

Kampf um Norwegen:

Filmatiske virkemidler og propagandahistorisk kontekst

Leif Ove Larsenⁱ

Alle store kriger i det tjuende århundre har vært dekket av filmmediet. Fra den Japansk-Russiske krig i 1904-05 til Afghanistan, har kameraer fulgt med styrkene. Aktualitetsreportasje og dokumentarfilm har formidlet bilder fra fronten til publikum i kinoer, på tv og internett. Film er ikke bare dokumentasjon. Det er også et propagandavåpen. Levende bilder har vært brukt til å rettferdiggjøre krig, demonisere fienden og mobilisere folket til å slutte opp om krigen. Det var under første verdenskrig filmmediet fikk sitt gjennombrudd som propagandavåpen. Når andre verdenskrig brøt ut, var filmmediet medtenkt fra starten. Bruk av dokumentariske bilder var en del av den ideologiske krigføringen.

Den tyske dokumentarfilmen *Kampf um Norwegen* tilhører denne store sjangeren av krigspropaganda. Filmen, som ble laget på oppdrag fra Oberkommando der Wehrmacht, skulle dokumentere krigen i Norge. Basert på opptak før og under invasjonen og felttoget, ble filmen ferdigstilt i løpet av sommeren og høsten 1940. Deretter forvinner sporene etter filmen, og den har vært regnet som tapt film. Filmen er kjent fra noen skriftlige kilder, blant annet selvbiografien til regissøren Martin Rikli. Når filmen så blir funnet på en nettauksjon og igjen gjort tilgjengelig for offentligheten, er det en stor begivenhet.ⁱⁱ



Fig 1.: Tittelbildet til *Kampf um Norwegen*.

Hva slags kunnskap har vi om denne filmen? Leter vi i filmhistoriske verker finner vi ingenting. Sentrale bøker om tysk filmhistorie generelt og nazitidens filmer spesielt, omtaler den ikke. Funnet av filmen vil altså innebære at kapitlene om tysk dokumentarfilm fra nazitiden får tilført noen setninger og kanskje avsnitt om *Kampf um Norwegen*.

Fra et norsk ståsted er det nok filmens innhold som er av størst interesse. Som historisk dokument er filmen utvilsomt viktig, siden den forteller historien om en av de mest omtalte og dramatiske hendelsene i forrige århundre. Det spesielle med filmen er at perspektivet på hendelsene denne gangen er tyskernes. Spørsmålet historikeren vil stille seg er om filmen forteller noe nytt om 9.april, om felttoget, om kampene, noe historikerne ikke allerede vet fra andre kilder. Det store spørsmålet er om filmen kan rukke ved den rådende norske fortellingen om 9.april, eller om den gir ny kunnskap til tyskernes versjon av felttoget, for eksempel slik denne er skildret i Arneberg og Hosars bok *Vi dro mot nord* (2012/1989).

Her er det *Kampf um Norwegian* som propagandafilm som står i sentrum. *Kampf um Norwegen* er jo en tysk dokumentarfilm, laget for et tysk kinopublikum. Dette er film laget i en bestemt hensikt, nemlig å overbevise det tyske kinopublikum om nødvendigheten av felttoget, de tyske styrkenes dyktighet og overlegenhet, og slik mer allment mobilisere folket for krigsinnsats.

Siden filmen aldri fikk offentlig visning, spilte den praktisk rolle i den tyske propagandaen. Filmen har ingen resepsjonshistorie. Til tross for bruk av betydelige ressurser i produksjon og etterarbeid, som originalskrevet musikk, kom den aldri så langt som til sensuren. Hvorfor? Var den ikke god nok? Likte ikke propagandaminister Joseph Goebbels filmen? Eller var det ytre forhold som stoppet den på vei ut til publikum?

Genre og produksjonskontekst

Prototypen på dokumentarfilm fra nazi-tyskland er *Viljens Triumf* (1936), Leni Riefenstahls storslagne og spektakulære filmatisering av nazipartiets samling i Nürnberg i 1934. Filmens bilder av føreren som ankommer Nürnberg med fly, som om han stiger ned fra himmelen, folkets hyllest av ham, de storslagne paradene hvor massene beveger seg, jubler og vinker i takt, hvor Hitler løftes opp på tronen og bejubles av massene. Talene og massenes koreograferte begeistring. Det er filmen som framfor noen viser hvordan nazismen estetiserte politikken. Det er massens iscenesettelse som ornament og mytologisering av føreren som guddommelig. Filmen manifesterer den folkelige tilslutningen til partiet (NSDAP) og den synliggjør førerprinsippet i nazismen, noe som var

sentralt i propagandaen i den tidlige fasen av naziregimet. Her kunne folket se med egne øyne hvordan partiet og føreren begeistret massene.

