

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Bauer

Ameriški vojni film
in
komodifikacija vojne

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Bauer

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

Ameriški vojni film
in
komodifikacija vojne

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

AMERIŠKI VOJNI FILM IN KOMODIFIKACIJA VOJNE

Diplomsko delo obravnava produkcijo ameriškega vojnega filma v luči ameriške ideologije in potrošnje spektakla. Vodilno vprašanje naloge se osredotoča na uporabnost vojnega filma kot pospeševalca patriotizma v ZDA. Vojni film obravnava kot reprezentativni medij za krepitev javnega imidža ameriških vojaških institucij. Vojni film občinstva dojemajo kot obliko zabave. Njegov namen je lahko tudi bolj populistične narave, še posebej tedaj, kadar prikazuje zgodovinsko relevantne dogodke kot ideološko obarvane reprezentacije zgodovine. Naloga obravnava ameriški vojni film skozi koncept komodifikacije, vojno na filmu obravnava kot politično in propagandno sredstvo ter se osredotoči tudi na psihološke procese in motive povezane z gledanjem filmov. Naloga vključuje statistični pregled produkcije vojnega filma v 20. in 21. stoletju, diagram, ki prikazuje porazdelitev svetovne produkcije vojnega filma, ter tabelo, v kateri so navedeni filmi, posneti s pomočjo ameriškega obrambnega ministrstva. Študija primera obravnava film *Pearl Harbor* (2001) s pomočjo tekstualne analize filmskega diskurza.

KLJUČNE BESEDE: vojni film, komodifikacija, propaganda, Pearl Harbor, analiza filma

AMERICAN WAR FILM AND THE COMMODIFICATION OF WAR

This diploma thesis deals with the production of American war film according to American ideology and the consumption of the spectacle. The key question is the usefulness of war film as an accelerator of patriotism in the USA. War film is considered to be the representative medium for the strengthening of the public image of American defense institutions. Public perceives war films as a form of entertainment. But its nature can sometimes be more populist especially when historical events are pictured as representations of history shaped by ideology. Representations of war in films are considered to be a useful means for political and propagandistic purposes. It argues, that war film commodifies war as a spectacle and as a form of a viewing pleasure. A spectator experiences film narrative through psychological processes involved in watching a film. Thesis includes a statistical analysis of the production of American war films in the 20th and 21st centuries, a representation of global shares in the production of war genre, and a table of films produced with the cooperation of the Department of Defense of the USA. A case study focuses on a modern war film, *Pearl Harbor* (2001), and explains it through textual analysis of the film's discursive praxes.

KEY WORDS: War Film, Commodification, Propaganda, Pearl Harbor, Film Analysis

KAZALO

1	UVOD	6
2	VOJNI FILM	8
2. 1	Žanrska opredelitev in značilnosti žanra.....	8
2. 2	Vojni film kot orodje v vojaških odnosih z javnostjo.....	11
2. 3	Sodelovanje med Hollywoodom in ameriško vojsko.....	14
2. 4	Nasilje kot všečen dražljaj; uporaba nasilnih podob v procesu rekrutiranja.....	17
3	O VOJNI	21
3. 1	Vojna kot politično sredstvo.....	21
3. 2	Razširitev pojma 'vojna' na področje terorja in terorizma.....	22
3. 3	Propaganda, film in podoba vojne.....	23
4	KOMODIFIKACIJA	26
4. 1	Reprezentacija in diskurz kot del procesa komodifikacije.....	28
4. 2	Komodifikacija občinstva in njegovega idejnega prostora.....	30
4. 3	Ideologija, mit in mobilizacija idej.....	31
5	VOJNI FILM IN IDEOLOGIJA	33
5. 1	Patriotizem, fašizem in militarizem.....	33
5. 2	Normalizacija in komodifikacija vojne: lik vojnega heroja v filmski perspektivi.....	36
5. 3	Pregled svetovne produkcije vojnega žanra v številkah.....	38
5. 4	Pogoji za realizacijo sodelovanja med vojsko ZDA in produkcijsko hišo.....	40
5. 5	Nadzor nad vsebino ima (so)ustvarjalec filma.....	42
5. 6	Washington in Hollywood; skupno sporočilo po 11. septembru.....	46
5. 7	Mnenje, politično blago.....	48
6	FILM IN IZKUŠNJA GLEDANJA	51
6. 1	Kino pogled.....	51
6. 2	Vizualna in emocionalna konstrukcija spomina; identifikacija z junakom.....	54
7	ŠTUDIJA PRIMERA: Pearl Harbor (2001)	57
7. 1	Kratka vsebinska obnova: Pearl Harbor (2001).....	57
7. 2	Kratek pregled dogodkov v vojaškem pristanišču Pearl Harbor: 7. december 1941.....	58
7. 3	Odmevna premiera, promocija patriotizma.....	59

7. 4 Umetniška svoboda ali prenova zgodovinskega spomina?.....	62
7. 5 Pearl Harbor (2001): interpretacija motivov.....	63
7. 6 Diskusija: povzetek ugotovitev iz analize mikroprimera.....	69
8 ZAKLJUČEK.....	71
9 LITERATURA.....	73
9. 1 Analizirano filmsko gradivo	77

1 UVOD

Namen naloge je pokazati, da je mogoče z vojnimi filmi vplivati na percepcijo vojne pri občinstvu. Za hollywoodsko produkcijo vojnega filma sem se odločila zato, ker so ZDA v zadnjem stoletju sodelovale pri mnogih vojnah po svetu in ker je ameriški vojni žanr v svetu najpogostejši, kar potrdim tudi s statistično analizo produkcije vojnega filma po svetu. Vojni filmi vojno predstavljajo predvsem kot boj za ohranitev miru in zaščito demokracije, hkrati pa svojim gledalcem ponujajo fantazijo boja, v katero se občinstvo lahko vživi. V nalogi obravnavam celoten obseg filmske produkcije vojnega žanra v 20. in 21. stoletju, ki ga na kratko predstavim tudi s statistično analizo ameriške produkcije vojnega žanra v obdobju od 1910 do 2008. Podrobneje sem raziskala gledanost in popularnost posamičnih filmskih produkcij, ki so nastale v sodelovanju z ameriško vojsko v zadnjih dveh desetletjih.

Glavni pojmi, ki jih bom uporabljala pri interpretaciji dejstev, so: komodifikacija, patriotizem in fašizem, propaganda in vojni film. Na kratko bom predstavila film kot sredstvo za interpretacijo in reprezentacijo zgodovine. Prek procesa nastajanja vojnega filma, sem poskušala ugotoviti, ali je namen vojnega filma gledalcu ponuditi ideološko obarvano fantazijo o vojni ali pa je ta le še ena oblika zabave. Pri izdelavi tega dela naloge sem uporabljala predvsem kvalitativne metode raziskovanja in pregledovala raznolike pisne in filmske vire, pri katerih sem uporabljala metodo tekstualne analize. Sodobni preplet medijskih diskurzov o vojni je medijsko podobo vojne preoblikoval v spektakularni dogodek, kar vpliva na percepcijo vojne pri občinstvu.

Naloga je razdeljena na šest poglavij in jo razvijam po dveh vzporednih oseh. Prva tri poglavja naloge so ločeno posvečena vojnemu filmu, vojni in komodifikaciji v luči celostne analize vojnega žanra v 20. in 21. stoletju, v petem in šestem poglavju pa prej obravnavane koncepte obravnavam v smislu uporabnosti vojnega filma za širjenje in utrjevanje prevladujočih ideologij s pomočjo reprezentacij junaštva, ki naseljujejo žanr vojnega filma in na način kako gledamo oziroma uporabljamo filme za osebni pobeg iz realnosti. Nalogo zaključim s študijo mikroprimera in sicer vojnega filma *Pearl Harbor* (2001), ki predstavlja drugo žarišče moje naloge, v katerem koncepte in pojme iz prvega dela naloge aktivno uporabim v tekstualni analizi izbranega vojnega filma.

O podobi vojne v vojnem filmu razmišljam kot o produktu, katerega namen je vplivati na dožemanje vojne, reprezentacije vojne ter reproducirati mit o nujnosti vojne v obliki, primerni za razmere in zavest človeka v 20. in 21. stoletju. Z nalogo poskušam utemeljiti ali ovreči tezo, da vojni film

vpliva na medijsko reprezentacijo realnih vojn, saj vojno v javnosti reprezentira kot spektakel in s tem prispeva h komodifikaciji ideje o vojni.

Filmi so predmet potrošnje in zabave. Občinstvo vojnih in drugih akcijskih filmov ne dojema kot potencialnega orodja za regeneracijo prevladujočih ideoloških diskurzov svoje kulture, kar nadalje vpliva na družbene predstave o preteklosti, sedanjosti in prihodnosti sveta, razen kadar je to posebej poudarjeno s filmsko oglasno kampanjo. Iz tega sledi druga teza, da ameriški vojni film nudi ahistorično in ideološko obarvano interpretacijo poteka zgodovinskih dogodkov v vojni in tako vpliva na predstavo ter znanje gledalcev o poteku teh zgodovinskih dogodkov.”

Vojni film oblikuje zgodovinsko znanje gledalcev v povezavi z neko vojno. Občutek dolžnosti služiti domovini temelji na patriotskih čustvih filmskega vojaka, s katerim se identificirajo zlasti mnogi mladi gledalci. Vojni film tako vpliva tudi na prepričanja in ravnanja posameznikov v povezavi z vstopom njihove države v vojno ali z vpisom v vojsko.

2 VOJNI FILM

2.1 Žanrska opredelitev in značilnosti žanra

Vojni film je podzvrst žanra, ki ga najpogosteje imenujemo avantura ali akcija. Za filmsko zvrst akcija/avantura je značilno prikazovanje spektakularnih in fizično zahtevnih aktivnosti, pripovedna struktura vsebuje bojevanje, zasledovanje ali pregon, eksplozije, specialne efekte, vloge so fizično zahtevne in zahtevajo kaskaderske trike (Neale 2000, 52). Akcijsko-avanturistični film se deli še na znanstvenofantastični film, triler, vestern, film na temo preživetja, katastrofo in še nekaj drugih žanrov (Neale 2000). Ameriški vojni film je v 20. stoletju doživel mnogo preobrazb. Zgodovina in razvoj značilnosti vojnega žanra se povečini obravnavata v časovnih sklopih glede na vojne, na katere se posamični filmi nanašajo (Gehring 1988; Wetta in Curley 1992; Neale 2000; Boggs in Pollard 2007). Retorika vojnega filma je tako že tradicionalno obravnavana z zgodovinskega in posledično nemalokrat tudi ideološkega ter političnega vidika. Vojni filmi so v 20. stoletju sčasoma oblikovali tudi lastno podobo ameriškega heroja/vojaka, ki temelji na stereotipu junaka iz vesternov (Hardt 2004).

Vojni film obravnavajo vojno, zato so prizori bojevanja v središču pozornosti in predstavljajo dramatični vrhunec večine vojnih filmov. S široko zastavljeno definicijo žanra lahko za vojni film označimo vsak film, ki se ukvarja z vlogo "civilistov, tajnih agentov ali vojakov v katerem koli aspektu vojne, npr. pripravo, vzrokom, obnašanjem, običajnim življenjem, posledicami ali povojnimi dogodki" (Jones v Neale 2000, 125). Najstrožje definicije vojnega filma govorijo o vojnem filmu le takrat, kadar se zgodba dogaja v drugi svetovni vojni. Takrat vojni filmi:

... vsebujejo junaka, skupino vojakov različnih narodnosti in etničnih pripadnosti in neke vrste vojaško nalogo. Dogajajo se v bojnih conah iz časa druge svetovne vojne in proti že znanemu sovražniku, na tleh, morju ali v zraku. Vsebujejo mnogo dogodkov, ki se ponavljajo, kot na primer sprejem ukaza ali vpoklica v vojsko, vsi ti dogodki pa so vizualno označeni z ustreznimi uniformami, opremo in ikonografijo boja. (Basinger v Neale 2000, 129).

Navedeno definicijo uporabljam v nalogi bolj ohlapno in izločam postavko omejenosti na čas druge svetovne vojne, saj obravnavam tudi filme, ki sicer ustrezajo navedeni opredelitvi, a se morda ukvarjajo s kakšno drugo vojno.

Vrednote, ki jih vojni film promovira, so: patriotizem, pravica, svoboda in enakost za vse, demokratično odločanje ter psihološka in socialna zaščita posameznika. Te vrednote so konstanta v konvenciji žanra. Vojaki v vojnem filmu umirajo v naročju svojih prijateljev, ki z njimi ostanejo do zadnjega diha in jim nudijo čustveno oporo v trenutku smrti. V času vojne se med vojaki ustvarjajo izjemno močne čustvene vezi (Boggs in Pollard 2007). Sporočilo ameriškega vojnega filma je, da se vojne bojujejo z namenom obraniti najvišjo vrednoto človeštva – svobodo, za kar je vredno umreti. Temo čustvene povezanosti med vojaki v vojni podpirajo tako filmi, ki so vojni naklonjeni, kot tudi tisti, ki vojno kritizirajo. Film *Jarhead* (2005) so na primer mnogi kritiki sprejeli kot protivojni film, vendar tematika čustvene povezanosti med vojaki prevzema celotno dogajanje in predstavlja središče filmske pripovedi. Osrednji lik *Jarheada* je narednik Swofford, ki opiše socialno kohezivno moč vojne za vojake z besedami: “Moški strelja s puško mnogo let in gre v vojno in ko pride po vojni domov, dojame, da kar koli drugega bo počel v svojem življenju - gradil hišo, ljubil žensko, menjal plenice svojemu sinu - bo vedno ostal vojak. In vsi vojaki, ki ubijajo in umirajo, bodo vedno jaz. Še vedno smo v puščavi.” (narednik Swofford v *Jarhead* 2005).

Na filmu se vojna doživlja iz skupinske perspektive, za katero je značilna porazdelitev filmskih likov v “demokratični mikrokozmos, ki vsebuje širok spekter karakternih tipov in etničnih skupin, specifično organiziranih, da bi zadostile jasno zadanim ciljem” (Gehring 1988, 16). Ideal demokracije se kaže v odnosih med pripadniki matične bojne celice glavnega junaka. Vojaki v enoti so med sabo, v svojem trudu za obrambo domovine, enakovredni. Nihče v skupini “ni nadrejen nikomur drugemu v skupini. Ta enakovrednost velja do trenutka, ko se prične odvijati osrednji dogodek, v katerem so karakterno na preizkušnji vsi člani skupine. V tem trenutku se posameznik junaškega duha odzove na preizkušnjo in premaga vse prej nemogoče izzive, ampak še vedno pa deluje v kontekstu skupine.” Gehring (1988, 11). Tako skupina zadosti “mitičnemu idealu socialne enotnosti” (Gehring 1988). Demokratični ideal ni edini, ki se konstantno izraža in krepi skozi like herojskih karakterjev v vojnem žanru. Akcijski junak, kot izjemno močna kulturna reprezentacija ideala moškosti, v mnogih različicah naseljuje celotni spekter akcijsko – avanturističnih zvrsti.

Boggs in Pollard (2007) ter Hardt (2004) junaka ameriških vojnih filmov opredeljujejo kot lik bojevnika, ki karakterno izvira iz uporniškega junaka iz vesternov z divjega zahoda, kjer je bilo za preživetje nujno nositi orožje in po potrebi vzeti zakon v svoje roke. Karakter bojevnika junaka povečini izvira iz srednjega delavskega sloja, je izrazito maskuliniziran, herojsko individualističen, solidaren z okolico, brez rasnih ali etničnih predsodkov (le kadar govori o sovražniku, se razna

žaljiva poimenovanja kar množijo) in večinoma utelešen v posamezniku kavkaške rase, kot dodajata Boggs in Pollard (2007). Simbolika ameriškega heroja in heroizma predstavlja in krepi mit o neuničljivi in vzdržljivi, na vse težave odporni naravi ameriškega individualista¹ (Hardt 2004). Lik 'individualista' se, kljub svoji izraziti potrebi po individualnosti zelo pogosto "manifestira v institucionalnem kontekstu, npr. v policiji ali vojski" (Hardt 2004, 105). Heroj je najljubša tema množičnomedijskega diskurza

v producirani realnosti ameriškega življenja, sporočilo katerega se nikoli ne spreminja: *stvar* je vredna žrtve ali *stvar* je pogosto obramba tradicionalne institucije, kot so narod, družina ali vera. To so plemeniti cilji, ki generirajo občutke patriotizma in služenja višjemu namenu ne glede na resnično motivacijo. To je idealizem v akciji, zasnovan tako, da nagovarja odtujene in izolirane posameznike z optimizmom o pripadnosti skupnosti herojev in biti Američan. (Hardt 2004, 105).

S pomočjo preprostih in čustveno nabitih reprezentacij ameriškosti in patriotizma lahko družba, ki je v osnovi sestavljena iz medsebojno izključujočih se načinov življenja in kultur, ponovno vzpostavi, čeprav umetni, občutek povezanosti, enotnosti in enakih možnosti. Vojni filmi posredujejo zgodbe o borbi za pravo stvar, ki se odvija v skupini, sestavljeni iz pripadnikov mnogih različnih etničnih skupin (Gehring 1988) in ravno zaradi tega bolj kot drugi žanri poudarjajo obstoj enakosti v družbi.

Glavni element vojnega žanra je prikaz boja s specialnimi efekti, kadri vojnega nasilja, bombardiranj, streljanja, eksplozij in razdejanja, ki ga povzroči sofisticirano orožje, v starejših filmih pa "vojni film zaznamuje tudi avtentični zvok topov, mitraljezov, orožja in vojaških letal, ki omogočijo, da se filmi tudi slišijo tako smrtonosno, kot izgledajo" (Gehring 1988, 11). Pogled na gorečo tarčo je tisti, ki prikaže učinkovitost misije. Razvoj računalniških grafičnih aplikacij je omogočil lažjo in cenejšo produkcijo vojnih filmov. Akcijske podobe vojne so tehnološko bolj dovršene in eksplicitne, ravno tako kot je tudi orožje. Vojaški cilji na ekranu so natančneje označeni zaradi virtualnega pogleda, kjer si gledalec tarčo napada prek ekrana ogleduje skozi merilno napravo orožja. Takšno montažo slike Hoskins (2004) poimenuje *tehnovojna*.² Pogled skozi

¹ Hardt (2004) uporablja izraz *rugged individualist* (rugged: grob, trpežen, vzdržljiv). Ta izraz na zelo podoben način uporabljajo tudi: Kellner (1995), Basinger v Neale (2000), Neale (2000), Boggs in Pollard (2007).

² Izraz *tehnovojna* (ang. *technowar*) Hoskins (2004) uporablja kot oznako za prikazovanje boja s tehnološko dovršenimi orožji.. Stil *tehno-vojna* se oblikuje v prvi zalivski vojni in se danes pogosto uporablja v akcijskem žanru (Hoskins 2004).

merilno napravo gledalcu nudi zavetje, saj se mu ni treba neposredno soočiti s smrtjo na ekranu (Hoskins 2004, Boggs in Pollard 2007).

Vojno kot obliko zabave za preživljanje prostega časa so v zadnjih dvajsetih letih komodificirale računalniške igre, katerih igralci ustvarjajo nove oblike spletnih skupnosti (Nieborg 2005). Televizijske hiše so vojni tematiki posvetile več dokumentarnih oddaj, televizijskih serij in nadaljevanj kot kadarkoli prej (IMDb 2008). Nastale so nove TV postaje, ki se osredotočajo izključno na vojaško zgodovino ali na tehnološki napredek v orožarski industriji.³ Orožje se v medijih predstavlja predvsem kot tehnološki dosežek in kot stvar vredna občudovanja. Glavna funkcija orožja, da je to namenjeno ubijanju oz. nasilnem ohranjanju premoči, se ne omenja. V prvi polovici 20. stoletja je bil kino eden redkih medijev, ki so združevali vidni in slušni prenosnik. Takrat je bil medij filma za ameriško vojsko izjemno pomemben, saj je lahko prikazal vojaško življenje tako v miru kot tudi v boju in sočasno o vojaških institucijah posredoval pozitivna sporočila širokemu občinstvu (Suid 1991).

2.2 Vojni film kot orodje v vojaških odnosih z javnostjo

Prisotnost militarizma v ameriški kulturi je deloma rezultat dolgotrajnega recikliranja bojevniških, vojaških in patriotskih vrednot ter simbolov v popularni in patriotski kulturi, ki se medsebojno prepletata in v sklopu katerih je film vrsto let predstavljal vodilni in najbolj prepoznaven kulturni produkt ter referenčni medij. Velik odstotek komercialnih vojnih filmov je nasilnih, tehnološko dovršenih in se v veliki meri izogiba zgodovinske, družbene ali dramatične avtentičnosti (Boggs in Pollard 2007). Tradicija sodelovanja med ameriškimimi bojnimi silami in Hollywoodom traja že dobro stoletje in deluje po pravilih ameriškega ministrstva za obrambo (DoD, 1988). Wetta in Curley (1992) vojne filme razvrstita glede na posamične vojne, ki jih filmi obravnavajo, saj vojskovanje v ameriški zgodovini in družbi zaseda pomembno mesto. Večino vojn iz ameriške zgodovine so vsaj enkrat upodobili na filmu. "Američani so bojevniško ljudstvo, njihov narod je rojen, temelji in se širi v konfliktu. Vojna ni odklon, ampak temeljni element v zgodovini te dežele" (Wetta in Curley 1992, xv). Vojni film ni edini žanr, v katerem je pripovedna struktura obarvana z militarizmom. Enako velja tudi za žanre, kot so akcija, triler, drama, vohunski film itd.

³ Serija *Future Weapons* nastaja v sklopu televizije *Military Channel*, ki je del skupine *Discovery Channel*. *Military Channel* se posveča orožju, vojni zgodovini in novicam iz orožarske industrije. Redne serije te TV postaje so še: *Warriors*, *Weaponology*, *Wounded Warriors*, *Weapon Masters*. (Military Channel; Discovery Corporation).

Vojaške institucije v ZDA so film kot pripomoček za rekrutiranje vojakov uporabljale že v času pred prvo svetovno vojno. Že okoli 1910 je najti mnogo filmov, ki so jih producirali z namenom, da bi zagovarjali razloge za odločitev za vojno in spodbudili prebivalstvo, pretežno mlade moške, k vpisu v vojsko (Wood in Culbert 1990). Film je za vojsko v ZDA predstavljal uporabno marketinško orodje, s pomočjo katerega je lahko poceni in učinkovito predstavila življenje poklicnih vojakov širši javnosti. V okviru takratnih marketinških pristopov je vojski omogočil nov način informiranja ciljne publike na trgu delavne sile, ki je bila zaradi pristopa k rekrutiranju o vojaškem življenju bolje obveščena in posledično manj nagnjena h kasnejši dezertaciji (Wood in Culbert 1990, 4). Članek "Rekrutiranje s pomočjo filma" (Croxtton v Wood in Culbert 1990, 3-7) že v letu 1913 govori o uspehu in ekonomičnosti filma kot promocijskega pristopa pri oglaševanju vojaške službe in pridobivanju novih rekrutov.

V povprečno velikem mestu, z 20.000 do 200.000 prebivalci, bi te filme videlo v času od treh dni do dveh tednov skoraj toliko ljudi, kot jih ob trenutnih oglaševalskih metodah vidi v enem letu. [...] vsaka skupina bi na več kot 300.000 prebivalcih pustila vtis informativnega oglaševanja, kar bi bilo desetkrat ceneje [...] Nobenega dvoma ni, da bi predlagana metoda pritegnila boljše moške in nedvomno bi bili ti možje v manjši meri nagnjeni k dezertaciji ali spornemu obnašanju, zaradi katerega bi jih preganjalo vojaško sodišče, (Major Croxtton v Wood in Culbert 1990, 5).

V prvi svetovni vojni so državni aparati⁴ sodelovali s filmskimi podjetji in v javnosti z njihovo pomočjo ustvarjali simbiotično podobo Amerike (Wood in Culbert 1990). Filme, ki se v času vstopa ZDA v prvo svetovno vojno niso skladali s prenovljeno zunanjo politiko države oz. so bili tedaj "obtoženi nasprotovanja narodnemu duhu" (Wood in Culbert 1990, 133), so distribucijske družbe preprosto umaknile iz kinematografov z razlogom, da "ne delujejo ohrabrujoče v zvezi v vpisom v vojsko" (prav tam). Sočasno so filme, neskladne z novim patriotskim razpoloženjem, vsebinsko predelali že v procesu produkcije, nekatere filme so posneli popolnoma na novo (Wood in Culbert 1990, 133). Podoben pojav samocenzure s strani velikih produkcijskih družb – začasna prekinitvev plasiranja medijskega produkta na trg – se je odvil tudi po 11. septembru 2001. Premiere več kot 45

⁴ *Committee on Public Information* (ustanovljen leta 1917), so sestavljali minister za obrambo, za mornarico, zunanji minister in civilna oseba, ki dobro pozna način dela medijev (Wood in Culbert 1990, 127). Komite je zagotavljal preglednost objavljenih informacij in preprečal morebitno prezgodnjo objavo destev, ki so bila pomembna za delovanje narodne obrambe (prav tam, 127). Odločitve komiteja so posegale v vse javne komunikacije, tudi film. Na pobudo komiteja so znane osebnosti nagovarjale moške, naj se vpišejo v vojsko (Wood in Culbert 1990).

filmov⁵ so bile preložene zaradi predelave prizorov, konca ali kar celotne zasnove zgodbe (CNN 2001).

Med drugo svetovno vojno je ameriško obrambno ministrstvo v sodelovanju z režiserjem Frankom Capra pripravilo serijo sedmih filmov z naslovom *Why We Fight* (1943-1945). Namen te serije je bil prepričati ameriško javnost o nujnosti ameriške vojaške pomoči Evropi v drugi svetovni vojni in k podpori vstopa ZDA v vojno. Zaradi povečane potrebe po novih vojaki, delovni sili v orožarski industriji in splošnega spodbujanja javne podpore vojnim naporom so v letih od 1939 do 1945 posledično posneli veliko več vojnih filmov, nastala pa je tudi izjemno veliko drugih promocijskih materialov (NARA 2009). V letu 1943 so vojni filmi predstavljali 24 % vse letne filmske produkcije v kinematografih, v letu 1944 pa 11 % vse filmske produkcije; povprečni odstotek vojnih filmov na ravni letne produkcije sicer predstavlja le 1,4 % (IMDb 2008).

Vojni filmi o korejski vojni (1950–1953) večinoma obravnavajo na usodo izoliranega ali izgubljenega vojaša, prevečata jih depresija in paranoja pred komunizmom (Wetta in Curley 1992, 186-7). V obdobju hladne vojne (1949-1990) se je zgodba tipičnega filma o tej vojni ukvarjala z oborožitveno tekmo med ZDA in Rusijo ter posledicami uporabe atomske bombe na živih bitjih (prav tam, 211). Po neuspešni vietnamski vojni, ki ji je ameriška javnost dolgo časa nasprotovala (Pew Research Center 2007b), je sledilo nekaj let, ko je bil imidž ameriške vojske tako okrnjen, da so imeli težave s pridobivanjem novega osebja (Suid 2001). Vojski in vietnamskim veteranom je bila javnost izjemno nenaklonjena (Grossman 1995). Nobena od teh vojn vojnemu filmu ni omogočala tako črno-belega pristopa k pripovedovanju, kot je to nudila ravno tema druge svetovne vojne.

