

УДК 32.019.5(497.1)"1956/1962"
327(497.1)"1956/1962"

DOI <https://doi.org/10.31212/tokovi.2024.2.sav.163-178>

Оригинални научни рад/Original scientific paper

Примљен/Received: 3. 11. 2023.

Прихваћен/Accepted: 15. 7. 2024.

Лука САВЧИЋ

Филозофски факултет Универзитета у Београду

savcic.luka.luka@gmail.com

ORCID: 0009-0000-1861-3727

Публицистичко-издавачки завод „Југославија“ и југословенска пропаганда у иностранству (1956–1962)

Апстракт: У чланку је анализиран рад Публицистичко-издавачког завода „Југославија“ (1956–1962), чији су основни задатак били „спољна пропаганда“ и промоција социјалистичке Југославије у свету. Стављен у контекст глобалног Хладног рата, чланак пружа детаљнији увид у саму институцију, начин њеног функционисања, кадровску политику, садржај и главне публикације, док, с друге стране, открива цео систем југословенског „пропагандног“ наступања у иностранству. Сâмо истраживање базира се на необјављеној архивској грађи, која осветљава значајну улогу Публицистичко-издавачког завода „Југославија“ у промоцији земље крајем педесетих и почетком шездесетих година 20. века.

Кључне речи: Публицистичко-издавачки завод „Југославија“, југословенска спољна пропаганда, социјалистичка Југославија, издавачка делатност, историја институције, *Информативни билтен о Југославији*

Непосредно након завршетка Другог светског рата,¹ услед потребе за промоцијом нове, револуционарне Југославије, како у западним тако и

¹ Досадашња истраживања југословенске спољне пропаганде углавном се односе на међуратни период. Погледати монографију Бојана Симића, који је случај Краљевине Југославије компарирао с Пољском и Бугарском: Bojan Simić, *In the Spirit of National Ideology. Organization of State Propaganda in Eastern and Southern Europe in the 1930s, Comparative Perspectives on Poland, Yugoslavia and Bulgaria*, (Beograd: Institut za noviju

у тада савезничким, источноевропским земљама, нови режим почео је да посвећује пажњу „пропагандној“ делатности у иностранству.² Ипак, таква делатност није била оцењена као задовољавајућа, пре свега због непостојања установе која би координирала пропагандним радом, те мањкавости садржаја, изостанка плана и недостатка новца.³

Све слабости југословенске „пропагандне“ делатности нарочито су дошле до изражаја након сукоба са земљама Информбиороа и њеног привременог окретања Западу.⁴ Изгубивши дотадашњу подршку других комунистичких партија, које су у исто време започеле агресивну кампању против ње, Југославија је била принуђена да унапреди пропагандни рад како би се одбранила и избегла међународну изолацију. У том периоду полако се обликовала пропагандна стратегија, која је у први план истичала питање „домаћих искустава“, од НОБ-а до борбе за социјалистичку изградњу, уз стављање акцента на „самосталност“, „посебност“ и „специфичност“ југословенске револуције.⁵ Притом је примењивана различита стратегија према земљама Информбиороа, западним државама, колонијалним земљама и према југословенским исељеницима.⁶

Раздобље једностране сарадње са Западом окончано је 1955. године, нормализацијом југословенско-совјетских односа. Ипак, Москва је наставила с притисцима за враћање Југославије у „лагер“, што је званич-

istoriju Srbije, 2013); Бојан Симић је издвојио Централни пресбиоро Министарског савета Краљевине Југославије који је, између осталог, обављао информативно-пропагандну делатност према иностранству. Погледати: Бојан Симић, „Организација државне пропаганде на Балкану током тридесетих година двадесетог века. Анализа случаја Југославије и Бугарске“, *Токови историје* 3/2007, 132–146.

2 Архив Југославије (АЈ), фонд 507, Савез комуниста Југославије, VIII, Идеолошка комисија СКЈ, II/9–1, Извештај о нашој пропаганди у иностранству, 1946. година.

3 Исто.

4 О сукобу Југославије са земљама Информбиороа и њеним односима са Западом погледати: *Југословенско-совјетски сукоб 1948*, ур. Ђоко Трипковић, (Београд: Институт за савремену историју, 1999); Čedomir Štrbac, *Jugoslavija i odnosi između socijalističkih zemalja – sukob KPJ i Informbiroa*, (Београд: Prosveta, 1984); Ljubodrag Dimić, *Jugoslavija i Hladni rat*, (Београд: Arhipelag, 2014), 116–127; Tvrtko Jakovina, *Socijalizam na američkoj pšenici*, (Zagreb: Matica hrvatska, 2002), 13–46; Dragan Bogetić, *Jugoslavija i Zapad 1952–1955. Jugoslovensko približavanje NATO-u*, (Београд: Službeni list SRJ, 2000); Darko Bekić, *Jugoslavija u hladnom ratu, Odnosi sa velikim silama 1949–1955*, (Zagreb: Globus, 1988); Ivan Laković, *Zapadna vojna pomoć Jugoslaviji 1951–1958*, (Podgorica: Istorijski institut Crne Gore, 2006).

5 АЈ, 507/VIII, II/2-с-68, Реферат одржан на пленуму ЦККПЈ, јануар 1949. година.

