



Universitetet
i Stavanger

FAKULTET FOR UTDANNINGSVITENSKAP OG HUMANIORA

BACHELOROPPGAVE

Studieprogram:
HIS290-1 Historie

Vår semesteret, 2023

Forfatter: Bollestad, Magnus

Veileder: Steinnes, Kristian

Tittel på bacheloroppgaven: Disney går til krig

Engelsk tittel: Disney goes to war

Emneord:
Disney
Propaganda

Antall ord: 6.805

Antall vedlegg/annet: 0

Stavanger, 15.05.2023
dato/år

DISNEY GÅR TIL KRIG

Det har aldri vært lettere å formidle informasjon og nyheter til hverdagsmennesket, enn det er i dag. Med bare noen klikk med en datamus, eller et trykk på en skjerm, så har vi en verden av informasjon foran oss. Det har aldri vært lettere å finne ut hva som skjer i verden, men det er også blitt lett å bli utsatt for mye unødvendig eller usann informasjon. Vi er i dag bedre rustet enn noen gang til å finne et fullstendig bilde på verden vi lever i. I den tidligere alderen av moderne media (Film, radio, TV, osv.) var det mye lettere for de selskapene og myndighetene som hadde kontroll over dem å kontrollere hvilke budskap som ble vist til hverdagsmenneskene.

Propaganda fikk betydelig større innflytelse i den moderne verden ved hjelp av alle de nye formidlingsverktøyene som ble funnet opp. Propaganda ble en viktig måte for myndighetene å fremme sitt ønskede budskap for å samle folket mot en felles fiende eller ideologi. Nicholas Reeves skrev dette om overgangen fra første til andre verdenskrig: “Where the first world war had seen governments taking their first, tentative initiatives in this field. The second world war saw the resources of entire film industries made available to wartime governments as the struggle for the hearts and minds of the belligerent societies intensified.”¹

Under andre verdenskrig skulle propaganda utvikle seg til å bli større enn noen gang. De vanligste måtene folk fikk informasjon på den tiden var i aviser eller på radio. Filmer på kino hadde blitt en veldig populær aktivitet. Etter bombingene i Pearl Harbor ble USA med i krigen mot aksemaktene. Myndighetene trengte dermed en måte å samle befolkningen sin mot den nye fienden deres. De trengte en måte å skaffe seg flere som vervet seg til militæret, flere økonomiske bidrag og generell støtte fra folket som en helhet. Mange private selskaper ble dermed hyret inn for å produsere propaganda-materiale for den amerikanske hæren. Et av disse selskapene var animasjonsstudioet Disney. I løpet av andre verdenskrig ble Disney hyret av den amerikanske regjeringen for å produsere flere filmer, plakater og annet materiell til militæret. Dette er et unikt punkt i historien til et av dagens største medieselskaper, for Disney har verken før eller etter produsert materiale med den politiske og ideologiske belastningen som de gjorde under andre verdenskrig.

¹ Reeves, The Power of Film Propaganda : Myth or Reality?, 6

Disney hadde tatt med seg sine familievennlige karakterer inn i krigen. De propagandafilmen som ble produsert under andre verdenskrig av Disney har mange aspekter som gjør dem til noe som er verdt å undersøke. Propaganda kan komme i mange ulike former og bruke mange forskjellige virkemidler for å få frem budskapet sitt til publikum. Det er også et spørsmål om hvor stor påvirkningskraft propaganda av ulike slag er til å påvirke mennesker.

Hovedspørsmålet i denne teksten vil være: Var Disney sine propagandaproduksjoner en vellykket form for propaganda, og har propagandaen hatt konsekvenser for amerikansk kultur etter krigen?

Metoden jeg brukte for å undersøke dette er å se på hva vellykket propaganda er. Det må settes opp en målepinne på hva som konstituerer vellykket propaganda. Så har jeg analysert tre propagandafilmer som ble produsert av Disney under andre verdenskrig, og ser gjennom hvilke elementer som er brukt for å påvirke publikum, og hvilke formål de forskjellige kortfilmene har. Det har også blitt sett på andre former av propaganda-materiale som Disney produserte, og formålet bak de forskjellige produksjonene. Det vil også bli sett på forholdet mellom militæret og Disney. Og Disney som firma før og etter andre verdenskrig.

Kildene jeg bruker i denne oppgaven er fordelt jevnt mellom primærkilder og sekundærkilder. Jeg bruker mange av Disney sine originale animasjonsfilmer for å kunne danne en god oversikt over de forskjellige budskapene som Disney prøvde å formidle. De andre kildene er kapitler i bøker eller artikler som handler om Disney sin propagandaproduksjon, som "Let Slip the (Donald) Ducks of War!" In Disney and Philosophy» Og til slutt noen kilder som omhandler generell propaganda, som «Propaganda: A Tool of Strategic Influence»

Sammen med analysene av de forskjellige propagandafilmen og en undersøkelse på hva som konstituerer vellykket propaganda

Hva er vellykket propaganda?

Propaganda er ikke en lett ting å definere. En vanlig definisjon er at propaganda er bevisst manipulering av folks følelser for å fremme et spesiell politisk eller ideologisk synspunkt. Det er et verktøy som brukes til å påvirke personer til å gjøre eller mene det som blir presentert i propagandaen. Dette er et verktøy som ofte gjennom historien har blitt brukt av regjeringer, politiske partier, private selskap og andre organisasjoner til å påvirke folkets meninger om deres produkter, retningslinjer eller handlinger.