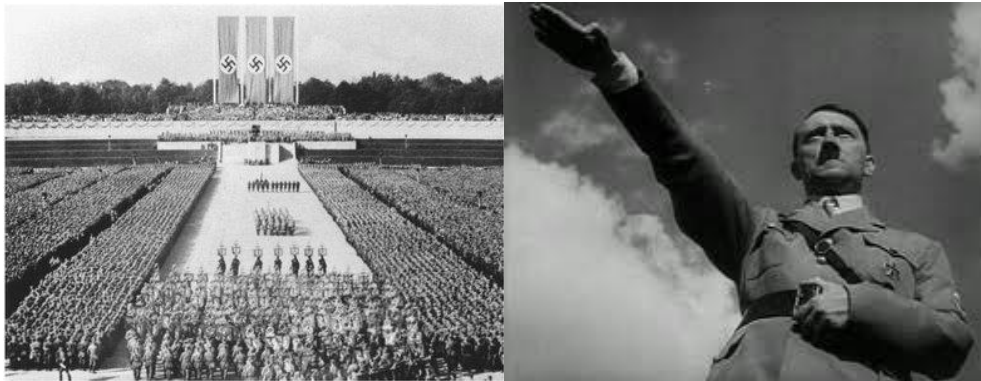


Fig 2: Føreren og massene som ornament. Stills fra *Triumph des Willens* (1936).

Kampf om Norwegen er en annen type dokumentar: Den tilhører krigs-dokumentaren, en dokumentarsjanger som naturligvis ble viktigere i andre og siste fase av naziregimet. Filmen tilhører en særlig type krigsdokumentar som filmhistorikerne kaller ”blitzkrieg-filmene”. Disse handler om tyske felttog i begynnelsen av andre verdenskrig. De ble laget fire slike: To om felttoget i Polen i 1939, *Feldzug in Polen* og *Feuertaufe* (betyr ilddåp), en om felttoget mot vest i 1940, *Ziege im Westen*, og altså *Kampf um Norwegen*. Den første er ganske kort, ca 40 minutter, mens oppfølgerne er lengre, helaftens dokumentarfilmer. Filmen om invasjonen av Benelux-landene og Frankrike er på hele 120 minutter, mens filmen om det norske felttoget er på 80 minutter.

Disse filmene er produsert på en spesiell måte: Det er såkalte kompilasjonsfilmer, satt sammen av klipp til dels laget for et annet formål. Det primære formålet i denne sammenheng er ukerevy – *Deutsche Wochenschau*. *Deutsche Wochenschau* var nyhetsfilm på kino med en varighet på 15-20 minutter, satt sammen av flere korte innslag med innenriks- og utenriksstoff. Dette var en vanlig måte å formidle nyheter med lyd og bilde på før fjernsynet. Den eldste filmavisen går tilbake til tidlig på 1910-tallet. I Nazi-Tyskland fikk imidlertid filmavisen etter hvert en meget viktig rolle som propaganda og informasjonskanal, særlig etter krigsutbruddet. Besøket på disse kinoforestillingene ble nesten doblet fra 1939 til 1940.ⁱⁱⁱ

I dokumentarfilmene ble materialet utnyttet en gang til, men nå ikke som et kort, løsrevet nyhetsinnslag fra nesten samtidige hendelser, men som en lengre dokumentarisk fortelling med innledning og avrundning. I tillegg er nytt, upublisert materiale inkludert. Regissørene satt med store mengder filmklipp til sin disposisjon, som de så skulle redigere sammen til en passende filmlengde,

samt sy klippene sømløst sammen i en sammenhengende fortelling. Det var ikke små mengder film regissørene måtte forholde seg til: Det er anslått at *Feltzuge in Polen* ble klippet sammen av 17.000 meter råfilm fra Deutche Wochenschau. Tallet for *Kamp um Norwegen* er usikkert, men en tysk filmhistoriker mener det var omtrent tilsvarende, ca 18.000 meter – som er mye mindre enn regissøren selv hevder i sin selvbiografi (Voight 2009). Dette blir imidlertid smått sammenlignet med den filmatiske dekningen av felttoget mot Frankrike. Hilmar Hoffmann (1996:221) anslår at regissørene av *Sige im Westen* hadde en million fot, altså 330.000 meter, råfilm til disposisjon, som ble klippet sammen til to timer (ca 3200 meter)!

Wochenschau inngikk i det nazistiske propagandamaskineriet, under ledelse av Joseph Goebbels. Ved krigsutbruddet var det bygget opp et apparat for å dekke krigshandlingene i alle medier, og Goebbels hadde sikret seg full kontroll over de ulike filmavisene som fantes på trettitallet. I 1938 ble det opprettet såkalte PK-enheter, Propaganda Kompanie Einheiten. Disse skulle operere sammen med militære avdelinger, i uniform og med våpentrening. I 1943 nådde antall propagandakompanier sitt høydepunkt. Da var til sammen 15.000 mann operative i slike kompanier (Hoffmann 2006:229), noe som tilsvarer ca 150 PK-enheter fordelt på de tre våpengrenene. I 1943 var ca 175 filmfotografer knyttet til PK-enhetene. Kompaniene hadde mange ulike oppgaver knyttet til informasjonsinnsamling og -bearbeiding, herunder å fotografere og filme. Filmfolkenes oppgave var å levere film til den tyske ukeavisen, men også å dokumentere krigen for ettertiden. De filmet uten lyd, og råfilmen ble umiddelbart fraktet til Berlin. Her ble noe av materialet klippet sammen, og kontentumlyd og kommentar lagt på, for bruk i Wochenschau. Storparten av materialet ble imidlertid lagret i arkivet.

