

ТМ	Г. XXXIII	Бр. 4	Стр. 1453-1479	Ниш	октобар - децембар	2009.
----	-----------	-------	----------------	-----	--------------------	-------

UDK 32.019.5:355.4]:791.228(73)Dizni V.

Оригинални научни рад
Примљено: 2.4.2009.

Миша Ђурковић
Институт за европске студије
Београд

РАТНА ПРОПАГАНДА И ЛИБЕРАЛНА ДЕМОКРАТИЈА (Ратни ангажман Волта Дизнија)

Резиме

Аутор поставља питање да ли се ратна пропаганда либералних демократија заиста фундаментално разликује од пропаганде недемократских држава. Као пример се користи мало истражени ратни ангажман Волта Дизнија чији је студио током Другог светског рата био под директном контролом и управом војске и владе Сједињених држава. Након детаљне анализе Дизнијеве ратне продукције установљава се да су у тренутку фундаменталне угржености коју доноси тотални рат и либералне демократије једнако склоне пропагандној употреби или злоупотреби свих облика комуникације, укључујући и дечју анимирану индустрију.

Кључне речи: Волт Дизни, цртани филм, демократија, пропаганда, Паја Патак

Цртани филмови представљају један од најинтригантнијих облика савремене популарне културе. Ова продукција је током двадесетог века преузела функцију коју су у деветнаестом веку имале класичне бајке, делујући као један од најупечатљивијих облика дечје педагогије, и инструмената подстицања и обликовања дечје имагинације. С друге стране, као и сви облици популарне културе и цртани филмови су дошли у канце политике. Штавише, управо због своје једноставности, пријемчивости, визуелне атрактивности и способности да лако пренесу поруку најмађима, али и широким слојевима старијих, анимирани филмови су постали предмет великих и бројних контроверзи. Наведимо неколико примера.

Карактер код нас познат као Сунђер Боб Коцкалоне, у више земаља дошао је под око критике. Предмет пажње била је како читава психоделична атмосфера света у коме се креће (по многим ди-

ректна асоцијација на опијате), тако и његов андрогени лик који је у неколико земља оптужен за подстицање и промовисање хомосексуализма. Најдаље су отишли у Пољској где је парламент формирао анкетну комисију која се бавила испитивањем наведених тврдњи о штетности емитовања *Телетабиса* и Сунђер Боба.

Сунђер Боб Коцкалоне спада у нову генерацију цртаних који одражавају нову политичку коректност рођену почетком деведесетих година. Исти тај нови дух коректности знатно је ограничио приказивање раније генерације анимираних филмова. Под удар су највише дошли *Том и Цери* због велике количине насиља¹ због које су иначе забрањивани и цензурисани у скандинавским земљама још током осамдесетих година. У складу са захтевима новог времена, многи кратки филмови веома популарни ранијих година, постепено су чишћени од гегова који су сачињени од стереотипа о разним етничким и расним мањинама, које се данас тумаче као елементи расизма.² Ово се дешава и другим сферама популарне културе па је недавно под удар дошла и једна епизода стрипа *Тин Тин* која се дешава у Конгу и у којој се појављују расистички интониране сцене.

Много више контроверзи је наравно повезано са поджанром цртаних филмова за одрасле као што су *Краљ брда*, *Саут парк* или *Симпсонови*. Већина ових серијала наменски подстиче стереотипе и бруталности заиста истражујући феномене савременог друштва, борећи се да пређе с ону страну политичке коректности. Отуд није чудно што бројне епизоде ових серијала изазивају контроверзе. Пре пар година *Симпсонови* су чак изазвали међународни инцидент када је влада Бразила протестовала због епизоде која се дешава у њиховој земљи. Ради се о епизоди у којој су по њима изложени сви најгори стереотипи о Бразилу, који је представљен као изузетно опасна дестинација где се туристи отимају због откупа.

¹ Насилни гегови, туче, експлозије, стрпоштавања, исецања су чинили велики део репертора и заплета великог броја класичних јунака. Како би изгледали Попај и Баца или Којот и Птица тркачица, или Душко Дугоушко ако би се елиминисало насиље?

² На *Ју тјубу* се могу наћи специјални клипови направљени као компилације одавких наводно расистичких сцена из Душка Дугоушка и Дизнијевих филмова. Тако се и чувене сцене из *Књиге о џунгли* када Балу пева *I wanna be like you* тумаче као расистичко подсмевање црнцима и њихово поређење са мајмунима. Проблем са овом врстом политике је то што се не зна где ставити границу и када представници неке етничке групе почињу да причу о себи доживљавају као дискриминацију или увреду. Представници италијанске заједнице су се тако побунили против филма *Велики убица ајкула* (*Shark Tale*) зато што на неадекватан начин приказују њихову заједницу као криминогену. Али проблем је у томе што је редитељ читаву карактерологију Дон Линове дружине преузео из других продуката популарне културе, бројних филмова о италијанској мафији у Америци попут *Кума*, који су базирани на реалним основама.

Постоји, међутим једна друга димензија овог жанра популарне културе којом бисмо оведе желели да се бавимо. Ради се о директној употреби индустрије анимираних филмова³ у сврху ратне пропаганде и подстицања мржње и насиља код грађана своје земље. Почнимо од најрадикалнијег случаја који се недавно појавио. Палестински покрет Хамас, владајућа странка на Западној обали, већ више од две године на својој телевизији *Ал акса* (названој по чувеној џамији која се налази у Јерусалиму под контролом Израелаца) има дечји програм који се назива *Пинонири сутрашњице*. Епизода траје око 85 минута и емитује се сваког петка. Усмерена је према деци узраста од 7 до 13 година и у основи следи форму америчких дечјих шоуа попут *Улице Сезам*. Водитељ програма је дванаестогодишња девојчица Сара Барнуми, којој у томе помаже лик у костиму једног цртаног јунака. До сад их је било четворо: миш Фарфур, пчелац Нахул, његов брат зец Асуд и медвед Нусри. Хамасова продукција разумљиво нема довољно новца да производи скупе и захтевне цртане филмове,⁴ али користи ни мање ни више већ управо јунаке америчких цртаних серијала.

У питању је обрт реконтекстуализације симбола и нарације који у потпуности одговара постмодерном времену у коме живимо. Хамасова продукција је за своје ултрамилитантне потребе напосто присвојила симболе које је америчка глобална продукција учинила деловима нашег савременог несвесног. Миш Фарфур је наима клон Микија Мауса, Дизнијевог основног лика често описиваног као уз кловна Роналда из *Мек Доналдса* и *Кока колу*, најзначајнији симбол америчког културног империјализма. Костимирани Фарфур такође говори пискавим гласом, (додуше на арапском), једнако је обучен и има исте покрете тела као Мики.

³ Говоримо о читавој индустрији која се развила почев од јунака филмова, а која данас обухвата лутке, школски прибор, сличице, играчке, стикере, одећу са њиховим ликовима итд.

⁴ Мада је било покушаја снимања луткарске анимације као најјефтиније продукције. Такав је на пример филм у коме палестински дечак, коме су Американци убили родитеље, браћу и сестре, након исцрпног дијалога мачем убија Џорџа Буша обавештавајући га да је Бела кућа у међувремену претворена у џамију. Види <http://www.youtube.com/watch?v=K-FGfUTRO2s&feature=related>. Такође Хамас је за потребе обрачуна са ривалским Фатахом направио петоминутни пропагандни спот у коме је себе представио као храброг лава Симбу, јунака Дизнијевог филма из 1994, *Краљ лавова*, док је Фатах представљен као скуп разних корумпираних мишева који се размећу америчким доларима и оружјем, пале џамије и куће, терају жене да скидају зар и уништавају палестинско друштво. Разљућени Симба их у трен ока почисти и врати мир у долину под палестинском заставом. Види <http://www.youtube.com/watch?v=waJLsT1ohd8> Постоје и краћи антисемитски филмови усмерени на подизање свести о томе да Јевреји хоће да профитирају на арапској неспремности и успаваности.

У идентичну форму хамасови продуценти су међутим, уписали један сасвим другачји садржај. Фарфур промовише мучеништво, тероризам, мржњу према Јеврејима, ционистима, Израелу, Америци и њеним лидерима, У разговору са Саром и децом која се укључују у програм, он на крајње милитантан начин учи децу да је циљ сваког пионира сутрашњице да се припреми за борбу против Јевреја, за ослобађање муслиманских земаља од стране окупације свим средствима. По правилу и Фарфур и његови наследници најчешће понављају поклич „Ослободићемо Ал Аксу од прљавих злочинаца циониста!“

У низу епизода Фафур је са децом певао песме препуне говора мржње, глумио пуцање из аутомата, учио клинце да никада не смеју да се предају, да ће Муслимани обновити своју величину итд. Најзанимљивији је свакако начин на који је Фарфур уклоњен из серијала. Наиме, његова појава и чињеница да се ради о неовлашћеном фалсификовању и злоупотреби Дизнијевог лика, наишли су на бројне критике и осуде посебно од стране Американаца и самог Дизни студија. Стога су продуценти проценили да ипак морају да престану са том врстом праксе. Међутим, и тај чин је упакован у најрадикалнију пропаганду. У последњој епизоди, Фарфур најпре разговара са дедом који му предаје кључеве и тапије који непобитно доказују да су Тел Авив и Јерусалим одувек припадали њима и предаје му завет да се бори за њихово ослобађање, након чега умире. Следи затим сцена у којој Фарфура у кацеларији испитује агент јеврејске државе, тражећи од њега да им за добре паре преда кључ и тапије које је добио од деде. Фарфур разумљиво испољава велику храброст, достојанство и веру одбијајући да преда кључеве „криминалним терористима“. Агент устаје и почиње брутално да га туче пре камером да би слика нестала и још једно време се чули звуци батињања и Фарфуровог бола. Камера затим приказује Сару која мале гледаоце обавештава да су изгубили пријатеља Фарфура, који је мученички умро бранећи своју земљу, а убијен је од руку злочинаца и убица који убијају и малу децу, који су криви за смрт муслиманских светаца итд.

