

Film kao sredstvo propagande: SAD i SSSR u vreme Hladnog rata¹

Tijana Radulović²

Univerzitet Crne Gore, Fakultet političkih nauka, Crna Gora

doi: 10.5937/comman14-19298

Sažetak: Dijametralno suprotni politički režimi SAD-a i SSSR-a u periodu između 1947. i 1989. godine aktivno su koristili film za propagiranje svojih ideologija. Cilj ovog članka je da istraži da li je razlika prisutna u domenu propagandnog djelovanja i da pruži odgovore na sljedeća istraživačka pitanja: Na koji su način SAD i SSSR koristile film kao sredstvo političke propagande za vrijeme Hladnog rata? Kada govorimo o plasiranju poruka filmom, da li postoji razlika u propagandnom djelovanju dvaju država? Teorijski osvrt na umjetničko stvaralaštvo u hladnoratovskom periodu, kao i deskripcija sadržaja šest analiziranih filmova, pokazali su da su ciljevi propagande dva režima bili istovjetni, ali i da postoje značajne razlike u propagandnim metodama. Primjetni su drugačiji objekti negativne kampanje, a uočena je i suprotnost u portretisanju neprijatelja, te u tretmanu ženskih likova. Daleko je manji kontrast u „pozitivnoj kampanji“, a obije su kinematografije nastojale da ukažu na „emancipatorsku“ prirodu sopstvenih vojnih intervencija. Kada su posrijedi analizirani promilitaristički filmovi, američka produkcija je otišla korak dalje, pa se, uz osudu američkog društva koje je odbacilo svoje heroje, radilo i na regrutaciji budućih vojnika. Navedene razlike su posljedica brojnih faktora, a njihovo poznavanje omogućava uvid u preovladavajuće društvene i normativne tokove i konflikte perioda Hladnog rata.

Ključne riječi: propaganda, film, kinematografija, Hladni rat, SAD, SSSR

¹ Rad potiče iz specijalističkog rada „Film kao sredstvo političke propagande u periodu Hladnog rata na primjeru SAD i SSSR“ koji je odbranjen na Fakultetu političkih nauka (Univerzitet Crne Gore) u Podgorici.

² Kontakt sa autorom: tijana.v.radulovic@gmail.com.

1. Uvod

Propaganda³, kao kroz istoriju neizostavni dio komunikacijskog procesa, svoj zenit u političkom diskursu doživjela je sa pojavom masovnih medija. Naime, dok su tehnološke inovacije otklonile tradicionalne barijere pri prenošenju informacija i premjestile borbene frontove u neke nove dimenzije, geopolitički i vojni faktori dominacije polako su ustupali mjesto ekonomskim, informacionim pa i kulturološkim činiocima.

Poraz ekspanzionističkih ideologija nacizma i fašizma i kraj Drugog svjetskog rata samo je bio početak ponovne ideološke polarizacije na svjetskoj sceni. Neoliberalizam je rapidno dobijao na zamahu, a „bauk komunizma“, našavši se na pobjedničkoj strani, izašao je iz granica Evrope i počeo da kruži svijetom – dotadašnji saveznici, SAD i SSSR, polako su zaoštravali međusobne odnose. Da li zato što zajedničkog neprijatelja više nije bilo, ili usljed novonastale borbe za dominaciju, razlike između dva nova hegemonu sve su se više gurale u prvi plan. S druge strane, opšte je poznato da su drastično povećanje razornog kapaciteta vojnog arsenala i svijest da bi ponovni svjetski rat mogao dovesti do uništenja globalnih razmjera, bili glavni razlozi izbjegavanja bilo kakvih eksplicitnih incidentnih situacija⁴. Kako su se bivši saborci ipak morali izboriti za poziciju „prvog“, metode takozvane „meke moći“ (Nye, 1990: 166), čiji se uticaj zasniva prevashodno na kulturološkoj i ideološkoj dominaciji, bile su idealan način odmjeravanja snaga.

Sve to, međutim, ne znači da okršaja nije bilo. Štaviše, kako Dods primjećuje, „Hladni rat nije bio samo ideološka borba između dva rivala, već i intenzivna fizička borba, koja je čak i Arktik transformisala u zonu sukoba“ (Dodds, 2003: 206). Ipak, čak su i najkrvaviji sukobi Hladnog rata korišteni kao jedan segment borbe za kulturološko-ideološku dominaciju. U prenesenom značenju, ideje su u tom periodu imale istovjetan, ako ne i veći doseg od bilo kojeg balističkog projektila.

Brojni će se istoričari usaglasiti da je Hladni rat bio doba straha (vidi: Geddis, 2003; Kinney, 2000; Palmer & Carter, 2006; Perucci, 2009; Pollard, 2002) – straha od gubitka sloboda, ekonomskog kolapsa, nezvjesne budućnosti i,

³ Za određenje fenomena političke propagande pogodna je Slavujevićeva definicija u kojoj se navodi: „Politička propaganda je planska i organizovana aktivnost na oblikovanju, predstavljanju, širenju političkih sadržaja, na pridobijanju ljudi i obezbjeđivanju njihove podrške određenom političkom sadržaju i njihovim nosiocima“ (Slavujević, 2005 prema Šćekić, 2017:102).

⁴ Pod sintagmom „eksplicitne incidentne situacije“ misli se prevashodno na otvorene oružane konfrontacije.

u krajnjem, straha od novog rata. Upravo je takva atmosfera pogodno tle za populističku podjelu na „nas“ i „njih“, a kako će do mase najbolje doprijeti pojednostavljene poruke, što je srž populizma, film predstavlja idealno sredstvo da se takve podjele plasiraju. Odnosno, zabavni sadržaji, koji lakše dopiru do primalaca poruke, izuzetno su sugestivni, a da pritom „ne zahtijevaju veliki umni napor od strane publike“ (Ilić, 1987: 233). Ili, kako je producent i režiser Daril Fransis Zanuk poručio prilikom obraćanja Kongresu pisaca u Los Angelesu:

„Ako imate nešto značajno da kažete, upakujte svoju poruku u blještavi omotač zabave i pronaći ćete već formirano tržište... bez zabave, propagandni film nije vrijedan centa“ (Manvell, 1974: 203, prema Maltby, 2003: 203).

Početak Hladnog rata obilježila je ekspanzija televizije kao novog medija, pa su, primjera radi, „u periodu od 1949. do 1959, Amerikanci kupovali šest do sedam miliona setova svake godine“ (Bernhard, 2003: 5). To, ipak, ni najmanje ne utiče na značaj filma jer, kako primjećuje Maltbi (Maltby, 2003: 6), „film je predmet i posrednik. Bioskop je društvena institucija“. Ništa manji značaj kinematografiji ne pridaje ni Pjer Sorlin koji u svojoj studiji *War and cinema: interpreting the relationship* navodi:

„Filmovi nisu samo ogledalo onog što se neprestano događa, oni nam ukazuju na ono što moramo znati, daju doprinos u oblikovanju našeg gledišta i i govore nam kako bi trebalo da se ponašamo. Slike nam govore ponešto o našem okruženju i igraju vodeću ulogu u procesu definisanja našeg sopstva“ (Sorlin, 1994: 358).

Citirajmo ovdje i jednog od vodećih filozofa današnjice i naratora ostvarenja *Perverznjakov vodič kroz film* (2006) Slavoja Žižeka:

„Ukoliko želimo da razumijemo današnji svijet, potreban nam je film. Samo u filmu dobijamo tu suštinsku dimenziju sa kojom nismo spremni da se suočimo u realnosti. Ako tragate za nečim što je stvarnije od same stvarnosti, naći ćete ga u filmskoj fikciji“ (Fiennes, 2006).

Film je, stoga, idealan medij jer je uspio da nam u formi eskapizma servira određene društvene normative. Tu se, međutim, nameće pitanje kako smo dozvolili da nešto što posmatramo kao fikciju utiče na naš pogled na svijet, i to ništa manjim intenzitetom od stvari koje percipiramo kao realnost. Odgovor možemo pronaći u Sorlinovoj tvrdnji da ljudi „ne mogu podnijeti preveliku dozu stvarnosti: otud i proističe značaj eufemizama“ (Sorlin, 1994:365).

Ipak, potreba da maštu koristimo kao sredstvo obračuna sa istinom je kompleksnija nego što na prvi pogled izgleda. Tako, primjera radi, Ilić izdvaja identifikaciju i projekciju kao dva socio-psihološka mehanizma koji omogućavaju uzajamni odnos realnog i imaginarnog⁵ (Ilić, 1987:233). Pojedinaac, dakle, nije sveden na pasivnog primaoca propagandnih poruka. Naprotiv, proces primanja poruke izuzetno je aktivan i individualan, o čemu svjedoče brojne psiho-biološke teorije ličnosti poput Grejove teorije osjetljivosti na potkrepljenje ili Zakermanovog modela ličnosti i traženja senzacija koje se mogu koristiti kao referentni okvir istraživanja receptivnih procesa, ali i motivacije za gledanje filmova (Pekić & Milovanović, 2016: 80). Ipak, budući da je cilj ovog članka da utvrdi na koji su način komunikatori koristili prednosti sedme umjetnosti kako bi uticali na javno mnjenje, fokus će sa primalaca poruke biti pomjeren na propagandnu poruku.

