

Amerykański film animowany w wojennej potrzebie

MICHAŁ MRÓZ

Cały kraj mobilizuje się do wojny totalnej. Kraj potrzebuje ciebie! – wykrzykuje zantropomorfizowane radio. Kaczor Donald sięga po topór, strzelbę, kij baseballowy, rękawicę bokserską i szablę, by natychmiast podjąć walkę z wrogiem. Ten początkowy fragment z filmu *The New Spirit* (1942) w wyraźny sposób nakreśla reakcję amerykańskiego filmu animowanego na wydarzenia z 7 grudnia 1941 r. Podczas japońskiego nalotu na bazę Pearl Harbor zginęło ponad 2300 amerykańskich żołnierzy, zostało zniszczonych ponad 180 samolotów, zatopiono pięć pancerników oraz dwa niszczyciele. Atak otworzył Japończykom drogę do dalszych podbojów na Pacyfiku. Był to jeden z kluczowych momentów II wojny światowej, który bezpośrednio przyczynił się do włączenia się Stanów Zjednoczonych w wojnę, co z kolei znacznie zwiększyło siły bojowe aliantów i pomogło im w ostatecznym zwycięstwie nad państwami Osi.

Według słów japońskiego admirała Isoroku Yamamoto wypowiedzianych tuż po nalocie, atak *obudził śpiącego olbrzyma, który będzie teraz żądny zemsty*¹. Stany Zjednoczone weszły w stan wojny, której charakter był odczuwalny nie tylko w działaniach wojska czy w atmosferze na ulicach amerykańskich miast, ale także w kampaniach propagandowych prowadzonych przy wykorzystaniu m.in. prasy, plakatów, radia czy też filmu. Szczególną rolę w tej ogólnonarodowej mobilizacji odegrał amerykański przemysł filmu animowanego. Tworzony według formuły popularnego kina rozrywkowego, przekształcił się w maszynę do budowania patriotycznego ducha, przekazywania informacji dla społeczeństwa czy instrukcji dla wojska. Opisowi i analizie tych zmian będzie towarzyszyła próba określenia narodotwórczej oraz ideologicznej roli filmu animowanego w początkowym okresie udziału Stanów Zjednoczonych w II wojnie światowej.

Styl klasyczny w okresie wojny

Amerykańskie kino animowane czasów II wojny światowej jako integralną część tzw. złotego² – lub klasycznego – okresu amerykańskiej animacji należy rozpatrywać również w tym szerszym kontekście. Chociaż był to okres niejedności – zmieniały się style przedstawienia plastycznego, sposoby inscenizacji filmowej czy typy bohaterów – to można wyróżnić cechy, które w nim dominowały. W typowej kreskówce fabuła składała się z serii gagów, których kolejność była podyktowana nie konsekwentną narracją, ale plastyką ruchu mającą wywołać śmiech.

Wydarzenia tylko pozornie przebiegały w sposób linearny, a w rzeczywistości były odwracalne i epizodyczne. Istotnym elementem był dźwięk, który dzięki „mickey-mousingowi” – idealnej synchronizacji dźwięku z obrazem – podkreślał akcję. Kluczowe były jednak przede wszystkim charyzmatyczne postacie, które budowały indywidualny charakter każdej animowanej serii.

Okres ten, zapoczątkowany w momencie przełomu dźwiękowego, cechował się również wypracowywanym przez lata systemem produkcji, opartym na ścisłym podziale obowiązków. Priorytetem nie było – tak jak w Europie – wyrażenie postawy artystycznej pojedynczego twórcy, ale zyski finansowe płynące z pracy zespołowej. Rozwiązania techniczne – pulpit z bolcami, folia celuloidowa, roto-skopia – miały skrócić pracę animatorów i uczynić ją bardziej efektywną. Z kolei dźwięk, wielopoziomowy pulpit do zdjęć, *stereoptical process* czy film kolorowy były „atrakcją” przyciągającą widzów do kin. Apogeum tego zjawiska było wyprodukowanie przez studio Walta Disneya w 1937 r. pierwszego amerykańskiego pełnometrażowego filmu animowanego *Królowna Śnieżka i siedmiu krasnoludków* (1937), który osiągnął sukces nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale także na Starym Kontynencie.

Doświadczenie zdobyte w latach 20. i 30. zarówno przez realizatorów filmów animowanych, jak i szefów studiów produkcyjnych zostało po wydarzeniach z Pearl Harbor wykorzystane do celów propagandowych. Struktura narracyjna, forma, a także sposób produkcji większości obrazów były w znacznym stopniu dorobkiem lat wcześniejszych. Większość animowanych postaci, które pojawiły się w okresie wojny, była już wcześniej znana i lubiana, a wielu kreujących je twórców wyróżniło się jeszcze przed rokiem 1941. Dodatkowo wykorzystano również sprawną maszynę dystrybucyjną, która pozwalała docierać do szerokiej grupy widzów. W okresie wojny styl klasyczny nie przeobraził się więc w zupełnie nowy kierunek animacji filmowej, ale raczej zaadaptował się do nowych warunków. Momentem najintensywniejszego przystosowywania był z kolei początkowy okres udziału Stanów Zjednoczonych w wojnie, w szczególności rok 1942.

Atmosfera izolacjonizmu przed atakiem na Pearl Harbor

Kiedy we wrześniu 1939 r. w Europie rozpoczęły się działania wojenne, w Stanach Zjednoczonych zarówno społeczeństwo, jak i władze były dalekie od zaangażowania się w konflikt zbrojny. Podobnie jak na początku I wojny światowej amerykańską politykę zagraniczną charakteryzował daleko idący izolacjonizm. W latach 1935-1939 Kongres przyjął kilka ustaw o neutralności zabraniających m.in. dostaw broni i pożyczek dla którejkolwiek ze stron konfliktu. Według Roberta L. McLaughlina i Sally E. Parry odczucia społeczeństwa amerykańskiego były mieszane i sprzeczne: *istniało poczucie sympatii z ofiarami agresji faszystowskiej, ale w tym samym czasie większość ludzi zawzięcie twierdziła, że Stany Zjednoczone nie powinny angażować się w zagraniczny konflikt*³. W podobnym rozdarciu byli producenci w Hollywood, którzy aby nie utracić zysków z biletów, nie mogli pozwolić sobie na realizację filmów bezpośrednio popierających działania zbrojne lub opowiadających się za którymś z uczestników konfliktu. Strategię tę producenci amerykańscy przyjęli jeszcze w okresie międzywojennym, kiedy w dużym stopniu byli zależni od wpływów zagranicznych, przede wszystkim z Europy. Doskonale

obrazuje ją humorystyczny wywiad z Myszka Miki z magazynu „College Humor” z roku 1933. Odpowiadając na jedno z pytań, gwiazda studia Walta Disneya stwierdza: *Dlaczego śledzę ruchy Hitlera? Dlaczego męczę się ze Stalinem? Po prostu dlatego, mój drogi chłopcze, że niepokoje panujące na świecie grożą mojej sprzedaży. Ponad 50 proc. moich dochodów netto jest z tak zwanych źródeł zagranicznych. Gdy europejski prezydent zostanie zastrzelony albo bomba zostanie zrzucona na grupę japońskich generałów, wiem, że wywoła to drastyczny spadek frekwencji na moich filmach we Francji i w Chinach*⁴.

