

Matti Rantonen

# **DISNEY JA PSYKOLOGINEN SODANKÄYNTI**

Sotapropaganda Walt Disney Productions -yhtiön  
animaatiofilmeissä vuosina 1941–1946

Yleisen historian Pro Gradu -tutkimus

Historian ja etnologian laitos

Jyväskylän yliopisto

Syyskuu 2010

# SISÄLLYS

<b>1. JOHDANTO</b>	<b>1</b>
1.1 TUTKIMUSKYSYMYYS JA METODI	1
1.2 ALKUPERÄISLÄHTEET JA LÄHDEKRITIIKKI	3
1.3 ELOKUVAN KÄYTTÖ HISTORIALLISESSA TUTKIMUKSESSA	7
1.4 PROPAGANDAN TEORIA	11
<b>2. MODERNIN PROPAGANDAN SYNTY</b>	<b>12</b>
2.1 PROPAGANDA YHDYSVALTOJEN PSYKOLOGISEKSI ASEEKSI	14
2.2 PROPAGANDA KANADAN PSYKOLOGISEKSI ASEEKSI	17
2.3 PROPAGANDA JA DISNEY	19
<b>3. KOKO KANSA MUKAAN SOTAAN</b>	<b>20</b>
3.1 OSTAKAA SOTAOBLIGAATIOITA	20
3.2 KOULUTUS JA OPETUS	30
3.3 TAXES TO BEAT THE AXIS	33
3.4 KANSAN VALISTAMINEN	39
3.4.1 YHDYSVALTOJEN KOTIRINTAMA	39
3.4.2 AMERIKOIDEN VÄLISET SUHTEET	52
<b>4. ME VASTAAN HE – HYVÄ VASTAAN PAHA?</b>	<b>64</b>
4.1 NIMEÄ VIHOLLINEN	64
4.2 SETÄ SAMULIN PALVELUKSESSA	71
4.3 VOITON ILLUUSIO	74
4.3.1 VICTORY THROUGH AIR POWER	77
<b>5. SOTAPROPAGANDA WALT DISNEY PRODUCTIONS -YHTIÖN ANIMAATIOFILMEISSÄ VUOSINA 1941–1946</b>	<b>84</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>90</b>
<b>LIITTEET</b>	<b>98</b>



# 1. JOHDANTO

## 1.1 TUTKIMUSKYSYMYS JA METODI

”If you have something worthwhile to say, dress it in the glittering robes of entertainment and you will find a ready market...without entertainment no propaganda film is worth a dime.”<sup>1</sup>

Tutkin pro gradu -työssäni Walt Disney Productions -yhtiön<sup>2</sup> Yhdysvaltojen ja Kanadan hallituksille tuottamia sotapropaganda-animaatioita vuosien 1941–1946 välisenä aikana. Keskityn tutkimaan, mitä teoreettisia propagandan tasoja näissä animaatioissa ilmenee, sekä analysoin, millainen viesti niiden avulla on pyritty yleisölle välittämään.

Tutkimusmetodini on elokuvan – tässä tapauksessa tietysti animaation – lähilukua, elokuva-analyysiä sen historiallisessa kontekstissa, jossa eri nyanssit ja merkitykset otetaan huomioon propagandan perimmäisen tarkoituksen selvittämiseksi. Näitä nyansseja ja merkityksiä ovat muun muassa kuva- ja äänikerronta, henkilöhahmot ja niiden väliset suhteet sekä animaation tila ja ideologia<sup>3</sup>. Sotien aikana tehtyjen uutisfilmien<sup>4</sup> tutkimuksessa on usein turvauduttu tällaiseen lähilukuun, jossa huomio on keskittynyt myös näiden uutisfilmien lyhyteen, tarkkaan punnittuihin ja harkittuihin kuviin sekä painotuksiin, elokuvallisiin ratkaisuihin, leikkauksiin, kamerakulmiin, musiikkiin ja kertojäänänen rooliin<sup>5</sup>. Käyttämäni animaatiot on helppo rinnastaa näihin uutisfilmeihin kaikkien edellä mainittujen ominaisuuksien perusteella. Propagandan tutkimuksessa on kuitenkin tärkeää pitää mielessä, missä määrin propaganda on tietoista tai epätietoista ja sen myötä missä määrin lähdemateriaalin propagandistisuus on vain ja ainoastaan tutkijan omaa tulkintaa.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Shaw 2007, 9; Lainaus: Darryl Zanuck, 20th Century Fox'n tuotantopäällikkö, 1943.

<sup>2</sup> Lyh. *Disneyn*.

<sup>3</sup> Salmi 1993, 48.

<sup>4</sup> Engl. *newsreel* (yksikkö).

<sup>5</sup> Salmi 1993, 149–150; ks. myös esim. Jacobs 1967–68, 2–3.

<sup>6</sup> Salmi 1993, 41.

Elokuva on viimeksi kuluneen noin sadan vuoden aikana osoittautunut merkittäväksi kulttuuriseksi ja sosiaaliseksi voimaksi, jolla voi välillisesti katsojiensa kautta olla suuri vaikutus yhteiskuntaan.<sup>7</sup> Propagandaelokuvan käyttö lähteenä on tärkeää silloin, kun halutaan tutkia tietyn instituution – kuten esimerkiksi valtion, kirkon tai puolueen – pyrkimyksiä manipuloida yleisön käsityksiä.<sup>8</sup> Elokuviissa kokonaisuutta pystytään hallitsemaan lähes täydellisesti. Propagandaelokuvasta välittyy vain yksi *ääni* ja yksi ideologia. Vaikka elävää kuvaa sisältävissä filmeissä ei välttämättä pystytä kontrolloimaan aivan kaikkea siitä ilmenevää todellisuutta, animaatiossa näin pystytään tekemään.<sup>9</sup>

Näistä syistä propagandan tutkimus on nykyisin merkittävä osa yhteiskunnallisten tieteidenalojen tutkimusta. Propagandaelokuvia löytyy kaikkialta, ja niitä on tehty etenkin kriisitilanteissa, jolloin eri instituutiot ovat nähneet elokuvan tärkeänä vaikuttamisen välineenä<sup>10</sup>. Historiantutkimuksessa on käytetty eritoten sellaisia elokuvia, joille löytyy ilmeinen referenssikohde todellisuudesta<sup>11</sup>. Toisin sanoen sodan ajalta on yksinkertaisesti paljon enemmän virallista propaganda-aineistoa kuin rauhan ajalta<sup>12</sup>. Toisen maailmansodan aikana jokainen taisteluihin osallistuva maa käytti elokuvaa selittääkseen suurelle yleisölle sodan tarkoitusta<sup>13</sup>. Tämän myötä propagandafilmiä on helpompi käyttää historiantutkimuksen ja analyysin kohteena kuin tavallista kokoillan elokuvaa<sup>14</sup>. Propagandan tuottajien toimet sekä tämän propagandan myöhemmät mahdolliset seuraukset ovat siis niitä historiantutkimuksen kannalta relevantteja historiallisia tapahtumia<sup>15</sup>. Tämän tutkimuksen lähdeaineistona toimivien Disneyn animaatiofilmien sotapropaganda on tuo tutkittava historiallinen tapahtuma.

Elokvien osalta on usein arveltu niiden liiankin kirkkaasti vastaavan suuren yleisön mentaliteettia yksi yhteen. Tällaista vastaavuutta ei ole kuitenkaan pystytty testaamaan koska yleisö ei ole yhtenäinen massa ja elokuvia pystyy katselemaan monen

---

<sup>7</sup> Salmi 1993, 37–38, 188; Lähes jokaiseen maahan on perustettu elokuvatarkastamo eli sensuuri. Esimerkiksi Suomen valtion elokuvatarkastamon nykyisenä tehtävänä on tarkastaa alle 18-vuotiaille esitettävät ja levitettävät kuvaohjelmat sekä rekisteröidä tarkastamattomat kuvaohjelmat ja vuorovaikutteiset kuvaohjelma (tietokone- ja videopelit); <http://www.vet.fi/> viitattu 27.5.2010.

<sup>8</sup> Salmi 1993, 150.

<sup>9</sup> Salmi 1993, 146.

<sup>10</sup> Salmi 1993, 39.

<sup>11</sup> Salmi 1993, 146.

<sup>12</sup> Culbert 1990, ix.

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 13.

erityisryhmän näkökulmasta.<sup>16</sup> Propagandaväylät eri medioissa ovat toisiaan täydentäviä, joten tarkkaan ei voida sanoa, miten jokin tietty media spesifisti vaikuttaa<sup>17</sup>. Elokuvan vaikutuksen maksimointi edellyttääkin vastaanottajien taholta tietynlaista henkistä tilaa, sosiaalista ja mentaalista tilausta. Elokuvan tulee kosketella aikaa ja tapahtumia, jotka ovat vastaanottajille jollakin tavalla tuttuja ja kuuluvat omiin tai lähipiiriin kokemuksiin. Elokuva on helppotajuinen ja havainnollistavin väline haettaessa vastauksia erilaisiin kysymyksiin. Elokuvan tulee myös olla persoonallinen. Eri prosessit henkilöidään ja luodaan selvät sankareiden ja konnien kategoriat. Tällä tavoin asia tulee helpoimmin tajuttavaksi, mitä kärjistyneempi ja yksinkertaistempi kuva on.<sup>18</sup> Tässä tutkimuksessa en kuitenkaan lähde analysoimaan eri ihmisryhmien suoria tai allegorisia tulkintoja lähdemateriaalini suhteen, etenkin kun suurella yleisöllä oli mahdollisuus tietää jo tuona aikana näiden propagandafilmiä todellisen taustan ja sen, mihin käyttöön niitä tuotettiin<sup>19</sup>. Tutkin sen sijaan propagandafilmiä sisältöä ja niiden tavoitteita yleisöä kohtaan. Disneyn animaatiot koskettelevat omaa aikaansa ja tapahtumia. Ne ovat yleisölle helppotajuisia niin juonen, henkilöhahmojen kuin käytetyn propagandan teorian osalta. Tunnettujen animaatiohahmojen myötä nämä propagandan teoreettiset tasot jos mitkä on henkilöity ja sen myötä luotu edellä mainitut sankareiden ja konnien kategoriat.

## 1.2 ALKUPERÄISLÄHTEET JA LÄHDEKRITIIKKI

Pro gradu -työni primäärilähde on *Walt Disney Treasures* -sarjaan kuuluva kahden dvd:n kokoelma *Walt Disney On The Front Lines – The War Years* (WDOTFL). Kokoelman sisällön on tuottanut Walt Disney Productions vuosien 1941–1946 aikana ja dvd:inä ne on julkaissut vuonna 2004 The Walt Disney Company. Kokoelma kattaa 31 lyhyttä animaatiota sekä yhden kokoillan animaation<sup>20</sup>, joiden yhteiskesto on noin 5 tuntia 12 minuuttia. Valintani kohdistui juuri tähän kokoelmaan, koska se on

---

<sup>16</sup> Vares 1996, 172.

<sup>17</sup> Ellul 1973, 162.

<sup>18</sup> Vares 1996, 168–170.

<sup>19</sup> Time 9.2.1942, ”The New Pictures”; Life 31.9.1942, ”Walt Disney Goes To War”, 61–68.

<sup>20</sup> *Victory Through Air Power* (1943), kesto 70 min.

nimenomaan koottu itsensä The Walt Disney Companyn toimesta ja koska se on kattavin julkaistu kokoelma Disneyn sotapropagandaa sisältävistä animaatioista. Kokoelman painos on rajattu 250 000 kappaleeseen ja se on julkaistu ainoastaan Pohjois-Amerikan region 1 -painoksena.

Sosiologi-historioitsija Pierre Sorlin asettaa teoksessaan *The film in history* historiantutkimukseen soveltuville elokuville tarkat kriteerit. Elokuvan pitää ensinnäkin perustua alkuperäiskäsikirjoitukseen eikä esimerkiksi edellisellä vuosisadalla kirjoitettuun romaaniin. Toiseksi elokuvan on pitänyt saavuttaa suuren yleisön hyväksyntä. Kolmanneksi elokuvan pitää olla suhteessa ajankohtaisiin tapahtumiin, ja neljänneksi elokuva on pitänyt tuottaa ja julkaista kriisin, kuten sodan aikana.<sup>21</sup> Oma lähdemateriaalini täyttää kaikki nämä kriteerit. Ensinnäkin ne perustuvat täysin Disneyn omiin käsikirjoituksiin muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Toiseksi Disney oli jo toiseen maailmansotaan mennessä vakiinnuttanut paikkansa maailman animaatioiden tekijöiden huipulla animaatiohahmojen ja kokoillan elokuvien kautta<sup>22</sup>. Niinpä häntä voidaan pitää hyvinkin yleisön hyväksynnän saaneena. Kolmanneksi ja neljänneksi, yhtä lukuun ottamatta kaikki käyttämäni animaatiot on tuotettu ja julkaistu toisen maailmansodan aikana Yhdysvalloissa ja Kanadassa vuosien 1941–1946 välillä ja kaikkien konteksti on juuri tuo toinen maailmansota.

Disney tuotti vuosien 1941–1946 välisenä aikana myös lukuisan määrän animaatioita – tähtinään sen jo tuolloin hyvin tunnetut animaatiosankarit –, jotka eivät pitäneet sisällään minkäänlaista sotapropagandaa. Suurin osa näistä animaatioista oli ainoastaan puhdasta viihdettä ja komediaa, jota toisaalta löytyy myös käyttämäni sotapropagandaa sisältävistä animaatioista.

Ulkoisen lähdekritiikin kannalta – etenkin jos tutkijan asettama ongelma löytyy itse elokuvan ulkopuolelta – on tärkeä ottaa huomioon sekä jäljittää elokuvan kollektiiviseen kokoonpanoon vaikuttaneiden henkilöiden tai instituutioiden *äänät* eli toisin sanoen se, kenen käsityksistä on kyse ja kuka elokuvassa puhuu. Elokuva on monitasoinen, polyfoninen ja ristiriitainen kokonaisuus, joka ei itse asiassa ole vain yksi lähde vaan useita lähteitä samanaikaisesti. Elokuvan olemukseen kollektiivisena viestintämuotona liittyvät sen monet tekijät, joita ovat esimerkiksi ohjaaja, näyttelijät,

---

<sup>21</sup> Sorlin 1980, 19.

<sup>22</sup> Animaatiohahmoista muun muassa Mikki Hiiri (1928-) ja Aku Ankka (1934-) sekä kokoillan elokuvista muun muassa Lumikki (1937); Ks. esim. Gabler 2008 ja Watts 1995, 85.

tuottaja, leikkaaja, rahoittaja ja julkaisija.<sup>23</sup> Toisin kuin taidemaalarin tai kirjailijan elokuvantekijöiden on löydettävä rahoittaja työllensä, ennen kuin he voivat aloittaa kuvaamisen. Näin ollen ulkoisen lähdekritiikin puitteissa tulee ottaa huomioon myös rahoitus, kuvaus ja levitys.<sup>24</sup> Salmi nostaa teoksessaan esiin elokuvahistorioitsija Marc Ferron neljä kategoriaa elokuvassa kuuluville *äänille*. Näitä *ääniä* ovat vallitsevat instituutiot ja ideologia, näiden instituutioiden ja ideologioiden vastustajat, yhteiskunnallinen ja historiallinen muisti sekä itsenäiset tulkinnat.<sup>25</sup> Tutkimukseni osalta erittelen näitä ääniä käsittelyluvuissa.

Hyvin suuri osa elokuvassa näkyvästä materiaalista on siis tarkkaa subjektiivista valintaa<sup>26</sup>. Elokuvissa ilmenee edellä mainittujen äänien ennakkokäsitykset, joita he haluavat markkinoida. Erityisesti ohjaajilla on ylivertainen mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. Kuitenkaan niin ohjaajilla kuin vaikkapa käsikirjoittajilla ei ole objektiivisuuden tai tieteellisyyden intressiä työssään. Tällainen aukkojen täyttäminen fiktiolla ei onnistuisi muissa informaation levittämismuodoissa saatikka akateemisessa työssä.<sup>27</sup> Animaation osalta filmillä ei näy mitään muuta kuin tarkkaa ennalta määrättyä materiaalia. ”Mikä jää [elokuvassa] piiloon silmältä, kameran tai jopa läpituokealta säteeltä, ei voi päästä karkuun piirrospöydältä<sup>28</sup>.” Animaatiolla ei myöskään ole ongelmaa valikoivasta audiovisuaalisesta muistista, joka etenkin varhaisemmalla elokuvalla on ollut. Tämä ongelma ilmenee elokuvan teossa elokuvien kuvaamisen painottumisesta esimerkiksi valtion suppealle ydinalueelle, jolloin elokuvien kautta välittyä hyvin valikoitu kuva kyseisestä valtiosta.<sup>29</sup>

Jokaisella elokuvalla on oma ”historiansa”<sup>30</sup>. Ulkoisen lähdekritiikin keskeinen kysymys on siis myös elokuvan ajoitus, eli milloin lähde on syntynyt. Elokuvan osalta helppoa on ajoittaa sen institutionaaliset vaiheet kuten julkaisu. Materiaalin alkuperän ajoittaminen saattaa puolestaan osoittautua hankalaksi, ellei mahdottomaksi

---

<sup>23</sup> Salmi 1993, 120–121, 127, 135.

<sup>24</sup> Sorlin 1980, 26–27.

<sup>25</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>26</sup> Sorlin 1980, 8.

<sup>27</sup> Vares 1996, 167–168.

<sup>28</sup> Disney 1945, 120; Päinvastoin animaatiossa voidaan näyttää sellaisiakin mitä ei tavallisessa elokuvassa voitaisi näyttää, esimerkkinä mainittakoon lähdemateriaaliini kuuluva *Four Methods Of Flush Riveting* (1942), joka esittelee kuinka lentokoneen siivet voidaan eri tavoin niitata yhteen rakennusvaiheessa.

<sup>29</sup> Salmi 1996, 150; Esimerkiksi suomalaisista ennen vuotta 1917 tehdyistä kahdestakymmenestä elokuvasta viisitoista sijoittui Helsinkiin.

<sup>30</sup> Sorlin 1980, 22.



tehtäväksi.<sup>31</sup> Elokuvaa pystyy kuitenkin ajoittamaan tarkastelemalla sen elämänkaarta: miten elokuva sai alkunsa, perustuuko se johonkin kirjalliseen teokseen, onko se uudelleenfilmatisointi, perustuuko se alkuperäiskäsikirjoitukseen?<sup>32</sup> Lähdemateriaaliin suhteen voidaan todeta, että Disney sai eri instituutioilta tilauksia sitä tahtia, että materiaalin valmistumisen pystyy lähes kaikkien animaatioiden osalta ajoittamaan melko lähelle siitä ilmoitettua julkaisuvuotta<sup>33</sup>. Lähdemateriaaliin kuuluvista animaatioista tuon myös esille ne muutamat, jotka eivät perustu alkuperäiskäsikirjoitukseen. Muita tärkeitä huomioitavia seikkoja ovat elokuvan tuotannollisen taustan huomioon ottaminen, syntypaikka ja -tilanne, vastaanottaja eli yleisö, milloin elokuvaa on esitetty ensimmäisen kerran sekä miten sitä on esitetty ja levitetty syntymänsä jälkeen.<sup>34</sup>

Elokuvaa tulee myös tarkastella materiaalina, jolloin on pidettävä mielessä, että elokuva on leikattu alkuperäisestä materiaalista esitettyyn muotoonsa ja se on saatettu kuvata täysin teknisessä studiossa, irti mahdollisesta autenttisesta kuvauspaikasta<sup>35</sup>. Video- tai tv-muotoon muutettu elokuva ei ole enää sama teos kuin valkokankaalla, vaan se on elokuvan replikaatio<sup>36</sup>. Onkin tärkeä selvittää, millainen kopio käytettävästä elokuvasta on käsillä, onko kopiota manipuloitu ja onko mahdollista rinnastaa alkuperäinen elokuva ja videokopio<sup>37</sup>. Koskaan ei tulisi tutkia filmiä ilman mainintaa tai viittausta kopion alkuperästä<sup>38</sup>. Lähdemateriaaliin Disneyn animaatiot on siis alun perin esitetty nimenomaan elokuvateattereissa, mutta omat kopioni ovat dvd-muodossa. Dvd:ltä löytyvien filmikriitikko Leonard Maltinin alustuksien perusteella voi tehdä sen johtopäätöksen, että tämä dvd-julkaisu pyrkii nimenomaan tuomaan esiin Disneyn tuottaman sotapropagandan kaikessa ”loistossaan”. Tämän myötä voidaan myös tehdä johtopäätös, ettei alkuperäisiä teatterijulkaisuja ole manipuloitu vaan ne ovat dvd:llä alkuperäisessä muodossaan.

Sisäisessä lähdekritiikissä tulee ottaa puolestaan huomioon elokuvan asema ja tehtävä. Tärkeää on selvittää elokuvan tekijöiden tarkoitusperät ja tavoitteet sekä

---

<sup>31</sup> Salmi 1993, 130–131.

<sup>32</sup> Salmi 1993, 132.

<sup>33</sup> Ks. esim. Gabler 2008, 407–409.

<sup>34</sup> Sorlin 1980, 22; Salmi 1993, 124, 133–134, 137.

<sup>35</sup> Salmi 1993, 121, 138–139.

<sup>36</sup> Salmi 1993, 123.

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Sorlin 1980, 24.

tuottajien toiveet ja sosiaaliset odotukset<sup>39</sup>. Heidän elokuvassa näkyvät ja kuuluvat äänensä antavat mahdollisuuden löytää elokuvan sisäisille viesteille ulkoisia vastineita, ja tämän myötä on mahdollista selvittää edellä mainittuja elokuvatekstin ja yhteiskunnan välisiä kytkentöjä<sup>40</sup>. Elokuva itse näyttää katsojalleen todellisuudesta poimittuja elementtejä mutta yhdistelee niitä hyvin mielivaltaisesti. Sisäistä lähdekritiikkiä onkin vaikea sovittaa fiktiiviseen elokuvaan, joka ei jo lähtökohtaisesti ole totta.<sup>41</sup>

### 1.3 ELOKUVAN KÄYTTÖ HISTORIALLISESSA TUTKIMUKSESSA

Elokuvan tai animaation käyttö historiantutkimuksen kohteena tai lähteenä ei ole ollut kovin yleistä, vaikka tätä lähdemateriaalia on nykyisin saatavilla lähes loputon määrä. Tätä voi pitää erikoisena, koska elokuvaa on perinteisesti pidetty yhtenä merkittävimmistä ja tehokkaimmista massojen ajattelutavan muokkaajista<sup>42</sup>. Elokuva antaa tapahtumille helposti käsiteltävät ja konkreettiset kasvot ja pystyy vetoamaan tehokkaasti tunteisiin<sup>43</sup>. Toisin sanoen elokuvan ja yhteiskunnan välillä vallitsee ilmaissuhde. Elokuva ilmaisee tiettyjä yhteiskunnallisia struktuureja kuten instituutioiden ja vasta-instituutioiden ideologioita ja kiinnittyy samalla hyvin monihaaraisin sitein ja välityksin yhteiskuntaan. Elokuva ei myöskään ainoastaan ilmaise ja heijasta vaan myös vaikuttaa ja käy aktiivista keskustelua reprodusoiden näitä ideologioita samalla produsoiden niitä eteenpäin.<sup>44</sup> Salmi nostaa teoksessaan esiin Pierre Sorlinin ajatuksen, jonka perusteella elokuvat antavat ainoastaan fiktiivisiä vastauksia sosiaalisten tilanteiden esittämiin kysymyksiin<sup>45</sup>.

Suomalaisen historiantutkijan näkökulmasta ulkomaista lähdemateriaalia on ollut huonosti saatavilla, ennen kuin nykyiset digitaaliset verkkomateriaalit ja erilaiset dvd-

---

<sup>39</sup> Salmi 1993, 137.

<sup>40</sup> Salmi 1993, 120–121.

<sup>41</sup> Salmi 1993, 138–139.

<sup>42</sup> Vares 1996, 165.

<sup>43</sup> Vares 1996, 166.

<sup>44</sup> Salmi 1993, 152, 156.

<sup>45</sup> Salmi 1993, 171.

julkaisut ovat tuoneet ulkomaisen elokuva- ja tv-sarjamateriaalin paremmin saataville<sup>46</sup>. Esimerkiksi oma aineistoni löytyy edellä mainitulla tavalla dvd-julkaisuna sekä digitaalisena verkkomateriaalina YouTube-videopalvelusta, mutta epäilen, että ennen näitä innovaatioita olisi tämän tutkimuksen tekeminen ollut jokseenkin mahdotonta.

Hannu Salmi jakaa teoksessaan *Elokuva ja historia* elokuvasta kiinnostuneet historian­tutkijat kahteen ryhmään. Ensinnäkin ovat ne, jotka ovat valinneet elokuvan tutkimuskohteekseen ja pitävät elokuvaa sinänsä merkittävänä yhteiskunnallisena vaikuttajana ja siksi tutkimisen arvoisena kohteena. Toiseksi ovat ne tutkijat, jotka ovat kiinnostuneita elokuvista siksi, että ne ovat lähteitä, joita toistaiseksi on historian­utkimuksessa käytetty vähän ja jotka voisivat siten antaa kokonaan uusia tutkimuksellisia mahdollisuuksia.<sup>47</sup> Itse näen oman tutkimukseni kuuluvan molempiin kategorioihin. Disneyn sotapropaganda-animaatiot ovat jo sinänsä merkittävä tutkimuskohde yhteiskuntaan vaikuttaneena mediana Yhdysvalloissa, Kanadassa ja Etelä-Amerikassa toisen maailmansodan aikana. Ne ovat samalla tavanomaisesta kirjallisesta lähdetyypistä poikkeava lähde­ryhmä, joiden avulla on mahdollista tutkia sellaistakin yhteiskunnallista ilmiötä kuin sotapropaganda. Disneyn animaatiot eivät kuitenkaan ole historiallisia filmejä vaan kuvauksia omasta ajastaan<sup>48</sup>.

Tutkimusten vähäisyyden vuoksi ei löydy mittavasti myöskään metodikirjallisuutta elokuvan käytöstä historiallisen tutkimuksen lähteenä tai kohteena. Tärkeitä teoksia tutkimukselleni ovat Hannu Salmen *Elokuva ja historia* (1993), Pierre Sorlinin *The film in history* (1980) sekä Timo Soikkasen ja Vesa Vareksen toimittama *Kuva ja historia* (1996). Itse Disneyn osalta merkittävimmät teokset ovat Neal Gablerin *Walt Disney: Amerikkalaisuuden ikoni* (2008) sekä Richard Shalen *Donald Duck Joins Up The Walt Disney Studio During World War II* (1976). Gablerin teos on Walt Disneyn elämäkerta, joka antaa tärkeää informaatiota Disneyn ja hänen studiosa toimista myös toisen maailmansodan aikana. Shalen teos on omaa tutkimustani eniten sivuava tutkimus Disneyn studion toiminnasta ja filmeistä toisen maailmansodan aikana. Tutkimus erittelee lähes kaikkia vähänkin merkittäviä Disneyn filmejä, muttei kuitenkaan tutkimukseni kaltaisesti lähde erittelemään millaista viestiä niiden avulla pyrittiin yleisölle välittämään.

---

<sup>46</sup> Mulari & Piispa 2009, 7

<sup>47</sup> Salmi 1993, 117.

<sup>48</sup> Mulari & Piispa 2009, 7.

Historiantutkimuksen lähteellään tarkoitetaan yleensä menneisyyden ihmisen toiminnan jättämää jälkeä, jonka kautta tutkija voi saada tietoa menneisyydestä ja menneisyyden ihmisestä<sup>49</sup>. Arthur Marwick luokittelee elokuvan alkuperäislähteiden kategoriaan *viestimien yhteydenpito ja populaarikulttuurin artefaktit*<sup>50</sup>. Samaan kategoriaan Marwick lukee kuuluvaksi myös muun muassa sanomalehdet, sarjakuvat, julisteet, mainokset ja radionauhoitteet<sup>51</sup>. Tämän perusteella rinnastan elokuvaan myös käyttämäni animaatiofilmit.

Salmi nostaa huomion kohteeksi elokuvan ”sisäisen” ja ”ulkoisen” historian. Sisäisessä historiassa on kyse elokuvaan itseensä taltioituneesta menneisyyden tiedosta. Tutkimukseni tapauksessa kyse on Disneyn animaatiofilmeihin upotetusta sotapropagandasta. Ulkoisessa historiassa kyse on puolestaan elokuvan kulttuurisesta olemistavasta, jossa lähteenä ovat esimerkiksi kirjalliset lähteet. Tutkimukseni tapauksessa näitä lähteitä ovat puolestaan käyttämäni tutkimuskirjallisuus sekä tutkimuskirjallisuuden lukeutuvat lehdet.<sup>52</sup>

Elokuvat materiaalina voidaan jakaa kolmeen eri käsitteeseen. *Movies*<sup>53</sup> käsitteellistää elokuvan kaupalliseksi hyödykkeeksi. *Cinema*<sup>54</sup> puolestaan käsitteellistää elokuvan taiteeksi, esteettiseksi instituutioksi. *Film*<sup>55</sup> viittaa elokuvan ja yhteiskunnan suhteeseen ja elokuvaan kommunikatiivisena ilmaisumuotona.<sup>56</sup> Lähdemateriaalina käyttämäni Disneyn animaatiot ovat tämän perusteella eniten *filmejä*, vaikka niistä toki pyrittiin saamaan edes jonkinlainen kaupallinen hyöty<sup>57</sup>. Ne ovat sosiaali- ja kulttuurihistoriaa, joiden avulla on mahdollista tutkia, kuinka yksilöt ja ryhmät ymmärtävät omaa aikaansa ja mitä kytkeitä on mahdollista löytää animaation ja yhteiskunnan väliltä.<sup>58</sup> Tutkimani propagandan tapauksessa ne ovat myös poliittista historiaa. Niiden kautta välittyvä propaganda oli Yhdysvaltojen ja Kanadan hallitusten linjasta siitä, mitä suurelle yleisölle tuli näyttää ja opettaa. Tämän myötä ilmenee myös tutkimukseni rajaus käyttämieni Disneyn animaatioiden *kansallisuuteen* – tässä

<sup>49</sup> Salmi 1993, 118.

<sup>50</sup> Marwick 2001, 168; engl. *media of communication and artefacts of popular culture*.

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Salmi 1993, 48.

<sup>53</sup> Suom. *elokuva, leffa*.

<sup>54</sup> Suom. *elokuvateollisuus, elokuvataide, elokuvateatteri*.

<sup>55</sup> Suom. *elokuva, filmi, filmiaineisto, elokuva-ala*.

<sup>56</sup> Salmi 1993, 13–14.

<sup>57</sup> Gabler 2008, 406–407.

<sup>58</sup> Salmi 1993, 14; Sorlin 1980, 3.

tapauksessa Yhdysvaltojen, Kanadan sekä Etelä-Amerikan valtioiden –, joka on kyseisten animaatioiden propagandan kohderyhmän eli yleisön koossapitävä yhteinen nimittäjä<sup>59</sup>.

Elokuva on kulttuurin tuotteena monimutkaisempi kuin teksti<sup>60</sup>. Kirjallisia lähteitä tutkittaessa lähteet puhuvat samaa kieltä kuin tutkimus itse<sup>61</sup>. Elokuva puolestaan on liikkuvaa kuvaa ja ääntä, joka on sitten tutkimusta tehtäessä muutettava kirjalliseen muotoon<sup>62</sup>. Suurin ongelma lähdekritiikin soveltamisesta elokuvaan piilee siinä, että menetelmät on kehitetty lähinnä vain kirjallisia, toisin sanoen kertovia lähteitä silmälläpitäen<sup>63</sup>. Elokuvan ongelma on, että se on paitsi kertova (narratiivinen), myös esittävä (performatiivinen)<sup>64</sup>. Tässä tutkimuksessa jäsenen lähdemateriaalina toimivien animaatioiden juonen eli käsikirjoituksen käsittelykappaleissa auki sen osalta, miten se palvelee näissä animaatioissa esiintyvää propagandaa. Tämä jäsentely saattaa sisältää paikka paikoin sellaistaikin kuvausta, jota en analyysissäni tarkemmin kuitenkaan tuo enää esiin. Näen kuitenkin tärkeäksi tuoda esiin jokaisen animaation tarinan kaaren, jotta lukijalle jää parempi kuva kunkin animaation tarkoitusperästä.

Tällainen elokuvan analyysi eli lähiluku on elokuvan mahdollisimman tarkkaa erittelyä ja elokuvan kielen purkamista. Sen ei välttämättä tarvitse olla elokuvan purkamista otos otokselta, vaan elokuvan voi purkaa esimerkiksi kerronnallisiin segmentteihin. Lähiluku on kuitenkin tärkeä menetelmä elokuvan monimutkaisen ja totaalisen ilmaisumuodon vuoksi, koska kaikkia elokuvan viestejä ei useinkaan pysty vastaanottamaan yhden katselukerran perusteella.<sup>65</sup> Yksi elokuva yhdistää ja sekoittaa yhteen paljon informaatiota, johon ovat vaikuttaneet kyseisen aikakauden ja/tai yhteiskunnan kulttuurilliset tavat.<sup>66</sup> Elokuvassa esiintyy yhtä aikaa useita eri aiheita ja säikeitä, joista osa näkyy vain hetken, osa kauemmin.

Elokuvaa luettaessa tulee siis yksityiskohtaisesti tutkia kaikkia elokuvassa esiintyviä elementtejä arvioiden materiaalia ja katsoen, missä suhteessa se on muuhun materiaaliin. Analyysin tulee ottaa huomioon nämä useat eri tasot näyttäen, että

---

<sup>59</sup> Salmi 1993, 49.

<sup>60</sup> Salmi 1993, 120.

<sup>61</sup> Salmi 1993, 11.

<sup>62</sup> Sorlin 1980, 5.

<sup>63</sup> Salmi 1993, 130.

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> Salmi 1993, 143–145.

<sup>66</sup> Sorlin 1980, 31.

elokuvassa on mahdollista erottaa useita eri näkökohtia.<sup>67</sup> Sorlin ehdottaa elokuvien käsittelytavaksi temaattista lukemista, jossa muotoillaan kysymys, jonka valossa elokuvat luetaan ja tarkastellaan siten tietyn teeman esiintymistä näissä elokuvissa<sup>68</sup>. Yhdessä elokuvien lähiluvun kanssa tämä Sorlinin menetelmä toimii mielestäni mainiosti juuri oman aineistoni kanssa. Propaganda on tietysti suurempi teema, jota näistä Disneyn animaatioista tutkin. Mutta tuon propagandan sisältä löytyy myös alakategorioita, joiden avulla nämä animaatiot on helppo jakaa teemoittain.

## 1.4 PROPAGANDAN TEORIA

Propagandan analysoinnin osalta käytän tässä tutkimuksessa propagandan teoreettisia tasoja määrittelevää tutkimuskirjallisuutta. Garth S. Jowettin ja Victoria O'Donnellin teos *Propaganda And Persuasion* määrittelee, mitä propaganda on ja millä eri tavoin sitä voidaan käyttää. Tarkasteluperiaatteena nostan esiin heidän jaottelunsa valkeaan, harmaaseen ja mustaan propagandaan. Valkeassa propagandassa lähde on tunnistettavissa tarkasti ja oikein sekä annettu sanoma itsessään pyrkii olemaan aitoa ja totta. Sanoman antaja itse on *hyvä tyyppi*, jolta löytyvät parhaimmat ideat ja esimerkiksi paras poliittinen ideologia, joiden avulla pyritään rakentamaan uskottavuutta yleisöön. Harmaassa propagandassa lähde ei välttämättä ole tunnistettu ja informaatio itsessään saattaa olla virheellistä. Mustassa propagandassa lähde ilmoitetaan vääränä ja kaikki sen sanoma on valhetta. Lähde tuottaa muun muassa tekaistuja väitteitä, levittää petoksellista informaatiota, niin kutsuttuja *isoja valheita* ja muuta harhaanjohtavaa tietoa.<sup>69</sup>

Harold D. Lasswellin teos *Propaganda Technique in World War I* toimii yhtenä temaattisena jakajana tämän tutkimuksen aineiston käsittelykappaleille. Vaikka se käyttää propagandan tekniikan esimerkkeinä ensimmäisen maailmansodan propagandakoneistoja, voidaan kyseisiä tekniikoita mielestäni soveltaa koskemaan myös toista maailmansotaa ja propagandan käyttöä yleensä. Lasswellin teos esittelee

---

<sup>67</sup> Sorlin 1980, 33–34.

<sup>68</sup> Ibid.

