

## שירות המילואים של דונלד דאק: אנימציה מגויסת בזמן מלה"ע השנייה

יונתן טומקינס\*

### מבוא

"סרטי אנימציה, ילדותיים ולא חשובים מבחינה תרבותית חומרית, אך הם משולבים בהתנהגות חברה, שליטה חברתית, ואף ביחסים בינלאומיים".<sup>1</sup> כך כתב J. Edgar Hoover ב- "The Saturday Review" ואני מאמין שבכך הוא מיצה חלק מהסיבות לבחירת נושא חיבור זה. עם זאת, אני לא מסכים עם אמירה זו בשלמותה, במיוחד בהקשר לטענתו שסרטים אלו ילדותיים. כוונתי כאן היא קודם כל ללמוד ממקור ראשוני של אותה תקופה מידע מסוים על הלך הרוח. לאחר צפייה במספר סרטוני אנימציה, בחרתי לבחון את הגבול הדק שנוצר בסרטי האנימציה בשנות הארבעים, בין מסר תעמולתי פוליטי/מדיני לבין ערך הבידור והשעשוע.

השונה בסרטי האנימציה אותם בדקתי, לסרטי תעמולה אחרים, היה במהות שלהם: גוף אשר רוצה להפיק סרט תעמולה במקור, ייקח את הבסיס של המסר התעמולתי שלו וילביש עליו שפה/מתודה שתגיע בצורה הטובה ביותר לאנשים שעליהם הוא רוצה להשפיע. בסרטים שבדקתי - התהליך היה הפוך - בבסיס הסרט היו כבר שפה/מתודה, בשילוב של דמויות מוכרות לרוב. הרעיון הבידורי היה ראשון במעלה, ועליו הלבישו מסר תעמולתי כזה או אחר. בעיניי, הבדל זה הוא מהותי ויכול להשפיע מאוד על סגנון התעמולה ואופן הצגת נושא התעמולה.

חלק מייחודם של סרטי האנימציה שבדקתי היה בכך שהופקו על ידי גופים אזרחיים ששילבו תכנים לאומיים ומדיניים. המצב בו מדינה דמוקרטית מאפשרת לאזרח להביע את דעתו ולייצר תעמולה, מביאה נקודת התייחסות אחרת, פחות קונפורמיסטית לנושאים האקטואליים. הסרטונים מהווים מקור היסטורי מרתק בכך שהם משלבים גם ראי למציאות באותם ימים, וגם מאפשרים אסקפיזם מאותה מציאות ממש.

ההתייחסות העיקרית שלי היא לשנות הארבעים של המאה העשרים, בדגש על מלחמת העולם השנייה. עם זאת, מיקדתי את רוב תשומת הלב לחזית האירופאית ולא למזרח הרחוק ולאפריקה. הסרטונים שנבדקו הופקו על ידי אולפנים שונים בזמנים שונים, וזאת על מנת לקבל גיוון

\* יונתן טומקינס הוא בוגר החוג להיסטוריה באוניברסיטה העברית. מאמר זה הוא עיבוד של עבודת מחקר בקורס "מיתוס שעת האפס - הרייך השלישי בתמונה הנעה" בהדרכת פרופ' משה צימרמן.

<sup>1</sup> Eric Smoodin, *Animating Culture – Hollywood Cartoons From the Sound Era*, New Jersey, Rutgers University Press, 1993. p. 6.

מחקרי שיעזור בהסקת המסקנות הסופיות. היה לי חשוב לנסות למקד את כיוון המחקר שלי על מנת שלא יהיו משתנים רבים מדי, כך שיהיה יותר ברור ונוח להסיק מסקנות מניתוח הסרטונים. כאמור, בחיבור זה אני מתייחס לבידור והתעמולה מן התקופה כאל מקורות ההיסטוריים. התעמולה שנבדקה נחלקת לשניים: שלילית - כנגד היריב באותם ימים; ו-חיובית - בעד הלאום של יוצר הסרטון. ראיתי חשיבות לגעת בשניהם במהלך המחקר. כול הסרטונים שנותרו בעבודה, הופקו בארצות הברית, כך שתעמולה חיובית הייתה פרו-אמריקאית. הסרטונים נעשו בזמן שארצות הברית לקחה חלק פעיל במלחמה לצד בעלות הברית נגד מדינות הציר, כך שהתעמולה השלילית מופנית בעיקר כלפי הרייך השלישי ואיטליה הפשיסטית. הדרך להבין את אופיים של הסרטונים, בין בידור לבין תעמולה, בא מניתוח אופן הצגתם של אנשי הרייך השלישי והיבט נוסף הוא באופן הצגתה של איטליה הפשיסטית, שלרוב הוצגה על ידי מוסוליני. בנוסף לאופן הצגתן של הדמויות בדקתי את ההתייחסות בסרטון של הדמויות הבדיוניות מעולם האנימציה לאנשי הרייך ומוסוליני. אולם עוד קודם, אני מתייחס בהרחבה אל עולם הקולנוע של אותם הימים כחלק מההקדמה והתשתית לניתוח הסרטונים. לדעתי, חשוב להכיר את הרקע ממנו צמחו הסרטונים, גם מבחינה היסטורית אך גם מבחינה מעשית (מה הם סרטוני אנימציה? מי יוצר את הסרטונים? מה הקשר בין הסרטונים לממשל?). כחלק מההסבר ניתן לקבל מידע ודוגמאות מעולם האנימציה שיכול לשמש כנקודת השוואה לסרטונים במחקר.

הנחת העבודה שלי היא שבסרטוני האנימציה בארצות הברית של שנות הארבעים ניתן למצוא מסרים תעמולתיים משולבים בהומור האופייני לעלילת הסרטונים ואופי גיבורי האנימציה.

### **עולם האנימציה האמריקאי בשנות הארבעים**

עולם האנימציה מורכב ובעל צבעים רבים. על מנת להגיע למצב בו ניתן לנתח סרטוני אנימציה משנות הארבעים בארצות הברית, אני רואה לנכון לחשוף ולהעמיק במבנה עולם הקולנוע ויחסי הכוחות שבו. הסרטים אותם בחרתי לנתח, מגיעים מכל ספקטרום אולפני הקולנוע של אותם ימים. אני חושב שיש מן ההכרח, כחלק מלימוד התקופה, להתייחס למבנה תעשיית הקולנוע באותם ימים בארצות הברית, כך שלמעשה, בחלק זה אציג מספר נושאים: **מבנה תעשיית הקולנוע בארצות הברית בשנות הארבעים; רקע כללי על כניסת ארצות הברית למלחמה; סרטים ביוזמה ישירה של הממשל האמריקאי; דובר הממשל האמריקאי – Private Snafu; ניצול סרטי האנימציה במלחמה; עולם האנימציה יוצא לקרב.**

### **מבנה תעשיית הקולנוע בארצות הברית בשנות הארבעים**

בין 1917 לבין אמצע שנת 1920, השליטה על תעשיית הקולנוע הייתה בידי קבוצה קטנה של חברות. החברות הללו עבדו יחד, הפיקו סרטים, הפיצו אותם ברחבי ארצות הברית והקרינו אותם ברשת של בתי קולנוע שהיו שייכים להם, או שהיו שייכים לגופים אחרים שעבדו עימם.

בשנות ה-20, עם ההתפתחות הטכנולוגית, שילוב הקול בהקרנת הסרטים ושנים ראשונות של שפל כלכלי, היו מספר שינויים בנוף עולם הקולנוע. אותם שינויים השפיעו על מבנה חברות הסרטים ושינו את מארג ההיררכיה שלהן. עם הזמן, באמצע שנות ה-30, התבסס לו מבנה יציב של תעשיית הסרטים, שכלל חמש חברות גדולות שהשתלבו יחד. החברות היו:

**MGM** (Metro-Goldwyn-Mayer); **Paramount**; **RKO** (Radio-Keith-Orpheum); **20th Century-Fox**; **Warner Brothers**

בנוסף היו עוד שלוש חברות קטנות - **Columbia**, **United Artists**, **Universal**, שההבדל העיקרי בינן לחמש החברות הגדולות הוא שלא היה ברשותן אולמות קולנוע או רשת אולמות.<sup>2</sup> במשך שנות הארבעים אותם אולפנים ששלטו בהפקות סרטים באורך מלא, שלטו גם כן בהפקות סרטי האנימציה. מבנה הזה של תעשיית הקולנוע האמריקאית אפיין אותו עד סוף שנות ה-40, תחילת שנות ה-50. השינוי במבנה בשנות החמישים היה תוצאה מצו ממשלתי שחייב את החברות הגדולות להפריד את אינטרס ההקרנה באולמות של הסרטים מאינטרס ההפקה וההפצה שלהן. חברה של תעשיית הסרטים נקראה "סטודיו" (אולפן), כינוי שהתייחס למבנה הקואופרטיבי שלה והאתר עליו היא פעלה. האולפן היה מפעל שהעסיק עובדים רבים, שהתמחו בתחומים שונים הקשורים לעולם הקולנוע. האולפן הפיק והפיץ סרטים רבים באופן קבוע, להקרנה באולמות הקולנוע שהתחייבו לשמור להם.

כחלק מההפקה וההפצה של סרטים באורך מלא, האולפנים עבדו גם על סרטים קצרים וגם על סרטי אנימציה. לדוגמא, אולפני קולומביה הפיקו והפיצו את הסרטון "שלושת המוקיונים" ("The Three Stooges"), את סדרת "Amos 'n' Andy", MGM את סרטוני "טום וג'רי" והאחים וורנר (Warner Brothers) סרטי האנימציה עם הדמויות באגס באני (Bugs Bunny), דאפי דאק (Daffy Duck), אלמר פאד (Elmer Fudd) הנקראים "Looney Tunes". בשנות העשרים והשלושים סרטי אנימציה וסרטונים קצרים הופקו על ידי חברות קטנות ומתמחות, לדוגמא, וולט דיסני (Walt Disney) הפיק סרטי אנימציה עם מיקי מאוס (Mickey Mouse), דונאלד דאק (Donald Duck) וגופי (Goofy). האחים פליישר (Fleischer Brothers) הפיקו את בטי בופ (Betty Boop), סופרמן (Superman) ואת פופאי (Popeye).<sup>3</sup>

כל אולפן יצר לעצמו מוניטין וסגנון ייחודי לו, מעין חתימה על מוצר. אחת הדוגמאות הנוחות שניתן להשוות בין הסגנונות של סרטי האנימציה היא בין האחים וורנר לבין אלו של דיסני. אליוט (Eliot), התייחס לכך בהרחבה:

"While the style of Disney's cartoons remained in the chilly clasp of their pre-war Fundamentalist vernacular. Warner's offered the kind of warm, streetwise Yiddish humour post-war America lovingly embraced. "Looney Tunes" where clever social

<sup>2</sup> Steve Neale and Frank Krutnik. *Popular Film and Television Comedy*, London and New York, Routledge, 1990. p. 97.