Obawy Myszkę nie były bezzasadne. Już sam wybuch wojny w Europie znacznie ograniczył zyski finansowe z rynków europejskich i dystrybucję na tereny ogarnięte działaniami wojennymi. Jak podaje Dawid Lesiak, *przed wojną filmy Disneya były dystrybuowane do 55 krajów. W 1944 r. 81 proc. przychodów studia było generowanych tylko przez trzy kraje*⁵.

Wpływ na małe zaangażowanie amerykańskiego filmu animowanego w sprawy wojny przed atakiem na Pearl Harbor miała również ostrożność w korzystaniu ze sławnych postaci rysunkowych. Autor artykułu z 17 stycznia 1939 r. pochodzącego z magazynu „Look” sugeruje, że filmy z udziałem Myszkę Miki, Popeye’a czy innych ikon kreskówkowego świata nie mogą sobie pozwolić na obrażanie zagranicznych przywódców (nawet dyktatorów czy tyranów) i w związku z tym zostały ocenzurowane oraz pozbawione podobnego przekazu⁶. Producenci, obawiając się utraty wpływów finansowych, nie chcieli naruszać wysokiej renomy, jaką cieszyli się ich rysunkowi bohaterowie, szczególnie w momencie, kiedy jeszcze nie wiadomo było, po której stronie stanie rząd, a przede wszystkim amerykańskie społeczeństwo. Wizerunek danej wytwórni był bezpośrednio związany z obrazem rysunkowej „gwiazdy”. Skrajnym przykładem była Myszka Miki. Postać, która pod koniec lat 20. przyniosła wytwórni Walta Disneya niebywały sukces, a w latach 30. zdominowała ekrany amerykańskich kin, tuż po ataku na Pearl Harbor zniknęła⁷ i wróciła dopiero po wojnie. Duża ostrożność w korzystaniu z tej postaci wynikała z faktu, że Disney bardzo silnie utożsamiał się z jej wizerunkiem – to właśnie on podkładał jej głos – i nie chciał, by kojarzyła się ona widzom z mechanizmami propagandy oraz z tak tragicznym okresem, jak wojna.

Oprócz kwestii finansowych i wizerunkowych wpływ na izolacjonizm animowanego Hollywood miała również polityka. Podobnie jak wśród innych grup społecznych, także wśród filmowców istniały kręgi opowiadające się za lub przeciw wojnie. Zdecydowanym jej przeciwnikiem był Joseph Breen, w latach 1934-1954 (z przerwą między rokiem 1941 a 1942) szef Production Code Administration (PCA) – instytucji, która została powołana do życia w roku 1934 i miała usprawnić egzekwowanie kodeksu Haysa. Dzięki mechanizmom cenzorskim tej organizacji Breen, znany ze swoich antysemitycznych poglądów, miał wpływ na te produkcje hollywoodzkie, które jego zdaniem niepotrzebnie propagowałyby nastroje antyniemieckie⁸. Sam Will H. Hays również był przeciwnikiem wykorzystywania kina do działań agitacyjnych. W roku 1938 jasno określił, że *przemysł [filmowy] przeciwstawia się i nadal musi się przeciwstawiać nęceni ze strony propagandy (...), funkcją kinowej rozrywki jest bawić*⁹. Polityka ta udzieliła się niektórym wytwórniom. Paramount w oficjalnym liście do PCA z 10 grudnia 1938 r. wprost deklaruje, że *nie wyprodukuje filmu obrażającego inne narody, jak zamierzają to zrobić Warner i Chaplin*¹⁰. Bierną postawę względem m.in. podbojów Hitlera i Mussoliniego

należy odczytać jako potwierdzenie polityki izolacjonizmu. Natomiast wspomniane w tym liście studio Warner Bros. zachowało się wprost przeciwnie – jeszcze przed rokiem 1939 było silnie zaangażowane w krytykę włoskiego i niemieckiego faszyzmu. Już w 1933 r. w filmie *Bosko's Picture Show* (1933) w jednej z satyrycznych scen Hitler goni z siekierą Jimmy'ego Durante, komika pochodzenia żydowskiego. W tym samym roku animacja *I've Got to Sing a Torch Song* (1933) infantylizowała postać Mussoliniego, ukazując go jako bobasa jeżdżącego na bujanym koniku. W 1936 r., w odpowiedzi na zaostrzającą się politykę nazistowską, Warner Bros. przestało prowadzić interesy w Niemczech, a w kolejnych latach produkowało filmy, które coraz wyraźniej ukazywały zbliżający się konflikt zbrojny. W *What Price Porky* (1938) faszystowski kaczor przypominający Duce przewodzi kaczkom w wojnie z kurami. Z kolei *A Feud There Was* (1938) można odczytać jako zapowiedź Konferencji Monachijskiej. Dwie zwaśnione rodziny próbuje pogodzić niezależny bohater Elmer Fudd, który ostatecznie musi uciekać z miejsca walk.

Zdecydowanym przeciwnikiem izolacjonizmu był także Raymond Gram Swing, w okresie II wojny światowej znany amerykański dziennikarz radiowy w Wielkiej Brytanii, a także współzałożyciel Rady na rzecz Demokracji (Council for Democracy), założonej w 1940 r. w celu wspierania amerykańskiej remilitaryzacji i zwalczania izolacjonizmu. W drugiej połowie 1941 r. na ekranach amerykańskich kin pojawiły się dwa animowane filmy propagandowe wyprodukowane przez wytwórnię Columbia, w których Swing był narratorem. Zarówno *How War Came* (1941), jak i *Historical Reel: Broken Treaties* (1941) miały przede wszystkim naświetlić amerykańskiemu widzowi skomplikowaną sytuację polityczną na Starym Kontynencie. Dokumentalna forma, spokojna i przystępna narracja, czytelnie przedstawione wykresy oraz mapy, na których ukazywano ruchy wojsk, miały w jasny sposób wytłumaczyć społeczeństwu, co tak naprawdę dzieje się w Europie. Dodatkowo filmy te są jednymi z pierwszych, które w tak wyraźny sposób deklarują postawę antyfaszystowską. Przedstawione w nich mroczne wizerunki Hitlera i Mussoliniego są odzwierciedleniem poglądów Swinga. W końcowym fragmencie *How War Came* narrator jasno wskazuje, że jedyną drogą pokonania dyktatorów i tyranii jest walka. Filmy te wyraźnie opowiadały się więc za wojną, a Stany Zjednoczone ukazywały jako głównego obrońcę demokracji.