For at noe skal være propaganda så må det ha blitt produsert med intensjonen om å spre et budskap som skal påvirke publikum. Propaganda er heller ikke alltid en dårlig ting. Det kan være med på å promotere ting som er hjelpsomt for befolkningen, men det er og et godt våpen for manipulering. Spesielt i krigstider har propaganda vært en vanlig måte å demonisere sine fiender, og samle folket mot en felles fiende. Det er vanskelig å dømme hva som er god og dårlig propaganda når man blir utsatt for det selv. Bare ved å vite hva som skjer på begge sider av historien kan du vite hva som faktisk hender bak scenen.

Det å appellere til de kjente ønskene til et publikum er en faktor som kan være med på å skape vellykket propaganda. For eksempel hvis folket ønsker fred, så er det mulig å gå etter publikum fra den vinkelen, at hvis du ønsker fred så bør du støtte militæret. For mange så trumfer ønsket deres det å spare penger. Så det er mange propagandister som bruker dette trikset for å få personer til å være med på noe som de i utgangspunktet ikke er interesserte i, men der nedsiden er mindre enn deres ønske til å prøve å fikse problemet.

Et viktig aspekt med propaganda er ordet forslag. Den som lager propagandaen gjør et forsøk på å stimulere andre til å akseptere hans påstander uten noen diskusjon, eller få dem til å gjøre som han ønsker at de skal gjøre. Det som gjør forslag til et viktig verktøy i propaganda, er at det kan lede til at en befolkning aksepterer et forslag selv om det ikke er noen logiske konklusjoner som kan være med på å verifisere påstanden. Produsenten av propagandaen prøver som oftest å unngå kritiske reaksjoner fra publikum. Derfor er forslag en viktig del av en vellykket propagandaproduksjon. Dette blir gjort ved å gi brede og positive argumenter med et lett forståelig språk, og ved å nekte for at det er en annen side av historien.

Propaganda har mange forskjellige verktøy og virkemidler som kan brukes til å vise frem et budskap. Det er mulig å spille på frykten og usikkerheten til publikum. Demonisere fienden, overdrivelser, stereotyper, repetisjon osv. Alle disse forskjellige virkemidlene er viktige for at en propagandaproduksjon skal kunne påvirke publikum. Det er viktig å dømme produksjonene ut ifra hvilket publikum den sikter til, og hvor kontroversielt emnet som blir tatt opp skal være. I USA var det viktigste at det ble skapt en felles identitet og patriotisme blant befolkningen. Det å fremme de positive idealene og verdiene var en viktig del av propaganda i USA

For å kunne se hva som er vellykket propaganda, så må vi også se på hva som vil være mangelfull propaganda. En av hovedårsakene til at propaganda ikke fungerer er om de som har laget den ikke har nok kredibilitet. Hvis publikum ikke stoler på kilden så vil det ikke bli tatt seriøst, og det er dermed også usannsynlig at de blir påvirket av det. Propaganda som blir sett på som uærlig og manipulativt har liten sjanse til å bli vellykket.

En annen faktor som kan jobbe mot propaganda er at temaet som det handler om ikke har nok relevans. Hvis temaet til en film ikke resonerer med folk sine interesser, verdier og tro, så er det usannsynlig at de kommer til å bli motivert til å høre etter. Propaganda som er for generelt eller vagt vil ikke forme noen interesse hos publikum. Hvis publikum blir oppmerksomme på at det de ser er propaganda, så kan det hende at de blir defensive og uvillige til å følge propagandaen sitt formål.

Påvirkningskraften til propaganda er også et spørsmål som må undersøkes. Mange mener at propaganda kan være ekstremt påvirkende, mens Nicholas Reeves kom frem til dette: «In sum, the aspirations, beliefs and ideologies of the ordinary men, women and children who made up the cinema audience proved to be very much more resistant to manipulation than so many of those who governed them had naively assumed; to that extent, the myth of the power of film propaganda was, in reality, incomparably more powerful than the propaganda itself»² Så det er ingen enighet om hvor stor påvirkningskraft propaganda har.

Et argument på hva som er vellykket propaganda er at det skal oppfylle formålet til den som produserte propagandaen. Hvis formålet med en film er å forsterke de meningene som publikum allerede har når de setter seg ned og ser filmen, og den gjør dette, så vil det være vellykket propaganda i forhold til de gitte kriteriene. Det er en ganske bred forklaring ettersom det ikke er noen høye krav for at dette skal oppfylles. Det er også den måten som er bevist at publikum foretrekker. «Of the films that did reach that mass audience, those that were positively revived were almost always films that confirmed and reinforced existing ideas and attitudes – films that set out to challenge and change those ideas and attitudes prove most

² Reeves, The Power of Film Propaganda : Myth or Reality?, 239-240

entirely unsuccessful».³ De fleste vil ha en film som ikke utfordrer dem, men heller en film som videre bekrefter de tankene de allerede har

Det er og et argument for at hvis propaganda skal kunne beskrives som vellykket, så må det være med på å påvirke publikum til å endre mening fra det de mente originalt. Altså at propagandaen må være en direkte årsak til at noen skifter mening. Hvis en propagandafilm bare forsterker den meningen publikum allerede har når de satt seg for å se den, så er den ifølge denne standarden ikke en vellykket form for propaganda. Dette er en med spisset forklaring ettersom den har ganske høye krav for å kunne oppfylle det.