Under felttoget i Polen var 6 propagandakompanier med. Hvor mange som dekket invasjonen i Vest-Europa vet jeg ikke, men antall meter film antyder likevel at tallet var betydelig større. Til sammenligning var det få filmfotografer med under invasjonen i Norge. I mars 1940 ble det opprettet et propagandakompani for "Weserübung", kalt "Propagandastab N" (N for Norwegen). Det var et kompani med folk fra hæren og luftvåpenet. Dette besto av 74 mann. Av disse var fem filmfotografer. To av disse omkom under overfarten og måtte erstattes. I tillegg var deler av 2. PK fra marinen forlagt i Danmark og Norge. Fra disse var 11 filmfotografer med til Norge, hvorav en døde under senkningen av Blücher. Totalt står altså 15 fotografer bak filmklippene fra felttoget (Voigt 2009). På rulleteksten er imidlertid hele 27 fotografer kreditert. Mange arbeidet også med trick-foto (kart, animasjon) og rekonstruksjoner.

Ressursbruken på propaganda forteller hvor viktig informasjon var for nazi-regimet. Reporterne i disse kompaniene var ofte ikke bare ved fronten eller i flyet med kamera, de var også i kamp med våpen. Mellom 1940 og 1943 er det anslått av ca 1000 menn i PK-enheter omkom.

Film som propaganda under nazismen

Joseph Goebbels hadde en usvikelig tro på film som propagandaredskap. Umiddelbart etter maktovertakelsen i 1933, begynte han arbeidet med å få kontroll over tysk filmindustri. Goebbels ble selv minister for et nytt departement, Ministeriet for folkeopplysning og propaganda (Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda), som skulle ha kontroll med medier og kulturinstitusjoner. Et eget Filmdirektorat (Reichfilmkammer) ble opprett samme år, med oppgave å få kontroll både over filmindustrien og filmskaperne, dels gjennom organisatoriske grep, dels gjennom en lov som både innførte forhåndssensur og ga økonomisk stimulans til ”gode og verdifulle” filmer, det vil si filmer som fremmet den nazistiske verdensanskuelsen. Først i 1936 åpnet det seg en anledning til å nasjonalisere hele filmindustrien. Det skjedde gjennom oppkjøp av de to store produksjonsselskapene UFA og Tobis. I 1937 var i realiteten tysk film et statlig monopol underlagt Goebbels’ departement. Tysk filmindustri var på trettitallet en de store i Europa, med en produksjon på over 100 spillefilmer per år, og med filmer og stjerner med internasjonal appell.^{iv}

Bak nazifiseringen av filmen lå en klar tenkning om betydningen av propaganda for å forme folks ”tanker og ånd”, som Goebbels formulerte det, og slik vinne folket over på nazistenes side. Kontroll over mediene, og dermed informasjonsstrømmen og debatt, var fundamentalt for å lykkes med dette. Det var Goebbels og Hitler helt enige om. Men det var også klare forskjeller i deres syn på propaganda. Mens Hitler først og fremst mente propaganda var viktig før maktovertakelsen, og at dens rolle gradvis ville erstattes av en sterk organisasjon, et partiapparat, var Goebbels overbevist om at propaganda var vesentlig for å forme det tredje rikets mennesker. Mens Hitler var tilhenger av repetisjon av enkle budskap, hvor propaganda framsto som propaganda (man skulle ikke blande propaganda og kunst), mente Goebbels at de rette holdningene måtte smugles inn gjennom underholdning og kultur. Goebbels var ingen tilhenger av overtydelig propaganda. Dette viser seg i Nazistisk filmproduksjon på noe overraskende vis.

Viljens triumf formidler et bilde av nazistisk filmpropaganda som storslagen, pompøs og ideologisk overtydelig. Riefenstahls film er imidlertid ikke representativ for nazistisk filmpropaganda. I fiksjonsfilmen har forbausende få et tydelig propagandisk politisk innhold, ifølge tyske filmhistorikere (ca 1/6 av 1.097 filmer, og det var de såkalte Staatsauftragsfilme). Det store flertallet kan

beskrives som underholdningsfilm i kjente sjangre, hvis primære funksjon var å gi publikum atspredelse og et par timers virkelighetsflukt. Goebbels hadde liten tro på påtrengende propaganda i fiksjonsfilm. Det ville snarere støte folket fra oss enn å trekke dem til oss, argumenterte han. Goebbels løsning var å skille klart mellom fiksjon som atspredelse, og dokumentar og ukerevy som propaganda. Han hadde klare forestillinger om den retoriske kraften i det dokumentariske bildet: Å kunne se virkelige hendelser med egne øyne ("seeing is believing"). Derfor sørget han for en lov som påla kinoeierne alltid å vise en dokumentarfilm (ukerevy eller kulturfilm) i tilknytning til en fiksjonsfilm. For Goebbels handlet det om å kombinere atspredelse og propaganda på en slik måte at ideologien ikke virket påtrengende på publikum. Det ville kunne virke mot sin hensikt. Dette kan forklare hvorfor Goebbels ikke skal ha vært særlig begeistret for *Viljens triumf*. Leni Riefenstahl var først og fremst Hitlers favoritt.