V osemdesetih letih prejšnjega stoletja je film *Top Gun* (1986) prenovil imidž vojnega letalstva, kar je posledično izboljšalo tudi imidž vseh preostalih rodov vojske (Boggs in Pollard 2007). *Top Gun* je neposredno vplival na izjemno povečanje zanimanja za vojaški poklic, zaradi njega so najstniki sanjarili o vojaškem življenju in se na vojaške akademije vpisovali v veliko večjem številu kot poprej (Kellner 1995, 80). Lastniki kinematografov v Los Angelesu in Detroitu so sami povabili ameriško mornarico, da pred kinematografi postavi stojnice za izvajanje svojih promocijskih aktivnosti z namenom rekrutiranja (Kellner 1995, 80). Devetdeseta so za ZDA minila dokaj mirno,

⁵ Premiera filma *Collateral Damage* (2002) z Arnoldom Schwarzeneggerjem je bila preložena z oktobra 2001 na februar 2002 zaradi teroristične tematike (IMDb.com). Iz filma so izbrisali prizor, kjer teroristi prevzamejo oblast nad potniškim letalom in iz scenarija odstranili vse nepatriotske scene (IMDb.com). Spremembe vsebine so doletele tudi filme s popolnoma fantazijskimi zgodbami, kot npr. *Spiderman* (2002) in *Men In Black II* (2002) (IMDb.com).

število vojnih filmov se je povečevalo. Od leta 1996 dalje število vojnih filmov, ki jih letno posnamejo kot celovečerne filme, neprekinjeno narašča.

Sodelovanje med ustvarjalci vojnega filma in ameriško vojsko pri pripravi filmskih projektov določa pravilnik DoD (1988), št. 5410.16. Vojska omogoči filmskim ustvarjalcem dostop do orožja, transportnih sredstev in zagotovi potrebno vojaško osebje za statiste (Boggs in Pollard 2007). V zameno za sodelovanje se filmski ustvarjalci obvežejo, da bodo vojsko predstavljali na način, kot bo ta želela, in po potrebi spremenijo filmski scenarij ali zgodbo. Eno od določil, ki jim mora filmski ustvarjalec zadostiti, je, da je produkcija v "najboljšem interesu javnega razumevanja ameriških vojnih sil in Ministrstva za obrambo ZDA" (DoD 1988). Drugo pa pravi, da mora biti vsaka produkcija uporabna tudi kot pripomoček za rekrutiranje (prav tam).

Vojni in akcijskih filmi danes predstavljajo poseben pristop k marketingu vojske in vojne, saj se le redko obravnavajo določeno vojno, v veliko večjem obsegu pa koncept promocije vojnih sredstev in naprednih orožarskih tehnologij, ki dopolnjujejo imidž nepremagljive (ameriške) vojske za ameriškega in kateregakoli drugega gledalca/potrošnika (filmske) podobe vojne in ideje o vojni.

2.3 Sodelovanje med Hollywoodom in ameriško vojsko

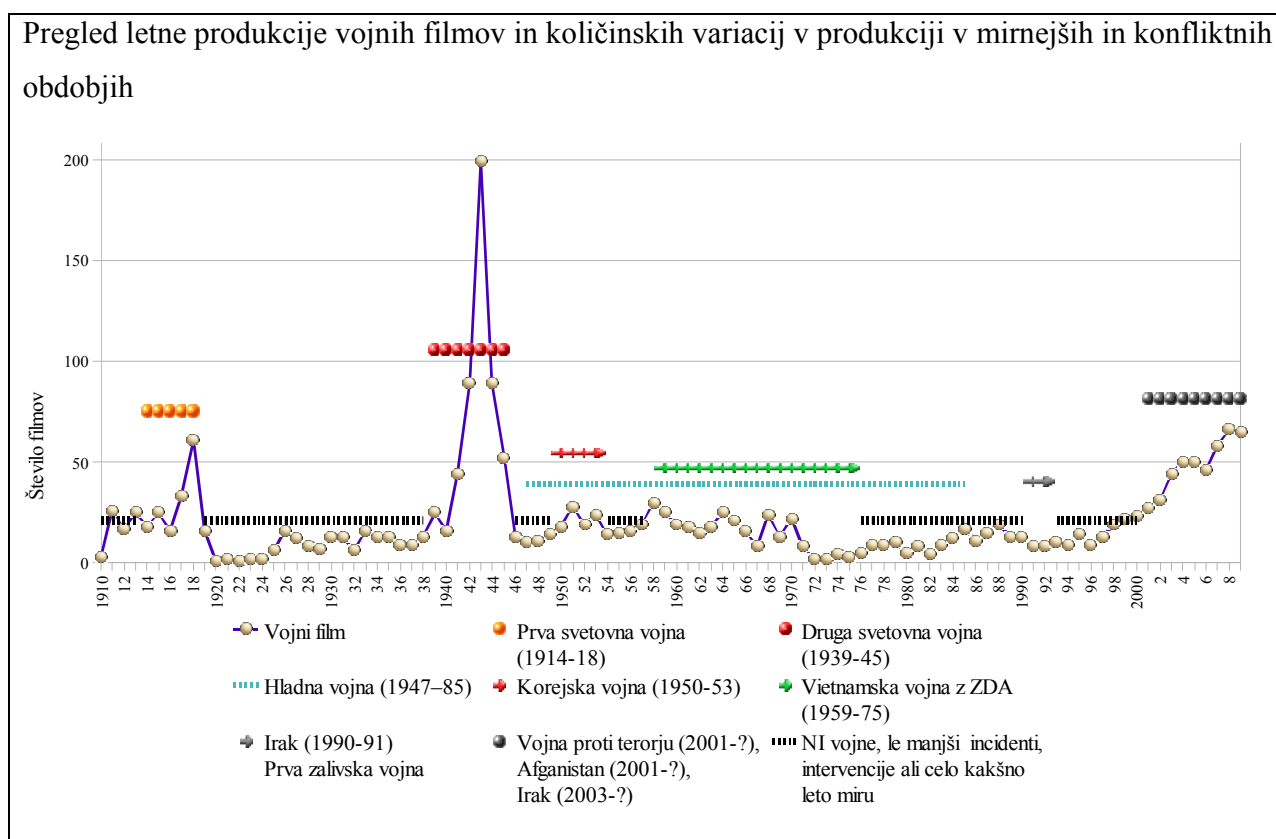
Prvo večje sodelovanje med Hollywoodom in Pentagonom se je odvijalo pri nastajanju filma *Wings* iz leta 1927 (Air Force Television News 1997). *Wings* (1927) je bil prvi film in edini nemi film, ki je prejel oskarja za najboljši film predvsem zaradi še danes zelo kvalitetnih posnetkov zračnih bojev (Wetta in Curley 1992, 118). Ameriško letalstvo je za snemanje *Wings* Paramount Pictures omogočilo letala, vojaške pilote in preostale rekvizite za snemanje realističnih letalskih dvobojev iz prve svetovne vojne.

Odstotek letne produkcije vojnega filma je v primerjavi s celotno količino letne produkcije za kinematografe zelo majhen - povprečje v obdobju od 1990 do 2008 znaša le 1,2 % (IMDb 2008). Navkljub temu so filmi, ki pridobijo vojaško sodelovanje, komercialno pogosto zelo uspešni. *Pearl Harbor* (2001) se je v svojem letniku uvrstil na sedmo mesto na lestvici najbolj gledanih filmov leta (Box Office Mojo 2009b). Vrhovi v produkciji vojnega žanra se pojavijo hkrati s povečano vojaško aktivnostjo ZDA v svetu.

Slika 2. 1 prikazuje frekvenčno porazdelitev produkcije vojnega filma v 20. in 21. stoletju. Pri pripravi grafa 2. 1 sem uporabila možnost podrobnega iskanja na spletni strani IMDb (2008), da bi

lahko prikazala številčno razporeditev vojnih filmov v obdobju od leta 1910 do 2008. Pri iskanju sem upoštevala samo filme, ki so nastali v ZDA in se uvrščajo v vojni žanr. Iz iskanja sem izključila vse filme, ki so bili v osnovi posneti za televizijo, tiste, ki so bili premierno izdani na videokaseti, televizijske serije in televizijske epizode. Iskanje sem opravila za vsako leto posebej in rezultate beležila v tabelo. Število vojnih filmov, ki so v posameznem letu doživeli premiero v kinematografih, predstavlja glavno spremenljivko, ki sem jo poimenovala 'vojni film'. Na grafu sem prikazala tudi obdobja pomembnejših vojn ZDA v 20. in 21. stoletju. Npr. prve in druge svetovne vojne, korejske in vietnamske vojne, hladne vojne, prve zalivske vojne ter vojne proti terorju in vojni v Iraku ter Afganistanu. Mirnejša obdobja so označena z deljeno črto, katere nivo hkrati označuje povprečno število vojni filmov na leto in znaša 21 filmov letno (IMDb 2008).

Slika 2. 1: Število vojnih filmov na leto in pomembnejše ameriške vojne 20. in 21. stoletja



Namen tega grafa je pokazati, da vrhovi v filmski produkciji sovpadajo s konfliktnimi obdobji. S slike 2. 1 je razvidno, da je največ vojnih filmov nastalo v obdobju prve in druge svetovne vojne, ki na grafu izstopata, saj tam vojni film količinsko doseže vrhunca v produkciji. V prvo svetovno vojno so ZDA vstopile šele leta 1917. Hkrati s tem preobratom je opazna rast v številu vojnih

filmov, saj je bilo v letu 1917 in 1918 premierno prikazanih mnogo več vojnih filmov kot v letih pred tem. S koncem vojne (leta 1919) je produkcija vojnega filma dosegla minimum, saj je v letih od 1920 do 1924 premiero doživel le po en vojni film letno. Vse do leta 1938 je bila produkcija vojnega filma pod povprečjem, ki ga je preseгла v letu 1939 s pričetkom druge svetovne vojne v Evropi. Produkcija vojnega žanra s stopnjevanjem napetosti zaradi vojne je pričela ponovno naraščati v letu 1941, v decembru tega leta je ZDA presenetil napad na Pearl Harbor in ZDA so vstopile v vojno. V letih 1942 do 1945 je produkcija vojnega filma dosegla vrhunec, saj je v tem obdobju nastalo veliko propagandnih filmov, katerih namen je bil povezati Američane in jih prepričati o nujnosti skupinskega delovanja v boju proti sovražniku. S koncem druge svetovne vojne se je število vojnih filmov spustilo pod povprečje. V letu 1951 (pričetek konflikta v Koreji) ponovno beležimo nadpovprečno število vojnih filmov, s koncem vojne je število ponovno upadlo pod povprečje. Podobno je povečanje števila filmov nad povprečje opaziti ob pričetku vietnamske vojne (1959), pri kateri je v njenih zadnjih letih (1971-1975) produkcija vojnega filma počasi, a vztrajno upadala. Ta trend Suid (v Air Force Television News 1997) pripisuje izjemni nepopularnosti vietnamske vojne med Američani, zaradi katere je bila ameriška vojska na slabem glasu vse do sredine osemdesetih let 20. stoletja. Ta trditev se v grafu zrcali v slabo zastopanim vojaškem žanru. Proces rehabilitacije imidža vojske ZDA je trajal več kot desetletje po koncu vojne v Vietnamu (Boggs in Pollard 2007).

S filmom *Top Gun* je vojska dobila priložnost, da svoj imidž ponovno regenerira. *Top Gun* je v veliki meri pripravil ameriško javnost na zalivsko vojno. Pred zaključkom rehabilitacije je bila ameriška javnost bolj ali manj prepričana, da vojska ZDA ni sposobna storiti tistega, kar trdi. *Top Gun* je prikazal, da lahko sestrelimo letala, da lahko gredo naše letalonosilke kamor koli in da so naši piloti najboljši. In tako v času, ko se je zgodila Zalivska vojna, ni bilo razloga, da katerikoli ameriški civilist ne bi verjel, da lahko premagamo Saddama Husseina, (Suid v Air Force Television News 1997).

Leto 1986 je bilo zaradi filma *Top Gun* (1986), ki le prikazuje podobo vojske, a se ne uvršča v vojni žanr, za vojni žanr prelomno. Vpliv filma se odraža tudi v trendu večanja obsega novonastalih vojnih filmov.⁶ V 1991 je bila produkcija vojnega filma na nizki ravni, čeprav se je v tem letu odvila prva zalivska vojna, ki so se je ZDA udeležile kot branilci Kuvajta pred iraško invazijo. Od leta 1996 je število vojnih filmov neprekinjeno naraščalo in se po letu 2000 razvilo v tretji vrh v

⁶ Film *Top Gun* je poleg komercialne uspešnosti ustvaril tudi famozno podobo vojaškega pilota ter neverjetno uspešno obnovil in rehabilitiral tudi imidž ameriške vojske, predvsem vojnega letalstva (Boggs & Pollard 2007).

produkciji vojnega filma. Pri časovnem pregledu celotne produkcije vojnega filma v ZDA sem ugotovila, da produkcija vojnih filmov v zadnjih desetih letih predstavlja, glede na število let, drugo največjo koncentracijo produkcije vojnega filma, odkar ta žanr obstaja (IMDb 2008).

Iz grafa 2. 1 lahko povzamem, da je v obdobjih, ko so bile ZDA v vojni s kakšno državo, število vojnih filmov naraslo. Več kot je premier vojnih filmov v nekem letu, več je z njimi povezane promocije, ki podpira diskurz o vojni v popularnih medijih. Vsak vojni film promovira lastno reprezentacijo vojne in pri občinstvih osmislijo idejo o vojni. Grossman (1995) pravi, da vojni filmi krepijo imidž vojaškega poklica in opravičujejo njegov namen. Hardt (2004) pa meni, da se prek vojnih in akcijskih filmov odpira diskurz o vojni tudi v drugih medijih.

Wetta in Curley (1992) sta vojne filme vsebinsko razvrstila v tematske sklope glede na vojno, o kateri pripovedujejo. Iz njunega obsežnega pregleda je razvidno, da se tematika nekega vojnega filma najpogosteje nanaša na pretekle vojne, medtem ko film nastaja v zgodovinskem obdobju, ki ima že novo in sebi lastno vojno. V novejša vojna obdobja filmi, ki govorijo o preteklih vojnah, z zamikom prinašajo tudi prevladujočo ideologijo teh preteklih vojn. Filmsko recikliranje zgodovine vojskovanja utrjuje kulturno percepcijo tradicije vojskovanja kot najprimernejšega načina za razreševanje političnih sporov (Boggs in Pollard 2007).

Ameriški vojni film je pogosto zelo čist. Čeprav so podobe nasilja sicer eksplicitne, ob tem ni realnih količin krvi (Boggs in Pollard 2001). Kri postane neestetika in grozna. Prizorom, v katerih bi prikazali realne količine krvi pri ranjenih vojaki, se ustvarjalci izogibajo, saj bi preveč krvi lahko delovalo odbijajoče na mlade gledalce, ki so glavna ciljna publika vojaških piarovcev (prav tam). Reprezentacija vojne v vojnem filmu je po uspehu filmov, kot sta Rambo (1982) in Top Gun (1986), postala bolj 'akcijska' in zanimiva za mlade gledalce ter manj krvava. Vojni filmi demonstrirajo vojaško moč ZDA (Suid v Air Force Television News 1997) na platnu in skrbijo za pozitivno podobo vojske v javnosti (Suid 1991, Boggs in Pollard 2007).

2. 4 Nasilje kot všečen dražljaj; uporaba nasilnih podob v procesu rekrutiranja

Nasilje in smrt sta del vojne. Prikazovanje vojnega nasilja in mrtvih ter živih ranjencev je v žanru vojnega filma neizogibno. Količina in prikazovanje nasilja v vojnem ali akcijskem filmu pripomore k bolj avtentični zgodbi, hkrati pa navaja občinstvo k sprejemanju nasilja, saj normalizira nasilno reševanje konfliktov:

Študije z eksperimenti so pokazale, da otroci, ki običajno gledajo več nasilnih oddaj, pogosteje kot drugi sprejemajo nasilje kot način reševanja konfliktov ... Agresivno vedenje narašča, zmanjšuje se občutljivost za posledice nasilja; otroci postanejo nezaupljivi, saj od drugih otrok pričakujejo podobno nasilno vedenje; otroci, ki se vedejo agresivno, imajo za opravičilo nasilno vedenje televizijskih junakov; nasilje, ki ga vidijo, aktivira njihove že obstoječe agresivne misli in želje (Petrovec 2003,15).

Petrovec (2003) govori o spodbujanju nasilnega vedenja pri otrocih, nasilne vsebine pa lahko aktivirajo agresivno vedenje tudi pri mladostnikih in odraslih. "Gledalec privzame agresivne vedenjske vzorce oziroma se nauči tovrstnega reagiranja; pogosto srečevanje z nasiljem v medijih zmanjšuje gledalčevo občutljivost za nasilje" (Potter v Petrovec 2003, 9). V medijih delež vsebin, katerih glavna tema je nasilje, narašča. Konstanten stik s podobami nasilja povzroča, da smo 'dražljaja' te vrste čedalje bolj vajeni in ga jemljemo kot nekaj običajnega. Na nasilje se privajamo z odraščanjem, kar deluje kot svojevrstna oblika senzorne adaptacije.

Če pojav senzorne adaptacije uporabim v smislu sprejemanja nasilnih podob oz. dražljajev, kot so tudi podobe vojnega nasilja, lahko sklepam, da smo se podob vojne privadili in nas ne šokirajo več. Preobremenjenost posameznika z nasilnimi podobami lahko vodi tudi v senzorno preobremenitev; posameznik se, zaradi naveličanosti nasilnih podob, lahko prične izogibati vsem sporočilom o tej temi. Senzorna preobremenitev čutil "zaradi preveč intenzivnih dražljajev" sproži "silno potrebo po prenehanju draženja ali sprejemanja sporočil" (Ule, Kline 1996, 138). Posameznik do vsebine nasilnih sporočil privzame ravnodušen odnos in se nanje tako adaptira. Stopnja zasičenosti pa se z nasilnimi podobami razlikuje glede na osebne lastnosti posameznika in njegove preference. "Mnogo študij je pokazalo pozitivno korelacijo med agresivnimi tendencami gledalcev in njihovimi gledalskimi preferencami v smislu nasilnih tem," (Tan 1996, 28). Vojna je postala del zabavnih medijskih vsebin (Hoskins 2004).

Grossman⁷ (1995, 306-311) poudarja, da obiski v kinu za najstnike predstavljajo zabavno priložnost za druženje s sovrstniki, vendar njihovo sproščanje pogosto poteka ob gledanju, uživanju in navijanju ob nasilnih akcijskih filmih in grozljivkah. V teh procesih se široke najstniške populacije privajajo in postajajo neobčutljive na eksplicitno nasilne prizore, saj začno zaradi družbenih okoliščin obiska filmske predstave, ki je predvsem oblika druženja s prijatelji ali simpatijami, nasilje povezovati z zabavo že v času odraščanja (Grossman 1995). Trivializacija nasilja v obliko družbeno sprejemljivega vira zabave vpliva na dožemanje nasilja s strani celotnih generacij.

⁷ Nekdanji profesor psihologije na vojaški akademiji West Point (Grossman 1995).

Grossman pravi, da se prek filmov "učimo ubijati in ob tem uživati" (1995, 311). Proces senzorne adaptacije na nasilje se odvija hkrati s socializacijskimi procesi.

Hardt (2004) potrošnjo nasilja v ameriški kulturi obravnava z ideološkega vidika in jo razlaga kot mehanizem krepitve in regeneracije vladajoče ideologije. Ameriški vojni film je izvirno namenjen ameriškemu gledalcu, ki je hkrati tudi državljan ene najpomembnejših vojaških sil 20. stoletja. Njegovo dojetje, sprejemanje in odnos do nasilja po mojem mnenju vplivajo tudi na njegov svetovni nazor in politične preference. Podobno razmišljajo na primer še Hardt (2004) ter Boggs in Pollard (2007).

Vojni film lahko vojno povečuje, jo dela spektakularno, čeprav širši diskurz nekega filma prikazuje akt te vojne negativno in ga kritično interpretira. Vojni film je lahko zelo prepričljivo orodje v procesu novačenja rekrutov (Boggs in Pollard 2007, Suid 1991), kar potrjuje celo uradni predpis ministrstva za obrambo, v katerem je zapisano, da mora biti film uporaben tudi kot orodje za rekrutiranje (DOD, 1988). Prizori vojnega nasilja v vojnih filmih, posnetih z vojaškim sodelovanjem, tako dobijo funkcijo in *uporabno vrednost*.

Lažje je, če pridobiš rekrute, ko so še mladi. Odrasle moške je mogoče uriti za boj; to se dogaja v vsaki večji vojni. Ne moreš pa jih prepričati, da jim je to všeč, kar je glavni razlog, da poskušajo vojske pridobiti svoje rekrute, preden ti dosežejo starost dvajset let (tj. tedaj, ko so še najstniki). Drugi razlogi, ki so povezani z mladostjo rekrutov, so še fizična pripravljenost, najstniki nimajo oseb, ki so od njih odvisne ... najpomembnejši lastnosti, ki jih mladi prinesejo k osnovnemu treningu, pa so navdušenje in naivnost (Gwynne Dyer v Grossman 1995, 265).

Film *Jarhead* (2005) vsebuje prizor, kjer se rekruti nahajajo v kinodvorani in gledajo film *Apocalypse now* (1979), ki vojno sicer prikazuje kritično. Vojaki v kinodvorani ob prizoru, v katerem ameriški vojaki iz helikopterjev streljajo na prebivalce vietnamskih peščenih sipin, na ves glas navdušeno navijajo in pojejo ob Wagnerjevi operi, ki je glasbena podlaga taga prizora iz *Apocalypse now* (1979). *Jarhead* svojemu predhodniku *Apocalypse now* z uporabo enega samega kadra, odvzame celoten kritični kontekst. *Jarhead* karikira navdušenje filmskega občinstva nad veličastno predstavo vojne in ponazori, kako enostavno je izbrisati sporočilo katerega koli od vojnih filmov, saj sporočilo izniči že sam spektakel filmske vojne, ki ga občinstvo odobrava.⁸

⁸ Celo tisti filmi, v katerih prevladuje misel, da je 'vojna pekel', v bistvu posredujejo duh vojne, ki glorificira akcijo, tovarštvo, avanturističnost in tehnološke čarovnije v izkušnji vojne" (Boggs in Pollard 2007, 53).

S komodifikacijo filmske podobe vojne se ta normalizira in postaja družbeno sprejemljivejša ter se preoblikuje tudi razumevanje resnične vojne. Film *Jarhead* (2005) so posneli v sodelovanju z ameriško vojsko (IMDb), kar pomeni, da so vojaški uradniki scenarij pred snemanjem pregledali in v njem označili vse, po lastni oceni, nujne spremembe. S tem postopkom se zagotovi, da film vojsko prikazuje tako, kot ji ustreza in da je film zato uporaben pri novačenju novih rekrutov (DoD 1988). Le pod temi pogoji vojska ZDA filmskim ustvarjalcem nudi svojo pomoč in možnost uporabe vojaške lastnine pri ustvarjanju filma (prav tam).

3 O VOJNI

Vojna je stanje, katerega začetek, razvoj in konec so odvisni od taktike vpletenih držav, predvsem pa od količine in vrst orožja, ki jih imajo te države na voljo. Vrsta orožja, ki se uporablja v vojni, vpliva na časovni obseg in uničujoči učinek vojne na prebivalstvo, teren in vpletene države. Posedovanje tehnološko naprednega orožja državi lahko omogoči strateško prednost, lažjo pot do zmage in manj smrtnih žrtev. 20. stoletje je zaznamovala tekma v izboljševanju in izumljanju novih vrst orožja, ki je privedla tudi do iznajdbe nuklearnega orožja. To je najprej predstavljalo dosežek, kasneje pa predvsem grožnjo vsemu človeštvu. "Tveganje z nuklearnim uničenjem služi sofisticirani orožja samo za pretvezo" (Baudrillard 1999, 47). Nuja po stalnem izboljševanju orožja je dodatno služila tudi namenu zastraševanja tehnološko manj razvitih držav, ki so po Baudrillardu (1999, 47) nevarne zato, ker so "divje in arhaične predkapitalistične strukture".

Paranoidno obdobje hladne vojne je svet privedlo v stanje stalne pripravljenosti na vojno, kjer moč države v orožju predstavlja enega glavnih političnih vzvodov za reševanje mednarodnih nesporazumov. Takšno stanje traja že več kot 50 let. Ves ta čas so ZDA tudi s pomočjo orožja ohranjale imidž pozitivne velesile v tekmi za globalno prevlado, iz katere bodo kot končni zmagovalci izšle ravno ZDA v vlogi vodje civiliziranega zahodnega sveta (Huntington 2005). Baudrillard kritično opredeli namen vsake sodobne vojne, katere rezultat "je popolna likvidacija" vseh predkapitalističnih struktur, njihove oblike menjav, jezika in simbolne organizacije, da bi tako "udomačila družbena razmerja" (Baudrillard 1999, 52).

3.1 Vojna kot politično sredstvo

Prvotni pomen vojne kot nekega zaporedja dogodkov je bilo ohranjanje svobode napadenega. Vojna se prične samo takrat, ko se napadena država/ljudstvo brani. Če odpora ni, tudi vojne ne more biti. Clausewitz (1950, 16) o vojni govori kot o političnem instrumentu za doseganje nekega političnega motiva, ki ni nič več kot nadaljevanje političnih odnosov s primesjo nekaterih drugih sredstev oziroma uporabo sile. Motiv za vojno se med vojno ne spreminja in je politične narave (Clausewitz 1950, 15-16). Le politika daje "pojavi oboroženega nasilja notranjo logiko in enovitost. Politika opredeljuje namen, sredstva in razsežnosti vojne" (Bebler 1985, 7). Levy definira vojno kot "obsežen oborožen konflikt med organiziranimi vojnimi silami neodvisnih političnih enot" (Levy v Morgan 1990, 2). Bebler (1985) zagovarja Clausewitzovo stališče, da so končne odločitve v vojni

delo politike in ne vojaškega osebja; to bi naj ponudilo le strokovno vojaško mnenje. Javnost danes vojno, bolj kot kadar koli poprej, razume kot sredstvo za uveljavljanje ne le političnih, ampak tudi ekonomskih ciljev ter preferenc⁹. To dojemanje izvira iz vedenja, da države v spopadu delujejo tudi kot ekonomski subjekti.

Clausewitz (1950, 3) pravi, da je cilj vsake vojne pripraviti nasprotnika, da se ukloni zahtevam in volji zmagovalca, zato ga je treba postaviti v pozicijo, "ki je zanj slabša od žrtve/poteze, ki jo zahtevamo od njega" (Clausewitz 1950, 5).