<sup>3</sup> *Ibid.* p. 107

satires generously overlaid with sexual innuendo, their characters always winking knowingly at the audience rather than innocently batting their eyes".<sup>4</sup>

ההגדרה שניתנה לסרטי אנימציה בקרב עולם המחקר וקהל הצופים היה שהם בידור לילדים ולא יותר. אך אנימציות תיאטרליות בכלל ודיסני בפרט, שילבו בתכני סרטי האנימציה סממנים של כוח, התנהגות ושליטה סוציאלית. ביחס לסרטי פעולה חיה באורך מלא וסלילי חדשות, סרטי האנימציה נשארו באפלה וקיבלו יחס מועט ולא רציני.<sup>5</sup>

### כניסת ארצות הברית למלחמה

הויכוח בארצות הברית על מידת השותפות במאבק העולמי החל כבר באמצע שנת 1938. רוב האמריקנים התלבטו על לקיחת עמדה עוד לפני הפלישה הגרמנית והרוסית לשטחה של פולין בספטמבר 1939. למרות המעשים האיומים שהתרחשו בעולם, עדיין היו אמריקאים רבים שביקשו לשמור את מעמדה הניטרלי של ארצות הברית, למרות ההכרה באגרסיביות של הגרמנים ומצוקתם של מדינות מערב אירופה. ביוני 1940, לאחר רמיסת צרפת על ידי מלחמת הבזק (Blitzkrieg) הגרמני, או אז החל דיון סוער בארצות הברית בין בידוד משאר אירועי העולם, לבין כניסה לחזית המאבק נגד האיום הטוטליטרי. בזמן הדיון הסוער שהתקיים בארצות הברית, כוחות הצי הימי של אמריקה כבר ניהלו, באופן לא מוצהר, מלחמת יריות אל מול U-Boat (צוללות) גרמניות באוקיאנוס האטלנטי. ב-7 לדצמבר 1941, חיל האוויר היפני התקיף את הצי הימי האמריקאי ב"פרל הארבור", ובכך הוכרע הויכוח בעניין הניטרליות של ארצות הברית במלחמה העולמית.<sup>6</sup> ארבעה ימים מאוחר יותר, 11 לדצמבר 1941, היטלר ומוסוליני הכריזו מלחמה על ארצות הברית.

שנת 1942 הייתה רוויה בתקיפות רבות, גם מצד בעלות הברית וגם מצד מדינות הציר. באותה שנה הדגש העיקרי של ארצות הברית היה החזית במזרח הרחוק, כמעין נקמה ביפנים שהתקיפו אותה. במהלך השנה, העורף האמריקאי סבל ממחסור ומיסים גבוהים, שהעיבו על המורל. בשנת 1943 מצבה של ארצות הברית, בחזית ובבית השתפר יחסית. לאחר כשנה מאז שארצות הברית נכנסה למלחמה, הפכה מציאות זו ליומיומית. בחזית גם כן חל שיפור, רוב הפעילות הצבאית התקיימה בשטח של רוסיה, והנאצים לאט נסוגו אחורה על ידי הצבא האדום. בצפון אפריקה הכוחות האמריקאים והבריטים נלחמו בכוחות הגרמניים, תחת פיקודו של רומל, וב-12 למאי הם הביסו את כוחותיו באזור. ב-25 ליולי מוסוליני התפטר כתוצאה ישירה לכיבוש סיציליה וב-22 ליולי, היום בו נפלה העיר פלרמו לידי האמריקנים. ב-3 לספטמבר, איטליה חתמה על כתב כניעה.

<sup>4</sup> Marc Eliot, *Walt Disney: Hollywood's Dark Prince*, London, Andre'Deutsch. 1994. p 198.

<sup>5</sup> Eric Smoodin. *Animating Culture – Hollywood Cartoons from the Sound Era*, New Jersey, Rutgers University Press, 1993. p.2.

<sup>6</sup> Michael S. Shull and David E. Wilt, *Doing Their Bit – Wartime American Animated Short Films 1939-1945*, Mcfarland & Company, 2004. p. 37.

### סרטים ביוזמה ישירה של הממשל האמריקאי

לאחר כניסת ארצות הברית למלחמת העולם השנייה, החלו לייצר סוג חדש של סרטים שיועד לקהל צופים מסוים עם מסרים תעמולתיים. כבר בשלבים מוקדמים של המלחמה, ממשל ארצות הברית החל לייצר פרופגנדה בעזרת המחלקה הצבאית למידע וחינוך. הבמאי והתסריטאי פרנק קפרה (Capra), אמריקאי ממוצא איטלקי, אשר זכה בארבעה פרסי אוסקר, עבד עם המחלקה והפיק את סדרת הסרטים "Why We Fight", שעם סיום הסרט הראשון, הוא הפך לפריט צפייה חובה עבור כל המתגייסים החדשים לצבא ארצות הברית. "Why We Fight" הייתה סדרה של סרטים שהקרינו צילומים אמיתיים בתוספת קריינות, במטרה ל"הסביר" לאמריקאים, ובראשם החיילים האמריקאים, מה הן הסיבות שאמריקה נלחמת במלחמה הגדולה. ההצלחה של הסרטים הביאו את הממשל האמריקאי להפיץ אותם גם בקרב קהל הצופים האזרחיים.

עוד ב-1940, הוליווד הקימה את הוועידה לקולנוע ושיתוף פעולה עם ההגנה הלאומית. מיד לאחר ההכרזה על כניסה למלחמה, תעשיית הקולנוע הקימה את "הוועידה לפעילות מלחמתית" (WAC - War Activities Committee) על מנת לרכז את הפעילות לעזרה במלחמה. השנה הבולטת מבחינת פעילות מרובה בעולם הקולנוע, ובמקביל בעולם האנימציה, היא שנת 1943. סיבה עיקרית לכך, היא שאזרחי ארה"ב היו כבר יותר רגילים ופתוחים לצחוק על המצב, היחסית שיגרתי שלהם בזמן המלחמה. לפי ספרם של ווילט ושול מתוך סך כל הסרטים שנעשו במהלך שנת 1943, על ידי כל אולפני ההפקות הגדולים האמריקאים, 68% מהם היו סרטים עם הקשרים למלחמה, 81 מתוך 121 הסרטים שהופקו לכל אורך השנה.<sup>7</sup>

פחות מפורסמת מסדרת "Why We Fight", היא סדרת המגזין - "Army - Navy Screen Magazine", שגם כן הופקה על ידי פרנק קפרה. סדרה זו היא לקט חדשות שהופק במיוחד לחיילים האמריקאים. כל לקט חדשותי הוקרן פעם בשבוע ונועד לעדכן את החיילים במתרחש במולדת ובחזית גם כן. אחד הדברים שניתן ללמוד מהסדרות אלו הוא הקשר שנוצר בין תאגידים לבין הממשל.<sup>8</sup> במהלך המלחמה, שני שלישים מהתקציב הממשלתי של ארצות הברית להוצאות עסקיות, (בערך 117 ביליון דולר) ניתנו רק לכ-100 תאגידים. השליש האחר חולק בין כ-18,000 עסקים שונים.<sup>9</sup> השקעה כספית שכזו מדגישה את הקשר החזק בין הממשל לחברות ותאגידים, ומחזקת את הטענה שהממשל נעזר בהם במהלך המלחמה.

הביטחון בעיצוב דעת הקהל ובמקביל לפיתוח טכנולוגית התקשורת, עודד את הממשל להפיק את סדרות הסרטים "Why We Fight" ו-"Army-Navy Screen Magazine". תמיכה לדרך זו של תעמולה באה ממחקרים בני התקופה שהראו, שקבוצה גדולה של אנשים המאוחדים יחד למטרה

<sup>7</sup> Ibid. p 207.

<sup>8</sup> לדוגמה, במקרה של המגזין, יש את סרטון האנימציה הקבוע הנקרא Private Snafu, הקושר בין האחים וורנר לבין הממשל האמריקאי. הסבר רחב יותר אודות "Private Snafu", בתת הפרק הקרוב.

<sup>9</sup> Smoodin, *Animating Culture*. p. 80.

אחת, מביאה כל פרט מקבוצה להרגיש פחות מודע למגבלות וחסרונות שלו. יחד הקבוצה יכולה להשיג הרבה יותר ממה שניתן היה להשיג עם היו מתפצלים.<sup>10</sup>

מכיוון שהממשל האמריקאי היה כנראה מודע לאותם מחקרים, הוחלט לשלב חלק מאותן מתודות על קהל ביתי השרוי במצב דומה, ואלו החיילים בצבא ארצות הברית. הרעיון היה לשכנעם בצדקת המלחמה בפאשיזם אשר מאיים על הדמוקרטיה האמריקאית. לתעמולה זו הייתה תשתית טובה, והמגזין השבועי נצפה על ידי כ-4.2 מליון חיילים בכל רחבי העולם.<sup>11</sup> הגישה החדשה שהתעמולה הטובה ביותר היא דווקא הגלויה והמכוונת, כלומר, התעמולה צריכה להציג את כוונותיה בצורה ברורה ונהירה, התאימה למיקוד ולגישה התעמולתית בזמן המלחמה של הממשל והצבא האמריקאי. הרעיון מאחורי התעמולה הוא שהתנהגות אנושית יכולה להתכוון בהתאם למטרות רצויות, מתודה שהייתה מקובלת מבחינת הפסיכולוגיה.

### דובר הממשל האמריקאי – Private Snafu

חשוב לציין ולהרחיב על הסרטונים של טוראי סנאפו. בחרתי לא לשלב את הסרטונים של סנאפו במחקר, זאת מכיוון שאני רואה אותם כשונים משאר הסרטונים: סרטוני טוראי סנאפו באים כדוגמא לכלי תעמולתי וחינוכי מיסודו, וכחלק ממתודת ההפצה והעברת המידע התעמולתית, שיוצרי הסרטונים נעזרו באנימציה ובבידור כשפה. הסרטונים אותם ניתחתי באו מרקע שונה לחלוטין, הם במהותם היו מורכבים מאלמנטים בידוריים קומיים (דמויות, מצבים, סגנון), לדמויות המקור של עולם האנימציה היה כבר לרוב מעמד והכרה בעולם הסרטונים ועליהם הלבישו מסרים תעמולתיים חינוכיים. למרות שלא שילבתי את סנאפו במחקר, היה לי לנכון להציג אותו כדוגמא מובנת של סרט אנימציה תעמולתי בבסיסו.

האחים וורנר הפיקו 26 סרטי אנימציה של "טוראי סנאפו" שילוו את סרטיו של קפרה במגזינים השבועיים. סרטונים הופקו עבור מחלקת המלחמה של ארצות הברית. כל פרק היה בעל מוסר השכל שנועד ללמד את החיילים על החיים בחזית, כללי התנהגות וחוקי הצבא. מתחילת 1943 פרנק קפרה היה אחראי פעמיים בחודש על היומן שיוקן על המסך הגדול מטעם הצבא. מכיוון שסרטוני האנימציה המאוירים נתפסו אצל קהל הצופים כבידור ילדותי ואינו מזיק, האנימציה נוצלה, בתיאטרון הצבאי, כמנגנון התעמולה בזמן מלחמה על מנת שהיא תקבל מאפיינים נעימים ולא מאיימים.

