

Film kao propagandni alat

Jakičić, Irena

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:074587>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-28**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zagreb

Stručni diplomski studij
Komunikacijski menadžment

IRENA JAKIČIĆ

FILM KAO PROPAGANDNI ALAT
DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zagreb

Specijalistički diplomski studij
Komunikacijski menadžment

DIPLOMSKI RAD

Film kao propagandni alat

Mentor:

dr. sc. Stjepan Lacković, prof. v.š.

Studentica:

Irena Jakičić

Naziv kolegija:

PERSUAZIVNA KOMUNIKACIJA

JMBAG studenta:

0068226084

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
ABSTRACT	2
1. UVOD	3
2. Određenje i obilježja propagande	4
2.1. Pojmovno određenje propagande.....	4
2.2. Uloga propagande	6
2.3. Sredstva propagande	8
2.4. Etika propagande	12
3. FILM I PROPAGANDA	15
3.1. Značaj filma kao propagandnog alata.....	15
3.2. Manipulativne tehnike u propagandnim filmovima	19
3.3. Društveni i politički utjecaj propagandnih filmova	22
4. Analiza propagande u filmovima na području Srbije, Hrvatske i Bosne i Hercegovine tijekom i nakon rata devedesetih	27
4.1. Propaganda u filmovima Srbije	27
4.1.1. Lepa sela, lepo gore	27
4.2. Propaganda u filmovima Hrvatske	29
4.2.1. " Srce Vukovara "	30
4.3. Propaganda u filmovima Bosne i Hercegovine	32
4.3.1. "Savršeni krug"	32
5. Zaključak	36
6. IZJAVA.....	40
7. POPIS LITERATURE:	41
8. POPIS SLIKA	43
9. ŽIVOTOPIS	44

SAŽETAK

U ovom radu istražuje se uloga filma kao propagandnog alata u kontekstu nacionalnih narativa u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji za vrijeme i nakon rata od početka 90 - tih te nakon. Kroz analizu povijesti i suvremenog stanja filmske industrije u tim zemljama, istražiti će se na koji način filmovi koriste se kao sredstvo za promoviranje nacionalnih identiteta, ideologija i političkih interesa. Filmovi reflektiraju kolektivna iskustva, izazove i promjene kroz koje su zemlje prošle te imaju sposobnost neprimjetnog utjecaja na ljude izvan svjesno upravljivog polja, zaobilazeći racionalno razmišljanje. Analiza dominantnih nacionalnih narativa i ideologija u navedenim zemljama otkriva različite dinamike i karakteristike unutar njihove filmske produkcije i distribucije.

U svim ovim zemljama, filmska industrija nije samo sredstvo zabave, već i važan nositelj kulturne baštine i povijesne svijesti. Filmovi su odrazi kolektivnih iskustava, izazova i promjena kroz koje su zemlje prošle. Ali najvažnija značajka filmova, koja im omogućuje da se koriste kao sredstvo propagande, jest njihova sposobnost prikrivenog, neprimjećenog utjecaja na ljude. Utjecaj je obično u senzualnom obliku izvan svjesno upravljivog polja, što pomaže da se zaobiđe racionalno razmišljanje.

Ključne riječi : propaganda, film, rat, postjugoslavenska društva

ABSTRACT

This paper examines the role of film as a propaganda tool in the context of national narratives in Croatia, Bosnia and Herzegovina and Serbia during and after the war from the beginning of the 90s and after. Through the analysis of the history and contemporary state of the film industry in these countries, it will be investigated how films are used as a means to promote national identities, ideologies and political interests. Films reflect collective experiences, challenges and changes that countries have gone through and have the ability to imperceptibly influence people outside the consciously manageable field, bypassing rational thinking. The analysis of dominant national narratives and ideologies in the mentioned countries reveals different dynamics and characteristics within their film production and distribution.

In all these countries, the film industry is not only a means of entertainment, but also an important carrier of cultural heritage and historical awareness. Films are reflections of collective experiences, challenges and changes that countries have gone through. But the most important feature of films, which allows them to be used as a means of propaganda, is their ability to have a covert, unnoticed influence on people. The influence is usually in a sensual form outside the consciously manageable field, which helps to bypass rational thinking.

Keywords: propaganda, film, war, post-Yugoslav societies

1. UVOD

Rad istražuje ulogu filma kao propagandnog alata u kontekstu nacionalnih narativa u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji za vrijeme i nakon rata od početka 90 - tih te nakon. Kroz analizu povijesti i suvremenog stanja filmske industrije u tim zemljama, istražiti će se na koji način filmovi koriste se kao sredstvo za promoviranje nacionalnih identiteta, ideologija i političkih interesa.

Cilj istraživanja je sagledati kako se filmovi koriste za oblikovanje percepcija, obnovu povijesnih sjećanja i konstrukciju identiteta u ova tri postjugoslavenska društva.

Ciljevi ovog rada su:

Istražiti ulogu filma kao propagandnog alata u kontekstu nacionalnih narativa u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji.

Analizirati povijest filmske industrije u tim zemljama i njen utjecaj na nacionalnu kulturu.

Analizirati dominantne nacionalne narative i ideologije u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji te njihov utjecaj na filmsku produkciju i distribuciju.

Istražiti primjere propagandnih filmova iz navedenih zemalja te analizirati njihovu estetiku, narativ i poruke.

Metode korištene u radu su analiza filmova: Odabir relevantnih propagandnih filmova iz svake od zemalja i provođenje temeljite analize njihove estetike, narativa i poruka. Ovo uključuje proučavanje filmskih tehnika, upotrebe simbola, stilskih elemenata i ideoloških implikacija . U radu su korišteni i sekundarni izvori podataka prikupljeni u knjigama i stručnim radovima, te internetski izvori; portali znanstvenih i stručnih časopisa, internetske stranice medija.

Rad je strukturiran u 4 poglavlja. Prvo poglavlje je uvod u temu, nakon njega slijedi određenja i obilježja propagande. Treće poglavlje odnosi se na značaj filma kao propagandnog alata te iza toga slijedi analiza propagande u filmovima na području Srbije, Hrvatske te Bosne i Hercegovine tijekom i nakon rata devedesetih,

2. ODREĐENJE I OBILJEŽJA PROPAGANDE

2.1. Pojmovno određenje propagande

Propaganda je sustavno i namjerno širenje informacija, ideja, ili mišljenja s ciljem utjecanja na javnost, često uz upotrebu selektivnih ili iskrivljenih činjenica, emocionalnih apela i retoričkih tehnika. Svrha propagande može biti promocija određenih uvjerenja, političkih ideologija, proizvoda ili usluga, kao i manipulacija percepcijom kako bi se postigao željeni cilj. Odnosi se na planski proces širenja informacija ili poruka s ciljem uvjeravanja, manipulacije ili mobilizacije mase. Ova tehnika obično koristi nepotpune ili iskrivljene činjenice te emocionalno nabijene argumente kako bi se utjecalo na svijest i stavove ljudi (Jackall, 1995).

Propaganda je komunikacijska strategija koja se koristi kako bi se oblikovala percepcija javnosti o određenoj temi, događaju, proizvodu ili ideji. Ova strategija često koristi psihološke tehnike i retoriku kako bi se potaknule željene reakcije i mišljenja među ciljanim skupinama. Ona predstavlja namjerno prenošenje informacija ili poruka s ciljem manipulacije ili kontroliranja mišljenja, stavova i ponašanja šire publike. Ova tehnika može koristiti različite medije i kanale kako bi se širile poruke koje podržavaju određenu agendu ili svjetonazor (Welch, 2014).

Korijeni propagande mogu se pratiti unazad do drevnih civilizacija gdje su vladari koristili umjetnost, usmeno pripovijedanje i spomenike kako bi njegovali osjećaj odanosti i poštovanja među svojim podanicima. Kroz povijest, propaganda je poprimila različite oblike, prilagođavajući se tehnološkom napretku svakog doba. Od tiskanih pamfleta tijekom reformacije do plakata i radijskih emisija tijekom Drugog svjetskog rata, moć propagande postajala je sve očiglednija. Od drevnih civilizacija do današnjeg digitalnog doba, zamršene niti propagande utkale su se u tkivo ljudske povijesti (Škarica, 2012).

- Antički temelji:

Korijeni propagande sežu duboko u antiku, gdje su faraoni, carevi i vladari koristili moć umjetnosti, simbola i natpisa kako bi urezali svoje nasljeđe u kolektivnu svijest.

Hijeroglifi na egipatskim piramidama, epske priče iz Grčke i rimsko govorništvo bili su prethodnici uvjerljivih medija kasnijih epoha.

- Religijski odjeci:

Religija, moćna sila kroz povijest, koristila je propagandu za širenje svojih učenja. Od svetih tekstova do religioznih umjetnina, religiozno područje koristilo se slikama, ritualima i retorikom kako bi pokolebalo srca i umove, što je nastojanje koje se nastavlja čak i u suvremenim vjerama.

- Tiskana revolucija i političke smicalice:

Izum tiskarskog stroja u 15. stoljeću zapalio je revoluciju u širenju informacija. S njim je došla politička propaganda, jer su pamfleti i reklame postali oružje u ideološkim borbama. Protestantska reformacija i revolucionarni žar bili su potaknuti pisanom riječju, postavljajući temelj za buduće propagandne tehnike.

- Ratna mobilizacija:

Prvi i Drugi svjetski rat označili su prekretnicu u propagandnom narativu. Vlade obje strane koristile su cijeli spektar medija – plakate, filmove, radio emisije – kako bi okupile građane, učvrstile nacionalizam i ocrnile neprijatelja. Kultne slike i slogani ovog doba ostaju neizbrisivi podsjetnici na moć propagande.

- Totalitarni alatni okvir:

20. stoljeće također je rodilo totalitarne režime koji su propagandu pretvorili u moćno oružje. Hitlerov nacistički režim i Staljinov Sovjetski Savez osmislili su sofisticirane sustave medija pod državnom kontrolom, koristeći se umjetničkom propagandom i obrazovanjem za oblikovanje javnog mnijenja i gušenje neslaganja.

- Natjecanje Hladnog rata:

Ideološki obračun Hladnog rata otvorio je novo poglavlje u propagandnoj sagi. Sjedinjene Države i Sovjetski Savez koristili su se filmovima, literaturom i medijskim kampanjama kako bi predstavili svoje svjetonazore i diskreditirali svoje protivnike, otkrivajući globalne dimenzije propagande.

- Obmana digitalnog doba:

U 21. stoljeću došlo je do ponovne metamorfoze propagande, jer su internet i digitalni mediji stvorili plodno tlo za njezino širenje. Platforme društvenih medija, online vijesti i virusni sadržaj ubrzali su širenje propagande, olakšavajući njezin doseg preko granica i demografskih skupina.

Propaganda je više ili manje sustavno nastojanje da se manipulira tuđim uvjerenjima, stavovima ili postupcima pomoću simbola (riječi, geste, transparenti, spomenici, glazba, odjeća, oznake, frizure, dizajni na kovanicama i poštanskim markama i tako dalje) . Promišljenost i relativno veliki naglasak na manipulaciji razlikuju propagandu od ležernog razgovora ili slobodne i lake razmjene ideja. Propagandisti imaju određeni cilj ili skup ciljeva. Kako bi to postigli, namjerno odabiru činjenice, argumente i prikaze simbola te ih predstavljaju na način za koji misle da će imati najveći učinak. Kako bi povećali učinak, mogu izostaviti ili iskriviti bitne činjenice ili jednostavno lagati, i mogu pokušati odvratiti pozornost reaktora (ljudi koje pokušavaju utjecati) sa svega osim vlastite propagande. Razmjerno namjerna selektivnost i manipulacija također razlikuju propagandu od obrazovanja. Edukatori pokušavaju predstaviti različite strane problema - razloge za sumnju kao i razloge za vjerovanje izjavama koje daju, nedostatke kao i prednosti svakog zamislivog načina djelovanja (Alić, 2019).