Baveći se medijskim problemima u XXI vijeku, Makčesni se osvrće na, kako kaže, „korumpirano i oronulo stanje formiranja medijskih politika“, koje se „razvilo u XX vijeku“ (McChesney, 2004: 18). Cijeli medijski sistem, uključujući i film, i u XXI vijeku se susrijeće sa starim problemima, te sa sigurnošću možemo tvrditi da se dobar dio zapažanja o kinematografiji Hladnog rata može primijeniti i na savremene produkcijske tokove. Tematika propagandne dimenzije filma nije neistražena, naprotiv. Vrijednost ovog članka leži upravo u objedinjavanju saznanja brojnih autora koji su citirani, ali i komparaciji kinematografija. Zahvaljujući nalazima istraživanja, imamo priliku da uporedimo sovjetske i američke akcione junake, predstavljanje suparničkih sistema, kao i portretisanje „neprijatelja“. Na kraju, izolovani rezultati mogu poslužiti kao podstrek za produbljanje dalje teme i nova istraživanja.

2. Teorijski osvrt: Ko kontroliše filmsku industriju?

Za valjanu analizu kinematografije veoma je bitno ukazati na određene socio-političke i ekonomske prilike u kojima su filmovi stvarani. Štaviše, kako Kelner primjećuje, na film treba gledati kao na svojevrsni „teren osporavanja“

⁵ „Identifikacija se može, grubo uzev, definisati kao psihički proces prilikom koga se, u slučaju nezadovoljenja sopstvenih potreba i motiva, zadovoljstvo nalazi u ostvarenjima, uspjesima i zadovoljenjima koje su postigle druge ličnosti ili su postignuti u drugim situacijama. Postupci projekcije su nešto drugačiji po prirodi. Oni se odigravaju u slučajevima kada neka osoba ne smije da prizna sebi ili drugima postojanje izvjesnih želja, potreba ili motiva, zato što ih društvo ne prihvata ili osuđuje. Usljed toga se ovakve želje i potrebe pripisuju drugim osobama, te se na taj način, makar samo djelimično, na određeni način zadovoljavaju“ (Ilić, 1987:233).

koji na kulturološkom nivou reprodukuje fundamentalne konflikte u društvu, a ne kao na puko sredstvo dominacije (Kellner, 1991: 7). Na pitanje „Ko kontroliše medije?“ imamo samo naizgled lak odgovor – u kapitalističkom sistemu SAD-a, za regulaciju medija odgovorna je takozvana „nevidljiva ruka tržišta“, dok u SSSR-u taj posao obavlja nešto vidljivija ruka državnog aparata.

Sovjetske metode kontrolisanja filmske industrije imale su brojne pojavne oblike, „bilo kroz suptilna sredstva poput auto-cenzure producenata i loših recenzija u Pravdi, ili odbijanjem u Goskinu, centralnom upravnom tijelu za film“ (Zeltserman, 2013: par. 7), a u prvom planu kadrova ovog „revolucionarnog medija političke komunikacije“ (Taylor, 1983: 445) bilo je veličanje komunističkih tekovina.

„Još je 1932. Staljin objavio manifest u nedjeljniku *Literaturnaya Gazeta*, u kojem je naveo da ‘narod zahtijeva od umjetnosti čestit, istinit i revolucionarni socrealistički pristup prilikom predstavljanja proleterske revolucije’ (Harrison, 2003: 418, prema: Linsenmaier 2008: 54). Upravo je ovaj Staljinov zahtjev vješto upakovan u formu „narodnog očekivanja“, što je osnova takozvanog socrealističkog pravca koji je bio čest u filmskom stvaralaštvu. Taj izraženo didaktički i normativistički pristup umjetnosti uobičajen je u novonastalim državnim porecima. Štaviše, „svi revolucionarni režimi nastoje da daju sebi legitimitet kroz osnivačke narative koji, nakon više ponavljanja, postaju sastavni dio društvene strukture, pritom brišući ili gurajući pod tepih ostale verzije istorije“ (Corney 2004: 9, prema: Linsenmaier 2008: 54). Simptomatično je, međutim, to što sovjetska vlada, kako primjećuje Rasel, nije bila usamljena u ovom stavu – mnogi sovjetski umjetnici veličali su industrijsku umjetnost i propagandu kao validno polje izražavanja umjetnika (Russell, 2009: 67). Generalno gledano, propaganda nije imala „negativne moralne i političke konotacije u Sovjetskoj Uniji“ (Russell, 2009: 65).

Dok su u SSSR-u, ali i ostatku Evrope, strahovali od amerikanizacije i „kokolonizacije“ (Kuisel, 1991:101), u Americi se nakon pobjede nad nacizmom javlja drugi talas epohe „Red scare“. Iako u privatnom sektoru, film je, kako će se pokazati, bio suviše jako oružje da bi se prepustio samovolji tržišta, pa je pored čuvenog Zakona o kontroli komunista, kojim je *de jure* zabranjen rad svim komunističkim organizacijama u SAD-u, za „protjerivanje komunizma“ značajan je i Odbor Predstavničkog doma za antiameričke aktivnosti HUAC. Njegovi istražni postupci, kasnije u stručnoj javnosti percipirani kao klasičan primjer

„lova na vještice“, bili su fokusirani na otkrivanje subverzivnih aktivnosti protiv američke federacije, a epiteti „subverzivni“ i „antiamerički“, u tom periodu pripisivali su se najčešće komunistima. Tako je epohalni slučaj „Holivudske deseterice“, koji su osuđeni na godinu izdržavanja kazne u Američkom federalnom zatvoru i izopšteni iz zajednice, bio samo početak „Crne liste Holivuda“.

Pored osnovanosti sudskih procesa, koji su uništili ogroman broj života, a pojedine osuđenike, kako tvrdi Dods, naveli i da izvrše samoubistvo, upitna je i priroda samih optužnica (Dodds, 2003: 213). „Pojedini su članovi Partije vjerovatno bili špijuni ili ubice, baš kao i pojedini agenti SAD-a. Ali napadi na komuniste i komunističke simpatizere nisu bili fokusirani na stvarne zločine, već na članstvo, vjerovanja i udruženja“ (Rogin, 1984: 4).

Komunistička partija je predstavljana kao glavna prijetnja po bezbjednost američkog naroda, ali i po neoliberalne normative koji su, činilo se, predstavljali budućnost cijelog čovječanstva. A kako je Holivud „pređuboko usađen u američku kulturu da bi bio izolovan od njene politike“ (Brownstein, 1990: 391, prema: Maltby 2003: 268), film je imao veliku ulogu u demonizaciji komunizma. Pri tom, nisu samo Sovjeti bili „na tapetu“ holivudske propagande. Posebnu pažnju zavređuje osvrt na kritiku takozvanog „unutrašnjeg neprijatelja“ – „prosjecnog Amerikanca, čija muževnost, a samim tim i moral, navodno opada pa lako biva predmetom komunističke manipulacije. Sa ništa manjim žarom, hladnoratovski filmovi su upozoravali na ‘zlobnu, konformističku prisutnost ispod blage, benigne spoljašnjosti srednjeg američkog sloja’“ (Nicholson, 2011: 258).

