

Uloga propagandnog filma u nacističkom režimu: studija egzemplarnog slučaja Trijumfa volje Leni Riefenstahl

Jurković, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:329889>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-29**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij politologije

Josipa Jurković

ULOGA PROPAGANDNOG FILMA U
NACISTIČKOM REŽIMU: STUDIJA
EGZEMPLARNOG SLUČAJA
TRIJUMFA VOLJE LENI RIEFENSTAHL

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij politologije

ULOGA PROPAGANDNOG FILMA U
NACISTIČKOM REŽIMU: STUDIJA
EGZEMPLARNOG SLUČAJA *TRIJUMFA
VOLJE* LENI RIEFENSTAHL

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Nebojša Blanuša
Studentica: Josipa Jurković

Zagreb
rujan, 2023

Izjavljujem da sam diplomski rad „Uloga propagandnog filma u nacističkom režimu: studija egzemplarnog slučaja *Trijumfa volje* Leni Riefenstahl, koji sam predala na ocjenu mentoru prof. dr. sc. Nebojši Blanuši, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Josipa Jurković

Zahvaljujem se mom mentoru prof. dr. sc. Nebojši Blanuši na pomoći, razumijevanju i buđenju znatiželje koja bi me često vodila u maštu, a na kraju opet vraćala na put istine. Zahvaljujem se svojim roditeljima na pruženoj ljubavi. Znam da su iz sveg srca navijali da njihova mala djevojčica odraste i uspije. Zahvaljujem se svim dragim profesorima prijateljima i kolegama što su obogatili i ispunili moje dane studiranja. Zbog njih se studiranje pretvorilo u vrijedno životno iskustvo. Obrazovanje nije samo načitanost, ono je princip razmišljanja, novi jezik i otvoreno polje ideja. Hvala svima onima koji su mi kroz godine studiranja udijelili dobar savjet za budućnost. Vaše riječi su utkane u mene.

„Jadni Penzoldt za kojim iskreno žalim napisao je: 'Zahvaljujem Bogu što nimalo ne razumijem politiku'. No time je zavaravao samog sebe, igrao se skrivača'“.

Frido Mann, Thomas Mann

Sadržaj

UVOD	1
PROPAGANDA.....	2
NACISTIČKA PROPAGANDA	3
FILM	7
ANALIZA SCENA	16
UČINAK FILMA NA GLEDATELJA	26
ZAKLJUČAK	31
POPIS LITERATURE	34

Popis slika

Slika 1. Leni Riefenstahl i Adolf Hitler.....	14
Slika 2. Plakat "Trijumfa volje"	16
Slika 3. Krupni plan.....	18
Slika 4. Ovacije iz publike, a jedna od poruka scene može biti: Hitler je obožavan, poželjan i slavljen od strane mlađih i starijih naraštaja.	19
Slika 5. Prikaz naroda iz visokog kuta kao iskaz podređenosti mase u nacističkom režimu	20
Slika 6. Prikaz Hitlera iz niskog kuta čime se iskazuje njegova nadmoćnost i nadređenost.....	21
Slika 7. Procesija nacističkih zastava s kukastim križevima	22
Slika 8. Hitler je fokusiran, masa zamućena.	23
Slika 9. Hitler u srednjem planu.	24
Slika 10. Kamera, sakriveni promatrač - gledatelj je iza stuba razmatrajući scenu.	25
Slika 11. Scena u kojoj je naglašena geometrijski, pravilan raspored vojnika, nalik na mravinjak.	25
Slika 12. Neobičan kut snimanja primjer 1	27
Slika 13. Neobičan kut snimanja primjer 2	27

UVOD

Tema propagandnog filma u nacističkom režimu, posebno uloga "Trijumfa volje" Leni Riefenstahl, već je bila predmet brojnih istraživanja. Iako su neke studije naglašavale propagandnu snagu filma u promicanju nacističke ideologije i kulta ličnosti, druge su se fokusirale na estetske i filmske kvalitete Riefenstahline režije. Cilj ovog istraživanja je analizirati ulogu propagandnog filma u nacističkom režimu kroz proučavanje "Trijumfa volje" i identificiranje ključnih elemenata propagandnog filma kao moćnog sredstva za promoviranje i implementiranje nacionalsocijalističke ideologije za vrijeme nacističke Njemačke.

Najpoznatiji autori koji su se bavili temom nacističke propagande i propagande uopće su David Welch, Terri Ginsberg, Leonard Doobs dok se teoriji filma ističu se Sigmund Kracauer, Christian Metz, Laura Mulvey, Ante Peterlić i Béla Balázs. Da bi se upoznali sa propagandnim filmom u nacističkom režimu, valja najprije razložiti pojmove kako bi se daljnja analiza filma provela. Tako će se započeti prikazivanjem povijesnog i društvenog konteksta same propagande u Njemačkoj 30-ih godina. Nakon toga, u knjizi Ante Peterlića *Osnovama teorije filma* objasniti će se relevantni pojmovi u filmologiji prijeko potrebni za analizu scena. . U samoj srži propagandnog filma leže nacistički ideali koji se putem propagandnih tehnika nastoje „usaditi“ u ljudske umove, a i njihova srca (Cipek, 2009).

Zatim će se analizom relevantnih scena pokazati kako film „prenosi“ svoju propagandnu poruku. Korištenjem specifične filmske tehnike, film postaje „više“ od običnog filma i postaje „propagandan“. Da bi se istraživanje zaokružilo u cjelinu, valja pokazati film iz perspektive gledatelja. Točnije, kako film utječe na gledatelja. Što u njemu potiče? Kakve reakcije može izazvati? Također, ne smije se izostaviti kako film operira unutar institucionalnog aparata jer on nije samo medij već važan dio naše stvarnosti. Ovo istraživanje je interdisciplinarno jer prikazuje ulogu propagandnog filma u nacističkom režimu iz psihoanalitičkog pristupa, politološki, povijesno i semiološki.

PROPAGANDA

Postoji nekoliko značenja propagande. U žargonu je propaganda prepoznata kao kakva „prijevera, laž, nasilje nad istinom, skrivanje ciljeva ili pak beskrupulozna manipulacija“. Prema autoru Šiberu u *Osnovama političke psihologije* (1998:53) postoji nekoliko definicija propagande, a koje su najbliže uporabi propagandnog filma kao sredstva propagande: „propaganda je širenje ideja, mišljenja i stavova, a da se pritom od slušatelja ili čitatelja krije cilj koji se želi postići“. Tome se može pridodati i da je propaganda „plansko i namjerno djelovanje na promjenu u kontroliranje stavova radi stvaranja predispozicija za određeni način ponašanja“. Međutim, ove definicije mogle bi u nekim segmentima opisati i uvjeravanje. Stoga je važno naglasiti razliku između propagande i uvjeravanja. Razlika je u tome što propaganda želi postići odgovor koji promiče željenu namjeru propagandista i usmjerena je prema grupi, masi ili javnosti dok se uvjeravanje odnosi na individualni proces (Šiber, 1998).

Propaganda se obično grupira na crnu, bijelu i sivu. Za ovaj rad relevantna je crna propaganda koja se odnosi na nacističku propagandu i označava beskrupuloznu manipulaciju činjenicama, nebiranje sredstava da bi se postigao cilj. Zasnovana je na laži i prijeveri (Šiber, 1998). Valjalo bi naglasiti tri bitna čimbenika propagandnog procesa: subjekt propagandnog djelovanja (npr. institucije), mediji (u koje spada kino i film), dakle ona sredstva komunikacije koji posreduju informacije, i javnost, temeljni objekt djelovanja propagande. Štoviše, „svako društvo ima sustav normi i vrijednosti koje reguliraju društveno poželjno i nepoželjno ponašanje“ (Šiber, 1998:55). U nacističkom poretku to bi se odnosilo na poslušnost, lojalnost, žrtvu, rad za naciju i čistoću. To bi bile glavne poželjne vrline u narodnoj zajednici koje bi omogućile opstanak i postojanje takve zajednice sukladno nacističkoj ideologiji.

Uporaba medija je jedan od temeljnih elemenata u proučavanju propagande. To podrazumijeva poznavanje medijskih mogućnosti i reagiranje javnosti na određenu vrstu poruka, kombinacija djelovanja različitih medija (Šiber, 1998). U ovom slučaju radi se o propagandnom filmu. Isto tako postoji „tvrda“ i „meka“ propaganda. Nacistička propaganda pripada „tvrdom“ obliku propagande jer je isključiva, beskrupulozna i u političkim djelovanjima usmjerena na unaprijed točne određene ciljeve (Šiber, 1998). Od svih propagandnih tehnika, kroz propagandni film „Trijumf volje“ najčešće se pojavljuju emocionalno otežane riječi¹. Kod korištenja takvih riječi postoji distinkciju između denotativnog i konotativnog značenja. Izborom riječi koje su

¹ To je ujedno jedna od najznačajnijih i najčešće upotrebljivanih tehnika propagande (Šiber, 1998)

nabijene emocijama, usmjerava se pažnja i unaprijed daje pozitivno ili negativno značenje nekoj ličnosti, događaju ili programu (Šiber, 1998). Tako se primjerice u “Trijumfu volje” mogu često čuti riječi poput: “obećanje²”, “nada”, “sudbina”. Isto tako, početku kongresa u filmu, Wagner u svom govoru Hitlera naziva “jamcem mira i pobjede” na što publika odgovara veselim uzvicima i pljeskom. Može se reći da mediji tako jasno daju do znanja što je „dobro“ i „poželjno“ a što nije.

Od druge grupe tehnika koje manipuliraju osjećajima ugroženosti i nesigurnosti, u ovom slučaju je prisutna *uporaba autoriteta*. Nacistička propaganda idejno koristi “načelo vođe” u kojem je Hitler nepogrešivi vođa koji stvara Reich i snagom svoje volje stvara njemačku narodnu zajednicu (Cipek, 2009). „Običan čovjek pretežno autoritarne strukture ličnosti, traži čvrst, provjereni oslonac za svoja opredjeljenja“ (Šiber, 1998:57).

Autor Jason primjećuje nedostatak ozbiljne analize koncepta „propagande“. Problem se proširuje na jezično područje. Naime, riječ „propaganda“ je ranije imala neutralno značenje kao širenje informacija za promicanje ideje ili cilja (religija, ideologija i sl.). Zapravo, izraz dolazi od Crkvene svete kongregacije za širenje vjere (Jason, 2013). Međutim, nakon 20.st. termin je zadobio konotacije propagiranja ideja ili kompleks širenja ideja lažljivim i manipulativnim sredstvima³.

NACISTIČKA PROPAGANDA

Autor Doobs sistematizirao je Goebbelsovu propagandu na 19 osnovnih pravila. U ovom odlomku se pravila prenose u potpunosti kako bi se konciznije razumio koncept nacističke propagande. 1. propagandist mora voditi računa o podacima dobivenim istraživanjem javnog mnijenja i obavještajnih službi. 2. propaganda se mora planirati i voditi samo iz jednog mjesta. 3. u planiranju neke akcije moraju se uvažavati i njene propagandne posljedice. 4. propaganda mora djelovati na politiku neprijatelja i njegove akcije. 5. moraju biti dostupne obične, svakodnevne informacije koje unaprijeđuju propagandu. 6. propaganda mora, da bi se uočila,

² Primjećujem da se ovakve riječi često mogu čuti u današnje vrijeme u predizbornim kampanjama.