2.2. Uloga propagande

U području širenja informacija, propaganda je moćno oruđe, dvosjekli mač koji ima moć oblikovanja mišljenja, usmjeravanja uvjerenja i mobiliziranja akcija. Njegova uloga nadilazi puku komunikaciju; to je strateški pothvat kojim se služe vlade, organizacije i pojedinci kako bi manipulirali javnom percepcijom u skladu s određenim planovima. U svojoj srži, propaganda nastoji uvjeriti kroz vješto manipuliranje činjenicama, emocijama i jezikom, oslikava narativ koji odjekuje kod željene publike. Vještim isticanjem određenih aspekata i prigodnim izostavljanjem drugih, propagandisti nastoje oblikovati stvarnost, često brišući granice između objektivne istine i subjektivne interpretacije. Ovaj uvjerljivi pothvat proteže se daleko izvan političkih područja; nalazi svoje mjesto u marketinškim kampanjama, društvenim pokretima, pa čak i unutar međuljudskih interakcija (Chomsky, 2002).

Vlade, osobito one s autoritarnim tendencijama, iskoristile su propagandu kao alat za kontrolu. Kontrolirano objavljivanje informacija, zajedno sa suzbijanjem glasova protivljenja, može stvoriti iskrivljenu stvarnost u kojoj građani imaju ograničen opseg razumijevanja. Ova proračunata manipulacija služi kao sredstvo za održavanje moći, gušenje opozicije i obuzdavanje uspona alternativnih narativa. Upravo u takvim scenarijima propaganda se pretvara u mehanizam manipulacije, potkopavajući pravo javnosti na pristup nepristranim informacijama. Mobilizacija je još jedan kamen temeljac uloge propagande. Pobuđujući emocije, okuplja pojedince iza zajedničkog cilja. Bilo da raspiruje domoljubni žar tijekom sukoba ili ujedinjuje ljude za društvene promjene, propaganda posjeduje sposobnost kataliziranja kolektivne akcije. Kroz evokativne slike, slogane i simbole, potiče mase, ohrabrujući ih da daju svoju potporu, vrijeme i resurse zajedničkom cilju (Chomsky, 2002).

Ipak, učinci propagande nisu bez etičke složenosti. Demonizacija, nesretna posljedica njegove primjene, raspiruje podjele i mržnju. Prikazujući određene skupine ili ideologije kao "druge", propagandisti produbljuju društvene pukotine, stvarajući okruženje zrelo za diskriminaciju i neprijateljstvo. Slično tome, stvaranje straha i tjeskobe može prisiliti na pristajanje ili ugušiti neslaganje, potkopavajući načela otvorenog diskursa i individualne autonomije. U svojim suptilnijim oblicima, propaganda jača postojeća uvjerenja i vrijednosti, pružajući osjećaj pripadnosti onima koji već dijele promovirano stajalište. Djeluje u pozadini, njegujući lojalnost institucijama, vođama ili ideologijama. Kako se poruke ponavljaju, one postaju ukorijenjene u kolektivnoj psihi, normalizirajući ideje koje su se u početku možda činile stranim ili kontroverznim (Alispahić, 2020).

Međutim, iako propaganda preuzima različite uloge, važno je priznati da nisu sve njezine manifestacije opake. Pozitivni naponi, poput javnozdravstvenih kampanja i inicijativa socijalne kohezije, također uključuju širenje informacija s namjerom da se utječe na ponašanja za opće dobro. U snalaženju u svijetu propagande kritičko razmišljanje i medijska pismenost postaju ključni štitovi protiv manipulacije. Naoružani razumijevanjem njegovih ciljeva i tehnika, pojedinci mogu razlikovati prave informacije od pažljivo konstruiranih narativa. Dok se suočavamo s bujicom informacija u našem digitalnom dobu, na nama je da prepoznamo ulogu propagande, dekodiramo njezine poruke i sačuvamo integritet informiranog donošenja odluka.

Ponekad se prave razlike između otvorene propagande, u kojoj su propagandisti i možda njihovi podupiratelji poznati reaktorima, i prikrivene propagande, u kojoj su

izvori tajni ili prikriveni. Prikrivena propaganda može uključivati takve stvari kao što su politički oglasi koji su nepotpisani ili potpisani lažnim imenima, tajne radio postaje koje koriste lažna imena i izjave urednika, političara ili drugih koje su potajno podmitile vlade, politički podupiratelji ili poslovne tvrtke. Sofisticirani diplomatski pregovori, pravni argumenti, kolektivno pregovaranje, komercijalno oglašavanje i političke kampanje vrlo će vjerojatno uključivati značajne količine otvorene i prikrivene propagande, popraćene propagandom djela. Još jedan pojam povezan s propagandom je psihološko ratovanje, što je prijeratna ili ratna uporaba propagande usmjerena primarno na zbunjivanje ili demoraliziranje neprijateljskog stanovništva ili trupa, stavljajući ih nespremne pred nadolazećim napadima ili ih navodeći da predaju. Povezani koncept političkog ratovanja obuhvaća korištenje propagande, među mnogim drugim tehnikama, tijekom mira kako bi se pojačale društvene i političke podjele i posijala zbrka u društvima protivničkih država (Alispahić, 2020).

2.3. Sredstva propagande

Propaganda se odnosi na širenje informacija, ideja ili uvjerenja s namjerom da se utječe na mišljenja, stavove i ponašanja pojedinaca ili grupa u određenom smjeru. Često uključuje predstavljanje informacija na pristran ili manipulativan način za promicanje određenog programa ili ideologije. Povijesno su se u propagandne svrhe koristila različita sredstva i tehnike (Alić, 2009):

Tiskani mediji:

Tiskani mediji dugo su bili platforma za propagandiste da prenesu svoje poruke. Novine, časopisi, poster i pamfleti su opipljivi i lako se distribuiraju, što ih čini utjecajnim alatima za oblikovanje javnog mnijenja. Tijekom sukoba, vlade su koristile tiskane medije kako bi neprijatelje prikazale kao prijetnje nacionalnoj sigurnosti i prikupile podršku ratnim naporima. Ove publikacije često koriste uvjerljiv jezik i emocionalno nabijene slike kako bi izazvale specifične reakcije čitatelja.

Emitirani mediji:

Radio i televizija oživjeli su propagandu putem audio i vizualnih sredstava. Radio emisije mogu istovremeno dosegnuti veliku publiku, omogućujući vladama i entitetima da kontroliraju narativ u kritičnim trenucima. Televizija, sa svojom sposobnošću

kombiniranja riječi, slika i zvukova, još je moćnija. Vijesti, govori i zabavni programi mogu biti strateški dizajnirani za promicanje određenih ideologija ili demoniziranje suprotnih stajališta.

Mrežni i društveni mediji:

Digitalna era uvela je nove dimenzije propagande s pojavom interneta i platformi društvenih medija. Lažne informacije, senzacionalističke vijesti i manipulirane slike mogu se brzo proširiti ovim platformama, dopirući do globalne publike u roku od nekoliko sekundi. Algoritmi društvenih medija mogu osnažiti već postojeća uvjerenja prikazivanjem korisnicima sadržaja koji je u skladu s njihovim interesima, nenamjerno stvarajući komore odjeka u kojima su različite perspektive marginalizirane.

Vizualne slike:

Vizualne slike moćan su propagandni alat koji angažira ljude na emocionalnoj razini. Propagandisti koriste ikoničke slike, grafike i simbole kako bi obuhvatili složene ideje i prenijeli poruke bez potrebe za opširnim tekstom. Ove slike mogu izazvati snažne emocije i potaknuti osjećaj identiteta, navodeći pojedince da se okupe oko određenog cilja ili ideologije.

Film i dokumentarni film:

Kinematografski medij još je jedan način da privučete publiku i utječete na njezino mišljenje. Filmovi i dokumentarci mogu prikazati povijesne događaje, ličnosti i situacije na načine koji su u skladu s određenim narativom. Spajajući činjenične elemente s kreativnim pripovijedanjem, propagandisti mogu stvoriti uvjerljiv vizualni narativ koji utječe na percepciju i uvjerenja gledatelja.

Govori i govorništvo:

Uvjerljivi govornici posjeduju sposobnost inspiriranja i motiviranja gomile, čineći govore i govorništvo središnjim sredstvom propagande. Politički vođe i karizmatične osobe koriste se pažljivo osmišljenom retorikom kako bi dotakli emocije i težnje svoje publike. Njihove riječi duboko odjekuju, potičući osjećaj jedinstva i odanosti među slušateljima.

Slogani i fraze:

Slogani i fraze destiliraju složene ideje u pamtljive, lako ponovljive fraze. Ove sažete izjave osmišljene su kako bi se zadržale u umu javnosti, učinkovito pojačavajući

određene poruke. Slogani poput "Rat je mir" iz "1984" Georgea Orwella pokazuju kako jednostavne fraze mogu manipulirati percepcijom i promovirati kontradiktorne ideje.

Glazba i pjesme:

Glazba ima neusporedivu sposobnost pobuditi emocije i stvoriti osjećaj jedinstva. Promidžbene pjesme i himne pažljivo su komponirane kako bi potaknule domoljublje, solidarnost ili otpor. Ove melodije često su popraćene tekstovima koji pojačavaju ključne poruke i njeguju kolektivni identitet među publikom.

Simboli i ikonografija:

Simboli i vizualne ikone služe kao snažni prikazi ideologija, pokreta ili nacija. Propagandisti strateški dizajniraju simbole kako bi izazvali određene emocije i asocijacije. Na primjer, srp i čekić postali su simbol komunizma, dok američka zastava utjelovljuje pojmove slobode i demokracije.

Cenzura i suzbijanje:

Cenzura i kontrola informacija su taktike koje uključuju ograničavanje pristupa suprotnim stajalištima ili informacijama koje se ne slažu. Ograničavanjem izloženosti alternativnim perspektivama, propagandisti mogu osigurati da narativ ostane usklađen s njihovim ciljevima. Ova kontrola informacija može biti jednako učinkovita kao i samo širenje propagande.

Poziv se na emocije:

Emocionalni pozivi su u srcu uspješne propagande. Pokrećući strah, ljutnju, suosjećanje ili ponos, propagandisti mogu izazvati snažne reakcije i utjecati na donošenje odluka. Ovi emocionalni okidači mogu pomutiti racionalnu prosudbu, čineći pojedince osjetljivijima na usvajanje određenih uvjerenja ili podržavanje određenih radnji.

Potpore slavnih osoba:

Poznate osobe i slavne osobe mogu imati značajan utjecaj na javno mnijenje. Njihova podrška određenim ciljevima, proizvodima ili ideologijama može utjecati na stavove i ponašanja njihovih obožavatelja. Propagandisti iskorištavaju popularnost i

vjerodostojnost ovih osoba kako bi dobili potporu za svoje programe. Suvremeni propagandisti s novcem i maštom mogu koristiti vrlo širok raspon znakova, simbola i medija kako bi prenijeli svoje poruke. Znakovi su jednostavno podražaji - "djelići informacija" koji mogu na neki način stimulirati ljudski organizam. To uključuje zvukove, kao što su riječi, glazba ili salva iz 21 puške; geste (vojnički pozdrav, prst na nosu); položaji (umorno klonulo, prekrižene ruke, sjedenje, aristokratsko držanje); građevine (spomenik, zgrada); odjevni predmeti (uniforma, civilno odijelo); vizualni znakovi (plakat, zastava, natpis, bedž, tiskana stranica, prigodna poštanska marka, kukasti križ naškraban na zidu); i tako dalje i dalje (Alić, 2009).