Већ у следећој епизоди појављује се пчелац Нахул, будући Сарин сарадник који обавештава децу да ће наставити светим путем борбе за слободу којим је ходао Фарфур. Након једног броја епизода током којих је учио децу да кад порасту треба да крену у Цихад, и Нахул умире на начин који одговорност за његову смрт директно повезује са Јеврејима. Нахул се озбиљно разболи и једини начин да се излечи јесте излаз из Газе и долазак у Египат на операцију код добрих муслиманских доктора. Међутим, израелска војска затвара границу и Нахул на рукама својих родитеља, пред очима камере умире.

По већ устаљеној схеми, која деци треба да усади свест о томе да су сви они само делић ланца непрестане борбе и жртвовања које треба да доведе до ослобађања светих места, већ у следећој епизоди

уводи се зец Асуд. Овај лик, који неодољиво подсећа на Душка Дугоушка, долази из избеглиштва у Либану, прелазећи границу са Египтом и сазнаје да му је брат Нахул мученички умро. Он се заветује да ће осветити смрт Нахула и наставити борбу за ослобађање, са жељом да и сам преузме улогу мученика. Своје име (лав) образложио је тиме што жели да поједе све Израелце. Током свог гостовања код Саре, посебно се истакао у епизоди која се бавила осудом познатих данских карикатура *Јиланд поста* подстичући мржњу код деце и преиспитујући разлоге слабости Муслимана кад им се такве ствари догађају. Свој век у *Пионирима*, Асуд је окончао у епизоди од 2. јануара 2009 када је подлегао повредама насталим услед напада израелске армије. Наследио га је медвед Нусри који је врло пластично објаснио да је дошао у Палестину да буде муџахедин и да носи пушку.

Емисија *Пионери сутрашњице* представља заиста најрадикалнији облик пропаганде усмерене ка деци. Овакве ствари се могу очекивати од радикалног исламистичког покрета који сматра да су сва средства дозвољена у пре свега верском рату који води са хришћанима, Јеврејима и домаћим издајницима из *Фатаха*. Хамас је укључен у један облик тоталног рата и у складу са тиме они су читаво друштво, са свим његовим сегментима увели у облик перманентне мобилизације за сукоб, и оно што они виде као одбрану од страних агресора. У овом тоталном систему образовање, здравство, спортске активности, социјална помоћ, бизнис, култура, војне активности и други облици деловања чине један систем базиран на фундаменалним захтевима вере, чије је врхунац политика као систем организације свега овог осталог.

Ова врста тоталитарних система која пропагандни рад са децом сматра легитимном припремом за њихово укључивање у систем као будућих лојалних чланова, познат је из историје. Сви смо годинама учени да насупрот оваквим тоталитарним системима стоје демократске земље у којима су деца поштеђена и заштићена од манипулације. Да ли је то заиста тако? Културна индустрија усмерена ка деци у демократским земљама као што знамо пре свега се повезује са именом Волта Дизнија. Дизни је у широј јавности нека врста симбола за дечју безбрижност, наивност, санитаризацију, односно одвојености дечјег света маште од стварног бруталног живота са свим његовим манама и пороцима.⁵

И мада је у последњих пар деценија и та врста представе почела да се пропитује и да се јављају озбиљне анализе које у његовим

⁵ Погледати читав први део књиге *Од Миша до Сирене* који носи наслов “Санитаризација, Дизнијев филм као културна педагогија”, а посебно есеј Хенрија Гируа, “Преко политике безбрижности”. Haas, L, Bell, E, Sells, L, (1999), *From Mouse to Mermaid*

филмовима откривају имплицитно читавање пожељног система вредности, идеологију меке америчке доминације, као и контроверзе из Дизнијевог живота, некако је сасвим по страни остао његов најдиректнији ратни ангажман. Иако је петогодишње ратно искуство чинило велики и значајан део ангажмана Дизнијевих студија и то управо у време када су постављали основу свог будућег креативног и финансијског успеха, у академској литератури скоро је немогуће наћи чланак који се бави овим периодом. Чак и многи Дизнијеви биографи нерадо и непотпуно говоре о овом периоду као нечему што на просто треба избрисати, јер се директно коси са оном санитарном, заштићеном сликом безбрижности Дизнијевог дечјег царства. Сам Дизни нпр никада није дозволио да се филмови попут *Фиреровог лица* прикажу на телевизији. И заиста, како савременој јавности приказивати Пају Патка у нацистичкој унформи са свастиком на руци?! Погледајмо стога како је започео, како је текао Дизнијев ратни ангажман и шта је иза себе оставио овај период сарадње Дизнијевих студија са раним департаментима америчке владе. Ово истраживање треба да нам помогне у испитивању тачности стереотипа који тврди да демократске владе, за разлику од недемократских и ауторитарних, у рату поштују одређене границе у пропаганди и манипулацији.

На почетку треба истаћи да је истраживачима посао истраживања Дизнијевог ратног ангажмана од недавно доста олакшан. Године 2004, у оквиру серијала *Walt Disney Treasures*, појавио се дВД диск *Волт Дизни на првој линији фронта (Walt Disney on the Front Lines)*.⁶ На поменутом диску на једном месту налази се највећи део директне ратне пропаганде произведене у студијима Дизни током рата. У овом тексту ћемо се бавити углавном садржајем ове колекције, који је настао у периоду 1942-1945.

Но, Дизнијев ратни ангажман почиње пре ове директне пропагандне продукције настале под директном контролом америчке државе и војске. Он је заправо отпочео почетком 1941. године када је Дизнијева трупа заједно са још једним бројем уметника ангажована од стране државе за турнеју добре воље по земљама Јужне Америке. 2008 је снимљен документарни филм *Ел Групо* (тако се ова екипа назвала) који анализира и разјашњава ову значајну турнеју. Волт Дизни иначе никада није престао да подржава и промовише идеје америчког мејнстрима и да у потпуности брани и развија политику своје државе. Од промовисања идеологије *Њу дила*, радне етике у

⁶ Видети дВД *Walt Disney Treasures - On the Front Lines*, 2004

свом првом дугометражном филму *Снежана и седам патуљака* до сарадње са *ФБИ*-ом и цинкарења људи из филмске индустрије за које се сумњало да су комунисти.⁷ Стога је сасвим очекивано што је прихватио ову значајну мисију која ће у потпуности најавити каснију идеолошку културну политику вођену током хладног рата.

Постојао је и други, далеко прозаичнији мотив. Након великог уметничког али и финансијског успеха *Снежане*, Дизни је крајем претходне деценије улетео у велике кредите и замашне и скупе пројекте као што су *Фантазија*, *Дамбо* и *Бамби*. *Фантазија* је завршена 1940 и доживела је крах на биоскопским благајнама. С једне стране радило се о доста опскурној идеји да се направи дугометражни филм базиран на великим темама класичне музике, што је веома елитистичка и артистичка идеја, али тешко пријемчива широким слојевима публике. С друге стране, *Фантазија* је постала и жртва околности јер је с почетком рата претходне године Дизни изгубио огромно тржиште. Све у свему, компанија и њени новоизграђени студији били су у изразито тешкој финансијској ситуацији, коју је појачао и велики штрајк радника крајем 40-е, за који је Дизни иначе оптуживао комунисте. Државна финансијска и пословна помоћ била је неопходна за преживљавање.

Држава је опет, Дизнијеву индустрију с правом доживела као један од најважнијих ресурса за оно што Џозеф Нај назива *меком моћи*, односно за америчку пропаганду и јавну дипломатију. Припремајући се за неминовно учешће у већ разбукталом рату, Американци су најпре желели да осигурају своје двориште. Јужна америка је традиционално имала лоше односе са Јенкијима, а култура ауторитаризма и диктаторске управе по природи ствари је многе од тадашњих владара водила ка блиским односима са нацистима. Нацисти су доста инвестирали у прављење добрих односа са јужноамеричким елитама и као што је познато велики број њих је управо тамо нашао склониште након 1945. С друге стране иако су и елите и обични људи били веома скептични према свом северном суседу, Мики Маус је

⁷ У оштром нападу пар година након његове смрти, Дизнијеву продукцију су радикални левичари, феминисткиње и грађански покрети за расну једнакост описивали као све најгоре што се може наћи у америчком друштву и међу америчким *мејнстрим* вредностима. Дизни је заиста у свом раду покушавао да устоличи и одбрани класичне «буржоаске» вредности на којима је Америка изграђена. Треба поменути и његову функцију потпредседника организације формиране 1944 која се звала *Филмско удружење за очување америчких идеала*. Ова изразито антикомунистичка организација окупљала је и Гери Купера, Клерк Гебла, Барбару Стенвик, Цона Вејна и многе друге људе десне оријентације из филмске индустрије. Занимљиво да им је манифест 1948. написала чувена списатељица Ејн Ренд, једна од хероина либертаријанске десне Америке. Види Watts, (2001), стр. 240

био најпопуларнија фигура популарне културе. Ангажовање Дизнија требало је да на тој чињеници побољша имиџ целокупних САД и приближи земље јужне Америке и њену популацију свом северном суседу.