6 АЈ, 507/VIII, II/2-с-22, План рада Одељења за спољну пропаганду за други квартал, 1949. година; АЈ, 507/VIII, I/2-а-36, Организациони предлози о раду Одељења за спољну пропаганду.

ни Београд поново упућивало на Запад, а његову хладноратовску позицију чинило изразито комплексном. Излаз из овакве ситуације југословенско руководство видело је у заузимању подједнаке дистанце према блоковима и све тешњем везивању за земље Глобалног југа.⁷ Нова спољнополитичка активност ФНРЈ отворила је широке могућности за пропагандну делатност која се, оснивањем нових институција и већим улагањима, знатно проширила и интензивирала. Главни задатак био је приказати Југославију као независну и мирољубиву државу која подржава прогресивна струјања у свету, док у исто време постиже значајне успехе на унутрашњем плану.⁸

Тако је почетком друге половине педесетих година, у тренуцима када су постепено сазреле спољнополитичка оријентација Југославије и потреба за активнијом улогом на међународној сцени, решењем Савезног извршног већа из марта 1956. године основан Публицистичко-издавачки завод „Југославија“, који је замишљен као продужена рука Савезног секретаријата за информације, налазећи се у надлежности његовог Одељења међународне пропаганде.⁹ Од свог оснивања Завод је био умрежен са свим институцијама и друштвеним организацијама у земљи које су на било који начин наступале у иностранству, као и с амбасадама и осталим конзуларним и дипломатским представништвима, при чему се веома брзо испрофилисао као једна од кључних установа за „спољну пропаганду“ и промоцију Југославије у свету.¹⁰ У таквом координатном систему, Завод је наставио да ради све до његовог гашења крајем 1962. го-

7 Видети: Dragan Bogetić, *Nova strategija jugoslovenske spoljne politike*, (Beograd: ISI, 2006); Dragan Bogetić, *Nevrstanost kroz istoriju. Od ideje do pokreta*, (Beograd: Zavod za udžbenike, 2019), 51–76; Alvin Rubinstein, *Yugoslavia and the Non-Aligned World*, (Princeton: Princeton University Press, 1970), 28–64. О југословенско-афричким односима погледати: Nemanja Radonjić, *Slika Afrike u Jugoslaviji*, (Beograd: Institut za noviju istoriju Srbije, 2023); У случају Азије: Jovan Čavoški, *Distant Countries, Closest Allies: Josip Broz Tito and Jawaharlal Nehru and the Rise of Global Nonalignment*, (New Delhi: Nehru Memorial Museum and Library, 2015); И на крају, о успостављању веза са Латинском Америком видети: Бојан Симић, „Социјалистичка Југославија и државе Јужне Америке (1946–1950). Успостављање дипломатских и економских односа“, *Токови историје* 2/2022, 73–99.

8 АЈ, фонд 142, Социјалистички савез радног народа Југославије (ССРНЈ), 44–153, Елаборат о информативно-пропагандној делатности у иностранству, 19. 11. 1958, 1.

9 АЈ, фонд 461, Секретаријат за информације СИБ-а (СИСИБ), поверљива архива, ф. 1, Решење о оснивању Публицистичко-издавачког завода Југославија, 30. 3. 1956.

10 Непосредно по оснивању Завода, Савезни секретаријат за информације обавестио је сва југословенска представништва у свету. Погледати: АЈ, СИСИБ, поверљива архива, Обавештење за Југословенски информативни центар у Њујорку, 1956.

дине, када је из његовог састава издвојено одељење које је наставило да се бави искључиво културно-уметничким публикацијама.¹¹

Сам Завод имао је читав спектар дужности повезаних са „спољном пропагандом“ и промоцијом Југославије у свету. Поред развијене издавачке делатности на страним језицима, бавио се дистрибуцијом писаних и аудио-визуелних материјала у иностраним земљама, а преко њега су друштвене организације пласирале своје публикације у иностранству. Завод је имао задатак и да успоставља контакте и сарађује с издавачким кућама широм света, припремајући материјале за издавање посебних публикација о Југославији.¹² На тај начин превођене су, издаване и дистрибуиране бројне публикације, брошуре, политички говори и дела истакнутих функционера, програми настали радом партијских конгреса, водичи, билтени, часописи и дела југословенских писаца,¹³ а под надлежност Завода потпали су пласман филма, фотографије и организовање уметничких изложби.¹⁴ Као институција у склопу Савезног извршног већа, имао је задатак да координише рад републичких и покрајинских центара који

11 АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 52, Решење о укидању Публицистичко-издавачког завода Југославија, 26. 11. 1962; Разлози гашења ове институције нису сасвим јасни, иако се на основу грађе Секретаријата за информације може закључити да је главни проблем „питање статуса управљања и финансијског пословања завода“, у контексту реформе из 1961 године. Погледати: АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 52, Образложење о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 10. 1. 1962; Такође, не треба испустити из вида и одређене неправилности у раду Публицистичко-издавачког завода „Југославија“, документоване у извештајима посебне комисије формиране од стране Савезног извршног већа, која је имала задатак да испита његов рад, на основу анонимних притужби да у Заводу постоји корупција. Комисија је доказала поједине оптужбе, што је кулминирало разрешењем директорке Ванде Новосел. Ипак, тешко се може говорити да је ово главни разлог за гашење Завода. Погледати: АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 50, Савезна народна скупштина секретару СИВ-а поводом анонимне доставе о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 18. 5. 1962; АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 50, Обавештење поводом анонимне доставе о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 16. 8. 1962.

