

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Uroš Horvat

**Psihološko bojevanje v plebiscitnem boju za severno mejo:
primer jugoslovanske propagande**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Uroš Horvat

Mentor: doc. dr. Damijan Guštin

Somentor: doc. dr. Uroš Svete

**Psihološko bojevanje v plebiscitnem boju za severno mejo:
primer jugoslovanske propagande**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

Zahvala

Najlepša hvala mentorju dr. Damijanu Guštinu in somentorju dr. Urošu Svetetu za pomoč pri pisanju diplomske naloge.

Zahvaljujem se atiju in sestri, prijateljem in vsem, ki ste mi v času študija ves čas stali ob strani.

Hvala Jasmini za vse lepo in pomoč pri diplomski nalogi.

In na koncu hvala tebi mama, ki te žal več ni med nami.

Psihološko bojevanje v plebiscitnem boju za severno mejo: primer jugoslovanske propagande

Prva svetovna vojna je prinesla velike spremembe na politični zemljevid Evrope in tako za vedno spremenila njeno podobo. Konec vojne je prinesel razpad štirih cesarstev, med njimi tudi habsburškega katerega del je bila Slovenija. Zato se je Slovenija skupaj s Hrvati in Srbi, ki so živeli v habsburški monarhiji povezala v Državo Slovencev, Hrvatov in Srbov. Mesec kasneje, (Država SHS je nastala 29. oktobra 1918), natančneje 1. decembra se je združila s kraljevino Srbijo v Kraljevino Srbov, Hrvatov in Slovencev. Ves ta čas je Slovincem pretilo etnično razkosanje njenega ozemlja. Na meji z Avstrijo so se začeli boji za severno mejo. Kljub jugoslovanskemu uspehu, je pariška mirovna konferenca določila, da bo vprašanje meje na Koroškem določil plebiscit. S tem se je začel nov boj, boj kako z drugimi sredstvi pridobiti Koroško. Eden pomembnih elementov tega je bila tudi propaganda. Organizacijo propagande je prevzel Narodni svet za Koroško, ki je pri tem uporabil različne metode. Propagando je širil s pomočjo ljudskih zborovanj, časopisja in letakov. Vsebino propagande pa zgradil na nacionalni tezi, da bodo Korošci, ker so Slovenci glasovali za Kraljevino SHS. Tezo je razvijal s pomočjo odnosa, da je Koroška zgodovinsko slovenska pokrajina, gospodarskega vprašanja in vloge vere ter krščanstva.

KLJUČNE BESEDE: koroški plebiscit, psihološko bojevanje, propaganda

Psychological warfare during plebiscite battle for the northern border: an example of Yugoslav propaganda

World War I considerably altered the political map of Europe and reshaped it forever. The end of the war resulted in the collapse of four empires, including the Habsburg Empire of which Slovenia was also part at the time. To this end, Slovenes, Croats and Serbs as former members of the Habsburg Monarchy formed the State of Slovenes, Croats and Serbs on 29 October 1918. Roughly one month later, on 1 December, the State joined the Kingdom of Serbia to become the Kingdom of Serbs, Croats and Slovenes. Throughout that period, Slovenes were threatened with dismemberment of its ethnic territory. The battle for the northern border with Austria began. Despite the success of Yugoslavia, the Paris Peace Conference established that the border issue in Carinthia be resolved with a plebiscite, thus provoking a new battle on how to acquire Carinthia by other means. The most important element was propaganda. The organisation of propaganda was taken over by the National Council for Carinthia which adopted various methods. Propaganda was spread through gatherings, newspapers and leaflets. The content of propaganda was founded on the national presumption to be Carinthians as a result of the vote of Slovenians in favour of the Kingdom of Serbs, Croats and Slovenes. The presumption was further developed on the basis of the fact that Carinthia was historically a Slovenian territory and on the basis of economic questions and the role of religion and Christianity.

KEYWORDS: Carinthian Plebiscite, psychological warfare, propaganda

Kazalo

Kazalo.....	5
Kazalo slik.....	6
Kazalo tabel.....	6
1 Uvod	7
2 Metodološki okvir	8
2.1 Opredelitev predmeta in ciljev proučevanja	8
2.2 Teze	8
2.3 Metode	9
3 Temeljni pojmi	10
3.1 Psihološko bojevanje	10
3.2 Propaganda	12
3.2.1 Klasifikacija propagande	13
3.2.2 Propagandne tehnike	14
4 Zgodovinsko politični okvir	15
4.1 Koroški Slovenci v habsburški monarhiji	15
4.2 Konec 1. svetovne vojne in vprašanje razmejitve Koroške.....	16
4.3 Boji in sklepi mirovne konference.....	16
4.4 Koroški plebiscit.....	17
5 Jugoslovanska propaganda v plebiscitnem boju za Koroško	17
5.1 Organizacija jugoslovanske propagande	18
5.2 Pregled propagandnega materiala.....	19
5.2.1 Ljudska zborovanja	19
5.2.2 Propaganda v časopisju.....	20
5.2.2.1 Korošec.....	20
5.2.2.2 Slovenec: političen list za slovenski narod	24
5.2.2.3 Slovenski narod	29

5.2.3 Propagandni letaki	33
5.3 Analiza propagande	35
6 Sklep.....	40
7 Literatura	43

Kazalo slik

Slika 5.1: vabilo na tabor v Sinči vasi	21
Slika 5.2: svarilo pred nemško lažno propagando.....	22
Slika 5.3: vabilo na tabor v Železno Kaplo dne 18. maja 1920	23
Slika 5.4: oglas jugoslovanske propagande.....	23
Slika 5.5 propagandni oglas v časopisu Korošec	23
Slika 5.6: propagandni letak objavljen v časopisu Korošec z dne 7. 9. 1920	24
Slika 5.7: propagandni letak v časopisu Korošec z dne 7. 10. 1920	24
Slika 5.8: propagandni oglas v časopisu Slovenec z dne 31.8. 1919	25
Slika 5.9: propagandni oglas v časopisu Slovenec z dne 30. 9. 1920	26
Slika 5.10 propagandni oglas v časopisu Slovenec z dne 2.10. 1920	27
Slika 5.11: propagandni letak v časopisu Slovenec z dne 7. 10. 1920.....	27
Slika 5.12: propagandni letak objavljen v časopisu Slovenec z dne 6.10 1920.....	28
Slika 5.13: drugi propagandi letak z dne 7. 10. 1920.....	29
Slika 5.14: prikazuje propagandni oglas z dne 3. 10. 1920.....	31
Slika 5.15: prikazuje drugi propagandni oglas z dne 3. 10. 1920	31
Slika 5.16: propagandno navodilo z dne 8. 10. 1920	32
Slika 5.17: plebiscitna nalepka v nemškem jeziku.....	33
Slika 5.18: jugoslovanski propagandni letak.....	34
Slika 5.19: jugoslovanski propagandni letak.....	34
Slika 5.20: propagandni letak, ki vsebuje 10 plebiscitnih zapovedi	38

Kazalo tabel

Tabela 5.1: prikazuje vsebino jugoslovanskega propagandnega letaka	35
Tabela 6.2: Rezultati plebiscita dne 10. Oktobra 1920	40

1 Uvod

Prva svetovna vojna je prinesla velike spremembe na političnem zemljevidu Evrope in tako za vedno spremenila njeno podobo. Konec vojne je prinesel razpad štirih cesarstev: turškega, nemškega, ruskega in za Slovence najpomembnejšega habsburškega. Ureditev poveljne Evrope je bila določena na pariški mirovni konferenci in je temeljila na štirinajstih Wilsonovih točkah, med katerimi je bilo tudi načelo samoodločbe. Vse to je omogočilo nastanek številnih novih držav.

Pred tem izzivom so se znašli tudi Slovenci, ki pa so svoje nacionalno vprašanje reševali znotraj jugoslovanske ideje. Sprva znotraj zahtev po trialistični preureditvi habsburškega cesarstva, proti koncu vojne pa z vedno močnejšimi zahtevami po odcepitvi. Spomladi 1918 se je slovensko vodstvo odločalo o razhodu s habsburško monarhijo. Tako je 29. 10. 1918 nastala samostojna Država Slovencev, Hrvatov in Srbov, ki se je kasneje 1. 12. 1918 združila s Kraljevino Srbov, Hrvatov in Slovencev. V tem času, do priključitve Kraljevini SHS, je Slovenija živela samostojno politično življenje in je za obrambo svojih meja skrbela sama. Takoj ob koncu vojne ji je grozilo razkosanje. Italijani so na zahodu zasedli obljubljeno ozemlje iz londonskega sporazuma. Na severu pa je pretila avstrijska grožnja, zato je izbruhnila »mala vojna« oziroma boji za severno mejo. Na območju Štajerske je Rudolf Maister z odločno vojaško akcijo pridobil Maribor z okolico, medtem ko je vprašanje meje na Koroškem ostalo odprto. Po večkratnih vojaških spopadih v obdobju od decembra 1918 do junija 1919 je bilo sklenjeno premirje. V tem času je mirovna konferenca določila, da bo vprašanje razmejitve Koroške določil plebiscit.

Jugoslovanska stran ni uspela z oboroženim bojem pridobiti Koroške na svojo stran. Temu je sledil sklepni boj, kako z drugimi sredstvi pridobiti Koroške Slovence, ki pa ni bil uspešen. O tem, zakaj je Koroška pripadla Avstriji, obstaja več razlogov. Prvi razlog je prav v tem, da je o koroškem vprašanju odločal plebiscit, kjer so se ljudje odločali, kateri državi bodo pripadli, ne pa o tem, kakšne narodnosti so. Sem spada tudi sporno delovanje plebiscitne komisije, ki svoje naloge nadzora nepristranske in pravilne izvedbe glasovanja ni najboljše opravila. Gotovo pa je eden izmed pomembnejših razlogov propaganda obeh strani.

V sklepnem boju je šlo za psihološki boj, ki je temeljil na propagandi. Zato se diplomsko delo osredotoča in analizira jugoslovansko plebiscitno propagando v sklepnem boju za Koroško. V

tem delu analizira ljudska zborovanja, časopisne vire in letake, ki so bili najpomembnejši mediji za prenos propagande. Ob tem je treba opozoriti na dejstvo, da je treba koncept psihološkega bojevanja in propagande razumeti v zgodovinskem kontekstu. Koncepta sta danes razvita mnogo širše. Kljub temu propaganda ostaja eden najpomembnejših elementov psihološkega bojevanja. Natančneje diplomsko delo analizira jugoslovansko plebiscitno propagando glede na vrsto propagande, z vidika uporabljenih medijev oziroma metod (sredstev), njeno organiziranost, njeno vsebino in usmerjenost.

2 Metodološki okvir

V tem delu predstavljam izhodišča raziskovanja, na katerih temelji diplomsko delo. Opredeljujem predmet proučevanja in cilje, postavljam teze ter predstavljam uporabljeno metodologijo.

2.1 Opredelitev predmeta in ciljev proučevanja

Predmet proučevanja je jugoslovanska plebiscitna propaganda v izbranih časopisih in letakih. Pri proučevanju mi bodo v pomoč postavljeni cilji:

- opredelitev dveh temeljnih pojmov, in sicer psihološko bojevanje ter propaganda,
- kratek opis zgodovinsko-političnih okoliščin,
- analizirati propagando glede na njeno organiziranost,
- analizirati propagando glede na uporabljene medije oziroma metode (ljudska zborovanja, časopisje in letaki) in
- analizirati vsebino propagande

2.2 Teze

Za pomoč pri raziskovanju sem si zastavil dve tezi:

- T₁: Jugoslovanska propaganda je bila izključno obrambna, saj ni skušala pridobiti glasov nemškega tabora.
- T₂: Jugoslovanska propaganda se je preveč osredotočala na nacionalno tezo, da bodo koroški Slovenci glasovali za Jugoslavijo, in pri tem zanemarila dejanske zgodovinsko-politične okoliščine.

2.3 Metode

Pri pisanju diplomskega dela sem uporabil naslednje metode:

- deskriptivno metodo: z njo sem si pomagal postaviti teoretična izhodišča raziskovanja, opisal in opredelil sem temeljna pojma. Prav tako sem jo uporabil za opis zgodovinsko-političnega okvira in deloma tudi pri opisu organizacije propagande,
- metodo zbiranja primarnih in sekundarnih virov: s to metodo sem zbral vso relevantno literaturo. Pri zbiranju primarnih virov sem se osredotočil na zbiranje arhivskega gradiva, ki se nanaša na temo koroškega plebiscita. Sem spadajo arhivsko časopisje in letaki. Pri zbiranju sekundarnih virov pa sem se osredotočil predvsem na monografske publikacije in nekatere internetne vire,
- metodo analize in interpretacije primarnih virov: metoda zajema obdelavo zbranih arhivskih virov plebiscitnega propagandnega materiala iz izbranega časopisja (Korošec, Slovenec in Slovenski narod) in propagandnih letakov,
- metodo analize in interpretacije sekundarnih virov: ta zajema zbiranje in analiziranje ter interpretacijo izbrane literature s področja psihološkega bojevanja in propagande, zgodovinsko-političnih okoliščin in jugoslovanske propagande v koroškem plebiscitu.

3 Temeljni pojmi

3.1 Psihološko bojevanje

Prvi zametki psihološkega bojevanja (posamezni elementi in metode) so stari, kot sta stara človek in vojna. Ti se navezujejo predvsem na krepitev volje do odpora lastnih sil ter slabitvi sovražnikovih. Vendar se je koncept psihološkega bojevanja sistematično in konsistentno razvil šele v času prve in druge svetovne vojne.

