

Aalborg Universitet

Marilyn Monroe doktrinen

Hvordan Hollywood har spillet en rolle som meningsdanner under Den kolde krig

Kristian Ruseng Jakobsen

Modul L: Kandidatspeciale

Poul Duedahl

3. Juni 2019

Abstract

The aim of this thesis is to examine the role Hollywood played during the first part of the Cold War, from 1945 to 1968, from the point of view that American popular culture, in this case Hollywood feature films in particular, played a profound role in propagandizing the American way of life. The Cold War was not a conventional war fought with conventional weapons, even though both the USA and the Soviet Union took part in a few proxy wars, most predominantly the Korean War and the Vietnam War. In reality the main battle during the conflict was for the hearts and minds of the people, and in that battle Hollywood was a crucial strategic weapon. Hollywood enjoyed an unprecedented popularity during this era in American history, and for this reason Washington seized the chance to utilize Hollywood to propagandize the American way of life.

During the conflict Hollywood and Washington had a reciprocal relationship, for good and for bad, in the sense that during the early years of the Cold War, most predominantly between 1947 and 1954, the House Un-American Activities Committee's activities in Hollywood prompted the production of around 70 films that can be categorized as being anticommunist agitprop films. The production of these movies sprang from the aura of fear that swept through Hollywood at this time. Although at the same time the State Department made sure also to aid Hollywood filmmakers in exporting films both to the European market, and later also through the iron curtain. The strategy is known as public diplomacy or cultural diplomacy, and the aim was to win the hearts and minds of the people by persuading and seducing them with technicolorful moving pictures. In relation to the notion of cultural diplomacy, the term soft power is of equal importance. The term was coined by the political scientist Joseph S. Nye, Jr. in the book *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (1990) and it points to the fact that when a state's values, ideology and culture are attractive, it has the ability to persuade other states to behave as they want them to. In this case American soft power is represented via Hollywood feature films, in which the themes of individualism, consumerism and therefore Americanism are very much present. Thus, Hollywood went from being just an art form to become a weapon in the battle for hearts and minds.

The reason that the State Department assisted in the export of American films to the foreign markets, was because in turn the American feature films in many ways were the best salesmen for the American way of life, and in the battle for hearts and minds, the phrase way of life is fundamental. Hollywood films implicitly supported the American way of life, and even though they in some cases did question the means of the American Cold War stance, they still managed to

persuade their audiences, while they also rarely questioned the ends of American Cold War policy. With regard to Hollywood's role in the Cold War, the most eventful period took place between 1945 and 1968, and therefore this thesis is limited to this time period.

In this thesis I have divided the period 1945 – 1968 into three different sections, where, by looking at different aspects of Hollywood's role in the Cold War, I will decipher how the State Department and Hollywood worked together in an effort to control the mass opinion and by doing this, how they tried to win the hearts and minds of the people. There is no doubt that American soft power played a profound role in the Cold War, and this means that in many ways, and via different mediums, the American way of life was dispersed around the globe. The result was that, because the Hollywood films reflected the positive and prosperous sides of life in the USA, it helped persuade and seduce allies, neutrals and even enemies to long for the high level of American prosperity.

Indholdsfortegnelse

1. Introduktion	1
Introduktion	1
Problemstilling.....	2
Baggrund og afgræsning.....	4
2. Forskningsdiskussion.....	7
Tidligere forskning på området	7
3. Metode	11
Metodiske overvejelser.....	11
Intentions- og receptionsanalyse.....	13
4. Begrebs- og baggrundsafdækning	16
Baggrunden for analysen	16
Hollywood og opinionsdiplomati	20
5. Kildepræsentation.....	23
Materialet, der bliver benyttet i undersøgelsen.....	23
6. Analyse	25
Kategori 1: Den røde trussel.....	25
Kategori 2: Marilyn Monroe doktrinen	35
Kategori 3: De er jo ligesom os	45
7. Diskussion.....	56
Diskussion.....	56
8. Konklusion.....	67
Konkluderende bemærkninger.....	67
9. Litteraturliste.....	71

1. Introduktion

Introduktion

Fra Anden Verdenskrigs afslutning i 1945 frem til og mod Sovjetunionens endelige sammenbrud i 1991 var hele verden skueplads for Den kolde krig, en ideologisk fejde med USA på den ene banehalvdel og Sovjetunionen på den anden. Der var flere forskellige slagmarker i løbet af konflikten, med i modsætning til tidligere internationale konflikter, var Den kolde krig kun i meget begrænset omfang kendetegnet ved klassisk krigsførelse, hvor de to stormagter, både direkte og indirekte, kæmpede imod hinanden. En endnu vigtigere kamp under Den kolde krig gik nemlig, hovedsagligt for USA, ud på at vinde den verdensbefolkningens støtte ved hjælp af ikke-militære virkemidler, som skulle overbevise befolkningen om, at den amerikanske levemåde var værd at stræbe efter. Selve konceptet *way of life* var centralt i løbet af Den kolde krig. Eksempelvis spillede politiske projekter som Marshallhjælpen en vigtig rolle i overvindelsen af den europæiske befolknings støtte, men også kultur som helhed blev brugt, både direkte og indirekte, som blød magt til at overvinde den kollektive bevidsthed i Europa, i kampen om sjælene.

Drømmefabrikken i Hollywood spillede en markant rolle i denne kamp, eftersom en stor del af de enormt populære spillefilm, der udkom i løbet af det 20. århundrede, var medvirkende til at sælge USA og den amerikanske samfundsform til resten af verden. Både propaganda-film, der modtog direkte eller indirekte støtte fra den amerikanske stat, og i ligeså høj grad almindelige, underholdende spillefilm, som den amerikanske stat ikke havde haft en finger med i spillet med, var medvirkende til dette. Hollywood, som i denne tekst bliver brugt som en paraplybetegnelse for den amerikanske filmindustri, spillede altså en rolle i den amerikanske propagandamaskine, selvom det ikke umiddelbart var intentionen. Strategien var kendt som opinionsdiplomati, og den erklærede hensigt var, at man ville overvinde folks troskab og loyalitet via overvejende blød magt, som eksempelvis kulturudveksling og andre diplomatiske initiativer. Tanken var, at denne form for mental ingeniørkunst under overfladen skulle ændre folks tankegange, således at de blev positivt stemt over for tanken om USA som værende et altoverskyggende symbol på det gode, moderne samfund. Man ville, sagt med andre ord, i USA forføre resten af verden med sin farverige populærkultur, samtidigt med, at man ville fordømme fjenden på det store lærred. Det var dog ikke udelukkende propaganda-film, der var tale om, fordi almindelige spillefilm, hvis umiddelbare intention blot var at underholde, ligeledes gav seeren af filmen en idé om og et indtryk af, hvordan USA så ud, eftersom eksempelvis den amerikanske drøm, eller *the American way of life*, altså

idealet om frihed, forbrugerisme, individualisme og jagten efter velstand og lykke, kom til skue i mange af de amerikanske spillefilm, der blev udgivet i perioden.

Om Hollywood isoleret set har været medvirkende til, at USA kom ud af Den kolde krig som sejrherre, er svært at give et konkret svar på, men omvendt var Hollywood i løbet af det 20. århundrede hele verdens filmfabrik og er det stadig i dag. I løbet af de første tyve år af Den kolde krig, arbejdede Hollywood og Washington dog sammen på flere forskellige måder, hvilket var medvirkende til at spillefilm blev et magtfuldt våben i Den kolde krig. Derfor er det vigtigt ikke at negligere den indflydelse, som Hollywood har haft, eftersom de populære Hollywoodspillefilm nød enorm popularitet på begge sider af jerntæppet, og som direkte følge deraf gav budskaberne i filmene, der direkte var med til at sælge den amerikanske ideologi, genlyd udover hele jorden. Sovjetunionen ophørte ikke med at eksistere blot, fordi Hollywoodfilm var farverige og populære, der var et væld af politiske, økonomiske og militære årsager til dette, men Hollywoods indflydelse som meningsdanner må ikke negligeres.

Problemstilling

Kunst og kultur har en evne til at påvirke mennesker på mange forskellige måder, når de bliver udsat for det. Det kan vække de store følelser til live, og kunst med et politisk budskab har en tendens til, under overfladen, at kunne påvirke menneskers tankegange, og under Den kolde krig spillede Hollywood en markant rolle i påvirkningen af verdensbefolkningens kollektive bevidsthed. Hollywood var derfor, både bevidst og ubevidst, et enormt vigtigt våben i kampen om sjælene, under Den kolde krig (Shaw, *Hollywood* 1). En stor del af de film, der blev produceret i samtiden, viste i mange tilfælde en glansbilledelig udgave af USA, hvilket medførte, at synet på USA blev formet deraf, eftersom Hollywoodfilm havde et anseeligt publikum, både indenfor og udenfor USA's grænser. De budskaber, der er til stede i en spillefilm, bliver forstærket og giver genlyd, hvis filmen har et bredt nok publikum. Der er eksempler på film, hvor CIA har finansieret produktionen af dem og som en direkte følge deraf ændret på handlingen således, at de har fået en bestemt politisk betydning. Derudover er der eksempler på, at filmskabere i Hollywood selv har taget kontakt til forskellige instanser i den amerikanske stat med et ønske om at få hjælp til at producere film. Her tænkes særligt på krigsfilm, som netop typisk var positivt stemt over for den på daværende tidspunkt førte politik i USA (Sørensen 328).

På den anden side findes der dog også en lang række spillefilm, hvori det implicitte politiske budskab har stemt overens med den politik, der på daværende tidspunkt blev ført af den

amerikanske stat uden, at der har været en politisk-økonomisk forbindelse mellem produktionen af filmen og staten. Her kan med fordel nævnes film, der handler om forholdet mellem USA og Sovjetunionen, hvori der eksempelvis bliver skabt et fjendebillede af sovjetterne, samt almindelige underholdningsfilm, der fremstillede det amerikanske samfund i en positiv optik. Slutteligt skal det nævnes, at størstedelen af de film, der bliver behandlet i denne tekst, netop er underholdningsfilm, der ikke direkte omhandler konflikten mellem USA og Sovjetunionen, men blot bidrager til eksempelvis at sætte USA i et positivt lys på det store lærred. Hollywood havde nemlig under alle omstændigheder, en markant rolle som meningsdanner under Den kolde krig. Udover at se på hvordan Hollywood af sig selv fremstiller USA og *the American way of life*, samt fjendebilleder af Sovjetunionen, har jeg i sinde at undersøge, om og hvordan Hollywood og Washington arbejder sammen, og om og hvornår der er politisk-økonomiske forbindelser mellem disse. Under Den kolde krig blev blød magt i langt højere grad end hård magt brugt til at vinde allierede med, hvor eksempelvis kultur- og opinionsdiplomati her spillede en enormt stor rolle, i forhold til tidligere internationale konflikter, hvorfor Hollywoods rolle her er interessant at afdække.

Min tese er, at under Den kolde krig, havde Hollywoodfilm en markant stemme i hele verden, og derfor ikke kun indenrigs i USA. Derfor er det interessant at undersøge hvordan Hollywood har præsenteret henholdsvis *the American way of life* samt fjenden Sovjetunionen, i underholdningsfilm fra tiden under Den kolde krig, samt om det har haft en effekt på de, der har set filmene. Derudover vil jeg forsøge at afdække om og i så fald hvor, der har været politisk-økonomiske forbindelser mellem Hollywood og Washington. Dernæst vil jeg ud fra tesen om, at Hollywood har været med til at forføre den vestlige verden til at se på USA som værende noget, der er værd at stræbe efter, se hvordan underholdningsspilefilm fra Hollywood har præsenteret og fremstillet USA i løbet af de første tyve år af Den kolde krig. Slutteligt vil jeg også berøre forholdet mellem USA og Sovjetunionen, som det har set ud på det store lærred for at undersøge på hvilke måder, man har fremstillet fjenden. Jeg har ikke i sinde at fremstille en komplet undersøgelse af hele den amerikanske filmhistorie og dens udvikling i løbet af Den kolde krig, i stedet har jeg tænkt mig via konkrete nedslag i historien at påvise, hvor stor indflydelse Hollywood havde under Den kolde krig. Helt konkret har jeg af flere årsager valgt at begrænse mig til kun at beskæftige mig med de første tyve år af Den kolde krig. Det er dog også disse år, der er de mest begivenhedsrige i forhold til Hollywoods rolle i konflikten. Undersøgelsen i opgaven sker på baggrund af følgende problemformulering:

”Hvordan har Hollywood spillet en rolle som meningsdanner, under de første tyve år af Den kolde krig?”

Baggrund og afgræsning

For at forstå problemformuleringens besvarelse er det først nødvendigt at forstå dens kontekst, samt hvilken situation filmene er blevet til i. Allerede inden Den kolde krigs begyndelse var man i USA bekendt med de bløde magtmidlers gennemslagskraft. Marshallhjælpen var et af de mest velkendte diplomatiske projekter, som blev sat i værk af den amerikanske stat i efterkrigstiden og bidrog i høj grad til den velstand, den vestlige del af Europa nød efter afslutningen på Anden verdenskrig. Dette satte USA i et overvejende positivt lys i Vesteuropa, hvilket som udgangspunkt medførte at man skabte incitament til at fremme import af amerikanske varer, herunder Hollywoodfilm, i de lande, der modtog Marshallhjælpen (Hart 137). Ydermere skal det i denne forbindelse nævnes, at der eksempelvis blev produceret danske Marshallfilm, ”der fungerede som led i den ”informationsindsats”, der blev udrullet i forbindelse med den amerikanske Marshallplans europæiske genopbygningsprogram” (Ørskov i Magnussen et al 202). Disse film har dog meget lidt til fælles med de populære underholdningsspillemovie fra Hollywood udover det faktum, at de ligeledes var medvirkende til at sætte USA i et positivt lys. Allerede her er det tydeligt, at filmmediet har et påvirkningspotentiale, men det er dog ikke denne type film, der er omdrejningspunktet for denne tekst.

I USA havde man længe inden udbruddet af Den kolde krig, indset vigtigheden af brugen af populærkulturelle medier til at løfte moralen blandt landets befolkning, hvilket var en af grundene til at OWI (United States Office of War Information) blev oprettet under Anden verdenskrig. Intentionen var, at man ved eksempelvis at samarbejde med filmselskaberne i Hollywood, ville sørge for, at der blev produceret spillefilm, der var gavnlige for den amerikanske krigsindsats i Europa i samtiden. Et eksempel på en sådan film er *Casablanca* (1942), der netop både tegner et letgenkendeligt fjendebillede på samme tid med, at den amerikanske helt fremstår klart og tydeligt på det store lærred, hvilket er med til at retfærdiggøre amerikanernes deltagelse i Anden verdenskrig. Efter Anden verdenskrigs afslutning bliver OWI dog lukket ned, men tanken om, at medier, som spillefilm og tv, er i stand til at yde indflydelse på folk, består hos den amerikanske stat, og der er i de følgende årtier flere eksempler på, at den amerikanske stat blander sig i og finansierer filmprojekter i Hollywood. Derfor er man i USA under Den kolde krig godt klar over, at filmmediet og populærkultur i sig selv har en enorm gennemslagskraft både indenfor og

udenfor landets grænser. Dette synspunkt deler den britiske filmhistoriker Tony Shaw ligeledes, og argumenterer i forhold til OWI for, at "filmmakers and officials in the late 1940s could pick up from where they had left off a few years earlier, updating and finessing the ideas and themes they had used to defeat fascism" (Shaw, *Hollywood* 65).

Statsfinansieret propaganda er dog kun i meget lille grad omdrejningspunktet for denne tekst. Populære Hollywoodfilm var nemlig i al almindelighed også medvirkende til at sætte dagsordenen i resten af verden, eftersom drømmefabrikken i Hollywood nød ekstremt stor popularitet. Det er i den forbindelse vigtigt at understrege, at filmene ikke er blevet til uden for den historiske virkelighed, de befinder sig i, men at de netop er et produkt af denne. Eksempelvis er Sylvester Stallones *Rocky IV* (1985) på mange måder et produkt af det politiske miljø, der var i USA under Roland Reagan i 1980'erne, hvor Billy Wilders *One, Two, Three* (1961) er blevet til eftersom Berlin, som filmen er omdrejningspunkt om, var brændpunkt for Den kolde krigs spændingsniveau på daværende tidspunkt. Hertil kan det som kuriosum nævnes, at Berlinmuren blev opført d. 13. August 1961, mens optagelserne til *One, Two, Three* var i gang i Berlin, hvorfor man flyttede filmproduktionen til München i stedet. Hollywood har altså under Den kolde krig en markant politisk betydning, og selv apolitiske film og film, der ikke direkte omhandler forholdet mellem USA og Sovjetunionen, bliver medvirkende til, hvordan omverdenen definerer USA.

Af omfangsmæssige årsager har jeg valgt kun at beskæftige mig med de første 20 år af Den kolde krig i denne opgave, eftersom opgaven først og fremmest er omfangsmæssigt begrænset, men også fordi den første halvdel af Den kolde krig var den mest spændingsrige i forhold til Hollywoods rolle, og derfor giver et godt indblik, hvordan den rolle har set ud under konflikten. Det var i løbet af de første tyve år, at Hollywood var med til, i mange tilfælde med hjælp direkte fra Washington, at skabe fjendebilledet på det store lærred. I denne periode skabte Hollywood dog også almindelige underholdningsfilm, som også fik en politisk betydning som følge af, at den kolde krig raserede på samme tidspunkt. Udover at Washington interfererede med filmproduktionen i Hollywood, i forhold til produktionen af antikommunistiske agitpropfilm, så havde Washington og det amerikanske udenrigsministerium også en finger med i spillet, hvad angår eksport af Hollywoodfilm til Vesteuropa og Sovjetunionen i perioden. Derfor var Hollywoodfilm under Den kolde krig ikke bare en kunstform, men endte i stedet med at blive et strategisk våben.

Man kan argumentere for, at "den anden kolde krig", der fandt sted fra 1979 til og med 1989, også er af ligeså stor betydning, men de emner kan dog godt stå for sig selv. Derfor strækker

tidsperioden sig fra omkring 1945 til 1968, og den anden halvdel af Den kolde krig vil kun blive berørt i et meget begrænset, perifert omfang.

2. Forskningsdiskussion

Tidligere forskning på området

Herunder vil jeg gøre rede for den forskning, der allerede er blevet foretaget i forhold til Hollywoods rolle i Den kolde krig. Det er et emne, der er blevet belyst fra flere forskellige vinkler, men fælles for dem alle er, at der er blevet lagt et stort fokus på det enorme påvirkningspotentiale, som Hollywood har haft og stadig har i dag. Der findes flere prominente forskere, der har beskæftiget sig med populærkultur og Den kolde krig, og af disse er der også en håndfuld, der har fokuseret på Hollywoods rolle i Den kolde krig. Mest nævneværdigt er *Hollywood's Cold War* af den britiske koldkrigs- og filmforsker Tony Shaw samt *Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Hearts and Minds* af selvsamme Tony Shaw og den amerikanske historiker og ekspert i russisk og sovjetisk historie Denise J. Youngblood. Disse to værker behandler på forskellige måder, hvordan Den kolde krig har set ud i en filmhistorisk optik, samt hvilken plads Hollywood og den amerikanske filmindustri har haft i den internationale konflikt. Udover dette må Reinhold Wagnleitners *Coca-Colonization and the Cold War* ligeledes nævnes, da han har dedikeret et afsnit af sit værk til netop at se på Hollywood i en amerikaniseringskontekst. Udover dette har en række forskere beskæftiget sig med emner, der ligger i periferien af emnet.

Shaws *Hollywood's Cold War* er skrevet ud fra grundantagelsen om, at "in the battle for mass opinion in the Cold War, few weapons were more powerful than the cinema" (1), hvilket bogens ni kapitler via forskellige nedslag i historien påviser. Shaw har i hvert kapitel valgt et par forskellige, fremtrædende film fra samtiden, heriblandt både dokumentarer og spillefilm, der hver især er medvirkende til at bevise Hollywoods gennemslagskraft. Bogen er struktureret således, at der er en kronologisk progression fra kapitel til kapitel, hvilket er medvirkende til at skabe et overblik over filmhistorien i alle Den kolde krigs årtier. Ved hjælp af analyse af spillefilm samt andet relevant kildemateriale, tegner Shaw et billede af, hvordan Hollywood har ydet indflydelse både med og uden hjælp fra den amerikanske stat. Derudover gør Shaw opmærksom på, at tidligere akademisk arbejde om Hollywood og Den kolde krig har haft fokus på perioden 1947 til 1954, der var præget af McCarthyismen og HUAC's indtog i Hollywood, hvorfor han forsøger at kaste et større perspektiv på Hollywoods rolle under hele Den kolde krig. Hans egentlige problem er, at feltet, der omhandler Hollywoods rolle i Den kolde krig fra 1954 til og med 1991, ikke er blevet berørt tidligere: "This celluloid 'cultural diplomacy' has yet to make serious inroads into mainstream Cold War historiography, while only a few scholars have taken the lead from the

revelations of Hollywood-State Department collaboration to search for potential links between the film industry and other government agencies during the conflict.” (Shaw, *Hollywood* 1). Den amerikanske humanioraprofessor Thomas Doherty har eksempelvis i sin artikel *Hollywood Agit-Prop: The Anti-Communist Cycle, 1948-1954* i store træk opridset Hollywoods rolle i den første del af Den kolde krig, hvor hans fokus netop kun er på perioden fra 1948 til 1954, og han har derfor ikke beskæftiget sig med resten af Den kolde krig. Dohertys resultater stemmer godt overens med Shaws, og grundlæggende set er facittet, at Washington ikke opnåede de ønskede resultater, da de blandede sig i filmproduktionen i den spæde begyndelse af Den kolde krig.

Shaws bog forsøger på og har succes med at kortlægge forholdet mellem amerikanske politikere, propagandister og filmproducere gennem størstedelen af det 20. århundrede (Lewis 314). Konklusionen er, at spillefilm og Hollywoodfilm i særdeleshed på et hav af forskellige måder var centrale i Den kolde krigs kamp om sjælene. Shaw argumenterer for, at filmindustrien i Hollywood og det politiske apparat i Washington arbejdede sammen om at sælge den amerikanske koldkrigskonsensus til både det hjemlige og det udenlandske publikum. Shaw tager en række forskellige film under kyndig behandling, herunder både propaganda-film, der er produceret med direkte støtte fra den amerikanske stat, og i høj grad også almindelige spillefilm fra Hollywood, som blot er produceret for at underholde og tjene penge. Dog er antallet af spillefilm, der bliver analyseret i bogen limiteret, hvorfor der her er mulighed for at bringe ny viden til bordet ved netop at tage nogle af de film, som han ikke berører, under behandling. Derudover berører Shaw kun kort kulturudvekslingen mellem Sovjetunionen og USA, hvorfor der også her er plads til uddybelse. Bogen skaber dog et overblik over hele perioden og tager en lang række spillefilm under behandling. Konklusionen er, at Hollywood havde en markant stemme og en enestående international påvirkningskraft.

Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Hearts and Minds'

omdrejningspunkt er på mange måder det same som *Hollywood's Cold War*, eftersom den ligeledes har eksplicit fokus på filmindustrien under Den kolde krig, hvor omdrejningspunktet helt konkret er både den amerikanske og den sovjetiske filmindustri indbyrdes kamp om sjælene. Her bliver den amerikanske filmindustri i Hollywood dog sat op imod den sovjetiske filmindustri, hvorfor en del af undersøgelsen forsøger at udrede, hvem af de to supermagter, der via filmmediet vandt den kulturelle kolde krig. Konklusionen på værket minder imidlertid meget om det Shaw konkluderede i *Hollywood's Cold War*, altså, at Hollywood havde en markant stemme under Den kolde krig. En stemme, der i langt højere grad nåede ud til resten af verden, i modsætning til den sovjetiske

filmindustri, der ikke på samme måde havde et anseeligt internationalt publikum. Uden et anseeligt internationalt publikum mindskes filmenes påvirkningskraft markant. Bogen er inddelt således, at den amerikanske filmindustri kommer under luppen, og herefter sættes den sovjetiske film under luppen. Værket tillægger ligesom *Hollywood's Cold War* den amerikanske filmindustri enormt stor magt som følge både af det teknologiske niveau, Hollywood var på på daværende tidspunkt, og også eksempelvis i kraft af, at forholdet mellem Hollywood og den amerikanske regering var langt mere harmonisk, end forholdet mellem den sovjetiske filmindustri og den sovjetiske regering. Denne bog er sat op således, at et langt lavere antal værker kommer under behandling, men til gengæld bliver filmene udsat for en mere dybdegående analyse end i *Hollywood's Cold War*. Blandt andet er der afsat et helt kapital til hver film, hvor for eksempel *Roman Holiday* (1953), som optræder senere i denne tekst, bliver gennemgået.

