



Александар З. Станковић^[1]

Универзитет у Београду – Факултет политичких наука
Београд (Србија)

УДК 32.019.52:791.43

316.75:791.4

Прегледни научни рад

Примљен: 6.11.2025

Прихваћен: 18.12.2025.

doi: 10.5937/napredak6-62628

Између холивудског сјаја и бирократског сиви́ла: филм као средство утицаја на јавномнењску детерминанту спољне политике

Сажетак: Филм представља моћно оружје којим се може утицати на јавно мњење. Рад, стога, посматра тај медиј и његов утицај на обликовање спољне политике, на одређење курса по коме ће се кретати држава у међународним односима. Додатно, истражује се какви модели филма варирају по питању утицаја на јавно мњење, али и како утичу на ставове јавности о одређеним темама. Излажу се теоријски основи одредница спољне политике, јавног мњења, филма са циљем утврђивања њиховог заједничког пресека, односно начина на који филмски медиј може посредовано, преко јавног мњења, утицати на спољну политику. Хипотезом је филм постављен на једно од најважнијих места приликом утицаја на јавномнењску детерминанту спољне политике, док су делимично представљени и ефекти које он може имати на јавност.

Кључне речи: спољнополитичка анализа, детерминанте спољне политике, јавно мњење, филм, медији

Увод

Најбољи начин предвиђања будућности јесте њено пројектовање и усмеравање, а спољнополитичким настојањима добрано служи анализа спољне политике (FPA). На основу информација добијених таквим приступом планерима је много лакше да каналишу намере своје државе и исцртају итинерер. Као важан део страте-

шког планирања истиче се и анализа доношења одлука у спољној политици (FPDM). Поједини аутори виде такав приступ као користан током идентификације јединствених и општих образаца одлучивања који не могу бити утврђени класичном анализом спољне политике (Mintz and DeRouen, 2010, p. 5).

Нудећи појединачне увиде, свакако веома важне, посматрање начина на који се доносе

[1] aleksandarst227@gmail.com ; <https://orcid.org/0009-0000-9438-2967>

одлуке не може да обухвати све што садржи анализа спољне политике. Најопштија подела фактора који на то утичу била би на спољашње и унутрашње (Kaarbo, Lantis, and Beasley, 2012, pp. 1–26). Међу интерним факторима, јавно мњење чини темељни предмет интересовања анализе спољне политике (Boucher, 2024, pp. 249–266). Због саме природе могућности обликовања и усмеравања о којем ће бити речи у каснијем делу рада, важно је видети како утиче на спољну политику. С обзиром на то да су медији носећа инстанца преко које се утиче на јавно мњење, а истовремено и главна платформа за комуницирање политике, ово истраживање посматраће филм и његов утицај на јавномнењску детерминанту спољне политике.

Полазна претпоставка каже да је филм једно од основних оруђа којима држава настоји да утиче на однос јавности према спољној политици. Јавно мњење се не развија органски баш у свим питањима. Преко одређених инструмената, у овом случају филма, утиче се на њега и понекад се подвргава државној политици у датом тренутку.

Први део рада бави се питањем јавног мњења у спољној политици, конкретизује и генерализује његово термиолошко одређивање и утицај на спољну политику, до чега се долази апстраховањем. Цео рад ослања се на теорију јавног мњења, филм као медијски феномен и примену спољнополитичке анализе у концептуалном контексту. Друго, централно поглавље дискутује о утицају филма на јавномнењску детерминанту спољне политике. Последња целина истраживања осликава покушај да се квалитативном анализом и синтезом прикажу одређени

филмови и начин њиховог утицаја на јавно мњење. Анализирајући емпирију, одговара се на питање важности правилног артикулисања филма. Истовремено се приказује двосмерни процес производње филмова да би се оснажила јавност у односу ка споља, а обратно како би спољна политика добила подршку мњења које је оспорава.

Јавномнењска традиција у оквиру спољне политике

Стара јеврејска изрека каже да није важно ко влада Јудејом, него ко влада срцима њених становника. Долазак до такве власти је ничеанска борба за моћ где се срећу две групе – елита на власти и маса којом се влада. Мада постоје аутори који „тумаче равнодушност масе према политичким питањима као глупост масе, недостатак могућности да се управља јавним пословима као одсуство способности, а пристанак масе да гласа као одбијање масе да влада“ (Šušnjić, 2011, str. 84), мора се водити рачуна о њеним настојањима јер ће елита на власти „лакше задржати под својом влашћу један град, навикнут да живи у слободи, управљајући њиме уз подршку његових становника, него на било који други начин“ (Makijaveli, 2003, str. 46). Наравно, могуће је државом управљати на друге начине, али то најчешће са собом доноси пуно крви.

Маса има изразито негативну конотацију због недостатка способности артикулације виших циљева и стремљењу ка деструкцији: „Често се говори о жељи масе за разарањем. То је оно што код ње најприје уочавамо, и не

може се порећи да та жеља постоји свугдје, у најразличитијим земљама и културама“ (Canetti, 1984, str. 13). Окупљена на улици, маса ће својим притиском утицати на почетак или престанак рата, абдикацију владара, а то је исто широм света. Утицањем на јавно мњење, утиче се на масу. Отуд и потреба за разумевањем филма у том контексту.

