

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta Filozofická

Bakalářská práce

Americká propaganda v moderní kinematografii

Plzeň 2023

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta Filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Mezinárodní vztahy – teritoriální studia

Bakalářská práce

Americká propaganda v moderní kinematografii

Jan Vavřík

Vedoucí práce:

PhDr. Petr Krčál, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2023

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2023

Poděkování

Rád bych poděkoval panu PhDr. Petru Krčálovi, Ph.D. nejen za jeho cenné rady, ale také za jeho ochotu, trpělivost a čas. Další dík patří mé přítelkyni a rodině, od nichž jsem dostával podporu v průběhu celého studia.

Obsah

Úvod	6
1. Definice propagandy a její historie	9
1.1 Propaganda	9
1.2 Historie propagandy ve filmu.....	11
1.3 Historie propagandy v americkém filmu	13
1.3.1 Počátky.....	13
1.3.3 Druhá světová válka.....	15
1.3.4 Bipolární konfrontace	16
1.4 Nástroje Spojených států k implementování propagandy.....	17
1.5 Techniky propagandy ve filmu.....	19
1.5.1 Name Calling (štítkování).....	19
1.5.2 Glittering Generality (falešné zdobení)	19
1.5.3 Transfer (přenos).....	20
1.5.4 Testimonial (svědectví).....	20
1.5.5 Plain Folks (obyčejní lidé).....	21
1.5.6 Card Stacking (aranžování karet)	21
1.5.7 Band Wagon (rozjetý vlak).....	21
2. Metodologie	22
3. Argo (2012)	26
3.1 Synopse.....	26
Analýza.....	26
3.3 Forma ovlivnění spolupráce	28
4. Top Gun: Maverick (2022).....	30
4.1 Synopse.....	30
4.2 Analýza	30
4.3 Forma ovlivnění spolupráce	32
5. Iron Man (2008)	34
5.1 Synopse.....	34
5.2 Analýza	34
5.3 Forma ovlivnění spolupráce	36
Promítnutí do celého MCU.....	37
Závěr	40
Seznam literatury	43
Resumé.....	52

Úvod

Filmy jsou neodmyslitelnou součástí každodenních životů. Chození do kin je skvělá volnočasová aktivita a není neobvyklé, když na ulici potkáte někoho, kdo má na sobě oblečení s motivem z nějakého filmu. Stěží si dokážeme představit domácnost bez televize, o čemž hovoří i fakt, že 67 % domácností na světě pravidelně televizi sleduje (Statista 2022b). Filmy a seriály se ale rozšířily i na mobilní platformy, o tom svědčí skutečnost, že ve Spojených státech měly v červenci 2022 poprvé streamovací služby větší sledovanost než kabelové televize (Nielsen 2022). Nicméně ať už bude vývoj platform na sledování filmů jakýkoli, tak je jasné, že film může fungovat jako propaganda. Film nemůže být vždy objektivní, scenáristům a režisérům jde o šíření vlastních myšlenek, informací, a proto je každý režisér odlišný. Je ovšem jednoznačné, že všechny filmy přenáší nějaké myšlenky. Hlavní rozdíl spočívá v tom, že propaganda je šíření idejí s cílem ovlivnit veřejné mínění, často může být doprovázena nebo celkově zaměněna s polopravdami nebo lžemi (Smith 2023).

Rozhodl jsem se zpracovat toto téma, jelikož film je silný nástroj, kterým lze dostat politické postoje a rozhodnutí k široké veřejnosti. Schopnost používat filmy, jež vyprávějí přesvědčivé příběhy, je mocným nástrojem, zejména pokud je vědomě používána k legitimizaci válečných nebo nelegálních aktivit a k podkopávání základních principů demokracie (Redmond 2017: 280). A vzhledem k tomu, že nejsilnější filmový průmysl mají Spojené státy, tak je vhodné se zabývat právě pojetím propagandy v amerických filmech. Hollywood se dá považovat za motor americké globální hegemonie (Koojiman 2013: 43). Jedním z hlavních důvodů, proč je americký filmový průmysl nejsilnější, je fakt, že je nejvýdělečnější (Statista 2022a).

O propagandě ve filmu jsem začal přemýšlet poté, co jsem viděl chorvatský televizní pořad *Večerjna škola*, uváděný Željkiem Pervanem, který v

jedné epizodě hovoří o americkém marketingu. Celé vystoupení je podáno komediální formou, některé připomínky k americké kinematografii mi připadaly trefné. Například upozorňuje na až komické scény heroismu v amerických filmech. Název americký marketing místo americká propaganda se mi zalíbil (Večerní škola 2007).

V práci se nejdříve zabývám historií a definicí propagandy. V následující kapitole určuji metodologii pro výběr filmů a určení postupu při analýze propagandy v jednotlivých filmech. Ve třetí až páté kapitole se zaměřuji na filmy, které vyberu při metodologickém postupu. Konkrétně se jedná o filmy *Argo* (2012), *Iron Man* (2008) a *Top Gun: Maverick* (2022). Všechny tyto filmy představím a poté budu analyzovat propagandu, jež se v nich nachází na základě mých poznatků ze sledování filmu. Následovat bude charakteristika spolupráce na daném filmu mezi Hollywoodem a Pentagonem. Má práce se opírá především o dvě důležité akademické publikace, konkrétně o dílo Institutu pro analýzu propagandy *The fine art of propaganda* (Lee – Lee 1939) a o knihu *National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood* (Alford – Secker 2017). Další použité zdroje popisují v kapitole metodologie.

Kulturní vliv hollywoodského filmového průmyslu je spojen s efektem samotného obrazu na vnímání lidské reality. Podle Alberta Mehrabauna 55 % našich zdrojů vnímání reality je vizuálních, a proto film, který pracuje na vizuálním formování reality, zanechává silný dojem na lidech a jejich pocitech a dokáže snadněji upoutat pozornost (Nassar 2008).

V práci chci hlavně upozornit na to, jakou formou prezentují Spojené státy americké v kinematografii sebe a své nepřátele. Mým cílem je pomocí případové studie určit a upozornit na typ propagand v největším kinematografickém

průmyslu na světě. V práci se budu snažit odpovědět na tyto výzkumné otázky:
Byly některé filmy sponzorované přímo státem? Jsou filmy obsahující americkou propagandu úspěšné? Jakými způsoby se podílí americké složky na tvorbě filmu?
Jaké techniky propagandy jsou v těchto snímcích používány?

1. Definice propagandy a její historie

1.1 Propaganda

Výraz *propaganda*¹ zavedl v roce 1622 papež Řehoř XV. a tehdy měl jiný význam, než v jakém je užíván dnes. Řehoř XV. chtěl, aby *Congregatio de propaganda fide* (Kongregace pro evangelizaci národů) kontrolovala církevní misionářské výpravy v Novém světě². Propagandou chtěl papež inspirovat lid božskou milostí, aby je odvedl od bloudění mezi nevírou a kacířstvím. Slovo v té době tedy znamenalo naprostý opak klamů (Bernays 2004: 38).

Nyní je obecně uznáváno, že propaganda v dnešním slova smyslu se na masové úrovni začala užívat během Francouzské revoluce. V této době byla poprvé široká veřejnost systematicky a nepřetržitě bombardována moderním tiskem a bylo založeno mnoho organizovaných skupin, které chtěly dosáhnout konkrétních cílů prostřednictvím manipulace veřejného mínění. Během této periody se vyvinuly a zdokonalily různé techniky propagandy, jež se používají dodnes. Revoluční vlády se postupně snažily vědomě a nepřetržitě využívat veškeré prostředky k tomu, aby formovaly veřejné mínění a nasměrovaly ho k podpoře svých politik a zájmů (Dowd 1951: 532).

Propaganda v době Francouzské revoluce byla tím výraznější, čím více ji podporovali umělci a umělecká média. Zjistilo se, že zvukové a vizuální techniky propagandy jsou zvláště úspěšné při účinném oslovování širokých mas. Obyčejný Francouz byl na rozdíl od buržoazie a aristokracie většinou negramotný a ochotně přijímal cizí názory. Tak tomu bylo proto, že byl příliš chudý na to, aby si mohl dovolit vzdělávání, koupit knih, novin a navštěvování kin či koncertů. Obyčejní Francouzi spíše vnímali pouliční scénu jako umělecké výstavy a veřejné hudební skupiny. Političtí lídři tedy volili formy propagandy,

¹ z latinského *propagare*, v překladu: „šířit“

² tím myšleno Americe

které zapůsobí hlavně na masy, a proto se hudba a umění staly velice důležitým nástrojem pro šíření propagandy (Dowd 1951: 533–535).

Během první světové války vyvstala otázka, kdo je propagandista - ten, kdo vytváří propagandu, nebo ten, kdo si propagandu objedná? V zákopech britské armády se během války vojákům posílaly dopisy s příkazy a do každého se vložil kousek papírku s poezií nebo prózou s vlasteneckým motivem. Toto dojednal přes *The Times* Lord Northcliffe. V tomto případě se tudíž umělec stal zároveň tím, kdo vytvořil propagandu a i tím, kdo měl vlastní motiv k vytvoření propagandy. Northcliffe se stal propagandistou, který skrytý potenciál propagandy začal využívat (Taylor 1998: 9).

Jacques Ellul již na počátku 80. let 20. století tvrdil, že propaganda se změnila a že se spíše začala používat k zábavě. Propaganda je podle něj méně politická a více se zabývá rozptýlením, například pomocí televize nebo počítačových her. Propaganda může být použita k tomu, aby se vydělávalo na volném čase. Ellul si také myslí, že je velice důležité zredukovat pracovní dobu lidí, aby měli více volného času na svoji seberealizaci. Tomu ale zabraňuje kupříkladu televize, jelikož je mnohem jednodušší sedět před televizí, než něco vytvářet (Berta – Ellul 1983: 195–196). Propaganda je tedy čím dál více zábavná a často bývá nahrazována reklamou. Ellul ani nerozeznával rozdíl mezi reklamou a propagandou, jelikož reklamám se povedlo udělat z lidí konzumenty a konformisty (Berta – Ellul 1983: 201).

Institut pro analýzu propagandy ve 30. letech 20. století přišel s definicí: „Propaganda je vyjádření názoru nebo akce jednotlivců nebo skupin, které jsou úmyslně navrženy k ovlivnění názorů a akcí jiných jednotlivců nebo skupin s ohledem na předem stanovený cíl“ (Ross 2002: 17). Alfred Lee se snažil navázat a definovat lépe propagandu tím, že se jedná o „výraz otevřeně stanovený nebo

skrytě naznačený s cílem ovlivnit postoje a prostřednictvím postojů názory a akce veřejnosti" (Ross 2002: 17).

Cambridge slovník dnes definuje propagandu jako „informace, názory, představy nebo obrazy, které reflektují pouze jednu stranu argumentu a jsou vysílány, publikovány nebo se šíří jiným způsobem s cílem ovlivnit názory lidí“ (Cambridge Dictionary nedatováno). Já se v mé práci budu zabývat propagandou podle definice Hanse Speiera, která zní takto: „Propaganda jsou činnosti a komunikace ze strany vlády určené pro vlastní občany, další vládní pracovníky nebo pro zahraniční publikum obecně“ (Ross 2002: 18). Společně se Speierem se s tím, že propaganda pramení z lidí ve vládě nebo u moci, ztotožňuje i Edward Bernays, Walter Lippman a Noam Chomsky (Ross 2002: 18).