מכיוון שסרטוני אנימציה מסמלים סוג מסוים של בידור, זה יכול להסביר לא רק את ההתאמה האידיאלית לתעמולה במצב מלחמתי לחוץ, אלא גם מבהיר לנו את יחס הממשל כלפי קהל הצופים שלו. היחס מהממשל כלפי קהל הצופים, אזרחים שלו, מציג לנו ממשל שמכיר בפחדים של האזרחים ובשפה קלה להבנה, היינו אנימציה, לקבלת מסרים תעמולתיים. יש להניח שוב שבחירת מתודת האנימציה לתעמולה באה מתוך הכרת המחקר באותם ימים והמודעות לפיתוחים הטכנולוגיים

<sup>10</sup> Ellis Freeman, *Conquering the Man in the Street: A Psychological Analysis of Propaganda in War, Fascism, and Politics*, New-York, Vanguard Press, 1940. p. 10, and p. 28.

<sup>11</sup> Smoodin, *Animating Culture*. p 82.

המשיגים תוצאות טובות יותר. קפרה והצוות שלו האמינו שהדרך הטובה ביותר לדבר אל מתגיסיים חדשים היא דרך ההתייחסות אליהם כצעירים.<sup>12</sup>

הממציא והיוצר של טוראי סנאפו היה תאודור גייסל (Geisel), שהצליח מאוד ככותב ספרי ילדים, ומאוחר יותר התפרסם במיוחד תחת שם הסופר של "דר' סוס", ולצידו מל בלנק (Blanc) אשר דיבב את הקול של סנאפו. קולו של מל בלנק מוכר היה בעולם האנימציה מכיוון שהוא היה משחק את קולו של באגס באני, דאפי דאק ופורקי החזיר.<sup>13</sup> אורך היומן היה כעשרים דקות וכל סרטון של "טוראי סנאפו" ארך כשלוש דקות. מכיוון שקהל אנשי הצבא היה מגוון ובעל רקעים שונים (מעמד סוציו-אקונומי שונה, רקע אקדמי, גישה שונה למסגרת הצבאית), סרטונים אלו שהוקרנו ביחד עם "טוראי סנאפו" העלימו את ההבדלים בין החיילים ומיקדו את הדמיון לגישה האידיאולוגית למלחמה. השילוב של חברת הפקות גדולה עם צבא ארה"ב בהפקת המגזין, משמש כדוגמה לשיתוף פעולה בין גוף אזרחי ובין הממשל, ובנוסף ממחיש את הרצון המשותף של שני הגופים, שהוא להפיץ את ההכרה באמינות של הצילומים במגזין.

אם להתייחס לסדרת סרטי "טוראי סנאפו" כמקור היסטורי, ניתן ללמוד מהם מספר דברים. לדוגמה, סרטי "טוראי סנאפו" הופיעו לרוב בסוף מגזין שהקרינו התיאטראות. לכן, ניתן לראות את הסרטון כסוגר את המשמעות הסופית מהמגזין ומביע את הרעיון האידיאולוגי שמוצה מהמגזין. מצד שני ניתן ללמוד על בעיות שהיו בצבא והיה צורך לפתור או למנוע אותם בעזרת הסרטון. אך במקביל כאשר רואים את "טוראי סנאפו" מדגים בסרטון מה לא לעשות כאשר אתה חייל אמריקאי, אנו מקבלים נקודת מבט למצב החיילים עצמם שכנראה היו לא מרוצים ממצבם. הדוגמה הברורה לכך היא מפירוש ראשי התיבות "סנאפו" – SNAFU – Situation Normal: All Fucked Up – פירוש שמדגיש את היחס של החיילים למצב המלחמה.

### ניצול סרטי האנימציה למלחמה

סרט האנימציה הוא מקבץ של ציורים המציגים 24 חלקי השנייה של המציאות אותה הוא יוצרת. לכן, לאחר שעה של סרטון אנימציה, הצופה בסרטון מתבונן ב-86,400 תמונות כאלו. כל חלק וחלק של תמונה שותל מסר בראשו של הצופה, ומידת ההשפעה של סרטים על דעת הקהל וחשיבות התעמולה בסרטים, באה לידי ביטוי בצורה הטובה ביותר בסרטים במלחמת העולם השנייה. סרטי האנימציה בתקופת המלחמה, גם בחסות הממשל וגם החסות תאגידים וחברות פרטיות, היו רבים, וכפי שציינתי רבים מתוכם התייחסו למלחמה.

באותה תקופה של המלחמה, הוליווד לקחה חלק פעיל במאבק המלחמתי, כך שאלילי הסרטים ההוליוודים הפכו לאלילי מלחמה. אחת המטרות של סרטי התעמולה הייתה לגרום לקהל הצופים בארה"ב ובבריטניה, לגאווה לאומית, יצירה פטריוטית מובהקת. גם בעולם האנימציה התרחש

<sup>12</sup> Ibid. p. 72

<sup>13</sup> Abe Mark and Yukio Fukushima (eds.), *The Japan/America Film Wars – World War II Propaganda and its Cultural Contexts*, Harwood Academic Publishers, 1994. p. 224.

אותו תהליך, מכיוון שסרטי האנימציה תמיד היו אפקטיביים בהעברת מסרים לקהל הצופים. הסרטונים גויסו להעברת הנחיות ומידע שיעזור לצופים, אך בנוסף לכך האולפנים נקראו להפיק סרטים על מנת לרומם את רוחם של אזרחי המדינה. לדוגמא, סרטי אנימציה שיווקו אגרות מלחמה על מנת שאזרחי המדינה יקנו אותם וכך יעזרו במאבק הלאומי במלחמה. אחת הדוגמאות לניצול סרטוני האנימציה על ידי הממשל הייתה ב-1942, כאשר המזכיר לאגף האוצר, הנרי מורגנטאו (Morgenthau), הזמין הפקת סרט אנימציה שיכין את האזרחים האמריקאים לעלייה במיסים. מזכיר האוצר הציעה את דונאלד דאק לסרטון וכך נולד הסרטון הקצר של דיסני "The New Spirit". האולפן סיים את הסרטון בתוך חודש, שיא זמנים של האולפן. הסרטון שיצא לאקרנים ב-23 לינואר 1943 ככלי הסברה לאזרחים האמריקאים על חשיבות תשלום המיסים והצורך בפטריוטיזם למען ניצחון על כוחות האויב, הסביר לצופים כי הכסף שנגבה במיסים מנוצל לבניית טילים, ספינות, טנקים ומטוסים כנגד האויב. שילוב הרעיון הלאומי בתוך עלילות בסרטים העלילתיים והאנימציה היה נכון בבסיסו, אך היו לו תופעות לוואי. בעקבות הקנאות הלאומית וההליכה אחרי ההמון, סרטים מסוימים השפיעו במקרים שונים על התפרצות של אלימות כלפי זרים ממוצא יפני או גרמני, הברחתם מבתיים ואף הרג שלהם.<sup>14</sup>

### עולם האנימציה יוצא לקרב

כפי שאמרתי בתחילת הדברים, ניתן לראות בסרטוני האנימציה ביטויים למצב החברתי בהם מוסרטים. כך היה כמובן גם בזמן המלחמה. דמויות האנימציה הערימו על האויב, אך הפעם היה זה בשם טובתה של הרפובליקה והאויב היה היטלר, מוסוליני או נציג שלהם. הסרטונים כיוונו להאמין שדמויות האויב הינם טיפשיות ותמיד יפסידו במאבק. אחד מנקודות ההשפעה של הסרטונים היה בחינוך הילדים שהושפע מאוד מצפייה בסרטונים, וזאת בעיקר כאשר דמויות אהובות ונערצות על ידי הילדים, אם זה ארנב מצחיק או עכבר אהוב, שונאים את האויב המדיני. עם תקופת המלחמה, פופאי עזב את בלוטו ועבר לרסק את האויב היפני. פורקי החזיר ובאגס באני שרו: "Any Bonds Today?" (יש איגרות מלחמה היום?) ככוונה לשאול, מה אתם עשיתם היום כדי לעזור למלחמה? באגס באני גם עשה הפסקה מלהתעלל באלמר הצייד, ובמקומו הוא הפנה את כל היצרים הסדיסטים שלו כלפי היטלר וסוכניו, הכוכבים של דיסני הולבשו בבגדי מלחים והפיצו את המסרים המדיניים. אולפני Fleischer Brothers הכינו 17 סרטי סופרמן ל-Paramount בין השנים 1941-1943. רוב הסרטים העמידו את סופרמן מול שני איומים על ארצות הברית, האחת יפנית והשנייה גרמנית. דוגמא לכך, היא "Jungle Drums", שיצא לאקרנים ב-26 למרץ 1943. הסרטון הוא על סופרמן המציג שבט אפריקאי המשמש כיסוי לגרמנים הנאצים. לואיס ליין, חברתו של סופרמן ועיתונאית במגזין "Daily Planet" מגלה את התרמית אך היא נתפסת על ידי הגרמנים. בזמן שמנסים להרוג את לואיס

<sup>14</sup> Heraldson Donald, *Creators of Life A History of Animation*, New York, Drake Publishers, 1975. p 59



במדורת אש, סופרמן מגיעה לעזרתה, מציל אותה ממוות והם מספיקים להודיע לכוחות האמריקאים על מיקום הכוחות הגרמנים.<sup>15</sup>

מלחמת העולם השנייה הביאה לשינויים בעיצוב הדמויות באנימציות מבחינה גופנית. לדוגמא, גם MGM וגם Columbia חיזקו את מיניות דמויות הנשים בסרטי האנימציה כאמתלה לתמיכה במאמץ המלחמתי. השינוי בסרטוני האנימציה לא השפיע רק על גיבורי הסדרות, אלא גם על עיצוב האויב שמתעמת מולם. במספר סרטוני תעמולה שמומנו על ידי הממשל האמריקאי, מראים את האויב של המלחמה כמפלצות איומות. בסרטון "The New Spirit", הגרמנים מצוירים כמכונות של עטלפים איומים עם עיני מתכת היורות כדורים.<sup>16</sup>

סרטוני האנימציה נסמכו על תיאורים סטריאוטיפיים. בהשוואה לגרמנים או האיטלקים, היפנים זכו לתיאורים מוגזמים במיוחד. היפנים לרוב היו ממזריים, מחויכים, פחדנים, בעלי שיניים גדולות ועקומות ומשקפיים גדולות. היטלר והנאצים היו לרוב מקבלים ייחוס למושג הרשע הטהור, והיטלר במיוחד היה מקבל לרוב תכונות של פסיכופט נזירי צווחני, ולפעמים היה משנה צורה לבעל חיים. ברוב הסרטונים לא היה הבדל בין גרמנים טובים ובין הנאצים, למרות שסרטון השונה מהנוף הזה הוא הסרטון עם דונאלד דאק – "Der Fuehrer's Face", שם דונאלד חולם שהוא פועל מפעל גרמני מסכן במפעל לייצור פגזים. המסר הוא שהחופש הוא יקר ושכל אחד יכול להיות נתון למצב הזה, אם האויב הנאצי ינצח במלחמה. באופן חריג סרטון זה מתייחס למצב הפנימי במדינת אויב.

