

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Borut Gerbajs

**VLOGA PROPAGANDE PRI PODPORI PARTIZANSKE VOJSKE V
LETIH 1941 – 1945 NA SLOVENSKEM**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2005

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Borut Gerbajs

Mentor: doc. dr. Damijan Guštin

**VLOGA PROPAGANDE PRI PODPORI PARTIZANSKE VOJSKE V
LETIH 1941 – 1945 NA SLOVENSKEM**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2005

ZAHVALA

Ob tej priliki bi se rad zahvalil doc. dr. Damijanu Guštinu za pomoč in vodenje pri izdelavi diplomskega dela, prav tako bi se rad zahvalil vsem uslužbenkam Arhiva Republike Slovenije za pomoč pri iskanju zelenega gradiva.

Na koncu se zahvaljujem še moji Urški za podporo in nesebično pomoč.

KAZALO

ZAHVALA.....	2
KAZALO SLIK.....	5
SEZNAM KRATIC.....	6
1. UVOD	7
2. METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR.....	9
2.1. Opredelitev predmeta proučevanja.....	9
2.2. Cilji proučevanja	9
2.3. Hipoteze	10
2.4. Uporabljena metodologija	10
3. PROPAGANDA.....	11
3.1. Vojna propaganda	12
3.2. Vrste propagande.....	13
4. PROPAGANDA V DRUGI SVETOVNI VOJNI	14
4.1. Nacistična propaganda	15
4.1.1. Nacistična vojna propaganda v letih 1939–1945	17
4.2. Zavezniška (anglo-ameriška) propaganda.....	22
4.3. Sovjetska propaganda.....	23
5. PROPAGANDA OSVOBODILNEGA GIBANJA NA SLOVENSKEM.....	26
5.1. Organiziranje partizanske propagande	27
5.2. Tehnični problemi partizanske propagande	28
5.4. Partizanski tisk	29
5.4.1. Slovenski poročevalec.....	29
5.4.2. Vojaška glasila	30
5.4.3. Partizanski dnevnik	31

5.4.4. Listi KPS	31
5.4.5. Drugi listi.....	32
5.5. Partizanski radio	32
5.6. Drugi načini delovanja partizanske propagande	33
6. PARTIZANSKA PROPAGANDA O POPOLNJEVANJU IN OSKRBI	36
6.1. Vloga propagande pri pridobivanju in mobilizaciji partizanov	36
6.1.1. Problem pridobivanja borcev za partizansko vojsko.....	36
6.1.2. Pozivi k vstopu v partizansko vojsko	38
6.2. Vloga propagande pri oskrbi partizanske vojske	47
6.2.1. Problem oskrbe odporniške vojske	48
6.2.1.1. Zbiranje orožja	49
6.2.1.2. Narodni davek in posojilo svobode	50
6.2.1.3. Materialna pomoč NOV	51
6.2.1.4. Značilnosti oskrbe partizanske vojske in gospodarstva med NOB	52
6.2.2. Pozivi k materialni oskrbi partizanske vojske.....	53
6.2.3. Pozivi k denarni podpori partizanske vojske.....	60
6.3. Pozivi k nesodelovanju z okupatorjem.....	64
6.4. Propagandni prijemi in jezik	69
7. OVERITEV HIPOTEZ	72
8. ZAKLJUČEK.....	74
9. VIRI.....	75
PRILOGA.....	79

KAZALO SLIK

Slika 5.1: Primer propagandnega letaka OF.....	34
Slika 6.1: Poziv Slovincem k vstopu v partizane	38
Slika 6.2: Poziv rudarjem k vstopu v NOV.....	39
Slika 6.3: Poziv domobrancem.....	43
Slika 6.4: Poziv delavcem k vstopu v partizane.....	45
Slika 6.5: Poziv k darovanju zimskih oblačil.....	55
Slika 6.6: Poziv k shranjevanju hrane za NOV	56
Slika 6.7: Poziv k žetvi.....	57
Slika 6.8: Poziv k podpisovanju posojila svobode.....	61
Slika 6.9: Navodilo za ohranitev prihrankov	63
Slika 6.10: Poziv k netrgovanju z okupatorjem	64
Slika 6.11: Poziv ljudem, naj ne dajejo hrane okupatorju.....	66

SEZNAM KRATIC

IOOF	–	Izvršni odbor Osvobodilne fronte
KPS	–	Komunistična partija Slovenije
NOB	–	Narodnoosvobodilni boj
NOV	–	Narodnoosvobodilna vojska
NOV in POJ	–	Narodnoosvobodilna vojska in Partizanski odredi Jugoslavije
NOV in POS	–	Narodnoosvobodilna vojska in Partizanski odredi Slovenije
OF	–	Osvobodilna fronta slovenskega naroda
ROF	–	Radio Osvobodilna fronta
SNOO	–	Slovenski narodnoosvobodilni odbor
SNOS	–	Slovenski narodnoosvobodilni svet
SPŽZ	–	Slovenska protifašistična ženska zveza
ZSM	–	Zveza slovenske mladine

1. UVOD

V današnjem svetu z obstoječo tehnologijo in razvojem množičnih medijev je propaganda postala pomembno sredstvo oziroma element vojaškega delovanja. Seveda to ne pomeni, da vojna propaganda ni obstajala že prej, danes je postala samo bolj razširjena in ob uporabi novih načinov sporočanja tudi bolj učinkovita. Propaganda predstavlja sestavni element vsake vojne, saj s svojim delovanjem lahko pomembno prispeva k zmagi. To vsekakor velja za obdobje druge svetovne vojne, kjer so vojskujoče se strani intenzivno uporabljale propagandni aparat za doseganje svojih ciljev.

Nacistični Nemčiji je do sredine leta 1941 uspelo zasesti večino Evrope, vključno z Jugoslavijo, 22. junija 1941 pa se je z operacijo Barbarossa začel tudi napad na Sovjetsko zvezo. Slovenija je delila usodo ostale Jugoslavije, saj je bilo njeno ozemlje razdeljeno med nemške, italijanske in madžarske okupatorje. Tovrstna situacija, v kateri je bilo slovensko ozemlje okupirano s strani močnejšega in na prvi pogled nepremagljivega sovražnika, ni kazala na možnost formiranja uspešnega odporniškega gibanja. Kljub temu pa se je na ozemlju Jugoslavije, in posledično tudi Slovenije, razvilo obsežno partizansko gibanje, ki je po svoji številčnosti in vključenosti različnih slojev prebivalstva postalo eno najbolj uspešnih odporniških gibanj v drugi svetovni vojni. Prav gotovo so mnogi dejavniki prispevali k temu, da je partizansko gibanje postalo tako uspešno in številčno prav na slovenskem ozemlju. Eden izmed pomembnejših razlogov za to je bila učinkovita partizanska propaganda.

Partizanska vojska je za svoje preživetje in uspešno izvajanje akcij proti številčno močnejšemu in bolje oboroženemu okupatorju stalno potrebovala zadostne količine vojakov in materiala, seveda pa tudi podporo prebivalstva. Ljudi je bilo treba prepričati, naj se pridružijo partizanom v boju proti okupatorju in z vsemi možnimi sredstvi pripomorejo k nadaljevanju odporniškega gibanja.

Danes je možno propagando širiti preko različnih množičnih medijev in tako doseči širok krog ljudi, za časa druge svetovne vojne pa Osvobodilna fronta (OF) ni imela na voljo niti tovrstnih sredstev niti zmožnosti. Zato je bila večina novic, ki jih je OF želela posredovati slovenskemu prebivalstvu v tiskani besedi, ponavadi v obliki letakov in ilegalnih časnikov.

OF se je v omejenem obsegu posluževala tudi radia kot sredstva komuniciranja ter ustne propagande, ki pa je z današnjega vidika zaradi pomanjkanja virov težko merljiva, in zato tudi težavna za proučevanje. Širjenje propagandnih sporočil preko časnikov je imelo svoje prednosti in slabosti, vsekakor pa je bil to prevladujoč način komuniciranja OF s slovenskim narodom. Iz tega razloga se bom pri diplomskem delu osredotočil na analiziranje člankov iz različnih partizanskih časnikov, ki so izhajali med drugo svetovno vojno, ter tako poskušal ugotoviti vlogo propagande pri podpori partizanske vojske v njenem izvajanju oboroženega boja proti sovražniku. Za lažje razumevanje partizanske propagande bom v diplomsko delo vključil tudi slikovno gradivo, ki ga bom zaradi velike količine najdenega materiala posebej prikazal še v prilogi.

Odločitev, da je nekdo "odšel v partizane", se vključil v partizansko enoto, ali pa jim vsaj pomagal z materialnimi sredstvi, prav gotovo ni bila lahka, saj je okupator ostro nastopal tako proti partizanom kot tudi proti njihovim simpatizerjem. Posledično je to pomenilo, da je moral imeti tak posameznik visoko stopnjo motiviranosti in tehten razlog, da se je odločil za tako tvegan korak, ki je lahko povzročil teror okupatorja nad njim ali nad njegovimi bližnjimi. Da je partizansko gibanje na Slovenskem postalo tako močno in dobro organizirano je torej potrebovalo učinkovit propagandni aparat, ki je privabil takšne ljudi v partizane in OF. Potemtakem naj bi propaganda igrala pomembno vlogo pri popolnjevanju in oskrbi partizanske vojske ter tako omogočila tudi sam obstoj narodnoosvobodilne vojske (NOV), kar mislim v diplomskem delu tudi podrobneje raziskati.

2. METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR

2.1. Opredelitev predmeta proučevanja

Vsaka vojska za uspešno izvajanje oboroženega boja potrebuje zadostno število ljudi in stalno oskrbo. Še posebej težavno je ta dva pogoja izpolniti odporniškim gibanjem, saj sta dotok ljudi in oskrba nestalna, obenem pa so omenjena gibanja soočena s številčno močnejšim in bolje oboroženim nasprotnikom. S podobnim problemom se je srečevala tudi narodnoosvobodilna vojska v letih 1941–1945 na Slovenskem v boju proti okupatorju. Pri reševanju takšnega problema se je potrebno posluževati propagandnih prijemov, ki so ponavadi zelo učinkovito sredstvo prepričevanja in motiviranja ljudi za določena dejanja, kar je še posebej pomembno v času vojne. S pomočjo propagande si tako odporniško gibanje lahko zagotovi podporo prebivalstva, ki je nujno potrebna za njegovo oskrbo in pridobivanje novih članov. Iz tega razloga sem za predmet proučevanja v diplomskem delu izbral vlogo propagande pri popolnjevanju, oskrbi in samemu obstoju partizanske vojske v času druge svetovne vojne v Sloveniji.

2.2. Cilji proučevanja

Cilj proučevanja v diplomskem delu bo ugotoviti, ali je partizanska propaganda v Sloveniji v času druge svetovne vojne igrala eno ključnih vlog pri ohranjanju učinkovitega in organiziranega odporniškega gibanja. Pri svojem delu pa ne bom preučeval celotne propagande OF, temveč bom raziskal le tisti del, ki je pozival Slovence naj se pridružijo partizanom, naj oskrbujejo partizansko vojsko in na ta način prispevajo k boju proti okupatorju. Z analiziranjem vsebine člankov v partizanskih časnikih Slovenski poročevalec, Partizanski dnevnik in Slovenski partizan – kasneje Naša vojska, bom raziskoval dejansko vlogo in pomen, ki ga je imela propaganda pri zagotavljanju popolnjevanja in oskrbe narodnoosvobodilne vojske. Razlogi za izbiro omenjenih časnikov pa so sledeči: Slovenski poročevalec je veljal za osrednje partizansko glasilo vsa štiri leta narodnoosvobodilnega boja in je deloval kot informacijski vestnik OF, Slovenski partizan je bil namenjen predvsem partizanskim enotam in je predstavljal osrednje vojaško glasilo partizanske vojske, Partizanski dnevnik pa je bil namenjen predvsem za Primorsko in Gorenjsko. Že samo dejstvo, da je izhajal redno vsak dan v zadostni nakladi in to v času, ko je bila uporaba slovenščine na tem

območju v javnem življenju prepovedana, je imel velik propagandni učinek na Slovence na Primorskem. S pomočjo pridobljenih podatkov bom tako poskušal priti do sklepa, da je bila propaganda osvobodilnega gibanja dejansko eden ključnih dejavnikov obstoja partizanstva na Slovenskem.

2.3. Hipoteze

Hipoteza 1: *Propaganda osvobodilnega gibanja je kot mobilizator prebivalstva pomembno prispevala k popolnjevanju NOV.*

Hipoteza 2: *Propaganda osvobodilnega gibanja je pomembno prispevala k oskrbi NOV in posledično s tem tudi k samemu obstoju NOV.*

2.4. Uporabljena metodologija

Pri preučevanju predmeta diplomskega dela bom uporabljal naslednje raziskovalne metode in na ta način poskušal potrditi oziroma zavrniti zastavljene hipoteze:

- metodo analize vsebine virov, s katero bom analiziral tako primarne kot sekundarne pisne vire ter tako poskušal priti do informacij, ki mi bodo pomagale ugotoviti dejansko vlogo propagande pri podpori partizanske vojske,
- primerjalno metodo, s katero bom primerjal in analiziral posamezne vsebine člankov iz treh partizanskih časnikov, ki so izhajali v času druge svetovne vojne (Slovenski poročevalec, Partizanski dnevnik, Slovenski partizan – kasneje Naša vojska),
- deskriptivno metodo, s katero bom opisal in razjasnil vsebine propagandnih sporočil ter njihove značilnosti.

3. PROPAGANDA

Propaganda je kot sredstvo prepričevanja ljudi tesno povezana z množičnimi mediji, ki predstavljajo temelj njenega delovanja. Zmotno je mišljenje, da je propaganda pojav 20. stoletja, za katerega je značilen razmah množičnih medijev, saj je v resnici njena zgodovina mnogo starejša.

Leta 1622 je namreč papež Gregor XV. ustanovil poseben kolegij Sacra Congregatio Christiano Nomini Propaganda, katerega namen je bil širiti katoliško vero. Drugo pomembno obdobje za razvoj propagande je bilo obdobje francoske revolucije, kjer so jo jakobinci uporabljali za obračunavanje s političnimi nasprotniki. Tako se je propaganda posledično povezala s politiko in ideologijo, ta zveza pa od takrat naprej predstavlja samo osnovo propagande (Splichal, 1975: 12).

V času ameriške državljanske vojne so vojni dopisniki, ki so spremljali vojske na bojiščih poročali o velikih bitkah, bleščečih zmagah, do katerih pa dostikrat sploh ni prišlo. V svojih poročilih so zmanjševali število žrtev na lastni strani, pisali o junaštvu generalov, ki so že preminili, ter tako podajali izkrivljeno resnico o državljanski vojni (Knightley, 1981: 33).

Koristnost propagande za vojaške namene so posamezne države spoznale tudi v prvi svetovni vojni, kjer se je pokazalo, da rezultat vojaških spopadov ni odvisen le od števila in oborožitve vojaških enot, temveč tudi od morale vojakov in ostalega prebivalstva. Propaganda je dobila nalogo ustvariti doma vzdušje domoljubja in voljo do zmage nad sovražnikom, po drugi strani pa poskušati sovražnika prestrašiti in demotivirati. V ta namen so bili ustanovljeni posebni oddelki za propagandno dejavnost, razvila pa se je tudi protipropaganda, ki je bila zadolžena za izničenje učinkov nasprotnikove propagande (Vreg, 2000: 127).

Potencialna vloga in moč propagande se je pokazala v času druge svetovne vojne predvsem na primeru nacistične Nemčije. Od druge svetovne vojne dalje se je vloga propagande samo še krepila, ne samo na vojaškem, ampak tudi na političnem in ekonomskem področju. S pomočjo množičnih medijev danes dosega vedno širši krog ljudi in bo verjetno tudi v prihodnje pomembno "orožje" politikov in vojske za doseganje zastavljenih ciljev.

Propaganda je zaradi svoje pomembnosti predmet številnih raziskovanj in preučevanj, zato obstajajo različne definicije propagande, od katerih pa sem izbral naslednje:

Propaganda poskuša vplivati na stališča velikih množic ljudi o spornih (kontroverznih) vprašanjih, ob katerih se angažira določena skupina. Je tehnika vplivanja na človeška dejanja z manipulacijo predstav. (Lasswell v Splichal, 1975: 21)

Propaganda je poskus sistematičnega vplivanja preko množičnih komunikacij na mišljenje in s tem na vedenje ljudi, skladno z interesi neke skupine.
(Martin v Splichal, 1975: 22)

Propaganda je celota metod, ki jih uporablja organizirana skupina z namenom, da bi v svojo akcijo aktivno ali pasivno vključila množico posameznikov, ki jih s psihološkimi manipulacijami psihološko povezuje in vključuje v organizacijo.
(Ellul v Vreg, 2000: 117)

Propaganda je oblika množičnega komuniciranja, v kateri komunikatorji zavestno in z organiziranim delovanjem ter s pomočjo ideološke rabe jezika poskušajo doseгти vnaprej določene (zaželene) oblike mišljenja in vedenja (pripravljenost na delovanje ali delovanje samo) ciljnih skupin, ki so določene s cilji in usmerjenostjo propagande.
(Splichal, 1975: 65)

Dandanes obstajajo različni pristopi k preučevanju propagande, sam pa bom v svojem diplomskem delu izhajal iz pojmovanja propagande kot oblike množičnega komuniciranja, ki z ideološko rabo jezika poskuša vplivati na mišljenje oziroma vedenje ljudi. V ta kontekst spada tudi politična propaganda; vojna propaganda kot del politične, pa bo predstavljala osrednji predmet diplomskega dela.

3.1. Vojna propaganda

Vojna propaganda poskuša z ustvarjanjem skupinske identitete in občutka domoljubja, ljudi pritegniti k sodelovanju v aktivnostih lastne skupine. Pri ljudeh želi doseči zaupanje v njihovo vodstvo in jih prepričati v pravilnost vojnih ciljev, obenem pa javnosti zagotoviti, da bodo zastavljeni cilji tudi uresničeni. Po drugi strani je namen vojne propagande izničiti vpliv

nasprotnika na aktivnosti lastne skupine. Z vnašanjem razdora v nasprotnikove vrste in ustvarjanjem nezaupanja lastnega prebivalstva v njihovo vodstvo, poskuša diskreditirati nasprotnika in mu vzeti voljo do bojevanja.

Vojna propaganda se deli na strateško, taktično in konsolidacijsko propagando. Strateška propaganda je usmerjena na celotno populacijo in je namenjena podpiranju ciljev vodstva. Cilj taktične propagande je zmanjšati bojno moralo nasprotnika in povzročiti razkroj v njegovih vrstah. Konsolidacijska propaganda pa je usmerjena na civilno prebivalstvo, ki živi na območjih, ki jih je zasedel nasprotnik. Namen takšne propagande je ljudem razložiti upravičenost lastne udeležbe v vojni in pridobivanje podpore tistih, ki so prej podpirali nasprotnika (Šiber v Stantič, 2004: 12–13).

3.2. Vrste propagande

Propagando delimo glede na njen izvor, oziroma ustvarjalca iz katerega izhaja, na belo, sivo in črno propagando (Pečjak, 1994: 128):

Bela propaganda je vrsta propagande, ki jo širi pooblaščen organ, pri čemer je vir znan. Zaradi tega tovrstno propagando označujemo tudi s pojmom resnična propaganda in je v kriznih razmerah ponavadi redko uporabljena, saj so podatki, ki jih uporablja, resnični.

Siva propaganda je vrsta propagande, pri kateri je izvor težko določljiv, zato lahko prihaja do problemov že pri ugotavljanju ali propagando izvajajo nam prijateljske ali sovražne države. Iz tega razloga se je taki propagandi težko zoperstaviti, njene učinke pa težko odpraviti. Njena značilnost je, da temelji na polresnici, saj praviloma uporablja resnične podatke, ki pa so selektivno izbrani glede na javnost in namen. V praksi se to kaže tako, da se neprijetne resnice zamolči, prijetne pa pretirano poudarja.