1.2 Historie propagandy ve filmu

Definice toho, co je propaganda a co není, nezávisí pouze na záměru těch, kdo dílo vytváří, ale také záleží na tom, jak je dílo přijato publikem, kterému je představeno. Například ve Spojených státech není film o svobodných volbách propagandou. Stejný film by byl ovšem považován za propagandu ve státech, ve kterých jsou pozitivní prohlášení o opozičních stranách nebo o více možnostech volby v rozporu s oficiální politickou ideologií. Naopak film oslavující současnou ideologii natočený některým z těchto států, by byl ve Spojených státech považován za propagační film (Rosten 1947: 118).

V květnu 1896 se vynález bratrů Lumiérových dostal prvně do Ruska. Konkrétně v *Mariinsky Teatr*³ se promítal snímek *Alfred Pasha in Paris*. Tento snímek znamenal počátek kinematografie v Rusku. První kina byla otevřena v Moskvě v roce 1903 a promítala například známé snímky jako *The Arrival of the Train at La Ciotat Station*. První ruský film vznikl v roce 1908. První vzdělávací

³ Mariinské divadlo v Petrohradě, Rusku

snímek vznikl v roce 1911 a jmenoval se *Pyanstvo i yego posledstviya* (Opilost a její následky). Největší rozkvět ruského filmu nastal v období 1913 – 1916 (Taylor 1998: 23–24). Za největší propagandu Ruska se dá považovat film *Oktyabr: Desyat dney kotorye potryasli mir* (Říjen: Deset dní, které otřásly světem). Jelikož byl tento snímek fiktivní předělávkou skutečnosti, tak na něj byly velice odlišné názory, sovětští kritici snímek odsoudili, ale například Naděžda Krupská ho popsala jako důležité umělecké dílo. Lev Tolstoj říkal, že umělecká kvalita díla se dá porovnávat podle toho, kolik lidí „nakazily“ jeho myšlenky. Není pochyb, že film *Oktyabr* ovlivnil představu o událostech říjnové revoluce v roce 1917 na několik generací. A proto se tento film dá považovat za jedno z nejefektivnějších propagandistických děl všech dob (Taylor 1998: 73).

V dubnu 1934 *Oxford Mail* zaznamenal, že Leni Riefenstahl (německá filmová režisérka) řekla toto: „Jedním z rozdílů mezi filmovým průmyslem v Německu a Anglii je, že německý filmový průmysl je silně dotován. Myslím si, že je to velmi dobré. Znamená to, že filmoví režiséři nemusí vytvářet populární filmy s komerčním potenciálem, ale mohou točit skutečně umělecké filmy. I když je německý filmový průmysl dotován, není využíván pro propagandu, a v tomto se liší od ruského filmového průmyslu. Ruský filmový průmysl je řízen Sovětem a je z velké části využíván pro propagandistické účely“ (Fraser – Dorrell 1981: 66).

Filmy Leni Riefenstahlové jsou kontroverzní, protože i když mají obrovské a průkopnické úspěchy v umění filmu, většina z nich byla vytvořena více či méně přímo ve službách nacistické propagandy strany. To platí zejména o jejím nejznámějším filmu *Triumph des Willens* (Triumf vůle), dokumentu o nacionálně socialistickém stranickém sjezdu v Norimberku v roce 1934, a pouze ti nejzarytější obhájci Riefenstahlové jsou skeptičtí k jejímu tvrzení, že by tento film měl být chápán striktně jako umělecké dílo a nikoliv jako propaganda. Její

dokumentární film *Olympia* o olympijských hrách je na tom jinak, je méně jasně propagandistický a byl vytvořen k dokumentaci her (Mackenzie 2003: 303).

V nacistickém Německu film sehrával centrální roli v činnosti Ministerstva propagandy, sloužilo jako masový mobilizátor a ideologická zbraň. Filmy, dokumenty a zpravodajské filmy vyráběné v nacistickém Německu, spolu s řadou rozhlasových programů či masových shromáždění, naplňovaly každodenní život neustálou atmosférou dramatu a vzrušení, organizovaly pracovní a volný čas, zabíraly fyzický a psychický prostor, a tím pádem bránily alternativnímu zážitku a nezávislému myšlení. Tímto způsobem se estetika a zábava staly neodmyslitelně spjaté s politickým životem národa. Německé filmy třetí říše představují výtvoř totalitní vlády, která se snažila o masivní ovlivňování společnosti (Rentschler 1990: 257).

1.3 Historie propagandy v americkém filmu

1.3.1 Počátky

Používání filmů s přesvědčivými příběhy může být silným nástrojem k legitimizaci války, atentátů, nelegálních činností a k podkopávání základních principů demokracie. Americká Ústřední zpravodajská služba (CIA) a americká armáda využívají tento nástroj téměř sto let, počínaje tichou podporou ministerstva války ve filmu *Zrození národa* z roku 1915 (Redmond 2017: 280). Tento film je založený na trilogii *Klan* od Thomase Dixona, vypráví bouřlivý příběh americké historie v 60. letech 19. století a zobrazuje fiktivní osudy dvou rodin ze severu a jihu. Během tří hodin jsou Afroameričané vyobrazeni jako hrubí, líní, morálně zkažení a nebezpeční. Ve filmu povstane Ku-klux-klan, aby zachránil jih před převahou Afroameričanů v jižanském veřejném životě během období rekonstrukce (History 2022).

Snímek je jednou z nejstarších spoluprací mezi americkou armádou a Hollywoodem. Na natáčení tohoto filmu byla režisérovi Davidu W. Griffithovi poskytnuta bojová vozidla, v nichž otroci revoltují proti svým mistrům, než přijedou na koních členi Ku Klux Klanu a zachrání situaci. Už tehdy se to dalo považovat za velmi vážnou rasovou propagandu, která byla podpořena vládou (Alford – Secker 2017: 3). Této nevhodné propagandě propůjčil prestiž své vysoké funkce dvacátý osmý prezident Spojených států Thomas Woodrow Wilson. Ten byl zároveň vysoce vzdělaný historik a zřejmě mu nedošlo, že autor románu Dixon nikdy neměl zájem o pravdu v historii. Zajímal se o „prodej“ konkrétního propagačního materiálu jako historie (Franklin 1979).

Přesto si miliony lidí zaplatily za to, aby byly svědky velkolepého Zrození národa, ve kterém hrálo více než 10 000 lidí. Dramatický děj tohoto snímku byl mnohem sofistikovanější než cokoli, co bylo do té doby uvedeno. Navzdory hrubým historickým nepřesnostem byly některé scény, jako zasedání Kongresu, bitvy občanské války a atentát na Abrahama Lincolna, pečlivě rekonstruovány, čímž filmu propůjčily nádech legitimacy, který jej činil tak účinným nástrojem pro propagandu (History 2022).

Navzdory kontroverznímu odkazu, který film představuje pro moderní diváky, zůstává film *The Birth of a Nation* významným dílem v dějinách kinematografie. Tento názor byl upevněn, když v roce 1992 *U. S. Library of Congress* (americká Kongresová knihovna) klasifikovala film mezi „kulturně, historicky nebo esteticky významné filmy“ vyrobené ve Spojených státech a rozhodla se pro jeho zachování v Národním registru filmů (Lee – Dick 2023).

2.3.2 Meziválečné období

Po první světové válce se americké filmy, které rozšiřovaly myšlenky Spojených států, braly jako filmy umožňující kulturní expanzi, a proto měly od vlády *tax*

cut. Americká filmová expanze byla považována za kulturní imperialismus, obzvláště když například v Německu americké filmy dominovaly a podkopávaly kulturní hodnoty, standarty a ničily německý filmový průmysl. Němečtí herečtí talenti byli odkládáni do Hollywoodu, kina v Německu skupovala americké filmy (Eksteins 1980a: 65).

All Quiet on the Western Front (Na západní frontě klid) je americký válečný film z roku 1930 odehrávající se během první světové války, který je považován za jedno z nejúčinnějších protiválečných děl v historii. Film získal velké uznání v USA, ale byl zakázán v několika dalších zemích, včetně Německa, kvůli jeho pacifistickému poselství. Film, který vycházel z románu Ericha Maria Remarquea, získal Oscara za nejlepší film a byl natočen studiem Universal Pictures (Bauer 2023a).

1.3.3 Druhá světová válka

The Great Dictator je americký komediální film z roku 1940, ve kterém hrál a režíroval ho Charlie Chaplin. Satirizuje Adolfa Hitlera a nacismus a odsuzuje antisemitismus. Byl to Chaplinův nejúspěšnější film v kinech (Lee 2023). *The Good Neighbour era* (Období dobrého souseda) představovalo významný, byť někdy kosmetický, posun v tom, jak se Spojené státy angažovaly ve vztazích se svými jižními sousedy. Po desetiletích se Washington zavázal k jemnějšímu přístupu. Ačkoli žádný obraz období dobrého souseda není úplně bez Hollywoodu, kulturní autorita a dosah filmového průmyslu byly zároveň slibné a problematické. V domácím prostředí smazala fascinace Hollywoodu válečnými tématy hranice mezi zábavou a propagandou a vyvolala vážné otázky ohledně vládní kontroly jako důležitého prostředku masové komunikace (Hiatt 2018: 782).

1.3.4 Bipolární konfrontace

Většina lidí si myslí, že válečné propagační pod maskou nevinné zábavy jsou pouze něco z období druhé světové války, ale praxe pokračovala a také se zvyšovala její sofistikovanost. Během vrcholu studené války v 80. letech byl natočen film *Red Dawn*⁴ (Rudý úsvit), který zobrazoval Sovětský svaz napadající Spojené státy. Ve filmu skupina středoškoláků vytvořila milici zvanou „Rosomáci“ (pojmenovanou podle maskota jejich školy), která pomohla v boji proti komunistům a umožnila jim zachránit vlastní město (Dice 2020: 83).

Historici se zájmem o kinematografii považují filmy za primární historické zdroje, které charakterizují vývoj smýšlení a chování určité éry. Hrané filmy byly schopny celkem rychle zrcadlit změny v obecném americkém postoji vůči sovětskému Rusku. Byly také mocnou zbraní, která pomáhala ovládat a udávat západní veřejné mínění během nejvýznamnějších okamžiků bipolární konfrontace (Sorlin 1998: 381).

Kupříkladu film *Top Gun* z roku 1986 je akčním romantickým dramatem, které se odehrává v prostředí námořního letectva Spojených států amerických. Hlavním hrdinou je mladý pilot Pete „Maverick“ Mitchell (Tom Cruise), který se přihlásí na výcvikový program *Top Gun*, kde se snaží stát se nejlepším pilotem stíhačky F-14 Tomcat. Během výcviku se Maverick zamiluje do instruktorky letového programu Charlie (Kelly McGillis) a současně se musí vypořádat s rivalitou s dalšími piloty, včetně svého nejlepšího přítele Goose (Anthony Edwards). Když se Maverick a jeho tým dostanou do nebezpečného střetu s nepřátelským letectvem, musí se rozhodnout, zda riskovat své životy pro ochranu své země a svých blízkých (IMDb nedatováno a). *DOD*⁵ studiu nabídlo výhodnou dohodu: za 1,8 milionu dolarů by získali použití letecké základny

⁴ Ve kterém hraje Patrick Swayze a Charlie Sheen

⁵ *DOD*: U.S. Department of Defense, Ministerstvo obrany Spojených států amerických

Miramar a také čtyři letadlové lodě a asi dvacet čtyři letounů F-14 Tomcats, F-5 Tigers a A-4 Skyhawks, některé létané skutečnými piloty Top Gun. Je nepravděpodobné, že by film mohl být natočen bez podstatné podpory Pentagonu. Jeden letoun F-14 Tomcat stál zhruba 38 milionů dolarů. Celkový rozpočet pro Top Gun byl 15 milionů dolarů (Zenou 2022).