ברוב הסרטונים אין התייחסות לאיטלקים ולאיוס האיטלקי, כיוון שככל הנראה הם לא נתפסו כמאיימים מספיק, מבחינת האמריקאים. ההתייחסות כמעט היחידה היא התייחסות למוסוליני, והיא הקישור שנעשה לאיטליה הפאשיסטית. מוסוליני מוצג לרוב כגרוטסקי, טיפש ושעושה את דברו של היטלר. בסרטונים שונים הוא מוצג כברווז, גורילה וכקוף. סרטוני האנימציה של 1943 היו מגוונים והתייחסו למצב בגישות שונות. חלק מהסרטונים התאפיינו באמירה מאוד חזקה נגד הרייך השלישי והיפנים, ואלמנט ההומור היה מועט יחסית, אם בכלל.

### מה בין תעמולה ובידור?

על מנת להצליח לנתח את סרטוני האנימציה ולזהות בהם מאפיינים בידוריים או מאפיינים תעמולתיים, יש צורך להגדיר את שני המושגים האלו. חשוב לציין שגם בידור וגם תעמולה אינם מושגים לעצמם מוחשיים, אלא מייצגים מצב מסוים. ישנו קונצנזוס ברמה הבסיסית ביותר להגדרת שני המושגים, אך עם זאת יש גם ויכוח בין האסכולות השונות שמחפש, מהו בדיוק אותו המצב שניתן לשים עליו את האצבע ולומר: "זהו בידור" או "זו תעמולה". במושג "בידור" אשים דגש על הבידור הקומי, הרלוונטי יותר לעבודה. מכאן שלמרות הקושי בלמצוא את הנוסחה המושלמת לכל מושג, אני מאמין שניתן לפחות להגדיר כלים על מנת לזהות סממנים של בידור או תעמולה באמצעי

<sup>15</sup> Smoodin, *Animating Culture*. p 41

<sup>16</sup> מוזר לגלות שסרטונים כאלו, המראים את האויב בצורה סטריאוטיפית ומעליבה, לא חזרה על עצמה בעתיד, אין סרטונים שמראים את דונאלד דאק או באגס באני נלחמים בויאט-קונג.

תקשורת שונים. בפרק זה אציג את ההגדרות למושגים "תעמולה" ו"בידור", ובעזרת הגדרות אלו אוכל לנתח את סרטוני האנימציה המקוריים מתקופת מלחמת העולם השנייה.

**תעמולה/פרופגנדה:** אדם מבצע פעולות ומקיים החלטות על בסיס הניסיון וההכשרה שקיבל עם השנים שגדל ולמד. ההנחה היא שקבלת החלטות על מצבים שונים מבוססת על ניסיון מוחלט, בלי שום השפעה או שיפוט על דרך כזאת או אחרת. גם אם אין זה נכון, אמר בלפור (Blafour), החל מהילדות שלנו אנחנו בונים מערכת של סטריאוטיפים ושיפוטיות המתבססת או על הניסיון שלנו או על תקשורת עם אנשים אחרים. כל חברה מגדירה לעצמה את מערכת הערכים המתקשרים לחיים בכלל, ואותם ערכים מונחלים אצל הילדים לכל אורך התבגרותם, כך שכאשר אנו מנסים לנתח את הניסיון שלנו ולהסיק ממנו מסקנות על החלטה נכונה לעשייה, אנו כבר מושפעים מהסביבה בצורה אינהרנטית.<sup>17</sup>

הגדרה של פרופגנדה מורכבת ובעלת אסכולות שונות. לפי James Combs, פרופגנדה היא הניסיון ליצור, לשנות או לשלוט בעמדות מתוך הכוונה שבכל מצב שאותם אלו שהושפעו, יגיבו בצורה המתבקשת על ידי יוצר התעמולה.<sup>18</sup> המקור של המילה "פרופגנדה" בא משם של משרד בכנסייה הקתולית שנוסדה במאה ה-17 ומטרתו הייתה להפיץ את האמונה הנוצרית בארצות זרות.<sup>19</sup> הניסיון להשפיע למען מטרה על האישיות ולשלוט על התנהגות הפרטים בתוך חברה, בכל מצב שהוא, כך שהתנהגותם של הפרטים תוביל למטרה. פרופגנדה היא הניסיון לשכנע כל אדם להאמין או למעשה מסוים. פרופגנדה היא הניסיון להשפיע על הדעה והפעולה של אדם. ניתן למזער את הגדרת התעמולה מבין כל האסכולות ולומר שהתעמולה היא "מטרה מכוונת החוזרת על עצמה".<sup>20</sup>

המונח תעמולה – פרופגנדה, קיבל משמעות חדשה בקרב האוכלוסייה האמריקנית, כבר אחרי מלחמת העולם הראשונה. לפני המלחמה, הפירוש למושג פרופגנדה היה ההפצה של רעיון אינטרסנטי באמצעי התקשורת. ספראול (Sproule) ציין כי בזמן מלחמת העולם הראשונה, פרופגנדה אנטי גרמנית, קיבלה צורה חדשה והתייחסות של הציבור האמריקאי שהשתנתה בהתאם. הפרופגנדה הפכה לשם נרדף למניפולטיביות ולחצאי אמת הנערכים בחשאי על ידי חברה נגד האויב המוצהר שלה.<sup>21</sup> ג'ואט (Jowett) ואודונל (O'Donnell) טענו כי פרופגנדה היא הפצה או קידום של רעיונות ייחודיים. כאשר הודעה מסוימת מוגדרת כתעמולה משמעות הדבר הוא שיש לראות את אותה הודעה כשלילית ולא אמינה. כיום כאשר אומרים פרופגנדה, המילים המתקשרות לכך הן שקרים, עיוות, רמאות,

<sup>17</sup> Michael Blafour. *Propaganda in War 1939-1945 Organisations: Policies and Publics in Britain and Germany*, Routledge & Kegan Paul, 1979. p. 419.

<sup>18</sup> James Combs & Sara T. Combs, *Film Propaganda and American Politics: An Analysis and Filmography*, New York: Gerland Pub., 1994.

<sup>19</sup> Leo Braudy. "Entertainment or Propaganda" in: Martin Kaplan (ed.) *Warner's War: Politics, Pop Culture & Propaganda in Wartime Hollywood*, The Norman Lear Center, 2004. p 30.

<sup>20</sup> James Combs. *Movies and Politics: The Dynamic Relationship*, Garland Publishing, New York & London, 1993. p 274.

<sup>21</sup> Michael J Sproule. *Propaganda and Democracy: The American Experience of Media and Mass Persuasion*, Cambridge University Press, 1997. p 8.

מניפולציה, שליטה בחשיבה, מלחמה פסיכולוגית ושטיפת מח.<sup>22</sup> המטרה של פרופגנדה היא שליחת מסר אידיאולוגי לקהל הצופים עם מטרה מקושרת. לדוגמא, ממשלה המקדמת פטריוטיזם בקרב אזרחי המדינה לתמיכה במלחמה, מפקד צבאי מקדם הפחדה אצל כוחות האויב על מנת לערער את חוזק הצבא.

בלפור הוסיף, שהעברת מידע ויצרית דיון בין קבוצות אנשים, נחלקת לשתי אפשרויות. הראשונה, דיון פתוח המנסה להביא את כלל האפשרויות והצדדים לנושא המדובר וניסיון לצמצם את האפשרויות לאחת ויחידה שמתאימה ביותר על ידי ניסיון אישי והעולם החיצון. הדרך השנייה מנסה להתחמק מאפשרויות שונות ולצמצם אותן, ובמקום לפרוס את כלל האפשרויות, רק להציג אחת ויחידה ובכך משדלים את הצד השני למעשה או דעה, במקום לשכנע אותם. ההקבלה לשתי הדרכים לדיון היא בין עולם המדע, המתאים לאפשרות הראשונה, לבין עולם התעמולה שמתאים לדרך השנייה.<sup>23</sup> לדבריו, על התכנים בתעמולה להיות מקושרים, לפחות למראית העין, לניסיון של האנשים, כי אם לא אף אחד לא יקשיב לדבריו. תעמולה/פרופגנדה היא מתודה להפצת רעיונות למען קידום מטרה, קבוצה או אומה.<sup>24</sup>

הפילוסוף הצרפתי ז'ק אלול (Ellul) טען, כי הרגע הטוב ביותר להשפיע על אדם הוא כאשר האדם נמצא לבדו בתוך קבוצה. זהו בדיוק המצב שאדם נמצא בו כאשר הוא צופה בסרטון בקולנוע עם קהל צופים. אלול הדגיש שהאמת אינה מפרידה בין התעמולה לבין המוסריות שלה, מכיוון שהתעמולה מנצלת את האמת, חצאי אמת או אמת מצומצמת על מנת להעביר את המסר שלה.<sup>25</sup> תיאור זה מתחבר להגדרה נוספת למושג תעמולה שמתאר זאת כ"הצעה המונית", או השפעה דרך מניפולציות של סמלים והפסיכולוגיה של היחיד.<sup>26</sup>

אסכולה מחמירה יותר טוענת כי "פרופגנדה היא הכול". עם זאת יש חוקרים המצמצמים את הרשימה, וטוענים למשל כי פרופגנדה איננה הכול אך היא כוללת בתוכה כל הפרסום המסחרי, יחסי ציבור, קידום רעיונות, גופים דתיים, מפלגות פוליטיות וממשלות.<sup>27</sup> אלו הסביר כי בשנות ה-20 ובתחילת שנות ה-30 של המאה העשרים, הדגש העיקרי בתעמולה היה על התת מודע:

*"As a manipulation of psychological symbols having goals of which the listener is unaware"*.

כעבור שנים אחדות, פסיכולוגים הגיעו למסקנה שהתעמולה הטובה ביותר היא דווקא הגלויה והמכוונת. התעמולה צריכה להציג את כוונותיה בצורה ברורה ונהירה.<sup>28</sup>

בתקופת מלחמת העולם השנייה טכנולוגיית התקשורת הייתה במגמת פיתוח ושיכלול מרבי. טכנולוגיה חדשה של הטלוויזיה, הדפסה מסיבית של עיתונים ותפוצה נרחבת, הפופולאריות הרבה

<sup>22</sup> Garth S. Jowett & Victoria O'Donnell. *Propaganda and Persuasion*, Sage Publications, 2005. p 3.

<sup>23</sup> Blafour, *Propaganda in War*. p. 421.

<sup>24</sup> Shull & Wilt, *Doing Their Bit*, p 13.

<sup>25</sup> Jowett & O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*. p. 4.

<sup>26</sup> Pratkanis Anthony R. & Aronson Elliot. *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*, Holt Paperbacks, 2001. p 11.

<sup>27</sup> Hugh Rank. *The Pitch*, The Counter- Propaganda Press, 1991. p. 9.

<sup>28</sup> Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, A.A. Knopf, 1965. p. XI.