Črna propaganda je vrsta propagande, ki je organizirana tajno, viri pa so lažni. Zasnovana je na laži in prevari, zato prihaja do manipulacije dejstev, sama sredstva za doseganje ciljev propagande pa se ne izbirajo. Ker temelji na neresnici in lažeh, lahko pogostokrat podaja napačno sliko o tem, kdo jo vodi in organizira. Doseže lahko velik, a razmeroma kratkotrajen učinek in je odvisna od značilnosti in potreb prebivalstva. Če se izvaja dolgo časa, lahko pride do negativne posledice, da ji nihče več ne verjame.

4. PROPAGANDA V DRUGI SVETOVNI VOJNI

Septembra 1939 z napadom Nemčije na Poljsko se je začelo eno najbolj temačnih poglavij 20. stoletja in človeške zgodovine nasploh. Po številu udeleženih držav, človeških in materialnih virov je bila druga svetovna vojna spopad nepredstavljenih razsežnosti. Nikoli prej in nikoli poslej ni bilo v eni vojni vključenih toliko ljudi, posledično pa je to pomenilo tudi velikansko število žrtev. V drugi svetovni vojni je ugasnilo približno 45 milijonov človeških življenj, od tega 17 do 20 milijonov v vojaških akcijah, materialna škoda pa je bila ogromna (Južnič, 1985: 296). Za razliko od preteklih vojn je bilo število žrtev tako veliko zato, ker je bilo med žrtvami tudi veliko civilnega prebivalstva, ki je bilo v preteklosti bolj ali manj izključeno iz vojaških spopadov. Čeprav je prva svetovna vojna do takrat veljala za vojno vseh vojn, pa njen pozicijski način bojevanja ni povzročil tolikšnega opustošenja v zaledju in izgub med civilnim prebivalstvom. Prav gotovo je zaledje utrpelo veliko pomanjkanje in čutilo posledice bojev na fronti, vendar pa samo civilno prebivalstvo ni bilo cilj sovražnikovega napada. V drugi svetovni vojni pa se je zgodilo prav to. Zaradi visoke dinamike bojevanja in razvitejših oborožitvenih sistemov se je meja med fronto in zaledjem zabrisala, tako da so ne samo vojaki, ampak tudi civilisti neposredno čutili posledice vojaških spopadov.

Vojna je zajela vse sloje prebivalstva, zato je bilo za voditelje držav zelo pomembno ljudi prepričati, naj po svojih močeh na kakršenkoli način pripomorejo k zmagi nad sovražnikom. Tu pa dobi ključno vlogo propaganda. Vse vojskujoče se strani so se zavedale pomembnosti propagande, zato ta v tem času doseže največji razmah.

Propaganda je poudarjala vrednote domoljubja, da bi prepričala ljudi, naj poprimejo za orožje ali na drug način branijo svojo domovino proti sovražniku ali okupatorju. Naloga propagande je tako postalo tudi motiviranje prebivalcev in vojakov za bojevanje in stalno vzdrževanje prepričanja, da bo njihova stran dosegla dokončno zmago. Propaganda je poskušala preko množičnih medijev in različnih propagandnih tehnik ustvariti pri ljudeh občutek zaupanja v voditelje in vojsko, ki naj bi jih pripeljali do zmage. Spodbujala je državljane, da materialno prispevajo za potrebe domovine in nenazadnje tudi z lastnim življenjem ubranijo svojo državo in svoje družine pred sovražnikom.

Pomembnosti propagande so se zavedala tudi odporniška gibanja, ki so nastajala po Evropi potem, ko je njihovo državo zasedel okupator. Razlogi za uporabo propagande in cilji, ki bi jih z njo dosegli, so bili pri odporniških gibanjih podobni kot pri vojskujočih se državah, le da so bila tu sredstva za širjenje njihovih propagandnih sporočil dosti bolj omejena. Odporniška gibanja so za uspešen boj proti številčno močnejšemu in bolje oboroženemu okupatorju nenehno potrebovala zadostno število ljudi, orožja in drugega materiala, kar pa je bilo v teh razmerah težko izvedljivo. Zato so si morala odporniška gibanja za svoj obstoj in preživetje nujno zagotoviti podporo prebivalstva, eno od sredstev s katerim pa so ljudi dobili na svojo stran, pa je bila propaganda, saj so se lahko oprla predvsem na zavestne, ne prisilne opredelitve pripadnikov.

4.1. Nacistična propaganda

S prihodom nacistov na oblast je bila Nemčija podvržena temeljiti propagandni indoktrinaciji, ki je bila prisotna v vseh sferah družabnega in privatnega življenja nemških državljanov. Idejni vodja in tvorec nacistične propagande je bil dr. Joseph Goebbels. Leta 1933 je postal minister za ljudsko prosveto in propagando ter s tem odgovoren za vodenje propagandnega aparata Tretjega Rajha. Ministrstvo je obsegalo dvanajst oddelkov, od katerih so bili najpomembnejši oddelki za propagando, radio, tisk, film in gledališče. Ministrstvo je bilo zadolženo za organiziranje velikih demonstracij, kongresov, razstav, sejmov, delovnih akcij, športnih prireditev, državnih pogrebov, zbiranje zimske pomoči za nemško vojsko itd. Prav tako pa je pokrivalo področja rasne politike, židovskega vprašanja, državnih praznikov in akcij, ki naj bi pomagale ljudstvo prepričati v nekaj, kar se je zdelo nacistom prav (npr. bojkot židovskih trgovin) (Reimann, 1973: 237).

Propaganda je bila strogo centralizirana in ni dovoljevala alternativnih virov informacij. Namenjena je bila širjenju idej in politike nacistične stranke, množično pa se je uporabljala za propagandno gonjo proti židovskemu prebivalstvu. Zaradi nacističnega nadzora nad množičnimi mediji in kulturo je bila vsaka nemška družina prisilno vključena v propagando. Ljudje so morali poslušati radio in brati nacistične časopise. Udeleževati so se morali množičnih mitingov in manifestacij usmerjenih proti Židom. Po trgih, ulicah in tovarnah so bili nameščeni zvočniki, tako da je vsak lahko slišal Hitlerjeve govore, partijske kongrese ali državne dogodke. Nacistična indoktrinacija je potekala že od malih nog. Otroci so bili vključeni v Hitler Jugend, mladinsko organizacijo, ki je bila namenjena pridobivanju članov

prihodnje rasno čiste Nemčije. Poleg tega so morali ti otroci nadzirati celo lastne starše in sporočati voditeljem, če so pri njih zaznali kakšne odklone od nacističnega načina razmišljanja. Hišnik vsake stanovanjske hiše pa je moral obvezno poročati gestapu o dogajanjih v poslopju (Vreg, 2000: 130–131).

Nacistična propaganda je lahko s popolnim nadzorom nad množičnimi mediji kontrolirala javno mnenje v Nemčiji. Goebbels se je zavedal uporabnosti radia in ga je zato s pridom uporabljal v svoje namene. Radio je za nacistično propagando postal glavni vir sporočanja, zato se je v tem času v Nemčiji množično povečalo število radijskih sprejemnikov omejenih zmogljivosti. Pomembno vlogo je dobil tudi film, preko katerega so nacisti prikrito prenašali propaganda sporočila. Takšnih sporočil se gledalci niso tako dobro zavedali, kot pri radiu ali tisku, saj so film povezovali predvsem z zabavo. Nacistična stranka je postopoma prevzela pod svoj nadzor tudi časopisje, s tem pa je nemški tisk, kakor tudi ostali mediji, postal sredstvo manipulacije z nemškim prebivalstvom.

Za Goebbelsa je propaganda predstavljala aktivno silo, ki naj bi združevala ljudi ter zagotavljala stik med ljudstvom in vlado. Njegov cilj je bil s pomočjo propagande doseči identifikacijo ljudstva z nacionalsocializmom. Po njegovem mnenju bi morala biti propaganda, ki je usmerjena proti množicam, preprosta in ponavljajoča, saj je verjel, da je množica po svoji naravi primitivna. Propaganda naj bi zato temeljila na stalno ponavljajočih se geslih, ki povzročajo pri ljudeh občutke ljubezni ali sovraštva. S tem se po Goebbelsovem prepričanju lahko doseže osnovni cilj propagande, in sicer vpliv na samo mnenje ljudi (Welch, 1993: 20).

Načela, ki jih je uporabljal Goebbels pri izvajanju propagande, lahko strnemo v naslednje točke (Doob v Pečjak, 1994: 129):

- 1. Propagandist mora upoštevati podatke, ki jih dobi s proučevanjem javnega mnenja in obveščevalnih služb.*
- 2. Propaganda se mora načrtovati in voditi iz enega središča.*
- 3. Pri načrtovanju kakršnekoli akcije je treba upoštevati tudi njene propagandne posledice.*
- 4. Propaganda mora vplivati na sovražnikovo politiko in njegove akcije.*

5. *Morajo biti dostopne tudi običajne, vsakdanje informacije, ki jih propaganda potem izkoristi.*
6. *Da se propaganda opazi, mora zbuditi zanimanje javnosti in jo mora ponuditi medij, ki privlači pozornost.*
7. *Od njene verodostojnosti je odvisno, ali naj propaganda temelji na resnici ali laži.*
8. *Pri sovražnikovi propagandi je od njenega namena, vsebine, učinkovitosti ter narave odvisno, ali naj jo ignoriramo ali zavrnamo.*
9. *Verodostojnost informacij in predvideni učinki komunikacije odredjajo politiko cenzure.*
10. *Treba je izkoristiti gradivo sovražnikove propagande, kadar nam lahko pomaga pri doseganju lastnih propagandnih ciljev.*
11. *Propagando z govoricami je treba uporabljati, kadar je težko verjeti uradnim informacijam ali kadar uradne informacije privedejo do nezaželenih posledic.*
12. *Pri propagandi upoštevamo načelo avtoritete.*
13. *Propaganda mora biti skrbno časovno načrtovana.*
14. *Propaganda imenuje stvari in ljudi z znanimi rekli in gesli.*
15. *Propaganda za lastno deželo se mora izogibati lažnih utvar, ki se ne uresničijo.*
16. *Propaganda za lastno deželo mora dati pravo mero strahu.*
17. *Propaganda "za dom" mora zmanjšati človekove frustracije.*
18. *Propaganda mora spodbujati agresivnost.*
19. *Zgolj propaganda ne more povzročiti sprememb, moramo ji pomagati s stvarnimi akcijami.*

4.1.1. Nacistična vojna propaganda v letih 1939–1945

Ob začetku druge svetovne vojne je nacistična propaganda začela izvajati tudi vojno propagando, ki je bila usmerjena proti lastnemu prebivalstvu, sovražniku in nevtralnimi državam. Ljudje imajo ponavadi skeptičen odnos do vojne, zato jih je potrebno prepričati, da so razlogi za njen začetek upravičeni. Prav tako mora propaganda prepričati ljudstvo, da zaupajo v svojo vlado in vojsko, tako da le ti verjamejo, da bo njihova država iz tega spopada na koncu izšla kot zmagovalec.

V vsaki državi, ki je udeležena v vojno, mora biti propaganda stalno pripravljena in prilagodljiva na spremembo vojaške situacije. To je ponavadi lažje doseči v bolj zaprtih

družbah, kjer so sredstva množičnega sporočanja pod kontrolo države, kar je prav gotovo veljalo za Nemčijo v času druge svetovne vojne. Glede na spreminjajočo se vojaško situacijo lahko tako nemško propagando v času vojne razdelimo na štiri dele:

- blitzkrieg
- ruska kampanja
- totalna vojna in potreba po krepitvi morale
- obljube po povračilu in maščevanju

(Welch, 1993: 90–91).

Blitzkrieg oziroma bliskovita vojna je sprva Nemčiji prinesla velik uspeh. Nemška vojska je dosegala hitre zmage, doma in v tujini pa je že začel nastajati mit o njeni nepremagljivosti. Spričo teh vojaških uspehov nemška propaganda ni imela pretirano težke naloge, saj je lahko znova in znova poudarjala in prikazovala vojaške zmage, obenem pa že pri ljudeh ustvarjala pričakovanja za novimi prav tako spektakularnimi zmagami. S tem se je pri ljudeh ohranjal borbeni duh in zaupanje v (nemško) vodstvo, ki je bilo prav gotovo ključnega pomena za nadaljevanje vojne.

V prvem obdobju vojne dobi veliko propagandno vrednost film, predvsem v obliki vojnih dokumentarcev. Prizori, ki so jih ljudje gledali v kinematografih, so predstavljali nemško vojsko kot neuničljivo silo, ki z neverjetno hitrostjo premaguje svoje nasprotnike. Filmi kot so *Pohod na Poljsko*, *Ognjeni krst* in *Zmaga na Zahodu* so imeli velike psihološke učinke na ljudi tako v Nemčiji, kot tudi v nevtralnih državah. Nemška propaganda se je množično posluževala tudi radia, s katerim je želela nasprotnika prestrašiti in ga prepričati, da je kakršenkoli odpor proti nemški vojski že vnaprej obsojen na propad. Propagandna sporočila prenesena preko radijskih oddajnikov so bila prilagojena posameznim državam. Tako je nemški radio v Belgiji spodbujal flamski nacionalizem, na Nizozemskem je ljudi prepričeval, da se jim ni treba boriti in umreti za angleške in francoske kapitaliste, v Franciji pa je poskušal povzročiti paniko in spodbuditi nezaupanje Francozov do njihove vlade (Welch, 1993: 93–96).

Vrhunec nemških vojaških uspehov in nemške propagande v drugi svetovni vojni je prav gotovo pomenila kapitulacija Francije. Zaupanje v nemško vojsko in dokončno zmago Nemčije v vojni je bilo v tem času pri nemškem prebivalstvu na višku. Toda kasnejše dogajanje, ko je prišlo do neuspehov v bitki z Veliko Britanijo in prvih večjih propagandnih

napak (nemški tisk je npr. napovedoval, da bo do poraza Velike Britanije prišlo v osmih do petnajstih dneh po začetku napada), je povzročilo prve dvome v odločitve vodstva.

"Ruska kampanja" se je začela z napadom Nemčije na Sovjetsko zvezo 22. junija 1941. Nemške armade so prodirale globoko v notranjost SZ in sprva je kazalo, da bo bliskovita vojna uspešna tudi na Vzhodu. Nemška vojska je v tem obdobju dosegala vojaške uspehe, ravno obratno pa je bilo s propagando, ki je v tem času naredila kar nekaj napak. Nemci so začetek novega spopada sprejeli kot neizogibno dejstvo, vseeno pa je morala nemškega prebivalstva upadla, saj so se s tem razblinili upi o skorajšnjem koncu vojne.

Nemška propaganda je Slované prikazovala kot barbare, manjvredne ljudi, s tem pa naredila napako, saj ni upoštevala tedanje situacije v SZ. Zaradi Stalinove tiranije so nekateri narodi znotraj SZ (zlasti baltski) nemško vojsko pričakali kot osvoboditelje, tako da bi se jih z uspešno propagando lahko hitro pridobilo na svojo stran. Da bi se to lahko zgodilo, bi se nemška propaganda morala spremeniti in prilagoditi novim razmeram, saj ni smela morebitnih novih "zaveznikov" v boju proti Stalinu označevati kot manjvredne ljudi. Toda tega nemško vodstvo ni hotelo storiti. Edini večji uspeh, ki ga je nemška propaganda dosegla v začetnem obdobju vojne s SZ, je bila Goebbelsova akcija zbiranja zimske pomoči za nemške vojake na vzhodni fronti. Po Goebbelsovih besedah so s pomočjo nemškega prebivalstva zbrali preko 67 milijonov kosov obleke. Na tem primeru torej vidimo, da uspešna propaganda lahko vidno prispeva k oskrbi neke vojske in ustvari tesnejše vezi med prebivalstvom in vojsko (Welch, 1993: 100–103).

Nemško vodstvo je ob vojaških uspehih poudarjalo skorajšnji poraz SZ, kar pa je bilo tvegano početje, saj lahko neuresničenje napovedi hitro povzroči padec morale in daje prebivalstvu občutek, da ni vse tako lepo, kot prikazuje propaganda. Zato je bilo za nemško propagando potrebno, da spremeni svoj način delovanja, kar potrdi februarja 1942, v času, ko se je že vedelo, da vojna s SZ ne bo hitro končana, tudi Goebbels:

Spremeniti bomo morali našo propagando in našo politiko na Vzhodu, kakor smo že s Führerjem odločili. Doslej smo jemali kot izhodišče našo zelo naglo zmago na Vzhodu. Vendar se to upanje ni uresničilo. Zato se moramo pripraviti na sovražnosti, ki bodo dolgo trajale in smo potemtakem prisiljeni temeljito spremeniti naša gesla in

našo taktiko. Morda bi tudi bilo potrebno ustanoviti v okupiranih državah začasne vlade. (Goebbels, 1958: 51)

Propaganda ni več prikazovala slovanskih narodov kot manjvredne ljudi, ampak je vojno proti SZ prikazovala kot vojno proti boljševizmu. Prav tako so se začeli izogibati pretiranim optimističnim napovedim o končni zmagi, saj bi to lahko imelo negativne posledice za moralo nemškega prebivalstva, v primeru če do nje ne bi prišlo (Welch, 1993: 103).

V času bitke za Stalingrad je nemška propaganda svoje vojake prikazovala kot heroje, ki se bodo borili do zadnjega, da bi dosegli zmago in obvarovali Nemčijo pred boljševizmom. To se seveda ni zgodilo, saj se je okoli 90.000 mož vdalo, Stalingrad pa velja za največji nemški poraz in mejnik, ki je spremenil tok druge svetovne vojne.

"Ruska kampanja" se je celovito gledano izkazala za velik propagandni neuspeh. S prevelikim poudarjanjem nemških zmag in napovedovanjem skorajšnje dokončne zmage nad SZ, je propaganda pustila nemško prebivalstvo popolnoma nepripravljeno na morebitni vojaški poraz. Ko je na začetku označevala vojno proti SZ kot vojno proti barbarskim slovanskim narodom, je tako odvrnila od sebe baltske in slovanske narode, ki so bili pripravljeni stopiti na nemško stran. Da je bila propaganda proti SZ napačno zastavljena, priča že dejstvo, da jo je bilo tekom vojne potrebno temeljito spremeniti. Strojene napake in spreminjajoča se vojaška situacija, ki se začne s porazom pri Stalingradu, pa je posledično ogrozilo tudi samo kredibilnost nemške propagande.

Totalna vojna in potreba po krepitvi morale je predstavljala naslednjo fazo nacistične propagande med drugo svetovno vojno. Po padcu Stalingrada in slabšemu položaju nemške vojske na vseh frontah je bilo potrebno ljudem dvigniti moralo in jih prepričati, da Nemčija v tej vojni še vedno lahko zmaga. Po Goebbelsovem mnenju naj bi ji to uspelo doseči z napovedjo totalne vojne.

V slavnem govoru, 18. februarja 1943, jo je pred dvajsettisoč glavo množico tudi napovedal. Nemškemu prebivalstvu je sporočil, da so časi iluzij mimo in da je Nemčija edina, ki lahko reši Zahodno civilizacijo pred boljševizmom. Za dosego tega pa je potrebna totalna vojna. Vrhunec govora je predstavljalo deset vprašanj, ki jih je Goebbels postavil občinstvu, na katere je to odgovarjalo z da ali ne. Pritrjevali so mu, da so pripravljeni nadaljevati vojno še z

večjo odločnostjo, da bodo po potrebi delali šestnajst ur na dan, zato da bi izdelali sredstva potrebna za poraz boljševizma, in da bodo sledili firerju v dobrih in slabih časih vse do končne zmage (Manvell in Fraenkel, 1969: 320).

