнаком пажњом пропаганда се обрађала сељаштву, па је, уз констатацију да је у својој тежњи да зло сече у корену, „а корен је био презадужење земљорадника“, Милану Стојадиновићу искључиво приписивано доношење Уредбе о ликвидацији земљорадничких дугова; подизање цена земљорадничких производа, обезбеђење продаје ових производа у иностранству, јачање потрошачке снаге села, усавршавање пољопривреде, повећање културне површине земљишта, повећање продуктивности, увођење нових култура, изградње силоса, семенских станица, ветеринарских завода и много шта друго.

Пропагандна активност нарочито је користила резултате постигнуте на привредном плану, стално истичући да је М. Стојадиновић створио први привредни план у земљи. Глорификовано је раздужење земљорадника и обезбеђивање повољних пољопривредних кредита као неопходни услов за привредни напредак, истицан напредак трговине (повећање броја трговачких радњи; подизање потрошачке моћи становништва), као најсјајније дело М. Стојадиновића потенцирана је спољна трговинска политика (нови трговински уговори; нова тржишта; нова трговинска политика — контрола увоза, суфицит у трговини са Енглеском, Француском, Белгијом), о индустрији се говорило као о „највећем делу у историји националне привреде“. Пропагандни говори и брошуре садржали су и основне циљеве економске политике Милана Стојадиновића. Велики ефекат добијан је сталним понављањем да „све сировине“, које смо извозили као такве“, убудуће се морају прерађивати у земљи и као готови производи извозити, да се мора стварати индустрија која неће зависити од сировина у којима земља оскудева или од захтева за подизањем онакве националне индустрије која би на најбољи начин обезбедила интересе националне одбране. Експлоатисано је и становиште да страни капитал треба натерати да сарађује са југословенском индустријом у

оквиру националних интереса и никако му не дозволити улогу експлоататора националне привреде.³⁶

Видно место у пропагандној активности, нарочито оној локалног карактера, дато је изградњи железничке и путне мреже. Ту пропаганду допуњавала су и обећања шта ће се још градити и какво ће благостање та изградња донети. За Милана Стојадиновића говорило се да је при изградњи комуникација на уму имао и географски положај земље, унутрашње теренске и хидрографске прилике, питање везивања морских лука са свим крајевима Југославије, спољну трговину, привредне интересе, национално-политичке и административно политичке обзире, спољнополитичке односе, војностратедијске обзире и друго. Слични аргументи навођени су и у пропагирању финансијске политике, просветне политике, здравствене политике, политике јавних радова, што је све требало да утиче на свест гласача. Бројке, проценти, постигнути резултати готово увек су упоређивани са годинама пре доласка на власт М. Стојадиновића, и то најчешће са 1933. и 1934. годином — годинама у којима је економска криза на тлу Југославије била највећа. Статистички исказани ти подаци су могли да изазову дивљење — у суштини живот се није битније променио.

Веома важно пропагандно средство у рукама владе била је могућност издавања разних уредби о пореским олакшицама, за брисању дугова, о финансирању јавних радова, о амнестијама затвореника, о унапређењима чиновника. Објављивање оваквих уредби непосредно пред расписивање избора и током предизборне кампање било је у функцији постизања што веће популарности у очима бирача. Једанаест дана после расписивања избора, 21. 10. 1938. године, министар финансија Душан Летица обавестио је јавност да је Влада донела Уредбу о регулисању самоуправних, општинских и бановинских приреза за земљишта аграрних субјеката. Овом уредбом брисани су сви општински и бановински прирези дуговани до 1. 1. 1938. године свим месним аграрним интересентима, сеоским занатлијама, добровољцима, оптантима, колонистима и другим аграрним субјектима којима је дата земља по прописима Закона о ликвидацији аграрне реформе на великим поседима или по ранијим привредним законима. По овој Уредби, поред брисања дотадашњег дуга, било је предвиђено и олакшање давања општинских и бановинских приреза у наредних осам година.³⁷

Месец дана касније (21. 11. 1938) Драгиша Цветковић изнео је главне одредбе нове Уредбе о ратним инвалидима, по којој

³⁶ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Главни одбор ЈРЗ.

„Привредни план др Милана Стојадиновића ствара основе народног благостања“, брошура Секције за пропаганду Главног одбора ЈРЗ, Београд, 1938.

³⁷ „Време“, бр. 6019, 22. 10. 1938. — Према писању „Времена“ ови брисани дугови су укупно износили 78,171.770 динара, од чега је на бановински прирез отпадало 16,339.997 динара, а на општински 61,771.773 динара.