На другом крају стоји грађанска јавност која „се може најпре схватити као сфера приватних људи који окупљени чине публику; њима је потребна јавност регулисана прописима власти и од почетка усмерена против саме јавне власти да би с њом пречистили рачуне о општим правилима општења у принципијелно приватизованој али јавно релевантној сфери робног промета и друштвеног рада. Медиј овог политичког обрачуна је специфичан и историјски без преседа: јавно резонување“ (Habermas, 2012, str. 81).

Две групе врше другачији притисак на одређивање спољне политике иако су подстакнуте неком врстом идеје, мишљења. Тако се додатно усложњава однос на релацији јавног мњења и спољне политике који је већ довољно замршен због саме чињенице да се компликовано утврђује ко и како утиче на његово формирање (Day and Hudson, 2020, p. 161). Важно је адекватно пратити кретања јавног мњења, јер се зна да оно може усмерити крајње акте у спољној политици, као што су употреба силе, ескалација сукоба или прекид односа (Mintz and DeRoquen, 2010, p. 131). Премда тако нешто приличи притиску масе, оно не искључује промену ставова јер јавност није статичка категорија.

Разлажући друштвени систем као одредницу спољне политике, Иво Висковић бележи:

„У социјалну структуру спадале би: основна економско-класна структура, национална структура, социјална слојевитост и идејно-политичка организованост појединих класа слојева и група. Политичким системом као групом детерминанти биле би обухваћене: политичке институције датог друштва, облици односа власти и осталих друштвених структура, политичка традиција и култура, те облици политичког комуницирања“ (Visković, 2007, str. 69–70). Код ове категоризације могуће је јавно мњење видети на свим структуралним нивоима. Маса утиче на спољну политику онда када се више „група“ нађу у пресеку заједничког интереса. Тада чак и политичке детерминанте бивају укључене на неки начин. Улога филма је у том случају очигледна – он мобилише припаднике различитих класа, а емотивним апелом их лако преводи у масу. Потврда се налази и код Ђура Шушњића: „Структурална анализа масе открива да се маса састоји од класа и да је свака класа по правилу способна да критички просуди и осуди поруке које пристижу из разних извора“ (Šušnjić, 2011, str. 84). Осим увида шта све може да утиче на формирање јавности, стиче се јединствен налаз у то да масу, на неки начин, одређује најдоминантнија класа.

Уколико се не омасове, класе поседују критички резон јер окупљају број сличних појединаца. Отелотворењем свог мишљења, класа образује јавно мњење које „на историјској сцени постаје активан субјекат, способан да надзире поступке владе“ (Gozzini, 2011, str. 10). Филмски језик казује конативном и афективном делу, тако да ће се класе, делом или у целости, превести у масу која најпосле утиче на спољну политику. Важност тога постаје већа уколико се разуме

комплексност спољнополитичке анализе, као и историјска разлика у функционисању агената и структуре (Carlsnaes, 1992, pp. 245–270). Док се дискурс спољне политике мењао, притисак јавности остајао је углавном ујединачен, заједно са позицијом медија.

Одређивање конкретне дефиниције јавног мњења сложенији је процес. Зоран Павловић и Драгомир Пантић у свом истраживању, поредећи више од педесет различитих дефиниција, прецизирају неке од заједничких тачака: „ширина сагласности субјеката јавног мњења, предмет јавног мњења и заинтересованост грађана за тај садржај, нови квалитет јавног мњења (колективни наспрам агрегатног), природу јавности, врсту и снагу изражавања субјеката кроз јавно мњење“ (Pantić i Pavlović, 2007, str. 138). Тиме се дефинитивно оправдава положај јавног мњења као детерминанте спољне политике. У првом плану овог рада јесу предмет мњења и заинтересованост људи, што је и логично када се говори о политици у било ком облику. Од државе до државе, ове две варијабиле прилично флукутирају. Постављањем спољне политике у фокус, заинтересованост бива већа или мања, али је главна тачка да је јавно мњење пасивно и да на њега утичу владе или професионални намештеници (Lippmann, 1998, pp. 253–255). Додајући одредницу „фантомске јавности“, јасно је да се јавно мњење ствара (Lippmann, 1993, pp. 4–5). Филм, дакако, служи професионалцима за формирање утицаја и изазивање заинтересованости, па у директном односу са спољном политиком одређена питања постају интересантнија.

Без обзира на то да ли заинтересованост постоји или је произведена, она ће увек бити

мања и већа. Традиционална мудрост о маргиналном утицају јавног мњења на спољну политику САД, позната као „Алмонд–Липманов“ консензус, представља нижу заинтересованост јавности, док схватање Леслија Гелба после Вијетнама оспорава тезу о незаинтересованој јавности (Rosati and Scott, 2010, pp. 329–330). Овакви ставови добрано превазилазе границе Сједињених Држава и представљају два пола између којих је могуће посматрати јавност.