12 АЈ, 507/VIII, II/2-6-108 (1-4), Наша пропаганда у иностранству, 16. 10. 1958, 5–13; АЈ, СИСИВ, поверљива архива, ф. 1, Решење о оснивању Публицистичко-издавачког завода Југославија, 30. 3. 1956.

13 Бато Томашевић наводи у својим мемоарима да је директорка Завода Веда Загорац успоставила контакте са страним издавачима, преко којих су први пут објављена дела Иве Андрића и осталих југословенских писаца у иностранству. Погледати: Bato Tomašević, *Orlov krš. Sto godina života jedne crnogorske porodice*, (Beograd: Interprint, 2000), 548.

14 Постоје бројни подаци да су људи из Завода били овлашћени да уговарају одржавање уметничких изложби по свету. Као пример наводимо изложбу југословенске књиге у Совјетском Савезу, коју је уговорила директорка Завода „Југославија“ Веда Загорац.

су били подређени Заводу, а који су били у обавези да долазе у Београд на саветовање, реферисање и штампање материјала уз одобрење Завода.¹⁵

Увидом у документацију Секретаријата за информације могуће је реконструисати крајње сложу делатност Завода „Југославија“, као и значајан део система и стратегије југословенског наступања према иностранству. Наиме, пракса је била да се југословенске амбасаде и дипломатска представништва обраћају Заводу преко Секретаријата за информације, издајући налог да им се потраживани пропагандни материјали припреме и дистрибуирају.¹⁶ На основу сачуваних кореспонденција, види се да је Завод свакодневно добијао захтеве које је потом обрађивао, припремао их и слао југословенским амбасадама, након чега би обавештавао надређени секретаријат о извршеном задатку.¹⁷ На самом крају процеса, амбасаде су биле задужене за финалну дистрибуцију материјала на територијама које су покривале.¹⁸

Генерално гледано, Публицистичко-издавачки завод „Југославија“ представљао је значајан „шраф“ у југословенском систему борбе за глобални утицај, једном од кључних аспеката хладноратовске сцене током друге половине 20. века.¹⁹ Овакав вид наступања, који је подразумевао пласирање информација с циљем остваривања политичких и стратешких циљева, у историјским изворима експлицитно се назива „спољном пропагандом“. Међутим, данас се овај термин посматра знатно сложеније и литература у њему, поред пропаганде која је мењала своје значење кроз

Погледати: АЈ, 142-53-181, Вељко Мићуновић о изложби југословенске књиге у СССР, 3. 2. 1958.

15 Томашевић, *Orlov krš*, 548.

16 Тако је Савезни секретаријат за информације проследио Заводу преписку с амбасадом у Рангуну, у којој су тражени материјали о Југославији на енглеском језику. АЈ, СИСИВ, поверљива архива, ф. 1, Секретаријат за информације Публицистичко-издавачком заводу Југославија – преписка с амбасадором у Рангуну, новембар 1956.

17 Погледати преписку у којој је Завод обавестио надређени Секретаријат за информације да је 20 примерака брошуре „Југославија“ отпремљено на адресу југословенске амбасаде у Пекингу. АЈ, СИСИВ, поверљива архива, ф. 1, Публицистичко-издавачки завод Југославија – Обавештење за Секретаријат за информације, Одељење за међународну пропаганду, 17. 7. 1956.

18 Томашевић, *Orlov krš*, 548.

19 О овом феномену погледати: Philip M. Taylor, *Munitionsofthe Mind. A history of propaganda from the ancient world to the present era*, (Manchester; New York: Manchester University Press, 2003), 249–185.

историју,²⁰ идентификује још два савремена концепта: јавну дипломатију²¹ и „меку моћ“.²² Неопходно је указати да ови концепти нису изоловани и да често може доћи до њихових преклапања, па ће се из практичних разлога у раду користити термин „пропаганда“, преузет из извора, како би се описала делатност Публицистичко-издавачког завода „Југославија“ у другој половини педесетих и почетком шездесетих година.

Кадрови и руководство

Кадровска политика Публицистичко-издавачког завода „Југославија“ била је комплексна и о њој се водило доста рачуна, пре свега због осетљивости посла који је захтевао партијску правоверност и дисциплину. Тако је 1960. године за сâм Завод било предвиђено 91 радно место, распоређено у три сектора – информациони, издавачки и административно-комерцијални.²³ Такође, у оквиру Завода деловала је и развијена преводилачка служба, која је југословенске пропагандне материјале преводила на енглески, француски, руски, шпански, немачки, италијански и пољски, а у плану је било увођење арапског језика.²⁴ Услед великог обима посла и недостатка кадра, неопходно је било упослити бројне спољне сараднике који су радили хонорарно, поготово када се радило о важнијим публикацијама, када су ангажовани истакнути друштвено-политички

20 Тако би се, данашњим речником, пропаганда дефинисала као систематски напор за обликовање и манипулацију јавног мњења селективним приказивањем информација или идеја, с јасном намером промоције одређених политичких, идеолошких или војних циљева. О термину *propaganda* и његовим променама значења кроз историју погледати: Nicholas J. Cull, David Culbert, David Welch, *Propaganda and Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*, (Santa Barbara; Denver; Oxford: ABC Clio, 2003).