Dakle, baš kao i u SSSR-u, društveno-političke okolnosti itekako su uticale na proizvodne procese u naizgled slobodnim privatnim filmskim studijima Sjedinjenih Američkih Država. Znači li to, međutim, da ne postoji suštinska razlika u propagandnom djelovanju dvaju država? Dok se gvozdena zavjesa nadvijala nad svijetom, „postalo je pomodno tvrditi da nema značajnijih razlika u sferama uticaja koje su Vašington i Moskva napravili poslije Drugog svjetskog rata: i jedna i druga su bile ‘moralno iste’ i uskraćivale su autonomiju svima koji su pod njima živjeli“ (Gedis, 2003: 83). No, teza o „moralno jednakima“, iako i dalje sveprisutna, previše je pojednostavljena, makar sa filmskog stanovišta. Ciljevi propagande dvaju zemalja zaista su bili isti – dominacija na političkom i kulturološkom platnu. Ipak, mora se imati na umu da identičnost ciljeva nužno sa sobom ne povlači i istovjetnost sredstava. „Svaki je film dio ekonomskog

systema, a takođe je dio ideološkog sistema, jer su 'bioskop' i 'umjetnost' grane ideologije. Niko ne može pobjeći" (Comolli & Narboni, 1971: 27). Film je u stvari krajnji proizvod brojnih okolnosti – kako ekstrinzičnih tako i intrinzičnih. Dakle, sama činjenica da govorimo o dva suprotna politička uređenja, dovoljna je za pretpostavku da postoje izvjesne razlike u pogledu propagandnog djelovanja. „Autoritarni vladari skloni su da vjeruju da cilj opravdava sredstva i osjećaju se slobodnim da djeluju u skladu sa tim. Demokratije rijetko sebi mogu dopustiti takav luksuz, iako njihove vođe, u svojim mračnim trenucima, razmišljaju o tome“ (Gedis, 2003: 37). Gedisovo stanovište, međutim, previše pojednostavljuje poluge moći koje djeluju u demokratskim društvima. Nesumnjivo je, naravno, da je opseg sloboda veći u demokratskim uređenjima, gdje pluralizam mišljenja i veći stepen učešća javnog mnjenja omogućavaju, ako ništa drugo, debatovanje o određenim ideološkim principima. Ipak, ne smijemo zaboraviti na one suptilnije i ništa manje efikasne oblike nametanja agende.

„U diktatorskim i autoritarnim režimima, oni koji imaju moć proizvode medijski sistem koji podržava njihovu dominaciju i umanjuje mogućnost efikasne opozicije. Direktna veza kontrole nad medijima i kontrole nad društvom je očigledna. Ali u demokratskim društvima, ista tenzija postoji između onih koji imaju moć i onih koji je nemaju, s tim što bitka poprima drugačije oblike“ (McChesney, 2004: 16–17).

Kada govorimo o slobodi izražavanja u demokratskim uređenjima, jedan od glavnih argumenata neoliberalno orjentisanih teoretičara jeste da je samoregulacija tržišta dovoljan garant te slobode – vođeno svojevrsnim zakonima ponude i potražnje, tržište, a ne država, određuje šta će se i u kom obliku proizvoditi. Cenzori iz autoritarnog doba su zamijenjeni publikom, a kako je tržište široko, svaki će proizvod naći svog kupca. Da sve nije tako idealno, najbolje nam pokazuje fenomen „paradoksa tržišta ideja“ koji je Bernhard (Bernhard) primjetila, baveći se privatnim TV emiterima u SAD-u: „Komercijalni emiteri svojevrijem su radili ideološki posao državne bezbjednosti, a tržišna retorika je štitila ovaj vid saradnje od nadzora javnosti. Radiodifuzni sektor se ponašao kao državni štit i počeo je da prodaje Hladni rat američkoj javnosti“ (Bernhard, 2003: 8).

Praveći osvrt na položaj novinara i režisera, grupa autora publikacije „East is East and West is West“ navodi da su ipak postojale ključne razlike na Istoku i Zapadu:

„Istočni pisci su se bez izuzetka suočavali sa strogom cenzurom, osim ukoliko su bili spremni da se bave ilegalnim izdavaštvom; Zapadni novinari i producenti, s druge strane, imali su određenu autonomiju, iako su njihovi proizvodi bili odraz dominantne ideologije na nešto suptilniji način“ (Major & Mitter, 2003: 6).

Drugim riječima, i izdavačke kuće i filmski studiji bili su, zaključuju autori, na nešto „labavijem povocu“ (Major & Mitter, 2003: 15). *Summa summarum*, da cenzure i takozvanog agenda setting-a nije bilo sa Zapadne strane zavjese, jednako je paušalna teza kao i tvrdnja da ne postoje razlike u modelima i intenzitetu propagande. Logično je pretpostaviti da će ona strana koja zavisi od odluka biračkog tijela sopstvene stavove pokušati da nametne na nešto suptilniji način. U narednom poglavlju vidjećemo na koji su se način pomenute razlike odrazile na analizirana filmska ostvarenja.

3. Metodologija

Uzevši u obzir da članak spada pod deskriptivno istraživanje (vidi: Baxter & Jack, 2008: 548), kao i prirodu problematike, kvalitativna analiza predstavlja najpodobniji oblik metodološkog pristupa. S tim u vezi, teorijski osvrt i deskripcija sadržaja koriste se kako bi se nepotpunom indukcijom došlo do odgovora na istraživačka pitanja.

Polje istraživanja je suženo na filmove iz „nedokumentarnog“, mejnstrim domena – one koji ne pretenduju na prikazivanje stvarnog toka događaja i koji, kao sastavni dio pop kulture, nastoje da privuku širu publiku. S obzirom na to da postoje obimne studije na temu propagandne kinematografije, jedinicu analize čini svega šest filmova, ne bi li se, u krajnjem, analizi istih pristupilo što detaljnije. *Bijelo sunce pustinje* (1970), *Milioner* (1963), *Pilot* (1957), *Posljednji inč* (1958), *Rambo: Ukus krvi* (1985) i *Top Gan* (1986), osim što su nastali u različitim razdobljima Hladnog rata, ujedno predstavljaju zaseban segment propagandnog djelovanja. Svaki od šest odabranih filmova, kao reprezentativni predstavnik hladnoratovske kinematografije, osim što ukazuje na propagandne metode koje su korišćene, posredno nam daje dragocjen uvid u dominantne narative tadašnjeg javnog mnjenja.

4. Deskriptivna analiza filmova

Svrha političke propagande u analiziranim filmovima može se sumirati u dva cilja:

- [1] Zagovaranje dominantne ideologije, odnosno „manje ili više usaglašenog skupa ideja koji pruža osnov za neku vrstu političke djelatnosti“ (Hejvud, 2004: 781);
- [2] Opravdanje političkih akcija, u prvom redu, vojnih intervencija.

Kako bi se zagovarala dominantna ideologija (neoliberalizam u SAD-u i ortodokсни komunizam u SSSR-u), osim ukazivanja na njihove pozitivne strane, paralelno se vodila i negativna kampanja usmjerena na društveno-ekonomske sisteme protivnika (kapitalizam u SAD-u i komunizam u SSSR-u) i na dominantne normative dva režima. Neizostavni dio propagandnih poruka čini i negativno portretisanje neprijatelja, koje ide ruku pod ruku sa nametanjem određenih standarda za domicilno stanovništvo. S druge strane, kinematografija je korišćena kao opravdanje, ili čak promovisanje određenih političkih akcija, a kako je geopolitika i dalje bila od primarnog značaja, filmovi koji su više ili manje suptilno zagovarali promilitarističke politike nisu bili rijetkost.

4.1. Film u službi revolucije: *Posljednji inč* (1958), *Milioner* (1963), *Bijelo sunce pustinje* (1970)

Fokusiranost producenata i režisera na veličanje tekovina Komunističke partije umnogome je doprinijela smanjenju takozvane negativne kampanje usmjerene ka spoljnjem neprijatelju. Zapravo, „nije postojala sovjetska verzija Ramba III (Peter McDonald, 1988), u kojoj bi sovjetski heroj ubijao američke vojnike kao zečeve iz dva mitraljeza istovremeno“ (Shcherbenok, 2010: 7).

Negativna kampanja je, naravno, bila prisutna i u sovjetskom filmu, ali je bila neizmjereno više usmjerena prema kapitalističkom sistemu, što se da vidjeti u filmu *Posljednji inč* (1958), u kojem je prikazana „ugnjetavana muževnost prosječnog građanina SAD-a, koji ne može biti srećan zbog abnormalne srži kapitalističkog društva“ (Riabov, 2017: 219). Ideološke poruke u ovom filmu se ne deklamuju već, naprotiv, vještom manipulacijom bazičnim ljudskim strahovima i emocijama, režiser navodi gledaoca na određene zaključke. Krićka oštrica je usmjerena ka individualizmu, ali i ka cjelokupnom tretmanu prosječ-

nog čovjeka. Cilj je, zapravo pokazati da, iako se kapitalistički režimi pozivaju na ekonomski prosperitet⁶. Situacija nije idealna za prosječnog stanovnika, a gledaocu je implicite poslata poruka „Ovako ćeš proći u sistemu gdje kapital ima primat“.

Idealnotipski prikaz žrtve kapitalizma dat je kroz lik Bena Enslija (Nikolaj Krjukov), jednog od protagonista filma. On je, naime, vrstan pilot koji je, kako je primijetio njegov saradnik Giford (Mihail Gluzicki), sa svoje 43 godine previše star da bi pronalazio poslovne prilike u struci. Dakle, iako ima sposobnosti koje ga čine itekako poželjnim, tržište rada ga tretira kao „potrošnu robu“, pa je prinuđen da radi na raznim poslovima kako bi preživio.