Der fuehrer's face

Der fuehrer's face er en animert kortfilm fra 1943 produsert av Walt Disney Productions under andre verdenskrig. Filmen er kjent for sin satiriske fremstilling av Nazi-Tyskland og Adolf Hitler. Den er også kjent for sin populære temasang som gav sitt navn til kortfilmen «Der fuehrer's face» skrevet av Spike Jones. Sangen ble sluppet flere måneder før denne kortfilmen kom ut, og var på topplistene i mange uker. Dette hjalp å øke populariteten til filmen når den eventuelt kom ut.

Filmen åpner med lyden av en hane som galer, og vi ser den kjente Disney-logoen etterfulgt av et tittelkort som viser tittelen på kortfilmen. Filmen begynner så med at Donald Duck våkner til lyden av et nazistisk marsjerende band som spiller temasangen til filmen utenfor vinduet hans. Han kommer ut av sengen enda ganske preget av trøtthet, og vi ser at han tar på seg en naziuniform, komplett med et hakekorsarmbånd. Vi får se hele morgenrutinen til Donald. Han hyller de forskjellige lederne for aksemaktene, og setter seg for å spise et tørt brød, kaffe laget med en bønne, og en spray parfyme med duft egg og bacon, mens han leser «Mein kampf». Det marsjerende bandet kommer inn i huset hans og leder han til jobb.

Scenen går deretter til Donald som jobber på en fabrikk som produserer kuler og artillerigranater til den tyske hæren. Donald blir eskortert inn til arbeidsplassen sin med en bajonett plantet i ryggen. Han jobber hardt ved samlebåndet, mens han er nødt til å si «Heil Hitler» til bilder av Hitler som er satt over hele samlebåndet. Mens filmens kjente sang igjen

³ Reeves, The Power of Film Propaganda : Myth or Reality?, 240-241

høres i bakgrunnen, lager han granater av forskjellige størrelser. Etter hvert blir han valgt ut til å få en «ferie». Den viser seg å være en plakat med alpene i bakgrunnen, og Donald blir instruert til å gjøre noen treningsøvelser for å kunne jobbe bedre for Der Fuehrer. «Ferien» er kortvarig, og Donald blir tvunget til å jobbe ubetalt overtid. Samlebåndet går fortere og fortere, stemmen over høyttaleren snakker mer og mer, og Donald blir til slutt helt gal. Dette leder over til mange abstrakte animasjonsscener med mye symbolikk. Som store hakekors, marsjerende nazister, og granater som flyr overalt.

Donald våkner så fra marerittet sitt i et rom dekket med det amerikanske flagget. Han ser en skygge som likner på en nazistisk salutt, og hopper opp fra sengen i pysjen sin, som også pryder det amerikanske flagget. Det viser seg å være skyggen fra en statuett av frihetsgudinnen, som Donald har stående i vinduet sitt. Han gir statuetten en glem og et kyss, mens han uttrykker «Am I glad to be a citizen of the United States of America»⁴ Filmen avsluttes med at det blir kastet en tomat på Hitler sitt ansikt.

Denne filmen baserer seg i det fiksjonelle landet «Nutziland». Hele dette landet er bygget opp av hakekors og mørke farger. Hele filmen er presentert i mørke og dystre farger mens Donald er i «Nutziland», mens når han våkner fra drømmen sin og er tilbake i sin seng i USA, så er alt veldig fargerikt og pent. Kontrastene i farger er med på å forsterke seerne sin forståelse av Donald sin situasjon. I bakgrunnen gjennom hele Donald sin drøm, så spiller Spike Jones sin sang i bygrunnen. Denne sangen utvikler seg gjennom drømmen til å bli mer og mer sarkastisk, og hjelper å bryte opp verden rundt Donald, og passer på at filmen aldri går bort fra sin humoristiske identitet.

Filmen inneholder mye symbolikk som er med på å forsterke seerne sin opplevelse av «Nutziland». Hele dette landet er bygget opp av Hakekors. Buskene er hakekors, veggpapiret inneholder hakekors, persiennen har et hakekors, osv. Hakekorsene er strødd rundt over hele omgivelsene i drømmen til Donald. Filmen prøver å vise frem et land som blir kontrollert til ned til minste detalj, og en befolkning som blir tvunget til å gjøre som lederne sier. Hakekorsene blir brukt så mye at det kan bli tolket som en del av humoren til filmen, mens

⁴ Kinney, Der Fuehrer's Face, 8:54

filmen samtidig bruker dem som symbolet på en farlig og kontrollerende ideologi som undertrykker sine innbyggere.

I begynnelsen av filmen blir det vist et musikkorps som har kropper som er bøyde og misformet. Når de krasjer inn i hverandre så passer formene deres rett inni hverandre. De er alle deformerte versjoner av den menneskelige kroppen, og har blitt formet på den måten for å se så rare ut som mulig. Det er også blandet inn stereotyper mot japanere, og det blir hintet noen av de tyske soldatene er homoseksuelle. Noe som på den tiden ble sett ned på, så det er et forsøk på å ydmyke og gjøre narr av nazistene.

Hovedvirkemiddelet i denne kortfilmen er humor. Den bruker humor til å formidle en dyster fremstilling av livet til en innbygger i Nazi-Tyskland på en måte som gjør at seerne sitter igjen etterpå med et smil på ansiktet. Humoren som blir brukt i filmen, sammen med animasjonen, gjør at denne kortfilmen kan tiltrekke seg tilskuere av de fleste aldersgrupper. Humoren er fremtredende, men den drar ikke bort fra budskapet som filmen prøver å videreformidle. Den gjør at budskapet i filmen blir lettere å fordøye for de fleste som ser filmen. Mange som ser filmer har og lyst til å bli distraheret fra den skumle hverdagen, og dette er en film som både distraherer, oppmuntrer og gjør at publikum får med seg et budskap hjem.