³ Autor Jason u svom članku se namjerno koristi zamjenom termina „propaganda“ s terminom „marketing“. Pretpostavljam zato da bi dočarao sličnost između propagande i marketinga te implicirao na prisutnost propagande u suvremenom svijetu samo pod drugačijom krinkom.

probuditi interes auditorija i mora se dati kroz medij koji pobuđuje pažnju. 7. jedino vjerodostojnost treba odlučiti hoće li propaganda biti zasnovana na istini ili laži. 8. kada je riječ o neprijateljskoj propagandi onda njena svrha, sadržaj i efikasnost, jačina i efekti izloženosti, te priroda takve propagande određuje hoće li onda biti ignorirana ili pobijana. 9. vjerodostojnost informacije i mogući efekti komunikacije određuju politiku cenzuriranja. 10. treba koristiti materijal neprijateljske propagande kada on pomaže vlastitim propagandnim ciljevima. 11. propaganda pomoću glasina treba se upotrebljavati kada je teško vjerovati u službene informacije ili kada službene informacije dovode do neželjenih posljedica. 12. propaganda se može olakšati načelom autoriteta, ali ne bilo kojega, već isključivo onoga koji ima prestiž. 13. propaganda mora biti pažljivo vremenski programirana. 14. propaganda mora nazivati stvari i ljude prepoznatljivim frazama. 15. propaganda prema vlastitoj zemlji mora izbjegavati nastajanje lažnih nada koje se neće ostvariti. 16. propaganda prema vlastitoj zemlji mora stvarati optimalnu razinu straha. 17. propaganda „prema kući“ mora smanjiti utjecaj frustracija. 18. propaganda mora omogućiti da se projicira agresija. 19. propaganda ne može sama izazvati promjene, mora joj se pomoći stvarnom, konkretnom akcijom.

Nacistička propaganda bila je pomno razrađena i kao takva se mogla jasno podijeliti u četiri najvažnije skupine tema. Prva je nacionalno jedinstvo koje se temelji na principu „zajednica ispred pojedinca“; druga je potreba za rasnom čistoćom; treća je mržnja prema neprijateljima koja je usmjerena najviše na Židove i boljševike; i četvrta karakteristika je karizmatični vođa (Welch, 2004: 217).

Za Goebbelsa je zadaća propagande bila da složene probleme privrede, društva kulture, politike i uopće vladajući svjetonazor približi narodu. To se čini iz razloga što narod zapravo ne može samostalno odlučivati jer naprosto ne razumije složenost zbivanja. S obzirom na tako ograničene sposobnosti, narod bi trebalo „modelirati“ pomoću propagande. U toj namjeri, vladajuća nacistička stranka postepeno će preuzimati kinematografiju i koristiti je kao jako propagandno sredstvo.

Kinematografija tadašnje Njemačke (kao i SSSR-a) bila je pod izuzetno jakim utjecajem vlada koje su od tih kinematografija zahtjevale da udovoljavaju i prepariraju posebne vanjskopolitičke i unutarnjopolitičke dnevne ciljeve⁴ (Belan, 1966). Peter Bachlin u knjizi Branka Belana (...) opisuje prodor njemačke vlasti u kinematografiju na slijedeći način. “U Njemačkoj su kapitalisti, bankari i industrijalci pokazivali težnju da postignu odlučan utjecaj

⁴ Autor Belan isto tako ističe da je Njemačka još i prije Hitlera smatrala film jakim oružjem.

na film, u čemu su na kraju i uspjeli pa su se počeli izravno miješati u sastavljanje repertoara” (Belan, 1966:91). Hitlerovi ideolozi Goebbels i Rosenberg kako ih naziva Belan, su kroz njemačku kinematografiju stvarali mit o neustrašivom plavokosom i modrookom Ariju, do bezumlja požrtvovnom i slijepo poslušnom mladiću, koji će se sutra ili prekosutra boriti za germanizaciju cijelog svijeta (Belan, 1966).

Nacistička vlast postupno je preuzela kompletnu filmsku industriju. 1932. godine kreirana je Državna filmska agencija (njem. Landesfilmstellen), skraćeno:LFS koja je bila odgovorna za distribuciju (propagandnih) filmova dok je (prevedeno) NSDAP Filmski ured (njem. Filmamt) sa sjedištem u Münchenu, bio zadužen za filmsku produkciju (Welch, 2001). Procedura kod preuzimanja dozvole za produciranje filmova izvršavala se otprilike na slijedeći način. - Ako bi producent želio snimiti film, prvo je morao podnijeti sinopsis Dramaturgu (Reichov direktor filma). Ako bi to prošlo, cijeli scenarij bi mogao biti napisan što se opet moralo odobriti prije samog snimanja (Welch, 2001). Također, Dramaturg bi nadgledao snimanje i upravljao mogućim izmjenama u nastajućem filmu. Postojao je i ured za cenzuru. Dakle, cijela filmska industrija je bila pod nadzorom i kontrolom stranke.

Centralizirana filmska industrija je počivala na koncernu UFA-e – Universum-Film-Aktiengesellschaft. UFA je bila velika korporacija, stoga su se male neovisne tvrtke u filmskoj industriji osjetile ugroženima. Na kraju su rezignirali i prepustili potpunu kontrolu NSDAP-u kao znak odanosti Njemačkoj. Proizvedeno je 1150 filmova od kojih su polovica bili dokumentarni s ratnom tematikom. Moto pod kojim su se proizvodili bio je „*lake teme za teška vremena*“⁵. Od igranih političkih filmova ubrajali su se: antikomunistički, antisemitski, antiengleski, ratni filmovi o pilotima i podmorničarima. U to vrijeme Goebbels je tvrdio da filmovi imaju moć utjecaja na uvjerenja ljudi, a time i na njihovo ponašanje. Pri tome je usmjeravao producente da u svojim (propagandnim) filmovima, nastoje uhvatiti „duh vremena“.

Od 1934. do 1943. broj posjetioca i broja filmova za prikazivanje u kinima je rastao. Razlog tomu nisu bile samo teške okolnosti rata i potreba za zabavom već želja vlasti da se u umove mladih ljudi ugradi „ratni“ mentalitet (Welch, 2001). Kino kao takvo je bilo nesumnjivo jedan od najvažnijih aduta za nacističko indoktriniranje njemačke mladeži⁶. Nadalje, shvatili su da

⁵ Nadodala bih kako bi ovo mogla biti svojevrsna inačica poznate izreke „kruha i igara“.

⁶ Uz distribuciju i produkciju propagandnih filmova, nacistička propaganda je operirala i u obrazovnom sustavu gdje je namjeravala usmjeriti mlade prema onim ideološkim temama koje je stranka željela promovirati. Ovdje se može referirati na događaj kada su studenti u svibnju 1933. godine, organizirali paljenje knjiga svih njemačkih autora koje je vlast smatrala nepodobnima, kao i brojnih stranih autora (Shirer, 1977: 345). Ipak, postoji

je filmski medij nenadmašan u svojoj sposobnosti igranja sa emocijama, jer bi se njime moglo manipulirati prilikom spajanja zabave s indoktrinacijom prema željama režima. Prikrivajući svoju namjeru, propaganda bi s vremenom uspjela osigurati jednobraznost mišljenja i djelovanja sa malo prilika za otpor (Welch, 2001). Štoviše, produciranje filmova u kojima je prikazivana Hitlerova mladež, promovirala je način na koji se njemačka mladež organizirala u pozitivnom svjetlu naglašavajući raznovrsne aktivnosti pokreta mladih i ideološko opredjeljenje njegovih članova. Između ostalog, služili su da budu vodstvo ostatku nacije. Naime, to je trebao biti naraštaj njemačke mladeži koji je trebao produžiti stvaranje Novog poretka u Europi.

1936. godine, ministar propagande Goebbels je tadašnjem novinarstvu zabranio kritiku već je bilo dozvoljeno samo „opažanje filma“. Novinari su mogli samo opisivati filmove, no ne ih i kritizirati. Goebbelsova nacistička filmska škola trebala je uputiti ljude kako snimati filmove u skladu sa nacističkom ideologijom (Jason, 2013). Ministar propagande Goebbels je izjavio: „Propaganda nema nikakve veze s istinom. Služimo istini služeći njemačkoj pobjedi“ (Welch, 2001). Nacistička propaganda trebala je popularizirati središnji mit nacionalsocijalizma: ideju nepogrešivog vođe koji snagom svoje volje i djelovanja stvara skladnu njemačku „Volksgemeinschaft“ (narodna zajednica) (Cipek, 2009).

Za Goebbelsa je zadaća propagande bila da složene probleme privrede, društva kulture, politike i uopće vladajući svjetonazor približi narodu. Točnije rečeno, radilo se o „preoblikovanju duha nacije“ kao sredstvu za postizanje ciljeva nacističke ideologije. Unatoč svom uspjehu i velikoj zadaći za nacistički režim, cjelovita propagandna teorija nije oblikovana. Štoviše, Goebbels je smatrao da se propaganda niti ne može detaljno planirati, pa zbog toga nije ni moguće, a ni potrebno oblikovati teoriju propagande (Cipek, 2009). Propaganda se u njegovim očima usmjerila na taktičke zadatke.

Da bi prikazali ulogu propagandnog filma važno je razumjeti karakteristike i prirodu nacističke vladavine. Jedna od glavnih značajki takvoj tipa je bilo pretvaranje cjelokupne kulture u propagandu. Studije o nacističkoj propagandi označile su početak sustavnih politologijskih, psihologijskih, komunikoloških, sociologijskih suočavanja s fenomenom manipulacije masama i stvaranjem podrške totalitarnom poretku (Cipek, 2009). Tomu se može nadodati da su takva sustavna istraživanja političke propagande i započela sa nastojanjem da se shvate razlozi

distinkcija između propagande i samog obrazovanja u kojoj valja biti oprezan. Ovo najbolje opisuje Zvonarevićev citat: „Obrazovanje uvijek ima svojevrstan propagandni efekt, ali propaganda rijetko kada obrazovni“ (Šiber, 1998: 54).

fascinantnog učinka fašizma na mase. Ovaj rad fokusirat će se na onaj dio propagande koji obuhvaća propagandni film u nacističkom režimu.

Postupno pretvaranje kulture u propagandu se moglo vidjeti u Goebbelsovim i Hitlerovim govorima na temu njemačke kulture. Hitler je tvrdio kako je u životu zajednice trebala nastupiti kulturna renesansa (...). Isto tako, kao u politici, i u kulturno-umjetničkom segmentu života, stranka je odlučila da je potrebno „kulturno“ čišćenje⁷. Goebbels je također dijelio takvo stajalište o budućoj ulozi njemačke umjetnosti. U jednoj od svojih prvih govora kao ministar propagande, Goebbels je izjavio da zadatak moderne njemačke umjetnosti nije dramatizirati stranački program, nego dati poetski i umjetnički oblik ogromnim duhovnim impulsima u nama. Dakle, politička renesansa svakako mora imati duhovni i kulturni temelj. Stoga je bilo važno stvoriti nov temelj kako bi njemačka umjetnost zaživjela⁸ (Welch, 2001).

Drugi cilj nacističke propagande je bio potkopati demokraciju. U mnogim nacističkim propagandnim filmovima, moderna umjetnost je obilježena kao „židovska“ i „degenerativna“. Propaganda je bila usmjerena na stvaranje emocionalne reakcije kod ljudi, a nije bila nužno istinita ili poruka zasnovana na činjenicama.

