HOLLYWOOD – GLOBALNI PROIZVOĐAČ IDENTITETA

Amidžić, Ivona

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:476014

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU

DIPLOMSKI RAD

Osijek, 28. rujna 2018. Ivona Amidžić

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU

DIPLOMSKI RAD

NASLOV TEME: HOLLYWOOD – GLOBALNI PROIZVOĐAČ IDENTITETA

Ivona Amidžić

Osijek, 28. rujna 2018. _____

ODJEL ZA KULTUROLOGIJU	
DIPLOMSKI RAD Znanstveno područje: humanističke znanosti Znanstveno polje: znanost o umjetnosti Znanstvena grana: filmologija	
Prilog	Izrađeno:
	Primljeno:
	MENTOR: izv. prof. dr. sc. Lucija Ljubić
	Mj:
	Broj priloga:
	PRISTUPNIK: Ivona Amidžić

Mentor: izv. prof. dr. sc. Lucija Ljubić

_____

Predsjedik odbora za završne i diplomske radove:
izv. prof. art. dr. sc. Saša Došen

_____

SADRŽAJ

1. Uvod 1
2. Što je Hollywood? 2
3. Pitanje identiteta 5
4. Kulturni imperijalizam i globalizacija 6
5. Sustav zvijezda 9
6. Kako film oblikuje identitet 16
   6.1. Rasno pitanje 16
   6.2. Etničko pitanje 20
   6.3. Pitanje rodnih uloga i seksualnosti 25
7. Cenzura 30
8. Mali predmeti – velike promjene 37
   8.1. Cigareta na filmu 37
   8.2. Maska kao simbol promjene i otpora 43
9. Zaključak 47
10. Literatura 51

1. Uvod

U središtu je interesa ovog rada Hollywood i utjecaj hollywoodskih filmova na oblikovanje identiteta pojedinaca, skupina ljudi, manjina i nacija, tj. utjecaj koji nije snažan samo u Americi već diljem svijeta. U početku će se definirati samo izraz „Hollywood“, koji se spominje u cijelom radu, uz kratku povijest, razvoj i značenje te pojmovi kao što su identitet, globalizacija i kulturni imperijalizam zbog njihove učestale pojave u proučavanju utjecaja hollywoodske kinematografije. Velik dio hollywoodske kinematografije čini sustav slavnih osoba koje u Hollywoodu postoje od samih njegovih početaka. Kroz cijelo jedno poglavlje analizirat će se rad Ante Peterlića, koji detaljno objašnjava što je to sustav zvijezda na primjeru Elizabeth Taylor i Jodie Foster. Ukratko će se napraviti paralela kroz njihove karijere uspoređujući likove koje su glumile i tipove zvijezda kojima su pripadale prema kojima se može prepoznati na koji način glumac može upravljati tijekom svoje karijere te utjecajem u svijetu filma i izvan njega. Takav sustav postoji i danas te je prema njegovim pravilima moguće kategorizirati i današnje glumce Hollywooda.

Nadalje će se istražiti na koji su točno način filmovi djelovali na pojedinca u smislu percepcije identiteta njega samog i identiteta Drugoga kroz sfere rase, etniciteta, roda i seksualnosti koji su veliki dio identiteta svakog pojedinca. Najviše utjecaja u ovom pogledu Hollywood je imao u Americi, ali utjecaj se širio i na inozemstvo pa će se pokušati definirati opseg hollywoodskog utjecaja i postoji li kulturni imperijalizam kada na mjesto dominantne kulture postavimo Hollywood i sve vrijednosti koje preko filmova promovira u svijetu.

Još je jedno važno obilježje filmova hollywoodske kinematografije poseban sustav oznaka kojima upozoravaju publiku na sadržaj filma i na dobnu granicu ispod koje se maloljetnicima ne preporuča gledati film. Taj sustav rezultat je dugogodišnje borbe filmaša i publike protiv cenzure, a ujedno i jedan od najranijih sustava oznaka na filmu u svijetu zbog čega se javlja pitanje koliki utjecaj je hollywoodski sustav oznaka imao na ostale države koje su kasnije uvele slične sustave. Hollywoodska filmska industrija jedan od važnih uzora kinematografijama ostalih država pa će se i to istražiti, kao i utjecaj nekoliko filmova na svjetsku kinematografiju uopće, ali i u svakodnevnom životu današnjeg društva.

2. Što je Hollywood?

Kad se spomene riječ „Hollywood“, prvo što će većini pasti na pamet su filmovi, filmske zvijezde, bogatstvo i svjetski poznata kinematografija. Hollywood je prvenstveno ime gradske četvrti u Los Angelesu, saveznoj državi Kaliforniji u Sjedinjenim Američkim Državama koja je poznata po velikom broju filmskih studija te kao mjesto gdje žive mnogobrojne hollywoodske zvijezde.

Prema *Filmskoj enciklopediji*, Hollywood je u početku bio samo ranč kojemu je ime nadjenula Deida Wilcox, žena trgovca nekretninama iz Kansas Cityja, a tek 1910. godine Hollywood i službeno postaje gradska četvrt Los Angelesa. „Američka je filmska industrija početkom stoljeća bila smještena uglavnom u New Yorku (…) no s vremenom California, sa svojim filmičnim krajolicima i velikim brojem sunčanih dana (…) počinje privlačiti pažnju filmaša“ (Peterlić 1986, 556) pa je bitno naglasiti da se u ovom radu pod pojmom *Hollywood* podrazumijevaju ne samo geografski filmski studiji i produkcijske kuće unutar granica ove gradske četvrti već sveobuhvatna američka filmska industrija koju se kolokvijalno naziva Hollywood.

Prvi veliki komercijalni uspjeh doživjeli su Jesse Lasky, Samuel Goldfish i Cecil B. De Mille vesternom *Indijankin muž* (*The Squaw Man* 1914). Trojcu se nije svidio planinski krajolik Arizone pa su se uputili zapadno do posljednje stanice, Hollywooda, gdje su im tereni bili pogodniji za snimanje eksterijera. Nakon toga more producenata nagrnulo je u Hollywood što je samo rezultiralo stvaranjem novih producentskih kuća i studija koji su privukli i brojne talente. „Hollywood je početkom 20-ih godina proizvodio i do 800 filmova godišnje i čitavu naciju opskrbljivao zabavom i skandalima“ (Peterlić 1986, 556).

Najveća podjela koja se može primijetiti po pitanju hollywoodske filmske industrije tiče se vremenskih perioda, gdje postoji vrijeme prije filmskog kodeksa koje je obilježeno nijemim filmom i tranzicijom ka zvučnom filmu, zatim tzv. „zlatno doba Hollywooda“ gdje se često spominju izrazi i „stari“ ili „klasični“ Hollywood nakon koje nastupa najveća stvaralačka kriza Hollywooda krajem 60-ih godina. U trećem razdoblju se nakon krize hollywoodska filmska industrija polako oporavlja „uglavnom zahvaljujući novoj generaciji agilnih filmaša i producenata, nazvanih 'novim Hollywoodom' (F. F. Coppola, G. Lucas, S. Spielberg, M. Scorsese, R. Altman i dr.)“ (Peterlić 1986, 557), a promatrajući danas svjetsku kinematografsku scenu može se primijetiti da je Hollywood vrlo brzo postao ne samo dominantna sila već da se nijedna druga kinematografija, osim možda Bollywooda, koji

čvrsto drži svoje drugo mjesto po opsegu proizvedenih filmova, ali ne i popularnosti, ne može mjeriti s veličinom hollywoodske filmske industrije.

Zanimljiva je i činjenica da se 27 kinematografija diljem svijeta nazvalo sličnim imenom kao Hollywood upravo zbog prepoznatljivosti. Ako bi ikoja kinematografija mogla konkurirati Hollywoodu, po količini filmova to bi zasigurno bio Bollywood[1], ali malo se, primjerice, zna za Pollywood, kinematografiju koja koristi *punjabi* jezik u Indiji i Pakistanu, Dhaliwood, filmsku industriju u Bangladešu, Kariwood, filmsku industriju Pakistana, Kannywood, filmsku industriju Nigerije, Mollywood, filmsku industriju mormona u SAD-u i još mnogo drugih (Sawe 2017).

Kao što navodi Peterlić, Hollywood je znatno više nego samo ime mjesta, Hollywood je središte svjetske filmske industrije, veliko turističko odredište upravo zbog zanimljivih atrakcija vezanih za filmske zvijezde. Hollywood označava središte kulture, stanje svijesti. Svake godine, šestina svjetske populacije gleda dodjeljivanje Academy Awards, tj. dodjelu nagrade Oscar na televiziji, a više je karata prodano nego što je ljudi na planetu, dok gledanje filmova u kinima nije ni približno popularno kao igranje računalnih igara i televizija (Miller 2010). Hollywood je uspio u naumu da proda Ameriku svijetu. Na Ameriku se gleda kao na utopijsko društvo u kojem nema greške, što je zapravo pogrešno. Amerika koju Hollywood „prodaje“ u filmovima ne postoji. Plod je mašte, kao i filmovi. Nakon 11. rujna i napada na Ameriku, nekoliko Nigerijaca raspravljalo je o tome kolike su šanse da se to stvarno dogodilo u SAD-u. Jedan među njima nije mogao vjerovati da je u pitanju zaista bio SAD i kada su mu dokazali da jest, odmahnuo je rukom i odgovorio: „Pokazat će njima Amerika Ramba“ (Alibbi 2014, 93-94). Mislio taj čovjek da Rambo zaista postoji ili se jednostavno koristio tim izrazom za izražavanje svojeg stava o čvrstoj i nepobjedivoj Americi, takve reakcije su plod upravo hollywoodskih filmova u kojima je američka jedina velika sila svijeta, najsnalažljivija i usto najpametnija. Američki način života je živopisan, veseo, bezbrižan, bogat i pustolovan. To je Hollywood uspio pokazati ostatku svijeta, a za stvarno stanje znaju samo Amerikanci, oni koji američki način života žive svaki dan. Američki film je postao standard za ono što vrijedi pogledati.

[1] Prema internetskoj enciklopediji Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, Bollywood je ime nastalo kombinacijom riječi Bombay, što je nekadašnje ime indijskog grada Mumbaia gdje je smještena, i Hollywooda. Označava indijsku filmsku industriju na hinduskom jeziku, a filmovi proizvedeni u Bollywoodu obiluju raskošnom scenografijom, plesom i pjevanjem. Prema Valsali Kumari, Bollywood je po pitanju produkcije puno veći od Hollywooda. Godišnje proizvede u prosjeku tisuću filmova. Proizvodi filmove na više od 20 regionalnih jezika Indije i prodaje četiri puta više karata nego Hollywood u Sjedinjenim Američkim Državama (Kumari 2003).

Alibbi uvodi čak i pojam hollywoodizacija koji označava Hollywood kao sredstvo masovne komunikacije do te mjere da utječe na druge kinematografije. Filmski jezik, slike i zvuk, a posebno činjenica da film svojim kodovima i sadržajem može vješto balansirati između kulture i zabave, učinili su ovu umjetnost vrlo pogodnom za promoviranje i širenje američke ideologije kroz ideju o američkom snu, pri čemu je ona postala dostupna i lako prihvatljiva svim kulturama, ne samo u Americi, već i u cijelom svijetu (Pantić Conić 2017, 1727). Milijunima ljudi diljem svijeta Hollywood je poseban pojam koji označava stil karakteriziran profesionalizmom, dramskim realizmom, brzim ritmom, vrlo raskošnom scenografijom, kostimografijom (Peterlić 1986).

Thomas Elsaesser navodi da ako promatramo ostale kinematografije iz perspektive Hollywooda, nema velike razlike bila riječ o indijskoj, nizozemskoj, francuskoj ili čileanskoj kinematografiji jer nijedna nije ozbiljan konkurent američkim izvoznim filmovima. S druge strane, svaka otvara još jednu veliku tržišnu mogućnost za američke filmove (Elsaesser 2005, 38). Upravo se tu sa sigurnošću može reći da je okosnica Hollywooda i industrije zabave oduvijek bila profit. Filmaši se koriste zanimljivim pričama, neobičnim rečenicama, dosad neviđenim likovima, raznim efektima na filmu, filmskim zvijezdama koje je proslavio upravo Hollywood, te onim što ih sve veže: zabavom. Ono što se oduvijek tražilo je zabava, a Hollywood je od svojih početaka zabavu nudio na sve načine koji su mu u to vrijeme bili dostupni.

Globalno širenje masovne kulture u kratko vrijeme omogućilo je Hollywoodu doseći dosad neviđene razmjere. Hollywoodski filmovi odražavaju puno više nego samo kulturne vrijednosti. Filmovi su postali vrlo važan dio definiranja popularne kulture potpomažući postavljanje određenih trendova, mode i sl. Otkad je Hollywooda postoji debata između onih koji kritiziraju Hollywood i onih koji ga brane, koja se tiče slobode govora, društvene odgovornosti, točnog utjecaja filmova na publiku, prava određene zajednice da postavi neka moralna pravila i prava umjetničkog izražavanja (Critchlow, Raymond 2009). „Svojim raskošnim filmovima, bogatstvom, skandalima, razvodima i samoubojstvima Hollywood je od svog postanka budio maštu širokih masa, pa je hollywoodski stil života preko filmskih predodžbi bitno utjecao na stvaranje ideje 'američkog sna', koja je preplavila svjetsku kulturu“ (Peterlić 1986, 557). Jasno je da Hollywood ne postavlja trendove samo u kulturi nego i u svakodnevnom životu i ljudskoj interakciji, te na taj način oblikuje i identitete, ne samo u Americi već diljem svijeta.

3. Pitanje identiteta

Element koji je također bitno definirati u ovom radu je identitet, a važno je imati na umu da „identitet nije proces, nego efekt, to je rezultat psihičkog procesa identifikacije“ (Močnik 2011, 8).

„Identitet (engl. *identity*) je cilj ili efekt psihološkog i društvenog procesa kojim se subjekt poistovjećuje s drugim stvarnim ili idealnim subjektom, određenim aspektima stvarnog ili idealnog drugog subjekta, stvarnom ili idealnom društvenom grupom, odnosno, određenim kriterijima i predodžbama kriterija individualne ili društvene prepoznatljivosti“ (Šuvaković 2011, 319). Vladimir Biti dopunio bi tu definiciju riječima da „identitet ne može biti polazištem naših postupaka jer oni ne proizlaze iz slobodna izbora, nego iz stanja 'uvijek već nagovorenosti' Drugim kojemu mi uvijek samo odgovaramo“ (Biti 2000, 191). Sve ono što nas čini nama, što predstavlja naš identitet, ustanovljeno je i u odnosu prema nekom Drugom.

„Identitet nije nešto samorazumljivo, nešto što se dobiva kao gotovost, nego je proces samorazumijevanja rasta i to upravo kroz druge“ (Perušić 2013, 187). Postoji nebrojeno mnogo identiteta: „ljudski, rodni, rasni, klasni, obiteljski, plemenski, etnički, nacionalni, generacijski, profesionalni, kulturalni, ekonomski itd.“ (Šuvaković 2011, 319). Identiteti se mogu mijenjati ovisno o odgoju, kulturi i okruženju, utjecaju prijatelja, obitelji, zajednice, drugih zajednica, drugih kultura i utjecaja, ali jednako tako i nedostatka ili izostanka nekih od tih čimbenika. Identiteti se mijenjaju kroz život, a skoro se može reći i da je moguće mijenjati identitet svaki dan. Kako se mijenjaju ljudi, tako se mijenja i njihov kolektivni identitet, a na sve to mogu utjecati vanjski čimbenici među kojima su i filmovi koje gledamo svakodnevno te identiteti koje nam oni prikazuju da jesmo ili nismo. „Zašto posvetiti pozornost filmskoj umjetnosti kada govorimo o identitetima? Prvi razlog je taj da je film, u svim svojim formama i formama svog prikazivanja, sastavni dio našeg svakodnevlja“ (Matić 2012, 39). Kako je već navedeno, film je jedno od sredstava naše identifikacije koji je svakodnevno prisutan u našim životima, a potvrđuje ili opovrgava određene aspekte naših identiteta bili mi toga svjesni ili ne.

Na ovom mjestu potrebno je spomenuti da i „svaka kultura koja kao svoj dio ima svoje kulturno biće, ima svoj (esencijalni) identitet“ (Cifrić 2007, 187). Svaka kulturna zajednica dijeli jedan dio identiteta sa svim članovima te zajednice koji se s njom poistovjećuju. Kada se s tim poveže globalizacija, uvodi se mogućnost da se poremete ne samo tradicionalni pojmovi pripadanja nečemu, nego se uspostavlja i mogućnost razmišljanja o samom

postojanju i pripadanju. Pomiču se granice između kulture i stanja, sebe i drugoga, jednakosti i razlika, kulturno pripadanje u današnje vrijeme globalne ere donosi neku vrstu nemira između prava pojedinca i skupine, kulturnih i ljudskih prava, između principa jednakosti i poštovanja prema kulturnim razlikama. Udar globalizacije na kulturne identitete tradicionalno je bio poiman kao negativan. Iz te perspektive kulturni identitet postao je žrtva homogene, zapadne, konzumerističke kulture (Kaul 2012). Pojava globalizacije utječe na identitete koje svatko stvara jer postoji pristup puno više različitih i sličnih „drugih“ na temelju kojih se svačiji pojedini cjelokupni identitet prilagođava i mijenja.

4. Kulturni imperijalizam i globalizacija

„Već su i na prvi pogled riječi 'kulturni imperijalizam' vrlo upadljive. Napetost između te dvije riječi poprilično je jaka“ (Crothers 2014, 166). Kultura je dio života svakog pojedinca, ali i naroda koji nas postupno oblikuje. Kultura je ono što živimo iz dana u dan, što nas razlikuje od ostalih i što nam pokazuje po čemu smo slični ostalima. Kultura djelomično određuje naš identitet. S druge strane, imperijalizam je riječ koja blago zastrašuje. „Prema Mladenu Labusu multikulturalizam nas zatvara u privid samodostatnosti, dok transkulturalnost zagovara posredovanje i disperziranje simboličkih vrijednosti jedne kulture u polje drugih“ (Perušić 2013, 189). Drugim riječima, multikulturalnost je zapravo prihvaćanje da postoji mnoštvo kultura i njihovo mirno koegzistiranje dok je transkulturalnost miješanje tih kultura, njihovo ispreplitanje, dijeljenje pojedinih elemenata i razmjena. Imperijalizam je nasilna transkulturalnost, tj. znači „uništavanje jednog dijela života za drugi“ (Crothers 2014, 166). U suštini imperijalizam je jedna grupa ljudi koja ne prihvaća da joj postoje druge slične i različite grupe nego nameće svoju kulturu, oblik života, tradiciju, vjerovanja i „osvaja“ sve ostale kulture da bi postala nadmoćna, gdje onda kultura koja je „osvojena“ umire i prihvaća odlike dominantne kulture.

Kulturni imperijalizam je možda nov pojam, ali promatrajući ljudsku povijest može se primijetiti da je ljudska civilizacija oduvijek pokušala uništiti druge kulture i proširiti svoj utjecaj. Kako navodi Crothers, od 1970-ih, oni koji koriste pojam *kulturni imperijalizam* većinom su se fokusirali na SAD i njegovu moć da zavlada svjetskim, ne samo ekonomskim i političkim aspektom života već i kulturnim (Crothers 2014). „Mnoge kinematografije izvan SAD-a okusile su Ameriku na ovaj ili onaj način“ (Alibbi 2014, 95). Postoji strah da će u budućnosti svi biti neke verzije američke alternativne kulture, neće biti mnogo načina na koji

ćemo moći živjeti već samo jedan za koji nećemo ni znati kada je preuzeo našu kulturu i zamijenio ju svojom.

Prema Crothers, američke korporacije, ne jedino, ali posebno one audiovizualne, kao primjerice filmovi, televizija i glazba, porazile bi lokalne industrije i tvrtke koje se ne bi mogle nositi s veličinom američkih tvrtki te bi, posebno one slabije kulture, doslovno progutale i preobrazile u malu kopiju američkog društva. Takoreći, američka je kultura prvo iskoristila one slabije, gdje je bilo najmanje otpora i gdje se veličina dotične kulture nije mogla mjeriti s novim i privlačnim svojstvima američke kulture koja je preplavila sfere takve male kulturne zajednice.