Pomenuti Giford Benu nudi isplativu, ali i izuzetno opasnu poslovnu priliku – snimanje podvodnog TV spota u zalivu punom ajkula. Iako je Ben jedini koji se u tom poslu izlaže riziku, novčana se dobit ipak dijeli između dvojice partnera jer Giford obezbjeđuje avion i ostala neophodna tehnička sredstva, što nesumnjivo predstavlja jasnu aluziju na marksistički princip klasne borbe prema kojem buržoazija (oni koji posjeduju sredstva za proizvodnju) iskorišćava proleterijat (one koji prodaju svoj rad)⁷.

Na putu do svog odredišta, Enslj čak ima priliku da vidi mjesto na kojem je imao posljednji, kako on kaže, „pravi posao“. Simbolično, to je mjesto sada napušteno i u ruševinama. „Istraživanje nafte je sada zatvoreno. Beskorisno je. Ali kome je beskorisno?“, razmišlja Ben, aludirajući na privatne interese koji su stavljeni ispred javnih kao još jedan usud kapitalističkog sistema koji favorizuje pojedinca koji ima novac nauštrb radnika.

Hemingvejski ton je sveprisutan tokom cijelog filma – Ben sa svojim sinom Dejvijem (Vjačeslav Muratov) stiže na plažu na kojoj treba da se odigra snimanje, a kako niko ne zna gdje su otac i sin, ne postoje ni izgledi da će ih tražiti na tom mjestu ukoliko im se nešto dogodi. Riječju, njih dvojica su prepušteni sami sebi, što je još jedna aluzija na usamljenost čovjeka u kapitalističkom sistemu.

Kritika kapitalističkog društvenog uređenja kulminira u sceni kada Ben, napadnut od strane ajkula, biva prinuđen da ostavi kameru na dnu mora kako

⁶ Za vrijeme Hladnog rata, SAD je u prosjeku imala pet puta viši bruto domaći proizvod od SSSR-a. Komparativni pregled BDP-a dvije države dostupan je na sajtu *Nation Master* (URL: <http://www.nationmaster.com/country-info/compare/Soviet-Union/United-States/Economy>, posjećeno: 04. avgust 2018).

⁷ „Odnos između buržoazije i proleterijata je nepomirljiv sukob koji prozlazi iz činjenice da je proleterijat u kapitalizmu uvijek i sistemski eksploatisan. Marks je vjerovao da sva vrijednost potiče iz rada uloženog u proizvodnju robe“ (Hejvud, 2004: 108).

bi se spasio. Dejvi, svjestan činjenice da bi naredno ronjenje moglo biti kobno, moli ga da se ponovo ne izlaže opasnosti, ali ga Ben odbija riječima: „Kamera košta 600 dolara, a ono što je u njoj nekoliko hiljada. Hoćeš sve to da ostavim ajkulama? Nisam toliko bogat“ ili, u prevodu, „Lagodan život je luksuz koji samo bogati ljudi mogu da priušte“.

Enslu uspijeva da izvuče kameru iz mora, ali je napad ajkula ostavio katastrofalne posljedice – gotovo bez mogućnosti da se kreće i sa čestim napadima nesvjestice, Ben nije u stanju da upravlja avionom. Kormilo, ili bolje reći pilotsku kabinu, preuzima njegov sin koji uspijeva da spasi život svom ocu, a upravo rečenica koju Ben izgovara u bolnici („Možda čovjek stvarno ne može živjeti sam“) označava potpuni krah individualističkog principa.

Nasuprot prikrivenim porukama iz prethodno analiziranog filma, animirano ostvarenje *Milioner* (1963) predstavlja knjiški primjer negativne kampanje usmjerene jednako ka društvu i pojedincima u njemu, i to kroz tri dimenzije. Prevedeno, kroz lik buldoga koji je naslijedio milione ukazuje se na sveprisutnost pohlepe i konzumerizma kao „instant filozofije potrošačkog duha“ (Žakman-Ban & Špehar Fiškuš, 2016: 45) u kapitalističkom društvu.

Naracija neodoljivo podsjeća na motiv podrugivanja pomodarcima koji je prilično čest za slovensku književnost – iako nema direktnog ruganja psu, spoznaja da buldog „Često posjećuje spa centre i banje/ Čuva svoje dragocjeno zdravlje/ A svake srijede, za besprekoran izgled/ Zadužen je njegov lični frizer“, groteskna je sama po sebi. Buldog je u biti idealan protagonist filma jer najbolje oslikava paradoks potrošačkog društva – čovjeku, baš kao ni psu, nije potreban luksuz koji mu kapitalizam nudi, a ipak, što više imamo, više nam i treba.

S druge strane, moralna elastičnost i labilnost vrjednosnog sistema otjelotvorena je kroz pripadnike džet seta u elitnom klubu, koji u kafkijanskom maniru, želeći da imitiraju milionera, igraju „pseći valcer“, čime se nedvosmisleno poručuje da se u kapitalističkom društvu čak i vrjednosni sistemi mogu nametnuti novcem. U stvari, podražavanjem buldoga, ljudi se simbolično srozavaju na niži nivo, a da pri tom nisu svjesni svog srozavanja jer su dopustili da se bogatstvo tretira kao najviša vrlina. I zaista, pas koji ima novac može da radi šta mu se prohtje – pa i da, pri povratku iz noćnog provoda, urinira po nozi čuvara javnog reda i mira, dok mu ovaj salutira.

Finalno, sinergija konzumerizma i srozanog vrjednosnog sistema dovodi do jačanja moći novca u kapitalističkom društvenom uređenju, što predstavlja

primarnu kritiku upućenu kapitalizmu i „Jednoj državi“⁸. Pas vratolomnom brzinom postaje ugledni član društva, ulazi u krug milionera gdje je, kako navodi narator, „od bankara naučio da reži kada neko pomene mir“. Možda bolje od bilo kakve retoričnosti, poruku o američkom društvu prenosi sklop boja koje u više navrata postaju crvene i crne, a okolina poprima oblik pakla. U jednom momentu čak i pas, sa bankarima, dobija oblik đavola, što daje novu dimenziju poruci, ako uzmemo u obzir da je u Sovjetskom savezu religija bila potpuno marginalizovana.

Tu se, međutim, buldogov uticaj ne završava – svakodnevno se pominje u novinama, iznosi svoje stavove o ključnim temama, da bi na kraju postao „Kongresmen sa zubima“. Posljednja replika u filmu „Da, on je sada izabrani član Senata; Eto šta se može uraditi sa prljavim novcem – samo ga treba dobiti“, dodatno dobija na jačini kada na kraju filma sav novac i luksuz nestaju i gledaoci vide šta je protagonist u biti, bez svog novca. U „Jednoj državi“ se sve može kupiti – naklonost ljudi, uticaj, medijski prostor, pa čak i položaj u krovnim institucijama države.

S druge strane, pandan američkim Vestern filmovima u SSSR-u predstavlja takozvana Istern⁹ (Davydenko, 2014: s.c) kinematografija, koja je prvenstveno korišćena kao opravdanje vojnog intervencionizma, a upravo je kulturni sovjetski film *Bijelo sunce pustinje* (1970) jedan od najreprezentativnijih primjera ovog žanra.

Uprkos određenim teritorijalnim pretenzijama u Aziji, Rusi su u filmu prikazani kao emancipatorski narod – fabula se fokusira na pripadnika Crvene armije Fjodora Suhova (Anatolij Kuznjecov) i na njegov neslužbeni zadatak da zaštiti harem Abdulaha, lidera pokreta Basmačija¹⁰ koji pokušava da ubije svoje doskorašnje žene. Suhov sklanja žene u „Dom za oslobođene žena Istoka“ u obližnjem priobalnom naselju, a plakat „Stanimo na kraj predrasudama. I žena je čovjek!“ dodatno ide u prilog tezi o sovjetskoj borbi za prava žena.

Suhov, inače prototip časnog vojnika koji ne ostavlja svoj zadatak ni kada mu život od toga zavisi, posjeduje ono što je Hejnz (Haynes, 2000:154) nazvao

⁸ Zahvaljujući brojnim insinucijama, poput valute koja se koristi i državnog aparata koji se usput pominje, nije teško pretpostaviti da se aludira na SAD.

⁹ Ni ostale zemlje Istočnog bloka nisu bile imune na čari Vesterna, pa smo u Jugoslaviji imali partizanske filmove, poznatije kao *Gibanica Vestern*, a u Mađarskoj smo imali *Gulaš Vesterne*. Ovaj žanr, međutim, ne treba miješati sa *Red Vesternima*, koji su identični Američkim *Vesternima* (Davydenko, 2014: s.c) .

¹⁰ Pokret Basmačija naziv je grupacije pretežno islamskih pobunjenika iz Centralne Azije, koji su se borili protiv carske Rusije i kasnijeg Sovjetskog Saveza.