FILM

U filmu se nalazi, kako kaže autor Peterlić „privid“ neizmjenjenog svijeta. Sama riječ „film“ koristila se oko 1000. godine kada je imenovala tanku kožicu, membranu, opnu (životinjsku ili biljnu) ili kožicu što tvori prevlaku, oplatu ili pak namaz kojim se nešto prekriva, oblaže (Peterlić, 2018). U teoriji, film se definira kao fotografski i fonografski zapis izvanjskoga svijeta. Za potrebe ovog rada, obratit će se pažnja na utjecaj filma na gledatelja. Prema tome, filmom se djeluje na gledateljev psihički život, na njegovu sveukupnu doživljajnost, na njegovo mišljenje i na njegove osjećaje (Peterlić, 2018). Film za sebe tvori jednu posebnu cjelinu, a „pri složenom i promišljenom strukturiranju, povezivanju i nizanju oblika filmskoga zapisa stvara se 'komunikacijski kanal' između stvaratelja i gledatelja“ (Peterlić, 2018:59). S pomoću

⁷ Možda bi precizniji izraz mogao biti „pročišćivanje njemačke kulture“ (od svega onog što nije u skladu s voljom i interesima vladajuće nacističke stranke. Isto tako, neke filmske zvijezde poput glumice Tony von Eyck su se u razgovoru s Hitlerom protivile miješanju područja umjetnosti sa političkom propagandom.

⁸ Pa ipak, Hitler je smatrao kako će važnost propagande opasti nakon što stranka stekne političku moć. Za njega je propaganda bila bitna jedino u slučaju kad je organizirano članstvo malobrojno.

filmskih oblika (...) stvara se cjelovit novi filmski kontekst, sustav sa svojim zakonitostima, a koji su u filmskoj specifičnoj vezi sa stvarnim kontekstom, sa sustavom zbilje (Peterlić, 2018).

Također, da bi se film „Trijumf volje“ mogao analizirati u terminima teorije filma valjalo bi definirati što u teoriji filma predstavlja kadar, plan. Kadar je, tehnički, jedan neprekinuti čin snimanja, jedan neprekinuti „rad“ kamere; za gledatelja to je jedna neprekinuta filmska snimka (Peterlić, 2018). Isto tako, svaki se kadar može doživjeti kao pomno izabrana cjelina. Ako se krene u daljnje produbljivanje, kadar se može doživjeti kao izabrani isječak i upravo ta izabranost pridaje kadru u gledateljevu doživljaju posebnu značenjsku vrijednost, vrijednost važnosti ili iznimnosti građe što se u njemu prikazala (Peterlić, 2018). Ukratko, kadar je najmanja dovršena cjelina od koje se stvara cjelina filma.

Zatim, plan se definira kao udaljenost snimanog objekta od kamere koje je ustvari filmska prostorna mjera. Za ovaj egzemplarni slučaj u filmu jedan od najvažnijih elemenata je krupni plan. Krupni plan je jedan od najeminentnijih filmskih izražajnih sredstava. U narednom dijelu teksta ću pokazati neke karakteristike krupnog plana koje omogućuju određeni dojam u filmu. Kada se na filmskom platnu ukaže ljudsko lice tada se eliminira čitava okolina pa se gledateljeva pozornost usredotočuje samo na njega.

Egzemplarni film u ovom istraživanju „Trijumf volje“ je crno-bijeli film stoga bi valjalo reći nešto o tome. Premda je tadašnje vrijeme određivalo hoće li film biti u boji ili crno-bijeli, ipak bi se dalo razlučiti između uporabe svijetlog i uporabe tamnog. Svijetlo se koristi za tvorbu ugone, dok se tamno odnosi na tvorbu neugode, što proizlazi iz drevnoga čovjekova iskustva, iskustva dana i noći, svjetla kao izvora života i tmine kao smrti, hladnoće, izgubljenosti bića u općoj pomrčini (Peterlić, 2018). Nadalje, svijetlo-tamnim kontrastom se obično postiže doživljaj dubine, jer ono što je svjetlije pričinja se bližim, a ono tamnije daljim.

Ipak, kod kreiranja filma, najvažnija je kompozicija kadra. Ona znači raspored, red pa prema tome i neka ravnoteža što se ostvaruje iznalaženjem nekoga zakonitog vizualnog odnosa među bićima u stvarnome okolišu. Točnije, „kompozicijskim rješenjem kadra kao da se nešto pokazuje, kao da se u to 'upire prstom', pa iz toga izvire filmski retorički efekti, ostvaruju se posebna značenja u prizorima, stvaraju se filmski simboli, poruke“ (Peterlić, 2018:124). U tome je određena gledateljeva doživljajnost filma.

Također, da bi se preko analize filma pokazala propagandnost filma, potrebno je objasniti pojam montaže. Proces montaže odnosi se na postupak povezivanja, ljepljenja i spajanja kadrova. Ona omogućuje da se različita vremena i prostori spoje u jedno, odnosno u jedan

neprekinuti vremenski niz koji se gledatelju predoduje na projekciji (Peterlić, 2018). Montažno prikazivanje izvanjskog svijeta se razlikuje od čovjekova zapažanja izvanjskog svijeta. Upravo time što se montažom može povezati sve, čovjek bez otpora prihvaća nešto što je toliko drukčije od njegovog zapažanja svijeta, i na čemu se temelji njegovo prihvaćanje, a i razumijevanje nečega što je montažom dovedeno u vezu (Peterlić, 2018). Gledatelj se navodi da zaključuje induktivno i deduktivno o predodjenome, da raščlanjuje i sažima i na kraju donosi sudove te da utvrđuje poznate i dolazi do novih spoznaja (Peterlić, 2018).

Christian Metz (1982) dovodi u vezu jezik i film. Naime, dvije snimke zajedno mogu stvoriti potpuno novu cjelinu, značenje... Kao što jezik može spajanjem dviju riječi stvoriti novi pojam ili rečenicu. Na primjer, film izaziva posebnu emociju kod gledatelja spajajući kadrove. Prikaz lica i jela može značiti glad, prikaz lica i mrtvog djeteta označava tugu. Ovdje se na film gleda kao na sustav značenja. Najprije je film bio samo mehaničko snimanje koje je tek kasnije postalo teatralno. Ono što on proučava su kodovi nastali editiranjem nakon 1825. Film nije samo snimka, to je fraza. Npr. krupni plan revolvera nije samo snimka revolvera (kuleshov efekt), već insinucija da tu postoji revolver. Filmska manipulacija počiva na vizualnom transferiranju realnosti u diskurs. Film konstruira značenje kroz set kodova koji operiraju u sukcesiji. Međutim, on operira unutar slikovnog diskursa, a on je otvoren sustav koji nije lako kodificirati. Snimka lica u filmu i posebno osvjetljenje, kut, izraz, tip osobe, to nije samo lice kakvim bi ga označili u jezičnom diskursu. „Film je teško objasniti zato što ga je tako jednostavno razumjeti“ (Metz, 1982).

U svijesti gledatelja se ne događa samo 'pribrajanje kadrova' već on u toj vezi pronalazi i neki novi smisao, značenje, vrijednost ili sadržaj što nadilazi ono što mu je predodeno (Peterlić, 2018). Gledatelj stvara „priču“ filma tako što je gledajući film „stvoren 'naslaga' u sjećanju koja se u drugom od dvaju kadrova stopila u jedinstvenu 'mentalnu sliku', u čvrsti spoj s onim što je predodio drugi kadar“ (Peterlić, 2018: 147). Također, način montiranja može izmijeniti, točnije rečeno, dati drugu vrijednost sadržaju montiranoga, a sadržaj montiranoga može otkrivati drugu svrhu načina, a to je ovdje itekako bitno jer svaki spoj dvaju kadrova uvijek sugerira neki smisao. Doista, kako kaže Peterlić, film montažom prisiljava gledatelja da povezuje i samim time pronalazi neki smisao, a po samoj analogiji sa zbiljom i prema vlastitome iskustvu uvijek može, barem u kraćem montažnom nizu kadrova, pronaći neki za njega samoga „skriveni smisao“, skrivenu „logiku“, značenje, simboliku itd. veze spojenih kadrova. Potrebne su razne perspektive snimanja da se u sliku „ugradi“ značenje koje nam režiser želi prenijeti.

Za slavnog filmskog kritičara Bélu Balázsa je bit filmskog umijeća upravo u montaži. Za njega je montaža „oblik kretanja kamere“, a ipak toliko puno pruža i omogućuje da gledatelj „uđe“ u film. Montaža za slučaj „Trijumfa volje“ je bitna između ostalog što mijenjanjem načina montiranja isti sadržaji za gledatelja dobivaju različita značenja (Peterlić, 2018). Ovdje se već naslućuje ono „propagandno“ u slučaju filma Leni Riefenstahl. - Gledatelj „metodom indukcije „detektira“ ono što je skriveno a zajedničko u spoju kadrova i tako otkriva smisao (Peterlić, 2018). Vještom montažom, gledatelj se može potpuno identificirati s pogledom kamere. Dakle, kako kamera prati zbivanja tako gledatelj gleda pogledom kamere. „Kamera ima moje oči i poistovjećuje me s osobom koja vrši radnju“ (Balázs u Cipek:2009:103). Kamera gleda pogledom gledatelja. Gledatelj se navodi da zaključuje induktivno i deduktivno o predočenome, da raščlanjuje i sažima i na kraju donosi sudove te da utvrđuje poznate i dolazi do novih spoznaja (Peterlić, 2018).

Prema Loweyu, to bi značilo da su sve osobe koje se pojavljuju na filmskom platnu „inkarnacija pogleda gledatelja, njegovih želja i maštanja⁹“. Montaža utječe na gledateljeve sposobnosti mišljenja. Značenja koja pronalazi u montažnim spojevima su ista značenja do kojih dolazi posredstvom drugih vrsta komunikacije koje stimuliraju njegov intelekt (Peterlić, 2018). Zadržimo se još malo na značenjima. Naime, filmska građa prepoznaje se kao svijet u kojem bi mogli bivati. Različite prirodne pojave, ljudska ponašanja, izgled svijeta i ljudi ima i značenjsku vrijednost po sebi, a te značenjske vrijednosti kriju u sebi potencijal djelovanja na gledateljevu doživljajnost (Peterlić, 2018). Da je film zaista posebno izvanjsko iskustvo, u kojem se isprepleću sličnosti i razlike s izvanjskom svijetom pokazuje i to da je gledatelj naveden da osjeća, misli i zaključuje ono na što ga logika strukture tog filma upućuje, a ne ono prema čemu bi ga usmjerilo njegovo iskustvo ili trenutačno raspoloženje (Peterlić, 2018). Kracauer ističe kako čarolija film proizlazi upravo iz njegove sposobnosti brisanja granice fikcije i realiteta. Ljudi imaju potrebu da s vremena na vrijeme pobjegnu od realnosti, a film nam to omogućuje. Obuzeti snažnom željom da stvarnost bude drugačija, gledatelj je sklon zaboraviti ili zanemariti (makar na trenutak) da je film fiktivne prirode. Zbog snažnih emocija koje film pobuđuje, gledatelj (vjerojatno nesvjesno) prihvaća sve prikazano u filmu kao istinu. Isto tako, film povezuje tri dimenzije vremena: prošlost, sadašnjost i budućnost. On „zgušnjava vrijeme“ tako da se povijest provlači kroz vrijeme (Cipek, 2009).

⁹ Na želje i maštanja gledatelja filma se osvrće Žižek u filmu „The Pervert's Guide to Cinema“. On iznosi tezu kako su naše želje umjetno stvorene i to preko filma. Naime, želja je rana stvarnosti. Ona ulazi u našu stvarnost na način da je distorzira, a umjetnost filma se sastoji od podizanja želje i igranja sa željom no istovremeno održavajući objekt želje na sigurnoj udaljenosti od stvarnosti.