Invasjon i tre akter

Dramaturgien er *Kampf um Norwegen* er lineær: den forteller historien om invasjonen kronologisk, fra begynnelse til slutt. Den har tre akter. Først kommer en bakgrunn som forklarer hvorfor invasjonen var nødvendig. Her går filmen helt tilbake til Versailles-traktaten i 1918 og ydmykelsen av Tyskland. Slik minner filmen publikum om tyske dyder og særtrekk, særlig det tyske folkefelleskap (Volksgemeinschaft), men også det legitime krav om Lebensraum, og ikke minst førerprinsippet (førerkulen) i tysk kultur.

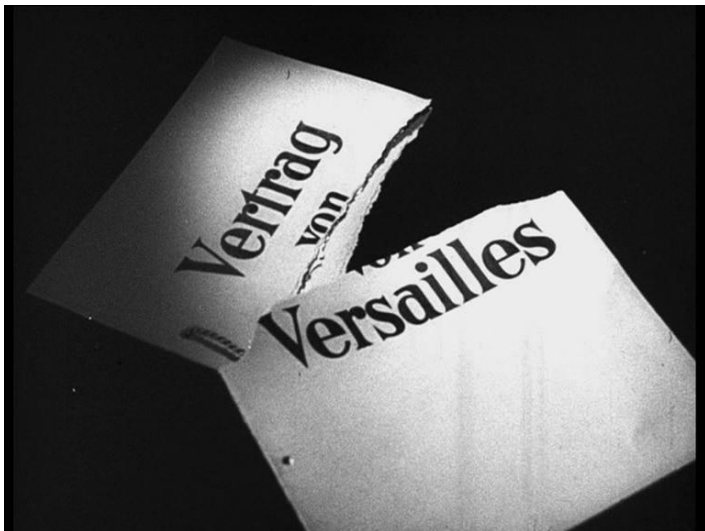


Fig.3. Den historisk bakgrunn for invasjonen av Norge er Tysklands ydmykelse i Versailles-traktaten. I første innstilling av *Kampf um Norwegen* rives traktaten i to.

Hoveddel dreier seg om invasjonen, strategiske framrykninger og kampene. Filmens tredje del og dens dramatiske klimaks, er kampene om Narvik.

Kampenes vies mye plass, nesten 20 minutter. Som filmen for øvrig framheves de tyske troppenes underlegenhet i antall, deres heroiske innsats og taktiske overlegenhet. Den forteller også hvor kritisk situasjonen var i Narvik, hvor nært tyskerne var et nederlag. I tråd med de historiske hendelsene kan filmen slutte med triumferende bilde av hakekorset som heises mot en bakgrunn av storslagen natur.



Fig.4: I siste scene av *Kampf um Norwegen* heises hakekorset foran tyske soldater i giv akt.

Filmens bildetyper

Vender vi blikket mot selve filmen, kan vi først identifisere filmens bilder. Disse er av fire slag.

Den første typen er de dokumentariske bildene – autentisk film av ”live action”. De viser båter og fly og soldater på marsj. Her er spektakulære bilder av bombingen av Oscarsborg, filmet fra land. Det er film fra fronten, hvor bildene viser tyske soldater som skyter mot norske stillinger. Men forbausende få av bildene fortøner seg særlig dramatiske, og kamphandlingene ses stort sett fra stor distanse. Her er sekvenser som viser norske soldater som er tatt til fange. I en kort sekvens fra invasjonen av Danmark, viser filmen hvordan tyske soldater blir tatt godt imot, men også hvordan kongen er ute i gatene på hest på invasjonssdagen.



Fig 5: Engelsk skip senkes. Still fra *Kampf um Norwegen*

Den andre bildetyper er kart og animasjoner. Disse viser framrykninger, troppenes plassering i forhold til hverandre, og hvor kampene fant sted. Kart er en effektiv måte å formidle informasjon på. Ikke minst er det velegnet til å synliggjøre det militært storslagne i operasjon "Weserübung": Den fåtallige tyske marine mot en tallmessig overlegen britisk flåte; de raske forflytningene og den taktiske klokskapen hos den tyske marine, osv. Kartbruken illustrerer begivenhetenes forløp på en måte som gir tilskueren oversikt. Tilskueren kan så å si dele generalenes perspektiv ved planleggingsrommet. Sist men ikke minst, animasjon gir det hele en spillkarakter – det er krig som en lek, et parti sjakk, klinisk, ryddig og rent. Filmen har hele 35 scener med animasjon, som til sammen utgjør 24 minutter. Altså er 30% av filmen animasjon. Dette er mye mer enn både Polen-filmene og *Zieg im Westen*.