Humoren hjelper også alle som ser filmen bli mindre nervøse ovenfor den krigen som foregikk. Filmene sier at selv om det er en undertrykkende og tyrannisk nasjon som må bli bekjempet, så bør publikum være glade for at de bor i USA. Filmene setter en standard på hvordan humor brukes til å fremme et budskap. Filmene går aldri over det punktet der det blir for mye tull, men det drar seg ikke over på den seriøse siden heller. Den balanserer humoren på en måte som gjør det lett å få med seg budskapet, spesielt når sangen går i bakgrunnen og legger til på det Donald føler når han blir tvunget med på alt sammen.

Denne kortfilmen er den eneste Donald Duck filmen som har vunnet en Oscar. Og den er av mange omtalt som en av USA sine beste propagandafilmer. Den var tydeligvis så vellykket at den ble sluppet bak fiendtlige for å demoralisere den tyske befolkningen. Den formidler patriotisme til det amerikanske folket. Og bygger videre på det befolkningen allerede har fått høre om Nazister. Måten denne filmen tok en stressfull situasjon, amerikanerne hadde vært i en ekstremt voldelig krig i snart 1 år, og fant en måte å løfte humøret deres på, var grunnen til

at den var så populær. Sangen var også en hit for seg selv. Ikke bare i USA, men også flere plasser i Europa, inkludert Sovjetunionen.

Education for death: The making of a Nazi

Dette er en kortfilm produsert i 1943. Filmen er basert på en bok av det samme navnet som er skrevet av Gregor Ziemer og forteller historien om en ung tysk gutt, Hans, som blir indoktrinert inn i den nazistiske ideologien og blir en soldat i den tyske hæren. Dette er også en av de få propagandafilmen som Disney laget uten å bruke humor gjennom hele fortellingen. Noe som gjør den spesiell når det gjelder Disney mellom 1941-45.

Filmen er delt opp i flere segmenter, alle delene er med på å forsterke filmens sentrale formål: at det nazistiske regimet hjernevasker og manipulerer dets innbyggere, spesielt ungene, for å kunne være til nytte for regimet. Det som er spesielt med denne filmen er at alle karakterene snakker tysk, med unntak av fortelleren. Det første segmentet i filmen viser foreldrene til Hans som ønsker å registrere deres nyfødte baby hos regjeringen. Det er bare silhuettene til personene i scenen som er synlige, ingen ansikt eller klær. Foreldrene til Hans står foran en gigantisk domstol. Her må de vise bevis på at babyen deres er et ekte arisk barn, og spør om tillatelse til å kalle ungen deres Hans. De får et slekts-pass som har navnet Hans på seg med elleve blanke plasser, fortelleren passer på å si at det er en oppfordring til å få mange barn som da igjen kan rekrutteres av Tyskland. De får han registrert, og blir tildelt en kopi av «Mein Kampf»

Neste del av filmen viser et av eventyrene som Hans ble fortalt i barnehagen. Det er en modifisert versjon av det klassiske eventyret «Tornerose», der den onde heksen er «Demokrati», den sovende prinsessen er Tyskland og prinsen blir spilt av Hitler. Tyskland blir i denne filmen representert som en overvektig, blond kvinne som har smaken for øl, mens Hitler har sitt gjenkjennelige utseende, men med en overdrevent stor nese. Hitler presenteres som en person med veldig animert kroppsspråk, snakker på en aggressiv måte og grynter en god del. Eventyret handler om at Hitler redder Tyskland fra det onde demokratiet. Denne delen av filmen er veldig annerledes i både tone og animasjon fra resten av filmen. Filmen presenterer dette eventyret som en måte å gjøre Hitler til ungene sitt idol.

Filmen går videre til en scene der Hans er syk, og moren sitter ved siden av han i sengen. Fortelleren sier at unger som ikke er sterke nok blir fjernet av staten. Inn kommer det en stor nazist som roper på moren til Hans om at denne overbeskyttende holdningen hennes må stoppe. Neste scene går så videre til Hans på skolen, der alle ungene skal gi et løfte om lojalitet til bilder av Hitler, Goebbels og Göring. På skolen så blir det lært at rever spiser kaniner, og Hans synes synd på kaninen. Han blir satt i skammekroken mens alle ler av han. Resten av elevene sier at kaninen fortjente å dø fordi den var svak, når Hans ble spurt igjen roper at han hater kaninen fordi den var svak. Filmen viser at ungene blir lært at styrke er alt, og at Tyskland skal ødelegge alle de andre svake og feige nasjonene.

I siste del av filmen så har Hans blitt en del av den Tyske hæren, og det blir vist marsjerende soldater og flammer. Neste scene viser bøker og tekster som bli brent, bibelen blir til «Mein Kampf» og korset blir til et sverd. De viser Hans som marsjerer som en liten gutt, som en ungdom og en voksen mann. Til slutt så har alle soldatene som marsjerer på seg en munnkurv og et hundehalsbånd, mens de marsjerer til sin død. Siste bildet i filmen er tusenvis av kors som står på gravene til soldatene. Dette er et bilde som viser den onde virkeligheten til krig. Unge menn som blir sendt ut for å kjempe en kamp de har blitt fortalt at de måtte kjempe.

