

Я. А. Левин ^a

<https://orcid.org/0000-0001-8805-8220>
✉ yaroslavlevin1992@mail.ru

С. О. Буранок ^b

<https://orcid.org/0000-0001-8307-9428>
✉ Witch-king-1@mail.ru

^a Самарский государственный технический университет
(Россия, Самара)

^b Самарский государственный социально-педагогический университет (Россия, Самара)

ОБРАЗ ВОЙНЫ В МУЛЬТФИЛЬМАХ США 1941–1945 гг.

Аннотация. Исследования пропаганды стран-союзников во Второй мировой войне в большинстве своем касаются либо печатной продукции, либо кинематографа, в то время как анимационные фильмы в этом плане исследованы значительно меньше. Данная статья посвящена малоизученному в отечественной историографии вопросу о репрезентации Второй мировой войны в американских мультфильмах 1941–1945 гг. Рассмотрены конкретные примеры и художественные особенности, а также подходы к использованию мультфильмов в качестве средства пропаганды. Сделаны выводы о важности анимации в развитии пропаганды, проанализированы образцы пропагандистских мультфильмов, выведена определенная типология постановки образов и расставления акцентов. Показаны трансформация анимации в угоду военным интересам и связь представителей индустрии с государством. Проанализировано, как государство взаимодействовало с аниматорами и студиями, а также как оно участвовало в создании агитационно-пропагандистских анимационных фильмов. В частности, рассмотрены история и деятельность «Первого кинематографического подразделения» и первые итоги его работы в начале войны. На конкретных примерах рассмотрено, как американская анимация видоизменялась исходя из новых потребностей и особенностей рынка, как существующие персонажи использовались в пропагандистских целях и создавались новые произведения, а также какие стереотипы о противниках Америки формировались в мультфильмах.

Ключевые слова: анимация, мультипликация, пропаганда, США, Вторая мировая война, Дональд Дак, Багз Банни

Благодарности. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-00099, <https://rscf.ru/project/22-28-00099>, «Война на экране: Голливуд и мифологизация Второй мировой войны в 1941–1945 гг.».

Для цитирования: Левин Я. А., Буранок С. О. Образ войны в мультфильмах США 1941–1945 гг. // Шаги/Steps. Т. 10. № 1. 2024. С. 324–340.

<https://doi.org/10.22394/2412-9410-2024-10-1-324-340>



Поступило в редакцию 13 марта 2023 г.; принято к печати 11 июня 2023 г.

Shagi / Steps. Vol. 10. No. 1. 2024
Articles

Ya. A. Levin ^a

<https://orcid.org/0000-0001-8805-8220>
✉ yaroslavlevin1992@mail.ru

S. O. Buranok ^b

<https://orcid.org/0000-0001-8307-9428>
✉ Witch-king-1@mail.ru

^a Samara State Technical University

^b Samara State University of Social Sciences and Education
(Russia, Samara)

THE IMAGE OF THE WAR IN AMERICAN CARTOONS, 1941–1945

Abstract. Studies of propaganda in Allied countries during World War II for the most part concern either printed matter or cinema, while animated films (cartoons) have been much less investigated in this regard. The present article is devoted to the representation and reflection of World War II in American cartoons in 1941–1945 — an unusual and little-studied issue in Russian historiography. Specific examples and artistic features, as well as approaches to the use of cartoons as a means of propaganda, are considered. Within the framework of the article, samples of propaganda cartoons were analyzed, a certain typology of setting images and placing accents was derived, and conclusions were drawn about the importance of animation in the development of propaganda. Specific examples show the transformation of animation to suit military interests and the connection of the largest (and not only) film industry representatives with the state. Also, within the framework of the article, it was analyzed how the state interacted with animators and studios, along with how it itself was involved in the creation of propaganda and animation films. In particular, the history and activities of the “First Motion Picture Unit” and the first results of its work at the beginning of the war were considered. The case studies showed how American animation was modified in response to new needs and characteristics of the market, how existing characters were used for propaganda purposes and new works were created, as well as what stereotypes about America’s opponents were formed in cartoons. The article is based on literature and sources on the topic.

Keywords: animation, animation, propaganda, USA, World War II, Donald Duck, Bugs Bunny

Acknowledgements. The study was carried with support from a grant from the Russian Science Foundation No. 22-28-00099, <https://rscf.ru/project/22-28-00099>, “Screen war: Hollywood and the mythologization of World War II in 1941–1945”.

To cite this article: Levin, Ya. A., & Buranok, S. O. (2024). The image of the war in American cartoons, 1941–1945. *Shagi / Steps*, 10(1), 324–340. (In Russian).

<https://doi.org/10.22394/2412-9410-2024-10-1-324-340>



Received March 13, 2023; accepted June 11, 2023

С вовлечением США во Вторую мировую войну перед американским обществом и государством, помимо естественных стратегических и тактических задач, встала также необходимость информационно-пропагандистского сопровождения [Лан 1947]. Развитие пропаганды в США во время войны рассмотрено в целом ряде зарубежных и отечественных работ [Ржешевский 2008; Суржик 2017; Koppes, Black 1990; Fyne 1997]. В данном исследовании мы попытаемся рассмотреть отражение Второй мировой войны в американских мультфильмах тех лет. Зарождение анимации в конце XIX — начале XX в. и ее бурное развитие в 1920–1930-е годы сделали ее важной частью поп-культурного ландшафта как в самой Америке, так постепенно и во всем мире [Кривуля 2012: 12; Vendazzi 2012: 45].