„atributima ‘pravog’ Sovjetskog čovjeka“ – „hrabrost, osjećaj za zajednicu, patriotizam i sposobnost da ‘pije kao smuk’“. Kako bi se dodatno ukazalo na emancipatorsku prirodu Sovjetskog prisustva, gledaoci imaju priliku da vide oštar kontrast u tome kako se Suhov ophodi prema ženama, u poređenju sa tim kako ih tretira njihov bivši muž, koji želi da ih ubije samo da ne bi „pri-pale“ drugom čovjeku („Džamila, zar nisi bila moja omiljena žena? Jesam li te ikad uvrijedio? Zašto onda nisi umrla?“). S druge strane, iako u superiornom položaju u odnosu na žene, Suhovljeva principijelnost ne biva poljuljana, pa na konstataciju da je on novi gospodar harema, Fjodor odgovara: „Drage žene, revolucija vas je oslobodila. Niko vas više ne posjeduje. Gospodar više ne postoji. (...) Zaboravite svoju prokletu prošlost. Sada ste slobodne i svaka od vas će imati svog muža“¹¹.

Idilični ruski pejzaži koji se gledaocu prikazuju kroz Suhovljeva sanjarenja, kao sušta suprotnost prilično negostoljubivoj pustinji, šalju poruku da Suhov, iako bi najradije bio u Rusiji, ipak, kako i sam kaže, „vezan revolucionarnom dužnošću“, ostaje da brani „bratski Istok“. Time se, dakle, nedvosmisleno šalje poruka da SSSR nije tu da kolonijalizuje Aziju, već da bude „faktor stabilnosti“, što neodoljivo podsjeća na retoričnost SAD-a prilikom pravdanja vojnih akcija za vrijeme Hladnog rata.

Ukoliko ovo nije dovoljna paralela sa američkom kinematografijom, valja napomenuti da je u više navrata protagonista filma, u po život opasnim situacijama, prikazan kao poprilično hladnokrvan i suzdržan, pa čak i ironičan. Tako, primjera radi, nakon što je dinamit bačen na njega, on ga koristi kako bi zapalio cigaretu, a u drugoj sceni na pitanje „Da li da te odmah ubijem ili da te mučim?“ Suhov podrugljivo odgovara sa „Radije bih bio mučen“. Štaviše, u ovom filmu nalazimo nešto što se često zamjera američkim ratnim propagandnim filmovima – sposobnost protagoniste da se izbori sa mnogostrukom brojnijim neprijateljem. Istini za volju, Suhovljeva pobjeda nad gerilom Basmačija nije predstavljena mnogo vjerodostojnije od Rambove pobjede u vijetnamskom kampu, o kojoj će biti riječi u nastavku.

Bijelo sunce pustinje je naišlo na odličan prijem kod sovjetske publike, toliko da su fraze iz filma korišćene u svakodnevnom govoru (Heath, 2015: par.1). I to s razlogom. Iako film „vibrira ruskom propagandom, zamaskiranom u

¹¹ Valja pri tom napomenuti da je „opšte odsustvo romantičnih zapleta“ (Davydenko, 2014: s.c.) jedna od glavnih karakteristika Istern žanra.

mladalačke snove o avanturi i duboko usađenu kulturološku maštu“ (Khaikin, 2012: par.5), ne možemo ga uvrstiti u stereotipni „akcioni okvir“. Naprotiv, neosporna estetika kadriranja, slojevitost radnje i lakoća sa kojom se prelazi između tih „slojeva“ jesu nešto što ovaj film visoko kotira na ljestvici sovjetske kinematografije, uprkos očiglednoj propagandnoj dimenziji.

4.2. Kad Holivud zaratuje: *Pilot* (1957), *Rambo II* (1985), *Top Gan* (1986)

Pomenuti brojni sudski procesi protiv „unutrašnjih neprijatelja“ poklapaju se sa procvatom špijunskih filmova u 50-im i 60-im godinama prošlog vijeka. Scenariji, čini se, kao da su pravljeni po istom receptu, ili makar sa dva glavna sastojka – romansa i prijatnja po državu.

Iako je filmska franšiza Džejms Bond sinonim za špijunske filmove nastale u holivudskoj produkciji, predmet analize biće nešto reprezentativniji film *Pilot* (1957) koji, baš kao i Bondovi filmovi, „direktno govori o brigama anglo-američke publike“ (Jenkins, 2005: 316). Evropskoj savremenoj publici manje poznat, ali u hladnoratovskoj kinematografiji itekako značajan, glumac i režiser Marion Mičel Morison, poznat kao Džon Vejn, u tom filmu glumi pukovnika Vazdušnih snaga Džima Šenona, vrsnog pilota u čiju bazu dolazi dezertarka iz Sovjetskog saveza potpukovnica Ana Marladovna (Dženet Li).

Već pri upoznavanju dvoje junaka dat je niz sentenca koje su samo uvertira u negativnu kampanju prema Sovjetskom savezu. „Tvoja priča je previše jednostavna za jednu Ruskinju. Previše pametna i previše iskrena“, „Konačno su [Rusi] napravili jedan [upaljač] koji radi“, te dijalog iz kojeg se da pretpostaviti da su u Rusiji topla voda i sapun rijetkost, samo su neke od replika kojima se ukazuje na inferiornost SSSR-a. Paralelno sa negativnom kampanjom ukazuje se na superiornost SAD-a kao nacije i „američkog načina života“, na koji, pokaže se, ni hladnokrvna komunistkinja nije imuna.

Tokom cijelog filma prisutno je oduševljenje mlade Ruskinje svime što joj američki kapitalizam pruža – kuće su luksuznije i prostranije, odjeća neuporedivo ljepša, hrana i cigarete bolje. Ilustracije radi, prilikom boravka u Palm Springsu, Ana ne može da shvati da će sa Džimom da dijeli dvosobni apartman jer, kako kaže: „U Rusiji, smjestili bismo ovdje makar tri porodice. Odnosno četiri, tako što bismo ovu sobu pregradili zavjesom“.

Tu prednosti neoliberalnog sistema ne prestaju, pa je čak i način na koji se tretiraju politički nepodobni mnogo humaniji nego u Rusiji –kada sazna je da

će, ukoliko odbije da se povinuje naređenjima nadređenih, Šenon „samo“ dobiti otkaz, Marladovna oduševljeno izjavljuje: „Predivna zemlja! U Rusiji bi te ili ubili ili poslali u rudnike uranijuma“. Baš kao što Anini izrazi oduševljenja ukazuju na blagodeti kapitalizma i SAD-a kao države, njene izjave da je ljubav, baš kao i religija, ništa drugo do „opasan narkotik zbog kojih pojedinci zaboravljaju svoje dužnosti prema državi“, služe kako bi se komunistički vrjednosni sistem prikazao kao defektan i kako bi se pripadnici te ideologije dehumanizovali. Način na koji Ana deklamuje ovakve i slične rečenice kod gledaoca stvaraju predstavu o komunistima kao o mašinama koji se „strogo pridržavaju discipline i koji se bespogovorno povinuju naređenjima“ (Shcherbenok, 2010: 3). Hladni i proračunati Sovjeti koji svode individue na brojke, koje se pritom lako mogu žrtvovati, predstavljeni su kao sušta suprotnost emotivnim Amerikancima koji stavljaju čovjeka na prvo mjesto i koji su u stanju da se oglušé o naređenje, ukoliko je to za više dobro (Šenon se ženi Anom, kako bi je spasio od deportovanja, što ona, prema sopstvenim riječima, nikada ne bi uradila za njega).

Kako radnja odmiče, saznajemo da je Ana u stvari Olga Orliof, jedna od najboljih ruskih tajnih agenata koja je dobila zadatak da prenosi informacije iz američke baze u SSSR. Negativan prikaz njenog lika, a samim tim i ostalih komunista, eskalira nakon što bračni par pobjegne u Sibir, gdje se Anino/Olgino ponašanje drastično mijenja. Šenon je, ipak, mudriji od nje i tu je samo da bi uradio isto ono što je ona pokušala u Americi, pa dok njegova žena misli da „je zaljubljen u nju i da ne postoji ništa što ne bi uradio za nju“, pukovnik se odlično snalazi u ulozi dvostrukog agenta i uspijeva da izvuče informacije od pukovnika Sokolova (Roland Vinters) koji ga ispituje. I scene iz Sibira eksplicitno ukazuju na superiornost Amerike – od načina kako se tretiraju ratni heroji preko već pomenutih prikaza stambenih jedinica, odjeće i hrane. Čak i general Lengrad (Ajvan Trajesju), kada ga Orilefova nudi cigaretama, nakon prvobitnog odbijanja izgovara „Ma šta ja to pričam? Odbijam američku cigaretu?“.