Osnovna komponenta nemške propagande v tem obdobju postane strah. Propagandisti so vojaško situacijo na Vzhodni fronti predstavljali kot zelo kritično, saj "mongolske horde z Vzhoda" ogrožajo državo. Ljudi so hoteli prepričati, da se Nemčija ne bori samo za zmago v vojni, ampak tudi za lastno preživetje, zato je potrebno še več truda in žrtvovanja, saj je v nasprotnem primeru narod obsojen na propad. Propaganda je zato v tem času veliko poročala tudi o dogodkih iz Katynskega gozda¹, s čimer je želela stopnjevati rusko-poljska nesoglasja in povzročiti razbitje zavezniškega tabora.

Kljub trudu nacistične propagande ta ni dosegla večjega uspeha. Napoved totalne vojne in dogodki iz Katynskega gozda so dvignili moralo nemškega prebivalstva, a le za kratek čas. Ljudje so kmalu občutili, kaj pomeni totalna vojna, saj je prišlo do povečane mobilizacije moške in predvsem ženske delovne sile v proizvodnji. Podjetja in trgovine, ki niso bila ključna za vojne namene, so začeli zapirati, vse to pa je imelo neposredne posledice za malega človeka. Kratkoročni uspehi propagande ljudi niso več prepričali v končno zmago Nemčije, ampak v morebitni hitri konec vojne, do katerega bi prišlo s pomočjo mirovnih pogajanj (Welch, 1993: 111–113).

Obljube po povračilu in maščevanju so bile značilnost nacistične propagande v zadnjem obdobju vojne. Nemška vojska je bila v defenzivi na vseh frontah, zavezniki so dnevno bombardirali nemška mesta, vse to pa je imelo negativne posledice za moralo nemškega prebivalstva. Propaganda ni mogla več prikrivati, da Nemčija izgublja vojno, zato je poskušala ljudi prepričati o obstoju tajnega čudežnega orožja, ki bo obrnil tok vojne v nemško korist. Nemški voditelji so obljubljali povračilne ukrepe in maščevanje za porušena nemška mesta, a čudežnega orožja, ki bi zaustavil prodiranje zaveznikov, ni bilo.

¹ Aprila 1943 nemška vojska odkrije množično grobišče okoli 4200 poljskih častnikov, ubitih s strani Rdeče armade za časa sovjetske okupacije polovice Poljske v obdobju od 1939 do 1941 leta.

Po neuspehu povračilnih orožij V1 in V2, je nacistična propaganda izkoristila neuspeli atentat na Hitlerja za dvig nemške morale. Propaganda je z gesli "Hitler je zmaga" in poudarjanjem božje previdnosti, ki varuje firerja, poskušala oživiti kult vodje in nemško prebivalstvo prepričati, da lahko le on Nemčijo pripelje do zmage. Za to obdobje je bilo značilno tudi zatekanje propagande v mitologijo in zgodovino. Filmi so prikazovali primere iz nemške zgodovine, primerljive s trenutno situacijo, ko se je nemško ljudstvo znašlo pred porazom, a na koncu iz vojne le izšlo kot zmagovalec (Friderikov čudež). Goebbels je poskušal ljudi prepričati, da se Nemčija bori za samo preživetje, saj življenje pod "barbarskimi" boljševiki ni možno, zato se ne sme niti pomisliti na predajo (Welch, 1993: 114–123).

Nemška propaganda kljub vsemu prizadevanju ni mogla vplivati na vojaško situacijo. Nemško ljudstvo se je borilo do konca in upalo na uresničitev obljub, ki so jim jih s pomočjo propagande dajali voditelji, a do tega nikoli ni prišlo. Nemčija je kapitulirala 8. maja 1945, z njo pa tudi nemška propaganda, ki je morala priznati svoj dokončen poraz.

4.2. Zavezniška (anglo-ameriška) propaganda

Velika Britanija in Združene države Amerike sta na začetku druge svetovne vojne doživljali hude poraze. Nemška vojska je zmagovala na vseh bojiščih in hitro okupirala posamezne države. Tako je bila sredi leta 1940 v nacističnih rokah praktično celotna zahodna Evropa z izjemo Velike Britanije. Na Pacifiku je podobne uspehe dosegala japonska vojska, ki je z napadom na Pearl Harbour zadala hud vojaški in psihološki udarec Združenim državam Amerike. Začetni porazi so negativno vplivali na moralo prebivalstva in vojakov, tako da je bila v tem času želja po bojevanju na zelo nizki ravni. Zato je zelo pomembno vlogo dobila propaganda, ki naj bi ljudi prepričala, da zavezniki (tukaj mislim na VB in ZDA) kljub začetnim neuspehom v tej vojni lahko zmagajo.

V ZDA in Veliki Britaniji so bili ustanovljeni posebni oddelki za propagando in protipropagando. Ko je VB grozila invazija, je Churchill pričel propagandno kampanjo z govori, s katerimi se je neposredno obračal na ljudstvo. V izredno čustvenih govorih je poskušal Angležem prikazati nevarnost, ki jo predstavlja nacistična Nemčija, in načine kako se spopasti s prihajajočo se grožnjo. Natančno je poročal o stanjih na frontah in ljudi opozarjal, naj se pripravijo na najhujše. V svojem slovitem govoru po padcu Belgije je napovedal, da se sedaj pričinja bitka za otok, bitka za Anglijo. S svojim natančnim

prikazovanjem vojaške situacije je preprečil širjenje strahu in panike, saj je neznano nevarnost preoblikoval v nevarnost, ki so jo ljudje lahko prepoznali po obliki in obsegu (Vreg, 2000: 136).

Zavezniki so v propagandne namene veliko uporabljali tudi letalstvo, s katerim so nad fronto in zaledjem raztresali letake. V njih niso grozili in govorili o predaji, ampak so sovražnika označevali kot pogumnega in pametnega človeka, ki preide na drugo stran takrat, ko ve, da ni več nobene druge možnosti. Pri takem načinu propagande je včasih prihajalo do napak, in sicer takrat, ko so od sovražnika zahtevali več, kot bi od njega lahko pričakovali. Tako so na primer sovjetski letaki od nemških vojakov zahtevali, naj uničijo Hitlerja, če želijo rešiti Nemčijo. Navaden nemški vojak se je na takšno zahtevo ponavadi odzval zgolj z jezo do tistih, ki so to od njega zahtevali (Štrancar, 1988: 38).

Zavezniki so med drugo svetovno vojno uporabljali taktično in strateško propagando. Taktična propaganda je bila tista, s katero so dosegali takojšnje rezultate. To je bila propaganda z uporabo zvočnikov na fronti, preko katerih so pozivali nemške vojake k prebegu. Pri tem je bila propaganda bolj uspešna, če so preko zvočnikov govorili nemško z angleškim naglasom, kot pa če so govorili nemški napovedovalci. Slednje so namreč nemški vojaki takoj označili za izdajalce, tako da se je morebitni učinek sporočila hitro izničil.

Po drugi strani se je strateška propaganda osredotočala predvsem na:

- ideološke napade na nacistično stranko in nemške vojaške cilje;
- prikazovanje brezupnega nemškega vojaškega in ekonomskega položaja;
- upravičenost vojaških ciljev zaveznikov in njihovo odločenost, da jih bodo izvedli;
- zagotovilo, da bodo z vojnimi ujetniki lepo ravnali, kar pomeni samoohranitev s predajo (Vreg, 2000: 137).

4.3. Sovjetska propaganda

Temelje sovjetske propagande je na začetku dvajsetega stoletja s konceptom agitacije in propagande postavil Lenin. Že zelo zgodaj se je zavedal pomembnosti časnika za propagando in agitacijo, pri čemer pa v njem ni videl le propagandnega sredstva. Časnik je zanj predstavljal neke vrste ljudsko tribuno, preko katere naj bi delavske množice izražale svoje mnenje. Preko mreže zaupnikov in delavskih dopisnikov naj bi se časnik povezal z delavskim ljudstvom in postal zastopnik njihovih interesov. Lenin tako v časniku ni videl le kolektivnega

propagandista in kolektivnega agitatorja, ampak se je zavedal njegove vloge tudi kot kolektivnega organizatorja (Vreg, 2000: 141–142).

V Sovjetski zvezi se je bolj kot kjerkoli drugje razvila oblika politične propagande imenovana agitacija. Lenin je razliko med agitatorjem in propagandistom opredelil takole:

Če propagandist obravnava neko vprašanje, na primer vprašanje brezposelnosti, mora razložiti kapitalistično naravo kriz, pokazati, zakaj so krize v sedanji družbi neizbežne, razjasniti, da se mora ta družba nujno preobraziti v socialistično družbo itd. Skratka, dati mora mnogo idej, toliko idej, da si bo te ideje v celoti takoj osvojilo le (sorazmerno) malo ljudi. Agitator, ki bo govoril o istem vprašanju, pa bo izbral primer, ki je vsem njegovim poslušalcem najbolj znan in ki je najbolj nazoren ... in bo vso moč svoje prepričevalnosti usmeril v to, da bi na podlagi tega vsem in vsakomur znanega dejstva dal množici eno samo idejo: idejo o nesmiselnosti protislovja med naraščanjem bogastva in naraščanjem bede; poskusil bo v množici vzbuditi nezadovoljstvo in ogorčenje nad to vnebovpijočo krivičnostjo in bo prepustil propagandistu, da to protislovje popolnoma razjasni. Zato deluje propagandist poglavitno s tiskano, agitator pa z živo besedo. (Lenin v Splichal, 1975: 36)

Prihod Stalina na oblast je pomenil pomemben mejnik za sovjetsko propagando. Leninov koncept agitacije in propagande, pri katerem naj bi delavno ljudstvo preko časnikov izražalo svoje mnenje, je v tem času dobilo popolnoma drugačno podobo, kot si jo je zamislil sam Lenin. V Sovjetski zvezi je bil vpeljan enopartijski totalitarni sistem, kar je pomenilo, da je vso oblast v imenu delavskega razreda prevzela komunistična partija. Vse te spremembe pa so se odražale tudi pri sovjetski propagandi.

Leninov koncept agitacije in propagande se je iz dialoga razreda in družbe preobrazil v enosmerni informacijsko-propagandni tok, ki je služil za posredovanje direktiv od partijskega vodstva do slehernega posameznika v družbi. Množični mediji so pri tem opravljali zgolj vlogo prenašalcev sporočil. Njihova naloga je bila nekritično posredovati državne in partijske odločitve širšim množicam, pri čemer pa so bila kakršnakoli mnenja ljudstva glede teh odločitev spregledana in s strani medijev ter partijskega vodstva zanemarjena. Sestavni del tega je predstavljala tudi ogromna mreža agitatorjev, ki so po celotni Sovjetski zvezi izvajali natančno načrtovane gospodarske in politične kampanje. Celoten propagandni aparat je bil v

rokah partije, pri čemer je ta s sistemom partijskih šol skrbela tudi za zadostno količino novega propagandnega kadra. Na ta način si je partija zagotovila ljudi, ki so sprejemali in širili njeno ideologijo ljudskim množicam (Vreg, 2000: 144).

Informacijski sistem je bil zgrajen hierarhično in tesno povezan s partijskim. Zaradi visoke stopnje centralizacije je bilo preko modernih tehničnih sredstev možno posredovati partijsko ideologijo in politiko na celotnem sovjetskem ozemlju. Posredovana sporočila so bila večinoma v ruskem jeziku, ki je postal državni in partijski jezik sporočanja. Množični mediji so bili v državni lasti. Prav tako so bila v državni lasti produkcijska sredstva (tiskarne, radijske in televizijske postaje, proizvodnja radijskih in TV oddajnikov itd.) in ostala podjetja, ki so bila na kakršenkoli način povezana z mediji. Za upravljanje z mediji je bila zadolžena vlada, ki je preko nadzornega aparata izvajala cenzuro. Tudi za množične medije je bila značilna stroga centralizacija, saj je celotno ozemlje Sovjetske zveze pokrivalo le nekaj glasil, ki so izhajala v milijonskih nakladah (Vreg, 2000: 144–145).

Najpomembnejši organ sovjetske propagande je leta 1939 postal Agitprop – oddelek za propagando in agitacijo pri centralnem komiteju komunistične partije, ki je imel pod nadzorom celotno propagandno dejavnost Sovjetske zveze. Razdeljen je bil na petnajst oddelkov, pri čemer je bil vsak zadolžen za določen tip propagandne aktivnosti (Martin, 1958: 46). Prav tako so imeli republiški centralni komiteji komunistične partije svoje oddelke za propagando in agitacijo, zadolženi pa so bili za nadzor oddelkov za propagando in agitacijo na oblastni, mestni in rajonski ravni (Vreg, 2000: 146).

5. PROPAGANDA OSVOBODILNEGA GIBANJA NA SLOVENSKEM

Po okupaciji slovenskega ozemlja si je OF kot politična organizacija zadala nalogo vzpostaviti partizansko gibanje, ki bi se lahko uspešno zoperstavilo okupatorju. Da bi se to lahko zgodilo, je nastajajoče partizansko gibanje potrebovalo zadostno število ljudi, ki jih je bilo potrebno oborožiti, nahraniti in oskrbeti z drugimi življenjsko pomembnimi potrebščinami. OF ni imela na voljo represivnih aparatov, ki bi lahko sankcionirali tiste, ki niso prispevali k oskrbi, zato je bilo potrebno ljudi prepričati, da prostovoljno prispevajo denar, obleko, hrano in drugo blago, ki ga je potrebovala partizanska vojska. Pri tem je pomembno vlogo igrala propaganda, saj je morala spodbuditi ljudi, da dajejo svoje prispevke. Da se je to lahko uresničilo, je morala seznaniti slovenski narod s cilji narodnoosvobodilnega boja, razložiti ljudem, zakaj potrebuje njihova sredstva, in čemu bodo namenjena ter jih na splošno prepričati, naj podpirajo partizansko gibanje in se mu pridružijo. Partizansko gibanje je za svoje preživetje in uspešen boj proti okupatorju potrebovalo podporo prebivalstva, česar se je zavedala OF in v ta namen začela z organiziranjem partizanske propagande, da bi to podporo okrepila.

Pomembnosti partizanskega tiska in propagande za razvoj odporniškega gibanja se je dobro zavedal tudi Edvard Kardelj, ki je v septembrski številki Dela leta 1941² zapisal:

12. Da bi partizani uživali vso podporo ljudstva, morajo tudi politično delati med njimi. Povsod kjer se gibljejo, naj sklicujejo množične shode prebivalstva, naj mu objasnjujejo položaj kakor tudi cilje in potrebe partizanske borbe. Dolžnost partizanov je, da tudi v pisni obliki (letaki itd.) opravljajo intenzivno politično delo med ljudstvom.

13. Politični komisarji in poveljniki so dolžni zagotoviti slehernemu partizanskemu oddelku politično in vojaško strokovno vzgojo. Partizanski oddelki morajo v ta namen biti oskrbljeni z vso potrebno literaturo. Taka vzgoja je predpogoj za to, da bo borbena pripravljenost oddelka stalno na potrebnih višini. (Kardelj, 1961: 93)

² Septembra 1941 je v ilegalnem glasilu KPS Delo izšel članek Edvarda Kardelja z naslovom "Iz obrambe v napad" v katerem avtor v šestnajstih točkah poda navodila za oblikovanje učinkovitega osvobodilnega gibanja.

Problem so predstavljala primanjkujoča sredstva, ki jih takrat ni bilo veliko na voljo, zato je organiziranje partizanske propagande med okupacijo predstavljalo izredno težko in zahtevno nalogo.

5.1. Organiziranje partizanske propagande

Propaganda odporniškega gibanja, zlasti pa njena organiziranost, je v začetnem obdobju izhajala iz komunističnega okolja. Pred drugo svetovno vojno je v Sloveniji obstajalo veliko legalnega, pollegalnega in ilegalnega komunističnega tiska. Komunistična stranka se je zaradi delovanja v ilegali in kasneje pod okupacijo morala posluževati drugačnih propagandnih prijemov, ki so temeljili predvsem na uporabi pisne propagande. Ilegalno je izdajala različne knjige, brošure in časnike ter tudi posebne vrste tiska – letake, ki jih je v zelo visokih nakladah izdajala predvsem takrat, ko je bilo treba ljudi na hitro obvestiti o čem pomembnem, jih pozvati k množični akciji itd. Pri tiskanju ilegalnih publikacij so uporabljali ciklostil, katerega prednost je bila, da ni potreboval veliko prostora in posebnih naprav, zato ga je partija množično uporabljala. Za potrebe Ljubljane in njene okolice je tako že od leta 1932 pa do začetka druge svetovne vojne delovala ciklostilna tehnika (Čepe, 1959: 210–230). To je pomenilo, da je imela partija tudi po okupaciji Jugoslavije na voljo tiskarne, potrebščine za tiskanje in razmnoževanje, tehnične zveze, izkušnje z ilegalno tehniko in kar je najpomembnejše, ljudi, ki so bili sposobni in pripravljeni organizirati partizansko propagando. Po okupaciji Jugoslavije je Komunistična stranka Slovenije dala OF na razpolago svojo ilegalno tiskarsko tehniko, kar je posledično vodilo k nastanku in razvoju partizanske propagande.

Leta 1941 je veljala Ljubljana, poleg središča odporniškega gibanja, tudi za središče ilegalne partijske tehnike, zato je dotedanja ljubljanska partijska tehnika dobila ime Centralna tehnika. Slednja je začela ustanavljati vrsto ciklostilnih tehnik v posameznih delih mesta, prav tako pa je vzpostavljala mrežo kurirskih zvez in zvez za ilegalni tisk. Tako je med seboj povezala vodstvo osvobodilnega gibanja (ki je bilo takrat še v Ljubljani) z ostalimi deli Slovenije. Centralna tehnika je ustanavljala tudi pokrajinske in okrožne tehnike ter s kadri in potrebnim materialom oskrbovala tudi tehnike v partizanskih enotah. Tako se je začela vzpostavljati mreža partizanskih tiskarn, ki so bile nujen predpogoj za razvoj partizanske propagande (Petrač, 1967: 412–413).

5.2. Tehnični problemi partizanske propagande

Ilegalne tiskarne so za potrebe partizanske propagande med vojno natisnile številne časnike, letake, brošure, od katerih so nekatere izhajale tudi v več tisoč izvodih. Zelo pomembno za izvajanje uspešne propagande je bilo redno izhajanje omenjenega propagandnega materiala, ki je ljudem lahko stalno opisoval potek narodnoosvobodilnega boja, cilje OF in druge pomembne informacije, do katerih se ni dalo priti v ostalih časnikih, saj jih je nadzoroval okupator. Da pa je bilo to možno uresničiti, so ilegalne tiskarne potrebovale velike količine tiskarskega materiala, ki ga je bilo treba zagotoviti v razmerah, ko je bilo slovensko ozemlje pod okupacijo.

Tiskarne so za opravljanje svojih nalog potrebovale velike količine papirja, barv, matric, črk, gradbenega materiala za njihovo gradnjo in drugih potrebščin, ki so bile potrebne za njihovo nemoteno delo. V začetnem obdobju vojne je vodstvo Centralne tehnike material še lahko legalno kupovalo po trgovinah, vendar to kmalu ni bilo več možno. Potrebe Centralne tehnike so tako narasle, da materiala ni bilo več mogoče kupiti samo v trgovinah, saj bi za tako velike količine kupljenega blaga zagotovo izvedel tudi okupator (Čepe, 1959: 250–251).