21 С друге стране, јавна дипломатија представља стратегију која се фокусира на комуникацију и ангажман с иностраном јавношћу, пре свега, како би се унапредили перцепција и разумевање једне државе у очима стране јавности. О јавној дипломатији погледати: *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, eds. N. Snow, P. M. Taylor, (London; New York: Routledge, 2009).

22 На крају, концепт *меке моћи* се односи на способност одређене државе да утиче на друге путем привлачности, културе, вредности и осталих *меких* ресурса попут науке, образовања и уметности, уместо силом или неким другим врстама притисака. Меку моћ дефинисао је амерички политиколог Џозеф Нај деведесетих година: Joseph S. Nye, *Soft Power: The means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004); Joseph S. Nye, *The Future of Power*, (New York: Public Affairs, 2011).

23 АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 52, Публицистичко-издавачки завод Југославија – Извештај за 1960. годину, 25. 1. 1961, 3–5.

24 Исто, 32–35.

радници.²⁵ Поред недостатка кадра у квантитативном смислу, који је дефинитивно утицао на квалитет материјала, као већи проблем се показао квалитативни, пре свега због чињенице да Југославија није имала довољно професионалног и обученог пропагандног кадра. Завод је овај проблем покушао да реши стипендирањем, слањем будућих кадрова на праксу и курсеве језика, што није дало великих резултата, најпре због тога што је институција угашена већ крајем 1962. године.²⁶

По оснивању Завода, вршилац дужности директора постао је Лутво Хајдарагић, али је већ после пола године, октобра месеца, Савезно извршно веће за директорку именовало Веду Загорац, која је на тој позицији остала до 1959. године.²⁷ Њено довођење на директорско место доста је говорило о значају Завода као новоуспостављене институције, самим тим што је Веда Загорац, као блиска предратна Титова сарадница, уживала његово поверење док је, с друге стране, представљала својеврсни одраз нове југословенске политике коегзистенције и окретања ка државама Трећег света, пре свега обављањем бројних дужности у Африци, где је до именовања боравила са својим супругом, Здравком Печаром.²⁸ Веду Загорац је на челу институције наследила Ванда Новосел, такође истакнута функционерка, која се на том месту задржала до краја 1962, када је разрешена дужности, након чега је убрзо угашен и сâм Публицистичко-издавачки завод „Југославија“.²⁹

Садржај и циљне групе

Садржај који је Завод „Југославија“ издавао и пласирао у иностранство покривао је широк спектар „југословенских тема“, од Народ-

25 Исто, 5.

26 АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 52, Извештај комисије СИВ-а о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 1961, 3–5.

27 Архив Музеја афричке уметности (МАУ), Документација број 32, Решење Савезног извршног већа о постављању директора Публицистичко-издавачког завода Југославија, 13. 10. 1956.

28 Пре функције директорке Завода, Веда Загорац је обављала и високе дужности у економском сектору ФНРЈ и СР Хрватске. Детаљније о њеној биографији погледати у: Nemanja Radonjić, „Bubnjevi revolucije: Zdravko Pečar i Veda Zagorac“, *Nyimpa kor ndzidzi. Čovek ne može opstati sam. One Man, No Chop, Rekonceptualizacija muzeja afričke umetnosti*, (Beograd: Muzej afričke umetnosti, 2017).

29 Архив МАУ, Документација број 32, Решење Савезног извршног већа о постављању директора Публицистичко-издавачког завода Југославија, 18. 6. 1959; АЈ, СИСИВ, општа архива, ф. 53, Решење Савезног извршног већа о разрешењу Ванде Новосел као директора Публицистичко-издавачког завода Југославија, 26. 7. 1962.

нослободилачке борбе и југословенског социјализма, до културе и уметности.³⁰ Од самог оснивања институције много је рађено на садржају како би се он најбоље прилагодио страниј публици, све с циљем приказивања Југославије у што бољем светлу. На тај начин, ако у обзир узмемо политичку димензију југословенске пропаганде, Завод је дистрибуирао садржај намењен бројним циљним групама које су се у овом периоду јасно диверсификовале. У том контексту, на основу пропагандних стратегија, у чијим креирањима су учествовали људи из Завода „Југославија“, као основне категорије препознате су „нове независне земље с неразвијених подручја, ослободилачки покрети с неразвијених подручја, развијене капиталистичке земље, неразвијене капиталистичке земље и социјалистичке земље“.³¹ Свим поменутиим циљним групама предвиђен је посебан политички садржај, за који је процењено да највише одговара њиховим интересовањима, док је садржај о југословенским спољнополитичким ставовима и улози Југославије на међународној сцени важио за све.³²

Тако је за нове земље с неразвијених подручја, које су биле у фази државног и друштвеног конституисања, предвиђен садржај с акцентом на југословенски модел изградње државе и државно-партијских институција.³³ Ослободилачким покретима с неразвијених подручја требало