Ydermere er konklusionen i værket, at "because of Hollywood's creative might, economic reach, and global popularity, Soviet cinema spent a lot of time reacting to what the American government and American cinema were saying about the USSR." (Shaw & Youngblood 217). Pointen i bogen er, at det er tydeligt, at USA kom ud af den kulturelle konflikt som sejrherre, hvorfor den amerikanske filmindustri påvirkningskraft under Den kolde krig stadig må tillægges værdi.

Ser man herefter på Reinhold Wagnleitners *Coca-Colonization and the Cold War* minder konklusionen om de ovenstående nemlig, at filmindustrien i Hollywood havde et stort internationalt publikum og via forskellige virkemidler havde mulighed for at yde indflydelse og derved nærmest kolonisere via det store lærred. Fokus i hans bog er ikke kun på Hollywoods rolle, men et enkelt kapitel er dog dedikeret til spillefilm, hvor resten af værket også inddrager en række andre aspekter på USA's kulturelle indflydelse i Østrig efter Anden verdenskrig. Bogen er skrevet ud fra en påstand om, at "in dealing with the global success of U.S. culture, we are talking about one of the most important chapters of history in this century." (Wagnleitner 1). Dette skal forstås på den måde, at den kulturelle indflydelse af USA på mange måder har været altafgørende under Den kolde krig, hvor symbolsk amerikansk magt bliver vækket til live via amerikansk kulturimperialisme. I forhold til Hollywoods indflydelse på dette argumenterer Wagnleitner for, at "The Hollywood film – with its emphasis on individualism, competition, the cleansing forces of the market, the freedom of choice, and especially the melting pot – became the most influential iconographic inventory of the capitalist ethos and U.S. democracy in the twentieth century." (225). Udover dette argumenterer han for, at Hollywood er den mest allestedsnærværende og succesfulde kulturimperialistiske agent,

verden har kendt til (Wagnleitner 227). Hertil lægger han også vægt på det gensidige samarbejde mellem filmindustrien i Hollywood og det amerikanske politiske apparat i Washington. Dette skal forstås på den måde, at Wagnleitners udlægning af Hollywoods indflydelse på mange måder minder om de tidligere værker, der er blevet opridset i dette afsnit, hvorfor der synes at være en konsensus om, at Hollywood har spillet en markant rolle i både amerikaniseringen af Europa efter Anden verdenskrig, men også i kampen om sjælene under Den kolde krig både for og bag jerntæppet. Wagnleitner analyserer ikke specifikke film, men ser i stedet på den historiske kontekst og den helhed, som Hollywoodfilmene blev brugt og indgik i, hvorfor hans værk er med til at skabe en større forståelse for de mekanismer, der har været til stede bag lærredet. Hertil kan man argumentere for, at en mangel i hans værk er en konkret gennemgang af en eller flere spillefilm for at gøre det klart for læseren netop, hvorfor de havde en påvirkningskraft.

Der synes at være en generel enighed om, at den amerikanske populærkultur, og herunder i særdeleshed Hollywood, har været en markant magtfaktor under Den kolde krig, som meningsdanner, først og fremmest indenrigs i USA, men de amerikanske spillefilm nåede også langt ud over landets egne grænser. I 1946 blev der i de østrigske biografer vist 371 spillefilm i alt, hvoraf 52 stammede fra USA, hvorimod i 1955 var det samlede antal af spillefilm oppe på 469, hvoraf hele 229 af disse stammede fra den amerikanske filmindustri (Wagnleitner 269). Derfor er analysen baseret på tesen om, at Hollywood og amerikansk populærkultur havde en markant stemme i løbet af Den kolde krig i selve kampen om sjælene. Ydermere er det derfor interessant at undersøge hvilke aspekter af det amerikanske samfund, der er til stede på det store lærred, men samtidigt også hvilke aspekter, der bevidst er udeladt fra fortællingerne. Problemformuleringen i denne tekst tager derfor afsæt i den allerede fastsatte opfattelse af Hollywood som værende en allestedsnærværende kultureksportør. Fordi Den kolde krig var en ideologisk konflikt, synes der at være en konsensus om, at filmmediet har været en central spiller i konflikten: "The device was to make the foe, and the rest of the world, believe that one was the strongest. Ideology was therefore of overriding significance during the conflict and it is here that the cinema had an important role to play." (Sorlin 375). Hollywoods rolle i konflikten har, i Tony Shaws optik, indtil videre kun haft en smal rolle i historiografien om Den kolde krig, hvorfor det derfor netop er relevant at undersøge den (*Hollywood 1*).

3. Metode

Metodiske overvejelser

I dette afsnit er min hensigt at gøre rede for den metodiske tilgang, jeg benytter mig af i den kildeanalytiske del af denne tekst, samt hvordan selve undersøgelsen bliver strikket sammen. Der bliver her gjort rede for valg af materiale, metodisk tilgang samt, hvad der ligger til grund for, hvordan undersøgelsen er inddelt. Derudover vil jeg tydeliggøre, hvordan jeg har tænkt mig at behandle kildematerialet i forhold til at kunne besvare spørgsmålene i problemformuleringen.

Det primære kildemateriale, jeg anvender i løbet af nedenstående afsnit, er udvalgte Hollywoodfilm fra perioden under de første tyve år af Den kolde krig, hvor min erklærede hensigt er at undersøge, hvordan de har været medvirkende til at sælge USA og den amerikanske liberal-kapitaliske samfundsindretning til resten af verden. Derudover har jeg også i sinde at undersøge, om der bliver konstrueret fjendebilleder på det store lærred. I den forbindelse vil jeg opridsede nogle metoder, der er brugbare, når man arbejder med levende billeder. Først og fremmest er det essentielt at være opmærksom på, at alt hvad der sker i filmen, sker på baggrund af et bevidst tilvalg eller fravalg (Ørskov i Magnussen et al 203). Den måde, som virkeligheden bliver fremstillet på i spillefilm, er altså ikke tilfældig, og når en film eksempelvis har et politisk formål, er det vigtigt at kunne dechifrere præcist hvilket budskab, instruktøren har haft i sinde at sende. Det kan virke som en triviell betragtning, men på samme tid er det elementært at have in mente, når man arbejder med levende billeder.

Der er flere forskellige måder at tilgå denne type kildemateriale, men som udgangspunkt har jeg i sinde at behandle den måde, som filmene først og fremmest repræsenterer den amerikanske levemåde og samfundsform. Derudover har jeg ikke i sinde at lave en detaljeret og dybdegående analyse af eksempelvis det lydmæssige eller det visuelle aspekt af filmene for sig, derimod er mit fokus i indholdsanalysen af filmene på den fortælling, der udspiller sig på det store lærred. Her vil filmenes respektive historiske kontekster ligeledes inddrages. Ydermere har jeg i sinde at undersøge, om filmene er med til at ophøje det amerikanske samfund i forhold til det sovjetiske, samt om der i de respektive spillefilm, der direkte omhandler forholdet mellem USA og Sovjetunionen, bliver fremstillet fjendebilleder af Sovjetterne. Dernæst vil jeg undersøge hvordan den amerikanske stat har haft en finger med i spillet i kulturudvekslingen med Sovjetunionen, og om man i den forbindelse har gjort bevidste til- eller fravalg i forhold til, hvilke spillefilm man har sendt over jerntæppet, og hvilken effekt dette måtte have haft.

Min tilgang til materialet lægger sig op ad den måde Tony Shaw behandler filmene på, hvor både deres politiske og historiske kontekst inddrages, men hvor også filmenes indhold bliver afdækket. Helt konkret vil jeg forsøge at foretage en art semiotisk analyse, hvor jeg vil se på hvilke tegn og symboler, der kommer til skue i de respektive spillefilm, for derved at kunne afkode den politiske mening, som filmen implicit måtte have. Her tænkes eksempelvis på, hvordan et fjendebillede typisk vil være tegnet således, at fjenden ser usoigneret eller u-attraktiv ud, i forhold til hvordan helten typisk er en attraktiv figur. Selv de mindste detaljer kan i denne forbindelse i sig selv være meningsbærende. Derudover vil jeg foretage en kontekstuel analyse af filmen, for at dechifrere hvilken plads den har i en større koldkrigs-kontekst. Her vil jeg inddrage den historiske og politiske kontekst, samt kaste et blik på hvem filmskaberne er og deres motivation for at producere de respektive film.

Det er vigtigt at have in mente, når man arbejder med spillefilm, at de ikke er opstået i et komplet vakuum. Den danske historiker Frederik Forrai Ørskov understreger eksempelvis i sit arbejde med analyse af danske statspropagandafilms vigtigheden i at kunne se en "forbindelse mellem kultur, fortællinger og vores antropologiske adfærd" (i Magnussen et al 202). Spillefilm, hvad end det drejer sig om statspropagandafilms eller underholdningsfilm fra Hollywood, spejler altså den måde, vi som mennesker definerer os selv på, vores selvopfattelse og hvordan vi gerne vil have andre skal definere os. Her kan man for eksempel se på fortællingen i filmen for at udrede, hvordan en given film eksempelvis fremstiller fortællingen om USA. Ydermere argumenterer Ørskov for, at film, herunder både propaganda-, reklame- og spillefilm, kan ændre folks levemåde og selvopfattelse, hvorfor det netop er elementært ikke at negligere den slagkraft, som filmmediet har (i Magnussen et al 203). Som tidligere nævnt lagde man i USA under Den kolde krig enormt mange kræfter i at bruge blød magt i stedet for hård magt, hvorfor kultur samt kulturudveksling kom til at spille en stor rolle. En problematik, som Ørskov desuden gør opmærksom på, er, at man skal "være påpasselig med at drage direkte konklusioner mellem filmiske udtryk, seerreaktioner og mentale processer." (i Magnussen et al 203). Det er derfor ikke ligetil at måle en films mentale præstationsniveau, da det vil vise sig at være relativt uhåndterbart.

I denne tekst har jeg dog valgt at arbejde ud fra tesen om, at jo mere populær en spillefilm har været i sin samtid, det vil sige, jo større publikum den har haft, jo større chance er der også for, at den har været medvirkende til at påvirke de, der har set den (Jowett et al. 117). Budskaberne i populære film giver genlyd hos seerne, hvilket er effektivt, hvis blot et budskabet bliver gentaget ofte nok. Derfor er det eksempelvis interessant at undersøge, hvordan Hollywood fremstiller den

amerikanske samfundsindretning i film fra forskellige perioder, ligesom det ville være interessant at undersøge, hvordan Den kolde krig bliver omtalt i filmene samt, om der eventuelt bliver skabt fjendebilleder på det store lærred. Fordi der synes at være en konsensus om, at filmmediet og Hollywood i særdeleshed har været en vigtig aktør under Den kolde krig, er det altså vedkommende at se på netop, hvordan den påvirkning har fundet sted.

Selve analysen er strikket sådan sammen, at den historiske kontekst først opridses, hvorefter jeg foretager en intentionsanalyse for at finde ud af, hvad baggrunden for udgivelsen af filmen har været. Dernæst foretager jeg en indholdsanalyse af filmens indhold og derefter en receptionsanalyse, for at vurdere hvorvidt filmen reelt set har haft en gennemslagskraft.

Afslutningsvis vil jeg forsøge at sammenfatte resultaterne og derved udpensle helt konkret, hvad den eller de specifikke film kan. Min metodiske tilgang er inspireret af den danske koldkrigs-historiker Nils Arne Sørensens tilgang til spillefilm som historisk kildemateriale, da han grundet sit virke som teoretisk historiker, har fremsat en række anvisninger, man i hans optik bør følge, når man analyserer spillefilm ud fra et historisk synspunkt. Han har til forskel for de forskere, der er gjort rede for i forskningsdiskussionen, et markant fokus på det teoretiske aspekt af den historiske filmanalyse, hvorfor hans metodiske tilgang er brugbar i denne kontekst. Helt konkret har jeg tænkt mig at analysere indholdet af filmene, samt derefter, efter Sørensens anvisninger, at foretage en intentions- og en receptionsanalyse af de respektive spillefilm.

Intentions- og receptionsanalyse

I forhold til en indholdsanalyse, så er henholdsvis intentions- og receptionsanalyse to mere komplekse begreber, hvorfor jeg i dette afsnit vil gøre rede for, hvad de helt konkret indbefatter. Når man arbejder med levende billeder, er det væsentligt at gribe stoffet an på den rette facon, og her vil jeg udpensle helt konkret, hvordan den tilgang fungerer i praksis. Den danske historiker Nils Arne Sørensen har beskæftiget sig med spillefilm set ud fra et historisk synspunkt og har i forbindelse med dette gjort rede for en række forskellige tilgange, man som historiker kan benytte sig af i forbindelse med filmanalyse og i brugen af spillefilm som historisk kilde. Hans umiddelbare pointe er, at når en historiker foretager sig en indholdsanalyse af spillefilm, ”vil det for historikere generelt være nødvendigt (eller i det mindste ønskværdigt) at supplere denne analyse med dels en *intentionsanalyse* dels en *receptionsanalyse*.” (Sørensen 328). Intentionsanalysen tager afsæt i filmskaberens hensigter forstået på den måde, at man skal se på hvilken proces, der har fundet sted før og i løbet af produktionen af en given spillefilm. Her bruger Sørensen John Wayne som

eksempel og benytter ham som case i forbindelse med påvisningen af vigtigheden af berømmelseskulturen i forhold til at sikre, at en films indtjening bliver sikret ved at have et eller flere kendte ansigter på rollelisten samt ”at sikre, at bestemte historier er blevet filmet eller i det mindste har fået større appel.” (328). Filmen *The Green Berets* (1968), hvor John Wayne både indtager hovedrollen samt rollen som instruktør af filmen, er et godt eksempel på dette. Filmen blev nemlig produceret med det ene formål at vende folkestemningen fra at være imod Vietnamkrigen, til at være for Vietnamkrigen. Derudover blev filmen produceret med den amerikanske regerings støtte, men endte dog ikke med at have den tilsigtede virkning, eftersom den floppede både kritisk og kommercielt, men på trods af det er ”både filmen og dens modtagelse [...] et vigtigt vindue til vores forståelse af Vietnamkrigen og det amerikanske samfund” (Sørensen 329). Dette var desuden ikke første gang John Wayne havde forsøgt at engagere sig politisk via filmmediet, hvilket bliver berørt senere i løbet af denne tekst.

Helt konkret fungerer en intentionsanalyse således, at man ser på hvilke processer, der har fundet sted i produktionen af en film. Eksempelvis tænkes der her på, om filmskaberen har ytret sig officielt om filmens budskab eller hensigt, eller om der findes dokumenter, der tyder på, at filmskaberen har produceret filmen med den hensigt at påvirke en politisk stemning i samtiden. Det ovenstående eksempel understreger, hvordan der var et samarbejde mellem Pentagon og Hollywood, og hvordan det samarbejde blev sat i værk med et ønske om at påvirke den offentlige mening via filmmediet. Intentionen med filmen aflæses altså i dette tilfælde ved at se på aktørerne, der har haft en finger med i spillet i produktionen af den specifikke film, og om de har tilkendegivet en hensigt. Alternativt findes der eksempler på spillefilm, hvori intentionen med filmen fremgår af selve filmens handling, eller hvor der, enten inden filmen går i gang eller efter filmens afslutning, er indsat en tekstboks, der forklarer intentionen med filmen. Dette er eksempelvis tilfældet med *Big Jim McLain* (1952), hvor filmens intention står klart for seeren, da den via en tekstboks bliver gjort rede for.

Det berømmelseskulturmæssige aspekt er dog ikke det eneste, der er væsentligt i forbindelse med intentionsanalysen, eftersom det ligeledes er elementært at holde sig det økonomiske aspekt for øje, da ”stort set alle spillefilm er lavet for at tjene penge, og deres oprindelse er derfor tæt knyttet til, hvad kapitalstærke kræfter har tillid til kan lokke så mange i biografen, at investeringen går hjem.” (Sørensen 329). Selv politiske Hollywoodfilm er lavet med det hovedformål også at tjene penge, selvom intentionen ligeledes er at sprede et politisk budskab.

Receptionsanalysen er straks en anden og mere udefinerbar størrelse. Her beskæftiger vi os med modtagelsen af en spillefilm samt dens påvirkning på den kulturkonsumerende del af befolkningen. Her er fokus stadig på det økonomiske aspekt af en spillefilm ligesom ved intentionsanalysen, men forskellen er dog, som Nils Arne Sørensen argumenterer for, at: ”hvis det skal give mening at analysere en films indhold som udtryk for samfundsmæssige forhold, så bør dette sammentænkes med samtidens reaktioner på filmen: Blev filmen et tilløbsstykke eller et flop? Og hvordan blev filmen omtalt i medierne?” (329). Dette skal forstås i sammenhæng med ovenstående pointe om, at hvis en films budskaber skal være relevante at analysere, skal de være spredt langt nok ud til, at de kan give genlyd i det samfund, de søger at påvirke. Her er modtageren(erne) i centrum, forstået på den måde, at reaktionerne på en spillefilm må tages i betragtning når man foretager en analyse af dennes reception. Det økonomiske aspekt beror i, at filmens indtjening må medtages i overvejelserne om, hvor populær en spillefilm har været, og som direkte følge deraf, hvor stort et påvirkningspotentiale den derfor har haft. Det, der er tale om er, at der er en afsender, et medie og en modtager, og det er modtagerens reaktioner, der her er interessante.

I forlængelse af receptionsanalysen argumenterer Sørensen for, med henvisning til Pierre Solin, at: ”spillefilm i filmens gyldne tidsalder, dvs. frem til 1950’erne, var med til at udbrede ”fremmede samfunds holdninger og værdier, først og fremmest de amerikanske”” (333). Spillefilm fra USA spillede eksempelvis en vigtig rolle i moderniseringsprocessen af Vestjylland fra 1950’erne og frem, fordi netop de amerikanske spillefilm åbnede et vindue til en helt ny verden, hvor ”man så, som var det på en anden klode, hvordan folk fra USA iført slåbrok om natten mødtes i køkkenet, hvor de trak kyllingelår, sodavand og kage ud af et tilsyneladende udtømmeligt køleskab. Der var også muntre folk med smilehuller i kinderne, og de brød med jævne mellemrum ud i sang.” (Hans Edvard Nørregaard-Nielsen qtd. i Sørensen 335). Dette understreger igen blot antagelsen om, at Hollywoodfilm har haft en enorm påvirkningskraft, der har rakt langt udover USA’s egne landegrænser. Receptionsanalysen er derfor et nyttigt redskab, når en films påvirkningspotentiale skal måles, hvis man som udgangspunkt måler ud fra, at de mest sete spillefilm netop har haft det største påvirkningspotentiale.

4. Begrebs- og baggrundsafdækning

Baggrunden for analysen

Med direkte inspiration fra OWI's successer under Anden verdenskrig og ud fra strategien om, at man ville overvinde sjælene både internt og også uden for landets grænser, blev CIA involveret i flere forskellige filmprojekter i Hollywood, hvor det mest velkendte eksempel er, at CIA i al hemmelighed betalte en britisk animationsvirksomhed, Halas and Batchelor, for at producere en tegnefilmsudgave af George Orwells *Animal Farm* (1954) til det store lærred (Shaw, *Hollywood* 74). Herudover brugte man fra den amerikanske stats side også kræfter på at eksportere Hollywoods produkter til udlandet og bag jerntæppet. The United States Information Agency (USIA), som koordinerede USA's propagandaaktiviteter fra 1953 og frem, samarbejdede eksempelvis med CIA og det amerikanske udenrigsministerium om blandt andet at eksportere film som eksempelvis komedien *Roman Holiday* (1953) til Sovjetunionen (Shaw & Youngblood 27). Dette er blot to eksempler ud af mange, og disse forsøg fra den amerikanske stats side på at påvirke folk via bløde magtmidler og propaganda vil også i løbet af denne tekst blive forsøgt afdækket. Senere i denne tekst vil HUAC's aktiviteter i Hollywood i perioden mellem 1947 og 1954 eksempelvis også blive berørt.

Som nævnt ovenfor benyttede man sig under Den kolde krig nærmest udelukkende af blød magt som eksempelvis opinions- og kulturdiplomati, hvor Hollywoodfilm var medvirkende til at sælge ideen om *the American way of life*, og strategien viste sig at være velfungerende eftersom Hollywoodfilm dominerede de store lærreder i store dele af den vestlige verden navnlig, når de kontrasteres med film produceret i Sovjetunionen i samtiden (Shaw & Youngblood 61). Ydermere skal det dog nævnes, at langt fra alle Hollywoodfilm blev produceret i samarbejde med amerikanske statslige instanser, men derimod at de politiske holdninger i Hollywood blot umiddelbart stemte overens med den politik, der blev ført i Washington D.C. på daværende tidspunkt. Det amerikanske udenrigsministerium var på dette tidspunkt interesseret i, hvordan filmene repræsenterede den amerikanske levemåde, samt hvordan et udenlandsk publikum forstod og tolkede det amerikanske samfund via Hollywoodfilm. Eksempelvis kan det nævnes, at en film som *The Grapes of Wrath* (1940) malede et billede af den liberal-kapitalistiske samfundsindretning, som den amerikanske stat ikke følte var ønskeligt (Hart 138).

Man kan med fordel i denne forbindelse tale om det, der kan kategoriseres som positiv statspropaganda, som er film, hvis formål er at vise seerne af filmen fordelene ved kapitalismen ”by

portraying it in lifestyle terms. In this way, capitalism was seen as laying the foundations for unprecedented levels of consumerism. [...] In the 1950s especially, American films reveled in the material pleasures associated with the postwar U.S. economic boom, presenting their nation as a new, classless consumer democracy” (Shaw & Youngblood 98). Dette skal forstås sådan, at den amerikanske levemåde blev fremstillet som værende indbegrebet af materialistisk overflod, og at USA derved blev fremstillet som værende et mulighedsland. Populære Hollywoodfilm, hvad end det er komedier eller dramaer, kan her kategoriseres som værende en form for ”blød” propaganda, hvilket hænger sammen med den bløde magt, som var USA’s foretrukne strategi USA i samtiden. Den amerikanske form for kapitalisme bliver eksempelvis implicit fremhævet i film som *The Seven Year Itch* (1955) og *High Society* (1956) (Shaw & Youngblood 99).

Hollywood var under Den kolde krig hele verdens filmfabrik, og eksempelvis var Hollywoods egen brancheorganisation The Motion Picture Export Association (MPEA) medvirkende til at nedbryde importbarriererne, særligt i Europa, på daværende tidspunkt, eftersom spillefilmafdelingen i det amerikanske udenrigsministerium samarbejdede med MPEA om at eksportere Hollywoodfilm, der var medvirkende til at holdningspåvirke ud over USA’s egne landegrænser. Virkningen var, at en masse Hollywoodfilm, og derfor også idealiserede visioner af USA og den amerikanske levevej, blev eksporteret til store dele af verden, og derved forhåbentligt forførte publikummet til at se på USA i en positiv optik (Shaw & Youngblood 99). Derudover samarbejdede det amerikanske udenrigsministerium med MPEA om, at de film, der blev eksporteret, ikke var medvirkende til at skade USA’s omdømme i omverdenen ved eksempelvis at sørge for ikke at eksportere visse film til bestemte områder: ”In some cases they asked that the films not be distributed in certain areas, such as Western Europe for *Grapes of Wrath* and Latin America for *Fort Apache*” (Hart 139). Desuden ønskede man at censurere bestemte dele af filmmanuskripter, der kunne være skadelige for USA’s image, selvom der dog var meget få reelle eksempler på egentlig udøvet censur (Hart 139).

Et andet område, hvor den amerikanske stat brugte Hollywoods populære spillefilm som et våben til at vinde omverdenens sympati, var i forbindelse med kulturudvekslingsprogrammer med Sovjetunionen, hvor man bevidst valgte at medtage spillefilm som for eksempel *Roman Holiday* (1953), der på bedst mulig vis fremstillede USA og den vestlige verden som værende glamourøs, moderne og fuld af muligheder. Ideen var at filmen, som en anden trojansk hest, på overfalden var en del af en kulturudveksling mellem de to supermagter, der skulle opløse spændingerne mellem

de to, men som på samme tid skulle sælge den amerikanske og vestlige verdens levemåde til den sovjetiske befolkning (Shaw & Youngblood 100).

Det var dog således, at fra midten af 1940'erne var import af de populære Hollywoodfilm bandlyst i Sovjetunionen, hvilket man fra amerikansk side forsøgte at gøre op med. Allerede i 1953 havde man i Washington konkluderet, at salg af spillefilm til Sovjetunionen ville være gavnligt for den udenrigspolitik, man førte i USA på daværende tidspunkt (Hixson 154). Ydermere var man opmærksom på, at ældre Hollywoodfilm importeret før, importen af dem blev bandlyst, eller medbragt af den røde hær fra det krigshærgede Europa efter afslutningen på Anden Verdenskrig, var populære i Sovjetunionen. Først i 1958 bar anstrengelserne dog frugt, og Sovjetunionen og USA underskrev en kulturudvekslingsaftale, der sikrede import af visse Hollywoodfilm samt dokumentarfilm, til Sovjetunionen.