Prvi zapisi segajo v čas okrog leta 500 pr. n. št. Sun Cu v svojem delu Umetnost vojne (1998, 62–63) povzema nekatere elemente in metode psihološkega bojevanja, kot je uporaba psihologije množic in manipulacije z ljudmi preko njihovih čustev. V njej zagovarja tezo zmage s taom, »zmaga z modrostjo« oziroma »zmaga brez boja«. Zapiše tudi, da to lahko dosežemo z uporabo strategije, z vplivom in razvojem dogodkov, kateri nam omogočijo, da nasprotniku bojni duh uplahne (demoralizacija nasprotnika) in s tem se nam podredi kar sam od sebe. To nam uspe doseči z uporabo ukane, da nasprotnik verjame v tvojo šibkost, ko si močan, in v tvojo moč, ko si šibek.

Zametki so zgodnji, vendar o sistematičnem razvoju in uporabi koncepta lahko govorimo šele v 20. stoletju. Do takrat lahko govorimo le o posameznih poskusih, kot je uporaba posameznih elementov psihološkega bojevanja. Koncept se sistematično razvije in izoblikuje v času med obema svetovnima vojnoma. Pomembna prelomnica je bil čas prve svetovne vojne, kjer se močno razvije koncept propagande. Kasneje se koncept psihološkega bojevanja razvija znotraj strategije posrednega nastopanja, ki ga razvije Liddel Hart¹. Krunic (1997, 29) povzema strategijo posrednega nastopanja kot:

»organizirano dejavnost, s katero države in/ali drugi subjekti na mednarodnem in/ali notranjepolitičnem področju skušajo uresničiti svoje politične, gospodarske, vojaške in/ali druge interese na škodo drugih subjektov, pri tem pa rešitve ne iščejo neposredno s spopadom oboroženih sil, temveč posredno, z raznovrstnimi prikritimi postopki na političnem, kulturnem, gospodarskem, vojaškem in/ali drugih področjih življenja in dela neke skupnosti, z izvajanjem psihološko-propagandnih akcij, ustvarjanjem in/ali

¹ Strategijo posrednega nastopanja opredeli v istoimenski knjigi, ki jo izda leta 1946.

kanaliziranjem družbenih kriz, ustvarjanjem in vodenjem politične agenture, izzivanjem državnih udarov itd.»

Danes pa se koncept psihološkega bojevanja navezuje predvsem na koncept informacijskega bojevanja. Razlog za to opredeli Arnejčič (2008, 279): »Danes se psihološko vojskovanje, ki temelji na klasičnih teoretičnih temeljih psihološkega bojevanja in vojne propagande, izvaja kot del informacijskega vojskovanja.«

V literaturi se pojavlja mnogo definicij in opredelitev psihološkega bojevanja. Podal bom nekatere, ki se mi zdijo pomembne:

1. Vojna enciklopedija (1970, 512) psihološko bojevanje opredeli (ang. Psychological Warfare) kot politiko pritiska, groženj in napada, v miru in v vojni za doseganje določenih političnih, ekonomskih ali vojaških ciljev. Je širši pojem od propagande, saj poleg uporabe propagandnih sredstev zajema tudi druga sredstva, s katerimi se poskuša vplivati na mišljenje, občutke, zaznavanje in vedenje sovražnika, s ciljem paralizirati njegovo voljo do odpora.
2. Daugherty in Janowitz (v Malešič 1997, 32) definirata psihološko bojevanje kot načrtovano uporabo propagande in drugih psiholoških sredstev, ki vplivajo na mnenja, čustva, stališča in obnašanje sovražnih ali prijateljskih tujih skupin na način, ki pomaga uresničevati nacionalne namere ali cilje.
3. Lasswell (v Jowett in O'Donnell 2006, 202) trdi, da je psihološko bojevanje le modernizirano poimenovanje za staro idejo, kako uspešno voditi vojno. Ideja temelji na tem, da se največji uspeh doseže z zlomom nasprotnikove volje do odpora in z najmanjšo možno silo. Psihološko bojevanje je zato sestavljeno iz propagande in podobnih operacijskih ukrepov vojaške, gospodarske ali politične narave, ki nadomestijo propagando.

3.2 Propaganda

Kot vidimo iz samih definicij psihološkega bojevanja je propaganda² eden pomembnejših elementov psihološkega bojevanja in s tem tudi vojne. To ugotavljata tudi Jowett in O'Donnell (2006, 201), ki pravita, da je zgodovina vojskovanja močno prepletena s posameznimi elementi psihološkega bojevanja in propagande. Vendar se je dokončno uveljavila šele v prvi svetovni vojni. S samim družbenim in tehnološkim razvojem je postajala vse bolj sofisticirana in je začela uporabljati vedno bolj sofisticirane metode.

Danes poznamo mnogo definicij tega pojma, ki so si med seboj različne:

- Laswell (v Malešič 1996, 33) pravi, da je propaganda »tehnika vplivanja na človekova dejanja z manipulacijo predstav«.
- Martin (v Splichal 1975, 22) propagando opredeli kot »poskus sistematičnega vplivanja preko množičnih komunikacij na mišljenje in s tem na vedenje ljudi, skladno z interesi skupine«.
- Ellul (v Vreg 2000, 117) opredeli propagando kot »celoto 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«.
- Po Vregu (2000, 116) je propaganda »oblika komuniciranja, s katero komunikatorji ali skupine zavestno, namensko, načrtovano in organizirano oblikujejo propagandne projekte

² Propaganda kot jo poznamo danes, dolguje svoj začetek papežu Gregorju XV, ki je v 17. stoletju ustanovil kongregacijo za propagando vere. Čeprav pojem izvira iz poznega srednjega veka, pa glede na to, kar označuje danes, lahko rečemo, da je propaganda stara toliko kot razredna družba (Splichal 1984, 20). V francoski revoluciji leta 1791 je pojem dobil politično konotacijo. Takrat je postala jasna zveza med propagando in ideologijo, ki ostaja temelj propagande vse do danes. Tako je propaganda do prve svetovne vojne imela predvsem vlogo oblike razrednega boja. Svoj obči pomen in rabo pa je dobila prav v času prve svetovne vojne, ko je postala miselni izraz politične dejavnosti, ki naj ne bi bila nič drugega, kot nadaljevanje vojne z drugačnimi sredstvi. S tem je pridobila tudi negativno konotacijo laži. Sodobni pojem propagande poleg slednjega obsega sistem posebnih družbenih procesov na vseh področjih družbenega življenja (Splichal 1975, 13–8).

in sporočila, s katerimi oblikujejo in nadzorujejo mnenja in stališča ciljnega občinstva oziroma vplivajo na spremembo njihovih stališč».

- Najbolj široko in natančno propagando definira Splichal (1975, 65): »Propagando bi lahko opredelili kot obliko množičnega komuniciranja, v kateri komunikatorji zavestno in z organiziranim delovanjem s pomočjo ideološke rabe jezika poskušajo dosežati vnaprej določene (zaželene) oblike mišljenja in vedenja (pripravljenost na delovanje ali delovanje samo) ciljnih skupin, ki so določene s cilji in usmerjenostjo propagande.«

3.2.1 Klasifikacija propagande

Propagando lahko razdelimo na več vrst po različnih kriterijih. Ob tem pa ne smemo pozabiti na dejstvo, da med njimi ni točno določene meje, tako da se pogosto medsebojno prepletajo. Glede na vsebino oziroma glede na to, kaj propagirajo nosilci propagandne dejavnosti, propagando razdelimo v tri temeljne kategorije: politično, ekonomsko in kulturno (Splichal 1975, 62).

Glede na medij, ki ga uporablja propagandist za širjenje propagande, Qualter (1962, 78–101) propagando razdeli v tri osnovne skupine, in sicer pisana propaganda, govorjena propaganda in ostali mediji. V pisano propagando spadajo časopisi, knjige, stripi, letaki ipd. oziroma vse, kar se da »napisati ali narisati« na papir, medtem ko h govorjeni propagandi spadajo najrazličnejši načini govora, od radija, televizije do najrazličnejših oblik govora. V zadnjo skupino ostalih medijev pa spadata glasba, umetnost, arhitektura, uniforme, najrazličnejši simboli, zastave in podobno. Novejšo definicijo, ki že upošteva tudi rabo interneta, poda Krunić (1997, 94–101), ki propagando razdeli na: množične medije (radio, televizija, film, internet), letake, govorice, propagando »face to face« in druga sredstva (pisemske pošiljke, telefon, plakati, razglasi).

Glede na (ne)določljivost nosilca propagande, propagando razdelimo na:

- belo propagando (izvor propagande je poznan, javen ali uraden, uporabljeni podatki so resnični, zaradi svoje resnicoljubnosti ima lahko nasprotni učinek),
- črno propagando (izvor informacij je neresničen in se izvaja preko tajnih virov, temelji na izmišljenih, prikrojenih podatkih, uporablja laži, ob razkritju ima kratkotrajen učinek) in

- sivo propagando (je nekaj vmes med belo in črno propagando, izvor je prikrit, vendar ga je z analizo možno identificirati, temelji na »prilagojeni resnici«, uporablja resnične podatke, vendar skrbno izbrane glede na javnost in namen) (Arnautović et al., v Krunič 1997, 90–1 in Pečjak 1995, 135–7).

Glede na odprtost ciljev in neposrednost delovanja Vreg (2000, 120) razlikuje tri temeljne vrste:

- odprta in neposredna propaganda (cilji so že od samega začetka znani),
- odložena oz. difuzna propaganda (je priprava za neko propagandno akcijo oziroma podlaga za reagiranje v prihodni situaciji) in
- posredna propaganda (se izvaja ob neugodnih okoliščinah za lastno propagando ali kadar je določen odpor proti vsebini propagande, cilja ne deklariramo, pač pa ustvarimo psihološke razmere za sprejetje kasnejšega sporočila).

Poleg teh osnovnih delitev obstajajo še številne druge, kot na primer pozitivna-negativna propaganda, vojna-mirnodobna propaganda, obrambna-ofenzivna propaganda in druge.

3.2.2 Propagandne tehnike

Delo propagandista je neposredno povezano z mislimi drugih ljudi, saj želi vplivati na njihova stališča in s tem na njihovo delovanje. Zato mora imeti znanja s področja psihologije, predvsem področja razumevanja kompleksnega človekovega uma in njegove motivacije. Hkrati pa mora zadostno poznati zgodovinske in sociološke okoliščine, ki vplivajo na vrednote ciljne skupine. Šele po tem lahko določi vsebino propagande. Ko je to določeno, pa se začne uporaba najrazličnejših tehnik, kako sporočilo dostaviti naslovniku (Qualter 1962, 70–1). Zato so za propagando eden najpomembnejših elementov tehnike. Obstaja veliko različnih tehnik³, nekatere delujejo na čustvene komponente stališč, druge na spoznavne ali vedenjske. Največji učinek ima čustvena propaganda, saj pod njenim vplivom posameznik postane pripravljen spremeniti ne le čustev, ampak tudi spoznavne in vedenjske komponente stališč, mnenj in drugih notranjih struktur. Propagandne tehnike delujejo na dva načina. Prvič skušajo očrniti nasprotnika, drugič skušajo olepšati svojo stran. Na oba načina pa delujejo tehnike, ki želijo povzročiti neravnotežje med stališči, tako da povečajo pozitivna in negativna

³ Za podrobnejši opis posameznih tehnik glej Pečjak (1995, 147–59).

stališča (Pečjak 1995, 150). Za izraz propagandne tehnike lahko uporabimo tudi izraz »instrumenti propagande«, saj nam omogočajo dostop do ciljne skupine in razširjanje propagande (Qualter 1962, 74).

4 Zgodovinsko politični okvir

4.1 Koroški Slovenci v habsburški monarhiji

Jezikovna dvojnost Koroške ni bila predmet nacionalnih bojev vse do pomladi narodov leta 1848. Revolucija⁴ je prinesla novo ureditev monarhije in odprla vprašanje položaja narodov v ustavi. Hkrati pa je odprla vprašanje političnega priznanja in narodne enakopravnosti Slovencev ter vprašanje jezikovne razmejitve na Koroškem. Vendar se je zgodilo nekaj čisto drugega. »Dežela Koroška se je osamostalila in se v notranjih upravnih delitvah ni ozrla na svojo dvojno jezikovno strukturo, čeprav je bila to stalna zahteva Slovencev (Plesterski 2003, 8–9).

V ustavni dobi med leti 1861–1914 se je na Koroškem izoblikoval poseben tip razmerja med slovenskim in nemškim narodom, ki se je zgradil na nemško nacionalni tezi, da je Koroška zgodovinska nemška vojvodina. V primerjavi z nemškim položajem je slovenska politika na Koroškem, poleg številnih slabosti, imela še dve vrednostni. Prva je bila, da nikoli ni zajela vsega slovensko govorečega prebivalstva, ne osebno ne miselno. Veliko ljudi je govorilo slovenski jezik, ne da bi sprejeli slovensko kulturo in moderno narodno zavest, kot podlago za svojo socializacijo. Zato se je slovenska narodnost izoblikovala v širših naddeželnih okvirih svojega jezika. In druga, da so Slovenci, čeprav narodno ozaveščeni niso bili vajeni, da bi se politično odločali le v eno smer. Slovenska stranka je bila močno vezana na katolicizem in je zato ostajala izrazito kmečka, medtem ko so mnogi Slovenci sledili svojim drugačnim socialnim in idejnim interesom ter se raje vezali na sekularizirane stranke, ki pa niso bile slovenske. Ves ta čas so bili Slovenci pod močnim pritiskom germanizacije. Položaj pa se je dodatno poslabšal v vojnih letih. Mnogi ugledni Slovenci so postali tarča kazenskega preganjanja, prav tako je bilo prepovedano delovanje slovenske politične stranke, vse do 24.