Simbol je znak koji ima određeno značenje za određeni reaktor. Dva ili više reaktora mogu, naravno, istom simbolu pridati sasvim različita značenja. Tako je nacistima svastika bila simbol rasne superiornosti i razorne vojne moći njemačkog naroda; nekim azijskim i sjevernoameričkim narodima simbol je sveopćeg mira i sreće. Neki kršćani koji smatraju križ umirujućim mogu smatrati srp i čekić nezadovoljnima i možda neće izvući nikakvo vjersko zadovoljstvo od muslimanskog polumjeseca, hinduističke krave ili budističkog lotosa. Suvremeni propagandist može upotrijebiti razrađena društveno-znanstvena istraživačka sredstva, nepoznata u prijašnjim epohama, za provođenje istraživanja mišljenja i psiholoških intervjuova u nastojanju da nauči simbolička značenja danih znakova za dane reaktore diljem svijeta i da otkrije koji znakovi date reaktore ostavljaju ravnodušnima jer, njima su ovi znakovi bez značenja (Porča, 2022).

Propaganda je sveprisutan i utjecajan alat koji se kroz povijest koristio za oblikovanje javnog mnijenja, promicanje ideologija i postizanje specifičnih ciljeva. Njegova učinkovitost leži u različitim sredstvima koja se koriste za dosezanje i pridobijanje publike. Od tradicionalnih tiskanih medija do modernih digitalnih platformi, propaganda je evoluirala kako bi se prilagodila promjenjivim komunikacijskim tehnologijama i društvenoj dinamici. Tiskani mediji, uključujući novine, časopise, plakate i pamflete, omogućili su propagandistima širenje poruka široko i dosljedno. Pojava elektronskih medija, uključujući radio i televiziju, donijela je audiovizualni utjecaj na propagandu, omogućivši emocionalne veze i pojačavši njezin doseg. Digitalno doba dodatno je revolucioniralo propagandu putem internetskih platformi i društvenih medija, omogućavajući brzo širenje informacija, iako često po cijenu točnosti i konteksta (Porča, 2022).

Što je veći propagandni pothvat, to su važniji masovni mediji kao što su Internet i televizija, kao i organizacijski mediji—to jest, grupe za pritisak postavljene pod vodstvom vođa i tehničara koji su vješti u korištenju raznih vrsta znakova i medija za prenošenje poruka posebne reaktore. Mogu se uspostaviti golemi sustavi različitih organizacija u nadi da će doći do vođa i sljedbenika svih grupa (organiziranih i neorganiziranih) u određenom području, kao što je grad, regija, nacija ili koalicija nacija ili cijeli svijet. Organizacije za pritisak posebno su potrebne, na primjer, u tijesnim prodajnim kampanjama ili političkim izborima, posebno u socijalno heterogenim područjima koja imaju izrazito različite regionalne tradicije, etničko i jezično podrijetlo, razine obrazovanja i vrlo nejednaku raspodjelu prihoda. Različitosti ove vrste čine nužnim da se proizvodi reklamiraju u lokalnim okvirima i da politički kandidati izgledaju kao prijatelji svake od možda desetak ili više međusobno neprijateljskih etničkih skupina, obrazovanih i neobrazovanih, i vrlo bogatih poput kao i siromaštvom (Alić, 2009).

2.4. Etika propagande

Etika kao moralna filozofija su vrata za slijeđenje načela u životu koja može dovesti do moralnog dobra. Etika nas usmjerava prema posjedovanju sredstava za stvaranje najbolji mogući izbor kada je moralno dobro nejasno ili nedostižno. Moralni kompas sugerira da u svijetu u kojem je moral nedostižan trebamo zdrav način za navigaciju podmuklim stazama.

Postoji očit problem: propaganda je posvuda. Propaganda prožima sve moderne društvene, komercijalne i političkih odnosa. To je realnost na terenu i komplicira razlikovanje između propagande i uvjeravanja. Propaganda je povezana, ali vrlo različita od uvjeravanje kao oblik komunikacije. Moral u normativnom smislu definira područje onoga što može biti objektivno dobro ili loše. Potraga za dobrom i istinom uvijek će mučiti čovječanstvo, ali napor pomaže shvatiti što podrazumijevamo pod moralom i etikom (Marlin, 2013) :

Transparentnost i istinitost:

U središtu etičke komunikacije nalazi se predanost transparentnosti i istinitosti. Propaganda koja nastoji manipulirati ili obmanuti svoju publiku predstavljanjem izmišljenih informacija ili iskrivljavanjem činjenica nagrizava povjerenje i potkopava

integritet poruke. Etička propaganda trebala bi dati prednost točnosti i prezentirati informacije na način koji poštuje sposobnost publike da donosi informirane odluke.

Poštivanje autonomije:

Etička razmatranja u propagandi proširuju se na poštivanje autonomije publike. Pojedinci imaju pravo formirati vlastito mišljenje i donositi odluke na temelju točnih informacija. Propaganda koja ima za cilj prisiliti, manipulirati ili neopravdano utjecati na pojedince da donesu odluke koje inače ne bi donijeli, narušava njihovu autonomiju.

Kontekst i namjera:

Etičko vrednovanje propagande treba uzeti u obzir i njezin kontekst i namjeru. Propaganda stvorena za javne objave ili podizanje svijesti o važnim pitanjima može se smatrati etičkom ako je namjera istinski informirati i mobilizirati za pozitivne promjene. S druge strane, kada propaganda ima za cilj manipulirati emocijama, širiti mržnju ili promovirati štetne ideologije, ona podiže etičke crvene zastavice.

Ravnoteža i objektivnost:

Uravnotežena i objektivna prezentacija informacija obilježje je etičke komunikacije. Dok propaganda prirodno ima uvjerljivu namjeru, etička razmatranja nalažu izbjegavanje jednostranih argumenata, krivo predstavljanje suprotnih stajališta ili izostavljanje kritičnih informacija koje bi mogle dovesti do informiranijeg suda.

Odgovornost i odgovornost:

Kreatori propagande snose odgovornost za posljedice svojih poruka. Etički praktičari propagande trebali bi biti voljni prihvatiti odgovornost za potencijalni utjecaj svojih komunikacija na društvo, kako pozitivan tako i negativan. To zahtijeva samoregulaciju, kritičku procjenu njihovih metoda i obvezu da se ispravi svaka nenamjerna šteta uzrokovana njihovim porukama.

Ciljana publika i ranjivost:

Propaganda koja je usmjerena na ranjivu ili osjetljivu populaciju izaziva ozbiljne etičke probleme. Djeca, manjine i pojedinci koji nemaju pristup različitim izvorima informacija posebno su osjetljivi na manipulaciju. Etička propaganda treba biti osjetljiva na ranjivost svoje publike i izbjegavati iskorištavanje tih ranjivosti za osobnu korist ili ideološke ciljeve (Marlin, 2013).

Etika u propagandi zahtijeva delikatnu ravnotežu između uvjeravanja i manipulacije, između zagovaranja važnih ciljeva i očuvanja individualne autonomije. Kako se komunikacijske tehnologije nastavljaju razvijati, etičke dimenzije propagande postaju još značajnije. Pridržavajući se načela transparentnosti, istinitosti, poštivanja autonomije, konteksta i namjere, ravnoteže i objektivnosti te odgovornosti, oni koji se bave propagandom mogu doprinijeti informiranijem, osnaženom i pravednijem društvu.

3. FILM I PROPAGANDA

Film je moćno sredstvo komunikacije koje se može koristiti kao alat za širenje propagande. Propaganda putem filma koristi filmski medij kako bi prenijela određenu političku, ideološku ili društvenu poruku ciljanoj publici. Ovakva vrsta propagande često koristi emocionalni apel, vizualne efekte i priče kako bi utjecala na percepciju i stavove gledatelja.

3.1. Značaj filma kao propagandnog alata

Većina autora, koji su se filmom bavili kao propagandnim sredstvom, načelno se slažu s osnovnom definicijom propagande kao takve. U užem filmskom smislu, teoretičari propagande i filma propagandu najčešće definiraju kao "svaku dugoročnu informaciju, dakle i film, koja se može koristiti za utjecaj na vrijednosne stavove i oblike ponašanja ljudi. propagandni film za stvaranje, ili podupiranje, vrijednosne pristranosti prema danom proizvod, stranka, institucija, akcija, program, ideološki sustav, Pojedini autori također pokušavaju ublažiti jasno negativne konotacije propagande, te uvesti termin "uvjeravanje", odnosno "persuazija", što bi trebalo označavati vrstu filma koja ima za cilj uvjeriti publiku bez iskrivljenja i laži koje sa sobom nosi klasični propagandni film. Međutim, imajući u vidu obično nemogućnost uvida u tumačenje činjenica, odnosno njihovo provjera iz drugih izvora, kao i činjenica da su propagandni filmovi po svojoj prirodi redovito i ohrabrujuće, postoji tendencija da se ti filmovi razlikuju "propagandna ispravnost i propagandne laži" (Tadić, 2009).

U kontekstu propagande, kao specifičnog oblika komunikacije u ljudskog društva kada govorimo o propagandnom filmu, većina će čitatelja povjerovati treba odmah pomisliti na spektakularne dokumentarce s raznih strana okupljanja, u bližoj ili daljoj prošlosti. Ili na, recimo, ratne ili mirnodopske filmove - vijesti, koje veličaju pojedine važne događaje, herojske figure i društvene sustava, koji su se nekoć u kinima prikazivali samostalno, ili kao uvod u cjelovečernje projekcije. Osim toga, u raspravama o djelovanju ove, tzv "otvoreno propagandni filmovi" često su kritizirani u javnosti o propagandnom obliku klasičnih igranih filmova koji bi trebali često su dobro prikrivena

propagandna djela, koja služe za, više ili manje skriveno promicanje određenih društvenih sustava, poželjnih obrazaca življenja, ideoloških pravaca, kulture ili jezika onih koji ih proizvode i nameću snažnom distribucijom drugim zemljama i kulturnim sredinama. Činjenica je da propagandni rad mogu se naći kroz filmski medij u obje vrste filmova, s jer se razlika ne može jasno vidjeti u prvi mah. Razlog ove nejasne granice između propagandnih filmova i onih koji to na prvi pogled nisu leži u činjenici da, kao i kod drugih oblika propagandne komunikacije, stvarna propagandna namjera uvijek skriven i teško ga je odmah uočiti. Naime, propaganda sama po sebi uvijek teži prikrivanju svojih postupaka i u tu svrhu nastoji postići svoje ciljeve koristiti legalne oblike komunikacije u svakom mediju u kojem djeluje. Tako je, često se i u filmskoj umjetnosti propaganda obično krije u klasičnim filmovima kazališne produkcije, u obliku zabave, kada je najmanje uočljiva, te stoga učinkovitiji, u smislu proizvodnje željenih propagandnih učinaka (Tadić, 2009).

Imajući ovo u vidu, očito je da propagandni film možemo tretirati kao posebnu vrstu filmskog izraza, odnosno žanra, koji ga jasno razlikuje od ostalih filmskih žanrova, bez obzira što se i u ne-propagandnim filmovima, (igranim., dokumentarnim, obrazovnim, itd.), često može uočiti dobro ili loše prikrivena propagandna namjera, ili propagandni efekt, čak i ako filmovi nisu napravljeni u neku očiglednu propagandnu svrhu. Ovo se često događa u snažno indoktriniranim društvima, ali i u društvima slobodne demokratske orijentacije, gdje filmovi mogu imati "opće prihvatljive stavove", tj. propagiraju putem posebnih vrijednosnih simbola. Ovakve filmove, koji kriju propagandne namjere, obično nazivamo prikriveno propagandnim filmovima.