Stopniowy zwrot ku wojnie. Wojna jako temat gagów

Kapitulacja Francji 22 czerwca 1940 r. była szokiem dla całego ówczesnego świata i odbiła się szerokim echem nawet w zdystansowanej względem spraw europejskich Ameryce. Pod koniec 1940 r. amerykański rząd zwiększył wydatki na obronę, a 11 marca 1941 r. prezydent Franklin D. Roosevelt podpisał ustawę Lend-Lease, która pozwalała udostępniać innym państwom produkty ze sfery obronności. Udział Stanów Zjednoczonych w wojnie stawał się coraz bardziej pewny, a związane z tym debaty publicznej były doskonałym tematem filmów animowanych oraz impulsem dla wielu gagów. Jak pisali Shull i Wilt, *Hollywood rozpoczęło przygotowania do tego, co wielu przeczuwało – nieuniknionego dołączenia Ameryki do wojny. Nikt jednak nie mógł przewidzieć, jak szybko i w jaki sposób wojna rzeczywiście nadejdzie*¹¹.

Dominującym tematem żartów w roku 1941 stał się pobór nowych rekrutów do wojska. Perypetie rysunkowych poborowych były odzwierciedleniem wyobrażeń i obaw związanych z armią, a obecnych w społeczeństwie amerykańskim, zaś w szczególności wśród młodych mężczyzn, którzy tak jak niedźwiedź Barney, gęś Gandy czy czarnoskóry trębacz z animacji *Boogie Woogie Bugle Boy of Company 'B'* (1941) wyczekiwali listu poborowego. Animowani bohaterowie często wyobrażali sobie życie w jednostce wojskowej jako idyllę lub rodzaj wakacyjnego wypoczynku. Zetknięcie z rzeczywistością nie przynosiło jednak tragicznego rozczarowania i dramatycznej atmosfery – tak jak by się to działo w filmie aktorskim – ale było bodźcem do zabawnych gagów. Niedźwiedź Barney w animacji *The Rookie Bear* (1941), podążając do swojej jednostki, zabiera ze sobą wędkę, raketę do tenisa i kije golfowe, a gdy dociera do celu, jest witany wystrzałami z wyrzutni raket i odgłosami karabinów maszynowych. Podczas testów medycznych jego dziurawe zęby są uzupełniane za pomocą cementu, a w miejscach większych ubytków między zębami są umieszczane stalowe konstrukcje. Podczas pierwszego długiego marszu w mundurze buty Barneya zostają ukazane jako dwa zmęczone psy. Po kolejnych przebytych milach buty stają się coraz bardziej gorące, co sprawia, że najpierw zamieniają się w hot dogi, a następnie wylatuje z nich prażona kukurydza.

Poza bezpośrednimi odniesieniami do tematu rekrutacji żołnierzy wiele animacji powstałych przed pełnym zaangażowaniem się Stanów Zjednoczonych w wojnę nawiązywało do spraw militarnych bardzo wyrywkowo – ograniczano się do pojedynczego żartu, który nie wносił nic do głównej linii akcji. W filmie *Wacky Wildlife* (1940) narrator pyta kaczkę, do której myśliwy celuje ze strzelby: *Czemu nie uciekasz?* W odpowiedzi ukazuje ona na swoim boku amerykańską flagę. Scena była nawiązaniem do sytuacji, w której znaleźli się amerykańscy marynarze w okresie, gdy Stany Zjednoczone były krajem neutralnym. Dowódcy statków nakazywali malowanie dużych wizerunków flagi amerykańskiej, by uniknąć omyłkowego ataku ze strony Niemców. Z kolei w luźnej adaptacji *Czerwonego kapturka*, zatytułowanej *Red Riding Hood Rides Again* (1941), w momencie gdy wilk ma zjeść niewinną dziewczynkę, dostaje list z wezwaniem do wojska i musi udać się do jednostki wojskowej na trening. Obie sceny nie miały żadnego uzasadnienia w fabule, ale były „mrugnięciem oka” do widza, który przytłoczony codziennymi wiadomościami na temat armii czy walk zbrojnych, chętnie przyjmował żarty na ten temat. Był to początek swobodnego i humorystycznego sposobu opowiadania o wojnie, który w kolejnych latach twórcy amerykańskiej animacji doprowadzili do perfekcji.

Atak na Pearl Harbor.

Amerykańska machina propagandowa rusza na wojnę

7 grudnia 1941 r. o godzinie 7.55 *pierwsza grupa 183 samolotów startujących z sześciu lotniskowców zrzuciła bomby i torpedy na bazę*¹² Pearl Harbor. Dzień później prezydent Franklin D. Roosevelt oficjalnie wypowiedział wojnę Japonii. Nawet najwięksi przeciwnicy konfliktu zbrojnego musieli po tych wydarzeniach przyznać, że działania militarne są jedynym wyjściem. Był to wstrząs dla całego społeczeństwa, które musiało szybko dostosować się do nowych warunków wojny totalnej, m.in. do

niedoborów podstawowych produktów. Z powodu wielu początkowych niepowodzeń (w tym utraty na rzecz Japończyków atolu Wake oraz Filipin) wśród Amerykanów panowała duża obawa co do samego wyniku wojny. Aby uniknąć niepokojów społecznych, rząd musiał szybko podjąć kampanię informacyjną i propagandową.

17 grudnia 1941 r. Roosevelt powołał Lowella Melletta *do koordynacji filmów rządowych, działania w charakterze łącznika między rządem i przemysłem filmowym oraz do pełnienia roli doradcy dla Hollywood w sprawach wspierania wysiłku wojennego*¹³. Roosevelt odrzucał jednak idee kina w pełni kontrolowanego przez państwo, jak to działo się m.in. w nazistowskich Niemczech, faszystowskich Włoszech czy w Związku Radzieckim. W liście do Melletta pisał: *Film amerykański jest jednym z najbardziej skutecznych środków przekazu w informowaniu i zabawianiu naszych obywateli. Musi on pozostać wolny tak długo, jak tylko pozwoli na to bezpieczeństwo narodowe. Nie chcę cenzury w filmie*¹⁴. Kino nie uległo więc całościowemu przekształceniu ukierunkowanemu na działania wojenne, jak to się stało z innymi gałęziami amerykańskiego przemysłu, takimi jak produkcja stali, samochodów czy budownictwo. Producenci filmowi, zgodnie z intencją władz, zachowali znaczną niezależność. Kierując się jednak przekonaniem patriotycznymi oraz odpowiadając na oczekiwania społeczne, powołali agencję pod nazwą WAC, która m.in. miała za zadanie zaopatrywać amerykańskie kina w filmy na temat wojny. Jak wskazuje Rafał Syska, *WAC przygotowywała także największy w historii objazdowy pokaz filmów dla rozszaniach po świecie żołnierzy. Niemal wszystkie powstające wówczas w Hollywood filmy kopiowano na taśmę 16 mm i dystrybuowano na wyspach Pacyfiku i w Europie*¹⁵.