<sup>69</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 17.

propagandan tarkoitusta, jota ovat muun muassa promootio, sodan tarkoitus ja voiton illuusio. Lasswellin teorian mukaan sota tarvitsee muutakin kuin pelkkiä taistelevia sotilaita ja lisäksi koko valtio tulee valjastaa toimimaan sodan hyväksi siviilejä myöten. Kyseisen valtion tulee olla myös yhtenäinen ja kansan tulee näkyä niin rintamalla kuin sotateollisuudessa. Kansan uhraukset niin kotirintamalla kuin juoksuhaudoissa tulee tehdä ilman valituksia.<sup>70</sup>

Jacques Ellulin teos *Propaganda – The Formation of Men's Attitudes* esittelee puolestaan propagandan käyttöä psykologisena aseena. Teoksessa tuodaan esiin erilaisia metodeja, joiden avulla propagandisti pystyy vaikuttamaan propagandaa vastaanottavaan yleisöön ja ihmismassaan niin ulkoisesti kuin sisäisesti. Tutkimukseni kannalta tärkeitä Ellulin esittelemiä propagandakeinoja ovat muun muassa sankarikultti, iskulauseiden käyttö, symbolit ja stereotypiat, todenmukaisuus sekä ongelmien ja niiden vastausten yksinkertainen määrittely esimerkiksi mustaan ja valkeaan, positiiviseen ja negatiiviseen.<sup>71</sup>

## 2. MODERNIN PROPAGANDAN SYNTY

Viimeistään ensimmäisen maailmansodan myötä maailma oli siirtynyt niin sanottuun propagandan aikakauteen<sup>72</sup>, jossa eri medioiden ja viestinnän kehittyminen ja kasvaminen yhdistyi psykologisen manipuloinnin tieteelliseen lähestymiseen. Propaganda levisi kaikkialle, ja siitä tuli entistä hienostuneempaa.<sup>73</sup> Ensimmäinen maailmansota loi todellisen tarpeen kontrolloida massoja ja kaikki kansalliset voimat; niin sotilaalliset, poliittiset, taloudelliset kuin psykologiset tuli voida mobilisoida sotaponnistelujen hyväksi. Sota vaikutti kaikkiin ihmisiin, ei ainoastaan sotajoukkoihin. Ihmiset myös kokivat sodan täysin uudella tavalla, kun media uutisoi sodan käännteitä välittömästi niiden tapahduttua. Sodasta oli tullut totaalista<sup>74, 75</sup>.

---

<sup>70</sup> Lasswell 1971.

<sup>71</sup> Ellul 1973.

<sup>72</sup> Engl. *Age of Propaganda*.

<sup>73</sup> Osgood 2006, 17.

<sup>74</sup> Engl. *total war*.

<sup>75</sup> Osgood 2006, 20.

Ensimmäisen maailmansodan myötä propaganda löi itsensä läpi myös kansainvälisiin suhteisiin. Propagandan avulla oli mahdollista vaikuttaa vihollisen ja puolueettomien maiden siviiliväestön asenteisiin.<sup>76</sup> 1930-luvulla sosialismin ja fasismin nousun myötä myös läntiset demokratiat oli pakotettu käyttämään propagandaa aseena vastaideologioidensa propagandaa vastaan.<sup>77</sup> Propagandasta oli näin ollen tullut vakiintunut käsite jokapäiväisessä elämässä 1930-luvulla. Propagandatekniikat kehittyivät erityisesti totalitäärisissä kommunistien, fasistien ja natsien hallinnoimissa valtioissa, jotta nämä pystyisivät paremmin oikeuttamaan valtansa ja tehdäkseen helpommaksi hyväksyä ulkopoliittiset tarkoituksensa kuten esimerkiksi alueiden valtaamisen toisilta valtioilta.<sup>78</sup> Tämän myötä propagandaan vahvasti liitoksissa olleet elokuva- ja radiotekniikat kehittyivät ja samalla mullistivat vaikutusmahdollisuudet niin Euroopan kuin Amerikan äänestäjämassoihin.<sup>79</sup>

Animaatiolla ja propagandalla on ollut alusta asti yhteinen historia. Yhdet ensimmäisistä animaatioista olivat propagandaa. Näihin voidaan lukea kuuluvaksi esimerkiksi Espanjan ja Yhdysvaltojen sotaa vuonna 1897 ja Lusitanian uppoamista vuonna 1918 koskevat animaatiot.<sup>80</sup> Animaatiosta muodostui yksi propagandan johtavista väylistä. Keinot, joilla se ilmaisi humoristista tyyliä ja visuaalisia muotoja, olivat yhdessä liioittelun ja suurentelun kanssa oivallisia keinoja välittää propagandaa. Propagandassa tarvittiin juuri animaation suoma mahdollisuutta liioitella ja suurennella toimintaa.<sup>81</sup>

---

<sup>76</sup> Osgood 2006, 23.

<sup>77</sup> Short 1983, 2–3.

<sup>78</sup> Osgood 2006, 23.

<sup>79</sup> Short 1983, 3.

<sup>80</sup> Raiti 2007, 158.

<sup>81</sup> Raiti 2007, 155.



## 2.1 PROPAGANDA YHDYSVALTOJEN PSYKOLOGISEKSI ASEEKSI

Yhdysvaltojen presidentti Woodrow Wilson perusti vuonna 1917 Committee of Public Informationin (CPI), Yhdysvaltojen ensimmäisen propagandaviraston. Komitea palkkasi välittömästi sadoittain ammatillaisia markkinoinnin, mainostamisen, julkisten suhteiden ja journalismin aloilta.<sup>82</sup> Kuitenkin vielä ensimmäisen maailmansodan aikana filmit ja elokuvat näyttelivät propagandassa huomattavasti pienempää roolia kuin esimerkiksi sanomalehdet, julkiset puheet tai julisteet<sup>83 84</sup>.

Yhdysvalloissa suhtauduttiin 1930-luvulle tultaessa etenkin natsipropagandaan jopa hysterisesti. Lukuisat ryhmät painostivat hallitusta mobilisoimaan yhdysvaltalaista yleistä mielipidettä ja aloittamaan totaalisen propagandahyökkäyksen akselivaltoja kohtaan.<sup>85</sup> Muun muassa Rockefeller Foundation suosi tällaisia ponnistuksia kohti ”demokraattista vastalääkettä” immunisoimaan Yhdysvaltojen laaja maahanmuuttoväestö Neuvostoliiton ja akselivaltojen propagandalta. Vuonna 1939 järjestö myös organisoi salaisia seminaareja, joiden päämääränä oli vahvistaa Yhdysvalloissa yleistä mielipidettä myönteiseksi sodalle natsi-Saksaa vastaan.<sup>86</sup>

Yhdysvaltojen presidentti Franklin D. Rooseveltin lähtökohtainen suhtautuminen propagandaa kohtaan oli epäluuloinen. Yhdysvaltojen liittyttyä virallisesti mukaan toiseen maailmansotaan Pearl Harborin hyökkäyksen myötä uudisti Roosevelt kuitenkin Yhdysvaltojen propagandavirastot perustamalla Office of Strategic Services:n (OSS, 1942; CIA:n edeltäjä) sekä Office of War Informationin (OWI, 1942). OSS oli enemmän vihollista itseään vastaan suunniteltu virasto, joka kävi sissisotaa ja suoritti salaisia operaatioita. Sen propaganda oli mustaa, täynnä valheita ja tekaistuja uutisia.

OWI toimi puolestaan kotimaassa.<sup>87</sup> Rooseveltin määräyksen mukaan OWI:n toiminnan tarkoituksena oli parantaa julkista ymmärrystä sotaa kohtaan radion, lehdistön ja elokuvien kautta. Sen toimialaan kuuluivat myös kaikkien liittovaltion

---

<sup>82</sup> Osgood 2006, 23.

<sup>83</sup> Culbert 1990, x.

<sup>84</sup> Ks. esim. Winkler 1979, 4–7.

<sup>85</sup> Osgood 2006, 23.

<sup>86</sup> Simpson 1994, 22.

<sup>87</sup> Osgood 2006, 28–29.

virastojen sotainformaation koordinoiminen ja liittovaltion virastojen sekä radio- ja elokuvateollisuuden välikätenä toimiminen.<sup>88</sup> Kotimaan sotapropaganda oli valkeaa, yleisön hyvin tiedostamaa niin lähteen kuin tarkoituserän osalta.<sup>89</sup> OWI:n johtajan, Elmer Davisin linjaus oli, että viraston politiikkana tuli olla totuuden kertominen<sup>90</sup>. Myös yhdysvaltalaisen runoilijan ja toisen maailmansodan aikaan OWI:n apulaisjohtajan, Archibald MacLeishin mukaan demokraattisen valtion tuli olla varovainen mielipiteisiin vaikuttamisen suhteen. Diktatuurin tapaan se ei voinut suoraan kertoa kansalle, miten ajatella. Demokraattisen propagandan tuli perustua ”totuuden strategiaan”, joka antaisi kansalle rehelliset faktat ja sen jälkeen luottaisi siihen, että kansa muodostaisi mielipiteen itse oikealla tavalla.<sup>91</sup> Uusien propagandavirastojen myötä Yhdysvaltojen sotakoneisto kehitti konseptin psykologisesta sodankäynnistä<sup>92</sup>. Psykologinen sodankäynti oli tämän jälkeen tiukasti mukana operaatioiden suunnittelussa. Siitä tuli tasavertainen konsepti maavoimien, ilmavoimien ja laivaston kanssa<sup>93</sup>.

Yhdysvaltojen sotapropagandan tuottaminen ei siis ollut hallituksen virastojen yksinoikeutta. Sitä tuotettiin hallituksen ja yksityisten tahojen yhteistyön tuloksena.<sup>94</sup> Yhdysvaltalainen sotapropagandan tuotanto saikin melkoisen lisäpotkun, kun Hollywoodin studiot ja ohjaajat – mukanaan Walt Disney – liitettiin mukaan tuottamaan sotapropagandaa sisältävää filmiaineistoa<sup>95</sup>. Studiot olivat julkaisseet itsenäisesti sodan alusta asti koko ajan yhä enemmän fasisminvastaisia elokuvia, mutta Pearl Harborin hyökkäyksen jälkeen koko elokuvateollisuus kytkettiin hallituksen vaatimuksiin ja velvoitteisiin<sup>96</sup>. Yhdessä yössä studiot liitettiin mukaan kansalliseen puolustukseen<sup>97</sup>. OWI muodosti itselleen elokuvaosaston (BMP<sup>98</sup>), jonka tarkoituksena oli paitsi toimia Hollywoodin ja OWI:n liitoskohtana myös julkaista ja tuottaa itse omia filmejä<sup>99</sup>. OWI

---

<sup>88</sup> Koppes & Black 1977, 88.

<sup>89</sup> Osgood 2006, 28–29.

<sup>90</sup> Koppes & Black 1977, 88.

<sup>91</sup> Winkler 1979, 12–13.

<sup>92</sup> Simpson 1994, 24; Osgood 2006, 30; engl. *psychological warfare*, muunnos saksankielestä *Weltanschauungskrieg* (engl. *worldview warfare*).

<sup>93</sup> Simpson 1994, 24.

<sup>94</sup> Osgood 2006, 104.

<sup>95</sup> Springer 1986, 151.

<sup>96</sup> Jacobs 1967–68, 1, 8, 10.

<sup>97</sup> Jacobs 1967–68, 10.

<sup>98</sup> *Bureau of Motion Pictures*.

<sup>99</sup> Winkler 1979, 57.

pyrki tuottamaan enemmän dokumentaarityyisiä filmejä, joiden tarkoituksena oli tuoda sodan todellisuutta yleisön tietoisuuteen<sup>100</sup>. War Activities Committee muodostettiin tuottajien, teattereiden omistajien, jakelijoiden, näyttelijöiden ja ammattiyhdistysten ympärille vakiinnuttamaan yhteistyötä kansallisen edun nimissä<sup>101</sup>. Yhdysvaltojen hallitus määritteli Hollywoodille kuusi kategoriaa, joista se toivoi filmejä julkaistavan:<sup>102</sup>

- 1) Sodan tarkoitus; miksi taisteltiin, amerikkalainen elämäntapa
- 2) Vihollisen luonne; ideologia, päämäärät, keinot
- 3) Yhdistyneet kansakunnat<sup>103</sup>; Yhdysvaltojen sotaa käyvät liittolaiset
- 4) Tuotantorintama; voittoon tarvittavien materiaalien tuottaminen
- 5) Kotirintama; siviilien vastuu ja velvollisuus
- 6) Taistelevat sotajoukot; omat sotajoukot, liittolaiset ja kumppanit

Sotaa ei siis päässyt pakoön elokuvateattereissa, päinvastoin. Valkokankaan kautta vaikutettiin yleisön niin yhteiskunnallisiin, poliittisiin kuin sotilaallisiin asenteisiin sotaa käyvän valtion puolesta edistämällä ja tukemalla sotaponnistelujen päämäärää<sup>104</sup>. Studioiden propagandafilmit mustamaalasivat vihollista, puolustivat syytä, miksi Yhdysvaltojen tuli olla sodassa mukana, ja edistivät isänmaallista mielialaa valkokankailla<sup>105</sup>. Sotaobligaatioita myytiin teattereiden aulasta. Karkeasti arvioiden noin viidennes kaikista myydyistä sotaobligaatioista myytiin elokuvateattereissa<sup>106</sup>. Koska 80 miljoonaa yhdysvaltalaisista kävi jo sota-aikana vähintään kerran viikossa elokuvissa, olivat Hollywoodin elokuvat ja animaatiot yksi kotirintaman pääasiallisista yhdistäjistä sotaan.<sup>107</sup> Yhdysvalloissa toimi tuolloin noin 16 000 elokuvateatteria, joihin mahtui kerralla yhteensä 11 miljoonaa katsojaa<sup>108</sup>.

---

<sup>100</sup> Jacobs 1967–68, 13–14.

<sup>101</sup> Jacobs 1967–68, 10.

<sup>102</sup> Jacobs 1967–68, 10; Ks. myös Koppes & Black 2006, 170–171.

<sup>103</sup> Engl. *the united nations*.

<sup>104</sup> Jacobs 1967–68, 1.

<sup>105</sup> Osgood 2006, 31.

<sup>106</sup> Schatz 2006, 149.

<sup>107</sup> Sheppard 2001, 307; Ks. myös esim. Winkler 1979, 57; Koppes & Black 1977, 89.

<sup>108</sup> Winkler 1979, 57.

## 2.2 PROPAGANDA KANADAN PSYKOLOGISEKSI ASEEKSI

Vielä toisen maailmansodan syttyessä Kanada oli kuin ”nukkuva jättiläinen”. Vuonna 1914 Ottawassa perustettiin Government Motion Picture Bureau, mutta se keskittyi ainoastaan maisemallisiin matkailufilmeihin jättäen yhteiskunnallista merkitystä sisältävät filmit selkeään paitsioon. 1930-luvulle tultaessa se oli menettänyt täysin otteensa filmientekoon vanhentuneiden tekniikoiden ja tyylien myötä. Kanadalla ei ollut ollenkaan kokoillanelokuvien tuotantoa vaan kaikki teatterileivitykset olivat enimmäkseen yhdysvaltalaisia sekä myös britannialaisia elokuvia. Myös muunlainen kanadalainen filmituotanto oli täysin mitätöntä. Tuotantokäytännön ja modernin Kanadan valtion rooli yhtenä maailman luonnonvaroiltaan rikkaimpana ja maataloudeltaan sekä teollisuudeltaan potentiaalisena valtiona ei näkynyt millään tavalla valkokankaalla. Myöskään sen kansalaiset eivät pystyneet identifioitumaan valtioonsa niin filmien kuin minkään muun median kautta. Kanadalaiset jäivät kulttuurisesti eteläisen naapurinsa Yhdysvaltojen varjoon.<sup>109</sup>

1930-luvun puolessavälissä Kanadan hallituksen edustajat kiinnostuivat Lontoossa britannialaisen dokumenttielokuvan menestyksestä. Nämä dokumenttielokuvat esittelivät dynaamisesti hallituksen asioita, brittejä itseään sekä brittien ongelmia. Samaan aikaan brittiläisen dokumenttielokuvan mestaria John Griersonia kysyttiin Film Committee of Imperial Relations Trust -komitean<sup>110</sup> toimesta tutkimaan Britannian hallituksen filmien kehitystä Kanadassa sekä muissa siirtomaissa. Vuonna 1938 Grierson kutsuttiin Kanadaan, jossa hän tutki, raportoi ja teki suosituksia Kanadan hallitukselle suhtautumisesta filmien käyttöön. Raportissaan hän suosittelee erityisesti uuden liittovaltiotasoisesta viraston luomista. Tämä virasto tuottaisi filmejä kanadalaisten yhteenkuuluvuuden tunteen edistämiseksi sekä esittäisi Kanadasta tarkkaa kuvaa muulle maailmalle. Nämä suositukset otettiin hyväksyksen vastaan, ja niin lainsäädäntö National Film Boardin (NFB)<sup>111</sup> perustamiseksi meni läpi Kanadan parlamentissa toukokuussa vuonna 1939. Grierson valittiin NFB:n johtoon lokakuussa vuonna 1939, kun Kanada oli jo mukana toisessa maailmansodassa sen entisen

---

<sup>109</sup> Ellis & McLane 2005, 120–121.

<sup>110</sup> Komitea oli perustettu 1937 Britannian hallituksen toimesta.

<sup>111</sup> Sittenmin *National Film Board of Canada*.

emämaan Iso-Britannian julistettua sodan Saksalle 3. päivänä syyskuuta vuonna 1939.<sup>112</sup>

NFB sai alkunsa rauhan aikana, ja se oli perustettu nimenomaan rauhan ajan tarkoituksiin. Lainsäädännön perusteella sen pääasiallinen tehtävä oli ”kanadalaisten auttaminen ymmärtämään elämäntapaansa sekä ongelmia kaikkialla Kanadassa”. Griersonilla oli ollut samanlaiset päämäärät jo kymmenen vuotta aiemmin toimiessaan Empire Marketing Boardin (EMB) palveluksessa esittelemässä brittivaltakunnan osia toisilleen. Grierson oli kuitenkin turhautunut EMB:n tukemisen rajoitteisiin ja niinpä hän sai ajettua NFB:lle aseman itsenäisenä Kanadan hallituksen virastona, jolla oli oma budjetti ja edustus parlamentissa.<sup>113</sup>

Virkaan astuttuaan Grierson alkoi välittömästi rakentaa NFB:sta isoa ja tehokasta organisaatiota, joksi se sittemmin kasvoikin. Griersonilla ja NFB:llä oli Kanadan pääministerin Mackenzie Kingin täysimittainen tuki takanaan ja Britanniasta Grierson sai vielä avukseen ex-kollegoitaan. NFB oli ottanut asiakseen myös kanadalaisten filmien levittämisen muualle maailmaan. Kuuden ensimmäisen vuotensa aikana NFB kuitenkin keskittyi kanadalaisten sotaponnistelujen edesauttamiseksi liittoutuneiden puolesta etenkin teatterielokuvien muodossa. Toisin sanoen satojen filmien tuotanto alkoi. Lokakuuhun mennessä vuonna 1940 noin 40 elokuvaa oli levityksessä, tuotannossa tai käsikirjoituksen valmistelussa. Vuosien 1943–1944 aikana tuotanto oli noussut noin kahteen sataan elokuvaan. Grierson halusi tuottaa nimenomaan uutisfilmejä, ei dokumentteja. Hänen päämääränään oli harkitun ja hiotun taiteen sijaan saada jalostamatonta välittömyyttä raportteihinsa sodasta. Niinpä näitä uutisfilmimäisiä sarjoja näytettiin ympäri Kanadaa erityisesti teattereissa mutta myös teattereiden ulkopuolisina näytäntöinä esimerkiksi naisten kerhoissa tai kirjastoissa. NFB:n julkaisut saavuttivat yhteensä noin neljän miljoonan kanadalaisen yleisön.<sup>114</sup> Griersonin suunnitelmat filmien tuottamiselle olivat melko kapeat, mutta Kanada niitti niiden myötä mainetta nimenomaan dokumenttifilmien tuottajana<sup>115</sup>.

---

<sup>112</sup> Ellis & McLane 2005, 121.

<sup>113</sup> Ellis & McLane 2005, 121–122.

<sup>114</sup> Ellis & McLane 2005, 122.

<sup>115</sup> Elder 1989, 89.

## 2.3 PROPAGANDA JA DISNEY

Walt Disney oli aloittanut kulisissa työn teon hallitukselle jo lokakuussa vuonna 1940, kun hän oli tavannut armeijan edustajan ja puhunut erilaisten koulutusfilmien tekemisestä. Marraskuussa vuonna 1941 Disney oli tarjonnut apuaan puolustuskomitealle, jonka elokuvatuottajien liitto oli perustanut tekemään filmejä hallitukselle. Helmikuun 4. päivänä vuonna 1941 Disney isännöi studiollaan lounaan ja neuvottelut kolmellekymmenelle hallituksen virkamiehelle sekä armeijan edustajalle ja ilmoitti Disneyn studion olevan valmiina auttamaan valtiota kaikin mahdollisin keinoin. Kokouksessa mukana ollut John Grierson, kanadalainen dokumenttielokuvien tekijä ja tässä tapauksessa myös elokuvien tilaaja, teki neuvottelujen jälkeen Disneyltä ensimmäisen propagandamateriaalia sisältävän tilauksen koskien opetusfilmejä sekä kanadalaisten sotaobligaatioiden mainostamista.<sup>116</sup>

Vuonna 1941 Disneyn studio oli mukana myös toisessa ”sodassa”, kun yli puolet studion työntekijöistä meni lakkoon. Tästä johtuen studio tarvitsi entistä kipeämmin hallituksen töitä tehtäväkseen.<sup>117</sup> Disneyn studion henkilökuntaan kuuluva henkilö oli kyselty Washingtonissa hallituksen virastoilta mahdollista tarvetta filmeille joulukuun 7. päivänä vuonna 1941 sopivasti päivänä, jolloin Japani hyökkäsi Pearl Harborin laivastotukikohtaan<sup>118</sup>. Joulukuun 8. päivänä Yhdysvaltojen armeija otti haltuunsa Disneyn studion tehden siitä ilmatorjuntasuojan naapurissa toimivalle Lockheed Aircraft Corporationille, joka valmisti armeijalle lentokoneita<sup>119</sup>. Samana päivänä Disney sai puhelun laivaston upseerilta, joka tilasi studiolta kaksikymmentä lentokoneiden ja laivojen tunnistamista koskevaa opetusfilmiä<sup>120</sup>. Samalla viikolla Disney sai myös toisen puhelun, tällä kertaa Yhdysvaltojen toiselta valtiovarainministeri John L. Sullivanilta, joka oli ollut jo ennen Pearl Harborin hyökkäystä aikeissa tuottaa filmejä kannustamaan yhdysvaltalaisia maksamaan veronsa. Asiasta oli tullut nyt paljon kiireellisempi Yhdysvaltojen jouduttua avoimesti mukaan

---

<sup>116</sup> Gabler 2008, 406–407.

<sup>117</sup> Gabler 2008, 407.

<sup>118</sup> Gabler 2008, 405–406.

<sup>119</sup> Watts 1995, 103; Gabler 2008, 405.

<sup>120</sup> Shale 1976, 23; Laivaston virkamiehet eivät halunneet huumoria opetusfilmeihinsä, ja myös Walt Disney ei halunnut vielä tuolloin käyttää hyvin tunnettuja animaatiohahmojaan armeijan hankkeissa.

toiseen maailmansotaan.<sup>121</sup> Joulukuun 12. päivänä Disney lensi Washingtoniin tapaamaan valtiovarainministeri Henry Morgenthauta ja allekirjoitti sopimuksen filmin tuottamisesta (*The New Spirit*). Walt Disney lensi Washingtoniin uudestaan 4. tammikuuta vuonna 1942 yhdessä veljensä Royn ja *The New Spirit*:n tarinan kehittäjien kanssa esittelemään kuvakäsikirjoituksen lyhtyelokuvasta Morgenthauille. Viidentenä päivänä tammikuuta Morgenthau hyväksyi Disneyn studion kuvakäsikirjoituksen sekä suunnitelman käyttää Aku Ankkaa animaation päätähdenä<sup>122, 123</sup>.

### 3. KOKO KANSA MUKAAN SOTAAN

#### 3.1 OSTAKAA SOTAOBLIGAATIOITA

Sotaobligaatioiden mainostaminen näytteli ensisijaisen tärkeää roolia kotirintaman mobilisoinnissa ja sodan rahoituksen järjestämisessä. Yhdysvaltojen valtiovarainministerin Henry Morgenthauun mukaan sotaobligaatioita käytettiin myymään sotaa, ei toisinpäin<sup>124</sup>. Sotaobligaatioiden ostamista pidettiin demokraattisen talouden tukemisena ja puolustamisena.<sup>125</sup>

Disneyn tuotanto sotaobligaatioiden ostamiseksi tehtiin kuitenkin nimenomaan kanadalaiselle yleisölle National Film Board of Canadian (NFB) tilauksesta<sup>126</sup>. Disney tuotti nämä neljä sotaobligaatioita käsittelevää animaatiota siis yhdessä NFB:n ja paikallisen sotaobligaatiotoimikunnan kanssa. Niissä kuuluvat *äännet* kuuluvat tietysti Kanadan hallitukselle, NFB:lle, paikalliselle sotaobligaatiotoimikunnalle<sup>127</sup> ja John Griersonille mutta myös Disneyn tuotantoryhmälle, joka antaa NFB:n *äänelle* sen

---

<sup>121</sup> Gabler 2008, 407.

<sup>122</sup> Gabler 2008, 408; Morgenthauun avustaja oli ollut tätä vastaan ja tahtonut alun perin animaation päätähdeksi Mikki Hiiren. Walt Disney oli sanonut, että ”jos Disneyn studio tarjoaa valtiovarainministeriölle Aku Ankkaa, se on vähän sama kuin jos MGM tarjoaisi Clark Gablea”. MGM oli jo tuohon aikaan yksi Hollywoodin suurimmista elokuvastudioista ja Clark Gable (esim. Rhett Butler elokuvassa *Tuulen Viemää*, 1939) yksi sen suurimpia tähtiä.

<sup>123</sup> Gabler 2008, 408.

<sup>124</sup> Ks. esim. Winkler 1979, 22.

<sup>125</sup> Osgood 2006, 31.

<sup>126</sup> Ks. esim. Gabler 2008, 406–407.

<sup>127</sup> Engl. *local war savings committee*.

kaipaaman vartalon kaikkien tuntemien animaatiohahmojensa muodossa. Näiden kaikkien neljän animaation sotapropaganda on valkeaa. Jo animaation alkutekstit identifioivat yleisölle tarkasti, että animaatiot on tehty Disneyn toimesta yhdessä NFB:n ja paikallisen sotaobligaatioimikunnan kanssa (Liite 1)<sup>128</sup>. Näin yleisö tiesi animaatioita katsoessaan animaation *äänen* olevan valkoisen propagandan edellyttämä *hyvä tyyppi*, jonka sanomaan pystyi luottamaan.<sup>129</sup>

*The Thrifty Pig* (1941) on yksi ensimmäisistä Disneyn valmistamista sotapropaganda-animaatioista. Animaatio perustuu vanhaan lastensatuun kolmesta pienestä porsaasta ja isosta pahasta sudesta. Disney tuotti vuonna 1933 siitä oman versionsa, Hullunkurinen sinfonia<sup>130</sup> -animaation *The Three Little Pigs*. *The Thrifty Pig* on leikattu alkuperäisestä versiosta ainoastaan muuteltuna ja lisäiltyä yksityiskohtilla, jotta propagandan sanoma tulisi esiin. Animaation iskulauseisiin perustuva loppuosa on kuitenkin täysin irrallinen alkuperäisestä *The Three Little Pigs* -animaatiosta. Koska animaatio ei perustu alkuperäiskäsikirjoitukseen, ei Pierre Sorlinin määritelmä elokuvan käytölle historiantutkimuksen kohteena tämän myötä täyty. Kuitenkin sen sotapropagandalla täytetty sisältö antaa sille relevantin funktion historiantutkimuksessa.

Animaation alussa kolmen pienen porsaan Veli Ponteva<sup>131</sup> muuraa tiilitaloaan sotaobligaatioista tehdyistä tiilistä. Talon pihalla olevassa lipputangossa liehuu Kanadan de jure lippuna vuoteen 1965 käyttämä Union Jack<sup>132</sup>. Kolmen pienen porsaan viulua ja huilua soittavat kaksi porsasta<sup>133</sup> laulavat ilkkuen Veli Pontevalle, koska tämä käyttää kaiken aikansa työntekoon. Ponteva puolestaan huomauttaa, että tällaisen vaaran vallitessa myös heidän tulisi vahvistaa talonsa sotaobligaatiotiilillä. Porsaat kuitenkin vastaavat varoitukseen laulamalla *Ken paha sutta pelkäisi* -laulua. Heti tämän jälkeen esiin astuu Iso Paha Susi, joka on pukeutunut hakaristillä merkittyyn hattuun ja salkkuun sekä natsseille tyyppilliseen hakaristihanaan<sup>134</sup>. Viulua ja huilua soittavat porsaat pakenevat kumpikin omiin taloihinsa (toinen oljista tehtyyn taloon, toinen laudoista tehtyyn taloon), jotka Susi puhaltaa helposti nurin. Lopuksi nämä kaksi porsasta pakenevat aina Veli Pontevan sotaobligaatiotiilistä rakennettuun taloon. Susi

---

<sup>128</sup> WDOTFL 2004, *The Thrifty Pig*, 1941.

<sup>129</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 17.

<sup>130</sup> Engl. *Silly Symphony*.

<sup>131</sup> Animaatiossa nimeltä *Mr. Practical Pig*.

<sup>132</sup> Lisätty yksityiskohta verrattuna animaation alkuperäiseen versioon.

<sup>133</sup> Engl. *fifer pig & fiddler pig*.

<sup>134</sup> Lisättyjä yksityiskohtia verrattuna animaation alkuperäiseen versioon.



yrittää puhaltaa myös Pontevan taloa nurin, mutta ainoastaan laasti irtoaa seinistä. Laastin alta paljastuvat sotaobligaatiotiilet<sup>135</sup>. Ponteva ottaa käteensä tiiliä, joita heittelemällä hän karkottaa suden mailtaan. Lopuksi porsaas laulavat *Ken paha sutta pelkäisi* -laulun muunnelmaa, jonka sanat kehottavat lainaamaan säästöjä ja ilmoittavat Kanadan lipun edelleen liehuvan<sup>136</sup>. Animaation lopussa ilmestyvät iskulausetekstit:<sup>137</sup>

”Kullanarvoinen tilaisuus tehdä oma osasi, jotta sota voitetaan.”

”Tuhlaa vähemmän, lainaa säästösi.”

”Osta lisää ja lisää, sotaobligaatioita.”

”Viisi neljän hinnalla.<sup>138</sup>”

”Investoi voittoon.” (Liite 2)

Sotaobligaatiotiilistä taloan rakentava ja Kanadan lipulla pihansa varustanut Veli Ponteva sidotaan näillä symboleilla heti animaation alussa kanadalaisuuteen, isänmaallisuuteen ja sotaponnisteluihin, joihin myös kuka tahansa Kanadan kansalainen pystyi osallistumaan. Propagandan teorian mukaisesti tällaisten symbolien avulla on mahdollista siirtää haluttu vaikutus ja vastakaiku propagandaa vastaanottaviin ihmisiin<sup>139</sup>. Symbolit eivät herätä katsojassa välttämättä suoraa ulkoista toimintaa, vaan ne vaikuttavat psykologisesti mielipiteisiin, asenteisiin ja mielihaluihin<sup>140</sup>. Veli Ponteva on se sankarikultin sankari, NFB:n *äänen* vartalo, johon katsoja yhdessä näiden symbolien kanssa samaistuu ja kokee sankarin intressit omina intresseinään<sup>141</sup>. Symbolit yhdistävät kanadalaisuuden, isänmaallisuuden ja sotaponnistelut tavoitelluksi positiiviseksi ideaksi, jonka avulla sota paha vastaan on mahdollista voittaa<sup>142</sup>. Kanadalaiselle yleisölle annetaan selkeä viesti siitä, että nyt on kyse nimenomaan kanadalaisista, joiden ponnisteluja tarvittiin. Kolme pientä porsastakin esitetään filmissä

---

<sup>135</sup> Lisätty yksityiskohta verrattuna animaation alkuperäiseen versioon.

<sup>136</sup> Veli Pontevan talon seinällä on taulu, jossa on kuvattu amerikkalainen jalkapallo ja jonka alla lukee teksti ”setä”. Alkuperäisessä animaatiossa *Kolme Pientä Porsasta* taulussa on makkaroita, jonka alla lukee teksti ”isä”.

<sup>137</sup> WDOTFL 2004, *The Thrifty Pig* (1941).

<sup>138</sup> Engl. *Five for four*; tällä tarkoitettiin oikeasti, että viiden dollarin hintaisen sotaobligaation sai neljällä dollarilla, Shale 1976, 18.

<sup>139</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>140</sup> Ellul 1973, 161.

<sup>141</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>142</sup> Ellul 1973, 205.

siis nimenomaan kanadalaisina, joista jo yksi on ymmärtänyt sotaobligaatioiden ostamisen tärkeyden ja kaksi muuta oppii sen kantapään kautta.

John Griersonilla käytti propagandafilmeissään ”suoran puhuttelun” metodia, jossa katsoja ymmärtää itsensä filmin puhuttelemaksi subjektiksi. Filmin kertoja puhuttelee katsojaa auktoriteetin asemassa, joka häpeilemättä osoittaa ja ehdottaa katsojalle haluttua näkökulmaa. Tätä tyyliä voidaan kutsua saarnaavaksi tyyliksi.<sup>143</sup> Veli Pontevan kahdelle porsaalle kohdistaman saarnaavan huomautuksen sotaobligaatiotiilien käytöstä näinä vaarallisina aikoina voidaankin tämän perusteella katsoa kohdistuvan animaation katsojaan, joka ei ole kahden porsaan tapaan vielä ymmärtänyt osallistua sotaobligaatioiden ostamiseen tai on suhtautunut porsaiden tapaan välinpitämättömästi sotaponnisteluihin.

Propagandan teorian perusteella yleiselle mielipiteelle tulee olla selvää, ketä vihata. Vihollinen tulee myös nimetä maantieteellisesti ja vihollisen tulee löytyä nimenomaan tuon rintamalinjan toiselta puolen. Tämä on keino saada kansan viha liikkeelle vihollista vastaan.<sup>144</sup> Näyttämölle astuva Iso Paha Susi ilmentää tätä rajalinjan vetoa natsi-Saksan ja Kanadan sekä liittoutuneiden välille. Hakaristein merkitty Susi on Hitler, natsi-Saksan ruumiillistuma, joka pahuuttaan puhkuu kahden (kanadalaisen) porsaan olki- ja lautamajat nurin. Majojen tuhoamisen voidaan katsoa olevan eräänlaisen hermopaineen aiheuttamista katsojissa<sup>145</sup>. Pahantekijän teoilla katsojalle tuotetaan tuohtumuksen tunnetta pahantekijää kohtaan<sup>146</sup>. Veli Pontevan talon kuitenkin kestäessä ja tämän ajaessa suden mailtaan annetaan katsojan suoraan ymmärtää, että sotaobligaatioita ostamalla oli mahdollista auttaa Kanadan valtiota sen sotaponnisteluissa ja näin torjua natsi-Saksan hyökkäys ja ajaa se myös pakosalle. Propagandan teorian mukaisesti yleisöön pyritään juurruttamaan taistelun henkeä. Tämä taistelun henki luodaan osoittamalla mahdollisuus voittaa taistelu, vaikka vihollinen olisi kuinka paha tai saatanallinen.<sup>147</sup> Veli Pontevan talon laastin alta paljastuvilla sotaobligaatioilla hyvä voittaa pahan<sup>148</sup>.

---

<sup>143</sup> Evans 1984, 9.

<sup>144</sup> Lasswell 1971, 47.

<sup>145</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>146</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>147</sup> Lasswell 1971, 102.

<sup>148</sup> Lasswell 1971, 54.

Iskulauseet kukoistavat etenkin kriisiaikoina, ja animaation loppuosan iskulauseet ovat niistä esimerkkejä parhaimmillaan<sup>149</sup>. Propagandan teorian mukaisesti iskulauseet ovat keino välittää haluttu idea yleisölle ja ne on samalla helppo ymmärtää ja pitää mielessä<sup>150</sup>. Animaation iskulauseet antavat sotaan rintamalla osallistumattomille siviileille mahdollisuuden osallistua sodankäyntiin sotaobligaatioita ostamalla ja samalla luovat illuusion voitosta sodassa pahaa natsi-Saksaa vastaan<sup>151</sup>. Iskulauseet eivät pelkästään osoita kanadalaiselle yleisölle mahdollisuutta osallistua vaan myös kehottavat suoraan ulkoiseen toimintaan eli olemaan tuhlaamatta säästöjään ja sijoittamaan ne sotaobligaatioihin. Tämä iskulauseiden propaganda käyttää animaation alussa luomiaan asenteita saadakseen yksilön ajatuksen tasolla tapahtuvan tukemisen aktiivisesti toimimaan halutulla tavalla<sup>152</sup>. Isänmaalliseksi itsensä kokeva kanadalainen haluaa tämän myötä auttaa valtiotaan ja ostaa sotaobligaatioita.

Iskulauseisiin voidaan lukea kuuluvaksi myös porsaiden laulama *Ken paha sutta pelkäisi* -laulu, joka ilmestyessään animaatioissa *The Three Little Pigs* vuonna 1933 pyrki antamaan lääkkeen 1930-luvun lamasta toipumiselle<sup>153</sup>. Animaation *The Thrifty Pig* tapauksessa laulu saa uuden muodon ja merkityksen propagandan teorian mukaisesti, jossa vanhaa stereotypiaa käytetään uudessa tilanteessa. Yleisö, joka jo mahdollisesti aiemmin on samaistunut alkuperäiseen *Ken paha sutta pelkäisi* -lauluun, kokee sen nyt jälleen tutuna mutta uudella tavalla. Iskulauseetkin tapaan laulun avulla ihmisiä suoraan kehoitetaan lainaamaan säästöjensä sotaobligaatioihin ja muistutetaan vielä ajatuksen tasolla Kanadan lipun edelleen liehuvan natsi-Saksan pahoista yrityksistä huolimatta.