Der har altså igennem historien været mange eksempler på, at Hollywood har spillet en rolle i påvirkningen af, hvordan omverdenen så på USA, selvom det som udgangspunkt ikke nødvendigvis har været intentionen. Ikke blot i de venligtsindede vesteuropæiske stater, men også i Sovjetunionen havde Hollywood derfor mulighed for at sælge *the American way of life* til den kulturkonsumerende del af befolkningen. Også i kølvandet på Anden verdenskrig var Hollywoodfilm som før nævnt en vigtig ressource i forførelsen af de vesteuropæiske stater, hvorfor og hvordan, filmene konkret har været med til at forføre, er interessant at undersøge.

Brugen af blød magt under Den kolde krig

I dette afsnit er hensigten, at jeg vil forsøge at belyse, hvordan USA som helhed i store træk gjorde brug af blød magt under Den kolde krig, da det er essentielt at have in mente for at kunne forstå Hollywoods rolle i konflikten. Desuden er brugen af blød magt imidlertid et af de definerende karakteristika ved Den kolde krig, og andre ideologiske konflikter, hvorfor det er essentielt at have kendskab til begrebet for at kunne gennemskue den amerikanske populærkulturs gennemslagskraft under Den kolde krig. Blød magt, også kendt som soft co-optive power, der omfatter eksempelvis netop populærkultur, gør det muligt for en stat at legitimere sin magtposition over for andre stater, eftersom brugen af den bløde magt påvirker andre stater til at se den ene stat i et positivt lys. Eksempelvis via distributionen af glansbilledagtige fremstillinger af staten på det store lærred, der sætter staten i et positivt lys, hvad end det er bevidst eller ubevidst. Den amerikanske politolog Joseph S. Nye, Jr., som i øvrigt har teoretiseret termen *soft power*, argumenterer ydermere for, at "if a state can make its power legitimate in the eyes of others, it will

encounter less resistance to its wishes. If its culture and ideology are attractive, others will more willingly follow” (*Bound to Lead* 32). Det vil sige, hvis en stat har succes med at bruge blød magt, er det ikke nødvendigvis nødvendigt også at supplere med hård magt. Den bløde magt er derfor i Nye Jr’s optik ligeså elementær som klassisk hård magt, hvilket understreger, hvorfor man fra amerikanske side lagde så meget vægt på den i løbet af Den kolde krig. Ydermere har USA en universel populærkultur, der har nemt ved at række udover USA’s egne landegrænser, hvilket gør at brugen af kulturdiplomati eksempelvis er med til at opnå ønskværdige resultater (Nye, Jr., *Bound to Lead* 33). Blød magt kan i denne forbindelse eksempelvis være Hollywoodfilm, Coca Cola, Marshallhjælp, amerikaudstillinger i Moskva og en samfundsmodel, der differerer markant fra den, der fandtes i Sovjetunionen og i de sovjetiske satellitstater.

Helt konkret gjorde USA, under Den kolde krig i høj grad brug af blød magt via kulturudveksling, hvor primært ikkestatslige kulturinstanser som eksempelvis symfoniorkestre, teatergrupper et cetera opførte shows i Sovjetunionen. I forbindelse med dette, var USA’s intention her at fremstille landet i et mere positivt lys samt at bekæmpe de negative indtryk, der var om landet, ved at fremvise noget, der kunne bringe folk sammen (Nye, Jr., *Soft Power* 45). Derudover spillede Marshallplanen en direkte rolle i amerikaniseringen af store dele af Europa, hvilket i høj grad netop bidrog til, at befolkningen i denne del af verden begyndte at importere amerikansk populærkultur, hvilket igen hjalp amerikaniseringsprocessen af Vesteuropa. Amerikansk blød magt, og dermed amerikansk populærkultur, var direkte medvirkende til, at USA som udgangspunkt vandt Den kolde krig, eftersom rock ’n’ roll musikken, Hollywoodfilm og ”elementary connotations of freedom, casualness, vitality, liberality, modernity and youthfulness” (Reinhold Wagnleitner qtd i Nye, Jr., *Soft Power* 48) gav genlyd hos den unge del af befolkningen på begge sider af jerntæppet. Amerikansk populærkultur havde en markant attraktionskraft, og netop det, at kunne være tiltrækkende i andres øjne, er et essentielt element at kunne mestre, når man benytter sig af blød magt (Nye, Jr., *Soft Power* 6).

Ydermere argumenterer Joseph S. Nye, Jr. for, at Sovjetunionens fokus på hård militærmagt kontra USA’s primære fokus på blød magt var medvirkende til, at USA kom sejrende ud af konflikten, eftersom den sovjetiske propaganda ikke kunne følge med den tiltrækningskraft, som amerikansk populærkultur havde, og han understreger ydermere, at ”long before the Berlin Wall fell in 1989, it had been pierced by television and movies. The hammers and bulldozers would not have worked without the years-long transmission of images of the popular culture of the West that breached the Wall before it fell” (*Soft Power* 49). Dette sker desuden på trods af, at

Sovjetunionen i løbet af Den kolde krig censurerede, bandlyste eller blot valgte slet ikke at importere en del af de vestlige spillefilm, der blev produceret i samtiden. Her er det dog vigtigt at have in mente, at selv apolitiske spillefilm som den førnævnte Hollywoodfilm *Roman Holiday*, som netop var en del af kulturudvekslingen mellem Sovjetunionen og USA, kunne være medvirkende til at fremstille et positivt helhedsbillede af USA.

På det politiske niveau brugte den amerikanske stat også andre, mere direkte metoder til at udøve indflydelse på østbloklandene. Eksempelvis oprettede USA allerede under Anden verdenskrig radiostationen Voice of America (VOA), der sendte i Europa, og som havde til formål at levere nyhedsudsendelser til Nazi-Tyskland. Under Den kolde krig blev formålet med Voice of America ændret således, at modtagerne af udseendelserne nu i stedet var Sovjetunionen og sovjetiske satellitstater, og derudover supplerede man med Radio Free Europe. Det primære formål var stadig, at man blandt andet ville sende nyhedsudsendelser som modsvar til den sovjetiske propaganda, men også musik, herunder i høj grad amerikansk jazzmusik, blev sendt over jerntæppet (Nye, Jr., *Soft Power* 102). Dette er blot et eksempel ud af mange på nogle af de former for propaganda og opinions- og kulturdiplomati, som USA benyttede sig af under Den kolde krig.

USA benyttede sig dog ikke udelukkende af blød magt og kultureludveksling under Den kolde krig, hvorfor eksempelvis rumkapløbet, våbenkapløbet og den hårde retorik, der ofte var mellem de to supermagter, også må nævnes. Derudover fandt der en række stedfortræderkrige sted under Den kolde krig, hvor de mest markante eksempler er Koreakrigen og Vietnamkrigen, hvor de to stormagter ikke kæmpede direkte imod hinanden, men i stedet støttede to forskellige sider under de respektive konflikter. Selvom disse også spillede en rolle, synes der dog at være en konsensus om, at kulturdiplomati i høj grad var medvirkende til at gøre USA til sejrherre af Den kolde krig (Nye, Jr., *Soft Power* 49). Konflikten udspillede sig altså på en lang række forskellige fronter, men i denne tekst er fokus hovedsageligt på hvilken rolle kultur, og især Hollywood, har spillet som meningsdanner. Særligt ideen om en *way of life* er central, når man ser på omdrejningspunktet for Den kolde krig, og som eksportør af *the American way of life* er Hollywood central.

Hollywood og opinionsdiplomati

Filmfolkene i både USA og Sovjetunionen kæmpede fra 1945 til 1990 om verdensbefolkningens sjæle både på hjemmefronten og også uden for egne landegrænser. I denne tekst vil fokus dog udelukkende være på filmfolkene i Hollywood og deres virke i løbet af de første tyve år af Den kolde krig. Den sovjetiske filmindustri berøres derfor kun i det omfang, det er

relevant i forhold til den amerikanske filmindustri. En stor del af de amerikanske film, der blev udgivet i perioden, understregede, hvad den amerikanske livsstil stod for, hvilket i sig selv er interessant at have in mente, når man tager i betragtning, at Den kolde krig mest af alt var en ideologisk fejde mellem to ideologisk set nærmest diametralt modsatte stormagter. Igen her er frasen *Way of Life* central. USA blev ved hjælp af blandt andet Hollywoodfilm synonym med modernitet og velstand, hvilket under overfladen var medvirkende til, at man så USA som forbillede for den moderne livsstil. Dette var medvirkende til, at synet på landet USA som helhed blev positivt, fordi det blandt andet så attraktivt ud på det store lærred.

Som nævnt ovenfor fandt der forskellige former for kulturudveksling sted mellem de to stormagter under Den kolde krig, men USA havde ikke kun behov for at yde indflydelse bag jerntæppet. Også i Vesteuropa havde man en interesse i, at bibeholde sine allierede, således at de ikke skiftede side. De skulle også forføres af den amerikanske populærkulturs løfter om velstand, frihed og alt dertilhørende. Den daværende formand for den internationale afdeling af The Motion Picture Association of America (MPAA) udtalte i 1947, at: "There has never been a more effective salesman for American products in foreign countries than the American motion picture" (qtd i Shaw, *Hollywood* 33). De amerikanske spillefilm spillede derfor en vigtig rolle i overvindelsen af verdensbefolkningens sjæle ved eksempelvis implicit at støtte USA og amerikanske idealer og ved at fremstille individualisme, forbrugerisme og amerikansk patriotisme som værende positive idealer (Shaw, *Hollywood* 158).

Hollywood var altså derfor et vigtigt element i den overordnede diplomatiske strategi, som USA brugte under Den kolde krig, hvor de velproducerede, techicolor-farverige spillefilm, der glorificerer kapitalismen og alle de goder, der følger med den, underbevidst var med til at forføre, amerikanisere og nærmest kolonisere den europæiske befolkning (Wagnleitner 1). Det amerikanske udenrigsministerium havde dog ikke direkte kontrol med hvilke film, der blev produceret og eksporteret, og faktisk er der tegn på, at nogle medarbejdere i det amerikanske udenrigsministerium var utilfredse med den måde, som Hollywood portrætterede USA på, da man mente, at filmene indeholdte for mange afbildninger af eksempelvis gangstere, sex, korruption et cetera, hvilket i deres optik kunne være skadeligt for omverdenens syn på USA (Shaw, *Hollywood* 169). I stedet var filmfolkene i Hollywood og politikerne i Washington som udgangspunkt enige, når det gjaldt hvilken udgave af virkeligheden i USA, der kom til skue på det store lærred, fordi: "Hollywood's interests seemed to coincide with the interests of the state." (Shaw & Youngblood 61). Dertil skal

det nævnes, at selv de film, der fremstillede de mørke sider af det amerikanske samfund, stadig var med til at påvirke det filmseende publikum.

Det som denne tekst omhandler er altså ikke propagandafilm, der er produceret med det ene formål at skulle få USA til at fremstå positivt, i stedet drejer det sig blot om populære spillefilm fra Hollywood, der implicit solgte det amerikanske samfund til omverdenen via forførelsens kunst. De populære spillefilms primære formål var at være underholdende ikke at være propagandaværktøjer. Deciderede propagandafilm blev i stedet produceret af det til formålet oprettede United States Information Agency (USIA), hvis erklærede hensigt netop var at sprede information om USA, der kunne få landet til at fremstå positivt. USIA blev oprettet af den amerikanske stat i 1953 og samarbejdede eksempelvis med flere prominente Hollywoodproducere i produktionen af USA-positive dokumentarer (Shaw, *Hollywood* 174). Disse film vil ikke komme under behandling i løbet af analysen i denne tekst, men de fortjener alligevel at blive nævnt, fordi de også spiller i rolle i det samlede billede.

Dog skal det nævnes, at eksempelvis den østrigske koldkrigs forsker Reinhold Wagnleitner argumenterer for, at det netop var de harmløse underholdningsfilm, der havde bedste forudsætninger for at påvirke verdensbefolkningen. Hans belæg for denne påstand er, at det er nemmere at påvirke folk via propaganda, når de netop ikke er klar over, at de bliver udsat for propaganda (229). Wagnleitner står ikke alene med sin betragtning, og Tony Shaw argumenterer for, at i kampen om den kollektive bevidsthed var Hollywood det ubetinget stærkeste våben, hvilket blot understreger den massive gennemslagskraft, som Hollywood har haft (*Hollywood* 1). Hollywoodfilm har både været med til at fremstille fjendebilleder af sovjetborgerne og fremvise det amerikanske samfund i et positivt lys. Det er derfor interessant at undersøge helt konkret, hvilken betydning Hollywood har haft i løbet af Den kolde krig. Opinionsdiplomati fandt sted på flere forskellige måder, og det er derfor ikke kun film, der direkte omhandler forholdet mellem USA og Sovjetunionen, der bliver berørt. Hertil er det vigtigt at understrege, at Hollywoodfilm under Den kolde krig ikke som udgangspunkt blev til som del af en organiseret propagandavirksomhed, selvom nogle af filmene viste sig at være blevet til i et samarbejde mellem Washington og Hollywood.

5. Kildepræsentation

Materialet, der bliver benyttet i undersøgelsen

I undersøgelsen af Hollywoods indflydelse og italesættelse af kold krigs stereotyperne er der udvalgt en håndfuld spillefilm, der alle stammer fra de første tyve år af den kolde krig. Der er en kronologisk progression i materialet forstået på den måde, at der er valgt mindst en Hollywoodfilm fra hvert tiår i perioden mellem 1945 og 1968. Fordi Den kolde krigs konfliktniveau ændrer sig løbende i løbet af konflikten, har jeg udvalgt en håndfuld forskellige film, fra forskellige tidsperioder, som jeg undersøger i forhold til deres historiske kontekst, i forhold til hvordan de har været medvirkende til at påvirke verdensbefolkningens opfattelse af USA, samt i forhold til om de respektive film italesætter konflikten på en bestemt facon. Tony Shaw og Denise Youngblood har kategoriseret Hollywoods koldkrigsfilm i fem forskellige perioder ”1947 – 1953 (dominated by hard-line negative propaganda); 1953 – 1962 (soft-core, positive propaganda mixed with beginnings of negotiated dissent); 1962 – 1980 (pro-détente propaganda); 1980 – 1986 (New Right propaganda); 1986 – 1990 (a call for peace)” (18). Denne kategorisering er et udemærket skelet, og jeg har også i sinde til dels at lægge mig og ad deres definition, men fordi mit fokus er på de første tyve år af Den kolde krig, vil jeg ikke benytte den slavisk. Derudover vil jeg løbende argumentere for, at perioden mellem 1953 og 1980 på nogle måder flyder sammen, hvor filmene, der er udgivet mellem 1954 og 1968, på mange måder har meget til fælles. Desuden er min hensigt at undersøge, hvordan USA og *the American way of life* bliver solgt på det store lærred i løbet af konflikten, samt hvordan den bliver italesat på forskellige måder, og hvordan den amerikanske levevej implicit bliver ophøjet.

I den forbindelse er det nødvendigt ikke at negligere vigtigheden af at fokusere på den spæde begyndelse af koldkrigsfilmhistorien, eftersom denne danner grundlaget for de spillefilm, der bliver produceret i resten af perioden. Derudover er de spillefilm, der er produceret mellem 1947 og 1954, medvirkende til at definere, hvordan Washington ønskede at italesætte forholdet mellem USA og Sovjetunionen, hvorfor undersøgelsen begynder med en analyse af denne periode. Derefter har jeg valgt at inddele undersøgelsen i forskellige kategorier, hvor jeg undersøger forskellige aspekter af koldkrigsfilm, hvorunder både Hollywoods politiske betydning, de politisk-økonomiske forbindelser mellem Washington og Hollywood, fremstillingen af USA og den amerikanske samfundsform, samt fremstillingen af fjendebilleder på det store lærred kommer under behandling. Alle filmene er valgt ud fra et kriterium om, at de i deres samtid skal have været enten kritiske eller

kommercielle succeser, have haft en vigtig politisk betydning i samtiden eller for eftertiden eller have en eller flere medvirkende, der har eller har haft en vigtig kulturel betydning i USA. Slutteligt vil jeg også belyse film, hvis de kan være med til at påvise, at der har været politisk-økonomiske forbindelser mellem Washington og Hollywood.

Analysen er sat op således, at den er inddelt i tre kategorier, hvorunder de respektive film i hver kategori vil komme under luppen. Inddelingen er lavet ud fra et ønske om at gøre teksten letlæselig som helhed, samt for at skabe en kronologisk progression, der er medvirkende til at påvise, hvordan Hollywoods rolle i Den kolde krig har udviklet sig. Den første kategori omhandler derfor filmene fra perioden 1945 til og med 1953 og beskæftiger sig hovedsagligt med samarbejdet mellem Washington og Hollywood under McCarthyismen. I den anden kategori behandles de almindelige underholdningsfilm fra 1950'erne og 1960'erne, der blot havde til formål at underholde og tjene penge, men som ligeledes viste sig at påvirke seerne på flere forskellige måder. Herunder behandles også samarbejdet og kulturudvekslingen mellem USA og Sovjetunionen i perioden. Den tredje og sidste kategori omhandler film fra 1960'erne, og hvordan de er et symbol på nedrustningen af spændingerne mellem de to supermagter.

Inddelingen er lavet på baggrund af de omfangsmæssige restriktioner, der er forbundet med tilblivelsen af denne tekst, da det vil vise sig at være umuligt at behandle hele Hollywoods output under Den kolde krig. Derudover repræsenterer de tre forskellige måder hvorpå Den kolde krig, Hollywood og Washington havde noget med hinanden at gøre. Kategorierne er som følger:

Kategori 1: Den røde trussel (1947 – 1953)

- *Big Jim McLain* (1952)
- *My Son John* (1952)

Kategori 2: Marilyn Monroe doktrinen (1953 – 1959)

- *Roman Holiday* (1953)
- *Some Like it Hot* (1959)

Kategori 3: De er jo ligesom os (1959 – 1968)

- *One, Two, Three* (1961)
- *Dr. Strangelove or: How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb* (1964)
- *The Russians are Coming, The Russians are Coming* (1966)
- *The Green Berets* (1968)

6. Analyse

Kategori 1: Den røde trussel

I dette afsnit behandler jeg et udvalg af de Hollywoodfilm, der blev udgivet fra midten af 1940'erne til midten af 1950'erne, og som var medvirkende til at dæmonisere kommunismen på det store lærred. Filmene er også kendt som antikommunistiske agitpropfilm. Den amerikanske stat havde under Anden verdenskrig samarbejdet med Sovjetunionen om at nedkæmpe fascismen og Nazi-Tyskland, og selvom man havde haft et fælles mål, havde samarbejdet ikke altid været gnidningsfrit. Henimod midten af 1940'erne, nær slutningen af Anden verdenskrig, blev dette for alvor synligt, og samarbejdet mellem de to supermagter svækkedes, og Den kolde krig brød ud kort derefter. Fordi USA havde samarbejdet med Sovjetunionen under Anden verdenskrig, havde man i Hollywood på foranledning af OWI produceret en række propagandistiske underholdningsfilm, der havde til formål at sætte Sovjetunionen og samarbejdet mellem Sovjetunionen og USA i et positivt lys, men efter udbruddet af Den kolde krig ændrede dette sig. Dette var særligt som følge af McCarthyismen, den amerikanske antikommunistiske bølge, der huserede i USA fra slutningen af 1940'erne indtil slutningen af 1950'erne, som en direkte følge af Den kolde krigs udbrud. Her kan man tale om en politisk bølge, hvis erklærede formål kort fortalt var at bekæmpe den sovjetisk-kommunistiske infiltration i USA, og dette kom i særdeleshed til skue i Hollywoodfilm fra samme periode.

Forholdet mellem filmskaberne i Hollywood og politikerne i Washington har ikke altid været fryd og gammen, og i den spæde begyndelse af Den kolde krig var man i den amerikanske stat særligt bekymret for kommunistisk infiltration og pro-sovjetisk propaganda. I 1947, året hvor Trumandoktrinen blev fremsat, containment-politikken fastslået, og hvor Den kolde krig for alvor gik i gang, blev en håndfuld prominente instruktører, skuespillere og manuskriptforfattere i Hollywood sortlistet fra at arbejde i Hollywood, på grund af en mistanke om påstået tilknytning til kommunismen på den ene eller anden måde. Sortlistningen skete på baggrund af en undersøgelse foretaget af The House Un-American Activities Committee (HUAC), som havde til opgave at udrydde de personer, der havde forvandlet Hollywood til det, som formanden for komiteen J. Parnell Thomas beskrev som et "red propaganda center" (qtd. i Shaw & Youngblood 19). Komiteen havde ikke succes med at afsløre nogle seriøse beviser på kommunistisk infiltration i Hollywood, men dens arbejde resulterede dog i, at der for eftertiden var en atmosfære i Hollywood, der lagde grobunden for, at der i tiden mellem 1948 og 1953 blev produceret omtrent 70 film, der kan

kategoriseres som værende anti-kommunistiske i deres budskab (Shaw & Youngblood 21). Størstedelen af disse film var som udgangspunkt ikke produceret med direkte støtte fra den amerikanske stat, hverken politisk eller økonomisk, men grundet heksejagten mod kommunisme, stemte filmenes budskaber som udgangspunkt overens med den anti-kommunistiske politik, der blev ført på daværende tidspunkt. HUAC's aktiviteter var medvirkende til, at filmskaberne i Hollywood var under enormt politisk pres til at skulle handle i nationens bedste interesse, hvilket derfor medførte, at der i Hollywood var "an atmosphere of self-restraint" (Shaw, *Hollywood* 136). Udover HUAC arbejdede andre komiteer også på at yde indflydelse på filmproduktionen i Hollywood, hvor eksempelvis The Catholic Legion of Decency og The Production Code Administration må nævnes. Deres fælles erklærede hensigt var at sørge for, at filmproducenterne i Hollywood handlede i nationens interesse. HUAC's arbejde ebbede langsomt ud i løbet af 1950'erne, men dens indflydelse havde dog nået at sætte sine spor i Hollywood, hvilket kom til skue i spillefilmene fra samtiden.

En fremtrædende Hollywoodfilm fra samtiden, der netop omhandler HUAC's aktiviteter i Hollywood i den spæde begyndelse af Den kolde krig, er *Big Jim McLain* (1952) med John Wayne og James Arness i hovedrollerne som netop HUAC efterforskere. Filmen var ikke en kritisk succes, men kommercielt klarede den sig udmærket, hvorfor den stadig er interessant at tage under behandling. I USA indtjente filmen eksempelvis i 1952 2.6 millioner dollars, hvilket blot var 800.000 dollars mindre end *High Noon* (1952) som var en af de største succeser samme år (Roberts & Olson 378). Derudover må man have Nils Arne Sørensens tanker om berømmelseskulturen i mente, fordi John Wayne på daværende tidspunkt var enormt populær og derfor havde mulighed for at tiltrække et større publikum.