Przemysł filmu animowanego jako ważny element hollywoodzkiej produkcji po ataku na Pearl Harbor również zdecydowanie zwiększył swoje zaangażowanie w propagandę wojenną. Jak podają Michael S. Shull i David E. Wilt, *47 proc. [animacji], które ukazały się w latach 1942-1945 (do końca września), zawierało materiały odnoszące się do światowego konfliktu*¹⁶.

Atmosfera pracy oraz pozafilmowe formy propagandy

Wraz z dołączeniem Stanów Zjednoczonych do wojny w studiach filmu animowanego zasadniczym zmianom uległ charakter i atmosfera pracy. Twórców animacji realizujących filmy propagandowe, instruktażowe, dla wojska oraz ludności cywilnej często przyrównywano do żołnierzy walczących na froncie. W tekście *Communiqué from the Film Front*, który ukazał się w czasopiśmie „Dispatch From Disney's” wydawanym w okresie wojny na wewnętrzne potrzeby studia Walta Disneya, Roy Disney porównuje film animowany do broni, w której użyciu pracownicy studia czują się najlepiej¹⁷. Sam periodyk był interesującym przykładem narzędzia mającego podbudowywać morale twórców, wskazywać istotną wartość ich pracy, ukazywać pozytywny wpływ tworzonych filmów oraz podtrzymywać kontakty z pracownikami wcielonymi do wojska. Publikowane w nim listy żołnierzy z frontu podkreślały ważną rolę studia Disneya w codziennym życiu szeregowców. Z kolei artykuły pisane przez wyższych oficerów akcentowały wagę misji, jaką pełniły filmy treningowe i edukacyjne dla żołnierzy.

Samo studio Disneya było z kolei ciekawym przykładem przekształceń, jakim podlegały tego typu instytucje wraz z wejściem Stanów Zjednoczonych w stan

wojny. Tuż po ataku na Pearl Harbor 500 żołnierzy odpowiedzialnych za obronę przeciwlotniczą wkroczyło do pomieszczeń wytwórni, w których do tej pory znajdowało się studio dźwiękowe. Przechowywali w nich przede wszystkim amunicję. Obiekt był pilnowany przez uzbrojonych wojskowych, którzy stacjonowali w nim osiem miesięcy, aż do momentu, kiedy było już wiadomo, że Japończycy nie mają zamiaru zaatakować Kalifornii. Dodatkowo, kiedy w czerwcu 1942 r. wytwórnia Disneya stała się oficjalną wytwórnią wojenną, zaczęto stosować specjalne środki bezpieczeństwa. Sporządzono plany ewakuacyjne w razie nalotów. Projekty filmów dla armii trzymano w największym sekrecie, dokładnie zbierano dane na temat każdego pracownika i stworzono specjalne identyfikatory zawierające zdjęcia oraz odciski palców. W prasie porównywano studio Disneya do twierdzy nie do zdobycia. W magazynie „Coronet” pisano, że *jest fortecą, jego brama jest stale strzeżona; wojska są zakwaterowane w budynkach, które niegdyś zamieszkiwali artyści i animatorzy. Całe skrzydło zostało przejęte przez departament marynarki morskiej i nawet sam Walt Disney nie może wejść bez przepustki w jego tajemniczy obręb*¹⁸. Prócz kwestii organizacyjnych wojna miała duży wpływ także na skład osobowy wytwórni. Jak podaje Dawid Lesjak, *pobór do wojska objął jedną trzecią pracowników Disneya*¹⁹, co w rezultacie powodowało opóźnienie niektórych projektów. Aby zapobiec dalszej utracie pracowników studia, Disney zorganizował wycieczkę dla członków komisji poborowej, która miała ukazać, jak ważną rolę pełni studio dla spraw wojennych i narodowych.

Aktywność wytwórni Disneya – szczególnie w pierwszym roku wojny – była w dużym stopniu skoncentrowana na działaniach patriotycznych. Wart podkreślenia jest fakt, że wykraczała ona poza samo tworzenie filmów. Disney właśnie w okresie wojny po raz pierwszy na tak dużą skalę zaczął poszerzać idee swojej działalności, budując wizerunek studia silnie zaangażowanego społecznie²⁰. Wojna stała się kolejnym impulsem, który w powojennym świecie dał początek projektowi Disneylandu oraz wszechobecnej „disneizacji”.

Najważniejsze działania pozafilmowe były skoncentrowane wokół wykorzystania umiejętności artystycznych pracowników studia. Jednym z największych przedsięwzięć było uczestnictwo w stworzeniu siatki kamuflującej fabrykę produkującą samoloty Lockheed²¹. Umiejętności grafików były wykorzystane także podczas tworzenia materiałów dla armii, m.in. takich jak mapy, instrukcje czy plakaty. Niezwykle popularne wśród amerykańskich lotników oraz marynarzy były również emblematy naklejane na łodzie i samoloty²². Często prezentowały one wizerunki gwiazd disnejowskiego studia, jak Donald, Miki, Pluto czy Goofy, a niekiedy ukazywały postacie zaprojektowane specjalnie na potrzeby danej jednostki. Emblematy pomagały przede wszystkim budować morale wojskowych. Większość młodych żołnierzy, która urodziła się w latach 20., dorastała na filmach Disneya. Te wizualne elementy przypominały więc walczącym daleko od kraju o domu rodzinnym. Jak wskazuje Lesjak, *posiadanie postaci z kreskówki, przy jakiej się dorastało, na samolocie lub ramieniu pomagało przypomnieć sobie dom. W moim przekonaniu było to szczęśliwe oderwanie się od okropieństw wojny*²³. Warto jednak zauważyć, że owo o d e r w a n i e mogło również w pewnym sensie usprawiedliwiać cierpienie zadawane wrogom czy ludności cywilnej. Sprawiało, że w oczach amerykańskich żołnierzy wojna zmieniała się w kreskówkową bajkę, w której zabicie przeciwnika – w przypadku samolotów, zrzućenie bomby – było elementem

zabawy. Tak jak w filmie animowanym mógł on przecież zaraz wstać i bawić się z nami dalej.

Innym dość szczególnym projektem wykorzystującym sławę postaci Disneya była maska gazowa przedstawiająca twarz Myszkę Miki przeznaczona specjalnie dla dzieci. Miała ona pomóc najmłodszym zaadaptować się do ekstremalnego zdarzenia, czyniąc z sytuacji zagrożenia życia zwyczajną zabawę w przebieranie się.