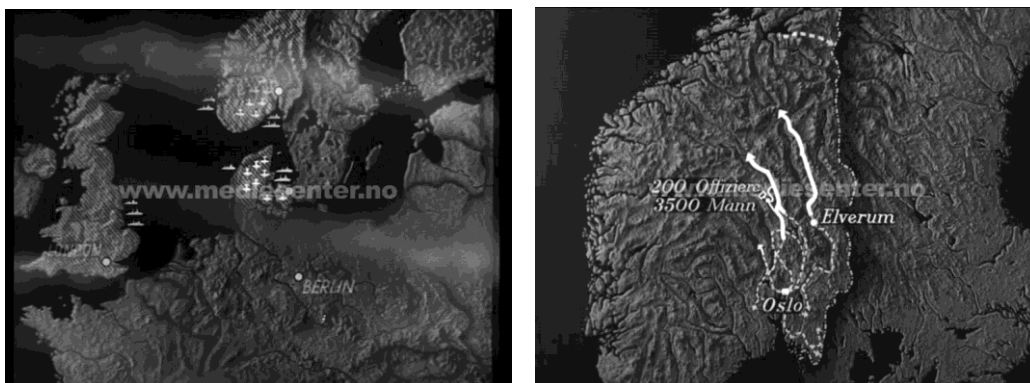


Fig 6: Kart som illustrasjon på militære styrker og troppenes bevegelser. Fra *Kampf um Norwegen*.

En tredje type bilder er rekonstruksjoner. Flere scener er åpenbart iscenesatt etter at hendelsene fant sted. Særlig en lengre sekvens midt i filmen bærer preg av dette. Den viser hvordan tyske soldater må forsere norsk motstand ved veisperringer (tømmer og stein) på trange norske veier. Kommentarstemmer sier

ikke direkte at det er rekonstruksjoner, men forteller at bildene skal vise hvor tøft dette var for de tyske soldatene.



Fig 7: Rekonstruksjon av kamper (t.v.) og klipp fra fiendenes filmaviser (t.h.). Fra *Kampf um Norwegen*.

Den siste kategorien er klipp fra andre kilder, her filmaviser fra fienden. Noen steder brukes innslag fra britiske og amerikanske filmaviser. Tidlig i filmen er der et klipp av britiske skip som laster våpen og utstyr, ledsaget av en fortellerstemme som forklarer at dette viser britenes forberedelse til en invasjon i Norge. Senere i filmen vises bilder fra bombingene av Namsos, merket med Paramount (fransk). Dette er interessant på flere vis. De første klippet skal bevise den planlagte engelske invasjonen ("Operasjon Wilfred") og slik legitimere "Operasjon Weserübung" som en redningsaksjon. Det er imidlertid svært vanskelig å fastslå hvor og når bildene er tatt. Men i sammenhengen fungerer de som belegg for en påstand i filmens fortelling. Denne bruken av dokumentariske bilder gir også et inntrykk av hvordan filmaviser ble utvekslet på tvers av landegrensene, selv i en krigstilstand. Goebbels var svært opptatt å eksportere *Deutsche Wochenschau* til alle verdens hjørner. Ukeavisen var altså ikke bare beregnet på å mobilisere et hjemlig publikum, men skulle også gi et godt bilde av Tyskland i nøytrale land.

Lydsporet

Bilder sier mer enn tusen ord, heter det i et ordtak. I propagandafilm er imidlertid lyden svært viktig. Kommentarmstemmen, en mannsstemme som er gjennomgående i filmen, fortolker bildene og knytter de ulike innstillinger og sekvenser sammen til en fortelling. Bildene viser soldater, skip, fly, kamper og kart, men gir ingen klar mening uten en verbalspråklig forankring. Kommentaren formidler også troverdighet og engasjement. Til dramatiske bilder av kamper, taler han fort og høyt, mens stemmen senkes til bilder av begravelse og lidelse. Kun noen få sekvenser er uten kommentar. Det er kampscener og

noen innstillinger av fly og båter i hurtig forflytning. Slike bilder viser fram krigsteknologi, og deres bevegelse og kraft gir mening i seg selv. De har fascinasjonskraft nok til å holde seerens oppmerksomhet, samtidig som det gir en pause fra den hektiske og oppmerksomhetskrevende kommentarstemmen. Sammenlignet med *Sieg im Westen* er det få kommentarløse sekvenser i filmen. Den har til dels svært lange sekvenser med kampscener uten kommentarstemme. I *Sieg im Westen* har kampscenene en mer fremtredende plass. De er også mer dramatisk filmet enn i *Kampf um Norwegen*, særlig ved at kameraet befinner seg i frontlinjen, tett på framrykkende soldater og tanks. Slike opptak er det lite av i den norske filmen.



Fig 8 Kamera ved fronten. Still fra *Sieg im Westen*.



Fig 9: Nærbilder av døde fiender. Still fra *Sieg im Westen*.