Na začetku je za dobavo tiskarskega materiala skrbelo celotno vodstvo Centralne tehnike, nato pa je to nalogo dobil posebno za to ustanovljen nabavni odbor. Ves nabrani materiala je bilo potrebno shraniti, zato so po Ljubljani nastajala skrivna skladišča tehničnega materiala. Največje skladišče je bilo centralno skladišče Centralne tehnike, ki je dobivalo blago iz manjših ljubljanskih skladišč. Odpremni sektor Centralne tehnike pa je bil zadolžen za prevoz zbranega materiala iz skladišč do partizanskih enot. Preko organiziranih kanalov so se pošiljali tiskarski in ciklostilni stroji, papir, matrice, pisalni stroji, barve, propagandni material (časniki, brošure, pozive itd.) in drugo blago, ki so ga potrebovale partizanske enote (Petrač, 1967: 416–419).

Za izvajanje učinkovite propagande pa ni bilo dovolj samo izdajanje partizanskega tiska, temveč je bilo potrebno tisk tudi dostaviti ljudem, da so ga lahko brali. Partizanska propaganda je bila namreč lahko uspešna le v primeru, če so ljudje dobili propagandni material, ga prebrali in tako prejeli sporočila in informacije, ki jim jih je želela posredovati OF. Zato je bilo potrebno organizirati kurirsko mrežo, ki bi na ozemlju pod nadzorom okupatorja lahko uspešno razpečevala prepovedan partizanski tisk.

Vzpostavlanje zvez med posameznimi deli Slovenije pa je bila po okupaciji ena izmed najtežjih nalog Centralne tehnike. Naravne meje in okupacija slovenskega ozemlja s strani treh okupatorjev so bile ovire, ki jih je morala Centralna tehnika premagati, da je lahko organizirala kurirske zveze, ki so bile za razvoj odporniškega gibanja zelo pomembne. Po vzpostavljenih zvezah so se organizatorji partizanskega gibanja lahko prikrito gibal v posamezne kraje, prav tako pa so lahko kurirji prenašali pomembna ustna ali pisna sporočila ter seveda raznašali partizanski tisk.

5.4. Partizanski tisk

Po kapitulaciji Jugoslavije je ves dotedanji uradni slovenski tisk in radio padel pod kontrolo okupatorja, ki pa ga je bodisi ukinil ali pa nadzoroval s cenzuro, tako da so Slovenci ostali brez neodvisnega vira informacij. Edini alternativni vir informacij je predstavljal razvijajoči se partizanski tisk, ki je tekom vojne postal ne samo glavno propagandno sredstvo OF, ampak tudi organizator odporniškega gibanja. V obdobju narodnoosvobodilnega boja so izšli številni izvodi različnih partizanskih časnikov, brošur, letakov in ostale literature, ki so približale narodnoosvobodilno borbo slovenskemu narodu in tako opravljali pomembno propagando funkcijo.

5.4.1. Slovenski poročevalec

OF se je takoj po okupaciji odločila, da bo za potrebe lastnega propagandnega delovanja začela izdajati poseben list, ki bo predstavljal konkurenco okupatorskemu časopisju. V začetku maja 1941 je v ta namen ponovno začel izhajati kot njeno glasilo Slovenski poročevalec, ki je tekom celotnega narodnoosvobodilnega boja pomembno prispeval k propagandi in organizaciji partizanskega gibanja.

Začetki Slovenskega poročevalca sicer segajo že v leto 1938, ko sta izšli dve številki, ki sta bili po vsebini protifašistično usmerjeni. Tudi Slovenski poročevalec iz leta 1941 je imel politično vsebino in je med vojno veljal za informacijski vestnik OF, kar je bil tudi njegov podnaslov (Šmicberger, 1988: 11–14). Slovenski poročevalec je bilo informativno sredstvo OF, ki je obveščalo organizacije in članstvo o vseh sklepih političnega in vojaškega vodstva o partizanskih akcijah, stanju na bojišču in drugih pomembnih zadevah.

Prav tako je Slovenski poročevalec veljalo za ideološko-politično glasilo, ki je izražalo svoja stališča do posameznih dogodkov ter opozarjalo ljudi na delovanje okupatorja in njegovih sodelavcev, obenem pa opozarjalo tudi na napake in pomanjkljivosti samega partizanskega gibanja. Slovenski poročevalec je tako v tesnem sodelovanju z OF postal inštrument akcije in boja proti okupatorju ter mobilizator in organizator narodnoosvobodilnega boja.

Ljubljana je kot središče odporniškega gibanja na začetku s Slovenskim poročevalcem zalagala zunanje predele Dolenjske, Gorenjske, Štajerske in Primorske, zaradi vse večjih potreb pa so sčasoma iz Ljubljane pošiljali le po nekaj izvodov, ki so bili potem v nastajajočih partizanskih tehnikah po slovenskem ozemlju ustrezno razmnoženi. Po selitvi vodstva OF iz Ljubljane na osvobojeno ozemlje leta 1942, se je tja preselilo tudi izhajanje osrednje izdaje Slovenskega poročevalca in ostalega partizanskega tiska, medtem ko so ga Ljubljana in posamezne pokrajine ponatisnile ali delno priredile, tako da so občasno nastajale samostojne izdaje. V celotnem obdobju vojne je izšlo preko 300 številk Slovenskega poročevalca, če pri tem upoštevamo tudi vse posebne in neoštevilčene izdaje. Od tega je bilo 176 osrednjih, 43 ljubljanskih, 50 gorenjskih, 21 primorskih in 14 štajerskih številk (Šmicberger, 1988: 17–22).

5.4.2. Vojaška glasila

Eden prvih in najpomembnejših vojaških glasil v obdobju narodnoosvobodilnega boja je bil Slovenski partizan. Prvič je izšel oktobra 1941 in je bil po vsebini namenjen predvsem prvim partizanskim enotam, kar je vidno tudi iz naslovov člankov (Partizani – jeklena pest slovenskega naroda, Izkušnje dosedanjih bojov slovenskih partizanskih čet, Komandir in komisar, Kako bomo prezimovali itd.). Na začetku je bil zamišljen kot enkratna publikacija, saj je naslednja številka izšla šele junija 1942. V letih 1942 in 1943 je izšel po petkrat, naslednje leto pa postal mesečnik in se preimenoval v Našo vojsko. V času narodnoosvobodilnega boja je veljal za osrednje vojaško glasilo partizanske vojske (Šmicberger, 1988: 23).

Poleg tega so izhajala še številna druga po nakladi manjša vojaška glasila, ki so jih izdajale posamezne partizanske enote in so bila predvsem propagandno-informativnega značaja. Ponavadi so bila ta glasila rezultat prizadevnosti in motiviranosti posameznih partizanov, ki so želeli izdajati lastno glasilo, saj so zaradi občasno nerednega dostavljanja osrednjih časnikov partizanske enote trpele pomanjkanje literature.

5.4.3. Partizanski dnevnik

Ozemlje Primorske je po prvi svetovni vojni pripadlo Italiji, tako da je bila Primorska že dve desetletji podvržena fašističnemu režimu. Potreba in želja po partizanskem tisku na Primorskem je bila zato še posebej velika, poleg tega so osrednja partizanska glasila na to območje prihajala neredno, malo pa je bilo tudi vojaških glasil posameznih partizanskih enot.

Kmalu po kapitulaciji Italije je zato jeseni 1943 začel izhajati Partizanski dnevnik. Na začetku so ga razmnoževali s pomočjo ciklostilne tehnike in tako omogočili njegovo redno izhajanje. Prejemali so ga partizani, zaledne enote, aktivisti OF in civilno prebivalstvo na območjih, kjer je takrat delovala Triglavska 31. divizija, ki je začela z njegovo izdajo. Vsebina Partizanskega dnevnika je bila predvsem politična, njegovi uredniki pa so poskušali vanj vključiti tudi različne črtice, novele in pesmi, da bi ga s tem še bolj približali množicam (Šmicberger, 1988: 62–68). Med vojno je Partizanski dnevnik opravljal pomembno propagando vlogo za narodnoosvobodilni boj na Primorskem, saj je veljal celo za edini tiskani dnevnik kateregakoli odporniškega gibanja v tedanji okupirani Evropi.

5.4.4. Listi KPS

Med pomembnejše partijske liste, ki so izhajali med vojno lahko štejemo Ljudsko pravico. Komunistična partija Slovenije je omenjeno glasilo izdajala že pred vojno, pri čemer so ga tedanje oblasti nekajkrat prepovedale, prva medvojna številka pa je izšla januarja 1943. Ljudska pravica je imela kot partijski list nalogo spodbijanja argumentov, ki so jih uporabljali nasprotniki komunistične partije, obenem pa je članstvu predstavljala politiko in cilje KPS. Opravljala naj bi tudi idejno-vzgojne naloge in služila kot vzgojni list za kadre OF.

Uradno glasilo KPS je bilo od leta 1940 dalje tudi Delo. Zgodovina tega glasila sega v čas po prvi svetovni vojni, ko so ga kot skupno glasilo izdajali italijanski in slovenski komunisti. Avgusta 1941 je izšla prva medvojna številka, leta 1942 pa še nadaljnjih pet števil, vse pa so bile natisnjene v ljubljanskih ilegalnih tiskarnah (Šmicberger, 1988: 32–37).

5.4.5. Drugi listi

Poleg zgoraj omenjenih publikacij so v času narodnoosvobodilne borbe izhajala še številna druga partizanska glasila, ki so se med seboj razlikovala po kraju, načinu izhajanja, številu izvodov in tudi po sami vsebini. Vsa so izhajala v času okupacije, ko je bilo treba zagotoviti tehnične potrebščine, prostore za njihovo tiskanje in nenazadnje partizanski tisk raznesti med ljudi.

Kljub temu je partizansko gibanje premagalo te težave, saj velja obdobje narodnoosvobodilnega boja za zelo bogato obdobje slovenskega tiska. Pomembnosti in nevarnosti ilegalnega tiska se je dobro zavedal tudi okupator, ki je kmalu po zasedbi slovenskega ozemlja določil smrtne kazni za tiste, ki bi posedovali ilegalni tisk. Aktivisti OF so kljub nevarnostim opravljali svojo nalogo in s širjenjem partizanskega tiska pomembno prispevali k propagandni dejavnosti OF, ki je bila nujno potrebna za oblikovanje učinkovitega partizanskega gibanja.

5.5. Partizanski radio

Partizanska propaganda se pri opravljanju svoje dejavnosti ni posluževala le tiska, ampak je že leta 1941 kot propagandno sredstvo vpeljala tudi radio. Prednosti radia pri izvajanju propagande v primerjavi s tiskom so velike, saj omogoča večjo ažurnost, hkrati pa hitreje in lažje doseže kraje, za katere tisk lahko potrebuje kar precej časa. Pomembnosti radia v propagande namene se je zavedala tudi OF, zato je bil sredi leta 1941 znotraj Centralne tehnike ustanovljen poseben radijski sektor (Goršič, 1961: 358).

17. novembra 1941 je začel oddajati Radio Osvobodilne fronte, imenovan tudi Kričač. Skrb za radijski oddajnik, preko katerega se je oddajalo, so prevzeli člani radijskega sektorja. Na začetku je oddajal dvakrat na teden, kasneje pa je aktivistom OF uspelo pripraviti tudi do tri tedenske oddaje. Med oddajanjem je Ljubljčanom posredoval različne informacije, ki so bile pomembne za krepitev narodnoosvobodilnega boja, s čimer je postal pomembno propagandno sredstvo OF. Italijanskemu okupatorju ni nikoli uspelo odkriti radijske postaje, zato je aprila 1942 v Ljubljani izdal odlok o obvezni oddaji radijskih sprejemnikov. Zaradi tega je IOOF izdal sklep o začasni prekinitvi radijskih oddaj, tako da je radio Kričač aprila 1942 končal z oddajanjem (Reisp, 1975: 115–119).

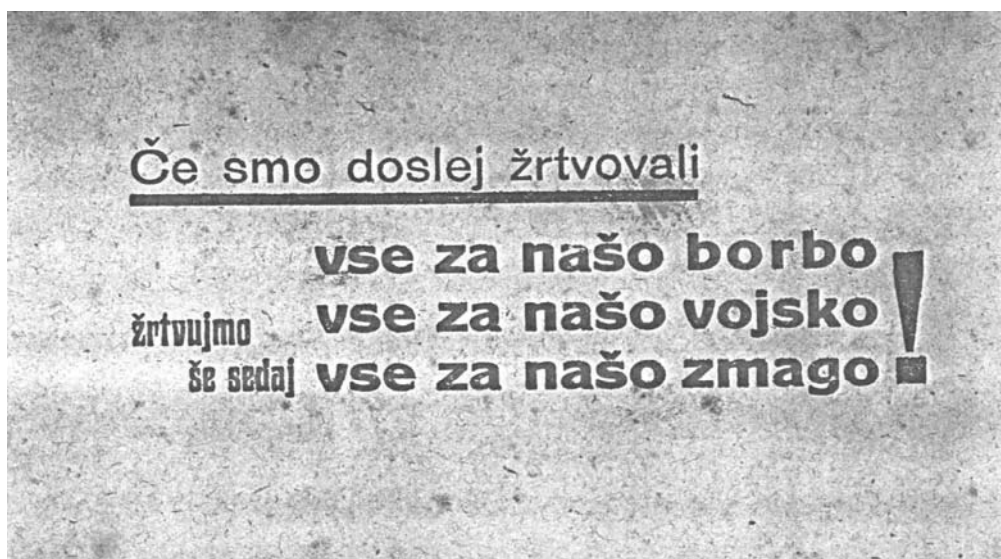
Po obdobju Kričaća je bil radio leta 1943 ponovno uporabljen v propagandne namene, ko je bila na tedanjem osvobojenem ozemlju na Kočevskem vzpostavljena radijska zveza z vrhovnim štabom in Moskvo, kar je bilo predvsem pomembno zaradi radia Svobodna Jugoslavija, ki je tako lahko posredoval informacije iz Slovenije. Radijska postaja je začela oddajati novembra 1941 v Sovjetski zvezi in je bila sestavljena iz srbohrvaških in slovenskih oddaj. Z njegovo pomočjo so o slovenskem narodnoosvobodilnem gibanju lahko slišali tudi drugod po svetu.

Neposredna radijska propaganda se je ponovno začela julija 1944 v Črnomlju, ko je začel oddajati Radio Osvobodilna fronta (ROF). Glavno vsebino oddaj so predstavljala poročila, ki so bila sestavljena iz vojaških poročil, sledila pa so jim poročila iz Slovenije in Jugoslavije. Poleg tega so v oddajah opravljali tudi intervjuje z različnimi političnimi in vojaškimi osebnostmi, redni del poročil pa so zajemala tudi sporočila komisije za ugotavljanje zločinov okupatorja, sporočila Rdečega križa in druga pomembna obvestila (Šmicberger, 1988: 75–77).

5.6. Drugi načini delovanja partizanske propagande

Partizanska propaganda ni samo preko osrednjih partizanskih glasil in radia pozivala Slovencev naj se pridružijo partizanski vojski ali pa ji na kakršnikoli način pomagajo pri njenem boju, temveč se je posluževala tudi drugih sredstev. Kot sredstvo obveščanja slovenskega prebivalstva so se množično uporabljali tudi letaki. Aktivisti OF so jih širili med slovensko prebivalstvo in ga tako obveščali o vseh pomembnejših dogodkih ali odločitvah organov OF. Letake se je dalo tiskati hitreje in v dosti večjih nakladah kot partizanske časnike, obenem pa je OF lahko z njimi hitreje posredovala ljudem zelene informacije. Po vsebini so bili letaki različni, uporabljali pa so se tudi za pozivanje ljudi, naj se pridružijo partizanski vojski oziroma ji materialno ali denarno pomagajo. Slabost letakov je bila le v njihovi velikosti, saj je bilo zaradi majhnega formata možno posredovati zgolj omejeno količino informacij.

Slika 5.1: Primer propagandnega letaka OF



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

Podobno nalogo kot letaki so imeli tudi parolni lističi, ki so jih v velikim številu trosili po ulicah in drugih mestih. Njihova vsebina je bila ponavadi sestavljena iz določenega slogana ali gesla, s katerim se je pozivalo in motiviralo slovenski narod. Ti lističi so se v veliki meri uporabljali tudi za pozivanje Slovencev k vključitvi v partizansko vojsko ali k nudenju pomoči pri njeni oskrbi.

Partizanska propaganda se je poskušala približati slovenskemu prebivalstvu tudi z organiziranjem mitingov. V vaseh ali krajih kjer so se nahajali partizani, so organizirali prireditve, ki so bile ponavadi politično in kulturno obarvane. Na teh mitingih sta se poskušala Osvobodilna fronta in partizanska vojska čim bolje predstaviti slovenskemu prebivalstvu. Ljudem se je pojasnjevalo kaj so glavni cilji in naloge OF, za kaj se bori partizanska vojska, obenem pa se jih je pozivalo, naj se ji pridružijo. Ker so bili Slovenci podvrženi ne samo partizanski, temveč tudi okupatorjevi in domobranski propagandi, je bilo za OF toliko bolj pomembno, da pridobi Slovence na svojo stran oziroma vsaj nevtralizira učinek nasprotnikove propagande. S pomočjo mitingov je partizanski propagandi tako uspelo povezati zabavo s politiko ter navezati neposreden stik s slovenskim prebivalstvom.

Vsak partizan mora biti političen delavec, ki s svojim pojavom med narodom, s svojim pravilnim nastopom in odnosom do naroda krepi borbena razpoloženja naroda ter zaupanje v našo Narodnoosvobodilno vojsko. Politične naloge naše vojske pa niso že

izčrpane z uspešnimi akcijami, ki naj dvigajo narodovo politično zavest in s takim pravilnim odnosom do naroda, ki naj utrjuje zaupanje naroda do naše vojske. Vojaški in politični razvoj zahtevata od naše vojske vedno več neposrednega političnega dela med narodom. (Slovenski partizan, maj 1943: 24)

Aktivisti OF so v propagandne namene izvajali tudi določene akcije, ki so imele učinek na slovensko prebivalstvo predvsem v krajih, ki so bili pod kontrolo okupatorja. Tako so na primer na javnih mestih izobešali slovenske in jugoslovanske zastave s peterokrako zvezdo, ali slike maršala Tita in jih delili tudi med ljudi. Pogoste so bile t. i. napisne akcije, pri katerih so zidove in druga mesta popisali z gesli OF. Tovrstna dejanja aktivistov OF morda niso imela neposredne vloge pri pridobivanju novih partizanov in oskrbi partizanske vojske, so pa imela velik propagandi učinek. Slovenci v okupiranih krajih so preko teh akcij spoznali, da je OF prisotna in zmožna delovati tudi v njihovem mestu, pa čeprav je tega kontroliral okupator.

Gesla OF so se pisala po zidovih v vaseh, trgih in mestih, ki jih je nadzoroval okupator, prav tako pa po dvoranah, kjer so prirejali razna zborovanja ali prireditve. Napisana so bila tudi v partizanskih časnikih ter tako vidna širšemu krogu ljudi.

Nekatera gesla OF so na primer bila:

- OF je preobrazila slovenski narod iz naroda hlapcev v narod junakov!
- OF je dvignila slovenski narod v upor proti okupatorju!
- Živela junaška narodnoosvobodilna vojska Jugoslavije, ki uničuje nemško-fašistične osvajalce!
- V borbo za popolno osvoboditev slovenskega ozemlja!
- Razplamtimo osvobodilni boj proti okupatorjem in njihovim pomagačem po vsej Sloveniji!
- V boj proti skrivačem, strahopetcem in oportunistom!
- Obdelajmo vso plodno zemljo!
- Vse za vojsko!
- Organizirajmo vzajemno pomoč pri obdelavi zemlje: sosed pomagaj sosedu!
- Vsi v partizane! Vse narodnoosvobodilni vojski, ki se bori za boljšo bodočnost!
- Živela zedinjena Slovenija v demokratični, federativni Jugoslaviji!
- Krepimo udarno silo naše vojske! Tekmujmo v graditvi naše oblasti in nove domovine Jugoslavije! (Partizanski dnevnik, 30. 4. 1944: 4)

6. PARTIZANSKA PROPAGANDA O POPOLNJEVANJU IN OSKRBI

6.1. Vloga propagande pri pridobivanju in mobilizaciji partizanov

Osvobodilna fronta je za svoj boj proti okupatorju potrebovala zadostno število ljudi, ki bi bili pripravljeni vstopiti v partizansko vojsko in se zoperstaviti sovražniku. Odločitev za vstop v partizane je bila prostovoljna, zato je bilo potrebno prepričati vsakega posameznika, da se je odločil za tak korak. Pri pridobivanju partizanov se je zato OF v veliki meri oprla tudi na propagando.