Vraćajući se na audiovizualne firme i dio američke kulture koji nazivamo Hollywood i uzimajući u obzir statističke podatke o hollywoodskim filmovima u odnosu na ostatak svijeta može se primijetiti da je Hollywood postepeno ali polako već pronašao način zavući se u većinu svjetskih kultura. „Sposobnost Hollywooda da apsorbira utjecaje drugih kinematografija, da ih inkorporira u svoj sustav i preokrene 'poznato' u 'nepoznato' ili *vice versa*, dobro je poznata“ (Vojković 2008, 215). Kako piše Crothers, od 2011. najviše filmova koji su svjetski poznati i koji su zaradili najviše novca, američki su. Imali su teme i vrijednosti koje su prepoznatljive kao američke, napravili su ih Amerikanci ili američki studiji, postavljeni su u američkom kontekstu ili su u njima glumili Amerikanci. „Od 50 najboljih filmova svih vremena, 33 ili 66 % su američki filmovi“ (Crothers 2014, 169). Prema nekima nije toliko ni loše pustiti Hollywood u domaća kina. Bez američkih filmova neka bi domaća kina propala jer domaći europski, pa čak i azijski filmovi nisu dovoljno popularni niti ih ima dovoljno da osiguraju profit i glumcima i filmašima, svima onima koji rade na filmu, kinodvoranama i državi, pa na taj način američki filmovi donose novac koji održava domaća kina i omogućava postojanje mjesta na kojima je moguće, kada se pojave, gledanje i domaćih filmova.

Crothers navodi da postoji još jedan veliki problem koji se javlja u amerikanizaciji svijeta, a to je da ne postoji otpor jer ona cilja najmlađe članove u određenoj kulturi. Kao što uvijek biva u slučaju pojave novih tehnologija, mladi i neiskusni, naivni i lakovjerni uvijek prvi prihvate tuđu kulturu, pogotovo ako je sjajna, privlačna, nova, drugačija, vesela i neobična kao i američka. Od Hollywooda, Disneya, McDonaldsa, Facebooka, američka kultura lagano preuzima svijet. Osim gašenja kultura još jedna loša strana javlja se kod samih ljudi koji novu, dominantnu kulturu ne gledaju kao nametanje, nego samo kao još jednu opciju. Ona njima ne predstavlja prijetnju, došla je tiho i mirno i postala samo još jedna opcija iz niza iz kojeg

mogu birati, a dovoljno je privlačna da privuče velik dio naroda stare kulture koji svoje izvorne vrijednosti, tradicije i običaje zaboravljaju bez da su to i primijetili.

Hollywoodski filmovi nameću američke vrijednosti svima koji se to ne potrude regulirati. U tom smislu Crothers spominje GATT, Opći sporazum o tarifama i trgovini koji je 1947. godine omogućio europskim kinematografijama zaštititi svoja domaća tržišta od američkih proizvoda te ga koristiti kao alat za ponovnu izgradnju svojih ekonomija i ponovno uspostavljanje svoje zajednice nakon ogromnih razaranja koje je donio Drugi svjetski rat. Francuska je primjerice donijela zakon 1994. godine koji izričito naglašava da je francuski jezik jedini koji će se koristiti u određivanju, ponudi, prezentaciji, uputama za upotrebu, opisima robe i sastojaka proizvoda i usluga, kao i pisanja recepta i računa. Ta pravila vrijede i za bilo kakvo pisano, govorno, radijsko ili televizijsko oglašavanje (Crothers 2014). Takva pravila služila su za kažnjavanje svih stranih tvrtki koje su svoje proizvode nudile ili oglašavale na američkom jeziku, uključujući i američku tvrtku Walt Disney.

Teoretičari često raspravljaju o tome kako procijeniti, na koji način odrediti je li neko miješanje kultura nasilno i invazivno ili je jednostavno napredak i pogodno za jednu ili obje kulture. Takve se stvari ne mogu unaprijed znati sa stopostotnom sigurnošću dok se ne dogode. „Definiranje što točno je ili nije kulturni imperijalizam u svijetu koji konstantno stvara neke hibridne forme kultura u najmanju je ruku teško“ (Crothers 2014, 174). Nije svaka kulturna promjena koja se dogodi rezultat neke imperijalne sile i nije rezultat svakog miješanja kultura gašenje jedne od njih.

U današnje vrijeme globalizacije kada je svima sve odmah dostupno, teško je reći je li neki američki utjecaj rezultat imperijalističke akcije ili je jednostavno riječ o neagresivnom ispreplitanju kultura; kako se američka kultura širi, neka druga kultura može ju odbiti ili prigrliti. To ne znači da ova druga kultura mora nešto zaboraviti ili izbaciti, gdje se smatra da je američka kultura jača. Jasno je da je SAD kao velika sila i dominantna kultura pronašao način da bude prisutan u svim dijelovima svijeta, ali to ne mora biti toliko loša stvar. Naposljetku, druge kulture mogu same birati hoće li nešto prigrliti ili ne. Na Hollywoodu ostaje koliko će se potruditi svoju kulturu učiniti privlačnijom, a upravo to je specijalnost koju je Hollywood razvijao godinama.

Prema Alibbiju, uspjeh Hollywooda ne nalazi se u tome da može napraviti filmove za sve, nego da zna svakoga uvjeriti da je film napravljen upravo za njega (Alibbi 2014). Sve ono što se vidi u hollywoodskim filmovima fraze su i vrijednosti koje je Hollywood godinama

servirao svijetu u pozitivnom svjetlu. Zanimljivo je primijetiti da je u prošlosti postojala snažna veza između hollywoodskih i europskih filmova, hollywoodski izvor inspiracije bili su gotovo isključivo europski filmovi (Vojković 2008). Vojković to naziva ravnopravnom razmjenom jer su europski filmovi bili inspiracija američkima, a te europske ideje su onda amerikanizirane i ponovno uvezene u Europu. To se može nazvati i zatvorenim krugom, miješanjem dvaju kultura, ali uvijek na korist Hollywoodu.

Slična stvar događa se i s Azijom. Američki se filmovi prilagođavaju kulturnim zahtjevima Azije i kao takve prilagođene kopije budu puštani lokalno, ali i inspiriraju nove filmove u Hollywoodu. Na taj način je Hollywood inspiracija sama sebi, ali takoreći, kroz tuđe oči. Ponovno se uvoze ideje koje su već izvezene van i prilagođavaju još jednom, da bi nakon toga bile još jednom prilagođene i opet poslane u kina diljem svijeta. Jedan od najvećih poriva koji gone Hollywood i dalje je profit. Nalazimo se u društvu u kojemu nam Hollywood govori da „svatko može ostvariti svoje snove, svatko može imati ono što poželi, svatko može imati sve“, i na taj način to „sve“ postaje dobro, pozitivno, poželjno. Dobar osjećaj je ovisnost i nastupa želja za gledanjem još jednog dobrog filma, još jednog novog filma, još jedne nove „spektakularne avanture“ koje su dobre čim su hollywoodske produkcije, bez obzira na stvarnu kvalitetu. Nekad je pokazatelj lošeg hollywoodskog filma bio taj da nije isplaćen ni budžet koji je korišten za snimanje, sada loši hollywoodski filmovi budu nazvani lošima kada zarade primjerice samo četvrtinu onoga što se očekivalo, ali je ta četvrtina 15 puta veća od budžeta koji je utrošen na snimanje filma. Globalizacija o kojoj se radi praktički je postala amerikanizacija. Sve što Amerika smatra da je dobro, to se pokazuje kao dobro. Brza hrana, način života, odjeća, hobiji, promoviranje slobode i jednakosti, a opet raznolikosti i filmovi koji sve to „izvoze“ u svijet.

5. Sustav zvijezda

Oduvijek se Hollywood povezivao sa slavnima, s filmskim zvijezdama, bogatim glumcima i glumicama. Poznata su to lica koja su se zbog skandala ili pak dobre glume proslavila diljem svijeta. Sustav zvijezda u Hollywoodu postoji od samog početka Hollywooda, no nije sve uvijek bilo isto. „U razdoblju od početka 1960-ih do sredine 1970-ih činilo se da je došao kraj sustavu zvijezda, (...) osloncu dotadašnjeg planiranja filmske proizvodnje u tržišno orijentiranim kinematografijama, osobito američkoj“ (Peterlić 2002, 235). Najprije su na velike ekrane došla lica koja su zračila nečim novim, zatim strana lica koja su privučena

slavom Hollywooda, a zatim su se pojavili i glumci koji su bili popularniji, a nisu imali veze s filmom već sa serijama, koje su ušle na velika vrata pojavom televizije. Međutim, kako piše i Peterlić, u prijelazu na 80-e sve se obrnulo. Sustav zvijezda u Europi se, pa čak ni do današnjeg dana, nije proslavio, a SAD se ponovno sa svojim zvijezdama izdigao iz pepela. Hollywood je ponovno dobio svoj stari adut, ali nije sve ostalo isto jer, kako navodi Peterlić, riječ je zaista o sustavu, a kada se radi o nekom sustavu, on treba imati i svoju strukturu, a zatim i nekakvu autoregulaciju.

Napomenuto je nekoliko puta da je riječ o pravom sustavu zvijezda tako da u svakom razdoblju postoji nekoliko tipova zvijezda. Postoje oni trajniji koji su uvijek prisutni samo s drugačijim karakteristikama ili nadogradnjama, a oni koji i nisu toliko popularni nestaju pa se kasnije ponovno pojavljuju ili bivaju zamijenjeni nekim drugim, novim, kratkotrajnim tipovima. Da bi takva podjela bila što jasnija, jedan od najlakših primjera je junak, tip zvijezde koji je bio prisutan od samog početka Hollywooda i koji postoji još i danas. To je čovjek od akcije, čovjek koji pokreće radnju, samostalno odlučuje, spašava stvar. Od samih početaka Hollywooda junaci su bili možda kauboji koji su ulovili zločinca, detektivi koji su pomogli riješiti ubojstvo, zatim vladini agenti koji idu u misije, a danas bivši policajci koji pokušavaju deaktivirati bombu ili astronauti koji pokušavaju spasiti svijet.

U svakom razdoblju postoje i muški i ženski tipovi koji se nadopunjuju, ali ne postoji samo jedan tip. Uvijek postoji jedan koji je dominantan, a drugi koji nadopunjava ono što je ovaj prvi ostavio slobodno, možda pravi neki kontrast ili se priprema na preuzimanje dominacije u sljedećem razdoblju. Primjerice, u nijemom razdoblju dominantnom tipu „djevice“ (naivke) sekundira tip *femme fatale* (Peterlić 2002). Uzevši u obzir sve rečeno, u svakom razdoblju susrećemo dva dominantna tipa i dva sekundarna, tj. dva muška i dva ženska.

Svi ti tipovi nisu uvijek određeni po istim pravilima za svako razdoblje. Ženski tip može biti dominantniji u jednom razdoblju, muški u drugom, u jednom se razdoblju dva tipa mogu nadopunjavati, a u drugom jedan, i to onaj dominantniji tip, nema smisla bez da uz njega postoji još i onaj sekundarni. Taj sekundarni u jednom razdoblju može biti jedan tip, a u drugome razdoblju drugi tip. A i karakteristike koje posjeduje jedan tip mogu lagano prelaziti na drugi, ponovno, potvrđujući ili nadopunjujući dominantni tip.

U mnoštvu različitih tipova, kada se pod povećalo stavi samo jedna osoba, jedan glumac ili glumica, kao što je to napravio i Peterlić s Jodie Foster i Elizabeth Taylor, tada se na primjeru te osobe mogu pročitati svi tipovi. Naravno, postoje glumci koji opetovano glume samo jedan

tip zvijezde koji usavršavaju, te naravno zbog toga bivaju izabirani uvijek za isti tip uloge. Vratimo se nazad na spomenuti tip junaka: Schwarzenegger i Willis klasični su tipovi junaka koji su uvijek u nekakvoj žurbi, potjeri, akciji, opasnosti, ali tu i tamo dobiju kompletno drugačiju ulogu isključivo radi učvršćivanja prvog tipa. Primjerice, Schwarzenegger je komičan tip u filmu *Junior* (*Junior* 1994) gdje je vrlo feminiziran i ostane trudan, a Willis je umjesto pobjednika iskusio kako je to biti gubitnik u filmu *Šesto čulo* (*The Sixth Sense* 1999) gdje ga na kraju filma umjesto pobjede čeka smrt.

Ipak, najviše će se vremena posvetiti onim glumcima koje Peterlić naziva „regenerating“, tj. obnavljajuće zvijezde. To su glumci koji s vremenom utjelovljuju različite tipove, bilo da ih zahtijeva novo razdoblje filma ili su jednostavno na redu zbog protoka vremena i starenja.

Peterlić je tako za usporedbu uzeo dvije ženske glumice iz dva hollywoodska razdoblja, klasičnog i novog hollywoodskog filma, te ih međusobno usporedio. Da bi pojednostavio usporedbu, ženskog su spola, sličnog ranga po kvaliteti glumačkog staža, jednakih dužina karijera i, naravno, ono najvažnije, mijenjaju svoje likove i tipove unutar sustava zvijezda gdje ih je na kraju lakše i usporediti. Mogu se raspoznati 4 razine usporedbe: 1. pojedinac, tj. žene, sa svojim stavovima, identitetom; 2. glumice, tj. njihove sposobnosti; 3. likovi koje glume, tj. realizacija njihovih sposobnosti; 4. tip zvijezde.

Elizabeth Taylor, rođena 1932. godine, glumica je od svoje desete godine života. Glumila je dječje uloge u 3 filma, s 11, 12 i 13 godina u razdoblju koje je još poprilično cijenilo stare patrijarhalne uloge i puritanizam. Sljedeće uloge su joj bile sa 17, 18 i 19 godina, očuvala je taj izgled čiste nevine djevojke. Utemeljuje lik ljepotice s 22 i 24 u filmovima u kojima simbolizira spoj dviju Amerika, kako kaže Peterlić. Ovdje je vrijeme da se njezine uloge promijene prema novom tipu jer ima već i 25 godina gdje ne može više glumiti djevojku „naivku“. S 25 godina prelazi u lik južnjačke ljepotice, ali s obratom u filmu u kojem poludi. Vrijeme je to u SAD-u gdje je val psihičkih problema preplavio Hollywood pa su česte teme psihičkih bolesti u filmovima bile rudnik zlata, i za Hollywood i za glumicu, koja isti tip glumi i s 27 godina. Veliki obrat za Taylor nastupa u njezinoj 28. i 29. godini gdje prvi puta dobiva Oscara za lik „pale žene“ i postaje emancipirana žena. Kompletno je, kako napominje Peterlić, preskočila tip nimfete, jer kad se on pojavio ona je već bila prešla dobnu granicu za uvjerljivu glumu tog tipa. U 33. godini dobiva ulogu Kleopatre u istoimenom filmu i oživljava tip *femme fatale*. Prerasta sve ostale tipove i dokazuje da je karakterna glumica. S 35 ponovno glumi suvremenu ženu i dobiva drugog Oscara. Kroz cijelu svoju karijeru Elizabeth Taylor

glumila je različite tipove, ali i unutar tih tipova mijenjala je i likove koje je glumila u filmovima.

Peterlić naglašava kako se u opusu E. Taylor nalaze mnogobrojni tipovi za koje je dokazala da zna odglumiti savršeno, ali je i nadišla sve te tipove, tj. nije ju moguće povezati ni s jednim tipom koji ju točno određuje i po kojem je poznata. Ona je poznata po tome što je glumica, što je jedna od najbolje plaćenih glumica deset godina zaredom, što zna glumiti različite uloge i što su filmovi u kojima je glumila odlični. Ako je film loš, nju se izostavlja, nadišla je čak i film.

S druge strane, ono što zvijezdu čini zvijezdom nije samo njezin život na filmu već i ono što ostaje kada se kamere ugase. E. Taylor udavala se sedam puta, od toga za istog muškarca dvaput, ali joj to nitko nije zamjerao. U to vrijeme Hollywood se mijenjao i svi njezini brakovi bili su zakonito prekinuti i kasnije ponovno zakonito sklopljeni. Veličana je sloboda izbora, sloboda ljubavi, a ona kao fantastična glumica imala je „dozvolu“ javnosti da sa svojim brakovima radi ono što smatra da je najbolje, naravno, dok god to radi korektno (Peterlić 2002).

Može se reći da je Hollywood na neki način oblikovao Elizabeth Taylor. Pružajući joj bogate uloge u kojima se najbolje može istaknuti, dajući joj šansu da ne ostane u istom tipu zvijezde nego da se mijenja i raste, ona je postala žena i glumica kakve je se sjećamo i danas te koja bez Hollywooda ne bi bila ista osoba niti glumica. S druge strane, dok se društvo mijenjalo, utjecalo na Hollywood, utjecalo na film i Taylor, tako je i ona svojim ulogama potvrđivala i ono što se događa u društvu. Potvrđivala je promjene i u društvu i na filmu, rasla je zajedno s Hollywoodom te tako oblikovala svoj identitet filmske zvijezde uz pomoć Hollywooda.

Jodie Foster neće imati priliku glumiti viktorijansku nevinu djevojčicu jer je to razdoblje prošlo. Dolaze nova vremena, Hollywood se puno promijenio, a s njim i društvo koje zahtijeva i drugačije uloge. Jodie Foster rođena je 1963. godine i već od treće godine uzdržava cijelu svoju obitelj prihodima koje zarađuje od glume u reklamama za Coppertone. Glumi u par Disneyevih filmova kao dijete, ali prvi veliki uspjeh ostvaruje s 11 godina gdje tako mlada glumi djevojčicu koja „zavodi“ dječaka rečenicama koje bi rekla prava odrasla žena, zatim krade vino, izvlači se iz nevolje s policijom izgovorima i kad je slobodna policiji se ruga. Peterlić je glumu J. Foster opisao kao kompletnu transgresiju. Dijete koje se ponaša kao odrasla osoba, žena kao muškarac i dobrostojeća osoba kao „marginalac“. Iako nije osvojila

nikakvu nagradu, Jodie se već ovime dokazala kao vrlo zrela glumica za svoje godine, a kasnije će joj to biti i vraćeno.

S 13 godina J. Foster je, između ostalog, glumila u filmu *Taksist* (*Taxi Driver* 1976). To je uloga koja joj je skoro donijela Oscara i to s razlogom. Glumi nimfetu, djevojčicu koja je pobjegla od kuće i postala prostitutka te iako nije jedna od glavnih uloga, Foster je glumila presudni čimbenik koji će izroditi fantastični kraj filma. S 13 godina glumila je u još tri uloge, djevojku gangstera, samotnicu i djevojku sa smrtnom bolešću. Sve tri uloge inače glume žene koje su daleko starije od nje, no za nju se odavno znalo da je zrelija od svoje generacije što iz uloge u ulogu ponovno potvrđuje. „Dovela je zapravo i Novi Hollywood do jedne granice, ali i sebe samu“ (Peterlić 2002, 239).

Kroz skoro 15 godina nakon toga teško pronalazi uloge koje joj odgovaraju i okreće se nečemu što nitko ne bi očekivao: obrazovanju. Taj korak odgovara njoj kao osobi koja će još više sazreti, ali i publici koja je vidi kao pametnu mladu osobu koja misli na svoju budućnost, a ne samo na slavu. Pohađa sveučilište Yale i uči francuski. Glumi u francuskim filmovima, često istupa u javnost slaveći književnost i filmsku umjetnost, prolazi fakultet kao odlična studentica, izražava želju da bude redateljica, popis je dugačak, a rijetko koju bi se od tih stvari povezivalo s uspješnom slavnom glumicom.

Vrlo značajan događaj, koji se zbio 30. travnja 1980. godine kad je J. Foster imala 18 godina, položio je čvrste temelje njezinu tipu nimfete. Robert Hinckley Jr., kolega student J. Foster, pokušao je izvršiti atentat na tadašnjeg predsjednika Reagana upravo da dokaže svoju neizmjernu ljubav prema Foster. Uspijeva ga samo raniti, a ovaj događaj nedvojbeno podsjeća na veliku ulogu u *Taksistu* u kojoj je Foster davno briljirala. Ona je i na filmu i u stvarnosti osoba zbog koje se ubija da bi se time promijenio svijet ili društvo, a ona s 18 godina i u stvarnosti je nimfeta.