⁴ Slovensko revolucionarno gibanje se je leta 1848 združilo okrog Programa Zedinjena Slovenija, ki je med drugim zahteval združitev vseh slovenskih dežel v habsburški monarhiji v enotno deželo Zedinjeno Slovenijo, v kateri se bo slovenski jezik uporabljal tudi v šolah in uradih (Prunk 2008, 69–70).

1. 1918. Ta dan je njen občni zbor sklenil soglasje s programom Jugoslovanskega poslanskega kluba, imenovan »Majniška deklaracija⁵«. Ta je zahteval pravico do samoodločbe, ki pa jo je avstrijska stran zavračala vse do 28. oktobra 1918.

4.2 Konec 1. svetovne vojne in vprašanje razmejitve Koroške

Pariška mirovna konferenca je narodom priznavala pravico do samoodločbe. Na to pravico sta se sklicevali obe strani. Bistvo samoodločbe nemških Avstrijcev je temeljilo na pravici do združitve z Nemčijo. Tako je avstrijska stran 25. 10. 1918 razglasila Koroško za nedeljivo, medtem ko je na drugi strani Narodni svet Slovencev, Hrvatov in Srbov v Zagrebu 29. 10. 1918 prevzel državno oblast na celotnem etnografskem ozemlju Slovencev, Hrvatov in Srbov do tedanje Avstro-Ogrske in jo na novo imenoval Država Slovencev, Hrvatov in Srbov. Tako je mejno vprašanje med Avstrijo in Državo SHS križalo interese. Zato je ostalo državnopravno nedoločeno in s tem ostalo odprto. Temu je sledil poskus, da bi se na Koroškem razmejitve reševala na miren način. Vendar je ta poskus propadel z zasedbo Velikovca s strani slovenskih enot 1. 12. 1918. S tem je postala nevarnost vojaškega spopada neizbežna, saj koroška politika ni bila pripravljena sprejeti »žive etnične meje« kot demarkacijske črte (Pleterski 2003, 12–13).

4.3 Boji in sklepi mirovne konference

Določena demarkacijska črta med slovenskim in avstrijskim delom Koroške ni zadovoljevala nobene od obeh strani. Zato so se decembra 1918 vneli oboroženi spopadi, ki so trajali vse do junija leta 1919 (Guštin 2005, 217). Slovenske (jugoslovanske) vojaške enote so decembra 1918 prestopile čez Dravo v smeri k »živi etnični meji«, kar je povzročilo avstrijsko protiofenzivo. Ker vojaške odločitve ni bilo, sta se vladi iz Celovca in Ljubljane zedinili za premirje in za pogajanje o določitvi nove demarkacijske črte. Vendar so razhajanja o demarkacijski črti povzročila zastoj (Pleterski 2003, 16). Pogajanja so se končala 22. januarja 1919 z Graško-ljubljanskim sporazumom, ki je določil, da demarkacijsko črto določi ameriška študijska komisija, ki je na Dunaju pripravljala gradivo za mirovno konferenco. Ta je

⁵ Je bila politična zahteva Jugoslovanskega poslanskega kluba v dunajskem parlamentu 30. 5. 1917. Zahtevala je preureditev Avstro-Ogrske po trialističnem načelu, kjer bi se vsi jugoslovanski narodi v habsburški monarhiji združili v enotno samostojno telo pod žezlom Habsburžanov.

ugotovila, da je Celovška kotlina zemljepisna in gospodarska celota. Zato je predlagala mejo na Karavankah. Premirje je trajalo do konca aprila 1919, ko je redna jugoslovanska vojska začela novo vojaško akcijo. Maja 1919 je sledila avstrijska protiofenziva, ki je jugoslovanske enote do cela izrinila iz Koroške (Troha 2005, 218). »Šele tretji boj za mejo na sektorju Koroške, zmagovita jugoslovanska ofenziva od 28. 5. do 6. 6. 1919 – tudi njo so spremljala povračilna nasilstva, je storil konec temu pol leta trajajočemu vojskovanju. Vendar zmaga ni vplivala na načelni sklep mirovne konference o plebiscitu« (Pleterski 2003, 17).

4.4 Koroški plebiscit

»V nasprotju z načelom skladnosti državnih meja z jezikovnimi je mirovna konferenca z Avstrijo, v Parizu 21. junija 1919, za južno Koroško določila plebiscit. Na to odločitev je v veliki meri prispevala tudi želja zaveznikov po močni Avstriji kot protiuteži Nemčiji« (Troha 2005, 221). Kljub temu je mirovna konferenca upoštevala jugoslovansko zahtevo po delitvi plebiscitnega ozemlja (Pleterski 2003, 17). »Celovško kotlino so razdelili na dve coni – južno A in severno B (Slika 3.1). V njiju bi izvedli plebiscit, na katerem bi se prebivalstvo odločilo, ali se želi vključiti v Kraljevino Srbov, Hrvatov in Slovencev ali pa ostati v sklopu zelo okrnjenje republike Nemške Avstrije.« (Hartman 1998, 79). Plebiscit bi se najprej izvedel v coni A, če bi bil uspešen za jugoslovansko stran, pa še v coni B. Sicer bi ta pripadla Avstriji (Hartman 1998, 79). Delitev plebiscitnega ozemlja je preprečila, da bi Nemci sami odločali o usodi Slovencev. Poleg tega je mirovna konferenca določila, naj cono B zasede avstrijska vojska, jugoslovanska pa se naj omeji na cono A. To se je zgodilo do 31. 7. 1919 (Pleterski 2003, 18). Plebiscit kot tak je izločal narodnostno pripadnost, je ni niti evidentiral in je vsakega posameznika plebiscitnega ozemlja postavil pred čisto osebno, tajno odločitev, ki je imela značaj glasovanja političnih, strankarskih volitev (Pleterski 1970, 215). V teh okoliščinah se je začel tudi »plebiscitni boj« med obema stranema. Obe strani sta poskušali pridobiti prebivalstvo na svojo stran. Pri tem sta se najpogosteje posluževali propagandnih metod, ki so bile značilne za tisti čas (časopisi, neposredna agitacija, letaki ipd.), ter s tem poskušali vplivati na volilni rezultat.

5 Jugoslovanska propaganda v plebiscitnem boju za Koroško

5.1 Organizacija jugoslovanske propagande

Jugoslovanska stran je imela upravo v coni A eno celo leto, zadnje tri mesece pa omejeno pod nadzorstvom mednarodne plebiscitne komisije. V primerjavi z avstrijsko stranjo se je slovenska stran mogla na novo organizirati, saj so vse pomembne družbene politične strukture bile v rokah Nemcev. Edina na jugoslovanski strani je bila duhovščina. Tak položaj, neizkušenost in slaba povezanost s civilnim prebivalstvom je general Rudolf Maister hitro doumel in organizacijo jugoslovanske propagande naslonil na Narodni svet za Koroško.

Narodni svet za Koroško je imel posebno vlogo v okviru slovenskega gibanja na območju južne koroške v letih 1919 do 1920. Vodil ga je Rudolf Maister, ki je zbral šestnajsterico uglednih Slovencev z območja Velikovca in okolice. Organizacija je hitro rastla in je do konca leta imela 47 odsekov, pred plebiscitom pa 50. Odseki so imeli vlogo nadstrankarskih organov in naj bi si na kulturnem in gospodarskem področju prizadevali za dvig slovenstva in uresničenje programa Zedinjena Slovenija. Narodni svet se je takoj zavedal negativnih faktorjev⁶ in je na to opozarjal predsedstvo deželne vlade v Sloveniji, vendar je tam naletel na gluha ušesa. Njegova dejavnost in vloga sta zaradi pomanjkanja podpore in sredstev šibkejša od nemške propagande, kljub temu pa zelo pomembna. Vzroki za to so bile omejene možnosti delovanja v takratni nedognani upravi plebiscitne cone A, predvsem pa v osrednjih slovenskih oblasteh, ki niso dajale dovolj podpore. Ker so bili predlogi za izboljšanje razmer v plebiscitni coni A v glavnem brez odmeva, je Narodni svet predlagal nadaljnjo izhajanje slovenskega periodičnega in propagandnega tiska, prehod v propagandno ofenzivo, prenos delovanja tudi v plebiscitno cono B, oživitev slovenskega kulturnega življenja, razširitev in poglobitev organizacije, nastopanje proti draginji in verižništvu, skrb za pravično delitev dobrin in podobno. Za agitacijo pa je predlagal pritegnitev koroških domačinov. Poudaril pa je tudi pomen delovanja slovenskih političnih strank, med njimi Vseslovenske ljudske stranke in Jugoslovanske demokratske stranke, predlagal je tudi ustanovitev Slovenske kmetijske stranke (Zorn 1970, 44–5). Poleg tega je Maister znotraj Narodnega Sveta za Koroško ustanovil še posebno plebiscitno pisarno, ki je povezovala vse dejavnosti na Koroškem, katerih cilj je bil doseči, da bi se plebiscit v coni A iztekel Slovincem v prid (Hartman 1998, 81–2).

⁶ Navedeni so bili nemška agitacija, vcepljanje predsodkov proti Srbom, naraščajoča draginja, neredna aprovizacija, izločitev Celovca iz območja jugoslovanske uprave, pomanjkanje prometnih sredstev, zastoj v prodaji domačih izdelkov, pomanjkanje industrijskih izdelkov, neizpolnjene obljube glede povračila vojne škode, posamezni nekorektni postopki oblasti in podobno (Zorn 1970, 44).

Organizacijo propagandne dejavnosti je od junija 1920 gmotno in moralno podpiralo novoustanovljeno društvo Gosposvetski zvon, ki je nastopal z geslom »Mlačne – zaspane vzbuditi, Nemške nekane zlomiti, to hoče zvoniti – storiti Gosposvetski zvon glasoviti« (Slovenec 1920a). Z vsemi temi dejavnostmi je Narodni svet za Koroško skušal dvigniti in razviti organizacijsko raven propagande ter se zoperstaviti močnejši nemški propagandi.

5.2 Pregled propagandnega materiala

5.2.1 Ljudska zborovanja

Pomembno vlogo pri oživitvi kulturnega in političnega življenja so imela najrazličnejša ljudska zborovanja, ki so imela namen povezovati Slovence in s tem pomagati širiti jugoslovansko propagando. Sem ne spadajo le tabori, ampak tudi ustanavljanje in delovanje različnih kulturnih, prosvetnih in strokovnih društev ter čitalnic. Po pregledu časopisov Korošec, Slovenec in Slovenski narod sem ugotovil, da je bilo organiziranih preko 260 najrazličnejših prireditev. Večinoma je šlo za najrazličnejše ljudske shode, veselice, kulturne in izobraževalne prireditve. Poleg osnovnega namena povezovanja Slovencev na Koroškem pa so pomagale širiti jugoslovansko propagando. Med najpomembnejša zborovanja pa spadajo veliki ljudski tabori. Ti so bili narodne manifestacije za Jugoslavijo. Kot navaja Hartman (1998), so največji tabori bili organizirani v Velikovcu, Železni Kapli, Borovljah, Vetrinju, Grabštajnu, Grebinju, Dolini, Želimjah in Žrelcu.

Tabori so imeli močen simbolni pomen. Ljudje so na tabore prihajali z okrašenimi vozovi in vlaki, na katerih so visele slovenske zastave. Programi taborov so bili različni, sestavljeni predvsem iz najrazličnejših govorov, kulturnega dela, kjer so nastopale godbe in pevske skupine, dramske skupine. Jugoslovanska propaganda se je širila predvsem s pomočjo govorov. Kot primer lahko izpostavim tri govore iz tabora v Sinči vasi. Prvi govor je govor generala Rudolfa Maistra:

»Pravzaprav bi se morali zbrati na Gosposvetskem polju, kajti Gospe Sveti vodi naša narodna božja pot. A ta-le naša današnja pot ni božja pot, temveč to je narodov križevpot. Morali smo se tu zbrati, da s trdno voljo za danes in za vedno treščimo s trudnih in ožuljenih ramen težak križ, ki so nam ga nalagali naši narodni sovražniki. Mi Slovenci smo vedno trpeli pod tujimi verigami, a med vsemi nami najbolj vi, Korošci. Odrekajo vam

pravico, da bi ostali Slovenci, in trdijo, da niste imeli nikdar v svojih prsih narodne zavednosti. In verujte mi, da ni grabežljivi Nemec za vas. Gre mu za vašo lepo zemljo in sama zavist ga žene v boj, da bi to krasno, bogato zemljo prisvojil. Rotim vas, koroški možje in fantje, bdite naše narodni apostili, hodite od hiše do hiše in oznanjujte naš sveti slovenski evangelij, ki pravi: »Mi vsi Slovenci, ki živimo pod božjim soncem, moramo in hočemo ostati zedinjeni, ne samo za čas nekaj rodov, temveč vekov veke« (Slovenec 1919č).

Druga taka govora sta govora dr. Antona B. Jegliča in dr Trillerja:

»Mi smo sinovi slovenske matere, zato hočemo, da se združimo z našimi brati Jugoslovani kot en narod. Mi hočemo biti združeni z našimi brati Slovenci na jugu v eni državi. Zato vse za Jugoslavijo! Živela Jugoslavija! In nemško avstrijski kancler je nedavno izjavil v Parizu, da pomenijo pogoji mirovne pogodbe gospodarsko smrt Nemške Avstrije. To spoznavajo Nemci sami in to je tudi gotova resnica. Nemci sami naj delajo, kar hočejo. Prepričani pa smo, da bodo koroški Slovenci vsi kot en mož našli pot tja, kjer si narod prosto voli vero in postave, kjer obstaja znosno javno gospodarsko življenje« (Slovenec 1919č).