6.1.1. Problem pridobivanja borcev za partizansko vojsko

Po kapitulaciji Jugoslavije leta 1941 je na Slovenskem Osvobodilna fronta prevzela vodilno vlogo pri zoperstavljanju okupatorju. Za uspešen boj proti sovražniku je potrebovala partizansko vojsko, ki pa je bila takrat šele v razvoju. Pridobiti je bilo potrebno prostovoljce, ki bi bili pripravljeni vstopiti med partizane, kar pa je bilo vse prej kot lahka naloga.

Pridobivanje borcev za partizansko vojsko je bilo še posebej težavno v začetnem obdobju vojne. Slovensko ozemlje je bilo razdeljeno med tri okupatorje, ki so na svojih območjih uvedli svojo oblast in izvajali prisilne ukrepe proti vsakomur, ki se jim je poskusil zoperstaviti. V tem času odporniško gibanje še ni bilo tako razširjeno, OF pa ni imela na voljo nobenih pravnih sredstev, ki bi posameznika prisilili k vstopu v partizansko vojsko. OF je ljudi lahko samo motivirala in poskušala prepričati, naj se pridružijo boju proti okupatorju, saj je bila odločitev za odhod v partizane prostovoljna.

Odločitev za odhod v partizane pa ni bila lahka, saj so vsakomur, ki se je za ta korak odločil, grozili ukrepi okupatorja proti njemu ali njegovi družini. Okupator je začel izvajati represalije proti svojcem partizanov tako, da je odrasle člane družine poslal v koncentracijska taborišča, otroke pa v mladinska ponemčevalna taborišča, vse z namenom, da bi preprečil odhode ljudi v partizane.

Okupator (z izjemo italijanskega) je z uvajanjem vojaške obveznosti za Slovence povzročil še dodatne probleme partizanski vojski pri pridobivanju borcev. Na območjih kjer partizanske

enote niso bile dejavne in zaradi strahu pred ukrepi okupatorja, so ljudje namesto v NOV raje odhajali v okupatorjevo vojsko. Okupator je imel z mobilizacijo Slovencev v svojo vojsko uspehe predvsem v začetnem obdobju vojne, ko se je končna zmaga v vojni še nagibala v korist sil osi. Z naraščanjem števila padlih Slovencev v nemški vojski in z razmahom osvobodilnega gibanja na Slovenskem pa ljudje niso več želeli oditi v okupatorjevo vojsko. Vojaški obvezniki so se skrivali pred novačenjem ali pa odhajali v partizane, tako da je okupator mobiliziral vedno manj ljudi. K nadaljnjemu neuspehu okupatorjeve mobilizacije je prispevalo tudi dejstvo, da so se partizanske enote in organizacije OF do dezertirjev iz okupatorjeve vojske obnašale korektno in nad njimi niso izvajale represalij (Žnidarič, 2001: 82–85).

Ugodnejše razmere za pridobivanje borcev v partizansko vojsko so nastale v drugi polovici leta 1943, in sicer po kapitulaciji Italije, ko je NOV pridobila veliko novega orožja in osvobodila veliko slovenskega ozemlja. Na evropskih bojiščih je nemška vojska doživljala poraze in vse je kazalo, da se zmaga v vojni nagiba na stran zaveznikov. Zaradi spremenjenih razmer so se Slovenci lažje odločali za odhod v partizane. Pomemben mejnik pri pridobivanju borcev v NOV je predstavljal 11. september 1943, ko je bila uvedena vojaška obveznost za moško prebivalstvo v starosti od 17 do 45 let (Slovenski poročevalec, 17. 9. 1943). Od takrat naprej odhod v partizane ni bila več zgolj prostovoljna odločitev vsakega posameznika, temveč je postala obveznost.

Pridobivanje borcev za partizansko vojsko je z uvedbo vojaške obveznosti postalo prav gotovo lažje kot v prvem obdobju vojne, a vseeno ni potekalo brez problemov. Okupator je poskušal partizansko mobilizacijo preprečiti s tem, da je grozil z ukrepi proti svojcem partizanov in ubežnikov ter mobilizirancev v partizane, ki se od tam ne bi vrnil (Žnidarič, 2001: 86). Prav tako se določen del moškega prebivalstva ni želel odzvati pozivu v partizane in se je pred mobilizacijo skrival. Osvobodilno gibanje je takim ljudem grozilo s sankcijami, čeprav še ni predstavljalo prave državne oblasti, ki bi lahko take ukrepe legitimirala in proti njim pravno ukrepala, tako da so bile sankcije izvedene le izjemoma.

6.1.2. Pozivi k vstopu v partizansko vojsko

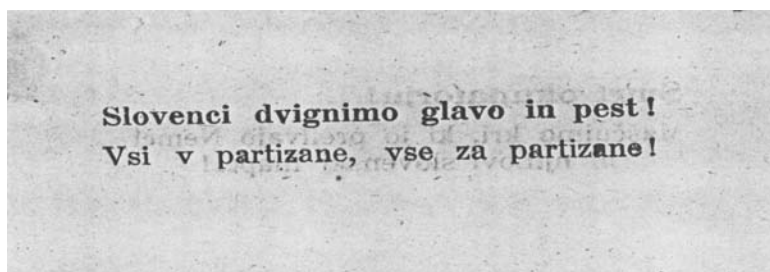
V začetnem obdobju partizanskega gibanja, ko je bilo pridobivanje borcev ključnega pomena za nastanek učinkovite partizanske vojske, lahko zasledimo veliko člankov, ki so spodbujali in prepričevali ljudi, naj se pridružijo partizanski vojski v boju proti okupatorju.

Slovenci! Vsi, ki ljubite svoj narod, ki hočete maščevati prelito kri naših bratov in sester, vsi, ki v vas plamti plamen sovražstva proti odvratnim fašističnim zverem, vzemite puško ali kakršnokoli orožje in odhitite v partizane!

Slovenska mladina! Zlasti tebe, od katere je v prvi vrsti odvisna bodočnost slovenskega naroda, kliče dolžnost v partizanske vrste. Odprimo novo stran v zgodovini svojega naroda, stran brezmejne požrtvovalnosti, junaštva in slave, vrnimo svojemu narodu svobodo, pokažimo v upornem boju, da smo vredni svobode!

Slovenci! Ne jutri, temveč danes, takoj in na vsakem koraku: smrt fašističnim okupatorjem, kri za kri, zob za zob! Osvobodilna fronta poziva na bojno mobilizacijo! Za svobodo! Za lepšo bodočnost naroda! V partizane! Javite se najbližjim odborom Osvobodilne fronte. (Slovenski poročevalec, 6. 9. 1941: 1)

Slika 6.1: Poziv Slovincem k vstopu v partizane



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

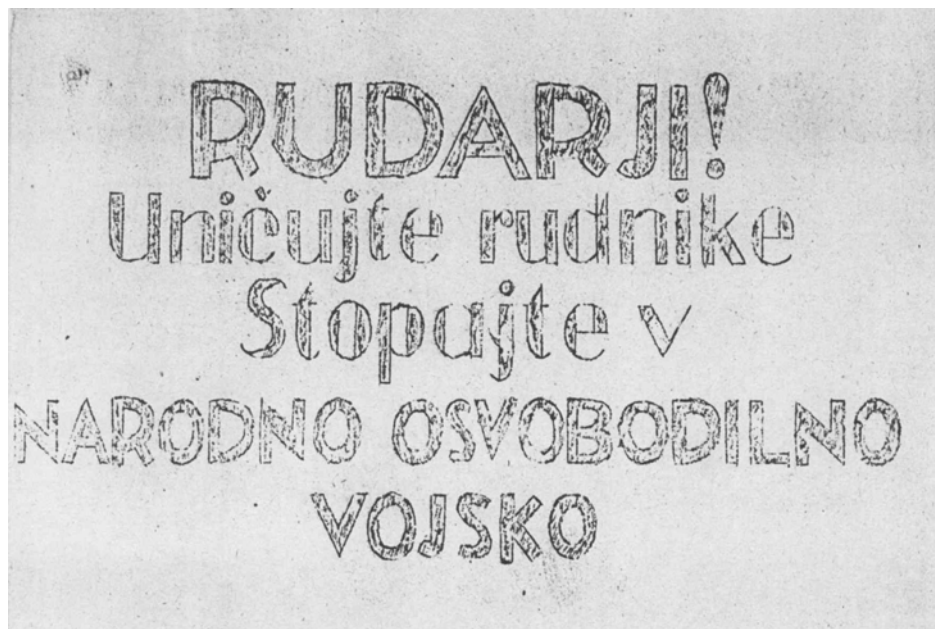
Osvobodilna fronta je poskušala ljudi prepričati in jim dokazati, da predstavlja in združuje celotni slovenski narod, in da ni samo aparat komunistične partije. Zavzemala se je, da se partizanski vojski pridružijo ljudje ne glede na svoj družbeni položaj, vero, poklic ali politično pripadnost in je zato preko partizanskega tiska stalno naslavljala pozive za vključitev v partizansko vojsko konkretnim družbenim skupinam, kot so na primer kmetje, delavci, izobraženci, Sokoli, kristjani in drugi.

Slovenski delavec in kmet, bodi ponosen, da si prvi prijel za puško, da si prvi dvignil zastavo naše osvobodilne borbe! Cankarjeva napoved, da sloni bodočnost našega naroda na tvojih delovnih plečih, se danes uresničuje. Slovenski delavci in kmetje – partizani se borijo za vaše pravice proti fašističnim zatiralcem, partizani za vašo svobodo!

Slovenski delavec in kmet – v partizane!

Slovenski izobraženec, mar boš zaostajal za svojim ljudstvom? Sledi primeru slovenskega delavca in kmeta, izpričaj svojo domovinsko ljubezen z dejanji, pojdi v – partizane! (Slovenski poročevalec, 11. 10. 1941: 1)

Slika 6.2: Poziv rudarjem k vstopu v NOV



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

Pridobivanje partizanov za razvijajočo se partizansko vojsko je bila na začetku glavna in najpomembnejša naloga posameznih odborov OF, zato je bilo potrebno, da so se aktivisti OF tega zavedali. Preko partizanskih glasil se je motiviralo člane odborov OF pri opravljanju njihovih dolžnosti, prav tako pa so odbori OF po tej poti dobivali tudi navodila za svoje delo. Učinkovita propagandna poteza, ki se jo je partizanska propaganda posluževala v letu 1944 predvsem pri zagotavljanju oskrbe partizanske vojske, je bila organiziranje tekmovanj med posameznimi odbori OF, okrožji ali partizanskimi enotami v tem, kdo bo najbolje opravil svoje naloge. Partizanska propaganda se je pri organiziranju tovrstnih tekmovanj ravnala po sovjetskem zgledu, od koder ta tekmovanja prvotno izvirajo.

V naslednjem primeru je šlo za tekmovanje terenskih odborov OF pri pridobivanju novih partizanov:

Terenskim odborom OF!

Oborožena akcija slovenskega naroda zavzema vse širši razmah. Sovjetski uspehi dvigajo Slovence k orožju. Terenski odbori OF se morajo izkazati, da so dorasli novim nalogam. Nabiranje prostovoljcev za partizansko vojsko in organiziranje Narodne zaščite sta danes osnovni nalogi terenskih odborov.

Vse za našo vojsko – tako se glasi geslo dneva!

Uvajamo tekmovanje med terenskimi odbori. Kateri odbor bo dal največ partizanov?

Aktivisti OF morajo stopati v prve vrste novih prostovoljcev.

V borbo! K orožju! (Slovenski poročevalec, 6. 1. 1942: 4)

Osvobodilna fronta si je prizadevala pridobiti na svojo stran tudi tiste ljudi, ki se še niso opredelili za nobeno vojskujočo se stran in so ostali do tistega trenutka nevtralni. Partizanska propaganda je poskušala z apeli spodbuditi ljudi k aktivni udeležbi v narodnoosvobodilnem boju, in sicer na tak način da je preko partizanskega tiska spraševala ljudi kje bodo, ko bo prišel čas končne zmage. Ali bodo na strani zmagovalne partizanske vojske ali med tistimi, ki niso nič storili za domovino, ko jih je ta najbolj potrebovala, ali pa celo med poraženci, kot izdajalci slovenskega naroda.

Čas je, da se javno opredele vsi iskreni nacionalisti, vsi resnični patrioti, ki jim ni neodvisnost Jugoslavije in njenih narodov prazna fraza. OF ponuja roko iskrenega sodelovanja vsem, ki so za svobodo in bratstvo južnoslovanskih narodov, za svobodno in demokratično Jugoslavijo.

Čas je, da se jasno izjavi takozvana "sredina", kajti omahovanje in molk pomenita podporo podžigalcem državljanske vojne, soodgovornost za tako vojno. OF ponuja roko iskrenega sodelovanja vsem tistim Slovincem, ki se hočejo boriti proti državljanski vojni, za demokratično reševanje bodočnosti slovenskega naroda.

(Slovenski poročevalec, december 1942: 1)

Slovinci! Prišel bo čas, ki bo od vsakogar neizprosno terjal odgovor: Ti, kaj si ti storil za osvoboditev slovenskega naroda? (Partizanski dnevnik, 21. 2. 1944: 2)

Pomemben mejnik za partizansko vojsko in narodnoosvobodilni boj nasploh je bila kapitulacija Italije. S porazom italijanske vojske si je NOV zagotovila velike količine orožja, prav tako pa je prišlo v partizansko vojsko veliko število novih partizanov. V tem času je bila prvič izpeljana tudi obvezna mobilizacija v partizansko vojsko, ki je predstavljala pomembno spremembo pri pridobivanju novih borcev. Če je prej veljalo, da je bil odhod v partizane prostovoljna odločitev vsakega posameznika, je ta sedaj postal obveza, ki jo je bilo treba izpolniti, saj so v nasprotnem primeru sledile sankcije. Sprememba narave vključevanja novih partizanov v NOV se je odražala tudi v propagandnih sporočilih, kjer se je od tedaj naprej govorilo o mobilizaciji novih borcev. Partizanska propaganda je vključitev v partizansko vojsko predstavljala kot dolžnost vsakega posameznega Slovenca, ki se mora odzvati klicu domovine, saj ga ta v teh težkih trenutkih najbolj potrebuje. Prav tako pa so članki v različnih partizanskih glasilih poudarjali, da odziv na mobilizacijo ni le dolžnost, ampak tudi obveznost vsakega Slovenca, ki se bo v primeru njenega nespoštovanja strogo kaznovala.

RAZGLAS

Slovenski narod stoji pred najodločilnejšimi dogodki v svoji zgodovini. Zlom italijanskega okupatorja je približal dan popolne osvoboditve vseh delov Slovenije. Nastopil je čas, ko moramo zagotoviti svojo končno zmago. Izvršni odbor Osvobodilne fronte in Glavno poveljstvo Narodnoosvobodilne vojske in Partizanskih odredov Slovenije proglašata splošno mobilizacijo vseh za orožje sposobnih Slovencev od izpolnjenega 17. leta do izpolnjenega 45. leta v Narodnoosvobodilno vojsko Jugoslavije. Vsak obveznik se mora javiti najbližji vojaški edinici in prinesiti s seboj vso vojaško opremo, ki z njo razpolaga.

Kdor bi se ne odzval pozivu slovenske narodne oblasti in vojske, bo kaznovan po vojaških zakonih. (Slovenski poročevalec, 17. 9. 1943: 2)

Propagandna sporočila so vojne obveznike tudi opozarjala na morebitne sankcije, ki bodo sledile, če se bodo na kakršenkoli način poskušali izogniti mobilizaciji:

Vsakogar, ki se temu pozivu ne bo odzval, se bo smatralo za dezerterja in vojaškega ubežnika in se ga bo tudi v tem smislu kaznovalo, ne glede na to, kdaj in kateri naši oblasti bo padel v roke. V vsaki vojski se dezerterstvo kaznuje s smrtjo. Proti vsem, ki bi vojne obveznike skrivali ali k skrivanju prigovarjali – kar velja posebej za družine vojnih obveznikov – se bo postopalo najstrožje, v posebnih primerih se jih bo postavilo

pred vojaško sodišče ter jih v primeru dokazane krivde kaznovalo z zaplembo imovine ali z izgonom s slovenske zemlje. (Slovenski partizan, 13. 2. 1944: 5)

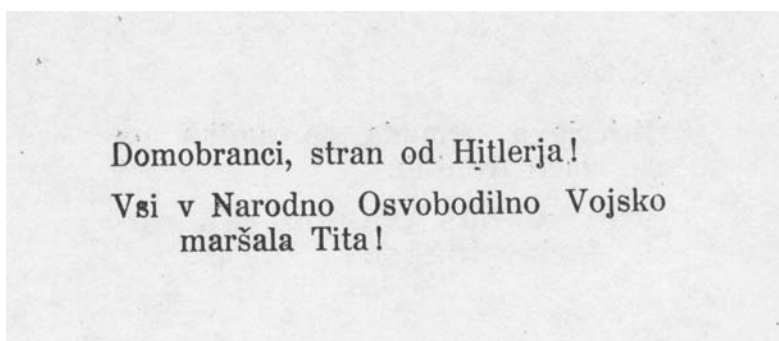
Na primeru partizanske mobilizacije vidimo pomen partizanskega tiska in s tem tudi partizanske propagande pri pridobivanju novih borcev za partizansko vojsko. Preko partizanskih glasil so bili ljudje obveščeni o partizanski mobilizaciji, prav tako pa so bili poučeni tudi o morebitnih sankcijah, ki jih bodo deležni, če se mobilizaciji ne bodo odzvali. Partizanska glasila so bila v tem primeru uporabljena ne le kot propagando sredstvo, s katerimi bi lažje pridobili nove partizane, ampak tudi kot sredstvo obveščanja novo nastale slovenske oblasti.

Po razglasu splošne mobilizacije za partizansko vojsko se je pokazalo, da se del moških ni želel pridružiti partizanom in so se zato skrivali pred mobilizacijo. Tovrstne "skrivače" je OF prav tako poskušala vključiti v partizansko vojsko, zato jim je prek partizanskih glasil obljubljala, da ne bodo kaznovani, če se bodo pravočasno odzvali mobilizaciji. V nasprotnem primeru pa se bo njih in vse tiste, ki jim bodo pri skrivanju pred mobilizacijo pomagali, strogo kaznovalo.