Pilot, kao što je napomenuto, ciljano pogađa u srž strahova prosječnog američkog gledaoca, a ruku pod ruku sa pomenutim strahom od komunizma išao je i strah od emancipacije žena i urušavanja američke porodice – u stvari, „u svom najjednostavnijem obliku, filmovi su izjednačavali komunizam sa seksualnim zavodenjem“ (Rogin, 1984: 9).

Slobodno se može kazati da je ovaj, kao i ostali antikomunistički filmovi, „smjestio slobodnog čovjeka, porodicu i ljubav prema zemlji u suparnički

položaj prema ženskoj seksualnosti, državi i invaziji na porodične vrijednosti“ (Rogin, 1984: 13), pa i ne čudi što na početku filma general bojnik Blek (Džej Filipen) govori da nikada neće moći da se navikne na ženske vojnike.

Istini za volju, Ana nije ništa lošiji pilot od Šenona, niti je prikazana kao manje inteligentna od njega, ali je ipak, u maniru afirmacije rodnih stereotipa, od proračunate ruske špijunke transformisana u „idealnu američku trofejnu ženu“ (Voeltz, 2016: 48) koja je na kraju filma odlučila da zbog jednog Amerikanca pobjegne iz svoje voljene domovine u SAD i tamo sa svojim mužem ponovo uživa u luksuzu koji se, kako ona sama kaže u posljednjoj sekvenci, „ne može naći nigdje u svijetu“. Figurativno, „radnja ukazuje na ‘našu’ [američku] superiornu muževnost i figurativnu kastraciju neprijatelja, demonstrirajući na taj način nadmoć Sjedinjenih Država u rodnim odnosima“ (Riabov, 2017: 211), pa se, na kraju, i Anina odluka da se vrati u SAD može protumačiti kao simbolična pobjeda neoliberalizma nad komunizmom.

Kao što je napomenuto, opšte je poznata činjenica da su u Hladnom ratu postojali „momenti“ usijanja. Kako je, međutim, veliki dio javnog mnjenja bio protiv intervencionističke politike¹², trebalo je pronaći način kako opravdati uplitanje Amerike u oružane sukobe, pa čak i ratove u Vijetnamu, Avganistanu i Koreji. Baš kao i Sovjetski savez, i SAD su pokušavale da sebe predstavljaju kao emancipatorski narod, pa se nerijetko mogla čuti takozvana domino teorija – ukoliko komunizam zahvati jednu zemlju, zahvatiće i ostale, te su stoga vojne intervencije SAD-a nužne za očuvanje demokratskog poretka u svijetu.

Upravo je u Vijetnamu smještena radnja drugog dijela filma *Rambo: Ukus krvi* (1985). Ratnog veterana iz Drugog indokineskog rata Džona Ramba (Silvester Stalone) koji je, u stvari, kako to primjećuje Lanzagorta, „žrtva društvene krize“ (Lanzagorta, 2008: par.19), na početku filma zatičemo na izdržavanju osmogodišnje zatvorske kazne u kamenolomu. Činjenica da je jedan ratni veteran na takvom mjestu, baš kao i njegova tvrdnja da mu ipak nije loše jer, kako kaže, tu makar zna na čemu je, u samom startu nameće loš položaj bivših američkih boraca kao lajt motiv filma.

Odbačeni ratni heroj ipak nije potpuno zaboravljen, pa dobija ponudu od pukovnika Sema Trautmena (Ričarda Krena) da se u zamjenu za skraćenje robi-

¹² U periodu od 1945. do 1973. održano je više desetina protesta protiv rata u Vijetnamu. Spisak taksativno pobrojanih antiratnih skupova dostupan je na: https://en.wikipedia.org/wiki/Lists_of_protests_against_the_Vietnam_War, datum posjete: 21. avgust 2018.

je vrati u Vijetnam kako bi utvrdio da li su istiniti navodi o preživjelim ratnim zarobljenicima. Odavde se propagandne poruke računaju u dva pravca:

„Samo ću vam reći da je Rambo najbolji borac kojeg sam vidio. On je borbeni stroj koji želi da dobije rat koji su drugi izgubili. Ako pobjeda znači njegovu smrt, on će umrijeti. Bez straha i bez žaljenja“, kaže potpukovnik Trautmen. Rambo je, u stvari, personifikacija superiornog američkog vojnika – njegove kratke i odsječne rečenice odaju čovjeka od djela, a ne od riječi, dok njegov „hladni i rezervisani stav prema smrti“ (Pollard, 2002: 132) u kombinaciji sa beskrajnom odanošću prema domovini služe kao veličanje američkih vojnika, a samim tim i kao subliminarno veličanje ratnih tekovina SAD-a.

S druge strane, kritička oštrica je nedvosmisleno usmjerena na cjelokupno američko društvo koje je zaboravilo svoje heroje i koje, kako je Rambo naveo, u stvari vodi „tihi rat protiv vojnika povratnika“.

Stoga, iako su Sovjetski i Vijetnamski vojnici izuzetno negativno portretisani, možemo zaključiti da je glavni antagonist ovog filma u stvari Amerikanac maršal Mardok (Čarls Nejpijer), apatični birokrata kojeg nije briga za ljude koji su svoj život dali za SAD. Njemu, naime, nije u interesu da se ratni zarobljenici pronađu jer bi to značilo ili plaćanje ratnih reparacija u zamjenu za njihovo oslobađanje ili pokretanje ponovnih vojnih akcija, čime se gledaocima nedvosmisleno poručuje da je „Mir profitabilan“, što u krajnjem predstavlja napad na jednu od najčešćih hladnoratovskih teza da je „Rat profitabilan“.

Nakon što, Mardokovom krivicom, Rambo biva zarobljen tokom misije, fokus se vraća na veličanje američkog vojnika, čija hrabrost još više dolazi do izražaja u poređenju sa vijetnamskim i ruskim vojnicima koji su hrabri samo kada je Rambo vezan. Film je nastao deset godina nakon primirja u Vijetnamu, ali je, uprkos tome, na tom području, kako kaže agentica Ko Puang Bao (Džulija Nikson), „previše smrti“ i „rat još traje“. Koina želja da ode u Ameriku, gdje će početi da živi „mirnim životom“, dodatno pojačava poruku da američka intervencija ipak nije bila neopravdana.

Rambo je zaista simbol jedne ere u američkoj politici – Reganove ere koji je, ilustracije radi, samo u drugoj fiskalnoj godini svog mandata povećao izdatke na odbranu za gotovo 17 milijardi dolara (Bartels, 1991: 457). I predsjednik je, po svemu sudeći, imao pozitivno mišljenje o Rambu. „Pred kraj bejrutske talačke krize, predsjednik Regan je izjavio na pres konferenciji: ‘Čovječe, nakon što sam

odgledao Ramba (Ukus krvi II) prethodne večeri, znam što mi je činiti ukoliko se ovo ponovi” (Lanzagorta, 2008: par.2).

Sličnosti sa politikom četrdesetog predsjednika SAD-a su prevelike da bi bile slučajnost, pa se čak i Rambovo odbijanje da se povinuje naredbi o izbjegavanju bilo kakvih sukoba može protumačiti kao promovisanje Reganove promilitarističke politike. Ne samo da odbija da se povinuje naredbi, već, na kraju filma, svom nadređenom naređuje: „Znaš da tamo ima još naših ljudi. Znaš i gdje su. Nađi ih, ili ću ja naći tebe“, čime ovaj ratni veteran simbolično oduzima moć birokratskoj Americi i stavlja kontrolu u ruke iskonskih patriota, koji ne samo da vole svoju zemlju „već su spremni da umru za nju“.

Svega godinu nakon drugog dijela Ramba, pred kraj Hladnog rata, publika je imala priliku da na bioskopskim platnima vidi blokbuster napravljen u saradnji sa američkom mornaricom, *Top Gan* (1986).

Već u sklopu najavne špice, dat je prikaz vježbe slijetanja gdje je vješto kadriranje, uz pomoć kojeg je mornarička avijacija SAD-a prikazana u punom kapacitetu, upareno sa prikazom vrhunske tehnologije na nosaču. Ukoliko se tome doda muzička podloga nju-vejev ostvarenja *Danger zone*, nije teško naslutiti u kojem će se pravcu kretati fabula. U vojnoj vježbi učestvuje i protagonista filma Pit „Meverik“¹³ Mičel (Tom Kruz). Nakon bliskog susreta sa sovjetskim letjelicama MiG 28, Maverik uspijeva ne samo da ih otjera, već i da svojim manevarskim sposobnostima, koje prelaze granice naučne fantastike, fotografiše jednog sovjetskog pilota. Već na početku, kao što je i u većini propagandnih filmova do sad bio slučaj, naslućujemo ton blokbestera – iako je negativna slika o neprijatelju gurnuta u drugi plan (sovjetskog vojnika uopšte nemamo priliku da vidimo u filmu), *Top Gan* je još jedan primjer propagiranja promilitarističke politike Reganovog doba. Na nešto drugačiji način, doduše.