Inden selve filmen kommer under luppen, er det derfor nødvendigt netop at forstå fænomenet John Wayne og hans betydning i USA som fanebærer for alt det, der er *All-American*. Wayne var erklæret anti-kommunist, republikaner og befandt sig i den konservative del af den amerikanske politiske højrefløj. Herudover var Wayne en enormt populær skuespiller særligt i USA, hvor han, i kraft af de roller han spillede, samt den popularitet han nød, blev et symbol på den idealle amerikanske og vestlige identitet. Han engagerede sig desuden politisk, både ved at producere film, der støttede den amerikanske regerings politik, og ved eksempelvis at deltage direkte i HUAC's aktiviteter. Wayne var for eksempel formand for the Motion Picture Alliance for the Preservation of American Ideals fra 1949 til 1953, som netop samarbejdede med HUAC (Roberts & Olson 341). Udover at engagere sig politisk var Wayne enormt populær og havde derfor

et markant påvirkningspotentiale alene i kraft af sin popularitet, og ”Wayne was at the peak of his powers during the Cold War’s most critical years, and had a greater impact on the way Americans viewed the conflict than probably any other Hollywood figure. Moreover, Wayne’s powerful cowboy-cum-soldier persona was tied inextricably to the special relationship that the film industry enjoyed with the military during the Cold War. Throughout the conflict, the links between Hollywood and the Pentagon formed the main strand of the state-cinematic network.” (Shaw, *Hollywood* 200)

Filmen blev produceret og udgivet i 1952, og omdrejningspunktet for handlingen er de to HUAC agenter Jim McLain (John Wayne) og Mal Baxter (Jim Arness), der er taget til postkrigstidens Hawaii for at opløse en fraktion af det amerikanske kommunistparti, en smuglerring endda, der er ude på at nedbryde det amerikanske samfund. Inden selve filmens handling kommer under luppen, vil jeg for en kort stund rette opmærksomheden mod filmens anslag og epilog. Allerede her er det nemlig tydeligt, både hvilken politisk overbevisning filmen er produceret ud fra, samt at det er sket i samarbejde med den amerikanske stat. I en voice-over i anslaget bliver HUAC’s aktiviteter og derfor også kampen imod kommunismen både legitimeret og på sin vis nærmest også helliggjort:

”This is the hearing room of the house of representatives’ committee of un-American activities. We, the citizens of the United States of America owe these, our elected representatives a great debt. Undaunted by the vicious campaign of slander launched against them as a whole and as individuals, they have staunchly continued their investigation, pursuing their stated beliefs that anyone who continue to be a communist after 1945 is guilty of high treason.” (*Big Jim McLain* 0:02:18 – 0:02:48)

Sådan lyder voice-overen i anslaget, der danner grundlaget for resten af filmens handling, og allerede her er det tydeligt, at hetzen imod HUAC’s heksejagt er uberettiget, og at komiteens aktiviteter er prisværdige. Der bliver tegnet et billede af, at de gode, som i dette tilfælde er HUAC, kæmper en brav kamp imod de onde kommunister, og hvis det ikke var for HUAC, ville USA bryde sammen indefra. Dette er medvirkende til, at USA i filmen bliver fremstillet som et land, der er under angreb af en udefrakommende kraft, der er nødvendig at nedkæmpe. Hertil er John Waynes rolle i filmen en art af den rolle, han på daværende tidspunkt var kendt for at spille, nemlig sherif, og eftersom det var en rolle Wayne var kendt for at indtage på det store lærred, var det også

medvirkende til at definere det image, Wayne havde i offentligheden. Figuren John Wayne er altså både i filmen og i den virkelige verden forkæmper for det gode, og eftersom kommunismen tydeligt bliver dæmoniseret i filmen, er der en tydelig forskel på det gode og på det onde. Voice-overen er ligeledes en hyldest til og anderkendelse af HUAC og komiteens aktiviteter.



Symbolikken i filmen er derfor, at Wayne, som en moralens vogter, skal redde USA fra den kommunistiske trussel, ligesom han i rollen som sherif altid fangede banditterne til sidst. Wayne er altså på mange måder et symbol på en retskaffen amerikaner, og på samme tid er han også et amerikansk ikon. I 25 år i træk, fra 1949 og frem, var han på top 10 listen over de skuespillere i USA, der solgte flest billetter, hvilket gør, at hans gennemslagskraft i det amerikanske samfund har været enorm, og grundet USA's voksende kulturimperialisme i samme periode gav Waynes gennemslagskraft også genlyd i resten af verden. I denne forbindelse skal det ydermere nævnes, at da den daværende leder af Sovjetunionen, Nikita Khrusjtjov, besøgte USA i 1959, mødtes han med John Wayne, som en del af turen, hvilket blot understreger den massive kulturelle signifikans Wayne havde (Roberts & Olson 3). Selvom Wayne allerede på dette tidspunkt af sin karriere var både populær og på mange måder allerede havde opnået ikonstatus, var det ikke nok til at få filmens budskaber til at give genlyd, eftersom den ikke blev en decideret kassesucces. Filmens budskaber harmonerede dog godt med den officielle amerikanske koldkrigsdoktrin i samtiden, hvorfor den var medvirkende til at konsolidere den amerikanske stats koldkrigspolitik. Selvom

filmen ikke var en kommerciel fiasko, var den langt fra den mest populære film i USA i 1952, hvilket var et karakteristika for de fleste af de antikommunistiske Hollywoodfilm (Doherty 25).

I filmen er der en klar forskel på de gode og de onde, og hvor de gode bliver afbilledet meget klart som retskafne eller ”rigtige” amerikanere, så er afbildningen af kommunisterne ligeledes klar. Afbildningen af kommunisterne i de antikommunistiske film fra denne periode i Hollywood, divergerer meget fra senere film, hvor russerne og kommunisterne i langt højere grad bliver portrætteret som komiske individer, og hvor de indtager rollen som de komiske indslag, i stedet for at være antagonister (Sorlin 381). Afbildningen af kommunisterne i filmen stemmer til gengæld godt overens med, hvordan kommunismen og kommunister som helhed blev afbilledet i de fleste antikommunistiske film, hvor blev fremstillet som værende i færd med at nedbryde USA indefra via forskellige ulovlige aktiviteter strækkende fra sabotage, narkosmugling og forsikringssvindler. Det kommunistiske parti står ikke for noget, i stedet er det således, at i næsten samtlige antikommunistiske agitpropfilm er kommunistpartiet en samling af slyngler, der arbejder på at nedbryde USA indefra (Shaw, *Hollywood* 51).

Ydermere er kommunisterne karakteriseret ved at de typisk er vist som værende usympatiske individer, hvor der eksempelvis i *Big Jim McLain* er et eksempel på, at en af håndlangerne i den kommunistiske gruppe, Poke (Hal Baylor), ytrer sig racistisk, hvorefter Waynes Jim McLain overfalder ham fysisk. Her cementerer Waynes Jim McLain sin position som forkæmperen for det retfærdige samfund, og symbolikken står derfor klart for seeren her. Waynes Jim McLain kæmper en brav kamp for den retfærdige stat USA, der er under direkte angreb af den kommunistiske ideologi.

”Poke: You’re pretty tough when you’re talking to some guy who is only half your size, ain’t you?

Sturak (Alan Napier): Keep your mouth shut!

Poke: No, I won’t. I’ve had a belly full of this east-texas cotton chopping jerk!

Jim McLain: You ever chop cotton?

Poke: Nah, I’m from the country club set. That chopping cotton’s for white trash and niggers!” (*Big Jim McLain* 1:24:57 – 1:25:14)

Efter denne ordveksling bryder en slåskamp ud mellem kommunistgruppen og Jim McLain, politiet ankommer kort efter, hvorefter kommunisterne bliver arresteret, og scenen skifter

tilbage til anslaget, hvor vi igen befinder os i HUAC's høringslokale. De anklagede medlemmer af kommunistgruppen nægtede at udtale sig på baggrund af den femte tilføjelse på The Bill of Rights i den amerikanske forfatning, hvorefter de fleste af dem bliver frikendt, hvilket Jim McLain er tydeligt oprørt over. Filmen ender med, at Jim McLain og Nancy Vallon (Nancy Olson) sidder på en bæk på havnen i Honolulu, hvor de efter en kort ordveksling flytter deres fokus til et skib fra den amerikanske flåde, som amerikanske soldater er i færd med at gå ombord på. Dette fungerer som en opløftende kontrast til den egentlige handling i filmen, som herefter slutter med, at Wayne i en voiceover siger "There stands our union, sir!" (*Big Jim McLain* 1:29:12 – 1:29:18), mens kameraet filmer de veltilfredse, vinkende soldater, der er på vej til at blive udsendt.

Helt generelt bliver kommunisterne fremstillet som værende kriminelle, rå, ubehøvlede og beskidte individer, og selvom de skal forestille at være repræsentanter for det amerikanske kommunistparti, minder afbildningen af dem på film mere om den måde, en kriminel skurk typisk bliver fremstillet på, på det store lærred. Ligeledes kan man sammenligne fremstillingen af kommunisterne i *Big Jim McLain* med fremstillingen af nazisterne i krigsfilm fra perioden under Anden Verdenskrig. De bliver ikke præsenteret som værende ærlige og redelige politikere, i stedet bliver de fremstillet som beskidte, voldelige forbrydere. "Every Communist in the film is either a humorless dictator wanting to come to power, a psychologically flawed individual, or a bully." (Roberts & Olson 377).

Noget, der kan virke besynderligt, er, at HUAC's heksejagt i høj grad var henvendt imod de instruktører og skuespillere, der netop producerede og spillede med i de film, der bedst fungerede som positiv propaganda for den amerikanske levemåde og samfundsform, nemlig de almindelige underholdningsfilm. Ved at sortliste en række af de prominente filmfolk, invaliderede man dele af den ellers velsmurte og allerede fungerende propagandamaskine i Hollywood. Sortlistningen skadede derfor mere end den gjorde gavn, fordi filmskaberne fik trangere kår at arbejde under samtidigt med, at USA's image som forgangsland for demokratiet blev skadet af HUAC's aktiviteter (Wagnleitner 229).

Big Jim McLain var ikke det eneste eksempel på, at den amerikanske stat og Hollywood arbejdede sammen om at påvirke den offentlige mening via subtil propaganda, og derfor står filmen som et klokkeklart eksempel på, at man i Washington udmærket var klar over den effekt og det politiske magtpotentiale, Hollywood havde. I mange af de andre film fra samme periode, der netop omhandlede farerne ved kommunismen, blev der på lærredet skabt et relativt tydeligt og ensidigt fjendebillede, hvor kommunisterne "were shown to be undermining USA in a variety of ways,

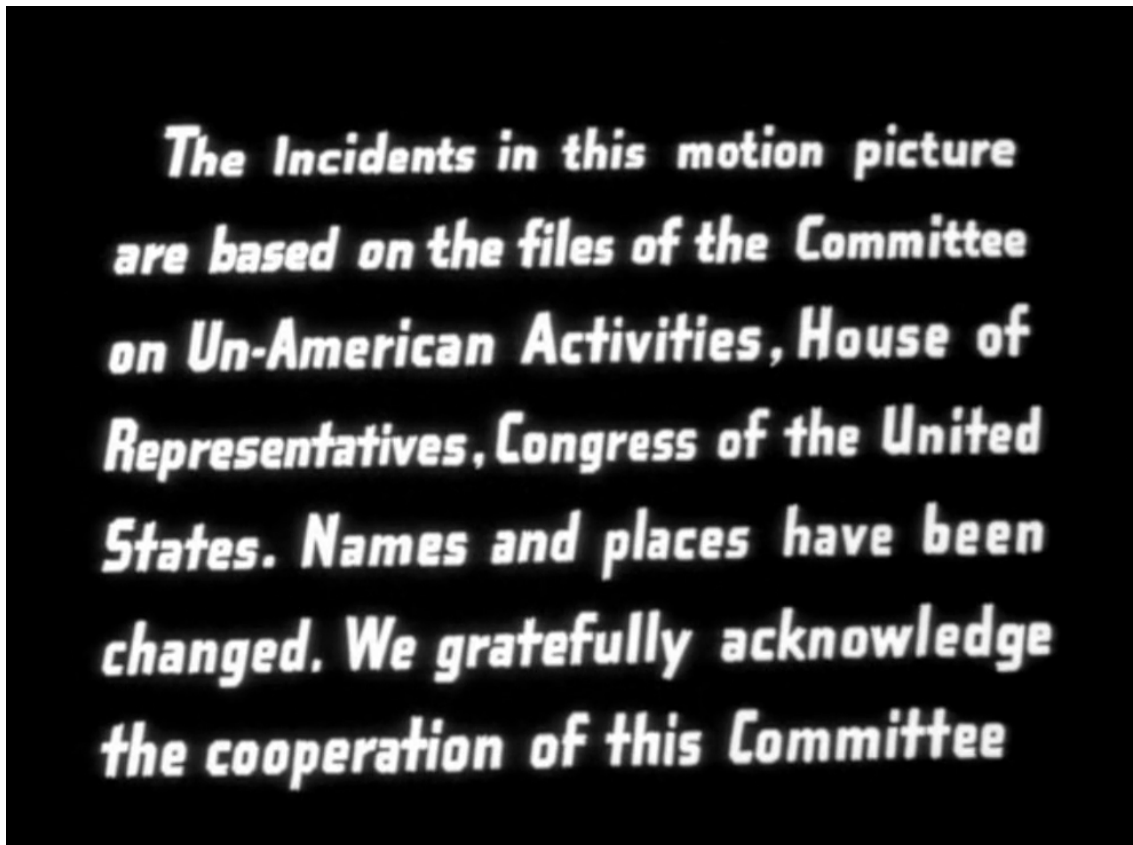
ranging from acts of sabotage, espionage and drug-smuggling to infiltration labour unions, university faculties and even churches in order to spread the party line.” (Shaw, *Hollywood* 49), hvorfor filmen ikke er en enlig svale, men derimod et produkt af sin politiske samtid. HUAC og sortlistningen medførte, at der i slutningen af 1940’erne og starten af 1950’erne i Hollywood var en aura af frygt blandt filmskaberne, hvilket især var tydeligt, når man ser på det relativt høje antal af film med antikommunistiske budskaber, der blev produceret i denne periode. Tallet varierer blandt filmhistorikere, men som nævnt ovenfor blev der i tiden mellem 1947 og 1953 produceret cirka 70 åbenlyst antikommunistiske film.

Big Jim McLain var et forsøg på at legitimere HUAC’s aktiviteter samt at dæmonisere kommunismen som helhed, og derfor er det amerikabillede, der kommer til syne i filmen, er et, hvor det er tydeligt, at landet er under angreb af en udefrakommende kraft, som man som amerikaner for en hver pris må kæmpe imod. Derfor er filmen et godt eksempel på, hvordan synet på kommunismen og derved implicit fjenden Sovjetunionen var i samtiden. Det er vigtigt at tage filmens samtid med i regnestykket, før man kan sætte den ind i som en brik i det store koldkrigs puslespil. Filmen er optaget og udgivet i 1952, og der er derfor en håndfuld historiske begivenheder, der er vigtige at have med i tankerne, når man ser på filmens budskab. Først og fremmest var Sovjetunionen på dette tidspunkt stadig under ledelse af Josef Stalin, hvorfor retorikken mellem de to stormagter var særligt hård på dette tidspunkt. Ydermere var den første af de store stedfortræderkrige under Den kolde krig, nemlig Koreakrigen, som raserede mellem 1950 og 1953, i fuld gang på dette tidspunkt. Dette forklarer, hvorfor den afsluttende scene i filmen skildrer et skib fra den amerikanske flåde, der er på vej til at lægge fra kaj. Slutteligt var 1950’erne højdepunktet for McCarthyismen i USA, hvilket filmens handling i høj grad udspringer af og er baseret på. Der er altså nogle politiske bevægelser i samtiden, der har bidraget til hvordan amerikabilledet er blevet fremstillet i filmen.

Derfor er filmens budskab ganske tydeligt et produkt af sin samtid og dermed interessant, fordi den er blevet til i et direkte samarbejde mellem Washington og Hollywood. Den sidste billede i filmen består af en tekstboks, hvori det bliver gjort klart, at filmen er baseret på virkelige hændelser samt, at den er blevet til i tæt samarbejde med HUAC. Det interessante er, at filmen kan ses som værende et symbol på den virkelighed som den amerikanske stat og i høj grad HUAC gerne ville fremstille. Både i forhold til hvordan HUAC og de, der sympatiserede med den, skulle ses som værende gode forkæmpere for et retfærdigt samfund, men også i forhold til, hvordan man skulle se på fjenden. Den kolde krigs primære mål var at vinde sjælene, og de politiske beslutningstagere

internt i USA var klar over, at konflikten blev enten vundet eller tabt på baggrund af den offentlige mening, fremfor på slagmarken (Osgood 86).

Dette er tydeligt i en film som *Big Jim McLain* (1952) samt i en række andre film i samme genre fra samme årgang, hvor man fra den amerikanske stat prøvede at sælge en konkret ideologi og et bestemt amerikabillede. Dog var dette amerikabillede som udgangspunkt kun tiltænkt amerikanerne, eftersom filmens handling og plot blev redigeret til de fleste markeder udenfor USA således, at filmens handling blev ændret fra at handle om kampen mod kommunismen til i stedet at omhandle nedkæmpelsen af en smuglerring. Selv titlen blev ændret fra *Big Jim McLain* og blev eksempelvis udgivet som *Marijuana* i eksempelvis Vesttyskland og Italien. Dialogen blev redigeret via eftersynkronisering, og filmen blev klippet om således, at den i nogle udgaver derfor ikke længere var politisk på samme måde, som den oprindelige udgave af filmen var.



En anden antikommunistisk film fra samme periode, Leo McCareys *My Son John* (1952), minder på mange måder om *Big Jim McLain* i sit budskab. Den maler ligeledes et sort/hvidt billede af det gode og det onde, hvor kommunismen bliver dæmoniseret. Omdrejningspunktet for handlingen er John Jefferson (Robert Walker), der kommer hjem til sin ærkeamerikanske familie

efter en udenlandsrejse, og som familien hurtigt lægger mærke til, så er der noget, der er anderledes. Han vil ikke længere med i kirke om søndagen, han modtager underlige opkald på underlige tidspunkter og tager til underlige møder, og som publikum hurtigt lægger mærke til, så er John til sine forældres skræk og rædsel blevet kommunist. Ligesom kommunisterne i *Big Jim McLain* deltager John dog ikke i aktiviteter, man almindeligvis ville beskrive som politiske aktiviteter, men i stedet aktiviteter, der som udgangspunkt er med til at undergrave det amerikanske samfund indefra. Filmen slutter med, at John angrer sine synder og accepterer at hjælpe FBI, blot for at ende med at blive skudt til døde af agenter fra kommunistpartiet. Det mest gennemtrængende symbol i *My Son John* er, at kommunismen som helhed er uforenelig med traditionelle amerikanske værdier.

Intentionen med *My Son John* er den samme som med *Big Jim McLain* nemlig, at man ville påvirke den offentlige stemning via filmmediet og "political pressure from the American Legion and the HUAC may have spurred the production of *My Son John* and *Big Jim McLain*, but neither film was exclusively a cynical attempt to curry favor with authority. Both are sincere anti-communist messages from committed ideologues." (Doherty 18). Ligesom John Wayne tilhørte instruktøren af *My Son John* Leo McCarey den højreorienterede del af den politiske fløj i Hollywood, og filmen er derfor et produkt af, at han "viewed communism as a dual theological/ideological abomination. Reportedly, he once denied Katherine Hepburn a role in one of his movies because of her liberal opinions." (Doherty 19). Derfor fremstår intentionen med filmen klart, eftersom instruktøren ikke lægger skjul på sit politiske ståsted, og fordi han ligeledes har udtalt sig om de begivenheder, filmen omhandler (Shaw, *Hollywood* 44).

De to film deler politisk synspunkt og er på mange måder ens i deres budskab, men hvor *Big Jim McLain* var en nogenlunde succes i billetkontoret, var *My Son John* en kommerciel fiasko, og selvom det var en veldrejet "A list" film, bed de amerikanske filmseere ikke på. Det vigtigste aspekt, når man kigger på receptionen af en film, er hvor populær den var, og i *My Son John's* tilfælde døde den i billetkontoret og blev eksempelvis ikke inkluderet på branchemagasinet *Variety's* liste over finansielle filmsucceser i USA i 1952 (Doherty 22). Virkeligheden var, at de amerikanske filmseere ikke bed på de fleste anti-kommunistiske spillefilm fra denne periode, og kun få film indtjente mere, end det det kostede at producere dem, hvilket der er flere grunde til. Først og fremmest var den kulturkonsumerende del af den amerikanske befolkning slet og ret uinteresserede i de anti-kommunistiske film, dernæst var markedet for anti-kommunistiske budskaber allerede blevet mættet, fordi "audiences are so saturated with the subject of the Russians in the newspapers, on TV, etc., that they don't enjoy sitting through a dramatized version of it all in theaters" (Doherty

25). De antikommunistiske films popularitet eller mangel på samme kan også ses på filmen *The Woman on Pier 13* (1950), der først blev vist til en forpremiere i 1949 under titlen *I Married a Communist*, men inden den for alvor blev udgivet i 1950, blev filmens titel ændret grundet den umiddelbart negative respons fra publikum.

Ydermere blev propagandaen for åbenlys, hvilket taler direkte for Reinhold Wagnleitners påstand om, at det er nemmere at påvirke folk, når de ikke ved, at de bliver udsat for propaganda. Derfor lagrede den sig ikke i hukommelsen hos seeren (229). Budskaberne bliver for forcerede og hænger derfor ikke ved, tværtimod. Den mere subtile propaganda, hvor intentionen som udgangspunkt ikke var at påvirke, men blot at underholde, havde en langt større gennemslagskraft både i billetkontoret og også hos befolkningen, fordi de netop ikke forsøgte at trække et politisk budskab nedover hovedet på seerne. *Big Jim McLain* var ikke en direkte fiasko, men den var dog imidlertid heller ikke en stor succes på billetkontoret, hvilket er karakteristisk for de fleste af de antikommunistiske film, der blev produceret i Hollywood på daværende tidspunkt. Fordi filmene ikke var populære, var de derfor også kun i ringe grad medvirkende til at påvirke den offentlige bevidsthed, eftersom budskaberne ikke blev spredt ligeså bredt ud, som de mere almindelige spillefilm. Hollywoodfilmfolkene og politikerne i Washington var klar over spillefilmens magtpotentiale, men formåede ikke at udnytte det fuldt ud. Under alle omstændigheder er det interessant at se på de antikommunistiske Hollywoodfilm, fordi de alle viser et billede af USA, der som udgangspunkt stemmer overens med det, magthaverne i USA på daværende tidspunkt kunne stå inde for. Derudover blev Hollywoodfilm brugt som et våben til at tegne fjenden, hvor kommunismen som helhed og de kommunistiske fjendebilleder blev gjort synlige i et forsøg på påvirke den kollektive bevidsthed internt i USA. Selvom kun meget få af de antikommunistiske film blev kassesucceser, må de siges at have haft en indflydelse, fordi genren var så fremherskende i de første ti år af Den kolde krig. Derudover er der også det paradoksale element, at HUAC, McCarthyismen og den antikommunistiske politiske bølge i USA var medvirkende til at sortliste en lang række af de filmfolk, som rent faktisk var medvirkende til at sælge de positive aspekter af USA til omverdenen. Flere af disse vil komme under luppen i de næste afsnit.

John Wayne forsøgte senere i sin karriere igen at påvirke den offentlige mening via filmmediet, denne gang i forbindelse med USA's deltagelse i Vietnamkrigen med produktionen og udgivelsen af *The Green Berets* (1967). Ligesom *Big Jim McLain* (1952) blev udgivelsen af *The Green Berets* ligeledes til med direkte støtte fra den amerikanske stat og denne gang også Pentagon. Baggrunden for produktionen af filmen, som i øvrigt er baseret på Robin Moores roman af samme

navn, var, at Wayne selv var utilfreds med den stigende utilfredshed, der var omkring Vietnamkrigen på daværende tidspunkt. Filmen blev dog en umiddelbar kritisk fiasko, og blev eksempelvis i Danmark taget af lærredet igen efter blot fire dage som følge af massive antikrigsdemonstrationer, hvorfor Wayne heller ikke denne gang havde held med at ændre den offentlige mening (Frederiksen 191). Dette er i sig selv sigende for den type af film, hvor de sjældent bliver store succeser i billetkontoret eller hos anmelderne.

Kategori 2: Marilyn Monroe doktrinen

I dette afsnit kommer en håndfuld af de lette underholdningsfilm, der blev udgivet i 1950'erne og 1960'erne under luppen, hvor jeg har tænkt mig at analysere hvilken måde USA og den amerikanske samfundsform er blevet fremstillet på, samt om filmene implicit har haft en politisk betydning. Filmene, som resten af afsnittet omhandler, er som udgangspunkt apolitiske og omhandler derfor ikke Den kolde krig direkte. I stedet er filmene valgt, fordi de portrætterer det amerikanske samfund på en særligt fordelagtig facon, hvilket kan have været medvirkende til at forføre de, der så filmene, til at se på USA i en positiv optik. Ydermere brugte USA en række almindelige underholdningsfilm i deres kulturudvekslingsprogrammer med Sovjetunionen, hvorfor filmene har haft mulighed for ligeledes at påvirke de sovjetiske filmseere.

Som nævnt ovenfor, så underskrev Sovjetunionen og USA i 1958 en aftale, der sikrede, at fra 1958 og frem blev en håndfuld udvalgte amerikanske underholdningsspillemovie eksporteret over jerntæppet, hvorunder eksempelvis *Roman Holiday* (1953), *Some Like it Hot* (1959) og en håndfuld andre populære film af samme genre blev medtaget. Dette var medvirkende til at åbne et lille vindue til vesten for den sovjetiske befolkning, da de her fik mulighed for på første parket at opleve, hvordan den idealiserede udgave af USA så ud på det store lærred. Dog skal det nævnes, at det ikke kun er Hollywoods indflydelse på Sovjetunionen, der er interessant at undersøge, fordi spillefilmene blev også udgivet i USA samt i Vesteuropa, og her havde de et ligeså stort påvirkningspotentiale. Ideen er, at filmene på harmløs vis er med til at forføre de allerede amerikavenligtsindede og de, der forholdt sig neutrale, uden dog at fordømme fjenden eller at skabe fjendebilleder overhovedet. Den primære amerikanske udenrigspolitik fra 1940'erne og fremefter, gik netop ud på at konvertere folk til *the American way of life*, hvori et kulturelt korstog via eksempelvis Hollywood var centralt (Hart 9). I en intentionsanalyse af en spillefilm er det faktum, at den blev bevidst medtaget i et kulturudvekslingsprojekt dog en vigtig betragtning at have in

mente, fordi der antageligvis har været en eller flere årsager til, hvorfor det netop er disse film, der blev udvalgt.