Vojna je sredstvo za razrešitev sporov med političnimi entitetami. Morgan (1990) predlaga štiri kategorije procesov doseganja kompromisov: glasovanje, razrešitev z arbitražo, pogajanje in razrešitev konflikta s silo. Vojne lahko razumemo kot obliko pogajanj (Morgan 1990), saj se vojna s pogajanjem tudi konča. Obravnava vojne kot sredstva prisile temelji na argumentu, da želi v vojni vsaka stran vsiliti svojo voljo nasprotniku (prav tam). Uvrstitev vojne v eno ali drugo kategorijo se spreminja s stališčem in dojemanje vojnega procesa, ki ga zavzema vsaka od bojujočih se strani (Morgan 1990). Strah pred dokončno vojno je danes z razvojem novih oblik kemičnega, biološkega, atomskega, strelnega ter mnogih drugih vrst orožja večji kot kadarkoli poprej.

V sodobnih demokracijah se odločitve sprejemajo skladno z voljo ljudstva. So res sodobni državljani demokracij tisti, ki izberejo vojno kot sredstvo za doseganje nekega politične cilja? Clausewitz (1950) pravi, da je za demokracije skoraj nemogoče, da bi se med sabo vojskovale, saj njihov sistem takšno ravnanje na poti do doseganja soglasja izključuje.

3. 2 Razširitev pojma 'vojna' na področje terorja in terorizma

Teroristični napad 11. septembra 2001 na New York je spremenil družbeni diskurz in retoriko vojne. Definicija vojne, kot jo obravnava Clausewitz (1950), se je spremenila, saj udeležba v vojni s pričetkom vojne proti terorizmu ni bila več vezana na pripadnost neki državi. Teroristične mreže so se na globalni ravni že v devetdesetih letih definirale kot 'sovražnik', po letu 2001 pa je terorizem postal vojni cilj, ki ga je treba uničiti.

Baudrillard (2005) razlaga obstoj terorizma kot logično posledico vojne zgodovine 20. stoletja, ko so države sveta skozi svetovne vojne stopale "enotnemu svetovnemu redu nasproti" (Baudrillard

⁹ Spomnimo se samo množičnih protestov proti vojni v Iraku ter napisov na transparentih protestnikov, ki so izražali njihovo razumevanje vojne kot vojne za nadzor nad naftnimi viri.

2005, 14). Logična posledica globalnega svetovnega reda je vojna, ki se dogaja povsod (prav tam). Terorizem deluje na predpostavki samouničenja sistema, saj so njegovi udarci simbolični, na simboličnem nivoju pa je mogoče na povzročeno smrt odgovoriti samo tako, da sistem tudi sam povrne zlo (Baudrillard 2005, 10-15). Zaradi nasilne reakcije na teroristična dejanja se sistem, ki smrti sicer nasprotuje, vrže v spiralo lastnega uničenja (prav tam). Terorizem je oblika vojne tistih ljudi oziroma delov sveta, ki nimajo več česa izgubiti, saj jim je v boju za preživetje njihovega načina življenja ostalo le še simbolično žrtvovanje lastnega življenja (Baudrillard 2005, 17-19). Mediji posredujejo reprezentacije vojne in so zato lahko namenoma in nenamenoma tarča resničnih in neresničnih sporočil. Baudrillard (2005, 34) pravi, da "pravilna uporaba medijev ne obstaja", ker so ti "sestavni del terorja" in imajo v dogodkih vselej neko vlogo.

Hollywoodski filmi so teroristične napade uprizarjali že desetletje pred pričetkom vojne proti terorizmu (IMDb 2008). Boj proti terorizmu je v filmih običajno vpet v retoriko boja dobrega z zlom in je priljubljena tema akcijskih franšiz, kot so *James Bond*, *Batman*, *Superman* in *Die Hard*, ki z vojno na prvi pogled sicer niso povezane. V devetdesetih letih so novinarske hiše s podobami vojne v Iraku in na Balkanu pričele ravnati kot s produktom, saj je poročanje v živo in ponudba resničnih podob vojne dvigovala gledanost poročil. Po septembru 2001 je nastalo mnogo uspešnih televizijskih oddaj in serij¹⁰, ki so na svoj način nadaljevale družbene diskurze vojne proti terorizmu. Medijski produkti so v vojnih temah na novo odkrivali tržni potencial, s čimer so realni pomen vojne in uničenja odrinili na stranski tir.

3.3 Propaganda, film in podoba vojne

"Čeprav se propaganda pojavlja v različnih oblikah, se koncept ideologije skoraj vedno aktivira. Včasih je namen propagande v ljudeh zbuditi intenzivna čustva in jih agitirati v uresničitev, spet drugič pa propaganda pomiri splošna občutja in potvarja občutek povezanosti" (Malešič 1997, 36). Propagandna sporočila so tako kot vsa druga sporočila namenjena določenemu segmentu medijskih potrošnikov, ki si delijo podobna prepričanja. Namen propagande je apelirati nanje in na tem graditi občutek povezanosti s somišljeniki, ki lahko temelji na različnih značilnostih s katerimi se posameznik lahko identificira (npr. narodnost, vera, spoštovanje zakonov, vrednote, skupaj preživeti dogodek, biti vojak). Ta skupna značilnost je lahko ključni faktor pri zavzetosti

¹⁰ Nekaj uspešnih TV serij na temo terorizma in boja proti temu iz časa po 11. septembru 2001 : 24 (2001), *The Agency* (2001), *Alias* (2001), *Threat Matrix* (2003), *Sleeper Cell* (2005), *The Unit* (2006), (IMDb 2009).

posameznikov, da se povežejo v javnost, aktivirajo in od svojih političnih predstavnikov skupaj zahtevajo določeno ravnanje.

Vojno se bojuje tudi na psihološkem področju, saj je dojemanje sovražnika pomembno za psihično pripravljenost vojakov na boj. Jowett in O'Donnell (v Malešič 1997, 36) propagando definirata kot "namenski in sistematičen poizkus spreminjanja percepcij, manipuliranja spoznanj in vedenja, da bi dosegli odziv, ki ustreza želenemu namenu vira propagande." Za učinkovito propagando je treba premišljeno načrtovati vsebino in obliko sporočil ter razpršitev sporočil v medijskem sklopu, da bodo ta v čim večjem obsegu dosegla ciljne skupine. Glede na prepoznavnost vira propagande se leta deli na belo, črno in sivo propagando. Daugherty in Janowitz (v Malešič 1997) pri definiciji propagande poudarjata ciljno naravnost propagandnih sporočil na določen del javnosti. Propaganda je "načrtovana razpršitev novic, informacij, posebnih argumentov in pozivov, načrtovanih tako, da vplivajo na prepričanja, misli in delovanje specifične skupine," (Daugherty in Janowitz v Malešič 1997, 32). Različne skupine zahtevajo različne pristope. Propaganda, namenjena npr. izničevanju morale v 'sovražnikovih' vrstah bo drugačna od propagande doma, namenjene skupini, ki naj 'aktivno zagovarja' stališča v korist vira propagande. Korist v obliki množičnega zagovarjanja določene rešitve oziroma mobilizacije množic v nekem družbenem konfliktu je končni učinek, ki ga od uspešne propagande pričakuje vir propagande in hkrati tudi motiv za oblikovanje in posredovanje propagandnih sporočil specifičnim skupinam. Te skupine vir propagande razume kot ključne za doseganje želenih rezultatov.

Prvi propagandni vojni film z naslovom *The Battle Cry for Peace*¹¹ je doživel premiero v letu 1915 (Wetta in Curley 1992, 103) in je bil posnet za namen promocije prve svetovne vojne.¹² Največje število vojnih filmov (199) je bilo posneto v letu 1943 na višku druge svetovne vojne (IMDb 2008), ki je bilo v filmski propagandi najintenzivnejše obdobje 20. stoletja (Boggs in Pollard 2007). Po

¹¹ Blackton, J. Stuart. 1915. *The Battle Cry of Peace*. 90 min. V filmu ZDA napade neka zlobna evropska država, ki jo vodi diktator "Emanon" (ime se nazaj prebere 'Noname', tj. *Brezimni*). Sovražni agentje prepričajo ameriške pacifiste, da priprave na obrambo pred invazijo niso potrebne. Invazija se vseeno zgodi in velika ameriška mesta, kot so New York, Washington in druga, so v napadu popolnoma uničena. (IMDb 2009)

¹² Wetta in Curley (1992) kot prvi ameriški vojni film določita kratki film *Tearing Down the Spanish Flag* (Odstranjevanje španske zastave) iz leta 1898, ki je dolg samo 90 sekund. Posnetek prikazuje ameriškega vojaka na Kubi med menjavo španske zastave z ameriško. Filmček bi naj prikazoval resnični dogodek, a je bil posnet na strehi ene od stavb v New Yorku. Priljubljenost tega neavtentičnega filma je pokazala, "da je občinstvo pripravljeno plačati za posnetke bitke, četudi so ponarejeni. Bivši predsednik ZDA Theodore Roosevelt" (predsednik od 1901-1909) "je bil tako impresioniran, da je prepričal Blacktona v produkcijo prvega propagandnega filma, katerega namen je bil prepričati izolacionistično usmerjene Američane o nujnosti spremembe njihovega stališča glede ameriškega sodelovanja v prvi svetovni vojni in jih iz nasprotnikov vstopa prepričati v podpornike ameriškega sodelovanja v veliki vojni na strani Francozev in Britancev." (Wetta in Curley 1992, 96).

tem obdobju je postal vojni film postane kinematograf, od leta 1946 dalje vsako leto nastalo povprečno enajst (11) vojnih filmov za predvajanje na velikem platnu (IMDb 2008). Vojni filmi vojno predstavljajo kot nujen družbenopolitični proces, ki zagotavlja varnost, mir in svobodo.

Film je s stališča propagande odlično komunikacijsko orodje, saj je že zasnovan kot samostojni in zaključen diskurz. Ideologija, načini razmišljanja, vrednote in pozivi so del zgodbe, gradijo filmsko realnost in diskurz ter zaznamujejo končno sporočilo filma.

4 KOMODIFIKACIJA

O komodifikaciji nekega objekta govorimo takrat, ko pričnemo nek objekt ali področje na novo in prvič obravnavati v ekonomskem smislu. Objektivno v tem področju določimo vrednost in jih tako na novo definiramo kot blago na trgu. V proces komodifikacije lahko vstopa le objekt, znanje, storitev, za katerega protivrednost v nekem menjalnem ekvivalentu še ni določena in menjava v smislu ekonomske menjave še ni del vsakdana (Marx 1904). Ideja, lastnost, dogodek postanejo del menjalnega procesa, ko jim določimo menjalno vrednost in z njimi trgujemo kot z vsakim drugim blagom (Marx 1904). "Komodifikacija pomeni spremembo razmerja, prej nedotaknjena s strani trgovine, v trgovsko razmerje, razmerje menjave, kupovanja in prodaje" (Marxist Internet Archive 2009).

"Posamezni proces menjave je dvostranski: pretvorba dobrine v denar in sočasna pretvorba denarja v blago" (Marx v Marsden 1999, 128). Z izvršitvijo dejanja menjave blaga za denar (ali drugo blago) ravno dejstvo, da je bil predmet del procesa ekonomske menjave, ta predmet pobjagovi. Vsi ekonomski odnosi so tudi pravni, saj je menjava lastnine vedno stvar dvostranskega pogajanja o vrednostnem razmerju med blagom in denarjem. V procesu menjave se izoblikuje dogovor, ki "spremeni to stvar v blago in ekonomsko razmerje med kupcem in prodajalcem v pogodbo: pravno obliko odnosa med abstraktnima osebamama oziroma državljanoma" (Marsden 1999, 128). Za uspešno izvedbo procesa menjave sta vedno potrebna vsaj dva subjekta, ki lahko drug drugemu ponudita recipročno uporabno blago.

Pojem blago je univerzalen, lahko se ga aplicira na stvari, pojme, ideje, simbole, vrednote, lastnosti, znanje ..., na karkoli ali kogarkoli, ki se znajde v procesu pobjagovljenja. Koncept komodifikacije življenja, na primer trgovina s sužnji, in vojne, sam po sebi nasprotuje načelom demokratičnega življenja, ki je v svojih osnovah povezano s kapitalistično obliko gospodarstva, ki je pogojena z obstojem pravne države. Obravnava vojne kot blaga, tudi zaradi vpliva, ki so ga vojne imele in ga še imajo na porazdelitev svetovnega bogastva, se mi zdi čedalje bolj smiselna.

Dobrine postanejo blago, ki se "manifestira kot komoditeta le, kadar ima dve obliki, fizično ali naravno ter vrednostno obliko" (Marx 1904, 15). Ocena vrednosti v denarju je rezultat redukcije uporabne vrednosti predmeta na skupni imenovalec in je mogoča le v razmerjih med percepcijami več neenakih objektov, ki so nosilci sebi lastnih družbenih pomenov.

Film je blago, katerega prodaja ustvarja dobiček. Ravno tako je blago tudi doživetje vojne prek filma; fantazija o vojni je del uporabne vrednosti vojnega filma in ravno tako vstopa v proces menjave. Zato je tudi filmska reprezentacija vojne blago. S filmom vojno izkusimo varno, brez nevarnosti poškodbe (Tan 1996). Ekonomski uspeh filma se meri v zaslužku, uspeh in uporabnost filmske reprezentacije pa v njenem vtisu na gledalce. Marx pravi, da pomena objektov samo v smislu njihove menjalne vrednosti ne moremo dojeti, ker se ta "manifestira kot nekaj popolnoma neodvisnega od njihove uporabne vrednosti" (Marx 1904, 5).

Uporabna vrednost filmskih reprezentacij vojne je odvisna od interesov, ki so za nekim filmskim produktom. Medijske reprezentacije akcijskih žanrov služijo ideologiji tako, da utrjujejo načela vladajoče ideologije (Hardt 2004). Grossman (1995) pravi, da se skozi filmsko nasilje učimo ubijati. Interes filmskih ustvarjalcev se izpolni z družbenim priznanjem. Ameriška vojska si želi, da bi ameriški vojni filmi ameriško vojsko predstavljali tako, da se podoba vojske v filmu prikaže čim bolj všečna gledalcu, morda celo tako zelo, da se bo želel vključiti v vojaško službo (DOD, 1988). Predmet poblagovljenja za gledalca je izkušnja "filmske realnosti", zaradi katere je tudi plačal vstopnico. Žanrska opredelitev filma gledalcu pomeni kazalec vrednosti filmskega blaga oziroma produkta.

Mnogi mediji so o kampanji za vojno v Iraku pisali v smislu, da je bilo vojno treba prodati Američanom na način, da bi ti s svojim mnenjem podprli vojno, ki jo je želela takratna administracija. Televizija ABC je zato predvajala tudi resničnostni šov, ki so ga snemali med ameriškimi vojaki v Afganistanu v sodelovanju z ameriškim ministrstvom za obrambo (Douglas 2003).¹³ Spektakel vojne so nekatere postaje v letu po invaziji na Irak nadgradile še z dokumentarci o vojni v Iraku, posnetimi med resničnimi boji, ki so ravno tako privlekli pozornost občinstva in vojno še naprej predstavljali na način, ki se je zdel občinstvom zabaven in zanimiv a hkrati o vojni sami niso dajali nobenih komentarjev (PBS 2004, Soriano in Oldenburg 2005). Vojna v Iraku je nekaterim ameriškim podjetjem v naftni, gradbeni in vojaški industriji prinesla tudi velike dobičke (Global Security Organisation 2003; Gongloff 2003). Gledanost kabelskih postaj CNN, Fox News in MSNBC se je s pričetkom vojne v Iraku, to je bilo 22. marca 2003, povečala za približno trikrat (Johnson 2003), kar je seveda pozitivno vplivalo tudi na njihov zaslužek.

¹³ Resničnostni šov z naslovom *Profiles from the frontline* so na televiziji ABC premierno predvajali 27. februarja 2003. Za snemanje so izbrali nekaj pravih vojakov in snemali njihove misije, zasebne izpovedi, navdušenje nad lovom na talibane ... vse kar sodi v resničnostni šov (Douglas 2003).

4.1 Reprezentacija in diskurz kot del procesa komodifikacije

Komodifikacija je povezana z dojemanjem uporabne ali simbolne vrednosti nekega objekta in tako pogojena tudi s konceptom reprezentacije. Percepcija nekega pojma je vezana na reprezentacijo tega pojma v tekočem diskurzu, ki ga "nikoli ne sestavljajo le ena izjava, en tekst, eno dejanje ali en vir" (Hall 2004, 65). Ravno zato se komodifikacija ideje o vojni ne odvija samo prek vojnih filmov, ampak prek veliko širšega spektra (medijskih) produktov (novice, igrice, glasba). Foucault (v Hall 2004) je reprezentacijo preučeval kot neločljivo od družbenega diskurza, o teh dveh pojmih je razmišljal kot o viru ustvarjanja družbenega znanja, ki je neposredno povezan z družbenimi praksami in vprašanji moči (Foucault v Hall 2004, 63). Hall (2004, 65) pravi, da je Foucault preučeval diskurz kot sistem reprezentacije:

Pri diskurzu gre za proizvodnjo vrednosti prek jezika. Toda ..., ker vse družbene prakse povzročijo pomen, pomeni pa oblikujejo naše ravnanje – naše obnašanje – in nanj vplivajo, imajo vse prakse diskurziven značaj ... Diskurz konstruira temo. Definira in proizvede objekte našega vedenja. Obvladuje način, na katerega lahko o temi smiselno govorimo in razmišljamo. Prav tako vpliva na to, kako ideje uresničujemo v praksi in jih uporabljamo za uravnavanje vedenja drugih. (Hall 2004, 65).

Foucault (v Hall 2004) o diskurzu govori kot o kontinuiranem toku konceptov in pomenov oz. reprezentacij, ki se navezujejo na skupni subjekt diskurza. Diskurz pojmuje kot celotno mrežo družbenih odnosov, ki jo prežemajo odnosi oblasti, zato v svojih razpravah razmišlja tudi o konceptu vednosti, oblasti, resnice in ideologije ter o odnosih med temi koncepti (Foucault v Hall 2004). Resničnost diskurza je nujno povezana z zgodovinskimi obdobjem, v katerem se diskurz odvija. "Stvari so nekaj pomenile in bile 'resnične' le v določenem zgodovinskem kontekstu" (Hall 2004, 67). Zgodovinska kontinuiteta za oblikovanje diskurza ni nujna. Ravno vpeljava novega diskurza ali spremembe v diskurzu predstavljajo družbene spremembe in postavlja zgodovinske mejnike. Diskurz v družbi oblikuje trenutno stanje družbene zavesti in načine spominjanja ter beleženja dogodkov, hkrati pa se z vsakim trenutkom spreminja.

Pri diskurzu je tako kot pri propagandi pomemben vir pomena oziroma informacije. Vir manipulira z obliko oziroma jo fiksira v določeno obliko vedenja ali informacije, kot bo ta predstavljena splošni javnosti. Diskurzivne prakse nekatere od reprezentacij preobrazijo v splošno resnične in jih v takšnih oblikah vzdržujejo v družbeni zavesti. "Vednost ne deluje v praznem prostoru. S pomočjo določenih tehnologij in strategij uporabe jo spravimo v delovanje v specifičnih situacijah, zgodovinskih ter institucionalnih kontekstih" (Hall 2004, 70). Manipulacija oblik, v katerih se

diseminira neko znanje, se opravi s procesom montaže, ki je ravno pri procesu izdelave filma neobhodna, saj je posnetke z montažo treba fiksirati v zaključeno celoto, da bi dosegli učinek zgodbe. Filmske scene se snemajo neposredno za potrebe posamičnega filma, zato se film od informativnih žanrov razlikuje predvsem v načinu produkcije.

Ko govorimo o filmu, je montaža nujno in v svojem bistvu nasprotujoča dvoumnemu izražanju. Montaža je odraz gotovosti, ki jo spremljata namen in cilj producenta. V kontekstu raziskovanja procesa množičnih komunikacij na splošno je montaža intervencija ali proces urejanja 'toka' množične komunikacije, ki obstaja kot individualen odziv na družbene ali kulturne zahteve po ustvarjanju smisla v svetu (Hardt 2004, 127).

Diskurz, ki ga o vojni ponuja vojni film se lahko zato v veliki meri razlikuje od diskurza, ki ga sočasno oblikujejo drugi mediji. Pri novinarskem poročanju v živo se montaža odvija sočasno z dogodkom, kar omogoča takojšnjo in neposredno interpretacijo realnosti. Neposredno poročanje posega v razumevanje aktualnih, polpreteklih in zgodovinskih dogodkov ter vpliva na družbene predstave o sedanjosti in prihodnosti, pogosto pa tudi o preteklosti (Hoskins 2004, 4). Film definira diskurzivne prakse natančneje kot novinarsko poročanje. Že osredotočenost filma na neko temo o njej vzpostavlja nov diskurz. Pripovedi, dokumentarci ali novice, podprte s kolažem podob, ne zahtevajo dodatnega pojasnjevanja o ustreznosti uporabljenih podob, ampak ravno nasprotno - dodajo jim nove pomene in jih na novo interpretirajo (Hoskins 2004).

Filmski diskurz je z realnostjo redko v neposrednem dialogu. Naloga gledalca je, da ju medsebojno primerja, sooča in prepleta v sebi lasten notranji diskurz, ki bo za gledalca oblikoval nove pomene le, če bo to gledalec sam želel. Filmska produkcija interpretira dogodke za gledalca in vpliva na način, kako gledalec razume neko temo, dogodek ali lik. Vojni film z rabo diskurza in končno reprezentacijo nekega vojnega dogodka vodi gledalčevo percepcijo pomena neke bitke, vojne ali filmskega lika. Interpretira pomen, ki ga gradniki filmske pripovedi posedujejo v kontekstu zgodovine ali družbe. Vojni filmi se ukvarjajo z dogajanjem v resničnih vojnah in lahko zgodovinski kontekst teh konfliktov definirajo popolnoma na novo in posredujejo lastno reprezentacijo vojne, ki ni nujno enaka poteku resničnih dogodkov. Takšen učinek filmi dosežejo z montažo, ki jo Hardt (2004) razlaga kot orodje za nadzor nad razumevanjem filmskega sporočila, saj je "posebna pozornost namenjena delom ali sekvencam 'toka' z namenom doseganja specifičnega, ideološko predispoziranega branja" sporočila (Hardt 2004, 127). Prenavljanje ideološke podlage v družbi se dogaja s pomočjo medijskih vsebin, ki jih reprezentacijsko pismeni

gledalci konzumirajo in privzemajo ter si tako s pomočjo vsebine medijskega toka ustvarjajo osebno verzijo montaže lastne percepcije (Hardt 2004).

Filmska reprezentacija vojne prikazuje vojno kot čedalje manj nasilno v smislu boja mož na moža, ta boj se je pomaknil v žanr akcijskega filma. Sodobna vojna je zaporedje natančno izvršenih napadov, kjer se kolateralna škoda dogaja predvsem pri uporabi zastarelega orožja in na strani sovražnika. Vojak iz sodobnega ameriškega filma preživi, njegovi prijatelji umirajo redko, sodobna filmska vojna se konča brez smrti ljudi, ki se borijo na pravi strani. Sovražnik umira v bistveno večjem številu kot 'naši vojaki'. Reprezentacija vojaškega poklica kot varnega je bolj privlačna za mlade, ki si želijo akcije v varni obliki. Umirajo le še sovražniki; zaradi lastne nerazvitosti.

4. 2 Komodifikacija občinstva in njegovega idejnega prostora

Komodifikacija je proces, v katerega sta lahko vključena tudi ideja ali mnenje. Zolo (v Splichal 1997) govori o mnenju posameznika kot o dobrini, ki sledi pravilom političnega trga izmenjave mnenj za politične glasove. Sistemi v sklopu množičnega komuniciranja vzpostavljajo virtualna polja, v katerih odseva razpoloženje javnosti. Glasovanja prek mobilnih telefonov, internetnih portalov ter spletnih in pouličnih anket so le mehanizmi, ki pospešujejo pretok mnenj v sferi javnega. "... množične komunikacije definirajo realnost in označujejo meje družbenega znanja ter utrjujejo svoje reprezentacije sveta skozi udeležbo javnosti in strinjanjem ali celo s preprosto popularnostjo" (Hardt 2004, 7). Mediji pospešujejo pretok znanja in informacij v družbi ter posredujejo reprezentacijo njihove pomembnosti, s čimer jim sočasno določajo njihovo vrednost v procesih menjave. Kriza v presojanju kvalitete informacij nastopi takrat, ko se ljudje prenehajo učiti in samoiniciativno iskati informacije iz različnih virov. Uporabnik medijev se sam odloči, katerim informacijam bo pripisal kredibilnost, pridobivanje informacij si lahko poenostavi z izbiro enega samega medija, ki je njegov edini vir informacij in mu slepo zaupa, da ga bo informiral objektivno. Pravica do medijske potrošnje je neodtujljiva pravica sodobnega posameznika, ki jo izpostavlja tudi deklaracija o človekovih pravicah.¹⁴

Razlika med ekonomsko organizacijo ameriškega in evropskega medijskega prostora je, da so se v Evropi ohranili tudi javni mediji, ki se financirajo iz javnih sredstev, kar za ZDA ne velja. Medijski

¹⁴ 19. člen deklaracije o človekovih pravicah : "Vsakdo ima pravico do svobode mišljenja in izražanja, v številni pravici, da nihče ne sme biti nadlegovan zaradi svojega mišljenja, in pravico, da lahko vsak išče, sprejema in širi informacije in ideje s kakršnimi koli sredstvi in ne glede na meje," (Splošna deklaracija o človekovih pravicah 1948). V angleškem izvirniku je namesto besede *sredstva* (*means*) uporabljena beseda *mediji* (*media*).

prostor v ZDA je v 20. stoletju postal medijski trg, reguliran pretežno z interesi kapitala, ki je v funkciji ustvarjanja dobička. Gledalec, njegova zasebnost in osebnost, je blago, ki ga mediji ponujajo na trgu potrošnje svojim investitorjem ali/in oglaševalcem. Gledalčevo praznino v dojemanju sveta je mogoče zapolniti z idejami, ki jih gledalec uporablja dnevno v procesu kreacije lastnega življenja, kjer občasno prevzame vlogo potrošnika z željami.

“Potrošnik predstavlja glavno tarčo administrativnega raziskovanja množičnega komuniciranja. Njegov rezultat, (ki ga je mogoče uspešno tržiti), je opis *učinkov* na obnašanje občinstev ali na njihova stališča v odnosu do izdelkov ali storitev” (Hardt 2004, 96). V poznih petdesetih letih 20. stoletja so v ZDA izvajali raziskave učinkov, katerih rezultati so “jasno pokazali, da lahko ima množično komuniciranje ob določenih pogojih izrazite učinke” (Hardt 2004, 95), ne glede na oglaševanje navadnega blaga ali pa političnih idej. Zadnje so del vsakega pravega vojnega filma.

4.3 Ideologija, mit in mobilizacija idej

Ideologije so del našega življenja. Ideologija prepleta vse navade, običaje in odnose neke družbe, ki ideologijo prek vsega tega oživljajo in reproducirajo. Že iz same predstave o ideologiji izhaja, “da mora vsak 'subjekt', ki ima 'zavest' in verjame v 'ideje', [...] 'delovati v skladu s svojimi idejami'; to pomeni, da morajo ideje človeka kot subjekta ... obstajati v njegovih dejanjih” (Althusser v Gržinić 1997, 111). Marina Gržinić (1997, 112) pravi, da je ideologija zasnovana na avtomatizmu lastnega rituala, ki funkcionira kot navada in s tem “sam vzpostavlja simbolno realnost, o kateri je o njem govora, in s tem blokira razkrivanje prevare, tistega samoprikrivanja, ki je nujen za reprodukcijo te ideologije” (Gržinić 1997, 112). Zaradi postavljanja pogojev lastne realnosti ima ideologija vseprisotno nadvlado v družbi. Ideologija našega kulturnega okolja biva v vsakem od nas in ni le prepričanje, lastno političnim vodjem ali aktivistom. Vsi mi smo živ medij lastne kulture in ideologije, na kateri temelji naša kultura.