Филм је често у политици да би обезбедио пристанак, што се могло наслутити из ставова појединаца о мас-медијима (Lippmann, 1998, p. 248), а постоје и они који им дају кључно место у процесу производње (Herman and Chomsky, 1988, pp. 1–2). Јавно мњење, тако гледано, није заинтересовано или незаинтересовано, нити је њихово интересовање предмет утицаја, већ пре пристаје или не пристаје на одређену иницијативу у спољној политици која му се посредовано ставља на гласање. Медији су данас постали нека врста тргова који дијалектички синтетишу јавно мњење, али је изнад свега потребна слобода појединца да приступи том тргу: „Формално, субјективна слобода да појединци као такви имају и испољавају своје *власитије* судове, мњења и савете о опћим пословима јавља се у заједништву, које се зове *јавно мњење*“ (Hegel, 1989, str. 441).

Разумевањем категорија интересовања и пристанка потврђује се да мобилисање јавности долази тек пошто се она интересује. У оба случаја, филм има веома битно место. Било да циља интересовање било пристанак, тако ангажован утиче на спољну политику. Његов језик је исти као језик телевизије која је „рату неопходна да би изашао из анонимности кланице и да би

могао да се окити том титулом“ (Remondino, 2002, str. 17). Процес је јасан, излазак из дворане сенки тражи обухватање што шире јавности, а на тај начин телевизија прикупља подршку или ствара непријатеље. Исто ради и филм. „Критичка теорија политике је утврдила да су масовни медији одлучујуће институције за манипулисање мњењима“, пише Љубомир Тадић, недвосмислено указујући на то колико филм помаже да се мњење, па тиме и његов утицај на спољну политику, упути у неком смеру (Tadić, 1993, str. 471–482). Све изнето у расправи је релевантно ако се зна да постоје амерички председници који по питању употребе силе у великој мери делују у складу с преовлађујућим ставовима јавности (Brulé and Mintz, 2006, pp. 157–173).

„Филмски“ утицај на јавномнењску детерминанту

Проучавајући спољнополитичку анализу, поједини аутори налазе улогу медија као повезујућу између јавности и државе, а признају им и утицај на обликовање јавног мњења у спољној политици (Kaarbo, Lantis, and Beasley, 2012, pp. 1–26). Зоран Јевтовић препознаје њихов примординарни утицај у процесу генерисања јавног мњења: „Појавом штампе мало је људи било свесно значаја средства битног за формирање јавног мњења, тако да ширењем изборног права које је основ за политичко одлучивање, почиње трка за освајањем духовне природе сваког човека“ (Jevtović, 2003, str. 30). Важност медија изражена је у процесу мобилизације, а то је логично јер „мњење се формира у сукобу аргумената око актуелног дру-

штвеног проблема“ (Jevtović, 2003). Томе треба додати да се унутрашња политика обликује на основу ставова елите и масе (Hudson, 2005, pp. 1–30). Прецизније, она се креира у синтетисању притисака обе групе, за шта не постоји боље место од медија.

Филм, с друге стране, не омогућава укрштање мишљења. Елита или маса причају причу из свог угла. Филм о интервјуу Фроста (Robert Forst) и Никсона (Richard Nixon) другачије се доживљава од оног који се десио на телевизији. Очигледно је да оба медија говоре истим језиком, али се разликују у слободи интерпретације. Специфична предност филма у односу на телевизију лежи баш у степену укључености. Маклуан (Marshall McLuhan) то одлично сецира: „[...] вруће општило какво је филм и хладно какво је телевизија разликују се на основу једног битног начела. Вруће општило је оно које продужује једно једино чуло у 'високој одређености'. Висока одређеност је стање засићености подацима“, и још додаје да „врућа општила не остављају публици толико тога за допуњавање или довршавање“ (Makluan, 1971, str. 58). Циљ филма није да размотри неко питање, већ да постави угао. Преко телевизије може се посматрати филмски израз: „Она такође успева да прикаже оно што треба приказати, али на такав начин да се то заправо и не прикаже, или да га учини незнатним и безначајним, или да се исконструише тако да поприми смисао који уопште не одговара стварности“ (Burdije, 2000, str. 34). Оба медија то успевају због широког спектра експресијских алата који им стоји на располагању. Све у филму, кадрови, сцене, ракурси, подређени су преношењу жељене поруке. Пажњом се диригује,

или хајдегеровски сумирано, покушава се њено скретање „на нешто од пута који се мишљењу наговештава само на путу, да скрене пажњу на нешто од пута који се мишљењу показује и који му измиче“ (Hajdeger, 2003, str. 7). Важно је стално држање у неизвесности указујући пажњи неухватљиве знаке. Крст на торњу од црвених цигли адвентистичке цркве показује своје обресе у окну прозора суседне куће током сцене општења актера, пажњи многих није ухватљиво, али носи поруку – на филму ништа није случајно. Поједини истраживачи, тако, виде: „Филмски се материјал, према тому, кодира онако како људи доживљавају своју друштвену збиљу, на чему почива његова популарност. Иако гледаатељ свјесно схваћа нестварност онога што се одвија на филмском платну, према садржају се односи као према истинитому догађају, понекад и емоционално“ (Labaš i Mihailović, 2011, str. 95–122). Односећи се према медијским садржајима, филм доноси могућност интензивирања афективног утицаја на јавномнењску компоненту, што ће више оптеретити спољну политику. Постоји корелација између већег броја објава о претњама СССР-а по безбедност САД у *Вашињингтон њосџу* и повећане подршке већим буџетским издацима за одбрану (Entman, 2004, pp. 134–135). Ако су једноставни текстуални садржаји допринели повећању подршке за неко питање, могућности филма још су веће.