U razdoblju kada nije imala nijedan uspješan film od J. Foster se i dalje puno očekivalo. U tom razdoblju jako je malo bilo žena na filmu koje su joj mogle biti konkurencija. Svoju je priliku dobila u 25. godini gdje je glumila silovanu ženu u filmu *Optužena* (*The Accused* 1989) i to je bio prvi Oscar koji je dodijeljen za ulogu silovanja. No, za razliku od mora takvih filmova, ona u ovome nije bila samo mučenica koja čeka da je spase nego se aktivno borila za pravdu i za kaznu za silovatelje, iznova i iznova.

Prošlo je vrijeme nimfeta i došlo je razdoblje političke korektnosti gdje se javlja i žensko pitanje. Žuti tisak je proširio trač da Foster ima lezbijskih sklonosti, što je ona odbijala

razjasniti, a kad je ostala trudna, skrivala je djetetova oca. „U biti: Foster sve može sama“ (Peterlić 2002, 240). Dijelove privatnog života koje je htjela sakriti ostale su tajna, a na taj način sebi je priskrbila dozu misterije koju je publika obožavala. Kroz svoje filmove Foster je rasla, uloge koje je glumila oblikovale su ju kao snažnu ženu, a obrazovanje na koje se sama odlučila omogućilo joj je da postane ne samo zvijezda i miljenica Hollywooda i njegove publike, nego i internacionalno. Bitno je spomenuti Francuze koji su ju obožavali, a Hollywood ju je, takoreći, slijedio te svoju pažnju usmjerio na Europu gdje je krenuo proširiti svoje tržište.

Dvije godine kasnije Foster dobiva drugog Oscara za film *Kad jaganjci utihnu* (*The Silence of the Lambs* 1991). gdje glumi seosku djevojku, FBI-jevu agenticu bez iskustva koja sa psihopatskim ubojicom pokušava uloviti drugog psihopatskog ubojicu. Tu vidimo pojavu novog tipa glumica koje su polako prešle u muški žanr i postale junakinje, tj. žene od akcije. Foster je ovdje, naime, ušla u žanr ženskih psihotrilera, što znači da ona postaje pokretač radnje u „muškoj“ ulozi, a privodi pravdi „negativnog“ muškarca. Peterlić primjećuje da je za razliku od prije, kada je žena bila objekt i predmet žudnje, ona sada postala aktivni promatrač, postaje heroina, u rangu je s muškarcem, mijenja boju kose čime se odmiče od starog Hollywooda i mijenja sliku sebe u očima javnosti.

Gluma nije jedino što je J. Foster bilo u cilju ostvariti. Htjela je režirati, a to je i ostvarila 1991. sa svojih 28 godina. Glumila je u još nekoliko filmova, pa čak i osnovala svoju vlastitu produkcijsku firmu Egg. Napravila je nekoliko filmova dok firmu nije zatvorila, ali to ju nije spriječilo da i dalje nastavi režirati i glumiti.

Iz dječje zvijezde izrasla je u nimfetu, odrasla u emancipiranu ženu suvremenog tipa, postala redateljica i otvorila produkcijsku kompaniju. Foster je glumica i žena s velikim popisom poželjnih postignuća iza sebe. Po ulozi nimfete koju je glumila daleko ispod granice godina glumica prije nje, ali po tendenciji miješanja žanrova, Foster ima odlike postmodernističkog vremena (Peterlić 2002). Ona je kroz svoje uloge rasla od djevojčice prostitutke, silovane djevojke koja se bori za pravdu do mlade agentice koja kriminalce privodi pravdi. Kroz svoje uloge i kroz svoj život bila je ne samo emancipirana, nego i samodostatna. Oslanjala se na sebe, na svoj intelekt i sposobnosti, učila je, razvijala se, postizala ono što je htjela i otvarala si mjesta za nove mogućnosti i nove poslove.

Ni prvi, a vjerojatno ni zadnji put ne bi bilo da je Foster pred određenom pauzom u karijeri ili da tek, jednostavno, malo uspori. Što god se dogodilo sa sigurnošću se može reći da će se ponovno vratiti u središte pozornosti s kvalitetama koje su ju i prije izdizale iznad ostalih.

Ove dvije glumice samo su jedan od mnogih primjera današnjih glumaca i glumica koji potvrđuju taj sustav. Prema Peterliću, analiza je provedena na samo dva primjera, no ostaju primjeri s muške strane i ostaju svi oni podtipovi, novi i stari koji niču iz ovih, neki novi koji se stvaraju ili čak i kombiniraju. Sve to svjedoči koliko je sustav zvijezda Hollywooda zapravo kompleksan i koliko rada je potrebno da glumci kao što su Elizabeth Taylor i Jodie Foster opstanu u Hollywoodu ovako dugo i kvalitetno. Nije dovoljno samo prihvatiti ulogu i odigrati je, nego uloge treba birati, pregovarati, znati odglumiti i dati nešto svoje što će kasnije biti prepoznatljivo. Najbolje su one glumice i glumci od kojih publika ne zna što očekivati dalje, kakvu ulogu, kakav potez u životu, pa ih sa zanimanjem prati i dalje. Kvalitetni glumci svojoj su publici i primjer i uzor, krenuvši od poteza u karijeri pa do vlastitih životnih putova koje osoba bira, a ako pogledamo primjer Jodie Foster i njezinih poslovnih pauza, kada nastupi put koji nije izabran, bitno je znati kako se postaviti i okrenuti ga u svoju korist.

Još od 50-ih godina prošlog stoljeća u SAD-u raste trend posvećivanja sve većeg medijskog prostora slavnim osobama, među kojima su u velikoj mjeri i glumci. Na njih se gleda kao na uzore, kao na vodiče, ljude koji su izabrali pravi put, koji imaju uspješan život. Ranije je navedeno kako kod slavnih glumaca nije bitna samo izvedba u filmovima nego i tko su oni i što rade sa svojim životima kad ne snimaju filmove. Tako je nastala jedinstvena dimenzija hollywoodskih zvijezda, tj. takozvana „kultura slavnih“. Da bi se takvu kulturu popratilo morala je postojati određena dokumentacija. Slavni glumci neće sami izlaziti u javnost i govoriti o svojim životima, njihovi ugovori s filmskim kućama ne obvezuju ih da tijekom snimanja filma budu stalno dostupni očima javnosti tako da je sama ta javnost, sama publika morala uzeti stvar u svoje ruke. Na taj način nastaju *paparazzi*, honorarni fotografi koji agresivnom upornošću slijede slavne osobe s ciljem snimanja jedinstvenih fotografija.

Otkada je snimljen film Federica Fellinija *Slatki život* (*La Dolce Vita* 1960) koji prikazuje tjedan u životu *paparazza*, njihovo se ime i zanimanje proširilo diljem svijeta okružujući slavne osobe gdje god se nalazile, ali većinom je to fenomen koji se javlja u SAD-u i okružuje skoro pa isključivo zvijezde Hollywooda. Jedan od pokretača lavine *paparazzi* fotografa je i film *Cleopatra* (*Cleopatra* 1963) gdje je bila popraćena seksualna afera već spomenute glumice Elizabeth Taylor i Richarda Burtona. „Fotografska snimka intimnog zagrljaja ovih

dviju holivudskih zvijezda, koju je napravio Marcello Gappetti, označila je početak *paparazzi* trenda u medijskom tretmanu slavnih“ (Hromadžić 2010). Nastalo je tržište fotografija koje su u velikoj većini bile ni po čemu posebne, ali su se prodavale po velikim iznosima jer su većinom bile fotografije slavnih glumaca i glumica (McNamara 2011).

Nastali su časopisi, a danas i posebne internetske stranice koje u opisu svojeg sadržaja imaju samo priče o slavnim osobama, tračeve i fotografije. Iz jedne obične fotografije razvila se cijela kultura koja je otvorila nebrojeno mnogo mogućnosti za nagomilavanje profita. Fotografije koje su bile iznimno rijetke ili posebne dosezale su iznose i do nekoliko stotina tisuća dolara, a fotografi koji su na takvim fotografijama zarađivali često bi kršili zakone da bi se što više približili zvijezdama Hollywooda.

Na taj je način Hollywood ne samo stvorio kompletno jedinstveni sustav obožavanja glumaca diljem svijeta, već i potpuno novu kategoriju posla koju u cijelom svijetu, ali pretežito u SAD-u obavljaju čak i tinejdžeri u nadi da će zaraditi. Toliko je časopisa i firmi kojima se fotografije mogu prodati pa zaraditi na takvoj vrsti „zadiranja u privatnost“ nije uopće teško.

6. Kako film oblikuje identitet

6.1. Rasno pitanje

Početkom 70-ih godina pojavio se žanr filma poznatiji pod nazivom *blacksploitation* (*blaxploitation*) te ispunio sve kinodvorane. U takvim filmovima glumili su crni likovi koji su najčešće bili povezani s nasiljem, nekakvom vrstom akcije i seksom. Kao što navodi članak iz *Newsweeka*, među crnačkom populacijom započeta je rasprava o vrijednosti takvih filmova i o tome koliko je pametno da organizacije za građanska prava surađuju s filmskim industrijama (Chritchlow, Raymond 2009). Ako stavimo na stranu neki rijetki *blockbuster* poput *Kuma* u to vrijeme, Hollywood je svoj „rudnik zlata“ otkrio u crnačkoj publici. Za njih su se posebno radili filmovi s crnim glavnim glumcima. Na taj je način Hollywood sebi pokušao priskrbiti veću i raznovrsniju publiku od koje dosad nije imao toliko koristi.

Blacksploitation je riječ nastala sljubljivanjem riječi *black* što znači crn i *exploitation* što znači iskorištavati. U doslovnom prijevodu znači (prekomjerno) korištenje crnaca u filmovima, do te mjere da se tako nazivao i sam novi žanr, a crni glumci su obično imali glavne uloge, često kritizirani zbog stereotipne karakterizacije i veličanja nasilja. Osim

filmova postojale su i serije s istom temom koje su stereotipno prikazivale crnačku kulturu, te su često glavni likovi bili detektivi s *funky* frizurama koji su rješavali zločine. Najpoznatiji, najčešće spominjani *blacksploitation* film najvjerojatnije je *Shaft*. *Shaft* nije samo jedan film, *Shaft* je serija filmova, točnije tri filma kada govorimo o 70-ima, u kojima je glavni lik John Shaft, ali svaki put druga osoba. U drugom filmu (1972) John Shaft je sin Johna Shafta iz prvog filma (1971), u trećem filmu (1973) istoimeni lik sin je Johna Shafta iz drugog filma. Sva tri filma okarakterizirana su kao *blacksploitation* filmovi, a četvrti, najmlađi (2000), nazvan je trilerom. Planira se i peti film u 2019. godini, ali navodno bi za razliku od svih dosad trebao imati više humora i trebao bi spadati u kategoriju akcijsko-komedijskih filmova. Na taj način film spada u kategoriju određene vrste filma zbog svojeg sadržaja, a ne u *blacksploitation* žanr zbog stereotipizacije crnog glavnog lika. Kroz vrijeme se vidi velika promjena u stavu publike, ali i u stavu redatelja. Nije više toliko bitno koje je boje glavni lik, nego je bitno je li film dobar ili ne. U krajnjem slučaju, *blacksploitation* se ne nalazi više među današnjim žanrovima te novije *Shaft* filmove možemo okarakterizirati samo po načinu na koji se radnja odvija u filmu, bez obzira na likove.

Godine 2009. sve je više bilo kritike koja je napokon akumulirala i prerasla u CAB, „the Coalition Against Blacksploitation“, tj. koaliciju protiv iskorištavanja crnih likova u filmovima, koju su sačinjavale neke lokalne organizacije iz Los Angelesa: NAACP, tj. Nacionalno udruženje za napredak obojenih, SCLC, tj. Konferencija južnjačkih kršćanskih vođa i CORE, tj. Kongres rasne jednakosti. Junius Griffin, čovjek koji je osnovao CAB, dao je ostavku na mjesto predsjednika odjeljka NAACP u Beverly Hillsu te napravio svoj posebni sustav vrednovanja crnačkih filmova, klasificirajući ih kao superiorne, dobre, prihvatljive, one u kojima vidi neke zamjerke i one u kojima vidi puno stvari koje zamjera (Chritchlow, Raymond 2009). Jednostavno rečeno, Griffinovu ljestvicu možemo svesti na raspon od jedan do pet po kojem je slagao i ocjenjivao filmove. Griffin je dramatično obrazlagao svoje namjere netolerancijom na prljavštinu, nasilje i sve kulturne laži koje se serviraju njihovoj djeci u trenutnoj produkciji takozvanih crnačkih filmova. Za Griffina to je bio još jedan oblik kulturnog genocida te smatra da bi se crnačka zajednica trebala uhvatiti u koštac s tim problemom na koji god način zna (Chritchlow, Raymond 2009). Problem je bio što je CAB smatrao da bijelci te bogati i dobrostojeći crnci nemaju pravo govoriti što je dobar crnački film jer ne znaju situaciju u kakvoj je odrastao crnac niže klase, slabog socijalnog statusa kojemu je lakše nabrojati ono što ima nego ono što nema. To je rezultiralo negativnim ocjenjivanjem gotovo svih crnačkih filmova koji su u to vrijeme izašli.

Puno je bilo prigovora i zbog toga što je crnačka publika bila zadovoljna s bilo kakvim crnačkim filmom pa je išla gledati apsolutno sve filmove koji su snimljeni, a na taj joj se način uskraćuje kvalitetan kulturni sadržaj. Veliki problem, dakle, bio je i stupanj kulturne obrazovanosti crnačke publike u to vrijeme kada se govori o filmovima. Crnačku publiku, u suštini, nije zanimala kvaliteta filmova već samo da se u njima vidi što više pripadnika crne rase. „Društvene veze u svakom su svom aspektu, više ili manje simbolički obilježene. Društvene veze su kultura sama, kultura u svom živom i opipljivom kretanju. Bilo da dolazi od realne živuće osobe, likova u knjizi, riječi u glazbi ili uloga na ekranu, svaki podražaj koji zaprimimo tijekom te interakcije nas ispisuje“ (Matić 2012, 40). Nakon stoljeća šikaniranja, omalovažavanja i degradiranja na temelju boje kože napokon su mogli vidjeti pripadnike svoje rase na velikim platnima kina i nisu birali što će pogledati. Veliko je to priznanje za nekoga za koga su prije bile rezervirane zadnje klupe u autobusu, a sada zauzimaju velike ekrane gdje su glavni glumci upravo crnci.

Uzimajući sve probleme u obzir, te nakon što se dignuo veliki oblak prašine javili su se i redatelji filmova koji su obilježeni kao *blacksploitation* filmovi te branili stajalište da svi ljudi, bez obzira na boju kože traže isto: zabavu. Bio čovjek nasljednik ogromnog bogatstva ili, kako je Gordon Parks Jr. naveo, došli oni iz Harlema i dali svoja tri dolara za određenu projekciju, nitko od njih ne želi vidjeti jad i bijedu na ekranu. Svi su se oni došli zabaviti. Bez obzira na to što crnački filmovi ne prikazuju stvarnost, nitko od crnaca neće bit ljut, osjećajući se prevareno i žaliti na putu kući što su gledali „Shafta u akciji“ i što nisu kao on, isto kao što nijedan bijelac neće žaliti što nije James Bond. Ostaje naravno neupitno da je crnačka publika godinama bila „izgladnjivana“ za filmove s crnačke točke gledišta te da je to rezultiralo gledanjem bilo kakvog filma koji se izbacio na tržište, kako je već i spomenuto. Nije ni slučajnost da su svi crnački filmovi, bilo da su bili loši ili ne, većinom za temu imali junake koji su se legalno ili ilegalno borili protiv velikih korporacija, države i sustava općenito da bi prikazali moć malog čovjeka (Chritchlow, Raymond 2009) i na taj način se još više priklonili crnačkoj publici.

Kako se u članku naglašava, ništa ne traje vječno. U vrijeme velike eksplozije *sexploitation*[2] filmova s vremenom više neće biti važno je li riječ o crnačkom ili bjelačkom filmu već ono što je bitno, je li film dobar ili loš. Fokus se premješta s *blacksploitation* filmova na nešto drugo. Na taj način sve se samostalno regulira: loši filmovi će propasti, oni dobri opstati, bez

[2] *Sexploitation* je riječ nastala sljubljivanjem riječi *sex* što znači seks i *exploitation* što znači iskorištavati, a označava korištenje seksa, seksualne privlačnosti ili seksualno eksplicitnog materijala u filmovima s ciljem komercijalnog iskorištavanja.

obzira na boju kože glumaca. Rješenje cijelog problema *blacksploitation* filmova leži u tome da se publika navikne prepoznati kvalitetne uratke, bez obzira na bilo kakve sustave rangiranja filmova koji postoje u to vrijeme. Tako će se poboljšati kvaliteta ne samo filmova koji opstaju na tržištu već i filmova koji su u glavnim ulogama imali crnce, a kroz film i kvalitetna priča, ono što je zapravo CAB od početka pokušavao na neki način i napraviti. Na taj je način Hollywood djelomično uspio obrazovati svoju publiku, izlažući ih onim kvalitetnim, ali i manje reprezentativnim uradcima, koji se u to vrijeme snimaju radi profita, te puštajući ju da sama nauči razaznati to dvoje.

Ovdje se može primijetiti stvaranje određenog identiteta jednakosti s ostalim pripadnicima iste rase. Kako su se postepeno rješavala politička pitanja, pitanja ljudskih prava i ravnopravnosti, tako je crnačka populacija dobivala sve više slobode i imali su sve više i više pravo na ono što je imala i bjelačka populacija. Takve stvari, kao što se vidi iz priloženog, nemoguće je napraviti postepeno, ali i u neku ruku nepravedno, tako da se sve to dogodilo relativno brzo u nekoliko godina i svi su osjetili eksploziju raznih sadržaja kojima je bilo odjedanput dopušteno uključivati i crnačku populaciju. Identifikacija sebe kao jednakog nekome tko je do nedavno bio iznad nas veliki je korak i sa sigurnošću možemo pretpostaviti da su se osjećali ekstatično i euforično. Upravo zbog toga nije bilo važno jesu li filmovi koji se snimaju dobri ili loši. Kroz vrijeme sve će se regulirati, a fokus će se prebaciti na neka druga pitanja.

Kad se stvari sagledaju iz „dalje“ perspektive jasno je da se pojavljuje određena nepogodna situacija. Ako se kao primjer uzme Hrvatsku koja je u to vrijeme postojala samo kao republika u sklopu SFRJ, ali i sada kao samostalnu državu, prostor je to na kojem žive ljudi u velikoj većini bijele rase. Jako teško će se naći skupinu crnaca ili azijata, a još teže bi to bilo u vrijeme 1970-ih godina prošlog stoljeća. Hrvatska nije jedina država u kojoj je to normalna pojava. Ako se toj činjenici pridruži određeni film koji sadrži neke informacije o drugoj rasi, s kojom dotični narod nije toliko upoznat, i ako se te informacije ponavljaju ne samo dva ili tri puta, nego konstantno iz filma u film, a samostalno ne postoji način da se te informacije provjere uživo, jednostavno je zaključiti da se određeni stereotipi o toj rasi prisutni u filmu ukorjenjuju u predodžbama nekog drugog naroda o toj rasi jer su mediji i industrija zabave u području vizualnih industrija, kao što je ranije navedeno u radu, televizija i kinoprodukcije, jedini koji u cijelosti prikazuju karakteristike određene rase. Pod time se smatraju govor, ponašanje, odnos prema bližnjima i nepoznatima, odnos prema svojoj imovini, socijalnom statusu, hijerarhija u obitelji, odnos prema zakonu i tijelima vlasti, religioznost, poštovanje

pravila, odnos prema pripadnicima druge rase ili vjere i drugo. Naveden je samo mali broj karakteristika koje opisuju određenu osobu, a kamoli cijelu rasu, ali su te karakteristike one o kojima se najčešće dobiva ta stereotipna predodžba preko filmova. Te su karakteristike one koje se ističu kao zanimljive za portretiranje likova ili situacija u službi razvijanja zanimljive fabule na način na koji to producentima, redateljima, scenaristima i filmskim studijima odgovara. Problem je u tome što neće moći svi razlučiti je li riječ o stereotipima ili realnom prikazu „drugoga“ koji je u ovom slučaju daleki stranac, ali će se to detaljnije obrazložiti u sljedećem poglavlju gdje će se vidjeti još jedna sfera ukorjenjivanja stereotipa putem filma.