*Seven Wise Dwarfs* (1941) jatkaa animaation *The Thrifty Pig* jalanjäljissä sotaobligaatioiden mainostamista. Animaatio käyttää alkupuolella paljon suoraan leikattuja kohtauksia Disneyn kokoillan animaatiosta, *Lumikista* (1937), mutta se on animaation *The Thrifty Pig* tapaan sävytetty sotapropagandalla, jolloin sitä voidaan käyttää sellaisenaan historian tutkimuksessa.

Animaatioissa seitsemän kääpiötä on kaivamassa kaivoksestaan timantteja laulaen *Lumikista* tuttua *Ain laulain työtäs tee* -sävelmää. Laulu jatkuu edelleen

---

<sup>149</sup> Ellul 1973, 165.

<sup>150</sup> Ellul 1973, 163, 165.

<sup>151</sup> Lasswell 1971, 102.

<sup>152</sup> Ellul 1973, 208.

<sup>153</sup> Shale 1976, 17.

*Lumikista* tuttua *Hi-Ho* -laulun sävelmänä, kun kääpiöt astelevat timanttisäkit selässään<sup>154</sup> kaivoksesta kohti kaupunkia. Muunnellut laulun sanat kuitenkin toteavat, että laulajat ovat viisaimmat seitsemän kääpiötä, jotka täydestä sydämestään käyttävät timantit auttaakseen maataan voittamaan sodan, ja että kaikkien tulisi heidän laillaan auttaa. Laulussa tulee jälleen esiin obligaatioiden tarjous viiden dollarin hintaisesta obligaatiosta neljän dollarin hintaan. Kaupungin lähestyessä kääpiöt huomaavat postin ikkunassa julisteen, joka kehottaa sijoittamaan sotaobligaatioihin, joiden avulla valtio voi ostaa aseita. Kuusi kääpiötä ryntää postitoimistoon kantaen ulos sylikaupalla sotaobligaatioita. Vilkas kuitenkin ajautuu oven paiskaamana pankin eteen huomaten onnekseen, että myös siellä myydään sotaobligaatioita (Liite 3). Animaatio loppuu animaation *Thrifty Pig* tapaan iskulauseteksteihin.<sup>155</sup>

”Lainaa säästösi.”

”Pidä rahasi taistelussa.”

”Investoi voittoon.”

Myös *Seven Wise Dwarfs* käyttää propagandan teorian keinonaan vanhaa stereotypiaa uudessa tilanteessa. Kokoillananimaatiosta *Lumikista* napatulla, hieman sanoiltaan muutellulla laululla kääpiöt tuovat kolmen porsaan tapaan esiin tärkeän tavan osallistua sotaponnisteluihin. Kääpiöt toteavat laulussaan tekevänsä viisaasti sijoittaessaan louhimansa timantit sotaobligaatioihin, tekevänsä sen täydestä sydämestään. He vetoavat yleisöön ilmoittamalla, että kaikkien tulisi osallistua. Laulun iskulauseet antavat kanadalaiselle yleisölle tässäkin tapauksessa luvan löytää itsensä identifioiden katsojat samalla valkokankaan sankareihinsa, seitsemään kääpiöön<sup>156</sup>. Propagandan sanoma on tässäkin tapauksessa suora kehoitus aktiiviseen toimintaan, mikä on kehoitus ostaa sotaobligaatioita. Myös kääpiöiden *Lumikista* tutuksi tullut jalokivien louhinta luo uudella käyttökohteellaan yleisölle mallin, jota noudattaa, aivan kuten yleisön sankarit eli kääpiöt tekevät<sup>157</sup>.

---

<sup>154</sup> Lisätty yksityiskohta verrattuna animaation alkuperäiseen versioon.

<sup>155</sup> WDOTFL 2004, *Seven Wise Dwarfs*, 1941.

<sup>156</sup> Ellul 1973, 165, 172.

<sup>157</sup> Ellul 1973, 172.

John Griersonilla oli sotapropagandalle kaksi tehtävää, joista toinen oli sotatoiminnan ja siihen liittyvien teemojen tarkka kuvaaminen<sup>158</sup>. Kaupungin pankki, posti ja postin ikkunaan liimattu propagandajuliste ovat näitä symboleja liittyen yleisön mahdollisiin mielikuviin tilanteen todenmukaisuudesta ja läheisyydestä itselleen<sup>159</sup>. Yleisölle näytetään konkreettisesti kuinka sotaobligaatioiden ostaminen tehdään ja kuinka se onnistuu esimerkiksi postissa tai pankissa. Julisteen teksti liittyy sotaobligaatioiden ostamisen puolestaan konkreettisesti aseiden hankintaan.

Animaation loppuosan iskulausetekstit kehottavat laulun tapaan suoraan toimintaan yhdessä mielikuvan kanssa, missä rahojen avulla taistellaan vihollista vastaan ja nämä rahat sijoittamalla tuo taistelu voitetaan. Yhdessä animaation lopun iskulauseiden kanssa niin laulu kuin kääpiöiden asioiminen postissa ja pankissa tekevät vallitsevasta ongelmasta yksinkertaisen sekä vastauksesta siihen selkeän ja mustavalkoisen: sota voitetaan sotaobligaatioihin sijoittamalla.

Animaatio *Donald's Decision* (1942) on koottu yhteen kahdesta aiemmin Disneyn julkaisemasta Aku Ankka -animaatiosta. Animaatiossa *Self Control* (1938) Aku makaa samaan tapaan riippumatossa radiota kuunnellen. Animaatiosta *Donald's Better Self* (1938) on puolestaan lainattu Akun hyvä ja paha minä sekä suurempi osa käsikirjoitusta. Animaatioiden *The Thrifty Pig* ja *Seven Wise Dwarfs* tapaan animaatiossa *Donald's Decision* on mukana suoraa leikkausta näistä kahdesta Aku Ankka -animaatiosta mutta myös uudelleen luotua animaatiota, vaikka kohtaaminen itsessään sattuisi olemaan hyvin samanlainen alkuperäisen animaation kanssa. Tarinan käsikirjoitus on kopioitu lähes suoraan etenkin animaatiosta *Donald's Better Self*.

Animaatio alkaa radiosta kaikuvalla miesäänellä, joka vaatii kuulijoita auttamaan taistelevia miehiään rintamalla. Nämä miehet tarvitsevat lisää aseita, tankkeja ja ammuksia. Radioääni kehottaa investoimaan sotaobligaatioihin<sup>160</sup>. Aku laiskottelee riippumatossa aikoen kyllä sijoittaa obligaatioihin mutta ”vasta huomenna”. Tämän jälkeen näyttämölle astuvat Akun hyvä ja paha minä, klassiset enkeliltä ja paholaiselta näyttävät mutta Akun piirteet omaavat hahmot. Paha minä ilmestyy Akun tielle postilaatikosta, jonka pyörivä merkkiviitta muodostaa hakaristin. Paha minä kehottaa

---

<sup>158</sup> Evans 1984, 58.

<sup>159</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>160</sup> Engl. *warsavings certificates*.

Akua viettämään hauskaa<sup>161</sup> ja tuhlaamaan rahansa. Hyvä minä puolestaan puoltaa sotasäästöjä, jotta nämä hyvät ajat<sup>162</sup> olisivat mahdollisia. Kiista kärjistyy hyvän ja pahan väliseen tappeluun, josta voitokkaana selviää Akun hyvä minä, joka näin ollen saa Akun vakuuttuneeksi sotaobligaatioiden sijoittamisesta. Hyvän minän taluttaessa Akua postitoimistoon näkyy katujen varsilla julisteita, joissa mainostetaan rahoilla lunastettavia aseita ja tulevaa voittoa sodassa. Animaatio vaihtuu sotatoimien näyttämöksi, jossa suuri sotalaiva kyntää merta, taivaanrannan täyttää Kanadan union jack -lippu ja tämän kaiken päälle muodostuu teksti: ”Voitaksesi tämän sodan.” Tätä seuraavat iskulauseet, jotka kehottavat tuhlaamaan vähemmän, lainaamaan säästöjä ja sijoittamaan ne sotaobligaatioihin. Lopuksi lentokone ampuu natsimerkillä varustetun lentokoneen alas taivaalta ja räjähdyksestä erottuu teksti: ”Sijoita voittoon”.<sup>163</sup>

Animaation alun radioääni vetoaa kansalaisten suoraan toimintaan, auttamaan rintamalla taistelevia sotilaita ostamalla sotaobligaatioita. Sotaobligaatioiden funktio konkretisoituu, kun ääni kertoo sotilaiden tarvitsevan lisää aseita, tankkeja ja ammuksia. Omien sotilaiden tarpeiden esille nostaminen toimii propagandan teorian mukaisesti symbolina, jonka avulla pyritään jälleen siirtämään haluttu vastakaiku ja vaikutus – sotaobligaatioiden ostaminen – yleisöön<sup>164</sup>. Ne ovat tässäkin tapauksessa mielikuvia, joilla on voima herättää vallitsevan tilanteen todenmukaisuus ja läheisyys katsojassa<sup>165</sup>. Kanadalaiselle yleisölle viestitetään selvästi, että meneillään on sota, jossa taistelevat myös kanadalaiset sotilaat, ja he tarvitsevat siviilien panosta.

Laiskotteleva Aku ei ole viulua ja huilua soittavan porsaan tapaan vielä ymmärtänyt sotapönnisteluiden tärkeyttä. Yleisölle osoitetaan tässäkin tapauksessa, että laiskottelu ja välinpitämättömyys eivät ole haluttuja reaktioita. Akun hyvä ja paha minä ilmentävät tätä mahdollista valintaa, joka kenellä tahansa kanadalaisella oli: ostaa sotaobligaatioita tai jättää ostamatta. Akun paha minä, joka on hahmoltaan piru sarvineen ja punaisine vaatteineen, edustaa pahuutta, hakaristin myötä natsi-Saksaa ja samalla asennetta, jossa sotaobligaatiot jätetään ostamatta. Enkeliksi pukeutunut Akun hyvä minä puolestaan edustaa hyvää, jonka myötä sotaobligaatioihin sijoitetaan ja omia sotilaita tuetaan. Tämä on myös samalla propagandan teorian mukainen dualismi, jonka

---

<sup>161</sup> Engl. *good time*.

<sup>162</sup> Engl. *good times*.

<sup>163</sup> WDOTFL 2004, *Donald's Decision*, 1942.

<sup>164</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>165</sup> Ellul 1973, 164.

perusteella kiistanalaisuudet yleisessä mielipiteessä pyritään lakkauttamaan, totuudet julistetaan eikä niistä keskustella. Niihin joko uskotaan tai sitten ei.<sup>166</sup> Yleistä mielipidettä kun ei pysty saavuttamaan ilman tällaista selkeää yksinkertaistamista. Mitä vaikeampi ja monimutkaisempi ongelma on ja mitä enemmän nyansseja ja yksityiskohtia se sisältää, sitä hajanaisempi tulee yleinen mielipide olemaan. Yleinen mielipide ei tästä syystä välttämättä muodostu ollenkaan tai kestää pidempään, ennen kuin se saa muotonsa.<sup>167</sup> Niinpä Akun hyvä ja paha minä edustavat selkeää musta-valkoista jakoa hyvän ja pahan välille, joiden myötä vastaus ongelmaan on jälleen yksinkertainen<sup>168</sup>.

Propagandan teorian perusteella rauhaa pidetään yhteiskunnan normaalina tilana, ei sotaa<sup>169</sup>. John Griersonille filmipropaganda oli keino tuoda yleisö lähemmäksi kriisiä ja näyttää yleisölle sen myötä myös palkinto sodan jälkeisen rauhan muodossa<sup>170</sup>. Griersonin suunnitelmana oli myös kanadalaiselle elämälle tärkeiden teemojen korostaminen pidemmällä tähtäimellä. Grierson toisin sanoen valmisteli valtiota myös rauhaan.<sup>171</sup> Animaatiossa Akun paha minä on vihollinen, natsi-Saksan ruumiillistuma, joka estää tämän rauhan. Hyvä minä vetoaa niin sanottuihin hyviin aikoihin, joihin on mahdollista jälleen päästä omaa maataan puolustamalla<sup>172</sup>. Paha minä on näin ollen enemmän kuin pelkkä uhka kanadalaiselle yhteiskunnalliselle perinnölle. Se on vastustaja näille kansallisille arvoille, joita edustaa myös animaation loppuosan Kanadan union jack -lipulla täytetty taivaanranta yhdistettynä kuvaan sotalaivasta ja iskulauseeseen sodan voittamisesta.<sup>173</sup> Yleisölle tehdään selväksi, että sotaobligaatioilla saavutetaan voitto sodassa, minkä jälkeen niin sanotut hyvän kanadalaisen yhteiskunnan ajat voivat jälleen jatkua.

Animaatiossa esiin tulevat julisteet ja postitoimisto yhdistävät animaation mielikuvat jälleen todelliseen maailmaan. Myös julisteiden tekstit sotaobligaatioilla saatavista aseista niin ikään konkretisoivat sotaobligaatioiden funktiota. Sotaobligaatiot toimivat myös sodan voittajan määrittelijöinä. Yleisön teoille – sotaobligaatioiden

---

<sup>166</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>167</sup> Ellul 1973, 205.

<sup>168</sup> Ellul 1973, 206.

<sup>169</sup> Lasswell 1971, 12.

<sup>170</sup> Evans 1984, 4.

<sup>171</sup> Evans 1984, 59.

<sup>172</sup> WDOTFL 2004, *Donald's Decision*, 1942.

<sup>173</sup> Lasswell 1971, 58–59.

ostamiselle – taataan palkinto, voitto sodassa. Näin yleisön sisältämät yksilöt saadaan tuntemaan itsensä tarpeellisiksi ja tärkeiksi.<sup>174</sup>

Poiketen edellisestä kolmesta, animaatiossa *All Together* (1942) ei ole suoraan leikattuja kohtauksia tai käsikirjoituksen osia aiemmin julkaistuista Disneyn animaatioista. Animaatiossa esiintyvät monet kuuluisat Disneyn animaatiohahmot kuten Aku Ankka, Pinocchio, hänen isänsä Geppetto, Tupu, Hupu ja Lupu, Mikki Hiiri, Pluto, Hessu Hopo, Polle Koninkaus, Heluna Ammu sekä seitsemän kääpiötä. Animaatiohahmot kulkevat Kanadan parlamenttitalon edessä soittokulkueessa<sup>175</sup> kantaen kylttejä ja mainostaen viiden dollarin hintaisten sotaobligaatioiden ostamista neljän dollarin hintaan. Kylttien iskulauseet kannustavat kaikkia yhdessä sijoittamaan sotaobligaatioihin<sup>176</sup> sekä kertovat, kuinka näin auttamalla sota voitetaan<sup>177</sup>. Lopussa kuva kääntyy taivaalla lentolaivueiksi, jotka muodostelmassa lentäessään muodostavat tekstin ”kaikki yhdessä<sup>178</sup>”. Ruutuun ilmestyy tämän jälkeen kuvia tankista ja sotalaivasta joiden yhteydessä näytetään tekstit:

”Sinä palvelet säästämällä, sinä säästät palvelemalla.”

”Pidä rahasi taistelussa.”

”Kunnes voitto on saavutettu.”

”Osta sotaobligaatioita, osta lisää ja lisää.”

Yksi propagandan päämääristä on luoda vahva yhteenkuuluvuuden, kollektiivisuuden ja yhteisöllisyyden tunne yksilöihin. Yksilöt saavuttavat tämän jälkeen toinen toiseltaan lisää näitä tuntemuksia, ja kun ryhmä saavuttaa tietyn yhtäläisyyden tason, se kokee tarpeen toimia.<sup>179</sup> *All Together* perustuu hyvin pitkälti NFB:n *äänien* konkretisoimiseen Disneyn kaikilla tunnetuilla animaatiohahmoilla tuona aikana. Animaatio osoittaa, että sotaponnisteluja ovat todellakin tukemassa kaikki Disneyn animaatiohahmot yhtenä joukkona, jolla tuo yhteenkuuluvuuden tunne jo on. Kanadalaisen yleisön on puolestaan helppo samaistua tähän joukkoon, saada hahmoilta

---

<sup>174</sup> Ellul 1973, 209.

<sup>175</sup> Mikki Hiiren johtama orkesteri on kokoonpanona lainattu Disneyn Mikki Hiiri -animaatiosta *The Band Concert*, 1935.

<sup>176</sup> Engl. *all together for warsavings*.

<sup>177</sup> Engl. *help win the war*.

<sup>178</sup> Engl. *all together*.

<sup>179</sup> Ellul 1973, 210.



itselleen näitä yhteenkuuluvuuden, kollektiivisuuden ja yhteisöllisyyden tunteita ja liittyä heidän puolelleen heidän ajamansa asian taakse.<sup>180</sup>

Kulkueen reitti Kanadan parlamenttitalon edustalla konkretisoi edellisten animaatioiden tapaan kulkueen animaatiotankareiden mainostamien sotaobligaatioiden tärkeyttä. Parlamenttirakennus antaa tässäkin tapauksessa yleisölle mielikuvan kulkueen tarkoituksen todenmukaisuudesta ja läheisyydestä<sup>181</sup>. Animaation *The Thrifty Pig* tapaan parlamenttirakennus on samalla kanadalaisuuden ja isänmaallisuuden symboli, jonka avulla siirretään haluttua vaikutusta yleisöön<sup>182</sup> mutta myös pyritään luomaan yhtenäistä valtiota ja sen kansaa<sup>183</sup>.

Tämänkin animaation iskulauseiden myötä yleisölle annetaan jälleen tapa uhrata, toimia ja palvella kansakunnan hyväksi. Iskulauseilla on selkeä odotus- ja vaatimisarvo yleisölle. Yleisön haluttiin palvelevan valtiotaan sijoittamalla rahansa sotaobligaatioihin ja pitämään se näin taistelussa, kunnes voitto on saavutettu. Rahaa tarvittiin, jotta sota pystyttäisiin voittamaan. Raha oli se aineisto, jolla yleisö pystyi tukemaan kansallista tarkoitusta ja samalla kansallista sota-ajan moraalialia<sup>184</sup>.

### 3.2 KOULUTUS JA OPETUS

Odottaessa valtion virkamiesten vastauksia studiolla isännöimiensä lounaan ja neuvottelujen jälkeen, Disney päätti tuottaa oma-aloitteisesti yhdessä Kalifornian Burbankissa sijaitsevan studiosa naapurin Lockheed Aircraft Corporationin insinöörin George Papienin avustuksella kokeellisen opetusfilmin lentokoneen siipien oikeanlaisista ruuvausmenetelmistä. Animaation nimeksi tuli kuvaava *Four Methods of Flush Riveting*, jonka avulla Disney lopulta innosti John Griersonin ostamaan kyseisen animaation Kanadan puolustusvoimille sekä tilaamaan neljä edellä esiteltyä sotaobligaatioanimaatiota sekä opetusfilmin panssarintorjuntakiväärin käytöstä.<sup>185</sup>

---

<sup>180</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>181</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>182</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>183</sup> Lasswell 1971, 10.

<sup>184</sup> Osgood 2006, 31.

<sup>185</sup> Gabler 2008, 406; Shale 1976, 15–16.

*Four Methods of Flush Riveting* (1942)<sup>186</sup> on esitys, miten lentokoneen siivet tulee niitata rakennusvaiheessa yhteen. Siinä näytetään erilaisia tapoja niitata erilaisia siipityyppejä eikä muuta.<sup>187</sup> Animaatio ei käytä henkilöhahmoja eikä huumoria ja animaatio itsessään on yksinkertaista verrattuna esimerkiksi Disneyn tunnettujen hahmojen tähdittämiin animaatioihin. Nämä määrittivät pitkälle myös tätä seuraavat Disneyn koulutusfilmit. Animaatio sinänsä on erinomainen väline juuri tämänkaltaisten yksityiskohtaisten ja esineiden läpi esitettävien asioiden esittämiseen. Elokuva ei olisi pystynyt vastaavaan.<sup>188</sup>

Propagandan teorian näkökulmasta animaatio ei anna käytännössä mitään. Sen tarkoitus oli Disneyn osalta esittää vain, millaisia koulutusanimaatioita hänen studionsa pystyi tekemään, ja toisaalta NFB:lle animaatio oli vain ja ainoastaan tapa opettaa millä tavoin lentokoneen siivet tulee niitata niiden rakennusvaiheessa. Animaation *ääni* kuuluu animaation oikeuksien ostamisen myötä NFB:lle, ja sen vastaanottajina toimivat lentokoneiden rakentajat. Alkuperäinen *ääni* on tietysti Disneyn ja vastaanottajina mahdolliset filmien tilaajat kuten Grierson.<sup>189</sup>

Griersonin tilaama opetusfilmi panssarintorjuntakiväärin käytöstä sai lopulta nimen *Stop That Tank!* (1942). Animaatiota ja elokuvaa yhdistelevä filmi on tuotettu Disneyn toimesta yhdessä NFB:n ja Kanadan puolustusministeriön kanssa. Heti filmin alussa todetaan Boys MK-1 -panssarintorjuntakiväärin olevan helposti liikuteltava ja naamioitava sekä yllätystä etunaan käytettäessä tehokas ase panssaroituja ajoneuvoja vastaan. Animaatiossa Saksan armeijan panssarivaunut vyöryvät eteenpäin avoimessa maastossa ja pysähdyttyään ensimmäisen vaunun sisältä nousee Hitlerin satiirinen hahmo, joka valittaa, ettei hänelle voi tehdä näin ja että heitä sorretaan (Liite 4). Saksalaisten panssarivaunujen käydessä hyökkäykseen nousevat kanadalaiset sotilaat panssarintorjuntakivääreineen esiin piiloistaan ja ajavat Hitlerin joukkoineen pakosalle. Tykistö tuhoaa Hitlerin panssarivaunun, ja Hitler itse tipahtaa paholaisen luolaan. Hitler valittaa paholaiselle saksaksi, ettei tämä ole reilua. Paholainen tulkkaa maassa

---

<sup>186</sup> Animaatio julkaistiin NFB:n toimesta vuonna 1942, mutta se oli valmistunut jo toukokuuhun 1941 mennessä; Gabler 2008, 406–407.

<sup>187</sup> WDOTFL 2004, *Four Methods of Flush Riveting*, 1942.

<sup>188</sup> Shale 1976, 16.

<sup>189</sup> Salmi 1993, 135.

kieriskelevän ja itkevän Hitlerin valitukset katsojille englanniksi. ”Teidän panssaritorjuntakivääriä vastaan ei ole mahdollista voittoa”, myöntää Hitler.<sup>190</sup>

Tämän jälkeen filmi muuttuu animaation ja elokuvan yhdistelmäksi, jossa käydään läpi panssaritorjuntakiväärin teknisiä ominaisuuksia. Sitä seuraa kiväärin osien toiminnan esittely, kiväärin käyttäminen tehokkaasti, lippaan käyttö ja lataaminen, rekylinpoistajan toiminta, tähtääminen, ampuma-asennon ottaminen, ampuminen sekä aseiden purkaminen ja puhdistaminen (Liite 5). Lopuksi kertojan ääni toteaa, että vanhan armeijan sanonnan mukaan ”Kiväärini on kuin naisesi. Jos kohtelet sitä hyvin, se ei koskaan petä sinua”. Filmi loppuu animaatioon kanadalaisesta sotilaasta antamassa suudelmia kiväärilleen sängyssään.<sup>191</sup>

*Stop That Tank!* on Disneyn viides ja samalla viimeinen NFB:lle ja John Griersonille tuottama filmi<sup>192</sup>. Samalla se on lähdemateriaalini perusteellisin opetusanimaatio, kestoltaan yli 21 minuuttia. Filmi oli tuotettu nimenomaan [Kanadan] armeijan käyttöön, opetustarkoituksiin<sup>193</sup>. Se käyttää osaavasti hyväkseen animaation tuomia mahdollisuuksia esitellä esimerkiksi panssaritorjuntakiväärin eri osia aseiden sisältä, jollaista mahdollisuutta ei normaalisti kuvatulla filmillä olisi. Filmin ohjaaja Ubi Iwerks järjesti animaattoreille malliksi yhden aidon kiväärin, jotta kaikki pienetkin osat kiväärin sisältä tulisi tarkasti animoiduiksi<sup>194</sup>. Toisaalta filmi myös käyttää elokuvaa sen esitellessä yleisölle kiväärin konkreettista käyttöä.

Filmin alkuosa pilkkaa ylimielistä Hitleriä, joka luulee voittavansa sodan panssarivaunujensa salamatasotaktiikalla. Hitler ja Saksa esitetään jälleen hyökkääjinä, jotka ovat sodan aloittajia ja sen myötä pahojia<sup>195</sup>. Kanadalaiselle sotilasyleisölle ja sen yleiselle mielipiteelle tehdään jälleen selväksi, ketä vihata ja kuka löytyy rintamalinjan toiselta puolelta<sup>196</sup>.

Kanadalaiselle sotilasyleisölle annetaan animaation kautta myös viesti voiton illuusiosta kanadalaisten karkottaessa Hitlerin panssarijoukot panssaritorjuntakivääriensä avulla<sup>197</sup>. Yleisölle osoitetaan omien voimien vahvuus

---

<sup>190</sup> WDOTFL 2004, *Stop That Tank!*, 1942.

<sup>191</sup> WDOTFL 2004, *Stop That Tank!*, 1942.

<sup>192</sup> Shale 1976, 18.

<sup>193</sup> Shale 1976, 19.

<sup>194</sup> Shale 1976, 19.

<sup>195</sup> Lasswell 1971, 77.

<sup>196</sup> Lasswell 1971, 47.

<sup>197</sup> Lasswell 1971, 102.

esittämällä heidät karkottamassa Hitlerin joukot mailtaan ja Hitler itkemässä paholaiselle, ettei kivääriä vastaan voinut voittaa taistelua. Näin tuodaan esiin omien ja vastustajien voimasuhteet, jotta yleisön odotus sodalle pysyisi mahdollisimman taistelutahtoisena.<sup>198</sup>

Propagandan teorian näkökulmasta animaation loppuosan panssarintorjuntakiväärin teknisten ja käytännön osa-alueiden esittely on osa luvussa 4.3 esitellylle sotateknologian lanseeraukselle, illuusiolle voitosta. Saksan armeijan panssarivaunut karkottava panssarintorjuntakivääri jos mikä on oman valtion keksintönä lupaus voitosta<sup>199</sup>. Filmillä kuuluvan *äänen* funktio on kuitenkin enemmän opetuksellinen kuin propagandistinen. Filmin avulla kun todellakin pyrittiin opettamaan kanadalaisille sotilaille mahdollisimman nopeasti, helposti ja yksinkertaisesti Boys MK-1 -panssarintorjuntakiväärin käyttäminen.

### 3.3 TAXES TO BEAT THE AXIS

Kun Yhdysvallat liittyi virallisesti mukaan toiseen maailmansotaan joulukuussa vuonna 1941, se käynnisti viimein myös suuren propagandakoneistonsa rattaat<sup>200</sup>. Hallituksen päämääränä oli modernin propagandateorian mukaisesti saada koko kansa mukaan sotaponnisteluihin. Sotaa tuli mainostaa ja sen myötä kansan tuli näkyä niin rintamalla kuin kotimaassa.<sup>201</sup> Tuloverojen maksaminen oli yksi ensimmäisistä ja tärkeimmistä sotaponnisteluista, johon kansa tuli mahdollisimman nopeasti velvoittaa. Uudet verolait lisäsivät veroluetteloihin seitsemän miljoonaa veronmaksajaa, jotka eivät olleet koskaan ennen maksaneet tuloveroja. Valtionvarainministeri Henry Morgenthau'n mielestä oli ensiarvoisen tärkeää valistaa näitä uusia veronmaksajia tuloverojen maksamisen tärkeydestä.<sup>202</sup>

*The New Spirit* (1942) ja *The Spirit of '43* (1943) ovat molemmat verojen maksamisen tärkeyttä painottavia propagandafilmejä, jotka alkavat hieman erilaisilla

---

<sup>198</sup> Lasswell 1971, 102–103

<sup>199</sup> Lasswell 1971, 111

<sup>200</sup> Osgood 2006, 29–30

<sup>201</sup> Lasswell 1971, 9–10.

<sup>202</sup> Shale 1976, 27.

Aku Ankan tähdittämillä animaatioilla ja päättyvät täsmälleen samaan animaatioon verojen avulla saavutettavista tuloksista sodassa.

*The New Spirit* alkaa innostavalla melodialla ja laululla *Yankee Doodle Spirit*, joka kertoo, kuinka kaikista löytyy jenkkihenkeä, kuinka taistelemme voittoon ja ikuiseen rauhaan meidän ja sinun vapautesi puolesta. Animaatio tarkentuu Aku Ankkaan, jonka pupillit muuttuvat laulun aikana Yhdysvaltojen lipuiksi (Liite 6). Radiosta jatkaa puheena miesääni<sup>203</sup>, joka ilmoittaa, kuinka Yhdysvaltojen rannoille on hyökätty ja koko maa on mobilisoitu sotaan. Aku saa kuulla, miten tärkeää isänmaalle olisi kansalaisten verojen maksaminen ajallaan. Siitä ei palkittaisi mitalilla, mutta se olisi jokaisen etuoikeus. ”Veroilla saataisiin aseita, veroilla saataisiin laivoja, veroilla saataisiin demokratiaa, veroilla lyötäisiin akselivallat<sup>204</sup>.” Aku ei aluksi innostu ajatuksesta luopua rahoistaan mutta kuullessaan perustelut ymmärtää tilanteen. Lopuksi ääni yhdessä elävien mustekynän ja -purkin kanssa opastaa Akua täyttämään verokaavakkeen ja postittamaan sen.<sup>205</sup>

Animaation alun laulu nostaa välittömästi esiin symbolit isänmaasta, voitosta sodassa, rauhasta ja vapaudesta. Kuten on jo tullut esille, rauhaa pidettiin yhteiskunnan normaalina tilana. Sota nähtiin häirionä, joka estää vallitsevan demokratian ja vapauden. Epädemokraattinen vihollinen asettuu näin rintamalinjan toiselle puolelle Yhdysvaltoja vastaan.<sup>206</sup> Nimeämällä vihollisen radioääni samalla tuo esiin, ketä vastaan tarkalleen ottaen taistellaan. Japani oli hyökännyt Pearl Harboriin joulukuun 7. päivänä vuonna 1941, joten ei ole epäilystä, etteikö animaatio nimeäisi Yhdysvaltojen viholliseksi nimenomaan Japanin.

Kuten NFB:n sotaobligaatioita markkinoivissa animaatioissa myös animaatioissa *The New Spirit* laulu osoittaa, kuinka musiikin propagandistinen mahdollisuus oli huomattu myös Yhdysvalloissa<sup>207</sup>. Laulun esiin tuoma mahtipontinen jenkkihenki sekä Akun Yhdysvaltojen tähtilippupupillit toimivat isänmaallisuuden symboleina, joiden avulla pyritään siirtämään yhdysvaltalaiseen yleisöön haluttu isänmaallinen vaikutus ja

---

<sup>203</sup> Yhdysvaltojen valtionvarainministeri Henry Morgenthau oli mukana valitsemassa Disneyn ja Aku Ankan propagandaelokuvien tekijöiksi. Hän piti myös radiopuheita sotaobligaatioiden puolesta, joten ääni saattaa hyvinkin kuvastaa häntä.

<sup>204</sup> Engl. *Taxes for guns, taxes for ships, taxes for democracy, taxes to beat the Axis.*

<sup>205</sup> WDOTFL 2004, *The New Spirit*, 1942

<sup>206</sup> Lasswell 1971, 12.

<sup>207</sup> Sheppard, 304.

vastakaiku.<sup>208</sup> Myös radion ääni vetoaa isänmaallisuuteen ja kansallisiin arvoihin. Ajallaan maksettavat tuloverot ovat jokaisen yhdysvaltalaisen etuoikeus. Iskulauseiden muodossa ääni toteaa, kuinka näillä veroilla saataisiin aseita, joilla puolestaan lyötäisiin paha, demokratiaa vastustava vihollinen. Niin laulun kuin radioäänen osalta voidaan vetää yhteen, että vihollinen on tässäkin tapauksessa uhka Yhdysvaltojen kansallisille arvoille ja yhteiskunnalliselle perinnölle<sup>209</sup>.

Yhdysvaltojen hallituksen päämääränä oli antaa kenelle tahansa yhdysvaltalaiselle mahdollisuus henkilökohtaisesti osallistua taisteluun vihollista vastaan<sup>210</sup>. Tämän myötä heille tulisi ymmärrys, että heillä todella olisi jotain, jota antaa sotaponnistelujen hyväksi ja täten uhrata maansa hyväksi.<sup>211</sup> Kuten on jo käynyt ilmi, iskulauseet kukoistavat kriisiaikoina. Niiden tarkoitus on helppo ymmärrettävyys ja mielessä pidettävyys. Ne antavat yksilölle luvan löytää itsensä niistä, kuten tässä tapauksessa Aku Ankka ymmärtää verojen merkityksen, kun radioääni toteaa, miten veroilla voidaan lyödä akselivallat.<sup>212</sup> Yleisön on helppo löytää itsensä Aku Ankasta ja omaksua iskulause ”veroilla lyödään akselivallat”.

*The Spirit of '43* alkaa tehtaaniipun huudahdella savua puhkuen: ”Palkkapäivä!”<sup>213</sup> Kertojan ääni toteaa, että on palkkapäivä, jolloin miljoonat palkkadollarit maksetaan yhdysvaltalaisille työläisille, myös Aku Ankalle. Aku joutuu rahoineen kuitenkin pulmatilanteeseen, jossa toiseen suuntaan rahoja kiskoo vanha skottiankka<sup>214</sup>, säästäväisyyden henki<sup>215</sup>, ja toiseen suuntaan keikarimainen ankka, tuhlaavaisuuden henki<sup>216</sup>. Säästäväisyyden henki kehottaa Akua säästämään palkkansa, jotta hänen olisi myöhemmin vara maksaa veronsa, jotka juuri tuona kyseisenä vuonna olivat ennätyskorkealla, ”kiitos Hitlerin ja Hirohiton<sup>217</sup>”. Tuhlaavaisuuden henki puolestaan kehottaa Akua tuhlaamaan rahat sumeilematta, ovathan rahat hänen.

---

<sup>208</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>209</sup> Lasswell 1971, 58–59.

<sup>210</sup> Osgood 2006, 31.

<sup>211</sup> Ibid.

<sup>212</sup> Ellul 1973, 165.

<sup>213</sup> Engl. *payday*.

<sup>214</sup> Hyvin paljon Roope Ankan näköinen hahmo (säästäväinen skotti, jolla poskiparta ja silmälasit), joka ei kuitenkaan ole Roope, koska Carl Barks loi hänet vasta vuonna 1947.

<sup>215</sup> Engl. *thrifty*.

<sup>216</sup> Engl. *spendthrift*.

<sup>217</sup> Japanin keisari 1926–1989.

Säästäväisyyden henki myöntää, että niin ovat, mutta myös sota on Akun, ja hänen tulisi säästää, jotta voitto saavutettaisiin<sup>218 219</sup>.

Henget kiskovat Akua kirjaimellisesti eri suuntiin. Tuhlaavaisuuden henki yrittää saada Akua sisään kuppilaan, jonka saranaovet muodostavat svastikan eli natsien hakaristin. Lopulta molemmat henget sinkoutuvat irti Akusta. Säästäväisyyden henki törmää tiiliseinään repien laastia tiilien päältä. Tästä muodostuu yhdessä säästäväisyyden hengen päästä lentävien tähtien ja ikkunanpielen kanssa Yhdysvaltojen lippu. Tuhlaavaisuuden henki puolestaan on muuttunut Hitlerin näköiseksi ankaksi, jolla on svastikan muotoinen rusetti kaulassa ja joka Akua edelleen houkuttellen seisoo svastikan muotoisen oven edessä. Lopuksi kertojan ääni kysyy Akulta, tuhlaako tämä akselivaltojen puolesta vai säästääkö veroihin<sup>220</sup>. Ääni myös toteaa, kuinka jokainen dollari, jonka tuhlaa sellaiseen, jota ei välttämättä tarvitse, on tuhlatu dollari akselivaltojen hyödyksi. Kohtaus loppuu, kun Aku kävelee tuhlaavaisuuden hengen luo ja lyö tämän oven läpi kuppilaan sisään.<sup>221</sup>

Animaatio *The Spirit of '43* yhdistyy heti alusta asti todellisuuteen, kun animaatio yhdessä kertojan kanssa toteaa yhdysvaltalaisilla olevan palkkapäivän ja kuinka tuosta palkasta tulisi maksaa tuloveroa. Yleisölle tehdään alusta asti selväksi, mikä animaation päämäärä on näiden todenmukaisuutta ja käsiteltävän asian läheisyyttä ilmentävien mielikuvien kautta<sup>222</sup>. Yhdysvaltalaiselta yleisöltä edellytetään tämän myötä uhrausta, joka tässä tapauksessa on palkan säästäminen ja tuloveron maksaminen.