Емотивни тренутак ту је најважнији. Врло често се производи реакција која покреће снажнији притисак јавности на спољну политику. У томе највише помаже пажљиво коришћење знака: „Што се дакле приписује тим упорним шишкама? Посве једноставно, оне су знамен

Римљанства. Видимо наиме како ту отворено дјелује главна полука представе, а то је знак. Шишке на челу обасипају нас очитошћу, па нитко не би не посумњао да се налази у древноме Риму“ (Barthes, 2005, str. 25). Ако се као исправна узме дефиниција знака као менталне слике која има за циљ да изазове стварање неке друге слике са циљем општења, онда шишке на челу, као носитељ значења, узрокују перцепцију Римљанина у свом пуном значењу (Giro, 1976, str. 26). Такву представу су оснажили филмови попут *Бена Хура*, *Сјарџака* или *Кво вадиса*, а модерно доба ју је само прихватило, за шта је филм *Гладијатор* довољан доказ. По том моделу, током хладног рата са филмова се могло наслутити како ће се посматрати Совјети. Исто је било и у случају Ирачана, Вијетнамаца, па и Срба током деведесетих година.

Такви искази се преузимају из стварног живота, а врло често су формирано кроз бинарну логику поделе на добре и лоше момке (Despotović i Jevtović, 2019, str. 161). Као врхунски пример стоји борба Рокија Балбое и Ивана Драга, док у реалности хладни рат проживљава највредије моменте. Холивуд је био и остао један од највећих похрањивача стереотипног казивања (Dej, 2004, str. 48). Опасност филмског представљања лежи у две крајности, када се симпатични Рус, носа и јагодица румених од вотке, претвори у високообученог хладнокрвног убицу коме је једина светиња КГБ. Или када се од доброћудног дебељушкastoг Немца с криглом пива и баварским кобасицама, стигне до плавооког плавокосог аријевца у црном кожном мантилу са два грома на еполетама. „За већину Американаца (исто вриједи опћенито и за Европљане) грана културалног апарата која

Александар З. Станковић

Између холивудског сјаја и бирократског сивила:
филм као средство утицаја на јавномнењску
детерминанту спољне политике



Филм „Роки IV“ као пример коришћења филма у пропагандне сврхе у периоду хладног рата.

Фото: Guliver image

им испоручује ислам већином укључује телевизијске и радио мреже, дневне новине и масовни тједни тисак. Филмови су, наравно, важни, ако ни због чега другог онда зато што визуални осјећај повијести и далеких земаља информира наш властити који често обликују филмови. За ову моћну концентрацију мас-медија може се

рећи да твори јавну језгру тумачења, дајући становиту слику ислама и, наравно, одражавајући интересе моћи у друштву како их представљају медији. Ту слику, која није само слика, него и преносив скуп осјећаја о тој слици, прати оно што бисмо могли назвати целокупним контекстом“, примећује Едвард Саид (Edward Said), додајући

филмској стереотипизацији ноту религије, која је данас такође веома важна приликом утицања јавног мњења на обликовање спољне политике (Said, 2003, str. 35).

Право име овог феномена је стигма. „Док странац стоји пред нама, може се показати да он поседује карактеристике које га чине другачијим од осталих у категорији особа које су понуђене као избор за њега, и да је он она мање пожељна врста – до екстрема, особа која је потпуно лоша, опасна или слаба. Тако се он у нашем уму своди, од целовите и уобичајене особе, на особу која је покварена, безвредна. Таква карактеристика је стигма, нарочито када је ефекат дискредитовања снажан; понекад се назива неуспехом, недостатком, хендикепом“, пише Гофман (Goffman, 2009, str. 14–15). Из наведеног је јасна кохерентност филмског израза и стигме, нарочито када филм нуди категорију у којој треба размишљати о лику. Тиме задржава својство врућег општила наставаљајући да захтева високу чулну укљученост. Додатни аргумент се може пронаћи и у процесу стигматизације где Милан Крстић врло корисно обухвата ставове бројних аутора и примећује да се у улози актера налазе државе, међународне институције и коначно појединци, који су градивни елемент, окупљени у „друштво нормалних“, како се сликовито изражава аутор (Krstić, 2020, str. 24–27). Ако се филмом стигматизује, а филм подржава држава, јасан је процес утицаја на јавно мњење и обезбеђивања подршке за одређено питање у спољној политици.