Турнеја је била вишеструко успешна. *Ел Групо*, састављена од Дизнија, његове жене Лили и још 16 његових врхунских уметника, режисера, цртача и композитора, током десет недеља пропутовала је четири земље: Бразил, Аргентину, Перу и Чиле. Група је свуда наилазила на веома топао пријем, спроводећи своју основну мисију. У исто време радило се о револуционарном упознавању и откривању културе ових земаља од стране америчких уметника. Као што је познато већ следеће године појавио се 43-минутни дугометражни филм *Салудос Амигос*, састављен од четири епизоде од којих се свака одвија у по једној од поменуте четири државе.⁸ Филм је очигледно рађен са изразитим пропагандним подстреком. Основна идеја јесте холивудска обрада читавог културног наслеђа јужне америке као нечега што САД признају, уважавају и доживљавају као легитиман део генералне америчке културе. Тиме што гледају Шиљу и Пају обучене у своје локалне ношње и интегрисане у свој традиционални начин живота, визуелну топографију и музичке пејсаже, житељи ових земаља би требало да и себе приближе идејама, вредностима и циљевима свог доброћудног северног суседа.

О чињеници да је приступ крајње лицемеран говори чињеница да латиноамеричких мотива у америчкој популарној култури до тада има изразито мало, осим слике Мексиканаца као углавном прљавих, покварених и задриглих превараната из вестерн филмова.⁹ Но, упркос лицемерно пропагандним мотивима стварања, *Салудос Амигос* је право ремек дело. Дизнију и његовој екипи је ова турнеја била невероватан креативни искорак будући да су открили читав један континент са мноштвом мотива и идеја. Док су гледаоци у јужноамеричким земљама могли да уживају у Дизнијевим ликовима као својим суграђанима, Американци су по први пут могли да у једном проду-

⁸ У Чилеу упознајемо Педра, мали авион који разноси пошту, У Перуу Паја Патак упознаје чудесни свет око језера Титикака, у Аргентини Шиља нам представља свет локалних каубоја, гаучоса и на крају Паја уз попоћ Жозеа Караоке упознаје музички и визуелни колорит Бразила.

⁹ Ово треба упоредити са сличним обртом у третману радника унутар британске филмске индустрије након почетка рата. Пре рата радници су традиционално приказивани на карикатурни начин, као скуп општих предрасуда о Џону Булу. Након почетка рата у коме се елита изузетно плашила како ће се под бомбама понашати радничка класа, као по наредби у филмовима почиње њихово представљање као обичних, пристожних људи, а режисери покрећу индустрију прича о малим људима и њиховим социјалним проблемима. Успех стратегије је био велики. Види, Taylor, P., (1995), стр. 218.

кту популарне културе открију читав нови, богати свет музике, игре, боја, флоре и фауне, и различитих традиција. *Салудос Амигос* и *Три кабаљероса*, филм који је уследио 1944, направили су праву револуцију у америчкој популарној култури тиме што су широком аудитооријуму скренули пажњу на богатство културе која постоји јужно од њих. Тек након тога су нпр. поједини амерички џез музичари озбиљно и систематично почели да истражују кубанску и бразилску музику и плесове.

Те 1941, иако САД још увек нису биле формално увучене у ратна дејства, поједини делови америчке администрације и војне индустрије, већ су почели да наручују прве продукте од Дизнија. Први филм је урађен за *Локхед* компанију, познатог произвођача војних авиона. Био је то кратки едукативни анимирани филм „Four Methods of Flush Riveting“ који је служио за обуку механичара у *Локхеду*. Овај филм се и до данас сматра моделом јасног, прецизног и концизног едукативног анимираниог филма. Исте године Дизни је по наруџбини владе Канаде урадио два нискобуџетна кратка пропагандна филма, намењена промоцији продаје ратних обвезница.¹⁰ Након 7. децембра Дизнијев студио је де факто био укључен у систем одбране САД, односно постао је део војне машине Америке. Војска је буквално преузела студио и ставила га у своју функцију.¹¹ СА 95% продукције рађене за Владу, Дизни студио је постао права ратна фабрика.

У време почетка рата, Дизнијева продукција је већ била један од најутицајнијих стубова глобалне популарне културе. Није стога чудо што се продукти са његовим ликовима могу наћи буквално на свим странама фронта. На изванредном сајту Дејвида Лесјака *Цртани ликови у рату (Toons at war)* могу се видети најразличитија сведочанства о појављивању Дизнијевих јунака на веома чудним и бизарним местима током рата, односно сведочанства о њиховом “учешћу у рату”. Ту спадају на пример гас маске за децу које је ауторизовао Волт Дизни. Интересантно је да се Мики и његови другари могу срести нацртани на авионима двојице немачких пилота (Ханс Шмолер Харди и Хорст Карганико), РАФ-овог француског пилота Рене Мушоа и чак код неколико совјетских пилота. Чак је и неколико озло-

¹⁰ Ради се о филмовима *Штедљиво прасе* и *Седам мудрих патуљака*. Пошто је буџет био мали, Дизни је искористио секвенце из своја два ранија филма. У првом је коришћен филм *Три прасета*, при чему је вуку додата свастика да би подсећао на Хитлера, а кућа трећег прасета направљена је од обвезница па њу вук не може да сруши. У другом су коришћени делови *Снежане* и *седам патуљака*. Патуљци након рада своје благо носе у банку и купују обвезнице.

¹¹ Опис овог чина може се наћи у Вотсовој књизи. У рано јутро осмог децембра, службеник је обавестио Дизнија да је 500 војника умарширало у студио и преузело га за војне потребе. То је био једини холивудски студио који је војска директно преузела. Watts, (2001), стр. 228.

глашених немачких подморница које су оперисале на Атлантику, имало на себи Микијев лик. Стога је било разумљиво што је држава у рату користила Дизнијеву продукцију и посебно његов весели пантеон као један од стратешки важних ресурса за мобилизацију, подизање морала, пропаганду па чак и за контраобавештајне активности.¹²

Филм је иначе препознат као суштинско пропагандно оруђе на свим странама рата. Треба навести податак да је у Британији крајем рата чак половина популације, око 30 милиона људи бар једном недељно ишло у биоскоп. У Америци је тај број достигао 80 милиона којима је мултимедијална порука могла да се континуирано шаље. О значају филма најбоље говори изјава председника Рузвелта: “Индустрија покретних слика могла би да буде најснажније пропагандно средство на свету без обзира да ли она то хоће или неће.”¹³ Америчка влада се тако и понашала, стављајући под своју директну контролу читаву филмску индустрију. У Британији нпр. чак ништа није могло да се приказује у биоскопима без дозволе Министарства за информисање. У Америци то није био случај, али је држава регрутовала све ресурсе из филмске индустрије за вођење пропагандног рата. Док су у стриповима Бетмен, Икс 9 или Капетан Америка тукли и елиминисали немачке агенте, на филму су то радили Тарзан или Шерлок Холмс.

Ратни департаман владе САД је само за филмове произведене за обуку војника годишње трошио око 50 милиона долара. Биро за ратно информисање (OWI)¹⁴ је у јуну 1942 издао приручник намењен холивудским актерима у коме су набројане пожељне теме за које је процењено да би могле да допринесу ратним напорима. Пет тема је издвојено као приоритет: објаснити зашто се Американци боре, насликати Уједињене нације и њихове народе, подстаћи рад и производњу, подићи морал на домаћем фронту и насликати храброст војске. Филм је препознат као најбоље средство масовне едукације о рату и месту и улози сваког човека и сегмента друштва у ратним напорима земље. Холивуд се наравно, повиновао овим задацима па је настао велики број филмова који су говорили о храбрости Американаца или о херојској борби њихових савезника. За Владу су радила так-

¹² Познато је да су Хитлер и Гебелс били велики фанови Дизнијевих филмова које су често гледали у приватности својих одаја, док је званично ова продукција била забрањена за приказивање у биоскопима.

¹³ Taylor, P, (1995), стр. 229.

¹⁴ Ово је агенција која се бавила такозваном белом пропагандом, која се одликује слањем порука са познатих адреса и легитимних извора. Црну пропаганду, која користи све облике и методе пропагандног рада укучујући и уцене, тортуре, лажно представљене изворе емитовања итд, обављала је агенција названа Биро за стратешке услуге, OSS (Office of Strategic Services). Њеном трансформацијом крајем рата настала је Централна обавештајна агенција, CIA.