Propagandassa ja sen myötä yleisen mielipiteen muodostumisessa asennoitumiset jaotellaan karkeasti kahteen osaan, positiiviseen ja negatiiviseen<sup>223</sup>. Niin animaatioissa *Donald's Decision*, *The New Spirit* kuin *The Spirit of '43* Aku joutuu valitsemaan Yhdysvaltojen kannalta positiivisen ja negatiivisen vaihtoehdon väliltä, miten toimia. Animaatiossa *The Spirit of '43* Akua houkuttelevat henget ovat selkeä toisto animaation *Donald's Decision* Akun hyvästä ja pahasta minästä. Pahaa natsi-Saksaa (yleisesti myös akselivaltoja) edustava tuhlaavaisuuden henki yrittää Akun

---

<sup>218</sup> Engl. *save for victory*.

<sup>219</sup> WDOTFL 2004, *The Spirit of '43*, 1943.

<sup>220</sup> Engl. *spend for the Axis or save for taxes*.

<sup>221</sup> WDOTFL 2004, *The Spirit of '43*, 1943.

<sup>222</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>223</sup> Ellul 1973, 205.

pahan minän tapaan saada Akua tuhlaamaan palkkarahansa turhuuksiin. Säästäväisyyden henki Akun hyvän minän tapaan yrittää puolestaan saada Akua ymmärtämään, että tämä tulee vielä tarvitsemaan rahojaan tuloverojensa maksamiseen ja että jokainen tuhlatu dollari on dollari akselivaltojen taskuun. Tähän vedotaan myös iskulauseella ”tuhlaa akselivaltojen puolesta tai säästä liittoutuneiden puolesta<sup>224</sup>”, joka asettaa vastakkain vihollisen (tuhlaamisen) ja oman maan (säästämisen). Samoin kyseistä vastakkainasettelua korostetaan symboleilla, joita ovat svastika (natsien hakaristi), Yhdysvaltojen tähtilippu, keikarimaisuus (tuhlaajana) ja skottilaisuus (säästäväisyytenä). Vastakkain asetettujen symbolien avulla pyritään lakkauttamaan yleisen mielipiteen mahdolliset kiistanalaisuudet verojen maksamisen tärkeydestä<sup>225</sup>. Ongelmasta tehdään yksinkertainen, ja siihen on olemassa yksinkertainen ratkaisu<sup>226</sup>. Kun yhdysvaltalaiset maksavat tuloveronsa ajallaan, sota voitetaan.

Myös animaatiossa *The New Spirit* Aku on valinnan edessä, kun radioääni kehottaa häntä maksamaan tuloveronsa ajallaan. Hänellä on mahdollisuus toimia väärin, mutta hänestä kuvastuu selkeästi jo ennen ratkaisua, että hän haluaa toimia oikein. Lopulta Aku valitsee kaikissa kolmessa animaatiossa animaation *äänen* kannalta oikean vaihtoehdon eli Yhdysvaltojen sotaponnistelujen auttamisen. Mielestäni tämä on yksi syy, miksi Disney halusi juuri Aku Ankan propagandaelokuviansa tähdeksi valtionvarainministeriön haluaman Mikki Hiiren sijaan. Mikki Hiiren ei koskaan oletettaisi joutuvan valitsemaan, tehdäkö oikein vai väärin. Akun kohdalla myös väärää valintaa on voitu ajatella hänelle mahdollisena vaihtoehtona.

Niin *The New Spirit* kuin *The Spirit of '43* päättyvät molemmat samaan animaationpätkään verojen maksamisen tuloksista. Animaation taustalla pauhaa miesääni alleviivaten, että mitä paremmin verot maksettaisiin ajallaan, sitä nopeammin yhdysvaltalaiset tehtaot pääsisivät toimimaan yöstä päivää tehden aseita, ammuksia, tankkeja, lentokoneita ja laivoja. Ääni kertoo, kuinka näiden aseiden avulla on mahdollista lyödä hyökkääjät mereltä. Animaatiossa Japanin laivaston lipulla varustettu sotalaiva uppoaa taivaanrantaan kuin aurinko laskeutuen. Animaatio ja ääni jatkavat erilaisten yhdysvaltalaisien sotalaivojen ja lentokoneiden esittelyä malli mallilta ja lopuksi osoittavat, miten ne helposti ampuvat alas synkän näköiset, natsilipuun

---

<sup>224</sup> Engl. *spend for the Axis or save for taxes.*

<sup>225</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>226</sup> Ellul 1973, 206.



varustetut lentokoneet ja upottavat uhkaavan näköiset natsilipuin merkityt sukellusveneet. Animaatio näyttää, miten valtava natsien sotakone tuhoaan, taivas selkenee ja muodostaa pilvijonojen sekä tähtitaivaan kanssa maisemaksi Yhdysvaltojen tähtilipun (Liite 7). Animaatiota täydentävät puheäänien iskulauseet:<sup>227</sup>

”Veroilla haudataan akselivallat.”<sup>228</sup>

”Veroilla upotetaan akselivallat.”<sup>229</sup>

”Veroilla saadaan [omat] koneet lentämään ja tankit kulkemaan.”

”Tämä on meidän taistelumme, taistelumme vapaudesta, veroilla pidetään demokratia oikealla polulla.”

Näiden kahden animaation loppuosa on täynnä propagandan käyttämää symboliikkaa. Japanin laivaston lippu<sup>230</sup> upotetaan sotalaivan mukana kuin aurinko, joka painuu päivän päätteeksi mailleen. Nousevasta auringosta tulee laskeva aurinko. Yleisölle annetaan mielikuva japanilaisten päivän päättymisestä eli häviöstä sodassa. Myös uhkaavan näköisiksi piirretyt natsi-Saksan lentokoneet ja sukellusveneet ovat stereotyyppisiä symboleja vihollisesta<sup>231</sup>. Rintamalinja vedetään taas tarkasti nimenomaan Yhdysvaltojen ja Japanin sekä natsi-Saksan välille. Tämän kaiken päällä pauhaavat iskulauseet, jotka yhdistävät maksetuilla veroilla saatavat aseet, ammuksiset ja sotakoneet haluttuun lopputulokseen sodassa. Tärkeimmät iskulauseet alkavat sanalla ”verot”, jotka johtavat auttamatta tähän etukäteen tehtyyn tuomioon, vihollisen lyömiseen<sup>232</sup>. Näin yleisölle vakuutetaan, että heillä tulee olla mielipide asiasta: veroilla lyödään vihollinen<sup>233</sup>. Viimeinen iskulause taistelusta vapauden puolesta sekä demokratian pitämisestä oikealla polulla päättyy siis taivaan selkiytymiseen ja muuntumiseen Yhdysvaltojen lipun muotoon. Yleisölle tuodaan harvinaisen selväksi, kuinka voittamalla sota voitetaan vapaus, voitetaan demokratia, voitetaan vihollinen, jota taivaalta väistyvät synkät pilvet kuvastavat.

---

<sup>227</sup> The New Spirit, 1942; The Spirit of '43, 1943.

<sup>228</sup> Engl. *taxes to bury the Axis*.

<sup>229</sup> Engl. *taxes to sink the Axis*.

<sup>230</sup> Muuten samanlainen kuin Japanin valtion lippu, mutta punaisesta pallosta lähtevät 16 ”auringon sädettä” joka suuntaan.

<sup>231</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>232</sup> Ellul 1973, 162.

<sup>233</sup> Ibid.

Animaatioiden *The New Spirit* ja *The Spirit of '43* perimmäinen tarkoitus oli siis saada yhdysvaltalaiset maksamaan tuloveronsa ja vielä ajallaan. Etenkin *The New Spirit* osoittautui valtavaksi menestykseksi<sup>234</sup>. Erään arvion mukaan 32 miljoonaa yhdysvaltalaista näki animaation, ja gallup-tutkimuksen mukaan 37 prosenttia katsojista sanoi, että se vaikutti heidän halukkuuteensa maksaa veronsa<sup>235</sup>.

### 3.4 KANSAN VALISTAMINEN

#### 3.4.1 YHDYSVALTOJEN KOTIRINTAMA

*Food Will Win The War* (1942) on Disneyn tuottama animaatio Yhdysvaltojen maatalousministeriön toimesta. Animaatio alkaa kuvalla maapallosta, jonka mantereet ovat punaiset ja jonka joka kolkasta nousee savua. Kertojaääni toteaa, että koko maailma on tulella. Ääni jatkaa, kuinka ”yhdistyneet kansat<sup>236</sup>” taistelevat vapauden raakaa vihollista vastaan ja jonka vuoksi monien maiden kaupungit ja maaseudut on tuhottu. Toivoa antaa kuitenkin amerikkalainen maatalous, koska Yhdysvallat on säästynyt sodan tuhoilta ja amerikkalaisia maanviljelijöitä perheineen on kaksinkertainen määrä kuin mitä akselivalloilla on yhteensä sotilaita. Animaatiossa amerikkalaiset viljelijät ovat valmiina sodan vaatimiin uhrauksiin aseinaan erilaiset maatalouskoneet. Animaatio kertojan tukemana osoittaa, kuinka esimerkiksi vehnää tuotetaan vuodessa 52,8 miljardin naulan verran, joka riittäisi jauhoiksi jauhettuna hautamaan lumen lailla koko Saksan panssariarmeijan. Jos puolestaan kaikki amerikkalainen maissi kerättäisiin yhdeksi isoksi tähkäksi, se ylettyisi Brittein saarilta aina Mustalle merelle saakka. Kertojan ääni toteaa sen ”[--] roikkuvan aivan pääsi yllä, Adolf”, kun iso maissintähkä asettuu Euroopan ylle. Animaatio näyttää, kuinka vihanneksista ja hedelmistä saatavilla vitamiineilla ja tiivisteillä voidaan keilata kaikki akselivallat nurin. Animaatiossa jättimäinen keilapallo murskaa natsimiljöössä

---

<sup>234</sup> Gabler 2008, 409.

<sup>235</sup> Gabler 2008, 409.

<sup>236</sup> Engl. *united nations*.

sijaitsevan kreikkalaistyyppisen rakennuksen ja Hitlerin, Hirohiton ja Mussolinin kasvoilla merkityt keilat nurin. Animaatio esittelee myös soijapapujen, perunoiden, tomaattien, hedelmämehujen, maidon, voin, juuston, rasvojen, öljyjen, kanojen, kananmunien ja naudanlihan tuotannon valtavat määrät.<sup>237</sup>

Viimeisenä animaatiossa esitellään amerikkalaiset siat, joiden kulkuetta johtaa kolme pientä porsasta soittaen *Ken paha sutta pelkäisi* -laulua ja kantaen Yhdysvaltojen lippua. Animaatio muuttuu porsaista satamaan, jossa viljaa kaadetaan laivan ruumaan (Liite 8). Kertojan ääni toteaa, ettei Isoa Paha Sutta pelkää ainakaan yhdysvaltalainen maanviljelijä, joka työskentelee ja uhrautuu sota-alusten tuottamiseksi: Alusten, joiden vuoksi nämä miehet ja naiset työskentelevät yötä päivää. Yhdysvaltojen sota-alukset pommittavat alas ”pimeiden vesien” pääkallomaisen Japanin sukellusveneen ja lentokoneet upottavat puolestaan natsien sukellusveneen. Kertojan ääni toteaa, kuinka nämä amerikkalaisista satamista lähtevät rahtilaivat on lastattu ruoalla voittoa varten ja kuinka ne kuljettavat tätä ruokaa kaikkialle, jossa taistellaan sananvapauden, uskonnonvapauden, valinnanvapauden ja vapauden pelosta puolesta. Samalla punertavalle taivaalle ilmestyy neljä valkeaa tähteä joiden ympärille ilmestyy tunnus valkopääkotkasta yhdessä lentokoneen ja laivan kanssa. Ääni toteaa, että tämän tunnuksen alla toimitetaan ruokaa, jolla voitetaan sota.<sup>238</sup>

Animaation *Food Will Win The War* propaganda on valkeaa. Siinä kuuluvat äännet tulevat yleisön tietoisuuteen jälleen jo animaation alkutekstien myötä selväksi. Yhdysvaltojen maatalousministeri Claude Wickard otti Disneyhyn yhteyttä välittömästi tämän saatua valmiiksi animaationsa *The New Spirit* valtionvarainministeri Morgenthauille. Wickard oli heti virkaanastumisensa jälkeen lanseerannut radiopuheessaan fraasin ”ruoalla voitetaan sota ja kirjoitetaan rauha<sup>239</sup>”. Tämän päätettiin olevan myös hyvä nimi (sittemmin hieman lyhennettynä) Disneyn seuraavalle animaatiolle, jonka tarkoituksena olisi rohkaista urheita mutta aliravittuja ja tarvikepulasta kärsiviä Yhdysvaltojen liittolaisia ja samalla muistuttaa kotimaista yleisöä maanviljelijöiden sotaponnisteluiden tärkeydestä.<sup>240</sup> Animaatiossa kuuluva ääni kuuluu siis Yhdysvaltojen maatalousministeriölle, eritoten ministeri Wickardille. Äänen

---

<sup>237</sup> WDOTFL 2004, *Food Will Win The War*, 1942.

<sup>238</sup> WDOTFL 2004, *Food Will Win The War*, 1942.

<sup>239</sup> Engl. *food will win the war and write the peace*.

<sup>240</sup> Shale 1976, 32.

kuulijoita ovat puolestaan yhdysvaltalaiset maanviljelijät, joille osoitetaan heidän työnsä tärkeys, mutta myös muut yhdysvaltalaiset, joille yhdysvaltalaiset maanviljelijät toimivat esimerkkinä ponnisteltaessa sodan hyväksi.<sup>241</sup>

Animaatio yhdistetään välittömästi alusta alkaen ajankohtaiseen tapahtumaan, toiseen maailmansotaan<sup>242</sup>. Rintamalinja vedetään jälleen kerran tarkasti Yhdysvaltojen ja sen liittolaisten sekä akselivaltojen, Saksan, Japanin ja Italian – jotka ovat syyllisiä kaupunkien ja maaseutua tuhonneelle sodalle – välille<sup>243</sup>. Animaatio havainnollistaa savuavien ja raunioituneiden ympäristöjen kautta myös kontrastin Yhdysvaltojen maaperälle, jolla sotaa ei ollut käyty ja joka oli näin ollen säästynyt tuhoilta.

Liittoutuneiden kannalta animaation tekee tärkeäksi sen osoittama Yhdysvaltojen panostus elintarvikkeiden toimittamiseksi kaikille niitä tarvitseville. Ruoka on paitsi kipeästi kaivattu tarvike, se symboloi samalla myös voittoa sodassa. Yhdysvallat ja sen liittolaiset myös liitetään yhteen sananvapauden, uskonnonvapauden, valinnan vapauden ja vapauden pelosta taistelemisen puolesta. Tällaista hyvän voittoa pahasta vahvistetaan vielä Japanin pääkallomaisen ja Saksan natsimerkillä varustettujen sukellusveneiden upottamisella. Vihollinen eli akselivaltiot jäävät jälleen selvästi rintamalinjan toiselle puolelle. Tätä kaikkea määrittää tunnus, jolla on merkitty kaikki Yhdysvaltojen ruokaa toimittavat alukset. Nämä alukset ovat niin ikään lupaus voitosta yhdessä iskulauseen ”ruoalla sota voitetaan<sup>244</sup>”. Ruoan tuotannon valtava volyyymi, hyvän voitto pahasta ja laivojen tunnus ruokkivat illuusiota voitosta sodassa. Yhdysvallat kuvataan näin toivoksi sodan voittamiselle.<sup>245</sup>

Propagandan teorian perusteella valtiolle on välttämätöntä, että sillä on takanaan yhtenäinen kansa<sup>246</sup>. Propagandan ja sitä välittävän massamedian kautta on mahdollista luoda tätä vahvaa yhteenkuuluvuuden tunnetta ja integraatiota massoihin<sup>247</sup>. Animaation keinot tähän ovat vahvan hyvinvointitunteen ilmentäminen, joka tulee ilmi eri elintarvikkeiden valtavien vuosittaisten tuotantomäärien muodossa<sup>248</sup>. Hyvinvointitunnetta ei pyritä ilmentämään ainoastaan kotimaiselle vaan myös

---

<sup>241</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>242</sup> Vares 1996, 168–170.

<sup>243</sup> Lasswell 1971, 47.

<sup>244</sup> Engl. *food will win the war*.

<sup>245</sup> Lasswell 1971, 102.

<sup>246</sup> Lasswell 1971, 10.

<sup>247</sup> Ellul 1973, 210.

<sup>248</sup> Ellul 1973, 203.

liittoutuneiden yleisölle. Omien ja vihollisen voimasuhteiden osoittaminen määrittää yleisön odotuksia sodalle. Vihollisen tuotannon määriä ei esitetä mutta yhdysvaltalaisia viljelijöitä todetaan puolestaan olevan kaksinkertainen määrä akselivaltojen sotilaisiin verrattuna. Lisäksi eri elintarvikkeiden valtavilla tuotantomäärillä kuvainnollisesti keilataan akselivaltojen johtajien keilat nurin.

Maanviljelijät kuvataan sankareina, joihin kaikki yhdysvaltalaiset voivat samaistua<sup>249</sup>. Maanviljelijöiden aseita ovat maatalouskoneet, joita käyttämällä he ovat valmiita sodan vaatimiin uhrauksiin ilman valituksia<sup>250</sup>. Maanviljelijä on toisin sanoen stereotyyppinen yhdysvaltalainen, valmis sotaponnisteluiden vaatimiin uhrauksiin. Isänmaallisuutta symboloidaan vielä kolmella pienellä porsaalla kantamassa Yhdysvaltojen lippua ja toteamalla, ettei isoa pahaa sutta pelkää ainakaan yhdysvaltalainen maanviljelijä<sup>251</sup>. Tämä sotaponnisteluiden eteen tehtävä uhraus on se symboli, jonka avulla tämä isänmaallinen arvolataus siirretään yleisön yksilöihin. Yleisön samaistuminen stereotyyppiseen uhrautuvaan yhdysvaltalaiseen saa aikaan tahdottua hyvänolon- ja yhteenkuuluvuuden tunnetta tätä propagandaa vastaanottavassa yhdysvaltalaisessa yleisössä.<sup>252</sup>

*Out Of The Frying Pan And Into The Firing Line* (1942) on opetusanimaatio, joka kehottaa ja neuvoo Yhdysvaltojen kansalaisia säästämään keittiörasvat<sup>253</sup> ruoanlaiton yhteydessä. Taustalla soi tuttu sävelmä *Yankee Doodle Spirit*. Minni Hiiri paistaa paistinpannalla pekonia ja munia, jotka saatuaan kypsäksi aikoo kaataa paistorasvan Pluton ruokakuppiin. Radioääni kertoo kuitenkin, kuinka rasvan säästäminen on yksi tärkeimmistä tehtävistä, mitä amerikkalainen kotiäiti voi tehdä. Ääni kertoo Minnille ja Plutolle, kuinka Yhdysvallat ja sen liittolaiset tarvitsevat miljoonia nauloja rasvaa glyseriinin valmistusta varten. Glyseriinistä puolestaan saadaan valmistettua räjähteitä. Animaatiossa amerikkalaisten kotitalouksien rasva kaadetaan suureen suppiloon, jonka kärjestä rasva tippuu ammuksina ammusvöihin. ”Rasvalla upotetaan akselivaltojen sota-alukset”, ja lihalasta ritilän läpi tippuva rasvatippa muuttuu liittoutuneiden lentokoneesta tippuvaksi torpedoksi upottaen

---

<sup>249</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>250</sup> Lasswell 1971, 10.

<sup>251</sup> Nyt kolme pientä porsasta ovat yhdysvaltalaisen yleisön samaistuksen kohteena, kun ne vielä animaatiossa *The Thrifty Pig* toimivat kanadalaisen yleisön samaistuksen kohteena.

<sup>252</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>253</sup> Engl. *kitchen grease/fat*.

akselivaltojen sotalaivan. Radioääni kertoo, kuinka esimerkiksi perunoiden paistorasvasta saadaan syvyyspommeja, jotka upottavat akselivaltojen sukellusveneet. Ääni jatkaa kertoen Plutolle, kuinka ylimääräinen säästetty rasva pitää poikamme varustettuina rintamalla Pluton katsoessa samalla seinällä roikkuvaa taulua, jossa Mikki Hiiri on armeijan univormuun pukeutuneena.<sup>254</sup>

Animaatiossa opastetaan selkeästi, kuinka rasva tulee säilyttää metallisessa purkissa, siivilöidä ennen purkkiin kaatamista ja säilyttää purkki kylmässä. Radioääni neuvoo Plutoa viemään rasvapurkin paikalliselle lihakauppiaille, jolla on ikkunassaan ”Official Fat Collection Station” –tarran (Liite 9). Rasvasta saa vastineeksi rahaa (tai Pluton tapauksessa makkaraa). Kaupasta pois tullessaan Pluto kantaa hännässään ylpeänä Yhdysvaltojen lippua. Lopuksi siirrytään kuvaan kaadettavasta rasvasta tiuhaan ampuvan tykkipatteriston päälle yhdistettynä iskulauseeseen siitä, kuinka rasvaa säästämällä voi tuottaa räjähteitä. Animaatio loppuu ”Official Fat Collection Station” –tarran kuvaan ja kehotukseen katsoa, että lihakauppiallasi on kyseinen tarra ikkunassa.<sup>255</sup>

Animaatio *Out Of The Frying Pan And Into The Firing Line* on tuotettu Disneyn toimesta Conservation Division of the War Production Boardille<sup>256</sup>. Sen propaganda on valkeaa. Animaation äänenä toimiva<sup>257</sup> Conservation Division of the War Production Board tuodaan esille jo animaation alkuteksteissä, ja animaation sanoma keittiörasvojen säästämiseksi Yhdysvaltojen sotateollisuudelle tulee suoraan ja selvästi ilmi. Keittiörasvojen talteen ottaminenhan oli yksi Yhdysvaltojen kotirintaman sotaponnisteluista yhdessä esimerkiksi vanhojen renkaiden ja erilaisten metallien keräämisen ohella<sup>258 259</sup>.

Animaatio on kyllästetty isänmaallisella symboliikalla, joita edustavat animaation taustalla soiva – animaatiosta *The New Spirit* tuttu – *Yankee Doodle Spirit* -sävelmä, radioäänen vetoomus amerikkalaisiin kotiäiteihin ja Pluton kantama Yhdysvaltojen lippu. Näillä symboleilla on arvolataus, jonka avulla haluttu vaikutus on

---

<sup>254</sup> WDOTFL 2004, *Out Of the Frying Pan And Into The Firing Line*, 1942.

<sup>255</sup> WDOTFL 2004, *Out Of the Frying Pan And Into The Firing Line*, 1942.

<sup>256</sup> Shale 1976, 33.

<sup>257</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>258</sup> Duis 1996, 20.

<sup>259</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 17.

mahdollista siirtää yleisöön<sup>260</sup>. Yhdysvaltojen maaperällä operoivan sotateollisuuden toimivuus oli sodankäynnin kannalta elintärkeää ja kaikki mahdolliset keinot sen auttamiseksi olivat tervetulleita. Niinpä siviilit – tässä tapauksessa kotiäidit – tuli myös rekrytoida mukaan sotaponnisteluihin<sup>261</sup>. Animaatio toisin sanoen suoraan kehottaa yhdysvaltalaisia kotiäitejä sekä myös kaikkia muita ruoanlaittajia säästämään keittiörasvat ja toimittamaan ne keräyspisteisiin. Animaatio myös rehellisesti opastaa kansalaisia keittiörasvojen säilömisessä sekä toimittamisessa keräyspisteisiin. Se pyrkii vaikuttamaan näin suoraan ulkoiseen toimintaan<sup>262</sup>. Rasvan säästämisen kautta yksilö saadaan näin tuntemaan itsensä tarpeelliseksi ja tärkeäksi<sup>263</sup>. Se on keino sodan voittamiseksi, jolloin se motivoi yksilön toimimaan<sup>264</sup>. Minni Hiiri on animaation sankari, yhdysvaltalaisen kotiäidin perikuva ja malli, johon kotiäidit samaistuvat. Jälleen kerran sankarin intresseistä tulee yleisön intressejä.<sup>265</sup>

Animaatio on isänmaallisuuden ohella lupaus voitosta sodassa. Siinä voiton illuusiota ruokitaan tippuvan rasvan muuntautuessa torpedoksi, joka upottaa akselivaltojen sota-alueen sekä kaadetun rasvan muuntautuessa ammuksiksi ammusvöihin<sup>266</sup>. Tällainen animaation mahdollistama muodonmuutos yhdistettynä kertojan kuvailuun on myös esimerkki Yhdysvaltojen hallituksen tukemista keinoista – etenkin sodan tässä vaiheessa – yhdistää kotirintaman ponnistelut suoraan rintamalla tapahtuvaan taisteluun.<sup>267</sup> Tätä vahvistaa vielä Pluton asennoitumisen muuttuminen myönteiseksi rasvan luovuttamiselle keräykseen tämän nähdessä Mikin sotilasunivormukuvan seinällä ja kertojan todetessa yhdysvaltalaisen poikien pysyvän sillä keinolla varustettuina rintamalla. Animaatio luo yleisöön selkeän mielikuvan siitä, miten keittiörasvat on mahdollista muuttaa esimerkiksi tykistön ammuksiksi. Yhdistettynä animaation esittelemiin virallisten rasvankeräyspisteiden tarroihin ja tarkkaan opastukseen, miten rasva tulee säilöä, tämäkin animaatio herättää katsojissaan todenmukaisuutta ja läheisyyttä<sup>268</sup>.

---

<sup>260</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>261</sup> Lasswell 1971, 10.

<sup>262</sup> Ellul 1973, 161.

<sup>263</sup> Ellul 1973, 209.

<sup>264</sup> Ellul 1973, 209.

<sup>265</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>266</sup> Lasswell 1971, 102.

<sup>267</sup> Shale 1976, 34.

<sup>268</sup> Ellul 1973, 164.

*Reason And Emotion* (1943) on animaatio järjen ja tunteiden käytöstä sota-aikana ja kuinka ei tule kuunnella ja uskoa kaikkia huhupuheita sodan tapahtumista. Animaatio perustuu kirjaan nimeltä *War Politics and Emotion*, joka esittää, miten tunne oli voittanut järjen natsi-Saksassa<sup>269</sup>. Animaation alussa kertoja toteaa, kuinka ihmisellä on kyky tuntee<sup>270</sup> ja ajatella järjellä<sup>271</sup>. Jokaisen mielessä nämä kaksi käyvät taistelua määräysvallasta ihmiseen. Lapsen epäkypsää mieltä hallitsee aluksi ainoastaan tunne, joka voi tehdä diktaattorimaisesti, mitä haluaa, koska järki ei ole vielä syntynyt. Animaatiossa pienen lapsen pään sisällä häärii luolamiesasuun sonnustautunut lapsi, joka ohjaa Junioria tekemään harkitsemattomia tekoja. Itkun tullessa myös järki ilmestyy paikalle ja toteaa, että jos hän olisi ollut paikalla alusta asti, ei esimerkiksi portaista putoamista olisi päässyt tapahtumaan. Juniorin kasvaessa järki on siirtynyt ihmisen ajajan paikalle. Tunne saa vain ajoittain vallan, ja jälleen seuraukset ovat harmilliset. Kertojan ääni toteaa, että sen siitä saa, kun ei kuuntele järkeään ja että kontrolloimaton tunne aiheuttaa ihmiselle paljon harmia.<sup>272</sup>

Kertojan ääni jatkaa, että näinä vaikeina aikoina on ensiarvoisen tärkeää, että pystymme kontrolloimaan järkeämme ja tunteitamme. Animaatiossa tavallinen amerikkalainen mies yrittää pysyä sodan tapahtumien tasalla kuuntelemalla radiota ja lukemalla sanomalehteä. Lehtien otsikot kertovat niin voitoista kuin häviöistä, radio kertoo, kuinka tilanne näyttää todella pahalta, ja miehen ympärille ilmestyy utuisia hahmoja, jotka kuiskivat hänelle suusta suuhun kiertäviä huhupuheita amerikkalaisten häviöstä sodassa. Mies joutuu paniikin ja pelon valtaan. Miehen pään sisällä tunne on myös pelon vallassa järjen yrittäessä kuitenkin pidätellä häntä ja selittäessä, ettei kannata uskoa kaikkea, mitä sanotaan. Kertojan ääni provosoi tunnetta usuttamalla tätä raivaamaan järki tieltään, jolloin se auttaisi Hitleriä. Järki ja tunne pysähtyvät kuuntelemaan kertojaa, joka antaa oppitunnin Hitlerin tavoista hallita tunnetta ja sen myötä saksalaisia.<sup>273</sup>

Animaatiossa Hitler lietsoo pelkoa keskitysleirien ja gestapon avulla, vetoaa sympatiaan toteamalla, ettei hän halunnut sotaa vaan muut valtiot ajoivat hänet siihen. Hitler vetoaa myös ylpeyteen hölmöillä rotuteorioilla arjalaisesta superrodusta ja lietsoo

---

<sup>269</sup> Gabler 2008, 414.

<sup>270</sup> Engl. *emotion*.

<sup>271</sup> Engl. *reason*.

<sup>272</sup> WDOTFL 2004, *Reason And Emotion*, 1943.

<sup>273</sup> WDOTFL 2004, *Reason And Emotion*, 1943.



vihaa vapaata demokraattista elämää kohtaan. Natsin päässä tunne on johdossa järjen yrittäessä puhua tälle järkeä siitä, kuinka Hitler on hullu valehtelija (Liite 10). Myös kertoja toteaa Hitlerin ajatusten olevan hulluutta, tunnetilaa, joka on riisuttu kaikesta järjestä jättämällä vain raunioita jälkeensä. Lopuksi kertoja siirtyy puhumaan Juniorin järjelle ja tunteelle, kuinka tilanteeseen on olemassa vain yksi vastaus. Siinä järki ajattelee, suunnittelee ja tekee eron oikean ja väärän välillä. Tunne puolestaan on hyvä ja vahva, joka rakastaa maataan, vapauttaan ja elämäänsä. Yhdessä heidän tulee olla valmiita taistelemaan vaikealla tiellä kohti voittoa. ”Järki ohjaajan paikalla ja tunne hänen rinnallaan me [Yhdysvallat] menemme ja teemme meille osoitetun tehtävän ja me teemme sen oikein.” Animaation lopussa järki ja tunne ovat päässä lentäjällä, joka lentää lentokonetta isossa lentueessa.<sup>274</sup>

Animaation *Reason and Emotion* alkupuolisko määrittelee katsojalle periaatteen tasolla, kumman kyvyn tulisi olla ihmisen – tässä tapauksessa animaation sankarin, Juniorin – ohjaksissa. Tunne on animoitu luolamieheksi, joka tekee mitä tahansa hetken mielijohdeesta. Järki on puolestaan siististi pukeutunut, silmälasit nenällään oleva älykkö, joka toimii rationaalisesti. Alkuosan kommellukset ovat kuitenkin melko harmittomia ja katsojalle annetaan aika humoristinen kuva karikatyyrisistä järjestä ja tunteesta.<sup>275</sup> Kyvyt kuitenkin prosessoidaan katsojalle selkeästi ja näin niistä luodaan selkeät ”sankarin ja konnan” kategoriat, vaikka tunne ei suoranaisesti konna olekaan. Sillä on kuitenkin selkeä negatiivinen arvolataus, joka määrittyy tarkemmin animaation jatkuessa. Mitä kärjistyneempi ja yksinkertaistettumpi kuva on, sitä helpoimmin asia tulee katsojan tajuttavaksi.<sup>276</sup>

Todenmukaisuus ja läheisyys ovat jälleen läsnä, kun animaatio esittelee miehen, jonka korviin kantautuu huhupuheita yhdysvaltalaisen tappioista sodassa<sup>277</sup>. Animaatio muuttuu siis alun täysin ajasta ja paikasta irrallisesta tarinasta kuvailemaan tarkemmin omaa aikaansa ja tapahtumia. Tapahtumat ovat katsojille tuttuja, koska ne kuuluvat suoraan kotirintaman ihmisten kokemuksiin<sup>278</sup>. Animaatio määrittelee järjen ja tunteen arvojärjestyksestä nyt käytännön tasolla liitettynä ajankohtaisiin tapahtumiin ja mahdolliseen stereotyyppiseen käyttäytymiseen tavallisella yhdysvaltalaisella, joka

---

<sup>274</sup> WDOTFL 2004, *Reason And Emotion*, 1943.

<sup>275</sup> WDOTFL 2004, *Reason And Emotion*, 1943.

<sup>276</sup> Vares 1996, 168–170.

<sup>277</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>278</sup> Vares 1996, 168–170.

seuraa eri medioiden välityksellä sodan tapahtumia. Animaatio käyttää psykologisena aseenaan provokaatiota, jolla se määrittelee tunteen johdatteleman, paniikkiin menneen miehen toiminnan olevan toimintaa Hitlerin hyväksi. Yleisölle määritellään tällaisella yksinkertaisella provokaatiolla selkeä rintamalinja positiivisen järjen ja negatiivisen tunteen välille<sup>279</sup>.

Tämä negatiivinen tunne on puolestaan sitten se symboli, jolla animaatio määrittelee Hitlerin ja hänen keinonsa hallita saksalaisten mieliä. Tunne-symbolille luodaan todella negatiivinen arvolutaus. Natsit määritellään ainoastaan tunteidensa hallitsemiksi. Tunne on natsi, joka orjuuttaa Hitlerin valheiden läpi näkevän järjen. Yleisölle annetaan jälleen hermopainetta, aihetta tuotumukselle, kun tunne pitää järkeä keskitysleirissä ja pakottaa tämän tekemään natsitervehdystä vastentahtoisesti<sup>280</sup>. Myös Hitlerin ja natsien järjettömyyden tuloksena ei ole mitään muuta kuin raunioita<sup>281</sup>. Satanistista propagandaa määritellään Lasswellin mukaan sillä, että jokainen valtio, joka aloittaa sodan ja estää rauhan, on valehtelija, paha ja kiero. Vihollinen eli Hitler ja natsit ovat toisin sanoen se saatanallinen paha, joka estää rauhan, tuota yhteiskunnan normaalia tilaa<sup>282</sup> toteutumasta sodanlietsonnallaan.<sup>283</sup> Yleisölle tehdään selväksi, että tämä sodan lietsonta puolestaan on valhetta, johon ei tule huhupuheiden tapaan uskoa.

Lopuksi animaatio lakkauttaa mahdolliset kiistanalaisuudet yleisessä mielipiteessä. Totuus eli järjen johtama ihminen julistetaan ainoaksi oikeaksi vastaukseksi ongelmaan eikä siitä keskustella. Animaation loppu luo yleisöön hyvinolontunnetta siitä, kuinka vastaus ongelmaan eli sotaan pahoja natseja vastaan on järjen käyttäminen ja tunteiden aisoissa pitäminen. Näin pyritään ilmentämään jokaisen yksilön sisäistä mielipidettä siitä, että tämän nähtyään jokainen ymmärtää toimia oikein.<sup>284</sup> Järki määritellään päätöksien tekijäksi, joka ymmärtää oikean ja väärän välisen eron. Tunne on puolestaan tunne vahvojen isänmaallisten symbolien puolesta. Omien voimien vahvuus ja yhtenäisyys tuodaan esille järjen ohjastaman hävittäjän liittyessä suureen lentueeseen<sup>285</sup>. Yleisön odotuksiin sodasta vastataan osoittamalla, että

---

<sup>279</sup> Vares 1996, 168–170; Ellul 1973, 205.

<sup>280</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>281</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>282</sup> Lasswell 1971, 12.

<sup>283</sup> Lasswell 1971, 77.

<sup>284</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>285</sup> Lasswell 1971, 102–103.

tämä on ainoa ja oikea keino, jolla sota voidaan voittaa<sup>286</sup>. Huhupuheita ei tule uskoa eikä levittää, jotta paniikkia ei turhaan lietsottaisi. Näin estettäisiin myös vihollisen propagandan leviäminen.

*Chicken Little*<sup>287</sup> (1943) on animaation *Reason And Emotion* tapaan ihmisten käyttäytymistä valistava animaatio. Se perustuu vanhaan eläinsatuun pienestä kananpojasta Pikku Kana Kanasesta, joka uskoo maailmanlopun tulevan niskaan putoavan taivaan muodossa. Vaikka se vastoin Sorlinin määrittelyä historiantutkimukseen soveltuvista elokuvista perustuu vanhaan eläinsatuun, on myös sen käyttötarkoitus propagandafilminä historiantutkimuksen kannalta erittäin relevantti.