Efter afslutningen på Anden verdenskrig og frem til starten af 1970'erne var størstedelen af den vestlige verden, herunder i særdeleshed USA og Vesttyskland, inde i en periode kendetegnet ved markant økonomisk vækst. Dette kom til skue i samtidige Hollywoodfilm, hvor levende billeder af velstand både for arbejder-, middel- og overklassen, fremstillede den amerikanske samfundsform som værende om ikke ideel så i hvert fald enormt velfungerende. Som en form for kulturdiplomati var disse film medvirkende til at forføre seerne på begge sider af jerntæppet ved netop at påvise eksempelvis, hvor høje levestandarderne var for den amerikanske befolkning. Derudover var film, der blev eksporteret til Sovjetunionen på daværende tidspunkt, på forhånd blevet gennemset og godkendt af det amerikanske udenrigsministerium samt USIA hovedsagligt, fordi man ville undgå at eksportere film, der kunne skade USA's omdømme i Sovjetunionen (Richmond 129). Det interessante i denne forbindelse er derfor at undersøge, hvilket amerikabillede filmene sælger til iagttagerne, samt hvorfor det netop er dette billede, der bliver skabt i Hollywood på daværende tidspunkt. Størstedelen af den amerikanske filmindustri er kendt for at forholde sig primært til, hvor godt en film præsterer i billetkontoret og ikke, hvor godt den fungerer som propagandamiddel, og den amerikanske filmmogul Sam Goldwyn har tilmed udtalt: "If you want to send a message, call Western Union!" (qtd. i Johnson 284). Selvom der var et samarbejde mellem Hollywood og Washington under både Anden verdenskrig og McCarthyismen, var det primære fokus for filmskaberne i Hollywood at skabe succeser i billetkontoret.

I 1959 udkommer Billy Wilders *Some Like it Hot*, og på begge sider af jerntæppet bliver filmen en succes. Hvor *Big Jim McLain* kun indtjente 2.6 millioner amerikanske dollars, indtjente *Some Like it Hot* omkring 13 millioner dollars i USA, første gang den blev udgivet (Balio 169). Ydermere var filmen en del af den kulturudveksling, der fandt sted mellem USA og Sovjetunionen, hvilket gjorde, at filmens budskaber blev spredt ud på begge sider af jerntæppet. Grundet dens popularitet er den interessant at undersøge i forhold til dens funktion som blødt magtmiddel under Den kolde krig, hvor den som udgangspunkt i hvert fald har mulighed for at påvirke og forføre de, der ser filmen. Filmen er umiddelbart apolitisk, men eftersom film under Den kolde krig implicit kan bære et politisk budskab, kan *Some Like it Hot* også være medvirkende til at yde indflydelse, selvom det ikke umiddelbart var intentionen, da filmen blev skabt. Hvor *Big Jim McLain* var et forsøg på at udøve konkret propaganda, var *Some Like it Hot* blot en underholdningsfilm, hvori de implicitte politiske budskaber i stedet var medvirkende til at forføre seerne.

Filmens handling foregår i 1929, og dens omdrejningspunkt er de to jazzmusikere Joe (Tony Curtis) og Jerry (Jack Lemmon), der ved et tilfælde overværer Sankt Valentins-massakren, og derfor bliver nødt til at tage på flugt fra mafiaen i Chicago. På baggrund af det vælger de at klæde sig ud som kvinder, hvor Joe bliver til Josephine, og Jerry bliver til Daphne, og som en del af flugten tager de til Florida på tur med et kvindejazzband. I bandet møder Joe/Josephine sangerinden Sugar Kane (Marilyn Monroe), som han bliver forelsket i, og Jerry/Daphne møder millionæren Osgood Fielding III (Joe E. Brown), som bejler til ham/hende. Joe/Josephine klæder ud og påtager sig i Florida karakteren millionærarvingen til Shell-imperiet Junior, for at kunne bejle til Sugar Kane. Mafiaen har imidlertid fundet dem i Florida, og de bliver derfor nødt til at flygte, og filmen ender med, at de alle fire sejler væk i Osgoods båd, hvor Jerry/Daphne afslører, at han ikke kan blive gift med Osgood. Jerry/Daphne fortæller Osgood alle de ting, der gør at de to ikke kan blive gift og slutter af med at tage sin paryk af og proklamerer ”You don’t understand, Osgood, I’m a man!”, hvilket Osgood ikke synes at skænke en tanke og svarer ham ”Well, nobody’s perfect” og herefter falder tæppet. Det er en typisk Hollywood happy-ending, hvori der nogle klare symbolske handlinger, der får USA som helhed til at fremstå i et positivt lys. Afslutningen er umiddelbart et klart eksempel på, hvor let det er at opnå den amerikanske drøm, og den bliver imidlertid ligeledes et implicit eksempel på, hvor progressivt et land USA er på daværende tidspunkt, eksemplificeret ved Jerry/Daphnes afsluttende ordveksling med Osgood. Ydermere skal det nævnes, i forhold til filmens amerikabillede, at selve handlingen understreger navnlig ved Joe/Josephine/Junior’s millionæroptræden, at stræben efter velstand er en let opnåelig dyd.

Filmens handling var i sig selv på daværende tidspunkt relativt progressiv, fordi den netop udfordrede det traditionelle syn på køn og seksualitet, og selvom det er et interessant aspekt at undersøge, er et endnu mere interessant aspekt af filmen at tage fat i selve sceneriet, plottet samt udviklingen i handlingen. Størstedelen af filmen foregår på et luksushotel i Florida, hvor de tre fattige, forgældede musikere ender med, efter meget kort tid at flygte mod solnedgangen med en millionær. Symbolikken, og derved det konkrete amerikabillede, der er i filmen, er, at USA er et land, hvori velstand er opnåeligt for alle uanset social klasse. USA bliver ikke sat op imod Sovjetunionen, og selve Den kolde krig er ikke et tema, der bliver behandlet i filmen hverken eksplicit eller implicit. I stedet er det det amerikanske samfund, der bliver belyst, hvor en række positive karakteristika af USA bliver skitseret. Selve ideen om velstand, og hvor let det er at opnå den, bliver gjort klart, eksempelvis i forbindelse med kvindejazzbandets tur til Florida. Det bliver

gjort klart, at Sugars baggrund for at tage med bandet til Florida er, at hun har en intention om at møde en millionærungskarl, hvilket igen er et stærkt symbol på, at velstand bliver gjort til en dyd.

Joe har til hensigt at forføre Sugar ved at klæde sig ud som en millionær, hvortil han påtager sig en rolle som millionærervingen til Shell-imperiet Junior, og først herefter har han succes med at få hendes opmærksomhed. Som nævnt ovenfor er dette ligeledes et eksempel på, at stræben efter velstand både er en dyd og også opnåeligt i det amerikanske samfund på daværende tidspunkt. I Sugars optik er velstand et symbol på anstændighed og ærbarhed, hvilket gør, at filmens primære tema er med til at understrege dette. Selvom Sugar ender sammen med den fattige Joe og ikke hans alter ego millionærervingen Junior, ender alle tre hovedpersoner dog sammen med den egentlige millionærerving Osgood, hvorfor der her sker et klassemæssigt spring. De tre hovedpersoner springer fra at være en del af arbejderklassen, arbejdsløse og forgældede, til at være en del af overklassen og derved økonomisk sikrede, hvilket rent symbolsk understreger, hvor let det er at opnå den amerikanske drøm. Amerikabilledet i *Some Like it Hot* er præget af ideen om velstand, og selvom filmen ikke deltager i krigen imod kommunismen eller Sovjetunionen direkte, understreger den blot hvordan og hvorfor det amerikanske samfund er værd at stræbe efter.

Filmens brug af jazzmusik som tema stemmer, i en koldkrigs kontekst, godt overens med det amerikanske udenrigsministeriums udenrigspolitiske strategi og brug af blød magt, eftersom Voice of America (VOA) netop brugte jazzmusikken i sin kulturdiplomatiske kamp om sjælene. Fra 1955 og frem til og med 1996 blev programmet ”Music USA” sendt fra VOA igennem jerntæppet seks dage om ugen, hvor den frie og nærmest anarkistiske amerikanske jazzmusik blev transmitteret som symbol på det amerikanske frihedsideal (Richmond 207). Jazzmusikken giver ligeledes god mening, når filmens kulisse indtænkes i det samlede billede, fordi filmens handling foregår i præ-depressionsæraen i USA i slutningen af de brølende 1920’ere. Denne æra i amerikansk historie var, indtil børskrakket i 1929, kendetegnet ved nogle af de idealer som Tony Shaw eksempelvis argumenterer for, at den amerikanske regering ønskede, at omverdenen skulle gøre synonyme med USA, nemlig forbrugerisme og individualisme (*Hollywood* 158). At filmen skulle foregå i de glamourøse brølende 1920’ere var desuden et aktivt valg fra instruktør Billy Wilders side. ”Dressing up the 1950s as the 1920s allows Wilder to contrast the stifling and confining Eisenhower years with an era that was known for its audaciousness and unlawfulness, its sexual liberties and progressive ideas, and its economic and political volatility.” (Gemünden 102).

Filmens samtid er ligeledes interessant, fordi ”between 1947 and 1960, the major Hollywood studios released an approximate total of 300 feature films per year. A relatively small

number of these movies were explicitly anti-communist or anti-Soviet. A far greater number of these lent implicit ideological support to the US government's Cold War stance through their inherent endorsement of individualism, consumerism and patriotism." (Shaw, *Hollywood* 158).

Dette er en vigtig betragtning at have in mente, fordi det var netop via disse film, at amerikaniseringen eller koloniseringen via det store lærred i mange tilfælde fandt sted.

Amerikabillederne, der blev malet på lærredet, var med til at forføre verdensbefolkningen, hvilket, i kampen om sjælene, var det vigtigste våben, fordi når billedet af USA udadtil ser indbydende ud, gør det landet som helhed salgbart. Ydermere, når velstand bliver præsenteret som opnåeligt i USA i et populært medium, giver dette budskab genlyd blandt de, der ser filmene. Ved at bruge de brølende 1920'ere bidrager Wilder til dette, eftersom de værdier, der er til stede i filmen, ophøjer den amerikanske samfundsform implicit.

Det var netop de små, implicitte detaljer, der gav størst genlyd hos seerne, og udover *Some Like it Hot*, blev der på daværende tidspunkt produceret en særdeles stor mængde spillefilm, hvori plottet enten direkte eller indirekte omhandlede den amerikanske drøm, og hvori det amerikanske samfund blev fremstillet positivt. Som eksempel på dette henviser den amerikanske historiker, Yale Richmond, til at: "One Russian woman recalls how, on seeing *The Apartment*, starring Shirley MacLaine and Jack Lemmon, she was impressed by watching Lemmon warm up his TV dinner, unknown at that time in the Soviet Union, and lighting his kitchen stove without a match. And when refrigerators were opened in Western films, they were always full of food. Such details, which showed how people lived in the West, were most revealing for Soviet audiences." (Richmond 128). Disse små detaljer gjorde i høj grad ligeså stort et indtryk på den sovjetiske befolkning, eftersom den amerikanske levevej og det amerikanske samfund helt generelt i langt højere grad var præget af forbrugerismens glæder. Dette understreger ydermere Tony Shaws pointe om, at Hollywoods filmindustri havde et anseeligt påvirkningspotentiale, når det gjaldt kampen om sjælene. Der synes ikke at være politisk-økonomiske forbindelser mellem Hollywood og Washington i forbindelse med skabelsen af *Some Like it Hot*, men i forbindelse med eksport af filmen til Sovjetunionen, blev filmen dog screenet af USIA, inden den blev godkendt til eksport bag jerntæppet (Richmond 128).

Under Anden verdenskrig blev film, der fremhævede de positive aspekter af *the American way of life*, vigtige værktøjer i arbejdet med at højne moralen på hjemmefronten. Hertil skal det nævnes, at: "Of equal significance was the appeal these domestic films had among both America's allies and conquered enemies, where their popularity was exceeded only by the demand for American food." (Jowett et al. 119). Det samme gjorde sig gældende efter Anden verdenskrig, hvor

film, der igen fremhævede positive aspekter af det amerikanske samfund, viste sig at være enormt populære også udenfor USA's egne landegrænser. Her kan man tale om eskapisme, og at eskapistiske film var særligt populære.



Den amerikanske livsstil blev fremstillet positivt i Hollywoodfilmene, og effekten af dette blev, at "Hollywood successfully built and reinforced the American consensus about the superiority of the American way of life through commercial filmmaking" (Shaw & Youngblood 217). I denne forbindelse tænkes der eksempelvis på film som *Some Like it Hot* (1959) eller *Roman Holiday* (1953), som nedenstående afsnit omhandler, der begge fremhæver de amerikanske idealer. Derudover var begge film en del af kulturudvekslingen mellem USA og Sovjetunionen, hvilket er en vigtig betragtning at have in mente, når deres påvirkningspotentiale skal vurderes. Filmenes tiltrækningskraft var også en af grundene til, at man fra amerikansk side lagde så markant et fokus på at sørge for højne eksporten af amerikanske spillefilm til efterkrigstidens Europa. Den amerikanske Motion Picture Export Association (MPEA) var klar over deres magtpotentiale og omtalte endda sig selv som "the little state department" (Shaw, *Hollywood* 169). I denne forbindelse skal det ydermere understreges, at det, der er tale om, er ikke, at Washington i dette tilfælde har haft direkte kontrol med hvilke budskaber, der var i de respektive Hollywoodfilm. Tværtimod var

realiteten, at filmskaberne Hollywood og magthaverne i Washington tilfældigvis var enige, hvad angår eksempelvis hvilken måde USA skulle fremstilles på på det store lærred.

Some Like it Hot var ikke en enlig svale, hvad angår fremstillingen af positive amerikabilleder: "Hollywood celebrated America's material prosperity like never before in the 1950s. There was a good reason for this: the nation's economic boom during that decade, partly driven by the defense industry, brought unprecedented growth and consumer spending power. Movies reveled in presenting the United States as a land of unbridled opportunity, fun, and get-ahead spirit in the 1950s." (Shaw & Youngblood 26). Der var derfor flere eksempler på spillefilm, hvis omdrejningspunkt netop var USA som et mulighedernes slaraffenland, og *How to Marry a Millionaire* (1953) eller *The Seven Year Itch* (1955) var begge eksempler på dette. Derudover var begge spillefilm kommercielle succeser, både i USA og i store dele af resten af verden, og desuden havde begge film ligesom *Some Like it Hot* Marilyn Monroe øverst på rollelisten. Monroe blev synonym med amerikansk glamour, høj klasse, jagten efter lykke og "all things many Soviet propagandists publicly rejected as decadent but privately admired" (Shaw & Youngblood 26).

Roman Holiday (1953) var ligesom *Some Like it Hot* en let underholdningsfilm, der som udgangspunkt ikke beskæftigede sig direkte med de politiske aspekter af Den kolde krig. I stedet omhandler filmen det velstående, frie vesteuropæiske samt amerikanske samfund: "*Roman Holiday* showed the west to be modern, glamorous, full of opportunity, and fun. It portrayed a coseted and emotionally imprisoned European monarchy being temporarily "liberated" by classless consumerism and American democratic values." (Shaw & Youngblood 100). Selve filmens handling omhandler kronprinsessen af et uspecificeret land Ann (Audrey Hepburn) og den amerikanske journalist Joe Bradley (Gregory Peck), der ved et rent tilfælde mødes i Rom, hvor de forelsker sig i hinanden. Kronprinsessen Ann er på en pressedækket turne i Europa, men hun er utilfreds med at være begrænset af det stramme program, der er lagt for hende, så hun bryder ud og slipper væk, men fordi hun tidligere på dagen blev tvunget af sin læge til at tage en beroligende pille, falder hun i søvn på en bænk midt i Rom. Her bliver hun fundet af Joe Bradley, der af et godt hjerte tager hende tilbage til sin lejlighed. De to bliver forelskede i hinanden, og den almindelige amerikaner Joe bruger dagen på at vise Prinsesse Ann glæderne ved det almindelige, vesteuropæiske liv.

Intentionen med produktionen af *Roman Holiday* var, ifølge manuskriptforfatteren selv, at han ville forsøge at tjene penge nok til at kunne forsørge sin familie, mens han selv var i fængsel, hvilket i en koldkrigs kontekst er relativt uinteressant (Shaw & Youngblood 106). Dog skal det

nævnes, at Dalton Trumbo blev et offer for HUAC og antikommunismen i Hollywood i 1947. Selvom man kan argumentere for, at handlingen i *Roman Holiday* italesætter nogle classeskelmæssige problemer i samtiden, eksemplificeret ved relationen mellem Kronprinsesse Ann og Joe, tyder det ikke på, at der fra forfatterens side af har været et decideret ønske om at påvirke den politiske konsensus i samtiden. Filmen er blot en let, underholdende og veldrejet komedie. Tager man dog koldkrigsbrillerne på, skal man have in mente, at filmen var en del af kulturudvekslingen mellem USA og Sovjetunionen, hvorfor filmen alligevel i denne forbindelse har en politisk dimension. Som nævnt ovenfor, så støttede en lang række Hollywoodfilm i 1950'erne den amerikanske samfundsform implicit, hvilket er noget *Roman Holiday* også gør. Her kan man argumentere for, at den amerikanske stat havde et ønske om at påvirke den sovjetiske befolkning, til at se på USA i en positiv optik.

Selve plottet går ud på, at den almindelige amerikaner Joe bruger sin energi på at vise kronprinsessen Ann glæderne ved det almindelige og ordinære liv i efterkrigstidens Rom, og selvom man i den forbindelse ikke kan tale om, at der bliver fremstillet et decideret amerikabillede, så er filmen alligevel væsentlig at undersøge, fordi en slags amerikabillede alligevel kommer til skue. Først og fremmest er det interessant, at det selvfølgelig er en ordinær amerikaner, Joe, der synes at være den bedste repræsentant for det almindelige livs glæder, så selvom det ikke direkte ser sådan ud, så bliver der derfor skabt et amerikabillede i *Roman Holiday*. Den amerikanske hovedperson Joe er repræsentant for den ideelle samfundsmodel og ideologi i kraft af, at det er ham, der viser Kronprinsesse Ann glæderne ved det almindelige liv som borger i den vestlige verden. Plottet i *Roman Holiday* må derfor ikke negligeres, fordi en af de centrale plotlinjer omhandler nemlig den klassebrydende romance, "For a period in the film, however, Ann escapes her constraints – and who better to act as her guide to the simple pleasures of the people than an American like Joe Bradley?" (Shaw & Youngblood 104). Ligesom *Some Like it Hot* bryder kærlighedshistorien i *Roman Holiday* classeskellene, fordi den almindelige amerikaner Joe, ender med at blive forelsket i kronprinsessen Ann. En forelskelse, der er gensidig, hvilket er medvirkende til at få USA og den vestlige verden til at fremstå hvis ikke som et klasseløst samfund, så i hvert fald et mere homogent samfund, hvor ideen om at alle mennesker har lige muligheder, er blevet realiseret.

Hvor plottet driver filmens handling fremad, er det dog kun det næst vigtigste aspekt at kigge på, når filmens påvirkningspotentiale skal under luppen, fordi det, der i højeste grad er med til at sælge *the American way of life* er kulissen, der skaber rammen for filmen. Det er kulissen i

filmen, der i første omgang er meningsdannende, fordi den i sig selv har et markant påvirkningspotentiale. Handlingen finder sted i Rom, og scenerne, der foregår på gaderne af Rom, er spækket med billeder af økonomisk fremgang og velstand. Så ligesom *Some Like it Hot* er filmen rent politisk ufarligt, hvorfor man må antage, at intentionen med filmen ikke har været direkte at påvirke politisk, selvom receptionen af filmen har haft en påvirkende effekt via eksempelvis den måde, som Rom er blevet fremstillet på, og "as the camera takes us on a Cook's Tour of the city, we might be forgiven for thinking the Italian "economic miracle", which came into effect in the late 1950s, had already happened." (Shaw & Youngblood 103). Italien og Vesteuropa bliver fremstillet som værende et nærmest utopisk sted, præget af frihed og åbenhed, hvor seeren bliver forført af de velklædte forbipasserende på Vespaer, den pulserende cafekultur og butikkerne, der altid synes at bugne af varer, og effekten af dette bliver, at "it helped rehabilitate a former enemy, one that, like Germany [...], was fast becoming a valuable Western ally in the Cold War. And it vindicated the Marshall Plan, through which Washington had been economically reconstructing Western Europe since 1948, by showing Italy back on its feet, a place of free-living fun where everyone can enjoy themselves or subsist on even a small amount of money" (Shaw & Youngblood 103). Det vil sige, at selve kulissen for *Roman Holiday* har været medvirkende til at fremhæve de positive vestlige værdier, blot fordi den så godt ud på det store lærred. Som tidligere nævnt i denne tekst kunne en lille ting som eksempelvis en TV-dinner i *The Apartment* påvirke seerne af filmen i Sovjetunionen, til at se på USA som et ultramoderne utopisk samfund, og det samme gør sig gældende i *Roman Holiday*, hvor bagtæppet Rom i sig selv er et meningsbærende element.

Her er den amerikanske bløde magtstrategi værd at have in mente, fordi Hollywood i denne forbindelse spillede en betydningsfuld rolle i eksporten af de amerikanske værdier til udlandet, både for og bag jerntæppet. Som propagandamiddel var iscenesættelsen af det ideelle samfund og fremstillingen af den amerikanske borger som intelligent og nysgerrig med til at få netop den fremstilling af ideen om USA til at give genlyd. *Roman Holiday* indtjente i USA alene 5 millioner dollars, hvilket gjorde at filmen var på top 20 listen over de spillefilm, der indtjente mest i USA i 1953, men uden for USA's egne grænser indtjente filmen over de næste fire tiår endnu 12 millioner dollars, hvorfor filmen må siges at have været en enorm succes (Shaw & Youngblood 109).

Det interessante i denne forbindelse er, at forfatteren af manuskriptet til *Roman Holiday*, Dalton Trumbo, var en af The Hollywood Ten, der blev sortlistet i Hollywood som følge af HUAC-høringerne i 1947. Derfor tog Trumbos ven, manuskriptforfatter Ian McLellan Hunter, æren for

manuskriptet således, at filmen kunne blive produceret. Det er enormt bemærkelsesværdigt, fordi man i USA og Hollywood tidligere havde forsøgt at påvirke den kollektive bevidsthed via deciderede propagandafilm, men det viste sig, at det var de lette underholdningsfilm, der endte med at have det største påvirkningspotentiale. I den forbindelse er det påfaldende, at en af de film, der nåede længst ud, og som tilmed blev brugt i den amerikanske stats propaganda- og kulturudvekslingseskapader, var skrevet af en manuskriptforfatter, der tidligere blev beskyldt for sprede kommunistisk propaganda via sit virke som manuskriptforfatter i Hollywood (Shaw & Youngblood 106).

Udover at filmen blev brugt som en del af den kulturdiplomatiske strategi, har selve produktionen af filmen også sin plads i koldkrigshistorien. Størstedelen af filmen blev produceret i Rom, hvilket blev gjort både som forsøg på at minimere omkostningerne ved filmproduktionen og også for at kunne bruge nogle af de filmfolk, der i USA var blevet sortlistede som følge af HUAC's aktiviteter (Prime 59). *Roman Holiday* endte dog med at være en af de mest populære og bedst sælgende amerikanske film i samtiden, og selv bag jerntæppet var filmens popularitet uforlignelig, hvilket blot gjorde, at filmen endte med at spille en rolle i amerikaniseringen (Shaw & Youngblood 113). Derfor er det i sig selv paradoksalt, at netop de, der havde bedst mulige forudsætninger for at yde positiv indflydelse uden for USA's egne grænser, blev bandlyst fra at arbejde i Hollywood.