של הקולנוע והרדיו, כל אלו משכו תשומת לב רבה לרעיון התעמולה והאפשרויות החדשות. עם זאת, לפני ה-7 לדצמבר 1941, ההתקפה היפנית על הצי האמריקאי בפרל הארבור, לא היו תוכניות תעמולה בארצות הברית. הסיבה העיקרית לכך היא שהאמריקאים לא האמינו בתעמולה, וראו בזה כמניפולטיבי ולא דמוקרטי.<sup>29</sup>

**הבידור:** צחוק בסרטי בידור, ובמיוחד צחוק לעגני, צריך להיות חלק מדיכוי של הרגישות.<sup>30</sup> צחוק ובידור הם חלק מהקומדיה וצורותיה השונות – בדיחות, התחכמויות ורגעים המבוססים על קומיות. על מנת שמצב מסוים יקבל הכרה שהוא בידורי ומצחיק צריכים להתקיים שני אלמנטים: האחד שמערכת הנתונים המגדירים את המצב, מוכרת כמצב מצחיק; והשני, שלאותו מצב יש אישור להיות מצחיק.<sup>31</sup> מכיוון שהגדרה של מצב מסוים כמבדר תלוי לא רק על המבדר עצמו אלא על ההגדרה של המקום והיחס כלפיו, אותה בדיחה יכולה להתקבל כמבדרת במקום אחד, וכלא מבדרת במקום אחר. למרות שייתכן שלא כל מה שמוגדר כבידור, יהיה באמת מבדר, ישנם אלמנטים מסוימים שכן נכנסים לקטגוריה של מבדרים. השילוב של מצב מגוחך, בניית מצב ולבסוף להפתיע עם מצב שונה לחלוטין מהמצופה, ההיגיון של האבסורד, יוצר הומור ובידור.<sup>32</sup> בידור משמש במקרים רבים במובן של "אסקפיזם", בריחה מהעולם האמיתי ומעבר אל העולם של הפנטסיה, העולם של הסרט.<sup>33</sup> צורה זו אינה רק נחלת הבידור הקומי, אלא מתאימה כמעט לכל צורות הבידור.

הבסיס למצב דרמטי או קומי הוא קונפליקט שנוצר בין שני צדדים. תחושת קירבה לאחת הדמויות ובמקביל השנאה הנוצרת לדמות השנייה, מביאה את הצופה לרגש של הנאה, כאשר הדמות האהובה נהנית, ורגש של שנאה כאשר הדמות השנואה נהנית.<sup>34</sup> הקונפליקט הוא הכרחי ליצירת רגש שנובע מהזדהות עם אחד הצדדים, ומכאן הבידור שואב את כוחו המרבי. היבט אחר של אותה סוגיה מוצג במחקרם של וורדר (Vorderer) וזילמן (Zillmann). הם מציינים שמצבים קומיים לא מחפשים את המצב הבידורי הרגיל, בו הטוב מקבל את שלו והרע מקבל את שלו. לדעתם, הרגע הקומי מחפש להרוס את החלשים על ידי תאוונות, מזל ביש, העלבות ואף השפלה מוחלטת.<sup>35</sup>

<sup>29</sup> Anne Magnussen & Hans-Christian Christiansen. *Comics & Culture: Analytical and Theoretical Approaches to Comics*, Museum Tusulanum Press, 2000. p 141.

<sup>30</sup> Neale & Krutnik, *Popular Film*. p. 63

<sup>31</sup> Jerry Palmer, *The Logic of the Absurd: On Film and Television Comedy*, British Film Institute Publishing, 1988. p. 21.

<sup>32</sup> Neale & Krutnik, *Popular Film*. p. 69.

<sup>33</sup> Leo Braudy. "Warners' War". p. 29.

<sup>34</sup> Denis McQuail, *McQuail's Reader in Mass Communication*, Sage Publications Ltd. p. 407.

<sup>35</sup> Dolf Zillmann & Peter Vorderer, *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal*, Lawrence Erlbaum Associates, 2000. p. 39.

**ניתוח הסרטונים:****The Last Round Up**

סרטון של אולפן 20<sup>th</sup> Century FOX שיצא לאקרנים ב-14 למאי 1943. אחד האירועים המשמעותיים ביותר, שהתרחשו קרוב לזמן הפקת והקרנת הסרטון, אירע ב-2 לפברואר 1943, כאשר הכוח הגרמני בסטלינגרד, בפקודו של המפקד פרידריך וילהלם ארנסט פאולוס מפקד הארמיה השישית, נכנעו לכוחות הרוסים ונלקחו בשבי. זהו אחד האירועים המשמעותיים באותה תקופה שיצרו תפנית במהלך המלחמה.

בסרטון רואים שני חיילים, אווז וחתול, המתאמנים בירי תותח. תאונה באימון מעיפה אותם לגרמניה. החתול והאווז מגיעים לשלט המציין שהגיעו ל-"Berchtesgaden" (אתר הנופש של הנאצים, והיטלר בראשם, הממוקם באלפים). היטלר ומוסוליני נמצאים באתר ומנסים לברוח מניסיונות של החתול והאווז להרוג אותם. בסופו של מרדף, החתול והאווז מפוצצים את "Berchtesgaden" והיטלר ומוסוליני עפים לבית הקברות.

הסרטון מתחיל כשרואים את הטוראי אווז במדי כחייל, הולך למתקן אימונים. האימון הוא לירות בעזרת תותח גדול, תפוח שנמצא על ראשו של האווז. סמל חתול מכוון את התותח לפי הכוונה של טוראי אווז ופוגע בתפוח. בפעם השנייה הפגז פוגע באווז ומעיף אותו רחוק. מסיבה לא ברורה הפגז לא מתפוצץ, החתול והאווז באים לבדוק את הפגז שנחשב לנפל, אך פתאום הוא מתפוצץ ומעיף אותם לשמיים מלאי הכוכבים. בזמן שהם נופלים מטה, שואל האווז את החתול לאן הם הולכים. החתול כמובן אינו יודע, אך עונה "שהוא לא יכול לספר לו כי זה סוד צבאי". אמירה ידוע במסגרות הצבאיות ומעורר גיחוך במקרה הזה. כאשר הם נוחתים על ערמת שחת, מקבלים אותם נמלה, ואחריה שתי תולעים שכל אחת מהן מברכת בהצדעה ואמירת "הייל" בגרמנית. החתול מיד מבין שזוהי גרמניה והם הולכים לקרוא שלט לידם. בשלט כתוב "Berchtesgaden – Adolf – Schicklegruber, Proprietor" – השטח של אדולף היטלר. השלט צוחק על הכתב הגרמני והשפה הגרמנית. במעלה המצוקים של האלפים עומד לו המבנה של היטלר. בתוכו רואים דמות בעלת הסממנים של היטלר: שפם, שיער, מדים, צלב קרס על הזרוע, נואמת בגרמנית ומדברת בצורה מתלהמת וחסרת מעצורים. אך הדמות אינה אנושית, הראש של היטלר הוא ראש של חזיר, שבזמן שהוא נואם ומתלהב הוא נהפך אדום יותר ויותר. משני צדדיו של היטלר החזיר יש דגלים עם צלבי קרס, וקהל המאזינים שלו מורכב מדמות אחת. הדמות השנייה המקשיבה באוזן קשבת לדבריו לובשת גם כן מדים, בעלת מבנה הלסת הבולט והכובע הצבאי שמאפיין את בניטו מוסוליני. אך גם מוסוליני אינו דמות רגילה אלא הוא קוף שאינו יכול לדבר רק לקפוץ, לגרגר ולצרוח. לאחר הנאום של היטלר, מוסוליני מראה התלהבות יתרה, קפיצות וצרחות, כך שהוא מקבל תמיכה מצדו של היטלר בצורה של בוטנים. הקשר שמציגים כאן הוא של היטלר השולט במוסוליני, ומוסוליני עושה הכול על מנת לרצות ולשרת את היטלר.

החתול והאווז מטפסים אל עבר הבית, בזמן שהיטלר הולך הלוך חוזר בחדר בצעדים צבאיים טיפוסיים לצבא הגרמני, מצדיע במועל יד ואחריו מוסוליני עושה בדיוק מה שהיטלר עושה (קוף אחרי

חזיר). בזמן שהיטלר שוב נואם למוסוליני ומראה לו את מפת העולם, כנראה את האזורים שהוא רוצה לכבוש, האווז מדליק באש את המפה. בריצה חסרת היגיון היטלר עובר מצד אחד לצד השני של החדר בזמן שהאש תופסת את מכנסיו. הריצה נפסקת בהתנגשות היטלר בקיר החדר ונפילת תמונה על ראשו. בחלק הבא, החתול והאווז חומקים בזהירות אל עבר חלון ורואים את היטלר יושב ומוסוליני מעליו מטפח את שיערותיו. הטיפוח נעשה על ידי הוצאת צלבי קרס קטנים מהראש של היטלר וזריקתם על הרצפה. החתול משליך אבן על מוסוליני, שמגיב בזעקות, קפיצות, ריצה ודפיקת הראש ברצפה. החתול והאווז מנצלים את העיתוי ומתחילים לירות באקדחים אל עבר היטלר ומוסוליני. מתחיל קרב יריות שהופך מהר למרדף מעליות לא הגיוני. לכל מקום שהיטלר ומוסוליני בורחים, החתול והאווז מקדימים אותם ויורים עליהם. לבסוף מוסוליני והיטלר נתפסים בין חביות היין שנזרקו עליהם, ובמקביל החתול מוצא את מחסן התחמושת וה-"Blitz Powder" (אבקת הבלץ). החתול מדליק בעזרת פתיל השהייה את האבקה עולה על מטוס עם צלב קרס, מעלה את האווז ואיתו חבית שיכר וטסים במהירות הרחק מבית הנופש. פיצוץ אדיר מוחק את "Berchtesgaden" ומעיף את מוסוליני והיטלר באוויר. בזמן הנפה הם מרימים יד אחת כמו הצדעה ונופלים לתוך קבר בזעקת "הייל", שנענית על ידי שלדים במועל יד וקריאת "הייל", והחתול והאווז קוראים "אייל" ("Ale" – שיכר) אך מחזיקים כוסות בירה במקום הצדעה.

בסרטונים של 20<sup>th</sup> Century Fox, במיוחד ב-The Last Round Up ניתן למצוא פגמים רבים, במיוחד כשמשווים ל-Warner Bros או MGM. ההומור בסרטונים האלו ניזון מבדיחות קטנות של חוסר נעימות במצב הדמויות, או פציעות ונפילות. בסרטון אין ממש עלילה, בנוסף, דבר לא קורה שיכול להתרחש בחיים האמיתיים. אין שם הומור מילולי.<sup>36</sup> סרטון זה מוגבל בדיבורים והעלילה שלו מאוד מוגבלת, אך האמצעים החזותיים שהוא מציג את היטלר ומוסוליני מהווים מסר תעמולתי חריף ביותר. הצגתם של היטלר כחזיר ושל מוסוליני כקוף מהווים יותר מסר ערכי מאשר רעיון קומי. שאר עלילת הסרטון, משלבת את סדרת המרדפים הרגילה והסוף הטוב של מות הרשעים וניצחון הטובים בתוספת בדיחת לשון פשוטה. בעיניי, הרעיון הבסיסי של הסרטון הוא בידורי אך הכלים שבו הוא בחר להביא את הבידור הינם מאוד פוליטיים ותעמולתיים.