Animaation miljöönä on lintutarha, johtajanaan vanha ja viisas Cocky Locky. Muita tarhan lintuja ovat kanat, kalkkunat, hanhet ja ankat. Kertojan ääni toteaa heidän kuulostavan aivan ihmisiltä. Nämä linnut yhdessä Pikku Kana Kanasen kanssa elävät turvallista elämäänsä korkean aidan, lukitun tarhan oven ja maanviljelijän haulikon suojissa. Aidan taakse ilmestyvä kettu Foxey Loxey toteaa myös nämä turvatoimet liian ankariksi, mutta ovelana kettuna se lukee psykologian kirjasta keinon päästä täyttämään vatsansa lintuaterialla. Lainaus kirjasta kuuluu: ”Vaikuttaaksesi massoihin ota kohteeksesi vähiten älykäs yksilö.” Kettu huomaa Pikku Kana Kanasen, joka leikkii hölmistyneenä jojollaan. Kettu lukee toisen lainauksen: ”Jos kerrot valheen, älä kerro pientä vaan kerro iso.” Kettu repäisee ennustajan kyltistä siniselle pohjalle maalatun tähden irti ja heittää sillä Pikku Kana Kanasta puhaltaen tämän niskaan savua aidan raosta, heilutellen peltiä matkien ukkosta ja kaataen kastelukannusta vettä Pikku Kana Kanasen päälle. Lopuksi kettu puhuu Pikku Kana Kanaselle aidan läpi madalletulla äänellään, pelottelee tätä niskaan putoavalla taivaalla ja käskee juosta henkensä edestä. Pikku Kana Kananen säntää paniikissa läpi lintutarhan ilmoittaen kaikille taivaan putoavan heidän niskaansa. Paniikissa linnut syöksyvät kuulemaan Pikku Kana Kanasta. Cocky Locky saa kuitenkin linnut uskomaan kaiken olevan vain pötyä, ja ketun ovela juoni näyttää menevän mönkään.<sup>288</sup>

Kettu kuitenkin turvautuu jälleen kirjaansa: ”Horjuta massojen luottamusta johtajiinsa.” Tämän myötä kettu kiertelee lintutarhassa kuiskien huhuja lintujen korviin heidän johtajansa epäpätevyydestä. Huhut alkavat nopeasti kiertää tarhassa ja

---

<sup>286</sup> Lasswell 1971, 102–103.

<sup>287</sup> Suom. *Pikku Kana Kananen*.

<sup>288</sup> WDOTFL 2004, *Chicken Little*, 1943.

epäluottamus Cocky Lockya kohtaan kasvaa. Kettu lukee vielä kerran kirjastaan lainauksen: ”Imartelemalla merkityksettömätkin yksilöt saadaan tuntemaan olevansa synnynnäisiä johtajia.” Kettu rohkaisee Pikku Kana Kanasta ottamaan johtajuuden itselleen, minkä seurauksena Pikku Kana Kananen saa linnut vakuuttuneiksi taivaan tippumisesta heidän niskaansa ja juoksemaan ketun suositteluun luolaan turvaan. Lintujen rynnähtyä luolaan astuu kettu heidän perässään sisään ja sulkee luolan oven isolla kivellä. Kertojaääni ilmoittaa aluksi kaiken loppuvan kuitenkin hyvin, mutta nähdessään ketun asettavan viimeisen linnun luun maahan hautausmaata kuvastavaan rivistöön hän parahtaa, ettei tarina loppunut näin hänen kirjassaan. Kettu ottaa psykologian kirjansa esiin ja sanoo: ”Älä usko kaikkea mitä luet, veliseni.”<sup>289</sup>

*Chicken Little* on valistusanimaatio perättömien huhupuheiden sekä akselivaltojen propagandan torjumiseksi. Se on viimeinen Disneyn yhdessä Amerikoiden välisten asioiden koordinaattorin toimiston<sup>290</sup> kanssa tekemä animaatio mutta myöskään se ei lähtökohtaisesti ole Amerikoiden välisten suhteiden hoitamiseen tarkoitettu filmi<sup>291</sup>. Animaatiossa kuuluu yhdysvaltalaisen vapauden ja demokratian vastaideologian eli akselivaltojen ääni, joka pyrkii lietsomaan paniikkia ja sen myötä kohtalokasta lopputulosta yleisössä<sup>292</sup>. Vastaideologian ruumiillistuma on kettu Foxey Loxey ja hänen psykologian kirjansa<sup>293</sup>. Foxeyn kirjastaan nostamat lainaukset voidaan nähdä tämän vastaideologian konkreettisina propagandayrityksinä, joita vastaan yleisöä pyritään animaatiolla valistamaan. Foxeyn levittämä propaganda on mustaa, täynnä isoja valheita, kuten animaatiossa itsessäänkin tulee ilmi<sup>294</sup>. Foxeyn kohteena ovat lintutarhan linnut, jotka kuvastavat puolestaan Yhdysvaltojen kansalaisia. Kertojahan toteaa, että he kuulostavat aivan ihmisiltä. Kuten edellä on jo tullut ilmi, Yhdysvalloissahan oli jo 1930-luvulta saakka suhtauduttu natsipropagandaan lähes hysterisesti ja sitä pyrittiin torjumaan muun muassa vastapropagandalla eri instituutioiden toimesta<sup>295</sup>.

---

<sup>289</sup> WDOTFL 2004, *Chicken Little*, 1943.

<sup>290</sup> The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (CIAA).

<sup>291</sup> Shale 1976, 61, 64.

<sup>292</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>293</sup> Alkuperäisen käsikirjoituksen mukaan Foxey Loxeyn kirjan kannessa luki *Mein Kampf* animaation lopullisen version *Psykologian* sijaan; Shale 1976, 65.

<sup>294</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 17.

<sup>295</sup> Osgood 2006, 23.

Animaatio keskittyy propagandarytysten vastustamisen ohella myös näyttämään, millaisia seurauksia voi olla perättömien huhupuheiden uskomisella ja levittämisellä. Lintujen paniikinlietsonta, Pikku Kana Kanasen nostaminen johtajaksi ja lopulta pakeneminen Foxeyn luolaan ja suoraan tämän kitaan toimivat varoittavina esimerkkeinä. Animaation lopun Foxeyn luolan lattialle lintujen luista muodostuva ”hautausmaa” konkretisoi – Disneylle epätyypilliseen tapaan – vakavalla tavalla lintujen huhupuheisiin uskomisen ja niiden levittämisen. Hautausmaa on myös jälleen keino nostattaa hermopainetta ja tuotumusta pahantekijää kohtaan <sup>296</sup>. Pahimmassa tapauksessa kun kohtalona on yhdysvaltalaisen kuolema, jos huhupuheet jatkavat leviämistä. Foxeyn viimeinen kommentti puhuttelee yleisöä suoraan: ”Älä usko kaikkea, mitä luet, veliseni.” Se on puolestaan vallitsevan yhdysvaltalaisen ideologian *ääni*, vaikka viesti tulee Foxeyn suusta, joka puolestaan kuvastaa akselivaltioita, etenkin natsi-Saksaa ja Hitleriä<sup>297</sup>. Kaikkea, mitä lukee (ja kuulee), ei tule uskoa aivan kuten jo animaatioissa *Reason And Emotion* osoitettiin.

Animaatio *Victory Vehicles* (1943) alkaa iloisella laululla *Hop on your pogo stick*, jonka on säveltänyt jälleen Oliver Wallace yhdessä Ned Washingtonin kanssa<sup>298</sup>. Laulu ottaa heti kantaa vallitsevaan tilanteeseen, jossa niin kumista kuin polttoaineestakin oli puutetta. Animaation alkaessa kertojan ääni toteaa saman. Ihmiset eivät pysty enää liikkumaan yhtä helposti pitkiä matkoja autoillaan, koska nyt kärsittiin kumi- ja polttoainepulasta. Kertoja kertoo, miten ihmiset olivat alkaneet keksiä vaihtoehtoisia liikkumismuotoja autoilulle. Animaatio esittelee Hesu Hopon toimesta mitä humoristisimpia ajoneuvoja, jotka kulkevat milloin milläkin voimalla. Erään keksinnön kohdalla Hesu on lähdössä rakennustyömaalta poljettavilla kottikärryillään, kun työmaan edustalta erottuu Yhdysvaltojen lipun värein reunustettu kyltti, jossa lukee: ”Voiton asuntorakentaminen.”<sup>299</sup> Esitellessään toista voimakasta magneettia voimanlähteenään käyttävää kulkuneuvoa Hesu magneetin voimakkuudesta johtuen kerää kaikki mahdolliset metalliset esineet matkansa varrelta itseensä törmäten lopulta kylttiin, jossa lukee: ”Lyö japsit rautaromulla.”<sup>300</sup> Lopulta toimivaksi ratkaisuksi

---

<sup>296</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>297</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>298</sup> Shale 1976, 93.

<sup>299</sup> Engl. *victory housing project*.

<sup>300</sup> Engl. *beat the jap with scrap*.

löydetään kengurukeppi<sup>301</sup>. Hessu esittelee kepin toimintaa hyppimällä sillä kadulla. Aitaan on huomaamattomasti liimattu juliste, jossa lukee himmeällä: ”Osta obligaatioita.” Hessun hyppiessä valtatiellä suurten kengurukeppiä mainostavien mainosten seasta vilahtaa nopeasti kyltti, jossa puolestaan lukee: ”Osta puolustusobligaatioita.” Hessun jatkaessa valtatiellä hyppimistään kertoja toteaa, että valtateiden päällysteistä voitaisiin ottaa 90 prosenttia pois ja ehdotuksen mukaan nämä ylimääräiset betonit voitaisiin tiputtaa esimerkiksi Berliiniin tai Tokioon. Hessun hyppiessä eri hahmoina kaduilla näkyvät liikkeiden seassa myös säännöstelytoimiston, värväystoimiston ja siviilipuolustuksen kyltit (Liite 11). Animaatio loppuu innostavaan kuvaan, jossa kaikki ihmiset eli Hessut hyppivät pelkillä kengurukepeillä *Hop on your pogo stick* -laulun soidessa iloisesti taustalla.

Animaatio olisi propagandansa puolesta sopinut myös muutama muuhun tutkimukseni kategoriaan. Siinä tuodaan kuitenkin selviten esille kumi- ja polttoainepulasta johtuva ongelma. Animaatio liitetään tällä ongelmalla todellisuuteen<sup>302</sup>. Ongelman yksinkertainen ja humoristinen ratkaisu on puolestaan kengurukeppi. Yhdysvalloissa oli toisen maailmansodan aikana pula niin rengaskumista kuin polttoaineesta<sup>303</sup>. Animaation kumi- ja polttoainepulaan liittyvä laulu toteaa myös, että ketä haittaa, jos kumi ja polttoaine ovat vähissä, eipähän tarvitse niellä pakokaasuja ja välittää liikennevaloista. Laulu myös kehottaa olemaan itkemättä kumin perään, jota ei ollut saatavilla, ja tekemään itsestään marttyyriä sen vuoksi. Tämän sijaan laulu kehottaa nauramaan huolet pois, hymyilemään, olemaan itse toimija ja antamaan Setä Samulin päästä vereesi. Näin se valaa yleisöön isänmaallista selkärankaa ja taisteluhenkeä kevyillä iskulauseilla laulun muodossa. Laulu valjastetaan näin jälleen isänmaan agentiksi, joka on täytetty yksinkertaisilla ja helposti muistettavilla sanoilla<sup>304</sup>. Yleisön annetaan löytää itsensä laulusta<sup>305</sup>.

Muuta animaation siviilien sotaponnisteluihin liittyvää propagandaa ovat kyltit, joissa kehoitetaan ostamaan sotaobligaatioita, sekä sellaiset kuten säännöstelytoimiston ja siviilipuolustuksen toimiston esittely. Tämä on osaltaan suoraan ulkoiseen toimintaan

---

<sup>301</sup> Engl. *pogo stick*.

<sup>302</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>303</sup> Duis 1996, 26, 30, 33.

<sup>304</sup> Sheppard 2001, 304; Ellul 1973, 165.

<sup>305</sup> Ellul 1973, 165.

tähtävää mutta taas toisaalta sisäisiä asenteita muokkaavaa promootiota<sup>306</sup>. Lasswellin mukaanhan kansan tuli näkyä paitsi rintamalla myös kotirintaman sotaponnisteluissa<sup>307</sup>. Lisäksi animaatiossa esiintyvä kyltti ”lyö japsit rautaromulla” liittyy voimakkaasti jo tutkimuksessa aiemmin mainittuun siviilien sotaponnisteluun rautaromun keräämiseksi<sup>308</sup>. Kyltti yhdessä kertojan kanssa, joka toteaa, että ylimääräiset valtateiden päällystebetonit voitaisiin pudottaa esimerkiksi Berliiniin tai Tokioon, nimeävät vihollisen myös maantieteellisesti<sup>309</sup>. Nämä ovat erinomaisia huumorin keinoja mobilisoida viha vihollista vastaan<sup>310</sup>. Näin propagandan sanoma piilotetaan ovelasti sivulauseeseen, josta se on kuitenkin mahdollista yleisön toimesta omaksua kaikessa yksinkertaisuudessaan<sup>311</sup>.

### 3.4.2 AMERIKOIDEN VÄLISET SUHTEET

CIAA perustettiin elokuun 16. päivä vuonna 1940 johtajanaan Nelson Rockefeller.<sup>312</sup> Rockefeller palkkasi ystävänsä John Hay ”Jock” Whitneyyn toimiston elokuvaosaston johtajaksi.<sup>313</sup> Sen tehtäväksi annettiin Pohjois- ja Etelä-Amerikan valtioiden välisten suhteiden lujittaminen. Latinalaisessa Amerikassa esitettiin paljon saksalaisia propagandafilmejä, jonka vuoksi saksalainen vaikutus oli siellä laajalti levinnyttä vielä aivan 1940-luvun alussa.<sup>314</sup> Whitneyyn tehtävänä oli tuottaa eteläamerikkalaisia kiinnostavia filmejä, joita sitten näytettäisiin akselivaltojen filmien tilalla.<sup>315</sup> Yhdysvaltalaisen elokuvanjakelijoiden asettaessa akselivaltojen filmejä esittävät eteläamerikkalaiset teatterit boikottiin tuli CIAA:n tuottaa tilalle yhdysvaltalaisia

---

<sup>306</sup> Ellul 1973, 161; Lasswell 1971, 9–10.

<sup>307</sup> Lasswell 1971, 10.

<sup>308</sup> Duis 1996, 20.

<sup>309</sup> Lasswell 1971, 47.

<sup>310</sup> Lasswell 1971, 12.

<sup>311</sup> Raiti 2007, 155–156.

<sup>312</sup> Shale 1976, 41.

<sup>313</sup> Gabler 2008, 395.

<sup>314</sup> Shale 1976, 50.

<sup>315</sup> Gabler 2008, 395; Winkler 1979, 25.

filmejä, joita myös Etelä-Amerikan elokuvien näytteilleasettajat suosivat ja jotka myös perehdyttäisivät eteläamerikkalaisia valtioita liittoutuneisiin<sup>316</sup>.

Etelä-Amerikan suosimia valkokankaan hahmoja olivat olleet Mikki Hiiren alkuajoista saakka kaikki Disneyn hahmot. CIAA:n johdon lähestyttyä Disneytä vuoden 1940 lopulla johti arastava yhteistyö lopulta Etelä-Amerikan kiertueeseen, jonka Walt Disney teki yhdessä viidentoista yhtiönsä työntekijän kanssa<sup>317</sup>. Kiertueen aikana he tutustuivat Etelä-Amerikan kulttuuriin mahdollisia animaatioita varten. Ensimmäinen animaatio<sup>318</sup> julkaistiin vuoden 1942 lopussa, ja sen tarkoituksena oli Rooseveltin *Good Neighbor* -politiikan mukaisesti heti tähdentää pohjois- ja eteläamerikkalaisille mantereidensa yhtenäisyyttä.<sup>319</sup>

Amerikkojen yhtenäisyys -teeman lisäksi Disney suostui tuottamaan CIAA:lle viisi terveyttä edistävää sekä viisi maanviljelykseen liittyvää animaatiota, joista ensimmäiset valmistuivat vuoden 1943 alkuun mennessä (Liite 12). Nämä animaatiot oli tarkoitettu nimenomaan latinalaisamerikkalaiselle yleisölle, ja niiden kustantajana toimi Yhdysvaltojen hallitus. Koska suuri osa katselijoista oli luku- ja kirjoitustaidottomia, kaikkiin animaatioihin tehtiin kertojan ääniraita tekstinä esitettävien otsikoiden sijaan. Osa yhdysvaltalaisista veronmaksajista kyseenalaisti näiden animaatioiden yhteyden sotaponnisteluihin ja kansallisiin intresseihin. Vastauksena todettiin, kuinka tärkeä rooli Etelä-Amerikalla oli raaka-aineiden tuottajana ja kuinka nämä raaka-aineet olivat välttämättömiä aseiden ja lääkkeiden valmistukselle. Näiden raaka-aineiden tuotanto riippui eteläamerikkalaisten työntekijöiden hyvästä terveydestä.<sup>320</sup> Koska animaatiot olivat tarkoitettu nimenomaan maalaisväestölle, oli tärkeää päästä esittämään niitä maaseudulla. Esittäminen toteutettiin kuvan- ja äänentoistolaitteistolla varustettujen kuorma-autojen avulla<sup>321</sup>. Vuoteen 1945 mennessä CIAA oli rakentanut levitysjärjestelmän, joka esitti lähes 8000 elokuvateatterin ulkopuolista esitystä kuukaudessa lähes neljälle miljoonalle ihmiselle.<sup>322</sup>

---

<sup>316</sup> Shale 1976, 41, 51.

<sup>317</sup> Ryhmän kutsumanimi oli *El Grupo*.

<sup>318</sup> *South of the Border With Disney*, ei kuulu lähdemateriaaliini.

<sup>319</sup> Shale 1976, 41–44.

<sup>320</sup> Shale 1976, 52.

<sup>321</sup> Saksalaisomistuksessa oleva Bayer Chemical Company oli esittänyt tällä keinolla propagandafilmejä Brasiliassa jo vuosia; Shale 1976, 58.

<sup>322</sup> Shale 1976, 58–59.



*The Grain That Built Hemisphere*<sup>323</sup> (1943) on ensimmäinen maatalouteen liittyvä valistusanimaatio maissin evoluutiosta ja tärkeydestä Pohjois- ja Etelä-Amerikalle sekä koko maailmalle. Kertojan ääni aloittaa toteamalla, että maissi on symboli, joka liittää Amerikat yhteen yhteisymmärryksen ja solidaarisuuden nimissä. Animaatio esittää karttakuvan molemmista Amerikoista yhtenä isona maissipeltona (Liite 13). Kertojan ääni jatkaa maissin evoluution oppitunnilla, kuinka se ei olisi voinut syntyä luonnonvaraisena ja kuinka maissin keksimisen myötä Amerikan suuret intiaanivilisaatiot<sup>324</sup> saattoivat syntyä.<sup>325</sup>

Evoluution ja historian oppitunnin jälkeen siirrytään nykyaikaan. Animaatio edelleen kertojan johdattelemana valistaa, kuinka maissi on nykyisin levinnyt ympäri maapalloa ja kuinka siitä on tullut intiaanivilisaatioiden kautta Amerikoiden perintö maailmalle. Animaatio näyttää, millaisia ruokia maissista nykyisin voidaan valmistaa ja kuinka tärkeää se on karjan rehuna. Tämän jälkeen animaatio siirtyy maissista saatavien erilaisten kemian tuotteiden jalostukseen. Näitä raaka-aineita ovat muun muassa erilaiset öljyt, tärkki, glukoosi ja alkoholi sekä käyttökohteita muun muassa ruokatalous, terveydenhuolto, polttoaineet, räjähteet, renkaat, laskuvarjot, autot, tankit, laivat, maanviljelykoneet, junat ja rakennukset. Animaatio loppuu toteamukseen, kuinka intiaanien ajoista on tultu pitkä matka nykyhetkeen. ”Aiemmin maissi elätti mayat, nykyisin se elättää koko maailman.”<sup>326</sup>

Animaatio lainaa muutamia kohtauksia aikaisemmin julkaistuista Disneyn animaatioista. Kohtaukset, joissa yhdysvaltalainen pommikone pudottaa pommit, ovat animaatioista *The New Spirit / The Spirit of '43*, laiduntava hirvieläin on kokoillan animaatiosta *Bambi* (1942) ja humoristinen kohtaus pienestä porsaasta on Hullunkurinen sinfonia -animaatiosta *Farmyard Symphony* (1938).<sup>327</sup> Animaatio kuitenkin perustuu täysin omaan alkuperäiseen käsikirjoitukseen.

Etelä-Amerikasta saatavat raaka-aineet – kuten animaation ”päätähti” maissi – olivat siis tärkeitä Yhdysvaltojen sodankäynnille. Pohjois- ja Etelä-Amerikan mantereiden kuvaaminen yhtenäisenä maissipeltona aivan animaation alussa antaa yhdessä kertojan solidaarisuuteen ja yhteisymmärrykseen vetoavan äänen kanssa

---

<sup>323</sup> Alkuperäinen nimi oli *Corn and Corn Products*; Shale 1976, 52.

<sup>324</sup> Mayat, inkat ja atsteekit.

<sup>325</sup> WDOTFL 2004, *The Grain That Built Hemisphere*, 1943.

<sup>326</sup> WDOTFL 2004, *The Grain That Built Hemisphere*, 1943.

<sup>327</sup> Kts. esim. Shale 1976, 53.

katsojalle idean Amerikoiden välisestä yhtenäisyydestä tällaisena etukäteen tehtynä tuomiona<sup>328</sup>. Maissin ja intiaanien yhteisen historian kuvaaminen antaa yleisölle kuvan Etelä- ja Latinalaisesta Amerikasta nimenomaan maissin syntymäkotina ja esittää, että kiitos maissista kuuluu nimenomaan heille. Etelä- ja Latinalaisen Amerikan valtioita ”myydään” ja rohkaistaan toinen toiselleen ansioituneina maissin evoluutiosta ja perinnöstä nykymaailmalle.<sup>329</sup> Tällaisten liittolaismielisten tunnetilojen edistäminen nähtiin tärkeänä niin kotimaassa kuin myös omien rajojen ulkopuolella<sup>330</sup>.

Propagandalle, joka tähtää ystävyysuhteiden vahvistamiseen, on tärkeää, että liittoutuneet kannustavat toinen toistaan korostamalla heidän sinnikkäitä ponnistelujaan.<sup>331</sup> Lasswellin mukaan puolueettomien tai sotatoimiin osallistumattomien maiden asennoituminen vaikuttaa merkittävästi sodan lopputulokseen. Niinpä on tärkeää kontrolloida näiden valtioiden mielipiteitä, jotta omista tavoitteista tulee heidänkin tavoitteitaan.<sup>332</sup> Animaation kannustimina toimivat maissista saatavat raaka-aineet niin elintarviketeollisuudelle kuin muille teollisuudenhaaroille. Yhdessä animaation kertojan loppukommentin ”[-] nyt maissi elättää koko maailman”, kanssa korostetaan Etelä- ja Latinalaisen Amerikan ponnisteluja maissinviljelyssä. Yleisön yksilöt saadaan näin kokemaan itsensä tarpeellisiksi ja tärkeiksi<sup>333</sup>. Maissin liittäminen etenkin ajankohtaisiin sotateollisuuden tarvikkeisiin antaa selvän viestin, että maissin viljelyllä ”peli” eli sota on mahdollista voittaa<sup>334</sup>. Tämänkaltainen rohkaisu on hyvin hienovarainen ja tehokas epäsuoran propagandan muoto, jonka avulla puolueeton tai sotatoimiin osallistumaton valtio vedetään sotaan käyvän valtion puolelle, vaikka vain ei-sotilaallisesti<sup>335</sup>.

*The Winged Scourge* (1943) on puolestaan ensimmäinen Disneyn Amerikoiden välisten suhteiden terveyden edistämisanimaatio malariasääsken aiheuttamista ongelmista ja kuinka sitä vastaan voidaan taistella. Ennen terveyden edistämisanimaatioitaan Disneyn henkilökunta oli pitänyt useita ennalta valmistavia

---

<sup>328</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>329</sup> Lasswell 1971, 114, 117.

<sup>330</sup> Lasswell 1971, 124.

<sup>331</sup> Lasswell 1971, 114.

<sup>332</sup> Lasswell 1971, 126.

<sup>333</sup> Ellul 1973, 209.

<sup>334</sup> Vares 1996, 168–170; Ellul 1973, 209.

<sup>335</sup> Lasswell 1971, 138.

neuvotteluja Public Health Servicen ja Pan American Sanitary Bureauun kanssa.<sup>336</sup> Animaatio alkaa seinään liimatulla julisteella ”valtion vihollisesta numero yksi: malariasääski, elävänä tai kuolleena”. Kertojan ääni toteaa, kuinka tämä pieni rikollinen vaikuttaa ihmisten kohtaloon levittämällä sairautta, kärsimystä ja työkyvyttömyyttä miljoonille eri puolilla maailmaa. Animaatiossa näytetään, kuinka malariasääski pistää ihmiseen ja kuinka taudinaiheuttajat pääsevät ihmisen elimistöön. Animaatio jatkaa näyttämällä esimerkin terveestä miehestä, joka on uurastanut kovasti kauniin kotinsa eteen. Malariasääsken piston myötä mies kuitenkin sairastuu vakavasti ja hänen kotinsa ja tilansa raunioituvat vaikuttaen koko hänen perheensä elämään.<sup>337</sup>

Kertoja pyytää tämän jälkeen avukseen seitsemän kääpiötä, jotka aloittavat perusteelliset toimet malariasääsken torjumiseksi. Animaatiossa todetaan, kuinka malariasääski munii toukkiensa munat veteen, jossa toukat sitten elävät. Kertoja opastaa yhdessä seitsemän kääpiön kanssa, kuinka vesistöjen kasvillisuutta voi harventaa, jotta kalat pääsevät paremmin liikkumaan ja syömään malariasääsken toukkia. Kääpiöt esittelevät muina torjuntakeinoina öljyn ruiskuttamista veden pinnalle, torjunta-aineiden käyttöä, seisovan veden pois laskemista, seinien tapetoimista, ovien ja ikkunoiden verkottamista ja lattian rakojen tukkimista. Taustalla soi tuttu *Ain laulain työtäs tee* -melodia. Lopulta kääpiöt saavat työnsä kohteena olleen talon turvalliseksi malariasääskeltä ja kertoja toteaa, että aiemmin näytetty terveen miehen perhe joutui kärsimään, koska ei ollut tehnyt muutamaa yksinkertaista toimenpidettä malariasääsken torjumiseksi. Lopuksi kertoja toteaa, että malariaa aiheuttaa vain malariasääski. ”Tuhoamalla sääsket pyyhit taudin pois.”<sup>338</sup>

*The Winged Scourge* oli viimeinen CIAA:n animaatio, jossa esiintyi Disneyn tunnettuja animaatiohahmoja niiden Etelä-Amerikassa nauttimasta suosioista huolimatta. Animaatio vaati seitsemältä kääpiötä tarkoin määriteltyjä liikkeitä, joten kohtauksia kokoillan *Lumikki*-animaatiosta ei voitu käyttää vaan animaatio oli piirrettävä tyhjästä. Tämä puolestaan vei liikaa aikaa ja kävi liian kalliiksi, joten seuraavat animaatiot käyttäisivät yksinkertaisempia pohjapiirustuksia sekä hahmoja. Disney perusteli seitsemän kääpiön käyttämistä mielenkiinnon herättämisellä, mutta tarkoituksena ei kuitenkaan ollut, että kääpiöt varastaisivat huomion animaation perimmäiseltä

---

<sup>336</sup> Shale 1976, 53.

<sup>337</sup> WDOTFL 2004, *The Winged Scourge*, 1943.

<sup>338</sup> WDOTFL 2004, *The Winged Scourge*, 1943.

tarkoitukselta, kuinka päästä eroon sääskistä. Vaikka animaatio oli kohdistettu eteläamerikkalaiselle yleisölle, Britannian hallitus vaikutti siitä niin paljon, että tilasi sitä useita kymmeniä kopioita Intiaan, jossa monsuunikautena malaria ja sääsket olivat merkittävä ongelma.<sup>339</sup>

Animaation perimmäinen tarkoitus oli torjua malariasääski ja sen kautta malarian leviäminen, jotta eteläamerikkalaiset pysyisivät terveinä ja työkykyisinä raaka-aineiden tuottajina Yhdysvaltojen sotateollisuudelle<sup>340</sup>. Seitsemän kääpiötä, jotka olivat olleet jo auttamassa kanadalaisia heidän sotaobligaatioidensa mainostamisessa, on jälleen valittu esittämään sankareita eteläamerikkalaisten taistelussa malariasääskiä vastaan. *Lumikkihan* oli ollut (ja on edelleen) yksi Disneyn suosituimmista kokoillan elokuvista, ja Disneyn hahmot olivat nauttineet suosiosta Etelä-Amerikassa<sup>341</sup>. Kääpiöt ovat siis jälleen propagandalle tyypillinen ja perusteltu keino herätellä vanhoja stereotyyppioita uudessa tilanteessa<sup>342</sup>. Kääpiöt ovat itse stereotyyppi, jonka avulla animaation viesti sääskien torjumiseksi pyritään välittämään yleisölle<sup>343</sup>. He ovat se yleisön samaistuksen kohde, jota antaa omalla esimerkillään mallin toimia<sup>344</sup>.

Animaation *The Winged Scourge* perimmäinen ongelma on malaria, joka aiheuttaa terveellekin ihmiselle kohtalokkaita seurauksia. Tätä ongelmaa eli tautia kantavat puolestaan sääsket, joiden torjumisen animaatio esittelee musta-valkoisen yksinkertaisena ratkaisuna kyseiseen ongelmaan<sup>345</sup>. Kääpiöiden avulla animaatio luo yleisölle hyvinvointitunteen siitä, että malariasääskien torjuminen käy yksinkertaisesti kädenkäänteessä, minkä jälkeen voi olla täysin huoletta<sup>346</sup>. Iskulause ”tuhoamalla sääsket pyyhit taudin pois” sisältää yleisölle odotuksen ja vaatimuksen animaation esittelemien torjuntakeinojen toteuttamisesta ja kääpiöiden tapaan antaa samalla yleisölle luvan löytää itsensä siitä<sup>347</sup>. Samalla tavoin yleisölle annetaan mahdollisuus löytää itsensä ja yhteisöllisyytensä muiden eteläamerikkalaisten kanssa animaation alun julisteesta, joka julistaa malariasääsken ”valtion viholliseksi numero yksi”. Ongelma oli

---

<sup>339</sup> Shale 1976, 53–54.

<sup>340</sup> Työkykyisyyden tärkeys tulee ilmi Shalen teoksessa *Donald Duck Joins Up* mutta myös animaatiossa kertojan äänen todetessa malariasääsken aiheuttavan työkyvyttömyyttä miljoonissa ihmisissä ympäri maailmaa.

<sup>341</sup> Shale 1976, 53.

<sup>342</sup> Ellul 1973, 165.

<sup>343</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>344</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>345</sup> Ellul 1973, 206.

<sup>346</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>347</sup> Ellul 1973, 164–165.

siis määrittelemättömän valtion laajuinen. Se voitiin siis ymmärtää kaikkien kyseisestä ongelmasta kärsiville yhteiseksi ja sen kautta luoda yhteisöllisyyden tunnetta eteläamerikkalaisessa elokuvayleisössä<sup>348</sup>.

*Defence Against Invasion* (1943) on Disneyn kolmas CIAA:lle tuottama animaation ja näytellyn filmin yhdistelmä, jonka tarkoituksena on valistaa yleisöä rokotuksen ottamisen puolesta. Filmi alkaa näytellyllä kohtauksella lasten tullessa lääkärin vastaanotolle saadakseen rokotuksen. Ensimmäisen lapsen arastellessa päättää kertoja yhdessä filmillä näyttelevien lääkärin ja hoitajan kanssa kertoa, mitä rokotuksen ottaminen tarkalleen ottaen tarkoittaa. Filmi muuttuu animaatioksi ihmisen elimistön toiminnasta näyttämällä kuinka punasolut esitetään mikroskooppisen pieninä työläisinä elimistön sisässä. Elimistöä verrataan mallikaupungin toimintaan, jonka toiminta kuitenkin häiriintyy, mikäli sinne pääsee tunkeutuja. Nämä tunkeutajat voidaan torjua ainoastaan oikeanlaisilla aseilla. Ellei elimistö ole varustautunut, ei tunkeutujia voida torjua ja se saattaa koitua ihmisen kohtaloksi. Tunkeutujien aiheuttamia tauteja voidaan vastustaa parhaiten ihmisen keksimällä aseella, rokotuksella. Animaatio näyttää, kuinka rokottaminen tappavaa isorokkoa vastaan tarkalleen ottaen tehdään.<sup>349</sup>

Rokotuksen jälkeen elimistö on valmistautunut vihollisen hyökkäystä vastaan. Animaatiossa punasolut työskentelevät elimistön ”tehtaissa” yötä päivää taistellen vihollista vastaan ja rakentaen ammuksia, tykkejä, autoja ja tankkeja (Liite 14). Animaatio valistaa vielä taudin mahdollisia tartuntatapoja. Taudit saattavat kulkeutua elimistöön suun kautta sekä hengityksen mukana. Kertojan ääni kuitenkin toteaa, että vaikka vihollinen yrittäisi mitä kautta sisään elimistöön, niin kunhan elimistö on rokotettu, saavutetaan myös voitto vihollisesta. Animaatio näyttää, kuinka taudinaiheuttajat hyökkäävät lentokoneen muotoisina hahmoina ilmasta ja punasolut vastaavat hyökkäykseen omilla koneillaan ja aseillaan. Animaatio vaihtuu jälleen filmiksi lääkärin vastaanotolta, jossa lääkäri näyttää, miten rokotus annetaan. Vastaanotolle tulleet lapset innostuvat ja haluavat kaikki saada rokotuksen. Filmi loppuu kertojan toteamukseen: ”Nämä pojat ovat nyt valmiita”. Viimeisenä vastaanotolta lähtevä pikkupoika vielä kääntyy ja nostaa kätensä sotilastervehdykseen.<sup>350</sup>

---

<sup>348</sup> Ellul 1973, 210.

<sup>349</sup> WDOTFL 2004, *Defence Against Invasion*, 1943.

<sup>350</sup> WDOTFL 2004, *Defence Against Invasion*, 1943.

Kuten animaation *The Winged Scourge* tapauksessa myös tämän filmin päämääränä on pitää eteläamerikkalaiset terveinä ja työkykyisinä. Filmin päällimmäinen tarkoitus on rokotuksen tärkeyden osoittaminen eteläamerikkalaisille katsojille. CIAA:n Health and Medical Film Unitin johtaja Maurice Feuerlicht totesikin että, "[--] me emme ainoastaan auta naapureitamme auttamaan itseään vaan autamme myös itseämme perustellun itsekkäistä syistä"<sup>351</sup>. Yhdysvalloille oli tärkeää pitää Etelä-Amerikan raaka-ainetuotanto toiminnassa, jotta sen oma sotateollisuus pysyisi toimintakykyisenä.

Neljän pienen pojan käyttäminen yhdessä lääkärin ja hoitajan kanssa antaa katsojalle hyvin todenmukaista mielikuvaa rokotuksen ottamisesta.<sup>352</sup> Rokotuksen antaminen myös kuvataan tarkasti, jotta katsojalle käy selväksi kuinka yksinkertainen toimenpide se loppujen lopuksi on. Vastaus ongelmaan on siis jälleen kerran yksinkertainen.<sup>353</sup> Poikien pelokas ennakoasenne muuttuu kivuttoman rokotuksen jälkeen esikuvallisen reippaaksi rokotusta kohtaan. Yleisölle luodaan näin hyvänolon tunne kun rokotuksen ottaminen saa pojat asennoitumaan niinkin positiivisesti<sup>354</sup>. Jos pienet pojatkin pystyvät siihen, miksi ei kuka tahansa. Pojista tehdään näin filmin sankareita, joihin kenen tahansa on mahdollista ja helppo samaistua.<sup>355</sup>

Vaikka filmi *Defence Against Invasion* on tehty terveyden edistämiseksi, voidaan sillä katsoa olevan vahva yhteys myös vallitsevaan toiseen maailmansotaan ja siinä taisteleviin omiin ja vihollisen joukkoihin. Ihminen kuolee, jos sillä ei ole aseita vihollista vastaan, aivan kuten oikeassakin taistelussa. Taudinaiheuttajat voidaan nähdä hyökkäävinä akselivaltioina ja punasolut taas omina liittoutuneiden joukkoina. Myös taistelukohtaukset välittävät todenmukaisuutta punasolujen valmistaessa oikean tehtaan näköisissä laitoksissa oikean näköisiä panssarivaunuja, ammuksia, tykkejä ja autoja sekä joukkojen taistellessa toisiaan vastaan konekiväärein ja lentokonein<sup>356</sup>. Tämä kaikki yhdistettynä iskulauseeseen "V for vaccination and victory, victory over invasion" ja filmin lopun pikkupojan sotilastervehdykseen on yhdessä filmin nimen kanssa eräänlainen kallistuma sotilaalliseen suuntaan, jossa propaganda luodaan

---

<sup>351</sup> Shale 1976, 52.

<sup>352</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>353</sup> Ellul 1973, 206.

<sup>354</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>355</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>356</sup> Ellul 1973, 164.

tällaisten ennakkokäsitysten varaan<sup>357</sup>. Yleisön mielikuvat taistelusta elimistössä pyritään yhdistämään samaan aikaan tapahtuviin taisteluihin oikeilla taistelukentillä.