U prvu skupinu filmova spadaju standardni propagandni filmovi, koji ne skrivaju svoju "otvorenu" propagandnu namjeru, obično uključuju različite vrste dokumentarnih, posvećenih ili reklamnih filmova, kao i filmske žurnale, sve vrste filmova koji imaju za cilj neku vrstu obuke ili izvještavanje naglašeno informativnog tipa. Ono što je zajedničko svim ovim filmovima je da svi u osnovi aludiraju na to da se temelje na "objektivnim činjenicama" koristeći samu osnovu filmskog izraza, odnosno prirodu filmskog jezika. Ta se priroda temelji na fotografskom bilježenju događaja ispred kamere, što bi trebalo značiti da je "život uhvaćen hladnim okom kamere", uz nikakvo

ili minimalno posredovanje filmaša. Ta aura autentičnosti glavna je uvjerljiva snaga ovih filmova, koja uz određene propagandne tehnike stvara posebne specifične filmske signale, koji ih karakteriziraju kao propagandne filmove. U ovoj vrsti filmova ovi signali su naglašen posebnim tehnikama režije, snimanja, montaže, uporabe zvuka te spikerskih tekstova (komentara) i grafika, koji udruženi i zajedno stvaraju specifičnosti komunikacijska/propagandna značenja, koja rijetko nalazimo u drugim žanrovima filmske umjetnosti. U doba prije pojave televizije i drugih elektroničkih audiovizualnih izražajnih sredstava, ova vrsta filmova bila je svojevrsni "vizualni prozor". u svijet", odnosno nov i neobičan način pružanja informacija i novih spoznaja o događanja širom planete. Za razliku od tiska i radija, kao dominantnih medija u to vrijeme film je mogao pružiti mnogo dojmljiviju sliku svijeta o različitim teme, na vrlo uvjerljiv, učinkovit i "autentičan" način (Tadić, 2009).

Film ima značajan značaj kao propagandni alat iz više razloga (Alić, 2019):

Vizualna snaga: Film kombinira vizualne i auditivne elemente kako bi stvorio snažan utisak na gledatelje. Ova kombinacija omogućuje dublje emocionalno povezivanje s porukom propagande, što može ostaviti dugotrajan utjecaj na percepciju i stavove publike.

Emocionalna manipulacija: Filmovi su sposobni izazvati širok spektar emocija kod gledatelja, kao što su suosjećanje, strah, radost ili ponos. Propagandni filmovi koriste ovu sposobnost kako bi manipulirali emocijama publike i poticali ih na željene reakcije ili akcije.

Jednostavno prenošenje poruke: Filmovi omogućuju brzo i jasno prenošenje poruke kroz priču, likove i slike. Ovo je posebno važno u propagandi jer omogućuje širokom rasponu ljudi da brzo razumiju i prihvate promoviranu ideju.

Širok doseg: Filmovi imaju potencijal dosegnuti velik broj ljudi diljem svijeta. Uz modernu tehnologiju i širenje interneta, propagandni filmovi mogu brzo postati viralni i doseći ogroman broj gledatelja.

Kontrola narativa: Kroz režiju, montažu, scenografiju i glumačke izvedbe, filmaši imaju kontrolu nad načinom na koji je priča prezentirana. Propagandni filmovi koriste ovu kontrolu kako bi oblikovali narativ prema vlastitim ciljevima, neovisno o stvarnoj istini.

Ponavljanje poruka: Ponavljanje ključnih poruka i simbola unutar filma može pojačati njihovu učinkovitost. Kroz ponavljanje, poruka propagande može se dublje ukorijeniti u svijesti gledatelja.

Kreativnost i inovacija: Film kao medij pruža kreativne mogućnosti za izražavanje ideja i poruka. Propagandni filmovi često koriste inovativne pristupe kako bi privukli pažnju i zadržali interes publike.

Kontinuirana dostupnost: Filmovi ostaju dostupni za gledanje nakon prvog prikazivanja, što omogućuje ponovno izlaganje ciljane publike propagandnim porukama. Ovo može imati dugotrajniji utjecaj na ljude.

Utjecaj na društvenu kulturu: Propagandni filmovi mogu oblikovati društvenu kulturu tako što će promicati određene vrijednosti, norme i ideje. Oni mogu doprinijeti stvaranju društvenih promjena ili održavanju statusa quo.

Odnos prema povijesti: Propagandni filmovi često mijenjaju ili iskrivljuju povijesne događaje kako bi podržali svoju agendu. Ovaj aspekt može utjecati na to kako se ljudi prisjećaju i razumiju prošlosti.

S obzirom na navedene čimbenike, film ima dubok i dugotrajan utjecaj kao propagandni alat. Međutim, važno je prepoznati tu moć i razvijati kritički odnos prema sadržaju koji se konzumira kako bi se bolje razumjelo što se promovira i koje su namjere iza propagande.

Najčešći oblici, odnosno žanrovi u igranom filmu koji su korišteni u propagandne svrhe, ratni su filmovi i povijesne drame. Ovi žanrovi su osim akcije komponente, bile su izuzetno pogodne za propagandno iskorištavanje, jer zbog tematskih sadržaja bili vrlo uporabljivi za njihovo smještanje u različite ideologije političkih okvira. Također, kroz buđenje domoljubnih osjećaja i sl. reotipa, brzo su izazvali emotivne reakcije publike, što je i osnovni preduvjet lov za učinkovito propagandno djelovanje u slanju odgovarajućih poruka i pokretanju publiku na određenu radnju, usvajanje ili mijenjanje stavova. Ovo su filmovi brzo stvarao heroje, ili iskorištavao vjerodostojnost poznatih povijesnih osoba, koje utjecao i na lakše prihvaćanje propagandnih poruka od strane gledatelja (Tadić, 2009).

3.2. Manipulativne tehnike u propagandnim filmovima

Manipulativne tehnike u propagandnim filmovima često su usmjerene prema oblikovanju percepcije, mišljenja i emocija gledatelja kako bi podržale određeni politički ili ideološki cilj. Ovdje su neke od uobičajenih manipulativnih tehnika koje se mogu primijeniti u takvim filmovima (Hirigoyen, 2015):

Selektivno prikazivanje informacija: Propagandni filmovi često prikazuju samo one informacije koje podržavaju željeni narativ, dok zanemaruju ili izostavljaju činjenice koje bi mogle narušiti tu sliku. Ovaj selektivni pristup informacijama može dovesti do iskrivljenih i nepotpunih stavova.

Emocionalno manipuliranje: Korištenje snažnih emocija kao što su strah, ljutnja ili suosjećanje kako bi se gledatelji emocionalno angažirali i podržali propagandnu poruku. Glazba, slike i priče koriste se da bi se pojačao emocionalni utisak.

Stereotipi i demonizacija: Propagandni filmovi često stvaraju stereotipe o protivnicima ili neprijateljima kako bi ih prikazali u negativnom svjetlu. Ovo može voditi do dehumanizacije i stvaranja osjećaja netolerancije prema tim grupama.

Preuveličavanje i prikrivanje: Manipulativni filmovi mogu preuveličavati prednosti i uspjehe vlastite strane, dok istovremeno prikrivaju svoje nedostatke ili neuspjehe. Ovaj pristup stvara idealiziranu sliku vlastite strane i minimizira stvarne probleme.

Slogani i ponavljanje: Korištenje jednostavnih slogana, fraza ili poruka koje se neprestano ponavljaju može duboko usađivati određene ideje u umove gledatelja, čak i ako te ideje nisu nužno potkrijepljene činjenicama.

Manipulacija vizualnim elementima: Korištenje odabranih vizualnih elemenata, kao što su boje, simboli i slike, kako bi se povezali sa željenim emocijama ili idejama. Na taj način se može usmjeriti percepcija gledatelja prema željenim interpretacijama.

Dijeljenje kompleksnih problema na binarne opcije: Propagandni filmovi često pojednostavljuju kompleksne političke, društvene ili ekonomske probleme na binarne opcije, pri čemu se vlastita strana predstavlja kao jedina ispravna i moralna opcija.

Korištenje autoriteta: Pozivanje na autoritete, bilo da su to vođe, stručnjaci ili ugledne osobe, kako bi se podržala propagandna poruka. Ovaj pristup može uvjeriti gledatelje da je njihov stav podržan od strane relevantnih stručnjaka.

Korištenje psiholoških pristupa: Manipulativni filmovi mogu koristiti psihološke tehnike poput "društvenog dokazivanja" (prikazivanje da većina podržava određeni stav) kako bi gledatelji osjećali pritisak da se pridruže većini.

Prikrivanje izvora informacija: Propagandni filmovi često ne otkrivaju točan izvor svojih informacija ili ih pripisuju neprovjerenim izvorima, čime se stvara dojam vjerodostojnosti i podrške za iznesene tvrdnje.

Animacija je uvijek imala značajnu ulogu u eksperimentalnom filmskom stvaralaštvu. U prošlosti je proces uključivao snimanje niza nepomičnih crteža ili objekata tako da se pri projiciranju stvarala iluzija kretanja. S razvojem računalne tehnologije, mnogi su animirani filmovi napravljeni od računalno generiranih slika (CGI, također poznat jednostavno kao računalna animacija). Zahvaljujući popularnosti animiranih filmova, tehnike animacije obično igraju veću ulogu u komercijalnoj kinematografiji nego drugi aspekti avangardnog filmskog stvaralaštva (Evans, 2003).

Tehnike propagande ciljaju na emocionalnu stranu, a ne na racionalnu jedan i imaju za cilj stvoriti uvjetovane reflekse, tako da pojedinci trebaju reagirati "podražaje" na isti način kao i Pavlovljevi psi. S ove točke gledišta, propaganda djeluje kao opći i univerzalni oblik podvrgavanja masa, budući da se temelji na odvrćanju od prirodni porivi ljudi (seks, hrana) prema temama koje je prethodno odredio propagandno tijelo. A slogan osigurava jedinstvo raznolike propagande, ciljanje na različite interese svake subkulture; svaku grupu uvjerava a različito čitanje istog teksta i pogled se mijenja u skladu s percepcija. Oslanjajući se na simbole (svastika, srp i čekić, himne, slogani) i na ponavljajuća ponašanja, propaganda izaziva pravu "psihološku agresiju". U ovom nasilnog procesa, mediji imaju snažne učinke koji su privilegirani u sustavu propagandna sredstva. Propagandne tehnike imaju veći učinak kada se prakticiraju o ljudskim zajednicama u krizi (Hirigoyen, 2015).

Najčešće se propaganda koristi u politici za širenje doktrine, teorije, mišljenja i pridobiti ljude da se pridržavaju tih uvjerenja. Podređenost od medija društveno-političkim ciljevima i uključivanje medija u službenu propagandu sustava bile su značajke

definiranja komunističkog medijskog djelovanja. Od ovoga perspektive, komunistička propaganda bila je iznimno učinkovita jer su njezine mete bile

iscrpljen, osiromašen i emocionalno oslabljen posljedicama Drugi svjetski rat. Primjena propagandnih tehnika tijekom dugih vremenskih razdoblja (između 45 i 60 godina) unutar totalitarnih sustava u srednjoj i istočnoj Europi imao neke učinke koji su bili i ostaju iznenađujući čak i za subjekte prolazi kroz propagandu ispiranja mozga. Tako se u politici razlikuju specijalisti između sljedećih vrsta propagande:

bijela propaganda:

Koristi materijale koji dolaze iz službenih izvora, koji sadrže umjetničke, kulturne vijesti koje se čine bezopasnima, npr.: stil života, prikaz ličnosti koje mogu poslužiti kao primjer za kulturni, sportski i glazbeni život. Psihološka vrijednost takvih kolaža može biti izvanredan za slušatelje (čitatelje) sa slabom obukom. Istraživanje

crna propaganda:

Općenito širi "izmišljene" materijale, pripisane nepostojećim institucijama koje stečajni upravitelj ne može kontrolirati ili institucijama koje imaju djelatnost osim izmišljanja vijesti.

siva propaganda:

Najčešće ga koriste informacijski centri. Sastoji se u kombiniranju djelomično stvarne informacije s potpuno lažnim vijestima, konstruiranje vijesti koje se čine takvima precizan, što se ne može u potpunosti provjeriti. Javnost se takvima može lako dovesti u zabludu izmišljotina, ispisivanje vijesti na osobne praznine informacija (Iorgulescu, 2016).