30 Разноликост садржаја најјасније се може видети у каталозима публикација и чланака на страним језицима које је правио Завод, у којима је извршена прецизна систематизација југословенских тема. Тако је садржај подељен на следећи начин: географски и демографски подаци, историја народа Југославије, историја радничког покрета у Југославији, историја НОБ-а, основни принципи социјалистичке изградње, основе државног и друштвеног уређења, савезни органи народне власти и државне управе, републички и локални органи народне власти и државне управе, југословенске републике, локална самоуправа, радничко самоуправљање, друштвено управљање, правосуђе, правни систем, законодавство, националне мањине, црква и држава, задругарство, међународни односи, политичке и друштвене организације, ЈНА, привредни систем, индустрија, пољопривреда, спољна трговина, финансије, социјална и здравствена политика, просветна политика, универзитети, наука и техника, штампа и издавачка делатност, општа питања из културе, књижевност, сликарство, средњовековна уметност, скулптура, позориште, опера и балет, музика, архитектура, примењена уметност, музеји, филм, фестивали, фолклор, туризам, филателија, спорт, национални празници, натписи о Титу и биографије истакнутих политичких и друштвених радника. Погледати: „*Katalog publikacija i članaka o Jugoslaviji na stranim jezicima*“, *Publicističko-izdavački zavod Jugoslavija*, decembar 1956.

31 АЈ, 507/IX, Комисија за међународне односе и везе ЦК СКЈ, S/a-11, Информације о стању пропагандне делатности, 10. јун 1961.

32 Исто.

33 Овој циљној групи представљан је садржај о државном уређењу с акцентом на историјском развоју, организационој структури друштвених организација, нацио-

је представити предратни рад КПЈ и других друштвених организација, историју НОБ-а, процес изградње власти и Народни фронт, генерално, све што је било везано за илегални рад и герилски рат.³⁴ За развијене капиталистичке земље процењено је да је најбоље пласирати информације о социјалистичкој демократији, радничком самоуправљању, синдикатима и радничким саветима, СКЈ и ССРНЈ, расподели дохотка, комуналном систему и животном стандарду.³⁵ С друге стране, неразвијеним капиталистичким земљама, пре свега латиноамеричким, био је намењен садржај који је представљао комбинацију југословенског револуционарног искуства и модела изградње државе и партијских институција, с нагласком на национализацији и решавању аграрног питања, што се заиста показало као крајње актуелно на тим подручјима.³⁶ На крају, социјалистичким земљама је требало презентовати, слично као и развијеним капиталистичким, све што је јасно указивало на специфичност југословенског социјализма и „његову успешност“.³⁷

Поред пласирања тема с експлицитно политичком конотацијом, Публицистичко-издавачки завод „Југославија“ био је изузетно активан и на пољу културе.³⁸ Пласманом ове врсте садржаја, који је пре свега презентован кроз разне уметничке изложбе, превод дела југословенске књижевности на стране језике и дистрибуцију најразличитијих вести из културе,

нализацији, аграрном питању, продуктивности рада, радничком самоуправљању, здравству, школству, стручном образовању, омладинским акцијама, задругарству, социјалном питању и комуналном систему. Погледати: АЈ, 507/IX, Комисија за међународне односе и везе ЦК СКЈ, S/a-11, Информације о стању пропагандне делатности, 10. јун 1961.

34 Исто.

35 Исто.

36 За латиноамеричке земље закључено је да је најбоље пласирати садржај о структури ССРНЈ и улози СКЈ, национализацији и аграрном питању, историји НОБ-а, Народном фронту, друштвеном планирању и животном стандарду. Погледати: АЈ, 507/IX, Комисија за међународне односе и везе ЦК СКЈ, S/a-11, Информације о стању пропагандне делатности, 10. јун 1961. О ситуацији у Латинској Америци видети: *The Cambridge History of Latin America vol. VII*, ed. Leslie Bethell, (Cambridge University Press, 1990).

37 Социјалистичким земљама дистрибуиран је садржај који је подразумевао децентрализацију, социјалистичку демократију, радничко самоуправљање, комунални систем, продуктивност рада и однос између СКЈ и ССРНЈ. Погледати: АЈ, 507/IX, Комисија за међународне односе и везе ЦК СКЈ, S/a-11, Информације о стању пропагандне делатности, 10. јун 1961.

38 Погледати, на пример, каталог Завода за 1962/1963. годину у којем доминира садржај из културе. „Katalog Publicističko-izdavačkog zavoda Jugoslavija“, *Publicističko-izdavački zavod Jugoslavija*, 1962.

југословенска држава је преко Завода јасно промовисала своје вредности и учвршћивала свој политички положај. То се пре свега огледало кроз представљање Југославије у искључиво позитивном светлу, с конкретним циљем грађења слике о културној, па самим тим и суштинској независности земље,³⁹ што такође јасно показује да социјалистичка Југославија није била изузетак у глобалном хладном рату, у којем је култура представљала моћно оружје.⁴⁰

Студија случаја – *Информативни билтен о Југославији*
(*Information Bulletin about Yugoslavia*)

Од бројних публикација Публицистичко-издавачког завода „Југославија“ које су данас сачуване, издвајају се часописи *Југославија* и *Информативни билтен о Југославији*. За разлику од часописа *Југославија*,⁴¹ који је искључиво обрађивао теме из културе, *Информативни билтен о Југославији* покривао је много шири спектар тема, због чега се показао као репрезентативнији за представљање у раду.