Postać animowana jako wzorzec postawy obywatelskiej

W pierwszym roku wojny istniało największe zapotrzebowanie na filmy odpowiadające społeczeństwu na pytania: dlaczego toczy się walka? kim jest wróg? oraz jakie działania można podjąć na froncie domowym, aby Stany Zjednoczone odniosły zwycięstwo? Naród zaskoczony nagłym atakiem Japończyków oraz nieprzyzwyczajony do funkcjonowania w warunkach wojny musiał zostać odpowiednio przygotowany i pokierowany. Z tego powodu filmy w pierwszym roku wojny zawierały największy ładunek patriotyzmu. Wspierał się on na trzech filarach: odpowiedniej postawie obywatelskiej, wykorzystywaniu symboliki narodowej oraz negatywnym wizerunku wroga.

Pozytywny wzorzec postaw obywatelskich był najwyraźniej widoczny w obrazach, których fabuła odwoływała się do bohaterów amerykańskiego filmu animowanego. Ich sława porównywalna do tej, którą cieszyli się aktorzy kina fabularnego, pozwalała stawiać ich zachowanie za wzór do naśladowania. Było to szczególnie zauważalne w animacjach, w których postacie realizowały działania w ramach frontu domowego. Królik Bugs w animacji *Andy Bonds Today* (1942) zachęcał do kupowania bonów, pies Pluto w *Out of the Frying Pan into Firing Line* (1942) zbierał zużyty tłuszcz, który po odpowiedniej obróbce mógł być użyty m.in. jako surowiec do produkcji materiałów wybuchowych, prosiak Porky w *Confusions of a Nutzy Spy* (1943) jako stróż prawa zajmował się łapaniem nazistowskich szpiegów, natomiast panda Andy w *Good-Bye Mr. Moth* (1942), zgodnie z kampanią dbania o odzież, tępił mole w szafie, a w *Air Raid Warden* (1942) uczestniczył w obronie cywilnej podczas zaciemnienia. Popularnym działaniem podjętym m.in. przez niedźwiedzia Barneya, kaczo Donalda i pandę Andy było zakładanie tzw. ogródków zwycięstwa, z których warzywa mogły uzupełnić braki w zapasach żywności.

Bohaterowie filmów animowanych byli również przydzielani do różnych rodzajów sił zbrojnych. Kaczor Donald, niedźwiedź Barney i panda Andy służyli w wojskach lądowych, marynarz Popeye założył mundur marynarki wojennej, a ptasie postacie, takie jak gęś Gandy czy dzięcioł Woody, walczyły w służbie amerykańskiego lotnictwa. Przechodziły one przez te same etapy, jakich musieli doświadczać amerykańscy rekruci, począwszy od poboru i związanych z nim badań oraz testów, przez treningi i szkolenia w bazach wojskowych, urlopy wojskowe, a kończąc na działaniach na polu bitwy w walce z nieprzyjacielem.

Przykładem postaci, której działania można określić jako wzór postawy patriotycznej, był kaczor Donald. Nie był to jednak wzór bez skazy, wyidealizowany superbohater, ale ktoś z krwi i kości, mający zarówno wady, jak i zalety. Nie dysponował żadną nadprzyrodzoną mocą ani specjalnie rozwiniętym intelektem, który pomógłby mu w przechechrzaniu wrogów. Zresztą sami wrogowie, z którymi

musiał się zmierzyć, byli zazwyczaj dość prozaiczni. W filmach w czasach pokoju radził sobie często ze zwyczajnymi problemami, takimi jak na przykład złapanie gumy w samochodzie. Jego choleryczna osobowość była szczególnym połączeniem wdzięku i niezdarności, a także typowo amerykańskich cech, takich jak pozytywne myślenie i wytrwałość. Donald był przesiąknięty amerykańskością – umiłowaniem do ojczyzny, symboli narodowych i demokracji. Widzowie mogli go postrzegać jako jednego z wielu zwyczajnych obywateli, którzy kochają swój kraj. Zachęta do utożsamiania się z jego postacią i postawami była jednym z głównych narzędzi w tworzeniu przekazu propagandowego filmów z jego udziałem. Gdy rozpoczęła się wojna, Donald doświadczał tych samych problemów i zadawał sobie te same pytania, co przeciętny amerykański obywatel. Było to szczególnie widoczne w dwóch pierwszych propagandówkach wojennych z jego udziałem – *Donald's Decision* (1942) oraz *The New Spirit*. Ich wyjątkowe znaczenie wiązało się z faktem, że obie zostały zrealizowane na potrzeby instytucji zewnętrznych – pierwsza dla National Film Board of Canada (NFB), druga dla rządu amerykańskiego. W obydwu produkcjach brakowało tak charakterystycznych dla okresu klasycznego gagów typowo sytuacyjnych: wywracania się, gonitw czy kopniaków. Humor sytuacyjny został zastąpiony optymistyczną atmosferą. Dodatkowo obydwie propagandówki niosły duży ładunek informacyjny, a główny bohater musiał zmierzyć się z problemami z zakresu ekonomii. W tej pierwszej Donald staje przed dylematem, czy zarobione pieniądze wydać na przyjemności czy na zakup bonów wojennych. Z kolei w drugiej próbuje za wszelką cenę dowiedzieć się, co ma zrobić, by wesprzeć działania wojenne. Jego chęć obrony kraju była odzwierciedleniem patriotycznej mobilizacji – tytułowego „nowego ducha” obecnego wśród większości amerykańskiego społeczeństwa. W przywoływanej już groteskowej scenie Donald chwyta strzelbę, siekiere i kij baseballowy, by na końcu dowiedzieć się, że wystarczy, aby w terminie zapłacił podatek.

Sekwencje kończące obie animacje nie przypominają puenty typowej dla kreskówek okresu klasycznego, ale raczej dla filmów będących częścią kampanii społeczno-informacyjnych. Pojawiające się hasła propagandowe, łatwo przyswajalne rymowane słowa lektora, przekształcenia wizualne ukazujące m.in. monety zmieniające się w kominy fabryk czy wyraźnie przedstawiony skutek podejmowanych działań w postaci zniszczonych statków i samolotów wroga były środkami formalnymi, które miały zapewnić widza, że podejmowane decyzje ekonomiczne mają realny wpływ na działania wojenne. Dzięki specyfice języka animacji trudne zagadnienia ekonomiczne i polityczne mogły być wytłumaczone w przystępnej formie. Jednak przekaz nie byłby kompletny i tak skuteczny bez początkowych scen z Kaczorem Donaldem. To jego charyzma przykuwała uwagę widzów, którzy nie byli przyzwyczajeni do treści czysto informacyjnych.

Powiewające flagi i symbole zwycięstwa

Oprócz postaci istotnym elementem budującym patriotyczny charakter filmów animowanych w pierwszym roku wojny była zawarta w nich symbolika narodowa oraz obecność znaków odnoszących się do zwycięstwa. Stanowiły one niekiedy element wizerunku bohaterów. W animacji *The New Spirit*, w momencie gdy Donald tańczy w rytm pieśni patriotycznej, w jego oczach pojawiają się amerykańskie

flagi. Z kolei w *Scrap The Japs* (1942) Popeye po zjedzeniu szpinaku przyjmuje postać Statuy Wolności.