Filmen fremstiller Nazist regimet som en totalitær stat som kontrollerer alle aspekter av livet til dets innbyggere. Det at filmen viser unger som salutterer Hitler er en vellykket måte å få frem poenget til filmen. Filmen viser da at regimet ikke bare påvirker og manipulerer voksne innbyggere, men at de også tar over livet til nyfødte innbyggere. Fra Hans er født til han er voksen, så blir vi vist de forskjellige måtene som det nazistiske regimet bruker til å manipulere han. Det at alle karakterene snakker tysk er et målbevisst grep for å unngå å humanisere nazistene og gi dem en klar kommunikasjon til publikum. Fortelleren snakker i bakgrunnen gjennom filmen, og passer på at meningen med scenen er veldig klar.

Segmentet med det nazistiske eventyret er det eneste segmentet som spiller på humor i denne kortfilmen. Det gjør at den står ut mye mer, og har ingen betydning for budskapet til filmen. Det er mulig at segmentet er med i filmen for å holde på den delen av publikum som trenger litt humor for å holde deres oppmerksomhet. Det er en kort sekvens som kunne blitt utelatt fra filmen. Alle autoritære figurer som filmen viser, er ganske store tyske menn som krever autoritet. Når Hans gir et svar som læreren ikke liker, så kjefter han på Hans, og oppfordrer elevene til å le av han. Det viser hvordan gruppepress blir brukt mot den tyske befolkningen.

I den siste fasen av filmen så ser vi marsjerende soldater i bånd som blir til gravsteiner. Disney og den amerikanske regjeringen forsøker med dette å fremstille Hitler som en gal mann som leder folket sitt inn mot fullstendig ødeleggelse. Dette er en mer brutal kortfilm som ikke spiller mye på humor. Filmen viser frem en versjon av Tyskland som bruker makt og terror for å styre sin befolkning. Det at det blir brukt en unge i store deler av historien gjør at det virker mer alvorlig, siden barn er naive og lærer hvordan de skal leve ut ifra hvordan de rundt dem lever.

Formålet til denne filmen er å trekke publikum inn i en verden bygget opp av de verste kvalitetene til Nazi-regimet. Den skal bygge videre på kunnskap som publikum allerede har om Nazister, og forsterke de meningene ved hjelp av en dyster historie. Filmen setter opp alle nazistene som dårlige og skumle personer som fort blir sinte, men tar også tiden til å vise at det eksisterer gode personer i Tyskland som bare prøver å leve, som Hans sine foreldre. Det er noe som kan skape en resonans hos mange av publikum, spesielt de som har barn selv. Hele filmen bruker symbolikk og skygger til å fortelle en gripende historie. Igjen så ser vi bruken av «Mein kampf» som vi også gjør i Der fuehrer's face.

Commando Duck

Dette er en animert kortfilm som ble utgitt i 1944. Filmen inneholder Donald Duck som har vervet seg til militæret, og som nå skal ut i striden på frontlinjene. Filmen er regissert av Jack King. Dette er en forts

Filmen åpner med Donald som har på seg full uniform, med våpen, kikkert, hjelm og en stor sekk. Offiseren til Donald gir han et tilsynelatende umulig oppdrag om å ødelegge en japansk flybase helt alene. Han hopper så ut av flyet og lander på bakken under. Når han har kommet seg på bakken og blåst opp en gummibåt ser vi at han blir jaktet på av Japanere som gjemmer seg i skogen. Fremstillingen av de japanske soldatene i denne filmen er som karikaturer, som ikke er flatterende. Donald blir skutt på av de japanske soldatene, men klarer å holde seg unna kulene som flyr rundt han. Han flykter lengre bort fra japanerne, til han møter en foss. Her setter gummibåten seg fast i en gren som stikker ut på toppen av fossen. Båten fyller seg med ekstremt masse vann, og sprekker til slutt når den treffer en spiss trestamme. Donald prøver så å springe bort fra flommen og steinraset som oppstår når båten sprekker, men møter en

blindvei. Han står rett opp og møter vannet, i det som han tror er sine siste øyeblikk, men han faller ned på en grein som redder ham. Vannet treffer så den japanske flybasen, og legger den i ruiner. Donald skriver at oppdraget er fullført

Dette er en av kortfilmene som følger en mer tradisjonell Disney oppskrift. Det er Donald som kløner seg gjennom alle situasjoner, og som på en eller annen mirakuløs måte klarer å utføre noe som kunne virke umulig. Donald er den av Disney sine karakterer som er i de aller fleste av propagandafilmene som ble produsert under andre verdenskrig. Dette er fordi han var en godt kjent karakter fra før, men og har kvaliteter som gjør at han er gunstig i en kortfilm som krever humor. Det å bruke en karakter som mange personer har vokst opp med er desarmerende for de som sitter i publikum. Det har blitt brukt humor i denne filmen som passer for personer av alle aldre, sånn at både store og små kan se filmen.

Denne filmen bruker en krig, og setter det opp som en klassisk Disney kortfilm, og vise at det amerikanske militæret utfører oppdrag som fort kan koste dem livet deres. I tillegg så er det mye søkelys på å gjøre narr av Japanerne, og passe på at de blir sett på som de fiendene de er. I forhold til de to andre filmene som har blitt analysert, så er dette en kortfilm uten mye symbolikk og advarsler mot ideologi. Dette er en kortfilm som er ment til å treffe et bredt publikum, og prøver å få militæret inngravert i hodet til publikum.