Поменути часопис публикован је једном месечно у периоду од октобра 1956. до краја 1959. године на енглеском, руском и француском језику, у укупном тиражу од 24.000 примерака.⁴² Постојали су планови да лист, поред поменута три језика, излази и на шпанском, арапском, немачком, чешком и пољском, што се због недостатка кадрова за превођење показало као неоствариво.⁴³ Часопис је 1960. године променио назив у *Yugoslav life*, и под тим именом наставио да излази наредних тридесет година, при чему треба напоменути да је, након гашења Публици-

39 Srđan Radović, „Channeling the Country’s Image. Illustrated Magazine *Yugoslavia* (1949–1959)“, *AM Journal* 13/2017, 19–20.

40 Погледати: Toby Clark, *Art and Propaganda in the Twentieth Century. The Political Image in the Age of Mass Culture*, (London: Harry N. Abrams, 1997).

41 Часопис *Југославија* је излазио два пута годишње на енглеском, немачком, француском и руском у укупном тиражу од десет хиљада примерака. Оснивач и главни уредник часописа био је ликовни критичар и књижевник Ото Бихаљи Мерин. Детаљније о овом листу погледати у: Srđan Radović, „Channeling the Country’s Image. Illustrated Magazine *Yugoslavia* (1949–1959)“, *AM Journal* 13/2017, 17–30.

42 АЈ, СИСИВ, општа архива, F52, Извештај комисије СИВ-а о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 1961, 8–9; АЈ, 142-44-153, Елаборат о информативно-пропагандној делатности у иностранству, 19. 11. 1958, 12.

43 Први број је изашао на енглеском и руском, док је већ за следећи, новембарски број 1956, уведен француски језик. АЈ, 507/VIII, II/2-6-108 (1–4), Наша пропаганда у иностранству, 16. 10. 1958, 12.

стичко-издавачког завода „Југославија“, Савез новинара Југославије преузео улогу издавача.⁴⁴

По већ познатој матрици, Публицистичко-издавачки завод „Југославија“ издавао је *Информативни билтен о Југославији*, потом га слао амбасадама и осталим југословенским представништвима у свету, која су га након тога дистрибуирала.⁴⁵ Забележено је да су многе амбасаде покретањем *Информативног билтена* укинуле сопствене билтене, оријентишући се искључиво на његово растурање.⁴⁶

Текстови у *Информативном билтену* нису били потписани, тако да страни читалац није могао да зна ко су аутори, што је било уобичајено за публикације тог типа. Ипак, извори откривају да је билтен уређивала редакција састављена од троје новинара и четворо сталних спољних сарадника, а наводи се да је за поједине чланке било неопходно ангажовати додатне спољне сараднике.⁴⁷ Такође, због малог броја аутора, на одређеним текстовима радили су и научни и стручни сарадници универзитета и разних института друштвених наука. Главни задаци аутора били су избегавање „наметљиво пропагандног стила“ и побољшање квалитета превода, све с циљем приближавања садржаја навикама и укусу иностраног читаоца.⁴⁸

Сам садржај *Информативног билтена* био је крајње разноврстан и покривао је све југословенске теме које је Завод обрађивао. Пре свега, страног читаоца је обавештавао о важнијим информацијама и догађајима у Југославији, почевши од државног уређења, радничког и друштвеног самоуправљања, привреде, социјалне политике, законодавства, културе и спорта, све с циљем приказивања функционалности југословенског

44 Промена издавача види се у самом часопису. Погледати: *Yugoslav Life*, january 1963, 10.

45 За сам *Информативни билтен* немамо информације у којим је све деловима света читан. Ипак, за часопис *Yugoslav Life* постоје одређени подаци који указују да је читан глобално. Погледати: АЈ, фонд 559, Савезна комисија за културне везе с иностранством, 22–46, Изводи из писама упућених редакцији „Југословенске новости“ од стране читалаца, 18. октобар 1965.

46 Постоје подаци да су југословенска амбасада у Вашингтону и Информативни центар у Њујорку своје билтене заменили *Информативним билтеном*. Сличан случај забележен је с југословенском амбасадом у Лондону. Погледати: АЈ, 507/VIII, П/2-б-108 (1–4), Наша пропаганда у иностранству, 16. 10. 1958, 13.

47 АЈ, СИСИВ, општа архива, F52, Извештај комисије СИВ-а о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 1961, 9.

48 АЈ, 142-44-153, Елаборат о информативно-пропагандној делатности у иностранству, 19. 11. 1958, 7.

система у пракси.⁴⁹ Сваки број часописа садржао је и спољнополитичку рубрику кроз коју су артикулисани најважнији југословенски ставови по разним међународним питањима.⁵⁰ Такође, важан сегмент листа чинила је и стална рубрика „Из Народноослободилачке борбе“,⁵¹ која је преносила најважније епизоде из рата и револуције, за које се показало да постоји велико интересовање.

Како се радило о изузетно значајној публикацији Завода, у оквиру које је обрађиван и пласиран велики број „југословенских тема“, неопходно је било урадити квантитативну анализу садржаја ради дубљег увида у тематску структуру и „пропагандну“ оријентацију часописа. Примену овог метода омогућиле су две чињенице: сачувана су сва 32 броја *Информативног билтена*⁵² и у оквиру сваког је постојао прецизан садржај текстова на првој страни. У том контексту укупно је пребројано 386 текстова, које смо потом по тематском принципу разврстали у шест већих категорија:

Категорије	Број текстова	Процент
Друштвено-политички систем	64	16.58%
Међународни односи	31	8.03%
Економска и социјална питања	137	35.36%
НОБ и историја Партије	30	7,77%
Култура и уметност	98	25.39%
Спорт	26	6.74%
Укупно	386	100%

49 АЈ, СИСИВ, општа архива, F52, Извештај комисије СИВ-а о Публицистичко-издавачком заводу Југославија, 1961, 8–9.