6.2. Etničko pitanje

Nije samo crnačko pitanje bilo veliko 70-ih godina. Javila su se brojna druga pitanja koja su pogodila velik broj ljudi nevezano za rasu. Ako stavimo na stranu crnački dio publike, veliki problem javio se vezan za Italoamerikance. Osnovana 1975., NIAF, tj. Nacionalna talijansko-američka zaklada, pokazala se kao najveća talijansko-američka politička i kulturna grupa u Sjedinjenim Američkim Državama. Dio njihove agende sastojao se u poboljšanju slike Italoamerikanaca u medijima. To je dakako uključivalo i film. NIAF je vršila konstantni pritisak na medije da se odupru prikazivanju Italoamerikanaca kroz stereotipe te da zapravo podupiru i promoviraju ono najbolje od talijansko-američke kulture (Chritchlow, Raymond 2009). Kada u vezi filma kažemo „američki Talijani“, „Talijani u Americi“ pa čak i samo „Talijani“, većini ljudi prva misao koja će se pojaviti bit će vezana za mafiju.

Kao kratku digresiju može se uzeti primjer Marlona Branda. Ponovno, većini ljudi, automatski će se u glavama stvoriti film *Kum* (*Godfather* 1972), u kojem Brando glumi glavu talijanske mafijaške obitelji. Brando je za tu ulogu bio nominiran i kao najbolji glumac, ali je Oscara koji je osvojio odbio poslavši Apache glumicu Sacheen Littlefeather da se u njegovo ime obrati svima i privuče pažnju na incident koji se dogodio u mjestu Wounded Knee (Chritchlow, Raymond 2009). Ne ulazeći u detalje o incidentu, glumca su odasvud verbalno napali iz razloga što je na ovoliko dramatičan način odlučio privući medijsku pozornost na problem američkog tretiranja Indijanaca, a nije mu, što su mu zamjerali, bilo teško odbiti veliku količinu novaca koju je dobio za film niti glumiti u filmu *Na dokovima New Yorka* (*On the Waterfront* 1954), za koji neki kažu da mu je bila uloga života, ali i da je, tematski, film koji vulgarnost, nasilje i opscenost veže za neke druge etničke manjine, misleći tako na američke Talijane, koje Brandu nisu tada smetale (Chritchlow, Raymond 2009).

Marlon Brando nije jedini glumac koji je svjedočio verbalnim napadima i osudama zbog izbora filmova u kojima je glumio. Robert DeNiro glumac je koji je bio meta kritike zbog svoje uloge u filmu *Taksist* (*Taxi Driver* 1976). DeNiro je glumio Travisa Bicklea koji traži posao u taksi službi i nakon što ga zaposle svjedoči brojnim nedjelima na ulicama New Yorka. Povučeni, društveno neprilagođeni i psihotični bivši marinac postaje ubojica uzimajući pravdu u svoje ruke. U sceni gdje je Travis slučajno naišao na pljačku i ustrijelio pljačkaša u glavu njegov postupak se opravdava tako što mu prodavač kaže da bježi te na taj način pokazuje svoju zahvalu što ga je spasio od krađe. Na taj način se opravdava ubojstvo. U sceni na kraju filma gdje je Travisov gnjev kulminirao on ubija i ozljeđuje cijelu grupu ljudi u bordelu gdje pokušava „spasiti" dvanaestogodišnju Iris od prostitucije. Riječ „spasiti" namjerno je pod navodnicima jer je Iris koliko-toliko dobrovoljno ostala u svijetu prostitucije jer smatra da je to „hip", naravno, ako uzmemo u obzir njezinu moć rasuđivanja jer je ona u filmu ipak dvanaestogodišnjakinja. Nakon pokolja koji se dogodio policija dolazi do izranjavanog Travisa koji na kraju sebi ne uspijeva oduzeti život te ga nakon oporavka i mediji i Irisini roditelji slave kao junaka koji je dijete spasio od okrutnog života prostitucije. *Taxi Driver* film je koji je nominiran za 21 nagradu, a osvojio njih 19. Na sami spomen filma skoro svatko će se moći prisjetiti legendarne scene u kojoj DeNiro stoji ispred zrcala s pištoljem i obraća se svom odrazu riječima „Are you talking to me?", tj. „Obraćaš li se meni?". Scena nije bila u scenariju već ju je DeNiro izmislio na licu mjesta te ju stavio na popis ikonskih scena gdje su glumci improvizirali te dodatno poboljšali i ovjekovječili određeni film. Unatoč svemu dosad nabrojanom, DeNiro je ipak trpio velike kritike, jednako kao i redatelj Martin Scorsese, upravo zbog načina na koji su prikazali Italoamerikance u filmu kao nasilne, rasiste i povezane s mafijom, kao i na drugim uradcima gdje je dvojac surađivao (Chritchlow, Raymond 2009).

Filmski redatelj Martin Scorsese bio je česta meta NIAF-a zbog naglašavanja nasilnog ponašanja, aktivnosti vezanih za talijansku mafiju te kriminalnih djela koje je povezivao s Italoamerikancima u svojim filmovima. Svoju stranu Scorsese objašnjava na način da su takve teme nešto uz što je on odrastao, što je gledao na putu u školu kad je imao osam godina, što je susretao u barovima preko puta ulice, sva ta krv, nasilje, seksualna izopačenost, ilegalne radnje, sve je doživio kroz odrastanje i sve ima pravo istraživati u svojim filmovima na način na koji on to smatra prikladnim (Chritchlow, Raymond 2009). Naravno, ne tvrdi da su svi Italoamerikanci takvi kakve ih on prikazuje. Naglašava da u SAD-u živi oko 18 milijuna Italoamerikanaca od kojih je samo oko 4 tisuće njih povezano s organiziranim kriminalom

(Chritchlow, Raymond 2009). Kako dalje tvrdi, postoje i drugačiji filmovi, oni u kojima Italoamerikanci veselo jedu obiteljske obroke za stolom zadovoljni svojim životima, slušajući pjesme talijanskog podrijetla i raduju se sljedećem danu. Za takve filmove kaže da su gori nego oni što ih on radi, a bitan razlog je ono zbog čega je on bio na meti NIAF-a: stereotipizacija. Ovdje se javlja primjer malo drugačije stereotipizacije. Dok su u Scorseseovim filmovima, i ostalima ranije nabrojanima, Italoamerikanci prikazani kao gangsteri, kriminalci, mafijaši, ovdje su ipak portretirani malo lakše, ali ipak uz neku dozu pretjerivanja. Tjestenina za ručak, pjesme poput *Mambo Italiano* i *That's Amore* su nešto što bi, navodi Scorsese, svakog Italoamerikanca navelo da se sablazni od neugode.

Talijanska je kuhinja jedna od najpopularnijih u SAD-u stoga je postojalo puno televizijskih reklama koje, po uzoru na filmove koji su stvorili takvu sliku, ne samo Italoamerikance nego i Talijane prikazuju kako bacaju *pizze* u zraku i rade domaći umak od rajčice za tjesteninu. Muškarci su većinom prikazani kao seljaci s izraženim naglaskom, a žene kao sredovječne pretile kućanice ili bake u crnim haljinama koje su profesionalke ni u čem drugom nego kuhanju i pripremanju hrane (Kareem Nittle 2018).

Takvi su stereotipi prisutni u svakoj etničkoj manjini i izlaze na vidjelo kako u svakodnevnoj interakciji, tako i na filmu. Scorsese svoje filmove ne opravdava, on jednostavno vjeruje da je bolje da ružnu stranu prikaže onako kakva ona zapravo jest i da kroz svoje filmove istražuje zašto je to tako, nego da se spusti na nivo duhovitih maloumnih stereotipa kojima podliježu neke romantične komedije, drame i obiteljski žanrovi koji interpretiraju Italoamerikance kao takve.

Kada se pogleda sve na što je NIAF apelirao, vidjet ćemo da se nisu bazirali samo na filmove, nego su se obraćali i televiziji i radiju, novinama, čak i reklamama, da iz svojeg programa izbace stereotipizaciju Italoamerikanaca kao kriminalaca najčešće povezanih s organiziranim kriminalom, da ih prekinu prikazivati kao lakrdijaše, te kao neobrazovane, grube i nadražive ljude (Chritchlow, Raymond 2009). Navedeno je čak i istraživanje Zogby gdje su se fokusirali na američke adolescente, gdje su djeca u 44 % slučaja Italoamerikance vezala za šefa organiziranog kriminala ili člana bande na filmovima ili televiziji. Kao što je dalje i spomenuto, takav način prikazivanja određene etničke manjine djeci, adolescentima i pogotovo mlađim pripadnicima te manjine daje na uvid samo onu karakterizaciju koju im predstavljaju filmska industrija i televizija. Na taj način oni postaju žrtve stereotipiziranja koje koristi filmska industrija, a većinom zbog potreba filma, dramatičnosti, priče i drugih zahtjeva, takvi stereotipi su negativnog predznaka. Svi stereotipi proizašli iz filmske

industrije, a koji su na bazi neke rase, etničke manjine, vjere, seksualnog opredjeljenja i drugo, urezuju se u našu kulturu, svakodnevni život i način mišljenja, htjeli mi to ili ne. Ono što se opetovano pojavljuje u filmovima postaje određena svakodnevica koja može, ali i ne mora biti istina. Na taj način se u glavi pojedinca stvara slika o određenoj skupini ljudi što može imati negativne posljedice, pogotovo ako su u pitanju adolescenti i djeca koja su podložna sugestiji medija.

Ponovno se javlja problem koji je spomenut i u prošlom poglavlju, a javlja se ne među Amerikancima i Italoamerikancima nego u inozemstvu. Kroz glavu svakog gledatelja filmova koja sadržava jednu od ranije spomenute dvije stereotipizacije Italoamerikanaca, nekad čak i samo Talijana, prolazi iznova utvrđivana karakterizacija te etničke grupe i u očima svijeta oni su upravo takvi kakve ih prikazuju hollywoodski filmovi. Narodi koji nemaju priliku stupiti u direktan kontakt s ljudima talijanskog podrijetla o njima najvećim dijelom upravo kroz filmove dobivaju kompletnu karakterizaciju Italoamerikanaca i Talijana. Na filmovima su prikazani njihovi životi, odrastanje, školovanje, način razmišljanja, poštovanje koje poklanjaju obitelji, prijateljima, poslovima, svojem naslijeđu i tradicijama i naposljetku odnosu prema kriminalu. Ako je takav kompletni prikaz neistinit, on dobiva mjesto u našim predodžbama o drugim narodima upravo iz razloga što ih nismo imali priliku upoznati i uspostaviti komunikaciju u stvarnom životu. Najpodložniji prihvaćanju takvih stereotipa kao zbiljskih ponovno su mlađi i manje obrazovani članovi populacije. Članovi akademske zajednice, ljudi s boljim socijalnim statusom koji imaju priliku putovati ili zaposlenici firmi koje posluju internacionalno jedni su od primjera na koje ta stereotipizacija možda neće djelovati kao stvarni prikaz nego kao šala ili stereotip. Primjećujemo da se javlja još jedan problem jer se te dvije skupine, koje tu stereotipizaciju shvaćaju ili kao istinu ili kao autorsku slobodu, ne odvajaju jasnom linijom. Na taj način mlađa populacija svoje naučene stereotipe koje je vidjela u filmovima može prenijeti u svoj odrasli život i svoju djecu odgajati na isti način, neobrazovani čovjek ne mora ujedno biti slabog socijalnog statusa već svoje bogatstvo može koristiti tako da stereotipe širi dalje, namjerno ili nenamjerno, a sve smo to pretpostavili u slučaju da su ljudi odgajani u pozitivnom okruženju i da nemaju neprijateljskih sklonosti prema „drugome“. Činjenica je da određene skupine ljudi ili određene kulture kao svoje obilježje imaju neprijateljski stav prema svakom drugom ili samo određenim drugima, ali u svakom slučaju filmovi s negativnim stereotipima, koji će malo kasnije biti i navedeni, na njih mogu imati još veće učinke i „dokazima“ potvrditi njihovo mišljenje.

Nadalje, u slučaju NIAF-a i Italoamerikanaca, ono što je uzburkalo vode bila je nova sezona serije *Obitelj Soprano* koja je i dalje nastavljala portretirati Italoamerikance kao „mafijaše“ i „gangstere“. NIAF se ponovno pobunio da se zaboravljaju dobre kvalitete ove etničke manjine, a ističu samo one stereotipne koje su dovoljno zanimljive da bi se na njima moglo nebrojeno puta ispočetka izmisliti priču koja će se prodati. Stav NIAF organizacije nije se temeljio samo na jednom filmu. *The Godfather* film je iz 1972. te je za dvije godine, 1974. dobio nastavak *The Godfather: Part II*, a 1990. i treći nastavak *The Godfather: Part III*. Serija *Obitelj Soprano* već je spomenuta ranije, sastoji se od šest sezona koje zajedno imaju 86 epizoda po 55 minuta. Ranije je, također, naveden i film *On the Waterfront* s Marlonom Brandom iz 1954. godine, a tu su još i *Ulice zla* (*Mean Streets* 1973), *Priča iz Bronxa* (*A Bronx Tale* 1993) i *Dobri momci* (*Goodfellas* 1990) u kojem glavni lik Henry Hill kojeg glumi Ray Liotta izgovara poznatu rečenicu: „Otkad znam za sebe, uvijek sam htio biti gangster“. Prema zadnjem navedenom primjeru vidi se da Italoamerikanci nisu samo portretirani kao pripadnici mafije i organiziranog kriminala, već je sve to prikazano i u šarmantnom i primamljivom svjetlu. Članovi mafije i njihovi opasni životi prikazani su kao zanimljivi, poželjni i puni akcije, kriminalna djela koja bi se u stvarnom svijetu osuđivala prikazivana su kao pustolovine i bivaju opravdavane, bilo da je riječ o ubojstvu iz osvete, o nedjelima zbog zaštite članova obitelji, čuvanja teritorijalnih granica i slično. Upravo iz ovog razloga NIAF je kritizirao prikazivanje Italoamerikanaca samo kao takvih jer su oni prvenstveno etnička grupa koja u startu zna dva jezika, talijanski i američki engleski te koja je vrlo obrazovana i vezana za svoje korijene, kako talijanske tako i američke, pa se počela zalagati da se u škole diljem Amerike uvede i posebni program koji će uključivati podučavanje italoameričkih korijena i podrijetla, kulture, običaja i tradicija kroz određene kolegije. Njihova zalaganja su kulminirala 30. svibnja 2002. godine gdje je NIAF održala konferenciju u New Yorku skupini profesora, pisaca, novinara i sveučilišnom predsjedniku, a 26. listopada iste godine u Washingtonu pred pravnikom Vrhovnog suda Antoninom Scaliom gdje su izložili impresivne argumente te osnovali sami svoju stipendiju koju su pružali fakultetima i sveučilištima koji bi u svoj program uvrstili podučavanje italoameričkih kolegija (Chritchlow, Raymond 2009). Prema istraživanju o podrijetlu Amerikanaca europskih korijena u 2000. godini primijećen je rast osoba koje se identificiraju kao Italoamerikanci za 7 % u odnosu na istraživanje deset godina ranije, tj. 1990. godine, dok je kod ostalih etničkih manjina primijećen pad, točnije osobe koje su njemačkog, irskog, engleskog i poljskog podrijetla (Chritchlow, Raymond 2009).

NIAF, zajedno s nekim drugim udrugama, potiču prepoznavanje Italoamerikanaca kao posebne etničke manjine u SAD-u koja puno znači i samom SAD-u, ali i pazi i njeguje svoje kulturalno naslijeđe. Kroz sve što je dosad navedeno može se primijetiti nekoliko nivoa utjecaja. Prvo su stvarna iskustva koja su utjecala na redatelje, kao primjerice Scorsesea, da stvaraju sebi svojstvene i prepoznatljive filmove, dok su drugi redatelji bili nošeni isključivo profitom i novčanom stranom. Vidimo stvaranje dvije vrste stereotipa koji utječu na publiku diljem svijeta, a pogotovo u SAD-u, koji rezultiraju time da se o Italoamerikancima stvara određeno mišljenje, a njihova se percepcija onda odražava u svakodnevici gdje se ti stereotipi ne koriste više samo na filmu već ulaze u naše svakodnevice i postaju normalna pojava. Na taj način svoj stav i mišljenje o tuđem identitetu stvara svaka osoba koja se navikne na opetovano povezivanje dvije stvari, ali i samo Italoamerikanci o sebi stvaraju neko novo mišljenje, promišljaju svoju vlastitu kulturu, bore se za prave epitete, za prave poveznice. Takvi su stereotipi utjecali na razne zaklade i udruge među kojima smo spominjali onu najveću i najutjecajniju NIAF koji su se zatim borili da se Italoamerikance, veliku i bitnu etničku manjinu u SAD-u prestane stereotipizirati i da se promijeni sama percepcija ove etničke grupe izvana i iznutra. Njihov utjecaj očituje se u apelima za promjenu prikazivanja Italoamerikanaca u filmovima na onaj način na koji su bili prikazivani do tada, ali i na obrazovnu sferu gdje su se kreirali mnogi kursovi, tečajevi i kolegiji kroz koje su sveučilišta i fakulteti mogli prenijeti ono pravo, istinsko naslijeđe Italoamerikanaca koje ih čini tako posebnima i bitnima za američku kulturu.

6.3. Pitanje rodnih uloga i seksualnosti

Ranije je objašnjeno što je to sustav zvijezda i zašto je on bitan za Hollywood i za publiku. Svi tipovi i likovi iz sustava zvijezda koje glumci i glumice prenose sadrže neku poruku. Vjerojatno se svakome dogodilo da nakon nekog filma, knjige ili serije „ne zna što bi sa sobom“. Ostavljaju takav dojam na gledatelja da nema smisla započinjati gledati nešto novo jer se još neko vrijeme razmišlja o temi toga što je bilo gledano. To „uvlačenje“ gledatelja u film obavlja dobra tema, dobra radnja pa i dobri glumci. „U procesu gledanja filma nastupa privremeni gubitak ega – zaboravio sam tko sam i gdje sam – trenutak prije konstitucije subjektivnosti“ (Vojković 2008, 72). Ovdje se pokazuje važnost filmskih zvijezda u tom procesu jer cijeli sustav zvijezda služi kao posrednik gdje film u gledateljima stava ego-

ideale, tj. sliku koju svatko stvara kroz život i sliku za koju bi svatko htio da ga prezentira, ukratko ono što svatko želi biti i nastoji postati.

U suštini, dok gledamo neki film, mi nismo mi, mi smo taj policajac koji pokušava stan obraniti od pljačkaša, mi smo ta stjuardesa koja se pokušava oduprijeti otimačima aviona, mi smo djevojčica koja se skriva ispod stola od zločeste učiteljice, sve ono što vidimo na ekranima, ako je dovoljno dobro, preslikava se u nas i mi u tih sat i pol vremena živimo te likove iz filmova. Kada film završi, naravno ako nam se svidio, osjećamo nekakvu prazninu jer sve ono što je bilo zanimljivo i uzbudljivo prestaje, a mi se moramo vratiti svojim dosadnim životima. Osim ako opet ne odemo pogledati neki film, ili ako ono što smo vidjeli i osjećali za vrijeme filma nekako ne preslikamo u svoje živote.

U ovom radu nekoliko smo puta već opisali Hollywood, ali na početku ovog poglavlja najbolje bi možda pristajala rečenica koju koristi Mima Simić, prema kojoj je „grešni Hollywood, izvana sofisticirana 'tvornica snova', iznutra škripava manufaktura tabua i paranoja“ (Simić 2009, 12).