5.2.2 Propaganda v časopisju

5.2.2.1 Korošec

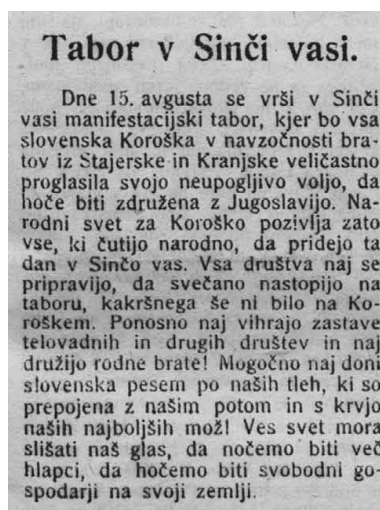
Po ustanovitvi Narodnega sveta v Velikovcu, se je ta odločil za izdajanje časopisnega in propagandnega tiska. Med te sodi tudi časopis Korošec, prva številka je izšla 9. julija 1919, zadnja pa 7. oktobra 1920. Prvo leto je izšlo 41 števil, v letu 1920 pa je izšlo 79 števil oz. v obeh letih skupaj 120 števil. Hofman (1998, 80) ga opredeli kot: »List ki ne pozna nobene stranke in bo pomagal vsem Korošcem, pa naj bodo Slovenci ali Nemci.« V svoji prvi številki na prvi strani pod naslovom »Korošci!« uredništvo opredeli vlogo časopisa. Korošec je bil ustanovljen zato, ker so si Korošci morali pomagati sami. Njegov namen je bil svetovati, kako si naj pomagajo sami, kaj naj storijo, da napočijo na Koroškem lepši, srečnejši časi. Poskušal je dobiti denar od jugoslovanske vlade za povojno obnovo, svetoval je, kam naj se Korošci obrnejo po podporo, kje se naj pritožijo, če se zgodi krivica itd. Poleg tega je časopis objavljala različne razglase okrajnih glavarstev, sodišč in drugih oblasti. Poročal je tudi o tem, kaj se

dogaja po svetu, in prinašal je novice iz slovenskih krajev ter poročal o gospodarskih novicah (Korošec 1919a). Svoje novice in komentarje pa je prirejal za propagandne namene v korist Kraljevine SHS.

Časopis takoj nastopi zoper Nemško Avstrijo v prvi številki z besedami: »Nemška Avstrija država je v najslabšem položaju izmed vseh novih držav. Izgubila je vso moč in je gospodarsko uničena« (Korošec 1919b). Ter pozdravi jugoslovansko osvoboditev z besedami: »Odrešeni smo, svobodni! Po hudem boju nam je zasijalo sonce zlate svobode« (Korošec 1919b). Korošec je širil propagando za Kraljevino SHS na različne načine. Najpogostejši je bil prirejanje vsakodnevnih novic njej v korist. To se pojavlja v vsaki številki. Teme, ki jih je obravnaval v teh člankih, se nanašajo predvsem na gospodarsko tematiko, kjer je izpostavljen slab gospodarski položaj Avstrije v primerjavi z Jugoslavijo. Sem sodijo še opisi boljših življenjskih razmer v coni A in v coni B, opisi nemškega nasilstva in tatvin, nastopi zoper lažno nemško propagando in podobno.

Časopis je pomagal širiti propagando z objavljanjem novic, vabil in poročil o taborih in drugih različnih shodih. To je objavljaj pod posebno rubriko »Shodi in veselice« oziroma »Naše prireditve«. Večji ljudski shodi pa so si zaslužili posebno pozornost in objave o njih niso bile znotraj te rubrike, ampak posebej, navadno na prvi strani (Slika 5.1). V letu 1920 pa je začel objavljati posebni rubriki »Velikovški okraj« in »Boroveljski okraj«, vendar je vsebina ostala enaka, le da je članke sortiral geografsko.

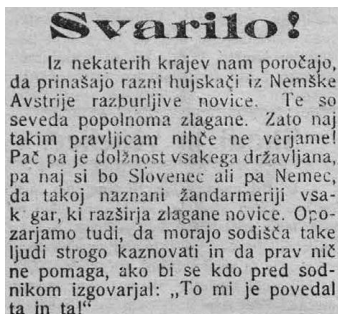
Slika 5.1: Vabilo na tabor v Sinči vasi



Vir: Korošec (1919c).

V nastopih zoper nemško lažno propagando in hujskaštvo se pojavljajo svarila, eno izmed takih se pojavi 27. avgusta 1919 (Slika 5.2).

Slika 5.2: Svarilo pred nemško lažno propagando



Vir: Korošec (1919č).

Pomemben propaganden članek se pojavi 21. novembra 1919, ki znova nasprotuje nemški propagandi in nagovarja Slovence: »Pa zastonj nas vabijo! Prevečkrat so nas že ogoljufali s praznimi obljubami. Predobro poznamo te sleparje in Avstrijo in vemo, kaj nas tam čaka! Stara Avstrija je bila za nas mačeha, Nemška Avstrija pa bi bila sam peklenski hudič! Zato nikdar nazaj v Avstrijo, kjer bi obhajali vedno le veliki petek, a nikdar Velike noči! Naša pot gre v Jugoslavijo, kjer bomo srečni mi in naši otroci« (Korošec 1919d)! Ves ta čas od samega začetka se pojavljajo tudi pisma bralcev, ki agitirajo za jugoslovansko stran.

Na tak način piše Korošec tudi v letu 1920. Razlika je v tem, da se bolj posveti posameznim glasovalcem. Kmetom izpostavi agrarno reformo in jim v Jugoslaviji obljublja razdelitev veleposesti, delavcem pa obljublja več delavskih pravic. Članki vsebujejo veliko apelov, ki bralca ves čas nagovarjajo za Kraljevino Jugoslavijo. Od maja naprej se pogosto pojavljajo samostojno v odebelenem tisku na prvi strani. Taki primeri so:

1. »Čast in slava jugoslovanskemu vojaštvu, ki nas je ravno pred letom rešilo nemških folksverovcev« (Korošec 1920b).
2. »V Jugoslaviji je življenje in razvoj, v Nemški Avstriji pa naša smrt« (Korošec 1920c).
3. »Nemci so nam dali grofe, biče in druge take hudiče, Srbi pa svobodo in agrarno reformo« (Korošec 1920č).
4. »Od kod nemškutar si doma, da vsak za norca te ima« (Korošec 1920e) ipd.

Ob organizaciji velikih taborov so ti zapisi zamenjani z vabili (Slika 5.3).

Slika 5.3: Vabilo na tabor v Železno Kaplo 18. maja 1920

Slovensko Koroško Nemcem? Nikdar in nikoli!
Slovensko Koroško slovenskim Korošcem! Zato pa vsi,
ki ljubite Koroško, moški in ženske, na binkoštni po-
nedeljek vsi v Železno Kaplo!

Vir: Korošec (1920a).

Časopis izpostavi tudi vlogo barve, ko kliče Slovence z besedami: »Na dan s koroškimi barvami, tisti, ki ljubimo svojo deželo in smo ponosni, da smo Korošci. Zato si radi pripnemo na prsi koroške znake (barve). Naj vsem pričajo, da smo Korošci, da ljubimo jugoslovansko Koroško, da bomo glasovali za Jugoslavijo, ne pa vlačugarsko Avstrijo« (Korošec 1920d). Barva posebej pomembna postane tik pred plebiscitom, kjer nagovarja Slovence, naj glasujejo z belo, saj je taka barva jugoslovanska glasovnica. To prikazujeta tudi Sliki 5.4 in 5.5.

Slika 5.4: Oglas jugoslovanske propagande

Bela barva je naša!

Vir: Korošec (1920d).

Slika 5.5: Propagandni oglas v časopisu Korošec

Kdor hoče, da se mu bo na tem in na onem svetu dobro godilo, bo 10. oktobra vtaknil v kuverto belo glasovnico, zeleno bo raztrgal na dva kosa, vtaknil tudi ta dva kosa zelene glasovnice v kuverto, oslinil nato kuverto jo zaprl in jo vrgel v posodo, ki bo za to pripravljena. Ker bo vsakdo takrat sam v tisti sobi, zato bo sam Bog vedel, kako je kdo glasoval.

Vir: Korošec (1920e).

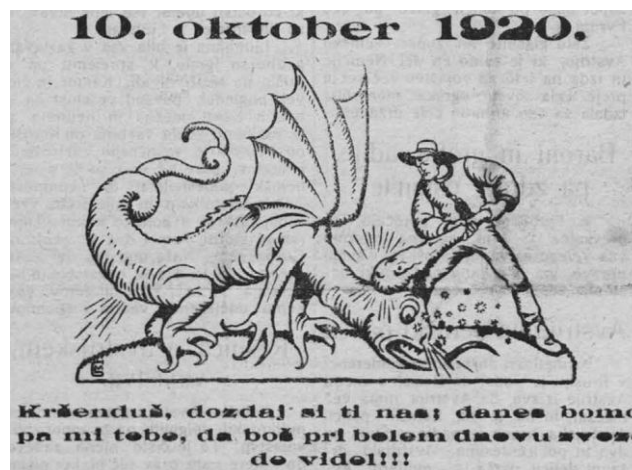
Časopis v septembru in oktobru vsebuje tudi veliko slikovne propagande. Ta se nanaša predvsem na teme, kot sta boljši ekonomski položaj Jugoslavije (Slika 5.6) in zgodovinski nemški teror, nasilje ter zatiranje Slovencev (Slika 5.7). Slika 5.6 prikazuje Jugoslavijo kot novo in lepo, kjer je prihodnost, medtem ko Avstrijo prikazuje kot staro, razpadajočo in brez prihodnosti. Slika 5.7 pa prikazuje Avstrijce kot žival, ki je ustrahovala Slovence z nasiljem, s plebiscitom pa jo bo Slovenec premagal.

Slika 5.6: Propagandni letak, objavljen v časopisu Korošec 7. 9. 1920



Vir: Korošec (1920f).

Slika 5.7: Propagandni letak, objavljen v časopisu Korošec 7. 10. 1920



Vir: Korošec (1920h).

5.2.2.2 Slovenec: političen list za slovenski narod

Analiza časopisa Slovenec obsega pregled časopisa v obdobju od junija 1919 naprej do dneva izvedbe plebiscita, to je 10. oktobra 1920. Pregledana sta bila 47. in 48. letnik oziroma 405 številčk oziroma izvodov časopisa.

V samem začetku je propaganda močno povezana s problemom slovenskih meja in dogajanjem na mirovni konferenci v Parizu. Časopis v začetku junija pozdravlja uspešno junijsko ofenzivo jugoslovanske armade na Koroškem, saj to pomeni osvoboditev slovenskega naroda. Hkrati se pojavijo članki o problematiki vprašanja slovenskih meja, ki vzbujajo skrb. Tako je 12. 6. 1919 objavljen članek o novicah z mirovne konference v Parizu, ki pa niso najboljše. Mirovna konferenca ima za mejno vprašanje Koroške drugačno rešitev,

to je plebiscit. Ta dan je objavljen tudi oglas za javno manifestacijo zoper mirovno konferenco (Slovenec: političen list za slovenski narod 1919a).

Prvi propagandni članki so objavljeni v juliju. Prvi tak članek je poročilo s Petrovega dneva na Koroškem iz Rožne doline, dne 17. 7. 1919. V članku je zapisano: »Tu se je zbral ves slovenski narod, kjer so se seznanili s političnim položajem na Koroškem in jih bodrili k narodnemu delu in vztrajnosti« (Slovenec: političen list za slovenski narod 1919b). Temu sledi članek Pozor na Koroško!, dne 27. julija. Ta nagovarja Slovence in predvsem slovenske stranke, da se naj združijo v skupen boj za ugoden izid na koroškem plebiscitu: »Ob dejstvu, da se bo zgodil plebiscit, ne moremo več nič spremeniti, zato pa je treba ukreniti vse, kar je potrebno, da se zoperstavimo nemški propagandi in agitaciji. Zato se prvo morajo vse slovenske stranke na Koroškem združiti in nastopiti enotno« (Slovenec: političen list za slovenski narod 1919c). Temu nato v avgustu in septembru sledijo vabila in poročila s taborov.

Ves ta čas, od avgusta naprej pa do decembra 1919, sledijo tudi članki v rubriki S Koroškega, ki govorijo o razmerah na Koroškem in pogosto vsebujejo nekaj propagande. V njih se nastopa zoper lažno nemško propagando, olepšuje se življenjske okoliščine v coni A v primerjavi s cono B, opisuje se nemška nasilja nad Slovenci v coni B ipd. Ti članki imajo namen agitirati za jugoslovansko stran.

Slovenska stran se je v tem času soočila tudi s pomanjkanjem virov, predvsem finančnih. Zbiranje prispevkov je bilo običajno za tisti čas. V ta namen je 31. 8. 1919 objavljen propagandni oglas, ki ga prikazuje Slika 5.8. Ta se še nato večkrat ponovi v pred plebiscitnem času. Prav tako so za te namene bili po Sloveniji organizirani cvetlični dnevi, ki so jih propagirali s posebnimi oglasi v časopisu.