ва имена као што су Џон Хјустон, Џон Форд или Били Вајлер. Најважнији је свакако рад Френка Капре, који је тада постао мајор војске. По наредби Врховне команде, Капра је снимео читав серијал од седам веома успешних дугометражних документарца под именом *Зашто се боримо* (*Why we fight*). Најпре су били намењени војсци, али је због квалитета одлучено да иду и у комерцијалне биоскопске пројекције.¹⁵ Два од ових седам су технички дорађивана у Дизнијевом студију.¹⁶

У овом периоду Дизни је радио за скоро све департмане америчке владе. Поменимо морнарицу, ваздухопловство, министарство пољопривреде, министарство финансија и копнену војску. Чак 90% његових запослених радило је искључиво за ове војно-пропагандне потребе у датом периоду. За то време произведено је око 68 сати филмова. Продукција се упетостручила иако му је чак трећина запослених била регрутована. Неки су долазили на посао у униформи.

Осим за прављење филмова, Дизнијев студио био је ангажован и за цртање постера, објављивање књига и стрип магазина, за израду војних инсигнија и плаката¹⁷ и друге сродне послове. Често су то биле наменске кампање као што је кампања за уштеду горива која поручује да је патриотски да се већи број грађана вози истим аутом. На плакату је нацртан чувени Пајин ауто у коме се весело вози велики број ликова док се само он љути.

Пошто су неки филмови рађени самостално, неки у копродукцији са другим студијима, а у неким је Дизнијев студио само обављао техничке ствари или дораду, још није утврђен тачан број филмских продуката из ратног периода који би се могли повезати са Дизнијем. На сајту www.disneyshorts.org, може се наћи списак од око

¹⁵ Треба макар поменути да је филмска индустрија и посебно британски актери који раде у Холивуду, била најважнији сегмент пропагандне борбе Велике Британије у циљу сузбијања америчког изолационизма и увлачења Америке у рат. Погледати књигу *Како продати рат*, Nicholas Cull, *Selling War*, Oxford University Press, 1996. Тејлор нас обавештава да је овај континуирани пропагандни рад изазвао побуну у Сенату, те да су двојица сенатора чак организовали анкетну комисију која је испитивала организовани рад на увлачењу Америке у рат. Видети Taylor, (1995), стр. 223 и 229.

¹⁶ Дизнијев студио није наравно, био једини студио за производњу цртаних филмова који је пропагандно ангажован. Употреба кратких цртаних филмова у Другом светском рату је специфично америчко искуство иза кога је остала веома богата продукција од преко 500 наслова. О читавом овом феномену погледати добру и прегледну студију Shull, S, Wilt, E, *Doing their Bit: Wartime American Animated Short Films 1939/1945.*, McFarland, 2004. За општи преглед глобалне продукције погледати Sébastien Roffat, *Animation et propagande : les dessins animés pendant la Seconde Guerre mondiale*, L'Harmattan, 2005.

¹⁷ Код Лесјака се нпр могу видети инсигније рађене за Пољске трупе у емиграцији, које су деловале под окриљем савезника.

осамдесет пописаних наслова, који укључује кратке филмове разних врста, од техничких, преко филмова за обуку и демонстрацију употребе оружја, затим филмова намењених за едукацију широког становништва у погледу здравља, исхране и хигијенских навика, до класичних пропагандних и контраобавештајних продуката. Неки од филмова су били строго поверљиви, а који су све домени обуке и ратне припреме били укључени, можда најбоље илуструје наслов филма *Неколико брзих чињеница о венеричним болестима*.

Колекција *Дизни на првој линији фронта* обухвата 33 најзанимљивија наслова подељена на два диска. Концентрићемо се управо на ту продукцију. Овде није могуће детаљно представити све ове филмове, али је битно уочити основне тенденције у њима, груписати их према намени и илустровати одлике пропагандне праксе преко најупечатљивијих примера.

Постоји најпре линија филмова која промовише војску и војнички живот. Ту треба набројати низ филмова који говоре о Пајином војничком животу као што су *Паја је регрутован*, *Војник који нестаје*, *Небески војник*, *Фол аут*, *фол ин* и *Стара војничка игра*. У овим филмовима пратимо догодивштине једног симпатичног, помало неспретног војника, који се стално натеже са својим надређеним наредником. Док гледамо Пају како љушти кромпир, покушава да испуни дневне обавезе, машта о лету и скаче падобраном, покушава да постави шатор, излази у град без дозволе итд, бивамо увучени у врлине војничког живота који нам се показује у хуманим бојама. Сама идеја рата, војске и војне службе се кроз овај сплет догађаја и увек симпатичног Пају Патка приближава обичном гледаоцу. Треба навести и филм *Одбрана земље* (Home Defense) у коме адмирал Паја организује противваздушну одбрану са сестрићима. Кроз уобичајене шале и неподопштине које сестрићи приређују ујаку, гледалац се забавља, опушта и подсећа да су сви укључени у ратни живот. Можда најпознатији филм из ове серије је *Патак командос* у коме Паја лети у Јапан и као падобранац искаче иза непријатељеве линије одбране. Затим га срећемо како у стилу Индијане Џонса пролази кроз разне замке и авантуре са Јапанцима да би на крају сам разрушио читаву њихову авијацију.¹⁸

¹⁸ Мотив борбе са Јапанцима јавља се и код других студија па тако срећемо и Попаја и Душка Дугоушка како бране америчке националне интересе у сукобу са далекоисточним нападачима. У монструозној филмској верзији *Три прасета* коју је направио студио браће Ворнер, на бункеру, односно кући трећег прасета стоји написано „Забрањено за псе“, али тако да је ово „псе“ прецртано а изнад

У ову врсту забавних пропагандних филмова спадају и два филма са Плутоном: *Армијска маскота* и *Војник Плутон*. У првом Плутоном покушава да постане добро храњена и пажена маскота у војном кампу. У другом најпре гледамо како Плутон маршира док затим безуспешно покушава да сачува топ од веверица Чипа и Дејла који желе да искористе топ за разбијање ораха.

Међу најзанимљивије спадају два филма са Шиљом у главној улози. У филму *Средства за победу*, Дизни се бави несташицом горива и гума у Америци услед рата. Шиља се креће америчким улицама и покушава да нађе најзанимљивије решење за алтернативно превозно средство које би надоместило аутомобиле. Ради се о изразито духовитом и забавном остварењу које се на пријемчив начин бави актуелним проблемом за све грађане Америке. У филму *Како се поштаје морнар*, једним од ретких који је касније доживео велики број емитовања, иако у цензурисаној верзији, Шиља има једну од својих класичних едукативних улога док нас води кроз историју неког заната или подручја људског стваралаштва. Овде је у питању историја морнарице. Различите инкарнације Шиље, од пећинског човека, преко викинга, Колумба или пирата, воде нас кроз сукцесивне фазе људске пловидбе до данашњих дана. То је онај филм са познатом секвенцом везивања чворова.

Међутим, након рата је исечен последњи минут филма који заправо представља кулминацију, телос целокупног подухвата, ка коме води читав претходна историја: као последњи стадијум у развоју морнарице приказује се моћна америчка фрегата са великим бројем топова. У њој спава десетина морнара који сви сањају вамп девојке. На звук сирена за узбуну, Шиља се облачи у официрску униформу и убацује торпеду у цев за испаливање. У њу некако и сам упадне тако да је финална сцена испаливање Шиље као торпеда који у ваздух диже један за другим јапанске ратне бродове да би се филм завршио разарањем читавог хоризонта који је представљен у облику јапанске ратне заставе.

У следећу групу спада четрнаест кратких филмова направљених за изразито практичне сврхе, усмерених ка појединим сегментима ратне привреде и практичног ратног живота. Држава увучена у тотални рат најширих размера очигледно мора себе да мобилише и уреди као кохерентан организам при чему ниједан сегмент тог друштвеног организма не сме да остане ван контроле. Ови филмови рађени по наруџби различитих департмана владе, баве се пре свега здрављем популације, и њиховом исхраном, као и едукацијом о потреби финансирања ратних напора од стране становништва.

написано „Депс“ (Japs) што је расистички и погрдан израз за Јапанце коришћен у Америци током рата.

Почнимо од ове „финансијске“ групе филмова који се баве порезима и обвезницама. Тавких је чак шест на листи. Већ смо помињали прва два које је Дизни урадио још 1941, по нарудби канадске владе. Филмови *Штедљиво прасе* и *Седам мудрих патуљака* урађени су да подстакну куповину ратних обвезница којима је влада финансира-ла трошкове рата са Силама осовине. Куповина обвезница представља се преко ових филмова и као најозбиљнија патриотска дужност, која нам помаже да сачувамо слободу, али и као мудар пословни потез, односно добро улагање свог новца. Због очигледног успеха филмова и све веће потребе за новцем, канадска влада је следеће године наручила још два слична филма. Први уводи Пају Патка, омиљено Дизнијево џангризало, јунака кога су масе волеле управо због незгодног карактера и сталне спремности да се буни.