1.4 Nástroje Spojených států k implementování propagandy

Průmysl a ozbrojené síly spolupracovaly mnoho let. Téměř vždy, když se film významně týkal ozbrojených sil, výrobní studio zaslalo scénář ministerstvu války nebo námořnictva. Vojsko kontrolovalo zejména jeho vhodnost, aby zajistilo přesné zobrazení uniforem, symbolů a tradic služeb. Ale samozřejmě spolupráce probíhala ve větší míře. Pokud film neškodil vojenským zájmům, složky poskytovaly personál a zařízení na pomoc při představování bitevních a táborových scén. Úspora nákladů na produkci mohla být obrovská. Spolupráce ozbrojených sil často určovala, zda bude film vytvořen či nikoli. Téměř každý film natočený ve 30. a 40. letech 20. století, který se zabýval vojenským tématem, se těšil spolupráci ozbrojených sil, a většina hollywoodských filmů vojenskou stránku líčila příznivě. Film Na západní frontě klid byl výjimečný svou vzácností. Během druhé světové války, kdy byla spolupráce ozbrojených sil pro Hollywood mimořádně důležitá, si průmysl byl dobře vědom, že je zaveden hladce fungující systém s vojenskými složkami. Ani ozbrojené síly, ani studia si nepřály, aby byl tento systém narušen (Koppes 1990: 114).

Když si chce štáb pronajmout vybavení na natáčení filmů, často musí také zajistit zkušenou obsluhu, a tou jsou například vojáci. Ti jsou Spojenými státy placeni paušálně dnem i nocí, tudíž nahrávací studio musí zaplatit pouze denní náklady vojáků, jako je strava, a proplatit cestu nebo transport. Když chce někdo například natáčet film s helikoptéry Blackhawks, musí buď zaplatit někoho se zkušenostmi, nebo může uzavřít dohodu s Pentagonem a poté platí pouze denní

výdaje vojáků. Pokud se tvůrci filmu rozhodnou, že nebudou souhlasit s poznámkami od Pentagonu, většinou ukončí spolupráci. Ale ve většině případech se shodnou na změně skript v zájmu armádních poznámek (Wilkinson 2022).

David L. Robb ve své knize z roku 2004 s názvem *Operation Hollywood: How the Pentagon Shapes and Censors the Movies* popisuje, že když námořnictvo souhlasilo s tím, že původní produkce *Top Gun* se bude natáčet na námořní základně poblíž San Diega, šlo to ruku v ruce s provedením nějakých změn. Láska Mavericka, Charlie byla v původním scénáři jeho kolegyní. Avšak námořnictvo zakazuje důstojníkům a vojákům v řadách sblížení, a tak byl scénář změněn, aby film získal přístup na námořní základnu (Robb 2004: 81). Tento filmový trhák si oblíbilo americké námořnictvo natolik, že dokonce do některých kin, ve kterých se film promítal, náboráři námořnictva umístili náborové letáky. Podle námořnictva se po uvedení filmu zvýšil počet mladých mužů, kteří chtěli být námořními letci, o 500 % (Robb 2004: 177).

Již zmiňovaný film *Red Dawn* byl v roce 2012 znovu natočen, tentokrát se Severní Koreou jako útočníkem, která se stala terčem Ministerstva obrany, a která je považována za součást „osy zla“. Hollywood si nemyslel, že by to byl jen zajímavý děj, film (a mnoho dalších) byl ve skutečnosti produkován za pomoci Ministerstva obrany. Bylo to v Hollywoodu veřejným tajemstvím, ale tato skutečnost se zřídka zmiňuje, protože by to zkazilo „zábavu“. Pravdou je, že americká vláda úzce spolupracuje s autory scénářů a režiséry na tvorbě propagačních filmových trháků, které posilují cíle americké zahraniční politiky (Dice 2020: 84). Zajímavostí na této předělávce je i fakt, že jednotky, které přepadly USA, měly být celou dobu Číňané, ale před uvedením filmu do kin se nakonec všechny symboly a vlajky s čínskými symboly v postprodukcí změnily na korejské, aby společnost natáčející snímek neodradila 1,3 miliardy potenciálních návštěvníků kin z Číny (Farberov 2012).

1.5 Techniky propagandy ve filmu

V roce 1937 vznikl *The Institute for Propaganda Analysis* (Institut pro analýzu propagandy). Byla to nezisková organizace, která pomáhala hledat a analyzovat propagandu tím, že odhalovala agendu, techniky a nástroje používané propagandisty. Institut měsíčně vydával zpravodaj, ve kterém o propagandě informoval a také pořádal přednášky a různé vzdělávací programy na školách (Lee – Lee 1939: 4). V roce 1939 přišel Institut s knihou *The Fine Art of Propaganda*, která popisuje techniky propagandy a z níž budu čerpat. Metody používané k propagandě vycházejí z chování člověka k ostatním. Propagandisté použili metody, které používáme k přesvědčování lidí v našem okolí, a vytvořili z nich zbraň k formování veřejného mínění. Těchto metod najdeme v knize sedm (Lee – Lee 1939: 22).

1.5.1 Name Calling (štitkování)

Tato technika se používá k odsouzení nápadů bez zkoumání důkazů. Špatná jména hrála nesmírně silnou roli v dějinách světa i v našem vlastním individuálním vývoji. Zničila pověsti, přiměla muže a ženy k mimořádným úspěchům, poslala jiné do vězeňských cel a donutila muže šilet natolik, že vstoupili do bitvy a povraždili své bližní. Byla a jsou používána na ostatní lidi, skupiny, gangy, kmeny, univerzity, politické strany, sousedství, státy, části země, národy a rasy (Lee – Lee 1939: 26).

1.5.2 Glittering Generality (falešné zdobení)

Glittering Generalilty je technika, která za pomoci ctnostných slov nutí k přijetí a schválení argumentů bez zkoumání důkazů. Přemýšlíme o životě podle slov a ctností, o kterých máme nejhlubší představy. Taková slova jsou civilizace, křesťanství, dobro, správnost, pravost, demokracie, vlastenectví, mateřství, otcovství, věda, medicína, zdraví a láska. Pro naše účely v analýze propagandy nazýváme tato slova falešným zdobením, abychom upozornili na jejich

nebezpečnou charakteristiku. Znamenají různé věci pro různé lidi a mohou být použita různými způsoby. To není kritika těchto slov, ale když nám někdo povídá o demokracii, okamžitě si představíme naše vlastní konkrétní názory na demokracii, které jsme získali doma, ve škole či v kostele. Naší první a přirozenou reakcí je předpokládat, že mluvčí používá slovo ve stejném smyslu jako my, že má stejné hodnoty jako my. To snižuje náš odpor. *Glittering Generalilty* nás dělá mnohem méně podezřelými, než bychom měli být, kupříkladu když mluvčí začne vyprávět, co Spojené státy musí udělat pro zachování demokracie (Lee – Lee 1939: 47–48).

1.5.3 *Transfer* (přenos)

Tato technika přenáší autoritu a prestiž něčeho respektovaného a uctívaného na něco jiného, aby to pro druhé bylo přijatelné, nebo přenáší nesouhlas, aby nás přiměla odmítnout to, co by propagandista chtěl, abychom nepřijali a neschvalovali. Při metodě přenosu jsou neustále používány symboly. S křížem propagandista propůjčuje svatost křesťanského náboženství svému programu. Vlajka, která reprezentuje národ a vlastenectví, plní podobnou službu. Kreslíři vytvoří Strýčka Sama, který zobrazuje údajný konsensus veřejného mínění. Tyto symboly vyvolávají emoce. Při jejich pohledu se rychlostí světla probouzí celý komplex pocitů, které máme v souvislosti s církví nebo národem (Lee – Lee 1939: 70).

1.5.4 *Testimonial* (svědectví)

Testimonial spočívá v tom, že respektovaná nebo nenáviděná osoba řekne, že daný nápad, program, produkt nebo osoba je dobrá nebo špatná. Sympatie s osobou se dají použít k propagandě různými formami, například zkrácením faktů nebo názorů obsažených ve vyjádření dané osoby nebo údajným citováním faktů či názorů z důvěryhodného zdroje, které z toho zdroje nejsou. Toto se dá použít i v opačném případě (Lee – Lee 1939: 75).

1.5.5 Plain Folks (obyčejní lidé)

Plain Folks je metoda, kterou řečník používá k přesvědčení svého publika, že on a jeho nápady jsou dobré, protože pocházejí „z lidu“ a že on sám je „obyčejný člověk.“ Stručně řečeno, tito lidé by získali naše hlasy nebo jinou podporu tím, že ukážou, že jsou stejně obyčejní jako my ostatní, a proto moudří a dobří. Politici, odboráři, podnikatelé a dokonce i duchovní a pedagogové získávají naši důvěru tím, že se zdají být lidmi jako my sami - prostě obyčejnými lidmi mezi sousedy. Zvláště v roce voleb kandidáti ukazují svou oddanost malým dětem a běžným, domácí věcem života. Vedou kampaně z předních verand. Pro zájem novinářů vyrážejí do kuchyňské skříně a nacházejí tam nějaký dobrý jablečný koláč od manželky (Lee – Lee 1939: 93–94).

1.5.6 Card Stacking (aranžování karet)

Card Stacking zahrnuje výběr a použití faktů nebo nepravd, ilustrací či rozptylování pozornosti a logických či nelogických tvrzení, aby se předložil co nejlepší nebo nejhorší možný případ pro myšlenku, program, osobu nebo produkt. Tato technika prezentuje pouze takové informace, které jsou v souladu s cílem propagandy. Tyto informace jsou selektivně vybrané a jednostranné (Lee – Lee 1939: 95–96).

1.5.7 Band Wagon (rozjetý vlak)

Hlavní myšlenka této techniky zní „všichni z nás to dělají.“ Tímto způsobem se nás propagandista pokouší přesvědčit, že všichni členové skupiny, ke které patříme, přijímají jeho program, a že proto musíme následovat svůj dav a přidat se na vítěznou stranu. Připojení se k davu je způsob, jak nás přimět přijmout propagandistický program jako celek a bez zkoumání důkazů pro i proti němu. Jeho téma zní: „Dělá to každý. Proč ne vy?“ Jeho techniky sahají od pouliční šou až po velkolepé přehlídky. Propagandista si pronajme sál, rozhlasové stanice, naplní velký stadion, pořádá průvod s milionem nebo alespoň spoustou lidí.

Používá symboly, barvy, hudbu, pohyb, všechna dramatická umění. Přiměje nás napsat dopisy, poslat telegramy, přispět na jeho věc (Lee – Lee 1939: 105).