Dakle, iz svega se može zaključiti da osjećaji probuđeni gledanjem filma utječu i na mišljenje, rasuđivanje te se zatim vrlo lako pretvaraju u vrijednosne sudove i zaključke. Već je spomenuto kako različiti oblici filmskog zapisa pokazuju i pojačavaju kakav je lik. Tako su Hitleru u filmu „Trijumf volje“ putem pomno odabranih navedenih aspekata filma (srednji plan, svijetlo-tama, montaža) naglašene osobine nadmoćnosti, veličanstvenosti, visine, čvrstoće, dominacije... Nadalje, čovjek u filmu za gledatelja ima najveću vrijednost i zbog toga je on nužno objektom gledateljeve najdublje identifikacije (Peterlić, 2018). „Film (...) prikazuje čovjeka kao zbroj nebrojenih, u izvanjskosti očitovanih individualnih crta, 'otima' ga općemu, pokazujući fantastično bogat repertoar svake osobnosti, a time se otkriva osobito bogata tematika filma kao i njegova vlastita slika svijeta“ (Peterlić, 2018:219). Tako mnogi vjeruju da je Hitler u „Trijumfu volje“ „izrađen“ i predstavljen onako kako bi se i on sam želio vidjeti. Za moguće dileme, možda bi valjalo istaknuti distinkciju između političke namjere filma i stvarnog sadržaja filma. Welch objašnjava kako u visokopolitiziranom društvu, čak i apolitično postaje značajno, u smislu da čak i takozvani 'zabavni filmovi' teže tome da promiču službeni svjetonazor na stvari i jačaju postojeći društveni i ekonomski poredak¹⁰.

Bilo bi korisno reći još nekoliko riječi o djelovanju filmskog prizora. Dok gledatelj promatra „Trijumf volje“, duge marševe, redove vojnika, svečanu glazbu, jednu veliku priredbu i proslavu postojećeg režima, film ima tu moć da stvori privid prisustvovanja poznatome, a time i osjećaj sudjelovanja gdje se gledatelj osjeća kao da prisustvuje događaju, kao da se nalazi na mjestu događanja (u ovom slučaju to je stranački kongres NSDAP-a). Prema Edgaru Morinu taj fenomen se naziva *antropokozmomorfizam*. To bi predstavljalo istodobnu projekciju i identifikaciju – svoja svojstva unosimo u viđeni svijet, a svojstva svijeta u sebe (Peterlić, 2018). Prema Filmskoj enciklopediji, Morin je taj fenomen opisao na slijedeći način: „Materijalna fotografska slika dobiva duhovno svojstvo koje omogućuje čovjekovo emocionalno angažiranje; to je svojstvo dvojnika, 'slike-utvare čovjeka', koji nastaje na čulnoj registraciji ali se razvija u imaginarnome; dakle, fotografija je fizičkih slika s psihološkim odlikama: ona 'ima dušu'. Fotogeničnost, složeno i jedinstveno svojstvo sjenke, odraza i dvojnika, koje dopušta afektivnim snagama mentalne slike da se učvrste u slici što proizlazi iz fotografske reprodukcije, vodi stalnim preobražajima svijeta. To nam se predstavlja kao sustav

¹⁰ Goebbels je toga bio vrlo svjestan i vjerovao je da 'zabava može povremeno imati svrhu podržavanja naroda u njegovoj borbi za opstanak, pružajući mu potrebnu potporu i opuštanje u dramama svakodnevnog života (Welch, 2001).

svudaprisutnosti, svojevrsni animizam, jedinstvo mikrokozmosa i makrokozmosa, antropokozmomorfizam, magijska vizija svijeta zasnovana na gledateljevoj projekciji-identifikaciji, osobitome afektivnom sudjelovanju u kojem se slika fotografirane stvarnosti pojavljuje kao obezvrijeđena stvarnost čovjeka čija je afektivnost preuveličana, pa su tako moguća krajnje subjektivna stanja. Ona se prikazuju kao magija zasnovana na filmskoj tehnici, triku, fotografskom udvojenju, što pojačava objektivni karakter filmskog prikaza dodavanjem subjektivnog života uz pomoć 'snivanja u budnom stanju' i arhajske vizije svijeta primitivnog čovjeka; takva situacija kvazihalucinantnog dvojstva naziva se estetskim doživljajem (...).“ (Morin, <https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=3594>).

Isto tako, vrijedilo bi reći nekoliko riječi o redateljici filma koji se analizira. Njena karijera u filmskoj produkciji započela je s ranim "planinarskim filmovima" iz 1920-ih u kojima je glumila, a kasnije je počela i režirati. Ti filmovi su slavili junaštvo i tjelesni napor u ekstremnim uvjetima planinarenja. Nastavilo se s njezinim ozloglašanim nacističkim dokumentarcima iz 30-ih godina, koji su slavili tjelesnu disciplinu, koncentraciju i snagu volje u sportu, kao i u politici.

Zatim je, nakon Drugog svjetskog rata, u svojim foto albumima ponovno otkrila svoj ideal tjelesne ljepote i gracioznog samosvladavanja u afričkom plemenu Nuba. Napokon je u svojim posljednjim desetljećima naučila teško umijeće dubokog ronjenja i počela snimati dokumentarce o neobičnom životu u mračnim morskim dubinama. Kada su je pitali da istakne jednu svoju vrlinu, rekla je da bi to bila snaga volje. Vjerojatno je ova izjava istaknuta u nacističkom duhu jer je u središnjem mitu nacionalsocijalizma ideja nepogrešivog vođe koji upravo snagom svoje volje stvara skladnu njemačku narodnu zajednicu (Cipek, 2008). Dakle, snaga volje zauzima vrhovnu ulogu u nacističkoj ideologiji. Ona Hitleru omogućuje da stvori skladnu njemačku zajednicu, a Leni Riefenstahl pretpostavljam za kreiranje nacističkih propagandnih filmova.

Važan dio njene karijere je borba među muškim kolegama u filmskoj industriji, s obzirom da je bila jedina ženska producentica tada u svijetu filma. Premda je imala snažnu volju, ona je sebe predstavljala kao poprilično neodlučnu. Za sebe je smatrala da je sposobna za sve. No, neki, pa čak i članovi nacističke stranke je nisu smatrali doraslom snimanju filmova. Zato je imala jaku želju da se dokaže.

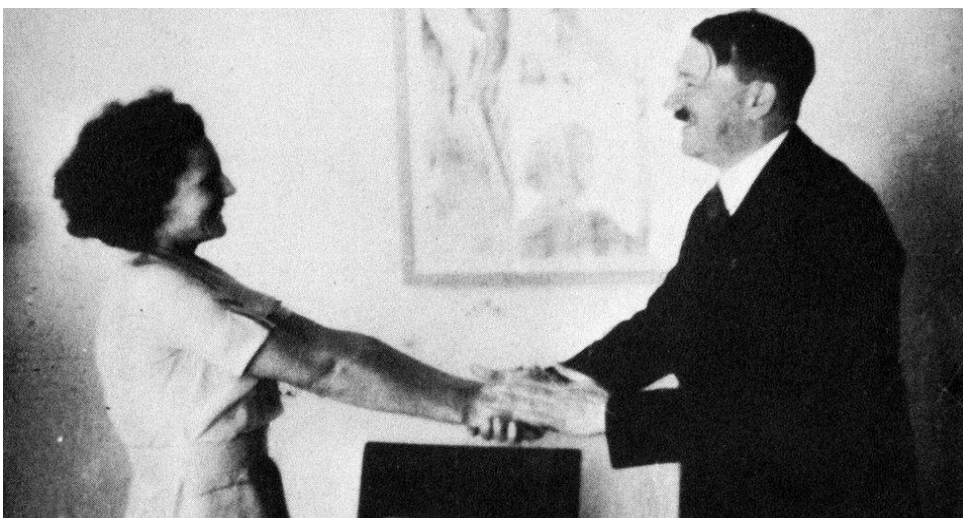
Mnogi „Nacističku umjetnost“ Leni Riefenstahl doživljavaju kao kontroverznu. Njen rad odjeknuo je u području estetike gdje je bio vrlo cijenjen. Rother primjećuje kako je njen talent doživio svoje priznanje, međutim bio je i predmet zavisti i prijezira. Imala je izložbe u Tokiju, Rimu, Milanu i Potsdamu. Bila je specijalna gošća na stogodišnjoj obljetnici magazina Time. to upućuje kako je bila, u terminima popularne kulture – kultni umjetnik (Rother, 2003). Ona sama je „figura umjetnosti“. Problem koji se javlja s njenim (kontroverznim) radom je moralne prirode. Kongres stranke NSDAP-a je bio organiziran kako bi se prenijela ideološka poruka masovnoj publici, film „Trijumf volje“ je rekonstruirao tu ideološku poruku za još širu javnost – kino publiku (Rother, 2003). Na optužbe za propagiranje nacističkih ideala vješto bi odgovarala kako je film dokumentarno ili povijesno dijelo. Međutim, ako njenu obranu uzmemo u obzir, ipak svaka odluka o tome što kamere trebaju ili ne smiju snimati, priroda snimanja, montaža i glazba, neizbježno podrazumijeva posebnu perspektivu događaja u filmu (Rother, 2003). Film „Trijumf volje“ otvorio je mnoga vrata i prilike za budući uspjeh mlade redateljice. Ovom kontinuitetu njezine karijere obično se daje fašistički prizvuk, kao u primjermom slučaju poznatog eseja Susan Sontag o Leni, „Fascinantni fašizam“. Ideja je da čak i njezini prije i postnacistički filmovi artikuliraju fašističku viziju života: Lenin fašizam je dublji od njezina izravnog slavljenja nacističke politike; ono se nalazi već u njezinoj pretpolitičkoj estetici života, u njezinoj fascinaciji lijepim tijelima koja pokazuju svoje disciplinirane pokrete. Unatoč kasnijim naporima Leni Riefenstahl da svoj film predstavi u drugačijem svjetlu, politički značaj „Trijumfa volje“ nije nikad bio upitan. S obzirom da su kritike njenih filmova izlazile u tisku, a tisak kontroliran i pod nadzorom vladajuće stranke, kritike su morale biti u skladu s ciljevima vladajućih stoga su sva odstupanja od općih izraza entuzijazma morala biti vrlo pažljivo formulirana. Kritičari bi oprezno pokušali izraziti suzdržanost (Rother, 2003).

Film je osvojio nagrade poput: Njemačka nacionalna filmska nagrada 1934/35, nagrada za najbolji dokumentarni film osvojena u Veneciji 1935. i Zlatni Medaljon na Svjetskoj izložbi u Parizu 1937. UFA je držala Leni Riefenstahl za „specijalnog zastupnika NSDAP-a“. Njezina suradnja s Hitlerom započinje 1933. godine, kada je on od nje zatražio da snimi kratku reportažu o političkom skupu nacističke stranke u Nürnbergu. Rezultat te suradnje bio je film Pobjeda vjere (Der Sieg des Glaubens) koji je izašao početkom 1934. godine. Te iste godine, Hitler je ponovno od Leni zatražio snimanje skupa nacističke stranke, ovaj put u punoj dužini. Radilo se o filmu „Trijumf volje“. Isprva mu je Leni predlagala da za snimanje skupa angažira redatelja Waltera Ruttmanna, ali ubrzo se predomislila i prihvatila se redateljske palice. Zapadne su ga zemlje, unatoč veličanju nacističkog režima i širenja nacističke poruke, opisale kao “impresivni

spektakl koji pokazuje odanost Nijemaca Hitleru”, “nacističko remekdjelo”, te “remek-djelo romantizirane propagande”. Neke od kritika koje je film dobio bile su da je on: “neupitno remek-djelo autentičnog genija”, “iznad svake konkurencije”, ali i da ga je “napravio umjetnik vrlo naivne političke prirode, nesvjestan vanjskog svijeta”. Zbog svog sadržaja i posljedica koje je uzrokovao, film je nakon Drugog svjetskog rata proglašen povjerljivim materijalom, te su sve kopije zaplijenjene. Taj je status ukinut tek krajem devedesetih godina 20. stoljeća, kada je njegovo distribuiranje ponovno dopušteno. Film je izašao 1935. godine pod geslom: “Stvoriše ga Nacisti, za Naciste i o Nacistima” (Horvat, 2009:36-37).