Кратки филм *Пајина одлука* такође је рађен на основу већ постојећег филма *Пајино боље сопство*. Ово је један од најпознатијих кратких филмова са Пајом. Заплет се састоји у борби између Паје анђела који подстиче нашег јунака да иде у школу, буде добар ђак и извршава своје дужности, и Паје ђаволка који га подстиче да игнорише обавезе и школу, те да дан лепше проведе на пецању. Сукоб се наравно, окончава тако што толерантни анђео коначно прихвати насилне методе, претуче ђаволка и овлада Пајом одводећи га на крају у школу. Ратна верзија је тек делимично променила анимацију и уместо око школе заплет преместила на питање куповине обвезница. Док га ђаволак, који излази из кутије са јасно нацртаном свастиком, привлачи на тамну страну нудећи му да новац потроши на забаву и раскалашност, анђео га подстиче да зарађени новац уложи у ратне обвезнице и тиме помогне ратним напорима државе и себи као штедљивом, односно врлом човеку. Сукоб се кончава по ранијем рецепту, и Паја новац улаже у куповину обвезница.

Други филм, снимљен исте године, назива се *Сви заједно*. У питању је троминутна анимација у којој Дизнијеви јунаци дефилију испред зграде канадског парламента у Отави (иначе реплике британског Вестминстера). Веома је занимљиво гледати параду на којој уз веселу музику, као на карневалу пролазе Мики, Шиља, Паја, Пајини сестрићи, Плутон, седам патуљака, те Пинокио и Ђепето, носећи транспаренте који постичу продају обвезница. Дакле у циљу подстицања ратних напора савезника, Дизни је регрутова скоро читаву своју тадашњу менаџерију.

Успех ових филмова подстакао је и америчко Министарство финансија да га ангажује за сличне потребе у САД. Исте 1942. снимљен је филм *Нови дух*. Супротно мишљењу људи из Министарства, сам Дизни је инсистирао да управо Паја Патак буде главни јунак овог филма, симбол типичног Американца који зарађује мање од 3000 долара годишње. Циљ филма јесте подстицање и техничко ин-

струисање таквих просечних Американаца да на време плате свој годишњи порез на зараду, како би тиме извршили своју грађанску, али и патриотску дужност: порезом се финансира борба за домовину. Филм почиње обраћањем гласа из антропоморфизованог радио апарата Паји. У сјајно интонираном пропагандном говору којим се полако диже тензија, описује се зло које представљају Силе осовине (Ексис) и позива се на борбу са њима. Када већ распаљени Паја почне да се распитује где да се пријави за војску, радио апарат му објашњава да је од тога много важније да плати свој порез. *Taxes will win the Axis!* Порези ће победити Силе осовине. Други део филма протиче у директном појашњавању како изгледа формулар, где шта у њему треба уписати, како наћи своју пореску стопу и како израчунати колики је ваш дуг, као и где и како након тога послати свој чек.

Паја се, наравно показао као пуни погодак, а филм је био прави хит. Видело га је преко 26 милиона људи од којих су многи касније тврдили да их је управо Паја подстакао да редовно и са жаром испуне своје финансијске обавезе према држави.

Због тога је иста тактика примењена и следеће године, у доба када је стизало време за плаћање. По наруџби Хенри Моргентау Џуниора, тадашњег Министра финансија снимљен је *Дух 43.*, како би још једном подстакао Американце да новцем помогну рат. *Дух 43.*, је скупља и иновирана верзија идеје представљене у *Пајиној одлуци*, рађеној за Канађане. Паја представља америчког радника који са радосћу и осмехом подиже своју плату. Шта међутим урадити са добијеним новцем? Понавља се прича о бољем и лошем сопству, тако што с једне стране Пајина растрошна страна жели да он стуче сав новац на провод и раскалашну забаву. На то га подстиче ђаволска инкарнација, док њему супротстављени лик Патка у шкотском облику, захтева да се новац штеди, да се уредно плати порез и да се уштеда уложи у обвезнице. Ђаволак иначе постиже Пају да прође кроз врата „потрошачког раја“ која су „случајно“ направљена у облику велике свастике. У класичном сукобу добра и зла, открије се да ђаволак представља немачког агента. Добро у облику Шкота побеђује и Паја са радосћу извршава своје финансијске и патриотске обавезе. Порука је кристално јасна и врло занимљива у односу на представе о Америци као чисто потрошачком друштву: сваки долар потрошен на забаву у ратним временима значи помоћ непријатељу, сваки долар уштеде значи победу. *Taxes will sink the Axis!* Порези ће потопити силе осовине.

На овом примеру је важно уочити да за разлику од ауторитарних и тоталитарних система, демократије много више морају да прибегавају пропаганди и манипулацији када су овакве ствари у питању. Недемократски режими имају комплетну контролу над финансијским и економским системом, тако да могу да узимају кад и колико им је

потребно. Читав овај сегмент пропаганде и убеђивања грађана им је непотребан. Либералне демократије које почивају на идеји да нема опорезивања без представљања, морају да развијају најразличитија средства за убеђивање својих грађана да свој новац уложе у обвезнице, као и да сами обрачунају свој порез и тај новац доставе држави.

Дизни није био једини аутор ангажован за те потребе од стране Министарства. У оквиру својих ратних напора, влада САД је као и у Првом светском рату, између осталог ангажовала и најзначајнија имена популарне музике (феномен *Тин Пен Ели*). Најславнији композитор тадашњег доба Ирвинг Берлин по наруџби је написао песму *Има ли обвезница данас?* (*Any bonds today?*), како би подстицао куповину ратних записа. У чувеном и опет касније цензурисаном ултрапатриотском споту ову нумеру изводи Душко Дугоушко, уз помоћ Елмера обученог у униформу копнених снага и Гице обученог у униформу морнарице, док се иза њих ређају слике Џорџа Вашингтона, америчке заставе, моћна војна техника итд. Део који је цензурисан приказује Душка са лицем офарбаним у црно како би изгледао као тада популарни црначки певач Ал Џонстон. Ова секвенца која је требало да постави и црне грађане Америке да купују обвезнице, данас се сматра расистичком јер наводно приказује предрасуде и стереотипе о јужњачким црнцима.¹⁹

Други поджанр ове тематике јесу, занимљиво је, филмови о храни. Неке од њих је наручило и спонзорисало Министарство пољопривреде, а друге владина Канцеларија за међуамеричке односе. Први производ који се појавио 1942. је технички гледано изузетно успешан пропагандни филм *Храна ће одлучити рат*. Филм почиње класичним пропагандним текстом са елементима застрашивања који говори о „хордама Сила освине“ које уништавају све пред собом, ширећи немаштину, глад и болест по читавом свету. Ова нарација је праћена опустошеним пејзажима порушених кућа и запуштених поља. Међутим, у свом том мраку диже се једно светло, а то је америчка пољопривредна сила. Веома упечатљиве слике силуета америчких фармера наоружаних грабуљама, многе се приказујући праву војску, војску која има два пута више људи у саставу него што силе осовине имају војника.

Највећи део филма чини наизглед бизарно представљање резултата америчке пољопривреде: набрајање импресивних количина поризведеног жита, теста, сокова, млека, јаја, итд. Нпр. каже се да би

¹⁹ Види Најдук, Ј, (2003). У тексту се набрајају земље које је Хитлер до тада поробио и упозорава се да Америка може бити следећа. Да се то не би десило треба купити ратне обвезнице. Њима се купује слобода и свако треба да заграби и што више да купи. Детаљније о овој проблематици у есеју „Популарна музика и рат“ у мојој књизи *Слика, звук и моћ* која треба да се појави до краја године.

сва количина произведеног сира у Америци била бар осмина укупне запремине месеца итд. Оно што се успут провлачи јесу поруче да нпр. америчке шпагете могу да буду огроман џемпер који греје или да је бутер произведен у Америци довољан да се направи зид који би читаву Холандију заштитио од мора. Дакле имамо слику Америке и америчке хране који штите читав свет од „агресорских хорди сила Осовине“. Топоними са којима се америчка пољопривредна индустрија пореди су веома пажљиво бирани.

Најимпресивни део је свакако крај који представља кулминацију приче. Сва ова масовна производња „фармера који се жртвују и одричу“, (ово се стално понавља) омогућује да се покрене америчка армија. Гледалац види монументалне слике огромног америчког фармера који попут неког титана из свог џака сипа жито директно у резервоаре бродова, бродова „који ће бранити слободу, потопити немачке подморнице и одбранити суштинске вредности слободног човечанства“. Главне слободе цивилизације, које Америка брани док је Силе осовине угрожавају, претварају се у инсигнију са чувеним орлом, која се ставља на сваку кутију хране коју Америка испоручује у свет као помоћ или подршку. Управо та храна коју амерички фармери производе омогућује да се добије рат, закључује наратор.²⁰

Следеће године снимљен је кратки филм *Жито на коме почиња свет*. Ради се о веома занимљивом, едукативном и питорескном производу који даје историју кукуруза. Читав филм је посвећен његовом развоју, узгајању, ширењу итд, да би се дошло до његове савремене употребе. Показује се у којим је све сегментима крукуруз присутан и неопходан, да би се драматично прешло на нове облике његове употребе, посебно оне који су у директној вези са ратним дејствима. Наратор нам уз моћне и динамичне слике показује да се од кукуруза добија алкохол за гориво мотора, за бомбе које се бацају из авиона, гума која обезбеђује кретање и ратним возилима, материјал за тенкове, за бродове „мира“, возове, пластика од којих ће се градити будуће високе зграде итд.