### Der Führer's Face

הסרטון הופק על ידי וולט דיסני בעזרת RKO, ויצא לאקרנים ב-1 לינואר 1943. בתחילה הסרטון נקרא "Donald Duck In NutziLand", אבל לאחר ההצלחה של הסרט, ובמיוחד של השיר בתחילתו, הסרטון הסב את שמו לשם השיר "Der Fuehrer's Face". הסרטון זכה בפרס האקדמי לסרטון האנימציה הקצר הטוב ביותר בשנת 1943. באותה תקופה הגרמנים ספגו מהלומה קשה מהכוחות הרוסיים, כאשר ב-19.11.1942 הסובייטים יצאו בהתקפה, נגד הכוחות הגרמנים והרומונים והצליחו לגרום להם לסגת.

<sup>36</sup> Shull and Wilt. *Doing Their Bit*. p 66.

בסרטון דונאלד דאק חי בגרמניה הנאצית, בזמן של מחסור ועבודה קשה תחת הרייך השלישי. אנו עוקבים אחרי יום שגרתי של דונאלד כאשר הוא הולך לעבוד במפעל לייצור תחמושת, שם הוא מרכיב פצצות בפס ייצור. בסופו של דבר, דונאלד מתעורר ומבין שכל הסיפור היה סיוט שחלם בלילה, והוא מתעורר באמריקה. הסרט מתחיל עם צילי השיר "Der Fuehrer's Face", שנכתב על ידי ספייק ג'ונס (Spike Jones) מוזיקאי פופולארי באותם שנים, חבר בלהקת Spike Jones and his City Slickers) במיוחד לסרטון. השיר משלב צלילים ומבטא גרמני שנועד לצחוק על הפיהרר. בסרטון השיר מנוגן על ידי מקהלה נאצית שמורכבת מ"הירוהיטו" – הקיסר היפני, מוסוליני – הדוצ'ה האיטלקי, הרמן וילהלם גרינג – מראשי המשטר הנאצי וכולם מוצגים כדמויות חייכניות ומגושמות. התמונה מוצפת בסמלי צלב הקרס בעצמים שונים (עצים, עננים, גדרות, עמודי חשמל ועל בגדי הצבא של המקהלה). בבית של דונאלד גם הקירות עם סמלי צלב הקרס, ואפילו השעון לא מראה את השעה אלא סמלי צלב קרס, פעמון בצורה של קסדת חייל גרמני והמחוג מצדיע במועל יד. שעון הקוקייה גם כן מראה רק סמלי צלב קרס ובמקום קוקייה שצפויה לצאת מהארון, יוצאת לה ציפור בעלת תווי פנים של היטלר וגם היא מצדיעה במועל יד. להוסיף לאבסורד - גם התרנגול לא קורא באופן המצופה, אלא צווח "הייל היטלר" ומצדיע במועל יד. כל העומס חסר ההיגיון של הצדעות, צלבי קרס וקריאת "הייל היטלר" מעוררות גיחוך וזלזול. כידון נשק מוציא את דונאלד דאק מהמיטה והוא קופץ ומיד מצדיע לתמונות של היטלר המתואר כדמות צנומה בעלת אף גדול, מוסוליני, שמן והירוהיטו עם שיניים בולטות ומשקפיים גדולות. הבחירה בדונאלד דאק בסרטון זה היא לא מקרית, טען פול וולס (Wells) דונאלד דאק היה הדמות הפופולארית ביותר של דיסני, ולכן הוא הופיע ברבים מהסרטונים בזמן המלחמה של דיסני. ההנחה הייתה שהציבור האמריקאי הזדהה יותר עם האופי של דונלד דאק מאשר דמויות אחרות, וזאת כיוון שהוא עם חרדות, רגזן ומתנגד לכל, תכונות רצויות במלחמה נגד האויב.<sup>37</sup> בהמשך, דונאלד לובש מדים עשויים נייר עם סמלי צלב הקרס ומנסה לשתות קפה בחשאי, בלי שחייל נאצי יראה אותו. ארוחת הבוקר ממשיכה עם לחם עשוי עץ ותרסיס בניחוח חזיר וביצים. הרעיון של מחסור קשה, הפחד מהשלטון הנאצי והמותרות האסורות מציגות חיים מאוד עצובים וקשים לדונאלד במשטר הנאצי. בסוף ה"ארוחה" דונאלד מותקף על ידי כידון שדוחף לידו עותק של "מיין קאמפף" וקריאה גרמנית "הנה!! תעשיר את השכל!!". דונאלד נלקח בכוח לעבוד במפעל לייצור תחמושת. בקטע זה שומעים קול שמהלל את העבודה וה"זכות" לעבוד 48 שעות ביממה בשביל הפיהרר. בזמן שרואים את דונאלד צועד לתוך המפעל באיומי כידון, שומעים את הניגון העליז של שיר הנושא והמשפטים –

"When der Fuehrer says, we never will be slaves

We heil! Heil! But still we work like slaves.

While der Fuehrer brags and lies and rants and raves

We heil! Heil! And work into our graves"

<sup>37</sup> Paul Wells. *Animation and America*, Rutgers University Press, 2002. p 161



דונאלד במועל יד מול תמונות של מוסוליני, היטלר והירוהיטו.



דונאלד דאק ב-"Der Fuehrer's Face" עם מדי הנאצים

בפס ייצור הפצצות דונאלד שוב צריך להצדיע במועל יד מול תמונות של היטלר שרצות על המסלול. בסצנה זאת רואים את דונאלד עובד מאוד קשה בהכנת הפצצות בעוד שקצב הפצצות רק עולה ועולה. בזמן העבודה רמקולים ענקיים צועקים תעמולה גרמנית ומהללים את הפיהרר, ובשנייה אחת של מירמור ואמירת מלמול לא ברור נגד הפיהרר, דונאלד מותקף על ידי כידונים חדים המאיימים על חייו. הסרטון אינו פוסח ומראה את הצד ה"טוב" של הרייך השלישי, כאשר הוא נותן לדונאלד חופשה נפלאה בהרים המושלגים של שווייץ. אותה חופשה היא תמונה קרועה של ההרים השווייצרים, שנופלים כמו רקע מאחורי דונאלד. בזמן החופשה הרמקולים הגדולים מזכירים שיש לעשות פעילות גופנית, על מנת לעבוד טוב יותר לפיהרר. פעילות גופנית היא תנועות גוף בצורה של צלב קרס לפי ספירה צבאית נוקשה. החזרה לעבודה מהירה מאוד ודונאלד כבר לא עומד בזה יותר. דונאלד נראה כאילו משתגע, כאשר פתאום פגזים רודפים אחריו, תמונות של היטלר דמוי ברווז מרחפים בחשכה, פגזים עם סמלי צלב הקרס מצדיעים, שרים, מרביצים לדונאלד, רוקדים ועפים, עד שפתאום דונאלד מתעורר בבית שלו. בפז'מה עם ציור דגל ארצות הברית, שלט מעל המיטה – "HOME SWEET HOME" ועל הקיר כוכבים כמו שעל דגל ארצות הברית דונאלד מתיישר על המיטה וחושב שהוא רואה צל של חייל גרמני מצדיע לו במועל יד. דונאלד קופץ, מצדיע אבל פתאום מזהה שהצל נוצר מדמות פסל החירות שניצב ליד החלון עם וילונות בצורת דגל ארצות הברית, על שולחן עטוף דגל ארצות הברית. דונאלד שמח שזה היה חלום ומודה לכך שהוא אזרח ארצות הברית. הסרטון מסתיים בתמונת פורטרט של היטלר ועגבנייה נזרקת עליו והמילים "the end" עולות.

כאמור, היו שראו את מושג התעמולה כמניפולציות של סמלים והפסיכולוגיה של היחיד.<sup>38</sup> סגנון תעמולתי זה בא בצורה כפולה בסרטון גם באופן בו הראו את התעמולה הנאצית, ומנגד התעמולה האמריקאית נגד הנאצים בעזרת אותה המתודה התעמולתית. בעיני, הסמלים של הרייך השלישי והאופי האנטי נאצי שבאים לידי ביטוי בסרטון, מגמדים את האופי הבידורי שלו. הסיבה

<sup>38</sup> Pratkanis & Aronson. *Age of Propaganda*. p. 11.



העיקרית לכך, לדעתי, היא שגם האלמנטים הבידוריים - ניסיונות לייצור מצבים אבסורדים וקומיים, מתבססים כמעט לחלוטין על תקיפת הרייך השלישי, ולא משלבים בידור קליל ופשוט המקובל לאותם ימים.

### Herr Meets Hare

סרטון של Warner Bros. שיצא לאקרנים ב-13 לינואר 1945. אחד מסרטוני האנימציה האחרונים, לפני סוף המלחמה, שהציגו את היטלר והנאצים. הסרטון נעשה מספר חודשים לפני כניעתה הסופית של גרמניה הנאצית ובאותה תקופה כבר הבינו שהמלחמה נמצאת בשלביה האחרונים.. 25 לאוגוסט 1944 שוחררה העיר פריס. ב-26 לאוגוסט בולגריה יצאה מהמלחמה, ובשישה לספטמבר מכריזה גם היא מלחמה על גרמניה. ב-8 לספטמבר שוחררה בלגיה מהכיבוש הנאצי. בלגרד שוחררה ב-24 לאוקטובר 1944. בנובמבר 1944, יוון שוחררה על ידי כוחות בריטים ולוחמים פרטיזנים יוונים. בדצמבר היה הניסיון האחרון של הכוחות הגרמנים לתקוף בגזרת הארדנים. התקפה שהחלה ב-16 לדצמבר 1944 והסתיימה באבדות גדולות לשני הצדדים, גרמניה ובעלות הברית, אך גרמניה לא נשארה עם עתודות ומצבה היה קשה.

בסרטון רואים את באגס באני מגיע בטעות ליער השחור בגרמניה ופוגש את הרמן גרינג עם כלב ציד. גרינג מנסה לתפוס את באגס באני, אבל הוא מצליח להימלט בתכסיסים שונים. בסופו של מרדף, גרינג מצליח לתפוס את באגס, ומסגיר אותו לפיהרר. הפיהרר שמח מאוד מהלכידה ורוצה להעניק מדליה נוספת לגרינג, אך בסוף באגס באני מצליח להפחיד גם את היטלר וגם את גרינג, כך שבאגס באני שוב מנצח.