Baš kao i kod Ramba, u ovom filmu imamo neprilagođenog i donekle tragičnog junaka čija ljubav prema domovini i prema svom pozivu uspijeva da nadjača sve tragedije koje su ga zadesile. Međutim, način na koji se Meverik ponaša u mnogim po život opasnim situacijama, krije u sebi još jednu poruku – rat nije samo nužna odbrana od neprijatelja, on je i zabava. Pit Mičel, sa svojim radaristom Nikom Bredšoom (Entoni Edwards) dobija priliku da pohađa elitnu Ratnu pilotsku školu, koju piloti nazivaju Top Gan. Na predavanjima se piloti ne uče samo osnovama avijacije, pa rečenice poput „U Koreji smo na svaki naš

¹³ Original „Maverick“ – *tvrdoglav, svojeglav, otpadnik, nekonfirmista*

srušen avion uklonili 12 njihovih. U Vijetnamu se taj omjer spustio na 3:1. (...) Na kraju rata odnos se vratio na 12:1¹⁴, služe kako bi se ukazalo na superiornost američke vojne sile.

Za vrijeme boravka u Top Gan-u, Maverikov karakter dolazi do izražaja – Pit Mičel je, kako kažu njegovi nadređeni, „izvrstan pilot“, ali je poprilično svojeglav i nerijetko radi stvari na svoju ruku. Međutim, baš kao i u prethodno analiziranim filmovima, njegovo odbijanje da se apsolutno povinuje autoritetima predstavljeno je kao vrlina – Maverik, baš kao i ostali protagonisti analiziranih američkih filmova, sposoban je da razluči kada mora da se ogлуši o naredjenje zarad višeg dobra (tako je, primjera radi, uprkos naredbi da se vrati u bazu, ostao uz drugog pilota koji usljed paničnog napada nije mogao da upravlja avionom i pomogao mu da sleti). Riječju, prikazuje se njegova „čovječna“ i emotivna strana. Ličnim dramama junaka (pomenuti panični napad pilota na početku filma, kao i Maverikovo beznade usljed Gasove smrti) kao da se gledaocu želi poručiti „Rat nije za svakog, ali će najbolji biti nagrađeni“. I, zaista, da pilot koji je imao napad nije odustao od svoje karijere, on bi bio među najboljima u Top Gan-u¹⁴. S druge strane, upravo je sposobnost da prevaziđe traumu nastalu usljed gubitka prijatelja Maveriku obezbijedila mjesto instruktora u najekskluzivnijoj školi za pilote u Americi.

Uzevši sve navedeno u obzir, Top Gan je idealan agitacioni film – buntovnik-protagonista, uparen sa pojednostavljeno-idealizovanim prikazom stanja u američkoj mornarici, predstavlja dobitnu kombinaciju za targetiranje mlade populacije, koja je željna adrenalina, dokazivanja i, što je još važnije, koja nije prisustvovala strahotama rata. Mornarici se, po svemu sudeći, isplatila pomenuta saradnja sa producentima. *Top Gan* je u godini nastanka proglašen za film sa najvećom bruto zaradom na nacionalnom nivou (Suid, 2002: 558–70, 494–502, prema: Shaw, 2007: 225), a tokom premijera, kako piše novinar AP-a Mark Evje (1986), regruteri su postavljali štandove ispred bioskopa kako bi odgovarali na pitanja potencijalnih budućih pilota. „Regruteri mornarice kažu da nisu pratili uspjeh operacije, ali jesu primijetili da je od puštanja filma pristiglo više upita o programu za kandidate za mornaričke oficire. Ne misle da je posrijedi slučajnost“ (Evje, 1986).

¹⁴ Jer je Maverik bio tek drugi na listi za prijem u školu.

5. Zaključna zapažanja

„Pokretne slike“, kao što je naglašeno, idealan su medij za propagandni vid plasiranja poruke, upravo jer od gledalaca zahtijevaju minimum imaginacije i intelektualnog uključivanja, što ih čini izuzetno sugestivnim. Bilo da govorimo o privatnim filmskim studijima u Holivudu ili o državnim produkcijskim kućama u SSSR-u, kinematografija je, kao što smo imali priliku da vidimo, proizvod aktuelnih ideoloških i socio-ekonomskih prilika. Politika, na kraju krajeva, režira filmove. I Rambo i Suhov su bili svojevrsni ambasadori dominantnih kulturološko-ideoloških narativa, a njihova uloga je time značajnija što su nastali u delikatnom istorijskom trenutku. Sekvence poput „Znaš da tamo ima još naših ljudi. Znaš i gdje su. Nađi ih, ili ću ja naći tebe“ (*Rambo II*) možda će kod savremenog gledaoca izazivati podsmijeh, ali su te rečenice, izgovarane u periodu neizvjesnosti kakav je bio Hladni rat, pogađale u srž strahova tadašnjeg čovjeka. Analiza je pokazala da se u periodu Hladnog rata sovjetsko i američko političko propagiranje zasnivalo na zagovaranju dominantnih ideologija i opravdanju političkih akcija. Dakle, ciljevi propagande dvaju država bili su istovjetni, ali je, s druge strane, primjetna razlika u metodama koje su korišćene kako bi se isti postigli.

Kada je takozvana „negativna kampanja“ posrijedi, uočljiva je razlika u pogledu objekta propagande – kritika u američkim filmovima je prevashodno usmjerena prema pojedincima u komunističkom sistemu, dok su sovjetski filmovi u prvom redu targetirali kapitalistički sistem kao takav. Ono što su američki režiseri željeli postići dehumanizacijom Sovjeta, sovjetski su se režiseri trudili ostvariti nipodaštavanjem vrjednosnih normi i postignuća „Zapadnih“ sistema. Pri tome, u analiziranim filmovima nalazimo i na suprotnost u portretisanju „neprijatelja“ – holivudska produkcija je prikazivala prosječnog građanina SSSR-a kao hladnu i beskrupuloznu mašinu čiji je jedini etički reper naređenje nadređenih (Olga Orilef i general Lengrad iz *Pilot-a*), dok u sovjetskom filmu imamo nešto kompleksniju sliku prosječnog Amerikanca. On je, naime, prikazan ili kao žrtva kapitalizma (Ben Ensl i *Posljednji inč*), ili kao pohlepni i nesavjesni kapitalista (buldog iz *Milioner-a*), ili kao glupi, podvodljivi i moralno labilni čovjek (pripadnici američkog džet seta iz *Milioner-a*).

Kada govorimo o pozitivnoj kampanji, razlika je daleko manje osjetna jer su se oba režima trudila da kroz prikaz sopstvenih režima ukažu na blagodeti dominantnih sistema, a da kroz sliku „običnog čovjeka“ zagovaraju dominantne

vrijednosti – „domaće“ društveno ustrojstvo je u obje kinematografije prikazivano kao superiorno, a „našim“ protagonistima je zajednička ljubav prema domovini, hrabrost i osjećaj za druge ljude.

Nadalje, sličnost je očigledna i u upotrebi filmova kao opravdanja za vojnu intervenciju – obje su se strane trudile da ukažu na „emancipatorski“ značaj svojih promilitarističkih politika. Međutim, u analiziranim američkim filmovima išlo se i korak dalje: uporedo sa osudom američkog društva koje je odbacilo svoje heroje, radilo se i na agitaciji budućih vojnika. Vojni rok u SSSR-u je bio obavezan, pa nije bilo potrebe za ovom američkom taktikom.

Analizom poruka plasiranih filmom dobija se vjerodostojna slika jedne epohe, sa sve dominantnim strahovima i više ili manje skrivenim željama prosječnog čovjeka tog doba. Ratna kinematografija utoliko je zanimljivija, jer nastaje u delikatnom vremenskom razdoblju, kada su umjetničke slobode podložnije ograničavanju, najčešće zarad „višeg dobra“. Upravo je to apstraktno „više dobro“, svedeno na državne interese, uslovalo razliku u propagandnim metodama dvije države. Kako bi se ukazalo na značaj „kolektivnog dobra“ u Sovjetskom savezu, tada ekonomski moćnija Amerika se morala prikazati kao inferiornija u moralnoj dimenziji, ali i u pogledu raspodjele bogatstva. I obratno, kako bi odbranile „slobodu pojedinaca“, SAD su nastojale da SSSR prikažu kao zemlju apsolutnog ograničavanja, gdje je individua svedena na pukog pripadnika kolektiva. Stoga, na kraju, uprkos navedenim razlikama, uzevši u obzir ovlašćenja legislativnih i represivnih aparata, te jačinu poruka koje su upućivane sa bioskopskih platna, ne možemo da ne konstatujemo da je kinematografija imala jednak propagandni značaj sa obje strane Gvozdene zavjese.