се број лица која су имала право на инвалиднину повећао са 71.737 на 138.070 лица.³⁸ Уредба је предвиђала и повећање износа инвалидине, као и добијање још неких повластица и додатака на скупоћу.

Посебно место у пропагандној активности Милана Стојадиновића имало је истицање побољшања положаја земљорадника смањењем пореза на газдинства са 12% на 10%, смањењем земљарина и раздужења земљорадника. Треба споменути да је том проблему већу пажњу поклањао у аграрним регионима, док је у срединама где преовлађује борацко становништво више пажње посвећивао „нечовечним правилницима“ који су многе лишили народног признања. У Босанском Новом, Милан Стојадиновић је посебну пажњу посветио питању положаја добровољаца, нагласивши, да је само он одобрио да 22.000 добровољачких породица у северним крајевима Југославије добије земљу од државе. Наведено је пратило обећање да ће још неколико хиљада добровољачких молби које су чекале на решење бити дефинитивно решене у најкраћем року.³⁹ То обећање је пред саме изборе било и испуњено, доношењем Уредбе о исплати накнаде ратним добровољцима путем издавања 4% државних обвезница. Овом уредбом (7. 12. 1938) сва лица којима је био признат статус добровољаца стекла су право да у недостатку обрадиве земље добију новчану накнаду, и то добровољци — борци од 50.000 динара, а добровољци — неборци од 30.000 динара.⁴⁰

Ради постизања што бољег изборног резултата предвиђало се и амнестирање извесног броја затвореника осуђених за ситније судске и административне кривице (дуван, сеча шуме, ситни преступи и друго), што би наишло на повољан ефекат код амнестираних, њихових породица и околног становништва. Амнестија је дата 1. 12. 1938. године, а том приликом амнестирани су и сви они који су кажњени због кршења закона о штампи, што је био и посебан вид демократизације политичког живота.⁴¹

Унапређења чиновника бројна су тих предизборних дана, што је још један показатељ покушаја подизања угледа и популарности М. Стојадиновића међу гласачима.

Целокупна пропагандна акција смишљено је настојала да ослика лик и карактерне особине „вође“. Он је на фотографијама приказиван за говорником, у пратњи одреда своје омла-

³⁸ „Време“, бр. 6049, 21. 11. 1938.

³⁹ АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Говори М. Стојадиновића, Говор у Босанском Новом 20. 11. 1938.

⁴⁰ Према писању „Времена“ бр. 6066 од 8. 12. 1938. тиме је дефинитивно испуњено обећање српске владе на Крфу 1917. год. да ће се добровољцима и њиховим породицама из пасивних крајева Босне, Херцеговине, Лике, Баније, Црне Горе и Далмације који су живели у најтежим приликама обезбедити животна егзистенција.

⁴¹ „Време“, бр. 6059, 1. 12. 1938.

дине, у посетама предузећима, међу народом. У текстуалном делу његово име везивано је за сваки успех, за сваки ново-саграђени објекат, за сваку донесену уредбу или пореску олакшицу. Милана Стојадиновића пропаганда је поистовећивала са народом, његову странку са државом, целокупан успех са његовим делом. Писало се да се он залаже за „демократију реда и ауторитета“, говорило се да га краси „лична храброст и изванредан таленат“, да је „практичан и реалан политичар“ који реализам заснива „на узвишеној идеологији, од које не одступа ни под каквим условима, па чак ни онда, када би многим необавештеним изгледало да је то на штету државних интереса“, да је „обдарен, скоро видовит у процењивању будућег развоја догађаја“, да он „види јасно, одлично и сигурно будућност“, да је „заточеник слободе у привреди“, „финансијер светског гласа“, „човек широког погледа“, „широког знања“, „велике интелигенције и одлучне воље“, „енергичног рада“, „у чијој су се личности срећно стекле све потребне одлике великог привредног и политичког вође“. Пропаганда је потенцирала да се у ЈРЗ бирају сви одбори и њихови представници од месног до „вође“ и да, кад је једном изабран, „вођа“ странке има пун ауторитет и сваки члан странке дужан је и свестан да мора држати дисциплину и ред и слушати своје слободно изабране вође. Зато се и инсистирало на обавезама и дужностима чланства ЈРЗ, да своје снаге стави у службу „народу и његовој политичкој организацији ЈРЗ“, да предано ради на очувању „пуне народне слободе и самосталности“, да буде неуморно у борби против „свију народних непријатеља и свију оних који својим радом угрожавају ред, слогу, напредак и јединство народа“, да „за свој народ и ЈРЗ подносе све жртве“ које прилике буду тражиле, да се сваки члан ЈРЗ у јавном раду понаша „као политички војник који има да испуњава своје дужности према краљу, народу, држави, ЈРЗ до самопрегора“, да све своје личне жеље и прохтеве „безусловно подреди народу и ЈРЗ“, да се без поговора подреди страначкој дисциплини. Не треба заборавити да је целокупна пропагандна активност налазила узоре у прошлости, коју је тумачила према својим потребама и за остварење својих циљева, што је још један битан елеменат у разумевању пропагандне тактике. У Словенији Милан Стојадиновић и ЈРЗ се везивала за „апостоле југословенске замисли“ Водника, Вошњака, Крека, Јеглича“, у Новом Саду, „духовној престоници“ и „огњишту патриотизма“, за Светозара Милетића и Јашу Томића, у Крајини за традицију Петра Мркоњића, у Неготину за потомке Хајдук Вељка и друго. О Словенији је говорио као „украсу и стубу државе, земљи лепоте, културе и вечно будне свести народне“, у Босни се позивао на слогу православних и муслимана, у Петровграду је говорио о тешком животу сељака, што је све имало свој прорачунати пропагандни ефекат, и што недвосмислено указује на вешто коришћење пропаганде, њених средстава и медија у предизборној борби.