Det viktigste virkemiddelet denne filmen bruker er dens fremstilling av de japanske soldatene. Som ble nevnt tidligere så er soldatene en karikatur av japanske personer. Den fremviser dem som pyser og uten ære. De snakker med en veldig stereotypisk etterlikning av en japansk person som prøver å snakke engelsk. Et eksempel på dette er når en av japanerne skal til å skyte Donald, men blir stoppet av en annen som sier «No, wait, please, Japanese custom say, always shooting a man in the back please»⁵. Store deler av filmen er basert på å sette fienden i et dårlig lys, og bruker det som vi i dagens samfunn ville kalt en rasistisk skildring av japanske personer.

Resten av Propagandafilmene

De tre tekstene som ble analysert over er bare tre av trettito forskjellige filmer som ble produsert i samarbeid med det amerikanske og det kanadiske militæret. De andre filmene er

⁵ King, Commando Duck, 2:30

enten veldig like noen av de andre filmene over, eller så er de mer treningsvideoer. Men det er verdt å vite hvilke formål disse propagandafilmene har. Flere av dem prøve å få publikum til å kjøpe obligasjoner (bonds), som da gir penger til militæret. Og de blir oppfordret til å investere så mye penger som mulig. Slagordet i den filmen er «Invest for victory».

Noen andre filmer har formålet om å minne personer på å betale forskjellige typer skatt, som da bidrar til militæret. Filmene oppfordrer personer til å bidra økonomisk til hæren i form av å betale den fulle skatten sin så fort som mulig. Argumentet som blir presentert i filmen «The spirit of '43» er at hver gang en arbeider får lønn så har han valget mellom å spare pengene, eller sløse dem bort på personlige gleder. Det å sløse bort penger, tar penger fra regjeringen, blir til mindre penger mot krigsinnsats, og derfor hjelper det aksemaktene. Alle burde ha lyst til å slå aksemaktene. Så alle burde være mer sparsomme med pengene deres, og dermed bidrar til krigsinnsatsen. Det er den underliggende tankegangen bak mange av disse propagandafilmene, lag på lag med skjulte meninger og agendaer.

Det er også filmer som prøver å få flere soldater til å verve seg til militæret. Disse kortfilmen presenterer prosessen på en humoristisk måte, men den passer på at det blir sagt og vist nok godt om militæret slik at det ikke tar bort fra meningen med filmen. Som nevnt tidligere så er Donald Duck hovedkarakter i de fleste filmene, mens noen få har Langbein og Pluto. Commando Duck er en del av en serie med kortfilmer som avbilder Donald som blir vervet til hæren, når han trener til å bli soldat og til slutt når han blir sendt ut til frontlinjene. Hele ferden til en soldat blir vist frem.

En stor fordel som Disney hadde når de begynte å produsere propaganda-materiale var at de allerede hadde etablert mange karakterer, som befolkningen allerede visste hvordan de var, hvilken personlighet de hadde, og var allerede introdusert til universet. Så Disney trenger ikke bygge noen karakterer, eller beskrive personligheten til noen, siden de allerede var kjente. Mange hadde på dette tidspunktet vokst opp med Disney kortfilmer, og har dermed en mye større emosjonell tilknytning enn de hadde hatt ellers. Dette gjorde og at Disney kunne fokusere ekstra mye på personer av alle aldersgrupper. Filmene har en tilknytning til den generelle befolkningen som er vanskelig å etablere uten flere år med arbeid. De bruker også de gode verdiene som karakterene allerede har etablert og prøver å knytte dem til krigsinnsatsen.

En av de mest kontroversielle Disney kortfilmene var «The new spirit». Denne ble sluppet kort tid etter at det ble innført en ny lov som gjorde sånn at 15 millioner amerikanere måtte betale inntektsskatt for første gang. På seks uker hadde Disney klar en kortfilm som handler om Donald som hører en stemme på radioen som spør om han er patriotisk nok. Donald er alltid en patriot så han følger med. Stemmen sier at han ikke kommer til å få noen medalje for dette, men repeterer slagordet til filmen flere ganger «Taxes to beat the axis!». Donald springer så til banken for å betale skatten. Omtrent seksti millioner personer så denne kortfilmen, og etter en undersøkelse så svarte 37% at de var mer enn villige til å betale skatten etter å ha sett denne filmen.⁶ Skatteetaten måtte betale ekstra for den korte fristen, så Disney ble anklaget for profittjag. Men i virkeligheten så hadde de tapt penger, siden kinoene hadde vist propagandafilmen istedenfor deres egne kortfilmer.

Disney og militæret

Før andre verdenskrig var Disney allerede et etablert navn innenfor animasjon. De hadde tjent masse penger på sin første fulle produksjon «Snøhvit og de syv dvergene». Men etter denne suksessen så skulle det komme flere filmer som ikke var så innbringende i forhold til hva produksjonskostnadene var. Spesielt var filmen «Fantasia» en gigantisk flopp, som kostet Disney estimert 15 millioner dollar. Dette var mye grunnet Walt Disney som ikke klarte å holde seg innenfor budsjettet, og brukte fire ganger så mye penger på filmen som det var planlagt i utgangspunktet. I tillegg var det et dårlig økonomisk samfunn på den tiden, som gjorde at Disney sparket mange arbeidere. De resterende arbeiderne startet en streik for å få bedre vilkår på jobben, og for å kunne starte sin egen fagforening. Walt Disney var sterkt imot denne streiken, og nektet å forhandle med arbeidernes utvalgte representanter. Etter krigen skulle påstod han i retten at det var noen i firmaet som var kommunister, og hadde påvirket alle andre arbeidere til å streike. Til slutt ble de enige om vilkår, og streiken ble avsluttet. I slutten av 1941 hang Disney Studios i en tynn tråd, og måtte finne seg en ny måte å tjene penger på for at de ikke skulle gå konkurs.