Неудивительно, что с началом войны анимационные студии включились в освещение происходящих на фронтах действий. Однако специфика производимой ими продукции, в те годы рассчитанной в подавляющем большинстве на детей, обусловила определенные особенности реализации пропагандистской составляющей и рефлексии мультипликаторов относительно происходящих событий. Как и остальная киноиндустрия, производство анимационных студий быстро сместилось в сторону военных тем, после того как США объявили войну Японии и Германии в декабре 1941 г. [Solomon 1994: 110]. Голливудские фильмы, кинохроника, мультфильмы и короткометражные работы способствовали достижению ряда следующих конкретных целей.

1. Уточнение и разъяснение причин участия американцев в войне (чаще всего эта цель реализовывалась через демонстрацию контраста демократии и фашизма).

2. Продвижение идей патриотизма и солидарности с американскими союзниками, в особенности с англичанами и французами.

3. Внедрение в сознание зрителей ненависти к врагу и неприемлемости идеологии изоляционизма.

4. Поощрение зрителей к осуществлению конкретных действий для помощи своей стране в условиях войны, таких как:

1) своевременная уплата налогов, например: «Новый дух» (*The New Spirit*, 1942, производство студии Disney), «Дух сорок третьего» (*Spirit of '43*, 1943, Disney);

2) покупка военных облигаций, например: «Любые облигации сегодня!» (*Any Bonds Today*, 1942, производство студии Warner Brothers, далее — WB), «Семь мудрых гномов» (*Seven Wise Dwarfs*, 1941, Disney);

3) сокращение и рационализация питания: «Точка порчи еды» (*Point Rationing of Foods*, 1943, WB);

4) переработка отходов, например: «Слабый репортер» (*Weakly Reporter*¹, 1944, WB);

5) выращивание овощей и фруктов для нужд армии в специальных «садах победы», например: «Сад победы медвежонка Барни» (*Barney Bear's Victory Garden*, 1942, производство компании Metro-Goldwyn-Mayer, далее — MGM);

6) поиск шпионов, бдительность, избегание сплетен и дезинформации, например: «Шпионы» (*Spies*, 1943, WB) и «Слухи» (*Rumors*, 1942, WB);

7) поддержка первых проектов мироустройства для мирного времени, инициированных еще в 1940 г., например: «Призывник Даффи» (*Draftee Daffy*, 1945, WB) и «Конь-призывник» (*Draft Horse*, 1942, WB) [Solomon 1994: 119].

В то время как мужчины были на фронтах, женщины взяли на себя традиционные мужские специальности, от таксистов до заводских рабочих. Во множестве мультфильмов эти социальные изменения не только признавались, но и использовались в качестве основы для комедийных сюжетов и гэгов. В качестве примера можно привести мультфильм аниматора Текса Эйвери «Золушка дополнительной смены» (*Swing Shift Cinderella*, 1945, MGM), жанр которого был обозначен в духе времени как «модернизированная сказка». История заканчивалась тем, что Золушка торопится на автобус, чтобы успеть на очередную смену на заводе Lockweed. В названии читается достаточно прозрачная отсылка к заводам компании Lockheed Corporation (ныне — Lockheed Martin Corporation). Внешность Золушки, ее одежда и манеры поведения напоминают образы очень популярной в то время актрисы Бетт Дэвис, исполнявшей в кино роли обычных (часто избалованных) женщин, которые под влиянием обстоятельств вынуждены пойти работать на завод, стать медсестрами или иным образом помогать своей стране и в результате меняются в лучшую сторону внутренне и внешне [Молтин 2018: 240–263].

Помимо работы частных анимационных студий, государство и армия создают подразделения, специализирующиеся на ограниченном производстве собственных мультфильмов и перделке существующих в про-

¹ Игра слов: ср. англ. «еженедельный» (*weekly*) и «слабый» (*weak*).

пагандистских целях. Ярчайший пример — 18-я военно-воздушная база США, больше известная как «Первое кинематографическое подразделение» (First Motion Picture Unit, FMPU), созданное в 1942 г. под командованием Рудольфа Айсинга, которое располагалось в Калвер-Сити (штат Калифорния) и занималось изготовлением обучающих и пропагандистских фильмов и мультфильмов [Barrier 2003: 297]. В начале своей деятельности в силу ограниченности ресурсов приоритет в его работе был отдан использованию уже имевшихся у военно-воздушных сил на руках кино-, фото- и мультматериалов. Весь персонал FMPU составлял 125–150 человек, из которых в 1942 г. большая часть была профессиональными ретушерами и монтажерами. В 1941 г. в качестве эксперимента, от которого зависело создание FMPU, собранные Айсингом ретушеры, художники, фотографы и монтажеры подготовили мультфильм «Бережливый поросенок» (The Thrifty Pig, Disney). Даже беглый взгляд на этот мультфильм выдавал в нем хоть и наскоро сделанную, но все же удачную переделку классических «Трех поросят» (1933) от студии Disney [Canemaker 2001: 99]. В переделанной версии Волк-нацист пытается сдуть домик трех поросят, который они впоследствии восстанавливают благодаря облигациям военного займа. Оригинальный мультфильм был сокращен вдвое; он создавался в тесном контакте со студией Disney и первоначально планировался для проката только среди военнослужащих США в Канаде. Однако его успех оказался настолько ошеломительным, что он был показан сначала на всех военных базах Америки, затем направлен в действующие части и одновременно с этим выпущен уже в гражданский прокат. Благодаря этому мультфильму сборы оригинальных «Трех поросят» с учетом проката «военного ремейка» выросли с 37 000 долларов до 204 000 в сезоне 1942–1943 гг. По договоренности между государством и студией Disney 95% сверхприбыли за мультфильм направлялось студией в армию и флот [Solomon 1994: 119; Grant 1998: 127]. Помимо больших студий и собственно государственных проектов, целый ряд небольших коллективов аниматоров также выстраивал отношения с государством, создавая или обрабатывая пропагандистские мультфильмы. Самыми яркими лидерами данных коллективов является Мел Шоу, бывший аниматор Disney, и Хью Харман, бывший режиссер мультфильмов MGM.