Prema procjenama je film pogledalo 20 milijuna ljudi. Čak je i sam Hitler osobno čestitao Leni Riefenstahl te joj uručio cvijeće. O nametanju nacističke ideologije govori i to da je divljenje koje je Hitler imao za film, morala dijeliti čitava nacija. Radi se o jednom od najznačajnijih filmova svih vremena. Zapravo, toliko je bio dobar da se smatralo da više ne treba više snimiti ni jedan film o Hitleru. Nije tajna ni da je Hitler gajio simpatije prema samoj Riefenstahl i njenom radu u filmskog industriji (Cipek, 2009:101-102).

Originalna zamisao je bila snimiti film koji bi dokumentirao rane dane Nationalsocijalističke stranke kako bi buduće generacije mogle vidjeti kako je nastao Treći Reich. Međutim, budući da se Treći Reich nije dugo održao, Trijumf volje pokazuje povjesničarima kako je nacistička Njemačka putem filmske propagande privukla mase ljudi i pokazuje Hitlerovu jedinstvenu i zastrašujuću sposobnost da uvjeri mase u svoja uvjerenja. Leni Riefenstahl, zbog ovog i drugih filmova, kao i zbog drugih zasluga u promoviranju nacističke ideje, je poslije Drugog svjetskog rata, no kada su je upitali što ima reći u svoju obranu, ona je samo kratko odgovorila: “Snimila sam istinu kakva je bila, ništa više” (Horvat, 2009:37).



Slika 1. Leni Riefenstahl i Adolf Hitler

Osnovne ideje nacističke propagande sastojale su se od dva segmenta: prvi je bio Hitlerova rudimentarna propagandna teorija zasnovana na učenju o psihologiji masa Gustava Le Bona, a drugi je bio praktični dio u kojem je glavnu ulogu imao nacistički ministar propagande Joseph Goebbels. Unutar nacističke propagande zadržavale su se glavne ideje nacističke ideologije: antisemitizam, ideja o superiornoj njemačkoj „Volksgemeinschaft“ i nepogrešivom vođi koji stvara novi tisućljetni njemački Reich¹¹ (Cipek, 2009:96). Za Hitlera je propaganda značila pravu umjetnost. Prema njegovim riječima „sposobnost percepcije velike mase je vrlo ograničena, razum mali, istovremeno je zaboravnost velika. Polazeći od te činjenice, svaka djelotvorna propaganda treba se ograničiti na samo na nekoliko značajnih točaka i njih uporno ponavljati“ (Hitler, 1938).

Autor Doobs smatra da mase traže iluziju i da maštanje utječe na ljudsko ponašanje jednako kao i stvarni događaji, stoga je propagandi film preko uprizorenja masovnih događaja i prenošenja slika nastojao probuditi potisnute porive i u srca ljudi usaditi nacističke ideale (Cipek, 2009:98). Propagandom se legitimirala totalitarna diktatura dok se kontrola medija provodila „zakonima“ donesenim 1933. Film je po svoj svojoj prirodi i svojstvima i specifičnom utjecaju na gledatelja (a i mase) bio jako propagandno sredstvo. Zadaće nacionalsocijalističkog filma bile su: a) produbiti vjeru u Njemačku i njezinog vođu, b) oblikovati zajednički „narodni doživljaj“ suvremenih zbivanja, c) stvarati mentalne pretpostavke za formiranje etosa zajednice, d) pojašnjavati smisao mjera i zapovijedi državnog vodstva (Cipek, 2009:99).

Sontag i Friedlander primjećuju propagandno korištenje nostalgичnih snova, žudnje za spektakularnim, dubokih strahova i nejasnih nada te naprosto potrebe ljudi za spektaklom. Isto tako slažu se da funkcija političkog poretka nije samo zadovoljenje materijalnih nego i duhovnih potreba ljudi. On daje smisao životu ljudi, a korištenjem propagande politički režim se legitimira na jednoj razini. Tu postoji i potreba za kolektivnim identitetom koju su nacisti nastojali zadovoljiti ističući sliku vođe kao spasitelja nacije koji treba omogućiti da se posvađani njemački narod stopi u „Volksgemeinschaft“ (Cipek, 2009:95). Spretnim

¹¹ Osim što je propaganda služila između ostalog za pridobivanje novih simpatizera i pristaša, ona je također služila za promicanje nacionalsocijalističke zločinačke „političke religije“ i jedan način homogenizacije članova NSDAP-a. Prema Voegelinu pojam političke religije označava političko značenje emocija na kojima se temelji vjera u neki apsolutni, sveti politički cilj. Prema tome dolazi do srastanja duhovne i političke sfere (Cipek, 2008).

manipuliranjem mitovima i predrasudama, djeluje se na osjećaje masa kao što film specifično djeluje na gledatelja.

Film uvijek postoji u određenom političkom i društvenom kontekstu. I to u takvom kontekstu koji omogućuje da svaki film bude propagandno sredstvo. Prema tome, značajke koje omogućuju politizaciju i propagandnu funkciju filma su: a) to da film dobiva svoj vlastiti život, on postaje fenomen za sebe, b) film omogućuje gledatelju „mekano“ suočavanje sa stvarnošću, preko njegovih nikada u potpunosti razumljivih filmskih metafora i pod c) u filmu se projekcije pojedinačnih slika politike i društva transformiraju u kolektivni mit (Cipek, 2009:99-101). Ako je propaganda usmjerena na osjećaje, a film utječe na naše osjećaje, onda je propagandni film snažno oružje za postizanje ciljeva nacističke ideologije.

ANALIZA SCENA

Mjesto radnje su tri lokacije: ulica, dvorana i otvoren prostor (tabor, livada, stadion), a glavnu ulogu imaju tri aktera: narod, stranka i vođa. Hitler je bio glavnu glumac u filmu. Onaj kojemu se dive, koji predvodi mase, onaj kojeg slušaju s ushitom i predanošću.



Slika 2. Plakat "Trijumfa volje"

Na početku filma, kada kamera „lebdi“ zrakom iznad grada, među oblacima se ukazuju srednjovjekovne crkve, industrijski dimnjaci, rijeke i mostovi. Nešto kasnije u paradi ljudi, kamera krupnim planom ističe lica mladih žena, seljakinja čime se želi pokazati žensku idealizaciju Vođe. Za te žene i za mlade libidinalni objekt (Hitler) je na mjestu ego ideala. Zatim se začuje himna NSDAP-a „Horst Wessel Lied“ (hrv. Lagao je Horst Wessel) čime se sugerira da su se nacisti materijalizirali iz domorodačkog stanovništva tj. iz naroda što je populistička strategija stjecanja legitimnosti. Po završetku parade, zamjenik savjetnika Rudolf Hess objavljuje smrt predsjednika Reicha Paula von Hindenburga. Njegovo „palom ratniku“ obilježava pokušaj povezivanja njemačke prošlosti i sadašnjosti kako bi se stvorilo povijesno jedinstvo koje se oslanja na činjenici da se Hindenburg odlučno protivio nacistima (Tomasulo, 2014). Nadalje, obraćajući se Hitleru sa „Vi ste Njemačka“, Riefenstahl precizno prikazuje reakcije ljudi – jedne starije žene i mlade djevojke povezujući dvije različite generacije. Obje žene iskazale su ovacije.

Leni Riefenstahl je primijenila tehnike filmske režije svog bivšeg suradnika Béle Balázsa koji je bio jedan od prvih teoretičara filma uopće. Za njega je krupni plan bio temelj filmskog iskaza. Lice koje se prikazuje u krupnom planu je živo, pokretno, nalazi se u stanju mijene (Peterlić, 2018). Krupni plan koristit će se u filmovima u namjeri da se nekoga zapamti, da ga se izdvoji iz skupine kao individu, ali s posebnim značenjem za film. Preko krupnog plana, gledatelj se upoznava s čovjekom, s njegovom ličnošću i s njegovim karakteristikama kao posebnog lika u filmu, dakle kao osobe s kojom se treba pobliže upoznati (Peterlić, 2018). Na kraju krajeva, svojim licem čovjek izražava sebe, kontekstom filma ti izražaji izazivaju gledateljevu simpatiju ili antipatiju, voljenje ili odbojnost (Peterlić, 2018).



Slika 3. Krupni plan

Na slici 3. nalazi se prikaz djevojke u krupnom planu. Scena se pojavljuje u početku filma dok se prikazuje Hitlerov dolazak popraćen ovacijama mnogobrojne publike. Iz mase je izdvojena ova djevojka. Zahvaljujući krupnom planu, na djevojčinom licu se može primijetiti niz doživljaja i skrivenih emocija. Ako se malo bolje zagledamo u ovo lice, može se uočiti: uzbuđenost koja se odražava na crvenilu njenih obraza, prikriivena simpatija prema objektu na kojeg baca pogled (na Hitlera), radost, ozarenost... U krupnom planu je sve uvećano stoga se otkrivaju i raspoznaju najsitniji detalji. Povećavanjem i približavanjem stvara se dojam blizine lica, a u takvoj se blizini gledatelj može rijetko naći u stvarnom životu. Jedino krupni plan omogućuje dočarati širok spektar detalja u prikazanom objektu, a u sklopu montaže omogućiti gledatelju poistovjećivanje s kamerom o čemu će biti riječi kasnije.

Film prati događanja kongresa, a kongres NSDAP-a sastojao se od četiri elementa. 1. „čisto“ političkog dijela u kojemu nastupaju stranački delegati, aklamacija Hitleru, društvenih ili bolje rečeno staleških udruga radnika, seljaka, službenika itd. koje su trebale pokazati da stranka okuplja sve slojeve njemačkog naroda. 2. pseudo-religioznog elementa u kojem se ljubi „Krvava zastava“ iz neuspjelog puča 1923. i odaje počast mrtvim drugovima, 3. koji ima element pučke svetkovine s vatrometom, s bakljadom, glasnom glazbom i to od Wagnerovih opera do popularnih narodnih pjesama, 4. militaristički element u čijem su središtu odredi SA i SS-a koji složno marširaju vojničkim korakom (Cipek, 2009:103).



Slika 4. Ovacije iz publike, a jedna od poruka scene može biti: Hitler je obožavan, poželjan i slavjen od strane mlađih i starijih naraštaja.

Film ima dvije razine sadržaja filma: manifestnu i latentnu. Na manifestnoj se prikazuju zbivanja u filmu i političke poruke koje film zastupa a na latentnoj se opisuje način na koji se poruke prenose točnije filmski jezik kojim se nastoji „očarati publiku“. Cijela radnja može se podijeliti na četiri cjeline: večer uoči kongresa kad se pokazuje mjesto radnje i prati dolazak Hitlera, prvi dan vrijeme otvaranja i nastup radnih odreda koji završava noćnim skupom, drugi dan kada nastupa Hitlerova mladež, te svršava mimohodom odreda SA i SS-a. Sve završava Hitlerovim govorom (Cipek, 2009:104).

Vješt看 kretanjem kamere i vještom kombinacijom kadrova naglašava se jedinstvo između stranke, naroda i vođe. - „Trijumf volje“ prema tadašnjim oznakama razlikovanja filmova je obilježen kao „politički vrijedan“ film koji je u potpunosti odražavao ciljeve NSDAP-a (Welch, 2001).