Sociološka studija razlikovala je nekoliko načina i sredstava prenošenja bitna poruka usmjerena na sljedeće strane:

afektivna – sastoji se u strukturiranju poruka na takav način da mogu izazvati osjećaje i kolektivnu solidarnost, osobito emotivnu. Prvo, pokazuje negativne posljedice osobnih izbora uzrokovane određenim djelovanjem, tada pokazuje a drugačija alternativa koja bi imala samo pozitivne učinke. Posebna se pažnja posvećuje na prezentaciju osebnih činjenica, fokusirajući se na one informacije koje imaju intenzivna emocionalna rezonanca. Iako nisu pasivne, mase nisu uvijek dobro

informirani, njihov interes za politiku je sporadičan, njihovo izravno političko iskustvo jest ograničeni jer su uključeni u svoju dnevnu rutinu.

uvjerljiv - sastoji se u korištenju retoričkih pravila organizacije govora, posebno kroz korištenje emocionalno zasićenih riječi i na temelju uvjerljivost publike. Ovi su aspekti vidljivi u svim vrstama diskursa prakticiran u rumunjskim medijima, ali posebno u političkom diskursu, jezik koji ima nevjerojatnu sličnost s novinarskim pa čak i kolokvijalnim jezikom (Hirigoyen, 2015).

3.3. Društveni i politički utjecaj propagandnih filmova

Propagandni filmovi su filmska djela koja se koriste kako bi se širila određena politička, ideološka ili društvena poruka s ciljem utjecanja na percepciju, stavove i ponašanje gledatelja. Ovi filmovi su često namjerno kreirani kako bi podržali određeni svjetonazor, promovirali određenu političku agendu ili manipulirali javnim mnijenjem. Njihov društveni i politički utjecaj može biti značajan, ali varira ovisno o različitim faktorima.

U dugom hodu povijesti, odnos između politike i filma bio je klikaški, a opet potkradani. Filmovi su često funkcionirali kao instrument propagande s obzirom na njihovu iznimnu sposobnost faksimiliranja slika rekonstruirajući povijesne događaje koji daju prizvuk autentičnosti. Iako su izvor zabave, filmovi mogu iskriviti društvenu percepciju uvjerljivim lažnim predstavljanjem ili vrtjenjem prošlih događaja. To filmove može učiniti i uvjerljivim, ali i sugestivno promjenjivim medijem. Političari su odavno svjesni moćnih svojstava kinematografije i iskorištavali su ovaj medijski instrument kako bi okupili ljude s različitim mišljenjima (Chapman, 2000).

Još 1922. godine utemeljitelj sovjetske države Vladimir Lenjin izdao je zapovijed koja je potvrdila da Narodni komesarijat za prosvjetu treba kontrolirati širenje svih filmskih svojstava i pravilno strukturirati tu industriju. Vjerovao je da kinematografija ima potencijal opčiniti mase svojom sveprisutnom, ali jedinstvenom sposobnošću prenošenja propagande, a da se ne čini da to čini. Lenjin je tražio od partijskih aparatčika da izlože mase užasima britanske imperijalističke okupacije Indije i rada Lige naroda, među ostalim takvim temama. Stari marksisti i pisci imali su zadatak provjeravati slike propagandne i obrazovne prirode kako bi izbjegli slučajeve u kojima propaganda potkopava vlastitu svrhovitost. Odredio je da se filmske projekcije

održavaju u selima i u istočnom dijelu zemlje gdje se kino smatralo novošću, čime je propaganda bila još učinkovitija (Campbell, 2022).

Neprozirno i zatvoreno carstvo kinematografa, postavljeno pored rezova i prodora političkog svemira, imalo je, što nije iznenađujuće, simbiotski odnos od pojave prvog filma. Ovaj kromatski medij iskorištavan je i manipuliran kako bi se racionalizirali zločini i nepravde protiv čovječanstva. Film je objavljivao rasne i kulturne neprijateljstva, tukao političke neprijatelje, veličao nacionalnu auru vlada i prikazivao domovinu kao žrtvu zlonamjernih vanjskih sila. Nacisti su bili ultimativni gurui u tom pogledu, oteli su njemački filmski biznis i institucionalizirali ministarstvo koje je trebalo osigurati da filmovi služe interesima Trećeg Reicha. Odabrali su filmske redatelje kako bi povećali Hitlerov autoritet i prikazali groteskne slike navodnih neprijatelja Njemačke (Campbell, 2022).

Nacistička dominacija njemačkom filmskom industrijom vrhunski je primjer korištenja filmova za podređivanje fašističkog nacionalnog programa. Prije dolaska Adolfa Hitlera na vlast, Njemačka je imala živahnu i kreativnu filmsku zajednicu u kojoj su mnogi židovski glumci, redatelji i producenti bili aktivni sudionici. Međutim, u samoj 1933. Hitler je stvorio Ministarstvo za narodno prosvjetljenje i propagandu Reicha i imenovao Josepha Goebbelsa za njegovog moćnika. Imao je ovlasti odlučivati koji se filmovi mogu producirati. Njegovo ministarstvo pregledavalo je scenarije, odlučivalo kojim glumcima, redateljima i scenaristima dati posao te kontroliralo sadržaj filmova. Zabranjena je filmska kritika, a Židovima je bilo zabranjeno raditi u filmskoj industriji. U nacističkoj radiotelevizijskoj diktaturi filmovi su bili najvažnije oruđe. Do 1937. Adolf Hitler je u potpunosti nacionalizirao filmsku industriju. U tom je trenutku nacistička filmska industrija imala dva glavna i međusobno osnažujuća cilja — prvo pružiti njemačkom narodu zabavu koja je barem dosljedna i po mogućnosti podržavati nacistički svjetonazor, i drugo, stvoriti vrhunske propagandne filmove kako bi se stvorila podrška javnosti za njihovu stvar (Campbell, 2022.).

Tijekom Drugog svjetskog rata, miljenici Reicha u industriji naručili su film pod naslovom Ich Klage ili "Optužujem" kako bi utjecali na njemačko stanovništvo da pristane na praksu eutanazije. Posljedica je bila ispitati stavove javnosti o tome postoji li odgovarajuća potpora za formalno sankcioniranje programa. Ich Klage bila je tobožnja prijevarena stvarnih nacističkih namjera. U stvarnosti su nacisti ubijali medicinske pacijente protiv njihove volje, dok film prikazuje doktora koji daje

smrtonosnu injekciju svojoj neizlječivo bolesnoj ženi. Tijekom filma žena preklinje svog muža da prekine njezinu bijedu i bol tako što će prekinuti njezin život. Iako se općenito vjeruje da je nacističko filmsko snimanje bilo pretežno vježbanje propagande, stvarnost je da je ono također bilo usmjereno na stvaranje zabave. Zabrana stranih filmova i sve veći ratni preokreti u kombinaciji s nemilosrdnim neprijateljskim bombardiranjem stvorili su hitnu potrebu za diverzijom. Doista, između 1942. i 1944. u Njemačkoj je prodano oko milijardu kino ulaznica (Slocum, 2023).

Međutim, nisu samo nacisti, čak je i predsjednik Sjedinjenih Država Roosevelt priznao korištenje kina kao sredstva propagande. Poticao je Hollywood da uvede lajtmotive za izgradnju morala koji bi iznjedrili nacionalistički pogled. To je na kraju navelo Franka Capru da producira sedam filmova koje je sponzorirala vlada i koji su podržavali ratne napore. Drugi kulturni filmovi tog vremena poput *Casablance* i *Trideset sekundi iznad Tokija* postali su toliko cijenjeni da je njihova izvorna uloga propagandnih instrumenata gotovo zaboravljena. Odnos između politike i kinematografije postao je blazniji s totalitarnim državama koje održavaju autokratsku i čvrstu kontrolu nad nacionalnom filmskom industrijom čak i u 21. stoljeću. Iako je istina da širenjem društvenih medija propaganda više nije otvoreni proces odozgo prema dolje, iskustvo prošlog stoljeća pokazuje da filmovi koji su neskrivena i gola politička propaganda ne mogu utjecati na ljude. Ljudi ih možda gledaju, ali vide kroz dizajn i u potpunosti odbacuju njihovu grubost (Slocum, 2023).

Kinematografija, ako je precizno programirana, može biti uspješno sredstvo propagande. Aktivno generalizira idealiziranu iluziju svijeta u mašti gledatelja. Ovisno o koncepciji autora (redatelja, scenarista), filmovi mogu stvoriti dojam pravednosti i moralne superiornosti određenog lika, ne uzimajući u obzir činjenicu kakav je prototip danog lika bio u stvarnosti. Ali najvažnija značajka filmova, koja im omogućuje da se koriste kao sredstvo propagande, jest njihova sposobnost prikrivenog, neprimijećenog utjecaja na ljude. Utjecaj je obično u senzualnom obliku izvan svjesno upravljivog polja, što pomaže da se zaobiđe racionalno razmišljanje (pojava senzualne rezonancije). Senzualna rezonanca može se definirati kao stvaranje određenog raspoloženja među širokom publikom, istovremeno propagirajući određene ideje. Omogućuje zaobilaznje psihološke zaštite na svjesnoj razini, koja pokušava zaštititi od reklama, propagande i bilo kojeg oblika ispiranja mozga. Tu je senzualna rezonancija nužna, jer njeno prvo

pravilo glasi: "Na čovjeka treba utjecati na senzualnoj, a ne na svjesnoj razini" (Slocum, 2023).

Kao snažna socio-psihološka snaga, film pomaže u oslobađanju od umora od prethodnog dana, frustracija i fobija. Ne treba reći da film pomaže u bijegu od svakodnevnih problema, ali nedvojbeno, nakon gledanja čovjek se smireno vraća u društvo. Ponekad služi kao poticaj za preispitivanje vlastitog života, vrijednosti i svijeta koji ga okružuje. Kakav god bio sadržaj filma, on može promijeniti ili formirati određenu percepciju ili mišljenje počevši od braka i ljubavi do slike o vlasti. Tako se na podsvjesnoj razini stvaraju povoljni uvjeti za ulaganje novih modela u političke institucije, aktere, države ili nacije. Država, koja je sklona koristiti mehanizme propagande, često koristi golem utjecaj filmova na ljude (Fedorov i Levitskaya, 2022).

Uistinu, svi filmovi nose skup ideja koje utječu na ljude, ali nemaju svi to namjerno. Neki od njih provode državni poredak i propagiraju državni karakter, vrijednosti i ponašanje. No, da bi se u potpunosti razumio utjecaj filmova potrebno je pojasniti još jednu odredbu: filmovi ne provode uvijek, konkretnije, često državni nalog, ali njihov utjecaj na ljude ostaje snažan. Funkcija kulture nije u rješavanju problema nego u informiranju javnosti o postojanju određenog problema. Kao simbol kulture i zabave, film ima utjecaja na gledatelja, bez obzira imao to primarno ili ne (Fedorov i Levitskaya, 2022)..