S kulturo, v kateri odraščamo, privzamemo tudi vodilno ideologije naše osnovne kulture. Vsako ustvarjanje in komunikacija sta na nek način reprodukcija naše osnovne kulture - to velja ne glede na odnos (kritičen ali nekritičen), ki ga v razmerju do neke kulture goji ustvarjalec. Osnovni ideološki vzorci segajo v podzavest posameznika in prek teh posameznik sprejema svet. Ideologija je način življenja neke družbe in se manifestira prek vsega, kar posamezniki v tej družbi počno, ne glede na svoj družbeni položaj.

V filmski umetnosti je ideološka podlaga neke kulture ključ do zanimive zgodbe. Za filmsko zgodbo je pomembno, da se giblje v nekem ideološkem okolju in je posredovana v za to okolje značilnem jeziku simbolov, saj lahko (zgodba) le tako izzove zanimanje in občutja pri gledalcu, ne glede na kulturo, ki ji ta pripada. Žanr, kot je vojni film, v celoti temelji ravno na reprodukciji prevladujoče ideologije in družbenih mitov o junakih in pojmovanju razmerij med dobrim in slabim ter ideološko podstavo družbe tako pomaga ohranjati, jo reproducira.

5 VOJNI FILM IN IDEOLOGIJA

Bojevniška ideologija je del ameriške kulture, ki se reproducira prek medijev, povečevanja zgodovine ZDA v šolah, s kulturo in prazniki. Kadar se država znajde na robu zunanjepolitičnega konflikta, se prek prek medijev z usmerjanjem medijskih zgodb aktivira militaristično naravnost javnosti oziroma prebudi zagovornike bojevniške ideologije, kar mobilizira javnost in se zrcali v provojnem razpoloženju (Hardt 2004, Boggs in Pollard 2007). Hardt (2004) piše o zlorabi medijev s strani medijskih korporacij in kupcev oglasnega prostora v medijih za namen vzdrževanja držbenega konsenza o skrbno promovirani ideji o naravnem stanju stvari, kot sta status quo ali socialna porazdelitev v družbi. Princip delovanja ameriške reprodukcije bojevniške kulture se mi v mnogočem zdi bolj podoben retoriki fašizma kot pa patriotizma, ki je v ameriški družbi zelo poudarjana vrednota, že kar ena temeljnih vrednot prevladujoče ameriške ideologije.

5.1 Patriotizem, fašizem in militarizem

Patriotizem ali domoljubje lahko preprosto opišemo kot "ljubezen do domovine" (Viroli 1997). Ta pojem pomensko ni enak nacionalizmu ali "ljubezni do naroda" (prav tam). Patriotizem tradicionalno vsebuje elemente spoštovanja do političnih institucij in življenja s svoboščinami, ki jih podpirajo pravne institucije in jih zagotavljajo vsem državljanom. V patriotski kulturi je prisotno zavedanje, da je ravno republika kot pravna tvorba tista, ki omogoča svoboden način življenja za vse (Viroli 1997, 2). Patriotizem zagovarja dogmo enakih pravic za vse prebivalce neke države ne glede na njihov etnični izvor, v čemer je popolnoma nasproten nacizmu. Domoljubje spušta pravne institucije, zato ostaja znotraj državnih meja in nima ekspanzionističnih teženj. Patriotizem želi pripomoči k boljši, perspektivnejši državi, v kateri korupcija, tiranija, despotizem ali zatiranje posameznikov nimajo prihodnosti (Viroli 1997).

Nacionalizem postavi kot najvišje vrednote narod, narodno kulturo, jezikovno in etnično edinost oziroma unikatnost, v čemer ne dovoli kulturnih ali jezikovnih odstopanj. Nacizem nagovarja vse pripadnike neke etnije, ne glede na državo bivanja, in skuša svoj vrednostni sistem uveljavljati tudi izven geografskih meja svojega "etničnega ozemlja" (Viroli 1997, 1-19). Narodna pripadnost je ekskluzivna kvaliteta posameznika, zato nacizem tega svari pred kulturno kontaminacijo, rasno nečistostjo ter družbeno, politično in intelektualno neenotnostjo (Viroli 1997). Nacionalistične

težnje se pogosto skrivajo za samooklicanim patriotizmom in poskušajo svoje interese predstaviti kot domoljubne. Nacizem je podstava za fašizem.

Prvo fašistično gibanje se je oblikovalo v Italiji v tridesetih letih 20. stoletja.¹⁵ Razvilo se kot odgovor na izgubo nacionalne identitete in usmeritve ter poudarjalo nujno preporoda narodnega duha, kulture in družbe (Payne 1995). Fašizem je v svojo retoriko vključil elemente nacionalizma, zaradi česar je apeliral neposredno na kulturno zavest naroda in je v nacionalno specifične oblike fašizma uvajal posebnosti narodne mitologije. Nacionalizem je ravno zaradi lokalnih kulturnih specifik najbolj definiral končno manifestacijo fašistične ideologije v posamičnih državah, kjer je ta uspevala. Fašizem je v Italiji želel uveljaviti popolnoma nov pristop k vladanju, neomejen z " modeli, kot so monarhija, diktatura ali celo korporatizem," ki " je predstavljal nov radikalni sekularni sistem, ki bi bil avtoritaren in seveda republika" (Payne 1995, 10).

Fašizem v politiki nastopa bojevito in je sovražen do neenako mislečih. Kultura fašizma " temelji na mistični misli in na aktivističnem načinu življenja¹⁶, zamišljenim kot manifestaciji volje do moči, z mitom o mladini kot ustvarjalcu zgodovine in na povečani militarizaciji politike kot modela za življenje in kolektivno aktivnost" (Gentile v Payne 1995, 6). V fašizmu je politika izkušnja, ki posameznika povezuje z množico v " mistično unijo naroda kot etnične in moralne skupnosti, ki privzema ukrepe diskriminacije in preganjanja proti tistim, ki jih ne dojema kot pripadnike te skupnosti" (Gentile v Payne 1995, 6).

Fašistično gibanje je zagovarjalo korporativno organizacijo ekonomije pod okrepljenim nadzorom države¹⁷, ki narekuje sodelovanje med produkcijskimi sektorji po načelu solidarnosti, ter tako z nadzorom nad vzvodi moči doseže svoje cilje ter hkrati ščiti zasebno lastnino in ohranja razredne razlike. Zato razvije politični aparat, ki preprečuje, nadzira in zavira nestrinjanje ali nasprotovanje; po potrebi uporabi organizirane oblike nasilja (Gentile v Payne 1995, 6). Zunanja politika v fašističnem režimu je imperialistična (Payne 1995). Ekonomija države deluje kot radikalna oblika kapitalizma, kjer se vsa produkcijska sredstva usmerijo tako, da sta dobiček in produkcija na ravni države, kapitala in podjetja maksimirana.

¹⁵ V Italiji so fašisti nagovarjali sovražno naperjena čustva srednjega delavskega razreda do razmaha dekadence in imigracijskega vala, ki ga je Italija doživljala v času med prvo in drugo svetovno vojno (Payne 1995, 1. poglavje).

¹⁶ Hardt govori o ameriški družbi kot družbi herojev, kjer je patriotizem že sam po sebi višji cilj in način življenja. Življenje s patriotizmom opiše kot "idealizem v akciji" (Hardt 2004, 105).

¹⁷ Ideja korporativizma je bila v italijanski fašizem vtkana kot posledica dejstva, da so Mussoliniju na oblast pomagali lastniki velikih podjetij na severu Italije (Payne 1995).

Logika fašizma zahteva kulturno kolonizacijo vseh stičnih območij z drugačnimi kulturami. Logični cilj fašizma je uveljaviti se kot univerzalna ideologija, ki doseže cilj svetovne dominacije. Le tako se lahko fašizem v celoti izpolni kot ideja.

“Obrambni patriotizem je znan v skoraj vseh družbah, vendar se od tradicionalnega pojmovanja patriotizma razlikuje v nekaj temeljnih potezah, med katerimi je prisotna tudi aktivna kvaliteta, ki želi udejanjiti nove civilne projekte” in “kateri pogosto kažejo agresivne karakteristike, ne želijo le ohranjati in braniti, ampak tudi poenotiti, spreminjati in pogosto tudi širiti” (Payne 1995, 35-36). Ravno “aktivna kvaliteta” pa je tisti element, ki ga Emilio Gentile (v Payne 1995) prepozna kot odločilnega pri uveljavljanju fašistične ideologije.

Odnos Američanov do vojne se je kontinuirano meril z longitudinalno študijo v obdobju od 1987 do 2007, kjer se je preverjalo tudi strinjanje s trditvijo, da je najboljši način zagotavljanja miru z vojaško močjo (Pew Research Center 2007a, 20). Dobrih dvajset let se je s trditvijo redno strinjala več kot polovica anketirancev, v letu 2007 je odstotek strinjanja prvič po dvajsetih letih padel na 49% vprašanih, kar je “najnižji odstotek v dvajsetletni zgodovini raziskav” (Pew Research Center 2007a, 20). V sklopu te raziskave je opaziti tudi porast splošne naklonjenosti militaristični politiki v letih 1989 in 2002, ko se je z uporabo vojaške moči strinjalo več kot 60 % populacije (Pew Research Center 2007a, 20). V teh dveh letih so ZDA izvedle napad na Panamo (1989) in Afganistan (2002). Povečano strinjanje javnosti z uporabo vojaške sile je politični odločitvi ZDA, da napade drugo državo, dalo potrebno javno podporo. Rezultati raziskave pričajo o prevladujoči javni naklonjenosti rabi vojaške moči pri ohranjanju miru in na prisotnost militarizma, ki je očitno del prevladujoče ideologije in omogoča maneverski prostor za aktivacijo javne podpore nasilni politiki, ko je to potrebno.¹⁸

Politični marketing in zasuk javnega mnenja sta v ZDA zavita v plašč patriotskega navdušenja in dobronamernosti s ciljem braniti svobodo in vrednote te države na vseh koncih sveta. Diskurz in reprezentacija vojnih filmov sta pogosto ideološko (ne nujno tudi vsebinsko) usklajena z aktualnimi zunanjepolitičnimi težnjami. “Zunanja politika, ki se navdihuje v mitu nacionalne moči in veličine s ciljem imperialistične ekspanzije” (Gentile v Payne 1995, 6).

¹⁸ Kapital, ki ga ZDA letno namenijo obrambi, predstavlja 45 % celotnega globalnega kapitala, namenjenega oboroževanju (SIPRI 2008, 10). Sredstva za obrambo Velike Britanije, ki je po porabi sredstev za oboroževanje druga na svetu, so desetkrat manjša od sredstev ZDA (prav tam). Takšna oborožitvena prednost omogoča ZDA močan vpliv v mednarodnih odnosih in pomemben glas pri globalnih odločitvah.

5.2 Normalizacija in komodifikacija vojne: lik vojnega heroja v filmski perspektivi

Vizualne predstave o izgledu ameriških vojn so za mnoge civiliste najpogosteje takšne, kot jih posredujejo ameriški vojni filmi. Ameriški vojni film je najprej namenjen ameriškemu občinstvu. Njegov namen je (pogosto) predstaviti občinstvu podobo ameriške vojske in vojn na način, kot jo želi posredovati organizacija sama. Reprezentacija vojne v medijih se zaradi stalnih objav in vedno bolj neposrednih prizorov aktualizira, postaja resničnejša, bolj domača in vsakdanja. Posledično se tudi status vojne kot izrednega dogodka spreminja.

V ameriški mainstream filmski produkciji in tudi v popularni kulturi je močno prisoten patriotizem, ki v akcijskih in vojnih filmih zaradi prisotnosti nasilja pogosto prehaja v uveljavljanje principov nacionalizma in militarizma skozi kulturno govorico. Ameriških vojni filmi vedno vsebujejo neko interpretacijo patriotske ideje, ki se manifestira ali pozitivno ali negativno, kot slavospev ali kritika političnih razmer, odvisno od obdobja, o katerem film govori. Ameriški vojak je podoba *Američana*, patriota, heroja in zmagovalca v boju za svojo svobodo in pravice, ki ga bojuje v imenu celotnega ameriškega naroda. Hanno Hardt (2004) o ameriški družbi govori kot o “družbi herojev”, kjer je patriotizem že sam po sebi višji cilj in katerega obvezni del so herojska dejanja – življenje s patriotizmom je “idealizem v akciji” (Hardt 2004, 105). V monologu iz biografskega filma *Patton* (1970) razvpiti general Patton predstavi svoje videnje pravega Američana in Amerike.

Poglejte možje, želim, da si zapomnite, da noben vojak še ni zmagal vojne tako, da je umrl za svojo državo. Vojno je zmagal tako, da je naredil, da je drugi ubogi vojak umrl za svojo državo. Možje, vse te stvari, ki ste jih slišali o tem, da se Amerika noče boriti, da želi ostati izven vojne, je kup konjskega gnoja. Američani tradicionalno ljubijo boj. Vsi pravi Američani ljubijo klic bitke. Ko ste bili otroci, ste vsi občudovali najboljšega pri frnikulah, najhitrejšega tekača, profesionalnega igralca nogometa, najmočnejšega boksarja. Američani ljubijo zmagovalca in ne bodo tolerirali poraženca. Američani vedno igrajo na zmago. Briga me za nekoga, ki je izgubil in se smejal. To je razlog, zakaj Američani nikoli niso in ne bodo izgubili vojne. Že sama misel na poraz je za Američane nevzdržna. (Patton 1970, uvodni prizor).

Generalov govor povzdiguje vojno in zmagovalce.¹⁹ Vojni filmi Američane predstavljajo kot zmagovalce. Tudi tisti filmi, ki vojno kritizirajo, tega diskurza ne spodbijajo. Američani so v veliki večini liki na pozitivnem polu filmske pripovedi.

¹⁹ Film *Patton* (1970) je bil posnet v tesnem sodelovanju z ameriško vojsko in sodi med bolj znane filme na temo druge svetovne vojne (Boggs in Pollard 2007).

Hardt (2004) med najširše izvažane medijske vsebine ameriške kulture v drugi polovici 20. stoletja prišteva informacije, kulturne produkte in prakse. Mednje so pomešane reprezentacije običajnega življenja – prehranjevalne navade, življenjski stili in glasba, ki so jih izven ZDA najpogosteje predstavljali ravno “hollywoodski filmi, kasneje pa še televizijske serije” in “tehnike globalne distribucije, ki so jo za svoje potrebe razvile ameriške glasbene založbe” (Hardt 2004, 53). Z izvažanjem ameriške kulture se izvaža tudi ameriška interpretacija patriotizma in širi bojvniška kultura oziroma militarizem. Vojna skozi film postaja čedalje bolj običajen dogodek.

Vojni film je medijski produkt, ki podoba vojne lepša in jo prikazuje bolj prijazno in dobronamerno, kot v resnici je. Vojne, ki ji ZDA, v sodelovanju z nekaj drugimi državami, vodijo po svetu, si je na televiziji mogoče ogledati vsak dan, vojni film pa te vojne reproducira in jih reprezentira v zaključeni obliki. Starih novic si npr. najstnik ne bo ogledal desetkrat, lahko pa si bo desetkrat ogledal film, kot je npr. *Jarhead* (2005) in si bo prvo iraško vojno predstavljal glede na filmsko reprezentacijo te vojne.

Retorika, ki jo uporablja vojni film, govori o posameznikih, ki so se pridružili boju za obrambo ameriških vrednot v delih sveta, ki teh vrednot ne spoštuje. Vojna, v kateri se Američani bojujejo na filmu, je dobronamerna vojna in v filmih prinaša svobodo trpečim ljudstvom po svetu. V mnogih filmih, ki sem si jih ogledala med nastajanjem te naloge, se ljudje v zatiranih državah kljub vojni in nasilju vedno razveselijo ameriških vojakov in jih sprejmejo kot svoje rešitelje. Ameriški vojaki v filmskih vojnah prinašajo izgubljenim delom sveta odrešitev pred njihovo zlo in skorumpirano vlado. Svoboda je ena napomembnejših vrednot v ameriški družbi, zato se obrambo te vrednote v vojnih filmih najpogosteje prikazuje kot razlog za bojevanje v vojni. V zadnjih dvajsetih letih se je število vojnih filmskih uspešnic povečevalo. Reprezentacije vojne, ki so jih te posredovale svojim gledalcem, so se iz krvoločnih scen, ki so bile značilne za vietnamsko vojno, preobrazile v humanitarno usmerjene vojaške akcije, ki prek skrivnih in natančno izvrševanih misij poskušajo preprečiti nasilje večjih razsežnosti. Film *Jarhead* (2005) prikazuje prvo iraško vojno kot dolgočasno bivanje v puščavi, kjer si vojaki krajšajo čas z zabavami in pohodi čez puščavo. V tem filmu vojna ni krvava, ampak tako zelo varna, da so vojaki pod stresom, ker se ne morejo boriti.

V ameriškem vojnem filmu je patriotizem militarističen, saj se z vojno rešuje mir in vzdržuje pravni red. Vojaške misije se v filmih zadnjega desetletja orientirajo na mirno reševanje konfliktov, ki skoraj vedno vključujejo prizore s streljanjem, kjer Američani zaradi boljšega orožja in boljših

vojakov (ti so vedno prikazani kot dobri) na koncu zmagajo. V filmu *Jarhead* (2005) vojak Swofford kot največji poraz doživlja dejstvo, da v celotni vojni nikoli ne strelja v boju. Vojna na filmu se konča z malo ameriškimi žrtvami ali skoraj brez njih, kar vojno predstavlja kot dogajanje, ki je za Američane nenevarno. V vojnem filmu zadnjega desetletja so ameriški vojaki imuni na smrt, ki pa zato veliko bolj pogosteje prizadene sovražnika. Filmi zagovarjajo pomembnost obrambnega patriotizma usmerjega v preventivno ukrepanje. Tradicionalno pojmovanje patriotizma ne zajame pojma 'obrambni patriotizem'. Preventivno ukrepanje v sklopu 'obrambnega patriotizma' me bolj spominja na za fašizem značilni "aktivistični način življenja", ki ga s "povečano militarizacijo politike" (Gentile v Payne 1995, 6) zunanja politika uravnava v smer imperializma in skuša druge kulture poenotiti s svojo, jih spreminjati in pogosto tudi širiti.

Takšna oblika patriotizma ohranja ameriško ozemlje varno, diskurz branitve liberalnih vrednot v svetu se nadaljuje prek mnogih filmov in uspešnih televizijskih serij, ki domiselno uporabljajo militaristično logiko pri ustvarjanju pripovednega toka in s tem prispevajo k normalizaciji nasilnih dejanj v družbi po logiki, da cilj opravičuje sredstva.

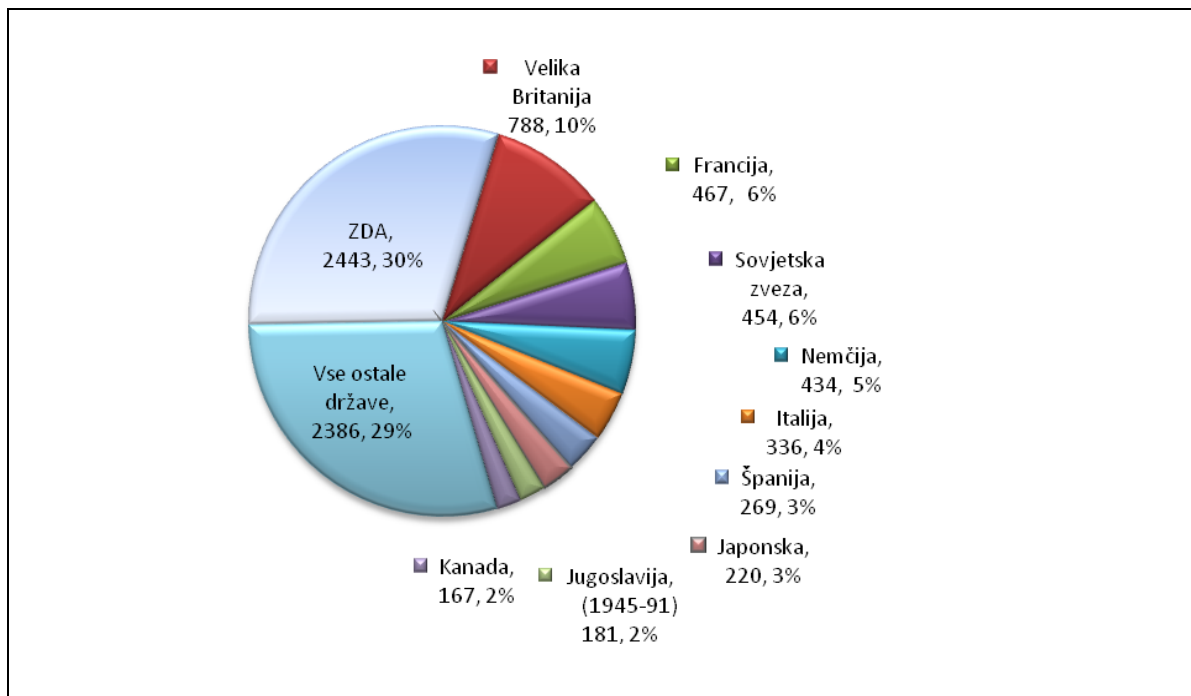
5.3 Pregled svetovne produkcije vojnega žanra v številkah

Ob pregledu svetovne kinematografije v sklopu vojnega žanra sem ugotovila, da pretežni delež produkcije, ki se uvršča tudi v vojni žanr, izvira iz ZDA (IMDb 2008). Tortni diagram (Slika 5. 1) prikazuje količinsko porazdelitev produkcije vojnega filma glede na državo njegovega izvora v sklopu celotne svetovne produkcije vojnega žanra.

Pri izdelavi predstavitve 5. 1 sem uporabila podatke, pridobljene z iskanjem po spletnih bazi podatkov IMDb (2008). Pri iskanju po bazi IMDb (2008) sem določila, da morajo vsi rezultati soditi v vojni žanr. Iz iskanja sem izključila sem vse filme, ki so bili v osnovi posneti za televizijo, tiste, ki so bili premierno izdani na videokaseti, televizijske serije in televizijske epizode. Kriterij, ki sem ga med iskanjem spreminjala, je bila država izvora vojnega filma. Za to predstavitev rezultatov iskanja časovno nisem omejevala na neko določeno obdobje. Skupno število vseh naslovov vojnih filmov, tj. rezultatov iskanja, ki jih je iskalnik IMDb (2008) v času nastanka te statistike ponudil, je bilo 8145 filmskih produkcij, ki se uvrščajo v vojni žanr, v skupno 188 državah. Število vojnih filmov, posnetih v posamični državi, sem beležila v tabelo. Zaradi obsega pridobljenih podatkov sem na Sliki 5. 1 izpostavila samo odstotek deleža vojnih filmov pri državah, ki so se uvrstile med deset največjih proizvajalcev vojnih filmov na svetu. Ob pregledu posamičnih držav se je izkazalo,

da je aktivno produkcijo vojnih filmov moč najti v 116 državah, za 73 držav pa IMDb (2008) tovrstne produkcije ne beleži. Produkcijo vojnega žanra iz preostalih 178 držav sem združila v kategorijo 'vse ostale države'. Oznake kategorij na sliki si sledijo v zaporedju: ime države, število vojnih filmov, odstotni delež vojnega filma posamezne države v svetovni produkciji.

Slika 5. 1: TOP 10 držav glede na količino produkcije vojnega filma.



Glede na količino produkcije vojnega filma zavzemajo ZDA prvo mesto s tridesetodstotnim deležem v svetovni produkciji vojnega žanra, ki ga predstavlja 2443 vojnih filmov. Velika Britanija zaseda drugo mesto z desetodstotnim deležem v svetovni produkciji vojnega žanra (788 vojnih filmov). Britanski delež je trikrat manjši od deleža ZDA. Količinsko so si produkcije v Franciji, Sovjetski zvezi in Nemčiji precej blizu. V primerjavi z deseto državo po obsegu produkcije (Kanado) je delež ZDA kar 15-krat večji. Delež vseh ostalih držav v svetovni produkciji vojnega filma skupaj je le za odstotek manjši od ameriškega deleža. ZDA v produkciji vojnega žanra v svetu daleč prekašajo vse ostale države, kar pomeni tudi to, da je ameriška reprezentacija vojn in podobe vojske močnejša in številčno presega reprezentacije vojn, ki jih ponujajo produkcije drugih držav. Število vojnih filmov, ki pripadajo posamični državi, se mi zdi povezano z nacionalnim ponosom in obremenjenostjo narodnega spomina v zvezi z vojaško zgodovino posamične države v 20. stoletju.

Ker me je zanimalo, kako se produkcija vojnega filma razporeja v sedanjem času, sem poizvedbe na IMDb (2008) omejila tudi na to obdobje. V času od 2000 do 2009 delež vojnih filmov iz ZDA v svetovni produkciji predstavlja 34 % v globalni produkciji vojnega žanra (IMDb 2008). Produkcija vojnega žanra v svetu številčno neprekinjeno narašča že od sedemdesetih let dalje (IMDb 2008).

Filmska industrija ZDA je glede na letni zaslužek v filmski industriji še vedno vodilna v svetu. V letu 2005 je deset najbolj gledanih filmov na svetu, vsi izvirajo iz ZDA, iz kinodvoran odneslo kar četrtno celotnega svetovnega zaslužka (Screen Digest 2006, 210). V letu 2005 je znesek vseh ameriških investicij v filmsko produkcijo predstavljal 62 % skupnih globalnih investicij v filmsko industrijo (Screen Digest 2006). Domača filmska produkcija ima v ZDA monopolistični položaj, saj zavzema 93,4 % trga (Screen Digest 2006, 211), kar ponazarja tudi zaprtost ameriškega filmskega trga za tuji film. Tuja filmska produkcija s svojimi kulturno in ideološko značilnimi reprezentacijami torej le redko doseže kulturno dokaj izolirano ameriško občinstvo. Stopnja zaprtosti ameriškega trga za tujo filmsko produkcije je druga najvišja na svetu, takoj za Indijo. Kitajska, ki zaseda tretje mesto, je v tem pogledu veliko bolj odprta, saj kitajska domača filmska produkcija zavzema 'samo' 60 % kitajskega trga (prav tam).

5. 4 Pogoji za realizacijo sodelovanja med vojsko ZDA in produkcijsko hišo

Dokument "Standard Operating Directive for Cooperation with Motion Picture Companies" izvira iz leta 1947 (Suid 1991, 198-192). Opisuje postopek sodelovanja ameriških zračnih sil z ameriškimi filmskimi produkcijskimi hišami in opisuje dva načina sodelovanja z zračnimi silami.