Symbolika narodowa była często obecna już w czołówkach, tak jak w pięciu animacjach zrealizowanych przez studio Disneya dla kanadyjskiego NFB²⁴, które rozpoczynały się charakterystycznym wizerunkiem liścia klonu. Pojawiała się również jako element przestrzeni. W *Donald's Decision* brytyjska flaga powiewa obok urzędu pocztowego, w którym Donald ma zakupić bony wojenne. Z kolei w *The New Spirit* amerykańskie barwy pojawiają się na kapeluszach gwizdzących komi-nów nawołujących do działania oraz w finalnym ujęciu, które jest przykładem konsolidacji kilku elementów o charakterze patriotycznym. Na tle flagi zbudowanej z chmur i gwiazd pojawiają się amerykańskie samoloty, które tworzą literę „V”.

Znak „V” był popularnym symbolem wykorzystywanym przez twórców filmu animowanego, szczególnie na początku działań wojennych. Został on rozpowszechniony wśród państw alianckich jeszcze przed przystąpieniem Stanów Zjednoczonych do wojny i był powszechnie używany w wielu materiałach propagandowych, a także przez polityków, którzy podczas wystąpień publicznych w odpowiedni sposób układali dwa palce. Znak ten pozwalał twórcom w skrótowej formie prezentować idee zwycięstwa. Co ciekawe, był obecny również w warstwie audialnej. Przetransponowany za pomocą kodu Morse'a (rytm trzech kropek i kreski), był przyrównywany do tzw. motywu losu otwierającego V symfonię Ludwiga van Beethovena, która stała się swoistym hymnem sławiącym wolność, demokrację i zwycięstwo nad państwami Osi. Sama postać kompozytora również została wykorzystana w kampanii propagandowej. W artykule magazynu muzycznego „Etude” o znamienym tytule *Czy Beethoven zatrzyma Hitlera?*²⁵ udostępniono aranżację na pianino V symfonii, która miała promować idee zwycięstwa i walki z wrogiem podczas gry na instrumencie w zaciszu domowym. Kompozytor był również bohaterem jednego z numerów komiksu „Real Life Comics”²⁶, w którym walczył z Japończykami. „Motyw losu” był powszechnie wykorzystywany w ścieżkach dźwiękowych amerykańskich propagandowych filmów animowanych²⁷. Towarzyszył wizerunkom pokonanych wrogów i razem z symbolami narodowymi oraz znakiem „V” pobudzał u widzów patriotycznego ducha i poczucie wspólnoty oraz przypominał o obywatelskim obowiązku.

Obraz wroga w animowanym świecie

Podstawowy element, na którym bazował japoński atak na Pearl Harbor, zawierał się w słowach *Tora! Tora! Tora!*²⁸ wypowiedzianych przez komandora porucznika lotnictwa Mitsuo Fuchidę tuż przed rozpoczęciem natarcia. Miały one potwierdzić, że całkowite zaskoczenie zostało osiągnięte i Amerykanie są nieprzygotowani do obrony. Nie przez przypadek japońscy wojskowi jako moment ataku wybrali niedzielny poranek, kiedy wiele amerykańskich instytucji było nieczynnych. Wojska miały poruszać się niezwykle ostrożnie, a cała operacja była utrzymana w najwyższej tajemnicy. Efekt zaskoczenia istotnie został osiągnięty, jednak fakt, że rząd japoński nie poprzedził natarcia wypowiedzeniem wojny sprawił, że Amerykanie uznali atak za haniebny i niegodny cywilizowanego narodu. Rozpoczęła się zakrojona na szeroką skalę antyjapońska kampania propagandowa, którą społeczeństwo z łatwością przyjęło. Amerykanów japońskiego pochodzenia inter-

nowano w wojennych obozach przesiedleńczych, w obawie by nie prowadzili działalności dywersyjnej i wywiadowczej. Podobnie jak współcześnie – według W. J. T. Mitchella – ma to miejsce w przypadku terminu „terroryzm”²⁹, tak wówczas słowa „Pearl Harbor” czy „Japonia” były chwytliwymi hasłami usprawiedliwiającyymi rozpoczęcie kampanii wojennej i propagandowej na szeroką skalę. Zarówno dziś, jak i wtedy *wpędziły najpotężniejszy kraj świata w bezterminowy stan wyjątkowy*³⁰. Baza na hawajskiej wyspie, która do grudnia 1941 r. była niemal zupełnie nieznaną społeczństwu amerykańskiemu, po ataku przykuła uwagę całej opinii publicznej.

Do krytyki japońskiego narodu włączyło się również Hollywood, w tym amerykański film animowany – *po raz pierwszy w ramach przemysłu filmowego przeprowadzono tak ewidentny atak rasistowski na jakąś grupę etniczną*³¹. Wcześniejsze niekorzystne portrety Afroamerykanów, Meksykanów, Azjatów, Żydów oraz innych grup były zawsze bardziej rezultatem adaptacji stereotypów kulturowych w ramach przemysłu filmowego, obecnych także w wielu innych środkach przekazu niż rzeczywistą niechęcią do poszczególnych ras³². Żadne studio nie miało powodu, by zrażać do siebie potencjalnych widzów. Jednak ten szczególny atak na Japończyków, którego największe nasilenie przypadło na rok 1942, miał uzasadnienie w nastrojach społeczeństwa amerykańskiego, dla którego skupienie się na negatywnym wizerunku wroga było ważnym elementem budowania patriotycznego ducha oraz poczucia wspólnoty narodowej. Dwulicowość cechująca Japończyków *rozwsięczyła amerykańskie poczucie fair play*³³. Dodatkowo producenci nie musieli obawiać się utraty zysków finansowych, ponieważ z powodu internowania większość Japończyków była *efektywnie wykluczona na pewien czas z kręgu potencjalnych kinomanów*³⁴.

Warto zauważyć, że Japończycy byli w filmach animowanych ukazywani o wiele bardziej negatywnie niż obywatele pozostałych państw Osi. Byli traktowani jak barbarzyńcy, a na przykład Niemcy – jako grupa znacznie bardziej cywilizowana. Takie podejście względem narodu niemieckiego wynikało m.in. z faktu, że reprezentował on rasę białą oraz że w początkowym okresie wojny nie posiadano jeszcze w dostatecznym zakresie informacji na temat m.in. nazistowskich obozów zagłady. Antyniemieckie i antywłoskie nastawienie było raczej związane bezpośrednio z nazistami i faszystami lub ich przywódcami niż z narodem niemieckim czy włoskim jako takim. Wrogie postrzeganie Japończyków rozciągnięto tymczasem na cały naród, natomiast wrogie nastawienie do Japończyków dotyczyło całej nacji.