הסצנה הראשונה מראה לנו אנטנת שידור רדיו המשדרת הודעת חדשות. הקריין אומר שכולם שואלים היכן נמצא הרמן גרינג בשעה זאת. הקריין ממשיך ומוסיף שלפי מקורות, גרינג נמצא ביער השחור בחופשת ציד. הצגת השאלה החשובה היכן נמצא הרמן גרינג, ע"י הקריין באה גם להדגיש את מצבה הקשה של גרמניה שנראה כביכול שאין לה מערכת פיקודית באותו הזמן, וגם מצליחה לכנות אותו בכינוי גנאי – הרמן "השמן" גרינג. במעבר זריז אנו מגיעים ליער השחור שם רואים דמות שמנה, לובשת בגדים מסורתיים גרמניים עם מדליות צבאיות, מחזיקה רובה ציד וצועדת בסגנון הצבא הנאצי. הרושם הראשוני המצטרף לנאמר ברדיו מביא למסקנה שמדובר בגרינג בחופשת הציד. בניסיון לתפוס ארנב, גרינג מתחבא ומקפץ בקלילות מפתיעה, ומתקרב אל עבר הארנב, באגס באני. הבחירה בבאגס באני על ידי Warner Bros. באה בעקבות המוניטין שכבר רחש, אופי שייגיב רק אם יתגרו בו, ואז ישפיל את הצד המתגרה בו, כנראה תכונות מעולות לשם יצירת סרטון אנימציה.<sup>39</sup> באגס מוציא מפה של ארצות הברית ומול השלט "יער שחור" הוא מנסה להבין איפה הוא טעה בדרך ללאס ווגאס. במבטא גרמני כבד וחרחור חזירי, גרינג מכוון את הנשק אל עבר באגס באני ואומר "rabbitza". הפנים, מבנה הגוף ועכשיו הקול הגרגרני של גרינג, נותנים לדעתי תחושה של אדם משולב עם חזיר. מאותו הרגע באגס באני מבין שהוא הגיע לגרמניה ובורח מגרינג. במרדף של גרינג

<sup>39</sup> Wells Paul. *Animation and America*. P. 161

אחר באגס באני, מצטייר גרינג כחיה מתנשפת ופרועה. באגס באני תולש לגרינג את אחת מהמדליות שעל החזה שלו ומראה לו שהן מזויפות. גרינג מתעצבן ומתחיל לקלל את הפיהרר. בזמן שגרינג מקלל את הפיהרר, באגס באני מתחזה להיטלר על ידי מריחת בוך כשפם ושיער. כאשר גרינג נופל בפת, הוא מיד מחליף לבגדי הצבא הנאצי עם צלב הקרס על הזרוע וחוזר להצדיע במועל יד. באגס המחופש להיטלר מתחיל לתלוש את המדליות של גרינג עד שנופלות לו המכנסיים. גרינג מנסה להתחנף להיטלר ומנשק אותו עד שהוא מגלה את התרמית, ובאגס באני בורח במהירות. כהרגלו של באגס באני הוא חוזר במהירות כבר מחופש לדמות חדשה. הפעם באגס הוא "Brunhild" (דמות אישה יפה המופיעה במיתולוגיה הנורדית). גרינג רואה "אותה" ומיד מחליף בגדים להראות כמו "Sigurd" (גיבור מהמיתולוגיה הנורדית). בקטע מוזיקלי, לטעמי בין המקסימים שהיו לאנימציה באותם ימים, באגס וגרינג רוקדים בקלילות ובהרמוניה. בהמשך מנסה גרינג לתפוס את באגס באני בעזרת ציפור, וכאן שוב צוחקים על המבטא הגרמני הלא ברור של גרינג. בסופו של המרדף, באגס נתפס על ידי גרינג ונלקח ישירות אל הפיהרר. גרינג רץ עם באגס באני בתוך שק, נכנס למבנה מאובטח, שם בחדר עם מפת אירופה, שמתחתיה כתוב "stung europa" ("לעקוץ את אירופה") וגלובוס, יושב הפיהרר ומשחק קלפים. גרינג מצדיע ומברך בברכת "הייל היטלר", והיטלר עונה מתוך שעמום "הייל אותי". בזמן שהפיהרר מהלל את גרינג ומתאר את המדליה הבאה שהוא הולך לתת לו על תפיסת באגס באני, הוא פותח את השק וצועק "ahh Himel" ("אהה שמים") ואחריו גרינג עושה בדיוק אותו הדבר, ושניהם בורחים מהחדר. מהשק יוצא לו באגס באני שוב מחופש, והפעם לאישיות שהכי מפחידה את היטלר וגרינג באותה תקופה של המלחמה, יוסף סטאלין. "סטאלין", עם שפם גדול, כובע ובגד בסגנון הרוסי קומוניסטי, מעשן מקטרת ושואל במבטא רוסי את הצופים: "Does your tobacco taste different lately?" משפט זה הוא מעין הלצה לפרסומת טבק אמריקאית מאותם ימים.



גרינג מגיע למשרד של הפיהרר, בזמן שהוא משחק קלפים, ובידו של גרינג באגס באני סגור בשק.



באגס באני מחופש לפיהרר, צועק על גרינג שלבוש במדים נאצים

בשנים 1938-1940, עברה דמותו של באגס באני תהליך של ניסויי ותהייה, ולקח זמן עד שנקבעה אישיותו המיוחדת. לאחר הצטרפות ארצות הברית למלחמה באגס באני החל לעבור שינויי נוסף באופי שלו. חוסר היכולת לשלוט עליו, התהפוכות בהתנהגות שיקפו בצורה יותר מדויקת את רוח הציבור האמריקאי באותה תקופה, יותר מאופיו ה"בטוח תמיד" של מיקי מאוס.<sup>40</sup> הסרטונים של שנות הארבעים, לדוגמה "Hare Force" (סרטון שיצא ב- 22 לפברואר 1944 שמציג את באגס באני נאבק מול כלב שנקרא סילבסטר), הארנב היה אלים יותר עם יצר סדיסטי יותר ומגמה להעליב את עמיתיו, שונה מסגנונו מלפני המלחמה.

סרטון זה הציג את הסגנון הסדיסטי של באגס באני, אלא שהדמות העומדת מולו היא לא הצייד אלמר פאד אלא גרינג והיטלר. הסרט מציג בצורה ברורה מאוד את הדמויות ואת האופי הנאצי שלהם. גרינג מאופיין כנאצי באמצעות הליכה צבאית גרמנית טיפוסית, מבטא גרמני כשהוא מדבר, וכשהוא לבוש במדים ישנו גם צלב קרס קטן על הזרוע שלו, לצופה אין מקום לספק - גם גרינג, גם היטלר ובכך האויב הנאצי - כולם מוארים בצורה ילדותית ומגוחכת. הסרט לא שם דגש על שלהוב יצרים לאומיים אמריקאים ומנגד לא משלהב יצרים נגד הלאומיות הגרמנית. חשוב לציין שמבחינה קומית, באגס באני ייחודי לתקופה. הסרטון זה מצליח לשלב בין שתי הדעות לגבי מהו בידור קומי. מקוויל טען שהקונפליקט מביא את רגש ההנאה מהצלחת הגיבור,<sup>41</sup> ומולו וורדיר וזילמן טענו שדווקא כאשר הטוב נפגע אז זהו רגע קומי.<sup>42</sup> לדעתי, אצל באגס באני אנו רואים כיצד הוא מצליח להערים על הרשע, ודבר זה מביא אותנו להנאה, אך הרשע גם נפגע ונפצע, וזה מעורר צחוק. הסרט נותן בידור כליל של עלילת באגס באני עם דמויות אקטואליות של אותם ימים.

### Blitz Wolf

סרטון זה הופק על ידי אולפן MGM ב- 1942, פורסם ויצא לאקרנים ב-22 לאוגוסט באותה שנה. הסרטון היה מועמד לפרס האקדמי (האוסקר) לסרט הקצר הטוב ביותר. בסרטון ישנה התייחסות להפצצה האמריקאית על יפן, שבוצעה ב- 18 באפריל 1942, המבצע נקרא "דוליטל" (על שם מתכנן ומוביל הפעולה, קולונל ג'ימי דוליטל). בתקופה בה נעשה הסרטון ארצות הברית כבר נלחמה במשך יותר מחצי שנה לצד בעלות הברית מול כוחות הציר ובראשם היטלר והנאצים.

בסרטון אנימציה זה מציגים את הסיפור על שלושת החזירונים והזאב. כל חזירון בונה לעצמו בית מחומרים אחרים, האחד מקש, השני ממקלות והשלישי מבטון וממגן אותו עם אמצעי לחימה. הזאב הנורא הורס את שני הבתים הראשונים אך את הבית השלישי, לא רק שהוא לא מצליח להרוס, אלא שהחזירונים משיבים מלחמה ופוגעים בזאב.

כבר משמו של הסרטון ניתן להבין את ההקבלה של הסיפור לאירועים האקטואליים של מלחמת העולם השנייה. "Blitz Wolf" מקשר את טקטיקת הקרב הגרמנית, הבליון, לבין הדמות

<sup>40</sup> Kevin Sandler. *Reading the Rabbit Explorations in Warner Bros. Animation*, Rutgers University Press, 1998. p 7.

<sup>41</sup> Denis McQuail, "McQuail's Reader". p. 407.

<sup>42</sup> Zillmann & Vorderer, "Media Entertainment". p. 39.

בסיפור שהיא הזאב. כידוע, 'בליץ' היה כינוי בריטי לפשיטות הליליות של המפציצים הגרמנים על שטחה של אנגליה. שם הסרט יוצר רושם ראשוני של זאב גרמני שמתקיף ומפוצץ.

בתחילת הסרטון עולה כתובית המסבירה שדמותו של הזאב אינה דמיונית ולפיה כל דמיון בין הזאב להיטלר, האיום והנורא, אינו מקרי. מידע זה כשלעצמו מבהיר כיוון תעמולתי של הסרטון כהכנה להקבלה של היטלר עם הזאב השנוא והרשע. עם זאת, לכתובית מתווספת הערה קומית לפיה דווקא רעשי בלימת הצמיגים בסרט הם כן מדומים ולא מחוברים למציאות. לטעמי, הצגת הזאב כהיטלר מביאה את הצופה למצב בו הוא תומך במאבק של החזירונים ועולה אצלו הרצון לראות את הזאב מפסיד. סיבה נוספת, היא שסיפור הזאב ושלושת החזירונים מוכר והזאב בסיפור הורס ופוגע לעומת החזירונים שמנסים לחיות בשקט בבתיים שלהם.

לאחר הכתובית, נפתח הסרטון בתמונה של שלושת החזירונים כשהם בונים את הבתים, ורק החזירון החכם בונה בית חזק וממוגן. שני החזירים שבנו את הבתים מקש ומקלות צוחקים על החזירון שחופר תעלות ולבוש כחייל בצבא. החזירון השלישי מטיף לשני החזירונים האחרים שהם צריכים להתכונן לבואו של הזאב הנוראי, ומראה להם כתבה בעיתון בו נראה הזאב כשהוא לבוש כחייל גרמני, שפם קטן, מצדיע במועל יד, סמל צלב הקרס עשוי נקניקיות על הזרוע שלו וממלל הכותרת "Wolf Set for Blitz". סממנים אלו מקשרים את הצופה בין דמותו של הזאב לבין דמותו של היטלר. ההתנגדות למעשים של הזאב מקבלת תמיכה בהצגתו בצורה סאטירית ומגוחכת - לדוגמא, מראים את הסמלים הנאציים ובדגש על צלב הקרס, העשוי נקניקיות - צורה זו של הצגת סמל הנאצי באה כהלצה על המשמעות שלה.

לאחר סצנה זו, המסך יורד ובאותה כותרת בעיתון נראית מפה עם תוכנית התקיפה של צלב הקרס עשוי נקניקיות לכיבוש ארץ החזירים "Pigmania". כתגובה החזירונים מראים את הסכם אי ההתקפה שהם חתמו עם אדולף הזאב. החוזה כתוב בחרוזים וחתום על ידי "אדולף הזאב - המסריח נורא". הסכם אי התקיפה שמציגים החזירונים, כנראה בא כמעין הקבלה להסכם אי התקיפה שנחתם בין רוסיה וגרמניה ב-23 לאוגוסט 1939 (הסכם ריבנטרופ-מולוטוב) ובסרטון הוא נראה כמעין חמשיר ילדותי שלטענת החזיר השלישי, "לא שווה את הדף עליו הוא נחתם".