I løbet af den periode hvor man i Hollywood producerede flest antikommunistiske film, oplevede man samtidigt et nævneværdigt fald i billetsalget i biograferne i USA, hvilket som udgangspunkt har været medvirkende til, at Hollywood for eftertiden producerede færre åbenlyst politiske film (Shaw, *Hollywood* 159). Profit var derfor stadig det vigtigste anliggende man holdt sig for øje som Hollywoodfilmproducer, men selvom størstedelen af spillefilmene fra Hollywood er produceret for blot at tjene penge, er det vigtigt at have in mente, at filmene støttede den amerikanske levevej implicit, hvorfor de stadig var brugbare som propagandaredskaber. Både på hjemmefronten og uden for landets grænser. Derfor er det også interessant, at både *Some Like it Hot* og *Roman Holiday* blev sendt til Sovjetunionen som et led i kulturudvekslingsprogrammet med USA, fordi de havde mulighed for at yde indflydelse. Det er nemlig her, at en intentionsanalyse bliver særligt brugbar, fordi filmene netop har fået tilført en politisk dimension, når de af en stat bevidst bliver eksporteret til en anden stat. De er begge med til at sætte USA i et positivt lys, selvom de i sig selv ikke engagerer sig med den igangværende ideologisk konflikt mellem Sovjetunionen og USA. Derudover var det ikke kun i Sovjetunionen, at de ydede indflydelse, fordi også Vesteuropa var et lukrativt marked for Hollywoodfilm. "When European governments after

1949 took to taxing cinema receipts in order to subsidize domestic film production, American producers reacted by investing directly in foreign productions. By 1953, when *Roman Holiday* was released, 50 percent of the U.S. film industry's revenue was generated overseas, most of it in Europe.” (Shaw & Youngblood 107) Tager man her Joseph S. Nye, Jr.'s tanker om den forførende og påvirkende kraft af populærkultur som blød magt, herunder eksempelvis Hollywoodfilm, in mente, så har de amerikanske spillefilm også haft en forførende kraft i Vesteuropa. Hertil skal det nævnes, at den amerikanske stat særligt i Italien forsøgte at yde indflydelse, netop fordi kommunistpartiet stod stærkt i landet, hvilket man med flere forskellige virkemidler forsøgte at nedkæmpe (Shaw & Youngblood 107). Derfor er filmens kulisse, Rom, også bemærkelsesværdig, fordi *Roman Holiday* derfor implicit er medvirkende til, at inddrage Rom og Vesteuropa i narrativen om det perfekte vestlige samfund.

Samtidigt med at USA og Sovjetunionen underskrev aftalen om kulturudveksling i 1958, gjorde man fra amerikansk side af også brug af andre bløde magtmidler, der havde samme formål som filmudvekslingen mellem de to supermagter. Kulturdiplomati var i denne periode i høj kurs. Herunder skal nævnes tiltag som eksempelvis amerikaudstillingen i Sokolniki Park i Moskva i 1959, hvor den famøse køkkendebat mellem Richard Nixon og Nikita Khrushjtjov fandt sted. Udstillingen fungerede således, at den amerikanske stat via USA havde sat en udstilling op i Moskva, der havde til formål at vise den sovjetiske befolkning USA's teknologiske fremskridt samt at give dem ”a glimpse of the United States, its people, and how they lived.” (Richmond 133). Ligesom de bløde underholdningsfilm, var denne form for mere eller mindre subtil propaganda ligeledes medvirkende til at sælge USA til den sovjetiske befolkning, eftersom den også havde fokus på de bedste, og mest forførende, aspekter af det amerikanske samfund. Ligesom spillefilmene, der blev eksporteret til Sovjetunionen, var Amerikaudstillingen enormt populær og havde derfor gode forudsætninger for at påvirke (Richmond 133).

Kategori 3: De er jo ligesom os

Verdenssituationen havde ændret sig fra starten af 1950'erne og 1960'erne, og det kom i særdeleshed til skue i Hollywoodfilmene fra samtiden. Hvor størstedelen af filmene, der havde behandlet Den kolde krig i det første tiår af konflikten, af flere forskellige årsager havde været enormt antikommunistiske i deres budskab, så ændrede dette sig i løbet af 1950'erne og 1960'erne. Som udgangspunkt er der stadig i filmene et skel mellem de gode og de onde, men fjendebilledet er markant anderledes på dette tidspunkt i historien. De kommunistiske fjender bliver i langt højere

grad humaniseret i den forstand, at det ikke længere er mennesket, der er ondt, men den kommunistiske ideologi, der er korrumperende. Det vi taler om her, er altså film, der viser materiel velstand og morsomme fjendebilleder, som står i skarp kontrast til de fjendebilleder, vi så i de antikommunistiske film fra 1947 til 1953. Fjenden bliver i denne periode i højere grad forført af de kulturelle aspekter af det frie USA, og her kommer flosklen "Coca-Colonization" virkelig til sin ret. Ligesom i ovenstående afsnit, så er en lang række af de film, der udkom i løbet af 1960'erne ligeledes med til at forføre publikum og støtte USA og den amerikanske samfundsmodel.

I modsætning til det klare fjendebillede, der er blevet tegnet af den kommunistiske trussel i de antikommunistiske agitpropfilm fra tiden under McCarthyismen, er billedet noget anderledes i spillefilm fra 1960'erne. Her er der stadig en klar skelnen mellem ven og fjende, men selve fjendebilledet er ikke længere et ensidigt portræt af rendyrket ondskab. I stedet bliver sovjetborgerne i flere tilfælde i forskellige spillefilm i løbet af 1960'erne afbilledet som værende lettere komiske individer, hvis egentlige ønske ikke er at underminere USA, som for eksempel er tilfældet i *Big Jim McLain*. I stedet bliver de forført af den amerikanske levevej. Selvom détentepolitikken først blev effektueret under Richard Nixon i 1970'erne, ydede Hollywood i tiden inden støtte til netop afspænding i forholdet mellem Sovjetunionen og USA. Dette gør sig gældende i en håndfuld film fra 1960'erne, hvor de sovjetiske fjender ikke længere bliver tegnet som hårdkogte kriminelle, men i stedet som komiske individer, der har let ved at blive forført af det amerikanske samfunds økonomiske, sociale og kulturelle fremgang.

Selvom en række af Den kolde krigs skelsættende begivenheder fandt sted i løbet af 1950'erne og 1960'erne, herunder Koreakrigen, oprustningen af atomvåben, opførelsen af Berlinmuren, Svinebugtsinvasionen, Cubakrisen, Stalins død et cetera, så var det også en periode præget af, at de to supermagter nærmede sig hinanden via flere forskellige diplomatiske tiltag som eksempelvis oprettelsen af en direkte telefonlinje mellem Washington og Moskva. Dette, blandet med afslutningen på McCarthy-æraen i USA, medførte at det politiske klima, som spillefilmene fra denne periode blev produceret i, var anderledes end tidligere, hvilket også kommer til skue, når man netop ser på, hvordan fjenden bliver fremstillet på lærredet.

En af de første større film i denne kategori er Billy Wilders komedie *One, Two, Three* fra 1961. I forhold til intentionen med filmen er det svært at finde tegn på andet end, at det er en komedie, der er produceret med det formål at underholde. Dog skal det siges, at filmen på mange måder engagerer sig i sin politiske samtid og gør ligeledes grin med samme. Den er, ligesom de fleste andre Hollywoodfilm fra samtiden, en let underholdningsfilm, der implicit blot støtter *the*

American way of life. Selvom filmen foregår midt i brændpunktet for Den kolde krig på daværende tidspunkt, nemlig Berlin, så er det svært at finde tegn på, at den skulle være produceret i et decideret forsøg på at påvirke den kollektive politiske bevidsthed (Bathrick 44). Filmen er i stedet en af de første spillefilm, der behandler Den kolde krig satirisk.



Filmen foregår i 1961, og selve omdrejningspunktet for handlingen er C.R. MacNamara (James Cagney), der er direktør for Coca-Colas afdeling i Vest-Berlin. Han arbejder på at introducere Coca-Cola bag jerntæppet, men bliver forstyrret, da han får at vide, at direktøren for Coca-Colas datter, Scarlett (Pamela Tiffin), er på dannelsesrejse i Europa, og at hun bliver afsat hos ham for en stund. Hun møder i Øst-Berlin Otto (Horst Buchholz), en østtysk kommunist, som hun bliver forelsket i og gravid med. Da hun er datter af den ærkeamerikanske virksomhed Coca-Cola, kan hun naturligvis ikke blive gift med en kommunist, og da MacNamara får nys om, at Scarlets far, direktøren for Coca-Cola, kommer på besøg i Vest-Berlin hos dem, får han travlt med at omvende Otto fra at være overbevist kommunist til at være ærkekapitalistisk ung mand. Plottet går derfor ud på, at den overbeviste østtyske kommunist skal omvendes til at blive en, efter amerikansk forbillede, kapitalist. I selve plottet af filmen er derfor et klart skel mellem det gode og det onde, men her er det blot selve ideologien, der er synderen, hvorfor fjenden, hvad end det er en østtysker eller en russer, i dette tilfælde ikke bliver dæmoniseret personligt. Det er eksempelvis derfor, at det overhovedet er muligt for Otto at blive omvendt. Noget, der er interessant at bemærke i forhold til afbildningen af Otto er, at i starten af filmen er karakteren næsten en tro kopi af de kommunistiske antagonister fra det antikommunistiske agitpropfilm. Forskellen ligger dog i, at i *One, Two, Three* er det muligt for Otto at smide skurkerollen, hvorfor man kan argumentere for, at det blot er den

kommunistiske ideologi, der er fjenden. Personerne, der er blevet korrumpet af ideologien kan godt reddes, så længe det på amerikanernes præmisser.

Afbildningen af den sovjetiske fjende i *One, Two, Three* er dog markant anderledes end i de antikommunistiske film fra McCarthy-æraen. Helt konkret fremstår de tre sovjetiske diplomater, Peripetchikoff (Leon Askin), Borodenko (Ralf Wolter) og Mishkin (Peter Capell) som lettere stupide bureaukrater, der har meget let ved at blive omvendt af den frie amerikanske livsstil, hvilket bliver fastslået, når samtlige af de tre russiske diplomater deserterer til vesten i slutningen af filmen (Sorlin 381). Personerne bliver ikke dæmoniseret i *One, Two, Three*, i stedet er de blot ofre for den fejlslagne ideologi, og derfor er det også muligt for Otto at blive omvendt, samt muligt for de russiske diplomater at hoppe af til vesten. Filmens afslutning, hvor omvendelsen af Otto er komplet, er derfor en symbolsk og æstetisk løsning på et rigtigt problem. På sin vis er *One, Two, Three* en varsel om genforeningen af Tyskland, hvor Østtyskland på godt og ondt blev opslugt af Vesttyskland, ligesom Otto bliver opslugt af den vestlige ideologi, og må give afkald på sin identitet for at blive accepteret af Scarletts amerikanske familie. I filmen er der dog forskel på Øst og Vest, hvor eksempelvis scenerne, der finder sted i Vest-Berlin foregår i en kulisse præget af velstand og modernitet, hvorimod scenerne i Øst-Berlin foregår i slidte og beskidte omgivelser. Der er trods alt stadig forskel på ”os” og ”dem”.

Pierre Sorlin argumenterer i forbindelse med *One, Two, Three* for, at: ”On the Western side, anti-Communist fiction did not develop very much. The soviets were seldom represented as the arch enemy, who must be killed at all costs. To use our previous examples, in *One, Two, Three* the Soviets were more like stupid bureaucrats, greedy and easily fooled, than actually wicked” (381). Dette stemmer godt overens med størstedelen af de amerikanske film, der i denne periode direkte omhandlede Den kolde krig, hvorunder også den fiktive sovjetiske premierminister Dimitri Kissov i *Dr. Strangelove: Or How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb* (1964) må nævnes. Selvom man hverken hører eller ser karakteren i filmen, bliver han iscenesat som værende beruset, på en komisk facon, ligesom de russiske diplomater i *One, Two, Three* er grinagtige. I begge film er Den kolde krig et offer for satire. Karaktererne i *Dr. Strangelove* er tilmed blevet beskrevet som værende ”grotesker” (Teuth 93).

” Hello? Uh, hello, uh hello Dimitri? Listen, uh uh, I can't hear too well. Do you suppose you could turn the music down just a little? Oh, that's much better, yeah, huh? Yes. Fine, I can hear you now, Dimitri, clear and plain and coming through fine. I'm coming through

fine, too, eh? Good, then, well, then, as you say, we're both coming through fine. Good, well, it's good that you're fine and, and I'm fine. I agree with you, it's great to be fine, a-ha-ha-ha-ha. Now then, Dimitri, you know how we've always talked about the possibility of something going wrong with the bomb. The bomb! Dimitri, the hydrogen bomb!. Well now, what happened is, ahm, one of our base commanders, he had a sort of, well, he went a little funny in the head, you know, just a little funny. And, ah, he went and did a silly thing. Well, I'll tell you what he did. He ordered his planes to attack your country. Ah, well, let me finish, Dimitri. Let me finish, Dmitri. Well listen, how do you think I feel about it? Can you imagine how I feel about it, Dimitri? Why do you think I'm calling you? Just to say hello? Of course I like to speak to you! Of course I like to say hello!" (*Dr. Strangelove* 0:39:14 – 0:40:55)

I citatet ovenfor er det tydeligt, hvordan begge karakterer, både den amerikanske præsident og den sovjetiske premierminister, bliver fremstillet som fjollede individer, og ikke som henholdsvis statsmand eller skurk. Det er ligeledes vigtigt at understrege, at begge individer er ofre for satiren, hvilket i særdeleshed markerer et skifte fra afbildningen af kommunisterne i de antikommunistiske agitpropfilm. Konflikten, og begge de to supermagter, bliver gjort til grin, hvilket er medvirkende til at humanisere begge sider af konflikten, samt at kalde til fredelig sameksistens, ved eksempelvis at latterliggøre flosklen om atomkrig og mutually assured destruction. Hverken *One*, *Two*, *Three* eller *Dr. Strangelove* er blevet til med hjælp fra den amerikanske stat, hvorfor man ikke kan drage konklusionen, at filmene giver udtryk for det officielle, amerikanske koldkrigsnarrativ. Tværtimod, så er *Dr. Strangelove* på mange måder et opgør med den officielle koldkrigskonsensus, fordi den sætter spørgsmålstejn ved selve ideen om våbenoprustning og atomkrig, ved at satirisere USA og Sovjetunionen ligeligt.

Propagandaen i *One*, *Two*, *Three* er kamoufleret, forstået på den måde, at den ikke er lavet i et direkte samarbejde mellem Washington og Hollywood, i stedet er den blot produceret med det ene formål at underholde og at tjene penge. Derfor har filmen på mange måder mere til fælles med de almindelige underholdningsfilm, der fungerede som subtil propaganda i løbet af 1950'erne, end den har til fælles med de antikommunistiske film. Det er interessant, fordi filmen i sig selv ikke er antisovjetisk i sit budskab, selvom den omhandler konflikten mellem Sovjetunionen og USA. I stedet er budskabet i høj grad pro-amerikansk, hvilket stemmer overens med den amerikanske politiske agenda i samtiden, hvor Hollywood som tidligere nævnt blot producerede film, der gav

implicit support til den amerikanske regerings koldkrigsideologi på daværende tidspunkt. *One, Two, Three* højner patriotismen, individualismen og i særdeleshed den Coca-Cola-forherligede forbrugerisme. Eftersom der ikke var politisk-økonomiske forbindelser mellem Washington og skaberne af *One, Two, Three* er den et godt eksempel på, hvordan filmskaberne, af sig selv, fremhævede fordelene ved det amerikanske samfund på det store lærred. Samtidigt gør både *One, Two, Three* og *Dr. Strangelove* på mange måder nar af konflikten, hvilket medfører at fjendebillederne og koldkrigsnarrativet i filmene, har meget lidt til fælles med de antikommunistiske film fra det forrige årti. *Dr. Strangelove* fremhæver dog ikke fordelene ved det amerikanske samfund eller forbrugerismen, i stedet forholder den sig kritisk til konflikten mellem USA og Sovjetunionen i store træk, hvor selve ideen om en konflikt bliver satiriseret.

Receptionen af *One, Two, Three* var ikke ønskværdig, og for at forstå hvorfor filmen ikke blev en succes, må man have den historiske kontekst in mente. Af flere forskellige årsager var Berlin et vigtigt brændpunkt under Den kolde krig. Både fordi Berlin efter Anden verdenskrig effektivt var styret af de fire sejrende stormagter, selvom den lå i den sovjetiskbesatte zone af Tyskland, hvilket ledte til flere magtkampe mellem supermagterne i tiden mellem 1945 og 1961. Inden produktionen af filmen gik i gang var verdenssituationen en anden, end da filmen blev udgivet, fordi Berlinmuren blev opført under indspilningerne af *One, Two, Three*. Problemet blev, at fordi den politiske situation mellem USA og Sovjetunionen på dette tidspunkt var så penibel, så faldt filmen ikke i god jord hos publikum. Den indtjente kun omkring 4 millioner amerikanske dollars i billetkontoret og endte med at have et underskud på 1.6 millioner dollars, hvilket i forhold til andre film fra samme periode må siges at være utilstrækkeligt (Balio 170). Dog blev den nomineret til både en Oscar og to Golden Globes, så den er ikke blot gået i glemmebogen.

Det er dog væsentligt at bemærke, at filmen repræsenterer den samtid, den er produceret i, og derfor er det interessant, at fjendebillederne, den tegner af sovjetborgerne, er markant anderledes end de fjendebilleder, der er at finde i de antikommunistiske film, der blev produceret bare ti år tidligere. Effekten af det komiske fjendebillede i *One, Two, Three* bliver, at filmen implicit taler for fredelig sameksistens og détentepolitik, selvom det amerikanske og vestlige samfund dog stadig bliver hævet over østbloksamfundene, i modsætning til de antikommunistiske film, der blot taler for, at kommunismen som helhed må ødelægges for enhver pris. Det er svært at give et konkret svar på, om filmene har haft en effekt, fordi modtagelsen af *One, Two, Three* eksempelvis var meget blandet. Tager man dog den tidligere nævnte påvirkningskraft, som Hollywood siges at have, for gode varer, så har filmene været medvirkende til under overfladen at ændre den kollektive

bevidsthed. Den var dog, ligesom for eksempel *How to Marry a Millionaire*, med til at sælge den vestlige verdens levevej, velstand, fremgang og uendelige strøm af forbrugergoder til publikummet.

I 1966 udkommer filmen *The Russians are Coming, the Russians are Coming*, hvilket igen er et eksempel på en Hollywoodspillefilm, der på satirisk facon behandler Den kolde krig. Filmens handlings omdrejningspunkt er den sovjetiske ubåd, Octopus, der går på grund tæt på en ø nær New Englands kyst i USA. En del af besætningen går i land for at finde en båd, der kan trække deres ubåd tilbage til havs igen, og her løber de naturligvis ind i den amerikanske befolkning, der bor på øen. Beboerne på øen tror straks, at der er tale om en sovjetisk invasion af USA, og panikken spredt sig, men stemningen ændrer sig af flere årsager i løbet af filmen, og i slutningen af filmen er et venskab mellem den sovjetiske ubådsbesætning og de amerikanske øboere formet. Der er flere forskellige grunde til, hvorfor dette er interessant, men for at forstå hvorfor dette er særligt relevant, må filmens tilblivelsesproces tages i betragtning. Filmen er uortodoks, fordi instruktøren, Norman Jewison, forsøgte at få filmen til at blive til i et samarbejde med den sovjetiske filmindustri. Han, og de to direktører for filmselskabet United Artists, der stod for udgivelsen af filmen, tog kontakt til det amerikanske udenrigsministerium for at bede om tilladelse til at kontakte den sovjetiske filmmyndighed for at afsøge muligheden for et samarbejde (Shaw, "Russians" 238). I første omgang bar anstrengelserne frugt, og der blev skabt kontakt mellem den sovjetiske filmindustri og Hollywood via Jewison. Samarbejdet blev foreslået på baggrund af, at filmskaberne havde et økonomisk incitament til at øge filmens indtjeningsmuligheder ved at gøre det til en transnational produktion, men producerne af filmen havde også en værdipolitisk bevæggrund, da de alle tilhørte den liberale venstrefløj, rent politisk, og derved ønskede at propagandere for fredelig sameksistens mellem de to supermagter (Shaw, "Russians" 239).

Dette var muligt, fordi kårerne for kunsten i Sovjetunionen blev forbedrede under Khrusjtjovs ledelse samtidigt med, at forholdet mellem USA og Sovjetunionen blev forsøgt forbedret i denne periode. Efter Stalins død i 1953 overtog Nikita Khrusjtjov magten i Sovjetunionen, hvorefter han løbende indførte positive ændringer i det sovjetiske samfund, både politisk og socialt, samtidigt med, at han tog afstand fra stalinismen, der ellers havde præget landet indtil 1953. Tøbruddet under Khrusjtjov lagde grobunden for, at et samarbejde mellem de to filmindustrier kunne finde sted og "the Soviet government took the film extremely seriously, with even the Central Committee, the highest body of the Communist Party of the Soviet Union, being consulted on the matter. Six months later, in the spring of 1965, the Russians returned the screenplay with detailed suggestions." (Shaw, "Russians" 239). Senere viste sig dog, at russerne

bakkede ud af projektet og samarbejdet igen, selvom instruktøren Jewison rettede sig efter de rettelser, der blev foreslået fra sovjetisk side. Efter Leonid Breznev overtog magten i Sovjetunionen efter Khrusjtjov, blev landet igen mere lukket, og de friheder man i Sovjetunionen havde nydt under Khrusjtjov var ikke længere til stede, hvilket formentlig medførte, at man fra sovjetisk side valgte at bakke ud af samarbejdet igen (Shaw, "Russians" 240).

Derfor endte det med, at filmen blev produceret i USA uden hjælp fra den sovjetiske filmindustri og sovjetiske skuespillere, men besynderligt nok også uden hjælp fra den amerikanske stat. Jewison bad den amerikanske flåde om lov til at låne to jettfly og en russisk ubåd, men fik afslag derpå samt "it also then barred him from bringing a Russian submarine within twelve miles of the US coast." (Shaw, "Russians" 241). På trods af dette endte filmen dog stadig med at blive produceret, og i sin samtid blev den enormt populær, og netop derfor er den interessant at tage fat i. Dens afbildning af den sovjetiske ubådsbesætning er på mange måder markant anderledes, end den måde kommunisterne tidligere blev fremstillet på i Hollywoodfilm. *The Russians are Coming* er medvirkende til at humanisere den sovjetiske fjende ved at fremstille karakterne som sympatiske mennesker, man som publikum hepper på, hvilket gør at jerntæppet ikke er trukket for på samme måde i filmen, som det var i virkeligheden. De amerikanske borgere på øen og den russiske ubådsbesætning skaber bånd til hinanden, hvortil symbolikken er, at de to folkeslag slet ikke er så langt fra hinanden, som man ellers skulle tro. Amerikabilledet, der bliver tegnet i filmen, er derfor et, der fremstiller amerikanerne som værende klar til fredelig sameksistens med den sovjetiske befolkning, selvom détentepolitikken først trådte i kraft i 1970'erne.

Ligesom i *One, Two, Three* bliver kommunisterne i *The Russians are Coming, the Russians are Coming* ikke dæmoniseret, men i stedet gør filmen den kommunistiske ideologi til synderen samtidigt med, at den fremstiller personerne, der er ofre for denne ideologi enten som værende sympatiske eller lettere komiske individer. På den måde bliver ideen om fredelig sameksistens og détente fremsat, samtidigt med, at den humaniserer fjenden ved at afkommunisere denne. Russerne i *The Russians are Coming, the Russians are Coming* bliver afbilledet som værende *almindelige* fremmede og ikke onde slyngler som i de antikommunistiske agitpropfilm fra tiåret før, hvorfor det også er muligt for dem i slutningen af filmen at blive accepteret som en del af samfundet på øen, der netop hjælper russerne med at komme til havs igen i filmens afslutning. Hvilket er en symbolsk løsning på Den kolde krig, hvorfor det her er tydeligt, at sameksistens, på trods af forskellighederne folkene i mellem, er løsningen.

Receptionen af filmen var særdeles god, og i udgivelsesåret indtjente den 7.5 millioner amerikanske dollars, hvilket gjorde filmen til den femtehøjeste indtjenende film i 1966, samtidig med, at det gjorde *The Russians are Coming, the Russians are Coming* til den næsthøjeste indtjenende koldkrigsfilm overhovedet i 1960'erne. Derudover var filmen ligeledes en kritisk succes, hvorfor den havde rig mulighed for at yde indflydelse (Shaw, "Russians" 242). De budskaber om afspænding, der er i filmen, giver genlyd i befolkningen, eftersom en afspænding i forholdet mellem Sovjetunionen og USA og øst- og vestblokken rent faktisk finder sted. Alternativt kan man dog også argumentere for, at filmen blot er et produkt af sin tid, hvorfor budskaberne i filmen giver genlyd i virkeligheden. Udover at være en kommerciel succes blev filmen også en kritisk succes, hvor filmens behandling af øst-vest konflikten eksempelvis i en anmeldelse i *The New York Times* blev beskrevet som: "By personalizing a dangerous confrontation between Russians and Americans, it reveals, through broad farce, the good and bad in both, the strengths and weaknesses of people under stress and the fundamental fact that, after all, Russians and Americans are basically human beings and, therefore, share basic human qualities" (Alden). Filmens budskab er derfor, at den kalder til forsoning mellem de to supermagter, fordi mennesker, hvad end de kommer fra øst eller vest, i bund og grund deler det samme menneskelige værdigrundlag. I stedet for at lægge vægt på forskellighederne, så fremhæver og betoner den lighederne mellem de to folkeslag, hvilket netop taler for fredelig sameksistens mellem de to supermagter. *One, Two, Three* og til dels også *Dr. Strangelove* satiriserede konflikten, hvilket i sig selv var en stor ændring i forhold til, hvordan øst-vest forholdet blev behandlet i 1940'erne og 1950'ernes Hollywoodfilm, hvor det nu er muligt at grine af begge siders håndtering af konflikten. Igen er det svært at give et konkret svar på, om filmene har haft en effekt, eller om de er farvede af den tid, de udsprang af. Realiteten er dog, at Hollywood i denne periode sætter spørgsmålstejn ved den amerikanske koldkrigskonsensus ved netop at producere en række film, der enten taler for sameksistens med fjenden, latterliggør fjenden eller i sidste ende omvender fjenden med forbrugsgoder.