Pred našimi očmi se je začel razvijati zadnji veliki napad na Nemčijo in vse njene pomagače. Skupno z velikimi zavezniki bomo Slovenci in Jugoslovani s svojo Narodno Osvobodilno Vojsko zadali končni udarec okupatorjem in narodnim izdajalcem. Tedaj bo zadela težka in pravična kazen ne le tiste, ki so dvignili orožje proti lastnemu narodu, ampak tudi vse tiste, ki so se izmaknili splošni vojaški obveznosti ter tako slabili osvobodilno borbo. Danes se nudi skrivačem in dezerterjem zadnja priložnost, da se rešijo. Predsedstvo SNOS je izdalo okrožnico vsem narodno osvobodilnim odborom in odborom OF z zadnjim pozivom skrivačem, da se javijo odborom ali vojaškim oblastem. Tistim, ki se sami vrnejo, se ni bati nikakšne kazni za dosedanje zadržanje. Uvrščeni bodo v Narodno Osvobodilno Vojsko ter se jim bo tako nudila priložnost, da popravijo svoje dosedanje sramotno dezerterstvo. Vsi zakrknjeni skrivači, ki padejo v roke našim oblastem, pa bodo neusmiljeno kaznovani, kakor je uzakonjeno v vseh zavezniških armadah, to je s smrtjo. (Slovenski poročevalec, 16. 6. 1944: 4)

V drugi polovici leta 1944, pa vse do konca druge svetovne vojne, je v partizanskih časnikih opaziti porast člankov z vsebino, kjer se poziva Slovence, ki služijo v nemški vojski ali domobranskih enotah, da zapustijo svoje enote in se pridružijo partizanski vojski. V času ko je postajalo že vse bolj jasno, da bodo zavezniki zmagovalci druge svetovne vojne, je poskušala OF in NOV pridobiti na svojo stran tudi tiste, ki so se sicer borili na nasprotni strani. Podobno kot na primeru "skrivačev", je bila obljubljena amnestija za vse domobrancelce, ki se bodo še pravočasno pridružili partizanski vojski.

Slika 6.3: Poziv domobrancelcem



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

Vrhovni komandant NOV in POJ maršal Tito je tako 31. avgusta 1944 izdal "zadnji poziv" domobrancelcem, četnikom in ostalim v službi okupatorja naj se pridružijo partizanski vojski:

Akoravno je bil že nekolikokrat poslan poziv vsem hrvaškim domobrancelcem, slovenskim domobrancelcem in zapeljanim četnikom, da zapuste okupatorja in prestopijo na stran NOV, vseeno izgleda, da tisti, ki jim je bil ta poziv naslovljen, tega niso razumeli in da se ne zavedajo posledic, ki jih čakajo.

Izjavljam sledeče:

- 1. Vsi tisti, ki se bodo nahajali po 15. septembru 1944 v vojaških edinicah domobrancelcev, četnikov in drugih, ki se bore proti NOV in POJ, bodo postavljeni pred ljudsko sodišče kot izdajalci in bodo najstrožje kaznovani. Olajševalne okoliščine se bodo upoštevale samo za posameznike in to samo v izrednih primerih.*
- 2. Vstop v NOV in POJ ter izročitev orožja se lahko izvrši povsod in so vse naše edinice dobile v tem pogledu točna navodila..*

Pozivam vse tiste, ki služijo okupatorju, da se vsaj v zadnjem trenutku zavedo svoje dolžnosti napram narodu in prestopijo na stran NOV in POJ. (Partizanski dnevnik, 3. 9. 1944: 1)

Čeprav naj bi 15. september 1944 veljal za zadnji datum, ko naj bi imeli vsi, ki so v službi okupatorja ali z njim sodelujejo, še možnost, da se pridružijo partizanski vojski, pa je bil novembra 1944 sprejet nov odlok o amnestiji za vse tiste, ki so pripravljeni zapustiti okupatorja in se pridružiti partizanski vojski.

Nacionalni Komitet Osvoboditve Jugoslavije je sklenil, da predloži Predsedstvu AVNOJ-a splošno politično amnestijo za četnike Draže Mihajloviča in za slovenske ter hrvaške domobrance, ki so se doslej borili proti Narodno Osvobodilni Vojski kakor tudi za tiste, ki se še bore na strani okupatorja, so pa pripravljeni položiti orožje. Razume se, da se ta predlog za amnestijo ne nanaša na tiste, ki so organizirali ali izvrševali različne kriminalne zločine nad narodom. (Naša vojska, 25. 11. 1944: 1)

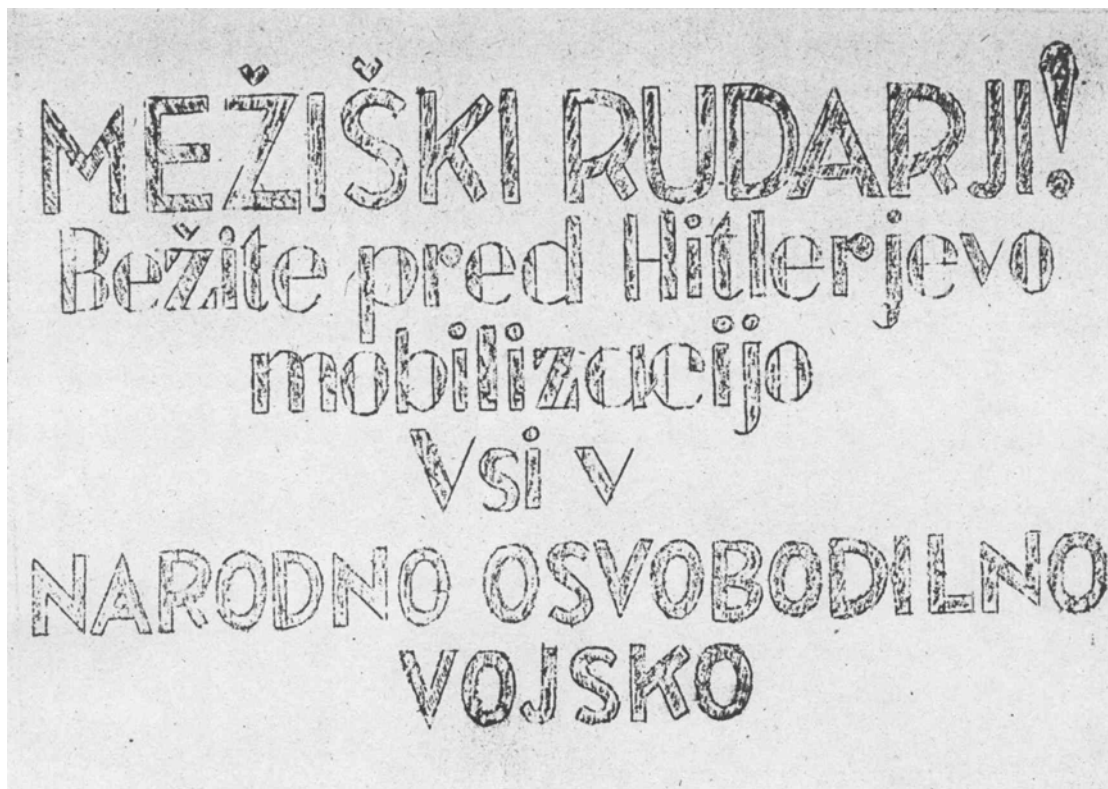
Po podatkih, ki jih je posredoval Vrhovni štab NOV, se je na poziv maršala Tita do 15. septembra 1944 partizanski vojski pridružilo preko 55 tisoč domobrancev, četnikov, domobrancev generala Rupnika v Sloveniji in nedičevcev (Slovenski poročevalec, 3. 10. 1944:1). Na konkretne številke o vstopu v partizansko vojsko moramo v tem primeru gledati nekoliko skeptično in s pridržkom (zlasti za slovenske razmere) saj so bile objavljene v partizanskih glasilih, ki so bila (popolnoma razumljivo za tisto obdobje) izrazito propagando usmerjena. Z gotovostjo pa lahko trdimo, da je imel prav partizanski tisk pomembno vlogo pri prepričevanju domobrancev, četnikov in drugih, ki so sodelovali z okupatorjem, da so se odločili za odhod v partizansko vojsko. Partizanska propaganda je preko glasil, letakov in radijskih sporočil v tem primeru lahko posredovala domobrancem (če sedaj govorimo samo za Slovenijo) informacije o pozivu maršala Tita in odloku o amnestiji, saj kakršnakoli neposredna komunikacija med partizansko vojsko in domobranskimi enotami zaradi sovražnosti seveda ni bila možna.

Mobilizacija novih borcev v partizansko vojsko je v drugi polovici leta 1944 postala prednostna naloga odborov OF. Podobno je nemški okupator v tem času poskušal mobilizirati čim večje število Slovencev za nemško vojsko. Vojaški položaj na evropskih bojiščih je kazal na skorajšnji poraz Nemčije, zato je partizanska vojska v tem obdobju poskušala mobilizirati

čim večje število borcev, da bi se ustrezno pripravila na zadnje obdobje vojne. Po eni strani je s pospešeno mobilizacijo preprečevala izvajanje okupatorjeve mobilizacije, po drugi strani pa se je partizanska vojska želela čimbolj okrepiti, da bi na koncu vojne lahko zavzela enakovreden položaj z ostalimi zavezniškimi vojskami. Ta status je bil pomemben predvsem zato, ker je v tem času vse bolj prihajalo v ospredje vprašanje statusa Trsta in Koroške po vojni, saj sta se OF in NOV tekom celotnega narodnoosvobodilnega boja prizadevala, da bi bili ti ozemlji priključeni Sloveniji.

V zadnjem letu vojne je bila mobilizacija novih borcev prednostna naloga NOV, pri čemer se je mobiliziralo vse za vojsko sposobne Slovence; tako domobrance, skrivače, kot tudi aktiviste OF, ki so jih pri njihovem prejšnjem delu nadomestile ženske, ali pa tisti, ki zaradi zdravstvenih razlogov niso mogli iti v partizansko vojsko. »Splošna mobilizacija vseh za orožje sposobnih narodnih sil v Narodno Osvobodilno Vojsko je postala naša osrednja naloga, ki so ji podrejene vse druge, tudi politične in organizacijske naloge.« (Boris Kidrič v Partizanski dnevnik, 6. 8. 1944: 1)

Slika 6.4: Poziv delavcem k vstopu v partizane



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

OF je nekajkrat razpisala tekmovanje med partizanskimi enotami ali odbori OF na posameznih področjih, med katerimi je bila tudi mobilizacija novih borcev za partizansko vojsko. S tem je še dodatno motivirala vse sodelujoče v tekmovanju, da so bolj vestno opravljali svoje naloge.

Razpis narodnega tekmovanja

IOOF slovenskega naroda razpisuje za proslavo tretje obletnice OF narodno tekmovanje, ki bo trajalo od 27. aprila do 27. junija. Razpis narodnega tekmovanja ima namen buditi samoiniciativnost slovenskega ljudstva v narodno osvobodilni borbi in pri graditvi narodne oblasti ter stopnjevati njegove borbene napore.

- 1. Tekmujejo vse organizacije OF in vsi aktivisti. Tekmovanja naj se udeleži vsak Slovenec in vsak kraj.*
- 2. Tekmovanje organizirajo Okrožni, Okrajni, Krajevni odbori OF, poleg tega pa tudi SPŽZ, ZSM in druge masovne organizacije OF.*
- 3. Tekmuje se v vseh panogah narodno-osvobodilne borbe in izgradnji narodne oblasti za izvršitev postavljenega načrta in za doseg najboljšega uspeha preko postavljenega načrta.*
- 4. IOOF ocenjuje uspeh tekmovanja na področju Okrožja, na področju Krajevnih in Okrajnih odborov pa ga ocenjujejo Okrožni odbori.*
- 5. IOOF bo za uspehe v tekmovanju dajal posebna priznanja in nagrad.*

(Partizanski dnevnik, 2. 5. 1944: 4)

Partizanska glasila so tekom tovrstnih tekmovanj podrobno poročala o rezultatih (številu novo mobiliziranih partizanov, količini zbrane hrane, obleke, denarja itd.), prav tako pa so objavljala imena partizanskih enot ali odborov OF, ki so bili pri tekmovanju najuspešnejša. S poročanjem vmesnih rezultatov tekmovanja so partizanska glasila spodbujala k večji tekmovalnosti in rivalstvu med enotami ali odbori. Partizanska propaganda ni torej služila OF le za informiranje partizanskih enot in odborov OF o tekmovanju, ampak tudi kot motivacijsko sredstvo s pomočjo katerega naj bi se dosegali čim boljši rezultati.

V VII. korpusu vodi v mobilizaciji Istrski odred in komanda Istrskega vojnega področja. V IX. korpusu pa daleko presega vse druge edinice Južno-primorski odred, ki je mobiliziral 317 moš v krajih, ki jih stalno kontrolira okupator. Pred vsemi drugimi edinicami pa daleč vodijo edinice IV. operativne zone, v kateri je VI. brigada

Slavka Šlandra dosegla prvo mesto. Prav zadnje dni pa je IV. operativne zona pobila svoj lasten rekord. Štajerske edinice so v trboveljskih revirjih mobilizirale 70 odstotkov vsega revirskega delavstva. (Slovenski partizan, 19. 7. 1944: 2)

Partizanske enote ali odbori OF, ki so se najbolj odrezali pri tekmovanju, so prejeli posebne nagrade in priznanja, vse to pa je bilo tudi objavljeno v različnih partizanskih glasilih. S tem je enota ali odbor, ki je dobil nagrado, s pomočjo partizanskega tiska postal bolj prepoznaven, povečal pa se mu je tudi ugled pri slovenskem prebivalstvu. Vse to je pomenilo veliko spodbudo in motivacijo za nadaljnje uspešno delo partizanov v zmagovalni enoti ali aktivistov v zmagovalnem odboru OF.

Na osnovi razpisa IOOF je potekalo tudi na Gorenjskem od 27. aprila do 27. junija t.l. vsenarodno tekmovanje, ki je bilo radi zakasnitve smernic in nekaterih drugih zadržkov podaljšano do 27. julija t.l. Ob zaključku tekmovanja je Pokrajinski Odbor OF za Gorenjsko zbral podatke o doseženih rezultatih in jih predložil Izvršnemu Odboru OF.

Po teh podatkih je v dobi tekmovanja doseglo največji organizacijski razmah okrožje Jesenice. V pogledu utrditve organizacije, graditve oblasti in učinkovitosti političnega dela pa je doseglo prvo mesto okrožje Škofja Loka. Med okraji si je prislužil največje priznanje okraj N. v škofjeloškem okrožju. Največ požrtvovanja in tekmovalno vnemo je v dobi tekmovanja pokazal tov. Bregar – Don, tehnik, ki prejme zato prvo priznanje in brzostrelko v nagrado. Za pomoč naši vojski v prehrani je pripravil v dobi tekmovanja največ okraj I. v škofjeloškem okrožju, ki prejme priznanje XXXI. divizije in brzostrelko v nagrado. (Partizanski dnevnik, 20. 8. 1944: 2)

6.2. Vloga propagande pri oskrbi partizanske vojske

Glavno breme oskrbe partizanske vojske je tekom celotnega narodnoosvobodilnega boja nosilo slovensko prebivalstvo, saj se je zavezniška pomoč okrepila šele proti koncu vojne. Samo oskrbo partizanske vojske lahko razdelimo na dva dela. Na eni strani je šlo za oskrbovanje partizanske vojske z materialnimi dobrinami in hrano, po drugi strani pa za oskrbovanje partizanske vojske z denarnimi sredstvi. Pri svoji analizi partizanske propagande sem zato tudi vsebino člankov razdelil po omenjenih kriterijih.

6.2.1. Problem oskrbe odporniške vojske

Vsaka vojska potrebuje stalno in zadostno oskrbo³, da lahko preživi in izvaja akcije na določenem območju. Dotok novih vojakov, orožja in ostalega materiala so ključni dejavniki, ki vplivajo na učinkovitost bojevanja in samega preživetja vojaške enote. Zagotavljanje stalne oskrbe je ena najzahtevnejših nalog odporniških gibanj, ki se spopadajo z vojaško močnejšim sovražnikom. Pogosto je oskrba tovrstnih gibanj, za katere je praviloma značilen gverilski način bojevanja, odvisna od njihove lastne iniciative in iznajdljivosti, s čimer nadomestijo sredstva, ki so na voljo sovražniku. Ključno vlogo pri oskrbi in samemu obstoju odporniškega gibanja pa igra lokalno prebivalstvo, zato poskuša vsako odporniško gibanje pridobiti njegovo podporo.

Z napadom sil osi na Jugoslavijo, 6. aprila 1941, se je druga svetovna vojna razširila tudi na večino tedanjega slovenskega ozemlja. Jugoslovanska vojska je bila hitro razbita, tako da je Jugoslavija kapitulirala že 17. aprila 1941. Sledila je okupacija, ki je trajala praktično vse do konca druge svetovne vojne, ko je Jugoslavijo osvobodila lastna partizanska vojska. Slovensko ozemlje je bilo razdeljeno med nemškega, italijanskega in madžarskega okupatorja, ki je vsak v svojem sektorju vpeljal svoj režim. Zaradi strateške pomembnosti tega območja za sile osi, je bilo na slovenskem ozemlju prisotno veliko število okupatorskih vojakov. Poleg tega je bilo ozemlje dobro prepleteno s cestnimi, železniškimi in poštnimi komunikacijami, ki bi jih okupator lahko učinkovito uporabil pri bojevanju proti odporniškemu gibanju. Prav tako slovensko ljudstvo do takrat ni imelo nobenih izkušenj s partizanskim načinom bojevanja, ki bi jim lahko pomagale v boju proti okupatorju. Vse to so bile razmere in dejstva, v katerih se je leta 1941 začelo partizansko gibanje na Slovenskem.

Prav tako kot kapitulacija Jugoslavije, je bila hitra tudi reakcija slovenskega prebivalstva, ki se je želelo zoperstaviti okupatorju. Eden najpomembnejših mejnikov za slovensko partizansko gibanje je bila ustanovitev Protiimperialistične fronte, 27. aprila 1941, ki se je kasneje, po napadu Nemčije na Sovjetsko zvezo, preimenovala v Osvobodilno fronto (OF).

³ Uporaba termina oskrba je omejena za vojaške formacije, manjše od velikosti korpusa in pomensko predstavlja ožji pojem od logistike. Pri vseh večjih vojaških formacijah ter pri delu vrhovnih štabov, oskrbo zamenja termin logistika (Prebilič, 2004: 32).

Ustanovne skupine OF so bile Komunistična partija Slovenije (KPS), krščanski socialisti, Sokoli in kulturni delavci, ki so v programu OF v prvi temeljni točki določili, da je treba proti okupatorju izvajati oboroženi boj. Osvobodilna fronta je tako postala nosilec slovenskega partizanskega gibanja (Kidrič, 1961: 21–29).

6.2.1.1. Zbiranje orožja

Partizanska vojska v nastajanju je za izvajanje oboroženega boja proti okupatorju potrebovala orožje, ki pa ga pred napadom na Jugoslavijo seveda še ni imela. Zato so se po kapitulaciji jugoslovanske vojske začele akcije zbiranja orožja, ki so ga jugoslovanski vojaki odmetavali ali pa skrivali ob svojem umiku ter s tem poskušali preprečiti, da bi bili zajeti kot vojni ujetniki.

KPS se je začela pripravljati na akcije zbiranja orožja pravzaprav že pred vojno, ko je vse kazalo, da je napad na Jugoslavijo neizbežen. Komunisti so zbirali in skrivali orožje v svojih vojaških enotah jugoslovanske vojske, v katere so bili mobilizirani. Prav tako so k skrivanju orožja spodbujali in pritegnili še druge ter s tem poskušali preprečiti, da bi orožje padlo v roke okupatorju. Jugoslovanski vojaki so po kapitulaciji odmetavali orožje ali pa ga poskrili v hitro narejenih skrivališčih, naloga komunistov pa je postala odkrivanje teh skrivališč in zbiranje orožja, ki bi ga kasneje lahko uporabili v boju proti okupatorju. Vsak komunist in simpatizer KP je torej imel dolžnost izvedeti od njemu vseh znanih mobilizirancev, kako so bili oboroženi in kam so skrili svoje orožje. Ta akcija zbiranja orožja se je izkazala za zelo uspešno, saj so našli mnogo manjših skrivališč, ki bi drugače zagotovo ostala neodkrita. Prav tako se je orožje zbiralo po tovarnah in različnih ustanovah, kjer so imeli posebni orožarji nalogo, da orožje sprejemajo in ga ustrezno skrijejo. Že kmalu po kapitulaciji Jugoslavije so začeli zbirati orožje za partizansko vojsko tudi tako, da so razoroževali italijanske vojake (Stopar, 1959: 346–347). Z odvzemom orožja okupatorju je partizansko odporniško gibanje pridobilo veliko oborožitve, zato je tekom vseh let vojne ta način pridobivanja orožja pri partizanih postal stalna praksa in tudi nuja.