50 Ова рубрика обично се налазила на другој страни часописа. Погледати следећи пример: „From Foreign Affairs“, *Information bulletin about Yugoslavia*, august 1957.

51 Пример: „From the People’s Liberation War. International Recognition“, *Information bulletin about Yugoslavia*, january 1958, 8–9.

52 Часопис је излазио на месечном нивоу, али је било случајева када је издаван једном у два месеца. Тако су у 1956. години изашла два, у 1957. девет, 1958. десет и 1959. једанаест бројева.

Квантитативна анализа јасно говори о оријентацији *Информативног билтена* ка категоријама „економска и социјална питања“ и „култура и уметност“, које заједно чине нешто више од 60% свих текстова. Не треба испустити из вида ни значај осталих категорија, које су публику у иностранству упознавале с основним идентитетским цртама, кроз податке о самоуправљању, улози Југославије у међународним односима и Народноослободилачкој борби. Ипак, доминирали су текстови у којима се афирмативно писало о југословенском начину живота, економији, социјалној политици, привреди, животном стандарду, изградњи земље, култури, уметности, науци, образовању и туризму. На овакве закључке надовезује се и чињеница да у часопису није било чисто идеолошких текстова, као и да сâм језик писања није био „сув“, идеолошки, већ знатно отворенији и суптилнији, што је и био један од императива редакције *Информативног билтена* и самог Завода.⁵³

Резиме

Средином педесетих година, када је југословенска држава постепено обликовала сопствену спољнополитичку доктрину несврстаности, засновану на мирољубивој коегзистенцији и еквидистанци према блоковима, карактеристичну по повезивању с новим независним, постколонијалним државама, јавила се конкретна потреба за активном промоцијом земље у свету, пре свега, како би се ублажили притисци који су долазили и с Истока и са Запада. У тим тренуцима, као један од одговора државе, основан је Публицистичко-издавачки завод „Југославија“, замишљен као институција за производњу и пласман најразличитијих садржаја из политичке, друштвене, идеолошке, али и културно-уметничке стварности Југославије. Завод је, као спона између Секретаријата за информације и осталих важних државних и партијских установа, с једне, и амбасада, с друге стране, остварио запажену улогу у склопу система за глобалну промоцију земље. Ипак, показало се да је, поред одређених неправилности детектованих уочи његовог гашења, постојао озбиљан недостатак кадрова, пре свега оних висококвалификованих, што је дефинитивно утицало на квалитет његовог рада. Једна од најзначајнијих публикација

53 АЈ, 142-44-153, Елаборат о информативно-пропагандној делатности у иностранству, 19. 11. 1958, 7. У раду није било простора за саму квалитативну анализу језика, али узимањем одређених узорака из појединих категорија, види се да је језик у великој мери био ослобођен идеологије и прилагођаван страниј публици, поготово када се радило о култури.

Завода „Југославија“ био је *Информативни билтен о Југославији* (1956–1959), који је излазио на неколико светских језика. Часопис је дистрибуиран глобално, углавном преко југословенских амбасада које су га плански растурале. Као најрепрезентативније издање, *Информативни билтен* обрађивао је готово све пропагандне теме из репертоара Завода, док је квантитативном анализом утврђено да је нагласак био на економско-социјалним питањима.

Sources and Literature

- Arhiv Jugoslavije: Fond 142, Socijalistički savez radnog naroda Jugoslavije; Fond 461, Savezni sekretarijat za informacije; Fond 507, Savez komunista Jugoslavije; Fond 559, Savezna komisija za kulturne veze sa inostranstvom
- Arhiv Muzeja za afričke umetnosti. Dokumentacija Vede Zagorac
- „Katalog Publicističko-izdavačkog zavoda Jugoslavija“. *Publicističko-izdavački zavod Jugoslavija*, 1962.
- „Katalog publikacija i članaka o Jugoslaviji na stranim jezicima“. *Publicističko-izdavački zavod Jugoslavija*, decembar 1956.
- Tomašević, Bato. *Orlov krš. Sto godina života jedne crnogorske porodice*. Beograd: Interprint, 2000.
- Bekić, Darko. *Jugoslavija u hladnom ratu, Odnosi sa velikim silama 1949–1955*. Zagreb: Globus, 1988.
- Bogetić, Dragan. *Jugoslavija i Zapad 1952–1955. Jugoslovensko približavanje NATO-u*. Beograd: Službeni list SRJ, 2000.
- Bogetić, Dragan. *Nesvrstanost kroz istoriju. Od ideje do pokreta*. Beograd: Zavod za udžbenike, 2019.
- Bogetić, Dragan. *Nova strategija jugoslovenske spoljne politike*. Beograd: ISI, 2006.
- Clark, Toby. *Art and Propaganda in the Twentieth Century. The Political Image in the Age of Mass Culture*. London: Harry N. Abrams, 1997.
- Cull, Nicholas J., David Culbert, David Welch. *Propaganda and Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Santa Barbara; Denver; Oxford: ABC Clio, 2003.
- Čavoški, Jovan. *Distant Countries, Closest Allies: Josip Broz Tito and Jawaharlal Nehru and the Rise of Global Nonalignment*. New Delhi: Nehru Memorial Museum and Library, 2015.
- Dimić, Ljubodrag. *Jugoslavija i Hladni rat*. Beograd: Arhipelag, 2014.
- Jakovina, Tvrtko. *Socijalizam na američkoj pšenici*. Zagreb: Matica hrvatska, 2002.