Постоје јасна сведочанства тога: „Радам у 136 јединица УСИС у 87 земаља, Филмска служба је при руци имала огромну дистрибутивну мрежу. Собиљем владиних средстава, практично је била

’продуцент’, са сваком испуњеном потребом. Запошљавала је продуcente-редитеље који су били врхунски проверени и правили филмове који су артикулисали циљеве које Сједињене Државе желе да постигну и који најбоље могу да стигну до припремљене публике коју ми, као филмски медијум, морамо да обрадимо. Служба је саветовала тајна тела, попут Координационог одбора за операције, о филмовима погодним за међународну дистрибуцију“ (Saunders, 2013, str. 246–247). Не само да се утиче на сопствену јавност већ се утиче и на јавно мњење у другим земљама, те се и на тај начин спроводи притисак на јавномњењску детерминанту спољне политике. Свакако, није реч само о Сједињеним Државама, може се као пример додати и Филмски центар Србије, али и сваки други који тежи да коришћењем филма допринесе интересима своје државе. Сигурно да је ситуација иста у Француској, Русији, Немачкој, Кини, Турској, Индији... Медији, па тако и филм, не потпадају под утицаје формалних државних структура, али је њихов домет значајан, па тако могу утицати на обликовање спољне политике (Alden and Aran, 2017, p. 63). Филм је превише моћно средство да би се оставио без надзора и јасно је које је његово место у настојањима државе да мобилише јавно мњење, произведе пристанак или створи заинтересованост.

Врсте филмова у односу на јавно мњење

Врло добро је позната улога Криловог одбора у мобилизацији јавног мњења приликом уласка у Велики рат (Tomić, 2016, str. 239). То није био

Александар З. Станковић

Између холивудског сјаја и бирократског сивила:
филм као средство утицаја на јавномнењску
детерминанту спољне политике



Знак Hollywood, Лос Анђелес.

Фото: Freepik

| 85

јединствени пример у историји, јер су и после, у Другом светском рату, многи интелектуалци учествовали у мобилисању јавности, а и пре тога је било примера, само што они нису релевантни за овај рад. Комитет за јавно информисање, што је био званични назив одбора, био је пионир у употреби нових медија приликом утицања на јавно мњење. Тако је под њиховом навигацијом 1917. године оформљен одсек за филм у оквиру комитета, који се већ 1918. године спојио са одељењем за слику (Axelrod, 2009, str. 93). У том тренутку филмски медиј био је тек неку годину изнад пунолетства. Његови потенцијали уочени су већ на самом почетку. Можда је

томе допринело *Рађање нације*, које се већ 1915. године снажно уклесало у амерички сентимент. Постављена је сцена за све оно што ће доћи с нацистичком пропагандом.

Тријумф воље Лени Рифенштал (Leni Riefenstahl) остаје симбол оних филмова које држава подстиче да би учврстила јавно мњење. Нацисти су на власт дошли 1933. године, у тесној изборној трци, а у години која је уследила збила су се оштра превирања која су окончана у Ноћи дугих ножева, па је тиме индикативнија 1935. година и тренутак у којем се поменуто дело отелотворило. Овоме се може замерити да се више тиче јавног мњења и унутрашње

политике, али то је само једна страна медаље. Друга страна је та да се филм једним својим делом фокусирао на допринос нациста у враћању Немачкој титуле велике силе, што је релевантно уколико се говори о међународном поретку. Чистији пример овог типа филмова јесте серијал Френка Капре (Frank Capra) који је својим радом оснаживао јавно мишљење о америчком учешћу у Другом светском рату. Тачност навода лежи у постојању различитих форми унутрашњег притиска на спољну политику, међу којима су медији, а самим тим и филм, јавно мишљење и интересне групе (Breuning, 2007, p. 120). Што се Каприних филмова тиче, или је аутор чуо јавност и направио филмове који би им ишли уз длаку, или је, што је вероватно ближе истини, интересна група преко медија, филма, хтела да усмери јавност и добије пристанак за улазак у рат.

По завршетку рата некадашњи савезници оформили су хладноратовске блокове и ушли у латентну борбу за улогу светског хегемона. „Сједињене Државе и Совјетски савез интензивно су користили пропаганду током Хладног рата. Обје стране користиле су штампу, филм, телевизијске и радијске програме и др. да би утицали на своје грађане, једни на друге и на земље Трећег свијета“, примећује Раденко Шћекић (Šćekić, 2012, str. 389–401). То је било још важније, посебно због промене у односима између две земље. Филмови совјетске и америчке продукције пратили су званичну политику.

Медији једноставно пружају слику света: „Нитко не посједује изравно знање о цијелој земљској кугли. Осим из особног искуства, оно што знамо потјече из школе, из разговора – али

прије свега из медија. За обичног човјека већина крајева, људи и тема о којима медији не говоре једноставно не постоји“ (Bertrand, 2007, str. 18). Оно што просечан становник види, према нареченом, условљено је начином на који то медији представљају.

Да би се прецизније установила група филмова којима се утиче на јавномислења, треба се осврнути на медијско постављање агенде. Пре свега, то произилази из функције медија у одређивању релевантних тема у друштвеном дискурсу (Rus Mol, 2014, str. 47). Уколико се реалност добро осмотри, уочљиво је да по питању филма ово заиста представља његову функцију. Филмови *Барби* и *Ојенхајмер* произвели су додатне емисије, текстове и генерално је појава заузела велики део јавног дискурса, сведочећи стваралачкој моћи јавности, с обзиром на то да је она кумовала неологизму (Bahr, 2023).