בהמשך, מגיע לפתע אדולף הזאב עם צבא עשוי טנקים יורקי אש לכל הכיוונים. הצגת הצבא הגרמני כמאיים והרסני משולבת בהערות מפתיעות וסותרות את המצב (טנקים יורקי אש, שאחד הטנקים לא יורק אש ומסביר בשלט האומר שהוא לא רוצה לשרוף את העולם). בהמשך מגיע רכב משוריין ועמוס נשקים ועל דלתו כתוב "DER FEWER (DER BETTER)" - הפיהרר (המעט) - יותר טוב, מעין הלצה על הכינוי של הפיהרר שבאנגלית נשמע כמו "פחות". כך שההלצה המובנת היא, "ככל שיהיה) פחות פיהרר, יהיה טוב יותר". אדולף הזאב יוצא החוצה ומיד זוכה לעגבנייה בפרצוף. ההליכה של הזאב לכיוון בתיים של החזירונים מאופיינית בצעידה הצבאית של הכוחות הנאצים, בנוסף למועל היד ובמקביל להליכה ערמומית, רודפת בצע מזילה ריר. כאמור, לאדולף הזאב מקבל יש את כל הסממנים של היטלר והוא מוצג כרשע, מטיף ריר שרק יודע לצרוח ולירות פגזים. לאחר שהגיע לבתי החזירונים, והם מנסים להזכיר לו את ההסכם שחתם איתם, הוא מסתכל עליהם בגיחוך ושואל

אם הם צוחקים. אדולף הזאב הורס את שני הבתים הראשונים בשילוב דיבור גרמני צווחני ואחת המכונות שהורסת את בית החזירונים נקראת – "DER MECHANIZED HUFFER AND PUFFER" (המכונה שנושפת ומעיפה). מלחמה של יריות תותחים מתחילה בין החזירים לבין אדולף הזאב, כאשר הטנק שלו מתפוצץ הוא מתפזר לעשרות קופסאות שימורים. החזירים מגיבים בהפצצה אווירית ממטוס הדומה למפציץ האמריקאי B-29, אך הוא יותר גדול ונקרא B-19.5. אדולף הזאב מופצץ על ידי פצצות וכדורים שונים, וכל הזמן פוגעים בו בצורה שמאוד מכאיבה לו. אך עם זאת, אין זה משנה באיזה אמצעי לחימה משתמשים - אדולף הזאב נפגע ומופצץ פעם אחרי פעם. בניסיון להשיב אש מול החזירונים, אדולף הזאב יורה פגזים אל עבר עמדות הירי של החזירים, אבל החזירון החייל שולף ירחון עם תמונות נשים שעוצר את הפגז הראשון. הפגז הגרמני, לא רק מביט בתמונות ושורק להן, הוא קורא לשאר הפגזים הגרמנים והם בסופו של מבט נופלים ארצה בלי להתפוצץ. האנשת הפגזים לקבוצת בחורים שלא יכולים לעמוד בפיתוי אישה יפה משליכה על הדימוי של החיילים והצבא הגרמני, כחסר יכולת ולא רציני. בהמשך הלחימה, תותח של חזירון מתעייף ולא מצליח לירות. ה"תרופה" שמקבל התותח הוא מנה של ויטמינים אמריקאים B-1, "תרופה" שגורמת לו לירות חזק יותר מתמיד. ניסיון אחרון של אדולף היטלר בעזרת מטוס הנקרא p-u נכשל בזכות הנשק הסודי של החזירונים, פצצות עשויות איגרות הגנה אמריקאיות מפוצצות את הזאב ומשליכות אותו לגיהנום. בסוף הסרטון יש את הסיימת הרגילה של סרטי האנימציה "the end" בתוספת "of Hitler" ועוד כתוב, ש"אם אתם תקנו בול או איגרת, אתם תעיפו את הבואש הזה מעבר לבריכה".



אדולף הזאב יוצא מרכב המלחמה שלו, עם הכיתוב "DER FEWER (DER BETTER)"

לסיכום, ניתן לומר כי סרטון זה עמוס באלמנטים סמליים, המקשרים את הדמויות למציאות ההיסטורית באותם ימים, ובמקביל באים כתעמולה נגד הנאצים. עצם בחירת הסיפור "הזאב ושלושת החזירונים" מביא עימו מוסר השכל, האומר שיש להתכונן ולהשקיע בבתים (מולדת) על מנת לשרוד ועל עצלנות וזלזול משלמים מחיר כבד. בנוסף למוסר ההשכל הטמון בסיפור מיסודו מתווסף בהקבלה השלהוב ללאומנות האמריקאית שבא לידי ביטוי באמצעות הויטמינים שמחזקים את התותח, איגרות ההגנה שמפוצצות את מטוסו של אדולף, הקריאה לעזרה של אדולף לדר' קילידר (גיבור רופא מסדרה אמריקאית מאותם שנים) בזמן הנפילה מההפצה, הפצצת יפן ונתינת קרדיט לדוליטל ("DOOLITTLE DOOD IT") משולבים בקטעים בידוריים לאורך המאבק בהיטלר. לאורך כל הסרטון, ההצגה של הנאצים ואדולף הזאב באה בצירוף הבלטה של הרשעות והטירוף במעשים שלהם. לדעתי, הסרטון מחזק את טענתו של בלפור שטען, כי תעמולה צריכה להיות מקושרת לפחות למראית העין, לניסיון של האנשים, על מנת שאלו יקשיבו למסרים. הניסיון המדובר הוא האקטואליה הידועה לקהל הצופים והדעה/רגש המגובש לגבי האויבים. זאת אומרת, עצם הבחירה בדמויות מוכרות ובעלות קשר עם הצופה, גם אם קשר שנוצר דרך עולם התקשורת (סרטים, רדיו, עיתונים וטלוויזיה), ועליו מדביקים מסרים נוספים (רשע, שקרן, מפר הבטחות) זוהי תעמולה.

## סיכום

מאמר זה הציג סרטי אנימציה אמריקאיים בשנות הארבעים, תוך התמקדות באופן דמויות מן הרייך השלישי מנותבות את עלילת הסרטון בין בידור לבין תעמולה. אני משוכנע, כי בסרטונים השונים הצלחתי למצוא מאפיינים רבים שמתאימים להגדרה של תעמולה, וזו מנצלת את הבידור ואת שפת האנימציה לצורך העברת המסרים שלה. התעמולה "מנצלת" מכיוון שהיא לוקחת מבנה קיים של דמויות ועלילות אנימציה ומטמיעה בתוכם את הרעיונות התעמולתיים (לאומנות, שנאת האויב ועוד). חשוב לציין את הכוח האדיר הטמון בסרטי האנימציה, ושקיבל הכרה במיוחד על ידי צבא ארה"ב. הכוח העיקרי היה בכך שלדמויות המצוירות הייתה משמעות סימבולית שהקבילה לחברה – מיקי מאוס היה 'האלמוני'; דונאלד דאק היה 'האמריקני חמום המח הממוצע'; ובאגס באני היה 'המתחכם שמנצח': עם אפיונים כאלו הם הפכו לכוכבים בארצות הברית. מכיוון שעוד לפני המלחמה אותן דמויות היו מוכרות ואהובות, המעבר שלהן לעולם התעמולה היה מהיר ומוצלח. בין השנים 1942-1944 כמעט שלא הופק אף סרט אנימציה באורך מלא, רק סרטונים קצרים. תעשיית סרטי האנימציה זוהתה על ידי הממשלה ככלי תעמולתי ומהר מאוד היא סופחה על ידי הצבא האמריקאי, ואף הציבו חיילים חמושים כשומרים בתחומי האולפנים. הדברים עולים בקנה אחד עם ההשקעה בסרטים התעמולתיים שהייתה גבוהה מאוד: כ-75% מהסרטים שהופקו על ידי וולט דיסני היו קשורים לעבודות מלחמה, בעיקר הכשרה וסרטי הנחיות.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> הסרטים היו מורכבים מסרטונים שעודדו קניית איגרות מלחמה, סרטון לעידוד הגיוס, סרט זיהוי כל טיס וספינות מלחמה, סדרת סרטי הכשרה לתעשייה האווירית והצבא, 11 סרטונים לאגף התקציבים ו-52 נוספים לאגף המדינה. ראו: Donald Heraldson, *Creators of Life*. p. 60.

אלמנט משמעותי שעזר להצלחה של סרטי התעמולה האמריקאיים, היה בכך שבצורה כמעט מוחלטת הם עוצבו על ידי תעשייה לא מסובסדת. לתעשייה זו היה חשוב שהסרטים יתאימו לקהל הצופים המרבי והרחב ביותר, והשיקול הכלכלי היה גורם מעצב חשוב. הערכים שבאו לידי ביטוי באותם סרטים ושווקו על ידם, נעשו על פי מידת הבנתם ואמונתם של האולפנים. תעשיית הקולנוע האמריקנית תמכה במאבק המלחמתי, גם בסרטים וגם במעשים נלווים. בסרטים בעלי תכנים חשובים ורציניים, הוליווד הצליחה גם לשלב שאננות או הומור. היכולת לשלב הומור במאבק עולמי נגד איום מיליטריסטי מוחשי, היה אחד המאפיינים הבולטים ביותר של העוצמה בקולנוע האמריקאי. בעולם האנימציה היכולת הזאת באה לידי ביטוי בצורה הטהורה, ולמרות זאת האכזרית, שאפשר להציג<sup>44</sup> הכוח לשלב הומור, אפשר לאמריקאים לצפות באופטימיות וברוח קלה גם אם מצבם האישי היה לא קל (מיסים גבוהים, מחסור, וכו').

מצפייה בסרטונים ניתן לראות, כי למרות אופיים הבידורי, מודבקים עליהם מסרים ורעיונות לאומיים, אנטי נאצים ואנטי פשיסטים בתוך העלילה. איני יכול להצביע ולומר שסרטון כזה הוא יותר תעמולתי או יותר בידורי, אך אני יכול לומר בבירור שהתעמולה הייתה מופגנת וחרیפה והיא אף הובילה חלק מעלילות הסרטונים על בסיס הרעיונות שלה. כיוון שעוד לפני המלחמה אותן דמויות של סרטי האנימציה היו פופולאריות, המעבר שלהן לעולם התעמולה היה מהיר ומוצלח. אי אפשר להתכחש לכך שגם הצד הבידורי וגם הצד התעמולתי הרוויח מהסימביוזה הזאת. התעמולה זכתה בבימה מפוארת ואהודה מאוד להציג ולשווק את רעיונותיה, ומן הצד השני - גיבורי האנימציה זכו באויב חדש לעלילת הסרטונים, שקהל הצופים שלהם אהבו לשנוא ורק חיכו לראות את גיבורי הסרטון מתעמתים מולם.

---

<sup>44</sup> Shull & Wilt. *Doing Their Bit*. p. 14.