Povsod po Ljubljani in njeni okolici, ki je bila na začetku središče partizanskega gibanja, so nastajala skladišča in skrivališča orožja za nastajajočo partizansko vojsko. Prevažanje orožja v in iz skrivališč je bilo tvegano delo, saj je obstajala nevarnost, da to odkrije okupator. Zato so tedanji aktivisti s pomočjo lastne iznajdljivosti, na različne načine poskušali varno prepeljati

orožje na zeleno mesto. Akcija zbiranja orožja za partizansko vojsko se je izkazala za uspešno in o njej lahko govorimo kot o prvi akciji v boju proti okupatorju (Stopar, 1959: 347).

6.2.1.2. Narodni davek in posojilo svobode

Partizansko odporniško gibanje je za uspešno izvajanje oboroženega boja proti okupatorju nujno potrebovalo zadosti materialnih in denarnih sredstev. Zbiranje in nakupi hrane, sanitetnega, tiskarskega in drugega nujno potrebnega materiala, je zahtevalo precejšno vsoto denarja. Prav tako je bil ta potreben za nudenje pomoči ilegalnim delavcem, žrtvam okupatorjevega nasilja in vsem drugim, ki so iz kakršnihkoli razlogov bežali pred okupatorjem.

Septembra 1941 je zato Slovenski narodnoosvobodilni odbor (SNOO) poskusil to problematiko sistemsko urediti in v ta namen izdal dva odloka, in sicer odlok o narodnem davku in odlok o posojilu svobode. Prvi odlok o narodnem davku naj bi pokrival stroške narodnoosvobodilnega boja in socialne pomoči. Tako naj bi bil vsak Slovenec z lastnimi dohodki dolžan plačati narodni davek, ki naj bi znašal mesečno najmanj eno liro in rasel progresivno do 10% od čistih dohodkov. Podrobnosti o organizaciji, odmeri, pobiranju, porabi in kontroli davka, pa je določal posebni pravilnik, ki je izšel spomladi 1942 na prvem osvobojenem ozemlju v Ljubljanski pokrajini (Mikuž, 1969: 20).

Z drugim odlokom o posojilu svobode je SNOO razpisal posojilo v višini 20 milijonov lir. Za njegovo odplačilo je jamčil SNOO, po osvoboditvi pa naj bi to jamstvo prevzela vsa davčna moč prebivalstva na celotnem bodočem slovenskem ozemlju. Posojilo se je obrestovalo po 5% obrestni meri, prvi obrok obresti pa naj bi se izplačal po osvoboditvi. Posojilodajalci so vplačali posojilo v lirah, po tedanjem tečaju 380 lir za 1000 dinarjev, v najmanjšem znesku 100 lir, ki naj bi ga v celoti vrnili tri mesece po osvoboditvi v tedaj veljavni nacionalni valuti (Stepančič, 1990: 10).

Z omenjenima odlokoma se je pomembno spremenila narava oskrbe narodnoosvobodilne vojske. Če je prej veljalo, da so bili vsi denarni in materialni prispevki za NOV prostovoljni, so ti sedaj postali obvezni. Sankcij za neplačevanje teh prispevkov takrat ni moglo biti, zato je bilo od naklonjenosti ljudstva do Osvobodilne fronte in partizanske vojske odvisno, ali se

bosta ta dva odloka uresničevala ali ne. Pomembno nalogo spodbujanja ljudi k plačevanju davka je pri tem dobila partizanska propaganda.

6.2.1.3. Materialna pomoč NOV

Na začetku organiziranja partizanskega gibanja je oskrba NOV temeljila predvsem na pomoči Ljubljane, ki je veljala za središče odporniškega gibanja. Za zbiranje različnega materiala, ki je bilo nujno potrebno za partizansko vojsko, so bili zadolženi okrožni, rajonski in terenski odbori OF, osrednji organ za finančno oskrbo NOV pa je leta 1941 postal Gospodarsko-finančni odbor pri izvršnem odboru OF (IOOF). Nalogo zbiranja materialne pomoči za partizansko vojsko so v rajonskih odborih opravljali vojaški referenti, v terenskih odborih pa posebni zaupniki. Prav tako je imela OF v vsaki ljubljanski tovarni in ustanovi svojega intendanta, ki je zbiral pomoč in jo oddajal naprej v rajonska skladišča. Pomembno nalogo je imela tudi organizacija Ljudska pomoč, ki je denarno in materialno pomagala žrtvam okupatorjevega terorja, ilegalcem, osirotelim otrokom, ranjenim in bolnim partizanom, izseljencem, beguncem in drugim, ki so bili te pomoči nujno potrebni (Stepančič, 1990: 8).

OF je z organiziranjem oskrbe tako poskrbela, da je nastajajoča partizanska vojska prišla do dela sredstev, ki so bila potrebna za izvajanje oboroženega boja proti okupatorju. V Ljubljani so potekale akcije zbiranja orožja, oblek, hrane, denarja in drugega materiala, s katerimi se je oskrbovalo nastajajoče partizanske enote. Zbrani material so hranili v skladiščih, od koder so ga prevažali do partizanskih enot. Seveda je vse to potekalo v strogi tajnosti zaradi nevarnosti, da jih odkrije okupator, zato je bilo potrebno veliko izvirnosti in poguma, da je material na koncu le prišel varno v zelene roke.

Ključnega pomena za oskrbo partizanske vojske sta bila dva načina, ki ju je določil IOOF in sta veljala tekom celotnega narodnoosvobodilnega boja. Prvi govori o načinu in obliki pridobivanja hrane, pri čemer se loči prostovoljni in prisilni nakup ter rekvizicijo, drugi pa določa, da je potrebno vso, na tak način pridobljeno hrano plačati z denarjem ali boni⁴.

⁴ Gospodarsko-finančni odbor OF je izdal v obliki obveznic in bonov prve tiskane denarne partizanske papirje. Na obveznicah je bila napisana vsota, ki jo je posameznik dal kot partizansko posojilo in se je obrestovala po 5% obrestni meri, bon pa je bil prvi partizanski denar, ki se je začel uporabljati od jeseni 1942 naprej. Njegova vrednost je bila določena z višino nabranega posojila (Mikuž, 1969: 44).

Prisilni odkup je pomenil nakup blaga (hrane, obleke, živine itd.) za potrebe NOV, ki se je plačal takoj in v gotovini. Rekvizicija pa je bila nakup blaga na bone, obveznice ali rekvizicijska potrdila (ker ni bilo na razpolago dovolj denarja), pri čemer je moralo biti na rekvizicijskih potrdilih jasno zapisano čigavo je blago, kdaj je bilo zaseženo in kakšna je njegova vrednost. Ta dva načina oskrbe partizanske vojske naj bi se uporabljala le v primerih, ko prostovoljni prispevki in materialne rezerve niso več zadostile potrebam NOV.

Možen pa je bil tudi tretji način oskrbe NOV, in sicer prisilni odvzem ali konfiskacija, ki se je lahko izvedla le na podlagi obsodbe partizanskega vojaškega sodišča. Služila je kot kazenski ukrep proti "narodnim sovražnikom" (belogardistom, vohunom, dezerterjem iz NOV itd.) in je bila lahko popolna ali delna (Mikuž, 1969: 44–45).

6.2.1.4. Značilnosti oskrbe partizanske vojske in gospodarstva med NOB

Organiziranje oskrbe NOV in partizanskega gospodarstva lahko časovno razdelimo na tri obdobja (Mikuž, 1969: 9–17):

1. Od začetkov NOB do nekaj mesecev pred kapitulacijo Italije

V tem obdobju je bila glavna naloga OF zagotoviti partizanskemu gibanju materialna sredstva, ki so bila nujno potrebna za vzpostavitev NOV. Slovenski narodnoosvobodilni odbor je v tem obdobju izdal odlok o rednem plačevanju narodnega davka in odlok o posojilu svobode, IOOF pa je ljudi stalno pozival k rednemu plačevanju prostovoljnih prispevkov v denarju in blagu. Za denarna sredstva so bili zadolženi posamezni odbori OF, oskrba s hrano partizanske vojske pa je večinoma temeljila na prostovoljnih dajatvah prebivalcev.

2. Od nekaj mesecev pred kapitulacijo Italije do prvega zasedanja Slovenskega narodnoosvobodilnega sveta (SNOS)

Za drugo obdobje je značilen nastanek polosvobojenega ozemlja v Ljubljanski pokrajini, tako da je bilo poleg NOV potrebno oskrbovati tudi civilno prebivalstvo, ki je živelo na tem območju. IOOF je v tem obdobju ustanavljal gospodarske komisije, katerih naloga je bila popisati pridelke in zaloge pri kmetih, nakupovanje hrane in pošiljanje te partizanskim enotam, zavarovanje prehrane civilnega prebivalstva pred okupatorjem ter oskrbovanje NOV

in civilnega prebivalstva z blagom, ki se ga je dalo dobiti le na ozemljih, ki jih je nadzoroval okupator.

3. Od prvega zasedanja SNOS do osvoboditve

Po kapitulaciji Italije je v Ljubljanski pokrajini nastalo veliko osvobojeno ozemlje, ki je potrebovalo stalno oskrbo. Zaradi kontrole večjih mest s strani nemškega okupatorja, so bili prebivalci osvobojenega ozemlja pri oskrbi prepuščeni sami sebi. Državni uslužbenci niso več dobivali plač, tako da je dotok finančnih sredstev od zunaj usahnil, prav tako pa se je ustavila zunanja trgovina. Zaradi nastale situacije je morala OF sprejeti določene gospodarske ukrepe, s katerimi naj bi se zagotovila zadostna oskrba prebivalstva, predvsem glede prehrane. O tem obdobju lahko govorimo kot o obdobju urejenega finančnega gospodarstva, saj se je s pomočjo treh odlokov (odlok o izdaji plačilnega bona vseh nominalnih vrednosti, odlok o ustanovitvi denarnega zavoda Slovenije in odlok o pobiranju narodnoosvobodilnega davka) rešilo vprašanje pomanjkanja plačilnih sredstev na osvobojenem ozemlju in uspešno uvedla splošna davčna obveznost.

6.2.2. Pozivi k materialni oskrbi partizanske vojske

Ker je bila oskrba partizanske vojske v veliki meri odvisna od podpore slovenskega prebivalstva, je partizanska propaganda s pomočjo partizanskega tiska pozivala ljudi, naj prispevajo k oskrbi vojske. Tako lahko v partizanskih glasilih opazimo številne pozive slovenskemu narodu, naj oskrbuje svojo vojsko.

Slovinci!

Naši partizani so sprejeli nase največji del v težki borbi s številno močnejšim okupatorjem. Bodri jih zavest, da stoji za njimi ves slovenski narod, ki zna ceniti njihove žrtve, in ki bo z vsemi sredstvi podpiral težko, toda odločilno borbo. Dovolj nas je tepel bič zločinskih okupatorjev, zato danes ne more biti med nami nikogar, ki ne bi bil pripravljen žrtvovati vse za svojo osvoboditev, za našo vojsko.

Slovinci!

Niso nam potrebne samo puške in bombe, temveč tudi vsa druga sredstva, ki so nujna za oskrbo in vzdrževanje vojske. Živila, denar in razne vrednostne predmete, ki niso neobhodno potrebni civilnemu prebivalstvu, moramo mobilizirati za našo vojsko.

Slovenci!

Prispevajte hrano in druga razpoložljiva sredstva, plačujte davek in podpisujte posojilo, da tako doprinesete svoj delež k borbi. Omejite se na najpotrebnejše, vse drugo mora biti na razpolago predvsem vojski. (Slovenski poročevalec, 10. 8. 1942: 1)

Oskrba partizanske vojske je bila najbolj pereč problem v zimskih mesecih, ko so partizani potrebovali tudi topla oblačila in stalno prehrano, kar pa je bilo v teh razmerah težko zagotoviti. Zato je v času, ko se je bližal čas zime in tekom celotnega zimskega obdobja v partizanskih glasilih moč opaziti porast člankov, ki pozivajo ljudi, naj s svojimi prispevki pomagajo preživeti partizanom zimo.

Nabirajmo zimsko perilo, čevlje, nahrbtnike, dežne plašče, nogavice in pletene jopiče za partizane! Pred našimi slovenskimi partizani so težke in odgovorne naloge, hkrati pa je pred njimi tudi – zima! Svoje naloge bodo mogli slovenski partizani uspešno izvršiti le tedaj, če bodo preskrbljeni z zimskimi potrebščinami. Vsak zavedni Slovenec je dolžan zbirati in darovati zimске potrebščine za partizane. Manj diskusij, manj politiziranja – zato pa več drobnega dela, več dejanske podpore za Osvobodilno borbo. Narodne zavesti ne bomo cenili po izjavah, temveč po dejanjih. Eno izmed dejanj, in sicer eno izmed zelo pomembnih dejanj so zbirke in darovi zimskih potrebščin za partizane. Zbiraj, daruj, izročaj najbližjemu terenskemu odboru OF! Slovenske žene, naj ne bo slovenske družine, kjer ne bi šivali, pletli in zbirali zimskih potrebščin za partizane! (Slovenski poročevalec, 11. 10. 1941: 2)

Partizanska propaganda je poskušala spodbuditi ljudi, naj darujejo za partizansko vojsko tudi s tem, da jim je vzbujala slabo vest, če ne bodo ničesar prispevali. Ljudem je dopovedovala, da so materialno v dosti boljšem položaju kot partizani na položajih, pa čeprav so ravno oni tisti, ki se borijo za svobodo celotnega slovenskega naroda. Zato naj bi bila dolžnost vsakega Slovenca, da podpre svojo vojsko pri doseganju končnega cilja.

Slovenci, slovenske družine! Rade volje boste priznali, da je v vaših shrambah in omarah še toliko usnja, čevljev, perila in ostale zimске opreme, da bo dobro opremljena vsa slovenska vojska, če se bo vsak omejil na najpotrebnejše. Priznali boste, da je lažje vam vzdržati v mestih in vaseh, v kurjenem stanovanju z lažjimi čevlji in manj toplo obleko, kakor partizanu v zasneženih gorah, v dežju, burji in viharju

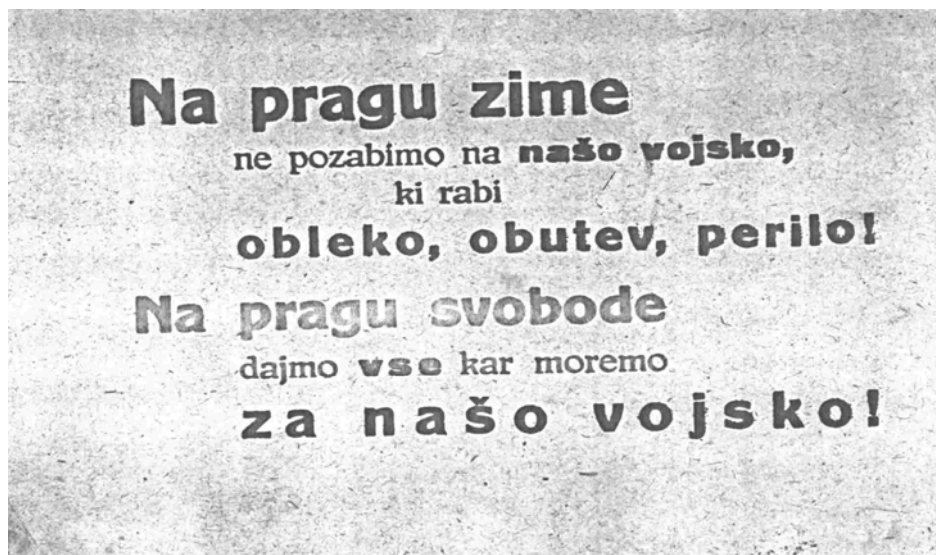
brez strehe, lačnemu v naporni službi in neprestani borbi, posebno če vas dviga zavest, da so to vaši bratje, sinovi, možje, očetje, ki se borijo za vas vse in za vašo boljšo bodočnost. (Slovenski poročevalec, oktober 1942: 12)

Propagandna sporočila so bila dostikrat zastavljena tako, da so se osredotočala na slehernega posameznika, ki so ga z vzbujanjem slabe vesti poskušala prepričati k darovanju za partizansko vojsko.

Pomisli koliko je borcev na položaju, ki v dežju, snegu in mrazu nimajo suknjiča, čevljev, perila, plašča, odeje ... a branijo tebe, ki imaš morda več oblek, več parov čevljev, več perila, več plaščev, več odej. Kaj boš storil?

Ne pozabi, da imaš na položaju brata, ki je morda bos in prezebel, medtem ko se bori zate in tvojo svobodo. Pomagaj mu z obleko, obutvijo in perilom! Nobena tvoja žrtev se ne da primerjati z žrtvami, ki jih daje naša vojska vsak dan, vsako uro, vsako minuto. (Partizanski dnevnik, 27. 10. 1944: 3)

Slika 6.5: Poziv k darovanju zimskih oblačil



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

Pomemben del oskrbe partizanske vojske je poleg ostalih materialnih dobrin predstavljala tudi preskrba s hrano. Pomembnosti ustrezne in zadostne prehrane za partizane se je dobro zavedala tudi partizanska propaganda, ki je pozivala slovensko prebivalstvo, naj darujejo hrano za partizansko vojsko.

Slika 6.6: Poziv k shranjevanju hrane za NOV



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

V partizanskih časnikih so bili objavljeni številni članki, v katerih se je pozivalo k oddaji hrane za partizane. Podobno kot na primeru zbiranja materialnih dobrin v času zime, se je povečalo število člankov, ki so pozivali k obdelavi zemlje ter darovanju hrane v mesecih, ko so kmetje sejali ali želi. Poleg tega pa je partizanska propaganda preko svojega tiska ljudem podajala navodila za obdelovanje zemlje, o tem katere pridelke je treba prednostno obdelovati in podobno.

Obdelajmo vso zemljo, je danes prva in najsvetejša zapoved vsem kmetom, ženskam, mladini, borcem in aktivistom. Samo obdelana zemlja nam bo dala kruha. Samo kruh, ki bo sad naše zemlje in naših žuljev, bo porok naše svobode. Obdelajmo vse naše njive, da ne bo mogel nihče kupčevati z našo lakoto!

Obdelajmo vso zemljo, nam ukazujejo desetisoči naših mrtvih. Naši sinovi niso dali življenja za polovične zmage. Zaman bi bile njihove velike žrtve in težko bi nas pekla vest, če se ne bi borili do popolne zmage. Popolno zmago hočemo, zato obdelajmo vse njive!

Slovenski kmetje!

Pred štirimi leti ste se oglasili klicu svoje zemlje. Borili ste se, hranili ste svojo vojsko in zaupali njeni sili. Prihaja čas, ko boste želi sadove svojega trpljenja, svojega znoja in krvi!

Slovenski delavci!

Priskočite na pomoč našemu kmetu, da bo lahko obdelal svojo zemljo! Izdelajte in popravite mu pluge in brane in vse kmečko orodje! Pomagajte mu pri delu, bodite pionirji vzajemne pomoči, kakor ste bili med prvimi v naših vojaških enotah. Ne pozabite: kruh, ki bo zrasel na slovenski zemlji, je porok vaše svobode in vaših pravic.

Slovenske žene in dekleta!

V vaše roke so izročili vaši možje, sinovi in fantje oblast na vasi. V vaših rokah so danes gospodarske naloge in borba v zaledju proti vsem napakam in notranjim sovražnikom. Bodite vredne tega zaupanja in vestno izpolnite poglavitno nalogo današnjih dni: poskrbite da bo obdelana vsa zemlja! Obdelane njive ne bo samo orožje, ki bo krepko podpiralo vaše može in sinove na bojišču; obdelane njive bodo porok, da bo vsa slovenska zemlja združena in da bo na tej zemlji prostora za vse.