Чињеница да се по питању филмова с тематиком која залази у домен спољне политике људи најчешће срећу са светом који нису видели, дозвољава да се говори о њима као о пружаоцима „реалности из друге руке“ (Kunczik i Zipfel, 2006, str. 154). Џон Стрит (John Street) каже да „у оној мјери у којој су масовни медији одговорни за колање одређених идеја и слика и у мјери у којој обликују мисли и дјела, они имају, сматра се, дискурзивну или идеолошку моћ“ (Street, 2003, str. 197). Истовремено, творећи ту врсту моћи, филмови се профилишу као едукативно-мобилизујући у свом утицају на јавномислење ставове ка спољној политици. Паралелно с тим, они изазивају и заинтересованост за одређену тему. Можда је *Барби* лутка била опште место

у култури, али о Опенхајмеру сигурно није постојало масовно знање, као после емитовања филма. Стављајући одређену тему под лупу јавности, филм утиче на њу и ствара бафер зону око спољне политике.

Треба обратити пажњу на један значајнији феномен у којем није реч о класичној мобилизацији, нити о производњи пристанка. То се може илустровати Косовом и начином на који је оно представљено у филму *Бој на Косову*. „Ја сам побожни патриота, али кад сравним ове две слике; ону мизерију из ђаковачке кафане и ову раскош из београдске кафане чисто осећам: да ми неки тајанствени глас заповеда, да се буним против сваког друштвеног поретка, па био он створен од Бога или Владе“, пише Пуниша Рачић и закључује: „И кад бих знао да га могу поправити, заиста бих покушао макар био назван неверником или издајником“ (Imami, 2017). Бележећи ове речи у писму краљу Александру, Рачић посредно преноси реалност о томе колико је Косово било важно тадашњој јавности. Оно јесте носило сентименталну тежину, али није било ни близу приоритетног места које има данас. Иван Чоловић у својој обимној студији закључује да се тема Косова, „мит“ како га класификује аутор, оживљава 80-их година, када почиње и његово интересовање за проблем (Čolović, 2016, str. 14).

Између Рачићевих редова и Чоловићевог позивања на осму деценију 20. века налази се неких шездесетак година у којима Косово није било у фокусу српског националног бића. Да је Чоловић у праву поводом почетка оживљавања наратива о Косову јасно је из самог пројекта *Бој на Косову*. Колико је било важно реализовати

ово дело наслеђује се из сведочења редитеља Здравка Шотре о напречац изведеном пројекту филма *Бој на Косову*: „Добили смо новац за ТВ драму. Такве ствари се снимају по шест месеци, а припремају годину дана. За месец дана смо збрљали 'Бој на Косову'. Срећни су народи који немају велике историје као што је наша“ (Danas, 2023).

Очигледно искоришћен у сврху одређивања српског идентитета заборављеног у неуспелој држави, филмом се отворила Пандорина кутија из које недаће излазе и данас. Спектакуларно проналажење изгубљеног српског духовног бића, на Видовдан 1989. године, додатно је уприличио и скуп на Газиместану. Укупан ефекат филма у том тренутку тицао се искључиво унутрашњих подела и учвршћивања српског идентитета. Оно што идејни творци нису предвидели јесте да се ватра, којом су се играли, може разбуктати. У односу на Вијетнам, хладни рат, оба светска рата, Косово је чинило и чини саставни део српског битка. Оживљавајући колективно несвесно реченицама које се и данас цитирају, а тичу се „уласка у битку по томе која се светиња брани“, „плаћања главом царства небеског“ или тога да „Србија није шака пиринча да је позобе свака врана“, оживела се парадигма која заузима можда најважније место у српском дискурсу. Фактицитет је да главе страдале на Косову нису жртвоване за изградњу државности с обзиром на то да је убрзо после тога Србија пала под вишевековну и свирепу турску управу, али су створиле темељ српског етноса. Здравко Шотра је имао исправан став о величини српске историје, а сигурно је да само Косово у њој представља историју за себе.

Овој врсти филмова, која је најређа, треба приступити са највише пажње због њихове разорне моћи и могуће их је назвати филмовима култа емоција. Мада постоје и бројни други експонати седме уметности који би се могли сврстати у ову категорију, нема пригоднијег за ово истраживање од *Боја на Косову* због његове ванвремености. Три и по деценије од настанка поменутог филма, питање Косова и даље је лична стега која утиче на маневарски простор Србије у спољној политици, а постоје и најаве новог филма са истом темом (Mondo, 2022).

88 | Драган Симић и Драган Живојиновић уметнички примећују да „демократија, слободно тржиште и глобализам, данас више нису једини успешан модел за организовање државе и друштва а моћ више не станује само у небодерима Њујорка и привлачности Епла и Мајкрософта, већ и у шљаштећим вишеспратницама Шангаја и растућој популарности Ленова и Хуавеија“ (Simić i Živojinović, 2021, str. 17–55). Јасно је да више немају само Вашингтон и Москва своја одељења за филмове. Свака држава која пледира на епитет велике силе има свој Холивуд, а и мале земље попут Србије веома воде рачуна о филму, који ће остати утицајан у односу на јавномнењску детерминанту сопствене спољне политике, а моћи ће да се користи и за суптилно обликовање спољнополитичких настојања других држава.

На крају расправе, сасвим је умесно рећи да је филм био најзначајнији културни ресурс 20, али ће бити и 21. века, јер и даље заузима „централно место у управљању утисцима и дефинисању друштвених позиција и статуса“ (Lou, 2013, str. 35). Напоследку, мишљење о по-

везаности моћника, моћи и процеса управљања раздањује и само место филма у том поретку, али и његова снага у утицају на јавно мњење, а тиме посредовано и на спољну политику (Weber, 1999, str. 165).