Med enhver regel følger også en undtagelse, og i forhold til pro-détente filmene er det John Waynes Vietnamkrigsfilm *The Green Berets* (1967), der er undtagelsen. Hvor de førnævnte film i dette afsnit implicit taler for en afspænding af forholdet mellem Sovjetunionen og USA og gør op med den eksisterende koldkrigsstrategi, så er budskabet i *The Green Berets* nærmest en gentagelse af Trumandoktrinen, inddæmningspolitikken og ideen om, at Sovjetunionen og kommunismen generelt er en trussel mod USA og den frie verdens livsstil. Filmen er produceret af John Wayne, som også er filmens hovedrolleindehaver, og det vigtigste aspekt at have in mente i den forbindelse

er, at den blev til i et tæt samarbejde mellem Hollywood og det amerikanske forsvarsministerium (Shaw, *Hollywood* 200). Både Wayne selv og også den amerikanske stat havde på dette tidspunkt et ønske om at vende folkestemningen i forhold til Vietnamkrigen til det positive og forsøgte med *The Green Berets* at producere en pro-vietnamkrigsfilm. Intentionen med filmen står derfor allerede klart her eftersom John Wayne, inden produktionen af filmen gik i gang, kontaktede den daværende amerikanske præsident via brev og udtrykte sit ønske om at producere en pro-Saigon krigsfilm "that would inspire 'a patriotic spirit' among fellow Americans and tell the world 'why it is necessary for us to be there'" (Shaw, *Hollywood* 211). I forhold til de film, der er blevet behandlet tidligere i dette afsnit, er der altså markante forskelle på både intentionerne med de forskellige spillefilm og også med indholdet.

Hvor *One, Two, Three*, *Dr. Strangelove* og *The Russians are Coming*, *The Russians are Coming* eksempelvis tegner et komisk og lettere sympatisk fjendebillede af sovjetborgerne, så er virkeligheden en anden i *The Green Berets*. Selvom Sovjetunionen ikke direkte spiller en rolle i filmen, så bliver den sovjetiske kommunisme dog i sig selv italesat. Sergeant Muldoon (Aldo Ray) opridser i den første del af filmen helt konkret, hvad Vietnamkrigen går ud på. I en af de første scener ved et pressemøde, der har til formål at legitimere den amerikanske hærs tilstedeværelse i Vietnam, hvor journalisterne er kritiske overfor hærens aktiviteter i Vietnam, indtager Muldoon scenen. Han peger på et stativ med våben og ammunition og råber: "Captured weaponry!" hvorefter han tager et våben ad gangen ned af stativet og smider det på bordet foran journalisten og ytrer: "From Red China: Chicom K-50 sub-machine gun. Chinese communists! SKS Soviet made semi-automatic carbine. Russian communists! Ammunition, Czechoslovakian-made. Czech communists! No sir, Mr. Beckworth! It doesn't take a lead weight to fall on me or a hit from one of those weapons to recognize that what's involved here is communist domination of the world!" (*The Green Berets* 0:09:35 – 0:10:15) Allerede her er fjendebilledet markant anderledes end i de to førnævnte film, fordi fjenden bliver fremstillet som en brutal, ubarmhjertig fjende, som det for alt i verden er nødvendigt at nedkæmpe. Filmene prøver ikke at gøre op med den amerikanske koldkrigsstrategi, derimod taler den helt bevidst for den. *The Green Berets* er netop derfor ikke pro-détente, tværtimod så taler den for en oprustning af retorikken mellem de to supermagter og står derfor i kontrast til størstedelen af de film, der blev produceret i denne periode.

I alle henseender er *The Green Berets* et unikum, fordi i størstedelen af Hollywoodfilmene om Vietnamkrigen portrætterer krigen som "the bad war", hvor eksempelvis Anden verdenskrig i næsten samtlige spillefilm bliver fremstillet som "the good war" (McMahon 178). Her er realiteten

en anden, og filmen forsøger at italesætte Vietnamkrigen på samme måde som film om Anden verdenskrig gør det.

Allerede nu skal det dog siges i forhold til receptionsanalysen af filmen, at ligesom med *Big Jim McLain*, Waynes tidligere propagandainsats, så havde heller ikke *The Green Berets* den ønskede gennemslagskraft. I billetkontoret indtjente den 11 millioner amerikanske dollars indenrigs i USA og omkring 9 millioner dollars uden for USA's grænser, hvilket i sig selv ikke var et dårligt resultat, faktisk var det det bedste resultat i billetkontoret for en koldkrigsfilm i 1960'erne, men selve receptionen hos anmeldere var ikke ønskværdig, og i Danmark blev den, som nævnt ovenfor, taget af lærredet igen efter at have spillet i kun fire dage grundet de massive antikrigsprotester (Shaw, *Hollywood* 223). Selvom filmen i sig selv havde en pæn indtjening i sit første udgivelsesår, formentlig i høj grad grundet Waynes popularitet, blev den sablet ned af kritikerne, og den havde derfor ikke den tilsigtede effekt (Sørensen 329). Derudover var Vietnamkrigen på daværende tidspunkt i offentligheden et betændt emne, hvorfor udgivelsen af filmen eksempelvis udløste protester og voldelige konfrontationer mellem politi og demonstranter i Danmark. Det var desuden ikke blot i Danmark, at der udbrød protester, når filmen blev vist på det store lærred, fordi både i Vesttyskland, Frankrig, Jordan og Japan udbrød der demonstrationer af forskellige art ved biografer, som reaktion på udgivelsen af *The Green Berets* (Shaw, *Hollywood* 223).

7. Diskussion

Diskussion

Analysen i opgaven er lavet på baggrund af en antagelse om, at Hollywoodfilm spillede en særlig rolle som blødt magtmiddel i løbet af Den kolde krig, og konsensus blandt de, der har beskæftiget sig med koldkrigsfilm i denne forbindelse, synes at være, at det er en korrekt betragtning. Dertil er det dog vigtigt at nævne, at selve graden af indflydelse, som filmene har haft, både er forskelligartet og samtidigt meget svær at konkretisere. Selvom en film var relativt succesfuld i billetkontoret som eksempelvis John Waynes *The Green Berets*, var det ikke ensbetydende med, at dens budskaber gav genlyd i befolkningen, da den eksempelvis på ingen måder var en favorit blandt filmkritikerne (Shaw, *Hollywood* 223). Der er dog ingen tvivl om, at Den kolde krig har spillet en markant rolle i Hollywood i tiden mellem 1945 og 1968 samtidigt med, at Hollywood ligeledes selv har spillet en rolle i Den kolde krig. En lang række spillefilm omhandlede konflikten eller brugte konflikten implicit som en kulisse, hvorunder filmens handling kunne udspille sig. Andre film havde som udgangspunkt intet med Den kolde krig at gøre, men i kraft af at filmene blev brugt som led i en kulturudveksling med Sovjetunionen, får de en politisk dimension. Det samme gør sig gældende, når bestemte film bliver eksporteret til bestemte områder, hvilket eksempelvis var tilfældet med Italien, hvor den amerikanske stat havde en finger med i spillet i eksporten af amerikapositive Hollywoodfilm til landet (Wagnleitner 228).

Derudover havde filmmediet også mulighed for at yde indflydelse indenfor egne landegrænser, hvilket Hollywood, ofte i samspil med Washington, ad flere omgange forsøgte med varierende resultater. De antikommunistiske film blev aldrig kassesucceser, hverken hjemme eller ude, hvilket der var flere grunde til. Publikummet var mættet, og åbenlys propaganda havde, som tidligere nævnt, en markant mindre gennemslagskraft. Grunden til at filmene blev produceret var dog, at "as was the case in the Soviet Union, those working in the film industry in the United States in the late 1940s were put under unprecedented political pressure to act in 'the national interest'" (Shaw, *Hollywood* 45). Nogle arbejdede under pres, mens andre producerede antikommunistiske film, fordi de selv var overbeviste om, at kommunismen som helhed udgjorde en trussel imod det amerikanske samfund. Konsensus virker til, at filmene ikke blev godt modtaget i samtiden (Doherty 25). Derudover bliver de antikommunistiske agitpropfilm for eftertiden set som værende "quantified kitch or camp classics, as curious relics of an era when propaganda was thought to be the same color as film itself – black and white. Whilst understandable, this can underestimate the role these

movies served in helping to set Hollywood's Cold War agenda and to establish enemy stereotyping for years ahead." (Shaw, *Hollywood* 65). Derfor er det dog vigtigt ikke at negligere deres plads i den samlede historie om Hollywoods rolle i Den kolde krig.

Som kulturdiplomatisk produkt var filmmediet under Den kolde krig særligt interessant, fordi det på begge sider af jerntæppet var medvirkende til at yde indflydelse, påvirke og vigtigst af alt forføre. I henhold til Joseph S. Nye, Jr.'s tese om den amerikanske universalistiske populærkultur og den amerikanske stats brug af samme som blødt magtmiddel, så er der først og fremmest nogle tegn på, at hans tese er rigtig (Nye, Jr., *Soft Power* 33). Mange af spillefilmene fra de første tyve år af Den kolde krig, delte ideologisk synspunkt med den amerikanske stat, hvilket medførte, at den ideologi eller det politiske standpunkt, der var til stede i filmene, kunne bruges til at sælge USA udenfor landets egne grænser. At den amerikanske populærkultur var universalistisk, betyder, at Hollywoodfilmene også faldt i god jord uden for USA's egne grænser, samt at publikummet, der så dem, også kunne spejle sig selv i dem. Helt konkret stammede eksempelvis 35% af Hollywoods indtjening i 1939 fra det udenlandske marked. I 1958 var tallet steget til 50% og i 1987 stammede hele 79% af hele verdens film og tv fra Hollywood (Wagnleitner 251). Dette understreger både det markante påvirkningspotentiale Hollywood har haft, men også den udvikling det amerikanske filmapparat gennemgik i løbet af Den kolde krig. Hollywood havde derudover et teknologisk forspring i forhold til både den sovjetiske og også resten af verdens filmindustri, hvilket gjorde, at Hollywoodfilmene også her skilte sig ud fra resten af markedet. Den østriske historiker Reinhold Wagnleitner mener desuden, at Hollywood har været en markant kulturel magtfaktor og understreger, at: "the American motion picture was not only free from the sales-stifling burden of high culture. It had yet another far-reaching, underestimated advantage. For the U.S. film to succeed in its domestic context, with America's numerous ethnic groups, it had to create a pictorial grammar that could be understood across more than one "national" context." (232). Derfor har Hollywood fra starten af haft gode forudsætninger for at række udover egne landegrænser.

Reinhold Wagnleitner argumenterer ydermere for, at Hollywood spillede en markant rolle i nedkæmpningen af kommunistpartiet i efterkrigstidens Italien: "Three films on the positive effects of U.S. aid to Italy were circulated in cooperation with the Italian motion picture industry, and the leading Italian weekly news program, INCOM, was also persuaded to produce its own pieces on this topic as well. In order that these messages reach the largest possible audience, these films, whenever possible, were coupled with those movies that promised to be the most popular." (228). Hertil skal det nævnes, at under valgperioden i Italien i 1948 sørgede et konsortium af amerikanske

filmdistributører i Italien ligeledes for at sætte film med positivt amerikanskpropagandapotentiale på det store lærred i så mange italienske biografer som overhovedet muligt. Filmene, som eksempelvis talte Billy Wilders antikommunistkomedie *Ninotchka* (1939), var først og fremmest enormt populære, men samtidigt medvirkende til at vende folkestemningen imod kommunismen. I Østrig brugte man den samme finte denne gang i 1950 under generalstrejkerne, hvor også *Ninotchka* bevist blev vist i biograferne for at overbevise folket om, at kommunismen ikke var den rigtige vej at gå (Wagnleitner 229). Man kan ikke drage konklusionen, at Hollywoodfilmene ændrede folkestemningen af sig selv, men ideen var, at man via filmmediet havde mulighed for at propagandere, dog uden at det lignede åbenlys propaganda. Specifikt gjorde man brug af en form for mental ingeniørkunst, der havde til hensigt at ændre folks holdninger under overfladen via blød magt eksemplificeret ved Hollywoodfilm. Derfor kan man også drage konklusionen, at de bløde underholdningsfilm, der blev sendt til Vesteuropa og over jerntæppet, var med til at forføre deres respektive publikum. Det synes der i hvert fald at være enighed om.

I en ideologisk konflikt handler det om at få så mange som muligt til at foretrække ens egen ideologi fremfor fjendens, hvilket i særdeleshed gjorde sig gældende under Den kolde krig, og her er selve ideen om levemåde, eller *Way of Life*, central:

“The very phrase “Way of Life” was central to most people’s understanding of the cold War. It simultaneously implied normality and difference and could invoke a range of emotions from loyalty and pride to comfort and passivity. If images marketing one side’s way of life happened to be screened on the other side of the political divide, they might elicit quite different reactions, among them anger, ridicule or envy.” (Shaw & Youngblood 97).

Derfor kunne film, der fremstillede *the American way of life* positivt, være medvirkende til at forføre publikum, og dette gjaldt blandt andet de film, den amerikanske stat eksempelvis sendte til Italien i efterkrigstiden. Det gjaldt også film, der blev sendt til Vesteuropa og dem, der blev sendt til Sovjetunionen. I henhold til ideen om blød magt, foregår det i denne forbindelse således, at spillefilm er medvirkende til at forme den måde, vi menneskers verdensbillede ser ud på. Derudover kan film ligeledes være medvirkende til at forstærke allerede eksisterende verdensbilleder eller stereotyper. Den bløde magt består derfor i, at når Hollywood fremstiller film, der får USA til at se godt ud på det store lærred, så giver det genlyd hos publikum. Reinhold Wagnleitner understreger

dette synspunkt, og argumenterer for, at man i USA allerede i efterkrigstiden var opmærksom på, at ”The American picture [...] sells not only entertainment but a way of life.” (239) hvilket stemmer godt overens med tesen om, at Hollywoodfilm implicit støtter den amerikanske regerings koldkrigskonsensus. Ser man eksempelvis på de ovennævnte eksempler på bløde spillefilm som for eksempel *Some Like it Hot*, *Roman Holiday* eller *The Apartment*, var filmene medvirkende til at sælge kultur og værdier, der implicit ophøjede det amerikanske samfund, hvilket i dette tilfælde gør Hollywood til en uofficiel eksportør af amerikansk blød magt. ”Such films, nevertheless, helped to satisfy the great curiosity and hunger for information about the United States. They showed much about American contemporary life and its high standard of living. What may have appeared as poverty to Americans seemed like affluence to Russians.” (Richmond 130). Hertil skal koldkrigsfilmen *One, Two, Three* også nævnes, fordi den ligeledes ophøjer det amerikanske samfund, selvom den har koldkrigs-Berlin som kulisse. Det var derfor selv de mindste ting, der var meningsbærende i påvirkningsprocessen, hvor det ovennævnte eksempel med en russisk kvinde, der blev overvældet af at se Jack Lemmon varme en tv-dinner i *The Apartment*, er et godt eksempel på dette (Richmond 128).

I det tilfælde at den amerikanske stat dog træder til og har en finger med i spillet eksempelvis i forhold til fjernelsen af importbegrænsninger i Italien i efterkrigstiden, eller når specifikke Hollywoodfilm bevidst bliver medtaget i kulturudvekslingen med Sovjetunionen, er situationen en anden. Her går Hollywood nemlig fra at være en uofficiel blød magtfaktor, til at blive et officielt blødt magtvåben, og bliver derfor også eksplicit politisk. Joseph S. Nye, Jr. argumenterer for at en stat kan få sit magtpotentiale opfyldt, hvis dens kultur og ideologi ser attraktive ud, hvilket Hollywoodfilmene var medvirkende til fastslå (Nye, Jr., *Bound to Lead* 32). Den vestlige verden, og særligt USA, oplevede i en stor del af efterkrigstiden en markant økonomisk fremgang, hvilket de amerikanske spillefilm var med til at synliggøre, hvor Hollywood særligt lovpriste USA's materielle fremgang på daværende tidspunkt (Shaw & Youngblood 26). Den på det store lærred synliggjorte amerikanske velstand, var i sig selv et blødt magtmiddel, da den accentuerede de bedste aspekter af det amerikanske samfund uden decideret at dæmonisere det sovjetiske.

Spillefilm havde påvirkningspotentiale både hjemme og ude. Den antikommunistiske linje var i særdeleshed til stede i koldkrigsfilmene udgivet mellem 1947 og 1953, hvor der i dem alle er en klar forskel på det gode og det onde, der gør at de onde kommunister bliver gjort til syndebukke for alverdens dårlighed. Den amerikanske stat og Hollywood var på dette tidspunkt godt klar over, det påvirkningspotentiale Hollywoodfilm havde, fordi allerede under Anden verdenskrig var

samarbejdet Washington og Hollywood i fuld sving. Da fjenden, som på daværende tidspunkt var nazisme og fascisme, skulle skiftes ud med den nye fjende, kommunisme, var det derfor relativt uproblematisk: "Collaboration between the industry and state propagandists was eased by the organisational legacy of the Second World War's Office of War Information, meaning filmmakers and officials in the late 1940s could pick up where they had left off a few years earlier." (Shaw, *Hollywood* 65).

Det interessante spørgsmål, i forhold til de antikommunistiske film fra slutningen af 1940'erne og starten af 1950'erne, er om, den amerikanske stat havde held med at blande sig i filmproduktionen. Som Nils Arne Sørensen selv understreger, så er det et spørgsmål, der er svært at give et konkret svar på, eftersom en receptionsanalyse trods alt kun giver en "upræcis forståelse for filmens modtagelse." (Sørensen 330). Den upræcise forståelse må dog i dette tilfælde være tilstrækkelig, og bliver den sammenstillet med receptionsanalysen af underholdningsfilmene fra 1950'erne, er det tydeligt hvilke film, der har haft den største impact. Ser man både på den kommercielle og den kritiske reception af de antikommunistiske agitpropfilm, var den langt dårligere end den kommercielle og kritiske reception af koldkrigsfilmene fra 1960'erne. Derudover havde *Some Like it Hot* ligeledes langt bedre resultater i billetkontoret end de antikommunistiske agitpropfilm. *Big Jim McLain* og *The Green Berets* er dog i den forbindelse unikke, eftersom de faktisk havde en ganske respektabel reception i billetkontoret, i forhold til de andre film i samme genre, selvom filmene til dels blev sablet ned af kritikerne. Hertil kan man argumentere for, at selvom et fåtal af de antikommunistiske agitprop film samt den ene pro-Saigon Vietnamkrigsfilm opnåede udmærkede resultater i billetkontoret, så var det ikke en luksus de resterende agitpropfilm nød.

Et mere ønskværdigt resultat fik den amerikanske stat, da Washington og Hollywood samarbejdede om at eksportere underholdningsfilm til både Vesteuropa og Sovjetunionen. Det kulturdiplomatiske samarbejdes gennemslagskraft er blevet understreget af flere forskellige forskere, der har beskæftiget sig med området. Den tidligere leder af Sovjetunionen Vladimir Lenin var selv opmærksom på filmmediets påvirkningspotentiale og har i den forbindelse udtalt, at: "for os er filmen den vigtigste af alle kunstformer" (qtd. i Sørensen 332). Filmmediets potentiale som propagandamiddel må derfor ikke negligeres, og hertil kan man sætte spørgsmålstejn ved hvem, der formåede at udnytte mediet bedst. Yale Richmond argumenterer for, at "despite the best efforts of the dubbers and censors, much of the West's message did get through, Soviet cinemagoers were indeed moved by the foreign movies they saw, but not in the direction Lenin had anticipated."

(132). I forhold til eftersynkroniseringen var det eksempelvis således, at da *The Russians are Coming, the Russians are Coming* blev vist i Sovjetunionen, blev nogle dele af dialogen ændret efter sovjetisk ønske, hvorfor: "certain changes had to be made to the prints at the Soviets' request: for instance, Kolchin's line "Russians are taught to hate Americans" was redubbed to "distrust"" (Shaw, "Russians" 243).

Realiteten var dog, at USA i kraft af kulturudvekslingsprogrammet med Sovjetunionen var med til at forføre den sovjetiske befolkning. Yale Richmond står ikke alene med den betragtning, og selve ideen om, at amerikansk populærkultur spillede en rolle i udfaldet af Den kolde krig, optræder ofte: "Put simply, Washington believed that the more people saw Hollywood movies, the more Americanized they would become." (Shaw & Youngblood 27). Kulturudvekslingen mellem USA og Sovjetunionen medførte desuden det, som Sergei Zhuk omtaler som: "A phenomenon known as 'cultural fixation' on American cultural practices and products such as movies and television became an important influence for Soviet consumers, representing both the elite and the ordinary Soviet people." (616). Kulturudvekslingen og Hollywoodfilmene havde altså i Sovjetunionen en konkret gennemslagskraft, der netop gjorde, at den sovjetiske befolkning blev forført af den amerikanske kultur. "According to the personal diaries of Soviet high school students from eastern Ukraine, they listened to Western pop music almost every day. In 1966 almost 60% of all movies shown in Ukrainian cities were of foreign origin, 50% of them were films from the capitalist West." (Zhuk 594). Dette understreger netop det faktum, at den vestlige kultur havde et anseeligt publikum, også bag jerntæppet. Ydermere argumenterer Zhuk for, at: "American films attracted Soviet filmgoers not only because they were fun to watch, but also because they demonstrated elements of modern Western technology and machinery which were lacking in the everyday life in the Soviet society." (Zhuk 616). Den måde, filmene påvirkede og forførte på, var altså multifacetteret, men der synes at være en konsensus om, at selv minimale aspekter af det amerikanske samfund, der blev vist i spillefilmene, var meningsbærende for seerne på den anden side af jerntæppet. Tony Shaw understreger i denne forbindelse, at "when american movies were released behind the Iron curtain during periods of East-West cultural exchange, they proved to be exceedingly popular." (304). Dog argumenterer Nils Arne Sørensen ligeledes for, at de amerikanske spillefilm også var med til at forføre seerne i Vesteuropa, fordi "med de levende billeder blev verden meget mindre" (333), fordi spillefilmene var med til at nedbryde barriererne mellem folk på alle sider af kloden.

I Tony Shaws optik var det således, at "In general, the harmonious relationship between Hollywood and the US government during the Cold War – one based at root on the need to protect

capitalism – helped provide a platform for consistently high-quality propaganda. [...] Even in Western Europe, with its rich tradition of filmmaking, cinema-goers often complained that by comparison with Hollywood material their own movies were slow-moving and pretentious.” (*Hollywood* 304). Dette skal forstås sådan, at det ikke kun var i forhold til at yde indflydelse i Sovjetunionen, at Hollywood spillede en rolle. Det var også i forhold til fastholdelsen af allerede venligtsindede individer og stater, at Hollywoodfilmene var behjælpelige, netop fordi de flotte, velproducerede, technicolorfarvede-spillefilm accentuerede de positive aspekter af det amerikanske samfund og derved forførte seerne. Konklusionen må være, at der, hvor den amerikanske stat havde størst held med at blande sig i filmproduktionen i Hollywood, var i forbindelse med eksporten af film, der implicit udtrykte støtte til *the American way of life*. Derfor blev den kollektive bevidsthed bevidst påvirket af den amerikanske stat både direkte og indirekte via Hollywood, hvilket på mange måder var med til at forme udfaldet af Den kolde krig.