Prema Vojković, u starom Hollywoodu jedan od značajnijih redatelja, Alfred Hitchcock, imao je jasnu predodžbu o ulozi žene i muškarca u svojim filmovima. Žena je ta koja je promatrana, objekt gledanja muškarca i publike, a muškarac je taj koji promatra. „U filmovima *Vrtoglavica, Prozor u dvorište* i *Marnie* pogled je u središtu zapleta“ (Vojković 2008, 73). Hitchcockovi filmovi koji se baziraju na ranije spomenutom pogledu reflektiraju tadašnji patrijarhalni ustroj društva i potiču ga kao takvog.

Nasuprot zapadnjačkoj tradiciji patrijarhalnog sustava na kinematografiji, gdje žena čeka muškarca da ju spasi, slaba je i bespomoćna, žene u azijskoj kinematografiji imaju jaku ulogu kao i muškarci, same su pokretačice radnje i sposobne su jednako kao i muškarci. „Hongkonški film ima jaku tradiciju žena ratnica i baš, kao i njihovi muški pandani, te žene od akcije borile su se protiv stranih napadača ili korumpiranih dužnosnika. Kad je riječ o kulturalnim određenjima, treba se prisjetiti da su u Kini i žene bile buntovnice i članice tajnih sekti“ (Vojković 2008, 80). Ono što je navedeno kao „prototip“ za sve žene i djevojčice koje su htjele ostaviti po strani ženske uloge i ući u ono što se inače ostavljalo samo za muškarce jest priča o legendarnoj Hua Mulan, kineskoj djevojci koja je umjesto svojeg starog oca otišla u vojsku, borila se 12 godina, odbila sve nagrade koje je zaslužila i nakon umirovljenja otišla nazad u rodni kraj. Priča je toliko privlačna da ju je nakon mnogo godina, nakon što su žene

dobile ponosno mjesto u filmu gdje su samostalne junakinje i muškarcima ravnopravne, prisvojio i Hollywood napravivši od Mulan Disneyevu princezu.

Azija je jedan od rijetkih slučajeva gdje se tradicija jakih žena uspjela oduprijeti prodoru Hollywooda i ostati vjerna sebi. Kao što je ranije spomenuto, Kina i Japan bili su i ostali kinematografije koje su u svojim filmovima ženama pridavali jednaku važnost kao i muškarcima, što u obiteljskim odnosima i kućanstvu, ali i u borbi, samostalnosti i snazi.

Prema zapadnjačkom sustavu, žena koja preuzima neke muškarčeve uloge postaje muškobanjasta dok u azijskoj kulturi postoji sustav *jin-jang*, jednakost između svih suprotnosti pa tako i muških i ženskih, žena koja ima tipično mušku ulogu je u isto vrijeme i jaka i ženstvena što je u zapadnjačkoj kulturi još uvijek nemoguće. *Thelma i Louise* (*Thelma & Louise* 1991) primjer je takvog filma. Dvije prijateljice odlaze u pustolovinu i upadaju u nevolje sa zakonom. Od zakona pokušavaju i pobjeći što simbolizira patrijarhat koji ih progoni kada same pokušaju pronaći svoju sreću. „Maskulinizacija je povezana s pozicijama koje je stekla u društvu, određenim poslovima i zanimanjima koji su se primarno vezivali za muškarce“ (Vojković 2008, 93-94), a sada ih u svoje ruke uzimaju žene. Buntovne, samostalne, samodostatne i bez potrebe za muškarcem koji ih spašava, na kraju dobivaju naziv muškobanjaste, kako smo ranije i spomenuli te često budu za svoju samostalnost i „kažnjene“. Na kraju filma Thelma i Louise, odbijajući biti uhvaćene i zatvorene, nastavljaju svoju pustolovinu jureći u kanjon ka svojoj smrti koja je simbol te kazne. Film koji takve stavove kompletno ruši, *Fargo* (*Fargo* 1996) u glavnoj ulozi ima policajku koja unatoč tome što je trudna rješava ubojstvo. Bez obzira na to što ima „mušku“ ulogu, to ju uopće ne sprječava da ostane ženstvena u svojim radnjama, da sve obavlja polako zbog trudnoće, da se ponaša kao žena, nježna i osjećajna, a ipak jaka predstavnica zakona. Vojković se kasnije nadovezuje na Europu koja kao ni Hollywood, uz časne iznimke, nije imala tradiciju obiteljskih odnosa koji su počivali na ženskoj glavi obitelji. „Fabula u kojoj se u jednoj obitelji pojavljuje nekoliko generacija jakih žena mora se iskonstruirati, drugim riječima treba izmisliti dijegetski svijet u kojem vrijede nekonvencionalna pravila“ (Vojković 2008, 94).

Kako film utječe na društvo, tako društvo utječe i na film, kako se uloga muškaraca i žena u društvu mijenja, to utječe i na prikazivanje roda i seksualnosti na filmu. Odličan primjer toga je film *Rocky* (*Rocky* 1976) gdje glavni lik iz male sredine postaje slavan boksač, a njegov glavni adut u filmu je njegovo tijelo. Muškarac postepeno gubi svoju snagu junaka pa se ta snaga počinje prikazivati tjelesno. Tu se, prema Vojković, javlja kriza muškosti. Može se primijetiti da je u filmu *Skidajte se do kraja* (*Full Monty* 1997) fokus na muškom tijelu koje

glavni likovi koriste kako bi zaradili nešto novca. Što se tiče pitanja seksualnosti, „hollywoodski film koristio se raznim načinima da u *gay* gledatelja potiče identifikaciju s muškim zvijezdama“ (Vojković 2008, 107) što će se kasnije malo detaljnije opisati. „Istraživanje ukoričeno u tzv. Kinsey Reports na šokantan je način razotkrilo naličje mita o Americi kao seksualno monolitnoj naciji, upozoravajući na to da su seksualne želje i prakse prosječna američkog građanina daleko od kršćanskog heteroseksualnog ideala“ (Simić 2009, 31). Što je *gay* zajednica postajala slobodnija, prisutnija u javnosti i hrabrija u zahtijevanju svojih prava, to je Hollywood više htio zadovoljiti potražnju za filmovima u kojima bi se oni mogli poistovjetiti s glumcima.

„Prikaz homoseksualnosti koji je bio dopušten za vrijeme Production Codea trebao je ostaviti dojam da homoseksualnost nužno dovodi do tragedije, (...) a osobe u *queer* filmovima prikazivane su kao čudovišta“ (Vojković 2008, 107). Drakula je bio simbol čudovišta, čudaka, *queer* osobe, biseksualca. On pije ljudima krv i nije mu važno je li riječ o muškarcu ili ženi, a prikladno je i prikazano da Drakula da bi nekome popio krv mora doći zaista blizu, „sljubiti“ se s njima, kako komentira Vojković, te ih ugristi za vrat, što je sadržavalo seksualnu konotaciju. Simić primjećuje da „kad bi se homoseksualne osobe sporadično pojavile u *mainstream* filmskoj produkciji, likovi ovog nepoćudnog opredjeljenja u pravilu su bivali osuđeni na tišinu, osamljenost i, zašto ne, smrt“ (Simić 2009, 23). Ono što se dogodilo kasnije kompletni je obrat, filmovi su počeli prikazivati homoseksualne teme u filmovima kao normalne, homoseksualci više nisu bili tretirani kao čudovišta i bolesnici, ali to je također značilo da se krenuo vršiti određeni pritisak na heteroseksualnost „kao naturaliziranu društvenu normu i promovirati 'ne-straight' identitet i time potkopavati ideologiju koja je 'straight' “ (Vojković 2008, 108).

Planina Brokeback (*Brokeback Mountain* 2005) jedan je od novijih filmova koji je začuđujuće dobro prošao kod publike. Naravno, ovaj film nije prvi film u hollywoodskoj produkciji koji se bavi pitanjem homoseksualnosti niti fobijama i problemima koji se vežu za tu temu, ali je, kako kaže i Simić, prvi film koji homoseksualnu vezu normalizira, koji ju prikazuje kao nešto prirodno. Ovo je jedan od prvih filmova koji je publika hrlila gledati u kinodvorane iako je bio film s otvoreno homoseksualnom temom. Razlog tome, što duhovito komentira i Simić, mogao bi biti taj što su za glavnu glumačku postavu homoseksualnog dua izabrani Heath Ledger i Jake Gyllenhall, ali to je s druge strane također i znak da se i veliki glumci, takoreći filmske zvijezde, usude upustiti u avanture neistraženog područja pokušavajući prikazati nešto dosad marginalizirano i rijetko kao nešto što bismo isto trebali

poštovati kod drugoga. Iako film nema sretan kraj, kao što je Simić ranije i napomenula, film je otvorio nova vrata homoseksualnosti koju će ona postepeno prilagoditi sebi (Simić 2009).

XXY (*XXY* 2007) film je koji se bavi problemom interseksualnosti preko Alex, djeteta koje je rođeno s obilježjima oba spola, tj. muškim i ženskim spolnim obilježjima. „XXY u tom smislu zahtijeva svojevrsnu revoluciju (svijesti i podsvijesti/društva i pojedinaca); ideal legislativno-paternalističke/gledateljske moći koji projicira, odnosno na koju film apelira jest Otac/vlast koji će djetetu/građaninu dati slobodu za istinsko odlučivanje – dakle, ne artificijelnu (pseudodemokratsku) slobodu izbora između dvaju spolova (ili stranke), već instinktivnu, organsku slobodu“ (Simić 2009, 110). Simić objašnjava da je u filmu prikazana realnost koju svi poznajemo, tj. da iako je nešto određeno zakonom, ne mora značiti da će takva biti praksa i u stvarnosti. Ljudi osuđuju, upiru prstom, ogovaraju i ismijavaju sve ono što im nije po volji, što je drugačije ili čega se boje, tj. sve ono s čime ne znaju što bi. Ista stvar se događala i s homoseksualnošću dok se nije izborila nekakva jednakost s heteroseksualnim osobama i vlastito pravo na konzumiranje svoje seksualnosti kakva god ona bila. Tako ovdje autorica navodi da je Alex morala proći proces zlostavljanja od strane društva koje je u filmu prikazano kao seksualni napad na njezino tijelo od strane nekoliko mladića. Svi oni prikazani su kao naše društvo, naša zaostala kultura koja i dalje prezire „ono drugo“.

Ono što je Hollywood zatim napravio zadržalo se do danas, a služilo je „popravljanju“ muškosti koja je negdje u vremenu emancipiranja žena, izlaženja homoseksualaca u javnost i traženja jednakih prava za sve preraslo „muškarca junaka“. Govorimo o fenomenu *buddy-buddy*. To su dva muškarca udružena u jednog, tj. dva muškarca od kojih svaki ima svoj nedostatak, a zajedno se nadopunjuju i uspijevaju ispuniti svoj cilj. Ono što su žene napravile muškoj sferi sada muškarci rade ženskoj. U filmu *Junior* (*Junior* 1994) koji je već spomenut u sustavu zvijezda, muškarac je trudan, preuzima žensku ulogu te koristi čak i feminističku krilaticu: „moje tijelo, moj izbor“ kada mu pokušaju uzeti dijete, a sve uz pomoć svojeg heteroseksualnog prijatelja. Uvijek se na kraju *buddy-buddy* filma muškarci spajaju sa ženama isključujući bilo koji oblik homoseksualne veze između dva muškarca kroz film, prikazujući da su samo dobri prijatelji ili u krajnjem slučaju poslovni partneri.

Sljedeći način na koji Hollywood pokušava vratiti muškarcu na filmu veličinu i značaj je nešto slično kao *buddy-buddy* film, ali s malim dodatkom. Tipični hollywoodski žanrovski hibrid komedije i znanstvene fantastike *Unutarnji svemir* (*Innerspace* 1987) gdje se između dva muškarca nalazi ženski lik. Muškarci su glavni likovi, a žena donosi, takoreći, malo

olakšanje od muške radnje. Ona nema bitnu ulogu u filmu, ali je u radnji kao dopuna priči, poveznica između dva muškarca, donosi komično olakšanje, smiruje ili ubrzava radnju, i to tako da ne smeta priči između dva muškarca.

Što se tiče znanstvenofantastičnih filmova i fantazije, Hollywood iskorištava teme za uvođenje starih muških junaka i vraća mu ulogu glave patrijarhata. Muškarac je mlađi i lakše se snalazi u novim zadacima u promijenjenom društvu. Prikažimo to na primjeru: „u novom Hollywoodu, posebno u najpopularnijim filmovima kao što su *ET-Vanzemaljac, Povratak u budućnost, Indiana Jones,* ili serijal *Ratovi zvijezda* zapažamo da je strukturiranje priče povezano s obratom edipovske strukture“ (Vojković 2008, 119). To se najbolje vidi ako se pobliže pogleda film *Povratak u budućnost,* gdje je otac i dalje disfunkcionalan, kao što je primjerice bio u filmu *Buntovnik bez razloga*, no sada ga sin, muški nasljednik, popravlja. Slika muškarca i oca kao glave obitelji, zaštitnika i junaka poljuljana je tako da je izlaz u tome da tu sliku netko i „popravi“. Tu na scenu ulazi sin koji je idealan zbog zadržavanja patrijarhalnog poretka, mlađi, brži, spretniji i s novim modernijim pogledima. Iako je prividno sve modernije i naprednije, patrijarhalna slika i dalje ostaje. Slična slika disfunkcionalnog oca također je prisutna na primjeru Lukea i Vadera u serijalu *Ratovi zvijezda*, „umjesto da internalizira autoritet oca, sin mora ponovno stvoriti, odnosno 'popraviti' taj autoritet“ (Vojković 2008, 120). Otac je zao, sin ispravlja zle stvari koje otac čini te ga vraća na pravi put.

Thomas Elsaesser tvrdi da putovanje vremenom kao žanr u suvremenom američkom filmu odražava osjećaj da je Amerika u poteškoćama. Očita zaokupljenost filmova o putovanju vremenom problematičnom poviješću upućuje na to da je simbolički svemir u neredu, da više ne funkcionira. Simbol vraćanja u prošlost i upoznavanja samog sebe pokazuje da je patrijarhalni sustav u krizi, da obitelj više ne počiva na bijelom ocu, točnije sam pojam obitelji je u krizi (Vojković 2008).

7. Cenzura

Od samih početaka Hollywooda, glavni cilj uvijek je bio profit, tako da su se producenti u svojim filmovima često koristili nasiljem i seksom da bi privukli publiku. To dvoje, nekad i kombinirano, u gledateljima bi stvarali osjećaj uzbuđenja, imali bi priliku vidjeti ili iskusiti nešto što se inače ne događa svaki dan, a navale adrenalina skoro izazivaju ovisnost. Već je ranije spomenuto da se publika u najvećem broju slučajeva u filmovima za vrijeme gledanja

povezuje s likovima, ali i s pričom, te tako sebe projiciraju na veliko platno. U kasnim 20-im i ranim 30-im godinama 20. stoljeća mnogi hollywoodski filmovi koristili su tu taktiku da bi privukli publiku u kina (Chritchlow, Raymond 2009). U današnje vrijeme takve stvari su i više nego normalne, ali prije gotovo jedno stoljeće bile su nezamislive. Nešto što se inače nije koristilo u filmovima došlo je na velika vrata, a nove stvari su uvijek atraktivnije nego ono na što je publika već naviknuta. U 30-im godinama prošlog stoljeća Mae West proslavila se upravo na račun toga. Bila je na lošem glasu zbog svojih seksualnih šala i rečenica s dvostrukim značenjem i seksualnom konotacijom, od kojih su neke toliko poznate da se koriste i danas. „Je li vam to pištolj u džepu ili vam je samo drago što smo se sreli?“ (engl. „Is that a gun in your pocket or are you just glad to see me?“) jedna je od poznatijih (Chritchlow, Raymond 2009).

Svo to nasilje i seksualne insinuacije u filmovima rezultirale su velikim kritikama koje su bile upućene od strane rimokatolika i protestanata koji su apelirali da se takvo što izbaci iz filmova. Razlog tome bio je način na koji film romantizira i prikazuje glamuroznima najgore aspekte američkog društva (Chritchlow, Raymond 2009). Hollywood je imao veliku ulogu u oblikovanju američke kulture pa je kritika dolazila sa svih strana jer su upravo redatelji i tvorci filmova bili ti s najviše odgovornosti prema publici. „Ekscentrični život munjevito obogaćenih filmskih zvijezda, redatelja i producenata zaštitni je znak Hollywooda 20-ih godina, koji ubrzo izaziva i reakciju: osnivanje ćudorednoga Haysova ureda 1922. godine te tzv. Legije pristojnosti (eng. Legion of Decency) 1933.“ (Peterlić 1986, 556-557). Većinom je to bila katolička organizacija koja je vršila pritisak na filmske studije da sami izvrše određenu vrstu cenzure na svojim filmovima na što su se oni i složili, iako pretežno zbog straha od savezne intervencije koju ne bi mogli prilagoditi. Tako je 1934. nastao „Hays Code“, pravilnik, tj. popis pravila i regulacija prilagođenih na temelju prijašnjeg pravilnika „Production Code“ iz 1930. prema kojima su se vodili filmski studiji.

Pravila koja je sadržavao Hays Code regulirala su kriminalne radnje na filmu, od kojih posebno ubojstvo. Ako je bilo od neizmjerne važnosti za radnju, primjerice dramski krimić gdje detektiv istražuje ubojstvo, tada se to ubojstvo ne smije prikazati detaljno niti se ubojstvo iz osvete, koliko god mi mislili da je „osoba to zaslužila“, ne smije ni u kojem slučaju opravdavati bilo kakvim postupkom na filmu. Ostale kriminalne radnje također se ne smiju prikazivati detaljno, primjerice krađa, švercanje, provaljivanje, palež i slično, te nije dozvoljeno prikazivati ni alkohol osim u slučaju ako je od velike važnosti za radnju, primjerice ako je netko alkoholičar: „korištenje alkohola u američkom životu, ako nije nužno

za radnju ili za pravilnu karakterizaciju, nije dopušteno prikazati“ (Chritchlow, Raymond 2009).

Nadalje, što se tiče seksualnih radnji, nikakav seksualni čin ne smije biti prikazan na ekranu, preljubi moraju biti prikazani kao loši, bilo kakvo ljubljenje ili grljenje ne smije biti predugo niti prikazano na požudni način. Zabranjeno je bilo prikazivati silovanje, vezu između pripadnika bijele i crne rase pa čak ni silueta porođaja nije bila dozvoljena. Vulgarnost, čak i u sklopu šale, ne smije biti izrečena, a zabranjeno je čak i plesanje koje svojim pokretima otkriva preveliku količinu strasti. Hays Code se zaista pobrinuo da filmovi koji su poštovali pravila budu čisti i nevini, ono što je i dopušteno prikazati, dok je loše trebalo biti prikazano kao nešto što će publika osuđivati i prezirati. Redatelji su bili ti koji su imali veliku odgovornost prema svojoj publici, da joj prikažu ugledno i funkcionalno kulturno društvo Amerike na ekranu, kakvo se ono zapravo i nije ispostavilo.

Sustav pravila „Hays Code“ ostao je u upotrebi do 1968. godine kada je zamijenjen novim sustavom pravila. No, čak i prije pojave ovog novog sustava „Hays Code“ se počeo lagano raspadati pojavom samostalnih filmskih studija i navale stranih filmova na koje jednostavno nisu mogli utjecati. Mnogi su filmaši svoje uratke nosili na sud gdje su se borili za svoje pravo izražavanja kroz film i gdje su pokušali promijeniti viđenje samog filma kao oblika umjetnosti, a ne kao još jednog proizvoda na tržištu.

Film koji je u potpunosti navijestio novu eru filmova i dokazao kako pravila iz Hays Codea nisu više bitna bio je *Neki to vole vruće* (*Some Like It Hot* 1959) koji je objavljen u potpunosti bez samocenzure i bez certifikata odobravanja za prikazivanje koji su filmovi trebali imati u sklopu poštovanja Hays Codea. Neka od pravila koja su navedena ranije kompletno su ignorirana i film je pod žanrom romantične komedije nesmetano zabavljao željnu publiku. Tako je publika, pogotovo ona mlađa, 60-ih godina počela zahtijevati da se Hollywood uhvati u koštac sa „škakljivim“ temama koje su dosad bile zabranjivane, no otpor je i dalje ostajao (Chritchlow, Raymond 2009).