*Cleanliness Brings Health* (1945) kertoo tarinan kahdesta latinalaisamerikkalaisen näköisestä perheestä, joilla on jokseenkin erilaiset tottumukset hygienian suhteen. Animaatiossa puhdas perhe säilyttää ruokansa suojassa, valmistaa sen korkealla hellalla ja tiskaa astiat. Myös perheen kotieläimet asuvat siistissä ympäristössä. Kertoja toteaa, että ”tämä on onnellinen perhe, koska tämä on puhdas perhe”. Huolimaton perhe puolestaan valmistaa ruokansa talon lattialla olevassa nuotiossa, perheen kotieläimet juoksentelevat vapaasti talossa tuoden pölyä ja likaa mukanaan ja samalla altistaen perheen sairauksille. Perheen isä ei voi työskennellä, koska on sairas, ja perheen pojalla on vatsakramppeja. Seuraavaksi animaatiossa otetaan esille syyt, miksi huolimaton perhe kärsii tällaisista sairauksista. Perheellä ei ole käymälää, vaan kaikki tekevät tarpeensa maissipellolle, koska niin on ollut aina tapana. Maissipellolta sairaudet kuitenkin siirtyvät työtä tekevän isän mukana perheen taloon, ruokaan ja sitä kautta elimistöön. Puhdas perhe puolestaan on pystyttänyt käymälän, joka myös pidetään siistinä, ja näin sairaudet eivät pääse leviämään. Perheenjäsenet kylpevät usein, pitävät yllään puhtaita vaatteita, pesevät aina kätensä ennen ruokailua ja pitävät puhtaana myös kaiken mahdollisen ympäristössään. ”He ovat onnellisia, koska pitävät itsensä puhtaina. Joten muistakaa, puhtaus tuo onnea!”, toteaa kertoja animaation lopuksi.<sup>358</sup>

Animaation *Defence Against Invasion* jälkeen Disneyn CIAA:lle tekemien filmien perustyyli muuttui yhdenmukaisemmaksi. Seuraavien filmien mallina ja sankarina toimivat ruskeaihoiset, selvästi latinalaisamerikkalaiset hahmot. Miljöönä puolestaan toimi selkeästi maaseutu.<sup>359</sup> Näin on luonnollisesti myös animaatiossa *Cleanliness Brings Health*. Yleisön on helpompi samaistua verenperinnöltään itsensä näköiseen hahmoon kuin esimerkiksi täysin valkoihoiseen. Tämä lisää todenmukaisuutta sekä läheisyyttä yhdessä ajalle ja paikalle tyypillisen maaseutumaiseman kanssa<sup>360</sup>.

---

<sup>357</sup> Lasswell 1971, 126.

<sup>358</sup> WDOTFL 2004, *Cleanliness Brings Health*, 1945.

<sup>359</sup> Shale 1976, 56–57.

<sup>360</sup> Ellul 1973, 164.

Animaatio valistaa Latinalaisen ja Etelä-Amerikan väestöä nimensä mukaisesti hygienian tärkeydestä, mutta animaation toinen funktio, jonka vuoksi se ylipäättään tehtiin, nousi esille CIAA:n Disneyn studiolla toukokuussa 1943 organisoimassa seminaarissa, johon osallistui useita edustajia Keski- ja Etelä-Amerikan valtioista. Lähdemateriaaliini kuulumaton Disneyn filmi *Water, Friend Or Enemy* ottaa kantaa vesien saastumiseen ja ehdottaa käymälöiden parempaa sijoittamista saastumisen torjumiseksi. Seminaariin osallistunut tohtori Sutter kuitenkin esitti, että ongelma ei ole käymälöiden sijoittaminen vaan se, ettei 80 prosentilla latinalaisamerikkalaisesta maalaisväestöstä ollut lainkaan käymälää.<sup>361</sup> Niinpä animaation *Cleanliness Brings Health* nostaa esille erityisenä puhtauden ylläpitämisen elementtinä käymälän rakentamisen ja sen huolellisen käyttämisen totutun maissipellolla käymisen sijaan. Animaatio valistaa selkeästi, kuinka taudit kulkeutuvat maissipellon maan kautta ihmisten käsiin, sen myötä ruokaan ja siitä elimistöön. Lopputuloksena on sairauksista kärsivä perhe. Tällainen propaganda tähtää nimenomaan ulkoiseen toimintaan vaikuttamiseen<sup>362</sup>. Idea hygieenisemmistä elintavoista on etukäteen tehty tuomio, jonka perusteella aikaisemmat vanhat epähygieeniset tavat eivät ole terveyden kannalta järkeviä<sup>363</sup>. Ongelma yksinkertaistetaan musta-valkeaksi positiiviseksi ja negatiiviseksi, jolloin yleisön on helppo muodostaa yleinen mielipide propagandan tuottajan haluamalla tavalla (Liite 15). Tällainen yksinkertaistaminen on yleisen mielipiteen muodostumisen nopeuden kannalta ensiarvoisen tärkeää, sillä mitä enemmän nyansseja ja yksityiskohtia ongelma sisältää, sitä hitaampaa tai lähes mahdotonta yleisen mielipiteen muodostuminen on.<sup>364</sup>

Hygienian ja käymälän rakentamisen lisäksi työkykyyn otetaan jälleen kantaa. Huolimattoman perheen isä toimii esimerkkinä hygieniasta välittämättömästä kansalaisesta, ja sen myötä hän on sairas ja työkyvytön. Tässä kuuluu jälleen Yhdysvaltojen hallituksen *ääni*, joka pyrkii nostamaan esille työkyvyn tärkeyden ja sen myötä Latinalaisen ja Etelä-Amerikan raaka-ainetuotannon toiminnassa pysymisen<sup>365</sup>. Animaation lopullinen porkkana yleisölle on onnellisuus. Puhtaus tuo onnellisuutta, joten miksi kukaan jättäisi animaation esittelemät muutamat toimenpiteet suorittamatta,

---

<sup>361</sup> Shale 1976, 54–55.

<sup>362</sup> Ellul 1973, 162.

<sup>363</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>364</sup> Ellul 1973, 205.

<sup>365</sup> Salmi 1993, 135; Shale 1976, 52.



jos sen myötä perheen terveys paranee ja onnellisuus kasvaa? Yksilölle taataan näin palkinto teoistaan<sup>366</sup>.

*What Is Disease? / The Unseen Enemy* (1945) on animaation *Cleanliness Brings Health* tapaan valistusfilmi mikrobeista ja niiltä suojautumiselta. Henkilöhahmona toimii jälleen latinalaisamerikkalainen mies. Animaatio havainnollistaa yhdessä kertojan kanssa, kuinka mikrobit pesivät lähes kaikkialla ja ovat aina valmiita hyökkäämään elimistösi kimppuun. Mikroskoopin toiminnan kautta esitetään, miten pieniä mikrobit ovat mutta kuinka vakavia seuraamuksia ne saavat aikaan. Animaatiossa pienet kuoriaiset lisääntyvät puun sisällä lopulta tuhoten ja tappaen puun. Nämä kuoriaiset rinnastetaan mikrobeihin, jotka päästyään ihmisen elimistöön jakautuvat ja aiheuttavat lopulta ihmisen sairastumisen. Animaatio näyttää, miten mikrobit leviävät esimerkiksi epäpuhtaan juomaveden kautta, pellolta ruokaan, ihmisestä toiseen hengitysilman välityksellä ja sääskien puremien kautta. Lopuksi animaatiossa opastetaan suojautumaan taudilta. Tulee rakentaa käymälä, suojata ruoka kärpäsiltä, suojata vuode öisin sääskien puremilta, keittää juomavesi, pestä itseään saippuvedellä ja rakentaa taloon ikkunat, jolloin auringonvalo pääsee tappamaan mikrobeja. Kertojan ääni toteaa lopuksi, kuinka ”suojaamalla itsesi teet elämästäsi terveellisen, onnellisen ja kukoistavan”.<sup>367</sup>

*What Is Disease? / The Unseen Enemy* on käytännössä animaation *Cleanliness Brings Health* toisinto. Siinä käytettävät henkilöhahmot ovat jo osaltaan samat, ja sen lopputulos on täsmälleen sama: pitämällä huolta hygieniastasi ja rakentamalla käymälän saavutat terveellisen ja onnellisen elämän.

*Planning For Good Eating* (1946) on opetusanimaatio oikeanlaisen ruoan syömisestä. Animaatio esittelee aluksi, kuinka jokainen elävä olento syö jotain: härkä syö ruohoa, leijona syö lihaa, mato syö vihannesta. Kertoja toteaa, miten suuri osa eläimistä syö ainoastaan yhdenlaista ruokaa. Seuraavaksi animaatio siirtyy Huolimattoman Charlien perheen ruokapöytään, jossa perhe yrittää surkean näköisenä pärjätä ainoastaan maissia ja papuja syömällä. Kertoja toteaa, etteivät ne terveellisyydestään huolimatta riitä. Ihminen tarvitsee kolmenlaista ruokaa: eläinkunnan tuotteita rakentamaan lihaksia, vihanneksia ja hedelmiä kasvattamaan luita ja hampaita sekä viljaa ja juureksia antamaan energiaa (Liite 16). Näiden yhdistelmä antaa samalla

---

<sup>366</sup> Ellul 1973, 209.

<sup>367</sup> WDOTFL 2004, *What Is Disease*, 1945.

myös vastustuskyvyn erilaisia tauteja vastaan. Animaatio opastaa, miten jokainen voi kasvattaa kaikkia näitä omalla pihallaan. Huolimattomasta Charliesta tulee opastuksen myötä Huolellinen Charlie, jonka terveys ja ryhti on parantunut ja jonka perhe valmistaa nykyisin esimerkiksi herkullisen muhennoksen kaltaisia ruokia, josta löytyvät kaikki edellä mainitut kolme ruokakunnan tuotetta. Lopuksi animaatio yhdessä kertojan kanssa kertoo ja havainnollistaa näiden kolmen ruokakunnan tuotteen tarvetta.<sup>368</sup>

*Planning For Good Eating* on lähdemateriaalini viimeinen Disneyn CIAA:lle tuottama animaatio. Dvd:llä sen julkaisuvuodeksi on merkitty vuosi 1946, mutta esimerkiksi Richard Shalen teoksessa *Donald Duck Joins Up* sen julkaisuvuotena mainitaan vuosi 1945. Animaatio on eräänlainen yhdistelmä terveyden edistämistä ja maanviljelyä. Niinpä se havainnollistaa, että vielä tuohon aikaankin Yhdysvallat näki Etelä-Amerikan väestön terveyden edistämisen ja maataloudenhoidon tärkeäksi. Samalla se on hieman edistyksempinen valistusanimaatio kuin aikaisemmat, käytännössä käsien pesua ja käymälän rakentamista edellyttävät animaatiot ovat olleet<sup>369</sup>. Animointi on jälleen erinomainen keino tuoda esille ihmisen elimistön eri osia sekä miten eri ruokakunnan tuotteet vaikuttavat mihinkin. Yleisöä opastetaan syömään mahdollisimman monipuolisesti kaikkien eri ruokakuntien tuotteita. Sen myötä elämänlaatu ja terveys paranevat.

Animaatio käyttää kahden edellisen tapaan päähenkilönään latinalaisamerikkalaista miestä, jota kutsutaan nyt Huolimattomaksi Charlieksi, joka esiintyy myös lähdemateriaalini ulkopuolisissa animaatioissa<sup>370</sup>. Charlie on siis keino tehdä animaatiosta persoonallinen ja yleisön samaistuksen kohde<sup>371</sup>. Charlie on erilainen malli kuin esimerkiksi Disneyn tunnetut animaatiohahmot, jotka toimivat lähes poikkeuksetta aina oikein ja toimivat näin esimerkillisinä malleina ja sankareina yleisölle. Charlie puolestaan näyttää kuinka ei tule toimia elämällä epähygieenisesti sairauksien ja työkyvyttömyyden runtelemana. Vaikka Charlie aina lopulta muuttaa huonot tapansa, on hänen ensiarvoisen tärkeä mallinsa nimenomaan se, kuinka ei tule toimia. ”Sankarin” eli Charlien kautta tämän yksilön intresseistä tulee käänteisesti yleisön intressejä<sup>372</sup>.

---

<sup>368</sup> WDOTFL 2004, *Planning For Good Eating*, 1946.

<sup>369</sup> Shale 1976, 58.

<sup>370</sup> Shale 1976, 57.

<sup>371</sup> Vares 1996, 168–170; Ellul 1973, 172.

<sup>372</sup> Ellul 1973, 172.

## 4. ME VASTAAN HE – HYVÄ VASTAAN PAHA?

### 4.1 NIMEÄ VIHOLLINEN

Moderniin sotapropagandaan kuuluu tekniikka vihan mobilisoimisesta vihollista vastaan<sup>373</sup>. Harold Lasswellin mukaan modernien valtioiden psykologinen vastustus sotaan vastaan on niin suuri, että jokaisen sodan tulee olla sota uhkaavaa ja murhanhimoista hyökkääjää vastaan. Yleiselle mielipiteelle tulee siis olla selvää, ketä vihata. Vihollinen tulee osoittaa ja nimetä maantieteellisesti ja vihollisen tulee nimenomaan löytyä tuon rintamalinjan toiselta puolen.<sup>374</sup> Sodan voittaminen tulee voida esittää muodossa ”hyvän voitto pahasta” sekä yhteisön selviämisenä kaikista vaikeuksista. Vihollisesta tulee näin ollen luoda uhka näille kansallisille arvoille<sup>375</sup> ja yhteiskunnalliselle perinnölle.<sup>376</sup>

Vihollinen kuvataan usein paholaismaisena sodan aloittajana ja rauhan estäjänä. Vihollinen on syyllinen, kiero, paha ja valehtelija. Yleisön tulee kokea tuhtumusta tällaista pahantekijää kohtaan, joka vahingoittaa sen valtiota ja kansaa.<sup>377</sup> Jälleen tulee esiin asennoitumisien jakaantuminen positiiviseen ja negatiiviseen osaan. Ongelmista tehdään yksinkertaisia ja vastaukset ongelmiin ovat selkeitä sekä musta-valkoisia. Näillä keinoilla yleinen mielipide saa muotonsa nopeasti.<sup>378</sup>

Edellä esitellyt animaatiot *The New Spirit*, *The Spirit of '43* ja *Donald's Decision* eivät ainoastaan pyri saamaan kansaa mukaan sotaponnisteluihin, vaan ne myös antavat selkeitä merkityksiä vihollisesta, jota vastaan sota jouduttiin käymään. Tuhlaavaisuuden henki svastikarusetteineen, Akun paha minä, ennätyskorkeat verot Hitlerin ja Hirohiton vuoksi sekä uhkaavan näköiset vihollisen sotakoneet ja -laivat kuvaavat vihollisen yleisölle juuri kieron, pahana, valehtelijana, syyllisenä, hyökkääjänä ja uhkana. Rintamalinjan toiselle puolelle nämä kolme animaatiota

---

<sup>373</sup> Lasswell 1971, 12.

<sup>374</sup> Lasswell 1971, 47.

<sup>375</sup> Lasswell tarkoittaa nimenomaan modernin demokratian ”uusien” arvoja, joita akselivaltojen voidaan katsoa toisessa maailmansodassa uhanneen.

<sup>376</sup> Lasswell 1971, 58–59.

<sup>377</sup> Lasswell 1971, 77, 82.

<sup>378</sup> Ellul 1973, 205–206.

asettavat säästäväisyyden hengen, Akun hyvän minän, vapauden, demokratian ja symbolina kaiken päälle Yhdysvaltojen tähtilipun. Vihollinen esitetään yksinkertaisena ongelmana, johon on selkeä ratkaisu: sodankäynti ja siihen liittyvät ponnistelut kotirintamalla. Vihollinen ja oma valtio ovat ne negatiivinen ja positiivinen musta ja valkea, joiden avulla rintamalinja on helppo vetää.

Natseihin kohdistuvaa propagandaa edustavat animaatiot *Der Fuehrer's Face* (1942)<sup>379</sup> sekä *Education For Death* (1943), jotka Disney tuotti valtionvarainministeri Henry Morgenthau'n ja Jock Whitney'n toimesta CIAA:n ja Yhdysvaltojen *Valittujen Palojen* osittaisella rahoituksella ja joita yhdessä animaatioiden *Reason And Emotion* ja *Chicken Little* kanssa esitettiin myös Etelä-Amerikassa. Disney säilytti näiden animaatioiden teatterioikeudet Yhdysvalloissa.<sup>380</sup>

*Der Fuehrer's Face* alkaa saksan ja englannin kieltä yhdistelevällä Oliver Wallacen säveltämällä teemalaululla *Der Fuehrer's Face*, jota laulavaa viiden hengen irvokas natsisoittokunta<sup>381</sup>, jonka jäsenet ovat humoristisen laihoja, paksuja, lyhyitä tai pitkiä (Liite 17). Laulu kertoo natseista uutena herra- ja superrotuna, jotka tuovat uuden ”epäjärjestyksen” maailmaan. Ympäristö on kasarmimainen, jossa kaikki on muokattu hakaristin muotoon. Pensaat, lyhtypylväät, puhelinpylväät, tienviitat, vesipostit ja jopa pilvet ovat kaikki hakaristin muotoisia (Liite 17). Pienet puiset parakit, joista yhdestä löydämme sankarimme Aku Ankan, on muokattu muistuttamaan Hitlerin kasvoja. Aku nukkuu parakissaan ja nostaa unissaan kättään natsitervehdykseen laulun raikuessa ”We heil”. Akun parakki on niin ikään koristeltu hakaristein. Herätyskello, tapetit, pukeutumissermi ja käkikello ovat kaikki tyylille uskollisia. Käkikellon käki, joka on Hitlerin näköinen, kukkuu huutamalla ”heil” ja nostamalla aina samalla kätensä natsitervehdykseen. Soittokunta herättää vielä väsyneen Akun sängystäään. Nopeasti Aku pukee päälleen sotilaallisen natsiunivormun ja nauttii aamiaisen. Aamiainen koostuu vedessä liotetusta kahvinpavusta, pekonin ja munien aromisesta parfyymista ja sahalla sahattavasta, kivikovasta leipäpalasesta. Lukemiseksi muut natsit ojentavat

---

<sup>379</sup> *Der Fuehrer's Face* voitti vuonna 1943 Oscarin parhaana lyhytanimaationa, ja se on samalla ainoa Aku Ankan tähdittämä piirretty, jolle Oscar-palkinto on koskaan myönnetty.

<sup>380</sup> Shale 1976, 61; Gabler 2008, 414.

<sup>381</sup> Osa tämän viiden hengen soittokunnan jäsenistä muistuttaa Hitlerin ”kätyreitä”, Hermann Göringiä, Joseph Goebbelsia, Benito Mussolinia sekä keisari Hirohitoa.

Akulle *Mein Kampf*in, ja lopuksi hänet otetaan kantamaan isoa bassorumpua laulun tahtiin.<sup>382</sup>

Tämän jälkeen kuva siirtyy natsimaan apokalyptiseen tehdasmaisemaan, jossa ääni kertoo, kuinka on etuoikeutettua olla natsi ja työskennellä Führerille kuin orja 48 tuntia päivässä. Aku työskentelee ammuslinjastolla, jolla ammusten sekaan on laitettu Hitlerin valokuvia, joille jokaiselle tulee erikseen nostaa käsi natsitervehdykseen ja huudahtaa ”Heil Hitler”. Aku alkaa vähitellen väsyä työhönsä, kun ääni kehottaa häntä käymään lomalla. ”Loma” tarkoittaa linjaston taustalle hetkeksi laskettavaa valtavaa lakanaa alppimaisemasta. Tämän jälkeen työ jatkuu ja Aku pakottautuu tanssimaan koko ajan taustalla soivan laulun tahtiin. Hänen kulmikkaat kätensä saavat hänet näyttämään isolta hakaristiltä. Lopuksi Aku joutuu jäämään vielä ylitöihin, minkä seurauksena hän sekoaa ja vaipuu psykedeeliseen uneen, jossa sekoittuvat laulu, natsit, tehdas ja hänen työnsä linjastolla. Lopulta Aku herää unesta omasta sängystään päällään Yhdysvaltojen lipun väriset yöpaita ja -housut. Sängyn pädyssä on taulu, jossa lukee ”oma koti kullan kallis”<sup>383</sup>. Sängyn viereen kuitenkin heijastuu varjo natsitervehdystä tekevästä hahmosta, jota Aku aluksi säikähtääkin. Varjo tulee kuitenkin ikkunalaudalla seisovasta pienoiskokoisesta vapaudenpatsaasta, jota Aku animaation lopuksi rientää onnellisena halaamaan todeten olevansa onnellinen, että on Yhdysvaltojen kansalainen.<sup>384</sup>

*Der Fuehrer's Face* on pilkallinen ja äärimmäisiin stereotyyppioihin tukeutuva kuvaus natsista, heidän ideologiastaan sekä elämästään ja toiminnastaan Saksassa. Läpi animaation soiva kepeä laulu pilkkaa natsija tuoden esiin heidän oman superrotunsa ihannointia sekä järjetöntä aikomusta uudesta maailmanjärjestyksestä<sup>385</sup>. Laulu julkaistiin paljon ennen animaation omaa julkaisua, se myi yhteensä puolitoista miljoonaa kopiota, ja siitä tuli sota-ajan tunnuslaulu, samalla tavalla kuin *Ken paha sutta pelkäisi* oli ollut 1930-luvun lama-ajan tunnuslaulu<sup>386</sup>. Ymmärtäessään, että koko maa lauloi laulua, Disney vaihtoi animaation nimen alkuperäisestä nimestä *Donald Duck In Nutzi Land* lopulliseksi jääneeksi nimeksi *Der Fuehrer's Face*<sup>387</sup>. Kuten edellä

---

<sup>382</sup> WDOTFL 2004, *Der Fuehrer's Face*, 1942.

<sup>383</sup> Engl. *home sweet home*

<sup>384</sup> Ibid.

<sup>385</sup> WDOTFL 2004, *Der Fuehrer's Face*, 1942.

<sup>386</sup> Gabler 2008, 414; Shale 1976, 63.

<sup>387</sup> Shale 1976, 63.

on jo käynyt ilmi, musiikki oli merkittävä psykologinen ase toisen maailmansodan aikana, eräänlainen militantin isänmaallisuuden agentti. Sen avulla luotiin eritoten rasistista, stereotyyppistä propagandaa vihollisesta.<sup>388</sup>

Fanaattisten natsien uskomuksia, tarkoituksia ja ideologiaa pilkataan<sup>389</sup> myös infrastruktuuriin ja sisustukseen ujutetuilla hakaristeilla sekä yliampuvalle sotilaskurilla niin asenteissa kuin työssä. Nämä ovat täydellinen vastakohta Akun painajaisesta heräämiselle, vapaudenpatsaalle vapauden symbolina ja jälleen kerran Yhdysvaltojen lipulle symboloimassa ”omaa kotia, kullan kallista”. Vihollinen on kiero ja paha, jonka vastakohtana voidaan nähdä oman hyvän ja vapaan yhteiskunnan arvot ja järjestys. Yleisen mielipiteen kannalta ei jää epäselväksi, keneen viha tulee kohdistaa. Natsi-Saksan apokalyptisyys kohdentuu rintamalinjan toiselle puolelle niin nimensä puolesta kuin maantieteellisesti. Natsi-Saksa ei ole pelkästään vihollinen rintamalla vaan myös Yhdysvaltojen yhteiskunnallisen perinnön sekä kansallisten arvojen vihollinen. Akun herääminen painajaisestaan aivan animaation lopussa on lopulta hyvän voitto pahasta.<sup>390</sup> Yhdysvalloista tehdään vapauden avulla ainutlaatuinen verrattuna Japaniin ja Saksaan<sup>391</sup>. Japani tuodaan halventavasti esiin natsiksi pukeutuneen japanilaisen muodossa natsi-Saksan kätyrinä ja pikkuveljenä<sup>392</sup>. Nämä kaikki mainitut symbolit ovat tiiviissä yhteydessä stereotypian psykologiseen merkitykseen. Symbolithan toimivat stereotyyppien herättelijöinä, sillä niillä on voima herättää stereotypian todenmukaisuus ja läheisyys, ja niiden avulla on mahdollista siirtää tämä haluttu arvolutautunut vaikutus yleisöön.<sup>393</sup> Propaganda itsessään on tämän perusteella harmaata propagandaa. Propagandan lähde tietenkin tiedettiin, mutta se tuottaa tekaistuja väitteitä, levittää väärää informaatiota ja suoranaisesti valehtelee.<sup>394</sup>

*Education For Death* on puolestaan hieman vakavampi animaatio, joka perustuu Gregor Ziemerin samannimiseen kirjaan, jonka kansi näytetään myös animaation alussa. Yhdysvaltojen *Valitut Palat* oli julkaissut kirjan tarinan helmikuussa vuonna 1943<sup>395</sup>. Vaikka jälleen kerran animaatio ei Pierre Sorlinin vaatimusten vastaisesti perustu

---

<sup>388</sup> Sheppard 2001, 304.

<sup>389</sup> Springer 1986, 152; Toinen merkittävä Hollywoodin propagandaelokuvien tuottaja Frank Capra käytti nimenomaan tällaista tekniikkaa omissa *Why We Fight* -propagandafilmeissään.

<sup>390</sup> Lasswell 1971, 54, 58, 59.

<sup>391</sup> Springer 1986, 153.

<sup>392</sup> Tämä japanilainen saattaa juuri kuvastaa keisari Hirohitoa.

<sup>393</sup> Ellul 1973, 163–164.

<sup>394</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 17.

<sup>395</sup> Gabler 2008, 414.

alkuperäiskäsikirjoitukseen, perustele se itsensä täysin relevantiksi historiantutkimuksen lähteeksi sisältämänsä propagandan välityksellä.

Animaatio kertoo kertojajäsenen avustuksella saksalaisen pojan Hansin tarinan siitä, kuinka ihmisestä tulee natsi. Tarina alkaa Hansin vanhemmista, jotka rekisteröivät lapsensa syntymän natsipuolueelle todistaen samalla olevansa puhdasta arjalaista syntyperää. Natsipuolue myöntää nimelle ”Hans” luvan ja antaa vanhemmille palkinnoksi Hitlerin *Mein Kampf*in. Lastentarhassa Hans oppii uudella tavalla maailman järjestyksen. Prinsessa Ruususen tarinaa mukaillen irvokkaasti animoitu prinssi Hitler ajaa ”pahan demokratian noidan” prinsessa Saksan kimpusta. Hitleristä tehdään näin lasten idoli. Pienen Hansin sairastuessa natsit vaativat pojan pikaista paranemista tai poika vietäisiin häneltä. Hans paranee ja menee viimein kouluun. Koulussa lapsille opetetaan kettua ja jänistä esimerkkeinä käyttäen, että myötätuntoa ei sallita, vahvat syövät heikommät, jänis on pelkuri ja ansaitsee kuolla ketun kitaan ja että maailma kuuluu vahvoille. Lapset ja nuoret opetetaan palvelemaan, tottelemaan ja kuolemaan Hitlerin puolesta. Saksa tulisi tuhoamaan kaikki heikot kansat, koska saksalaiset ovat voittamaton superrotu, joka ei pelkää ketään. Iskulauseena kuuluu: ”Tänään omistamme Saksan, huomenna koko maailman.” Kasvaessaan Hansin koulutus menee yhä pidemmälle. Animaation kertojan ääni toteaa: ”Hans ei enää näe mitään muuta, kuin mitä natsipuolue haluaa, hän ei tee enää mitään muuta kuin mitä puolue haluaa, hänen koulutuksensa on valmis, hänen koulutuksensa kuolemaan<sup>396</sup>.” Animaatio päättyy natsien jättimäiseen hautausmaahan.<sup>397</sup> (Liite 18)

Myös animaatio *Education For Death* tukeutuu vahvasti stereotyyppioihin. Se kertoo Hansin näkökulmasta keskivertonatsin elämäntarinan, joka päättyy lopulta onnettomasti. Animaatio osoittaa, kuinka natsipuolue muokkaa alkuun hyvántahtoistakin lapsesta aivopestyn sotilaan, joka on lopulta valmis kuolemaan puolueen puolesta, johon hänen koulutuksensa lopulta johtaa. Tätä yliampuvaa sotilaskuria esille tuova ja vastustava teema on esillä myös animaatioissa *Der Fuehrer's Face* ja *Reason And Emotion*. Natsien ideologia esitetään hyvin vahvasti nojautuneena sellaisiin stereotyyppioihin kuten vahvemman oikeus, länsimaisen demokratian pahana pitäminen, superrotu ja puolueen ”isoveli valvoo” -asenne. Animaatioissa puhuu Yhdysvaltojen hallituksen instituution ja ideologian ääni, joka käyttää propagandan

---

<sup>396</sup> Engl. *education for death*.

<sup>397</sup> WDOTFL 2004, *Education For Death*, 1943.

keinonaan vastaideologian ja -instituution eli natsipuolueen ääntä<sup>398</sup>. Aivan kuten animaatiossa *Reason And Emotion* tässäkin natsien saksalaisille syöttämä viesti on paha propagandaa, jota puolestaan oma informaation jakaminen ei ollut<sup>399</sup>. Tälle ideologialle asetetaan kuitenkin lopulta vain yksi päämäärä: suunnaton natsien hautausmaa. Tällaisen vakavuuden rinnalla tuodaan myös animaation *Der Fuehrer's Face* tyyliin satiirinen ja pilkallinen kuva natseista ja etenkin Hitleristä uljaan ritarin haarniskassa muka pelastamassa Saksaa ”pahoilta demokraattisilta liittoutuneilta”.

Propagandan vaikutushan ei pyri olemaan vain ulkoista toimintaa, vaan se pyrkii tuottamaan myös syvällisiä muutoksia ihmisissä. Animaation *Education For Death* propaganda tukeutuu siis mielipiteiden ja asenteiden muokkaukseen.<sup>400</sup> Siinä propagandan kautta yleisölle annetaan jälleen kerran ideat ja mielipiteet valmiiksi pureskeltuina etiketteinä ja etukäteen tehtyinä tuomioina natsien ideologian naurettaville symboleille<sup>401</sup>. Tällaisien symbolien avulla luodaan yhteys stereotypian psykologiseen merkitykseen. Stereotypia on toisin sanoen arvolatautunutta, ja sen kautta saadaan yleisössä aikaan haluttu vaikutus ja vastakaiku: natsipuolueen tuomitseminen järjettömänä instituutiona, jonka ainoa kohtalo on kuolema.<sup>402</sup> Yleisölle luodaan näin myös jälleen hermopainetta osoittamalla vihollisen pahuus ja rikokset ihmisyyttä vastaan aivopesemällä saksalaisia heti näiden syntymästä lähtien. Näin julkistetaan ”totuus” natsipuolueesta ja annetaan etukäteen tehty tuomio. Yleinen mielipide muodostuu jälleen nopeasti. Verrattuna animaation *Der Fuehrer's Face* natsien esittelemiseen pelkkänä Akun painajaisena huumorilla höystettynä esittelee animaatio *Education For Death* natsi-ideologiaa hyvin todenmukaisena ja vakavasti otettavana vihollisen ideologiana<sup>403</sup>.

*Commando Duck* (1944) on yhdistelmä Akun sotilaspalvelusta ja viholliskuvaan liittyvää propagandaa. Yksinäinen Aku hyppää koneesta määrittämättömälle Tyynenmeren saarelle tehtävään tuhota japanilaisten lentotukikohta. Aku ei vaikuta kuitenkaan supersotilalta, jolle tällainen tehtävä voisi olla omiaan. Pikkuisen vartensa rinnalla Akun varustereppu on paljon häntä itseään suurempi, ja Akun läpi kulkee pelon

---

<sup>398</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>399</sup> Lasswell 1971, 111.

<sup>400</sup> Ellul 1973, 161.

<sup>401</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>402</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>403</sup> Ellul 1973, 164; Shale 1976, 64.



väristyksiä hänen kuullessaan tehtävänsä luonteen. Akun päästyä maahan tarkkailevat japanilaiset häntä piiloistaan. Piilona toimii muun muassa puunrunko, johon on tehty vinot silmänreiät ja jonka kasvustona on aasialaistyyppinen lierihattu (Liite 3). Japanilaiset puhuvat aasialaisittain murrettua englantia, kumartelevat koomisesti koko ajan toisilleen sekä puhuvat toisilleen myös aasialaiselta kieleltä kuulostavaa ”siansaksaa” keskittyen näin välillä täysin muuhun kuin tarkkailemaan Akua (Liite 19). Japanilaiset tähtäilevät aseillaan joella kumiveneellään soutavaa Akua. Japanilaisen ääni määrää heidät ampumaan Akua takaapäin, ”kuten japanilaiseen tapaan kuuluu”. Paetessaan tulitusta Aku ajautuu joen mukana vesiputoukseen, minkä seurauksena hänen kumiveneensä juuttuu oksanhaaraan ja alkaa täyttyä vedellä. Lopulta kumivene täyttyy valtaiseksi vesi-ilmapalloksi, joka puhjetessaan aiheuttaa jättimäisen tulva-aallon ja maanvieremän. Akun onneksi tämä vesi- ja maamassa hautaa alleen hänen kohteenaan olleen japanilaisten lentotukikohdan. Animaation lopussa aurinko laskee horisonttiin, aivan kuin japanin lippu uppoaisi siihen, ja meri on täynnä japanilaisten lentokoneiden hylkyjä pyrstö kohti taivasta osoittaen aivan kuin ristit hautausmaalla.<sup>404</sup> (Liite 20)

*Commando Duck* ottaa kantaa vihollisen rotuun ja ilkeään fanatismiin tuomalla esiin heidän kieroja tapojaan, tässä tapauksessa selkään ampumista sekä etnisiä piirteitä piilopaikkana toimivan puunrungon muodossa<sup>405</sup>. Japanilaisten selkään ampuminen voidaan nähdä myös hermopaineen luomisena heidän käyttämistään raukkamaisista keinoista sotia. Nämä ovat keinoja aiheuttaa yleisössä tuohtumuksen tunteita vihollista kohtaan.<sup>406</sup> Vihollinen nimetään tässäkin tapauksessa tarkasti nimeltä, olemukselta ja maantieteellisesti. Viholliselle annetaan näin tietty etiketti, joka sitten esitetään yleisölle animaation muodossa<sup>407</sup>. Tässä etiketissä japanilaiset ovat pahoja sekä kieroja vihollisia, joita on mahdotonta saada antautumaan<sup>408</sup>. Tällaisen etukäteen annetun tuomion perusteella propagandalla vakuutetaan yleisölle tällä jo olevan mielipide asiasta<sup>409</sup>.

Lopputuloksena on hyvän voitto pahasta Akun saadessa vahingon ja onnen kautta tuhottua kohteensa. Aku ei ole kuitenkaan itse stereotyyppinen *kommando*, joka

---

<sup>404</sup> WDOTFL 2004, *Commando Duck*, 1944.

<sup>405</sup> Lasswell 1971, 69, 77.

<sup>406</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>407</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>408</sup> Osgood 2006, 30; sodan alussa Yhdysvalloissa uskottiin, ettei fanaattisia japanilaisia voitu suostutella antautumaan.

<sup>409</sup> Ellul 1973, 163.

sotilaallisiin kykyihinsä perustuvalla toiminnalla onnistuisi käden käänteessä tuhoamaan vihollisen lentotukikohdan. Aku on jälleen juuri se sankari, johon yleisö samaistuu. Animaation loppukuva on propagandalle tärkeää symboliikkaa. Japanilaisten lentokoneista mereen muodostunut ”hautausmaa” kuvastaa yhdessä laskevan auringon kanssa jälleen japanilaisten tulevaa kohtaloa sodassa. Japanilaisten päivä eli sota on päätöksessä, häviö odottaa.

## 4.2 SETÄ SAMULIN PALVELUKSESSA

*Donald Gets Drafted* (1942) aloittaa Akun armeijauran nimensä mukaisesti värväytymisestä. Animaatio alkaa raikkaalla laululla siitä, kuinka armeija ei ole entisensä vaan se on parempi kuin koskaan<sup>410</sup>. Aku kävelee laulun tahdissa kadulla kädessään itseltään Yhdysvaltojen presidentiltä tullut kutsuntailmoitus<sup>411</sup> ja vaappuu lopulta värväystoimiston<sup>412</sup> eteen, jossa hän näkee kadulla eri joukko-osastojen mainoksia (Liite 21). Julisteet on varustettu kuvin, ja niissä lukee muun muassa seuraavia iskulauseita:

”Kaikki ovat kavereita maavoimissa.”<sup>413,414</sup>

”Ratsuväellä huipulle ja sen yli.”<sup>415</sup>

”Terveellistä liikuntaa.”

”Aamiainen sänkyyn.”

”Liity mukaan ilmavoimiin.”<sup>416</sup>

”Ilmavoimissa on nättejä emäntiä.”<sup>417</sup>

Lopuksi Aku tulee kyltin luo, jossa lukee, että hän on vastustamaton, jos liittyy ilmavoimiin. Julisteen kuvassa sotilas kävelee kaksi koreaa naista kainaloissaan. Aku

---

<sup>410</sup> Engl. *the army is not the army anymore, it's better that it's ever been before [--]*.

<sup>411</sup> Kuriositeettina mainittakoon, että tässä ilmoituksessa Akun toisena nimenään lukee ”Fauntleroy”.

<sup>412</sup> Toimiston numero on Akulle tyypillinen ”13”.

<sup>413</sup> Engl. *army* (suom. maavoimat, armeija), *air force* (suom. ilmavoimat), *navy* (suom. laivasto).

<sup>414</sup> Engl. *everybody is pals in the army*.

<sup>415</sup> Engl. *over the top with cavalry*.

<sup>416</sup> Engl. *fall in, it's time to fly*; tämän yhteydessä kuva vaaleasta naisesta, johon kyseinen *fall in* [love] (suom. rakastua) myös kohdistuu; Aku piteleeekin rakastuneen näköisenä rintaansa ja räpsyttää silmiään.