Prema njihovoj radnji postoje dokumentarni i igrani filmovi. Dokumentarni filmovi trebaju sadržavati "činjenice", koje moraju biti "valjane". Čini se kao da ove značajke dokumentarne filmove čine bezvrijednim za političke svrhe, oglašavanje ili elektroničku manipulaciju, ali u spin ratovima pretvaraju se u najbolje alate za umetanje slike protivnika, praveći podjelu između "mi" i "oni". Ova praksa korištena je od Prvog svjetskog rata, ali je postala raširena tijekom Hladnog rata, kada su države pokušale stvoriti sliku SSSR-a kao prijeteće supersile među svojim američkim i europskim gledateljima. Lenjin je isticao važnost filma kao političke tehnologije, Staljin je rekao: "Film je iznimno državna umjetnost, kojoj nema ravne u utjecaju na mase". Fikcijski filmovi razlikuju se po zapletima. Snimateljsko osoblje ima veliku slobodu u odabiru zapleta (Fedorov i Levitskaya, 2022)..

Da bismo razumjeli utjecaj igranih filmova na društvo iz političke perspektive, potrebno ih je ispitati u nedemokratskim i demokratskim režimima. Ako je u demokratskom

društvenom sustavu prisutnost političkih aktera ili povijesno-političkih događaja u filmu rezultat odabira snimateljske kuće (snimalno osoblje: scenarist, redatelj, producent), u nedemokratskim režimima kinematografija je jedno od najutjecajnijih oruđa. propagande, koja pomaže da se ponašanje prihvaćeno i uspostavljeno od strane vladajuće elite prikaže kao pravi model ponašanja.

4. Analiza propagande u filmovima na području Srbije, Hrvatske i Bosne i Hercegovine tijekom i nakon rata devedesetih

Propaganda u filmovima na području Srbije, Hrvatske i Bosne i Hercegovine tijekom i nakon ratova devedesetih godina prošlog stoljeća bila je duboko povezana s političkom situacijom i nacionalističkim sentimentima tog vremena. Filmovi su često korišteni kao sredstvo za promociju određenih političkih stavova, poticanje nacionalizma i opravdavanje sukoba. Analizirat ćemo nekoliko ključnih elemenata propagande u filmovima iz tih zemalja.

4.1. Propaganda u filmovima Srbije

4.1.1. Lepa sela, lepo gore

Film "Lepa sela lepo gore" redatelja Srđana Dragojevića, koji je izdan 1996. godine, iznimno je važno djelo u kontekstu filmske produkcije o ratovima na prostoru bivše Jugoslavije. Ovaj filmski uradak istražuje duboke i kompleksne teme kao što su rat, nacionalizam, ljudska sudbina i posljedice konflikata na obične ljude.

Propagandni alati prisutni u filmu su posljedica tadašnjeg političkog i društvenog konteksta, kada su se sukobi u bivšoj Jugoslaviji često iskorištavali za političke svrhe. Ključni propagandni elementi u filmu "Lepa sela lepo gore" uključuju:

Herojski prikaz vojnika: Film prikazuje vojnike kao heroje, spremne boriti se za svoju domovinu. Njihova hrabrost i predanost izazivaju osjećaj poštovanja i ponosa.

Demonizacija protivnika: Neprijateljske strane prikazane su kao negativne, okrutne i nasilne. Ovaj prikaz potiče osjećaj bijesa prema protivnicima.

Nacionalizam i pripadnost: Film ističe nacionalni identitet i pripadnost domovini kroz upotrebu nacionalnih simbola i himne.

Emocionalna manipulacija: Snažne emocionalne scene koriste se kako bi se gledatelji duboko emocionalno povezali s likovima i njihovim iskustvima.

Kritika političkog sustava: Iako film sadrži propagandne elemente, također koristi humor i satiru kako bi kritički promišljao o političkim liderima i situacijama.

Suočavanje s ratnom stvarnošću: Film prikazuje strašne aspekte rata, uključujući nasilje, uništenje i patnju civila.



Slika 1 Poster filma "Lepa sela, lepo gore"

Izvor: <https://www.imdb.com/title/tt0116860/>

Film se ističe svojom specifičnom estetikom, intrigantnim narativom i dubokim porukama, koje se tiču ratnih trauma, nacionalnog identiteta i društvenih konflikata. Kroz ovu analizu, istražiti ćemo ključne elemente filma i kako su povezani sa širom društvenom i političkom kontekstu tog vremena.

Estetika:

Estetika filma "Lepa sela, lepo gore" kombinira različite stilističke pristupe kako bi postigla određeni emotivni i vizuelni efekt. Film se igra kontrastima - snažni vizualni pejzaži prirode i ruralnih područja Balkana kontrastiraju sa surovim prikazima ratnih strahota. Ova estetika doprinosi dubljoj ekspresiji složenosti ljudske prirode i okolnosti ratnih vremena.

Narativ:

Narativ filma prati dva glavna lika, Bosanca i Srbina, koji se suočavaju sa traumama ratnog sukoba. Film se dešava tokom ratnih devedesetih godina na prostoru bivše

Jugoslavije. Narativ je slojevit i miješa elemente komedije, drame i tragedije. On istražuje kako sukob utiče na različite individue i kako se osobne priče prepliću sa većim društvenim kontekstom.

Poruke:

Film se bavi različitim porukama koje reflektiraju dublje društvene i političke probleme Balkana tokom ratova devedesetih. Neki od ključnih elemenata poruka u filmu uključuju:

Absurdnost rata: Film istražuje apsurdnost i besmisao ratovanja, prikazujući situacije u kojima se ljudi suočavaju sa suludim i iracionalnim zahtjevima.

Nacionalni identitet: Kroz likove Bosanca i Srbina, film razmatra koncepte nacionalnog identiteta.

Traume ratovanja: Likovi u filmu nose duboke traume i posttraumatski stres, što ukazuje na dugoročne posljedice ratova na mentalno zdravlje pojedinaca.

Društvena podjela: Film istražuje duboku podjelu između etničkih grupa, prikazujući kako se lični odnosi prepliću sa širim konfliktom.

Film "Lepa sela, lepo gore" je složeno delo koje se bavi raznim društvenim i emocionalnim aspektima ratnog sukoba na Balkanu. Njegova estetika, narativ i poruke doprinose dubokom i višeznačnom iskustvu gledalaca. Kroz vizualnu ekspresiju, likove i dijalog, film istražuje traume, identitet, nacionalizam i konflikte na jedinstven način. Ovaj film ostaje važan primer umjetnosti koja reflektira društvene dinamike i izazove, te poziva gledatelje na kritičko razmišljanje o ratu, sukobima i ljudskoj prirodi.

4.2. Propaganda u filmovima Hrvatske

Prema Lackoviću i Oremoviću (2015) na komparativnoj analizi uloge filma kao propagandnoga sredstva u legitimaciji političkih režima bivše Jugoslavije i današnje Hrvatske pokazali su da je u potonjem slučaju primat u propagandnim aktivnostima preuzeo drugi audiovizualni medij, a to je televizija.

4.2.1. " Srce Vukovara "

"Dokumentarni film Srce Vukovara" koji pripovijeda o zbivanjima u Vukovarskoj bolnici za vrijeme Domovinskog rata može biti snažno emocionalno i historiografsko djelo koje istražuje duboku humanost i hrabrost medicinskog osoblja i pacijenata usred ratnih strahota. Ovaj film bi mogao duboko dirnuti gledatelje i potaknuti ih na razmišljanje o različitim aspektima rata i ljudske priče koje se često gube u velikim povijesnim događajima.

Film prati stvarne priče medicinskog osoblja, ranjenika i pacijenata koji su se našli u Vukovarskoj bolnici tijekom opsade grada. Kroz svjedočanstva preživjelih, dokumentarac prikazuje izazove s kojima su se suočavali dok su nastojali pružiti liječenje u teškim uvjetima. Također istražuje njihove osobne emocije, dileme i odluke koje su morali donijeti usred kaosa rata.

Film koristi autentične snimke, svjedočanstva svjedoka i sudionika te rekonstrukcije događaja kako bi stvorio emotivan i autentičan doživljaj. Izbor glazbe, tonova montaže pomaže u prenošenju napetosti, straha i nade koje su obilježavale borbu unutar bolničkih zidova. Ovaj dokumentarac važan je za historiografiju Domovinskog rata jer je osvijetlio manje poznate ili zaboravljene aspekte rata, poput doprinosa medicinskog osoblja, njihove etičke borbe i žrtava koje su podnijeli. Film služi kao spomen na sve one koji su se borili za život i ljudskost usred kaosa rata.

"Srce Vukovara" upečatljiv je dokumentarac koji zadire u neispričane priče vukovarske bolnice tijekom Domovinskog rata. Kroz oči medicinskog osoblja, pacijenata i preživjelih, film bilježi iznimnu hrabrost i otpornost pokazanu unutar bolničkih zidova usred ratnog kaosa. Ova se pripovijest usredotočuje na ljudskost koja ustraje čak i u najmračnijim vremenima, otkrivajući nesusretljiv duh onih koji su se borili ne samo za opstanak nego i za očuvanje suosjećanja i nade. Narativ baca svjetlo na pobjedu čovječanstva nad dehumanizirajućim učincima sukoba, podsjećajući nas da usred najmučnijih okolnosti, veze zajedničkog čovječanstva mogu nadmašiti podjele. U konačnici, dokumentarac služi kao počast neopjevanim herojima vukovarske bolnice, ističući njihovu žrtvu i nepokolebljivu predanost očuvanju života, dostojanstva i suosjećanja. Film potiče gledatelje na razmišljanje o univerzalnoj vrijednosti empatije i vitalnoj važnosti očuvanja naše ljudskosti u suočavanju s nevoljama.

Dokumentarac koristi mješavinu arhivskih snimaka, iskrenih intervjuja i pažljivo osmišljenih rekonstrukcija kako bi stvorio impresivno vizualno iskustvo. Paleta boja može suprotstaviti surovu stvarnost ratom razorenog Vukovara s bljeskovima živih sjećanja, bilježeći i brutalnost sukoba i neukrotivi ljudski duh. Rad kamere izmjenjuje se između intimnih krupnih planova koji bilježe emocije urezane na licima uključenih pojedinaca i širokih kadrova koji publiku stavljaju usred razaranja i otpornosti bolničkog okruženja.



Slika 2 Dokumentarni film "Srce Vukovara"

Izvor: <https://www.gkk.hr/vijesti/srce-vukovara-projekcija-filma-o-vukovarskoj-ratnoj-bolnici/>

„U srcu Vukovara“ nosi duboku poruku o trajnoj snazi suosjećanja, hrabrosti i zajedništva. Ukazujući na nesebičnost medicinskih stručnjaka koji su riskirali svoje živote kako bi spasili druge, film naglašava da čak i usred ratnih razaranja ostaje ljudska sposobnost empatije i liječenja. Film "Srce Vukovara" pruža emocionalan prikaz događaja koji su se odvijali u Vukovarskoj bolnici tijekom Domovinskog rata. Ova priča o hrabrim medicinskim profesionalcima, pacijentima i civilima tijekom opkoljenog grada donosi osjećaj patnje, izdržljivosti i solidarnosti usred teških uvjeta.

Jedna od najjačih strana filma je njegova sposobnost da prenese osjećaj napetosti i neizvjesnosti koja je vladala tijekom opsade. Realistična rekonstrukcija okruženja bolnice, uz dobro odabrane kadrove i glazbenu podlogu, pomaže gledateljima da se približe iskustvima ljudi koji su bili suočeni s takvim strahotama. Glumačke izvedbe dodatno doprinose autentičnosti i dubini priče.

Međutim, film se suočava s izazovom kada je riječ o uravnoteženosti i objektivnosti. Iako je priča o hrabrosti i zajedništvu medicinskog osoblja izuzetno inspirativna, nedostatak šireg konteksta i razmatranja više perspektiva može stvoriti dojam propagandnog pristupa. Gledatelji bi mogli osjećati da su informacije filtrirane kako bi podržale određeni narativ, a nedostatak dublje analize političkih i vojnih aspekata opsade Vukovara može rezultirati površnim razumijevanjem situacije.