- *Jugoslovensko-sovjetski sukob 1948*, ur. Đoko Tripković. Beograd: Institut za savremenu istoriju, 1999. (Cyrillic)
- Laković, Ivan. *Zapadna vojna pomoć Jugoslaviji 1951–1958*. Podgorica: Istorijski institut Crne Gore, 2006.
- Nye, Joseph S. *Soft Power: The means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004.
- Nye, Joseph S. *The Future of Power*. New York: Public Affairs, 2011.
- Radonjić, Nemanja. „Bubnjevi revolucije: Zdravko Pečar i Veda Zagorac“. *Nyimpa kor ndzidzi. Čovek ne može opstati sam. One Man, No Chop, Rekonceptualizacija muzeja afričke umetnosti*. Beograd: Muzej afričke umetnosti, 2017.
- Radonjić, Nemanja. *Slika Afrike u Jugoslaviji*. Beograd: Institut za noviju istoriju Srbije, 2023.
- Radović, Srđan. “Channeling the Country s Image. Illustrated Magazine *Yugoslavia* (1949–1959)“. *AM Journal* 13/2017, 17–30.
- *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, eds. N. Snow, P. M. Taylor. London; New York: Routledge, 2009.
- Rubinstein, Alvin. *Yugoslavia and the Non-Aligned World*. Princeton: Princeton University Press, 1970.
- Simić, Bojan. *In the Spirit of National Ideology. Organization of State Propaganda in Eastern and Southern Europe in the 1930s, Comparative Perspectives on Poland, Yugoslavia and Bulgaria*. Beograd: Institut za noviju istoriju Srbije, 2013.
- Simić, Bojan. „Organizacija državne propagande na Balkanu tokom tridesetih godina dvadesetog veka. Analiza slučaja Jugoslavije i Bugarske“. *Tokovi istorije* 3/2007, 132–146. (Cyrillic)
- Simić, Bojan. „Socijalistička Jugoslavija i države Južne Amerike (1946–1950). Uspostavljanje diplomatskih i ekonomskih odnosa“. *Tokovi istorije* 2/2022, 73–99. (Cyrillic) doi: 10.31212/tokovi.2022.2.sim.73–99
- Štrbac, Čedomir. *Jugoslavija i odnosi između socijalističkih zemalja – sukob KPJ i Informbiroa*. Beograd: Prosveta, 1984.
- Taylor, Philip M. *Munitions of the Mind. A history of propaganda from the ancient world to the present era*. Manchester; New York: Manchester University Press, 2003.
- *The Cambridge History of Latin America vol. VII*, ed. Leslie Bethell. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- *Information Bulletin about Yugoslavia*
- *Yugoslav life*

SUMMARY

Luka Savčić

PUBLISHING HOUSE “YUGOSLAVIA” AND YUGOSLAV
PROPAGANDA ABROAD FROM 1956 TO 1962

Abstract: The article presents and analyzes the Publishing House “Yugoslavia”, which operated from 1956 to 1962, and was primarily responsible for foreign propaganda and the promotion of socialist Yugoslavia around the world. Placed within the context of the global Cold War, the article provides an in-depth insight into the institution itself, its functioning, personnel policies, content, and main publications, while also revealing the entire system of Yugoslav propaganda abroad. The research is primarily based on numerous unpublished archival materials, which clearly indicate the significant role of the Publishing House “Yugoslavia” in promoting the country in the late 1950s and early 1960s.

Keywords: Publishing House “Yugoslavia”, Yugoslav foreign propaganda, socialist Yugoslavia, publishing activities, institution history, *Information Bulletin about Yugoslavia*

In the mid-1950s, when the Yugoslav state gradually developed its own foreign policy doctrine of non-alignment, based on peaceful coexistence and equidistance from the blocs, a concrete need arose for active promotion of the country in the world, primarily to alleviate pressures coming from both the East and the West. In those moments, as one of the state’s responses, the Publishing House “Yugoslavia” was established, with the purpose of producing and disseminating various publications concerning Yugoslavia’s political, social, ideological, and cultural aspects. The Institute, which served as a link between the Secretariat for Information and other important state and party institutions on the one side, and embassies on the other, played a significant role within the system of global country promotion. However, it turned out that, in addition to certain irregularities detected before its closure, there was a serious lack of personnel, especially highly qualified ones, which definitively affected the quality of its work. One of the most important publications of the Publishing House “Yugoslavia” was the *Information Bulletin about Yugoslavia* (1956–1959), which was issued in several languages. The magazine was distributed worldwide, primarily through Yugoslav embassies, which systematically disseminated it. As the most representative periodical, the *Information Bulletin about Yugoslavia* covered almost all propaganda topics from the Institute’s repertoire, while a quantitative analysis demonstrated that the emphasis was on economic and social issues.