<sup>417</sup> Engl. *pretty hostesses*.

kuvittelee itsensä hetkeksi sotilaan tilalle ja päättää saman tien astella sisään värväystoimistoon. Toimistossa Akun pää näkyy juuri ja juuri pöydän yli, kun hän ilmoittaa haluavansa liittyä ilmavoimiin päästäkseen lentämään. Aku tempaistaan ensin terveystarkastukseen, jossa hänet kelpuutetaan, vaikkei hän osaa edes kunnolla lukea eikä tunnista värejä. Viimein Aku löytää itsensä varuskunnasta alokasleiriltä, jossa hänen johtajanaan toimii kersantti Musta Pekka. Armeijan komennot eivät kuitenkaan tahdo upota Akun päähän, ja tämä aiheuttaa kersantti Pekalle harmaita hiuksia. Vaikka Pekka kuinka yrittää juurruttaa Akun päähän sotilaskurin tärkeää merkitystä, on lopputuloksena Akun joutuminen perunateatteriin.<sup>418</sup>

Animaation *Donald Gets Drafted* alkuosa tukeutuu jälleen vahvasti tarttuvaan melodiaan ja sanoihin. Armeijan uutta ilmettä ylistävä laulu yhdessä Akun kadulla silmäilemien rekrytointijulisteiden kanssa antaa armeijaan liittymiselle vahvasti romanttisen kuvan. Yleisölle luodaan näillä keinoilla hyvän olon tunne, joka puolestaan luo yleistä mielipidettä armeijasta positiivisena instituutiona<sup>419</sup>. Julisteiden iskulauseet ja kuvitus jatkavat hyväksi havaittua yksinkertaista linjaa positiivisen asennoitumisen puolesta<sup>420</sup>. Iskulauseethan olivat keino antaa yleisölle helposti mielessä pidettäviä asenteita ja antaa yleisön samalla ”löytää niistä itsensä”, aivan kuten Aku tekeekin kuvittelemalla itsensä kahden nätin naisen kainaloon<sup>421</sup>. Ystävyys, terveellisyys, vaivattomuus ja kauniit naiset toimivat näinä positiivisen asennoitumisen agentteina ja symboleina, joiden avulla animaatiolla pyritään vaikuttamaan etenkin miehiin. Julisteet, Akun itsensä Yhdysvaltojen presidentiltä saama kutsuntailmoitus ja kadun varrelta löytyvä rekrytointitoimisto ovat samalla jälleen kuvia, joiden avulla yleisössä herätellään todenmukaisuutta ja läheisyyttä<sup>422</sup>. Animaatio ei sinänsä kehota suoraan ulkoiseen toimintaan eli värväytymään armeijaan vaan luo ennemminkin syvällisiä asenteita armeijalle myönteisiksi<sup>423</sup>.

Aku puolestaan toimii jälleen kerran yleisön sankarina. Hän on heti animaation alusta asti myötämielinen armeijaan liittymisen suhteen. Hänet myös otetaan kyseenalaisen koomisesta terveystarkastuksesta ja muihin sotilasiin verrattuna paljon

---

<sup>418</sup> WDOTFL 2004, *Donald Gets Drafted*, 1942.

<sup>419</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>420</sup> Ellul 1973, 205.

<sup>421</sup> Ellul 1973, 165.

<sup>422</sup> Ellul 1973, 164.

<sup>423</sup> Ellul 1973, 161.

lyhyemmästä varresta huolimatta silti palvelukseen. Tätä kaikkea käytetään keinona taivuttaa kansan laajat joukot armeijaan liittymisen kannalle<sup>424</sup>. Yksi propagandan tehtävähän on saada yleisö liikkeelle, vähintään tukemaan, mielellään aktiivisesti toimimaan halutulla tavalla<sup>425</sup>. Yleisölle annetaan viesti, että kuka tahansa voi liittyä ja että se on tärkeää. Aku on malli, jonka intresseistä liittyä innokkaana armeijaan tulee tämän myötä yleisön yksilöiden intressejä<sup>426</sup>.

Animaation *Donald Gets Drafted* loppuosa on enemmän pelkkiin vitseihin tukeutuvaa viihdettä Akun kompastelusta kersantti Mustaan Pekkaan. Tätä vitsien kyllästäväksi Akun sotilasuraa jatkavat myös animaatiot *The Vanishing Private* (1942), *Sky Trooper* (1942), *The Old Army Game* (1943) ja *Fall Out – Fall In* (1943), joissa Aku jatkaa toilailuaan kersantti Mustan Pekan kanssa ilmavoimien kasarmialueella. Animaatiossa *Fall Out, Fall In* Aku on mukana armeijan pitkällä marssilla eikä tahdo jaksaa muiden mukana, kiitos alituisen huonon onnensa (Liite 22). Aku kuitenkin näyttää sisukkuutensa ja marssii vielä animaation lopussakin joukko-osaston perässä kantaen selässään kahdesti itsensä kokoista reppua sekä siihen tarttunutta valtavaa puuta. Lasswellin propagandan teoriassahan todetaan, että kansan tuli tehdä uhraukset sodalle ilman valituksia kotona tai ilman pelkuruutta juoksuhaudoissa<sup>427</sup>. Aku osoittaa yleisölle juuri tätä taisteluhenkettä, joka omalta osaltaan luo oikeanlaista moraalialueita kansakuntaan<sup>428</sup>.

Pluton armeijauraa seurataan puolestaan animaatioissa *The Army Mascot* (1942) ja *Private Pluto* (1943)<sup>429</sup>. Ne ovat Akun sotilasuran animaatioiden tapaan hyvin vahvasti vitseihin ja huumoriin pohjautuvia esityksiä Pluton edesottamuksista armeijan leivissä. Akun tapaan nekin ovat kuitenkin hieno esimerkki palveluksen tärkeydestä jopa koirille, joita käytettiin laajalti armeijan palveluksessa.

Nämä Akun ja Pluton palvelusurista kertovat animaatiot ovat enemmänkin viihteen kuin propagandan puolesta toimivia filmejä. Ne kyllä sisältävät propagandaa omien sotavoimien puolesta, mutta animaatioita ei ole merkitty tuotettavaksi millekään erityiselle instituutiolle kuten esimerkiksi NFB:lle, CIAA:lle tai Yhdysvaltojen

---

<sup>424</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>425</sup> Ellul 1973, 208.

<sup>426</sup> Ellul 1973, 172.

<sup>427</sup> Lasswell 1971, 10.

<sup>428</sup> Lasswell 1971, 102.

<sup>429</sup> Animaatiossa esiintyi ensimmäistä kertaa kaksi ilkkurista oravaa, jotka esiintyivät vuonna 1947 ensimmäistä kertaa omilla nimillään Tiku ja Taku animaatiossa *Chip an' Dale*.

valtionvarainministeriölle, vaan ne esitetään ainoastaan Disney Productions -yhtiön tuottamina<sup>430</sup>. Niissä esitetty propaganda voidaan nähdä valkeana, vaikka täsmällistä sidettä Yhdysvaltojen hallitukseen ei tuodakaan esiin. Kuten edellä on jo tullut ilmi, yleisöllä oli mahdollisuus tiedostaa Disneyn olevan mukana propagandamateriaalin tuottamisessa. Nämä sotilasura-animaatiot eivät esitä yleisölle mitään erityisiä väittämiä esimerkiksi vihollisesta tai siitä millaisia sotaponnisteluja tekemällä sota olisi mahdollista voittaa. Toisin sanoen animaatiot eivät valehtele, muutamaa humoristista värväysjulistetta lukuun ottamatta.<sup>431</sup> Yleisön on helppo samaistua tuttuihin, iloiseihin animaatiohahmoihin, Akuun ja Plutoon, jotka kommelluksistaan huolimatta tuntuvat pärjäävän palveluksessa. Animaatiohahmothan olivat siis keino laskea yleisön suojaus alas, koska yleisö ei uskonut pohjimmiltaan tulleensa katsomaan propagandafilmiä vaan viihdettä<sup>432</sup>. Disneyn hahmot eivät olleet uhkaavia, joten ne olivat erinomaisia vakavien isänmaallisten sanomien puolestapuhujiksi<sup>433</sup>.

## 4.3 VOITON ILLUUSIO

Sotapropagandan eräs tekniikka on luoda illuusio voitosta taisteluhengen herättämiseksi. Paha ja paholaismainen vihollinen on mahdollista lyödä, mikäli nähdään mahdollisuus voittaa taistelu. Mikäli taas mahdollisuutta ei nähdä, kansakunnan moraali huojuu ja kaatuu. Voiton illuusiota tulee täten ruokkia. Yleisön odotus sodalle riippuu heidän ymmärryksestään omien ja vastustajien voimasuhteiden suhteen. Tämän vuoksi propagandan tekijän on tärkeää osoittaa omien joukkojen ja voimien vahvuus kansallisen taisteluhengen nostattamiseksi.<sup>434</sup> Uusien, omien sotateknologisten innovaatioiden esittelemine on eräänlainen lupaus voitosta ja mainio esimerkki

---

<sup>430</sup> WDOTFL 2004, ks. kyseisten animaatioiden alkutekstit; Shale 1976, 89–90; Vain 38 prosenttia Disneyn vuosina 1941–1943 tuottamista animaatioista sisälsi mitään toiseen maailmansotaan viittaavaa. Disneyn mukaan ei ollut pitkällä tähtäimellä kannattavaa tehdä animaatioita, jotka nojaisivat voimakkaasti sotaan, jonka kaikki toivoivat loppuvan nopeasti. Animaatioita tuli pystyä käyttämään myös sodan jälkeen.

<sup>431</sup> Jowett & O'Donnell 1986, 17.

<sup>432</sup> Raiti 2007, 155–156.

<sup>433</sup> Raiti 2007, 155–156.

<sup>434</sup> Lasswell 1971, 102–103.

tällaisesta taisteluhenkä nostattavasta toiminnasta. Vastaavasti vihollisen vastaavat teknologiset innovaatiot voidaan tuomita rikoksina ihmisyyttä vastaan.<sup>435</sup> Myös vihollisen toimilla sodankäynnissä voidaan selitellä omien joukkojen pärjäämistä rintamalla. Esimerkkinä tästä on kieron vihollisen tekemä yllätyshyökkäys sodan aloittamiseksi, aivan kuten Japani teki Yhdysvaltoja vastaan joulukuussa vuonna 1941.<sup>436</sup>

Monista lähdemateriaalini animaatioista löytyy voiton illuusion tähtävää sotapropagandaa. *The New Spirit* ja *The Spirit of '43* esittelevät molemmat samasta animaationpätkästä tehdyssä jälkipuoliskossaan yhdysvaltalaisia sotalentokone- ja sotalaivamalleja. *How To Be A Sailor* (1944)<sup>437</sup> on Hesse Hopon tähdittämä animaatio merenkulun ja laivojen historiasta ja niiden kehityksestä tultaessa aina 1940-luvulle. Animaatio yhdessä kertojan kanssa käy läpi merenkulun kehityksen eri vaiheet veneiden ja laivojen kasvaessa yhä suuremmiksi. Myös merimiesten todetaan olevan nykyisin ammattilaisia työssään. Aivan lopussa animaatio muuttuu esittelemään nykypäivän suuria sota-aluksia, joiden todetaan olevan meren valtiaita. Suurella sota-aluksella palveleva Hesse ajautuu kommelluksiensa saattelemana aluksen torpedoputkeen ja hänet laukaistaan kohti japanilaisten sota-laivoja upottaen nämä kaikki (Liite 23). Osalla laivoista on silmälasit kuvastamassa pilkallisesti stereotyyppistä japanilaista silmilaseineen ja vinoine silmineen<sup>438</sup>. Lopuksi Hesse vielä murskaa Japanin laivaston lipusta muodostuvan maiseman taivaanrannassa.

Nämä kolme animaatiota esittävät, kuinka sodan voittaminen käy käden käänteessä yhdysvaltalaisen sotakonetuotannon avulla. Natsi-Saksan lentokoneet ja sukellusveneet sekä Japanin sotalaivat ammutaan alas ja upotetaan meren syvyyksiin. Nämä vihollisen taistelukoneet esitetään hyökkäävinä, julmina ja uhkaavina, rikoksena ihmisyyttä eli omaa valtiota kohtaan, vaikka ne ovat melko pitkälti juuri samanlaisia kuin Yhdysvaltojen omat<sup>439</sup>. Ongelma eli sota yksinkertaistetaan ja siihen esitetään myös yksinkertainen ratkaisu: voitto vihollisesta oman sotateknologian avulla<sup>440</sup>. Oma

---

<sup>435</sup> Lasswell 1971, 111.

<sup>436</sup> Lasswell 1971, 105.

<sup>437</sup> Hesse tähditti useita muitakin *How To Be* -sarjan animaatioita, jotka eivät siis sisällä sotapropagandaa ja jotka eivät kuulu lähdemateriaaliini.

<sup>438</sup> Voivat mahdollisesti kuvastaa myös Japanin keisari Hirohitoa.

<sup>439</sup> Lentokoneille ja laivoille on piirretty ilkeän näköiset silmät ja suut terävine hampaineen.

<sup>440</sup> Ellul 1973, 205.

sotateknologia on yhtä kuin lupaus voitosta<sup>441</sup>. *All Together* ja *Donald's Decision* antavat samalla tavalla illuusion voitosta sotaobligaatioista saatavien rahojen avulla. Omista joukoista tehdään voittamattomia, kunhan vain on tarpeeksi rahaa aseiden, ammusten, tankkien, lentokoneiden ja laivojen valmistukseen.

*Home Defence* (1943) nostaa esiin ilmatähystyksen tärkeyttä kotimaan puolustuksessa. The Ground Observer Corps oli toisen maailmansodan syttymisen myötä kouluttanut 600 000 yhdysvaltalaisista siviiliä tunnistamaan vihollisen lentokoneita<sup>442</sup>. Tätä työtä tekevät myös Aku Anka ja hänen kolme veljenpoikaansa<sup>443</sup> Tupu, Hupu ja Lupu. Aku toimii heidän pienen joukko-osastonsa johtajana, jolle ankanpojat puolestaan tekevät kepposiaan. Animaatio on lähinnä pelkkää viihteellistä huumoria ja vitsejä, mutta itse asia tuodaan esiin vakavana ja tärkeänä.<sup>444</sup> Vaikka se ei suoranaisesti kuvaa voittoa oikeasta vihollisesta, antaa se silti illuusion omien siviilien toiminnasta sodan voittamiseksi sekä oman maan suojelemiseksi. Omien voimien vahvuus tuodaan esille esittämällä Aku ja ankanpojat vapaaehtoisessa palveluksessa oman valtion ja sen kansallisen taisteluhengen hyväksi.<sup>445</sup> Ellulin teoriaa soveltaen voidaan ajatella, että tässä tuodaan katsojalle esiin myös ryhmän tärkeys. Ellulin mukaan yksilö ei ikinä voisi toimia yksin, vaan se tarvitsee nimenomaan ryhmän ympärilleen. Propagandalla on näin ollen kollektiivinen vaikutus yksilöön yhteenkuuluvuuden tunteen kautta. Yksilöt saavat ryhmän kautta myös vahvistusta näille tuntemuksilleen. Aku ja ankanpojat ovat jo tämä valmis ryhmä, joka vahvistaa yleisön yksilöiden yhteenkuuluvuuden tunnetta.<sup>446</sup>

Ankanpoikien Akulle järjestämien kepposten kautta animaatiosta *Home Defence* kuvastuu jälleen Disneyn hahmojen soveltuvuus vakavienkin isänmaallisten sanomien puolestapuhujina. Aku rankaisee kepposista armotta ja moittii, ettei tällainen käytös sovi yhteen palveluksen kanssa<sup>447</sup>. Aku ja ankanpojat ovat siis koomisia ja humoristisia mutta samalla myös vakavia ja isänmaallisia. Animaatiohahmot toimivat jälleen yleisön suojausten laskijoina. Yleisö pääsee nauttimaan odottamastaan viihteestä, mutta

---

<sup>441</sup> Lasswell 1971, 111.

<sup>442</sup> Shale 1976, 92.

<sup>443</sup> Kuriositeettina mainittakoon, että Tupu, Hupu ja Lupu ovat alun perin ja oikeasti Akun sisarenpoikia samoin kuin Aku itse on Roope-sedän sisarenpoika; virheellinen tulkinta syntyy englanninkielisestä sanasta *nephew* (suom. *sisarenpoika*, *veljenpoika*).

<sup>444</sup> WDOTFL 2004, *Home Defence*, 1943.

<sup>445</sup> Lasswell 1971, 102–103.

<sup>446</sup> Ellul 1973, 209–210.

<sup>447</sup> WDOTFL 2004, *Home Defence*, 1943.

vastaanottaa myös vakavaa isänmaallisuutta sisältävän viestin.<sup>448</sup> Tällä tavalla sulauttamalla animaationsankarimme yhteen isänmaallisuuden kanssa luodaan erikoislaatuinen vastakkainasettelu yleisön odotusten kanssa.<sup>449</sup>

Muut edellä esiteltyt Akun sotilasurasta ilmavoimissa kertovat animaatiot puolestaan esittelevät muun muassa ensimmäisen maailmansodan loppupuolelta kehittyneiden laskuvarjojoukkojen toimintaa<sup>450</sup>. Akun käyttämä näkymättömäksi tekevä maali animaatiossa *Vanishing Private* on samalla tavalla tällainen sotateknologinen innovaatio, vaikkakin täysin mielikuvituksen tuotetta. Nämäkin innovaatiot voidaan kuitenkin nähdä lupauksina voitosta<sup>451</sup>.

### 4.3.1 VICTORY THROUGH AIR POWER

*Victory Through Air Power* (1943) on Disneyn ehkä tärkein voiton illuusiota kampanjoiva filmi. Filmi ei ole lyhytanimaatio vaan 66 minuuttia pitkä kokoillan elokuva, joka yhdistelee animaatiota ja elokuvaa. Pituutensa ja tutkimukseni kannalta relevantin aineiston määrän takia filmi ansaitsee täysin oman alaluvun.

Filmi perustuu Alexander Prokofieff de Severskyn, huhtikuussa vuonna 1942 ilmestyneeseen samannimiseen myyntimenestykseksi nousseeseen teokseen.<sup>452</sup> Seversky oli alkujaan venäläinen, jo ensimmäisessä maailmansodassa lentäjänä Venäjän armeijassa palvellut upseeri. Yhdysvaltojen hallitus palkkasi Severskyn vuonna 1918 testipilotiksi sekä aerodynamiikan insinööriksi. Vuonna 1921 Seversky palveli kenraali Billy Mitchellin neuvonantajana ja vuonna 1927 hänelle myönnettiin Yhdysvaltojen kansalaisuus. Seuraavana vuonna Seversky nimitettiin majuriksi U.S. Air Corps Reserveen. 1930-luvun aikana Severskystä tuli yksi maailman johtavista asiantuntijoista ilmavoimien alalla modernissa sodankäynnissä.<sup>453</sup>

---

<sup>448</sup> Raiti 2007, 155–156.

<sup>449</sup> Raiti 2007, 155–156.

<sup>450</sup> WDOTFL 2004, *Sky Trooper*, 1942; *Commando Duck*, 1944.

<sup>451</sup> Lasswell 1971, 111.

<sup>452</sup> Gabler 2008, 415.

<sup>453</sup> Shale 1976, 67.



Sodan alkuvaiheessa Yhdysvallat oli sotalaivaorientoitunut. Yhdysvaltalaiset lentokoneet eivät monilta osin pärjänneet saksalaisten vastaaville, ja monet Rooseveltin sotilasneuvonantajat pitivät Yhdysvaltojen ilmailuohjelman päivittämistä naurettavana ajatuksena. Niinpä lentokonetuotanto oli vasta kolmanneksi tärkeintä tuotantolinjastossa.<sup>454</sup> Itsevarma Seversky ei kuitenkaan epäröinyt väittää vastaan armeijan johdolle. Kirjansa *Victory Through Air Power* kautta hän toi esille näkemyksen, jonka mukaan ainoastaan ilmavoimat voivat viedä hyökkäyssodan vihollisen luo ja vain hyökkäys voi voittaa sodan. Hän piti armeijan maavoimia ja laivaston sota-alkuksia merkityksettöminä ja hänen mukaansa ainoastaan ilmavoimien avulla sota oli mahdollista voittaa ilman suuriin menetyksiin johtavaa hidasta kilometri kerrallaan -etenemistä. Voiton avain oli hänen mielestään pitkän kantaman raskaat pommikoneet, jotka hyökkäisivät nimenomaan vihollisen tuotantolaitoksia ja infrastruktuuria vastaan. Lentotukialuksilta lähtevät pienet koneet eivät Severskyn mukaan tähän pystyneet.<sup>455</sup>

Walt Disney oli Severskyn teoksesta niin vaikuttunut, että halusi ehdottomasti tehdä kirjasta elokuvaa ja animaatiota yhdistelevän kokoillan elokuvan ja lähettää sen avulla viestin ilmavoimien tärkeydestä. Disney palkkasi filmin Severskyn tähdittämän elokuvaosuuden ohjaajaksi H. C. Potterin Hollywoodista. Animaation ohjauksesta vastasivat puolestaan Jack Kinney, Jim Algar ja Gerry Geronimi. Disneyn julkaisija RKO<sup>456</sup> ei kuitenkaan halunnut julkaista filmiä, jonka vuoksi julkaisun hoiti United Artist.<sup>457</sup>

Filmin alkaa animaatiolla, jossa muistutetaan kenraali Billy Mitchellistä, joka oli aina puhunut ilmavoimien ja pommitusten tärkeydestä mutta jota ei ollut koskaan otettu oikein tosissaan. Tämän jälkeen animaatio jatkaa lentokoneiden historian kertauksella aina Wrightin veljeksistä lähtien jatkuen aina lentokoneiden kehitykseen sotilaskäytössä. Ensimmäisen maailmansodan myötä lentokoneita alettiin vähitellen käyttää pommituksiin ja niihin lisättiin aseistukseksi myös konekiväärit. Sodan myötä lentokoneet myös itse kehittyivät nopeasti, ja tultaessa toiseen maailmansotaan niiden lentonopeus, lentomatkojen pituus ja aseistus olivat kehittyneet valtavasti. Animaatio

---

<sup>454</sup> Shale 1976, 67–68.

<sup>455</sup> Gabler 2008, 415.

<sup>456</sup> Radio-Keith-Orpheum Pictures.

<sup>457</sup> WDOTFL 2004, *Victory Through Air Power*, 1943, Leonard Maltinin esipuhe; Gabler 2008, 416; Shale 1976, 71.

näyttää kuinka nykyisistä [1940-luvun] lentokoneista pudotetaan valtavia pommeja, joissa yhdessä lukee: ”Sinulle, Adolph.” Filmi jatkaa Severskyn sotilasuran kertaamisella ja sillä, miten hän on loppujen lopuksi päätenyt Yhdysvaltojen armeijan palvelukseen.<sup>458</sup>

Seuraavaksi animaatio muuttuu autenttiseksi kuvamateriaaliksi, jossa itse Seversky kertoo luentomaisesti, miksi ilmavoimat ovat niin tärkeä aselaji. Seversky toteaa, että lentokoneilla on mahdollista iskeä suoraan vihollisen ytimeen, esimerkiksi sotateollisuutta vastaan. Tällaiset pommitukset voivat kohdata myös Yhdysvaltoja, eivätkä niissä tule kärsimään ainoastaan sotilasvoimat vaan myös siviilit. Seversky esittelee ilmavoimien sotilaallista mahtia ja ylivoimaa näyttämällä esimerkkejä toisen maailmansodan jo tapahtuneista sotilasoperaatioista. Saksa oli ilmavoimiensa Luftwaffen avulla avannut huoltoreittinsä Norjaan Britannian yrittäessä alkuun katkaista niitä. Britannia oli onnistunut evakuoimaan joukkojaan Ranskasta, koska sillä oli ollut alueen ilmaherruus. Saksa ei ollut onnistunut valloittamaan Brittein saaria, koska britit hallitsivat edelleen omaa ilmatilaansa. Seversky toteaaakin, että niin kauan kuin valtio hallitsee omaa ilmatilaansa, sitä on mahdotonta valloittaa. Seversky jatkaa vielä esimerkeillä, jotka esittävät Saksan Kreetan valloitusta sekä japanilaisten lentokoneiden kykyä upottaa jopa suuria sotalaivoja – jollaisia olivat esimerkiksi brittien Prince of Wales ja Repulse – ilman yllätyshyökkäyksen tuomaa etua, joka japanilaisilla puolestaan oli Pearl Harborissa. Tämä todisti, ettei suurikaan laivasto pysty estämään ilmaitse tulevia hyökkäyksiä.<sup>459</sup>

Tämän jälkeen Seversky siirtyy kartalla Tyynellemerelle näyttäen, kuinka Japani oli valloittanut hallitsemansa Tyynenmeren saariston salamasodalla mutta ilmaitse. Vertailukohtana Seversky tuo esille, että Yhdysvallat pystyy rakentamaan suurimmat ilmavoimat maailmassa ja sen myötä voittamaan sodan. Yhdysvallat, tuo ”demokratian arsenaali”, sijaitsee maantieteellisesti niin Tyynenmeren kuin Atlantin rintamalinjojen välissä. Seversky toteaa, miten sota on asettanut uudet vaatimukset tuotannolle. Yhdysvaltojen tulee antaa tukeaan ja resurssejaan muille liittoutuneille, mutta akselivaltojen sukellusveneet aiheuttavat Yhdysvaltojen laivastolle suuria menetyksiä. Animaatio näyttää uhkaavan musiikin säestämänä, miten Hitleriin henkilöityvä natsi-Saksa on punainen ja uhkaava kärrynpyörä, jonka lonkerot ulottuvat koko Euroopan

<sup>458</sup> WDOTFL 2004, *Victory Through Air Power*, 1943

<sup>459</sup> WDOTFL 2004, *Victory Through Air Power*, 1943.

ylle. Ilmavoimien myötä etu siirtyisi kuitenkin Yhdysvalloille, joka voisi näin turvata hyökkäyksille alttiit laivareittinsä, säästää ihmishenkiä ja tuhota paha Saksa. Seversky tuo esille, kuinka briteillä ilmavoimat ovat oma erillinen aselajinsa toisin kuin Yhdysvalloilla, joilla ilmavoimat olivat osa armeijan maajoukkoja<sup>460</sup>.<sup>461</sup>

Animaatio jatkaa Severskyn opastamana Tyynellämerellä. Seversky toteaa Japanilla olevan niin suuren alueen, ettei sitä pystyittäisi valloittamaan, ennen kuin sen keskus olisi tuhottu. Kiina olisi yksi mahdollisuus tehdä ilmahyökkäyksiä, mutta maantieteellisistä syistä se ei kuitenkaan olisi järkevää. Japani olisi myös tietoinen yrityksistä pommittaa sitä Neuvostoliiton kautta. Lentotukialuksilta nousevat pommikoneet olivat puolestaan paljon maalta nousevia pienempiä ja pommilastiltaan kevyempiä. Ratkaisu olisi pitkänmatkan pommittajat, jotka voisivat nousta jo kaukaa ja pommittaa Japanin sotateollisuuden ydintä, ”pedon sydäntä”<sup>462</sup>. Koneet voisivat nousta ilmaan jo Yhdysvalloista, ”Amerikan mahtavan teollisuuden sydäimestä”<sup>463</sup>, mikä olisi samalla todella käytännöllistä. Tämän myötä animaatio siirtyy esittelemään Yhdysvaltojen suuria, ”lentäviä linnoituksia”, valtavia pommikoneita, joissa on konekivääritornit joka suuntaan ja jotka pystyvät kantamaan valtavia pommilasteja. Seversky luennoi, miten nämä isot koneet ampuvat vihollisen taivaalta, ennen kuin tällä on edes mahdollisuutta käyttää aseitaan. Ne myös tuhoavat vihollisen joukot maan päältä. Seversky toteaa vihollisen sotateollisuuden ja infrastruktuurin olevan erityisen altis näiden koneiden pommituksille. Lopuksi pommikoneiden pudottaessa animaatioissa pommejaan esitellään vielä erityyppisten pommien kuten panssarin läpäisevien pommien sekä maanjäristyksiä aiheuttavien pommien ominaisuuksia ja käyttömahdollisuuksia.<sup>464</sup>

Filmin lopuksi Seversky kertoo lopulliset johtopäätelmänsä. Kenelläkään maailmassa ei ollut tuohon aikaan monopolia ilmavoimissa ja niinpä pommittajat pääsisivät aina läpi. Kysymys kuuluu: kuka hyökkää ensin? Yhdysvallat pitelee vastausta käsissään maantieteellisen asemansa kautta, jonka myötä sillä olisi mahdollisuus pommittaa kaukaa omalta maaltaan käsin. Viholliselta tämä ei puolestaan onnistuisi. Seversky toteaa, että pelkkä koneiden rakentaminen ei kuitenkaan riitä vaan

---

<sup>460</sup> Yhdysvaltojen ilmavoimat jaettiin omaksi aselajikseen vasta 18. syyskuuta 1947.

<sup>461</sup> WDOTFL 2004, *Victory Through Air Power*, 1943.

<sup>462</sup> Engl. *heart of the beast*

<sup>463</sup> Engl. *great industrial heart of America*.

<sup>464</sup> WDOTFL 2004, *Victory Through Air Power*, 1943.

ilmavoimat tulisi yhdistää yhdeksi aselajiksi, jonka avulla sota olisi mahdollista voittaa. Ilmavoimien ei tulisi olla liian sidottuna maavoimiin. Animaation loppu esittää Severskyn ehdotuksen lopputuloksen. Vihollisen tuotantolaitokset ja sotakoneet pommitetaan maan tasalle, ja Yhdysvaltojen symbolina toimiva kotka hyökkää Japania kuvastavan mustekalan kimppuun (Liite 24). Lopuksi Japanin lonkerot katoavat Tyyneltämereltä kotkan laskeutuessa lipputangon nupiksi salkoon, jossa liehuu Yhdysvaltojen tähtilippu. Filmi loppuu lauseeseen: ”Victory through air power!”<sup>465</sup>

*Victory Through Air Power* on erinomainen esimerkki Lasswellin propagandan teorian voiton illuusiosta. Vaikka se perustuu Severskyn omaan samannimiseen teokseen, on se tutkimukseni kannalta äärimmäisen relevantti propagandan useita eri teoreettisia tasoja sisältävä esitys. Ja vaikka filmissä esitellään yleisölle jo ensimmäisestä maailmansodasta käytössä ollut sotateknologia, ilmavoimat, näytetään se aikaansa nähden täysin uudessa valossa. Stereotypia lentokoneista ja niiden sotilaskäytöstä esitetään näin uudessa tilanteessa<sup>466</sup>. Severskyn ajatus omalta maalta käsin tehtävistä raskaista pitkän matkan pommituksista olisi avain voittoon, toisin sanoen lupaus voitosta<sup>467</sup>. Seversky ruokkii voiton illuusiota ”uudella keksinnöllä”, jota Yhdysvallat pystyisi halutessaan käyttämään<sup>468</sup>. Severskyn tarkan määritelmän mukaan nämä voiton avaimet ovat valtavat pommikoneet, niiden tulivoima niin aseiden kuin pommien osalta sekä pommien erilaiset ominaisuudet, joilla saadaan suojaisatkin tuotantolaitokset ja infrastruktuurin osat tuhottua. Filmin *äännet*, jotka kuuluvat ennen kaikkea Severskylle mutta myös hänen ajatuksiaan täysin tukevalle Walt Disneylle, lupaavat yleisölle näillä keinoin voiton sodassa<sup>469</sup>.

Filmi nostaa esiin ristiriidan, jossa Yhdysvaltojen ilmavoimat ovat alisteisia armeijan maavoimille eikä oma aselajinsa, kuten esimerkiksi Saksan ilmavoimia Luftwaffeaa vastaan voitokkaasti sotineilla briteillä oli. Ongelma on yksinkertainen. Laivasto- ja maavoimajohtoinen sota voi johtaa voittoon mutta suurin tappioon. Vihollisen sukellusveneet ovat alituinen vaara laivastolle, ja maajoukkojohtoinen rintamasota surmasi sotilaita valtavasti. Tämä varsin musta-valkoinen ongelma on jaettu

---

<sup>465</sup> WDOTFL 2004, *Victory Through Air Power*, 1943.

<sup>466</sup> Ellul 1973, 165.

<sup>467</sup> Lasswell 1971, 111.

<sup>468</sup> Lasswell 1971, 111.

<sup>469</sup> Salmi 1993, 135.

näin niin positiiviseen kuin negatiiviseen osaan<sup>470</sup>. Ilmavoimien muodostaminen omaksi aselajikseen sekä valtaviin pitkänmatkan pommitusten aloittaminen vihollisen sotateollisuutta ja infrastruktuuria vastaan johtaisivat sodan voittoon ilman edellä mainittuja suuria tappioita. Tällä keinoin pääasialliselle yleisölle, Yhdysvaltojen hallitukselle, vakuutetaan idea ja mielipide asiasta valmiiksi pureskeltuna asenteena<sup>471</sup>.

Filmi määrittelee vihollisen todella tarkasti. Yleiselle mielipiteelle tehdään erittäin selväksi, kuinka Euroopan rintamalinjan toiselta puolelta löytyy Adolf Hitlerin johtama paha, kärrynpyörämäinen kaikkialle Eurooppaan ulottuva natsi-Saksa, ja Tyynenmeren rintamalinjan toiselta puolelta puolestaan mustekalamainen lonkeroillaan Tyynenmeren aluetta hallitseva Japani. Vihollinen nimetään maantieteellisesti myös havainnollistavilla karttakuvilla edellä mainittujen symbolien tukemana. Yleisölle ei jää epäselväksi, kuka Yhdysvaltojen vihollinen on ja keneen sen tulisi vihansa kohdistaa.<sup>472</sup>

Maantieteellisesti esitetään myös Yhdysvaltojen asema vihollisiin nähden ja todetaan sen olevan täydellinen Severson ehdottamiin omalta maalta käsin tehtäviin pitkän matkan pommituksiin. Pommitusten kautta saavutettava voitto sodassa on yhteisön voitto kaikista vihollisen sille aiheuttamista vaikeuksista. Voitto on hyvän voitto pahasta vihollisesta, joka on uhka paitsi yhdysvaltalaisille sotilaille ja heidän tekemilleen sotapommituksilleen niin rintamalla kuin liittoutuneiden auttamisessa myös uhka Yhdysvaltojen ”demokratian arsenaalin” kansallisille arvoille.<sup>473</sup> Yleisölle tehdään selväksi, että nimenomaan Yhdysvallat on se demokratian kehto, jota tulee varjella. Vastakohtana tälle etenkin natsi-Saksa henkilöidään sen diktaattoriin, Adolf Hitleriin. Yleisölle luodaan näin myös hermopainetta pahan vihollisen aiheuttamista kärsimyksistä oman valtion kansalaisille<sup>474</sup>. Sodankäynnistä annetaan kuva puolustustaisteluna verenhimoista, hyökkäävää vihollista kohtaan<sup>475</sup>.

Myös tämä filmi käyttää propagandassaan erilaista symboliikkaa. Edellä mainitut natsi-Saksan Euroopan kartan peittävä punainen, uhkaava kärrynpyörä ja Japania kuvaava mustekala Tyynenmeren alueen peittävine lonkeroineen pyrkivät vaikuttamaan yleisön emotionaaliseen rakenteeseen ja herättämään tässä vihollisen

---

<sup>470</sup> Ellul 1973, 205–206.

<sup>471</sup> Ellul 1973, 161, 163.

<sup>472</sup> Lasswell 1971, 47.

<sup>473</sup> Lasswell 1971, 54, 59.

<sup>474</sup> Lasswell 1971, 82.

<sup>475</sup> Lasswell 1971, 77.

vastainen mielipide<sup>476</sup>. Yhdysvaltoja kuvastava kotka, joka karkotettuaan Japanin lonkerot Tyyneltämereltä istahtaa Yhdysvaltojen lippua kannattelevan lipputangon nokkaan, on päinvastaisesti isänmaallisuuden vastakaikua herättelevä symboli<sup>477</sup>. Se vahvistaa yhdessä Yhdysvaltojen lipun kanssa yleisön sisäistä mielipidettä isänmaallisuuden puolesta ja luo samalla hyvänolontunnetta, kun sota tulee päättymään voitokkaasti<sup>478</sup>. Yhdistettynä edellä mainittuun Severskyn sotateknologiseen keksintöön luodaan näin samalla yleisöön myös taistelun henkeä, kun näin nähdään mahdollisuus voittaa taistelu eli sota pahaa vihollista vastaan<sup>479</sup>.

Symbolien ohella filmi käyttää propagandan keinoinaan myös iskulauseita. Näitä ovat Yhdysvaltojen puolesta ”demokratian arsenaali”, ”Amerikan mahtavan teollisuuden sydän” ja etenkin koko filmin otsikko ”voitto ilmavoimien avulla<sup>480</sup>”. Yhdysvalloista luodaan näiden helposti mielessä pidettävien yksinkertaisten iskulauseiden avulla jälleen se hyvä, joka taistelee pahaa vastaan<sup>481</sup>. Filmin otsikko puolestaan toimii koko filmin tarkoituksen ja Severskyn sekä Disneyn *äänien* perimmäisenä tiivistyksenä ja tavoitteena: voittaa sota ilmavoimien avulla<sup>482</sup>. Severskyn esittämien pitkänmatkan pommitusten ensisijaista kohdetta, Japanin pääsaarten sotateollisuudelle elintärkeitä tuotantolaitoksia ja siihen liittyvää infrastruktuuria puolestaan kuvataan ”pedon sydämenä”. Japanista tehdään paha peto, suuri mustekala valtavine lonkeroineen, jonka sydän tulee pysäyttää, jotta sota voidaan voittaa. Näin Japanista tuotetaan yleisölle sellainen stereotyyppinen kuva iskulauseen ja mustekalan avulla, jota sillä ei vielä ennen sodan alkamista ollut<sup>483</sup>.