Također, film bi mogao bolje istražiti kompleksnost sukoba i pokušati razumjeti i prikazati različite perspektive i iskustva ljudi u to vrijeme. Nedostatak kritičkog promišljanja ili iznošenje kontroverznijih aspekata mogu smanjiti autentičnost i relevantnost filma.

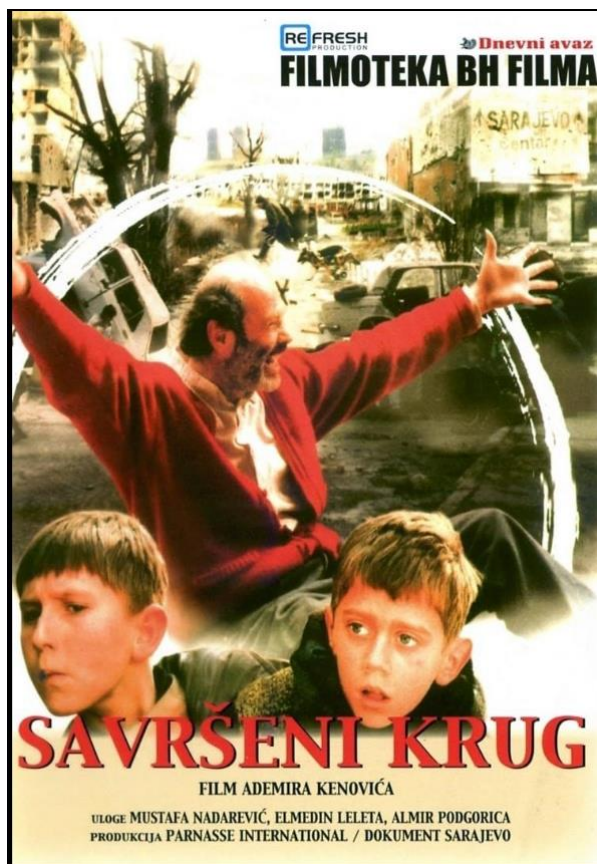
U konačnici, "Srce Vukovara" je duboko emotivan film koji naglašava humanost i hrabrost pojedinaca tijekom teških vremena. Međutim, kako bi postao cjelovit i uravnotežen prikaz povijesnih događaja, film bi trebao ponuditi dublju analizu konteksta, različite perspektive i osigurati da ne upadne u zamku propagandnog pristupa. Gledatelji bi trebali biti potaknuti na daljnje istraživanje kako bi dobili sveobuhvatniju sliku događaja iz tog vremena.

4.3. Propaganda u filmovima Bosne i Hercegovine

4.3.1. "Savršeni krug"

Propaganda u filmovima na području Bosne i Hercegovine tijekom i nakon ratova devedesetih godina bila je usko povezana s etničkim konfliktima i nacionalističkim sentimentima tog vremena. Filmovi su služili kao sredstvo za promociju određenih političkih stavova, poticanje nacionalizma, te često su reflektirali različite etničke

perspektive na ratne događaje. Analizirat ćemo ključne aspekte propagande u filmu Bosne i Hercegovine.



Slika 3 Plakat filma "Savršeni krug"

Izvor: https://www.imdb.com/title/tt0117555/?ref_=tt_mv_close

"Savršeni krug" ističe se kao filmsko remek-djelo unutar ratnog žanra, osvajajući publiku svojom dubokom pričom, snažnim porukama i osebnim estetskim odabirima. Smješten u pozadinu sukoba, film nudi jedinstvenu perspektivu ljudskog iskustva tijekom rata:

- Narativ: Filmska priča zadire duboko u zamršenu mrežu emocija, odnosa i moralnih dilema koje se javljaju usred rata. Istražuje složenu dinamiku između pojedinaca i njihove okoline, bacajući svjetlo na otpornost i ranjivost ljudske prirode. Putovanja likova kroz kaos rata odražavaju višestruku stvarnost preživljavanja, žrtvovanja i neočekivanih veza stvorenih usred nedaća.

- Snažne poruke: "Savršeni krug" prenosi snažne poruke koje odzvanjaju složenošću utjecaja rata na društvo i pojedince. Teme prijateljstva, empatije i nosalomljivog duha čovječanstva zauzimaju središnje mjesto. Filmsko istraživanje o tome kako pojedinci upravljaju vlastitom ljudskošću suočeno s nasiljem i nemirima služi kao dokaz trajne moći suosjećanja, čak i u najmračnijim vremenima.
- Specifična estetika: Estetski odabiri filma igraju ključnu ulogu u uživljavanju publike u ratom razoreni krajolik. Kinematografija bilježi i razorne krajolike i prolazne trenutke ljepote koji naglašavaju kaos. Vizualni kontrast između razaranja i otpornosti naglašava emocionalnu dubinu pripovijesti, pojačavajući utjecaj svake scene. Pedantna pažnja posvećena vizualnim i auditivnim detaljima filma povećava njegovu autentičnost i emocionalnu rezonancu. Nadalje, specifični estetski odabiri pridonose prikazu surove ratne stvarnosti i ljudskih priča koje se u njoj odvijaju. Predanost filma autentičnosti uranja gledatelje u svijet koji nadilazi puke slike, izaziva instinktivne reakcije i potiče dublje razumijevanje iskustava likova.

U srcu ratom razorenog Sarajeva, gdje je simfonija života bila utišana kakofonijom sukoba, "Savršeni krug" plete duboku pripovijest koja hvata bit ljudske otpornosti, neočekivanih veza i trajne snage umjetnosti i suosjećanja. U režiji Ademira Kenovića, ovaj bosanski film zaranja u živote pojedinaca koje je sudbina spojila dok prolaze kroz mučnu stvarnost opsade Sarajeva tijekom rata u BiH.

U središtu ove potresne priče je pjesnik alkoholičar, napaćena duša koja je utjehu potražila u zagrljaju riječi i duhova. Odigrano s nevjerojatnom autentičnošću od strane iskusnog glumca, pjesnikov unutarnji nemir postaje odraz agonije grada. U očajničkom pokušaju da zaštiti svoju ženu i kćer od užasa koji zadese grad, on ih šalje, držeći se nade da će pronaći sigurnost i utjehu izvan sarajevskih zidina pod opsadom.

Ipak, ruka sudbine je nepopustljiva, dok dva brata siročadi izlaze iz sjene, noseći sa sobom težinu vlastitog razorenog svijeta. Bježeći od masakra koji je srušio njihovo selo, braća kreću na podmuklo putovanje kako bi pronašli davno izgubljenu tetku za koju se priča da živi u Sarajevu. Njihovi se putovi spajaju s pjesnikovim, pokrećući priču o neočekivanom srodstvu.

Usred pozadine očaja, filmska priča prerasta u istraživanje nevjerojatnih savezništava i zajedničkih borbi. Pjesnik, vođen vlastitim iskustvima gubitka i pustoši, otvara svoje srce braći. Zajedno plove opasnim krajolikom grada pod opsadom, gdje čak i najobičniji zadaci postaju podvizi hrabrosti. Veza trija služi kao dokaz otpornosti ljudskog duha i sposobnosti suosjećanja u najmračnijim vremenima.

Film bilježi i surovu stvarnost preživljavanja i prolazne trenutke ljepote i povezanosti koji podsjećaju likove na njihovu zajedničku ljudskost.

Dok opsada jača stisak, "Savršeni krug" kulminira u krešendu žrtve, otpornosti i izdržljive snage ljudskog duha. Pjesnik, braća i sam grad postaju simboli izdržljivosti, otpornosti i neraskidivih veza koje nastaju u kriznim vremenima.

"Savršeni krug" predstavlja dirljivu odu nesalomljivom duhu stanovnika Sarajeva, svjedočanstvo trajne sposobnosti empatije i povezanosti čak i usred najtužnijih okolnosti. Svojim prikazom preživljavanja, prijateljstva i transformativne moći umjetnosti, film služi kao duboka počast ljudskoj sposobnosti da pronađe smisao, nadu, pa čak i ljepotu u najizazovnijim vremenima.

Zaključno, "Savršeni krug" predstavlja izvanredno kinematografsko ostvarenje unutar ratnog žanra, ispreplićući duboku naraciju, snažne poruke i specifičnu estetiku kako bi stvorili iskustvo koje na dubokoj razini odjekuje kod publike. Svojim prikazom složenosti rata, film izaziva gledatelje da se suoče s dubinama ljudske prirode dok prepoznaju trajnu snagu povezanosti i suosjećanja čak i u najtužnijim okolnostima.

5. ZAKLJUČAK

Kinematografija, ako je precizno programirana, može biti uspješno sredstvo propagande. Aktivno generalizira idealiziranu iluziju svijeta u mašti gledatelja. Ovisno o koncepciji autora (redatelja, scenarista), filmovi mogu stvoriti dojam pravednosti i moralne superiornosti određenog lika, ne uzimajući u obzir činjenicu kakav je prototip danog lika bio u stvarnosti.

Povijest filmske industrije u Hrvatskoj datira još iz vremena Austro-Ugarske Monarhije, kada su se snimali prvi kratki filmovi. Nakon Prvog svjetskog rata, Jugoslavija je postala važno filmsko tržište, a Zagreb je postao središte filmske produkcije. U socijalističkom razdoblju, filmska industrija bila je pod utjecajem partijske kontrole i ideološke propagande, a producirani su mnogi dokumentarni i igrani filmovi s političkom porukom.

Nakon raspada Jugoslavije i stvaranja neovisne Hrvatske, filmovi su često istraživali teme Domovinskog rata i nacionalnog identiteta. No, financijske teškoće i nedostatak infrastrukture usporili su razvoj industrije. Unatoč tim izazovima, hrvatski filmovi su postizali uspjeh na međunarodnim festivalima, kao što je primjerice film "Družba Pere Kvržice" redatelja Antuna Vrdoljaka.

Utjecaj filmske industrije na nacionalnu kulturu u Hrvatskoj ogleda se u raznovrsnim pričama koje se bave poviješću, tradicijom i identitetom. Filmovi su često kritički osvrt na prošle događaje, ali i sredstvo promocije kulturnih i turističkih resursa zemlje.

Bosna i Hercegovina je tijekom povijesti imala manje izraženu filmsku industriju u usporedbi s drugim republikama bivše Jugoslavije. Međutim, to ne znači da nisu postojali značajni filmovi. Raznolika etnička struktura zemlje odražava se i na filmsku produkciju, gdje su često istraživane međuetničke teme i posljedice rata.

Utjecaj filmske industrije na nacionalnu kulturu u BiH ogleda se u tome kako filmovi istražuju traume rata i pokušavaju premostiti etničke podjele te poticati dijalog i razumijevanje među različitim zajednicama.

Srbija ima bogatu filmsku tradiciju koja seže unatrag u razdoblje Kraljevine Jugoslavije. Tijekom socijalističke ere, filmska industrija je bila izuzetno razvijena.

Ratovi devedesetih značajno su utjecali na srpsku filmsku produkciju, a filmovi su često istraživali traume rata i potresne priče o ljudskim sudbinama. Utjecaj filmske industrije na nacionalnu kulturu ogleda se u prikazivanju različitih aspekata srpskog društva, povijesti i identiteta.

U svim ovim zemljama, filmska industrija nije samo sredstvo zabave, već i važan nositelj kulturne baštine i povijesne svijesti. Filmovi su odrazi kolektivnih iskustava, izazova i promjena kroz koje su zemlje prošle.