Den amerikanske stat blandede sig ad flere omgange i filmproduktionen, med et ønske om at yde indflydelse både indenrigs og udenrigs. Den amerikanske filmindustri gik derfor fra at være en kunstform til at blive til et våben for den amerikanske stat under Den kolde krig. Først og fremmest blandede staten sig via blandt andet HUAC's aktiviteter i Hollywood i slutningen af 1940'erne og starten af 1950'erne, hvor en række filmfolk blev anklaget for at have tilknytning til kommunistpartiet i USA og efter en række retssager, bandlyst fra at arbejde i Hollywood. Derudover arbejdede en række prominente filminstruktører sammen med den amerikanske stat i produktionen af antikommunistiske film, dog med begrænset succes: "the agit-prop of the anti-communist films was never embraced by American audiences. Few returned their negative costs and none were blockbusters." (Doherty 25). Derfor, hvis man tager Nils Arne Sørensen tanker om receptionen af film i betragtning, var de antikommunistiske films påvirkningspotentiale minimalt, eftersom de ikke var populære nok til at få budskaberne til at resonere blandt publikum. En antikommunistisk film som *Invasion U.S.A.* indtjente 1.2 millioner, hvorimod *Roman Holiday* indtjente omkring 17 millioner dollars i løbet af deres oprindelige udgivelse, hvilket blot understreger, hvor stor forskel der var på påvirkningspotentialet af de forskellige film (Shaw & Youngblood 21). Derudover var den kritiske reception af de antikommunistiske film oftest ikke ønskværdig navnlig ikke, når de bliver sat op imod anmeldelser af eksempelvis *Roman Holiday*. Der er flere grunde til dette, men først og fremmest må det understreges, at hvor de antikommunistiske film var produceret med den ene intention at sprede et budskab, var *Roman Holiday* lavet for blot at tjene penge uden at have et decideret åbenlyst politisk budskab. Filmen

med dens fokus på individualisme og dens ophøjning af *the American way of life* blev dog implicit politisk. Thomas Doherty argumenterer for, at de antikommunistiske-agitpropfilm ligeledes ikke gav genlyd, både fordi publikum allerede var blevet mættet af dækningen af russerne og kommunisterne i avisen, i fjernsynet og i radioen, hvorfor emnet ikke kunne trække folk i biografen, og også fordi filmene ikke faldt i god jord på det udenlandske marked, hvorfra Hollywoods indtjening i stigende grad stammede (25).

Det er svært at måle på intentionsanalysen, og om filmskaberne har opnået de ønskede resultater, men ser man nøgternt på filmens resultater, vil det være nærliggende at drage den konklusion, at de antikommunistiske film ikke havde det ønskede resultat. Der synes også at være en konsensus om, at propagandaen i sig selv var for åbenlys og for belærende i stedet for at være forførende, og netop forførelsesaspektet var det vigtigste i kampen om sjælene, når det primære våben var blød magt, og selve forførelsen var umiddelbart ikketilstedeværende i de antikommunistiske film. Hertil var pro-détentefilmene fra 1960'erne ligeledes behjælpelige i kampen om sjælene, fordi de præsenterede de bedste sider af det amerikanske samfund samtidigt med, at russerne i filmene blev forført af *the American way of life*, hvorfor den sovjetisk-kommunistiske ideologi implicit bliver fordømt i kraft af, at det amerikanske samfund bliver forgylt. At det amerikanske samfund bliver ophøjet, er et vigtigt aspekt af forførelsesprocessen. Dog skal det netop i denne forbindelse nævnes, at selvom koldkrigsfilmene fra 1960'erne adskiller sig fra de antikommunistiske agitpropfilm, så var der stadig nogle ligheder, som Tony Shaw argumenterer for: "these dissenting films questioned the means rather than the ends of US foreign policy." (*Hollywood* 303).

Den sovjetiske filmindustri var præget af statscensur, hvorimod den amerikanske filmindustri ikke i samme grad blev ramt af statscensur, men i stedet delte filmskaberne og politikerne i USA som udgangspunkt samme ideologiske overbevisninger. De sovjetiske filmskabere var optagede af at sprede politiske budskaber, hvor de amerikanske filmskabere hovedsagligt var optagede af at tjene penge (Shaw & Youngblood 97). Effekten af dette blev, at de amerikanske film ramte et langt bredere publikum, fordi det netop var intentionen med dem. Derfor kunne Hollywoodspillefilmene med deres implicitte politiske budskaber stadig være medvirkende til at yde indflydelse udenlands. Dette er også til dels forklaringen på, hvorfor de antikommunistiske agitprop film ikke var populære på samme måde, som almindelige underholdningsfilm, netop fordi deres tilblivelse var præget af en art statscensur. I stedet nød de

film, der italesatte det amerikanske samfund som et klasseløst forbrugersamfund eller et homogent forbrugerklassemfund den største popularitet.

”We must look [...] for those movies that accentuated the positive over the negative and that indirectly celebrated their side’s way of life. In order to do this, it is necessary to look afresh at films that superficially have no relevance to the East-West conflict, but that on close examination might reveal complex political origins, hidden propaganda messages, or discreet government support.” (Shaw & Youngblood 124). Den filmhistoriske del af fortællingen om Den kolde krig handler om mere end blot antikommunistiske agitpropfilm fra McCarthyisme-æraen, og derfor er det netop elementært også at kigge på almindelige Hollywood-underholdningsfilm, der eksempelvis var del af kulturudvekslingen med Sovjetunionen, hvor der i kraft af dette var politisk-økonomiske forbindelser mellem Hollywood og Washington. Samarbejdet var gensidigt, fordi den amerikanske stat brugte Hollywood i opinions- og kulturdiplomatiske henseender, og Hollywood brugte Washingtons brug af Hollywoodfilm til at højne indtægterne fra salg af filmene.

Der er dog noget paradoksalt over det faktum, at en af de film, der havde det største påvirkningspotentiale i løbet af den første halvdel af Den kolde krig, var skrevet af en manuskriptforfatter, der selv blev et offer for det politiske miljø, der kom af HUAC’s aktiviteter i Hollywood i slutningen af 1940’erne. *Roman Holiday* var skrevet af en sortlistet manuskriptforfatter, men endte med at blive særdeles populær, hvilket gjorde, at den reelt set havde et større påvirkningspotentiale end de antikommunistiske agitpropfilm. Sortlistningen af Dalton Trumbo kom som følge af det politiske klima, der var i Hollywood i de spæde begyndelse af Den kolde krig, og det gjorde ligeledes de antikommunistiske film, men af de to var det *Roman Holiday*, der nød den største succes. Både hvis man ser på resultaterne i billetkontoret, og hvis man ser på dens potentiale som meningsdanner og som forførelsesmiddel. Reinhold Wagnleitner argumenterer med henvisning til Carl Sandberg for, at ”Hollywood is one of the largest information agencies, probably the number one center in the twentieth century for image production and distribution and therefore also “the most pervasive and successful agent of cultural imperialism there has ever been.”” (227). Derfor er Hollywood også et brugbart redskab i både opinions- og kulturdiplomatiske foretagender, og særligt det kulturdiplomatiske aspekt var særdeles tilstedeværende i løbet af de første tyve år af Den kolde krig. Amerikansk populærkultur som helhed spillede en markant rolle i amerikaniseringen af Vesteuropa under Den kolde krig, og som flere forskere på området argumenterer for, så havde Hollywood en fremtrædende rolle i det amerikanske kulturelle korstog. I

kampen om sjælene var amerikanske spillefilm, navnlig i forhold til deres sovjetiske pendanter, særdeles overbevisende.

”The [soviet] movies just *looked like* propaganda, as most people understood that word. Many people living under communism probably felt the same way. Images extolling the virtues of a ‘worker’s paradise’ surely looked odd alongside conspicuous problems of economic stagnation, low living standards, and official corruption and incompetence.” (Shaw, *Hollywood* 304) Der synes at være en idé om, at de amerikanske film var de sovjetiske spillefilm overlegne, i forhold til deres påvirkningspotentiale og forførelsesmuligheder. Det er der flere grunde til. Først og fremmest havde USA i Hollywood, siden starten af det 20. århundrede, haft en af verdens mest veludviklede filmindustrier, hvorfor Hollywood på denne front havde et teknologisk forspring over for resten af verden. Derudover, fordi filmene var velproducerede, og fordi de så godt ud på det store lærred, var der noget dragende over dem. De var universelle, hvilket gjorde, at budskaberne i filmen havde gode forudsætninger for at give genlyd hos seerne, og derfor var filmene brugbare som kulturdiplomatiske artefakter.

De antikommunistiske agitpropfilm er dog en undtagelse, netop fordi de lignede klassisk propaganda. De var belærende og ikke forførende, og derfor var brugen af filmene som propagandamidler i de fleste tilfælde mislykket. *Big Jim McLain* var et unikum i forhold til dens resultater i billetkontoret, da den havde en respektabel indtjening, men det er ikke nok til, at den får lov at stå ved siden af eksempelvis *Roman Holiday*. Selvom der dog var et par få undtagelser, hvor selve indtjeningen af agitpropfilmene var tilstrækkelig, formåede filmene heller ikke her at påvirke, sådan som man fra filmskaberens side havde ønsket. De film, der havde de bedste forudsætninger for at forføre publikum, var netop de film, der ikke var produceret med den erklærede hensigt at påvirke. Netop denne betragtning er ikke enestående, og Tony Shaw argumenterer for, med hevisning til den tyske filminstruktør Wim Wenders, at ”American movies – with their lavish sets and easily understood pictorial grammar glamorizing capitalism – had ‘colonized the subconscious’ of Europe.” (Shaw, *Hollywood* 169). Dette stemmer godt overens med den amerikanske stats overordnede koldkrigspropagandastrategi, der, særligt efter kulturudvekslingsaftalen blev underskrevet i 1958, gik ud på at fremhæve den høje levestandard i USA. Der er som udgangspunkt en samlet enighed inden for forskningsfeltet om, at Hollywoods indflydelse rakte langt udover landets egne grænser i løbet af Den kolde krig, og i de første tyve år af konflikten engagerede filmindustrien i Hollywood sig på flere forskellige fronter. I nogle tilfælde var udfaldet succesfuldt, i andre tilfælde opnåede man ikke de ønskede resultater i samme grad, men konklusionen er, at i

kampen om sjælene i løbet af den første halvdel af Den kolde krig, har Hollywood haft en markant stemme.

8. Konklusion

Konkluderende bemærkninger

Intentionen med denne tekst var først og fremmest at afdække om Den kolde krig havde en indvirkning på Hollywood, men også om Hollywood engagerede sig med og havde en effekt på forløbet og udfaldet af Den kolde krig. Det er tydeligt, at konflikten havde et markant effekt på filmindustrien i Hollywood og i løbet af de første tyve år af Den kolde krig, var emnet en fast bestanddel af de levende billeder på det store lærred. Den amerikanske stat har både eksplicit og implicit haft en finger med i spillet i skabelsen af film under de første tyve år af Den kolde krig, men dog med varierende resultater. I den spæde af begyndelsen på konflikten blev Hollywood brugt til at male et fjendebillede af den nye fjende, og samtidigt brugte Washington også Hollywood til at forføre de neutrale og de, der allerede var venligtsindede over for USA.

Man skal være påpasselig med at drage konklusionen, at Hollywoodfilm ene og alene var med til at vælte jerntæppet og få USA til at komme ud af Den kolde krig som sejrherre, men Hollywoods indflydelse må dog alligevel ikke negligeres. Den konklusion kan heller ikke drages, med mindre man ser på hele perioden, der ledte op til 1991, fordi der var et helt begivenhedsforløb, der ledte op til Den kolde krigs endelige afslutning. Denne tekst har kun beskæftiget sig med den første halvdel af det begivenhedsforløb, men allerede her er det dog tydeligt, at Hollywood har spillet en markant rolle i hele affæren. Kunst og kultur har, som nævnt ovenfor, en slående påvirkningskraft, som i mange tilfælde er med til at ændre menneskers tankemønstre under overfladen. Denne påvirkningskraft er også til stede i spillefilm, hvilket man i USA allerede i begyndelsen af Den kolde krig var opmærksom på, hvorfor den amerikanske stat fra starten af samarbejdede med filmindustrien i Hollywood.

Sammen med de andre bløde magtmidler, herunder i særdeleshed Marshallplanen, var Hollywood en vigtig faktor i arbejdet med at forføre de venligtsindede vesteuropæiske stater. Filmene var med til at kontrollere den kollektive bevidsthed og gik derfor fra at være en kunstform til at blive til det, der skulle vise sig at være et meget brugbart våben. Derudover er konsensus, at Hollywoods indflydelse var langt mere markant end eksempelvis den sovjetiske filmindustri's indflydelse, hvilket var medvirkende til, at Hollywood kom sejrende ud af konflikten. Derudover medførte Hollywoods indflydelse, at ideen om *the American way of life*, blev spredt udover hele verden, hvilket var med til at stadfæste Hollywoods position som blødt, forførende magtmiddel. Selv de spillefilm, der anfægtede den amerikanske stats officielle koldkrigsstandpunkt, var

medvirkende til at påvirke, fordi de eksempelvis stadig ophøjede de positive aspekter af det amerikanske samfund. De værdier, amerikabilleder og fjendebilleder, der var til skue på det store lærred, havde en gennemslagskraft næsten uanset hvilken kontekst de blev leveret i.

Kommunismen blev angrebet fra flere sider på det store lærred i løbet af Den kolde krig, både i de antikommunistiske agitpropfilm og i pro-détente koldkrigsfilmene, der udkom i 1960'erne, men måden hvorpå fjendebillederne blev skabt, samt filmens gennemslagskraft var enormt forskellig. *Big Jim McLain* og *My Son John* er begge film, der på flere forskellige måder var medvirkende til at advare imod og fordømme kommunismen samtidigt med, at det amerikanske samfund blev ophøjet i filmene. Hertil er det vigtigt at nævne, at størstedelen af filmene i denne genre netop var medvirkende til at legitimere USA's udenrigspolitiske strategi, og her tænkes navnlig på de film, der var produceret i et direkte samarbejde mellem Washington og Hollywood. USA's kamp imod kommunismens legitimitet bliver stadfæstet på det store lærred, og Hollywood og Washington forsøgte herved at påvirke den kollektive bevidsthed. Dette var ikke den mest vellykkede strategi, men den markerer det første skridt den amerikanske stat tog i kampen mod kommunismen på det store lærred. Derudover er filmene et godt eksempel på, hvordan Hollywood i den spæde begyndelse af Den kolde krig samarbejdede med Washington og samtidigt ikke udfordrede koldkrigskonsensusen, men derimod var med til at stadfæste den. Selvom strategien på sin vis umiddelbart fejlede, er det stadig et vigtigt kapitel af koldkrigsfilmhistorien, fordi den afslører det paradoksale aspekt, der lå i at, at McCarthyismen og HUAC var medvirkende til at sortliste nogle af de filmskabere, der senere hen viste sig at være de mest vellykkede eksportører af amerikansk blød magt.

One, Two, Three, *Dr. Strangelove* og *The Russians are Coming, the Russians are Coming* var alle ligeledes antikommunistiske i deres budskaber, men til forskel fra de antikommunistiske agitpropfilm, var filmene ikke lavet i et direkte samarbejde mellem Washington og Hollywood. I stedet støttede de implicit den officielle amerikanske koldkrigskonsensus, ligesom *Some Like it Hot* og *Roman Holiday* gjorde, ved at accentuere de positive aspekter af det amerikanske samfund. Spillefilmene var i centrum i den amerikanske stats kamp om sjælene og ved at dæmonisere fjenden og samtidigt forføre de neutrale og de venligtsindede, havde man via Hollywood et stærkt forførelsesvåben.

Kulturudvekslingen mellem Sovjetunionen og USA var ikke egenhændigt skyld i, at jerntæppet faldt, men i kampen om sjælene var Hollywood med til at bringe folk tættere sammen ved at nedbryde barriererne mellem de to stater og derved skabe en større forståelse for hinandens

respektive levemåder. Derudover var Hollywoodfilmene med til at modbevise nogle af de ting, som den sovjetiske propagandamaskine fabrikerede, og derved igen skabe en større forståelse for det amerikanske samfund. Konklusionen i denne forbindelse må være, at i løbet af de første tyve år af Den kolde krig forsøgte den amerikanske stat at yde indflydelse på flere forskellige måder. Både via direkte propaganda og via subtil mental ingeniørkunst, men, som tiden viste, var det den subtile påvirkning, der var den mest toneangivende.

I kampen om at få lov at forme den kollektive bevidsthed i løbet af de første tyve år af Den kolde krig, var et af de mest indflydelsesrige våben Hollywoodfilm. Både indenfor og udenfor USA's egne landegrænser blev biografer bombarderet med film, som enten beskæftigede sig med Den kolde krig eller med det amerikanske samfund, og i langt de fleste tilfælde var filmene enormt populære. Den amerikanske stat var opmærksom på det, og særligt i løbet af de første tyve år af Den kolde krig sørgede den amerikanske stat for at give Hollywoodfilm så gunstige vilkår udenrigs som muligt. Brugen af popkultur og Hollywoodfilm som blød magt var en virksom faktor i kampen om sjælene, og man opnåede med dette langt bedre resultater end med den åbenlyse antikommunist agitproppropaganda, hvorfor det bløde magtaspekt må accentueres. Vigtigst af alt er det at fremhæve, at sammen med en række andre bløde magtmidler så havde Hollywood en reel position som meningsdanner i USA, Vesteuropa og bag jerntæppet under Den kolde krig, og det er ikke kun blandt forskere på området, at Hollywoods indflydelse er blevet anerkendt.

Både den tidligere polske præsident Lech Wałęsa og den tidligere russiske præsident Boris Jeltsin tillægger den amerikanske stats brug af blød magt samt de amerikanske opinions- og kulturdiplomatiske bestræbelser ansvaret for at skabe de politiske omstændigheder, der gjorde at Sovjetunionen ophørte med at eksistere (Waller 67). Det var ikke blot Hollywoodfilm, der var medvirkende til at yde indflydelse i Sovjetunionen, fordi også andre former for kulturudveksling spillede en rolle, herunder eksempelvis: "The exchange of scholars and other exchanges played a very important role in Soviet politics because through these exchanges Russian intellectuals were westernized." (Sergei Markov i Richmond ix). Den bløde magtstrategi, der satte USA i et positivt lys i Sovjetunionen i løbet af Den kolde krig, medførte, at vesterniseringsprocessen af Sovjetunionen og de sovjetiske satellitstater kunne lade sig gøre. De tanker, der i sidste ende ledte til jerntæppets fald, startede under sovjettiden og udviklede sig derfra. Før Den anden kolde krig startede i 1980'erne, var der en periode fra slutningen af 1960'erne til slutningen af 1970'erne, der var præget af fredelig sameksistens og détentepolitik, hvilket bundede i, at de to supermagter på dette tidspunkt havde opnået en større forståelse og respekt for hinanden. Joseph S. Nye, Jr.

argumenterer for, at den bløde magt var en direkte faktor i både forløbet og udfaldet af Den kolde krig, og i denne kamp spillede Hollywood i Nye Jr.'s optik en markant rolle, fordi: "In short, the universalism of a country's culture and its ability to establish a set of favorable rules and institutions that govern areas of international activity are critical sources of power." (*Bound to Lead* 33). I kampen om sjælene, og i kampen om den kollektive bevidsthed under de første tyve år af Den kolde krig, var Marshallplanen, Coca-Cola, Hollywood, John Wayne og Marilyn Monroe ikke til at komme udenom. I Hollywoodfilmene var Den kolde krig dog heller ikke til at komme uden om, og på godt og ondt, dannede den på mange måde rammerne for Hollywoods output i tiden fra 1947 og frem til 1968.

9. Litteraturliste

- Alden, Robert. "Screen: 'The Russians Are Coming': Broad Farce Arrives at Three Theaters". *The New York Times*, 26. Maj, 1966, <https://www.nytimes.com/1966/05/26/archives/screen-the-russians-are-comingbroad-farce-arrives-at-three-theaters.html>. Besøgt d. 2. Maj, 2019.
- Balio, Tino. *United Artists, 1951-1978 : The Company That Changed the Film Industry*, University of Wisconsin Press, 2009.
- Big Jim McLain*. Instrueret af Edvard Ludwig, med optrædener af John Wayne, Nancy Vallon og James Arness, Wayne-Fellows Productions, 1952.
- Doherty, Thomas. "Hollywood Agit-Prop: The Anti-Communist Cycle, 1948-1954". *Journal of Film and Video*, Vol. 40, No. 4 (Fall 1988), pp. 15-27.
- Dr. Strangelove: Or How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb*. Instrueret af Stanley Kubrick, med optrædener af Peter Sellers og George C. Scott, Columbia Pictures, 1964.
- Frederiksen, Peter, redaktør. *Vietnam, fra drage til tiger: Vietnams historie fra kolonitiden til i dag; fremstilling og kilder*. 2. udg., 1. opl, Systime, 2000.
- Gemünden, Gerd. *A Foreign Affair: Billy Wilder's American Films*. Berghahn Books, 2008.
- Hart, Justin. *Empire of Ideas: The Origins of Public Diplomacy and the Transformation of U.S. Foreign Policy*. Oxford University Press, 2013.
- Hixson, Walter L. *Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945-1961*. St. Martin's Press, 1998.
- Johnson, William Bruce. *Miracles & Sacrilege: Roberto Rossellini, the Church and Film Censorship in Hollywood*. University of Toronto Press, 2008.
- Jowett, Garth, et al. *Propaganda & Persuasion*. 5th ed, SAGE, 2012.
- Lewis, Randolph. *Hollywood's Cold War by Tony Shaw*. *Pacific Historical Review* , Vol. 78, No. 2 (May 2009), pp. 314-316.

Magnussen, Anne, et al. *Visuel historie: tilgange og eksempler*. Syddansk Universitetsforlag, 2018.

McMahon, Robert J. "Contested Memory: The Vietnam War and American Society, 1975-2001."

Diplomatic History, Vol. 26, No. 2, 2002.

My Son John. Instrueret af Leo McCarey, Rainbow Productions, 1952.

Nye, Jr., Joseph S. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Basic Books, 1990.

Nye Jr., Joseph S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. 1st ed, Public Affairs, 2004.

One, Two, Three. Instrueret af Billy Wilder, med optrædener af James Cagney, Horst Buchholz, Pamela

Tifflin og Arlene Francis, The Mirisch Corporation, 1961.

Osgood, Kenneth A. "Hearts and Minds: The Unconventional Cold War." *Journal of Cold War Studies*,

vol. 4, no. 1, Spring 2002, s. 85-107.

Prime, Rebecca. *Hollywood Exiles in Europe: The Blacklist and Cold War Film Culture*. Rutgers

University Press, 2014.

Richmond, Yale. *Cultural Exchange & the Cold War: Raising the Iron Curtain*. Pennsylvania State

University Press, 2003.

Roberts, Randy, and James Stuart Olson. *John Wayne: American*. University of Nebraska Press, 1997.

Roman Holiday. Instrueret af William Wyler, med optrædener af Gregory Peck og Audrey Hepburn,

Paramount Pictures, 1953.

Shaw, Tony. *Hollywood's Cold War*. Edinburgh University Press, 2007.

Shaw, Tony. "The Russians Are Coming The Russians Are Coming (1966): Reconsidering Hollywood's

Cold War "Turn" of the 1960s". *Film History*, Vol. 22, No. 2, This Issue: Movies in America

(2010), pp. 235-250

Shaw, Tony, and Denise J. Youngblood. *Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for*

Hearts and Minds. University Press of Kansas, 2010.

Some Like it Hot. Instrueret af Billy Wilder, med optrædener af Marilyn Monroe, Tony Curtis og Jack Lemmon, The Mirisch Corporation, 1959.

Sorlin, Pierre. "The Cinema: American Weapon for the Cold War". *Film History*, Vol. 10, No. 3, The Cold War and the Movies (1998), pp. 375-381

Sørensen, Nils Arne. "Om film og historie – nogle metodiske refleksioner: historisk essay" *Historie/Jyske Samlinger*, nr. 2, 2001, s. 322 – 351.

The Apartment. Instrueret af Billy Wilder, med optrædener af Jack Lemmon og Shirley MacLaine, The Mirisch Corporation, 1960.

The Green Berets. Instrueret af John Wayne og Ray Kellogg, med optrædener af John Wayne, David Janssen og Jim Hutton, Batjac Productions, 1968.

The Russians are Coming, the Russians are Coming. Instrueret af Norman Jewison, med optrædener af Carl Reiner, Eva Marie Saint og Alan Arkin, The Mirisch Corporation, 1966.

Tueth, Michael. *Reeling with Laughter: American Film Comedies--from Anarchy to Mockumentary*. Scarecrow Press, 2012.

Waller, Michael J., et al. *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*. Institute of World Politics Press, 2009.

Wagnleitner, Reinhold. *Coca-Colonization and the Cold War: The Cultural Mission of the United States in Austria after the Second World War*. University of North Carolina Press, 1994.

Zhuk, Sergei. "Hollywood's Insidious Charms: The Impact of American Cinema and Television on the Soviet Union during the Cold War." *Cold War History*, vol. 14, no. 4, Oct. 2014, s. 593–617.