Ne glede na način dogovorjenega sodelovanja so zahteve ameriških zračnih sil jasne. Vsaka produkcijska hiša, ki je želela pomoč ameriških zračnih sil pri snemanju katerega od svojih filmov, se je morala zavezati k spoštovanju vseh določb pravilnika o sodelovanju med ustvarjalci filmov in ameriško vojsko v procesu ustvarjanja filma. Pred pričetkom sodelovanja se zahteva, da produkcijska hiša predloži celoten scenarij in sprejme predlagane popravke ameriških zračnih sil. Šele takrat, ko je scenarij načrtovanega filma prirejen do te mere, da USA Air Forces v njem ne zasledi ničesar nasprotujočega svojim željam in potrebam, se pričnejo dogovori o medsebojnem sodelovanju. V zameno za pomoč pri snemanju filmov se produkcijska hiša obveže, da bo v končni verziji filma prikazovala ameriško vojsko na način, ki bo skladen z njenimi principi delovanja in idejami, ki so lastne ameriškim letalskim silam vojske. Produkcijska hiša mora zagotoviti, da bo sporočilo filma o ameriški vojski pozitivno in bo koristilo javni podobi ameriških zračnih sil. Produkcijska hiša mora

zagotoviti, da bo film informiral javnost o ameriških zračnih silah skladno z njihovo želeno javno podobo in bo zadostil funkciji rekrutiranja novih kadrov. (Povzeto po Suid 1991, 198-192).

Navedeni dokument je del zgodovine, zato me je pri mojem raziskovanju najbolj zanimalo, kako sodelovanje med ameriško vojsko in produkcijskimi hišami poteka v zadnjih desetih letih. Način funkcioniranja medijev je danes veliko bolj 'specializiran' za posamezne tematike.

Standardni postopek za pridobitev sodelovanja je obrazložen na spletnih straneh ameriške vojske in je vsebinsko precej podoben tistemu, ki je opisan v prej povzetem dokumentu iz leta 1947. Novejša verzija je iz leta 1988 in velja še danes:

1. Režiser/producent na naslov urada za sodelovanje z zabavnimi mediji posreduje pisno prošnjo in obrazložitev projekta, za katerega želi pridobiti sodelovanje vojske. V tem pismu mora podati primere prejšnjih uspešnih izdelkov svoje produkcijske hiše in povzetek zgodbe filma v pripravi. Posebej mora navesti še morebitne koristi, ki bi jih lahko od projekta imelo Department of the Army and Defense (DOD) oziroma Ministrstvo za obrambo ZDA. V tem povzetku je treba navesti tudi želeno opremo, osebje in zahteve lokacij, ki naj bi jih vojska zagotovila ter predviden datum začetka sodelovanja.
2. Dodati je treba kopijo scenarija. Ko je ta pregledana in označena kot primerna, se posreduje v Washington. Dokler scenarij ne pridobi oznake 'primerno', s postopkom ni mogoče nadaljevati ... vojska predlaga želene popravke vsebine, prizore v scenariju, in če se vsem popravkom ugodi, se proces za pridobitev sodelovanja nadaljuje. V nasprotnem primeru, kadar se za spremembe v scenariju ni mogoče dogovoriti, se vsi postopki za pridobitev sodelovanja prekinejo. Za pošiljanje v Washington je potrebno pripraviti več kopij scenarija s komentarji in priporočili za sodelovanje ameriške vojske.
3. Oddelek za odnose z javnostmi v sklopu ministrstva za obrambo pregleda predložene materiale in odločil o tem, ali bo obrambno ministrstvo nudilo svojo pomoč pri uresničitvi projekta.
4. Če se prošnji produkcijske hiše ugodi, je projektu določen vojaški častnik, ki je ves čas nastajanja filma v pomoč filmski ekipi .
5. Za stroške uporabe vojaške opreme in osebja se stroške oceni in plača vnaprej glede na zahteve, ki so opisane v scenariju. Za dodatno nastale stroške se račun lahko izstavi tudi naknadno.
6. Potreben je tudi dodaten čas za končno odobritev projektov. Če v projektu sodelujejo še druge vladne institucije, je potrebno upoštevati tudi njihove časovne okvire za odobritve projekta. (DOD 1988, 5410.16)

Pravilniki vojaškega ministrstva natančno določajo postopek in pogoje, ki jih mora nek filmski ustvarjalec natančno izpolniti, če želi s pomočjo vojske snemati kakršen koli film (Suid 1991). Da

bi filmarji pridobili dostop do vojaškega inventarja, morajo sprejeti vse predloge sprememb v scenariju, kot jih želijo predstavniki vojske (npr. osebne značilnosti vojaškega osebja na filmu, portretiranje vojske kot organizacije, reprezentacija zgodovinskih dogodkov ali potek vojaških akcij) (Boggs in Pollard 2007). Če režiser spremembe v scenariju odkloni, se sodelovanje s strani vojske prekine (prav tam). Na snemanju je neprestano prisoten tudi vojaški častnik, ki je filmu dodeljen kot skrbnik, ki hkrati nadzira potek snemanja (Air Force Television News 1997). Vsak film v končni obliki pregledajo tudi na ministrstvu za obrambo, kjer lahko zahtevajo še dodatne popravke v filmski montaži in tudi cenzuro prizorov (Boggs in Pollard 2007). Dokler vojska filma ne odobri dokončno, proces produkcije ni zaključen (prav tam).

5. 5 Nadzor nad vsebino ima (so)ustvarjalec filma

Pripravila sem seznam 42 filmov iz obdobja od leta 1994 do 2008, kamor sem uvrstila filme po kriteriju, ali so imeli pri nastajanju (pridobivanje opreme, predelava scenarija, svetovanje pri oblikovanju karakterjev, izvedba prizorov itd.) pomoč s strani različnih rodov ameriške vojske ali katere od vladnih agencij CIA ali FBI. Filmske uspešnice iz obdobja sem navedla v Tabeli 5. 2 in večinoma sodijo v žanre: akcijski film (31 filmov), triler (31 filmov), avantura (18 filmov), drama (18 filmov), znanstvena fantastika (13 filmov), vojna (8 filmov).²⁰ Vsi filmi, navedeni v Tabeli 5.2, so se na letnih lestvicah spletnih strani Box Office Mojo (2009b) uvrstili med 100 najbolj gledanih filmov v ZDA v letu premiere. Podatke o sodelovanju vojske ali obveščevalne službe pri nastajanju filmov sem pridobila tako, da sem za vsak film posebej preverila rubriko, ki na spletni strani posamičnega filma na IMDb navaja celotno igralsko zasedbo in produkcijsko ekipo.²¹ Film sem v tabelo uvrstila le, če je bila med ustvarjalci posamičnega filma navedena tudi oseba, pooblaščen s strani katerega od rodov ameriške vojske ali katere od obveščevalnih služb.

Tabelo 5.2 sestavlja šest stolpcev. Stolpec '*Leto*' navaja letnico premiere filma, sledi mu naslov filma. V stolpcu '*Žanr*' so navedeni vsi žanri, v katere se film uvršča glede na spletno stran IMDb (2008). Stolpec '*TOP 100 uvrstitev*' prikazuje mesto, na katerega se je film uvrstil na lestvici 100 najbolj gledanih filmov v ZDA glede na leto premiere (Box Office Mojo 2009b).

²⁰ *Terorizem* ali *katastrofa* kot samostojna žanra ne obstajata. Če bi, bi lahko vanju uvrstili mnoge od navedenih filmov.

²¹ Na IMDb (2009) se ta rubrika imenuje "full cast and crew" in je dostopna prek spletne strani posameznega filma.

Stolpec 'Št. gledalcev v milijonih (ZDA)' je ocena števila gledalcev, ki so si nek film ogledali v kinu v ZDA. Izračunala sem jo tako, da sem celotni zaslužek filma v kinematografih po ZDA²² delila s povprečno ceno kinovstopnice (Box Office Mojo 2009a) v tistem letu. Rezultat je približna ocena števila gledalcev (stolpec 'št. gledalcev v milijonih'), ki so kupili vstopnico za posamezni film. Ta postopek kot najboljši možni način ocene števila gledalcev svetuje spletna stran Box Office Mojo (2009a). Stolpec 'V sodelovanju z' navaja, s katero institucijo so ustvarjalci filma sodelovali v procesu produkcije.

Slika 5. 2: Tabela filmov, ki so nastali v sodelovanju z rodovi ameriške vojske ali agencijama CIA ali FBI.

Leto	Naslov filma	Žanr	TOP 100 uvrstitev	Št. gledalcev v milijonih (ZDA)	V sodelovanju z ²³
2008	Iron Man	akcija, avantura, ZF, triler, kriminal	2.	44,3	†, N, AF
2008	Eagle Eye	akcija, kriminal, skrivnost, triler	27.	14,1	†, AF
2008	The Day the Earth Stood Still	drama, ZF, triler	40.	11	†
2008	Body of Lies	akcija, drama, triler	72.	5,4	CIA
2007	Transformers	akcija, ZF, triler	3.	46,4	†, M, AF
2007	The Bourne Ultimatum	akcija, avantura, skrivnost, triler	7.	33	CIA
2007	I Am Legend	drama, horror, ZF, triler	6.	37,2	†
2007	Charlie Wilson's War	biografija, drama	40.	9,6	CIA
2006	The Good Shepherd	drama, triler	50.	9,1	CIA
2006	The Guardian	akcija, avantura, drama	58.	8,4	US Coast Guard
2006	Flags of Our Fathers	akcija, drama, zgodovina, vojna	95.	5,1	†, M
2006	United 93	kriminal, drama, zgodovina	96.	4,8	†, AF
2005	War of the Worlds	akcija, avantura, ZF, triler	4.	36,5	†, M, AF
2005	Jarhead	Biografija, drama, vojna	41.	9,7	†
2005	Stealth	akcija, avantura, ZF, triler	85.	5	†
2004	The Day After Tomorrow	akcija, avantura, ZF	7.	30	†
2004	The Bourne Supremacy	akcija, avantura, skrivnost, triler	8.	28,4	CIA
2003	Terminator 3: Rise of the Machines	akcija, ZF, triler	8.	24,9	AF

²² Spletna stran Box Office Mojo (2009a) za vsakega od filmov v tabeli ponuja informacijo o njegovih zasluškah v ZDA in tujini.

²³ Legenda oznak v stolpcu: † = U. S. Army (DoD) oz. vojska, AF = U.S. Air Force (DoD) oz. letalstvo, N = U.S. Navy (DoD) oz. mornarica, M = U.S. Marines oz. marinci; CIA = CIA, FBI = FBI, US Coast Guard = obalna straža.

2003	The Recruit	akcija, triler	55.	8,7	CIA
2003	Tears of the Sun	akcija, drama, triler, vojna	68.	7,2	†
2003	The Core	akcija, avantura, ZF, triler	90.	5,1	†, AF, N
2002	The Bourne Identity	akcija, avantura, skrivnost, triler	21.	20,9	CIA
2002	The Sum of All Fears	akcija, drama, triler	22.	20,4	†, AF
2002	Windtalkers	akcija, zgodovina, romanca, vojna	61.	7	†, M
2001	Pearl Harbor	akcija, romanca, vojna	7.	35	†, AF, N,
2001	Jurassic Park III	akcija, avantura, ZF, triler	9.	32	†, M
2001	Black Hawk Down	akcija, drama, vojna, zgodovina	18.	19,2	†, AF, CIA
2001	Behind Enemy Lines	akcija, vojna, drama, triler	40.	10,4	†, M
2001	Hearts in Atlantis	drama, skrivnost, triler	92.	4,2	†
2000	The Perfect Storm	avantura, drama, akcija, triler	6.	33,9	†, AF
2000	Rules of Engagement	akcija, drama, triler	39.	11,3	†, M
1999	Three Kings	akcija, avantura, komedija, drama, vojna	39.	11,9	†
1998	Armageddon	akcija, romanca, ZF, triler	2.	42,9	AF
1998	Deep Impact	ZF, triler	8.	29,9	†
1998	The X-Files	avantura, horor, skrivnost, ZF, triler	23.	17,8	FBI
1997	Air Force One	akcija, triler	5.	37,6	AF
1997	Tomorrow Never Dies	akcija, avantura, triler	10.	27,3	†, AF
1997	The Jackal	akcija, avantura, kriminal, triler	33.	11,9	†
1996	Executive Decision	akcija, avantura, triler	26.	12,7	†
1995	Apollo 13	avantura, drama, zgodovina	3.	39,5	†
1994	True Lies	akcija, avantura, komedija, romanca, triler	3.	35	†
1994	Clear and Present Danger	akcija, triler	7.	29,2	†

Mnogo filmov v tabeli je bilo v svojem času precej popularnih, kar nakazuje predvsem število gledalcev posamičnih filmov in mesta, na katera so se filmi uvrstili na lestvici najboljših 100. Filme, ki so se uvrstili v vrh lestvic gledanosti, si je v kinu včasih ogledala tudi desetina Američanov. V letu 2001 si je filme s prilagojenim scenarijem, ki so navedeni v tabeli, v ZDA ogledalo skupno kar 100 milijonov ljudi, kar predstavlja slabo tretjino prebivalstva ZDA. Veliko število Američanov je ideološko obarvane filme gledalo tudi v letu 2007, kjer se seštevek števila gledalcev vseh filmov tega leta povzpne na 126 milijonov ljudi v ZDA. Leto 1998 s skupno 90 milijoni gledalcev ravno tako izstopa po množični gledanosti takšne produkcije. Množična

gledanost teh filmov le potrjuje priljubljenost filmov na temo vojne, terorizma ali katastrofe, čeravno se vsi navedeni filmi ne uvrščajo neposredno v vojni žanr. Filmi, ki si jih je ogledalo več kot 40 milijonov gledalcev, so *IronMan* (2008), ki govori o fuziji človeka z bojnim oklepom, ki je hkrati orožje; *Transformers* (2007), kjer zemljo obiščejo mehansko-organska bitja iz vesolja, ki se lahko skrijejo za videzom transportnih sredstev in *Armageddon* (1998), kjer se ameriška vojska v sodelovanju z vesoljsko agencijo NASA spoprime s problemom reševanja sveta pred grozečim kometom, ki bi trčil v Zemljo, če ga ne bi uspešno razstrelili profesionalni in junaški vrtalci nafte. Vsi trije filmi se uvrščajo v žanre akcije, znanstvene fantastike in trilerja. Najmanj gledani filmi na tej lestvici so *Hearts in Atlantis* (2001), *Stealth* (2005) in *Body of Lies* (2008), kjer se v akcijski žanr uvrščata samo zadnja dva filma. Kot skupno značilnost si filmi delijo to, da so v njih akcijski elementi, kot so streljanje in eksplozije, manj prisotni in da je njihova tematska osredotočenost manj vsakdanja.

Film *Black Hawk Down* (2001) si je v kinu na primer ogledalo 19,2 milijona Američanov, čeprav je film na lestvici gledanosti uvrščen šele na 19. mesto. Ta filmska reprezentacija konflikta v Somaliji gledalcu ponuja teorijo o razvoju tega resničnega konflikta. Ali bo filmski gledalec svoje vedenje o somalijskih dogodkih razširil ali pa bo ostal le pri filmski reprezentaciji te vojne? V prvem primeru bo gledalec ugotovil, da filmska reprezentacija ni popolnoma iskrena, v drugem primeru pa gledalec ne bo ugotovil ničesar razen tistega, kar mu filmski diskurz že sam ponuja, zadnje je po Hardtu (2004) le ideološko predispozirano branje. V drugem primeru bo gledalec privzel podano reprezentacijo te vojne in jo v splet lastnih reprezentacij dodal kot še eno 'resnico' več.

V tabeli 5. 2 najdemo trideset filmov posnetih s pomočjo ameriške vojske, štirinajst filmov, posnetih s pomočjo vojaškega letalstva ZDA, v sedmih filmih so sodelovali ameriški marinci, le pri treh pa je bila udeležena tudi ameriška mornarica. Obveščevalna agencija CIA je sodelovala pri nastanku osmih filmov, med katerimi je le pri filmu *Black Hawk Down* (2001) sodelovala še katera od drugih za ameriško varnost pomembnih institucij.

Vpletenost teh institucij v proces nastajanja filma za vsako posamezni film iz tabele pomeni, da je bil filmski scenarij željam teh institucij prilagojen tako, da je reprezentacije o njih posredoval na način, kot so te želele. Sodelovanje med hollywoodskimi filmskimi ustvarjalci in ameriškim ministrstvom za obrambo ali obveščevalnimi službami me vodi k sklepu, da se skozi produkte

ameriške popularne kulture globalno razširja in uveljavlja tudi pozitivni podoba ameriških vojaških sil in operacij po svetu.

5.6 Washington in Hollywood; skupno sporočilo po 11. septembru

O zaupljivosti med ameriškimi vojaškimi institucijami in Hollywoodom poleg mnogih filmskih projektov govorijo tudi poteze Bele hiše po dogodkih 11. septembra 2001. Takrat se je Bela hiša za pomoč pri reševanju uganke o identiteti napadalcev obrnila tudi na priznane hollywoodske režiserje, scenariste in producente (Brodesser 2001, CNN 2001). Brodesser (2001) opiše Pentagonovo vabilo priznanim scenaristom in režiserjem k udeležbi v kreativni razpravi o možnih scenarijih, ki so privedli do dogodkov 11. septembra 2001. Namen sestanka je bil pristopiti k reševanju uganke 11. septembra na inovnejši način. "Cilj je bil skupinsko generiranje idej o mogočih terorističnih tarčah in naklepih v Ameriki ter ponuditi rešitve za te grožnje v luči sočasnega napada na Pentagon in World Trade Center," (Brodesser 2001). Na sestanku so se na povabilo brigadir-generalnega Kennetha Bergquista srečali soavtorji filmov, kot so *Die Hard*, *Delta Force One*, *Fight Club*, *Being John Malkovich* in TV serij (*MacGyver*) ter drugi (Brodesser 2001). Srečanje se je odvijalo na *Institute for Creative Technologies* (ICT), University of Southern California (prav tam).

Sledilo je srečanje 17. oktobra 2001 na Beverly Hillsu, kjer so se predstavniki Bele hiše srečali z direktorji medijskih hiš in filmskih studijev (Bart 2001). Prisotni so se pogovarjali o načinih, kako izboljšati percepcijo Amerike v svetu ter kako prek medijskih vsebin posredovati v svet sporočilo o pomembnosti in namenu boja proti terorizmu z uporabo že obstoječih sredstev množičnega komuniciranja - "satelitov in kableske TV, da bi gojili boljše globalno razumevanje" boja proti terorizmu (Bart 2001). Srečanja so se udeležili predstavniki HBO, HBO Films, CBS Television, Warner Bros. TV, Greystone in še mnogi drugi (Bart 2001). Predstavniki Bele hiše so sodelovanje opisali kot način "upravljanja sredstev" (Bart 2001). "Moramo se priključiti na kreativnost in energijo te skupnosti," je izjavil predstavnik Bele hiše (Bart 2001).

V sklopu sestankov, ki so sledili, so se oblikovale manjše skupine, ki se bodo v prihodnosti posvečale ožje zastavljenim temam v sklopu medijske vojne proti terorizmu; nekateri vodilni so tudi pripomnili, da jih je sestanek spominjal na čase iz začetka druge svetovne vojne (Bart 2001).

11. novembra 2001 je potekalo srečanje, ki ga je organiziral Karl Rove, eden glavnih političnih svetovalcev v vladi George W. Busha (Cooper 2001a). Na tem sestanku se je zbralo več kot 40

vplivnih imen Hollywooda – direktorji medijskih konglomeratov, predstavniki sindikata igralcev in režiserjev, prisoten je bil tudi Jack Valenti, direktor ameriške filmske zveze (*Motion Picture Association of America*) (Cooper 2001a). Prisotni so razpravljali o tem, “kako lahko zabavna industrija asistira vladi v vojni proti terorizmu” (Cooper 2001a). Karl Rove je na tem sestanku z medijskimi šefi poudaril za Belo hišo sedem pomembnih sporočil, ki naj bi jih mediji vključili v svoja sporočila in posredovali ameriški in svetovni javosti:

...vojna poteka proti terorizmu, ne proti islamu; Američane je treba pozvati k služenju dolžnosti; Američani naj podpirajo vojsko; to je globalna vojna in potrebuje globalni odziv; to je vojna proti zlu; treba je obraniti ameriške otroke; namesto propagande vojni napori potrebujejo narativno strukturo, ki bo govorila natančno in pošteno. [...] Rove je poudaril, da ni imel namena ukazovati Hollywoodu. *'Industrija se bo sama odločila, kaj storiti in kdaj storiti!'* (Cooper 2001a).

Robert Rosen, dekan fakultete za film in televizijo na univerzi UCLA, od konference, ki je potekala 11. novembra 2001, ni pričakoval neposrednih učinkov na medijsko proizvodnjo, kot je bilo to običajno med drugo svetovno vojno, ko televizije še ni bilo v vsakem domu in je bil obisk kinematografa edini način, da si lahko vojno 'videl' (Cooper 2001a).

Rosen je imel prav. Vojna proti terorizmu, ki se je v medijih odvijala v zadnjih mesecih leta 2001 in še naslednjih nekaj let, je bila tako obsežna, da jo je bilo nemogoče nadzorovati. V Hollywood so se v naslednjih letih v velikem obsegu vrnil filmski heroji, nastajala so nova filmska nadaljevanja poznanih akcijskih franšiz, kot so *Rocky*, *Rambo*, *Terminator*, *Batman*. Računalniška animacija je pripomogla k utelešenju stripovskih, risanih in fantazijskih junakov na filmu. Ta nova tržna niša za junake se je pojavila že pred 11. septembrom, vendar pa je po tem dogodku povpraševanje po junakih dodatno pospešilo produkcijo takšnih filmov. Hollywoodski akcijski filmi s fantastičnimi junaki v glavnih vlogah so pripovedno strukturo akcije in akcijskega heroja ponesli v nove, popolnoma fantazijske dimenzije junaštva.²⁴ Filmski heroj, ki pomaga malemu človeku in skromno ne zahteva povračila ali slave, se je ponovno vrnil v Hollywood. Film z junaki z izjemnimi ali nadnaravnimi močmi so v kinu ponovno postali atrakcija, saj so občinstvu ponudili pobeg v fantazijski svet (Cooper 2001a).²⁵

²⁴ Akcijski filmi po filmskih uspešnicah s stripovskimi junaki v glavnih vlogah so npr.: *Spiderman*, *Batman*, *Iron Man*, *Man in Black*, *Fantastic four*, *Daredevil*, *Blade*, *Hulk*, *300*, *X-Men*, *Hancock* ... (Box Office Mojo)

²⁵ V letu 2001 je bilo med desetimi najbolj gledanimi kinouspešnicami sedem filmov iz fantazijskega žanra ali animacije (Box Office Mojo 2009b).

Televizija ni zaostajala za filmom, svojo solidarnost z vojno so mnoge TV postaje pokazale tako, da so združile moči z vojaškimi silami v Iraku in Afganistanu, tako so nastajali novi resničnostni šovi, oddaje in dokumentarci (Douglas 2003, PBS 2004, Soriano in Oldenburg 2005).

5. 7 Mnenje, politično blago

Če želi neka država pričeti z vojno, mora demokratična država imeti podporo javnosti. V ZDA se o konceptu javne podpore pogosto govori kot o rezultatu javnomnenjskih anket. Z rezultati javnomnenjskih raziskav se v ZDA utemeljuje politične odločitve v povezavi z vojaškimi konflikti že od druge svetovne vojne dalje. Mnenje o vojni se oblikuje skozi poznavanje zgodovine, skozi medijske reprezentacije in tudi skozi film. Filmi ponujajo lastne diskurze in interpretacije vojnih dogodkov glede na namene svojih ustvarjalcev na pozitiven ali negativen način in lahko oblikujejo mnenja o vojnih temah kot del zgodovine in vplivajo na bodoče peceprije vojne s strani gledalcev. Filmi lahko vplivajo na to ali gledalci vojno razumejo kot dogajanje, ki vključuje resnično smrt in razdejanje, v katerem so udeleženi resnični ljudje, ali pa kot svojevrstno avanturo. K zadnjemu se filmska produkcija čedalje bolj nagiba.

Javna podpora oboroženim spopadom je bila in je še vedno ključnega pomena za občutek življenja v demokraciji, kar se je v praksi pokazalo tudi v rednem spremljanju porazdelitve mnenj glede pričetka vojne v Iraku med ameriško javnostjo. Ko se je dovolj velik odstotek anketirancev izrekel za podporo napada na Irak, je bilo z rezultati javnomnenjskih anket mogoče upravičiti trenutek odločitve vstopa v vojno. V dveh tednih po pričetku invazije je podpora vojni padla za več kot deset odstotkov - javnost vojne torej ni več odobraval (Keeter 2007; Pew Research 2009). Ravno javno mnenje, ki se je dolgo časa stopnjevalo v večinsko podporo vojni, je v nekem trenutku ponudilo dovolj podpore za odločitev za invazijo na Irak in okno priložnosti za to politično odločitev, nato pa je ponovno upadlo (Keeter 2007; Polling Report).

“Če naj demokracija obstaja, mora biti razširjeno prepričanje, da javno mnenje vsaj dolgoročno vpliva na potek javnih akcij” (Key v Splichal 1997, 45). Odločitev za vojno lahko legitimizira le večinsko prepričanje javnosti, da je vojna potrebna. Vojna je sredstvo, za katerega se morajo državljani odločiti, ali ga bi želeli uporabiti ali ne. V preprosti percepciji demokracije je mogoče odgovornost za pričetek vojne iskati tudi pri posameznih državljanih, ki so s svojim mnenjem vojno podprli in jo opravičili v očeh domače javnosti. Valuta, vključena v potek procesa 'menjave' *mnenje v prid vojni in vojna za mnenje*, je zasebno mnenje posameznika. Slednji v tem primeru deluje kot

državljan, katerega naloga je prispevati svoj glas v javnosti in tako legitimizirati ali zavrniti predlagano politično dejanje s strani svoje države v procesih oblikovanja javnega konsenza.

Splichal (1997) poudarja, da se je s prevlado empiričnega raziskovanja javnega mnenja popularno dojetje pomenov in vira javnega mnenja zelo posplošilo, saj se je družbeni temelj javnega mnenja iz intelektualnih elit razširil na "množice ali kar celotno prebivalstvo neke države" (Splichal 1997, 40). Empirične raziskave javnega mnenja so pomen mnenja komodificirale, saj percepcija mnenja kot blaga izhaja iz "dejanskega izenačevanja konsumpcijske in politične sfere ter zatona kritične javnosti; politika pa se je pričela prodajati tako kot vsako drugo blago, v bistvu torej nepolitično" (prav tam, 41). Javno mnenje je ob koncu 18. stoletja postalo "politični ali ideološki konstrukt brez jasnega sociološkega referenta; zagotavljal je impliciten nov sistem oblasti, v katerem so se morali vlada in njeni kritiki sklicevati na presojo javnega mnenja, da bi zagotovili svoje cilje" (Price v Splichal 1997, 40).