Lopuksi filmi tarjoaa yleisölle myös todenmukaisuutta. Filmin perustuminen ensinnäkin edellisenä vuonna julkaistuun samannimiseen, myyntimenestykseksi nousseeksi kirjaan, antaa jo omalta osaltaan vaikutuksen läheisestä ja ajankohtaisesta aiheesta. Toiseksi Severskyn itsensä esiintyminen filmillä tuo asian entistä

---

<sup>476</sup> Ellul 1973, 161, 163.

<sup>477</sup> Ellul 1973, 163.

<sup>478</sup> Ellul 1973, 203.

<sup>479</sup> Lasswell 1971, 102.

<sup>480</sup> Engl. *victory through air power*.

<sup>481</sup> Lasswell 1971, 54; Ellul 1973, 165.

<sup>482</sup> Salmi 1993, 135.

<sup>483</sup> Ellul 1973, 165.

todennukaisemmaksi ja lähemmäksi yleisöä. Filmillä viestitetään näin olevan sama painoarvo kuin itse teoksella.<sup>484</sup>

## 5. SOTAPROPAGANDA WALT DISNEY PRODUCTIONS - YHTIÖN ANIMAATIOFILMEISSÄ VUOSINA 1941–1946

Lähdemateriaalini toimiva dvd *Walt Disney On The Front Lines – The War Years* on erinomainen esimerkki filmimateriaalin mahdollisuuksista historiantutkimuksen lähteenä. Näiden Disneyn animaatioiden sotapropaganda on mielenkiintoinen näkökulma tutkia toista maailmansotaa. Siitä ilmenevät paitsi tietysti tutkimani propagandan teoreettiset tasot ja mitä tämän propagandan avulla yritettiin yleisölle viestittää myös taustaa propagandaa tuottaneiden tahojen toimista sekä propagandaa vastaanottaneiden tahojen tilasta toisen maailmansodan aikana. Näitä instituutioita ovat esimerkiksi Yhdysvaltojen ja Kanadan hallitukset, CIAA, NFB, Walt Disney Productions sekä pääasiallisena yleisönä toimineet yhdysvaltalaiset, kanadalaiset ja eteläamerikkalaiset. Animaatioissa kuuluvat selkeästi niiden tuotantoon vaikuttaneiden instituutioiden *äännet*. NFB, CIAA ja Yhdysvaltojen valtionvarain- ja maatalousministeriöt ovat muun muassa näitä *ääniä*, jotka rahoittajan ominaisuudessa voimakkaimmin animaatioissa kuuluvat. Disneyn *ääni* kuuluu näiden rinnalla etenkin niiden animaatioiden osalta, joita tähdittävät Disneyn jo tuohon aikaan erittäin tunnetut animaatiohahmot.

Lähdemateriaalini animaatiot toimivat myös erinomaisina esimerkkeinä Hollywoodin toisen maailmansodan aikaisesta sotapropagandaa sisältävien filmien tuotannosta. Animaatioiden sotapropaganda noudattaa useita käyttämäni tutkimuskirjallisuuden antamia propagandan teoreettisia tasoja. Monet lähdemateriaaliini kuuluvat animaatiot ja filmit eivät sisällä ainoastaan yhteen kategoriaan kuuluvaa propagandaa, vaan niissä sekoittuvat useat eri propagandan teoreettiset tasot, vaikka olenkin pyrkinyt jaottelemaan tarkastelemani animaatiot tiettyjen propagandan aihepiirien mukaisesti.

---

<sup>484</sup> Ellul 1973, 164.

Näiden eri propagandan tasojen välityksellä animaatiot pyrkivät välittämään yleisölle propagandaviestinsä. Osa propagandasta on suoraa, joka kehottaa yleisöä ulkoiseen ja aktiiviseen toimintaan propagandistin suosittelemalla tavalla. Nämä animaatiot ovat selkeä osoitus niiden tärkeydestä ja kiireellisyydestä sotaponnisteluille. Viesti tuli saada yleisölle nopeasti perille, jotta sotaponnisteluihin vahvasti nojaava sotateollisuus pystyi toimimaan häiriöttä. Tärkeitä suoraan toimintaan tähtääviä teemoja ovat erityisesti sotaobligaatioiden markkinoiminen, tuloverojen maksaminen ja erilaiset keräykset ja säännöstelyt kuten keittiörasvan talteen ottaminen sekä kumi- ja polttoainepulasta johtuva säännöstely. Animaatio *The New Spirit* on erinomainen esimerkki siitä, miten miljoonat yhdysvaltalaiset näkivät animaation sekä miten moniin se gallupin mukaan vaikutti. Myös suuri osa Disneyn yhdessä CIAA:n kanssa tuottamista animaatioista tähtäsi suoriin ulkoisiin toimiin. Yhdysvallat halusi pitää eteläamerikkalaiset raaka-ainetuottajat työkykyisinä, ja siksi näillä animaatioilla pyrittiin valistamaan ja vaikuttamaan etenkin ihmisten terveyteen. Ohjeet käymälöiden rakentamiseksi, hygienian ylläpitämiseksi, malarian torjumiseksi ja rokotteiden ottamiseksi ovat selkeää propagandaa ulkoisen toiminnan saavuttamiseksi.

Ulkoiseen toimintaan tähtävään propagandan lisäksi animaatiot sisältävät hyvin paljon yleisön sisäisiin asenteisiin ja mielipiteisiin vaikuttamaan pyrkivää propagandaa. Yleisön asenteita pyritään muokkaamaan isänmaallisiksi ja valmiiksi uhrauksiin. Animaatioissa vedotaan yleisön haluun auttaa omaa valtiota sen kamppailussa pahaa vihollista vastaan, joka on uhka etenkin yhdysvaltalaisille ja kanadalaisille arvoille kuten demokratialle, vapaudelle ja rauhalle. Rauhaa pidetään yhteiskunnan normaalina tilana, ei sotaa. Näitä hyviä aikoja odotetaan etenkin animaatiossa *Donald's Decision*. Animaatioiden sisältämä propaganda myös tekee selvän eron omien ja vihollisen joukkojen välille. Vihollinen nimetään täsmällisesti joko Saksaksi tai Japaniksi (Italiaa ei mainita nimeltä, vaikka Mussolinin kasvot muutamissa animaatioissa vilahtavatkin). Näin yleisölle tehdään selväksi rintamalinja ja sen myötä se, ketä vastaan sotaa käydään. Vihollisesta luodaan paha ja murhanhimoinen hyökkääjä, jonka ideologia on täysin absurdia verrattuna omaan demokratiaan ja vapautteen perustuvaan yhteiskuntaan. Esittelemällä vihollisen tekemiä kauheuksia yleisölle pyritään tuottamaan hermopainetta, jonka seurauksena mielipide vihollisen pahuudesta ja julmuudesta menisi vielä paremmin perille.



Disneyn yhdessä CIAA:n kanssa tuottamissa animaatioissa pyritään ulkoisten terveydellisten ja maataloudellisten tavoitteiden lisäksi parantamaan Pohjois- ja Etelä-Amerikan valtioiden yhteistyötä ja kumppanuutta. Sodan lopputulos kun määritty useasti puolueettomien asennoitumisesta sotaan ja on tärkeää kontrolloida näiden valtioiden mielipiteitä, jotta omista tavoitteista tulee heidänkin tavoitteitaan. Animaatiot rohkaisevat eteläamerikkalaisia tällaisilla epäsuoran propagandan keinoilla, joiden avulla puolueettomat Etelä-Amerikan valtiot vedetään mukaan sotaan sotaa käyvän valtion – tässä tapauksessa Yhdysvaltojen – kanssa, vaikka kyseiset valtiot eivät varsinaiseen sotimiseen ottaneetkaan osaa. Etelä-Amerikan valtioiden raaka-ainetuotanto oli tärkeää Yhdysvalloille, minkä vuoksi oli ensiarvoisen tärkeää luoda hyvät suhteet Etelä-Amerikan valtioihin, etenkin kun myös natsi-Saksa tavoitteli näiden valtioiden kumppanuutta esittämällä niin ikään propagandafilmejä.

Animaatiot pyrkivät lisäämään myös kansakuntien taisteluhenkä esittämällä lupauksia voitosta. Animaatioissa esitellään esimerkiksi sellaisia sotateknologisia keksintöjä kuten panssarintorjuntakivääri, laskuvarjojoukot ja ilmavoimat, jonka osalta etenkin pitkän matkan raskaat pommikoneet. Yhdysvaltalaiset maanviljelijät esitetään ahkerina ja uhrautuvaisina työntekijöinä, joiden kovan työpanoksen ansiosta Yhdysvallat pystyy toimittamaan sodasta kärsiville liittolaisilleen ruokatarvikkeita ja tämän johdosta ottamaan yliotteen vihollisesta. Tämän lisäksi erilaiset edellä mainitut sotaponnistelujen muodot (sotaobligaatiot, tuloverot, keittiörasvat jne.) luovat yleisöön illuusiota tulevaisuudessa hämmäyttävästä voitosta sodassa. Tällä keinoin yleisö saadaan tuntemaan itsensä tarpeelliseksi ja tärkeäksi tehdä jotain, jonka avulla sota voidaan voittaa. Yleisölle annetaan selkeä viesti palkinnosta, joka seuraa, mikäli nämä halutut ulkoiset toimet toteutuvat. Yleisölle tehdään selväksi omien ja vihollisen joukkojen voimasuhteet ja osoitetaan etenkin omien voimien vahvuus. Esimerkiksi animaatiot *Victory Through Air Power* sekä *Food Will Win The War* osoittavat selkeästi omien joukkojen ylivoimaisuuden taistelussa vihollista vastaan. Taisteluhenkä luodaan myös esittelemällä erityisesti Disneyn yksi kuuluisimmista animaatiohahmoista armeijan palveluksessa. Aku Ankka osoittaa esimerkillään, kuinka kuka tahansa pystyy astumaan palvelukseen ja kuinka hänen kaltaisensa fyysisesti heikko hahmo löytää itsestään kuitenkin voimia uhrautua ja taistella maansa puolesta.

Näiden lisäksi lähdemateriaalini animaatiot antavat yleisölle selkeitä ohjeita, kuinka toimia sota-ajan vaativissa olosuhteissa. Animaatiot *Reason And Emotion* ja *Chicken Little* ottavat vahvasti kantaa erilaisten huhupuheiden uskomiseen ja niiden levittämiseen. Näillä keinoilla pyrittiin välttämään paniikinlietsontaa sekä mahdollisen vihollisen propagandan leviämistä, jota oli pyritty torjumaan jo 1930-luvulta lähtien niin Yhdysvaltojen hallituksen kuin yksityisten yhdysvaltalaisten instituutioiden toimesta.

Kaiken kaikkiaan animaatioiden propaganda on propagandan teorian mukaisesti hyvin yksinkertaista. Ongelmista on tehty yksinkertaisia ja niihin on olemassa yksinkertaiset ratkaisut. Propaganda julistaa musta-valkoisen totuuden, johon katsoja joko uskoo tai ei. Asennoitumiselle annetaan aiheesta riippuen joko positiivinen tai negatiivinen vaihtoehto. Positiivinen, hyvänolontunnetta luova vaihtoehto nousee esiin tietysti kaikissa isänmaallisuutta, uhrautuvuutta ja voiton illuusiota nostattavissa animaatioissa. Viholliskuvaa muokkaavat, erityisesti hermopaineen myötä tuohtumukseen pyrkivät animaatiot puolestaan vetoavat yleisön negatiivisten mielipiteiden muodostumiseen vihollista kohtaan. Näin propagandalla luodaan asenteita, ei ainoastaan käytetä niitä.

Yksinkertaisuutta korostavat lähes kaikkien animaatioiden käyttämät iskulauseet. Niiden avulla yleisöön juurrutetaan yksinkertaiset ja sen myötä helposti mielessä pysyvät iskulauseet propagandistin tavoitteen puolesta. Monissa animaatioissa iskulauseet on puettu laulun muotoon. Musiikkihan oli yksi propagandan levitysväylistä toisen maailmansodan aikana, joten sitä käytettiin myös Disneyn sotapropaganda-animaatioissa. Iskulauseiden lisäksi animaatiot ovat täynnä erilaisia symboleja kuten valtioiden lippuja, tunnuksia ja logoja. Viholliskuvaa luodaan jälleen esittämällä vihollisen lentokoneet, sotalaivat ja sukellusveneet useasti julman näköisinä sotakoneina omien sotakoneiden ollessa puolestaan neutraalin todenmukaisia. Vihollisen sotakoneet kuvataan kuin rikoksina ihmisyyttä vastaan, kun taas omat vastaavat sotakoneet ovat lupauksia voitosta. Yleisölle tehdään kärjistetyksi selväksi niin sankarien kuin konnien kategoriat, ja tällä keinoin asiasta tulee helpommin tajuttava.

Disneyn animaatiohahmot ovat täydellisiä sotapropagandan mannekiineja. Ne olivat toiseen maailmansotaan mennessä vakiinnuttaneet asemansa yksinä suosituimmista animaatiohahmoista maailmassa. Niinpä propagandan teorian mukaisesti yleisön oli helppo samaistua niin Aku Ankkaan, Plutoon, kolmeen pieneen

porsaaseen, seitsemään kääpiöön, Mikki ja Minni Hiireen, Hessu Hopoon sekä Tupuun, Hupuun ja Lupuun. Nämä animaatiohahmot olivat kuin ketkä tahansa elokuvatähdet tai urheilijat. Ja vaikka ne olivat piirrettyjä, niiden avulla propagandaa välittävät instituutiot näkivät ne sankareina, joiden intresseistä pystyi tulemaan myös yleisön intressejä. Ne antavat animaatioissa konkreettisen hahmon ja muodon Disneyn *äänelle* ja tämän myötä myös animaation tilanteen instituution *äänelle*.

Iskulauseilla, lauluilla, symboleilla ja Disneyn tunnetuilla animaatiohahmoilla herätettiin yleisössä myös vanhoja stereotyyppioita uusissa tilanteissa. Kolme pientä porsasta joutuivat jälleen Ison pahan – tässä tapauksessa natsiunivormuun pukeutuneen – suden hyökkäyksen kohteeksi. Tällä kertaa Veli Pontevan tiilitalo oli rakennettu sotaobligaatiotilistä. Niin porsaiden kuin seitsemän kääpiön laulamat, uudelleen sanoitetut, tutut vanhat laulut toimivat näin vanhoina stereotyyppioina uudessa tilanteessa, vakavan asian puolestapuhujina. Näin yleisöön pyrittiin siirtämään propagandistin haluamia arvolatautuneita asenteita.

Animaatiot käyttävät propagandan keinonaan myös todenmukaisuutta ja läheisyyttä siitä huolimatta, että ne ovat pääosin piirrettyjä animaatioita. Animaatioissa kuitenkin esiintyy paljon sellaisia kuvia ja mielikuvia, jotka yleisö pystyi jäsentämään omaan todellisuuteensa ja lähelle omaa elämäänsä. Tällaisia todenmukaisuutta ja läheisyyttä luovia kuvia ja mielikuvia ovat muun muassa Kanadan parlamenttirakennus, keittiörasvojen keräyspisteet, radiosta kuuluvat puheet, palkkapäivä, Vapaudenpatsas, katujen julisteet sotaobligaatioiden ostamiseksi tai armeijaan värväytymiseksi sekä muutaman filmin elävää kuvaa käyttävät otokset. Erityisenä mainittakoon filmin *Victory Through Air Power* elävää kuvaa sisältävät otokset Alexander Prokofieff de Severskystä, joka oli siis myös kirjoittanut teoksen, jolle filmi perustuu.

Loppujen lopuksi on helppo todeta, että tutkimusta on ollut äärimmäisen mielenkiintoista tehdä. Henkilökohtaisesti jo aivan pienestä lapsesta saakka sydämeni valloittaneet Disneyn animaatio- ja piirroshahmot saavat nyt luvan toimia pro gradu - tutkimukseni tähtinä. Ja vaikka animaatiot pyrkivät toimittamaan yleisöilleen tärkeää ja vakavaa viestiä, ovat niiden vitsit ja huumori edelleen sellaista, että kyseisiä animaatioita voi jatkossakin katsoa puhtaasti viihteenä. Jatkotutkimuksen kannalta voisi ajatella olevan mielenkiintoista liittää vertailukohdaksi esimerkiksi Warner Bros - elokuvayhtiön sotapropagandaa sisältävät animaatiot, joiden päätähtenä toimi kaikkien

tuntema Väiski Vemmelsääri. Animaatioita ja sarjakuvia voisi tietysti myös tutkia liitettyinä muihin yhteiskunnallisiin tilanteisiin kuin toiseen maailmansotaan ja sotapropagandaan.

# LÄHTEET

## I ALKUPERÄISLÄHTEET

### *1. ELOKUVAT*

**Walt Disney On The Front Lines – The War Years (WDOTFL) (2004), The Walt Disney Company, Distributed by Buena Vista Home Entertainment. Burbank, California, USA.**

#### **DVD 1:**

**The Thrifty Pig** (1941), kesto 4 min 12 s

Produced by Walt Disney Productions, National Film Board of Canada.

**Seven Wise Dwarfs** (1941), kesto 3 min 48 s

Produced by Walt Disney Productions, National Film Board of Canada.

**Donald Gets Drafted** (1942), kesto 8 min 55 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**The Army Mascot** (1942), kesto 7 min 15 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by Buena Vista Distribution Co., Inc.

**The Vanishing Private** (1942), kesto 7 min 28 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Sky Trooper** (1942), kesto 7 min 15 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by Buena Vista Distribution Co., Inc.

**Donald's Decicion** (1942), kesto 3 min 36 s

Produced by Walt Disney Productions, National Film Board of Canada.

**All Together** (1942), kesto 3 min

Produced by Walt Disney Productions, National Film Board of Canada.

**The New Spirit** (1942), kesto 7 min 24 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed and exhibited under the auspices of the War Activities Committee, Motion Picture Industry.

**Der Fuehrer's Face** (1942), kesto 8 min 2 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Food Will Win The War** (1942), kesto 5 min 42 s

Produced by Walt Disney Productions with supervision by Agricultural Marketing Administration, U. S. Department of Agriculture.

**Out Of The Frying Pan And Into The Firing Line** (1942), kesto 3 min 20 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed & Exhibited under auspices of War Activities Committee Motion Picture Industry.

**Private Pluto** (1943), kesto 6 min 49 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by Buena Vista Distribution Co., Inc.

**Fall Out – Fall In** (1943), kesto 7 min 24 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**The Old Army Game** (1943), kesto 6 min 59 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by Buena Vista Distribution Co., Inc.

**Home Defence** (1943), kesto 7 min 48 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Victory Vehicles** (1943) , kesto 8 min 6 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Education For Death** (1943), kesto 10 min 14 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Reason And Emotion** (1943), kesto 7 min 54 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**The Spirit of '43** (1943), kesto 5 min 43 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed and exhibited under the auspices of the War Activities Committee, Motion Picture Industry.

**The Grain That Built A Hemisphere** (1943), kesto 10 min 37 s

Produced by Walt Disney Productions, Filmed under the auspices of The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.

**Defence Against Invasion** (1943), kesto 12 min 38 s

Produced by Walt Disney Productions, Filmed under the auspices of The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.

**Chicken Little** (1943), kesto 8 min 53 s

Produced by Walt Disney Productions, , Distributed by Buena Vista Distribution Co., Inc.

**The Winged Scourge** (1943), kesto 9 min 45 s

Produced by Walt Disney Productions, Filmed under the auspices of The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.

**How To Be A Sailor** (1944), kesto 7 min 9 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Commando Duck** (1944), kesto 6 min 54 s

Produced by Walt Disney Productions, Distributed by RKO Radio Pictures Inc.

**Cleanliness Brings Health** (1945), kesto 8 min 29 s

Produced for The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs by Walt Disney Productions.

**What Is Disease? / The Unseen Enemy** (1945), kesto 10 min 37 s

Produced for The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs by Walt Disney Productions.

**Planning For Good Eating** (1946), kesto 8 min 29 s

Produced for The Institute of the Coordinator of Inter-American Affairs by Walt Disney Productions.

## **DVD 2:**

**Four Methods Of Flush Riveting** (1942), kesto 9 min 32 s

A Walt Disney Industrial Training Film, Produced by Walt Disney Productions under the technical direction of The Lockheed Aircraft Copr., Burbank, California.

**Stop That Tank** (1942), kesto 21 min 35 s

Produced by Walt Disney Productions in co-operation with the Department of National Defence and the National Film Board of Canada.

**Victory Through Air Power** (1943), kesto 1 h 6 min 23 s

Produced by Walt Disney Productions, Released through United Artist.

## ***2. LEHDET***

**Life Magazine** 31.8.1942, Walt Disney Goes To War. (Google Books, viitattu 14.7.2010)

**Popular Science** 9/1942, Mickey Mouse and Donald Duck work for victory. (Google Books, viitattu 14.7.2010)

**Time** 9.2.1942, The New Pictures. (Viitattu 14.7.2010)



## II TUTKIMUSKIRJALLISUUS

**Culbert, David** (1990), *Film and Propaganda in America – A Documentary History – Volume II World War II Part I*. Greenwood Press, New York.

**Disney, Walt** (1945), Mickey as Professor. Source: *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 9, No. 2. Oxford University Press.

**Duis, Perry R.** (1996), *No Time For Privacy: World War II and Chicago's Families*. Teoksessa *The War in American Culture: Society and Consciousness During World War II*, edited by Erenberg, Lewis A. & Hirsch, Susan E. The University of Chicago Press, Chicago.

**Elder, R. Bruce** (1989), *Image and Identity: Reflections on Canadian Film and Culture*. Waterloo, Ontario, Canada.

**Ellis, Jack C. & McLane Betsy A.** (2005), *A New History of Documentary Film*. The Continuum International Publishing Group, New York.

**Ellul, Jacques** (1973), *Propaganda – The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books A Division of Random House, New York.

**Evans, Gary** (1984), *John Grierson and the National Film Board – The Politics of Wartime Propaganda*. University of Toronto Press, Toronto, Buffalo, London.

**Gabler, Neal** (2008), *Walt Disney: Amerikkalaisuuden ikoni*. WS Bookwell Oy, Juva.

**Jacobs, Lewis** (1967-68), World War II and the American film. Source: *Cinema Journal*, Vol. 7, pp. 1-21. University of Texas Press on behalf of the Society for Cinema & Media Studies.

**Jowett, Garth S., O'Donnell, Victoria** (1986), Propaganda and Persuasion. Sage Publications, Inc.

**Koppes, Clayton R. & Black, Gregory D.** (1977), What to Show the World: The Office of War Information and Hollywood, 1942-1945. Source: The Journal of American History, Vol. 64, No. 1, pp. 87-105. Organization of American Historians.

**Koppes, Clayton R. & Black, Gregory D.** (2006), Will this Picture Help to Win the War? Teoksessa Hollywood And War, The Film Reader. Edited by Slocum, J. David. Routledge, New York.

**Lasswell, Harold D.** (1971), Propaganda Technique in World War I. The M.I.T. Press; Cambridge, Massachusetts and London, England.

**Marwick, Arthur** (2001), The New Nature of History – Knowledge, Evidence, Language. Palgrave.

**Mulari, Heta & Piispa, Lauri** (2009), Elokuva historiassa, historia elokuvassa. Toimittaneet Mulari, Heta & Piispa, Lauri. Tampereen yliopistopaino, Tampere.

**Osgood, Kenneth** (2006), Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad. University Press of Kansas.

**Raiti, Gerard C.** (2007), The Disappearance of Disney Animated Propaganda: A Globalization Perspective.

**Salmi, Hannu** (1993), Elokuva ja historia. Painatuskeskus Oy, Helsinki.

**Salmi, Hannu** (1996), Kaupunkikuvan ongelma mykkäkauden suomalaisessa näytelmäelokuvassa. Teoksessa Kuva ja historia, toim. Soikkanen, Timo & Vares, Vesa. Painotalo Gillot Oy, Turku.

**Schatz, Thomas** (2006), World War II and the Hollywood "War Film". Teoksessa Hollywood And War, The Film Reader. Edited by Slocum, J. David. Routledge, New York.

**Shale, Richard** (1976), Donald Duck Joins Up: The Walt Disney Studio During World War II. UMI Research Press: Ann Arbor, Michigan.

**Sheppard, W. Anthony** (2001), An Exotic Enemy: Anti-Japanese Musical Propaganda in World War II Hollywood. Source: Journal of the American Musicological Society, Vol. 54, No. 2. University of California Press on behalf of the American Musicological Society.

**Short, K. R. M.** (1983), Preface. Teoksessa Film & Radio Propaganda in World War II. Edited by Short, K. R. M. London & Canberra.

**Simpson, Christopher** (1994), Science of Coercion: Communicatio Research and Psychological Warfare 1945-1960. Oxford University Press: New York.

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

**Sorlin, Pierre** (1980), The Film in History – Restaging the Past. Basil Blackwell: Oxford.

**Springer, Claudia** (1986), Military Propaganda: Defence Department Films from World War II and Vietnam. Source: Cultural Critique, No. 3, American Representantions of Vietnam. University of Minnesota Press.

**Vares, Vesa** (1996), Cavalcadesta torppaan – Poliitikka ja poliittiset arkkityypit suomalaisessa elokuvassa. Teoksessa Kuva ja historia, toim. Soikkanen, Timo & Vares, Vesa. Painotalo Gillot Oy, Turku.

**Vonderau, Patrick** (1999), *Film as History / History as Film*. Edited by Vonderau, Patrick. European University Institute, Florence, Italy; Humboldt-Universität zu Berlin. Florence and Berlin.

**Watts, Steven** (1995), *Walt Disney: Art and Politics in the American Century*. Source: *The Journal of American History*, Vol. 82, No. 1, pp. 84-110. Organization of American Historians.

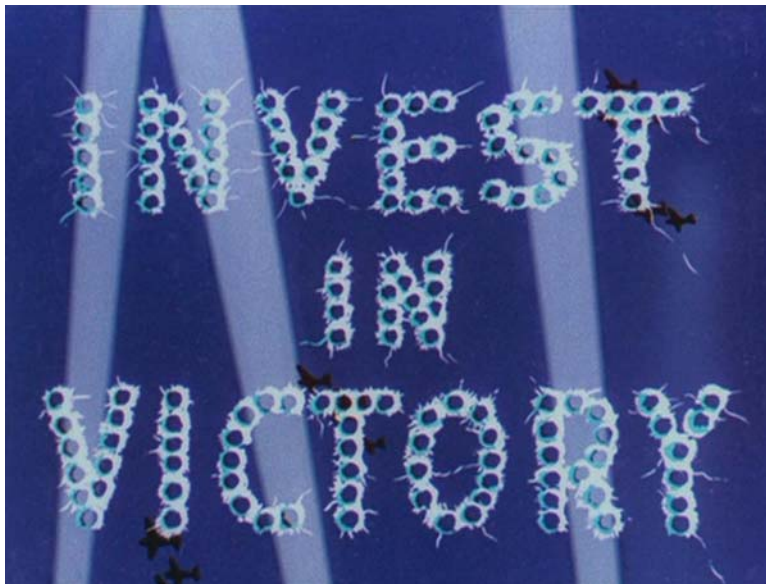
**Winkler, Allan M.** (1979), *The Politics Of Propaganda – The Office Of War Information 1942-1945*. Yale University Press, New Haven and London.

## LIITTEET

Liite 1: Disneyn NFB:lle tuottamien animaatioiden alkutekstit.



Liite 2: Animaation *The Thrifty Pig* iskulause sotaobligaatioiden markkinoimiseksi.



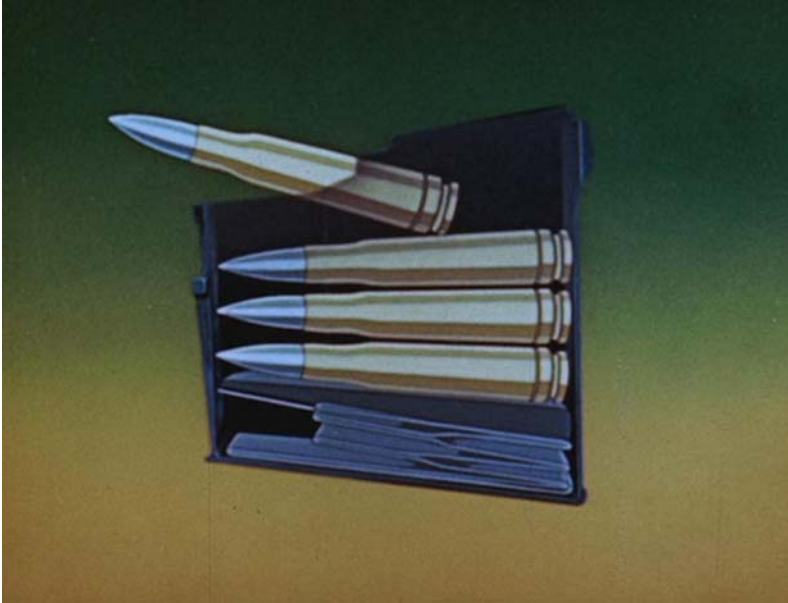
Liite 3. Animaatiossa *Seven Wise Dwarfs* Vilkas huomaa, että myös pankista voi ostaa sotaobligaatioita.



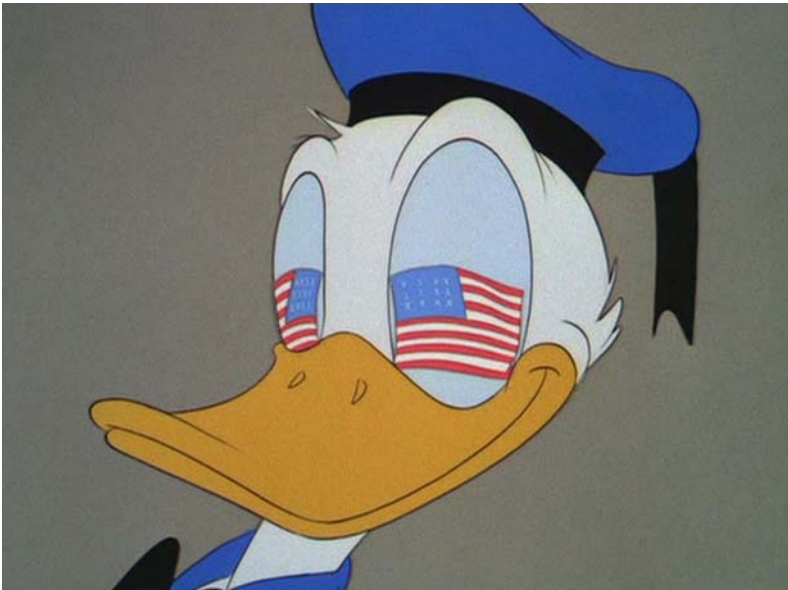
Liite 4. Hitlerin karikatyyri animaatiossa *Stop That Tank!*



Liite 5. Osoitus animaation opetusmahdollisuuksista animaatiossa *Stop That Tank!*



Liite 6. Aku kuuntelee isänmaallista laulua *Yankee Doodle Spirit* animaatiossa *The New Spirit*.



Liite 7. Animaatioiden *The New Spirit* ja *The Spirit of '43* loppukuva.



Liite 8. Animaation *Food Will Win The War* osoitus yhdysvaltalaisen ruoan riittävydestä rahdattavaksi sitä tarvitseville.





Liite 9. Pluto viemässä Minni Hiiren säästämiä keittiörasvoja viralliseen rasvankeräyspisteeseen animaatiossa *Out Of The Frying Pan And Into The Firing Line*.



Liite 10. Hitlerin aivopesemän natsin päänsisällä tunne pitää järkeä vankinaan animaatiossa *Reason And Emotion*.



Liite 11. Sotapönnistelujen vaatimia toimistoja katukuvassa animaatiossa *Victory Vehicles*.



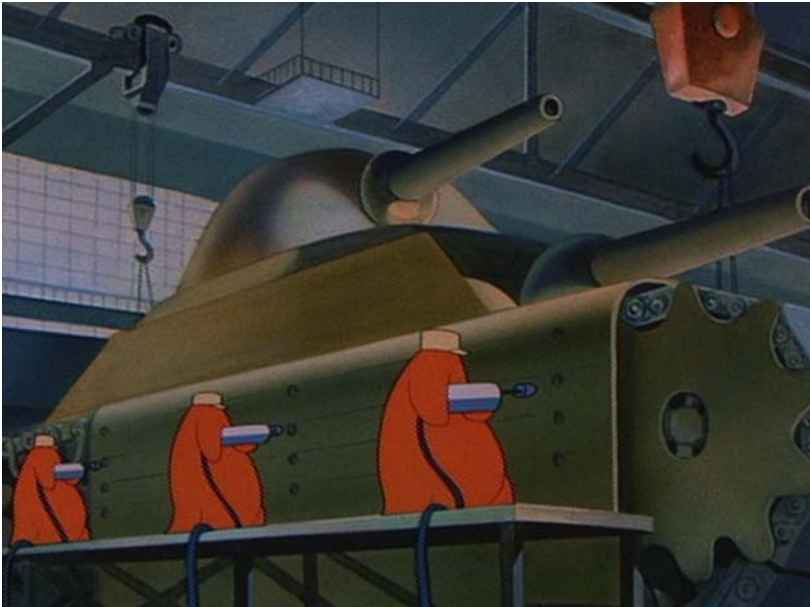
Liite 12. Disney'n yhdessä CIAA:n kanssa tuottamien animaatioiden alkutekstit.



Liite 13. Pohjois- ja Etelä-Amerikan yhtenäisyyttä kuvastava, mantereet kattava maissipello animaatiossa *The Grain That Built Hemisphere*.



Liite 14. Punasolut rakentamassa elimistön puolustusjärjestelmää animaatiossa *Defence Against Invasion*.



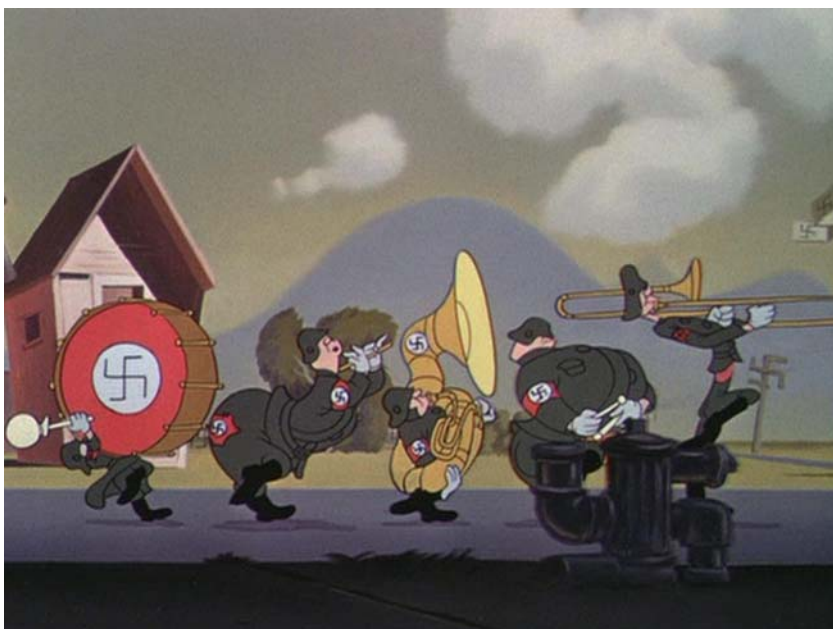
Liite 15. Onnellinen ja puhdas perhe sekä huolimaton ja onneton perhe animaatiossa *Cleanliness Brings Health*.



Liite 16. Animaation *Planning For Good Eating* osoitus kolmen eri ruokakunnan tuotteen tarpeellisuudesta ihmiselle.



Liite 17. Animaation *Der Fuehrer's Face* irvokas natsisoittokunta hakaristein koristellun natsimaan miljöössä.



Liite 18. Natsiarmeijan lopullinen kohtalo animaatiossa *Education For Death*.



Liite 19. Stereotyyppiset japanilaiset sotilaat kumartelemassa toisilleen piiloissaan animaatiossa *Commando Duck*.



Liite 20. Japanilaisen lentotukikohdasta muodostunut “hautausmaa” animaatiossa *Commando Duck*.



Liite 21. Aku Anka katselemassa värväysjulisteita matkallaan värväystoimistoon animaatiossa *Donald Gets Drafted*.



Liite 22. Aku Anka näyttämässä mallia kuinka urheasti hän jaksaa marssia vaikka se kävisi kuinka raskaaksi animaatiossa *Fall Out – Fall In*.



Liite 23. Karikatyyriset japanilaiset laivat tuhoutuvat, kun Hesse Hopo ammutaan torpedon sijasta niitä kohti animaatiossa *How To Be A Sailor*.



Liite 24. Yhdysvaltojen kotka iskee Japanin mustekalan kimppuun animaatiossa *Victory Through Air Power*.