2.6 Shrnutí kapitoly

Státem sponzorovaná propaganda ve formě hollywoodských filmů pokračuje od roku 1915 přes Bipolární konfrontaci až do současnosti. *The Historical Roots of CIA-Hollywood Propaganda* popisuje, jak diváci přijali myšlenky neustále propagované vládou, aniž by věděli, že filmy byly kontrolovány nebo upravovány agenturami CIA nebo Pentagonu. Některé z praktik těchto agentur porušují federální zákony implementováním propagandy do filmů a dají se považovat za výrobu dezinformací zábavnou formou (Redmond 2017: 280). Úpravou scénářů ve filmech, které byly různými formami sponzorovány Pentagonem nebo CIA, se zabývá i kniha *National Security Cinema: The Shocking Evidence of Government Control in Hollywood* (Alford – Secker 2017).

Podle těchto dvou děl tedy považuji za zřejmé, že filmy, které jsou sponzorované některou z těchto dvou agentur, obsahují propagandu. Zároveň je to v souladu s výrokem Jacquese Ellula, že moderní propaganda je používaná k zábavě a obklopuje nás ve volném čase. Analýza mnou vybraných filmů tudíž předpokládá, že propaganda se v nich nepochybně nachází a bude se zaobírat tím, jakou formou je ve filmech zastoupená. Ke zjištění podoby propagandy jsem se rozhodl použít techniky propagandy popsané Institutem pro analýzu propagandy.

2. Metodologie

Za moderní kinematografii budu uznávat filmy od roku 1999 včetně, jelikož filmy *The Matrix*, *Fight Club*, *The Sixth Sense* a další z tohoto roku mohou být považovány za nejlepší filmy moderní kinematografie a je evidentní, že díky nim se stal rok 1999 klíčovým v moderní kinematografii. Tento moment zároveň určil, jací herci se stanou hrdiny v dalších dekadách (Nicholson 2019).

Definice propagandy Hanse Speiera zní takto: „Propaganda jsou činnosti a komunikace ze strany vlády určené pro vlastní občany, další vládní pracovníky nebo pro zahraniční publikum obecně“ (Ross 2002: 18). Tudíž jsem se rozhodl porovnávat pouze filmy, které byly prokazatelně sponzorovány některou z vládních složek. K tomu se budu nejvíce opírat o knihu *National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood* (Alford – Secker 2017).

Ve filmovém průmyslu jsou dva nejčastěji používané nástroje k hodnocení úspěšnosti filmů obvykle založeny na získaných oceněních a na vygenerovaných tržbách. I přestože jsou filmy přirozeně uměleckou tvorbou, jsou podrobovány kritice a nakonec hodnoceny podle toho, kolik ocenění získaly a kolik peněz vydělaly. Tato dynamika je bohužel pravdivá v mnoha odvětvích. Úspěch je často definován získanými oceněními v každém odvětví - jsme omezeni na výsledky, žebříčky a seznamy. Vztah mezi tvorbou umění a jeho hodnotou se může setkat s tvrdými hodnotícími metodami naší společnosti a veřejného mínění (Brown 2023).

Pro výběr filmů podle komerčního úspěchu jsem se rozhodl vybrat nejvýdělečnější filmy při započtení inflace od roku 1999 včetně, na jejichž natáčení se podílela nějakým způsobem americká složka. K tomuto výběru jsem použil tabulku od IMDb, ze které jsem zjistil, že 23 z těchto filmů bylo vydáno po roce 1999 (IMDb nedatováno b). U všech filmů zmíněných v tabulce jsem určil, jestli se na jejich výrobě podílel nějaký stát.

Hned u nejvýdělečnějšího filmu Avatar jsem zjistil, že existovaly prvky spolupráce, když úředníci z americké námořní pěchoty opakovaně chodili na natáčení a nabízeli skripta na úpravu scénáře Jamesu Cameronovi. Zároveň v

roce 2011 se na Comic-Conu sešli úředníci od Mariňáků na přednášce o Avatarovi. Alford a Secker si dokonce myslí, že když se ve filmu mluví o mariňácích, tak Jake Sully (hlavní postava) nezapomene zmínit, že mariňáci na zemi bojují za svobodu (Alford – Secker 2017: 65). Tato tvrzení a další možnosti spolupráce na filmu jsou ovšem nedostatečně podložená, a proto tento film nelze použít jako příklad americké propagandy.

Mezi nejvýdělečnějšími filmy jsem objevil pětici filmů z MCU (Marvel filmového vesmíru) a zjistil jsem, že MCU je nejvýdělečnější filmová franšíza (Statista 2022c). V knize od Alforda a Seckera (Alford – Secker 2017) jsem vyhledal, že spolupráce mezi tvůrci a státem na filmech MCU začala již u natáčení filmu *Iron Man* z roku 2008, což je první film celé MCU franšízy (Marvel nedatováno).

Spolupráce vlády a filmového průmyslu se projevila i během natáčení filmů *Fast & Furious 7* (Rychle a Zběsile 7) a *Star Wars: Force Awakens* (*Star Wars: Síla se probouzí*). Nabídka spolupráce ovšem přišla od *The Abu Dhabi Film*, která přislíbila proplacení 30 % všech nákladů na natáčení filmů pod podmínkou, že se budou natáčet ve Spojených Arabských Emirátech (Alford – Secker 2017: 187). Podle mé definice se tudíž nejedná o americkou propagandu. Jediný film v padesáti nejvýdělečnějších snímcích, který odpovídá všem kritériím je tedy *Top Gun: Maverick* z roku 2022.

Na akademické půdě je nejuznávanější cenou Academy Awards se zlatou soškou Oskara (Whipp 2023). Zároveň sledování a účinek rozdávání Cen Akademie má mezinárodní přesah a nominované filmy mají kromě celosvětového uznání větší šanci na úspěch i mimo Spojené státy (Britannica 2023a). Oskara získalo hned několik filmů, na jejichž tvorbě se podílely Spojené státy, například *Zero Dark Thirty* (30 minut po půlnoci) či *Black Hawk Down*

(Černý jestřáb sestřelen). Pouze jediný film dostal ocenění za nejlepší snímek, a to *Argo* z roku 2012 (Oscars nedatováno). Jelikož všechny mnou použité snímky jsou vytvořeny jedním z Hollywoodských studií, bude mít v mé práci pojem americká kinematografie stejný význam jako Hollywood, jelikož i ostatní z děl, která jsou jmenována v mé práci, jsou vytvořeny jedním z pěti největších amerických studií a tím jsou Disney, Paramount, Sony, Universal a Warner Bros (Statista 2023a).

Z tohoto systematického postupu jsem vybral tři filmy, kterými se budu zabývat. Všechny snímky jsem se rozhodl analyzovat a zjistit, jestli se v nich nachází některé z technik propagandy popsané Institutem pro analýzu propagandy. Následně popíši formu vlivu amerických vládních složek na filmy. Při zkoumání této spolupráce na filmu *Iron Man* budu vycházet z publikace *National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood*. Při popisu vztahů mezi Hollywoodem a produkcí filmu *Argo* budu čerpat z *From Zero to Hero: The CIA and Hollywood Today*. Vliv Spojených států na natáčení filmu *Top Gun Maverick* z roku 2022 není popsán odbornou literaturou, a proto budu čerpat z různých internetových zdrojů.

Analýza filmů bude zpracovávána takovým způsobem, že snímky zhlédnu a budu pozorovat prvky propagandy, které se v nich nacházejí. Poté formu propagandy obsaženou ve filmu přiřadím k jedné z technik propagandy popisované v teoretické části. Výrazné prvky propagandy, které se buď opakují v průběhu celého filmu, nebo mají klíčový význam v ději filmu, podrobněji popíši a zaznamenám k nim přesný čas, kdy se popisovaná událost odehrála. Vzhledem k tomu, že všechny filmy byly nějakou formou sponzorovány CIA nebo Pentagonem, tak budu kriticky považovat všechny prvky lichotící zájmům USA za americkou propagandu. Techniky propagandy budu popisovat podle českého dabingového překladu a ověřím si, že anglický originál má stejný význam jako

český překlad, pokud by tomu bylo jinak, tak na změnu upozorním. Techniky propagandy použité ve filmu poté budu popisovat od méně výrazných po nejvýraznější.

3. Argo (2012)

3.1 Synopse

Scénář k tomuto filmu napsal Chris Terrio na námět knihy Tonyho Mendeze. Snímek režíroval Ben Affleck a je v něm zároveň hlavní postavou. Ve filmu dále hrají kupříkladu Bryan Cranston, John Goodman nebo Alan Arkin. Hlavní produkční a distribuční společností je studio Warner Bros. (IMDb nedatováno a). Argo je film inspirovaný skutečnými událostmi a týká se osudu zaměstnanců americké ambasády v Teheránu v roce 1979. Revoluční gardy v této době zajaly jako rukojmí většinu zaměstnanců kromě šesti, kterým se podařilo uniknout a nalézt úkryt na kanadské ambasádě. Tonymu Mendezovi, kterého hraje Ben Affleck, se podaří vymyslet, jak uvízlé americké občany zachránit a jak je dostat zpět do Spojených států. Záchranu se mu podaří realizovat i přes neuposlechnutí rozkazů jeho nadřízených ze CIA (Bradshaw 2012).

Analýza

V tomto snímku jsem našel techniky propagandy: *Plain folks*, *Name Calling*, *Transfer*, *Card Stacking*, *Testimonial*. *Plain folks* je použito takovým způsobem, že když například Tony Mendez odlétá do Íránu, napíše dopis plný emocí svému synovi (Argo 2012: 00:46:07). To charakterizuje agenta CIA jako obyčejného člověka, který projevuje city jako každý jiný. To může napomáhat k oblíbenosti této postavy. *Name Calling* je zde použito, když je mluveno o Íráncích jako o práškačích z banánové republiky (Argo 2012: 00:58:35). Toto štítkování má jednoznačně negativní nádech.

Nejčastěji použitá propaganda ve filmu je technika *Card Stacking*. Ta je zastoupena například tím, způsobem, že o nápadu na plán, kterým se zabývá děj celého filmu, říká Jack O'Donnell: „Je to nejlepší špatný nápad“ (Argo 2012: 00:44:41). Toto tvrzení v daném případě naprosto podreprezentuje ostatní nápady a v podstatě podává divákovi pouze výsledek, že CIA udělala v danou chvíli nejlepší rozhodnutí, které bylo možné. Pomocí techniky *Card Stacking* je také popisováno, že Íránci v podstatě postupují iracionálně a nemají zábrany proti ničemu, když je Jacke O'Donnellem použito: „Dřív tě zabijou, než zavřou“ (Argo 2012: 00:45:26). Totéž je poté potvrzeno slovy, že celá akce je sebevražda (Argo 2012: 01:11:46). Obě tato tvrzení jsou odvážná až scestná, jelikož během zajetí amerických pracovníků ambasády, které trvalo déle než rok, nezemřel ani jeden ze zaměstnanců. V tuto dobu sice zemřelo osm amerických občanů na půdě Íránu, ale to se stalo kvůli nepovedené záchranné operaci americké armády s názvem *Eagle Claw* (Britannica 2023b). Posledním znatelným příkladem techniky *Card Stacking* je, když Tony Mendez ujišťuje větou: „Je to má práce zachraňovat lidi“ (Argo 2012: 1:06:00). Podle definice americké vlády je sice popsáno, že CIA chrání národní bezpečnost, ovšem udávat, že by jejím primárním úkolem bylo zachraňovat lidi je minimálně sporné (usa.gov nedatováno).