В целом, анимацию военного времени можно разделить на два основных типа: 1) пропагандистские короткометражки и 2) анимационные фильмы, содержавшие случайные или неявные отсылки к военной теме. Солидную часть первой категории составляли мультфильмы Disney с серьезными пропагандистскими проектами, такими как «Образование для смерти: создание нациста» (Education for Death: The Making of a Nazi, реж. Клайд Джероними, 1943, Disney) — мультфильм, жанровая принадлежность которого была обозначена по канонам литературы как «роман-воспитание». Это история взросления молодого немецкого мальчика Фрица, все детство и юность которого проходят в атмосфере тотального влияния нацизма и идеологической индоктринации, которые закономерно приводят его к ста-

новлению частью немецкой военной машины и последующей гибели на фронте [Shull, Wilt 1987: 69]. Клайд Джероними в том же 1943 г. срежиссировал еще один заметный мультфильм из этой категории — «Цыпленок» (Chicken Little, Disney). В этом мультфильме лис по имени Фокси-Локси пытается проникнуть на ферму. После нескольких неудачных попыток ему в руки попадает книга Гитлера «Моя борьба» (запрещена на территории РФ). Прочитав ее, он вольно цитирует высказывание, которое приписывается диктатору Третьего Рейха: «Если вы лжете, не говорите маленькую ложь. Врите по-крупному!» После этого лис начинает всячески манипулировать главным героем — Цыпленком. Сначала внушает ему, что «небо падает», вызывая тем самым панику на ферме, а затем сеет в птичнике сомнение по поводу «лидера» всей фермы — петуха Кокки-Локки, который первым объяснил невозможность падения неба. Во время открытого спора с Цыпленком Кокки-Локки произносит: «Если небо падает, то почему оно не бьет меня по голове?» В этот момент заранее спрятавшийся Фокси-Локси стреляет из рогатки прямо в голову Кокки-Локки, после чего Цыпленок уводит всех зверей с фермы в «убежище» — пещеру, которая на самом деле является логовом Фокси-Локси. Закадровый голос рассказчика убеждает зрителя, что «эта история закончится хорошо», однако в конце зритель видит сцену с притворно скорбящим Фокси-Локси на кладбище, где захоронены все звери. Ломая «четвертую стену» (традиционное обозначение в театре «стены» между зрителем и сценой), Фокси-Локси издевательски обращается к рассказчику и зрителям, призывая не верить всему, что написано [Shull, Wilt 1987: 69–70].

Пропагандистский потенциал фильма, кроме упоминания книги лидера нацистской Германии, которую читает хитрый лис, подчеркивался в некоторых вариантах озвучки немецким акцентом Фокси-Локси и визуальной стилизацией кладбища с останками съеденных зверей как военного захоронения (наподобие Арлингтонского кладбища, где с почестями хоронят солдат США, героически погибших при выполнении воинского долга). Что интересно, студия Disney задумалась и о дальнейшей судьбе популярного мультфильма и после войны заменила книгу, которой пользуется лис Фокси, на фолиант с абстрактным названием «Психология». Кроме того, после 1945 г. в мультфильме использовалась только звуковая дорожка без немецкого акцента у Фокси-Локси, и лишь кадры с кладбищем, стилизованным под Арлингтон, не изменились [Shull, Wilt 1987: 70].

Действительно, животные аллегории, наподобие более ранних «Диктаторов» (Ducktators², 1942, WB), были одним из простейших способов переосмысления басен или сказок (которые изначально содержали в себе моральные уроки или предупреждения) в соответствии с посылами государства и пропаганды военного времени об угрозе фашизма или различных демагогов. Использовались и притчи в форме мультфильмов, причем еще до вступления США в войну. Например, отмеченный наградами

² Игра слов: ср. англ. «диктаторы» (*dictators*) и «утка» (*duck*).

«Мир на Земле» (Peace on Earth, 1939, реж. Хью Харман, MGM) — рождественская история, в которой главный герой — Дедуля Белка — рассказывает своим внукам-бельчатам, как люди развязали бесконечную войну, которая их уничтожила. Эта притча о человеческой склонности к насилию впоследствии будет раскрыта намного более выразительно в одной из знаковых работ студии Disney — «Бэмби» [Thomas, Johnston 1995: 212; Schneider 1988: 58].



*Кадр из мультфильма «Дактаторы» (1942)
Shot from cartoon “Ducktators” (1942)*

Вторая категория мультфильмов — те, в которых содержались проходные или случайные упоминания о войне. В основном они включали намеки на такие темы, как отключения электроэнергии и их вынужденный характер в новых условиях, отказ от «ненужных путешествий» и предметов роскоши, а также нормирование потребления мяса. В качестве примеров можно привести работы Боба Клампетта «Черноуголька и гномы де Себбен» (Coal Black and De Sebben Dwarfs, 1943, WB) — мультфильм, представляющий собой пародию на диснеевскую «Белоснежку и семь гномов», в котором все белые персонажи оригинала заменяются карикатурными чернокожими. У Клампетта действие происходит не в сказочном мире, а в реальности военной Америки. Злая Королева богата дефицитными в военное время товарами: модными белыми шинами, кофе, сахаром. Она нанимает банду «Корпорации убийств» (Murder Inc., отсылка к филиалу

«Международного преступного синдиката» во главе с Меиром Лански и Лаки Лучиано, специализирующемуся на устранении неугодных и полувившему в прессе и публицистике соответствующее название). В объявлении, по которому обращается Злая Королева, сообщается, опять же в духе времени: «Мы “отравим” кого угодно всего за 1 доллар. ½ за карлика. Японцы — бесплатно» [Sampson 1998: 85].