Сви покушаји Милана Стојадиновића да обимном и офанзивно замишљеном пропагандом изврши утицај на јавно мњење у Краљевини Југославији да да своје гласове његовој земаљској листи остали су без већег резултата. Иако је однео победу на изборима добивши 1,643.783 гласа (54,09%) то је било далеко од очекиваног и прижељкиваног.⁴² Ако се од укупног броја гласова које је добила листа Милана Стојадиновића одузму гласови које су му донеле националне мањине, Словенска људска странка и Југословенска организација (око 700.000 гласова), Милан Стојадиновић добио је око 940.000 српских гласова, рачунајући ту и Македонце, што му је практично одузело легитимитет да представља српски народ не само у Југославији него и у ЈРЗ.

У пропаганди идеализована унутрашње и спољнополитичка делатност владе Милана Стојадиновића била је у супротности са стварношћу па нимало не чуди што је листа Владимира Мачека, на којој су биле окупљене најразличитије странке и политичке групе, у много повољнијим околностима за изражавање расположења бирача него што је то било на петوماјским изборима 1935. године, када је терор власти био далеко већи а изборни фалсификати бројнији, а уз појачан терор „одоздо“ који су спроводиле ХСС и ХСЗ у Приморској и Савској бановини, добила 1, 364.523 гласова (44,9%), што је за преко 280.000 гласова више него што је добила на изборима 1935. године.⁴³

Док је пропаганда ЈРЗ уперена против вођства ЈНС дала резултате, пропаганда против вођа српских опозиционих странака, које су биле укорене у народу, није дала већи резултат, јер су оне успеле да Мачековој листи донесу око 600.000 гласова.⁴⁴

Велики допринос антивладином расположењу у српском народу дала је и Српска православна црква. Формално измирење Светог синода Српске православне цркве са владом после одустајања од Конкордата није испунило Стојадиновићева очекивања, да ће тиме лишити политичке противнике на православним подручјима могућности да користе верски фактор у борби против његове владе, јер је и надаље огроман број православног свештенства задржао антивладино расположење. Расписивање избора био је тренутак када је опозиција поново актуелизовала питање Конкордата и конкордатске борбе и у

⁴² Службене новине Краљевине Југославије, 2. 1. 1939, Извештај Главног бирачког одбора.

⁴³ На изборима 1935. године листа В. Мачека је добила 1,076.345 гласова (Стенографске белешке Народне скупштине Краљевине Југославије, 1935, књ. I, 16, извод из записника Главног бирачког одбора).

⁴⁴ Демократе (Давидовића) — 150.687 гласова, земљорадници (Ј. Јовановића-Пиждона) — 113.417, Земљорадници (Драгољуба Јовановића) — 12.899, радикали (А. Станојевића) — 66.883, ЈНС — 125.767, СДС — 128.198. (АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф. Парламентарни избори 1938, Преглед гласања по странкама и ранијим партијским припадностима.)