Z vizuálního hlediska je ve filmu nejzřetelnější technika propagandy *Transfer*. Poté, co Tony Mendez vjíždí do Teheránu, objevují se záběry, které stereotypizují celé dění v Íránu v období po íránské revoluci, a mezi těmito záběry je prostřih na KFC, což je symbol amerického stylu života (Argo 2012: 00:53:52). Tento prvek vytváří dojem ironie o situaci, která v té době musela v Íránu být. Tento prvek se dá vyložit také tak, že Írán sice odsuzuje Američany, ale přesto je kultura Spojených států v Íránu oblíbená. Na konci filmu, poté, co se celá mise vydaří a Tony Mendez se dostává domů za svou ženou a synem, tak za nimi majestátně vlaje americká vlajka (Argo 2012: 1:49:52). Vizuální změnou,

kteřá zaujme nejednoho vexiologa, je, že na íránských vlajkách není znázorňován znak lva a slunce spojovaného s Perskou říší a potažmo až s Páhlavího vládou a ani znak červeného tulipánu spojovaného s islámskou revolucí. To je sice správně, jelikož po dobu íránské krize neměla íránská vlajka uprostřed žádný znak, nicméně v roce 2022 na mistrovství světa ve fotbale v Kataru *U.S. Soccer Federation* schválně použila íránskou vlajku z tohoto období, jelikož nesouhlasí s režimem po islámské revoluci v Íránu (McKeever 2022). Tudíž poměrně časté zobrazování íránských vlajek bez symbolů ve filmu může být další formou propagandy.

Technika propagandy, která je zřejmě nejvíce znatelná, je *Testimonial*. Ke konci filmu po úspěšné záchraně šesti bývalých zaměstnanců americké ambasády v Íránu řekne Malinov z kanceláře CIA: „Chválu stejně přijme Kanada” (Argo 2012: 01:45:21). Během titulkových scén je vysíláno vyjádření prezidenta Jima Cartera ve kterém říká: „Nakonec jsme všechny rukojmí dostali domů. Celé a zdravé a posílili jsme integritu naší země a udělali jsme to mírumilovně.“ (Argo 2012: 01:54:10).

3.3 Forma ovlivnění spolupráce

V roce 1999 odešel ze CIA Tony Mendez, který sepsal memoáry ze své kariéry a jako největší *selling point* byla hodnocena část o jeho působení v Íránu. Samotná kniha sice nebyla úspěšná, ale zaujala Hollywood. Scénář filmu podle knihy upravil Chris Terrio a vybral si společnost *Smokehouse* založenou Gerogem Clooneym. CIA vítala toto rozhodnutí, jelikož téma, které šlo ruku v ruce s režii Bena Afflecka, zaručovalo komerční úspěch filmu, a vzhledem k tomu, že Affleck a Clooney byli známí liberálové, zabránilo to potencionálnímu obvinění, že se jedná o pravcovou propagandu CIA (Shaw – Jenkins 2017: 105).

Office of Public Affairs začala pracovat s herci a personálem tak, aby se splnily její podmínky. Úřad zajistil setkání hlavních herců a personálu, kteří se sešli na konzultacích s minulým i přítomným šéfem CIA. Mnoho herců z těchto setkání odešlo inspirováno oddaností lidí ze CIA a chtěli odvyprávět příběh co nejupřímněji. Chris Terrio a Ben Affleck byli v každodenním kontaktu s historikami z CIA. Pouta mezi členy natáčejícího štábu a herců se členy CIA byla tak silná, že například po uvedení snímku *Argo* režisér Ben Affleck řekl, že Tony Mendez je významný Američan (Shaw – Jenkins 2017: 106).

Od 90. let 20. století CIA ráda podporovala dramata o amerických bezpečnostních složkách. Zajímavé je, že původní scénář Chrise Terria byl na začátku velice komický a občas si dělal i legraci z agentů, což se CIA moc nelíbilo. Z filmu nakonec vzniklo satirické melodrama, které dokonale zakrývá fakt, že bezpečnostní složky Spojených států nedokázaly předpokládat vývoj íránské revoluce. Místo toho, že v roce 1979 bylo CIA pod značnou kritikou, protože nedokázalo uchránit svého klíčového partnera na Blízkém východě, můžeme sledovat příběh radostného vykoupení (Shaw – Jenkins 2017: 107).

Argo vyhrálo cenu za nejlepší snímek roku 2012. Výherce ceny vyhlásila Michelle Obamová, která neopomněla podotknout, že všechny filmy nominované na *Academy Award* nám připomněly, že můžeme překonat jakoukoli překážku, stačí nám k tomu snaha a nalezení odvahy a víry v sebe sama. Ben Affleck při přijímání sošky Oscara poděkoval všem svým kamarádům, kteří žijí v Íránu v nehorázných podmínkách (Politico 2013).

Film byl přijat celkem pozitivně napříč světem. Prolog a historické záznamy část veřejnosti utvrzovaly v tom, že příběh ve filmu *Argo* je pravdivá historie. Největší pobouření samozřejmě zvedl v Íránu, kde byl zakázán a označen za anti-íránskou propagandu. Důležité je porovnat film *Argo* s filmem

Zero Dark Thirty, který také vypráví o skvělé činnosti bezpečnostních složek CIA. Film Argo popisuje dlouhodobou důležitost CIA a film Zero Dark Thirty v té době aktuální důležitost organizace. Celkově ve spojení těchto dvou filmů, které byly vydány v roce 2012, reprezentuje Zero Dark Thirty houževnatost CIA a Argo jejich vynalézavost (Shaw – Jenkins 2017: 113). Přestože tedy Argo popisuje vynalézavost CIA, tak bývalý prezident Spojených států Jimmy Carter, který vládl za doby této události, prozradil, že 90 % plánu a jeho dovršení bylo v rukou Kanady a jejích bezpečnostních složek (CNN 2013).

4. Top Gun: Maverick (2022)

4.1 Synopse

V roce 2022 bylo vydáno dlouho očekávané pokračování filmu Top Gun. Top Gun II se mohl začít natáčet již v brzkých devadesátých letech, ovšem (doplnit Amazon). K pokračování s názvem Top Gun: Maverick napsali scénář Jim Cash a Jack Epps Jr., kteří vytvořili scénář i k prvnímu dílu, nyní se na něm podílel i Peter Craig. Režisér filmu Joseph Kosinski obsadil opět do role Johna Mavericka herce Toma Cruise (IMDb nedatováno d). Film vypráví, jak se s odstupem času stal Maverick testovacím pilotem, jenž se snaží v nové stíhačce pokořit rychlost Mach 10. Poté, co se mu to podaří, je povolán opět k Top Gunu, aby trénoval nováčky a dovedl je k vítěznému konci velice rizikové mise. Maverick musí v průběhu filmu vytrénovat letce, aby zničili továrnu na obohacování uranu. Nehovoří se o tom, kde je továrna umístěna, ale zřejmě se nachází v Rusku nebo Íránu. Přes různé komplikace se mu tento úkol nakonec podaří splnit (Shapiro 2022).

4.2 Analýza

V tomto snímku jsem našel techniky propagandy: *Card Stacking*, *Name Calling*, *Transfer a Bandwagon*. Ve filmu se projevuje propaganda *Card Stacking* tím způsobem, že cílem, který musí zničit elitní jednotka Top Gunu, je továrna na

obohacování uranu. Děj neposkytuje další vysvětlení, proč by se měla továrna na obohacování uranu zničit, ale vlastně ukazuje, že stejně tak jako posádka, ani obyčejní lidé nepotřebují důvod toho, proč jsou továrny na obohacování uranu špatné, prostě jsou. A to i přesto, že je více států, které obohacují uran včetně samotných Spojených států (World Nuclear Association 2022). Nicméně společně s paralelou, že továrnu na obohacování uranu chrání stíhačky F-14, je téměř jasné, že v takto nastíněném narativu jde zřejmě o Írán.

Toto aranžování skutečností jde i ruku v ruce s technikou propagandy *Name Calling*, kdy cílem je zjednodušeně: „Nepřítel“ (Top Gun: Maverick 2022, 00:33:01). O stíhačkách F14, které dnes používá pouze Írán, je řečeno, že to jsou vykopávky (Top Gun: Maverick 2022, 00:18:43; Vojáček 2022a). I když by se mohlo zdát, že nepřátelé ve filmu jsou Íránci, je destinace, ve které útok probíhá, zasněžená. Přestože má Írán několik lyžařských resortů, není toto prostředí spojované v amerických filmech s Blízkým východem. Zároveň jsou ve filmu použité nepřátelské stíhačky Suchoje Su-57 a bojová helikoptéra Mil Mi-24 Hind, jež jsou oboje součástí ruské armádní výzbroje (Vojáček 2022b). Dalším příkladem této techniky je situace, kdy Tom Cruise je nazvaný nejrychlejším člověkem na světě (Top Gun: Maverick 2022, 00:10:10). Toto sdělení v podstatě nedává možnost pochybovat o tom, že by nejrychlejší pilot stíhaček nebyl Američan.

Podobně jako v minulém filmu i v tomto se nachází technika *Transfer* v rámci symbolik vlajky. Ve většině scén na počátku filmu můžeme vidět americkou vlajku. Vzhledem k tomu, že děj se odehrává v prostředí americké armády, nemusí to ale být technika propagandy, nýbrž pouze realistické ztvárnění natáčecích lokací. Spekulace o propagandě je podpořena záběrem na Maverickovu koženou bundu, kdy na zádech má nášivku s vlajkou Spojených států amerických, Japonska, Spojených národů a Tchaj-wanu (Top Gun:

Maverick 2022: 00:04:16). Na této politické zprávě je zajímavé, že v traileru na Top Gun: Maverick z roku 2019 vlajka Tchaj-wanu a Japonska na zádech bundy Tomu Cruise nebyla. Tím, že studio nakonec vydalo verzi s tchajwanskou vlajkou, zabránilo svému přístupu na čínský trh, který má velkou kupní sílu ve filmovém průmyslu (Toh – Chang 2022). Kdyby byl Top Gun Maverick vydán bez tchajwanské vlajky na zádech Toma Cruise a jeho zveřejnění by bylo v Číně schváleno, tak by se mohl stát mnohem výdělečnějším filmem a možná i nejvýdělečnějším filmem všech dob. Ovšem tímto se ukázalo, že Hollywood již dokáže vytvářet filmy bez potřeby jejich úpravy takovým způsobem, aby byly schváleny na čínském trhu (Strange 2022).

Tato technika propagandy diváka provází celým snímkem. Jedná se o to, že vyzývá k přidání se k US Navy tým, jak se jim dokázalo v průběhu celého filmu splnit všechny úkoly, bez jediné ztráty lidského života, jak jsou všichni členové elitní jednotky Top Gun vážení a ve své podstatě hrdinové. Jsou zde scény, kdy se jeden pro druhého obětuje nebo kdy společně hrají volejbal. Celá možnost být součástí tohoto uskupení je vnímána jako prestižní a obohacující. Toto tvrzení potvrzuje i fakt, že po minulém Top Gunu se zvýšil počet přihlášek do americké námořní pěchoty o 500 %. Bohužel výsledky průzkumu, do jaké míry se zvýšil počet přihlášek k námořnictvu po uvedení tohoto pokračování, zatím nejsou k dispozici.