Tako je 1968. novi sustav pravila stupio na snagu, ali ni jedna od dvije suprotstavljene strane nije bila zadovoljna. Liberali su se bunili jer je opet cenzura jača od slobode izražavanja, a oni konzervativni da je i ovaj pravilnik preslab te da nažalost zapravo i ne postoji nikakav sustav koji bi provjeravao da se ta pravila i mjere, koje su nametnuli i kinima, provode. U sljedećih dvadeset godina Vrhovni sud SAD-a je u nekoliko navrata u sporovima koji su bili vezani za određeni film i njegovu cenzuru, odlučivao zabraniti prikazivanje zbog opscenosti. Ti sporovi

trajali su do 1972. kada je u kinodvorane pušten film *Duboko grlo* (*Deep throat* 1972). I to ne u neko malo mizerno kino nego već ona sofisticirana u američkim predgrađima. Film je donio revoluciju na području hollywoodskog filma i nije bio jedini. Pornografski filmovi su se počeli slijevati sa svih strana, a kako spominju autori Critchlow i Raymond, s pojavom CD-a i DVD-a publika je pornografske filmove mogla gledati i u privatnosti svojih domova.

Naravno, javljalo se pitanje na kakav način utječu takvi filmovi na publiku, pogotovo mladu, iako je naravno bilo regulirano tko filmove smije gledati, no ne može se kontrolirati svaki film i svako doba dana u svakom domu. Critchlow i Raymond navode da su takva pitanja dovela do pojave velikih udruživanja protivnika pornografskog filma koji su išli do te mjere da su pornografski film povezivali s promoviranjem nasilja nad ženama. Ako se pogleda američko društvo u kojem se upravo to i dogodilo u narednim godinama, povećana pojava nasilja nad ženama, slom tradicionalnog pojma obitelji, rađanje sve više izvanbračne djece, protivnici pornografije na filmu nezadovoljno su optuživali upravo filmove za propadanje američkog društva i kulture, dok su filmaši jednostavno odmahivali rukom tvrdeći da je to sve samo odraz onoga što se događalo (Chritchlow, Raymond 2009). U jednu ruku kultura i promjene su utjecale na film, a u drugu film je utjecao i na promjene u kulturi američkog društva. Obje strane odražavaju ono drugo.

Dugo se nakon toga pokušavalo osmisliti neki sustav koji bi kompletno izbacio cenzuru, a ipak označio za kakvu je film publiku namijenjen. Autori Critchlow i Raymond donose nam svjedočenje Jacka Valentija i Stephena Farbera o posebnim oznakama koje bi filmovi mogli nositi. Slušanje je bilo pred odborom za posebna mala poduzeća i Predstavničkim domom Kongresa SAD-a 24. ožujka i 14. travnja 1977. Valenti je detaljno opisao na koji način je sastavljen poseban odbor i kako će oni, koji se sastoje i od žena i muškaraca, crnaca, bijelaca, Talijana, roditelja i slično, pregledavati filmove i odlučivati koju oznaku koji film dobiva.

Postoje 4 vrste oznaka koje film može dobiti. Prva je „G“. To znači da je film odobren za sve uzraste. Druga je „PG“. Ta je oznaka simbol roditeljima da se raspitaju o filmu koji će im dijete gledati. „Gledajte, ne znamo točno što bi vas najviše brinulo u vezi ovog filma. To može biti jezik, nasilje ili senzualnost, ali molimo vas da se raspitate o ovom filmu prije nego što pustite djecu da ga gledaju“ (Chritchlow, Raymond 2009, 264). Već je utvrđeno da televizija utječe na dječju percepciju vrijednosti i ponašanja, te da djeca u SAD-u u prosjeku gledaju 25 sati televizije tjedno, od kojih neki i 11 sati dnevno. U tom vremenu procijenjeno je da su djeca izložena 8000 ubojstava i 100,000 prikaza nasilja na televiziji samo dok završe osnovnu školu (Chritchlow, Raymond 2009). Nakon svega rečenog Valenti je samo apelirao

da je na roditeljima hoće li se brinuti gdje su njihova djeca i što rade, a pogotovo što gledaju. Nakon toga dolazi oznaka „R“ koja znači nedozvoljeno gledanje filma osobama mlađim od 17 godina osim ako nisu u pratnji roditelja ili skrbnika. Takvi filmovi sadržavaju scene otvorenog nasilja, seksualne prirode i opscenog rječnika. Zadnja oznaka za filmove je „X“ koja je isključivo za odrasle. Ne mora nužno biti riječ o pornografskom uratku, može biti i u pitanju eksplicitno nasilje ili uznemirujuće scene za koje je odbor procijenio da nikako nisu za djecu.

Nakon nekoliko godina dodana je još jedna oznaka između postojećih, a to je bila „PG-13“ koja je upozoravala roditelje na sadržaj neprikladan djeci ispod 13 godina. „X“ oznaka se kasnije promijenila u „NC-17“ koja je ostala do danas, a koja je zabranjivala maloljetnicima ispod 17 godina gledanje tih filmova, gdje se nakon nekoliko godina granica prilagodila i podignula sa 17 na 18. „X“ je ostala rezervirana samo za pornografiju s kojom se dosad već uvelike povezivala, a ostale oznake se koriste i danas.

Postoje i obilježja bojom te posebni opisi zbog čega je određeni film dobio svoju oznaku, a posebno su označivane i videoigre u današnje vrijeme koje informacije o oznakama imaju na svojim pakiranjima u prodaji.

Valenti se pobrinuo za vrlo sitne detalje gdje bi oni koji se nalaze u odboru za takve oznake na filmovima gledali film koliko god puta treba da se dođe do suglasnosti s autorom. U slučaju da autor filma ne želi prihvatiti oznaku riskira da mu neće biti dopušteno prikazivati film u kinu. Razlog nisu pravila ili zakon već jednostavno činjenica da roditelji neće znati kakav je film i hoće li biti prihvatljivo za djecu pa će ga većina jednostavno zaobilaziti. Film koji ne prodaje karte ne zarađuje profit ni kinu ni autoru te nema razloga zašto bi ga vlasnici kina odlučili prikazivati.

Kada se pogleda svijet danas, Australija, države Europe, Azije, Afrike pa čak i Amerike većinom raspolažu nekim sustavom oznaka sličnim ovom u SAD-u, ili ponešto prilagođenim njihovim vlastitim pravilima. Najraniji sustav oznaka napravljen je u Velikoj Britaniji 80-ih godina (BBFC 2014) što je vremenski najbliže oznakama u SAD-u dok većina europskih zemalja svoje oznake datira iz 90-ih godina i kasnije. Zanimljivo je da većina zemalja među svojim oznakama sadrži i nekoliko ili čak i sve one američke oznake s istim značenjem. Tako se vrlo jednostavno može povezati utjecaj Hollywooda koji je svojim dosegom u svijetu promovirao ne samo svoje filmove, američku kulturu i način života, već i način na koji su

klasificirali svoje vlastite filmove prema kojima su se onda orijentirale i ostale kinematografije svijeta.[3]

Sličan sustav oznaka na filmovima i serijama postoji i danas i to čak i u Hrvatskoj. Na svakom programu uvijek se može naći film koji će u gornjem kutu u malom kružiću imati napisan broj koji označava godine za koje se ne preporuča da idu niže od navedenoga, a koje su 12, 15 i 18 s bojama koje ih opisuju zelena, narančasta i crvena (Narodne novine 127/2014). Oznake nisu jednake kao gore navedene, ali funkcioniraju na istom principu gdje osim reguliranja publike imaju i posebno vrijeme u koje se smiju emitirati na televiziji.

Već su spomenute neke velike promjene u američkom društvu kroz 20. stoljeće gdje su se opetovano uvodila pravila koja bi regulirala vrstu sadržaja koji će biti pušten publici. Neki su se borili za kompletno izbacivanje cenzure i bilo kakvih ograničenja, neki su se borili za stroža pravila, ali ni jedni ni drugi nisu mogli poreći da se velike promjene događaju. Od filmova gdje je bilo zabranjeno ljubiti se više od 6 sekundi odjednom, do filmova koji su bili regulirani posebnim sustavom koji bi svakom filmu dao posebnu oznaku tako da se zna kakav film možemo očekivati, filmovi su se mijenjali i postajali sve „slobodniji“. Postavi li se pitanje što je bilo uzrok promjeni kod onoga drugoga, filmovi ili društvo, sa sigurnošću možemo reći oboje. Društvo je podložno konstantnoj promjeni uzrokovanoj unutarnjim i vanjskim faktorima, a te promjene djelomično izriče kroz filmsku umjetnost. Filmove zatim gleda šira publika, neke dijelove usvaja i ponavlja te pretvara u svoju svakodnevicu na temelju koje su filmovi isprva i bili napravljeni. Na temelju toga može se zaključiti da filmska industrija i društvo konstantno međusobno utječu jedni na druge čineći granicu onog početnog pokretača promjene i onih sljedećih gotovo nevidljivom.

S uvođenjem novih sloboda i novih načina prikazivanja izražavanja svojeg viđenja američke kulture, dolaze i nova imena, a posebno se istaknuo dvojac po imenu Matt Stone i Trey Parker. To su danas vrlo poznata imena autora animirane američke televizijske serije za odrasle *South Parka* koju su krenuli emitirati 1997. godine. Bili su na meti velike kritike i čak su mislili i završiti seriju nakon desete obljetnice prikazivanja zbog silne mržnje koja je prema njima bila usmjerena. Razlog je bio jedan: obojica imaju razvijeni smisao za humor, a kroz satiričnu komedijsku seriju ismijavaju apsolutno sve i svakoga. Tako su barem oni opisali *South Park*.

[3] Podaci su preuzeti s različitih službenih stranica pojedinih zemalja.

Ovaj rad posvećuje se filmovima i utjecaju Hollywooda na identitet pojedinca, na percepciju sebe i „drugoga“ te shvaćanje razlika i sličnosti. Ova serija sve to ismijava. Što god se dogodi u društvu, dobro ili loše, oni nađu način da to okrenu na šalu. Kada društvo trpi bilo kakvu nepravdu, oni ju uvedu na velika vrata u svoju animiranu seriju. Nisu se libili dotaknuti dosada ničega osim jedne iznimke. Tako je sve što je Americi važno ili sveto, tj. njihova kultura, običaji, način života, uvjerenja, njihova zastava, himna, predsjednici, kultura, pojedine savezne države, izbori, demokracija, slavne osobe i filmske zvijezde, čak i neki filmovi i serije, političke stranke, religije (sve osim islama koji su izostavili zbog straha za svoju sigurnost), i sve ostalo što im može pasti na pamet prošlo kroz njihove ruke, i olovke, a sve su prikazali kroz oči četvorice dječaka.

Tema američke kulture nije jedino što ovu animiranu seriju čini pogodnom za analizu u ovom radu, već je to i činjenica da je spomenuti dvojac dvije godine nakon lansiranja serije na tržište izbacio i film *South Park: Veći, duži i neobrezan* (*South Park: Bigger, Longer & Uncut* 1999). U filmu, kao što navodi autor, glavni likovi su i dalje dječaci, koji pogledaju vulgarni film i počnu psovati. Njihovi roditelji, umjesto da se zapitaju jesu li možda krivi oni ili američko društvo, započnu rat s Kanadom upravo zato što su autori vulgarnog filma Kanađani. Parker i Stone tvrde da bi Amerikanci radije krivili strance za svoje probleme umjesto da za njih prihvate odgovornost ako su ih sami Amerikanci i uzrokovali.

Film je odlično prošao kod publike isto kao i serija koja je i danas veliki hit. Jedna od pjesama koja je bila korištena u filmu *Blame Canada,* tj. *Kriva je Kanada* nominirana je i za Oscara, a bila je jedina pjesma iz filma koju su izveli za nominaciju (Snetiker, 2014). Stvar koja *South Park* razlikuje od ostalih serija jest to što su ostale serije uvijek kretale s gotovim scenarijima svih epizoda prije nego se sezona uopće krene emitirati, dok *South Park* svoje epizode piše u periodu od samo 6 dana prije samog emitiranja. „Prema autorima Parkeru i Stoneu, to je bio rezultat njihove navike odgađanja svega do zadnjeg trenutka“ (Vertrees, 2016). S vremenom su shvatili da im je to ostavilo otvorena vrata prema dorađivanju svake epizode pojedinačno prema onome što se dogodilo u zadnjih tjedan dana te tako svaka epizoda postaje i vremenski relevantna.

Naveli smo ranije kako je dokazano da su djeca podložna sugestiji, upijaju sve što vide na malim i velikim ekranima i onda odlučuju što će s tim, sviđa li im se ili ne, te ih na taj način i prenose u svoj svijet. Moramo se zapitati, vide li možda Stone i Parker cijelo američko društvo kao hrpu neodgojene djece insinuirajući na to da sve što vide u filmovima rade i sami, da su razmaženi i jako podložni nekom nasilnom utjecaju koji neki filmovi koriste za svoj

artistički izražaj, ili jednostavno pokušavaju reći da je Amerika nezrela, mlada i da na svojim greškama ne uči. Možda će se ljudima svidjeti neka epizoda pa će otići potražiti što se to zaista bilo dogodilo da su taj događaj uvrstili u seriju. Možda će određeni dio ljudi neki događaj malo ozbiljnije razmotriti tek nakon što se on pojavi u seriji ili će to biti prvi put da za nešto čuju. Obožavatelji postoje diljem svijeta i svatko ima drugačije iskustvo sa serijom. U svakom slučaju, duhoviti dvojac nije prekinuo seriju 2006. godine, kako su pretpostavljali da će morati, već ona traje i danas. Broji 287 epizoda smještenih u 21 sezonu serije, a nazire se i 22. sezona te će zasigurno i ubuduće nastaviti ismijavati mane američkog društva.

8. Mali predmeti – velike promjene

8.1. Cigareta na filmu

Vraćajući se na pojam identiteta, mora se spomenuti da postoji puno vrsta identiteta od kojih su neke već spomenute na početku rada. Nadovezujući se na to, nemoguće je ne spomenuti kako je Hollywood imao neizmjerno velik utjecaj na pušačke navike diljem svijeta povezujući nešto malo kao što je cigareta sa svim mogućim vrstama identiteta koje postoje. U filmovima pušili su gotovo svi, od detektiva, „zločestih“ momaka, tajnih agenata, *femme fatal*, dama, siromašnih, bogatih, crnih, bijelih, pa čak i srednjoškolaca.

Cigarete su se od početaka oglašavale putem radija i u časopisima, ali su se ubrzo prebacile i na televizijske serije i filmove. Polovinom prošlog stoljeća „učestalost pušenja u sedmoj umjetnosti bila je na vrhuncu“ (Živković 2015, 85). Duhanske su kompanije, kako navodi Živković, imale na svojim platnim listama imena mnogih filmskih zvijezda osiguravajući si prostor za oglašavanje i na filmu jer su ionako na filmu u to vrijeme svi pušili.

„Uzbuđenje ili dosada, ljubav ili mržnja, sloboda ili uzništvo, otmjenost ili prostakluk, podčinjenost ili emancipacija – svi ti i bezbrojni drugi osjećaji, raspoloženja i stavovi mogli su biti sugerirani jednim jedinim, dobro pogođenim kadrom paljenja i držanja cigarete ili uvlačenja dima“ (Živković 2015, 85). Neke od ikona hollywoodske filmske scene nemoguće je zamisliti bez cigarete u ustima jer su kroz filmove cigarete postale dio njihovih likova, ako ne i njih samih, bez kojih ne bi bili isti. James Dean, Humphrey Bogart, Audrey Hepburn i Roger Moore samo su neka od imena koja se povezuju s pušenjem na ekranu, a upravo je ta velika filmska reklama za cigarete i razlog zbog kojeg u današnje vrijeme WHO organizacija pokušava kompletno zabraniti korištenje cigareta na filmu (Klein, Skiba 2016).

„Iz Weimarske Republike u Hollywood je došla i glumica kojoj će, kao niti jednoj prije niti poslije, cigareta savršeno pristajati: Marlene Dietrich“ (Živković 2015, 87). Kako dalje navodi autorica, Josef von Sternberg bio je sretnik koji ju je otkrio u filmu *Plavi anđeo* (*The Blue Angel* 1930) te odveo u Ameriku gdje je s njom snimio još šest filmova. Prema Živković, upravo suradnja M. Dietrich i Sternberga bila je najosebujnija u cijeloj filmskoj umjetnosti kada su u pitanju cigarete na filmu. Dietrich je pušila i nakon suradnje sa Sternbergom te se 1950. godine čak našla i na plakatu cigareta Lucky Strike. Nakon nje, njezinih uloga zavodnica, snalažljive žene i ženske ikone, zbog svega što je predstavljala na ekranu malo je žena koje nisu htjele zapaliti cigaretu i na trenutak se osjećati kao prava filmska zvijezda.

„Povijest konzumiranja duhana povezana je s rodom i seksualnom politikom. Kulturna pravila o tome tko može koristiti duhan, u kojem obliku, i u kojem kontekstu, često su bila povezana s idejama o muškosti, ženskosti, i prikladnim rodnim odnosima“ (Goodman 2005, 679). Čak od početka 18. stoljeća cigarete i pušenje bili su simbol ženske emancipacije, a u 70-im godinama 20. stoljeća, kada su se pojavila velika pitanja o stvarnoj štetnosti pušenja za zdravlje, cigarete su postale simbol borbe žena s konstantnim rodnim razlikama koje su postojale.

Kako je velik dio ovog rada pitanje identiteta, emancipacija kao takva upravo je oblik pronalaženja identiteta, ali „subjekt premješta svoj unutarnji rascjep na razliku između sebe i neprijateljski predočena drugog s namjerom da time postigne unutarnju homogenizaciju“ (Biti 2000, 196). U ovom slučaju taj „drugi“ su muškarci i umjesto da se žene poistovjete s određenim identitetom ili dijelom identiteta koji im odgovara, one se suprotstavljaju identitetu muškarca kojeg su postavile na neprijateljsku stranu tražeći jednakost koju do tada od suprotstavljene strane nisu dobile u željenoj količini.

Duhanske kompanije lukavo su se dosjetile iskoristiti trenutnu situaciju potrage za jednakosti među spolovima smišljajući zanimljive slogane koji bi se dopali posebno ženskoj populaciji. Cigarete Lucky Strike 1928. godine nosile su poruku vezanu za mršavljenje: „Posegnite za Lucky cigaretom, umjesto za slatkišem“ (engl. „Reach for a Lucky instead of a sweet“). U 60-ima lansirane su Virginia Slims s krilaticom „Debeli dim je prošlost“ (engl. „Fat smoke is history“) aludirajući ponovno na mršavljenje koje cigarete potiču, ali i igrajući se s novim oblikom svojih tankih cigareta (Jordan 2005). Jasno je da su se duhanske tvrtke dugo pokušavale dodvoriti ženskim konzumentima, no prihvaćene su tek kad su žene bile spremne za to. Bez obzira na to što su uzele „stvar u svoje ruke“ samostalno prigrlivši cigarete, tek su 1968. godine na tržište uspješno lansirane cigarete specifično proizvedene za žensku

populaciju. Oglašavanje cigareta specifično rodno usmjereno na žene rezultiralo je velikim uspjehom jer su do tada cigarete bile „rezervirane“ isključivo za muškarce, a one žene koje su htjele uživati duhanske proizvode morale su se skrivati jer to jednostavno nije bilo primjereno. Virginia Slims, koje je proizveo Philip Morris, bile su 11. po redu najbolje prodavanije cigarete u SAD-u 1983. godine te su ubrzo postale poznate i diljem svijeta (Jordan 2005). Tako su žene u SAD-u cigarete počele nazivati svojim malim „bakljama slobode“ postajući znak emancipacije i rušenja patrijarhalnog sustava. Na taj način cigarete postaju simbolom ženske emancipacije, a duhanske kompanije koje su to prepoznale uživale su veću količinu ženskih konzumenata ne samo u SAD-u već i diljem svijeta.