Medijska interpretacija rezultatov mnenjskih raziskav pogosto deluje tako, da rezultate javnomnenjskih raziskav v javnosti legitimira kot izraz politične volje. Takšna legitimacija je s stališča pravne države sporna, saj rezultati javnomnenjske raziskave niso oblika zakonskega sredstva za doseganje skupnih političnih odločitev, lahko le nakažejo javna občutja. Politično odločanje na podlagi statistik, ki jih podajo raziskave javnega mnenja je princip odločanja, ki je v svojem bistvu nezakonit in ruši zakonski red, ki naj bi ga branil in vzdrževal. "Politični trg dolguje svojo demokratično funkcionalnost obstoju 'javnega mnenja', ki je sposobno presojati ponudbe na trgu in nadzorovati njihove producente" (Zolo v Splichal 1997, 41). Vendar to še ne pomeni, da je meritev javnega mnenja mogoče legitimirati kot ljudsko voljo. Izbire na trgu javnega mnenja ne moremo enačiti z izbiro ekonomskega blaga (Splichal 1997, 41), saj ima izbira na prvem trgu splošne posledice za življenje, na drugem pa posledice občuti le potrošnik blaga.

Vojni film je z oblikovanjem javnega mnenja težko povezati, vendar pa, če parafraziram Stuarta Hall-a (2004) je percepcija vojne vezana na reprezentacijo vojne v tekočem diskurzu, ki ga "nikoli ne sestavljajo le ena izjava, en tekst, eno dejanje ali en vir" (Hall 2004, 65). Reprezentacija vojne v filmu opravičuje nasilje na način, kot ga ne more nihče drug, saj film vojno postavlja v neko vzporedno fantazijsko realnost, kjer je jasno, kdo je prijatelj in kdo sovražnik. Filmski diskurzi soustvarjajo realnost javnega mnenja, saj vplivajo na osebne predstave, ki jih o vojni goji vsak

filmski gledalec. Reprerentacije vojne, ki jih ponujajo mediji, vplivajo na zasebne politične odločitve ljudi in njihovo javno mnenje. Kako močna je ta povezanost, mi žal ni uspelo ugotoviti.

Ob komodifikaciji same vojne se je treba vprašati, kako vojna postane blago in na kakšen način se jo lahko trži. Kako nagovoriti potrošnika in mu jasno ter učinkovito predstaviti pozitivne ali negativne strani vojne?

Množične komunikacije tipično – ali/in njihove tradicionalne manifestacije v časopisih, radiu ali televiziji – prilagajajo procesiranje informacij, ki je vnaprej določeno s strani komercialno ali politično pomembnih klientov, vnaprej določeno s trdom v odnosih z javnostmi in vnaprej izbrano za specifično rabo v propagandnih kampanjah, ki segajo od oglaševanja izdelkov do prodajanja političnih idej – kot je na primer vojna. (Hardt 2004, 114).

Vojno filmi predstavljajo kot boj dobrega z zlom. Diskurzi o vojni se tradicionalno zaključujejo s tem, da dobro na koncu zmaga – vsaka filmska vojna ima srečen konec, saj se vsaj navidezno zaključi z mirom. Ljudje lahko po vojni živijo v miru in uživajo svobodo, za katero so se borili oni sami, njihovi sosodje ali sorodniki. Nihče o vojni ne reče, da je *dobra*, izrazi pa takšno mnenje o njenih rezultatih ... o miru. Za vojno pride mir tako gotovo, kot za nevihto posije sonce. Če ne prej takrat, ko zmanjka ljudi, ki bi se borili.

6 FILM IN IZKUŠNJA GLEDANJA

Filme danes gledamo rekreativno in pogosto. Posredujejo nam občutke in podobe, ki jih drugače morda ne bi nikoli spoznali. Filme doživljamo; so osebne psihološke izkušnje, fantazijska potovanja, ki jih lahko izkusimo sami v popolni zasebnosti ali v dvorani, polni neznancev. Najpogosteje gledamo filme zato, da bi se zabavali, na podzavestnem nivoju pa ob tem doživljamo katarzo (Tan 1996). V Austinovi študiji motivov za obisk kina iz leta 1988 so ameriški študentje običajno navajali motive “pozabiti, ubežati, oditi” (realnosti), “uživati v ugodni aktivnosti”, “preganjati čas”, pogosto pa tudi “učenje novih informacij”, “olajšati osamljenost”, “impresionirati druge ali se jim prilagajati” in “spoznavanje sebe” (Austin v Tan 1996, 17). Izkušnje, motivi in psihološki procesi ob gledanju so ne glede na žanr enaki. Gledalec si film ogleda, ker si to želi, saj vnaprej in glede na lastne potrebe oceni vrednost izkušnje, ki jo film ponuja. Iskanje določene izkušnje je pravi motiv za ogled filma in se skriva v podzavesti gledalca.

6.1 Kino pogled

Do sredine 20. stoletja so ljudje filme in informativne oddaje lahko gledali le v kinematografih, ki so posebna oblika medija. V objektu kinodvorana velja pravilo tišine, ki sporočilu predvajanega filma zagotavlja skorajda sterilno okolje, laboratorijsko okolje z minimalnim številom motečih dejavnikov. Dvorana je zatemnjena, edina svetloba v dvorani je tista, ki se odbija od filmskega platna. V dvorani med filmsko predstavo večinoma vlada tišina (razen pri komedijah), občinstvo je pasivno. Zvoki, ki niso del predstave, so izrecno nezaželeni in se ponavadi hitro sankcionirajo s strani gledalcev. Pogledi gledalcev so med predstavo osredotočeni na platno. Gradbena zasnova kinodvorane gledalcu omogoči anonimnost in zasebnost. “Ogled filma je individualna in izolirana aktivnost, ki se odvija navkljub prisotnosti drugih gledalcev” (Tan 2006, 19). Gledalčeve emocije in reakcije zaradi teme in načina postavitve sedežev v dvorani ostanejo zasebne, skrite pred množico sogledalcev.

V kinu je edini dejavnik, ki ga zgradba kinodvorane ne nadzoruje, a vendar lahko vpliva na razumevanje sporočila filma, gledalčev osebni skupek predstav o svetu. Toda tudi te so med ogledom filma pod vplivom tega medija in zato potisnjene v ozadje zavesti, šibkejše. Med gledanjem filma je gledalec v stanju, ki ga lahko opišemo kot “pseudoregresijo” (Tan 1996, 35).

Gledalec se filmski fantaziji ob gledanju filma zavestno prepusti, “med reprezentacijami in resničnimi opažanji ni nobene razlike in željam se zadosti na halucinatoren način” (Tan 2006, 19).

Dejstvo, da je občinstvo s fikcijskim svetom (filma) fascinirano ali pa se v njem celo izgubi, se kaže kot eden najpomembnejših primarnih motivov. Užitek v opazovanju in v izgubi samega sebe v fikcijskem svetu lahko razumemo kot dve plati istega kovanca. Gledalci med gledanjem bivajo v domišljiji, v fiktivnem svetu, kjer ni nobenega tveganja; njihova domišljija je hkrati opogumljena in vodena. Kognitivna osnova za to izkustvo je spoznanje, da je posameznik v domišljijem svetu (Tan 1996, 32-33).

Filme gledalec izbere sam po svojem okusu. Od filma pričakuje nekaj, kar mu bo všeč, zato si pomaga z žanrsko uvrstitvijo filma. Gledhill (1997) trdi, da že samo ime žanra v gledalcu vzbudi “določena pričakovanja o vrsti zgodbe in učinkov, ki jih ta ponuja” (prav tam, 351). Žanr je kategorija, ki deluje “kot pomemben kazalec naših gledalskih izbir in praks” (Gledhill 1997, 351).

Najosnovnejša motivacija za ogled filma “leži v pričakovanju doživetja zelo specifične emocionalne izkušnje” (Tan 1996, 35), ki jo vsakdo doživi na svoj način. Film gledalcu nudi podlago za popolnoma osebno čustveno izkušnjo širokega spektra. “Z gledalčevega vidika, lahko povzamemo, da imajo vsi običajni gledalci tradicionalnih filmskih uspešnic skupno željo izkusiti občutke intenzivno in obširno, kot je le mogoče v varnih mejah vodene fantazije in zaključene epizode” (Tan 1996, 39). Filmski zaplet v tradicionalni filmski uspešnici je večinoma skladen s prevladujočimi vrednotami, normami in ideologijo družbe. Za gledalca je to dodatno varovalo, saj se njegova fantazija staplja z družbeno še sprejemljivimi tokovi domišljije, med predstavo je gledalčeva domišljija vodena.

Akcijski in avanturistični filmi nudijo široko paleto vznemirljivih občutij. Medtem ko filmi govorijo skozi konvencije svojih žanrov, se gledalec vživi v podobe “vznemirjenja, nevarnosti, negotovosti, nasilja in spolnosti” (Gehring 1988, 18) v varnem zavetju kinodvorane. Občutek vznemirjenja je močan, realno nevarnost ne obstaja; film traja le neko časovno določeno obdobje, v katerem gledalec varno doživlja nevarne dogodivščine (Gehring 1988). Vojni žanr poleg stalnega vznemirjenja gledalcu ponudi še ideološko dimenzijo, skozi katero mu omogoči še eno od pomembnih funkcij oziroma filmskih doživetij – funkcijo gratifikacije, obliko (samoiniciativnega) doseganja samopotrditve skozi vodeno fantazijo.

S sprejemanjem prevladujočih reprezentacij in diskurzov se gledalec, čeprav je trenutno v *odmaknjenem* stanju, vrača v okvire družbe. Čeprav sam ne komunicira, je v stanju sprejemnika čustev. Čustvene dimenzije filma delujejo kot medij in gledalca ponovno povežejo z deli družbenega telesa - s kulturo, ideologijo, normami, sprejemljivim in pravilnim načinom čustvovanja. Vojni film je eden od akcijsko-avanturističnih žanrov, ki "ali se osredotoča na junaka individualno ali na preživetje skupine, avantura vedno prikazuje mitski ideal družbene enotnosti" (Gehring 1988, 16).

Vojni film ponudi gledalcu možnost poistovetiti se z junaštvom in akcijo ter občutiti nujnost upora proti sovražnim silam, ki jih "zanima le uničenje - politični razdor, vojna, katastrofa" (Gehring 1988, 16). Wes Gehring poudarja družbenopovezovalno funkcijo filma, katere namen je doseganje konformnosti in se dogaja v procesu gledanja filmov, ki sodijo v eno od podzvrsti akcijsko-avanturističnega žanra. "Ob koncu filma se z zaključkom avanture gledalec vedno povrne v začetno pozicijo družbene konformnosti. Vse vrednote v tradicionalni avanturi podpirajo in utrjujejo status-quo, idejo o stabilnosti in pravilnosti v delovanju družbenega reda" (Gehring 1988, 16-17).

Na skorajda protisloven način filmi ljudi s prenašanjem podob medsebojno povezujejo. Čeprav gledalci doživijo film kot fantazijsko in čustveno s(t)imulacijo, ki se dogaja le njim v njihovi osebni realnosti, sočasno sprejemajo isti sistem reprezentacij kot vsi ostali gledalci istega filma. Uspešnejši kot je film, več gledalcev si ogled tega filma deli kot osebno izkušnjo in več gledalcev si lastno reprezentacijo sveta oblikuje zelo podoben način. Ogled filma je osebna izkušnja v množici anonimnih gledalcev. Ker so filmske uspešnice tako osebna kot tudi družbena izkušnja velikega števila ljudi, je ogled filma hkrati tudi skupinska, množična aktivnost.²⁶ Posledično tudi način filmskega diskurza povezuje skupino ljudi, ki si je delila neko filmsko izkušnjo.

Vojni film *Pearl Harbor* (2001) si je v ZDA ogledalo več kot 35 milijonov ljudi (Box Office Mojo 2009a; Box Office Mojo 2009b), kar je v letu 2001 v grobem predstavljalo 12 % prebivalstva ZDA.²⁷ Obisk kinematografa je, glede na ogromno število gledalcev, veliko bolj množična aktivnost kot npr. sodelovanje v javnomnenjski raziskavi. Film, ki si ga ogleda velika množica posameznikov (gledalcev z osebnimi preferencami, fantazijami in svetovnimi nazori), ima možnost vplivati na

²⁶ Razumeti ogled filma kot prostočasno *aktivnost* je morda celo napačen pristop, glede na regresivno stanje, v katero zapadejo gledalci med ogledom filma. Morda bi bilo o gledanju filmov razmisliti tudi kot o vrsti prostočasne *pasivnosti*.

²⁷ Odstotek je izračunan glede na oceno števila gledalcev (Tabela 5. 2) v primerjavi s populacijo ZDA, kot je bila ocenjena v letu 2000 (U. S. Census Bureau 2000).

sliko sveta, ki si jo ta velika množica deli. Vpliv filma je posreden in se odvija prek reprezentacij in konceptov, ki jih film posreduje. Tako tudi filmi sovplivajo na oblikovanje družbenega diskurza o temi, kot je vojna.

Nekateri avtorji trdijo, da filmi, še posebej akcijsko-avanturistični žanri, utrjujejo in obnavljajo sistem reprezentacij, ki so že *lastne, privzgojene* gledalcem, in te reprezentacije aktivirajo, mobilizirajo (Hardt 2004, Boggs in Pollard 2007, Suid 2001). Enako vojni filmi utrjujejo politična prepričanja, obnavljajo čustva patriotizma, spreminjajo podobo sovražnika in jo prilagajajo prevladujočim političnim tendencam glede na obdobje, v katerem ali za katerega je film nastajal.

Vojni filmi se (v izjemni večini) osredotočajo na reprezentacijo moških v vojni. Osrednji karakterji večinoma utelešajo vrline in lastnosti kot so čast, dolžnost, pogum, hrabrost, požrtvovalnost, možatost. Za vse te lastnosti velja splošno sprejet družbeni konsenz - občinstvo jih razume kot pozitivne in kot lastnosti, po katerih se meri človeka.

6. 2 Vizualna in emocionalna konstrukcija spomina; identifikacija z junakom

Vojni film je neločljiv od govorice ideologije ali prepričanj, ki jih zastopa. Vojni filmi brez junakov sicer obstajajo, a so redki. Personifikacije in idejni koncepti, ki jih kritika vojnega filma najpogosteje preučuje, so 'junak', 'upornik', 'navidezno razbijanje stereotipov', 'povezanost v skupini' in 'sovražnik'. 'Sovražnik' ima največ variacij, vedno pa je v bipolarnem odnosu z dobrimi silami v filmu.

Odnos med oblikovanjem zgodovine, medijev in kulturnega spomina je diskurzivne narave. Zgodovinski filmi, nadaljevanke in serije nudijo gledalcem ogromno materiala, iz katerega si lahko skorajda po želji sestavijo lastni kolaž poznavanja zgodovine in različnih ideologij, ki so zaznamovale njen tok. "Če razmišljamo, da se zgodovina konstituira skozi diskurz in kulturni boj, moramo pomen iskati onkraj opomb, bibliografij in drugih šolniških principov učenja, kot jih uporabljajo zgodovinarji in se osredotočiti na načine, kako se zgodovinski dokazi v kulturi procesirajo, diseminirajo in zapomnijo" (Anderson 2001, 25).

Žanru ameriškega vojnega filma se najpogosteje očita, da preveč poudarja samo pozitivne ideje, ki so povezane z vojno. Reprezentacija vojne je pogosto osredotočena le na prikaz medsebojnih odnosov med vojaki v boju. Vojni film govori o moči medsebojnega sodelovanja, prijateljstva in doseganju nemogočega s skupinskimi napori.

Človeške vezi med vojaki, ki se vsak dan srečujejo z grozotami, se skozi boj neprestano utrjujejo. Skorajda logično je, da vojaki najdejo psihološko uteho tako, da z medsebojnimi odnosi ustvarijo tesno povezano skupino. Povezanost med možmi v boju, čast, patriotizem in domoljubje, spoštovanje avtoritete in skupna borba za zmago dodajo podobam vojne veličino, ki prevlada nad grozo bitke. Zmage se praznujejo z občutki vsesplošnega prijateljstva in sreče, ki ljudi poveže v zavedanju, da je vojne konec. Občutek katarze v vojnem filmu je močan in univerzalno dojemljiv, saj gledalec skupaj s filmskimi junaki premaga smrt in uničenje.

Prevladuje črno-belo videnje sveta, zmagovalec je dober, poraženec slab. Redki filmi ne ustrezajo tej trditvi in ravno zato so znotraj žanra med prepoznavnejšimi. Vmesne nianse filmskih karakterjev so zamegljene in se redkokdaj polno izrazijo. Vojni film je kljub splošnemu zavedanju filma kot fikcije še vedno oblika vizualnega in lahko prebavljivega teksta, ki interpretira zgodovino za množice. Gledalci se tega sicer zavedamo, še vedno pa upamo, da je filmska interpretacija zgodovine blizu resnici.

Film lahko resnico potvarja brez vedenja gledalca, ki si, nepoučen o zgodovinskih dogodkih, interpretira dogodke iz filma kot točne in si glede na filmsko interpretacijo izgradi lastno sliko razvoja dogodkov - ne le v sklopu poteka filmske zgodbe, ampak tudi o poteku resničnih dogodkov, na katerih temelji filmska zgodba. Le gledalci s predznanjem o resničnem zgodovinskem toku dogodkov in tisti, ki po ogledu filma samoiniciativno raziščejo, kaj o filmski temi pravi zgodovina, vedo, v katerih odlomkih so ustvarjalci filma dali prednost umetniški svobodi in drami pred zgodovinsko razlago. Vsa preostala publika pa si deli novo vedenje kot površno interpretacijo zgodovine. Vojni film (ne le ameriški), lahko tako preoblikuje splošno razumevanje poteka dogodkov, ki sestavljajo filmsko tematiko in ideološko interpretira zgodovino za širše občinstvo. Z uporabo označevanja datumov in krajev, ki delujejo kot pripomoček v filmski naraciji, filmi krepijo učinkovitost lastne predstavitve dogodkov kot zveste resnici.

Žanr vojnega filma pa v eni postavki še vedno ostaja nepremagljiv - prikazuje boj za fizično preživetje posameznika. Vojni filmi, celo tisti s protivojno retoriko, z adrenalinskimi prizori bitk kot borbe za preživetje vojno v osnovi povečujejo, saj je na svetu verjetno le malo ljudi, ki ob gledanju filmske fantazije ne bi vsaj malo občutili nujnosti boja za preživetje in vznemirjenja ob tem. S temi občutki se lahko na podzavestni ali zavestni ravni identificira vsak gledalec. Prek čustvene identifikacije s filmskim dogajanjem, ki se zgodi v gledalcu, filmski prizori boja in bitke v

trenutkih, ko jih gledamo, vojno vedno povečujejo kot nujen in upravičen boj za preživetje. Ameriški filmi pogosto predstavljajo vojno in vojaško urjenje kot preizkušnjo, ki iz fantov naredi može. Vojne prizore spremlja glasba, lahko klasična ali popularna, v vsakem primeru pa rabljena tako, da filmske prizore naredi bolj silovite. Slika in zvok sta usklajena, glasbeni vrhunci se skladajo z vizualnimi.

Koncept vojnega filma lahko s pričetkom vojne proti terorizmu razširimo na žanrsko širše področje filmskega ustvarjanja – na filme, ki obravajo tematiko terorizma, vohunstva ter bojev za moč in prevlado tako v odmaknjenih delih tretjega sveta kot tudi na Zahodu. Mnogo filmov, ki se ukvarjajo s sodobno obliko vojne, se ne uvršča več ekskluzivno v žanr vojnega filma, ampak raje med žanre, kot so akcija, avantura, triler, drama, znanstvenofantastični ali vohunski film in celo komedija. Še vedno pa ti filmi tudi skozi vojno pripovedujejo svojo zgodbo in sočasno vojno prikazujejo kot del običajnega obrobnega dogajanja. Tako se koncept vojne ponovno normalizira, vojna se prikazuje kot neko stanje, ki pač je in o njenem izvoru ni treba bolj poglobljeno razpravljati.

7 ŠTUDIJA PRIMERA: Pearl Harbor (2001)

S študijo mikro primera in dejstev povezanih z obravnavanim filmom bom združila koncepte in pojme, ki sem jih obravnavala do sedaj. Film *Pearl Harbor* sem za analizo izbrala zato, ker je nastal v novem tisočletju in je kot zgodovinski ep spregovoril o pomembnem dogodku iz vojaške zgodovine ZDA. Napad na Pearl Harbor, 7. decembra 1941, je v ameriški zgodovini, vse do terorističnih napadov na New York, 11. septembra 2001, predstavljal edini primer napada na ozemlje ZDA. Za obravnavo filma *Pearl Harbor* (2001) sem se odločila zato, ker je bil premierno predvajan le štiri mesece pred novodobnim napadom na ZDA in je na nek način ponudil čustveno reprezentacijo tipa dogodka, ki so ga Američani nepričakovano a ponovno doživeli štiri mesece po premieri tega filma. *Pearl Harbor* (2001) je nastal v počastitev 60. obletnice napada na vojaško oporišče Pearl Harbor na Havajih. *Pearl Harbor* (2001) je v zgodovini hollywoodske filmske produkcije šele šesti film po vrsti, katerega zgodba pripoveduje o tem neposrednem napadu na ozemlje ZDA (Suid 2001).

Pearl Harbor (2001) se dogaja v času druge svetovne vojne in zato zadosti tudi najstrožjim definicijam vojnega žanra. Neskončen boj dobrega proti zlu s filmom ponovno oživi v vsej pravičnosti druge svetovne vojne, obudi stare diskurze o črno-beli vojni in je še eden mnogih filmov, ki oživljajo koncept upravičenega maščevanja. *Pearl Harbor* (2001) je zgodba o ljubezni in prijateljstvu, ki se odvija v času druge svetovne vojne na prizorišču tega zgodovinskega napada.

7.1 Kratka vsebinska obnova: Pearl Harbor (2001)

Danny in Rafe, najboljša prijatelja, tik pred drugo svetovno vojno pričneta z urjenjem za vojaška pilota. Rafe se zaljubi v vojaško medicinsko sestro Evelyn, s katero postaneta par. Kljub temu se Rafe, željan pravega boja, prostovoljno javi za pomoč pri obrambi Velike Britanije. Evelyn in Danny sta premeščena v vojaško bazo Pearl Harbor na Pacifiku. Rafe in Evelyn ohranita stik prek pisem, polnih hrepenenja. Septembra 1941 Rafa sestrelijo, Evelyn in Danny se z izgubo soočita najprej vsak zase, kmalu ju skupna bolečina poveže in postaneta par. Mesec kasneje se v Pearl Harborju pojavi Rafe, ki je čudežno preživel. Rafa novica o razmerju med Evelyn in Dannyjem neprijetno preseneti. Z Dannyjem se še isti večer stepe, naslednje jutro pa miren zaliv Pearl Harbor nepričakovano napadejo japonska letala. Sprta prijatelja združita moči v boju za obrambo pristanišča in organizirata peščico prijateljev v miniobrambo, kjer je Rafe edini z izkušnjami v boju.

Kljub napadu uspeta poleteti in sestreliti 7 letal. V napadu je potopljenih več ameriških bojnih ladij in umre okrog 3000 ljudi. Predsednik Roosevelt javno razglasi vojno stanje in Američanom obljubi boj do končne zmage. Od svojega kabineta in generalov zahteva povračilni udarec Japonski, kljub tveganju, ki ga ta predstavlja za poškodovano mornarico in ZDA. Izrecno poudari, da je Amerika sedaj v vojni.

Danny in Rafe sprejmeta vabilo k sodelovanju v strogo zaupni misiji. Evelyn Rafu pred odhodom na posebno urjenje zaupa resnični razlog, zakaj je ostala z Dannyjem - nosi Dannyjevega otroka, a Danny tega še ne ve. Aprila 1942 kapitan Doolittle pilotom na letalonosilki sredi Pacifika razkrije cilj skrivnostne naloge: bombardirali bodo Tokio in pristali na Kitajskem. Japonske izvidnice ameriško letalonosilko predčasno odkrijejo, zato morajo piloti nad Tokio poleteti 200 milj prej, kot je bilo načrtovano. Bombniki po napadu komaj dosežejo kitajsko obalo, kjer se zrušijo. Preživele zajamejo japonske izvidnice, v napadu katerih Danny umre. Rafe se z ostalimi preživeli vrne domov in s seboj prinese Dannyjevo truplo. Rafe in Evelyn ponovno postaneta par in skupaj vzgajata otroka.

7.2 Kratek pregled dogodkov v vojaškem pristanišču Pearl Harbor: 7. december 1941

Japonski zračni napad je pristanišče Pearl Harbor presenetil na nedeljsko jutro, 7. decembra 1941. Američani so sicer slutili, da Japonska pripravlja napad na pacifiško floto, vendar lokacije cilja napada niso uspeli pravočasno dešifrirati. Vojaško in civilno osebje v luki Pearl Harbor je bilo na zračni napad nepripravljeno, saj je večina prebivalcev menila, da Japonci za tarčo zagotovo ne bodo izbrali njihovega pristanišča (Satterfield 1992). Japonska mornarica je napadla v dveh valovih. Prvi val se je pričel ob 7. uri in 51 minut, ko je 183 japonskih bombnikov in lovcev pričelo bombardirati in streljati na v pristanišču zasidrane ameriške bojne križarke, vojaško opremo in stavbe. Ob pol devetih je napad dosegel tudi vojaško letalsko bazo Ford Island. V napadu je potonila ameriška bojna ladja Arizona skupaj z osmimi drugimi bojnimi ladjami ameriške flote, 21 ladij pa je bilo v napadu močno poškodovanih. V napadu je bilo ranjenih 1178 ljudi, umrlo jih je 2350, med njimi 68 civilistov (Wikipedia 2009). Največ mrtvih mornarjev je bilo iz moštva bojne ladje Arizona. Japonske izgube so bile v primerjavi z ameriškimi majhne, saj so ti izgubili 29 letal in 65 ljudi (Wikipedia 2009). Napad na Pearl Harbor, še posebej element presenečenja, je bil dovolj močan povod, da je Amerika vstopila drugo svetovno vojno.

7.3 Odmevna premiera, promocija patriotizma

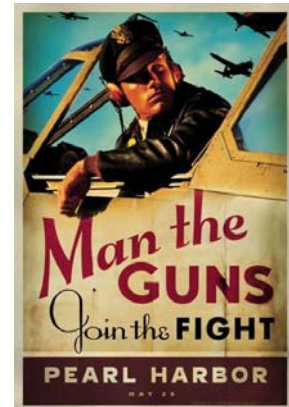
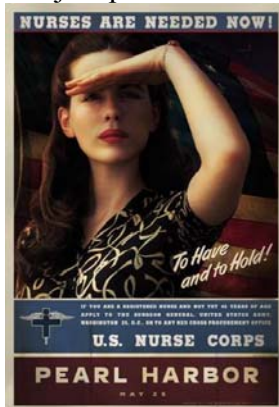
7. decembra 2001 je bila 60. obletnica napada na Pearl Harbor. Za dan premiere je bil izbran 25. maj 2001, ki je bil v letu 2001 tudi državni praznik 'Memorial day'²⁸, premiera pa se je odvijala na ameriški letalonosilki, zasidrani v vojaški bazi Pearl Harbor na Havajih. Premiera filma Pearl Harbor je bil eden najdražjih in najbolj medijsko napovedovanih takšnih dogodkov v zgodovini filma, proračun za film je bil med snemanjem filma najvišji, ki so ga kadarkoli odobrili (IMDb 2009c). Upanje, da bo film finančno izjemno uspešen, se glede na vložena sredstva ni uresničilo, čeprav je bil Pearl Harbor po prodaji kart sedmi najuspešnejši film leta 2001 (Box Office Mojo 2009b). V kinih po ZDA se je vrtel od 25. maja do 30. novembra 2001 (The Numbers 2009). Strošek celotne produkcije in promocije bil približno tolikšen, kot je znašala ocena škode, ki je nastala pri bombardiranju Pearl Harborja (IMDb 2009c).