Slika 5.8: Propagandni oglas, objavljen v časopisu Slovenec 31. 8. 1919



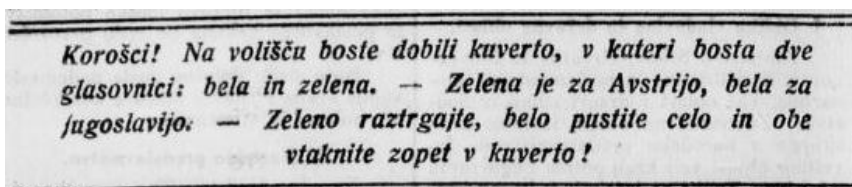
Vir: Slovenec: političen list za slovenski narod (1919d).

V začetku leta 1920 se vse do konca aprila opazi upad člankov s temo koroškega plebiscita. Nekajkrat se pojavijo pisma bralcev, ki imajo namen agitirati za jugoslovansko stran. V dnevnih novicah se pojavijo članki o nemškem nasilju nad Slovenci in o lažni nemški propagandi, ki hujska zoper Jugoslavijo ter o obupnih življenjskih razmerah v Coni B. V maju pa se število člankov nato močno poveča, tema koroškega plebiscita je prisotna skorajda vsak dan. V tem času so še vedno objavljeni predvsem članki, ki nagovarjajo tako ali drugače Slovence, teme le-teh ostajajo enake kot prej.

10. septembra se prvič pojavi članek o tem, kako glasovati na plebiscitu, pod naslovom Celovško pismo, ki sprva govori o lažni nemški propagandi. Na koncu pa konča z besedami: »Zato pa se bodo z belimi glasovnicami v roki izreklo svojo trdno voljo, da je njegova prava domovina, majka slave, naša Jugoslavija« (Slovenec: političen list za slovenski narod 1920b). Do konca meseca sledijo še številni članki s prej že omenjenimi vsebinami.

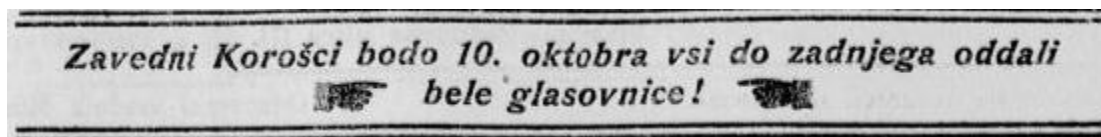
Največjo intenzivnost propagande je zaznati v zadnjih dneh pred plebiscitom. Tako je 30. septembra prvič objavljen poseben propagandni oglas za glasovanje (Slika 5.9). Ta oglas se nato še ponovi večkrat v naslednjih številkah. Vse do dneva glasovanja se pojavljajo številni majhni propagandni oglasi, enega izmed njih prikazuje Slika 5.10. Drugi taki podobni oglasi, ki so se pojavili, so imeli naslednjo vsebino: »Kdor glasuje za Avstrijo, sili pod nemško pikelhaubo in bo šel z Nemčijo v novo vojsko«; »Korošci! Ne dajte se ostrašiti! Mi vemo, da bomo zmagali!«; »Ob plebiscitu ne sme noben Slovenec ostati doma. Slovenec, ki ne gre na volitve, hoče podpirat razcapano Avstrijo« (Slovenec: političen list za slovenski narod 1920d). »Korošci! Če zmaga Avstrija, boste ostali brez duhovnikov in verske tolažbe« in »Sram ga bodi, kdor prodaja svoj jezik in svojo zemljo za nemške podplate in celovški cukar« (Slovenec: političen list za slovenski narod 1920e)!

Slika 5.9: Propagandni oglas, objavljen v časopisu Slovenec 30. 9. 1920



Vir: Slovenec: političen list za slovenski narod (1920c).

Slika 5.10 Propagandni oglas, objavljen v časopisu Slovenec 2. 10. 1920



Vir: Slovenec: političen list za slovenski narod (1920č).

Ob vseh teh oglasih sledijo tudi številni članki, ki agitirajo, da se naj glasuje za Jugoslavijo in utemeljujejo razlog za to. Med te spadata predvsem nacionalni in gospodarski razlog. V vseh teh številkah so prve strani povsem zasedene s to tematiko, to govori o velikem pomenu glasovanja. V nekaterih številkah je koroškemu plebiscitu namenjeno več strani, na primer 7. oktobra je skorajda cela številka namenjena jugoslovanski propagandi. Najbolj nazorno pa vso jugoslovansko propagando ponazori propagandni oglas 6. 10. 1920 (Slika 5.12). Ta zajema vse elemente in značilnosti, na katerih se je gradila jugoslovanska propaganda za koroški plebiscit. To je tudi prvo slikovno gradivo, ki se je pojavilo v časopisu.

Naslednji dan se nato še pojavita dva slikovna propagandna oglasa. Prvi govori o Jugoslaviji kot mladi in bogati, medtem ko Avstrijo zasmehuje za staro in revno (Slika 5.11). Drugi govori o nemškem porazu na plebiscitu (Slika 5.13).

Slika 5.11: Propagandni letak, objavljen v časopisu Slovenec 7. 10. 1920



Vir: Slovenec: političen list za slovenski narod (1920g).

Slika 5.12: Propagandni letak, objavljen v časopisu Slovenec 6. 10 1920

Za kaj bodo glasovali dne 10. oktobra nemškufarski zaslepljenci?

1. Za lakoto v sestradani Avstriji.
2. Za petnajst milijard deficita.
3. Za večno suženjstvo pod baroni veleposestniki.
4. Za zvezo s Prusom in novo vojsko.
5. Za požrešno Italijo.
6. Za avstrijske dolgove in mizerijo.
7. Za večni nemir in prepir s sosedi.
8. Za nered, brezpostavnost in brezpravnost v lastni državi.
9. Za propadanje mladine, pijanstvo in nepoštenje.
10. Za svojo narodno smrt.

Za kaj bodo glasovali dne 10. oktobra koroški Slovenci in vsi pametni ljudje na slovenskem Koroškem?

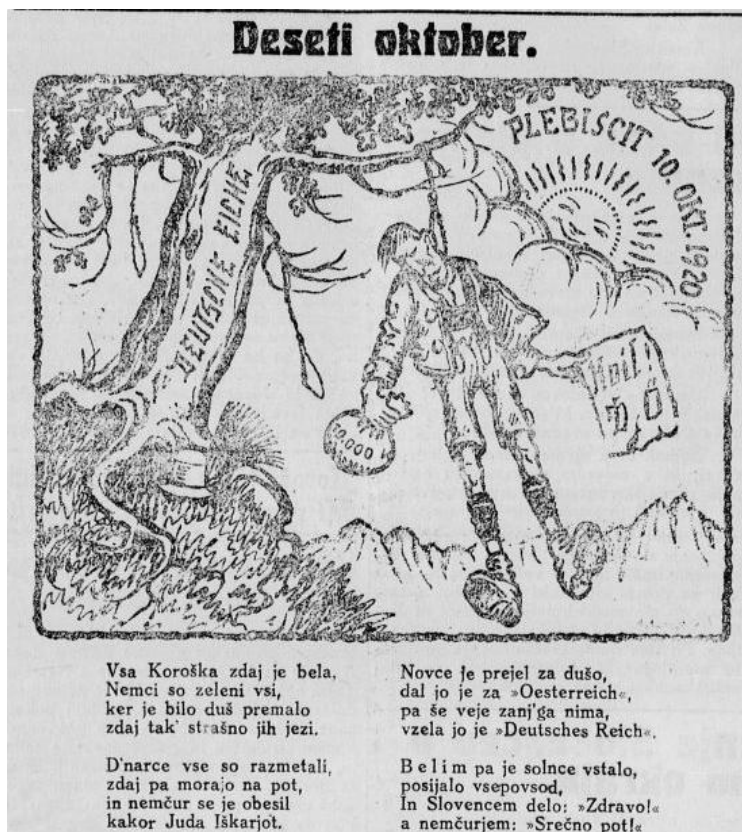
1. Za cvetočo in bogato državo, ki s svojim žitom krmi Avstrijo.
2. Za razdelitev veleposestniške zemlje med potrebne kmete in delavsko ljudstvo.
3. Za svobodno življenje in napredek.
4. Za mir z vsemi sosedi.
5. Za prijateljstvo z vsemi izobraženimi narodi in mogočnimi državami.
6. Za gospodarsko bodočnost.
7. Za materni jezik, očetovske navade, dedno vero in staro pravdo.
8. Za polne žitnice, bogate domove in družinsko srečo.
9. Za treznost, poštenost, pridnost, red, mir, postavo in varnost v močni državi.
10. Za urejeno, svobodno, mlado Jugoslavijo!



Lintvern tolaži koroške nemčurje.

Vir: Slovenec: političen list za slovenski narod (1920f).

Slika 5.13: Drugi propagandi letak, objavljen v časopisu Slovenec 7. 10. 1920



Vir: Slovenec: političen list za slovenski narod (1920g).

5.2.2.3 Slovenski narod

Analiza časopisa Slovenski narod obsega pregled dveh letnikov (letnik 52 in 53) v obdobju pred koroškim plebiscitom, in sicer od meseca junija 1919 do 10. oktobra 1920 oziroma do dneva, ko je bil plebiscit izveden. Natančneje pregledanih in analiziranih je bilo 359 številčk časopisa.

V samem začetku analize, to je v mesecu juniju in juliju 1919, neposredno še ne najdemo propagandnih člankov. Vendar kljub temu propagando lahko zaznamo posredno. To se kaže predvsem v člankih, ki opisujejo dogajanje na Koroškem v času junijske ofenzive in hkrati v člankih o Pariški mirovni konferenci, na kateri se rešuje tudi vprašanje meje na Koroškem. Novice o junijski ofenzivi so zelo spodbudne in jih časopis pozdravlja z besedami: »To pomeni osvoboditev slovenskega naroda izpod tisočletnega nemškega jarma (Slovenski narod 1919a)«. Vzporedno s tem se pojavijo novice s pariške mirovne konference, ta predlaga za rešitev meje na Koroškem plebiscit. V povezavi s tem se pojavi več člankov, ki obravnavajo problem razkosanja slovenskih meja in ostro nastopajo zoper to. Tako se 12. junija pojavi

letak, ki vabi na velik protesten shod vseh Slovencev, z besedami: »Zadnja ura bije našemu narodu in domovini v Parizu« (Slovenski narod 1919a). V povezavi s tem se nato 14. junija pojavi poziv, ki se glasi: »Dajte nam Reko, Goriško, Istro, Zilo, Celovec, dajte nam otoke in morja, vrnite nam, kar je našega« (Slovenski narod 1919b)! Vsi ti članki skušajo vzbuditi narodno zavest ter skušajo mobilizirati Slovence, da naj vsak poizkuša prispevat k obrambi domovine. V okviru tega se pogosto pojavlja poseben apel v krepko tiskanih besedah: »Nabirajte za obrambni sklad.« Temu sledijo članki, ki orisujejo okoliščine na Koroškem. Ti se nanašajo predvsem na življenjske razmere in poročila iz mirovne konference, ki se nanašajo na vprašanje rešitve meje na Koroškem. Prve pomembnejše propagandne novice se pojavijo v sredini avgusta 1919. Te se nanašajo predvsem na vabila za tabore na Koroškem in poročila z njih. O tem piše časopis vse do dneva plebiscita.

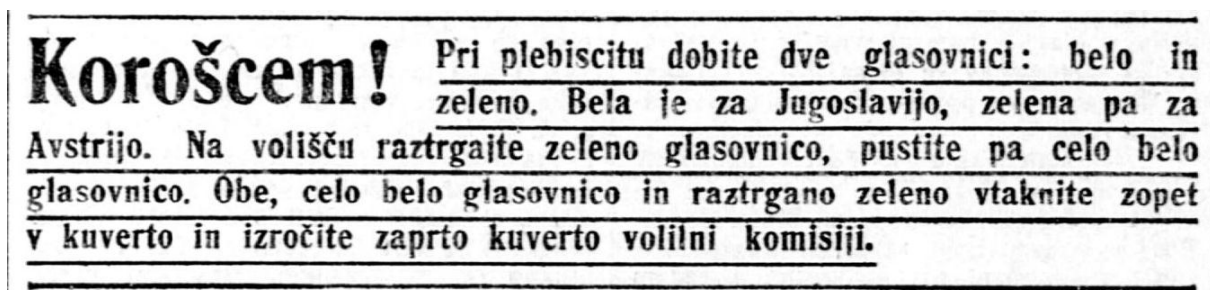
Meseca septembra se prvič pojavi posebna rubrika, namenjena le vprašanju Koroške, pod imenom S Koroškega. Novice pod to rubriko se nanašajo na najrazličnejše stvari, od vsakdanjega življenja na Koroškem do same propagande. V okviru tega gre predvsem za opozorila pred lažno nemško propagando, pogosto pa se tudi pojavijo vabila na tabore in poročila z njih. Vabila imajo predvsem nacionalen značaj, pogosto se poslužujejo besed: »Narodna dolžnost nas kliče!«. Večkrat se pojavljajo novice o nevzdržnih razmerah v coni B, kjer vladata nasilje nad Slovenci in draginja, s tem agitira za slovensko stran. V letu 1920 se pojavita dve novi rubriki Vesti iz Koroške in Koroška glasovalna cona A in B, ki služita podobnim namenom kot prejšnja rubrika. V času do plebiscita se zelo pogosto pojavljajo pisma bralcev iz Koroške in Celovca, ki s svojimi mnenji skušajo agitirati za Kraljevino SHS. Ta pisma se pojavljajo pod naslovi Pisma iz Celovca in Glas s Koroške.