Prva scena započinje slavljenjem Vođe. Hitler se u tim prvim scenama ne vidi već se samim neprikazivanjem i iščekivanjem dolaska stvara napeta uzbuđena atmosfera iščekivanja, možda i nadanja (da će doći nešto veliko, snažno, nadmoćno iz visina). Prizori se izmjenjuju u ritmu snažne glazbe koračnice. Takav spoj glazbe i prizora sugerira snagu nacističkog pokreta te se tako prekriva stvarnost. Može se reći da film pokazuje jedan „pseudorealitet totalitarnog režima“ (Cipek, 2009). Upravo je srž nacističke propagande „usisavanje i brisanje“ stvarnosti. Tu film posreduje kao fantastično sredstvo za transformaciju stvarnosti.

Nacistička ideologija može se sažeti pod riječima koje je izgovorio Heiß u filmu: „Stranka je Hitler - Hitler je također Njemačka kao što je Njemačka Hitler“. Poistovjećivanjem vođe i zemlje otvara se druga ideja nacističke ideologije promicana u filmu, a to je ideja posebne narodne zajednice koju jamči Hitler (Cipek, 2009). Kroz film se pokazuje da je Hitler ključna ličnost njemačke povijesti. Osim što je prikazan kao nadmoćan putem snimanja iz pomno odabranih kutova snimanja, pokazan je i kao spasitelj njemačke nacije koji će prekinuti patnje uz pomoć vojske sebi vjernih sljedbenika (Cipek, 2009).

U pozadini ideje stoji buđenje nade za bolje sutra. Nationalsocijalisti će omogućiti narodu da ponovno bude sit, da postane jedinstven, da se raduje te da se prekinu međustranačka prepucavanja.

Montaža je u većini ponavljajuća. Općenito se sastoji od izmjene snimaka scena a zatim snimaka reakcija publike na scenu. Činjenica da su takve snimke snimljene pokretne pošto su snimljene uglavnom iz automobila, čini prizore još dinamičnijima. Da bi dodala raznolikost prezentaciji tom virtualnom kontaktu pogledom između Hitlera i razdragane publike, Riefenstahl se koristila sa što više različitih raspona i kutova kamere. Međutim, hijerarhija je vrlo jasna – ljudi su uvijek prikazani u visokokutnim kadrovima dok je Hitler prikazivan iz niskog kuta ili kuta u razini očiju. O prikazu hijerarhije između Hitlera i mase u filmu govore slike 5 i 6.



Slika 5. Prikaz naroda iz visokog kuta kao iskaz podređenosti mase u nacističkom režimu



Slika 6. Prikaz Hitlera iz niskog kuta čime se iskazuje njegova nadmoćnost i nadređenost

Ponovno, time se pokazuje nadređenost Hitlera, a podređenost mase. Osim toga, Hitler je ovdje primatelj podrške koja dolazi iz ozarene publike. Poruka je jasna, Hitlerova podrška dolazi iz naroda. Hitlerovo putovanje u hotel ispratila je lančana reakcija ovacije publike. Uz to što je prikazan središnji, glavni lik u filmu, pažljivi izbor rasvjete i svjetla pridodaju gotovo religioznu auru Hitlerovom liku. Scene u kojima se pojavljuju odredi SA kojem je Hitler oduzeo moć samo dva mjesecima ranije, oduševljeno pozdravljajući svog novog vođu, Viktora Lutze - nasljednika ubijenog Röhma. Istinski spontani entuzijazam koji je ovdje vidljiv prilično je različit od većine ostalih scena u filmu. To nije bio trijumf volje, već trijumf preživljavanja (Rother, 2003).

U lošim uvjetima života, vremenu nestabilnosti, nacionalsocijalizam je idejno pokazivao nadu da će klasni sukobi biti prevladani, da će ljudi dobiti posao i da će se stvoriti jedna nova zajednica međusobne solidarnosti njemačke zajednice (Cipek, 2009). Vjernost, rad i žrtva za naciju postale su glavne propagandne vrline. Prikazom nastupa pripadnika Radne službe, SA i SS-a slala se poruka da se nova zajednica stvara borbom. Borba traži žrtve koje se slave, a smrt za naciju postaje nešto sveto. Stoga se čuje melodija kojom se slave pali stranački drugovi „Ich hatt' einen Kameraden“ (prevedeno: „Imao sam druga“). Iz toga proizlazi kult smrti koji se vidi u scenama dugih nacističkih zastava s kukastim križem, dok njihovu procesiju prati pjesma Hitlerove mladeži. Sve se odvija pod parolom „Naša zastava nas nosi naprijed. Naša zastava je novi cilj. Naša zastava nas vodi u vječnost. Da, zastava je više od smrti“ (Slika 7.).



Slika 7. Procesija nacističkih zastava s kukastim križevima

Završne scene ostavljaju dojam mističnog rituala. Na samom kraju, kolone su krenule kući. Slavljenje smrti je bilo na svom vrhuncu. Poruka je bila ta da samo smrt jamči rađanje nove njemačke narodne zajednice – „Jedan vođa, jedan narod, jedno carstvo“. Premda je uspostavljanje nacističke diktature najprije proizlazilo iz strukture onovremenog njemačkog društva i politike, propaganda sa svojim jakim oružjem propagandnim filmom značajno je pomogla u legitimiranju nacističke ideologije kao nove političke religije. Nakon uspostave diktature, zahvaljujući snažnoj propagandi, cjelokupni javni život je postao propaganda (Cipek, 2009).

Autor Tomasulo istražuje politički sadržaj i psihološki kontekst filma „Trijumf volje“ spajajući tri načina analize - ideološki, psihološki i kinematografski. On iz različitih aspekata „prevodi“ film na značenja i tumačenja kakve ih mi poznajemo u političkom sadržaju i psihološkom kontekstu. Siegfried Kracauer filmu kaže da film zapravo ne reflektira eksplicitna uvjerenja

kao psihološke dispozicije već otkriva dublje slojeve kolektivnog mentaliteta koji se protežu više-manje ispod dimenzije svijesti (Tomasulo,2014: 99-118).

Na kraju krajeva, film pokazuje što bi trebali željeti, a i kakvo je ponašanje poželjno kad su u pitanju nacistički propagandni filmovi. Sam Goebbels po pitanju „kreativne umjetnosti moderne političke propagande“ zaključuje kako je dobro koristiti oružje, no da je daleko bolje osvojiti srca ljudi (Tomasulo, 2014). Propagandni filmovi Leni Riefenstahl su upravo tako utjecali na gledatelja, manipulirajući gledateljem vješto manevrirajući filmskim tehnikama. Da se u „Trijumfu volje“ željela pokazati skladna i ujedinjena njemačka narodna zajednica pokazuje i scena u kojoj narod zajedno radi bez obzira na njihove regionalne razlike. Prava svrha takvih scena bila je izgraditi osjećaj njemačkog jedinstva.

Isto tako, može se jasno vidjeti hijerarhija društvenog poretka koju proklamira i očekuje nacionalsocijalistička ideologija. To možemo vidjeti i na primjeru kada se Hitler obraća radnom korpusu, masi ljudi. On je fokusiran dok je masa zamućena.



Slika 8. Hitler je fokusiran, masa zamućena.

Na taj način se šalje poruka da je Vođa taj koji je jasan, moćan, poznat dok je s druge strane masa nefokusirana, sekundarna, podređena i lojalna (Slika 8.). Ista poruka se može uočiti kada tijekom govora Hitler ima pozadinsko osvjetljenje koje baca svjetlost na božansku auru čime se posvjetljuje Hitlerova kosa a publika je izvan fokusa. Što se tiče Hitlerove mladeži, kada Hitler ulazi u amfiteatar prikazuju se trube koje asociiraju na faluse u erekciji. One trube

aludirajući na seksualne simbole masovne pobude koja kulminira prikazom *der Furhera* (Tomasulo, 2014).

U scenama u kojima se Hitler obraća mladima riječima (u prijevodu): „Vi ste meso moga mesa i krv moje krvi“ primjećuje se poveznica između euharistijskog elementa te scene sa Arijevskim podtonovima. Kada se Hitler obraća redovima SA i SS-a, spominje da neće biti podjela unutar stranke te nadodaje (u prijevodu): „Naša stranka je poput stijene“. Taj čin je zapravo metafora za Kristovu Crkvu, točnije na onaj dio kada se Isus obraća apostolu Šimunu sa riječima: „Ti si Petar stijena, i na toj stijeni sagradit ću Crkvu svoju (...)“ (Tomasulo, 2014:110).

U prizorima dugih redova vojnika u filmu se uočava horizontalna kompozicija koja najčešće ostvaruje doživljaj čvrstoće, discipline, mirnoće, sigurnosti...O tome govori prizor na slici 11.

Ovdje bi se moglo nadodati kako se u izvanjskome svijetu pravilan geometrijski red rijetko viđa, gotovo je stvar slučajnosti stoga je kadar u kojem vidimo pažljivo odabranu statičnu kompoziciju uvijek djeluje kao komentar, kao skretanje pozornosti na nešto značajno, na otkrivanje simboličke vrijednosti u prizoru (Peterlić, 2018). U prizorima gdje se prikazuje sam Hitler, često se vidi vertikalna kompozicija (to bi značilo visok izdvojen čovjek u srednjem planu) što na gledatelja ostavlja osjećaj nadmoćnosti, dostojanstvenosti, veličanstvenosti (Peterlić, 2018).



Slika 9. Hitler u srednjem planu.



Slika 10. Kamera, sakriveni promatrač - gledatelj je iza stuba razmatrajući scenu.

U filmu je naznačena uloga njemačkog naroda u cijelom sustavu, a to je da uvijek bude pratitelj. To se ostvaruje agresivnim kadriranjem na sudionike parade (a i istovremeno svojevrsnog rituala) koji hodaju ravno prema kameri zajedno s pogledom iz ptičje perspektive koji gleda prema dolje na organizirane mase. Na kraju krajeva, u „Trijumfu volje“ ne radi se o volji, kako Sontag primjećuje, već o „trijumfu moći“ (Tomasulo, 2014). Dugi, pravilno raspoređeni, marširajući redovi vojnika podsjećaju na koloniju mrava. To može upućivati na rigidnu geometrijsku konfiguraciju i usklađenost ljudskih umova i tijela, čineći tako kolektivno tijelo.



Slika 11. Scena u kojoj je naglašena geometrijski, pravilan raspored vojnika, nalik na mravinjak.

Tomasulo je otkrio još jednu dimenziju nacističkog propagandnog filma – njegovu emocionalnu privlačnost. Film evocira potisnute nagone, nameće želje, a ponekad, kao u ovom

slučaju, dovodi gledatelja u njegovu vlastitu psihu (Tomasulo, 2014). U tome vjerojatno leži jedan od razloga za veliki uspjeh ovog filma. U slijedećem poglavlju će se nastojati pokazati perspektiva gledatelja. Osim što nameće i prenosi poruku na gledatelja, samo iskustvo gledanja filma duboko utječe na psihu i osjetila gledatelja.

UČINAK FILMA NA GLEDATELJA

Da bi se razumjela tehnika, sadržaj priče i evolucija propagandnih filmova, neminovno je uključiti psihološke obrasce nacije u njihovo proučavanje. U širem smislu riječi, postoji još jedna dimenzija i funkcija propagandnog filma koju bi bilo korisno spomenuti. Goebbels je išao korak dalje od propagandnih filmova koji su glasno proklamirali i ponavljali nacističke ideale. Propaganda se prelijevala i u igrane filmove koji su u to vrijeme bili vrlo popularni. O tome govore Goebbelsova izjava u kojoj je naglasio da ne želi filmove u kojima se lako prepoznaje propaganda, jer je najbolja propaganda ona koja se ne da lako raspoznati (Cipek, 2009:99). Preko njih je propaganda namjeravala izmanipulirati publiku da prihvate određeni oblik ponašanja prikazan u tim filmovima. Oni su propagirali nacističku ideologiju na anestetičan način odražavajući ambijent nacionalsocijalizma. Na taj način, suptilno pojačavajući postojeće vrijednosti i uvjerenja, a ne otvoreno proglašavanje nacističkih namjera, kino je uspjelo pomaknuti proces razmišljanja prema takvima elementima nacističke filozofije kao što su njemački nacionalizam, superiornost arijske rase, narodna zajednica, elitizam i militarizam.