српским крајевима та истакла као један од основних праваца своје пропагандне кампање против владе М. Стојадиновића и ЈРЗ у коју се укључио и велики број православних свештеника.⁴⁵ У условима културне заосталости, у аграрној средини каква је била Краљевина Југославија, утицај свештенства је често био пресудан за расположење становништва. Свесна овога, опозиција је на своју листу поставила велики број православних свештеника, који су били незадовољни не само Стојадиновићевом верском политиком него и његовом спољнополитичком оријентацијом на Немачку и Италију и удаљавање од Француске и Енглеске, која је у свештеничким редовима карактерисана, као и у редовима српских опозиционих странака, као издаја ратних савезника и мирнодопских пријатеља и окретање ка српским историјским непријатељима.⁴⁶

Одустајање од ратификације Конкордата није донело М. Стојадиновићу ништа више од само формалног измирења са Српском православном црквом, док је са друге стране направило католичку цркву још жешћим његовим противником и активним учесником у антијерезиној па и антисрпској пропаганди. Осетљивост питања Конкордата може се сагледати и у чињеници да у целокупној предизборној пропагандној активности Милана Стојадиновића верском питању није посвећена ни једна реч. Оно је заобилажено, прећуткивано и игнорисано од стране председника владе, а у својој суштини битно је утицало на расположење гласача и сам исход избора.

Покушаји Милана Стојадиновића да се унесе раздор у редове ХСС остали су без икаквог резултата, јер на територији Савске и Приморске бановине ЈРЗ није ни имала оформљене организације које би могле вршити успешнију пропаганду, коју им је у великој мери онемогућавала ХСС и њена Хрватска сељачка заштита. Разлоге великог успеха ХСС која је донела опозиционој листи 733.523 гласа, што је највише у њеној историји, треба тражити у првом реду у томе што су избори за ХСС били својеврстан референдум, на које је она изашла као широки хрватски национални фронт и на којима се представила као једина политичка снага овлашћена да у име хрватског народа преговара о решењу „хрватског питања“ и преуређењу државе, али и у чињеници да је влада М. Стојадиновића, плашећи се нарастања политичких страсти и немилых догађаја, знатно умањила и редуцирала пропагандни утицај масовних медија, државних институција и апарата у пропагандне сврхе у Савској и Приморској бановини.

⁴⁵ На скупштини свештеничког удружења нишке епархије од 150 присутних свештеника, 120 је било уз опозицију, а 30 уз ЈРЗ. (АЈ. Фонд-37, Збирка М. Стојадиновића, Ф-Моравска бановина, Извештај управника полиције из Ниша бану Моравске бановине пов. бр. 3485 од 23. 2. 1938.)

⁴⁶ Опозиција је поставила на своју листу 45 православних свештеника као кандидате и 12 као заменике кандидата, док их је Стојадиновић поставио на своју листу 20 као кандидате и 9 као заменике. („Време“, бр. 6052, 24. 2. 1938; бр. 6055, 27. 2. 1938.)

MILAN STOJADINOVIC AND ELECTORAL PROPAGANDA IN 1938

Summary

A very developed electoral campaign was led for the elections in 1938. Its method and technique of spreading and popularizing the ideology and programme of the Yugoslav Radical Community (Jugoslovenska radikalna zajednica — JRZ), explanations and interpretations of aims and tasks, extolling of the results achieved, surpassed in many respects the electoral propaganda campaigns of previous parliamentary elections. There are several elements by means of which this can be explained: by the maturing of conceptions that in the uncertain political struggle one should endeavour to win over every individual voter by exerting a direct influence on his conscience; by developing the technology of mass media (press, radio, film, exhibitions, posters, leaflets, use of aviation for propaganda purposes, etc.) which have increased many times the efficiency of propaganda; by applying the experiences which were acquired in theory and practical application of propaganda and agitation in totalitarian countries (Germany, Italy) — where in that way not only was exerted the influence but also the control of individual and public opinion; by the fact that the economic progress offered considerable financial resources for carrying out the propaganda activity than it was the case in previous years. Their common aim was to make as the public opinion in Kingdom of Yugoslavia, collective intellectual-emotional reaction of the largest part of the society, submit as much as possible, to Milan Stojadinović and to Yugoslav Radical Community, adopt the ideology of the YRC (JRZ), modify itself according to the needs of this ideology and to give its vote at the elections to this and such a policy. Exerting its influence by a series of "worked out", "filtered", "tendentious", "one-sided", "processed", "selected", and often also "skillfully passed over in silence", pieces of information, the propaganda activity of Milan Stojadinović's government which was directed not to offer explanations and to inform about their activity (as it is emphasized everywhere), but to exert an influence both on the rational and the emotional domain of the voters psyche, on the ideologization of their conscience. Idealized, idyllical and harmonious life in the Kingdom of Yugoslavia as proclaimed in the propaganda materials, was opposite to the reality, full of difficulties, crises and distrust.

The fact that he, as the prime minister of the Royal Government, was offered the opportunity to hold the elections in 1938, gave Milan Stojadinović possibility to put into service of his electoral campaign, in addition to the party organization of the Yugoslav Radical Community, the entire machinery of government, mass media, State officials, Yugoslav associations and organizations and to support the entire activity by material means which had in the budget a completely different purpose.