Kamplyd er viktig for å gjøre bildene realistiske, og skape ønsket følelsesmessige stemning. Kontentumlyd er sannsynligvis lagt på i etterarbeidet, og det slik lite trolig at lyden hører til handlingene bildene viser. Den brukes kun i utvalgte sekvenser, til å lydlegge fly og båter, men spesielt i kampscener. Under bombingene av Oscarsborg er det kun kontentumlyd av bombenedslag, og under sjøslag og beskytning av Narvik er drønn fra krigsskipenes kanoner den eneste lyd-kilden. Her er ingen kommentarstemme og musikken fades helt ut. Kun lyden av krig illustrerer røyken fra kanonene og bombene som treffer bakken.

Musikkens betydning i propagandafilmen er stor. Dette illustreres dels ved at den er originalskrevet for filmen, dels ved at den er til stede på lydsporet nesten hele filmen. Musikken er av og til i lydbildets framgrunn, av og til i bakgrunnen enten for kontentumlyden eller kommentarstemmen. Kun i noen vesentlige kampscener er musikken helt fraværende. Filmen har kraftfull, symfonisk musikk, ofte med en sterk blåseseksjon fremst i lydbildet. Filmmusikken har flere funksjoner:

- Den kommenterer bildene stemningsmessig, og fungerer som underlegnings- eller illustrasjonsmusikk.
- Den skaper kontinuitet mellom tagninger og sekvenser. Bilder som er atskilt i tid, rom og handling, fra foto til kart, oppleves som sammenhengene gjennom kontinuitet i musikken.
- Den virker emosjonelt på tilskueren. Musikk setter tilskueren i den ønskede følelsesmessige tilstand.

Disse virker naturligvis samtidig. Likevel er den siste funksjonen særlig viktig i en propagandafilm. Emosjoner skal skape entusiasme for saken. Kraftfull og svulstig musikk illustrerer bilder av militær framrykking og kamp. Den understreker styrke og handlingsvilje, som skal løfte publikum med, fremme aggresjon og vilje til dåd. Dempet og fiolindominert musikk illustrerer lidelse, tap og sorg, og her skal musikken fremme sympatisk identifikasjon og medfølelse med soldatene.

Fiendebilder

Propaganda skal overtale noen om noe. Den skal mobilisere, skape begeistring, bygge holdninger og bevege til handlingsvilje. Til dette formålet trenger den tydelige helter og tydelige fiender. Åpen propaganda tegner gjerne verden

svart/hvitt; vi mot dem, de gode mot de onde. Den forenkler verden gjennom utstrakt bruk av stereotyper.

Heltene i filmen er selvsagt tyske soldater og offiserer i marinen, hæren og flyvåpenet. Tyskerne framstilles som svært dyktige soldater, de viser offervilje, er utholdne, og ikke minst er de smarte. Hele fortellingen om invasjonen bygger på et premiss om at tyskerne er tallmessig og ressursmessig klart underlegne England og Norge. Dette slås fast i innledningen, hvor antall soldater, båter og fly til rådighet stilles skjematisk opp. Og under fortellingen om kampene i Norge, gjentas gang på gang at små tyske styrker beseirer og tar til fange norske bataljoner. De må også beseire en krevende norsk seinvinter, med snø, kulde og gjørme. Og de må slåss i en vanskelig, og for dem ukjent norsk natur, med daler, fjorder og fjell, mot norske tropper som er på hjemmebane.

Wehrmacht vinner mot alle odds. Flyvåpenet og marinen likeså. Alle tre våpengrenene løftes positivt fram i ulike sekvenser, deres heroiske innsats og kloke ledelse berømmes. Nettopp samarbeidet mellom våpengrenene framstår som nøkkelen for den dristige invasjonens suksess. Slik framstår filmen ikke bare som en propagandafilm for legitim tysk ekspansjon og krigsmobilisering mot et aggressivt England, men også som en reklamefilm for de tre våpengrenene som en enhet. Man skulle åpenbart unngå propagandafadesen fra invasjonen av Polen, hvor det altså kom to ”blitz-krig” filmer. Herman Göring, sjef for Luftwaffe, skal ha vært så misfornøyd med hvordan flyvåpenets rolle ble framstilt i *Fedzug in Poland*, som handler mest om Wehrmacht, at han fikk laget en egen film om flyvåpenets innsats.

Hvem er fienden? Selv om Norge invaderes, er det ikke først og fremst nordmenn som er fienden. Det er England. Nordmennene framstilles som tyskernes allierte. De forstår ikke sitt eget beste, de skjønner ikke at tyskerne kommer som venner, befriere og beskyttere. Dessuten er nordmenn germanere. Dette er et argument som legitimerer invasjonen: Norge er ikke stand eller villig til å ivareta sin nøytralitet, og Tyskland kan ikke passivt se på at England bruker Norge i sine angrep på Tyskland. Det er altså den norske regjeringen som svikter ved ikke å etterleve nøytraliteten. Derfor er en invasjon påkrevet.