Film razotkriva stvari koje su obično nevidljive. Također, film ima tu sposobnost da preplavi svijest i dovede gledatelja gotovo u stanje hipnoze (Kracauer, 1997). Prema tome, „Trijumf volje“ ritmičnom izmjenom kadrova popraćenim glazbom koja ostavlja sveukupni dojam jednoličnosti, navodi gledatelja da „prestane razmišljati“ i da se prepusti filmu prihvaćajući film kao stvarnost.

Film pokazuje određene aspekte vanjskog svijeta koji se mogu nazvati kao „posebni modusi realnosti“, - u stvari koje obično ne vidamo svakodnevno bi se uklopio krupni plan. Krupni plan

upućuje na ono što se događa iza lica prikazanog u sceni. Obično se na tom licu primjećuju emocije glumca ili prikazanog¹² kao što je već rečeno.

Filmovi nam omogućuju da slična iskustva prolazimo tisuću puta. Oni otuđuju našu okolinu razotkrivajući je (Kracauer, 1997). Redatelj može jednim nagibom kamere pobuditi jaku znatiželju u gledatelju. Upravo zbog svoje metamorfozne moći se snimke iz neobičnih kutova često koriste u propagandne svrhe kao što su npr. neki kadrovi u filmu u kojima se pojavljuje Hitler (Kracauer, 1997). Najreprezentativniji primjer toga su slike broj 12 i 13 sa primjerim 1 i 2.



Slika 12. Neobičan kut snimanja primjer 1



Slika 13. Neobičan kut snimanja primjer 2

¹² Crowther živopisno opisuje ljepotu krupnog plana u jednom filmu kao „smišljen da uhvati otkucaje srca uznemirene krvi u mladenačkim venama, vrelinu mesa oslobođenog pritiska, meso straha ili očajja u uznemirenim očima“ (Kracauer, 1997, prijevod Autor).

Ovaj neobični kut snimanja potiče na uživanje u voajerizmu. To se događa zbog doživljaja bivanja u sceni velikog vođe iza kojeg se približno gleda u publiku koja ga veselo pozdravlja. Istovremeno je to slanje poruke gledatelju da može biti samo u sjeni takvog vođe. Sličan efekt se može vidjeti na slici 10. gdje se kamera „šće“ iza masivnih stupova „promatrajući“ skup stranke i govor baš kao da se gledatelj nalazi ondje.

Gledatelj jest pasivni promatrač filma, no njegovo zapažanje je vrlo aktivno. Tako scene nasilja, bakljade, glasnih povika i visoke emocionalnosti mase koje se često pojavljuju u „Trijumfu volje“ nastoje preplaviti svijest. One kao takve, u gledatelju izazivaju uzbuđenost i istovremeno agoniju. Važan segment ovog filma je svečana, upadljiva, dinamična glazba koja se precizno izmjenjuje sa ritmovima različitih kadrova. Glazba može imati brojne učinke kao npr. uzbuditi, razveseliti, rastužiti gledatelja, siliti ga na razmišljanje, stvarati napetost, razdraživati itd. (Peterlić, 2018). Glazba u filmu pruža emocionalno obojenje prizoru. Zvukovi i glazba u takvim scenama imaju veliku važnost. Takve „glasne“ scene ne navode gledatelja da pažljivo promatra slike, već ga pozivaju da uživa u zabavnoj analogiji.

Sva ova filmska svojstva pa čak i njegovi učinci na gledateljevu svijest omogućuju filmu da postane propagandno sredstvo u nacističkom režimu. Ipak, valjalo bi istaknuti kako film nije samo medij već ga unutar režima treba shvatiti kao dio institucionalnog aparata. Kino i film je duboko prisutan u našem društvenom životu i samoj psihi ljudi. Primjerice Mulvey u *Visual and Other Pleasures: language, discourse, society* (1989) ističe da kino ima dvije forme: ono što se prikazuje na platnu i gledatelje koji promatraju platno. Ove obe forme su proizvedeni društvenog poretka koji je patrijarhalni¹³.

Zanimljive osvrte o odnosu filma na filmskom platnu i gledatelja iznijeli su Metz, Kracauer, Žižek. Metz i Žižek su fenomen kina analizirali iz psihoanalitičkog pristupa. Osim što film djeluje na gledateljevu percepciju prikazanoga, film djeluje i na gledateljevo nesvjesno te na njegova osjetila. „Upad“ ili „ulazak“ filma u gledatelja opisao je René Clair u Kracauerovoj „Teoriji filma“ kada je u jednoj kritici usporedio slike na ekranu sa vizijama koje dolaze u naše snove, a gledatelja sa sanjarom pod čarolijom njihovih sugestivnih moći (Kracauer, 1997).

¹³ Mulvey u svojoj knjizi *Visual and Other Pleasures* (1989) argumentira Metza i proširuje njegovu tezu za poistovjećivanjem gledatelja sa kamerom ističući kako je važno kakvi se likovi pokazuju u filmu i kakva je priča ispričana u filmu. Te stvari utječu na gledateljevu percepciju. Tako primjerice u klasičnim američkim filmovima muškarac kontrolira filmsku fantaziju i pojavljuje se kao predstavnik moći, u daljnjem smislu kao nositelj pogleda gledatelja. Film se strukturira oko glavne (muške) figure s kojom se gledatelj poistovjećuje. Mulvey ovdje iznosi feminističku perspektivu u kojoj je film organiziran oko središnje muške figure koja vodi radnju, dok je ženski lik tek pasivni objekt muške želje. Na taj način iskazuje kako će Metzova „zrcalna faza“ primjenjena na film, djelovati samo na neke, točnije samo na muškarce (Mulvey, 1989).

Filmske snimke djeluju primarno na naša osjetila. One angažiraju gledatelja najprije fiziološki, prije nego dođe u poziciju da odgovori intelektualno (Kracauer, 1997).

U „Trijumfu volje“ prikazan je, takoreći, prototip obrasca za ponašanje mase. Masa ljudi, redova vojnika i publika, zanosno kliču i nasmijano pozdravljaju Vođu. Primjenjujući Tomasulove pretpostavke o tome kako prikazivanje pozitivnih reakcija u filmu, na gledatelja djeluje poput (kako Tomasulo (2014) spominje aludirajući na Freudov koncept „grupnog uma“) „zaraze“. Gledatelj takve reakcije lančano prima u sebe, pamti ih i pod utjecajem grupe („jer svi tako čine“) poprima slične pozitivne reakcije na prikazani događaj. Može se reći da se u gledatelja svojevrsno „instalira“ specifičan obrazac ponašanja u nacističkom režimu manipulirajući njegovim emocijama, odnosno koristeći ovu vještinu lančane reakcije kod gledatelja.

Redatelj Pudovkin (Kracauer, 1997) u propagandnom smislu, na film gleda kao na najboljeg učitelja jer ne poučava samo mozak već i cijelo tijelo. Da bi se ideja, u ovom slučaju to je nacistička ideologija, prodala, moraju se osim intelekta pridobiti i osjetila ljudi. Potencijalni vjernik u ideje promovirane propagandnim filmom može intelektualno čak odbaciti ideju, no može ju emocionalno prihvatiti pod pritiskom nesvjesnih nagona (Kracauer, 1997). Stoga da bi propaganda bila učinkovita, mora nadopuniti moć rasuđivanja s poticajima i insinucijama koje mogu utjecati na osjetila čovjeka ili kako autor Clair u Kracauerovoj *Teoriji filma* (1997) spominje „trbušne mišiće“. Filmovi čine točno to.

Kracauer se nadovezuje na autora Cohen-Séata kada govori kako film unosi gledatelja u svojevrsni „mentalni vertigo“ gdje spoj podržanih osjetila bjesni u njemu. Prema riječima jedne Francuskinje, gledajući film „ja“ se rastače na više stvari i bića. Gledatelj više-manje zaboravlja na sebe u onome što se prikazuje na ekranu. On nije više u svom životu već u filmu koji se projicira ispred njega (Kracauer, 1997).

Također, film slabi gledateljevu svijest. Naime, u kino dvorani je potpuni mrak i tišina. Samo iskustvo bivanja u takvom prostoru pruža gledatelju svojevrsan „odmor“ od samog sebe. Gledatelj se može opustiti u „zaboraviti“ da je on sam tu. Takvo ozračje uspavljuje um i postavlja gledatelja u stanje slično korištenju opijuma, droge. Stoga je posjetilac kina poput hipnotizirane osobe. To daje ogromnu prednost filmu kao jednom od najboljih sredstava propagande.

Producenti nacističkih propagandnih filmova su bili vrsni u mobiliziranju sumračnih područja uma (Kracauer, 1997). U umu koji „leluja“ tokom gledanja filma, gledatelj vjeruje da snimljene

snimke ne mogu lagati i prihvaća ih kao istinite. Stanje u kojem je gledatelj dok gleda film je stanje snižene svijesti. Takvo stanje pobuđuje sanjanje. Filozof Gabriel Marcel ga opisuje kao stanje između buđenja i spavanja što izaziva hipnagogičke fantazije¹⁴.

Film nije samo medij prenošenja poruka, ideja, komuniciranja unutar jednog režima. Da bi film shvatili kao važan dio institucionalnog aparata poslužit ću se radovima Metza i Žižeka. Fenomen kina je toliko ukorjenjen u naše unutarnje, društvene živote. Unutarnje na psihološkoj razini jer utječe na naše osjećaje i oblikovanje želja i fantazija, a društveni jer je dio umjetnosti i kulture. Ovdje se poseban naglasak stavlja na potonji s obzirom na to da se u tadašnjoj njemačkoj kultura postupno pretvarala u propagandu kao što je ranije spomenuto. Kako su filmovi kao mediji ušli duboko u društveno nesvjesno, potrebna je psihoanaliza da razotkrije prikrivene aspekte gledanja filma. Diskurs u kojem film nastupa je dio institucionalnog aparata.

Metz se oslanja na radove Freuda i Lacana kako bi istražio iskustvo gledanja filma. Jedan je od prvih modernih teoretičara „suvremene“ teorije filma. A u ovom djelu, vođeni psihoanalitičkim pristupom istražuje se ono „nesvjesno“ što se događa u gledateljevoj svijesti prilikom gledanja filma a unutar simboličkoga. Metzova pretpostavka je psihoanalitičkim pristupom uspostaviti povezanost između psihoanalitičkog razumijevanja uma i razumijevanja kina.

Metz to objašnjava koristeći se terminima Označitelj i Označeno. Ti pojmovi dolaze iz strukturalne lingvistike koja proučava znakove i posebice jezik. To su dva aspekta znaka. Označitelji u kinu su lažno prisutni, paradoksalno su jednako prisutni i odsutni. Označitelj je zamišljen. Za razliku od kazališta ili književnosti gdje je označitelj jasan, kino je posebno iskustvo upravo zbog dualnosti karaktera označitelja. Jasno ga se može vidjeti, a ipak je posve nerealan. Pokušavajući ga dodirnuti, dodirnut ćemo platno. Više nego ijedna umjetnost, kino nas uvodi u ono „imaginarno“ (Metz, 1982).