4.3 Forma ovlivnění spolupráce

Při přípravě na natáčení filmu Top Gun: Maverick absolvovalo hlavní obsazení tříměsíční, intenzivní námořní výcvik, aby se herci mohli co nejvíce účastnit scén v letadlech. Samozřejmě, že neovládali letouny, ve filmu byly použity F/A-18E/F Super Hornety, děsivě silné stroje. Pro provedení akrobacií, které vzdorovaly gravitaci a které nebyly nikdy předtím vidět na velkém plátně, byli vyžadováni cvičení piloti amerického námořnictva (Shapiro 2022).

Top Gun: Maverick získal podporu od Ministerstva obrany ve formě vybavení, včetně letadel a letadlových lodí, personálu a technického know-how. To bylo umožněno díky *DOD Entertainment Media Office*, která pomáhá filmařům s vytvářením vojenských příběhů. Tento typ spolupráce se na předešlém snímku série velice vyplatil (Zenou 2022). Film by bez vojenské spolupráce zřejmě nemohl ani vzniknout. Americká armáda si tímto způsobem také jednoduše diktuje podmínky. Jeden ze známých režisérů, který na tyto podmínky nepřistoupil, byl například Francis Ford Coppola, který napsal Pentagonu: „Mohu pouze předpokládat, že vojenství využívá své kontroly nad těmito letadly jako prostředku k diktování, které filmy lze vytvořit a které nelze.“ Americké letectvo odmítlo podpořit Coppolu a poskytnout mu přístup k vrtulníkům, které byly klíčové pro jeho film Apokalypsa. Nespolečná spolupráce s americkou armádou ho nakonec dohnala k uzavření dohody s filipínským diktátorem Ferdinandem Marcosem o přístupu k vrtulníkům Huey, stíhačkám a vojenským nákladním automobilům (Hunt 2022).

V minulosti studio Paramount Pictures a Ministerstvo obrany USA, spolu vytvořily smlouvu, ze které vyplývá, že námořnictvo má právo přezkoumat a schválit scénář a záběry filmu, aby zajistilo co nejlepší dojem na potenciální budoucí vojáky. Mnoho nejvýdělečnějších filmů všech dob, včetně Avatara a mnoha filmů Marvelu, mělo podobné dohody s americkým vojskem. Většina filmu Top Gun: Maverick se ve skutečnosti nezabývá akcí, ale sebevědomím a dramatem vojenského života, je to telenovela pro muže. Top Gun: Maverick je méně homoerotický než první díl, ale stále zachycuje pohledné herecké obsazení, tentokrát kupříkladu při hře amerického fotbalu místo volejbalu (Shapiro 2022). Režisér Joseph Kosinski dokonce řekl, že celý nápad na Top Gun: Maverick vznikl poté, co se posadil na gauč v obýváku kapitána Námořní pěchoty J. J. Cummingsa. Ten mu v červenci roku 2017 ukazoval motivační videa z letů ve

stíhačkách Tomcat. Kapitán Cummings poté spolupracoval i na dialozích a dvě věty, které byly použity ve filmu, byly přímo z úst Cummingse (Hunt 2022).

5. Iron Man (2008)

5.1 Synopse

Film Iron Man z roku 2008 je prvním snímkem z takzvaného MCU. Režíroval jej Jon Favreau, jenž ve filmu ztvárňuje roli Happyho Hoganna, Iron Manova osobního asistenta. Hlavní postavu Iron Mana hraje Robert Downey Junior. Film je zpracován na motivy komiksově předlohy a samotný scénář připravili Mark Fergus, Hawk Ostby, Art Marcum. Produkční společností se stalo Hollywoodské studio Paramount Pictures (IMDb nedatováno c). Tony Stark excentrický miliardář, který obchoduje se zbraněmi, je na pracovní cestě v Afghánistánu unesen a zajat. Aby utekl ze zajetí, vytvoří prototyp železného obleku, díky němuž dostane přezdívku Iron Man. Poté, co se vrátí domů, tak se rozhodne, že přestane se zbraněmi obchodovat. V tom mu chce zabránit jeho obchodní partner Obadiah Stane (Honeycutt 2008).

5.2 Analýza

V tomto snímku jsem našel techniky propagandy: *Name Calling*, *Transfer*, *Card Stacking*, *Testimonial* a *Bandwagon*. Když Tony Stark popisuje nové zbraně, říká: „Najděte si omluvu, abyste mohli tyto věci použít a já vám zaručuju, že darebáci už nikdy nevylezou z jeskyně“ (Iron Man 2008: 00:15:05). Zde technika *Name calling* přímo bije do uší. Poukazováním na to, že darebáci se skrývají v jeskyních, je jasný odkaz na jeskynní pevnosti Tora Bora v Afghánistánu, tudíž spojování Afghánistánu s darebáky je naprosto zřejmé (iDnes 2011). Dále se ve filmu vyskytují *Glittering Generalities*, přičemž nejvýrazněji je slyšet, když hovoří Stark s reportérkou Everhartovou: „Slečno Brownová, nemáme jinej svět, než tenhle a věřte mi, že až nebudou potřeba zbraně k udržení míru, začnu dělat

cihly a trámy pro dětské nemocnice“ (Iron Man 2008: 00:08:13). Význam míru v tomto případě jednoznačně vychází z amerických představ.

Při představení Tonyho Starka na začátku filmu je řečeno, že Stark je vizionář, génius a americký vlastenec. Takto se projevuje technika *Card Stacking*, jelikož jak se dozvídáme v celém úvodu, tak Tony je také významný obchodník se zbraněmi a technologiemi, ale zvýraznění vlastenectví bylo zřejmě důležitější. Tony je také nedochvilný a sukničkář, nicméně patriotismus je i v následujících minutách proslovu považován za zřejmě nejdůležitější vlastnost. Jeho přítel James Rhodes řekne: „Jako zmocněnci Stark Industries se mi dostalo pocty sloužit s pravým vlastencem“ (Iron Man 2008: 00:05:35). Toto tvrzení je potvrzeno urputným potleskem obecnstva, což by se dalo považovat za použití techniky *Plain Folks*, nicméně obecnstvo v sále se rozhodně nedá považovat za obyčejné lidi, jelikož se v něm nachází více lidí z armády a například i nejbližší spolupracovník Tonyho Starka. Celý popis Starka jako ultimátního vlastence zakončuje forma propagandy *Transfer*, když se na obrazovce promítne vlajka Spojených států amerických (Iron Man 2008: 00:05:19) a hned poté snímek, na kterém je Stark a v pozadí za ním americké letouny jako symbol americké armády (Iron Man 2008: 00:05:20).

Velkou roli ve filmu hraje také technika *Testimonial*. James Rhodes ⁶ například řekne Tonymu: „Ráno když vstanu a oblíknu si uniformu, zajímá tě co vidím? Koukám se do toho zrcadla a vidím, že každý člověk, kterej tuhle uniformu nosí mě ochraňuje.“ (Iron Man 2008: 00:13:50). Další otázku směrem ke Starkovi pronáší hlavní záporná postava Obadiah Stane: „Tvůj táta nám pomohl získat atomovou bombu. V jakém světě bychom dnes žili, kdyby byl sobecký jako ty?“ (Iron Man 2008: 1:37:16). Ohledně atomové bomby se vyjadřuje i Tony Stark: „Otec pomohl porazit nacisty, pracoval na projektu

⁶ Nejlepší přítel Tonyho Starka a důstojník amerického letectva

Manhattan, myslím, že i vaši profesori na Brownově univerzitě by ho nazvali hrdinou. “ (Iron Man 2008: 00:08:26). I po více než 75 letech od svržení bomb na Hirošimu a Nagasaki se stále objevují články a debaty o tom, jestli svržení bomb bylo obhajitelné nebo ne. Postupem let veřejné mínění stále méně obhajuje svržení bomb, nicméně tato forma propagandy tento trend může postupně zpomalovat (Stokes 2015).

5.3 Forma ovlivnění spolupráce

Film Iron Man může působit jako pacifistický a protiválečný film, protože Tony Stark například sdělí, že má na víc, než vyhodit svět do povětří. Na druhou stranu, když vyvine svůj superhrdinský oblek, tak ho používá ke stejným cílům jako americká armáda, a to k zabíjení muslimských teroristů. Originální skript scénáře z roku 2004 měl být mnohem více protiválečný a zaměřený proti celému vojenskému průmyslu, než v jaké podobě se nakonec v roce 2008 dostal do kin (Alford – Secker 2017: 99–100).

Původní scénář dokonce kritizoval korupci ve vojenském průmyslu. Když o pár let později začalo natáčení filmu, tak režisér Jon Favreau a herec Robert Downey Jr. museli během filmování hodně improvizovat, jelikož od většiny skriptů z roku 2004 bylo upuštěno a to, co zbylo, bylo zásadně upraveno. Kupříkladu Tony Stark měl být podle původního návrhu pacifista, který vytvoří svůj superhrdinský oblek, aby se postavil zkorumpovanému vojenskému průmyslu. Místo toho vytvoří a zlepšuje svůj oblek, aby se pomstil teroristům, kteří ho zajali. Zároveň nejlepší přítel Tonyho Starka je místo vedoucím bezpečnosti ve Stark Industries důstojníkem u amerického letectva (Alford – Secker 2017: 100).

Vzhledem k tolika zásadním změnám ve scénáři je velmi pravděpodobné, že změny byly provedeny na příkaz a vliv Phila Struba a Chrise Hodge,

důstojníků z *DOD*. Nakonec místo toho, aby film kritizoval vojensko-průmyslový komplex, stal se pro vojenským *blockbusterem* s občasnými narážkami na některé negativní věci v tomto odvětví. Iron Man se nakonec místo rebela stojícího proti armádě stane jejím největším spojencem (Amazon 102). Jednou z dalších úprav, na které mohl mít podíl Pentagon, by mohlo být místo vzniku Iron Mana. V komiksově verzi se Tony Stark stane Iron Manem poté, co ho zatknou vojáci Vietkongu, a ve verzi komiksů z 90. let 20. století se upraví jeho původ podle událostí z Vietnamské války na Válku v Zálivu. Ve filmové verzi se poté jedná o Afghánistán (Sanderson – Roach nedatováno). Bohužel neexistují důkazy, které by tuto hypotézu dokázaly potvrdit nebo vyvrátit.

Samotná komiksová verze Iron Mana se stala tak nepopulární, že když v roce 1996 byla vydána minisérie komiksových knih, ve kterých se nejznámější hrdinové z komiksů Marvel a DC utkali proti sobě, Iron Man mezi nimi nebyl. A to se v této komiksově sérii objevovali hrdinové, jejichž jména znají zřejmě pouze zarytí fanoušci komiksů. Jedná se superhrdiny ze světa komiksů Marvel jako Elektra, Silver Surfer nebo Namor (Isaak 2021). Spolupráce Pentagonu se studiem Paramount tudíž pravděpodobně dopomohla k tomu, že z nepopulárního komiksového hrdiny udělala superhrdinu, jehož jméno přesáhlo povědomí komunity skalních fanoušků komiksů.