Mlade i privlačne, a sada i samostalne žene na filmu same su postale ikone djelomično zbog sofisticiranosti koja se za njih vezala dok su na filmskim ekranima držale cigaretu u ruci, a najveći utjecaj, povezivanjem cigarete s glamurom, osigurao si je nitko drugi nego Hollywood. „Filmske zvijezde poput Marlene Dietrich i Bette Davis probudile su zlatno doba pušenja gdje je mnoštvo glumaca i glumica udisalo ništa drugo nego upravo dim cigarete“ (Goodman 2005, 564).

U doba nijemog filma cigareta je bila korištena i na način da je simbolizirala alegorijski podtekst tamo gdje nisu korištene riječi, jako često da prikaže neke zabranjene seksualne aktivnosti (Goodman 2005). Već je ranije, kao velika ikona filma s neizostavnom cigaretom u ustima spomenut Humphrey Bogart, a njegov kolega, Paul Henreid zaslužan je za još jednu scenu koja je oduvijek bila predmet rasprava. Naime, iako ne u *Casablanci,* Paul Henreid u filmu *Na raskršću* (*Now, Voyager* 1942) pali dvije cigarete i jednu pruža filmskoj kolegici Bette Davis za što postoji mogućnost da je cigareta predstavljala erotski čin između dva lika koji, zbog vremena u kojem je film bio snimljen, nije bilo moguće realizirati. Cigarete su često imale neko prikriveno značenje kojem bi se filmaši koristili da bi prikazali ono što im je inače bilo zabranjeno (Živković 2015).

Cigarete su sve češće simbolizirale otmjenost, sofisticiranost, visoko društvo i eleganciju za što je jednostavno savršeni primjer Audrey Hepburn, umjesto nečeg što je značila do tada, nečeg prikrivenog, „polusvijeta“ kako ga naziva Živković. Cigareta se s periferije premjestila u središte stvari.

„Federalni zakon iz 1971. godine zabranio je emitiranje oglasa cigareta i tako samo natjerao proizvođače cigareta da svoje oglašavanje usmjere na drugačiji medij, uključujući novine, časopise, velike plakate i filmove, uključujući i direktno sponzoriranje sportskih i glazbenih

događanja“ (Goodman 2005, 691). Prema istraživanjima i dokumentima koje su prikupile duhanske kompanije, jasno je bilo da pametno postavljanje oglasa koji sadrže „mladenačke“ cigarete mogu donijeti veliki strateški interes za firmu. Uz slogan „Zgrabite ih dok su mladi“ (engl. „Get' em while they're young“) duhanske kompanije su, kako navodi Goodman, svoje oglase strateški smjestili tamo gdje mladi provode najviše vremena, na plažama i skijalištima, u blizini fakulteta i srednjih škola, na igralištima i dvoranama i, naravno, na filmu. One cigarete koje su dobile najviše medijskog prostora bile su najviše i konzumirane, kao što je vidljivo na tablici prema vladinim izvještajima i istraživanjima kod mladih i onih duhanskih industrija koje su pratile istraživanja. Tablica pokriva period od 50 godina i pokazuje tri najveća postotka vrste cigareta koje su mladi pušači konzumirali u to vrijeme.

Most popular cigarette brands with U.S. teenagers, 1953–2002

Year	Brand	Market share among teenage smokers*	Cigarette company
1953	Lucky Strike	33%	American Tobacco
	Camel	17%	R.J. Reynolds
	Pall Mall	12%	American Tobacco
1959	Winston	12%	R.J. Reynolds
	Kent	11%	Lorillard
	Pall Mall	10%	American Tobacco
1964	Winston	32%	R.J. Reynolds
	Marlboro	13%	Philip Morris
	Pall Mall	12%	American Tobacco
1974	Marlboro	39%	Philip Morris
	Kool	24%	Brown & Williamson
	Salem	10%	R.J. Reynolds
1983	Marlboro	58%	Philip Morris
	Newport	13%	Lorillard
	Salem	7%	R.J. Reynolds
1993	Marlboro	61%	Philip Morris
	Camel	13%	R.J. Reynolds
	Newport	13%	Lorillard
2002	Marlboro	50%	Philip Morris
	Newport	25%	Lorillard
	Camel	10%	R.J. Reynolds

*Data come from industry tracking studies and government reports

Najpopularniji brendovi cigareta među mladima SAD-a, 1953. – 2002. (Goodman 2005, 692).

Puno su puta sklopljeni ugovori za određeni brend cigareta na filmu u iznosima do čak i nekoliko desetaka tisuća dolara. Ugovor iz 1983. godine između firme Associated Film

Promotions, koja se bavila plasmanom određenih proizvoda u filmove, i glumca Sylvestera Stallonea garantirao mu je 500.000 američkih dolara za korištenje Brown & Williamson proizvoda u ne manje od 5 filmova (Goodman 2005). Upravo navedena tablica tako pokazuje da je popularnost tog brenda cigareta opala upravo 1983. pa se firma dotičnog brenda okrenula najvećem promotoru pušenja – filmu, i to nikome drugome nego simbolu muževnosti i junaštva na filmu, Sylvesteru Stalloneu.

Kako navodi Douglas Bettcher, sve su strože današnje restrikcije po pitanju oglašavanja cigareta i bilo koje duhanske industrije, a film je opet ostao nedirnut te je jedan od najvećih i najslobodnijih kanala preko kojeg cigarete mogu dobiti svoj prostor u medijima. U 2014. godini, pušenje je pronađeno u 44 % svih hollywoodskih filmova, a 36 % filmova bilo je označeno kao prikladno za mlađu publiku, kako navodi WHO. Istraživanja u SAD-u pokazala su kako je pušenje na ekranima odgovorno za pojavu čak 37 % adolescentnih pušača (Klein, Skiba 2016).

Klein i Skiba su u svom članku o cigaretama u filmovima naveli nekoliko najpoznatijih primjera koji su proslavili likove na filmu, same glumce, ali u najvećem opsegu i cigarete. Tako su naveli Jamesa Deana kao jednog od prvih „loših momaka“ na filmu koji je očarao cijelu generaciju. Svojim muževnim pogledom i dječačkim šarmom cigareta mu nije ni trebala, ali je njezino korištenje stavilo točku na „i“ njegovim ulogama na filmu. U filmu *Buntovnik bez razloga* (*Rebel without a Cause* 1955) cigareta je gotovo zavodnički visila s njegovih usana dok je predstavljala pobudu protiv uštogljenih 50-ih. Drugo veliko ime koje je nezaobilazno kada su u pitanju cigarete na ekranu jest Humphrey Bogart. Nikome cigareta nije tako nonšalantno stajala u ustima kao Bogartu u ulozi privatnog detektiva Philipa Marlowa. Klasični je to film *noir* u kojem je sveprisutna cigareta pretvorila Bogarta u nezaboravnu legendu. Prvi veliki vladin agent koji svoj martini pije protresen, a ne promiješan, koji je zadnjih 50 godina promijenio mnoga lica na malim i velikim ekranima, James Bond, prvi put se na ekranu pojavio u filmu *Dr. No* (*Dr. No* 1962). Kad se u filmu prvi put pojavljuje Conneryjevo lice, on pali cigaretu uz famoznu rečenicu predstavljanja: „Bond. James Bond“ koja ga i nakon toga prati kroz brojne nastavke. Nadalje, *Casino* iz 1995. s Robertom DeNirom klasični je stereotipni talijansko-američki mafijaški krimić u kojem je spomenuti glumac u većini filma imao cigaretu u ruci ili ustima, slično kao i ostali glumci dok je velik dio scena popraćen dimom cigarete. Spominjući DeNira, neizostavan je i film *Dobri momci* (*Goodfellas* 1990) gdje je u zadnjoj trećini filma, pred veliki posao koji likovi namjeravaju obaviti, kultna scena u baru gdje DeNiro, tj. mafijaš Jimmy Conway kojega

glumi, sjedi za šankom i puši. Kamera je 25 sekundi fiksirana samo na njega gotovo se ne mičući dok u pozadini svira prikladna pjesma Erica Claptona i grupe Cream *Sunshine of Your Love*, a Jimmy tri puta povlači dim iz cigarete koja izgleda skoro pa ukusno. Scena je snimljena toliko dobro da ju mnogi nazivaju primamljivom reklamom za cigarete, a u nekim trenucima gotovo se i čini da je vrijeme usporeno. Ovo je svakako scena za pamćenje koju je DeNiro izveo fantastično i koja bez cigarete jednostavno ne bi bila ista.

Cigarete su prošle sve vrste filmova, glumaca i likova na filmu i dosad je navedeno nekoliko muških uloga. Žene nisu ni najmanje ostale „zakinute" za ovaj simbol u filmu. Najveća ikona hollywoodskog filma, uz koju se neizostavno veže elegantna cigareta u dugačkom, popularno nazivanom, „cigaršpicu", još je elegantnija Audrey Hepburn. Filmska i kazališna glumica, manekenka i humanitarka cigaretu je u kultnome *Doručku kod Tiffanyja* (*Breakfast at Tiffany's* 1961) savršeno ukomponirala uz elegantni šešir, crne rukavice i uvijek vječnu malu crnu haljinu. Cigareta nije bila samo dodatak na filmu, već je krasila i fotografije ove modne ikone te simbolizirala sofisticiranost. Još jedna ljepotica cigaretu je proslavila, ali na malo drugačiji način. Uma Thurman u *Paklenom Šundu* (*Pulp Fiction* 1994) odglumila je suprugu šefa mafije Miju Wallace. Lik je utjelovila s uskom ogrlicom popularno nazivanom *choker* (engl. *to choke* – gušiti), neizostavnom bob-frizurom koja je vladala 90-ih i cigaretom koja ju je prikazala i zavodljivom i opasnom u isto vrijeme. Na početku smo naveli i srednjoškolke koje su na filmu pušile pa ne smije ostati zaboravljena i nezaboravna Olivia Newton John, koja je u *Briljanteenu* (*Grease* 1978) kao savjet od svojih prijateljica dobila cigaretu tako da izgleda više *cool* i privuče pažnju Dannyja koji joj se sviđa. Tri muškarca i tri žene, različitih zanimanja, dobi i karaktera, a svi su se proslavili uz dim cigarete koja je uvijek značila nešto drugo, doduše nikad u negativnom smislu. Cigareta je uvijek bila nešto poželjno, čak iako je bilo opasno, ta opasnost je bila uzbudljiva i drugačija.

Ono što je promijenilo značenje cigarete na filmu bila je promjena. Promjena koja se dogodila, a bila je toliko velika da je cigareti mogla izbrisati značenje, kompletno je nevezana za pušenje, a to je seks. Uz sve promjene koje su se događale, uz pravila koja filmaši moraju poštovati te uz njihovo brisanje i otvorenu pojavu prikaza seksualnosti na filmu bez ikakve cenzure, ono u čemu je cigareta bila najbolja, a to je da natukne da iza dima postoji neko drugo značenje, često erotsko, otišla je takoreći u vjetar.

Ranije simbol emancipacije i samostalnosti, elegancije i sofisticiranosti, pa i erotike, a sada samo obična cigareta. Iako, postoje filmovi koji u isto vrijeme uz doslovno značenje cigarete nose i ono simboličko. Dimenzija prkosa i otpora pravilima, ali i s velikom dozom erotike,

prikazana je primjerice u filmu *Sirove strasti* (*Basic Instinct* 1992) gdje Sharon Stone glumi manipulativnu i zavodljivu novelisticu koja sjeda u sobu za ispitivanje u policijskoj postaji i kreće zapaliti cigaretu. To možda i ne bi bilo toliko posebno da ju detektivi nisu upozorili da je u zgradi zabranjeno pušenje na što ona nonšalantno odgovara: „Pa što? Optužit ćete me za pušenje?“ i pali cigaretu kao da joj ništa nisu ni rekli. Detektivi „odlučuju“ progledati joj kroz prste iako stječemo dojam da su malo zastrašeni njezinom snažnom ženskom pojavom, ali naravno u pitanju je djelomično i njezina ljepota kojom su detektivi ostali fascinirani. U sljedećem prizoru Stone premješta jednu prekriženu nogu na drugu otkrivajući detektivima da ispod haljine nema donje rublje u isto vrijeme provokativno pušeći cigaretu dok gledamo kako detektivi brišu znoj s čela. „Otmjenost koju je ženskom pušenju priskrbila Audrey Hepburn davna je prošlost: Stone kao da vraća cigarete u još ranije doba od onoga Sternberga i Marlene Dietrich“ (Živković 2015, 89).

8.2. Maska kao simbol promjene i otpora

Prvotno objavljen 1982. *V kao Vendetta*, grafički roman[4], prikazivao je maskiranog osvetnika koji je pokušao srušiti fašističku britansku vladu i medije koji su s vladom imali dogovor za svaku vrstu cenzure koju je vlada zatražila. Godine 2005. izašao je i istoimeni film pod hrvatskim prijevodom *O za osvetu* (*V for Vendetta*, 2005). Tema je gotovo ista, radnja smještena u fašističku Veliku Britaniju budućnosti koja nadzire i kontrolira medije. „Kao i u popularnoj Orwellovoj projekciji, građani su pod stalnim audiovizualnim nadzorom“ (Simić 2009, 158). Vendetta je lik koji se usuđuje sam krenuti protiv pokvarenog sustava i društvenog poretka koji je zastranio, ali s druge strane on skida ljagu s imena pojmova kao što su anarhizam i terorizam koji su tek u modernije vrijeme, kada je društvo okrutnije, poprimili loša značenja, ali i koja se mediji ne usuđuju spominjati od napada na Blizance.

Vendetta bez ikakve zadrške ili isprike svima vraća dignitet: homoseksualcima, političkim aktivistima i svima onima koji su marginalizirani ili za koje on smatra da im je značenje kompletno iskrivljeno od onog prvobitnog, kao primjerice anarhistima i teroristima. „Osobitu pozornost film pridodaje Vječnom Drugom, ženi, toliko da *V for Vendetta* zapravo možemo

[4] Grafički roman naziv je preuzet od engleskog izraza „graphic novel“ koji nije u potpunosti zaživio u Hrvatskoj, a često se koriste nazivi *prošireni strip, nacrtani roman, nekonvencionalni roman* i drugo. Prema hrvatskoj internetskoj enciklopediji, grafički roman je suvremeni, „ozbiljni“ strip koji nije namijenjen djeci. Andreas Platthaus, stručnjak za stripove, navodi da je razlika između klasičnog stripa i grafičkog romana mala. Format grafičkog romana nije strogo određen kao kod stripa, može biti veći ili manji od klasičnih dimenzija, a što se opsega tiče, može imati 20, ali i 500 stranica gdje je sličniji romanu. U sadržaju nema razlike. (Talijančić 2011).

iščitavati i kao priču o inicijaciji žene u taj esencijalno 'muški' žanr“ (Simić 2009, 158). Simić je odlično istražila značenje pojmova koje smo već naveli, kao što su anarhizam i terorizam te ih prikladno i objasnila opisujući znanje koje Vendetta o njima posjeduje. Politička teorija anarhizma, naime, protivno vjerovanju koje se ukorijenilo u današnje vrijeme, ne zagovara kaos i nered već se, pojednostavimo li, zalaže za ukidanje svakog oblika institucije vlasti kao takve. Što se tiče terorizma, umjesto nemilosrdnog i brutalnog napada na nevine građane što ono znači danas, prije je bilo potpuno drugačije te je označavalo „legitimnu strategiju prosvjetljivanja javnosti zaslijepljene državnom propagandom“ (Simić 2009, 159). U filmu Vendetta posebnu pozornost posvećuje Evey, glavnoj protagonistici, ona je simbol ženske emancipacije, njegova nasljednica, nova simbolička Eva, kako navodi Simić. Vendetta eksplicitno prkosi i opresivnom stavu prema ne samo ženama nego i svim ostalim drugima, seksualnim manjina, drugim religijama i slično. „Ljubav, pa i seksualnost, pokazuju se tako kao nusprodukt ideološke privlačnosti, što je samo po sebi iznimno revolucionarna ideja u holivudskom (superjunačkom) univerzumu koji glorificira romantičnu ljubav“ (Simić 2009, 159). Ranije u radu analizirali smo sustav zvijezda i ženske tipove zvijezda, spomenuli smo ljubav prema ljepoticama, romantičnu ali nesretnu ljubav, zabranjenu ljubav, homoseksualnu ljubav, sve su to intimne veze u kojima se osoba zaljubljuje u drugu osobu na temelju izgleda, ponašanja, karaktera ili neka kombinacija navedenog. U ovom filmu Evey se zaljubljuje u Vendettu zbog isključivo njegovih ideoloških stavova. Ona se zaljubljuje u ideologiju što je prvi film koji tako eksplicitno prikazuje stav prema određenom političkom uređenju i slobodi.

Velika poruka koja se ističe na kraju filma, a koju nedvojbeno spominje i Simić, jest da bi se dogodila neka velika promjena u društvu, da bi narod ustao protiv nepravde, mora sam biti izložen ogromnoj traumi, nečemu što će ga gurnuti preko ruba. Samo uskraćivanje nekakvih ljudskih sloboda dovedeno u krajnost rezultira pobunom, jer dok god narod ima tračak nade, nekakvu slamku za koju se može uhvatiti, ostat će pasivan. „Samo okolnosti superopresije, nažalost, mogu iznjedriti superjunaštvo“ (Simić 2009, 161). Tako je moguće usporediti grafički roman koji nije izazvao burne proteste i film koji je rezultirao desetljećem pobuna, mirnih protesta, hakerskih napada i rušenja *web*-stranica, zahtjeva upućenih vladama za zadovoljenje određene pravde i mnogo drugih istupa koje jednostavno ne možemo nabrojati zbog obujma događaja koje su napravili i potaknuli Anonimusi. Ne zbog toga što je film bolji ili napravljen u bolje vrijeme već isključivo zbog opsega publike do koje je film uspio doprijeti.

Anonimusi (engl. Anonymous) nastaju 2006. godine na internetskoj stranici koja se zove „4chan“. Ta stranica služila je za anonimne korisnike i omogućeno im je da postavljaju slike bilo čega. Stranica dopušta sadržaj koji druge stranice zabranjuju. Ne postoji nikakav sustav filtriranja niti se bilo kakav sadržaj briše. S vremenom je stranica došla, s razlogom, na zao glas zbog mračnih i ilegalnih stvari koje se tamo mogu vidjeti. Zatim se tamo pojavila jedna tema o igri koju su korisnici masovno igrali izabirući identične avatare u igri i zatim iz zabave radili stvari koje su im bile zanimljive, primjerice svi avatari bi se okupili ispred bazena i zakrčili pristup bazenu ostalim korisnicima u igri. Takve su skupine nastavili raditi i kroz neke druge dogovorene aktivnosti što je dovelo do stvarnog okupljanja Anonimusa kao pokreta bez ikakve hijerarhije, gdje su svi jednaki, a simbol koji ih je sve ujedinio bila je maska.

„Kada je film napravljen u vrijeme najvećeg razdoblja protuterorističkog zakonodavstva, zlatni dodir Hollywooda, činilo se, bio je dovoljno uvjerljiv da vlasti dopuste masovnoj hordi ljudi odjevenih kao najpoznatiji terorist nacije da dođu na neumoljivu raspravu na Trgu Parlamenta“ (Moore 2012). Autor prvotnog grafičkog romana osvrnuo se na stvarne „napade“ Anonimusa. „Mislim da nije potrebno da se bilo tko složi s nekakvim kvazi-mističnim teorijama o tome kako konceptualni svijet ideja može utjecati na znatan dio svakodnevice, kako bi se shvatio da se, retrospektivno, film može shvatiti kao da su praktički tražili da se takvo što dogodi“ (Moore 2012). Film je došao u pravo vrijeme kada su ljudi raznim vladinim odlukama i ponašanjem nekih moćnika diljem svijeta bili vrlo nezadovoljni. Statistički, ako nasumično izaberemo veliku grupu ljudi, i pitamo postoji li šansa da je netko od njih doktor, netko će svakako, statistički gledano, dići ruku. U ovom slučaju, na jednom mjestu gdje nema cenzure i restrikcije, našli su se ljudi koji se barem donekle razumiju u tehnologiju. Statistički gledano, neki od njih morali su biti „čarobnjaci“ kad je u pitanju softver, tj. hakeri. Tako su Anonimusi najvećim dijelom radili preko onoga što povezuje gotovo cijeli planet, interneta, a oni manje vični tehnologiji i hakiranju, pohodili su razne prosvjede i marševe. Tijekom zadnjih 13 godina Anonimusi su izveli nešto više od stotinu napada koji su po datumima pobrojani na Wikipedijinoj stranici, a svaki od njih ima i nekoliko referenci odakle su podaci bili preuzeti jer su većinom svi njihovi istupi bili debelo medijski popraćeni.