Allerede før USA ble med i krigen så hadde Walt Disney sett potensialet i et samarbeid, og oppsøkt flere ledende skikkelser innenfor militæret. Han lagde noen leveringer med plakater og lapper som skulle leveres til noen militærbaser i utlandet, og rundt omkring i USA. Dette gjorde han først helt gratis, og kom dermed på godfot med noen av de avgjørende kreftene i

⁶ Charles Solomon. "The Disney Studio at War." In Animation, 149

det amerikanske og kanadiske militæret. Og så ventet han på en mulighet til å kunne samarbeide med dem på et større nivå.

Den muligheten skulle vise seg etter Pearl Harbor bombingene. Da ble Disney Studios i Hollywood okkupert av det amerikanske militæret. Fem hundre soldater fra den amerikanske hæren ble stasjonert der i 8 måneder. Disney er det eneste Hollywood-studioet som har blitt okkupert av militæret. Militæret hyret Disney til å produsere treningsvideoer til nye rekrutter. Når regjeringen fikk se hvor kreative Disney var til å lage disse treningsvideoene, så fikk de hyret Disney inn til flere prosjekter. Okkupasjonen sørget også for at Disney fikk et tett samarbeid med militæret, og en direkte kontakt med dem for å bedre forstå hva militæret ønsket at de skulle produsere.

Disney produserte ikke bare propagandafilmer og treningsvideoer. De produserte også tegneserier som skulle forklare riktig våpenbruk til soldatene, eller militære teknikker og taktikk. En av de mest populære gjenstandene som Disney produserte til hæren var små lapper med tegneseriefigur på. Noen hadde klassiske Disney figurer på seg, mens andre hadde spesiallagde figurer som samsvarte med de forskjellige grenene i militæret. Disney gjorde så godt som de kunne for å trekke seg nærmere militæret, for det var tydelig at de kunne få en god økonomisk gevinst av å samarbeide så mye som mulig.

Disney sin propagandaproduksjon var et bredt register av produkter. De produserte flere plakater som reklamerte for verv i militæret, og som prøvde å få mennesker til å bidra med økonomiske midler til krigsinnsatsen. Disney ble sett på som en verdifull samarbeidspartner på grunn av deres popularitet hos personer av alle aldre. Det var veldig populært når soldatene fikk med seg noen småting fra Disney, mest fordi de fleste hadde vokst opp med Disney og deres karakterer. Disney sine animatører lagde over 1400 logoer og insignier.⁷ Noen hadde Mikke Mus som pilot, eller langbein som matros. Det ble laget mange forskjellige versjoner med mange av de mest kjente Disney karakterene.

I krigstiden produserte Disney trettito forskjellige krigsfilmer for det amerikanske og kanadiske militæret. Det er estimert at 90% av Disney sine animatører og skrivere var dedikert til militært materiell. Filmene ble produsert i en stor fart, og ble sendt ut til de

⁷ Charles Solomon. "The Disney Studio at War." In *Animation*, 147

forskjellige leirene sånn at soldatene skulle få underholdning. Flere av filmene ble sluppet ut til offentligheten, og var veldig populære. Mens mange ble brukt av militæret, og sluppet ut til offentligheten mange år etter krigens slutt. Alle filmene var produsert med mye hjelp fra offiserer i militæret. Og det nære forholdet Disney fikk til regjeringen var også en positiv konsekvens for selskapet. Charles Solomon skrev «Prior to the outbreak of the war, the largest annual output of the studio had been 37.000 feet of film; during the fiscal year 1942-1943 alone. Disney turned out more than five times that amount – 204.000 feet of film, 95 per cent of it for government contracts. This unprecedented increase was achieved although nearly one third of the studio personnel had joined the military»⁸

Når krigen var ferdig i 1945 var det ikke lenger bruk for Disney sin propagandaproduksjon. Det amerikanske militæret trakk ut alle sine rådgivere som hadde støttet Disney, og begynte å følge med på den lange perioden med gjenoppbygging som foregikk i Europa. Disney hadde jobbet seg ut av den økonomiske krisen de hadde funnet seg i, og var klare for å produsere vanlige filmer igjen. Propaganda var fortsatt en viktig faktor i livet til amerikanere, spesielt etter at den kalde krigen begynte.

Etter krigen så har Disney skjult mange av propagandavideoene sine i arkivet. De er tilgjengelige på nettet for alle som ønsker å se dem, men Disney tar ikke å viser dem frem av seg selv. Dette er den eneste perioden i Disney sin historie at de produserer kortfilmer med den typen politisk og ideologisk bakgrunn. En av grunnene er at oppfatningen om propaganda nå oppleves som negativt, som om det er noe som ikke kan være positivt. Det er også fordi at regjeringen har sluttet å betale for tjenestene til Disney. De hadde kommet seg gjennom krigen, og hadde dermed ikke bruk for Disney sine tjenester i den nærmeste fremtiden.