Promítnutí do celého MCU

MCU⁷ je filmová franšíza s fiktivním světem, ve kterém se odehrávají upravené příběhy vybraných komiksových hrdinů vydavatelství *Marvel Comics*. MCU je komerčně nejúspěšnější filmovou franšízou všech dob. Jen málo lidí ví, že Pentagon v tom hrál důležitou roli. Tři ze šesti počátečních filmů z MCU totiž plně benefitovaly ze spolupráce s *DOD* (Alford – Secker 2017: 95). Vojenská podpora komiksových knih Marvel začala ještě předtím, než MCU existovalo,

⁷ MCU: *Marvel Cinematic Universe*

konkrétně spoluprací na filmu *Hulk* (2003). *DOD* provedlo značné změny ve scénáři výměnou za poskytnutí vojenských vozidel a za možnost natáčení na *Naval Air Weapons Station, China Lake*. Kancelář Námořní pěchoty Spojených států amerických poslala poznámky k natáčení filmu a jednou z hlavních připomínek bylo, že žádné vojenské útoky na Hulka nesmí způsobit jeho smrt. Zároveň jediné smrtící nálety směla armáda ve filmu uspořádat na hlavního záporného hrdinu filmu *Absorbing Mana*. Společně s tímto poslala armáda produkci filmu další desítky drobnějších úprav, z nichž většina byla implementována do filmu (Alford – Secker 2017: 96).

Prvním filmem z MCU, který benefitoval ze spolupráce s *DOD*, byl *Iron Man*, poté *Iron Man 2* a *The Avengers*. Film *Iron Man* (2008) je popsán v předchozích částech této kapitoly. Ve filmu *Iron Man II* (2010) Tony Stark spolupracuje s Pentagonem, snaží se zabránit rivalovi z vojenského průmyslu v tom, aby ve spolupráci s Ruskem vytvořil superoblek podobný obleku *Iron Mana*. Celý vztah mezi rivaly Vankem a Tony Starkem se dá pochopit jako metafora pro skomírající velmoc Rusko, které žárlí na politický status USA. Film spolupracoval primárně s letectvem USA, ale i Námořní pěchota USA poskytla určitou formu spolupráce. *DOD* zpočátku spolupracovalo i na filmu *Avengers* (2012), ale při práci na tomto snímku se začala kooperace rozpadat (Alford – Secker 2017: 104–105).

Nejnovější film z MCU, který získal podporu americké armády, je snímek *Captain Marvel* s hlavní postavou, která je pilotem letectva. Před uvedením filmu *Captain Marvel* v roce 2019 byla představena celá řada propagačních materiálů ve spolupráci s letectvem, včetně reklamy, ve které tvůrci a herci vychvalovali spolupráci s armádou (Wilkinson 2022). MCU se stalo populárním filmovým světem, na jehož úspěchu má neodpáratelný podíl ministerstvo obrany Spojených států. Ve Spojených státech v roce 2018 54 % lidí od 18 do 34 let vidělo alespoň

jeden film z MCU (Statista 2023c). Tento fakt nahrává skutečnosti, že Marvel filmy se staly populárními a úspěšnými. Zde se nabízí otázka, jestli techniky propagandy implementované do tří filmů na počátku tohoto komiksového světa neobsahovaly prvky propagandy *Bandwagon*, a ta postupem času přiměla více a více lidí vidět Marvel filmy, které na sebe navazují. Pro pochopení celého světa je potřeba vidět základní filmy Iron Man, Iron Man II a Avengers, tudíž propaganda se v těchto filmech stala ještě více vnímanější.

Závěr

Cílem mé práce bylo zjistit více o typu propagand v americké kinematografii. Když jsem si pokládal první otázku, jestli byly některé filmy přímo sponzorované státem, tak jsem očekával, že odpověď by mohla být ano. Nicméně fakt, že se Ministerstvo obrany Spojených států amerických od roku 2004 do roku 2017 podílelo na tvorbě 977 filmů jako popisuje Alford a Secker, jsem opravdu nepředpokládal.

Jak jsem popsal v druhé kapitole, tak nejenže filmů, které byly podporovány americkou vládou, bylo natočeno velké množství, ale zároveň se v průběhu let zařadily mezi nejúspěšnější jak na poli akademického uznání, tak na poli ekonomickém vzhledem k výtěžkům z filmů. Skutečnost, že filmy, které obsahují americkou propagandu, jsou úspěšné, znamená, že film se dostane k většímu publiku, a tudíž svoji propagandou zasáhne a ovlivňuje masy.

Úspěšnost filmů obsahující americkou propagandu je také ovlivněna formou spolupráce hollywoodských studií s Pentagonem, která je zásadní. Filmy se přes spolupráci dostávají k informacím a vybavení, které jim dává výhody oproti filmům, jež nejsou sponzorovány. Snímky podporované Pentagonem se tak mají tedy jistou konkurenční výhodu. Výhody spolupráce při natáčení celovečerního *blockbustera* nutí režiséry a scenáristy k tomu, aby upravovali děj filmu, který se nakonec může zásadně lišit od původních skriptů.

K nespolupráci filmařů a Pentagonu je v některých případech přiřazována záhadná smrt scenáristy Gary DeVoreho, který napsal například scénář k filmu *Špinavá dohoda* s hercem Arnoldem Schwarzeneggerem. DeVore měl údajně zmizet v červnu 1997, poté co dokončil skript o filmu, který se měl zabývat vtrhnutím USA do Panamy. Při výzkumech byl podle jeho ženy velmi znepokojen praním špinavých peněz americké vlády v panamských bankách a

podílu USA na sesazení Noriegy. Byl znepokojen i tím, jaké zbraně používala americká armáda a jakým způsobem jednaly Spojené státy s Panamou (CNN 1998). Tato smrt nemusí mít být napojena na Pentagon, nicméně pouhá fáma, že se něco takového mohlo stát, může společně s finanční výhodností vést scénáristy k tomu, aby raději spolupracovali s americkými bezpečnostními složkami, než aby vytvářeli filmy, které se k nim staví kriticky. Tím je zodpovězena má třetí výzkumná otázka.

CIA čerpá ze státního rozpočtu zhruba miliardu dolarů ročně, mimo to má i jiné rozpočtové příjmy a nemusí dávat žádnou evidenci o tom, za co utrácí. O zacházení s rozpočtem nemusí dávat evidenci Kongresu (Plundrich 2022/2023). Tudíž i přestože jsou seznamy filmů, u kterých je potvrzeno, že se na jejich tvorbě podílela nějaká složka Spojených států, tak v některých tajných spisech bezpečnostních složek mohou být seznamy o další spolupráci, která mohla být například sponzorována anonymními příspěvky ze strany CIA.

Zbývá si tedy zodpovědět poslední výzkumnou otázku, a to jaké techniky propagandy jsou v těchto snímcích používány. Ve filmech využívající propagandu se vyskytuje většina z technik propagandy popsané Institutem pro propagandu v roce 1938. Nejvýraznějšími technikami jsou *Transfer*, *Name Calling* a *Card Stacking*. Některé filmy poskytují i techniky propagandy, které se ne vždy řadí pod sedm základních technik propagandy jako stereotypizace nebo heroizace.

Je naprosto pochopitelné, že vlády všech států jsou raději, když jsou v popkultuře vybarvovány v dobrém světle, tudíž propaganda ve filmech, která má tradici delší než sto let, není nic neobvyklého. Nicméně americká propaganda ve filmech je méně nápadná než propaganda v čínských filmech. Tato nenápadnost může zmást takovým způsobem, že dost lidí si neuvědomí, že daný snímek mohl

být sponzorován armádou. Filmy, které jsou sponzorovány složkami ministerstva obrany, by z mého hlediska měly mít v úvodu zřetelné upozornění přes celou obrazovku a zároveň by měly být přístupné až pro diváky starších osmnácti let, jelikož například Iron Man a celé MCU se stalo oblíbené i mezi dětmi, které určitě nemají kapacity na to, aby rozeznaly propagandu ve filmu. Stejně jako na platformě Disney+ u spuštění každého filmu běží upozornění, že film obsahuje alkohol nebo násilí, tak by u snímků podle mého názoru mělo být napsáno, že byl sponzorován například Námořnictvem Spojených států.

Seznam literatury

Alford, M., – Secker, T. (2017). *National Security Cinema: The Shocking New Evidence of Government Control in Hollywood* (Scotts Valley: CreateSpace Independent Publishing Platform).

Argo [film]. Režie Ben Affleck. USA, Warner Bros, 2012.

Bernays, E. (2004). *Propaganda: With an Introduction by Mark Crispin Miller* (New York City: Ig Publishing).

Bradshaw, P. (2012) *Argo – review*. *The Guardian* 8. 11. 2012 (<https://www.theguardian.com/film/2012/nov/08/argo-review>, 30. 3. 2023).

Britannica (2023a). *Academy Award*. 13. 3. 2023 (<https://www.britannica.com/art/Academy-Award>, 13. 3. 2023).

Britannica (2023b). *Iran hostage crisis*. 31. 3. 2023 (<https://www.britannica.com/event/Iran-hostage-crisis> 3. 4. 2023).

Brown, J. (2020). *How To Define Success*. 15. 4. 2020 (<https://medium.com/@staythecourseleaders/how-to-define-success-c58a137ee524>, 2. 4. 2023).

Cambridge Dictionary (nedatováno). *Meaning of propaganda in English* (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>, 27. 3. 2023).

Cirili, K. (2013). Michelle Obama's Oscar surprise. *Politico*. 25. 2. 2013 (<https://www.politico.com/story/2013/02/michelle-obama-at-oscar-announces-argo-won-088018>, 18. 3. 2023).

CNN (2008). *Screenwriter's wife seeks answers in his mysterious death*. 25. 7. 1998 (<http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Movies/9807/15/devore/>, 15. 4. 2023).

CNN (2013). *Jimmy Carter: 'Argo' a great drama*. 22. 2. 2013 (<https://edition.cnn.com/videos/bestoftv/2013/02/22/pmt-jc-on-argo.cnn>, 20. 3. 2023).

Dice, M. (2020). *Hollywood Propaganda: How TV, Movies, and Music Shape Our Culture*. Mark Dice.

Dowd, D. L. (1951). Art as National Propaganda in the French Revolution. *The Public Opinion Quarterly*, 15 (3), s. 532–546.

Ellul, J. – Sichel, B. (1983). NEW HOPE FOR THE TECHNOLOGICAL SOCIETY: An Interview With Jacques Ellul. *ETC: A Review of General Semantics*, 40 (2), s. 201.

Farberov, S. (2012). Producers behind Red Dawn remake swapped Chinese flags and insignia for North Korean ones for fear of losing out on billion-dollar box office. *Daily Mail*, 24. 11. 2012 (<https://www.dailymail.co.uk/news/article-2237717/Red-Dawn-remake-swapped-Chinese-flags-insignia-North-Korean-ones-fear-losing-billion-dollar-box-office.html>, 1. 4. 2023).

Franklin, J. H. (1979). Birth of a Nation: Propaganda as History. *The Massachusetts Review*, 20 (3), s. 417–434.