Филм из 1945, *Планирање добре исхране*, више не помиње експлицитно рат, али је део генералног подухвата бриге за здравље

²⁰ Овај поучни филм о значају пољопривреде за неку земљу у временима рата најпластичније објашњава зашто данас све најразвијеније земље очајнички и брутално бране сопствену пољопривреду високим царинским и ванцаринским мерама заштите, иако би било далеко рентабилније увозити храну из сиромашнијих земља. Подсетимо да је Заједничка пољопривредна политика ЕУ традиционално била највећа ставка у буџету Уније (ишла је и преко 70%), а и данас није много мања ако се прерачуна и садржај структурних и кохезионих фондова. Сопствена пољопривреда је као и сопствено оружје главни приоритет у безбедносној и одбрамбеној политици.

грађана и њихове едукације о томе шта значи добра, квалитетна и разноврсна исхрана. Филм приказује немарног Чарлија и његову породицу који малаксали и безвољни седе за столом једући стално једну исту храну: кукурузни хлеб и пасуљ. Наратор објашњава да оба продукта припадају истој врсти хране, која је добра за енергију, али да недостају животински производи од којих добијамо мишићну масу, као и воће и поврће који нам дају јаке и здраве кости и зубе. Наратор учи главног јунака како да постане марљиви Чарли и да обезбеди својој породици све потребне намирнице, здраву исхрану и тиме много више радости, живости, предузимљивости и среће.

Условно у исту ову врсту спада прилично бизарни филм из 1943, *Од Тигања за пржење до борбене линије*. Мини се таман спрема да Плутону у посуду истресе остатке уља од пржења, када је глас са радио апарата упозорава да је боље да ту маст сакупи у конзерве и помогне нашим момцима на форнту (камера приказује слику Микија у униформи како виси на зиду). Плутон полако сакупља маст, затим пуну конзерву носи локалном месару који ће је предати војној индустрији да се од уља направе бомбе. Плутон ће за свој труд добити кобасице а штедњом масти, то смо већ научили, помоћи ћемо нашој војсци да победи.

Конечно, ту спадају и филмови посвећени здрављу. Они су делом део опште тоталне политике државе у рату која води рачуна о свим сегментима живота својх грађана (произвођача и потенцијалних ратника), и труди се да их унапреди, а делом део контраобавештајне активности, као припрема и едукација грађана за борбу против бацила болести које би непријатељ могао да убаци и шири на амерички континент. У ову групу спадају следећи филмови: *Крилата пошаст* и *Одбрана од инвазије* из 1943, те *Чистоћа доноси здравље* и *Шта је болест? (невидљиви непријатељ)* из 1945.

Крилата пошаст је одличан едукативни филм рађен као и остали под слоганом Здравље за (обе) Америке. Он се бави комарцем као преносиоцем маларије, кога назива Државним непријатељем бр.1. Филм почиње потерницом против комарца и објашњава која сва зла он може да изазове. Врло сликовито се показује како болест маларије може да онеспособи породицу и тиме уништи читаво домаћинство пошто нико више не може да ради. Филм детаљно упућује гледаоца у све могуће начине на које се комарац шири и како преноси болест загађујући храну и околину. Други део филма је нека врста журнала са практичним упутствима борбе против станишта комарца, превенције и сузбијања маларије. Читава прича постаје утолико занимљивија што нас кроз практични део воде седам патуљака с карактеристичним Тупковим чаролијама и мелодијом *Звижди док радиш* у позадини. Они санирају мочвару, чисте реку, покривају улазе

у кућу, стављају мреже, закопавају ђубре итд, ширећи ведрину и дух предузетништва, истовремено добро забављајући гледаоце.²¹

Одбрана од инвазије је снимљена исте године да би подстакла вакцинацију становништва. У комбинацији играног и анимираног материјала, гледалац добија прецизну едукацију о разним болестима и о значају вакцинације за сузбијање „непријатеља“, како оних малих, бацила, тако и оних великих са којима смо у рату и које не можемо победити ако не будемо здрави. Након добре едукације, клинци који су се најпре бојали, излазе из ординације задовољни и поносни што су добили вакцине.

Крајем рата појавила су се и друга два филма из ове серије. *Шта је болест*, је још један од филмова који објашњавају како микроорганизми проузроковани прљавштином воде, ваздуха и земље, доносе болест у наш организам и трајно нам нарушавају здравље. Наратор нас након тога води кроз низ практичних метода којима треба превентивно деловати и пре свега редовном хигијеном, (проветравањем, сунчањем, прокувавањем воде, прањем намирница, индивидуалном хигијеном) победити и протерати микроорганизме чиме се чува здравље. У филму *Чистоћа доноси здравље* ова тематика је додатно појачана јаким контрастом између здраве породице која води рачуна о хигијени и болесне породице која се о томе не брине, живи заједно са прасићима и кокошкама, обавља нужду у кукурузу који касније једе итд. Ова врста едукативних филмова била је ваома значајна у том периоду за читав континент (пројекат је водила владина агенција специјализована за односе са јужним суседима) па је Дизни наставио и после рата са њима. Тако се 1946. појавио кратки едукативни цртани филм о менструацији.

Овде свакако треба поменути и познати дугометражни филм *Победа кроз ваздушну моћ*, који је комбинација играног и анимира-

²¹ Британско Министарство информисања (МОИ) је још почетком рата схватило да је забавни контекст најадекватнији миље за пласирање пропагандне поруке. Према познатој истини најбоља пропаганда је она која се уопште не пласира као пропаганда и коју реципијенти тако не доживљавају. Стога је за разлику од нпр Немаца који су много полагали на журнале, МОИ је инсистирало на играним филмовима и другим облицима забаве и привидног ескапизма као најефикаснијем средству пропагандног деловања, пре свега према својим грађанима. Поента је да реципијенти лакше примају поруку кроз забаву, зато што су опуштени и отворени за сигнале, за разлику од документарне журналске пропаганде којој прилазе са унапред припремљеним ставом и често великим резервама. Британци су снимили веома мали број ратних филмова током рата, а чак и журнале су се бавили конкретним животним и социјалним темама. Американци су преузели и развили овај метод, посебно користећи ресурсе индустрије забаве и комплетне популарне културе. Види Taylor, (1995), поглавље које се бави Другим светским ратом .

ног материјала. Рађен је на основу књиге официра Северског која се залагала за употребу далеколетећих бомбардера као најбољи начин за добијање ваздушне битке и рата. Филм даје и кратку историју летења и многе друге занимљиве секвенце.

На истом, другом диску налази се још и филм *Зауставите тај тенк!*. Ово је добар пример филмова које је Дизни радио за потребе обуке војника. Овај двадестоминутни филм је направљен 1942, по наруџбини канадске владе и циљ му је да војнике детаљно обучи за употребу противтенковске пушке и муниције. У питању је комбинација играног и анимираног материјала и свакако је најзанимљивији уводни цртаћ који приказује Хитлера у тенку где на челу своје тенковске групе напада наизглед миран и уснули градић. Открива се међутим да храбри момци без проблема бране град захваљујући противтенковској пушци која тера Хитлера у бекство. Овај завршава у паклу где се жали ђаволу да напосто ништа не може да уради захваљујући овој противтенковској муницији. Филм завршава занимљивом опаском о томе да је пушка као жена: ако са њом добро поступате никада вас неће издати. Све то је илустровано перверзном сценом анимираног војника који заљубљено лежи у кревету са својом противтенковском пушком.

Постоје на крају четири филма које Леонард Малтин, водич кроз овај диск истиче као најзанимљивије и најконтроверзније. Први је урнебесни седмоминутни крешендо Паје Патка у филму *Фирерово лице*. Овај продукт је настао 1942. године да би следеће године добио оскара за најбољи анимиран филм. Упркос томе овај филм је после рата склоњен у бункере а ново интересовање за њега пробуђено је захваљујући *Ју тјуб* каналу и колекцији *Дизни на првој линији фронта*. Ово потискивање је веома илустративно за питање о коме говоримо. Награда *Оскар* и огромна популарност у контексту рата нису исто што и слика Паје Патка као нацисте након рата.

Филм је заиста бриљантан пример ратне пропаганде и сваки његов детаљ је рађен прецизно, наменски са јасним порукама и функцијама. Оригинално је замишљено да се филм зове *Доживљаји Паје Патка у земљи нација*, али је наслов измењен због изванредне и хитичне песме Спајк Џонса која пародира звуке немачких маршева уз урнебесни рефрен у коме се исмева Хајл поздрав. О популарности филма и композиције говори чињеница да је песма *Фирерово лице* била чак шеснаест недеља на листама достижући треће место. Плоча је такође дељена свакоме ко је купио више од 50 долара ратних обвезница чиме је за само два дана прикупљено више од 60 000 долара.²²

²² О перцепцији овог Дизнијевог рада говор речи новинара листа *This Week Magazine* који је тврдио да је Дизни пропагандни геније за кога би Силе осовине дале туце дивизија. Види Watts (2001), стр. 234.