Хотя такие фильмы, как «Мир на Земле» и «Образование для смерти» были выполнены в серьезном тоне, гораздо чаще пропагандистские мультфильмы использовали комедию как способ актуализации пропагандистских элементов через юмор и смех. Самый известный и успешный пример — Дональд Дак в мультфильме «Лицо фюрера» (*Der Führer's Face*, 1943, MGM), который хотя бы опосредованно известен даже неспециалистам благодаря яркому образу Дональда Дака в нацистской форме. По сюжету Дональду снится сон, в котором он живет в Германии и является работником сборочной линии на заводе по производству боеприпасов. Подобно Чаплину в его фильме «Новые времена», Дональд не справляется со своей нагрузкой, при этом гротескность достигается еще и тем, что утенок должен не только быстро собирать снаряды, но еще и успевать салютовать портретам Гитлера, которые по какой-то причине также присутствуют на линии конвейера вместе со снарядами. В итоге он только путается и сбивается с ритма. Эффект абсурдности усиливается благодаря антропоморфным громкоговорителям, которые то и дело что-то кричат герою: то заставляют его салютовать, то подгоняют его работу, то отправляют его в принудительный «отпуск» на 20 секунд (весь «отпуск» — несколько мгновений на фоне полотнища с Альпами). Абсурд и гротеск достигают наивысшей точки, сводя Дональда с ума, что доносится до зрителя через ряд сюрреалистичных кадров и такой же музыки, после чего утенок просыпается у себя дома в США и радуется тому, что ему повезло быть гражданином именно этой страны. «Лицо фюрера» был одним из первых мультфильмов, которые отходили от типичной эстетики Disney. До него элементы сюрреализма встречались только в «Дамбо» (*Dumbo*, 1941, Disney), в кульминации полнометражного «Салют, друзья!» (*Saludos Amigos*, 1943, Disney), и уже к концу войны, в 1945 г., похожий сюрреалистический видеоряд ярких абстрактных картинок возникнет в еще одном мультфильме на латиноамериканскую тематику — «Три кабальеро» (*The Three Caballeros*, 1945, Disney). В итоге эти работы так и остались единственными примерами отхода от доминирующей у Disney эстетики правдоподобного антропоморфизма [Shale 1982: 39–43].

Во второй категории мультфильмов необходимо особо отметить выпуск сериала «Том и Джерри», полностью посвященный войне — «The Yankee Doodle Mouse» (1943, MGM; обычно название переводят как «Винственный мышонок», «Мышонок-патриот»). Сценарий к этому мультфильму написали Уильям Ханна и Джозеф Барберра. Название серии происходит от одной из старейших и популярнейших патриотических песен США «Yankee Doodle», а сама мелодия несколько раз звучит в саундтреке.

Подход сценаристов «Тома и Джерри» базируется на сочетании в пропагандистских целях музыки, мультипликации и истории. Причем, как и в случае с другими мультфильмами, так и с художественными фильмами, из исторического прошлого США чаще всего актуализировались (особенно в 1942–1943 гг.) примеры из Войны за независимость и Гражданской войны (например, зимовка Континентальной армии в лагере Велли-Фордж, сражение при Брендивайне и битва при Геттисберге в фильме «Остров Уэйк», 1943, реж. Дж. Фэрроу). Поэтому название «The Yankee Doodle Mouse» сразу ориентировало зрителя на восприятие происходящего на экране не только в патриотическом, но и военном ключе.



*Кадр из мультфильма «Лицо фюрера» (1943)
Shot from cartoon “Der Führer’s Face” (1943)*

Сюжет данной серии «Тома и Джерри» с первых кадров только усиливает первоначальную патриотическую реакцию зрителей, спровоцированную названием мультфильма: убежище Джерри выполнено в форме блиндажа, где хранятся «гранаты» (куриные яйца с надписью на коробке «Кур-гранаты» — «Hen-grenade»); бутылки с шампанским играют роль артиллерии. Еще больший милитаризм придают мультфильму эпизоды с военными коммюнике, которые пишет Джерри. Все, как и настоящие подобные документы, выполнены на особых бланках (с гербом в виде сыра) и заголовком «Мышиное командование. Сырная дивизия». Первое такое коммюнике сообщает: «Обнаружил кота — утопил». Это отсылка к одно-

му из радиосообщений американского самолета противолодочной обороны, переданному в 1942 г. командованием военно-морских сил США для особой пропагандистской кампании. 28 января 1942 г. американский пилот Д. Мэйсон, выполняя патрулирование над Атлантикой, атаковал немецкую подводную лодку и после боевого контакта послал радиограмму: «Обнаружил субмарину. Утопил» [Scott-Craig 1944]. Решительный и лаконичный рапорт очень понравился главнокомандующему ВМС США адмиралу Э. Кингу, который решил использовать его в пропагандистских целях. В 1942–1943 гг. эта фраза стала одним из символов американской решимости сражаться и надежды на новые победы [Baldwin 1943: 198].