Закључак

Полазећи првенствено од претпоставке да филм спада у основни алат државе приликом инструисања јавног мњења, ово истраживање је потпуно потврдило такву претпоставку. Одатле произилази и потврда утицаја филма на јавномнењску детерминанту спољне политике. Докле год буде постојало државно финансирање филмског стваралаштва, такве ствари биће уобичајене. Као што је у раду приказано, није реч само о суперсилама већ и малим државама које имају своје начине да кроз финансирање филмова усмеравају ставове јавности о спољној политици.

Заинтересованост и незаинтересованост јавности ретко када настаје органски, па је јасно колико су добро државе проникле у значај утицаја филма. Рукујући моћним језиком, државе преко институција утичу на јавно мњење у земљи и свету. Филмска продукција је само привидно слободна, односно слободна је када тема филмова не залази у државна питања. Ово истраживање је изнело један другачији увид у то како се филмом могу произвести сагласност и заинтересованост.

Описани су начини на које филм може да обликује одређену спољну политику, мада остаје недоречена класификација филмова по

Александар З. Станковић

Између холивудског сјаја и бирократског сивила:
филм као средство утицаја на јавномнењску
детерминанту спољне политике



Фото: Freepik

| 89

начину на који настају. Могуће је разликовати филмове које држава на неки начин продуцира и оне који се рађају органски из мњења због актуелности неке теме. У првом случају њихов утицај је контролисан, прорачунат, предвидљив, а у другом маргиналан и такви филмови више настају као прилог сведочанству једног доба пошто углавном испливавају постфестум. То не значи да су потоњи мање моћни, већ да немају тренутни утицај на обликовање спољне политике. Маргина овог рада јесте и његов недостатак, јер филмове који настају „из мњења“ треба дубље размотрити, нарочито у погледу „пацификовања“ спољне политике или специфичног одустајања од неког питања.

Филм, изнад свега, остаје средство којим се усмерава јавно мњење. Популарност појединачних дела је својеврстан барометар о стању јавности. Тако планерима политике постаје јасније шта треба урадити да би се спровела одређена иницијатива. Потенцијално због недостатка пристанка може доћи и до привременог или трајног одустајка од акције. Актуелизацијом и постављањем филма у фокус посматрања односа на релацији јавног мњења и спољне политике, овај рад даје, уз потврђену хипотезу, теоријску основу за даље проучавање коришћења не само филма него и осталих медија и уметности у спољној политици.

References / Литература

- Alden, C., Aran, A. (2017). *Foreign Policy Analysis*. Oxon: Routledge.
- Axelrod, A. (2009). *Selling the Great War*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bahr, L. (2023). *The story behind Barbenheimer, the summer's most online movie showdown*. Available at: <https://apnews.com/article/barbenheimer-barbie-vs-oppenheimer-61a6ec6c67359b851ddeccd6d655b5ab>
- Barthes, R. (2009). *Mythologies*. Zagreb: Pelago. [In Serbian]
- Bertrand, J. (2007). *Deontology of the media*. Zagreb: Sveučilišna knjižara. [In Serbian]
- Boucher, J. (2024). Public Opinion, News, Digital Media, and Foreign Policy. In J. Kaarbo, C. Thies (eds.) *The Oxford Handbook of Foreign Policy Analysis* (249–267). Oxford: Oxford University Press.
- Bourdieu, P. (2000). *Narcissus mirror*. Beograd: Clio. [In Serbian]
- Breuning, M. (2007). *Foreign Policy Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Brulé, D, Mintz, A. (2006). Blank Check or Marching Orders? Public Opinion and the Presidential Use of Force. In H. Starr (eds.) *Approaches, Levels, and Methods of Analysis in International Politics* (157–173). New York: Palgrave Macmillan.
- Canetti, E. (1984). *Masses and power*. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske. [In Serbian]
- Carlsnaes, W. (1992). The Agency-Structure Problem in Foreign Policy Analysis. *International Studies Quarterly* XXXVI (3), 245–270. doi: 10.2307/2600772
- Čolović, I. (2016). *Death on Kosovo plain*. Beograd: Biblioteka XX vek. [In Serbian]
- Danas. (2023). *Facts You Didn't Know About the Film „The Battle of Kosovo“*. Available at: <https://www.danas.rs/kultura/cinjenice-koje-niste-znali-o-filmu-boj-na-kosovu/> [In Serbian]
- Day, B., Hudson, V. (2020). *Foreign Policy Analysis*. London: Rowman & Littlefield.
- Dej, L. (2004). *Ethics in media*. Beograd: Medija centar. [In Serbian]
- Despotović, Lj, Jevtović, Z. (2019). *Geopolitics of media*. Sremski Karlovci: IP Kairos. [In Serbian]
- Entman, R. (2004). *Projections of Power*. Chicago: University of Chicago Press.
- Guiraud, P. (1976). *Semiology*. Beograd: BIGZ. [In Serbian]
- Gofman, E. (2009). *Stigma*. Novi Sad: Mediterran publishing. [In Serbian]
- Gozzini, G. (2001). *History of journalism*. Beograd: Clio. [In Serbian]
- Habermas, J. (2012). Public opinion. Novi Sad: Mediterran publishing. [In Serbian]
- Heidegger, M. (2003). *Pathmarks*. Beograd: Plato. [In Serbian]
- Hegel, G. (1989). *Elements of the philosophy of right*. Sarajevo: Svjetlost. [In Serbian]
- Herman, E., Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon Books.
- Hudson, V. (2005). Foreign Policy Analysis: Actor-Specific Theory and the Ground of International Relations. *Foreign Policy Analysis* (1), 1–30. doi: 10.1111/j.1743-8594.2005.00001.x