Vprašanje koroškega plebiscita v časopisu je postajalo vse bolj aktualno z bližanjem samega plebiscita. Od meseca maja 1920 se novice v povezavi s koroškim plebiscitom povečajo, tako da jih lahko najdemo skorajda v vsaki številki. 4. maja 1920 se pojavi poziv vsej slovenski javnosti, da je plebiscit pred vrati, da ga naj podpre z vsemi možnimi sredstvi. Vsa nemška javnost je delala s polno paro, da bi iztrgala Koroško. Nabirali so denarne prispevke, pisatelji in umetniki so brezplačno prispevali k propagandnemu odseku, ki je preplaval pokrajino s propagandnim materialom. Konča z besedami: »Pojdi in stori tudi ti tako! Za več obrni se na Narodni svet v Velikovcu« (Slovenski narod 1920a). Problem premajhnega zanimanja Jugoslavije je izpostavljen še dvakrat v tem mesecu, in sicer 12. in 20. maja.

V mesecu juliju in v avgustu se članki osredotočijo predvsem na vprašanje odprtja demarkacijske črte, ki jo vidi slovenska stran, kot ogrožanje temeljnega nacionalnega interesa. V okviru tega se organizira tudi protestni shod. Ob odprtju demarkacijske črte nato sledijo številni članki, ki opisujejo okoliščine v Coni A. Do sedaj sta v coni A vladala red in mir, po odprtju demarkacijske črte pa se je tam valilo veliko število Nemcev, ki so povzročali nasilje in širili lažno propagando ter izkoriščali slovensko aprovizacijo. Ti članki imajo namen predvsem očrniti nemško stran.

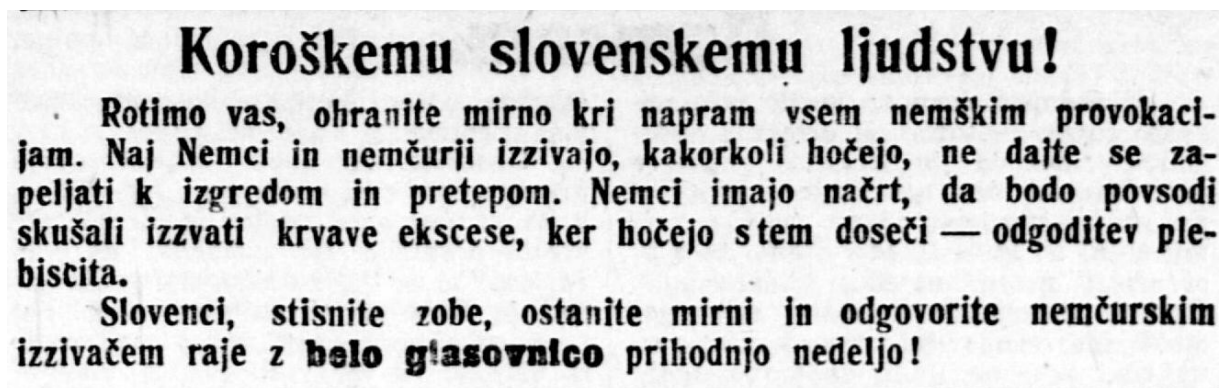
Šele oktobra 1920 je zaznati zelo povečan obseg propagande v časopisu. Koroški plebiscit polni prve strani vse do dneva glasovanja. 1. oktobra je na prvi strani članek z naslovom Zarja zmage, ki nagovarja Koroške Slovence z besedami: »Stoletna tragedija Koroške se bliža koncu, samo še en boj in plebiscit je izvršen in zmaga je naša. Zarja so koroški otroci, ki so obiskali Ljubljano. Bratje, kar so začeli naši mili malčki, to moramo mi starejši nadaljevati, delo zase in za domovino. Oni so dali zarjo, mi pa damo zmago« (Slovenski narod 1920b). Tretjega oktobra sta prvič objavljeni posebni propagandni navodili, kako se naj glasuje na plebiscitu (natančneje glej Sliki 5.14 in 5.15).

Slika 5.14: Propagandni oglas, objavljen v časopisu Slovenski narod 3. 10. 1920



Vir: Slovenski narod (1920c).

Slika 5.15: Propagandni oglas, objavljen v časopisu Slovenski narod 3. 10. 1920



Vir: Slovenski narod 1920c.

5. oktobra je celotna prva stran namenjena koroškemu plebiscitu. Najpomembnejši je članek Belo ali zeleno, ki govori, kako se naj glasuje na plebiscitu. »Bela barva je barva izveličenja, a zelena je beda, pomanjkanje, suženjstvo in barva zavisti. Zato raztrgaj zeleno glasovnico in pusti belo nedolžno in celo« (Slovenski narod 1920č). Naslednji dan na prvi strani sledi članek, ki že v naslovu nagovarja, in sicer: »Korošci in Korošice! Bodite Črtomiri in Miklove Zale!«, ki propagira glasovanje za jugoslovansko stran. Pomemben je še članek Slovenskemu kmetu, ki se posebej obrača na slovenske kmete na Koroškem in jim zagotavlja boljše preživetje v Jugoslaviji, kjer bodo dobili zemljo v svoje roke (Slovenski narod 1920d). 7. oktobra na prvi strani članek pod naslovom Nemška Avstrija = »ein Krüppelstaat«, opiše dejstva, zakaj glasovati za Jugoslavijo in ne za Avstrijo. Ti se nanašajo predvsem na boljše gospodarsko stanje v Jugoslaviji kot v Avstriji (Slovenski narod 1920e). 8. oktobra sledi novo propagandno navodilo, ki se nato še ponovi naslednji dan (podrobneje glej Sliko 5.16).

Slika 5.16: Propagandno navodilo z dne 8. 10. 1920

Kako boste v nedeljo glasovali Korošci?

Nobeden Slovenec, nobena Slovenka, ki ima glasovalno pravico, ne sme v nedeljo ostati doma! — Vsi brez izjeme na volišče! — Nobeden ne sme pozabiti doma glasovalne legitimacije. Pazite na legitimacijo, da je Vam kdo ne izmakne! Od nikogar si ne dajte izvabiti legitimacije! Ko stopite na volišče, oddajte legitimacijo glasovalni komisiji, ki bo iskala vaše ime v glasovalnih imenikih, ter ugotovila Vašo identiteto. Na to izroči glasovalna komisija dotičniku kuverto in dve glasovnici - belo in zeleno. Na beli glasovnici je tiskano: „Jugoslavija“ („Jugoslavien“) na zelenih pa: „Österreich“ („Avstrija“). Š kuverto in obema glasovnicama stopi v volilno celico, deni belo glasovnico celo in popolnoma nepoškodovano v kuverto, raztrgaj zeleno glasovnico na dva dela in utakni ta dva raztrgana kosca papirja tudi v kuverto. Na to zalepi kuverto, stopi iz glasovalne celice in izroči to kuverto predsedniku občinske glasovalne komisije. Na glasovnico ne smeš ničesar napisati ali pripisati. Eno pa si predvsem zapomni: Bela glasovnica mora ostati cela, zeleno glasovnico pa moraš raztrgati na dva dela.

Vir: Slovenski narod (1920f).

Na dan glasovanja, 10. oktobra, pa se agitira še predvsem s posameznimi članki, ki pa imajo podobno vsebino kot prejšnje dni.

5.2.3 Propagandni letaki

V času plebiscitnega boja na Koroškem je bilo objavljenih 97 različnih letakov, ki so propagirali za Slovenijo oziroma Jugoslavijo. Najpreprostejši letaki so bili kratki, sestavljeni iz enega ali več stavkov, kljub temu pa so nosili pomembno propagandno sporočilo. Na njih so bili različni apeli. Glede na njihovo vsebino jih lahko razdelimo na tri skupine. Prva skupina so letaki, ki so imeli nacionalno vsebino. Tak primer so: »Z 10. oktobrom se konča slovensko trpljenje in teror Nemcev in renegatov!«, »V Nemški Avstriji ne sme noben človek slovensko govoriti« in »belo je adut«. Drugi so takšni, ki so se navezovali na versko vsebino, tak primer sta: »V Nemški Avstriji smejo župani in občinski tajniki zakon ločit!« in »Iz Nemške Avstrije izganjajo naše duhovnike«. Zadnja skupina so tisti, ki so se nanašali na gospodarsko vsebino. Sem spadata: »Ne sprejmite nemškega denarja! Ne dajte se goljufati! Slovenski denar je trikrat več vreden, kakor nemški!« in »Kmet je knez v Jugoslaviji, v Nemški Avstriji pa judi in baroni!«. Zelo zanimivo je tudi dejstvo, da so bili nekateri letaki objavljeni v nemščini, kar v drugi propagandi ne zaznamo. Iz tega lahko sklepamo, da so bili namenjeni tako Slovencem kot tudi Nemcem (Zgodovina Evrope 2012a). Tak primer je prikazan na Sliki 5.17.

Slika 5.17: Plebiscitna nalepka v nemškem jeziku



Vir: Digitalna knjižnica Slovenije (2012a).

Takih kratkih letakov je bilo izdanih še več. Objavljeno je bilo tudi več slikovnih letakov. Tak je letak, ki prikazuje versko-nacionalno vsebino (Slika 5.18). Jugoslavija je predstavljena kot bel angel, Avstrija pa kot zelen hudič. Na njem se vidi tudi vloga barve, kar je bilo posledica barve glasovnice na plebiscitu. Zato je jugoslovanska stran poudarjala vlogo bele barve.

Slika 5.18: Jugoslovanski propagandni letak



Vir: Digitalna knjižnica Slovenije (2012b).

Pogosto pa so jugoslovanski letaki predstavljali zmaja, »lintvern«, to je bil celovški zmaj, ki je bil simbol nemštva. Na njem je še predstavljen nacionalni simbol slovenske ženske v narodni noši (Slika 5.19).

Slika 5.19: Jugoslovanski propagandni letak



Vir: Zgodovina Evrope (2012b).

Vsebino skorajda celotne propagande najbolj naravno, strnjeno prikazuje letak, katerega vsebina je prikazana v tabeli. Letak se v prvi vrsti osredotoča na gospodarsko vsebino, poleg tega pa še lahko zaznamo nacionalno in versko vsebino. V bistvu je Jugoslavija v primerjavi z Avstrijo prikazana kot prava mati, kot zmagovita, svobodna država, s sijajno gospodarsko prihodnostjo, ki bo Korošce osvobodila izpod nemške nadoblasti (za vsebino podrobneje glej Tabela 5.1).

Tabela 5.1: Vsebina jugoslovanskega propagandnega letaka

Spoznajte zrnje, ki raste v Jugoslaviji, ne dajte si natrositi v oči plev od nemških agitatorjev! Preudarite besede, izvolite pravo pot! Ali hočete:	
K mačehi?: Nemška Avstrija	K pravi materi: Jugoslavija:
1. je premagana, ker je zakrivila vojsko;	1. je zmagovita država;
2. mora plačati vojno odškodnino in oddati 20.000 glav živine;	2. dobi Nemcev vojno škodo plačano;
3. obsega približno 80.000 km ² in ima 6 milijonov prebivalcev (od teh polovico v mestih, na Dunaju samem 2 milijona);	3. obsega približno 260.000 km ² , ima 13 milijonov prebivalcev;
4. je karatelo zmagovitih držav;	4. je svobodna država;
5. njeni ministri priznavajo, da je lebenunfähig;	5. ima sijajno prihodnost;
6. ima samo gorato zemljo, še 3 mesece v letu ne pridelava živeža;	6. ima rodovitno zemljo, živež in les izvaža;
7. ima živeža na karte, zato tudi rekvizicije in zwangswirtschaft;	7. ima svobodno gospodarstvo;
8. fabrike ne delajo, ker manjka premoga, surovin, delavstvo strada in je nevarno;	8. industrija se razvija, ker ima zadosti rud, premoga, delavstvo zadosti dela in kruha;
9. nima morja;	9. ima odprte meje za svetovno trgovino;
10. Tirol, Slazburg, Voralberg se hočejo ločit, Nemci v Westungarn se branijo Nemške Avstrije;	10. vsi državljani so edini in neodrešeni bratje želijo pripadati Jugoslaviji;
11. tujci pokopujejo avstr. fabrike, rudokope, podjetja in hiše itd. (Ausverkauf);	11. Jugoslovani so na svoji zemlji gospodarji;
12. en milijon prebivalstva pride na uradniški stan;	12. ima premalo uradništva;
13. samo peti del prebivalstva je poljedelskega stanu, kmet je Stiefkind;	13. je poljedelska država, bo izvedla agrarno reformo;
14. ima ničvreden denar, ki ga zmerom druka;	14. ima dober denar, ki je zmerom več vreden;
15. je morala prevzeti od stare Avstrije toliko dolga, da pride na osebo 10.000 K.	15. je prevzela od stare Avstrije samo 840 K dolga na osebo.

Vir: Digitalna knjižnica Slovenije (2012c).

5.3 Analiza propagande

Za izhodišče analize lahko kot prvo postavim dejstvo, da sta obe državi že leta 1918 začeli izvajati intenzivno kampanjo za ohranitev Koroške pod svojim okriljem. Najpomembnejši element tega je bila propaganda. Že leta 1918 je kraljevina SHS začela razširjati propagandno govorico na Koroškem in s tem graditi podobo Nemške Avstrije, kot največjega sovražnika, ki si želi polastiti slovensko ozemlje. Obratno pa je povečevala moč Kraljevine SHS (Pušnik

2006, 59–60). S koncem bojev za severno mejo in odločitvijo pariške mirovne konference, da bo o vprašanju meje odločal plebiscit, se je nadaljeval boj za Koroško, vendar z drugimi sredstvi. To je bila propaganda. Nekateri, kot npr. Kučan (v Pušnik 2006, 60) »to poimenujejo kot propagandna vojna ob koroškem plebiscitu«.