Literatura

- Bartels, L. M. (1991). Constituency Opinion and Congressional Policy Making: The Reagan Defense Build Up. *The American Political Science Review*, 85(2), 457–474.
- Baxter, P. & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544–559.
- Bernhard, N. E. (2003). *U.S. Television News and Cold War Propaganda, 1947-1960*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brownstein, R. (1990). *The Power and the Glitter: The Hollywood-Washington Connection*. New York: Panthenon.
- Comolli, J. L., & Narboni, P. (1971). Cinema/ideology/criticism. *Screen*, 12(1): 27–38.
- Corney, F. C. (2004). *Telling October: Memory and the making of the Bolshevik Revolution*. Ithaca: Cornell University Press.
- Davydenko, V. (2014). Pistols at dawn: The Soviet Eastern versus the Classic Western. *Rossiyskaya Gazeta*. Posjećeno: 01.09.2018. URL: https://www.rbth.com/arts/2014/04/08/pistols_at_dawn_the_soviet_eastern_versus_the_classic_western_35681.html
- Dodds, K. (2003). *A Companion to Political Geography*. Malden: Blackwell Publishing.
- Evje, M. (1986). 'Top Gun' Boosting Service Sign-ups. *Los Angeles Times*, 5. Posjećeno: 28.08.2018. URL: http://articles.latimes.com/1986-07-05/entertainment/ca-20403_1_top-gun.
- Fiennes, S. (producentkinja & režiserka). (2006) *The Pervert's guide to cinema*, Ujedinjeno Kraljevstvo: Amoeba Film.
- Gedis, Dž. L. (2003). *Hladni rat*. Beograd: Clio.
- Harrison, C. (2003). *Art in theory, 1900-2000: An anthology of changing ideas*. Malden, Mass.: Blackwell.

- Haynes, J. (2000). Brothers in arms: the changing face of the Soviet soldier in Stalinist cinema. *The Modern Language Review*, 95(1), 154–167.
- Heath, R. (2015). *White Sun of the Desert* (Beloe Solntse Pustyni, 1970). Posjećeno: 05.07. 2018. URL: <http://www.ferdyonfilms.com/2015/white-sun-of-the-desert-beloe-solntse-pustyni-1970/24306/>.
- Hejvud, E. (2004). *Politika*. Beograd: Clio.
- Ilić, M. (1987). *Sociologija kulture i umetnosti*. Beograd: Naučna knjiga.
- Jenkins, T. (2005). The James Bond's 'Pussy' and Anglo-American Cold War Sexuality. *The Journal of American Culture*, 3(28), 309–317.
- Kellner, D. (1991). Film, Politics, and Ideology: Reflections on Hollywood Film in the Age of Reagan. *Velvet Light Trap*, 27, 9–24. Posjećeno: 20.12.2018. URL: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/filmpoliticsideology.pdf>.
- Khaikin, L. (2012). *The East Is A Delicate Matter: Romanticized War And Folklore In "White Sun Of The Desert"*. Posjećeno: 11.07.2018. URL: <https://www.popoptiq.com/the-east-is-a-delicate-matter-romanticized-war-and-folklore-in-white-sun-of-the-desert/>.
- Kinney, K. (2000). Cold Wars: Black Soldiers in Liberal Hollywood. *War Literature and The Arts*, 12(1), 101–121.
- Kuisel, R. (1991). Coca-Cola and the Cold War: The French Face Americanization, 1948-1953. *French Historical Studies*, 17(1), 96–116
- Lanzagorta, M. (2008). *Rambo: In All His Glory*. Posjećeno: 29.08.2018. URL: <https://www.popmatters.com/65573-rambo-in-all-his-glory-1-2496104198.html>.
- Linsenmaier, T. (2008). *Why animation historiography?*. Posjećeno: 14.06.2018. URL: <https://journal.animationstudies.org/wp-content/uploads/2008/11/ASVol3Art7TLinsenmaier.pdf>.
- Major, P. & Mitter, R. (2003). East is East and West is West? Towards a comparative socio-cultural history of the Cold War, *Cold War History*, 4(1), 1–22.
- Maltby, R. (2003). *Hollywood Cinema*. New Jersey: Blackwell Publishing
- Manvell, R. (1974). *Films and the Second World War*. New York: Dell.

- McChesney, R. W. (2004). *The problem of the media*. New York: Monthly review press
- Nicholson, I. (2011). "Shocking" Masculinity: Stanley Milgram, "Obedience to Authority," and the "Crisis of Manhood" in Cold War America. *Isis*, 102(2), 238–268.
- Nye, J. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80, 153–171.
- Palmer, A. W. & Carter, E. L. (2006) The Smith-Mundt Act's Ban on Domestic Propaganda: An Analysis of the Cold War Statute Limiting Access to Public Diplomacy. *Communication Law and Policy*, 11(1), 1–34.
- Pekić, J, & Milovanović, I. (2016). Relacije osobina ličnosti i motivacije za gledanje filmova. *Zbornik radova Akademije umetnosti*, 4, 76–93.
- Perucci, T. (2009). The Red Mask of Sanity: Paul Robeson, HUAC, and the Sound of Cold War Performance. *TDR: The Drama Review*, 53(4), 18–48.
- Pollard, T. (2002). The Hollywood War Machine. *New Political Science*, 1(24), 121–139.
- Riabov, O. (2017). Gendering the American Enemy in Early Cold War Soviet Films (1946–1953). *Journal of Cold War Studies*, 1(19), 193–219.
- Rogin, M. (1984). Kiss Me Deadly: Communism, Motherhood, and Cold War Movies. *Representations*, 6, 1–36.
- Russell, M. (2009). *Soviet Montage Cinema as Propaganda and Political Rhetoric*. Edinburg: The University of Edinburgh.
- Slavujević, Z. (2005). *Politički marketing*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Sorlin, P. (1994). War and cinema: interpreting the relationship. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 4(14), 357–366.
- Shaw, T. (2007). *Hollywood's Cold War*. Edinburg: Edinburgh University Press.
- Shcherbenok, A. (2010). *Asymmetric Warfare: The Vision of the Enemy in American and Soviet Cold War Cinemas*. Posjećeno: 19.08.2018. URL: www.kinokultura.com/2010/28-shcherbenok.shtml.
- Suid, L. H. (2002). *Guts and Glory: The Making of the American Military Image in Film*. Lexington: University Press of Kentucky.

- Šćekić, R. (2017). Osvrt na razvoj propagande. *Matica crnogorska*, 72, 99–124. Posjećeno: 18.08.2018. URL: <http://www.maticacrnogorska.me/files/72/08%20radenko%20scekic.pdf>
- Taylor, R. (1983). A 'Cinema for the Millions': Soviet Socialist Realism and the Problem of Film Comedy. *Journal of Contemporary History*, 18(3), 439–461.
- Voeltz, R. A. (2016). Howard Huges and The Cold War Aviation Film (1957). *CINEJ Cinema Journal*, 2(5), 28–52.
- Žakman-Ban, V. & Špehar Fiškuš, K. (2016). Konzumerizam – društveni fenomen i nova ovisnost. *Hum*, 11(16), 38–65.
- Zeltserman, L. (2013). *Ghosts of Soviet Holocaust Cinema Finally Escape From the Censors' Files*. Posjećeno: 30.08.2018. URL: <http://www.tabletmag.com/jewish-arts-and-culture/134722/soviet-holocaust-cinema>.

Tijana Radulović

University of Montenegro, Faculty of Political Sciences, Montenegro

FILM AS A PROPAGANDA TOOL: USA AND USSR DURING THE COLD WAR

***Abstract:** Between 1947 and 1989, disparate political regimes of the USA and the USSR had actively used films to propagate their ideologies. The aim of this article is to identify differences in their propaganda and to answer the following research questions: How did the USA and the USSR use films as an instrument of political propaganda during the Cold War? When it comes to the placement of the messages in films, is there a difference between propaganda actions of the two states? Theoretical review of the Cold War artistic production, as well the content description of the six analysed movies, have shown that the propaganda aims of the two regimes have been equivalent, but that there are certain discrepancies in the propaganda methods. The difference can be observed in the objects of negative propaganda, as well as in a portraying of the enemy and treatment of women. Far less contrast can be found in the so-called “positive campaigns“. Moreover, both sides endeavoured to indicate the “emancipatory“ sides of their own military interventions. In the analysed pro-militaristic films, the American production went one step further, by deprecating the American society which discarded its own war heroes and by agitating the future soldiers. These differences are a consequence of numerous factors, and the recognition of these factors provides us with insight into dominant social and normative currents and conflicts of the Cold War.*

***Key words:** propaganda, film, cinematography, Cold War, USA, USSR*