For å bygge bildet av tysk heroisme, må motstanden framheves. Men filmen skjuler ikke at nordmenn ikke er særlig til soldater. Harmonien mellom tyske og norske soldater kommer til uttrykk i innmarsjen i Oslo, men særlig sekvenser hvor norske tropper er tatt til fange. Stemningen fortoner seg avslappet. Det nevnes spesielt at tilfangetatte norske tropper settes fri allerede mens kampene om Narvik ennå pågår. Utsagnet er illustrert av et bilde av en tysk soldat som klapper en friggitt norsk soldat kameratslig på overarmen.

Det er engelskmennene som er fienden. Bildet av England i tysk propaganda var ambivalent. Det endret seg på interessant vis etter krigsutbruddet. Før krigsutbruddet ble engelskmenn framstilt med respekt, ofte sympatisk. De er også ariere. Selv under krigen var det ikke primært det engelske folket som ble kritisert i tysk propaganda; det var eliten, den engelske overklassen, det engelske plutokratiet. Tysk propaganda skiller klart mellom folket og en elite som er svak og dekadent. Svært ofte framstilles England som en upålitelig nasjon. De lyger og er ikke til å stole på. Dette er framtreddende også i *Kampf um Norwegen*. Det er de engelske lederne, med Neville Chamberlain i spissen, som fører en aggressiv politikk, som ikke lytter til fornuft i spørsmålet om Danzig, som driver en blokkade som vil ramme tyske kvinner og barn med sult og nød, som allerede har tatt Norge og Danmark i bruk til sine krigerske hensikter. Derfor slutter filmen dels med en hyllest fra føreren av de tyske styrkenes mot og tapperhet, dels med kraftfull stemme å slå fast at ”Kampen mot England i Norge er avgjort!”

Filmen fremmer på ingen måte et bilde av nordmenn som fiender. Overfor et tysk publikum begrunnes krigens nødvendighet generelt og invasjonen av Danmark og Norge spesielt, og den formidler et bilde av en velorganisert, sterkt og særdeles dyktig tysk militærmakt. For et tenkt norsk publikum, formidler filmen et bilde av Tyskland som befriere og invasjonen som nødvendig. Med unntak av regjering og kongehus, er filmen helt uten demagogiske utfall eller karakteristikk av nordmenn generelt. Filmen understreker ordren tyske soldater hadde om å behandle sivilbefolkningen med respekt.

Historisk korrekt?

Hvor sannferdig er filmens historie? Som all god propaganda unngår filmen løgn i fakta. Den gir en detaljert framstilling av krigshandlingens forløp, steder for kamphandlinger, sentrale personer og partenes styrkeforhold. Det er ikke i detaljene om hva som faktisk skjedde filmen er uetterrettelig. Poenget her er måten det betones, hvordan filmen karakteriserer særlig de tyske styrkenes smartheit og heroisme, deres utholdenhet og viljestyrke. Hendelsene farges av det ståsted de fortelles fra, og hvem tilskuerne inviteres til å identifisere seg med. Her er det jo nordmennene som er de anonyme andre, fienden uten identitet, som beseires og fanges.

Filmen forteller lite nytt om hendelsesforløpet, men gir innblikk i hvordan tysk propaganda ville formidle og begrunne angrepet. I begrunnelsen ligger det historisk stridbare stoffet: Den tyske fortellingen om historien fra første verdenskrig og den rettferdige kampen for et nytt Stor-Tysk rike. Til denne fortellingen hører historien om invasjonen av Polen og krigsutbruddet, som en

engelsk-fransk-polsk provokasjon og konspirasjon mot Tyskland, snedig fortalt gjennom kart og radiobølger mellom de tre lands hovedsteder.

Også vektlegging av den engelske invasjonsplanen i Norge, som filmen understreker sterkt og hevder de har beviser for – dels gjennom en engelsk filmavis, dels i papirer tyskerne finner på engelske krigsfanger i Gudbrandsdalen – har vært omdiskutert. Men mineleggingen av norske farvann som begynte 8. april 1940, var en del av den britiske ”Operasjon Wilfred”. Dette var en plan for å hindre Tyskland tilgang på viktige ressurser fra Norge og Sverige, noe filmen forteller om i detalj, og som også innebar mulig besetning av norske havner. Filmen gir en tysk versjon av denne situasjonen, slik propagandaen ønsker å formidle den til den tyske befolkningen.

Hvorfor ble filmen ikke vist offentlig?

To svar er mest nærliggende: Det første er krigen i vest, det andre er misnøye med innholdet som propaganda. Altså at Goebbels selv ikke likte filmen.

Når kamphandlingene i Narvik var over og Norge kapitulerte 10. juni, var all fokus rettet mot vestfronten. Mens kampene i Frankrike pågikk, ble *Kampf om Norwegen* redigert og lydlagt i UFA-studioene i Berlin. Når filmen var premiereklar, var den dristige invasjonen av Norge gammelt nytt. Det var ikke lenger behov for å legitimere angrepet overfor den tyske opinionen. Og selv om dette var en strålende triumf for de tre våpengrenene og deres evne til å samarbeide, var triumfen i vest sensommeren 1940 av vesentlig større militær og politisk betydning. Dette kommer til uttrykk i *Sieg im Westen* ved at det norske felttoget kun nevnes i forbifarten, som om det ”hadde vært en liten militær utflukt,” som Hilmar Hoffmann formulerer det (2006:224).