Второе «мышиное коммюнике» эксплуатирует еще более известный рапорт военного времени. В мультфильме Джерри после победы над Томом отправляет в штаб: «Пришлите еще котов». Это отсылка к битве за атолл Уэйк в декабре 1941 г. После того как американский гарнизон отбил первую японскую атаку 12 декабря 1941 г., майор морской пехоты США Дж. Дэверо рекомендовал отправить командованию сообщение «Пришлите еще япошек» [Sherrod 1952: 30]. В США эта фраза сразу стала использоваться в сфере пропаганды как иллюстрация высокого боевого духа и мужества военнослужащих США.

Следовательно, сценаристы не просто перестроили противостояние мышонка и кота на военный лад, а добавили в сюжет наиболее значимые пропагандистские образы, сочетая комедию и трагизм военных лет. Мультфильм «The Yankee Doodle Mouse» был хорошо принят публикой и критиками и в 1943 г. получил премию «Оскар».

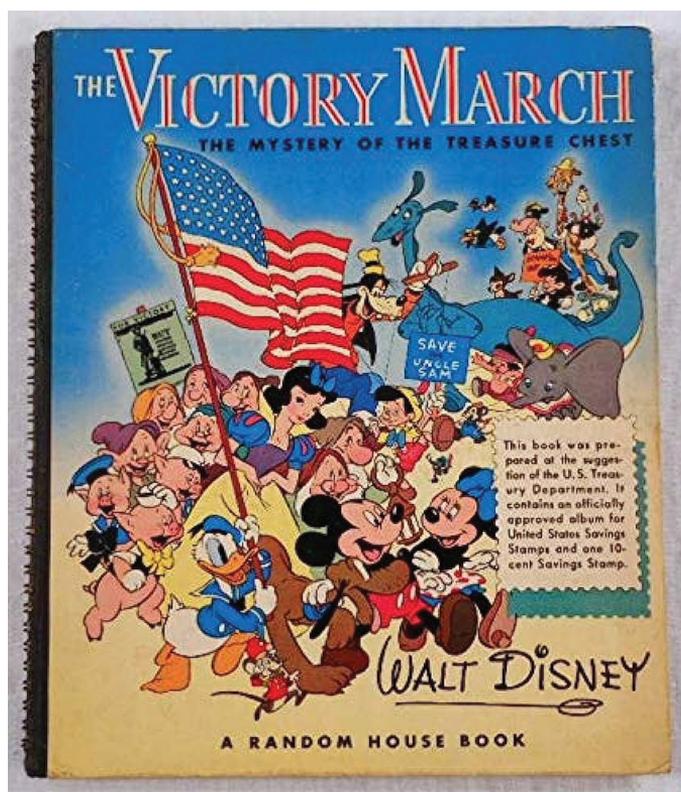
Многие мультфильмы военного времени использовали как комедийное средство сам язык, например, преувеличивая особенности речи Адольфа Гитлера, говорящего в мультфильмах чаще всего на псевдогерманском языке, наиболее ранний вариант — «Волк Блиц» (Blitz Wolf, 1942, реж. Текс Эйвери, MGM). Во многом этот подход напоминает творческие методы Чарли Чаплина, который также высмеивал Гитлера в своем знаменитом фильме «Великий диктатор». Политические лидеры стран «Оси» (Гитлер, Муссолини, император Хирохито) или военные и политические лидеры вроде Хидеки Тодзэ, Йозефа Геббельса или Германа Геринга часто были представлены в мультфильмах, как на карикатурах: с гипертрофированными физическими особенностями и недостатками, тем самым подчеркивая отрицательные черты характера. Геббельс в американских мультфильмах часто был маленьким, пронырливым и напоминающим ласку, с болезненно-зеленоватым оттенком лица; Муссолини изображался преувеличенно театральным и вместе с тем хвастливым и наглым, похожим на буйвола [Jittler 2007: 18]. Американские этнические стереотипы также повлияли на отражение противника в мультипликации. Так, Гитлера и Муссолини часто показывали как шутов и фигляров, речь которых представляет бессмысленный набор немецких и итальянских слов. В мультфильме «Дактаторы» трое лидеров агрессивного блока представлены в виде уток, устраивающих переполох на ферме. Гитлер и

Муссолини изображены с упором на их характерные внешние особенности, а вот утка Тодзё нарисована с упором на расистские стереотипные представления о японцах (большие очки, слабое зрение, выступающие зубы). В мультфильме «Ты отбит, мистер Яп» (You're a Sap Mr. Jap, 1942, Paramount Pictures) главный герой — морячок Попай — произносит крайне уничижительную характеристику: «косоглазые, кривоzubые, желтокожие япошки». Похожим образом японцы выведены в мультфильмах «Токио-Джокио» (Tokio Jokio, 1943, WB) и «Багз Банни кусает кусачек» (Bugs Bunny Nips the Nips, 1944, WB), где автор (Фриз Фреленг) и вовсе повторяет типичные расистские установки белых американцев по поводу азиатов в самом вульгарном виде. По сюжету кролик Багз высаживается на тихоокеанских островах, находит солдат противника, в одном из гэгов о противостоянии с ними переодевается продавцом мороженого и начинает раздавать японским солдатам шоколадные эскимо на палочке, в которых спрятаны гранаты. При этом Багз Банни приговаривает: «Вот мороженое тебе, кривоногий. Вот мороженое тебе, обезьянья морда. Вот мороженка для тебя, косоглазый». Сами японцы, помимо типичных выступающих зубов и слабого зрения, и вовсе изображены обезьяноподобными [Schneider 1988: 136].