Iz pregleda virov sem ugotovil, da je jugoslovanska oziroma slovenska propaganda uporabila vse metode oziroma medije, ki so bili takrat na voljo. Propagando je širila s pomočjo govora na taborih in vseh drugih ljudskih zborovanjih. V časopisnih virih se da zaslediti tudi poročila o »face to face« propagandi, za kar so skrbeli agitatorji. Zelo pomembna pa je bila še pisana propaganda, ki se je uporabljala v časopisih in letakih oziroma kot ugotavlja Pleterski (1970, 242), se je jugoslovanska propaganda morala zanašati na metode množičnega komuniciranja in javnega propagandnega delovanja.

Jugoslovanska propaganda je gradila na tezi, da bo plebiscit izrazil slovenski narodni značaj prebivalstva. Računala je na spodbuden učinek razpada monarhije, ki je pod seboj pokopala stoletne avtoritete in malike in ne nazadnje, verjela je, da bosta jugoslovanska zasedba in uprava prebivalstvu utrdila samozavest in narodni čut (Pleterski 1970, 218)

Tako lahko glede vsebine podam ugotovitev, da je jugoslovanska stran gradila propagando na nacionalni tezi, ki je izhajala iz naravne in logične misli, da bodo Korošci, ker so Slovenci volili za Kraljevino SHS. To tezo je razvijala na podlagi:

1. odnosa, da je Koroška zgodovinsko slovenska pokrajina in ne avstrijska, ter poudarjanjem trpljenja Slovencev pod Nemško Avstrijo,
2. gospodarskega vprašanja in
3. vloge vere in krščanstva.

Jugoslovanska propaganda je v izhodišče postavila odnos, da je Koroška zgodovinsko slovenska pokrajina. Agitirala je predvsem s pomočjo podob, ki so bile bližje slovenstvu (podoba slovenske zemlje, slovenskih navad in običajev in poudarjen slovenski jezik). Povezavo med Koroško in Jugoslavijo pa je oblikovala s pomočjo slovenstva. Gosposvetsko polje je prikazovala kot rojstni kraj in zibelko slovenstva, ki se ga ne sme prepustiti Nemcem. V okviru tega je nagovarjala s številnimi gesli, kot je: »Slovensko Koroško Nemcem? Nikdar in nikoli! Slovensko Koroško slovenskim Korošcem!« oziroma kot general Rudolf Maister označi: »Gospe Sveti vodi naša narodna božja pot.« Za ta namen je propaganda oblikovala

poseben odnos med Jugoslavijo in Avstrijo. Jugoslavija je bila predstavljena kot mlada mati, medtem ko Avstrija kot stara mačeha. Zato je močno izpostavljala trpljenje, teror in zatiranje slovenstva na Koroškem v času Avstrije, Jugoslavijo pa imenovala za odrešitelja.

Na tem področju je propaganda močno uporabljala vlogo barve, to je bila posledica barv glasovnic na plebiscitu. Jugoslavija je bila prikazana kot nekaj novega in mladega in nedolžnega, kar je prikazovala bela barva. V tem oziru je predstavljala Jugoslavijo kot slovensko mater, ki bo v primerjavi z Avstrijo poskrbela za Korošce. Podobnih podob je mnogo. Najpreprostejši so apeli za glasovanje: »Zavedni Korošci bodo 10. oktobra vsi do zadnjega oddali bele glasovnice.« Ali pa slikovni letaki, tak primer je prikaz Jugoslavije kot belega angela in Avstrije kot zelenega hudiča.

Kot že povedano je v tem delu propaganda pogosto uporabljala temo trpljenja Slovencev v Avstriji. Ta se pogosto kaže v časopisju z opisi nemškega nasilja nad slovenskim prebivalstvom v coni B in v času bojev za severno mejo. V navezavi s tem časopisi pogosto nastopajo proti nasilnemu nemškemu hujskaštvu, katero povzroča nemire. Tema trpljenja Slovencev je prav tako prisotna na letakih. To kažeta gesli na letaku: »V Nemški Avstriji ne sme noben človek slovensko govoriti!« in »Z 10. oktobrom se konča slovensko trpljenje in teror Nemcev in renegatov«. S takimi plebiscitnimi gesli in članki je jugoslovanska propaganda ustvarjala podobo osvoboditve Koroške izpod nemške nadoblasti.

Plebiscitna propagandna kampanja je na tem področju pogosto uporabljala in se naslanjala na ljudsko oralno tradicijo in si izposojala elemente iz ljudskih pesmi, pravljič, legend, mitov in običajev. Te je nato prepojila z nacionalnimi pomeni. Takšni propagandni materiali so temeljili na jeziku navadnih ljudi in s tem prinašali tematiko plebiscitne propagande v vsakdanje življenje ljudi (Pušnik 2006, 63).

Druga tako pomembna tematika je bila gospodarstvo, kjer je bila Jugoslavija v primerjavi z Avstrijo prikazana kot država z velikimi bogastvi in z velikimi potenciali za razvoj. Avstrijo je prikazovala kot premagano državo, ki mora plačevati ogromne vojne odškodnine in katera se je znašla pred gospodarskim propadom. Državo, ki je vsak dan bolj zadolžena in ima ničvreden denar. Ta tema je zelo pogosta v časopisju, prav tako pa tudi na letakih, kjer se avstrijsko stran prikazuje kot razpadlo hišo, ki se bo vsak čas podrla. V primerjavi z Avstrijo je Jugoslavija prikazana kot cvetoča in bogata država. Kmetijska država, ki ima dovolj hrane,

da nahrani vso prebivalstvo in kot država z velikim industrijskim potencialom. Ob tem tudi izpostavi, da je Avstrija država brez morja, medtem ko Jugoslavija ima morje in s tem možnost svetovne trgovine. Poleg tega je posebej nagovarjala kmete in delavstvo. Kmetom je obljubljala agrarno reformo in s tem razdelitev veleposesti med kmete. Z druge strani pa je z grožnjami o nemški rekviziciji zbujala strah pred Avstrijo, medtem ko je delavstvo nagovarjala predvsem s trditvami o industrijskem razvoju ter da ima delavstvo zadosti dela v primerjavi z Avstrijo. Zoper njo pa je nastopala s trditvami o nemškem pohlepu.

Tretja vsebinska tematika je bila verska. Duhovniki so bili pomemben del širjenja propagande. Po mašah so se pogosto vršili ljudski shodi, kjer se je širila propaganda za Jugoslavijo. Ta tematika se je nanašala predvsem na krščanske vrednote, ki jih je povezovala s slovenstvom. Vlogo vere dobro prikazuje letak na Sliki 5.20. V primerjavi z Jugoslavijo je propaganda Avstrijo prikazovala kot brezverno in nemoralno.

Slika 5.20: Propagandni letak, ki vsebuje 10 plebiscitnih zapovedi



Vir: Zgodovina Evrope (2012c)

Ta del kampanje se je osredotočil tudi na vlogo ženske in jo neposredno nagovarjal. Pri tem so bile poudarjene vrednote poroke, družine in vere, ki so bile predstavljene kot naravno povezane s slovenstvom (Pušnik 2006, 64).

Pri vseh treh vsebinskih temah je pomembno vlogo odigrala agitacija, ki je imela negativen značaj. Nastopala je različnimi gesli in apeli zoper »nemčurje«. Njena vloga je bila predvsem smešenje in moralno obsojanje le-teh, pogosto tudi z grožnjami, ki so mestoma prehajale v nasilno strahovanje (Pleterski 1970, 255).

Kljub temu, da je jugoslovanska propaganda gradila na nacionalni tezi, je bila ta zelo problematična. Kot ugotavlja Pleterski (1970, 253), se ta začelja »tam, kjer se je obračala h glasovalcem slovenske narodnosti, za katere je obstajala možnost, da oddajo svoj glas za Avstrijo. Pri tem se je pokazala nezmožnost prodreti globlje v družbeno bistvo nevarnosti, da se del slovenskih glasovalcev usmeri k Avstriji«. To tudi kaže, da se je jugoslovanska propaganda predvsem osredotočila na kmečko, katoliško prebivalstvo, zanemarila pa delavstvo. Jugoslaviji posebej je bilo naklonjeno le delavstvo v puškarskem mestu Borovlje, kjer je Jugoslavija veljala za ugodno tržišče in za proizvodnjo orožja. Tako je tudi zelo majhen del nemško govorečih glasoval za Jugoslavijo (Felaher v Kärnten Dokumentation 2006, 66).

Ugotovil sem tudi, da namen propagande ni bil le vplivati na volilne udeležence, ampak tudi na širšo jugoslovansko javnost, predvsem na Slovence. To se je kazalo predvsem v časopisih Slovenec in Slovenski narod, kjer so se objavljali pozivi, oglasi, članki in vabila, katerih namen je bil spodbuditi bralce časopisa predvsem k finančni pomoči in narodno zavednemu delu za Koroško. V okviru tega je Narodni svet za Koroško organiziral informativna predavanja na temo koroškega plebiscita po celotni Sloveniji.

6 Sklep

Jugoslovanska zasedba Koroške vključno s celovško kotlino v juniju 1919 je bila prepozna, saj je pariška mirovna konferenca za rešitev meje na Koroškem določila plebiscit. S tem se je začel nov boj med jugoslovansko in avstrijsko stranjo, kako z drugimi sredstvi pridobiti Koroško. Tako je do izvedbe plebiscita na Koroškem potekalo intenzivno psihološko bojevanje, ki je temeljilo na uporabi propagande. Namen le-te je bil pridobiti čim več glasovalcev na svojo stran.

Glasovanje v coni A je bilo izvedeno 10. oktobra 1920, odločala je navadna večina vseh oddanih glasov. Glasovalni rezultati (Tabela 6.2) nam pokažejo, da se je večina odločila glasovati za Republiko Avstrijo (59,04 %). Zaradi tega glasovanja v coni B ni bilo in Koroška je pripadla Avstriji. Natančnejša razčlemba, kot ugotavlja Pleterski (2003, 19–20), nam ob predpostavki, da nemško govoreče prebivalstvo ni glasovalo za Kraljevino SHS, pokaže, da je večina Slovencev glasovala za življenje skupaj z glavnino Slovencev. Vendar je manjšina slovensko govorečih omogočila avstrijski strani doseči večino.

Tabela 6.2: Rezultati plebiscita 10. oktobra 1920

		Veljavne oddane glasovnice	
Število volilnih upravičencev ⁷	Volilna udeležba	Za Kraljevino SHS	Za Republiko Avstrijo
39.291	37.304 (95,79 %)	15.279 (40,96 %)	22.025 (59,04 %)

Vir: Tomšič (1970, 383).

Cilj diplomskega dela ni bil ugotavljati vpliva propagande na rezultat plebiscita in tudi napačno bi bilo, da bi trdili, da so rezultati bili posledica »slabe« jugoslovanske propagande oziroma »dobre« avstrijske. Nedvomno pa je imela določen vpliv na rezultat. Zato je bil namen diplomskega dela predvsem vsebinsko predstaviti in analizirati jugoslovansko propagando, ki je eden pomembnejših elementov psihološkega bojevanja. Organizacija

⁷ Pravico do glasovanja so imeli moški in ženske, ki so bili 1. januarja 1919 stari najmanj 20 let in so imeli stalno bivališče na plebiscitnem območju ali pa so pred 1. januarjem 1912 imeli na Koroškem stalno bivališče oziroma domovinsko pravico (Troha 2005, 221).

jugoslovanske propagande je temeljila predvsem na delu Narodnega sveta za Koroško, ki je pri tem več ali manj bil prepuščen samemu sebi. Propaganda je imela dva cilja, in sicer:

- splošna, širša mobilizacija ljudstva Kraljevine SHS, ki bi na finančen ali kakršen koli drug način pomagalo pri propagandni dejavnosti (na to kažejo najrazličnejši oglasi v časopisih) in
- vplivati na Korošce in s tem pridobivati glasovalce.

Za pomoč pri analizi vsebine sem si postavil dve tezi, ki sta me vodili pri raziskovanju. Prva teza se glasi: Jugoslovanska propaganda je bila izključno obrambna, saj ni skušala pridobiti glasov nemškega tabora.

Jugoslovanska propaganda se je v skoraj vseh medijih širila s pomočjo slovenskega jezika in ne nemškega, kar bi bil predpogoj, da bi jugoslovanska propaganda lahko prešla v ofenzivo, saj Nemci niso razumeli slovenskega jezika, v primerjavi s Slovenci, ki so poznali vsaj osnovno nemščino. Tako je jugoslovanska propaganda bila omejena le na slovensko ciljno skupino. Kljub vsemu lahko najdemo nekaj propagandnih letakov v nemščini, vendar so ti zelo redki. Ker je tega zelo malo, še ne morem sklepati, da je slovenska stran poskušala množično vplivati na nemške volivce in jih pridobiti na svojo stran. Izjema so bili tudi puškarski delavci iz Borovelj, ki jih je jugoslovanska stran pridobila zaradi gospodarske koristi bolj ugodnega trga. Vendar je tudi ta številka zelo majhna. Zato lahko to tezo delno potrdim.

Svojo drugo tezo: Jugoslovanska propaganda se je preveč osredotočala na nacionalno tezo, da bodo koroški Slovenci glasovali za Jugoslavijo, in pri tem zanemarila dejanske zgodovinsko-politične okoliščine, lahko potrdim zaradi sledečih ugotovitev.