Den andre hypotesen antyder at filmen har elementer som gjør den mindre egnet som propaganda. Den er, til tross for dramatiske bilder fra fly, marinefartøy og soldater i norske fjell, mindre spektakulær som kampfilm enn *Sieg im Westen*. Særlig gjelder det nærgående bilder av kampene og kameraets tilstedeværelse i disse.



Fig.10: Sårede og døde fra "Blücher" bringes i land i Oslo. Stills fra *Kampf um Norwegen*.

En annen forskjell er framstilling av tyske nederlag og tap. *Kampf um Norwegen* har flere sekvenser med tyske tap og nederlag. To sentrale er senkingen av slagskipet "Blücher" i Oslofjorden og nederlaget i Narvik. Begge hendelsene etterfølges av bilder av skadde og døde tyske soldater. Det vises filmbilder av kister og en begravelsseremoni. I filmen er funksjonen å vise troppenes offervilje, at krigen koster. Ble dette oppfattet som uttrykk for tysk sårbarhet og svakhet i Propagandaministeriet i Berlin? Selv om tapene var mye større på vestfronten, er *Sieg im Westen* likevel nesten uten slike bilder av tyske nederlag og tap. Og i en tysk ukeavis fra 17.april om "Operasjon Weserübung" (tilgjengelig på YouTube), er flere av sekvensene fra filmen med. Men senkingen av "Blücher" er ikke nevnt, ei heller tap av tyske liv i operasjonen. Slik informasjon ble holdt unna det tyske kinopublikum. Filmene skulle vise den heroiske tyske soldat. Det gjorde både *Kampf um Norwegen* og *Sieg im Westen*, men den førstnevnte viser i større grad at krigen også krevde tyske liv.

Filmens slutter med en hilsen fra føreren til soldatene som var med i Narvik. Hitler omtaler det som det "tapreste slaget i tysk krigshistorie" og alle som var med fortjener "den høyeste status som soldater." Det sies også at Hitler i 1943, etter slaget om Stalingrad, planla å filmatisere slaget om Narvik. Han ville lage spillefilm om dette heroiske slaget! Og han ville hylle general Dietl, øverste militære sjef ved Narvik.

Sant eller ikke: Historien forteller noe om hvor viktig filmpropaganda var i nazi-Tyskland. Selv helt mot slutten av krigen laget tysk filmindustri storslagne spillefilmer. *Kolberg*, et historisk drama om Napoleonskrigen, ble innspilt vinteren 1944/45 og hadde premiere i mars 1945. Mens kampene raste og Tyskland var på full retrett på alle fronter, ble det stilt flere ti-tusener soldater til disposisjon som statister i filmen. Her handlet det ikke bare om holde fast på en illusjon gjennom filmpropaganda, men også om vise offervilje – Det var filmen som illustrerte Goebbels forestilling om den "totale krig".

Kilder:

Arneberg, Sven T. og Hosar, Kristian (2012/1989): *Vi dro mot nord. Tyskernes skildring av felttoget i Norge april 1940*. Oslo: Vega forlag

Chapman, James (2008): *War and Film*. Trowbridge: Raktion Books

Helseth, Tore (2000): *Filmrevyen som propaganda. Den norske filmrevyen 1941-45*. Avhandling til Dr.art-graden. Universitetet i Oslo

Hoffmann, Hilmar (2006): *The Triumph of Propaganda. Film and National Socialism 1933-1945*. Oxford: Berghahn Books

Rikli, Martin (1942): *Ich filmte für Millionen*

Voigt, Hans-Gunter (2009): *Regissøren Martin Rikli*. <http://www.nordiki.no/kampfRikli.htm>

Welch, David (2005): *The Third Reich. Politics and Propaganda*. Oxon: Routledge

Welch, David (2006[1983]): *Propaganda and the German Cinema 1933-1945*. London: Routledge

ⁱ Professor i medievitenskap, Universitetet i Bergen. Kontaktinfo: leif.larsen@infomedia.uib.no Teksten er en bearbejdet versjon av en innledning til visning av filmen på Cinemateket i Bergen 02.12.2009.

ⁱⁱ Filmrullene ble kjøpt usett på en nettauksjon av Høyskolelektor Jostein Saakvitne i 2005, restaurert og utgitt på DVD av Norsk filminstitutt i 2009.

ⁱⁱⁱ Dette avsnittet baserer seg på framstillingene i Hilmar Hoffmann (2006:210ff) og David Welch (2006:163ff).

^{iv} Framstillingen av nazifiseringen av tysk filmindustri og Goebbels propagandasyn, bygger på Hoffmann (2006:74ff) og Welch (2006:33ff).