V sklopu izjemno obsežne promocije so film oglaševali s plakati v retrostilu propagandnih plakatov iz časa druge svetovne vojne. Med drugo svetovno vojno so se v ZDA vojni napori v izjemnem obsegu domače propagande promovirali v javnosti. Spodnje plakate sem izbrala iz zbirke več tisoč propagandnih posterjev iz časa druge svetovne vojne, ki se nahajajo v narodnih arhivih ZDA, imenovanih NARA (2009). Iz vizualne primerjave plakatov je jasno razvidno, da novejši plakati privzemajo tipografije črk in izreke s starejših in jih kombinirajo s podobami igralcev iz filma *Pearl Harbor* (2001) v brikolaž, namenjen promociji tega filma.

Tabela 7. 1: Primerjava plakatov za film *Pearl Harbor* s propagandnimi plakati iz druge svetovne vojne

²⁸ 'Memorial day' je državni praznik v ZDA, ki je posvečen spominu na vse padle v vojni v službi domovine. Ta praznik je z vidika patriotizma zelo pomemben. Praznik se sedaj proslavlja zadnji ponedeljek v maju, tradicionalno pa se je Memorial day proslavljal 30. maja od leta 1868 dalje. (Merchant 1994).

Promocijski plakati za film *Pearl Harbor* (All Movie Photo 2009).



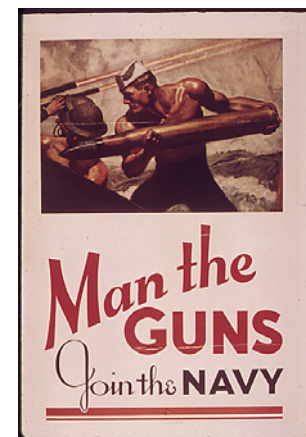
Propagandni plakati iz obdobja druge svetovne vojne:



Apel ženskam, naj se pridružijo boju kot medicinske sestre, (NARA 2009, ARC id. 515094).



Poster za promocijo nakupa vojnih obveznic, (NARA 2009, ARC id.514764).



Rekrutivni plakat za mornarico, (NARA 2009, ARC id. 513519).

V prvi vrsti so prikazani promocijski plakati za film *Pearl Harbor* (2001), v drugi pa resnični promocijski plakati iz časa druge svetovne vojne, s katerimi so promovirali nakup vojnih obveznic ter vojaške poklice. Plakat v drugi vrsti z napisom “Medicinske sestre so potrebne sedaj!” vabi ženske, naj k vojnim naporom prispevajo kot vojaške medicinske sestre. Poster z napisom “Kupujte vojaške obveznice!” je promoviral nakup teh obveznic, s pomočjo katerih so ZDA v drugi svetovni vojni zbirale sredstva za nakup vojaške opreme in orožja, da bi svoji vojski zagotovile nujna sredstva in opremo za vojskovanje v Evropi. Tretji plakat v drugi vrsti poziva mlade moške k vpisu v ameriško mornarico z neprevedljivo besedno igro “Obvladaj orožje, pridruži se mornarici”. Plakate sem postavila v navpične pare, saj je tako najboljše razvidno, kako plakati za film *Pearl Harbor* povzemajo besedila, tipografijo in vizualni stil fotografije plakatov iz druge svetovne vojne

za namen promocije filmske predstave. Pogledi oseb na plakatih so zazrti v nebo, intenzivna obarvanost novejših plakatov daje vtis, kot da so iz preteklosti.

Menim, da privzemanje vizualne stilistike tega obdobja dodatno priča o namenu ustvarjalcev filma, da bi gledalci film občutili kot avtentično reprezentacijo dogodkov druge svetovne vojne. Starejše generacije Američanov so se ob teh plakatih zagotovo spomnile na obdobje druge svetovne vojne v ZDA in takratne življenjske in družbene okoliščine. Filmski diskurz dogodkov Pearl Harborja (2001) kot vzroka za vstop ZDA v druge svetovno vojno in kot pravičnega maščevanja, nujnega za ohranitev integritete naroda, je nagovarjal patriotske občutke Američanov že vse od maja 2001.

Filmska reminiscenca napada na Pearl Harbor, kot zahrbtnega in nepričakovanega dejanja s strani vojaško manjvrednega sovražnika, je iz dogodka s simbolnim zgodovinskim pomenom zgodovinske vrednosti prerasla v mitsko reprezentacijo moralno opravičljivega maščevanja. 11. septembra 2001 je teroristični napad uničil dva nebotičnika, ki sta simbolizirala center finančne moči v ZDA. Tega dne se je 'Pearl Harbor' za Ameriko simbolično ponovil. V tem trenutku je besedna zveza '11. september' postala nosilec novega simbolnega pomena, pojmovanje dogodka 'Pearl Harbor' pa se je preselilo v sfero zgodovinskega mita. 'Pearl Harbor' je v smislu zgodovinskega dogodka postal del družbenega spomina, ki je zaznamoval dojemanje zgodovine in sveta celih generacij (ne samo) Američanov. Predvajanje filma v času nekaj mesecev pred 11. septembrom je ameriško javnost nepričakovano pripravilo na podoživljanje groznih občutkov ob napadu na domovino. Film je povračilni napad na Japonsko prikazal kot nujen za obrambo ameriške časti. V ameriški kulturi je Pearl Harbor zgodovinski dogodek, ki simbolizira ranjeno vojsko, kjer preživeli vstanejo iz ruševin, da bi zadali povračilni udarec.

Film, kot mnogi drugi filmi na temo druge svetovne vojne, nadaljuje diskurz posploševanja razumevanja druge svetovne vojne kot dobre vojne, recikliranje takšnega pogleda na vojno v številnih ameriških vojnih filmih med mnogimi drugimi opisujeta tudi Boggs in Pollard (2007, 126-168). Avtorja opozarjata na dejstvo, da je v začetku devetdesetih in ob prehodu v novo tisočletje tematika dobre vojne na filmu doživela povratek, pojavljati se je pričelo čedalje večje število filmov, dokumentarcev, TV serij, ki so obnavljali zgodovinske teme iz druge svetovne vojne (IMDb 2008). Ob pregledu filmske produkcije (prav tam) od začetka devetdesetih dalje sem sama prišla do enakega zaključka. Te produkcije so ponovno aktivirale črno-bel koncept vojne (vojna kot boj med dobrim in zlom), ki je z drugo svetovno vojno v okvirih popularnega in družbenega spomina

zahodnega sveta povezan bolj kot s katerokoli drugo vojno 20. stoletja. Prek teh produkcij se preoblikuje tudi dojemanje vojne, ki iz točke dojetja - vojna je grozota, v vojni umirajo ljudje - prehaja nazaj v starejšo pozicijo - vojna je nujna za ohranitev svobode in v njej se kaže pravi patriotizem takrat, ko so vsi združeni v skupni podpori boja za svobodo (Boggs in Pollard 2007, 128-131).

7. 4 Umetniška svoboda ali prenova zgodovinskega spomina?

Ustvarjalcem filma *Pearl Harbor* (2001) se očita zgodovinska nenatančnost in potvarjanje resnice. Suid pravi (2001, 38), da že naslov filma napeljuje gledalca k pričakovanju zgodovinske rekonstrukcije dogodkov, vendar filmska zgodba temelji predvsem na ljubezenskem trikotniku ter na eksplozivni, akcijski in 30 minut dolgi sekvenci bombardiranja vojaškega pristanišča.

Pearl Harbor (2001) je bil v začetku produkcije zamišljen kot epski film, ki naj bi obnovil resnično sliko dogodkov 7. decembra 1941. Ustvarjalci filma so za pomoč pri natančni rekonstrukciji dogodkov prosili ameriško vojsko, režiser Michael Bay je osebno intervjuval več kot 100 preživelih iz Pearl Harborja, rekonstrukcija dogodkov in predelava scenarija je potekala v sodelovanju z vojaškimi zgodovinarji, končna uprizoritev dogodkov v filmu pa je vseeno in zavestno netočna (Suid 2001; Boggs in Pollard 2007, 155-168). Ravno zaradi spreminjanja zgodovinskih dejstev, da bi bila zgodba bolj dramatična, je film požel mnogo kritik zgodovinarjev in preživelih iz Pearl Harborja (Moore 2001; Suid 2001; Boggs in Pollard 2007, 155-168).

Preživelih iz Pearl Harborja so po ogledu filma različno izražali svoje zadovoljstvo z upodobitvijo dogodkov. "Stvar, ki so jo posneli najbližje resnici, so bili vsi preživelih in trupla v vodi," pravi bivši mornar George Goans (Goans v Moore 2001). Preživelih mornar z bojne ladje Arizona je veličastno gorenje bojnih ladij v filmu označil za pretiravanje: "Eksplozija je bila v notranjosti, zato ni bilo vsega tega ognja, ki ga imajo v filmu" (Westbrook v Moore 2001). *Pearl Harbor* je v Guinnessovi knjigi rekordov zapisan celo kot film, kjer je bilo uporabljenih največ eksplozivov (IMDb 2009b). *Pearl Harbor* (2001) je filmske nagrade prejemal predvsem zaradi tehničnih kvalitet in ekonomskega uspeha, kar dodatno priča o dejstvu, da se je film najbolje izkazal ravno na teh področjih (IMDb 2009a).²⁹

²⁹ *Pearl Harbor* (2001) je prejel oskarja za najboljšo montažo zvoka v letu 2002, zmagal je v kategoriji najboljših akcijskih filmov na MTV movie awards 2002, najstniki so prek Teen Choice Awards Pearl Harbor izbrali za najboljši film v kategoriji drama/akcijski film – avantura; prejel pa je tudi priznanje za uspešno polnjenje blagajne v

Med odzivi gledalcev na film sta prevladovala začudenje in šok, ki so ga na tisti dan čutili vsi v pristanišču na Havajih (Moore 2001). Neki veteran, star 81 let, je pripomnil, da “eksplozije ne izgledajo prav. Vendar se morajo ljudje spominjati Pearl Harborja. Danes Amerika nima pravih prijateljev. Neprenehoma moramo biti na straži” (Moore v Moore 2001).

Film *Pearl Harbor* se v 40-minutnem napadu japonskih letal na vojaško oporišče na Havajih predvsem vizualno usmeri na predstavitev groze in nemoči v napad ujetih vojakov in civilistov, ki so panični in povečini zmedeni. Napad, ki povzroči totalno razdejanje, sestavljajo posnetki gorečih bojnih ladij, ki se potapljajo, vojakov, ujetih v podpalubju, ljudi bežečih pred streli letal, uničenje bolnišnice, utaplajočih se vojakov. Po napadu celotno oporišče prevzamejo žalost, jok in bolečina preživelih. V 40 minutah napada je spregovorjenih le malo besed, film govori skozi podobe akcijskih prizorov in zvoke streljanja, bombardiranja, eksplozij, splošne panike in ječanja ranjencev v bolečinah, gorečih stavb in ladjevja, ki se utaplja v zalivu. Dan po napadu se občutki preživelih ubesedijo v govoru predsednika Roosevelta.

Zgodovinsko točnost je film popolnoma opustil pri zgodbi glavnega junaka Rafe, ki v filmu sodeluje v bojih vsepovprek – od bitke za Britanijo do Pearl Harborja in še v napadu na Tokio (Goldstein v Moore 2001). Prav takšno odstopanje od realnih pogojev za načine služenja vojaščine opaza tudi spletna stran IMDb (2009b): “V realnosti aktivno vojaško osebje ni moglo biti poslano na služenje v državo v vojni, v času ko so bile ZDA glede te vojne še nevtralne. Odpovedati bi se moral (Raf) služenju vojske v ameriškem letalstvu in se na novo vpisati v RAF. To prakso so zelo odsvetovali.” V filmu skoraj nihče ne kadi, kar je za štirideseta leta 20. stoletja nerealno, vendar so ustvarjalci zaradi škodljivosti kajenja raje posneli nekadilski film (IMDb 2009b). Glavna junaka Rafe in Danny sta se urila za letenje z lovskimi letali, v filmu pa svoje letalske sposobnosti brez težav preneseta na bombnike (prav tam).

7.5 Pearl Harbor (2001): interpretacija motivov

Po definiciji, kot jo podaja Basinger, se *Pearl Harbor* uvršča v najstrožjo žanrsko opredelitev vojnega filma. V filmu se prepletata dve zgodbi; v melodramatični prikaz vojne je vpeta zgodba o ljubezenskem trikotniku, v katerega so ujeti trije glavni junaki. Zaradi tragičnega napada na oporišče Pearl Harbor se Amerika odloči vstopiti v drugo svetovno vojno. Vojaško oporišče Pearl Harbor je eksotična kulisa za ljubezenski zaplet. S tekstualno analizo filma bom predstavila

kinematografih (IMDb 2009a).

prevladujoče diskurze in diskurzivne tehnike, v sklopu katerih Pearl Harbor obravnava vojno, sočasno pa bom izpostavila tudi prevladujoče filmske motive in teme.

a) Ljubezenski trikotnik. Zgodba ljubezenskega trikotnika daje filmu manjši del dramatične napetosti in doživi svoj vrh v travmatičnem napadu na vojaško oporišče Pearl Harbor, zaradi katerega ZDA vstopijo v drugo svetovno vojno. Izpostavila bom motive, like in dogodke iz filma, ki so za reprezentacijo vojne in z njo povezanih pojmov v filmu najpomembnejši. Pripoved se prične z uresničitvijo sanj – Danny in Rafe postaneta pilota, kot sta si želela že v otroštvu.

Rafe McCawley uteleša samoiniciativen, avanturističen, hraber in individualen pristop do življenja. Želi postati bojni pilot, zato poišče izziv v boju in se prostovoljno pridruži britanskim enotam RAF-a (naključje?) v boju proti Nemcem. Čeprav je disleksik, uspe prepričati sestro Evelyn, da mu pri pregledu za letalsko dovoljenje spregleda napako. Evelyn mu je zelo všeč, zato jo še isti večer pričaka s šampanjcem. Izpolni se kot lik vojnega heroja in ob tem ustreza tudi opisu junaškega lika po Hardtu (2004), saj se kot pravi ameriški heroj bojuje za domovino, je uporniškega duha in hkrati spoštuje svoje nadrejene.

Danny Walker je prijeten, prijazen in previden fant, ki se precej zgleduje po Rafu. Je sramežljiv in se ne izpostavlja. Ko Rafa v Angliji sestrelijo, je za Dannyja to velika izguba. Mesec po Rafovi smrti Danny v mestu po naključju sreča Evelyn in gresta na pijačo. Drug drugemu sta všeč, zato se kmalu pustita prepričati prijateljem, da ni nič narobe, če postaneta par. Njun odnos napreduje v ljubezen in sčasoma Evelyn zavestno in simbolično pospravi Rafova pisma, Danny pa svoje moralne zadržke pomiri z razlago 'življenje gre dalje'. Dannyja usoda zaradi izdaje prijateljstva in zaupanja, simbolično kaznuje s smrtjo.

Evelyn je lepo, sposobno in pametno dekle, ki je izjemna vojaška medicinska sestra. Rafa spozna na sistematskem pregledu pilotov in kmalu se zaljubita. Ko se Rafe čudežno vrne iz Evrope, se za Evelyn zdi, kot da se je zadovoljila z drugo izbiro. Rafa obišče pred odhodom na strogo zaupno nalogo in mu razloži, da bo z Dannyjem ostala, saj je z njim zanosila, a Rafa ne bo nikoli prebolela.

Ljubezenski trikotnik se razreši z Dannyjevo smrtjo na Kitajskem. Preživi Rafe, resnični junak, njegovo junaštvo je nagrajeno tako, da ponovno osvoji Evelyn. Danny kot previdnejši lik umre.

b) Poziv k maščevanju 'oko za oko' in pravična vojna. Ameriški predsednik za napad od generalov zahteva maščevanje, ki je po njegovem nujno za obrambo ameriške časti in moralno upravičeno. Motiv maščevanja se zgleduje po starodavnem načelu 'oko za oko'. Predsednik zahteva

napad, ki bo Japonsko zadel "v srce, kot so oni zadeli nas" (Pearl Harbor 2001, 2°04'15"). V odgovor na njegovo zahtevo se pripravi na napad Doolittle ³⁰, ki simbolizira pravično in častno maščevanje, kot ga je predsednik javno obljubil Američanom. "Ni važno, kako dolgo bo trajalo, da premagamo to načrtovano invazijo, ameriško ljudstvo v svojem pravičnem boju bo zmagovalo vse do absolutne zmage," (Pearl Harbor 2001, 2h03'05").

V resnični zgodovini so ZDA Japonsko skozi celotno drugo svetovno vojno neusmiljeno bombardirale (Suid 2001). Ti napadi so družbenemu spominu na drugo svetovno vojno ohranili status moralno upravičenih dejanj, kot je značilno za diskurz okoliščin druge svetovne vojne. ³¹

c) Ameriški narod se utelesi v predsedniku. Lik predsednika Roosevelta v filmu deluje kot utelešenje občutkov ameriškega naroda. Po napadu Roosevelt javno nagovori Američane in razglasi vojno stanje. Filmska različica govora predsednika ZDA (Pearl Harbor 2001, 2h1'50"- 2h3'33") je zelo podobna resničnemu predsednikovemu govoru (Famous Speeches and Speech Topics 2008) dan po dejanskem napadu. Replikacija realnega govora dodatno apelira na grozo in strah, ki so jo Američani čutili v povezavi s tem dogodkom. Govor obuja občutek vseprisotnega patriotizma v ZDA v času druge svetovne vojne in narodnopovezovalno moč tega čustva. Roosevelt označi japonski napad za strahopetno in zahrbtno dejanje ter premišljen napad, ki je Ameriko ujel nepripravljeno. V času japonskih priprav na napad so med ZDA in Japonsko potekala pogajanja o mirni razrešitvi embarga na japonsko trgovanje z nafto. Predsednik je od kongresa javno zahteval, da razglasi vojno stanje.

Predsednik nagovori ameriško javnost tudi ob pričetku napada *Doolittle*. Govor je slišati v ozadju med poletom marincev proti Japonski. Roosevelt poudari, da po tem napadu na Američane nihče več ne bo gledal kot na narod slabičev in ženskarjev, ki najema tuje vojake, da se borijo namesto njega. S potekajočim napadom so ameriški marinci takšne obtožbe ovrgli in očistili podobo Amerike v svetu (Pearl Harbor 2001). Govor se za vse ameriško občinstvo prenaša po radiu, poslušajo ga tudi piloti v bombnikih.

³⁰ V izvorniku poimenovan '*Doolittle raid*', torej Doolittlov napad. Besedo *raid* (ang.) prevedemo kot bliskovit napad z elementom presenečenja, na katerega se napadeni nima časa odzvati, saj traja le kratek čas.

³¹ V drugih ameriških vojnah je tovrstne povračilne napade težje opravičiti na tako preprost način - kot odgovor na neposredne in načrtovane vojaške napade. Napad na Pearl Harbor je bil vse do 11. septembra 2001 edini uspešen napad na ozemlje ZDA. Nobena druga vojna ali invazija, v katero je bila Amerika vpletena, ne omogoča tako zelo črno-belega, patriotskega in pravičniškega diskurza.

d) Patriotizem v akciji. Vojaško letalstvo v filmu Pearl Harbor predstavlja institucijo, v kateri se izkaže vrednost posameznika.³² Poudarjeni patriotizem preveva celotni film in se izraža v skoraj vseh dialogih, ki niso del ljubezenskega dogajanja. Kot prevladujoče sporočilo filma se patriotizem neločljivo veže na pogum kot lastnost pravih Američanov. Pogumni posamezniki se za zahtevne misije javijo prostovoljno in so vedno pripravljeni prevzeti nevarne naloge. Rafovo junaštvo se potrjuje skozi prostovoljstvo, saj se ta javi za dve nevarni nalogi: bitke v Angliji in nalogo na Japonskem. Raf udejanja svoj patriotizem tako, da poskuša pomagati povsod, kjer je mogoče.

e) Pogum in prostovoljstvo. Kapitan Doolittle, letalski častnik, najpogosteje z besedami poudarja pomembnost prostovoljstva. Dejanja vojakov, ki se prostovoljno javijo za naloge, izvirajo iz želje pomagati na poti k zmagi. Takšen vojak je izjemen, v boju se ne bori samo z znanjem in veščinami, temveč tudi s srcem, kar ga naredi močnejšega. Poveljnik Doolittle zagovarja pomen takšnega pristopa k boju z vsako svojo besedo kadar koli se pojavi. Najbolj neposredno to izrazi, ko se s svojim pribočnikom na poti na Japonsko pogovarja o Dannyju in Rafu in pravi: "Morda bomo izgubili to bitko, a v vojni bomo zmagali. Veš kako to vem? Onadva (pokaže s prstom na Rafe in Dannyja), ker so takšni redki in v časih, kot so sedaj, jih vidiš, kako stopajo naprej. Nič ni močnejšega od srca prostovoljca, Jack" (Pearl Harbor 2001, 2°22'28").

Povezanost med prostovoljstvom in pogumom je imenitno izražena tudi v prizoru, ko Doolittle može zadnjič vpraša, ali se bodo pridružili strogo zaupni nalogi. "Misija, za katero vas prosim, da se javite, je izjemo nevarna. Poglejte moža, ki stoji ob vas. Velika verjetnost je, da bo v naslednjih šestih tednih eden od vaju mrtev. Vsi, ki ste dovolj pogumni, da to sprejmete – stopite naprej!" (Pearl Harbor 2001, 2°16'10"). V tem trenutku vsi možje v vrsti stopijo naprej. Prizor ponovno namiguje na patriotizem v najožjem pomenu besede – kot prisotnost v boju za pravo stvar. Film s tem prizorom poudari pomen odločitve za udeležbo v boju. Gledalcu film posreduje sporočilo, da pomoč v boju posameznik najbolje ponudi tako, da se boja udeleži. Simbolično govorica filma sporoča, da morajo biti Američani v trenutku odločitve dovolj pogumni, da prostovoljno stopijo v boj. Resnični patriot se kaže z dejanji in vsakdo lahko kaj stori. Pogum je del prostovoljstva in pravi patriot združuje obe lastnosti. Vsak vojak se zavestno odloči za dejanje, ki ga lahko stane življenje.

f) Vojak in samouresničitev skozi vojaški poklic. Vojaški poklic posamezniku ponuja možnost za osebno potrditev in samouresničitev. Ravno zato se Rafe javi za bitko v Veliki Britaniji. Poveljnik

³² O tem, da institucija omogoči uresničitev heroja, govori tudi Hardt (2004).

Doolittle mu le zaradi službene dolžnosti predlaga, naj še enkrat premisli o svoji odločitvi za pot tja, osebno pa ga spodbuja, naj odide v boj v Evropo. Junak Rafe je v poziciji človeka, ki se mora pravilno odločiti. Za nasvet se obrne k Doolittlu, ki Rafu junaku predstavlja vzor. Ta scena se v filmu skoraj identično odvije dvakrat; drugič se ponovi tik pred napadom na Tokio. Neki pilot sprašuje, kaj storiti, če je letalo med nalogo zadeto in bo padlo. Doolittle najprej ne želi odgovoriti na vprašanje, takrat pa ga Rafe ponovno vpraša za osebni nasvet (z istim stavkom kot poprej): "In kaj bi vi storili gospod?" Doolittle odvrne, da bi našel najboljši možni cilj in z letalom zapeljal neposredno vanj.

Junak v dvomih za nasvet prosi poveljujočega častnika. Tako laže sprejme pravilnejšo odločitev in svoje ravnanje dodatno potrdi kot pravilno in patriotsko; junak postavi normo principa odločanja.

g) Predanost boju in prepričanje v zmago prinese zmago. V zmago so prepričani vsi poveljujoči in tako ustvarjajo pozitivno vzdušje med podrejenimi. Roosevelt in Doolittle sta trdno prepričana v končno zmago nad sovražnikom. Da bi zmagali v vojni, morajo v zmago verjeti vsi Američani, ne le vojaki in politiki, temveč tudi civilisti. Le tako lahko v zmago verjamejo tudi gledalci. Na misiji Doolittle se Američani proti Japoncem borijo le s šestnajstimi letali, medtem ko jih imajo Japonci na voljo 350. Doolittle pot do zmage kljub očitni sovražnikovi premoči utemelji z besedami: "Zmaga pripada tistim, ki vanjo najbolj verjamejo, ki vanjo verjamejo najdlje. Mi bomo verjeli. In tudi Ameriko bomo pripravili do tega, da bo verjela!" (Pearl Harbor 2001, 2°20'36").

Rafov patriotizem, pogum in želja sodelovati v boju so v filmu predstavljene kot občudovanja vredne lastnosti. Rafe občudujejo tudi njemu nadrejeni častniki, s čimer se njegov lik v filmu utrdi kot lik glavnega protagonista ter zapolni vlogo stereotipnega, vzornega vojaškega heroja. Tako zelo se želi dokazati v boju, da na vprašanje, zakaj se mu tako mudi v boj, odgovori: "Ne mudi se mi umreti, mudi se mi samo pomeniti"³³ (Pearl Harbor 2001, 30'58"). Rafe od nekega angleškega častnika prejme pohvalo v imenu vseh mladih Američanov: "Če je doma še mnogo več takšnih kot ti, naj bog pomaga tistim, ki se bodo spustili v vojno z Ameriko," (Pearl Harbor 2001, 36'35"). Ti dve in mnoge druge podobne izjave ciljajo na nacionalni ponos ameriškega gledalca.

h) Spoštovanje in samozavest. Dorie Miller, prvi afroameričan, ki je prejel odlikovanje 'Medal of Honor' v ameriški vojski, se pojavi v nekaj kratkih prizorih. Njegovo delo na ladji je med najmanj cenjenimi, zato se dokazuje prek boksa, da bi si tako pridobil spoštovanje sovojakov. V napadu na

³³ Rafe: "Not anxious to die Sir, just anxious to matter" (Pearl Harbor 2001, 30'58").

Pearl Harbor Dorie prvič strelja z orožjem in je eden redkih mornarjev, ki se med napadom upre sovražniku, saj zgrabi za ladijski mitraljez in prične streljati na sovražnikova letala. Za to junaško dejanje prejme odlikovanje. Prisotnost tega lika v zgodbi ima dvojno funkcijo. Dorie predstavlja fanta, ki odraste v moža in doseže priznanje v družbi tako, da se pridruži vojski. Kot vojak postane moški. Boksa, da si pridobi priznanje in spoštovanje drugih ter tako gradi samopodobo in samospoštovanje ter oblikuje lastno identiteto. Druga funkcija prisotnosti tega lika v filmu je, da predstavlja mnoge črne Američane, ki so se borili v drugi svetovni vojni. Brez Millerja v filmu ne bi bilo nobenega črnega vojaka. V filmu bi, kot je bilo to sicer običajno za štirideseta leta, nastopali sami belci.

i) Odlikovanje pogumnih. Film se zaključi s podelitvijo priznanj. Rafe odlikuje predsednik ZDA v imenu vseh pilotov, ki so poleteli nad Tokio. Odlikovanja prejmejo vse medicinske sestre in tudi mornar Dorie Miller. Posebej je poudarjeno, da je Miller prvi črni Američan, ki je prejel odlikovanje *Navy Cross*, eno najvišjih odlikovanj za hrabrost v ameriški vojski, kar se je tudi v resnici zgodilo. Odlikovanje reprezentira družbeno zahvalo in priznanje junaštva v boju.

j) Aktivacija patriotizma na podlagi recikliranja zgodovinskih dogodkov. Film se odvija v času druge svetovne vojne in gledalca opominja na takratno veličino ZDA in na pogumna dejanja ameriških domoljubov, ki so Ameriki pomagali na poti k zmagi. Patriotska čustva so vedno prisotna in aktivna. Vse vojaško osebje opravlja vojaški poklic zaradi osebnega domoljubja. Rafe se kot najbolj čustveno intenziven lik na klic dolžnosti odziva bolj kot ostali, zato iz filma izide kot heroj.