Сам филм представља застрашујући приказ живота у нацистичкој држави. Паја као обични грађанин те земље бива стално изложен малтретирању. Његов дан почиње уз лупање нацистичког оркестра који му се на све начине завлачи у кућу. Једва пробуђени Паја мора прво да поздави слике Хитлера, Хирохита и Мусолоинија, а онда да доручкује хлеб који сече тестером. Након тога га принудно одводе на рад у фабрици муниције где без престанка ради 48 сати. Највећи део филма је нека врста цитата Чаплинових *Модерних времена*, доведена до усијања. Несрећни Паја мора нон стоп да ради исти посао и да притом поздравља Хитлерову слику сваки пут кад се појави. За то време слуша маршеве, наредбе и друге врсте свеприсутног оглашавања власти. Једина пауза му је од неколико секунди принудног вежбања испред постера Алпа. Након тога се наставља рад док сам Паја не експлодира. У том тренутку се буди и испоставља се да је то био сан, односно ноћна мора. Наравно, он спава у пицама дизајнираној према америчкој застави, а филм се завршава тако што Паја са љубављу грли макету статуе кипа слободе која му стоји на прозору.

Овај изванредни пројекат потпуне дехуманизације²³ и исмевања противника, настављен је следеће године још радикалнијим остварењем *Образовање за смрт*. Доке је у *Фиреровом лицу* урнебесни Паја по природи обезбеђивао пародирање и елементе забаве, у *Образовању* су ти елементи изостали. Једини покушај уношења елемената забаве је сликање Хитлера као принца који дебелу принцезу Германију ослобађа од вештице Демократије, у наводној нацистичкој верзији успаване лепотице. Ово је крајње морбидан филм који жели да грађанима нацистичку Немачку представи искључиво као фабрику манипулације умом, једног општег *глајхшалтовања* које креће од рођења. Филм прати судбину малог Ханса, просечног немачког детета, кроз његов процес одрастања, и образовања. Наратор нам објашњава како се бира име, како свако дете добија *Мајн Камф*, какве бајке морају да му причају, како ниједно дете не сме да буде болесно или ће „држава морати да се умеша“ и коначно како изгледа његово школско образовање.

²³ Чини се да је управо у Другом светском рату, на немачком примеру постављен и развијен овај метод потпуне дехуманизације противника који се сликају искључиво као безобличне, нељудске звери, хладни бројеви, брутални, немилосрдни, без емоција, уједињени у безразложеном убијању. Штавише у низу филмова немачки војници су приказани и као они који силују жене. Овај модел бруталности и дехуманизације имица противника после је примењиван на све будуће противнике. Сетимо се сликања совјета као заменљивих, безбојних људи обучених у сива камелеонска одела. Или представљање Срба и српских војника деведесетих година као злочинаца који су наводно силовали на стотине хиљада жена. Види Вуковић, С, (2008), *Како су нас волели - антисрпска пропаганда и разбијање Југославије*.

У кључном сегменту филма преко приче о лисици и зецу разјашњава се сукоб две животне филозофије. Сироти Ханс са остацима људскости сажаљева зеца кога је лисица појела и бива презрен од учитеља и свих другара који јасно понављају причу о томе како јачи заслужује да поједе слабијег и како Немачка мора да освоји читав свет. Ханс брзо учи и у следећој прилици још радикалније понавља научену лекцију истичући се у мржњи. Након још неколико јаких симболичких сегмената као што је замена распетог Исуса мачем, долази крешендо, финална сцена у којој Ханс маршира са хиљадама другара полако постајући војник који нема више своју персоналност већ само послушност за партију и Фирера. Ханс и безлични другови марширају у ноћ док наратор објашњава да је њихово образовање тиме финализовано: они су образовани за смрт, каже он док се на екрану уместо строја појављује огромно гробље. Гледалац заиста бива потресен и уплашен сликом једне политичке творевине која производи само машине за убијање и појачава му се основна опозиција о свету таме и безличности од кога треба одбранити свет слободе, среће, различитости и права да се мисли својом главом.

Друга два филма су класични контраобевештајни продукти. Филм *Разум и емоције* из 1943. говори нам о сталној борби између ова два сегмента код човека. Објашњава се како код одраслог и одговорног мушкарца, исто као и код жене разум мора да седи на месту возача јер ако се препустимо доминацији неспутаних нагона и емоција завршићемо или падањем у варварство,²⁴ како се то десило Немцима, или као жртве пропаганде. Сав претходни сценарио сукоба ова два сегмента води нас ка разобличавању метода Хитлерове пропаганде која почива на манипулацији нашим емоцијама. Најпре видимо слике катастрофичних новинских наслова који говоре о наводним губицима наших снага. Ово је иначе још један од Дизнијевих филмова где видимо Хитлеров карикатурални цртеж. Адолф, каже наратор манипулише емоцијама: страх, симпатија, понос и мржња. Хитлер улива Немцима страх од концентрационих логора, гестапоа итд. Подстиче симпатију тврдећи да само жели мир али да је неправдом натеран на рат. Игра на понос тврдећи да су Немци изнад свих осталих и коначно шири мржњу према демократском начину живота. Следе монструозне слике разорених територија којима маршира нациста коме је разум разорен, а емоције побркане и узбуркане.

Затим нам се приказује пример обичног човека Цона Докса који жели да буде у току. Он постаје жртва наслова, гласина, непрове-

²⁴ Занимљиво је да код жена то препуштање емоцијама значи не само неуздражност приликом грубог мушког позива на дружење, већ неумерено препуштање храни које доводи до гојазности и губљења лепе и складне фигуре. Данас би овај филм био третиран као дискриминаторски и сексистички.

рених вести са радија, полуистина, лажи што све доводи његове емоције дотле да подивљају и он западне у панику. Али тада нас наратор подсећа да је то добро за Хитлера. У технички изванредном обртну наратор објашњава шта је задатак исправних Американаца: да разум буде на свом управљачком месту, а да емоција буде јака, да то буде љубав за своју домовину и према слободи. Уз помпезну музику ова два јунака као копилоти авиона спајају се у глави правога америчког пилота који на челу армаде авиона с америчким белим звездама „иде да обави свој посао.“ Након таквог филма ретко ко би се запитао да можда и Американци управо у овом филму не баратају страхом, симпатијом, поносом и мржњом.

Последњи филм из овог одељка је ремек дело контраобавештајне пропаганде, краћи филм *Мало пиле (Chicken Little)* из 1943. У овој сјајној комбинацији разобличавања метода савремене пропаганде засноване на психологији маса, и подстицања страха и опрезности код својих грађана, Дизни је достигао врхунац ратне употребе индустрије цртаних филмова као савремених бајки. Ради се о нешто измењеној верзији класичне бајке о малом Пилету које мисли да му је небо пало на главу, које збуни још неке животиње и захваљујући томе их лисац намами у пећину, одакле их срећом спасе краљ који стиже у последњем тренутку. Место дешавања ове Дизнијеве приче јесте уређена и затворена фарма на којој у реду и савршеној организацији живе кокошке, гуске, патке и ћурке. Ред и смиреност дају преко потребни мир свакодневице где животиње живе опуштено захваљујући поштовању ауторитета Петла који организује живот и брине о заштити села.

Једног дан се међутим појављује лисац Фокси Вокси са идејом да не поједе само једну животињу већ да проба да заведе и поједе читаву фарму. Он ће пробати да то постигне уз помоћ савремених научних метода, дакле поштујући налоге манипулисања масом, разбијања унутрашњег поверења, подстицања сукоба и нејединства итд. У филму Фокси пред сваку следећу акцију цитира пасаус из књиге који ће након тога применити. Иако се одустало од идеје да се јасно прикаже *Мајн Камф* као тај приручник, више је него јасно да Фокси представља комбинацију Хитлера и Гебелса и да користи методе којима су они завели свој народ, а сада покушавају да упропасте читав свет укључујући и Америку.

Фокси се усмерава на глупо мало пиле које верује у неразумне ствари, не верује у успостављени поредак и у коме се буди амбиција да без икаквих квалитета постане лидер. Лисац успева да га убеди да је небо почело да им пада на главу и да хитно нешто морају да ураде. Први такав испад пилета Петао успева да заустави и да га исмеје. Али када следећи пут Лисац из потаје погоди петла комадом плавог дрвета на коме је нацртана звезда у главу и онесвести га, паника се за трен рашири по селу, а уплашена маса се окреће пилету и пита га шта да раде. Лисац дошапне магичне речи Пилету које завршишти:

„Сви у пећину!“. Панично уплашени, без вође, и дезорганизовани, становници фарме напуштају своје сигурно уточиште и сви за пилетом трче у пећину. Лисац ставља убрус, каже вечера је постављена, и улази у пећину стављајући иза себе камен на коме пише „ушао сам на ручак“.