Koncept „imaginarnog“ dolazi iz Lacanove teorije o trima vrstama iskustva: simboličko, imaginarno i realno. Imaginarno uključuje onaj dio iskustava doživljenih u slikama i maštanju. Prema Metzovoj teoriji, kino je poput ogledala. Osoba koju vidimo u ogledalu je također lažna i na određen način nerealna. Dapače, iskustvo kina nalikuje iskustvu tzv. „zrcalne faze“ djeteta Jacquesa Lacana. Dakle, odnos filma i gledatelja započinje zapravo već u ranom djetinjstvu djeteta. Kada se dijete prvi put susretne s ogledalom, tada ulazi u domenu „imaginarnoga“. Dijete ne odvaja sebe od svijeta dok se ne pogleda u ogledalo. Tada shvaća da je odvojeno od svijeta i počne se identificirati s objektom u ogledalu. Ogledalo pruža lažni osjećaj sebe.

¹⁴ Hipnagogičke fantazije odnose se na uspavljujuće fantazije.

Međutim, kako dijete sebe vidi kao jednu cjelinu, osjećaj gledanja u ogledalu mu pruža ugodu. Ova faza idealiziranja sebe u ogledalu nas prati cijeloga života. Dijete tako samo sebe identificira kao objekt.

Primjenivši ovu teoriju na iskustvo gledanja filma u kinu, gledatelj se identificira sa sobom kao sa čistim činom svoje percepcije. Može se reći da gledatelj postaje svoja percepcija viđenoga na ekranu. Samim time, gleda na sebe kao na transcendentnog objekta koji vidi sve i kojemu ništa ne promiče. Zadovoljstvo gledanja filma proizlazi iz toga što se preko kamere naš pogleda kreće kroz prostore i vrijeme fluidno, na način na koji se ne bi nikad mogao kretati u stvarnom svijetu. Tako je identifikacija sa sobom, zapravo identifikacija sa kamerom. Ovdje se može dodati krucijalni Balázsev citat: „kamera gleda mojim pogledom“. Događa se poistovjećivanje kamere i gledatelja. Metz to naziva: *primarnom filmskom identifikacijom*¹⁵.

U tom kontekstu, gledatelj „Trijumfa volje“ osjeća se prisutnim na kongresu NSDAP-a, ushićenim i zadovoljnim jer je stigao Vođa koji garantira bolje sutra i pod omamljujućim ritmovima svečane glazbe uz stroge kadrove vojnika prihvaća „pseudorealitet“ filma¹⁶.

Štoviše, kino ne pruža gledatelju što on želi već ga uči kako da želi. O tome govori Slavoj Žižek u filmu „The Pervert's Guide to Cinema“ (2006) . On iznosi tezu kako su naše želje umjetno stvorene i to preko djelovanja filma. Naime, želja je rana stvarnosti. Ona ulazi u našu stvarnost na način da je distorzira, a umjetnost filma se sastoji od podizanja želje i igranja sa željom no istovremeno održavajući objekt želje na sigurnoj udaljenosti od stvarnosti. Kako su filmovi kao mediji ušli duboko u društveno nesvjesno, potrebna je psihoanaliza da razotkrije prikrivene aspekte gledanja filma.

ZAKLJUČAK

Film ima tu moć prenijeti osjećaj, probuditi u gledatelju nešto što možda nikad za života ne bi pobudio. Može ga uspavati, zabaviti, zabrinuti, uznemiriti, natjerati na razmišljanje. Redatelji i producenti kao i vladajuća elita toga doba uočili su nevjerovatni potencijal kinematografije. Isto tako, prema autoru Belanu, nacistički film je nesumnjivo odgovoran za dio iskrivljene psihe

¹⁵ Sekundarna se odnosi na identifikaciju sa likovima itd.

¹⁶ Naravno, bilo bi korisno naglasiti da prosječan gledatelj 30-ih godina prošlog stoljeća i gledatelj danas ne nose iste sposobnosti shvaćanja filma. Zsigurno su njihove percepcije propagandnog filma različite jer ih dijeli stotinjak godina odmaka. Za ovaj rad važno je koliko je moguće, barem pokušati se staviti u percepciju osobe koja npr. prvi put u životu vidi ikakav film.

njemačkih građana pripremanih za imperijalistički rat (Belan, 1966: 91). Ovo istraživanje je pružilo detaljnu analizu ključnih elemenata propagandnog filma "Trijumf volje" i njegovu ulogu u nacističkom režimu. Studija se usredotočila na učinke propagandnog filma na gledatelja, te njegovu ulogu u tadašnjem režimu.

Zbog svojih specifičnih moći i tehnika, film je u nacističkom režimu poslužio kao snažno propagandno sredstvo. Nacistička vlast je iskoristila propagandni film kako bi probudila kolektivni mit o njemačkom narodu, legitimirala se u režimu, produbila vjeru u Njemačku i njenog Vođu, oblikovala zajednički „narodni doživljaj“, postavila obrazac poželjnog ponašanja mase te na svojevrsan način pojašnjavala smisao mjera i zapovijedi državnog vodstva. Koristeći se teorijom filma, analizirane su scene iz filma „Trijumf volje“ i njihove poruke.

U analizi se očitovala propagandnost filma i prijenos njegove (propagandne) poruke na gledatelja. Sve čari propagandnog filma, uvode gledatelja u posebno stanje, stanje u kojem prihvaća jednu potpuno fiktivnu i na neki način „namještenu“ stvarnost. Na takav način, Goebbellsova propaganda je u usađivala nacističke ideale.

U ovom radu, mogli smo vidjeti dva pola propagandnog filma. Poput igre svjetla i sjene ili kad se podiže zastor, možemo primjetiti kako je na površini povijesno nacistička vlast preuzela kontrolu nad filmskom industrijom i koristila filmove u propagandne svrhe, a s druge strane zrcala se nalazi ono nesvjesno u gledatelju. Film¹⁷ je urezan u naš društveni, politički i unutarnji život psihe. On je dio institucionalnog okvira kojemu se ne možemo opirati. Film čak utječe na našu podsvijest, kreira želje i fantazije, a istovremeno (i potajno) propagira ciljeve nacističke vladavine.

¹⁷ Pa ipak, mislim da nije nemoguće se opirati moćima filma. Pretpostavljam da je u to vrijeme bilo ljudi koji su znali da se radi o kontroli i nadzoru filmske industrije od strane vladajuće stranke koja kroz film pokušava ostvariti svoje ciljeve. Sve i da da nisu znali, vjerujem da su makar slutili.

Sažetak

Ovaj rad se bavi ulogom propagandnog filma u nacističkom režimu. Nacistička propaganda koristila se filmom kao propagandnim sredstvom putem kojeg je ostvarivala svoje ciljeve. Na analizi relevantnih scena propagandnog filma „Trijumf volje“ Leni Riefenstahl istražuje se djelovanje nacističke propagande kroz okvire filma. Korištenjem specifične filmske tehnike propagandni film propagira nacističke vrijednosti, pokazuje obrasce poželjnog ponašanja, utječe na gledateljeve emocije i percepciju stvarnosti, a prisutan je i u nesvjesnim procesima kreiranja želja i fantazija.

Ključne riječi: nacistička propaganda, nacizam, propagandni film, filmska tehnika, nacistička ideologija, gledatelj

Summary

This paper addresses the role of propaganda film in the Nazi regime. Nazi propaganda employed film as a means of propaganda through which it achieved its objectives. By analyzing relevant scenes from Leni Riefenstahl's propaganda film "Triumph of the Will," the action of Nazi propaganda through the framework of film is explored. Through the use of specific film techniques, the propaganda film promotes Nazi values, shows patterns of desirable behavior, influences viewers' emotions and perception of reality, and is present in unconscious processes of creating desires and fantasies.

Key words: nazi propaganda, nazism, propaganda film, film technique, nazi ideology, viewer

POPIS LITERATURE

Branko Belan (1966), *Sjaj i Bijeda filma*, Epoha

Christian Metz (1982) *Psychoanalysis and Cinema, The imaginary signifier*, London: Macmillan Press.

Christian Metz, Michael Taylor (1990) *A Film language, A Semiotics of the cinema*, University of Chicago Press.

Cijeli film „Trijumf volje“ <https://www.dailymotion.com/video/x6uajey>

Cipek, Tihomir Tihomir Cipek (2009) "Trijumf volje" kao trijumf nacizma. Propaganda u filmu Leni Riefenstahl, *Međunarodne studije* 9(1): 94-109.

Dokumentarni film Raya Mullera [The wonderful horrible life of Leni Riefenstahl](#), Arte (1993).

Dokumentarni film: Slavoj Žižek (2006) [The Pervert's Guide To Cinema](#)

Dokumentarni film: Slavoj Žižek (2012) [A Pervert's Guide to Ideology](#)

Frank P. Tomasulo (2014) *The mass psychology of fascist cinema: Leni riefenstahl's triumph of the will*, poglavlje 6, Documenting the Documentary, edited by Barry Grant and Jeannette Sloniowski, 99-118.

Ginsberg Terri, Mensch Andrea (2012), *A companion to German cinema*, Wiley-Blackwell

Hilmar Hoffman (1997), *The Triumph of Propaganda: Film and National Socialism 1933-1945*, Oxford: Berhahn Books

Hoffman Hilmar (1965), Manipulation through Nazi film, *Film Comment* 3(4):34-39

Horvat Ivan (2009), Leni Riefenstahl: Ubojice kroz oči umjetnice, *Essehist*, 1(1): (str. 33-39)

Ivan Šiber (1998), *Osnove političke psihologije*, Politička kultura.

Izvor slike br.1. Leni Riefenstahl i Adolf Hitler <https://www.mdr.de/geschichte/ns-zeit/politik-gesellschaft/leni-riefenstahl-triumph-des-willens-olympia-regisseurin-nsdap-hitler-100.html>
Pristupljeno 15.3.2023.

Jason, Gary (2013), Film and Propaganda: The Lessons of the Nazi Film Industry, *Reason Papers* 35(1) str. 203-219.

Laura Mulvey (1989) *Visual and other pleasures: language, discourse, society*, New York: Palgrave

Leonard W. Doobs (1950), *Goebbels' Principles of Propaganda*, *Public Opinion Quarterly* 14(3):419-442, navedeno prema Robert Jackhall (ur.) *Propaganda*: New York

Morin, Edgar. Filmska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2019. <https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=3594> Pristupljeno 30.8.2023.

People's Community, *Journal of Contemporary History* 39 (2): 213-238.

Peterlić Ante (2018), *Osnove teorije filma*, Hrvatska Sveučilišna naklada, Akademija dramske umjetnosti

Rother Reiner (2003), *Leni Riefenstahl: Seduction of genius*, Continuum

Shirer, William L. (1977) *Uspon i pad Trećeg Reicha. Uspon Adolfa Hitlera; Trijumf*

Sigfried Kracauer (1997), *Theory of Film The Redemption of Physical Reality*, Princeton: Princeton University Press

Terri Ginsberg and Kirsten Moana Thompson (1996), *Perspectives on German cinema*, New York: G.K. Hall

Welch David(2001), *Propaganda and German cinema*, London: I.B. Tauris

Welch, David (2004) *Nazi Propaganda and the Volksgemeinschaft: Constructing a People's Community*, *Journal of Contemporary History*, 39(2): 213-238

Yourman Julius (2023), *Propaganda Techniques Within Nazi Germany*, *The Journal of Educational Sociology*, 13(3): 148-163

Žižek Slavoj (2003) *Learning to love Leni Riefenstahl. In These Times* [https://nosubject.com/Learning To Love Leni Riefenstahl](https://nosubject.com/Learning-To-Love-Leni-Riefenstahl)