V uvodnem prizoru se Danny in Rafe se kot otroka igrata, da sta vojaška pilota v prvi svetovni vojni in streljata nemške bandite. Patriotizem je prisoten tudi v otroški igri. Mali Rafe vozi letalo in vpije: "Land of the Free!", Danny mu med streljanjem Nemcev odgovarja s: "Home of the Brave!"³⁴ (Pearl Harbor 2001, 1'23"). Že prvi prizor filma je patriotski. Občutek patriotizma je del ameriške kulture in je nekaj, s čimer se lahko identificira vsak Američan. Biti nepatriotski je karakterna napaka, kar film v nekaj prizorih tudi pokaže. Rafe svojo odločitev za pot v Anglijo Dannyju poskuša razložiti z razlogom, da mu občutek dolžnosti narekuje, naj gre. Danny mu odgovori: "Ne pridigaj mi o dolžnosti, nosim eanko uniformo kot ti," (Pearl Harbor 2001, 9'13"). Patriotizem je dolžnost Američanov.

³⁴ *Land of the free, home of the brave!* oziroma *Dežela svobodnih, dom pogumnih* je zadnji verz ameriške himne.

7. 6 Diskusija: povzetek ugotovitev iz analize mikroprimera

Pearl Harbor (2001) posreduje zgodbo o pričetku druge svetovne vojne tako, da poskuša v smiselno celoto povezati motive in značilnosti tega obdobja v ZDA. Film z vsakim kadrom posebej poudarja pomembnost patriotizma pri vojnih naporih in ohranjanju družbene povezanosti. V filmu kot osebe spoznamo samo like na strani zaveznikov in so predstavljeni kot pozitivni. Japonci v filmu skorajda niso zastopani kot posamezniki, izvemo le, da so njihovi nameni sovražni in strahopetni, zato so Japonci kot narod prikazani negativno. Glavni motivi v Pearl Harborju (2001), ki so povezani s filmskim diskurzom o vojski in vojni, so patriotizem, zvestoba, zaupanje, prostovoljstvo in aktivna udeležba v boju. Vojska kot institucija omogoči osebno uresničenje posameznika, najbolj izjemni pa posežejo po odlikovanjih in v družbi dobijo status herojev. Družba jih spoštuje, zaradi česar so končni prizori posvetilo vsem, ki so preživeli ali umrli tako v Pearl Harborju kot tudi v drugi svetovni vojni. Junaki postanejo osebe, ki se v nevarnosti odzovejo razumno in zbrano in zato preživijo nevarne okoliščine vojne. Prestrašeni, panični in posledično neracionalni ljudje nevarnih okoliščin ne preživijo.

V prvi polovici zgodbe se film usmeri predvsem na ljubezensko zgodbo in ustvarjanje idilične podobe nedolžnega pacifiškega raja, ki ga preseneti zahrbtni napad. Film vzroke za ameriško sodelovanje v drugi svetovni vojni posplošeno skrči v en sam napad japonskih sil na ZDA, ki je "prebudil spečega velikana" (Pearl Harbor 2001). Razlog za japonski napad film omeni le mimogrede v povezavi s pogajanjem o končanju ameriškega embarga na japonsko trgovino z nafto. Druga polovica filma temelji na prepričanju, da je maščevanje Japonski upravičeno in da se je treba boriti do končne ameriške zmage (prav tam). Film se v celoti izogne obravnavi vzrokov za sovražne odnose med ZDA in Japonsko, čeprav polovica filma govori le o upravičenosti maščevanja za ta napad in film obravnava zgodovinski napad tako, da označuje kraj in čas dogajanja na način dokumentarne pripovedi. Film ameriško odločitev za vojno tako utemelji v sferi čustev in ne razuma.

Japonski napad je za ameriškega predsednika dovolj močan razlog, da ZDA vstopijo v vojno. Napad na Pearl Harbor šokira in poenoti javnost, katere velik del je pred tem nasprotoval vmešavanju ZDA v drugo svetovno vojno. Enako, kot so dogodki v Pearl Harborju združili ljudi v žalovanju v letu 1941, je leta 2001 javnost v ZDA ponovno poenotila zgroženost ob dogodkih 11. septembra, zato trdim, da je Pearl Harbor kot filmski diskurz obnovil retoriko patriotske vneme, ki

je Američane na žalost ponovno povezala v trdno narodnozavedno celoto le četrtoletje po premieri filma. Tudi 11. september je bil zahrbtn, dolgo in natančno načrtovan napad na ameriško ozemlje, ki je šokiral Ameriko, in je edini dogodek v zgodovini ZDA, ki se lahko primerja z dogodki 7. decembra 1941.

Pearl Harbor (2001) po vseh kriterijih, ki sem jih izpostavila v tej nalogi, ustreza pravilom vojnega žanra in od njih ne odstopa. Menim, da je film eden sodobnejših primerkov propagandnega filma, katerega zgodba je intenzivno vpeta v lasten ideološki spektakel ameriškega patriotizma. Pri nastajanju filma so združili moči trije rodovi ameriške vojske (pehota, marinci in letalstvo) pod okriljem ameriškega ministrstva za obrambo (*Pearl Harbor* 2001). To seveda pomeni tudi, da je bil namen filma posredovati imdiž ameriške vojske tako kot je ta želela, ter da je film življenje v vojski predstavil javnosti na privlačen in pozitiven način, kot to zahteva pravilnik o sodelovanju vojske z zabavnimi mediji (DoD 1988). Obrambno ministrstvo je imelo zadnjo besedo pri presoji, ali je film v celoti ideološko ustrezen, da javno zastopa podobo vojske. Producenti filma so zagotovili široko distribucijo in film si je samo v ZDA ogledalo več kot 35 milijonov ljudi (Box Office Mojo 2009a; Box Office Mojo 2009b). *Pearl Harbor* je bil ekonomsko uspešen tudi izven ZDA, saj je v tujini zaslužil kar 55 % odstotkov vsega prihodka (Box Office Mojo 2009).

Glavno sporočilo *Pearl Harborja* je, da mora biti Amerika vedno pripravljena na vojno, saj je mogoče presenetiti le velikana, ki spi. Vpliva, ki ga je film imel na predstave gledalcev o drugi svetovni vojni in o *Pearl Harborju*, sama ne morem oceniti. Glede na znana dejstva lahko zaključim le, da je gledalce očaral predvsem kot akcijski zgodovinski spektakel in da ga je videlo izjemno veliko število ljudi.

8 ZAKLJUČEK

Z diplomsko nalogo sem se na kratko dotaknila mnogih področij, s katerimi je povezan žanr vojnega filma. Ameriška produkcija vojnega filma predstavlja 30 % celotne svetovne produkcije vojnega filma in ker je distribucijski aparat hollywoodske filmske industrije zelo uspešen, je hollywoodska filmska produkcija najbolj dobičkonosna na svetu (Screen Digest 2006). Ameriški vojni film vojno predstavlja kot nujno zlo, ameriški vojaki v filmih ščitijo svobodo in pravice ljudi po vsem svetu. Zaščita svobode, demokracije, svobodne izbire in poudarjanje patriotizma so prevladujoče teme, ki jih na bojnem polju predstavlja diskurz vojnega filma. Ugotavljam, da je vojni film produkt zabavne industrije, ki si ga že v kinematografu rado ogleda veliko ljudi, čeprav vojni žanr v celotnem obsegu ameriške filmske produkcije v povprečju predstavlja le zanemarljiv odstotek filmov.

Komodifikacija vojne na filmu se zgodi v prvi svetovni vojni, saj so bili ljudje tudi v času nemega in črno-belega filma pripravljene kupiti vstopnico, da bi si ogledali vojno. Z leti so podobe vojne in bojevanja s pomočjo posebnih efektov postale zanimivejše, bolj pisane in lepše. Zaradi redke značilnosti vojne, da je nasilje v njej uporabno in osmišljeno, je vojna na filmu široko konzumiran produkt, ki uporabnikom filmske ponudi pobeg v fantazijsko realnost, kjer je nasilje še dovoljeno. Vojni film posreduje podobo vojne, ki jo gledalec sprejema kot način zabave v poznanem ter nenevarnem okolju. Vojno predstavi kot akcijski spektakel, kar vpliva tudi na način reprezentacij vojne v novinarskih medijih. Vojna v Afganistanu za kratek čas postane celo kulisa za resničnostni šov, v katerem sodelujejo resnični vojaki.

Menim, da lahko s temi ugotovitvami naloge svojo prvo tezo, da "Vojni film vpliva na medijsko reprezentacijo realnih vojn, saj vojno v javnosti reprezentira kot spektakel in tako pripomore h komodifikaciji ideje o vojni," potrdim. Ameriški vojni film vojno najprej komodificira kot tehnološko izpopolnjeno podobo spektakla, vojna v filmu je šov in produkt zabavne industrije.

Bojišče in vojna sta tradicionalno moški domeni, zato tudi vojni film pripoveduje svoje zgodbe s pomočjo tradicionalno moških arhetipov, kot so junak, bojevnik, vodja in fizična moč, ki jih posameznik lahko najbolje izživi na bojišču. Ugotavljam tudi, da polovica Američanov skoraj vedno meni, da je najboljši način zagotavljanja miru z vojaško močjo (Pew Research Center 2007a). Z obravnavo fašizma in primerjavo tega z ameriški manifestacijami patriotizma, se izkaže, da

preveč agresiven in aktiven patriotizem z militarističnim podtonom deluje v skrajnih mejah definicije patriotizma. Patriotizem v povezavi z militarizmom pogosto meji na sodobno obliko ameriške variacije fašizma, ki se od svojih predhodnikov razlikuje predvsem po tem, da svet kulturno osvojaja še v obdobju svojih patriotskih manifestacij moči po vsem svetu. Ameriška ideja o vojni s pomočjo vojnega filma uspešno ohranja svoj status pravičnega borca za pravo stvar. Ameriški vojni film posreduje občutke patriotizma in dolžnosti na način, kot ju občutijo filmski junaki. Ti občutki pogosto zamegljujejo pomembnost zaporedja zgodovinskih dogodkov.

Moja druga teza se nanaša na vpliv vojnega filma na percepcijo zgodovine in se glasi: "Ameriški vojni film nudi ahistorično in ideološko obarvano interpretacijo poteka zgodovinskih dogodkov v vojni in tako vpliva na predstavo in znanje gledalcev o poteku teh zgodovinskih dogodkov." Da bi potrdila to tezo, sem obravnavala predvsem črno-beli diskurz o drugi svetovni vojni, na temo katere je ob prelomu stoletja nastalo mnogo novih filmov in televizijskih serij. Vojni filmi na temo druge svetovne vojne prikazujejo Američane kot junaško ljudstvo, kjer je vsak posameznik heroj. Na račun dramatične napetosti vojni filmi pogosto niso zgodovinsko točni, kar pomeni, da je njihova interpretacija zgodovinskih dogodkov le na pol resnična. Film ne more izboljšati zgodovinskega znanja gledalca v povezavi z nekim točno določenim dogodkom, saj se dokumentarni točnosti raje odreče na račun umetniške svobode, saj zgodovinske dogodke vključi in izključi po želji, da bi ustvaril posledično večjo dramatično napetost. Hkrati pa vojni film zgodbo pripoveduje v okvirih ideoloških diskurzov, v katerih imajo motivi, kot so patriotizem, vojna in heroj, neoporečno podobo in častno mesto. Vojni film ponudi gledalcu, ujetem v pravilnost in racionalnost sodobnega civiliziranega sveta, fantazijo, kjer se velike odločitve lahko sprejemajo po občutku in kjer je občutek, da ravnaš prav, merilo pravičnosti in pravilnosti vseh odločitev. Menim, da sem tudi to tezo uspela v nalogi dovolj dobro utemeljiti.

Diskurz o vojni v vojnih filmih je prežet z ideologijo njihovih ustvarjalcev in ker je Američanom večinoma poznana le njihova domača filmska produkcija (Screen Digest 2006), največkrat gledajo le filme, ki promovirajo ameriške ideje in vrednote, povezane z vojno in preživetjem naroda. Ideološki diskurz o vojni prikazuje trud vojakov v boju in njihove nesebične žrtve, ki so jih sprejemali za vse Američane, ker so sami čutili klic dolžnosti, da bi služili domovini z opravljanjem vojaške službe. Povprečen ameriški vojni film pripomore k regeneraciji patriotske zavesti že samo s tem, da obstaja.

9 LITERATURA

Air Force Television News. 1997. *America's Defense Monitor: The Military in the Movies*, 27. januar. Washington D.C.: Center for Defense Information. Dostopno prek: <http://cdi.org/adm/1020/transcript.html> (23. oktober 2008).

Anderson, Steve. 2001. History TV and Popular Memory. V *Television Histories*, (ur.) G.R. Edgerton in P.C. Rollins, 19-36. Lexington: The University Press of Kentucky.

All Movie Photo. 2009. UGO Entertainment. Dostopno prek: http://www.allmoviephoto.com/photo/2001_Pearl_Harbor_photo.html (8. april 2009).

Bart, Peter. 2001. H'wood enlists in war. Nets, studios answer call to arms and fight against terrorism. *Variety*, 17. oktober. Dostopno prek: <http://www.variety.com/article/VR1117854476.html> (24. oktober 2001).

Baudrillard, Jean. 1999. *Simulaker in simulacija; Popoln Zločin*. Ljubljana: Študentska založba.

--- 2005. *Duh terorizma*. Ljubljana: Društvo Apokalipsa.

Bebler, Anton. 1985. Carl von Clausewitz in klasična politična teorija vojne. *Časopis za kritiko znanosti*. 75/ 76 (5-6): 3-17.

Boggs, Carl in Tom Pollard. 2007. *The Hollywood war machine: U. S. Militarism and popular culture*. Boulder: Paradigm Publishers.

Box Office Mojo. Dostopno prek: <http://www.boxofficemojo.com> (10. april 2009).

--- 2009a. *Adjusting for ticket price inflation*. Dostopno prek: <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm> (10. april 2009).

--- 2009b. *Yearly Box Office*. Dostopno prek: <http://www.boxofficemojo.com/yearly> (14. april 2009).

Brodesser, Claude. 2001. Feds seek H'wood's help. *Variety*, 7. oktober. Dostopno prek: <http://www.variety.com/article/VR1117853841.html> (24. oktober 2008).

Clausewitz, Karl von. 1950. *On War*. Washington, DC: Infantry Journal Press. Dostop prek: Questia.com (28. november 2008).

CNN. 2001. *Uncle Sam wants Hollywood*, 9. november. Dostopno prek: <http://archives.cnn.com/2001/SHOWBIZ/Movies/11/09/hollywood.war/> (18. marec 2009).

Cooper, Marc. 2001a. Lights! Camera! Attack! Hollywood Enlists. *The Nation*, 21. november. Dostopno prek: <http://www.thenation/doc/20011210/cooper> (6. november 2008).

Discovery Channel. Dostopno prek: <http://dsc.discovery.com/> (8. marec 2009).

Discovery Corporation. Dostopno prek: <http://corporate.discovery.com/> (8.marec 2009).

DoD, Department of Defense of USA. 1988. *DoD Assistance to Non-Government, Entertainment-Oriented Motion Picture, Television, and Video Productions; Instruction number 5410.16*, 26. januar. Dostopno prek: <http://www.dtic.mil/whs/directives/corres/pdf/541016p.pdf> (5. december 2008).

Douglas, Susan J. 2003. Selling the War on TV. *The Nation*, 31. marec. Dostopno prek: <http://www.thenation.com/doc/20030331/douglas> (14. junij 2009).

Splošna deklaracija o človekovih pravicah. 1948. Slovenska verzija dostopna prek: <http://www.varuh-rs.si/index.php?id=102> (23. februar 2009). Angleška verzija dostopna prek <http://www.un.org/Overview/rights.html> (23. februar 2009).

Gehring, Wes D., ed. 1988. *Handbook of American Film Genres*. New York: Greenwood Press. Dostopno prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (10. februar 2009).

Gledhill, Christine. 1997. Genre and gender: the case of soap opera. V *Representation: Cultural representations and signifying practises*, ur. Stuart Hall, 337 – 386. London: Sage Publications.

Global Security Org. 2003. *Contracting by USAID For Reconstruction of Iraq. Factsheet 2003-039*, 11. april. Dostopno prek: <http://www.globalsecurity.org/wmd/library/news/iraq/2003/iraq-030411-usaid01.htm> (27. januar 2009).

Gongloff, Mark. 2003. Iraq rebuilding contracts awarded Halliburton. *CNN/Money*, 25. marec. Dostopno prek: http://money.cnn.com/2003/03/25/news/companies/war_contracts (27. januar 2009).

Grossman, Dave. 1995. *On Killing: the psychological cost of learning to kill in war and society*. Boston: Back Bay Books.

Gržinić, Marina. 1997. *Rekonstruirana fikcija: novi mediji, (video) umetnost, postsocializem in retroavantgarda: teorija, politika, estetika: 1997-1985*. Ljubljana: Študentska založba.

Famous Speeches and Speech Topics. 2008. Dostopno prek: <http://www.famous-speeches-and-speech-topics.info/presidential-speeches/franklin-d-roosevelt-pearl-harbor-speech.htm> (20. april 2009).

Hall, Stuart. 2004. Delo reprezentacije. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt, 33- 96. Ljubljana: Študentska založba.

Hardt, Hanno. 2004. *Myths for the masses: an essay on mass communication*. Malden: Blackwell Publishing Ltd. (Blackwell manifestos).

Huntington, Samuel P. 2005. *Spopad civilizacij*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

Hoskins, Andrew. 2004. *Televising War: from Vietnam to Iraq*. London: Continuum.

ICT, *Institute for Creative Technologies*. USC: Institute for Creative Technologies. Dostopno prek: <http://ict.usc.edu/> (9. marec 2009).

IMDb, Internet Movie Database. Dostopno prek: <http://www.imdb.com> (10. april 2008).

--- 2008. *Power Search*. Dostopno prek: <http://www.imdb.com/list> (5. november 2008).

--- 2009a. *Pearl Harbor*. Dostopno prek: <http://www.imdb.com/title/tt0213149> (10. april 2008).

--- 2009b. *Pearl Harbor:Goofs*. Dostopno prek: <http://www.imdb.com/title/tt0213149/goofs> (10. april 2008).

--- 2009c. *Pearl Harbor:Trivia*. Dostopno prek: <http://www.imdb.com/title/tt0213149/trivia> (10. april 2008).

Johnson, Peter. 2003. For cable news, Iraq war is a clear victory. *USA Today*, 9. april. Dostopno prek: http://www.usatoday.com/life/world/iraq/2003-04-08-cable-news-main_x.htm (20. junij 2009).

Jowett, Garth S. in Victoria O'Donnell. 1986. Propaganda and Persuasion. V *Propaganda in War, Styrelsen för psykologiskt försvar;174*. ur. Marjan Malešič, Stockholm.

Keeter, Scott. 2007. *Trends in Public opinion about the war in Iraq, 2003-2007*. *Pew Research Center Publications*, 15. marec. Dostopno prek: <http://pewresearch.org/pubs/431/trends-in-public-opinion-about-the-war-in-iraq-2003-2007> (20. januar 2009).

Kellner, Douglas. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics between the Modern and the Postmodern*. New York : Routledge. Dostop prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (14. januar 2009).

Malešič, Marjan, ur. 1997. *Propaganda in War. Styrelsen för psykologiskt försvar;174*. Stockholm.

Marsden, Richard.1999. *The Nature of Capital: Marx after Foucault*. London: Routledge.

Marx, Karl. 1904. *Capital: A critical analysis of capitalist production*. London: Swan Sonnenschein & Co., Ltd.

Marxist Internet Archive. 2009. Dostopno prek: <http://www.marxists.org/glossary/terms/c/o.htm> (9. januar 2009).

Merchant, David M. 1994. *Memorial Day*. Dostopno prek: <http://www.usmemorialday.org> (23. marec 2009).

Military Channel. Dostopno prek: <http://military.discovery.com> (8. marec 2009).

Moore, Roger. 2001. Survivors view Pearl Harbor film, relieve Day of Infamy. *Orlando Sentinel*, 26. maj. Dostopno prek: <http://www.orlandosentinel.com/entertainment/orl-pearl-harbor-roger-moore-052601,0,7523070.story> (15. April 2009).

Morgan, T. Clifton. 1990. The Concept of War. *Peace & Change*, 15 (4). Dostopno prek: <https://login.nukweb.nuk.uni->

lj.si/login?url=http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=13&hid=2&sid=c919f181-1780-4fd0-827e-61b03138420c@sessionmgr9 (28. november 2008).

NARA; U.S. National Archives and Records Administration. 2009. *Still Picture Records Section, Special Media Archives Services Division*. Maryland: College Park. Dostopno prek: <http://www.archives.gov/research/arc/> (8. April 2009).

Neale, Steve. 2000. *Genre and Hollywood*. London: Routledge. Dostopno prek: Questia.com (11. februar 2009).

Nieborg, David B. 2005. *Changing the Rules of Engagement: Tapping into the Popular Culture of America's Army, the Official U.S. Army Computer Game*; Masters Thesis. Utrecht: Faculty of Arts, Utrecht University. Dostopno prek: http://www.gamespace.nl/content/MAThesis_DBNieborg.pdf (10. december 2008).

Payne, Stanley G. 1995. *A History of Fascism, 1914-1945*. London: UCL Press. Dostopno prek: Questia.com (5. februar 2009).

PBS, Public Broadcasting Service. 2004. *Operation Iraqi Freedom: A chronology of the six-week invasion of Iraq, drawn from the FRONTLINE documentary*, 26. februar. Dostopno prek: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/invasion/cron> (6. april 2009).

Petrovec, Dragan. 2003. *Mediji in nasilje: obseg in vpliv nasilja v medijih v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni Inštitut.

Pew Research Center. Dostopno prek: <http://pewresearch.org> (20. januar 2009).

--- 2007a. *Trends in Political Values and Core Attitudes: 1987-2007. Political landscape more favorable to democrats*, 22. marec. Dostopno prek: <http://people-press.org/reports/pdf/312.pdf> (31. marec 2009).

--- 2007b. *Along the Iraq-Vietnam Parallel: A sharp partisan difference in public opinion separates the two war paths*, 28. avgust. Dostopno prek : <http://pewresearch.org/pubs/579/iraq-vietnam> (31. marec 2009).

--- 2009. *49% - Iraq War Wrong Decision*, 16. januar. Dostopno prek: <http://pewresearch.org/databank/dailynumber/?NumberID=16> (10. april 2009).

Polling Report, An independent, nonpartisan resource on trends in American public opinion. 2009. Dostopno prek: <http://www.pollingreport.com/> (20. januar 2009).

Satterfield, Archie. 1992. *The Day the War Began*. Westport, CT: Praeger Publishers.

Screen Digest. 2006. *World film production/distribution, June 2006*. Dostopno prek: <http://www.fafo.at/download/WorldFilmProduction06.pdf> (16. junij 2009).

SIPRI; Stockholm International Peace Research Institute. 2008. *Military expenditure: SIPRI Yearbook 2008: Armaments, Disarmament and International Security. Appendix 5A*. Oxford:

Oxford University Press. Dostopno prek: <http://yearbook2008.sipri.org/files/SIPRIYB08summary.pdf> (30. Marec 2009).

Soriano, Cesar G. in Ann Oldenburg. 2005. With America at war, Hollywood follows. *USA Today*, 2. julij. Dostopno prek: http://www.usatoday.com/life/movies/news/2005-02-07-military-projects_x.htm. (18. februar 2009).

Splichal, Slavko. 1997. *Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v XX. stoletju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, (Knjižna zbirka Javnost).

Suid, Lawrence, ur. 1991. *Film and Propaganda in America: A Documentary History, vol.4*. New York: Greenwood Press. Dostopno prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (15. januar 2009).

--- 2001. Pearl Harbor: More or Less. *Air Power History* 48(3): 38. Dostopno prek : [Questia.com](http://www.questia.com) (12. november 2008).

Tan, Ed S. 1996. *Emotion and the Structure of Narrative Film: Film as an Emotion Machine*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Dostopno prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (13. februar 2009).

The Numbers. 2009. Dostopno prek: <http://www.the-numbers.com/movies/2001/PRLHB.php> (20. april 2009).

U. S. Census Bureau. 2000. *Census 2000 Summary File 1, Matrix P1*. Dostopno prek: http://factfinder.census.gov/servlet/GCTTable?_bm=y&-geo_id=01000US&-_box_head_nbr=GCT-P1&-ds_name=DEC_2000_SF1_U&-format=US-1 (10. april 2009).

Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Viroli, Maurizio. 1997. *For Love of Country: An Essay on Patriotism and Nationalism*. Oxford: Clarendon. Dostopno prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (9. februar 2009).

Wetta, Frank J. in Stephen J. Curley. 1992. *Celluloid Wars: A Guide to Film and the American Experience of War*. New York: Greenwood Press. Dostopno prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (16. december 2008).

Wikipedia. 2009. *Attack on Pearl Harbor*. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/Attack_on_Pearl_Harbor (30. junij 2009).

Wood, Richard in David Culbert ur. 1990. *Film and Propaganda in America: A Documentary History World War I. Volume: 1*. New York: Greenwood Press. Dostopno prek: [Questia.com](http://www.questia.com) (4. marec 2009).

9. 1 Analizirano filmsko gradivo

Bay, Michael. 2001. *Pearl Harbor*. ZDA: Touchstone Pictures in Jerry Bruckheimer Films, 138 min.

Blackton, J. Stuart. 1915. *The Battle Cry of Peace*. ZDA: Vitagraph Company of America, 90 min.

Coppola, Francis Ford. 1979. *Apocalypse Now*. ZDA: Zoetrope Studios, 153 min.

Kotcheff, Ted. 1982. *Rambo: First Blood*. ZDA: Anabasis N.V., 93 min.

Kubrick, Stanley. 1987. *Full Metal Jacket*. ZDA: Warner Bros, 116 min.

Mendes, Sam. 2005. *Jarhead*. ZDA: Universal Pictures, 125 min.

Schaffner, Franklin J. 1970. *Patton*. ZDA: 20th Century- Fox Film Corporation, 170 min.

Scott, Ridley. 2001. *Black Hawk Down*. ZDA: Sony Pictures Entertainment, 144 min.

Scott, Tony. 1986. *Top Gun*. ZDA: Paramount Pictures, 110 min.