Следи најмонструознији обрт икада урађен у једном класичном дечјем бајковитом цртаном филму. Наратор нас смирује и каже: Па добро, ово је позната бајка и на крају ће се све бит у реду. Следећа сцена међутим показује лисца са огромним стомаком који облизује јадац и двосмислено каже „Ммммм, жеље.“ У следећој сцени видимо га како овај јадац попут крстаче поставља у ред где на земљи из мрака израња једно велико гробље, остаци поједених животиња. Наратор се збунује и каже: „Чекајте, па ово није у реду. Прича се не завршава тако у мојој књизи“. У финалној сцени лисац држи испред себе уџбеник психологије, игра се јо-јоом, пуши томпус и одговара му шаљући кључну поруку овог филма: „Ајде? Па не веруј у све што прочиташ (или чујеш, М.Ђ), друшкане!“

Контробавештајна делатност и тематика чине велики део тадашње филмске продукције у Британији и Америци. За разлику од стереотипа који су извозили у друге земље о томе како либералне демократије наводно не врше дискриминацију својих грађана по етничкој припадности, у доба рата су обе земље у складу са класичном политиком државног разлога, спроводиле већи број таквих мера као што су посебан надзор и интернирање грађана немачког, италијанског и јапанског порекла.²⁵ Опсесија шпијунима и Петом колоном примећује се у великом броју филмова који су снимани под утицајем и за потребе државне политике. Тејлор доноси повећи списак британских филмова начињених на сижеу борбе са Петом колоном и немачким шпијунима који оперишу на енглеском тлу. Пета колона је искоришћена као оправдање за неуспех у Француској и за евакуацију из Данкерка. Хитлер је, тврдило се у филмовима успео да победи само зато што му је помагала пета колона у самој Француској и Британији. Много и радо се говорило о „унутрашњем непријатељу“ и „малигности у нашим недрима“.

Министарство информисања је 1942 имало кампању названу *Непажљиво брбљање односи животе*, која се одвијала преко бројних филмова са шпијунском тематиком. Ширила се представа да су шпијуни свуда околу, да изазивају хаос и да се веома опрезно и пажљиво треба припремити за борбу са њима. Најилустративнији је пример филма *Да ли је дан добро прошао? (Went the Day Well?)* из 1942. У њему се знатан број немачких падобранаца спушта у једно енглеско село и преоблачи у униформе енглеских војника, припремајући

²⁵ О томе погледати Ђурковић, (2005).

општу немачку инвазију. Радња филма се састоји од описа начина на који сељани препознају ову превару и како се сами организују да победе немачког нападача.

Иста тематика може се наћи и у америчкој ратној продукцији. Треба поменути филм *Исповести нацистичког шпијуна* који је режирао редитељ *Казабланке*, Мајкл Кертис у коме се детаљно описују активности пете колоне и немачких шпијуна у Америци. Отуд је толико велики део филмске продукције био усмерен на упозоравање америчких грађана, и њихову перманентну мобилизацију за ратне напоре и ратну психологију живота. Цртани филмови који по природи имају елемент забаве у себи, идеалан су инструмент за такву врсту деловања према својој популацији.

Све ово је, дакле, показало да демократије у тоталном рату, када им је опстанак фундаментално угрожен, ништа мање него ауторитарни и тоталитарни режими прибегавају свим могућим средствима за победу. Победа у рату, као државни разлог је императив коме су подређене све друге сфере живота, императив пред којим се бришу и губе све норме мирнодопског живота укључујући и владавину права, неповредивост приватне имовине, приватности и достојанства, као и елементарна људска права. Као што смо видели демократије итекако посежу за бруталном пропагандом, у коју укључују све сегменте свог друштва, а за мобилизацију пре свега људских ресурса и мотивацију грађанства користе се сви елементи популарне културе, укључујући и оне у основи намењене најмлађој популацији. У случају крајњег рата и у демократијама се за мобилизацију становништва, исмевање непријатеља, ширење мржње према њему, пропагирање сопствене непобедивости, патриотизма и културе жртвовања, користе чак и дечји цртани филмови.

Наредна фаза оваквог деловања јесте брисање и затамњивање овог контроверзног ратног ангажмана. Демократске земље се током рата упркос пракси потпуне контроле, изразито труде да очувају илузију отворености, слободе за своје грађане и објективности и истинитости информисања. Тако је нпр током рата све време чувана илузија да је *ББЦ* био независан иако се налазио под директном управом Ваздушне одбране Британије. У сврху очувања наводне објективности створене су потпуно нове методе претходне цензуре, као што је обједињавање свих информација на једном месту, тако да се оне контролишу и цензуришу на извору. Међутим, када је то било потребно прибегавало се и директној забрани новина при чему су посебно на удару била пацифистичка гласила. У јулу 1940. уредништво *Дејли воркера* је опоменуто да би у јануару следеће године овај

лист забрањен као и часопис *Вик* на основу *Закона о одбрани 2Д* зато што „систематски објављују материјал прорачунат да изазове опозицију вођењу рата“.²⁶

Након победе демократијама је много више него тоталитарним режимима потребно да направе ретуширање разних активности како би испочетка изградиле слику о сопственој чистоти и тиме се опрале од прљавштине манипулације и пропаганде који се, опет у пропагандне сврхе, приписују искључиво ауторитарним противницима.

Након Другог светског рата водеће демократије никада нису биле доведене у ситуацију тоталног рата, па им је било лакше да чувају ову илузију чистоте и објективности. Међутим, примери као што је рат са СЦГ 1999, када је Тони Блер прекомандовао свог главног спин-доктора Алистера Кемпела у штаб НАТО-а да би исконтролисао пожељну слику стварности и проток информација, показују да су манипулација, селекција, затамњивање, ретуширање, покривање информација и слични методи спиновања, постали сасвим прихватљива пракса у савременим демократским државама. Не сме се заборавити ни монструозна медијска припрема рата у Ираку из 2003. када је америчка елита плански манипулисала читавим јавним мњењем САД подстичући мржњу, страх, симпатију и понос (баш као у Дизнијевом филму *Разум и емоције!*), свесно пласирајући нетачне информације о оружју за масовно уништење које наводно Ирак поседује.

Иако демократија остаје нормативни идеал, све је већи број теоретичара медија, политике и друштва који постављају питање да ли се такви савремени системи још увек могу називати демократским, односно где је граница након које манипулација информацијама и патернализам суштински и неповратно одвајају елиту од обичног света, чинећи грађане пуким објектом свакодневне пропагандне обраде, односно средством.

Литература

- Barrier, M, (2007), *The Animated Man: A Life of Walt Disney*, California University Press.
- Velluso, G, (2006), *Il cartone animato di propaganda in Germania tra il 1937 e il 1944*, докторска теза одбрањена на Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - Napoli
- Von Riedemann, D, (2007), *Walt Disney Studios propaganda during World War II*, http://vintage-animated-films.suite101.com/article.cfm/toons_at_war
- Вуковић, С, (2008), *Како су нас волели - антисрпска пропаганда и разбијање Југославије*, Стилос, Нови Сад
- Ђурковић, М, (2005), *Капитализам, либерализам, држава*, Филип Вишњић, Београд
- Lesjak, D, *Toons at War*, web site, <http://toonsatwar.blogspot.com/>

²⁶ Taylor, P, (1995), стр. 214.

- Roffat, S, (2005) *Animation et propagande : les dessins animés pendant la Seconde Guerre mondiale*, L'Harmattan
- Shull, S, и Wilt, E, (2004), *Doing their Bit: Wartime American Animated Short Films 1939/1945*, McFarland
- Taylor, P, (1995), *Munitions of Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present*, Manchester University Press
- Haas, L, Bell, E, Sells, L, (1999), *From Mouse to Mermaid*, Indiana University Press
- Hajduk, J, (2003), "Tin Pan Alley on the March: Popular Music, World War II, and the Quest for a Great War Song", *Popular Music and Society*, Vol. 26, No. 4,
- Cull, N, (1996), *Selling War: The British Propaganda Campaign against American "Neutrality" in World War II*, Oxford University Press, Oxford
- Watts, S, (2001), *The Magic Kingdom*, University of Missouri Press

Цртани филмови

Walt Disney Treasures - *On the Front Lines*, Walt Disney Video, 2004, 2 диска.

Диск 1: "Donald Gets Drafted" (1942), "The Army Mascot" (1942), "The Vanishing Private" (1942), "Sky Trooper" (1942), "Private Pluto" (1943), "Fall Out, Fall In" (1943), "Victory Vehicles" (1943), "The Old Army Game" (1943), "Home Defense" (1943), "How to be a Sailor" (1944), "Commando Duck" (1944), "Thrifty Pig" (1941), "Seven Wise Dwarfs" (1941), "Food Will Win the War" (1942), "Out of the Frying Pan and Into the Firing Line" (1942), "Donald's Decision" (1942), "All Together" (1942), "The New Spirit" (1942), "The Spirit of '43" (1943), "The Winged Scourge" (1943), "Defense Against Invasion" (1943), "The Grain That Built a Hemisphere" (1943), "Cleanliness Brings Health" (1945), "What Is Disease? (The Unseen Enemy)" (1945), "Planning for Good Eating" (1945), "Der Fuehrer's Face" (1942), "Education for Death" (1943), "Reason and Emotion" (1943), "Chicken Little" (1943).

Диск 2: "Victory Through Air Power" (1943), "Four Methods of Flush Riveting" (1941), "Stop That Tank" (1941).

Miša Đurković, Belgrade

WARTIME PROPAGANDA AND LIBERAL DEMOCRACY (Wartime engagement of Walt Disney studios)

Summary

The author starts from the question if the wartime propaganda of liberal democracies really is different from the wartime propaganda of undemocratic regimes. As an example he uses the seldom analyzed wartime activities of Walt Disney whose studio was under the direct control of the Government and Army of the USA during the war. After the taxative analysis of Disney's wartime production, one concludes that at the time of fundamental and existential endangerment of the country and population, even liberal democracies incline toward the propagandist abuse of all the means of communication, including children's programs such as animated films.

Key Words: Walt Disney, animated films, democracy, propaganda, Donald Duck