S pomočjo analize arhivskega gradiva sem ugotovil, da se nacionalna teza pojavlja v vseh treh vsebinskih sklopih propagande in se sklicuje na to, da bodo Korošci glasovali za Jugoslavijo zato, ker so Slovenci. To pokaže tudi analiza vsebinskih sklopov. Prvi sklop ima tako ali tako sam po sebi nacionalne značilnosti. Drugi gospodarski sklop se na nacionalno tezo navezuje preko razmerja nacionalnih gospodarskih razlik med avstrijsko in jugoslovansko stranjo. Tretji verski sklop pa se navezuje predvsem na krščanske vrednote, ki so bile močno povezane s slovensko nacionalno identiteto. Kot vidimo, je celotna jugoslovanska propaganda gradila na nacionalni tezi. Dejstvo pa je, da je zanemarila takrat že poznane zgodovinsko-

politične okoliščine. V časopisih je zaslediti analize, ki govorijo o stanju na Koroškem in o posebnem odnosu med Slovenci in Nemci ter opozarjajo na problem »nemčurstva«. Propaganda se je tako predvsem osredotočila na tiste Slovence, ki so bili že narodno zavedni. Premalo pa se je osredotočila na omahljivce, tiste Slovence, ki so se na koncu odločili za Avstrijo. Storila je obratno, posebno se je od njih distancirala z ostrimi in zaničevalnimi nastopi zoper tako imenovano »nemčurstvo«.

7 Literatura

1. Arnejčič, Beno. 2008. *Izbrana poglavja iz psihologije množic, vojaške in vojne psihologije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
2. Digitalna knjižnica Slovenije. 2012a. *Weiβ ist Trumpf! plebiscitna nalepka*. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-8LEA7F2E/?query=%27org%3D92%27&pageSize=25> (7. avgust 2012).
3. --- 2012b. *Korošci pozor!! naše glasovnice so bele - nemške so zelene. !!!!*. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-H29GJNS6/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ka+propaganda%27&pageSize=25&ftype=razglednice> (7. avgust 2012).
4. --- 2012c. *Korošci!spoznajte zrnje, ki raste v Jugoslaviji*. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-TTEMWO9E/?query=%27keywords%3dJugoslovanska+propaganda%27&pageSize=100> (8. avgust 2012).
5. Gažević, Nikola. ur. 1970. *Vojna enciklopedija*. Beograd: Redakcija vojne enciklopedije.
6. Guštin, Damijan. 2005. Spopadi za Koroško. V *Slovenska novejša zgodovina: od Programa Zedinjena Slovenija do mednarodnega priznanja Republike Slovenije 1848-1992*, Neven Borak, Zdenko Čepič, Vida Deželak Barič, Ervin Dolenc, Tone Ferenc, Jana Fischer, Aleš Gabrič, Jure Gašparič, Bojan Godeša, Damijan Guštin, Milica Kacin Wohinz, France Kresal, Žarko Lazarević, Boris Mlakar, Andrej Pančur, Jurij Perovšek, Jože Prinčič, Mateja Režek, Andrej Studen, Mojca Šorn, Tadej Tominšek Rihtar, Nevenka Troha, Alenka Vidovič – Miklavčič in Peter Vodopivec, 215–8. Ljubljana: Mladinska knjiga.
7. Hartman, Bruno. 1998. *Rudolf Maister general in pesnik*. Ljubljana: DZS.
8. Jowett, Garth S. in Victoria O'Donnell. 2006. *Propaganda and persuasion*. London: Sage.

9. Volksgruppenbuero. 2006. *Kärnten Dokumentation*. Dostopno prek: http://www.volksgruppenbuero.at/images/uploads/band22_final_sc.pdf (24. avgust 2012).
10. *Korošec*. 1919a. Korošci!, 9. julij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-W86LSA1K/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (8. julij 2012).
11. --- 1919b. Koroške novice, 30. julij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-BBU0OWIP/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (8. julij 2012).
12. --- 1919c. Tabor v Sinči vasi, 6. avgust. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-XICLAYSM/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (8. julij 2012).
13. --- 1919č. Svarilo, 27. avgust. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-ZPWWEGKV/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (8. julij 2012).
14. --- 1919d. Za kaj se bomo odločili?, 21. november. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-WTUAISNA/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (8. julij 2012).
15. --- 1920a. Vabilo na tabor v Železni Kapli, 18. maj. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-1F7QL2LJ/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (10. julij 2012).

16. --- 1920b. Čast in slava jugoslovanskemu vojaštvu, ki nas je ravno pred letom rešilo nemških folksverovcev, 1. junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-UUM4LTGI/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (11. julij 2012).
17. --- 1920c. V Jugoslaviji je življenje in razvoj, v Nemški Avstriji pa naša smrt, 4. junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-NJDYOPSH/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (11. julij 2012).
18. --- 1920č. Nemci so nam dali grofe, biče in druge take hudiče, Srbi pa svobodo in agrarno reformo, 15. junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-CFLERGJE/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date> (11. julij 2012).
19. --- 1920d. Bela barva je naša, 10. avgust. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-VWESLJDE/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (13. julij 2012).
20. --- 1920e. Od kod nemškutar si doma da vsak za norca te ima, 13. avgust. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-9PFTW9NL/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (13. julij 2012).
21. --- 1920f. Tako bomo glasovali, 7. september. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-MSNQGWWZ/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (13. julij 2012).
22. --- 1920g. Propagandni oglas, 1. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-KN0BY0BZ/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (13. julij 2012).

27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date&page=2 (13. julij 2012).

23. --- 1920h. 10. oktober 1920, 7. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-F5NOCPNI/?query=%27keywords%3dkoro%C5%A1ec%27&pageSize=100&frelation=Koro%C5%A1ec+%28Velikovec%29&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (13julij 2012).
24. Krunić, Zoran. 1997. *Strategija posrednega nastopanja: način uresničevanja agresivnih političnih ciljev brez uporabe oboroženega boja*. Ljubljana: Unigraf.
25. Malešič, Marjan. ur.1997. *Propaganda in war*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
26. Pečjak, Vid. 1995. *Politična psihologija*. Ljubljana: samozaložba.
27. Pleterski Janko. 1970. O prvinah in o značaju plebiscitne odločitve. V *Koroški plebiscit: razprave in članki*, ur. Janko Pleterski, Lojze Ude in Tone Zorn, 215–66. Ljubljana: Slovenska matica
28. Pleterski, Janko. 2003. *Koroški plebiscit 1920: poskus enciklopedične razlage gesla o plebiscitu*. Ljubljana: Zveza zgodovinskih društev in Inštitut za narodnostna vprašanja.
29. Prunk, Janko. 2008. *Kratka zgodovine Slovenije*. Ljubljana: Založba Grad.
30. Pušnik, Maruša. 2006. *Državne rabe kulturnih pomenov za politične namene: produkcija nacionalnih ljudi in plebiscitna propaganda na Koroškem 1920*. Dostopno prek: <http://javnost-thepublic.org/article/pdf/2006/5/4/> (9. avgust 2012).
31. Qualter, H. Terence. 1962. *Propaganda and psychological warfare*. New York: Random House.
32. *Slovenec: političen list za slovenski narod*. 1919a. V zadnji uri, 12 junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-BVVMITUQN/?query=%>

27keywords%3dSLOVENECE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&fyear=1919&sortDir=ASC&sort=date&page=2 (20. julij 2012).

33. --- 1919b. Petrov dan na koroškem, 17. julij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-2RFB1M9N/?query=%27keywords%3dSLOVENECE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&fyear=1919&sortDir=ASC&sort=date&page=3> (20. julij 2012).
34. --- 1919c. Pozor na Koroško!, 27. julij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-ZXMIWFGN/?query=%27keywords%3dSLOVENECE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&fyear=1919&sortDir=ASC&sort=date&page=3> (20. julij 2012).
35. --- 1919č. Ljudski tabor v Sinči vasi, 17. avgust. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-CNFNY5LW/?query=%27keywords%3dSLOVENECE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&sortDir=ASC&sort=date&pageSize=100&fyear=1919&page=3> (20. julij 2012).
36. --- 1919d. Propagandni oglas, 31. avgust. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-1ZYONX50/?query=%27keywords%3dSLOVENECE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&fyear=1919&sortDir=ASC&sort=date&page=3> (20. julij 2012).
37. --- 1920a. Gosposvetski zvon novoustanovljeno društvo, 16. junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-4RB6BV1S/?query=%27keywords%3dSLOVENECE%27&fyear=1920&frelation=Slovenec+%281873%29&sortDir=ASC&sort=date&pageSize=100&page=2> (26. julij 2012).
38. --- 1920b. Celovško pismo, 10. september. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-YH5WXC7P/?query=%27keywords%3dSLOVENECE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).

39. --- 1920c. Propagandni oglas, 30. september. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-KU5HU1QX/?query=%27keywords%3dSLOVENE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).
40. --- 1920č. Propagandni oglas, 2. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-48RXPY7W/?query=%27keywords%3dSLOVENE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).
41. --- 1920d. Propagandni oglasi, 3. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-POOHBQTD/?query=%27keywords%3dSLOVENE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).
42. --- 1920e: Propagandni oglasi, 5. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-1LMYTGES/?query=%27keywords%3dSLOVENE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).
43. --- 1920f. Propagandni letak, 6. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-U2R6ZZ7V/?query=%27keywords%3dSLOVENE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).
44. --- 1920g. Propagandna letaka, 7. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-93IBTIPY/?query=%27keywords%3dSLOVENE%27&frelation=Slovenec+%281873%29&pageSize=100&sortDir=ASC&sort=date&page=3&fyear=1920> (26. julij 2012).
45. *Slovenski narod*. 1919a. Mirovna konferenca in vprašanje meja?, 12. junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-4B72SULZ/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&fyear=1919&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (1. avgust 2012).

46. --- 1919b. Poziv, 14. junij. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-2018RQWK/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&fyear=1919&sortDir=ASC&sort=date&page=2> (1. avgust 2012).
47. --- 1920a. Poziv slovenski javnosti, 4. maj. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-I3UTA2PE/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=1> (4. avgust 2012).
48. --- 1920b. Zarja zmage, 1. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-NQSKY6I1/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=3> (6. avgust 1920).
49. --- 1920c. Propaganda oglasa, 3. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-IJR9FAR3/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=3> (4. avgust 2012).
50. --- 1920č. Zarja zmage, 5. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-E753CZ5S/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=3> (5. avgust 2012).
51. --- 1920d. Slovenskemu kmetu, 6. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-ATSECG7Q/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=3> (5. avgust 2012).
52. --- 1920e. Nemška Avstrija = »ein Krüppelstaat«, 7.oktober. Dostopno prek: [http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-LOHG8BEK/?query=%27keywords%](http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-LOHG8BEK/?query=%27keywords%27)

3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=3 (6. avgust 2012).

53. --- 1920f. Propagandno navodilo, 8. oktober. Dostopno prek: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-KUTUPXKN/?query=%27keywords%3dslovenski+narod%27&pageSize=100&frelation=Slovenski+narod&sortDir=ASC&sort=date&fyear=1920&page=3> (6. avgust 2012).
54. Splichal, Slavko. 1975. *Razsežnosti politične propagande: teoretični model in aplikacija a mednarodno propagando*. Ljubljana: RSS.
55. --- 1984. *Mlini na eter: propaganda, reklama in selekcija sporočil v množičnem komuniciranju*. Ljubljana: Partizanska knjiga.
56. Sun Tsu. 1998. *Umetnost vojne*. Ljubljana: Amalietti.
57. Tomšič Ivan. 1970. Problemi sodobnega meddržavnega plebiscita in koroški plebiscit leta 1920. V *Koroški plebiscit: razprave in članki*, ur. Janko Pleterski, Lojze Ude in Tone Zorn, 379–424. Ljubljana: Slovenska matica.
58. Troha, Nevenka. 2005. Mirovna konferenca in oblikovanje mej. V *Slovenska novejša zgodovina: od Programa Zedinjena Slovenija do mednarodnega priznanja Republike Slovenije 1848-1992*, Neven Borak, Zdenko Čepič, Vida Deželak Barič, Ervin Dolenc, Tone Ferenc, Jana Fischer, Aleš Gabrič, Jure Gašparič, Bojan Godeša, Damijan Guštin, Milica Kacin Wohinz, France Kresal, Žarko Lazarevič, Boris Mlakar, Andrej Pančur, Jurij Perovšek, Jože Prinčič, Mateja Režek, Andrej Studen, Mojca Šorn, Tadej Tominšek Rihtar, Nevenka Troha, Alenka Vidovič – Miklavčič in Peter Vodopivec, 218–26. Ljubljana: Mladinska knjiga.
59. Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje: komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

60. Zgodovina Evrope. 2012a. *Plebiscitna propaganda*. Dostopno prek: <http://www.zgodovina.eu/slovenci/koroska/plebiscitna-propaganda.htm> (8. avgust 2012).
61. --- 2012b. Dostopno prek: <http://www.zgodovina.eu/slovenci/koroska/images/plebiscit/kor-letak-052.jpg> (8. avgust 2012).
62. --- 2012c. Dostopno prek: <http://www.zgodovina.eu/slovenci/koroska/images/plebiscit/kor-letak-005.jpg> (8. avgust 2012).
63. Zorn, Tone. 1970. Iz dejavnosti narodnega sveta za Koroško pred plebiscitom leta 1919–1920. *Kronika: časopis za slovensko krajevno zgodovino* (1): 44–45).