Przedstawienia Japończyków w pierwszym okresie wojny znacząco wykraczały poza zasadnicze pytanie przekazów informacyjnych: z kim walczymy? Negatywny wizerunek był w amerykańskim filmie animowanym budowany przede wszystkim za pomocą wskazania cech wyglądu zewnętrznego – wydobycia stereotypowego obrazu Azjaty. Był on najwyraźniej widoczny w animacjach ze słynnym marynarzem Popeye’em stworzonych w pierwszym roku walk – *Blunder Below* (1942), *You’re Sap Mr. Jap* (1942) czy *Scrap The Japs* (1942). Szeroki uśmiech, krzywe długie zęby, pochylona postawa oraz wielkie okulary tworzą we wszystkich trzech animacjach spójny rasistowski obraz Japończyka. W tej ostatniej wizerunek japońskich żołnierzy ulega również zezwierzeceniu – w końcowej scenie przegrani Azjaci umieszczeni w klatce popiskują jak gryzonie i wyrastają im ogonki. Są więc

przedstawieni jako rodzaj niebezpiecznej zarazy. W innych animacjach Japończycy byli często ukazywani także jako sępy – zwierzęta, których wizerunek w kulturze europejskiej i amerykańskiej również ma charakter pejoratywny.

Niechętny stosunek do przeciwnika został ukazany także w samych tytułach filmów. Określenie *sap* oznacza głupka oraz naiwniaka, z kolei *jap* można przetłumaczyć jako „żółtek”. Negatywnie był również przedstawiony sposób zachowania Japończyków. Zgodnie z wszelkimi utartymi hasłami oraz stereotypami krążącymi wśród społeczeństwa amerykańskiego, Japończycy byli ukazani jako nikiemni, tchórzliwi, skłonni do samobójstwa, kłamliwi, zachłanni oraz zwyczajnie głupi. Strategia ta nie tylko miała na celu maksymalne demonizowanie wroga, ale była też rodzajem usprawiedliwienia negatywnych praktyk samych Amerykanów.

Niekorzystny wizerunek Japończyków zarysowano także przez odpowiednią konstrukcję warstwy audialnej. Korzystano z kompozycji, które miały bezpośrednio kojarzyć się z Japonią, na przykład z piosenek nagranych w okresie wojny, takich jak *You're a Sap, Mr. Jap*, jak również odwoływano się do starych utworów dobrze znanych Amerykanom, takich jak *The Japanese Sandman*. W niektórych animacjach w warstwie muzycznej wyraźnie wydobywano różnicę między europejską tradycją muzyczną a tą z kręgów wschodnich. W animacji *You're Sap Mr. Jap* zestawiono rozbudowane i wyrafinowane dzieła muzyki klasycznej, takie jak uvertura *Lekka kawaleria* Franza von Suppé, *Pieśń bez słów* Feliksa Mendelssohna czy *Marsz żałobny* Chopina, z prostymi, „szorstkimi” utworami zbudowanymi na charakterystycznej dla kultury Wschodu skali pentatonicznej. Miało to w bezpośredni sposób pokazywać niższość Japończyków względem postaci Popeye'a reprezentującego kulturę Zachodu. Odrębność ta była zbudowana również dzięki wykorzystaniu charakterystycznych dla kultury japońskiej instrumentów muzycznych, takich jak m.in. gong. Użycie „japońskich dźwięków” w momentach, kiedy Japończycy zachowują się jak tchórze i kłamcy, wskazywało, że cechy te są typowe dla ich kultury, tak jak charakterystyczne są dla niej owe dźwięki.

Każdy odcinek animacji z udziałem Japończyków był zwieńczony oczekiwanym zwycięstwem postaci amerykańskich. W animacjach z Popeye'em pokonanie wroga nie kończyło się jednak na zniszczeniu go, ale było kontynuowane w kolejnych sekwencjach, w których marynarz na różne sposoby rozwał, rozplaszcz, rozkręcał, dziurawił czy rozbijał elementy japońskich łodzi. Popeye dosłownie realizował ideę *twórczego niszczenia*³⁵, która zakłada, że *dokładnie w momencie ataku na obraz-, „cel” zostaje stworzony kolejny obraz – oszpeceń lub unicestwienia*³⁶. Epatowanie wizerunkami zniszczenia stawało się swoistym widowiskiem, któremu niekiedy towarzyszyły owacje marynarzy znajdujących się w pobliżu, ale przede wszystkim aplauz amerykańskich widzów. Obserwatorem był nieraz również sam Popeye, tak jak w scenie, w której najpierw „rozkrecał” pokład japońskiego okrętu, a następnie kładł się wygodnie oraz jedząc lody przyglądał się i – jak się zdaje – zadawał pytanie: co zrobią Japończycy?

Postawę wiążącą się ze szkalowaniem obrazu wroga można także przyrównać do domniemanych praktyk magicznych ludów pierwotnych, podczas których podejmowano próbę okaleczenia lub uśmiercania wrogów przez niszczenie ich wizerunków. Uważano, że w sposób, w jaki ucierpi wizerunek, ucierpi również sam przeciwnik. Jeśli chodzi o propagandówki amerykańskie, epatowanie obrazami

zniszczonych wraków, bitych Japończyków czy symbolicznego zatonięcia japońskiej flagi nie miało, jak w przypadku wspomnianych obrzędów, charakteru magicznego, który mógłby skutkować realną śmiercią wrogów. Były to raczej praktyki, które miały obraz śmierci i porażki wroga urzeczywistnić w umysłach widzów. Jak wskazuje Mitchell, *oszpeccenie, uszkodzenie lub upokorzenie obrazu (jak okaleczenie żywego ciała ludzkiego – obcięcie rąk lub stóp, oślepienie) może mieć tę samą moc, co jego rzeczywiste zniszczenie*³⁷. Dzięki tym obrazom obawy Amerykanów co do samego wyniku wojny mogły się więc zmniejszyć, a w ich umysłach miała się narodzić idea zwycięstwa.

Stopniowe „łagodzenie” przekazu propagandowego

Według Shulla i Wilta okres między 7 grudnia 1941 r. a 2 września 1945 r. był czasem tematycznych filmów rysunkowych, których fabuła po zakończeniu wojny już tylko *wyjątkowo będzie się skupiać wokół pojedynczego celu*³⁸. O ile więc przez prawie cztery lata amerykańskie filmy animowane były silnie skoncentrowane na tematyce wojennej, o tyle w samym roku 1942 obrazy te charakteryzowały się największym ładunkiem elementów patriotycznych. W swoim agitacyjnym sposobie narracji³⁹ w najwyraźniejszy sposób odchodziły od gagu czysto sytuacyjnego i komediowej burleski – w obliczu tragicznych wydarzeń z Pearl Harbor kreskówki nabrały nieco poważniejszego tonu. Powodem tego była z jednej strony potrzeba wprowadzenia widzów w atmosferę walki, względem której byli do tej pory zdystansowani, a z drugiej konieczność rozpędzenia potężnej maszyny społecznej, która miała za zadanie nie tylko „dostarczać” żołnierzy do walki, ale także wspierać wysiłek wojenny na froncie domowym. Do beztroskiej atmosfery rozrywkowego świata animacji wdarł się więc klimat wojny totalnej.