Ali najvažnija značajka filmova, koja im omogućuje da se koriste kao sredstvo propagande, jest njihova sposobnost prikrivenog, neprimijećenog utjecaja na ljude. Utjecaj je obično u senzualnom obliku izvan svjesno upravljivog polja, što pomaže da se zaobiđe racionalno razmišljanje

Analizirajući dominantne nacionalne narative i ideologije u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini (BiH) i Srbiji te njihov utjecaj na filmsku produkciju i distribuciju, možemo primijetiti različite dinamike i karakteristike unutar svake zemlje.

Hrvatska:

U Hrvatskoj se nacionalni narativ često temelji na povijesnim i kulturnim aspektima koji naglašavaju hrvatski identitet i borbu za neovisnost. Filmovi često istražuju teme kao što su Domovinski rat, antifašizam te kulturna baština. Dok se neki filmovi trude ispričati složene priče s kritičkim pristupom prošlosti, drugi mogu biti skloni idealizaciji povijesnih događaja. Ideologija nacionalnog jedinstva i hrvatskog identiteta često je prisutna u filmovima te se može odraziti na izbor tema, narativni fokus i karakterizaciju.

Bosna i Hercegovina:

U BiH, nacionalni narativ je znatno kompliciraniji zbog višenacionalne strukture zemlje. Ideologija različitih etničkih i vjerskih skupina često utječe na filmsku produkciju. Filmovi se bave traumama rata i posljedicama raspada Jugoslavije, te pokušavaju istražiti međuetničke napetosti. Narativi o zajedništvu i dijalogu mogu biti prisutni u filmovima koji žele premostiti podjele, dok drugi filmovi mogu zadržati identitetski fokus i istraživati perspektive različitih grupa.

Srbija:

U Srbiji su dominantni narativi često povezani s ratovima devedesetih, ali i sa stvaranjem i očuvanjem srpskog identiteta i kulture. Filmovi često istražuju konflikte i patnje iz tog vremena, prikazujući srpski narod kao žrtvu. Ideologija nacionalnog ponosa i braniteljstva može se reflektirati u filmovima. No, postoje i filmovi koji kritički razmatraju ulogu Srbije u ratovima i potiču na introspekciju.

Utjecaj na filmsku produkciju i distribuciju:

Ovi nacionalni narativi i ideologije oblikuju izbor tema, ton i perspektive u filmovima. Ovisno o političkim i društvenim okolnostima, mogu se javiti cenzura ili autocenzura, što može utjecati na umjetničku slobodu. Također, financiranje i distribucija filmova često ovise o podršci vlasti i tržištu, što može utjecati na to koji filmovi dobivaju sredstva i vidljivost. Globalni trendovi također igraju ulogu, jer se filmovi iz ovih zemalja često distribuiraju i gledaju širom svijeta, te mogu oblikovati percepciju međunarodne publike o tim narativima i ideologijama. Ukratko, nacionalni narativi i ideologije u Hrvatskoj, BiH i Srbiji imaju dubok utjecaj na filmsku produkciju i distribuciju, oblikujući teme, ton i narativne pristupe u filmovima. Ovi faktori su često refleksija povijesnih, političkih i društvenih događaja u svakoj zemlji.

Zaključno, analiza uloge filma kao propagandnog alata u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini te Srbiji tijekom i nakon ratova devedesetih godina prošlog stoljeća jasno ukazuje na kompleksnu povezanost između filma, politike i društvenih promjena. Filmove je često iskorištavano kao sredstvo širenja ideologija, oblikovanja javnog mnijenja te podržavanja nacionalnih ili etničkih agendi.

U Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji, film je služio kao moćno sredstvo za oblikovanje percepcije povijesti, identiteta i stvarnosti. Tijekom ratova, mnogi filmovi su namjerno stvarali stereotipe i negativne slike o protivničkim stranama kako bi se ojačala nacionalna i etnička pripadnost te mobilizirala podrška vojnim naporima. Nakon ratova, film je i dalje igrao ulogu u oblikovanju kolektivnog pamćenja i reinterpretaciji događaja kako bi se potvrdile dominantne političke narative ili osudile zločine počinjene od strane drugih strana.

Iako su propagandni filmovi imali snažan utjecaj na društveno i političko okruženje tijekom i nakon ratova, valja istaknuti da je film također bio i mjesto otpora, kritike i umjetničke izražajnosti. Mnogi filmaši su se usudili suprotstaviti službenim verzijama događaja, istražujući dublje slojeve konflikata i posljedica ratova na pojedince i

zajednice. Njihova djela su pružila alternativne perspektive te potaknula razmišljanje i raspravu o kontroverznim temama.

U današnjem kontekstu, film i dalje igra važnu ulogu u oblikovanju društvenih stavova i svijesti. Međutim, s napretkom tehnologije i dostupnošću različitih medija, publika je postala kritičnija i sposobna prepoznati manipulativne elemente propagande. Važno je da filmska umjetnost nastavi balansirati između političkih i umjetničkih motiva te poticati otvoreni dijalog o prošlim događajima kako bi se izbjeglo daljnje širenje mržnje i predrasuda.

Kroz dubinsku analizu uloge filma kao propagandnog alata u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini te Srbiji tijekom i nakon ratova devedesetih, jasno je da je film imao dubok i trajan utjecaj na društva tih zemalja. Njegova sposobnost oblikovanja stajališta i interpretacija događaja istovremeno podsjeća na važnost medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja kako bi se razlučilo između manipulacije i istine te kako bi se gradilo bolje razumijevanje međusobnih iskustava i perspektiva.

6. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: IRENA JAKIČIĆ

Matični broj studenta: 0068226084

Naslov rada: Film kao propagandni alat (diplomski rad)

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

28.09.2023.

Potpis studenta



7. POPIS LITERATURE:

Knjige i radovi :

1. Alić, S. (2009). Mediji, od zavođenja do manipuliranja. AGM.
2. Alić, S. (2019). Masovna proizvodnja narcizma. Zagreb, CFM.
3. Alispahić, B. (2020). PROPAGANDA KAO OBLIK SPECIJALOG RATA. Društvena i tehnička istraživanja, (2), 71-90.
4. Campbell, J. R. (2022). Politics go to the movies: International relations and politics in genre films and television. Rowman & Littlefield.
5. Chapman, J. (2000). The power of propaganda. Journal of Contemporary History, 35(4), 679-688.
6. Chomsky, N. (2002). Mediji, propaganda i sistem. Što čitaš.
7. Evans, P. (2003). Controlling people: How to recognize, understand, and deal with people who try to control you. Simon and Schuster.
8. Fedorov, A., & Levitskaya, A. (2022). Theoretical concepts of film studies in cinema art journal: 1945–1955. International Journal of Media and Information Literacy, 7(1), 71-109.
9. Hirigoyen, M. (2015). Zloporaba slabosti i druge manipulacije.
10. Iorgulescu, A. (2016). Propaganda as a Form of Manipulation. Social Sciences and Education Research Review, 3(1), 101-105.
11. Jackall, R. (Ed.). (1995). Propaganda (Vol. 8). NYU Press.
12. Jowett, G. S. i O'donnell, V. (2018). Propaganda & persuasion. Sage publications.
13. Lacković, S., i Oremović, A. (2015). Uloga audiovizualnih djela u legitimiranju političkih režima bivše Jugoslavije i Hrvatske. Hrvatski Filmski Ljetopis 84, 132.
14. Marlin, R. (2013). Propaganda and the Ethics of Persuasion. Broadview press.
15. Porča, D. (2022). PROPAGANDA U SLUŽBI MANIPULATIVNOG KOMUNICIRANJA. Radovi Filozofskog fakulteta u Sarajevu, 25(1), 315-326.
16. Slocum, J. D. (Ed.). (2023). Hollywood and war, The film reader. Taylor & Francis.
17. Škarica, M. (2012). Propaganda kroz europsku povijest. Synopsis.
18. Tadić, D. (2009). Propagandni film. Spektrum Books.

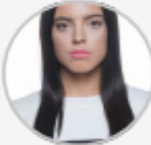
19. Welch, D. (2014). Germany and propaganda in World War I: Pacifism, mobilization and total war. Bloomsbury Publishing.

8. POPIS SLIKA

Slika 1 Poster filma "Lepa sela, lepo gore"	28
Slika 2 Dokumentarni film "Srce Vukovara"	31
Slika 3 Plakat filma "Savršeni krug"	33

9. ŽIVOTOPIS

 **europass**



Irena Jakičić

Telefonski broj: (+385) 976086614 (Mobilni telefon) | **E-adresa:**
jakicicirena@gmail.com |

Adresa: Božići 7B, 10255, Donji Stupnik, Hrvatska (Kućna)

● **RADNO ISKUSTVO**

2017 - TRENUTAČNO Zagreb, Hrvatska
PREDSJEDNICA HRVATSKIH ZVIJEZDA UDRUGA HRVATSKE ZVIJEZDE

- organiziranje castinga za revije
- rad na računalu
- komunikacija sa klijentima
- pomoć pri organiziranju izbora ljepote

● **OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE**

2020 - TRENUTAČNO
STUDENT Veleučilište s pravom javnosti BALTAZAR ZAPREŠIĆ

2016 - 2020 Zagreb, Hrvatska
ODNOSI S JAVNOŠĆU I STUDIJ MEDIJA Veleučilište VERN'

- uvod u odnose s javnošću
- uvod u komunikologiju
- digitalno komuniciranje
- informatika za uredsko poslovanje
- osnove menadžmenta
- osobni odnosi s javnošću
- osnove socijalne psihologije
- glasnogovornništvo
- odnosi s medijima
- akademsko pisanje

2015 - 2016 Zagreb, Hrvatska
KOLUMNIST Flash.hr

- komunikacija sa klijentima
- izražavanje i proširivanje vokabulara
- čitanje knjiga
- proučavanje konkurencije
- pisanje kolumni
- pisanje članaka
- sklapanje poslova

2011 - 2015 Zagreb, Hrvatska
KEMIJSKA TEHNIČARKA Prirodoslovna škola Vladimira Preloga

- rad u laboratoriju
- pružanje prve pomoći
- primijenjena informatika
- kemijski procesi
- forenzička ispitivanja

Stranica | 44

- toksikologija
- nutricionizam

• JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/jezici: **HRVATSKI**

Drugi jezici:

	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna produkcija	Govorna interakcija	
ENGLESKI	B2	B2	B2	B2	B2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

• DODATNE INFORMACIJE

MREŽE I ČLANSTVA

Članstva

- udruga "Kraljice Hrvatske"
- dobrovoljno vatrogasno društvo " Gornji Stupnik"

VOZAČKA DOZVOLA

Vozačka dozvola: B

KONFERENCIJE I SEMINARI

Konferencije

- finalni izbor ljepote u gradu Rovinju za "Kraljicu Hrvatske" - 2019.
- izbor ljepote za kraljicu Zagreba - 2018.
- izbor ljepote za kraljicu Jadrana - 2018.

ORGANIZACIJSKE VJEŠTINE

Organizacijske vještine

- sudjelovanje na eventima i protokolima (godina i pol na cijelom procesu organiziranja više od 7 izbora ljepote)
- organizacija castinga za reviju (pozivanje klijenta, ugovaranje posla, pozivanje djevojaka na casting , prisutnost i vođenje djevojaka na reviji)
- organizacija press konferencije za Udrugu "Kraljica Hrvatske" (priprema adreme, press kit materijala, smišljanje govora za govornike na konferenciji,pozivanje novinara, organiziranje domjenka)

KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE

Komunikacijske i međuljudske vještine

- smišljanje govora za tri minutni pitch (odabir strategije za inovativnu humanitarnu akciju)
- prezentiranje nadolazećeg izbora odabranim djevojkama koje sudjeluju na castingu
- telefoniranje sa klijentima i djevojkama iz agencije "Kraljica Hrvatske"
- rad u timu sa ostalim kolegama iz agencije
- sudjelovanje na samim revijama i razgovor sa sponzorima na samome događaju