Anonimusi su jedna od najvećih vidljivih reakcija koje je započeo neki film, ili barem koja je inspiraciju crpila iz filma. Maske koje koriste Anonimusi, a zbog kojih su prepoznatljivi diljem svijeta, inspirirane su Guy Fawkesom koji je bio jedan od najpoznatijih urotnika takozvane „Izdaje prahom“ (engl. Gunpowder Plot), što je naziv za propali pokušaj da se

digne u zrak Dom lordova u Londonu 5. studenog 1605. s ciljem da se vrati katolički poglavar države.

Neke akcije koje su obavili Anonimusi bile su neozbiljne, primjerice vlastite male osvete s ciljem da napakoste osobama koje poznaju, ali imali su i vrlo pohvalnih akcija od kojih su značajnije rušenje stranica Westboro baptističke crkve koja je poznata po posebno snažnom govoru mržnje, gašenje nekoliko desetaka stranica s golemim količinama fotografija dječje pornografije i čak sakupljanje i predaja dokaza policiji o nekoliko pedofila koji su zatim bili legalno uhvaćeni, zatim gašenje vladine stranice u Ugandi iz protesta zbog zakona koji su bili izuzetno netolerantni za LGBT zajednicu, gašenje službenih stranica ministarstva financija, vanjskih poslova i nekih agencija kao znak protesta protiv korupcije, napad na službene stranice vlade Zimbabvea zbog cenzure medija i puno sličnih protesta. Iako se čini da su bili aktivni samo nekoliko godina, zadnja njihova akcija bila je 2017. godine u vezi hakiranja stranica s dječjom pornografijom, koja je jedan od najvećih problema ilegalnih stranica interneta.

Film *V for Vendetta* došao je u pravo vrijeme kada se, kao što je ranije napomenuo Moore, tražila nekakva grupa ljudi koja će dići glas protiv nepravdi koje su nam svakodnevno punile medijski prostor bilo gdje u svijetu. Ono što je posebno kod Anonimusa jest to da nisu bazirani u samo jednoj državi već se bore za sve ono što mogu promijeniti, makar ugasili stranicu samo na jedan sat ili otkrili određene nevažne podatke koji će barem malo izazvati neke neugodnosti. Među njima ne postoji nikakva hijerarhija, rade ono što oni misle da je ispravno i bore se protiv nepravdi koje vlade diljem svijeta iz dana u dan nameću svojim građanima. Neki od njih bili su razotkriveni i uhićeni, ali kao i u filmu, maska je simbol ideologije, a ne jednog čovjeka. Kako je Vendetta svoje naslijeđe prenio Evey, tako su jedni Anonimusi svoju zadaću ostavili drugima koji su ostali. Zanimljivo je da Anonimus može biti svatko i kad bi se zaista potrudili, cijeli svijet bi mogao biti pod istim maskama u borbi protiv nepravde.

9. Zaključak

Promatrajući danas svjetsku kinematografsku scenu, možemo primijetiti da je Hollywood ne samo dominantna sila već da se nijedna druga kinematografija ne može mjeriti s veličinom hollywoodske filmske industrije. U današnjem svijetu globalizacija je postala amerikanizacija, Hollywood proizvodi identitete kakve on želi i servira ih diljem Amerike i svijeta. Takva situacija se nije pojavila preko noći već je rezultat više od stoljeća pažljivo oblikovanih filmova i strateški iskorištenih američkih obilježja. Ništa Hollywood kroz filmove nije silio već je na privlačan i razigran način učinio dostupnim diljem svijeta. Jedno od najprivlačnijih svojstava Hollywooda je to što je Ameriku prikazao kao šarenu i veselu zemlju gdje su sve mogućnosti otvorene za apsolutno svakoga.

Veliki sustav kojim se Hollywood koristio, sustav zvijezda, jedini je takve vrste u svijetu gdje nešto slično vidimo jedino u Bollywoodu, ali gdje glumci uživaju status slavne i obožavane osobe samo lokalno. Jedino je Hollywood od svojih glumaca napravio planetarno poznate osobe, od dodjela nagrada svjetski spektakl, a od osobnih života hollywoodskih glumaca paletu zanimljivog sadržaja za *paparazze*, žuti tisak i obožavatelje. Zaključujemo da je Hollywood djelovao na formiranje identiteta na nekoliko razina.

Najprije je Hollywood utjecao na same glumce i glumice. Omogućio im je da ako se dovoljno potrude i pokažu svoju vještinu glume, pohvala za tu glumu tek je malen dio onoga što slijedi. Ti su glumci postali poznati, malo po malo, diljem svijeta. Pred očima javnosti bio je njihov privatni i poslovni život i suditi su im mogli svi. Sa svom tom pozornošću javlja se i pritisak, javlja se neka odgovornost jer sami glumci postaju uzori svojom voljom ili ne. Hollywood oblikuje i tko su oni tako da postaje i sam dio njihova identiteta.

Na drugoj razini Hollywood utječe preko glumaca na gledatelje filmova. U njima se stvara određena slika onoga što je popularno, poželjno, elegantno, hrabro, pohvalno i kakav bi čovjek trebao biti stvarajući određene scenarije i likove koji su u određeno vrijeme najpoželjniji. Publika prema viđenom stvara svoje predodžbe o tome što je dobro i loše, kakav treba biti, a kakav ne, što se nagrađuje, a što kažnjava te opetovanim potvrđivanjem tih predodžbi pojedinci usvajaju identitet.

Na trećoj razini Hollywood utječe na druge kinematografije diljem svijeta. Preuzima njihove određene teme, ideje, svojstva te ih prerađuje u svoje: možemo reći da ih „hollywoodizira“. S druge strane Hollywood drugim kinematografijama također pruža i svoje ideje, svoje filmove, inspiraciju za nešto što bi one mogle preuzeti i preraditi. Taj zatvoreni krug spominju mnogi

autori kao transkulturalnost: u ovom slučaju to obilježava posuđivanje ideja od kinematografija koje su ranije već preuzele neke ideje od prvotne kinematografije.

Moguće je navesti i četvrtu razinu na kojoj Hollywood djeluje, a koja je jedina neizravna. Riječ je o dijelu populacije koji nije u izravnom doticaju s Hollywoodom i filmovima, ali se na njih taj utjecaj ipak nekako odražava. To mogu biti djeca ili ljudi koji filmove ne gledaju, ali ipak koriste određene poznate „vječne“ rečenice izjavljene na velikom platnu. To mogu biti firme koje se zatvaraju ili proizvodi koji gube svoj prostor na tržištu zbog lošeg prikaza u filmovima ili obratno, eksplozija potražnje za nečim upravo zbog dobro iskorištenog plasmana nekog proizvoda u filmu.

Većina se autora slaže da je Hollywood globalizaciju pretočio u amerikanizaciju. Kulturni imperijalizam definiramo kao nasilno nametanje neke kulture drugoj s rezultatom gašenja prvotne kulture kojoj se novine nameću. U slučaju Hollywooda nasilno nametanje kulture možemo zamijeniti nenasilnim, ali vrlo agresivnim. Kao što oglašavanje u filmovima može biti prikriveno, tako ovo možemo nazvati prikrivenim hollywoodskim imperijalizmom. Utjecaj filmova ima svoje mjesto u skoro svim aspektima današnjeg života, a jako malo se ljudi buni, od kojih su većina visoko obrazovani članovi akademske zajednice koji proučavaju upravo ovaj fenomen pretvaranja svijeta u veliko „globalno američko selo“ te jedni od rijetkih koji shvaćaju njegove posljedice.

Unutar svake od četiriju razina kroz koje Hollywood utječe na nas i svijet mogu se primijetiti manji dijelovi koji su u tim razinama sadržani. Konkretno na drugoj razini utjecaja, kada hollywoodska industrija djeluje na gledatelje, tj. publiku mogu se vidjeti konkretni dijelovi koji se vežu za definiranje identiteta svakog pojedinca. Tu se dakako nalaze rasa, etničko podrijetlo, rod i seksualnost, dijelovi koji su najviše zastupljeni. Vrijednosti koje hollywoodski film promovira na drugoj razini očituje se u tri dijela.

Prvi je način na koji mi vidimo sami sebe i na koji vidimo pripadnike naše rase, etničke skupine, osobe jednakog seksualnog opredjeljenja ili roda. Drugi dio je način na koji mi percipiramo „drugoga“, nešto što je nama nepoznato, stvaramo sliku o nečemu o čemu možda znamo samo preko filmova, i tu se nadovezuje i treći dio, a to je način na koji „drugi“ vidi nas i pripadnike njemu strane kulture, rase (…) koje ne poznaje, čije vrijednosti i tradicije ne susreće, te na temelju filmova i sadržanih stereotipa stvara određenu predodžbu kao što smo i mi o „drugome“. Problem se javlja u tome da je prvotni cilj Hollywooda, bio i ostao, profit. Najlakše je ostvariti profit zabavljanjem publike tako da Hollywood prikazuje posebne

skupine ljudi onako kako mu to u tom trenutku odgovara. Tako se, gledajući neke od filmova, homoseksualci mogu osjećati kao čudovišta, crnci kao neobrazovane „životinje“, a Talijani kao mafijaši nagle naravi. Nijedna od tih slika ne predstavlja dobru osobinu, a masovno i stereotipno je korištena radi postizanja zabavne radnje na filmu. Takvi se stereotipi mogu duboko ukorijeniti kod onih koji s tom skupinom ljudi nemaju utjecaja. Često se, primjerice, u američkim filmovima mogao čuti izraz *ciao bella* („zdravo/zbogom ljepotice“) koji je stereotipno bio upućen svakoj ženskoj osobi ma koliko to neprimjereno zvučalo, dok bi u stvarnosti rijetko tko nekome na ulici ili u trgovini odzdravio takvim izrazom, pa čak bi zvučalo i neprimjereno.

Promatrajući ovu drugu razinu utjecaja jasno je da se u dijelu gdje mi promatramo drugoga nalazi i sam Hollywood, tako da je potrebno spomenuti i samu sliku sebe koju je Hollywood prikazao svijetu. Percepcija Amerike utemeljena samo na filmovima iskrivljena je i daje poprilično nerealnu sliku američkog društva. Amerika nije vesela, šarena, puna prilika za svakoga, ne daje uvijek druge, treće i četvrte šanse, nije puna junaka koji dolaze u pomoć niti su zanosne ljepotice jedine koje hodaju ulicama. Mafija nema veze u svakoj kući gdje žive Amerikanci talijanskog podrijetla niti svaki crnac govori u žargonu. Ali takvi su stereotipi pokretači priča u filmovima i kulture koje se nalaze na drugom kraju svijeta, a koje imaju pristup hollywoodskim filmovima, naviknu se povezivati određene skupine ljudi s određenim stereotipima, čak i nesvjesno ili kada je jasno da je riječ samo o stereotipu.

Sav utjecaj koji Hollywood ima nije vezan samo za filmove. Zbog cijele kulture slavnih koja se razvila zbog Hollywooda, nastala je kompletno nova vrsta posla: fotografi slavnih, tj. *paparazzi*. Prvotno se javljaju 60-ih godina prošlog stoljeća, a danas ih ima nevjerojatno mnogo i to većinom samo u Americi za što je kompletno zaslužan samo Hollywood.

Hollywoodska filmska industrija utemeljila je i poseban sustav oznaka o prikladnosti filmova za pojedine dobne skupine. Dugo se Hollywood borio s cenzurom, a dobne oznake na filmu reguliraju publiku kojoj je namijenjen sadržaj određenog filma. Te oznake u ostatku svijeta najranije datiraju od 90-ih godina prošlog stoljeća dok je jedino Velika Britanija dobne oznake uvela sredinom 60-ih godina, što je samo nekoliko godina nakon Amerike i njihova sustava koji je skoro isti ostao do danas. Mnogo država te je oznake prilagodilo sebi, ali je većina oznaka jednaka kao i one koje je uvela Amerika s time da su i dobne granice slične. Hollywood je tako utjecao na globalni fenomen kontroliranja dobi publike za određene filmove, ne u svim državama jednako, ali u većini.

Kako je ranije spomenuto, Hollywood je imao veliku moć da određeni proizvod popularizira ili makne s tržišta, pa se tako vezao za cigaretu otkad je nastao film. Cigareta je mijenjala značenje pa je tako bila simbol elegancije, muževnosti, prkosa, buntovništva, emancipacije žena, moći i drugo, a brendovi su se mijenjali ovisno o popularnosti na filmu. Hollywood je svoju nadmoć nad cigaretom iskoristio da bi u svoje filmove unio određeni osjećaj ovisno o tome kako se cigareta snimala, ali je i na temelju cigarete Hollywood i zarađivao. Reklama je najveći promotor nekog proizvoda, dobra ili loša, a ono što se prikazuje diljem svijeta opet i iznova, kao cigareta na filmu, i još k tome stvara ovisnost, bila je sigurna opcija za Hollywood.

Neki teoretičari Hollywood opisuju kao hobotnicu koja polako ali sigurno omata i steže svoje krakove oko planeta donoseći svoje navike, običaje, način života i govora te oblikujući svijet prema svojoj mjeri. Jasno je da je Hollywood u nešto više od stotinu godina postojanja dokazao da je globalna sila i da ima moć nad velikim dijelom populacije. O toj moći može se raspravljati, može ju se pokušati ograničiti ili ublažiti, ali je sigurno da će ona i dalje trajati i rasti.

10. Literatura

Alibbi, Andrew. 2014. „Hollywood, The American Image And The Global Film Industry“. CINEJ Cinema Journal 3.1: 94-106. https://www.researchgate.net/publication/273031517_Hollywood_The_American_Image_And_The_Global_Film_Industry

BBFC brochure, 2014. http://www.bbfc.co.uk/sites/default/files/attachments/BBFC%20Classification%20Guidelines%202014_0.pdf (28. rujna 2018. godine)

Biti, Vladimir. 2000. Pojmovnik suvremene književne i kulturne teorije. Zagreb: Matica hrvatska.

Burns, Eric. 2007. The smoke of the Gods: A social History of Tobacco. Philadelphia: Temple University Press. http://tcsc-indonesia.org/wp-content/uploads/2012/11/ebooksclub.org__The_Smoke_of_the_Gods__A_Social_History_of_Tobacco.pdf

Cifric, Ivan. 2007. „Raznolikost kultura kao vrijednost“. Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline 16 (2-3): 185-214. https://hrcak.srce.hr/17238

Critchlow, Donald T., Emilie Raymond. 2009. Hollywood and politics: a sourcebook. London: Routledge.

Crothers, Lane. 2014. The SAGE handbook of globalization: Cultural Imperialism. Los Angeles: Sage Publications.

Klein, Elena, Aaron Skiba. 2016. „How essential are cigarettes in movies?“. https://p.dw.com/p/1HpDj (23. rujna 2018. godine)

Elsaesser, Thomas. 2005. European cinema. Amsterdam: Amsterdam University Press. http://dare.uva.nl/cgi/arno/show.cgi?fid=133232

Goodman, Jordan. 2005. Tobacco in History and Culture: an Encyclopedia. http://cpcca.com.ar/tool_box/TobaccoInHistoryVol2.pdf (23. rujna 2018. godine)

Hromadžić, Hajrudin. 2010. „Mediji i spektakularizacija društvenog svijeta“. Filozofska istraživanja 30 (4): 617-627. http://www.hrfd.hr/documents/06-hromadzic-pdf.pdf

Kareem Nittle, Nadra. 2018. „Stereotypes of Italian Americans in Film and Television“. https://www.thoughtco.com/stereotypes-of-italian-americans-film-television-2834703 (28. rujna 2018. godine)

Kaul, Vineet. 2012. „Globalisation and crisis of cultural identity“. Journal of Research in International Business and Management 2 (13): 341-349. https://pdfs.semanticscholar.org/bfba/fa95bb15fec5dbbdaf3a27cf4c245784c958.pdf

Kumari, Valsala. 2013. „Gender and nation: tradition and transition“. Narodna umjetnost: hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku 40 (1): 49-63. https://hrcak.srce.hr/33089

Matić, Dunja. 2012. „Identitet, identifikacija i politike predstavljanja“. Filozofska istraživanja 32 (1): 39-47. hrcak.srce.hr/file/125061

McNamara, Kim. 2011. „The paparazzi industry and new media: The evolving production and cosumption of celebrity news and gossip websites“. International Journal of Cultural Studies 14 (5): 515-530. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.845.5799&rep=rep1&type=pdf

Miller, Toby. 2010. „Global Hollywood“. International Journal of Communication 1 (2007): 1-4. http://people.umass.edu/comm342/miller.pdf

Močnik, Rastko. 2011. „Identity and the Arts“. https://www.moma.org/interactives/exhibitions/2011/sanjaivekovic/essays/RM%20Identity%20and%20the%20Arts.pdf (23. rujna 2018. godine)

Moore, Alan. 2012. „Viewpoint: V for Vendetta and the rise of Anonymous“. https://www.bbc.com/news/technology-16968689 (23. rujna 2018. godine)

Narodne novine. "Pravilnik o kategorizaciji audiovizualnih djela". 2014. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_127_2419.html (28. rujna 2018. godine)

Pantić Conić, Danijela. 2017. „Američki san kao najpoznatiji globalni mit modernog potrošačkog društva“. In medias res: časopis filozofije medija 6 (11): 1725-1731. https://hrcak.srce.hr/file/274943

Perušić, Luka. 2013. „Mladen Labus, Kultura i društvo: onto-antropološka i sociološka perspektiva“. Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja 33 (2): 374-376. https://hrcak.srce.hr/file/175627

Peterlić, Ante. 1986-1990. Filmska enciklopedija: Hollywood. Zagreb: Jugoslavenski leksikografski zavod „Miroslav Krleža“.

Peterlić, Ante. 2002. „Sustav zvijezda - u starom i novom Hollywoodu (slučaj Jodie Foster)“. U Hrvatski filmski ljetopis, ur. Hrvoje Turković, 234-246. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

Sawe, Benjamin Elisha. 2017. „Bollywood, Pollywood, Tollywood, And More - Film Industry Nicknames Around The World“. https://www.worldatlas.com/articles/film-industries-around-the-world-with-hollywood-inspired-nicknames.html (23. rujna 2018. godine)

Simić, Mima. 2009. Otporna na Hollywood: ogledi iz dekonstrukcije tvornice snova. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

Snetiker, Marc. 2014. „South Park: Bigger, Longer & Uncut': The stories behind every song“. https://ew.com/article/2014/06/20/south-park-movie-marc-shaiman/ (23. rujna 2018. godine)

Šuvaković, Miško. 2011. Pojmovnik teorije umetnosti: Identitet. Beograd : Orion art.

Talijančić, Lea. 2011. „Bogatstvo stripa“. https://www.dw.com/hr/bogatstvo-stripa/a-15367754 (28. rujna 2018. godine)

Vertrees, Tyler. 2016. „The Serialized Satire: Has South Park Mastered Social Commentary?“. https://comicsverse.com/serialized-satire-south-park-mastered-social-commentary/ (23. rujna 2018. godine)

Vojković, Saša. 2008. Filmski medij kao (trans)kulturalni spektakl: Hollywood, Europa, Azija. Zagreb: Hrvatski filmski savez.

Živković, Marija. 2015. Dim - priča o duhanu. Zagreb: Etnografski muzej.

Pomoćni izvori

Hrvatska enciklopedija: „strip“ http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=58410 (28. rujna 2018. godine)

Internet Movie Database. https://www.imdb.com/ (23. rujna 2018. godine)

Proleksis enciklopedija: „Bollywood“ http://proleksis.lzmk.hr/70021/ (28. rujna 2018. godine)

The Free Dictionary: „Blaxploitation“ https://www.thefreedictionary.com/Blacksploitation (23. rujna 2018. godine)

Wikipedija: „Timeline of events associated with Anonymous“, 2018. https://en.wikipedia.org/wiki/Timeline_of_events_associated_with_Anonymous (23. rujna 2018. godine)