Fraser, J. – Dorrell, A. – Wilson, S. (1981). Propaganda. *Oxford Art Journal*, 4 (1), s. 65–69.

Hiatt, W. (2018). Slapstick Diplomacy: Charlie Chaplin's *The Great Dictator* and Latin American Theatres of War. *Journal of Latin American Studies*, 50 (4), 777–803.

History (2022). “*The Birth of A Nation*” opens, glorifying the KKK. 7. 2. 2022 (<https://www.history.com/this-day-in-history/birth-of-a-nation-opens>, 15. 3. 2023).

Honeycutt, K. (2008). ‘Iron Man’: Film Review. *The Hollywood Reporter*. 27. 4. 2008 (<https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-reviews/iron-man-film-review-125930/>, 20. 4. 2023).

Hunt, A. (2022). How the US Military Gave Notes on *Top Gun: Maverick*. *Global Creativity Awards*. 24. 6. 2022 (<https://www.gq.com/story/top-gun-maverick-military-advisor-interview>, 9. 4. 2023).

iDnes (2011). *Čeští bojovníci „čistí“ kraj kolem mýty opředených jeskyní Tora Bora*. 15. 9. 2011. (https://www.idnes.cz/zpravy/nato/cesti-bojovnici-cisti-kraj-kolem-myty-opredenych-jeskyni-tora-bora.A110915_104242_zpr_nato_inc, 18. 4. 2023).

IMDb (nedatováno a). *Argo* (https://www.imdb.com/title/tt1024648/companycredits/?ref_=tt_dt_co, 2. 4. 2023).

IMDb (nedatováno b). *Highest Grossing Blockbusters of All Time Adjusted for Inflation* (<https://m.imdb.com/list/ls026442468/>, 27.3.2023).

IMDb (nedatováno c). *Iron Man* (<https://www.imdb.com/title/tt0371746/>, 27.3.2023).

IMDb (nedatováno d). *Top Gun Plot* (https://www.imdb.com/title/tt0092099/plotsummary/?ref_=tt_ov_pl, 21.3.2023).

Iron Man [film]. Režie Jon Favreau. USA, Paramount Pictures, 2008.

Isaak, J. (2021). 90s Iron Man Was So Unpopular, He Was Left Out Of Marvel Vs. DC. *ScreenRant*. 24. 9. 2021 (<https://screenrant.com/iron-man-unpopular-90s-marvel-vs-dc/>, 27. 3. 2023).

Kooijman, J. (2013). We Are the World: America's Dominance in Global Pop Culture. In: *Fabricating the Absolute Fake: America in Contemporary Pop Culture - Revised Edition* (Amsterdam: Amsterdam University Press), s. 23–43.

Lee, A. – Lee, E. B. (1939). *The fine art of propaganda* (New York: Harcourt).

Lee, P. – Dick, L. (2023). "The Birth of a Nation". *Encyclopedia Britannica*, 1. 2. 2023, (<https://www.britannica.com/topic/The-Birth-of-a-Nation>, 13. 3. 2023).

Lee, P. (2023). "The Great Dictator". *Encyclopedia Britannica*, 15. 2. 2023, (<https://www.britannica.com/topic/The-Great-Dictator>, 4. 3. 2023.)

Mackenzie, M. (2003). From Athens to Berlin: The 1936 Olympics and Leni Riefenstahl's *Olympia*. *Critical Inquiry*, 29 (2), s. 302–336.

Marvel (nedatováno). *Marvel Movies*. (<https://www.marvel.com/movies>, 2. 4. 2023).

Mckeever, A. (2022). Why Iran's flag is at the center of controversy at the World Cup. *National Geographic*. 29. 11. 2022 (<https://www.nationalgeographic.com/history/article/iran-flag-symbolism-history-meaning-controversy> 10. 4. 2023).

Nicholson, A. (2019) *Magnolia to The Matrix: was 1999 the greatest year in modern cinema?* 10. 1. 2019. (<https://www.theguardian.com/film/2019/jan/10/magnolia-to-the-matrix-was-1999-the-greatest-year-in-modern-cinema>, 19. 3. 2023).

Nielsen (2022). *Streaming claims largest piece of TV viewing pie in July*. (<https://www.nielsen.com/insights/2022/streaming-claims-largest-piece-of-tv-viewing-pie-in-july/>, 13. 3. 2023).

Oscars (nedatováno). *Experience over nine decades of the oscars from 1927 to 2023*. (<https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/2013>, 27. 3. 2023).

Plundrich, M. (2022/2023). *Zahraniční politika USA* [přednáška] 26. 4. 2023 (Plzeň: Fakulta filozofická ZČU v Plzni).

Redmond, P. (2017). The Historical Roots of CIA-Hollywood Propaganda. *The American Journal of Economics and Sociology*, 76 (2), s. 280–310.

Rentschler, E. (1990). German Feature Films 1933-1945. *Monatshefte*, 82 (3), s. 257–266.

Robb, D. L. (2004). *Operation Hollywood: How the Pentagon shapes and censors the movies* (Buffalo: Prometheus Books).

Ross, S. T. (2002). Understanding Propaganda: The Epistemic Merit Model and Its Application to Art. *Journal of Aesthetic Education*, 36 (1), s. 16–30.

Rosten, L. C. (1947). Movies and Propaganda. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 254, s. 116–124.

Sanderson, P. – Roach D. (Nedatováno). Iron Man. *Britannica*. (<https://www.britannica.com/topic/Iron-Man-comic-book-character>, 21. 4. 2023).

Shapiro, T. (2022). Top Gun: Maverick – a stunning feat of US military propaganda. *Daily Maverick*. 27. 5. 2022 (<https://www.dailymaverick.co.za/article/2022-05-27-top-gun-maverick-a-stunning-feat-of-us-propaganda/>, 10. 4. 2023).

Shaw, T. – Jenkins, T. (2017). From Zero to Hero: The CIA and Hollywood Today. *Cinema Journal*, 56 (2), s. 91–113.

Smith, B. (2023). *Propaganda*. 7. 3. 2023 (<https://www.britannica.com/topic/propaganda>, 13. 3. 2023).

Sorlin, P. (1998). The Cinema: American Weapon for the Cold War. *Film History*, 10 (3), s. 375–381.

Statista (2022a). *Filmed entertainment revenue in selected countries worldwide in 2020*. (<https://www.statista.com/statistics/296431/filmed-entertainment-revenue-worldwide-by-country/>, 27. 3. 2023).

Statista (2022b). *Global number of TV viewers 2017-2026*. 17. 5. 2022 (<https://www.statista.com/forecasts/1207931/tv-viewers-worldwide-number>, 18. 12. 2022).

Statista (2022c). *Highest-grossing movie franchises and series worldwide as of June 2022*. 22. 6. 2022 (<https://www.statista.com/forecasts/1207931/tv-viewers-worldwide-number>, 27. 3. 2023).

Statista (2023a). *Movie studios in the United States and Canada - statistics & facts*. 6. 1. 2023 (<https://www.statista.com/topics/4394/movie-studios/#topicOverview>, 13. 3. 2023).

Statista (2023b). *Share of consumers who have watched selected Marvel Studios superhero films in the United States as of February 2018, by age*. 5. 1. 2023 (<https://www.statista.com/statistics/807367/marvel-movie-viewership-age/> 13. 4. 2023).

Stokes, B. (2015). 70 years after Hiroshima, opinions have shifted on use of atomic bomb. *Pew Research Center*. 4. 8. 2015 (<https://www.pewresearch.org/short-reads/2015/08/04/70-years-after-hiroshima-opinions-have-shifted-on-use-of-atomic-bomb/>, 18. 4. 2023).

Strange, A. (2022). “Top Gun: Maverick” shows Hollywood can survive without China’s film market. *Quartz*. 28. 6. 2022 (<https://qz.com/2183133/top-gun-maverick-shows-hollywood-can-survive-without-china>, 18. 4. 2023).

Taylor, R. (1998). *Film Propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany* (Londýn: IB Tauris).

Toh, M. – Chang, W. (2022). ‘Top Gun: Maverick’ brings back the Taiwan flag after controversy. *CNN business*. 2. 6. 2022 (<https://edition.cnn.com/2022/06/02/media/top-gun-maverick-taiwan-flag-reinstated-intl-hnk/index.html>, 24. 4. 2023).

Top Gun: Maverick [film]. Režie Joseph Kosinski. USA, Paramount Pictures, 2022.

usa.gov (nedatováno). *Central Intelligence Agency* (<https://www.usa.gov/agencies/central-intelligence-agency>, 24. 4. 2023).

Večernja škola [seriál]. Režie Željko Pervan. Chorvatsko, 2007.

Vojáček, J. (2022a). Bojová ikona F-14: Jak to bylo se zrodem nejslavnějšího amerického letounu. *Deník.cz*. 1. 10. 2022 (<https://www.denik.cz/veda-a-technika/americky-letoun-stihacka-f-14-20220929.html>, 20. 4. 2023).

Vojáček, J. (2022b). Suchoj Su-57: Rudá hvězda nové generace byla odpovědí na americké stíhačky. *Deník.cz*. 15. 2. 2022 (<https://www.denik.cz/veda-a-technika/suchoj-su-57-ruda-hvezda-nove-generace-21220214.html>, 20. 4. 2023).

Whipp, G. (2023). Awards show power rankings, from worst to first. *Los Angeles Times*. 9. 1. 2023 (<https://www.latimes.com/entertainment-arts/awards/story/2023-01-09/ranking-awards-shows-oscar-golden-globes>, 2. 4. 2023).

Wilkinson, A. (2022). The long, long, twisty affair between the US military and Hollywood. *Vox*. 27. 5. 2022 (<https://www.vox.com/23141487/top-gun-maverick-us-military-hollywood-oscar-winner-best-sound>, 19. 3. 2023).

World Nuclear Association (2022). *Uranium Enrichment*. (<https://world-nuclear.org/information-library/nuclear-fuel-cycle/conversion-enrichment-and-fabrication/uranium-enrichment.aspx>, 20. 4. 2023).

Zenou, T. (2022). 'Top Gun,' brought to you by the U.S. military. *The Washington Post*. 27. 5. 2022 (<https://www.washingtonpost.com/history/2022/05/27/top-gun-maverick-us-military/>, 19. 4. 2023).

Resumé

This bachelor's thesis describes how American propaganda is implemented into modern cinematography. The aim of this work is to specify techniques of American propaganda used in movies. The first chapter introduces the historical background of propaganda describing development of the world, the history of propaganda in movies, the history of propaganda in American movies and a comparison of different propaganda techniques used by propagandists. The work deals with the form of collaboration between Hollywood and the Pentagon, which leads to the creation of movies containing propaganda.

Case studies for this thesis were chosen from successful American cinematography works that involved collaboration between film studios and government agencies to implement propaganda elements in the given works. The entire process of choosing movies and method of their analysis is included in second chapter.

Specifically, the movies are: Iron Man (2008), Argo (2012), and Top Gun (2022). Various propaganda techniques are represented and analyzed in all films. The research was conducted with the aim of identifying and drawing attention to the types of propaganda in the largest cinematographic industry in the world. A synopsis, analysis and form of cooperation on each movie can be found in their respective chapters. In chapter three, the movie Argo is discussed, followed by Top Gun: Maverick, and ending with description of the movie Iron Man and its projection into MCU.