*Кадр из мультфильма «Багз Банни кусает кусачек» (1944)
Shot from cartoon “Bugs Bunny Nips the Nips” (1944)*

Стоит отметить, что война, изначально ставшая ударом для развивающейся индустрии анимации в целом, неожиданно благотворно сказалась на ней. Так, с 1940 по 1943 г. акции Disney Studio упали из-за забастовки персонала, вступления США в войну и связанного с этим призыва, а также открытия Второго фронта. Утрата из-за военных действий рынка Германии, Италии, Франции и Англии привела к потере почти 45% прибыли компании [Carsten 1992: 160]. В новых условиях Disney отказалась от создания длинных анимационных картин, наподобие их классических работ 1930-х, успев в 1940 г. выпустить «Пиноккио» и «Фантазию». Вместо полного метра акцент в работе компании с конца 1943 г. был сделан на короткие политические анимации пропагандистского содержания. Изменился и выбор целевой аудитории: если до войны это были дети младшего и среднего возраста, то теперь аниматоры пытались производить продукт, интересный мужчинам и женщинам. В мультфильмах стало больше «взрослых» шуток и подсюжетов, часто описывались обычные жизненные проблемы наподобие денег, налогов, личных эмоций по отношению к разворачивающейся Второй мировой войне [Gabler 2006: 154].



Обложка детской книжки «Марш победы, или Тайна сундука с сокровищами» (1942)
Children's book cover "The Victory March or The Mystery of the Treasure Chest" (1942)

С 1941 по 1943 г. пропагандистские фильмы Диснея развивали новую модель в том числе и на классических персонажах. Открывающая часть мультфильмов была сделана с действительно серьезной атмосферой, которая дополнялась голосом рассказчика. Затем происходил постепенный переход к комедийным сценам, где диснеевские персонажи вперемешку с шутками произносят реплики, в которых отражаются критика врага и восхищение своей страной [Raffot 2005: 302]. Такой метод практически идеально работал на то, чтобы превращать популярных и всем знакомых персонажей в инструменты пропаганды, привлекающей внимание широких масс.

Наряду с анимационными фильмами студия Уолта Диснея и другие участники рынка осваивали и новые виды продукции. Так, в 1942 г. издательство «Random House» выпустило детскую книжку «Марш победы, или Тайна сундука с сокровищами» (*The Victory March or The Mystery of the Treasure Chest*). Иллюстрации к ней были созданы штатными художниками студии, а повествование и стихи — работающими на студии сценаристами и поэтами. Простая детская книжка рассказывала о том, как все диснеевские персонажи увлечены поиском сундука с сокровищами, за которым, ожидаемо, охотятся и враги Америки (были представлены только японцы и немцы). Книжка пользовалась большим успехом и позволила компании начать освоение нового рынка, до этого лишь эпизодически задействованного этой компанией [Shale 1982: 190].

Во многих диснеевских мультфильмах военного времени «звезды» мультфильмов, такие как Дональд и Даффи Дак и многие другие, были представлены в качестве солдат. Так, Даффи Дак в «Призывнике Даффи» (*Draftee Daffy*, 1945) приходит в ужас от визита призывной комиссии; Дональд ворчит из-за военной подготовки в мультфильме «Упал, отжался» (*Fall Out, Fall In*, 1943); пес Плутто, наоборот, хочет присоединиться к войскам в «Армейском талисмане» (*The Army Mascot*, 1942), в то время как морячок Попай становится матросом на военном корабле в «Могучем флоте» (*The Mighty Navy*, 1941). Попай с его знаменитой банкой шпината (авторское дополнение аниматора Макса Флейшера к оригинальному комиксу Элзи Сегара) был метафорой промышленной силы Америки военного времени. Анимационный сериал того же Флейшера про Супермена показывал супергероя, сражающегося против диверсий на производстве, шпионов стран «Оси», а также «пятой колонны» внутри США в таких сериях, как «Японотажники» (*Japoteurs*, 1942; название картины происходит от слияния слов *Japaneses* ‘японцы’ и *saboteurs* ‘саботажники’) и «Секретный агент» (*Secret Agent*, 1943) [Peary, Peary 1980: 303]. Использование таких «звезд», как Багс, Даффи и Попай, предполагало, что они должны олицетворять жизненно важные добродетели военного времени: стойкость, упорство и решительность. Кроме того, отдельные персонажи воплощали уникальные американские ценности, например то, что ныне общепотребительно обозначается как «крутизна» (ср. *cool*). «Крутизна» того же Багза Банни достаточно четко воспринималась зри-

телями в моментах, когда он со своим нарочитым бруклинским акцентом произносил «Это значит — война!» (перефразирование знаменитого высказывания популярного комика и актера Граучо Маркса). Сочетание «крутизны» и патриотизма можно наблюдать в анимационном фильме «Суперкролик» (*Super Rabbit*, 1943, WB), где Багз Банни, столкнувшись с врагами, говорит, что это работа «для настоящего Супермена»; следующие кадры буквально копируют комиксы о Супермене, где главный герой, используя свою сверхчеловеческую скорость, прячется в телефонной будке (или любом ином укромном месте) и переодевается в супергеройский костюм. Однако при выходе Багз Банни выглядит не как известный супергерой, а как американский морской пехотинец. После чего кролик «ломает четвертую стену» и замечает: «А чего вы ждали? Они и есть настоящие Супермены». Историк американской анимации Стив Шнейдер отмечает, что «Багз Банни любим зрителями вот уже больше четверти века, но корни этой любви лежат именно в военном времени. Именно тогда его по-настоящему полюбили миллионы. Он был символом Америки, ее сопротивления Гитлеру и другим агрессивным державам, и сейчас это, наверное, трудно понять, но тогда этот кролик, легко и непринужденно уделывающий врага и выставляющий его полным идиотом, оказывал огромное эмоциональное воздействие» [Schneider 1988: 181].