Gdy w kolejnych latach konfliktu sytuacja na froncie zaczęła się rozwijać na korzyść Amerykanów, a zagrożenie bezpośrednim atakiem ze strony Japończyków zmalało, elementy patriotyczne zostały zastąpione narracją opartą na gagach, bliższą modelowi klasycznemu. W animacjach wytwórni Warner Bros. kwestie dezercji czy przegranej wojny przestały być tematem tabu. Coraz rzadziej twórcy wykorzystywali symbolikę narodową oraz popularny w pierwszym roku walk znak „V”. Jego używanie w późniejszej fazie wojny stało się bezzasadne, ponieważ społeczeństwo było coraz bardziej pewne ostatecznego zwycięstwa. Zmieniła się również strategia przedstawiania japońskiego wroga. Producenci zaczęli unikać skrajnie rasistowskich wizerunków, ponieważ uświadomili sobie, że mogą one być kojarzone także z narodem chińskim, który stał się sojusznikiem Stanów Zjednoczonych. Dodatkowo uwaga społeczeństwa w kolejnych latach przestała się koncentrować na tragicznych wydarzeniach z Pearl Harbor, a została skierowana na inne strony konfliktu, m.in. na Europę. Amerykańskie filmy animowane zostały więc po raz kolejny dostosowane do nastrojów opinii publicznej i zmieniającej się sytuacji na froncie.

MICHAŁ MRÓZ

- ¹ R. Fyne, *Long Ago and Far Away: Hollywood and the Second World War*, Scarecrow Press, Plymouth 2008, s. 78. Jeśli nie podano inaczej, wszystkie teksty obcojęzyczne w tłumaczeniu autora.
- ² Więcej na ten temat zob. M. Barrier, *Hollywood Cartoons: American Animation in Its Golden Ages*, Oxford University Press, New York 1999; N. M. Klein, *Seven Minutes: The Life and Death of the American Animated Cartoon*, Verso, London 1993.
- ³ R. L. McLaughlin, S. E. Parry, *We'll Always Have the Movies: American Cinema during World War II*, Univeristy Press of Kentucky, Lexington 2006, s. 26.
- ⁴ Cyt. za: D. Lesjak, *Service with Character: The Disney Studios and World War II*, Theme Park Press, 2014, s. 1.
- ⁵ Tamże, s. 2.
- ⁶ Zob. [NN], *Hollywood Censors Its Animated Cartoons*, „Look” 1939, 17 stycznia, s. 18.
- ⁷ W latach 1942-1945 pojawiła się w zaledwie czterech filmach.
- ⁸ Breen mógł m.in. wprowadzać poprawki do scenariusza czy nawet nie dopuścić filmu do dystrybucji.
- ⁹ [NN], *Hays Scores Propaganda On Screens*, „The Pittsburgh Press” 1938, t. 54, nr 275, s. 19.
- ¹⁰ A. Misiak, *Kinematograf kontrolowany. Cenzura filmowa w kraju socjalistycznym i demokratycznym (PRL i USA). Analiza socjologiczna*, Universitas, Kraków 2006, s. 225.
- ¹¹ M. S. Shull, D. E. Wilt, *Doing Their Bit. Wartime American Animated Short Films, 1939-1945*, wyd. II, McFarland, Jefferson – London 2004, s. 39.
- ¹² A. Czubiński, *Historia drugiej wojny światowej 1939-1945*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2006, s. 201.
- ¹³ Cyt. za: T. Schatz, *Boom and Bust: American Cinema in the 1940s*, University of California Press, London 1999, s. 139.
- ¹⁴ Tamże.
- ¹⁵ R. Syska, *Dekada cienia: amerykańskie kino lat czterdziestych*, w: *Historia kina*, t. 2: *Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Universitas, Kraków 2011, s. 449-450.
- ¹⁶ M. S. Shull, D. E. Wilt, dz. cyt., s. 3.
- ¹⁷ R. Disney, *Communiqué from the Film Front*, „Dispatch From Disney's” 1943, t. 1, nr 1, brak nr strony.
- ¹⁸ K. Holliday, *Donald Duck Goes to War*, „Coronet” 1942, t. 12, nr 5, s. 24-32.
- ¹⁹ D. Lesjak, dz. cyt., s. 15.
- ²⁰ Przed wojną tę tendencję można dostrzec m.in. w zainicjowanym w roku 1930 *Klubie Myszki Mickey*.
- ²¹ Więcej na ten temat zob. G. L. Monroe, *The Burbank Community Book*, A. H. Cawston, 1944.
- ²² Więcej na ten temat zob. W. Rawls, *Disney Dons Dogtags: The Best of Disney Military Insignia from World War II*, Abbeville Press Inc., 1992.
- ²³ Cyt. za: J. Borden, *Walt Disney's Wonderful World*, „On Patrol” 2010, t. 2, nr 1, s. 56.
- ²⁴ Są to następujące filmy: *The Thrifty Pig* (1941), *7 Wise Dwarfs* (1941), *All Together* (1942), *Donald's Decision* (1942) oraz *Stop That Tank!* (1942).
- ²⁵ Zob. H. W. Morton, *Will Beethoven Stop Hitler?*, „Etude” 1941, nr 9.
- ²⁶ Zob. „Real Life Comics” 1943, nr 15.
- ²⁷ W filmach animowanych z Popeye'em ów słynny marynarz często wygrywał ten motyw za pomocą swojej fajki.
- ²⁸ Zob. G. W. Prange, *Dec. 7, 1941: The Day the Japanese Attacked Pearl Harbor*, Warner Books, New York 1989.
- ²⁹ Zob. W. J. T. Mitchell, *Czego chcą obrazy?*, tłum. Ł. Zaremba, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013, s. 57.
- ³⁰ Tamże.
- ³¹ M. S. Shull, D. E. Wilt, dz. cyt., s. 55.
- ³² Tamże.
- ³³ Tamże, s. 56.
- ³⁴ Tamże.
- ³⁵ Rozumienie tego sformułowania podaję za: W. J. T. Mitchell, dz. cyt., s. 54-55.
- ³⁶ Tamże.
- ³⁷ Tamże, s. 54.
- ³⁸ M. S. Shull, D. E. Wilt, dz. cyt., s. 79.
- ³⁹ Odejście od formalnych elementów stylu klasycznego nastąpiło dopiero pod koniec wojny za sprawą studia United Production of America (UPA) i stylu ograniczonej animacji. Więcej na ten temat zob. A. Abraham, *When Magoo Flew: The Rise and Fall of Animation Studio UPA*, Wesleyan University Press, Middletown 2012.