- Imami, P. (2017). *Serbs and Albanians through centuries Part III*. Beograd: Samizdat. [In Serbian]
- Jevtović, Z. (2003). *Public opinion and politics*. Beograd: Centar za savremenu žurnalistiku. [In Serbian]
- Kaarbo, J, Lantis, J., Beasley, R. (2012). The Analysis of Foreign Policy in Comporative Perspective. In R. Beasley, J. Kaarbo, J. Lantis, M. Snarr (eds.) *Foreign Policy in Comparative Perspective* (1–26). Thousand Oaks: CQ Press.
- Krstić, M. (2020). *Strategije destigmatizacije u spoljnoj politici država: studija slučaja spoljne politike Republike Srbije od 2001. do 2018. godine*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Kunczik, M, Zipfel, A. (2006). *Introduction to science of media and communicology*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert. [In Serbian]
- Labaš, D, Mihailović, M. (2011). Mass media and semiotics of popular culture. *Kroatologija* 2(1), 95–122. [In Serbian]
- Lippmann, W. (1993). *The Phantom Public*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Lippmann, W. (1998). *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Lou, E. (2013). *Media and political process*. Beograd: Fakultet političkih nauka. [In Serbian]
- Machiavelli, N. (2003). *Prince*. Beograd: IP Knjiga. [In Serbian]
- McLuhan, M. (1971). *Understanding media the extensions of man*. Beograd: Prosveta. [In Serbian]
- Mintz, A, DeRouen, K. (2010). *Understanding Foreign Policy Decision Making*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mondo. *The new „Battle of Kosovo“ arrives on Vidovdan 2024: „The plot isn’t like in Šotra’s film“*. Available at: <https://mondo.ba/Magazin/Showtime/a1180662/Film-Boj-na-Kosovu-stize-2024.-godine.html> [In Serbian]
- Pantić, D., Pavlović, Z. (2007). *Public opinion – concept and comparative researches*. Beograd: Friedrich Ebert Stiftung. [In Serbian]
- Remondino, E. (2002). *Television goes to war*. Beograd: Clio. [In Serbian]
- Rosati, J., Scott, J. (2010). *The Politics of United States Foreign Policy*. Boston: Wadsworth.
- Russ-Mohl, S. 2014. *Journalism*. Beograd: Clio. [In Serbian]
- Said, E. (2003). *Falsification of islam*. Zagreb: V.B.Z. [In Serbian]
- Saunders, F. (2013). *Cold war in culture*. Beograd: Dosije studio. [In Serbian]
- Šćekić, R. (2012). War and propaganda – historical overview, examples and analyses. *Vojno delo* LXIV (3), 389–401. [In Serbian]
- Simić, D, Živojinović, D. (2021). Thirty Years Since the Fall of the Berlin Wall and International Relations. In: D. Simić, D. Živojinović, S. Nedeljković (eds.) *Serbian–American Relations: Thirty Years Since the Fall of the Berlin Wall* (17–55). Beograd: Fakultet političkih nauka. [In Serbian]
- Street, J. (2003). *Mass media, politics and democracy*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti. [In Serbian]
- Šušnjić, Đ. (2011). *Fishermen of human souls*. Beograd: Čigoja štampa. [In Serbian]
- Tadić, Lj. (1993). Public opinion. In: M. Matić, M. Podunavac (eds.) *Encyclopaedia of Political Culture* (471–482). Beograd: Savremena administracija. [In Serbian]
- Tomić, Z. (2016). *Public relations*. Zagreb: Synopsis. [In Serbian]
- Visković, I. (2007). *Between conspiracy and bureaucratic chaos*. Beograd: IP Dobar naslov. [In Serbian]
- Weber, M. (1999). *Politics as a vocation*. Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo. [In Serbian]

Aleksandar Z. Stanković

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences
Belgrade (Serbia)

Between Hollywood glamour and bureaucratic grayness: film as a means of influencing the public opinion determinant of foreign policy

Summary

92 |

Film represents a powerful instrument capable of influencing public opinion. This paper therefore examines this medium and its impact on shaping foreign policy and determining the course a state pursues in international relations. Furthermore, it explores how different models of film vary in their influence on public opinion, as well as how they affect public attitudes toward specific issues. The theoretical foundations of foreign policy determinants, public opinion, and film are presented with the aim of identifying their common intersection—that is, the ways in which the cinematic medium can indirectly, through public opinion, influence foreign policy. The hypothesis positions film as one of the most significant factors in shaping the public-opinion determinant of foreign policy, while also partially addressing the effects it may have on the public.

Keywords: foreign policy analysis, determinants of foreign policy, public opinion, film, media