Тем не менее важно отметить, что далеко не всегда анимационные фильмы были изобретательны или изящны в подаче идеологии. Например, в 1942 г. Казначейство США обратилось с заказом в Disney о создании продукта, который бы доходчиво объяснял, почему массовое расширение налогообложения при Рузвельте было необходимо, чтобы продолжать воевать. Так появился мультфильм «Новый дух» (*The New Spirit*, 1942) и его продолжение «Дух 43-го» (*The Spirit of '43*, 1943). В этом мультфильме Дональд Дак оказывается в эпицентре противостояния его «добротного ангела» на правом плече — говорящей с шотландским акцентом фигуры, которая советует ему сохранить свои деньги и «бороться с “Осью”, выплачивая налоги», и его «злого ангела» на левом плече, облаченного в обтягивающую красную пижаму и с рожками на голове, который говорит с неярко выраженным немецким акцентом и поощряет его жадность. Мультфильм предупреждает Дональда и зрителей, что им нужно помнить определенные дни (15 марта, 15 июня, 15 сентября, 15 декабря), «когда каждый американец с радостью и гордостью должен уплачивать свой подоходный налог». После этого закадровый голос серьезно обращается к зрителям, напоминая: «У вас должно быть достаточно денег к моменту, когда время придет». В конце же следует призыв: «Тратьте деньги на борьбу с “Осью” или копите на уплату налогов!» [Carsten 1992: 184]

Таким образом, мы видим, что анимация в США быстро стала одним из важных векторов развития пропаганды. Государство, осознав потенциал этого вида искусства, стремилось к активному сотрудничеству как с крупнейшими студиями, так и с отдельными аниматорами и их фирмами. Пропагандистские мультфильмы различались своими подходами и уров-

нем, агрессивностью в подаче аудитории идеи. Несмотря на достаточно жесткие рамки, создателям анимационных фильмов часто удавалось создавать действительно самобытные и яркие произведения.

Источники

- Baldwin 1943 — *Baldwin H. W.* America at war: The first year // Foreign Affairs. 1943. No 2. P. 197–210.
- Scott-Craig 1944 — *Scott-Craig T. S. K.* Reading and writing; listening and speaking // The News Letter of the College English Association. 1944. No. 3. P. 2–3.

Литература

- Кривуля 2012 — *Кривуля Н. Г.* История анимации: Учеб.-метод. пособие для студентов сценарно-киноведческого факультета кафедры киноведения, заочного отделения. М.: ВГИК, 2012.
- Лан 1947 — *Лан В. И.* США от Первой до Второй мировой войны. М.: Госполитиздат, 1947.
- Молтин 2018 — *Молтин Л.* О мышцах и магии: История американского рисованного фильма / Пер. с англ. Ф. Хитрук. М.: Изд-во Дединского, 2018.
- Ржешевский 2008 — Война и общество в XX веке: В 3 кн. Кн. 2: Война и общество накануне и в период Второй мировой / Рук. проекта и сост. О. А. Ржешевский. М.: Наука, 2008.
- Суржик 2017 — *Суржик Д. В.* Развитие центральных государственных информационно-агитационных ведомств США в первой половине XX века. М.: ИВИ РАН, 2017.
- Barrier 2003 — *Barrier M.* Hollywood cartoons: American animation in its golden age. New York: Oxford Univ. Press, 2003
- Bendazzi 2012 — *Bendazzi G.* Animation: A world history. Vol. 1: Foundations — the golden age. London: Routledge, 2012.
- Canemaker 2001 — *Canemaker J.* Walt Disney's Nine Old Men and the art of animation. New York: Disney Editions, 2001.
- Carsten 1992 — *Carsten L.* Wie Mickey unter die Nazis fiel: Mickey Mouse, Disney and Germany. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1992.
- Fyne 1997 — *Fyne R.* The Hollywood propaganda of World War II. Lanham, MD: Scarecrow Press, 1997.
- Gabler 2006 — *Gabler N.* Walt Disney: The triumph of the American imagination. New York: Random House, 2006.
- Grant 1998 — *Grant J.* The encyclopedia of Walt Disney's animated characters. London: Hyperion, 1998.
- Jittler 2007 — *Jittler N.* Donald Duck in Nutzi Land. Feindbilder im Zeichentrickfilm während des Zweiten Weltkriegs: [Course paper for Prof. Dr. Peter Tepe] / Heinrich Heine Univ. Düsseldorf, 2007.
- Koppes, Black 1990 — *Koppes C., Black D.* Hollywood goes to war: How politics, profits and propaganda shaped World War II movies. Berkeley: Univ. of California Press, 1990.
- Peary, Peary 1980 — The American animated cartoon: A critical anthology / Ed. by D. Peary, G. Peary. Los-Angeles: AFI, 1980.
- Raffot 2005 — *Raffot S.* Animation et propagande: Les dessins animés pendant la Seconde Guerre Mondiale. Paris: L'Harmattan, 2005.