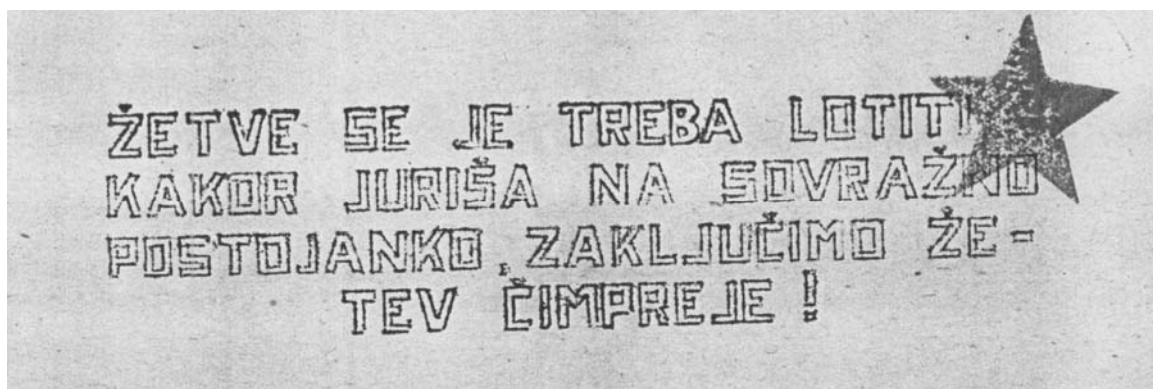
Borci in borki!

V štirih letih težke borbe ste bili posebna skrb slovenskemu kmetu. Danes mu ponekod že lahko vračate. Kadarkoli vam dopušča čas, priskočite mu na pomoč! Tekmujte in podpirajte našo narodno oblast! Čim več bo obdelane zemlje, tem lažja bo vaša borba. Čim več bomo pridelali na domačih njivah, tem bolj bomo gospodarsko neodvisni in tem popolnejša bo naša zmaga.

Slovenska mladina!

Bodočnost je tvoja, zato tekmuji v obdelavi zemlje! Letošnja žetev bo povsod naša. Poskrbi da bo čim bogatejša! Bogata žetev na naših poljih bo tudi bogata žetev naših zmag. Orodje v dlan, da bomo zmagali tudi na gospodarskem polju in da žrtve junaške slovenske mladine ne bodo zaman! (Slovenski poročevalec, 27. 3. 1945: 1)

Slika 6.7: Poziv k žetvi



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

Še posebej pomembna je bila preskrba s hrano na osvobojenem ozemlju, saj ljudje niso mogli dobiti hrane iz mest, ki jih je kontroliral okupator. Tu je bilo poleg partizanske vojske potrebno nahraniti tudi civilno prebivalstvo, ki je živelo na osvobojenem ozemlju. Da so to lahko storili, je bila potrebna dobra organizacija oskrbe s hrano in obdelave zemlje. Ker je bila preskrba s hrano ključna za življenje in delo na osvobojenem ozemlju, so bile določene tudi stroge kazni za vsakogar, ki bi se na kakršenkoli način poskusil s tem okoristiti (npr. oskrbovati območja pod okupatorjem). Partizanska glasila so zato imela nalogo obveščati prebivalstvo na osvobojenem ozemlju o različnih ukrepih, ki so jih sprejele oblasti.

Odlok!

O prepovedi izvoza življenjskih potrebščin iz osvobojenega ozemlja

Prepoveduje se vsak izvoz življenjskih potrebščin iz osvobojenega ozemlja. Kršitelji bodo kaznovani z zaplembo prizadetega blaga, v težjih primerih poleg tega tudi s smrtno kaznijo.

Odlok!

O zagotovitvi prehrane slovenski narodno osvobodilni partizanski vojski

Vsa zaloga življenjskih potrebščin, ki presega nujne potrebe prebivalstva, mora biti na razpolago narodno-osvobodilni partizanski vojski.

Narodno-osvobodilni odbori ugotovijo vse odvišne zaloge življenjskih potrebščin in jih javijo okrožnim odborom OF, kateri predajo prijave Glavni vojaški intendanci.

Glavna vojaška intendantca bo zaloge odkupila.

Zaloge, ki bi jih kdo prikril ali ne oddal prostovoljno, se zaplenijo.

(Slovenski poročevalec, 10. 8. 1942: 2)

Odlok o obvezni prijavi zalog

Vsi trgovci, mesarji in drugi lastniki oziroma hranitelji zalog, katerih količina presega njihovo lastno potrebo, so dolžni prijaviti do 15. julija 1942 vse svoje zaloge.

Prijave sprejemajo Narodnoosvobodilni odbori, ki so dolžni pri prizadetih sami prepričati se o resničnosti prijav. Če smatrajo Narodnoosvobodilni odbori ali partizanska poveljstva za potrebno izvedejo preiskave po lastnem preudarku.

Pod odlok o obvezni prijavi spadajo: živila vsake vrste, manufaktura, usnje in bivši monopolski predmeti.

Kdor prijavi ne zadosti ali da napačno prijavo, se kaznuje z zaplembo vsega pod prijavo spadajočega blaga ali tudi z zaplembo vsega premoženja. V težjih primerih se krivec kaznuje s smrtjo.

Izvršni odbor osvobodilne fronte slovenskega naroda
(Slovenski poročevalec, 28. 6. 1942: 8)

Partizanska vojska se je oskrbovala tudi s pomočjo nabiralnih akcij, v katerih so se zbirala materialna sredstva za partizansko vojsko. Pri tem je imela partizanska propaganda nalogo, da slovenski narod obvesti za kakšno akcijo gre, katere potrebščine se zbirajo in komu so zbrana sredstva namenjena. Prav tako je bila naloga partizanske propagande, da je ljudi stalno spodbujala k zbiranju sredstev, saj naj bi se tako dosegli boljši rezultati nabiralnih akcij. Ena izmed takšnih organiziranih nabiralnih akcij je potekala jeseni leta 1944 pod geslom "vse za našo vojsko":

Izvršni Odbor Osvobodilne Fronte slovenskega naroda razpisuje nabiralno akcijo za potrebe naše vojske pod geslom "Vse za našo vojsko", ki bo trajala od 20. oktobra do 20. novembra tega leta. K tej akciji so pozvane in bodo pri njej sodelovale vse organizacije OF, vsi Narodno osvobodilni odbori, Rdeči križ Slovenije, Zveza slovenske mladine, Protifašistična ženska zveza.

S polnim prepričanjem, da izpolnjuje svojo največjo in najčastnejšo dolžnost, poziva Izvršni Odbor vse Slovence in Slovenke, da v tem najodločilnejšem razdobju naše velike domovinske vojne z vsemi sredstvi in za ceno tudi najtežjih žrtev podpro naše borce. Vsa ta tri leta osvobodilne vojne je slovenski narod iz lastnih sil oskrboval svojo vojsko in ji omogočal njene zmage. S ponosom in z vero v popolno zmago naj ji sedaj da, ko je brezpogojno potrebna takojšnje pomoči, vse kar premore.

(Slovenski poročevalec, 17. 10. 1944: 1)

Poleg nabiralnih akcij so se za oskrbovanje partizanske vojske organizirala tudi tekmovanja med posameznimi okrožji. Okrožja so med seboj tekmovala v tem, kdo bo zbral več hrane, obleke in drugih materialnih sredstev za partizansko vojsko. Podobno kot pri tekmovanjih v mobilizaciji novih partizanov, so se tudi tu v partizanskih časnikih objavljali natančni podatki o tem, koliko sredstev je zbralo katero okrožje. Po končanem tekmovanju so bili objavljeni končni rezultati, pri čemer so najboljša okrožja dobila za svoje delo nagrade ali priznanja. O

vsem tem pa je bilo slovensko prebivalstvo podrobno obveščeno preko različnih partizanskih glasil.

Spet tekmujemo. Izvršni odbor Osvobodilne fronte je razpisal novo tekmovanje pod geslom "Vse za dokončno zmago". To tekmovanje se je pričelo 20. julija in bo trajalo 3 mesece do 20. oktobra. Tekmovali bomo za čim širšo mobilizacijo v našo Narodno osvobodilno vojsko, za čim večjo in uspešnejšo pomoč naši vojski, za pridobivanje vseh, ki so bili zapeljani in doslej še niso bili v naših vrstah, za čim boljše razumevanje in spoznavanje sporazuma med Titom in Šubašičem.

Prvo tekmovanje smo zaključili pred enim mesecem. Zdaj bomo prekosili samega sebe. Vsak izmed nas bo tekmoval sam s seboj za dosego še večjih rezultatov; skupina bo tekmovala s skupino, vas z vasjo, okrožje z okrožjem. Tekmovali bomo, da bomo okrepili in podprli našo drago vojsko v tem poslednjem, težkem boju. Napeli bomo vse sile, da bomo spravili na varno našo žetev. Naše geslo bodi: Vse za zmago! (Partizanski dnevnik, 27. 7. 1944: 1)

6.2.3. Pozivi k denarni podpori partizanske vojske

Partizanska vojska je za svoj obstoj in uspešno delovanje proti okupatorju potrebovala tudi precejšnja denarna sredstva. V ta namen sta bila že septembra 1941 razpisana narodni davek in posojilo svobode, ki sta tekom celotnega narodnoosvobodilnega boja predstavljala glavni vir dohodkov Osvobodilne fronte in partizanske vojske. Odloka o razpisu narodnega davka in posojila svobode sta bila objavljena tudi v Slovenskem poročevalcu, tako da je bilo slovensko prebivalstvo obveščeno o tem, zakaj morajo prispevati svoj denar in čemu bo namenjen (Slovenski poročevalec, 1. 10. 1941: 6). Prav tako so se partizanska glasila uporabljala zato, da so ljudi spodbujala in jih stalno pozivala, naj plačujejo narodni davek in podpisujejo posojilo svobode ter na ta način pomagajo partizanski vojski.

Plačuj narodni davek!

Slovenec, ali si že storil svojo temeljno narodno dolžnost, ali si že plačal za mesec oktober svoj narodni davek? Če še nisi, stori to takoj, odračunaj narodni davek najbližjemu odboru OF! Odtegotvanje obveznostim narodnega davka – je enakovredno izdajstvu slovenskih narodnih koristi!

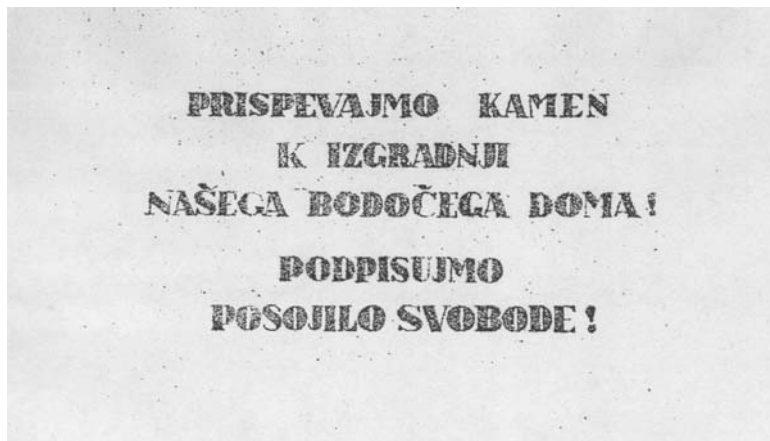
Pravico pobirati narodni davek imajo zgolj terenski odbori OF.

Podpisuj narodno posojilo – posojilo svobode

Dokaži svojo narodno zavest s podpisom Posojila Svobode! Za Posojilo Svobode ne boš dobil zgolj pet odstotnih obresti. Posojilo Svobode bo obrestovano – s Svobodo!

(Slovenski poročevalec, 11. 10. 1941: 2)

Slika 6.8: Poziv k podpisovanju posojila svobode



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

Plačevanje narodnega davka in podpisovanje posojila svobode je bilo prostovoljno, zato si je OF s pomočjo partizanske propagande prizadevala k plačevanju spodbuditi vse Slovence. Posebno pozornost so pri tem posvečali premožnejšemu sloju slovenskega prebivalstva in tistim, ki do takrat še nikoli niso prispevali za partizansko vojsko.

Apel Slovincem, ki premorejo večja denarna sredstva

Sedanji položaj slovenskega naroda zahteva od vseh Slovencev, da vse svoje življenje in imetje podredijo potrebam osvobajajočega se slovenstva. To je zakon, ki ga mora izvajati sleherni Slovenec in ki mora nad njegovim izvajanjem skrbno bdeti OF. Predvsem smo dolžni dajati na razpolago tvorna sredstva. Najvažnejše delo v tej smeri je podpisovanje Posojila Svobode. Moramo reči, da se razni sloji odzivajo dobro klicu narodnega vodstva. Velika večina Slovencev daje z veseljem na razpolago svoje prihranke ali si celo od svoje plače pritrjuje. Toda potrebe osvobodilne akcije so tako velike, da rastejo z njimi dolžnosti posebno tistih Slovencev, ki premorejo večja denarna sredstva. Oči vseh borbenih Slovencev so dejansko uprte naravnost vanje in ravno njim se postavljajo vprašanja: Ali boste postali vredni nove svobode? Ali se boste dostojno odkupili pred narodom, čigar delovno ljudstvo se žrtvuje brez posebnih apelov?

(Slovenski poročevalec, 13. 11. 1941: 5)

Pomembna naloga pobiranja narodnega davka in posojila svobode je bila zaupana terenskim odborom OF, zato je partizanska propaganda poskrbela, da se ti zavejo pomembnosti svojega dela. V partizanskih glasilih so bila objavljena navodila terenskim odborom OF glede tega, kako naj zbirajo denarna sredstva, obenem pa se je člane teh odborov spodbujalo pri njihovem delu z namenom, da bi ti dosegli čim boljše rezultate.

Terenski odbori izpeljite in izvajajte navodila za pobiranje davka, da bo vsak Slovenec – Slovenka, ki ima lastne dohodke, redno plačeval sorazmerni davek. Plačevanje davka je viden izkaz narodnega ponosa in odločne volje, da hočemo z lastnimi sredstvi izbojevati svobodo.

Imovitejši, ne ostajajte za drugimi, ki pritrgajo sebi, da krepe narodno borbenost in enotnost. Svoboda ščiti, ne sužnost. To velja za vse in vsakogar.

Plačujte davek in podpisujte Posojilo svobode dobrovoljno, ne dopustite, da se vas terja. S prostovoljno disciplino dokažimo tudi v sredstvenih zadevah, da hočemo in da znamo biti svobodni.

Pobiranje, ravnanje in poraba sredstev se strogo nadzoruje. Ne verujte podlim lažem o poneverbah v OF, ki jih širijo brezvestni plačanci. Ponavljamo, da bo vsaka zloraba neusmiljeno zatrta. (Slovenski poročevalec, 11. 1. 1942: 1)

Na začetku pobiranja narodnega davka in podpisovanja posojila svobode je prihajalo do nekaterih goljufij in napak, ko so določeni posamezniki to delo opravljali brez vednosti OF. Da bi se preprečilo takšno izkoriščanje, so partizanski časniki opozarjali slovensko prebivalstvo na to problematiko. Prav tako so ljudem sporočali komu in na kakšen način lahko dajejo svoj denar, da ne bi bili oškodovani.

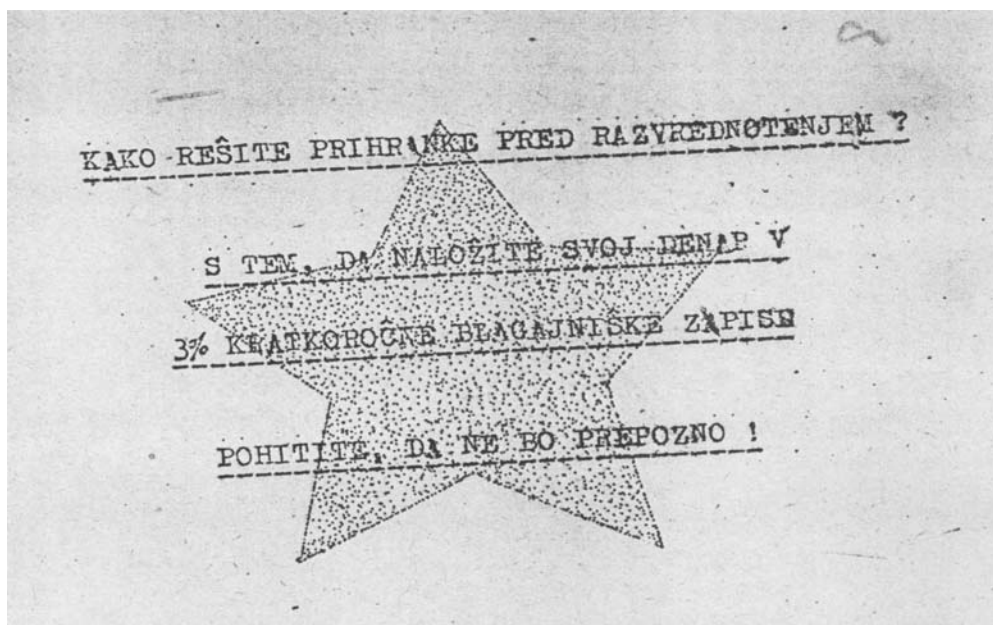
Opozorilo

Nekateri kriminalni elementi skušajo akcijo Posojila Svobode izkoristiti v svoje namene. Pričeli so na razne načine izsiljevati denar. Ponovno opozarjamo: 1. Posojilo Svobode pobirajo pri vsakem Slovencu zgolj njegovi osebni znanci, tujec, ki terja posojilo, je bodisi provokator, bodisi kriminalni element, 2. vsakega sumljivega človeka, ki bi pobiral posojilo, je treba takoj javiti najbližjemu terenskemu odboru OF in sporočiti njegov osebni popis, 3. izkoriščanje akcije za Posojilo Svobode bo OF kaznovala s smrtjo. (Slovenski poročevalec, 13. 11. 1941: 6)

Poleg zbiranja denarja za partizansko vojsko je bilo za obstoj narodnoosvobodilne vojske in preživetje slovenskega prebivalstva zelo pomembno tudi stabilno gospodarstvo. Da bi se to lahko doseglo, je bilo potrebno imeti stalni in zadostni pretok denarja. Ker je prišlo v času okupacije do omejitve poslovanja bank in zapiranja hranilnic, prav tako pa do pomanjkanja denarja v obtoku na osvobojenem ozemlju, je bila to težko izvedljiva naloga (Guštin, 1984: 298–299).

Na Slovenskem se je v tistem času kot plačilno sredstvo uporabljal okupatorjev denar (lira, nemška marka, pengö), obenem pa se je plačevalo s partizanskimi boni ali obveznicami, ki so jih izdali organi osvobodilnega gibanja. Proti koncu vojne, ko je postajalo že vse bolj jasno, kdo bo zmagovalec, je postalo pomembno vprašanje vrednost okupatorjevega denarja. Po koncu vojne naj bi ta izgubil velik del svoje vrednosti, zato je bilo potrebno, da Slovenci tak denar čim prej zamenjajo – pretvorijo v posojilo narodnoosvobodilnega gibanja. S pomočjo partizanskih glasil je zato OF poskušala ljudem razložiti, kaj se bo po vojni zgodilo z njihovim denarjem in jih obenem pozivala, naj svoj denar zamenjajo za kratkoročne blagajniške zapise, saj bodo le na ta način ohranili svoje prihranke (Slovenski poročevalec, 25. 3. 1944: 6).

Slika 6.9: Navodilo za ohranitev prihrankov



Vir: AS 1887, Zbirka NOB tiska – Letaki, enota 89