Konklusjon

Disney sin propagandaproduksjon var en mangeårig fase som var helt ulik noe annet selskapet har gjort før eller siden. For å kunne dømme om propagandaen til Disney var vellykket, så må det først bli festet en målestokk. Det var flere måter å klassifisere hva vellykket propaganda er. Jeg mener at den versjonen som passer best til å dømme hvor vellykket propagandaen er blir om den utfører det propagandisten ville, og om budskapet blir videreformidlet på en måte som er lett å forstå uten at det blir for åpenbart hva filmens formål er.

⁸ Charles Solomon. "The Disney Studio at War." In Animation, 148

De tre filmene som ble analysert i disse tekstene er tre gode eksempler på filmer med forskjellig budskap og fremgangsmåter. Education for death er spesielt en veldig god propagandafilm, som bygger på frykten som allerede satt inne hos de fleste amerikanere, og bruker en uskyldig unge til å fremheve poenget sitt. Og Der Fuehrer's Face har en humoristisk vri som gjør at det er en film som kan bli sett flere ganger av personer av alle aldre. Og så har vi Commando Duck som er en ganske normal kortfilm, men er og den filmen av de tre som står svakest fordi den er mest som en vanlig Disney kortfilm

Jeg mener at Disneys propaganda hadde en spesiell fordel som gjør at den er ganske vellykket. Og det er at de fleste kortfilmene deres er produsert for hele familien, så de får et mye bredere publikum enn det andre filmer hadde gjort. Det er også litt ironisk at Nazi-regimet blir beskyldt i filmen for manipulering av barn fra tidlig alder, når det kan argumenteres for at Disney og militæret gjør det samme bare på en litt mer skjult måte. De som er lettest å manipulere er de som ikke har utviklet seg ferdig.

Jeg mener at hvis vi ser på helheten av Disney sin propagandaproduksjon så har de alle kravene til vellykket propaganda. De går heller ikke under noen av kjennetegnene på mislykket propaganda. De var et godt kjent selskap som allerede har bygget en relasjon med publikum. Andre verdenskrig var underveis, så relevansen er der, og ingen føler seg lurt til å se propaganda ettersom de får mye av det samme som de forventet av Disney tidligere også.

Når det kommer til konsekvenser for den amerikanske kulturen så mener jeg at det var flere mulige konsekvenser for den amerikanske kulturen. Det første er at disse filmene var med på å gi flere unge amerikanere fordommer mot folkeslag fra de landene som var på feil side av propagandaen. Det er i dagens USA, ennå store problemer med rasisme, og fordomsfulle personer. Disney sin propagandaproduksjon har ikke alene skylden for den utviklingen, men de kan ha bidratt til at den yngre generasjonen som vokste opp med disse filmene lærte seg fordommer basert på hvor noen kommer fra. I tillegg til det USA sentrerte bildet som har blitt presentert av amerikansk media, som har påvirket mange til å vokse opp med tanken om at USA er verdens beste land, og mangler kunnskaper om land og kulturer fra andre deler av verden.

Den største konsekvensen er at Disney overlevde på grunn av pengene de fikk fra staten. Hvis Disney ikke hadde fått de godt betalte bestillingene fra militæret, så er det en stor sannsynlighet for at Disney hadde gått konkurs. Da hadde et av USA sitt største medieimperium ikke eksistert lenger. Det er et gigantisk firma som har påvirket den amerikanske kulturen i over hunder år. De fleste som lever på denne jorden i dag, har vokst opp med Disney sine filmer. De har blitt en sentral del av ikke bare den amerikanske kulturen, men har strukket seg ut til å bli et globalt fenomen. I dag er Disney verdt 168.9 milliarder dollar, og eier en stor del av dagens underholdning.

Litteraturliste:

Kinney, Jack. *Der Fuehrer's face*. United States: Walt Disney Productions , 1943.

Education for Death: The Making of the Nazi. USA: Walt Disney Studios, 1943.
<https://archive.org/details/EducationForDeathTheMakingOfTheNazi>.

King, Jack. *Commando Duck*. United States: Walt Disney Pictures, 1944.

Donald's decision. Canada: Walt Disney Studios, 1942.
<https://archive.org/details/DonaldsDecision>.

King, Jack. *The spirit of '43*. United States: Walt Disney Studios , 1943.
https://archive.org/details/TheSpiritOf43_56.

Jackson, Wilfred. *The new spirit*. United States: Walt Disney Studios, 1942

Raiti, Gerard C. "*The Disappearance of Disney Animated Propaganda: A Globalization Perspective*." *Animation : An Interdisciplinary Journal* 2, no. 2 (2007): 153-69.

Manninen, Tuomas W. "*Let Slip the (Donald) Ducks of War!*" In *Disney and Philosophy*, 217-26. Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2019

Mull, Christian. Wallin, Matthew. *Propaganda: A Tool of Strategic Influence*. American Security Project.. 2013

Reeves, Nicholas. *The Power of Film Propaganda : Myth or Reality?* London: Cassell, 1999.

Seán Harrington. "World War II and Propaganda." In *The Disney Fetish*, 169. Indiana University Press, 2015.

Charles Solomon. "The Disney Studio at War." In *Animation*, 145. John Libbey Publishing, 2009.

Gabler, Neal. "Disney Joins Up: To Claw Its Way Back from Catastrophe, the Studio Dove into Defense Work.(Walt Disney Studios' War Effort)." *World War II* 30, no. 6 (2016): 52.