- Sampson 1998 — *Sampson H. T.* That's enough folks! Black images in animated cartoons, 1900–1960. Lanham, MD: Scarecrow Press, 1998.
- Schneider 1988 — *Schneider S.* That's all folks!: The art of Warner Bros. animation. New York: Henry Holt, 1988.
- Shale 1982 — *Shale R.* Donald Duck joins up: The Walt Disney studio during World War II. Ann Arbor: UMI Research Press, 1982.
- Sherrod 1952 — *Sherrod R.* History of Marine Corps aviation in World War II. Washington: Government Printing Office, 1952.
- Shull, Wilt 1987 — *Shull M., Wilt D.* Doing their bit: Wartime American animated short films, 1939–1945. Jefferson, NC: McFarland, 1987.
- Solomon 1994 — *Solomon C.* The history of animation: Enchanted drawings. New York: Random House Value Publishing, 1994.
- Thomas, Johnston 1995 — *Thomas, F., Johnston, O.* The illusion of life: Disney animation. New York: Disney Editions, 1995.

References

- Barrier, M. (2003). *Hollywood cartoons: American animation in its golden age*. Oxford Univ. Press.
- Bendazzi, G. (2012). *Animation: A world history, Vol. 1: Foundations — the golden age*. Routledge.
- Canemaker, J. (2001). *Walt Disney's Nine Old Men and the art of animation*. Disney Editions.
- Carsten, L. (1992). *Wie Mickey unter die Nazis fiel: Mickey Mouse, Disney and Germany*. Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Fyne, R. (1997). *The Hollywood propaganda of World War II*. Scarecrow Press.
- Gabler, N. (2006). *Walt Disney: The triumph of the American imagination*. Random House.
- Grant, J. (1998). *The encyclopedia of Walt Disney's animated characters*. Hyperion.
- Jittler, N. (2007). *Donald Duck in Nutsi Land. Feindbilder im Zeichentrickfilm während des Zweiten Weltkriegs*. [Course paper for Prof. Dr. Peter Tepe]. Heinrich Heine Univ.
- Koppes, C., & Black, D. (1990). *Hollywood goes to war: How politics, profits and propaganda shaped World War II movies*. Univ. of California Press.
- Krivulia, N. G. (2012). *Istoriia animatsii: Uchebno-metodicheskoe posobie dlia studentov stsenarno-kinovedcheskogo fakul'teta kafedry kinovedeniia, zaochnogo otdeleniia* [History of animation: A methodic manual for students of Faculty for Scenario and Cinema Studies, Department of Cinema Studies, correspondence course]. VGIK. (In Russian).
- Lan, V. I. (1947). *SShA ot Pervoi do Vtoroi mirovoi voiny* [USA from First to Second World War]. Gospolitizdat. (In Russian).
- Maltin, L. (1980). *Of mice and magic: A history of American animated cartoons*. McGraw-Hill.
- Peary, D., & Peary, G. (Eds.). *The American animated cartoon*. AFI.
- Raffiot, S. (2005). *Animation et propagande: Les dessins animés pendant la Seconde Guerre mondiale*. L'Harmatan.
- Rzheshvskii, O. A. (Ed.) (2008). *Voina i obshchestvo v XX veke* [War and society in the 20th century], Vol. 2: *Voina i obshchestvo nakanune i v period Vtoroi mirovoi* [War and society on the eve and in the period of World War II]. Nauka. (In Russian).
- Sampson, H. T. (1998). *That's enough folks! Black images in animated cartoons, 1900–1960*. Scarecrow Press.
- Schneider, S. (1988). *That's all folks!: The art of Warner Bros. animation*. Henry Holt.
- Shale, R. (1982). *Donald Duck joins up: The Walt Disney studio during World War II*. UMI Research Press.

- Sherrod, R. (1952). *History of Marine Corps Aviation in World War II*. Government Printing Office.
- Shull M., & Wilt D. (1987). *Doing their bit: Wartime American animated short films, 1939–1945*. McFarland.
- Solomon, C. (1994). *The history of animation: Enchanted drawings*. Random House Value Publishing.
- Surzhik, D. V. (2017). *Razyitiye tsentral'nykh gosudarstvennykh informatsionno-agitatsionnykh vedomstv SShA v pervoi polovine XX veka* [The development of the central state information and campaign departments of the United States in the first half of the 20th century]. IVI RAN. (In Russian).
- Thomas, F., & Johnston, O. (1995). *The illusion of life: Disney animation*. Disney Editions.

Информация об авторах

Information about the authors

Ярослав Александрович Левин

кандидат исторических наук
доцент, кафедра «Философия и
социально-гуманитарные науки»,
Самарский государственный
технический университет
Россия, 443100, Самара,
ул. Молодогвардейская, д. 244
✉ yaroslavlevin1992@mail.ru

Yaroslav A. Levin

Cand. Sci. (History)
Associate Professor, Department
of Philosophy, Social Sciences and
Humanities, Samara State Technical
University
Russia, 443099, Samara,
Molodogvardeyskaya Str, 244
✉ yaroslavlevin1992@mail.ru

Сергей Олегович Буранок

доктор исторических наук
профессор, кафедра всеобщей
истории, права и методики обучения,
исторический факультет, Самарский
государственный социально-
педагогический университет
Россия, 443099, Самара,
ул. М. Горького, д. 65/67
✉ Witch-king-1@mail.ru

Sergey O. Buranok

Dr. Sci. (History)
Professor, Chair of Modern History,
Department of History, Law and
Teaching Methods, Samara State
University of Social Sciences
and Education
Russia, 443099, Samara, M. Gorky Str.,
66/67
✉ Witch-king-1@mail.ru