

مطالعه نقش داستان‌های مصور و انیمیشن در شکل‌دادن به مفهوم هویت ملی در ژاپن در مقایسه‌ای تطبیقی با ایران

محمد رضا حسنائی^۱ سعیده سادات موسوی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۱۱

چکیده

از اوایل قرن بیستم داستان‌های تصویری به‌عنوان ابزار قدرتمندی برای شکل‌دهی به مفهوم ملیت و همسوسازی آرا و افکار مردم ژاپن به‌کار گرفته شده‌اند. این آثار با بهره‌گیری از روش‌های هوشمندانه در نحوه روایاتشان و نیز قدرتی که در تحریک احساسات و به جنبش درآوردن قشرهای مختلف مردم داشتند، به‌سرعت به ابزار مهمی برای ترویج و تبلیغ آرمان‌های حکومتی و ملی تبدیل شدند؛ به‌ویژه در طی جنگ جهانی دوم، داستان‌های مصور و انیمیشن برای ترغیب جوانان به شرکت در جنگ، تقویت روحیه عمومی، موجه نشان دادن اعمال ارتش ژاپن در چین و کره، و حتی خبررسانی غیرواقعی در مورد وضعیت جنگ به‌کار گرفته شدند. در سال‌های پس از جنگ نیز داستان‌های مصور (مانگا) و انیمیشن تجاری ژاپن که با نام انیمه شناخته می‌شود، به‌عنوان قدرتمندترین ابزار در تسکین زخم‌های حاصل از شکست و فجایع ناشی از بمباران اتمی عمل کردند. پژوهش حاضر با مطالعه تاریخی روند ظهور و رشد این دو رسانه، قدرت احتمالی و ابعاد نفوذ این رسانه‌های تصویری-داستانی را در جامعه ژاپن ارزیابی کرده و در ادامه با مطالعه‌ای تطبیقی، به سنجش جایگاه انیمیشن‌های ایرانی در شکل‌دادن به مفهوم هویت ملی در ایران پرداخته است.

واژگان کلیدی: انیمیشن، مانگا، انیمه، ژاپن، هویت ملی.

۱. دانشیار دانشگاه هنر hosnaee@art.ac.ir

۲. دکتری پژوهش هنر saisimo@yahoo.com

مقدمه

مرتضی ممیز از نخستین ایرانیانی است که به نقش داستان‌های کمیک ژاپنی در تربیت فرهنگی مردم این کشور توجه کرد. «مجله‌ای ژاپنی به دستم رسید که شماره مخصوص معرفی طراحان کمیک‌استریپ از کشورهای مختلف بود. من متوجه شدم که طراحان ژاپنی چه کوشش‌های زیبا و والایی در کار خودشان کرده‌اند. آنها به کارهای خود غنای فرهنگی داده‌اند و از این طریق کمک بزرگی به بالا بردن شعور و سلیقه مردم جامعه خود کرده‌اند. بعضی از کارها به تمام معنا هنرمندانه و از نظر بالا بردن سلیقه بصری بسیار ارزشمند بود» (ممیز، ۱۳۷۵: ۳۲). ریشه این غنای فرهنگی، سلیقه و شعور بالای مردم ژاپن با مرور تاریخ این کشور قابل بررسی است که در بسیاری از موارد شباهت‌های غیرقابل انکاری با تاریخ سرزمین ما نیز دارد. از این رو، از طریق تحلیل تاریخی داستان مصور و انیمیشن ژاپنی می‌توان راهکارهای مناسبی را برای به‌کارگیری روایت و تصویرگری داستان‌های مصور و به تبع آن انیمیشن‌های ایرانی اتخاذ کرد.

در جهان کنونی رسانه‌ها به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی مدرن، به واسطه‌ای دوسویه میان حکومت و مردم بدل شده‌اند و نقش عمده‌ای در برقراری یا از میان بردن وحدت و یکپارچگی ملی ایفا کنند. بنابراین دولت‌ها با بهره‌گیری از رسانه‌ها هم به پرورش ایدئولوژیکی مردم در داخل قلمرو حکومتی‌شان می‌پردازند و هم در برابر هجوم فرهنگی خارجی مقاومت می‌کنند. انیمیشن به‌عنوان گونه مدرن داستان‌های کمیک، رسانه‌ای است که دامنه گسترده‌ای از مخاطبان را که غالب آنها را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند، در برمی‌گیرد. به دلیل برخورداری از توان روایی-تصویری و تأثیرگذاری بر مخاطبان جوان، این رسانه نقش محوری‌ای در انتقال ایده‌ها و باورهای عمومی به جامعه ایفا می‌کند. بر این اساس، دولت‌ها نیز توجه خاصی به انیمیشن و فیلم‌های انیمیشنی مبذول می‌دارند و به‌ویژه تلاش می‌کنند تا از آن برای انتقال ارزش‌های ایدئولوژیکی بنیادین به کودکان استفاده نمایند.

در ایران به‌خصوص از دهه نود به بعد، همزمان با افزایش نگرانی‌ها درباره مسئله تهاجم فرهنگی و جنگ نرم رسانه‌ای، توجه به قابلیت‌های ویژه رسانه انیمیشن در تقویت ارزش‌های ملی و فرهنگی نسل‌های جوان از اهمیت زیادی برخوردار شده است. این نگرانی‌ها، بحث‌های گسترده‌ای را در محافل علمی و دانشگاهی ایران به‌دنبال داشته است که عموماً بر بازنگری در سیاست‌های صداوسیما و اتخاذ رویکردهای جدید در برنامه‌سازی برای مخاطبان مختلف تأکید داشته‌اند. از جمله راهکارهای پیشنهادی می‌توان به لزوم توجه بیشتر به ذائقه مخاطبان در برنامه‌سازی، اجتناب از روش‌های صرفاً آموزشی و ایدئولوژیک در برنامه‌سازی، و نیز مطالعه و الگوبرداری از راهکارهای سایر کشورها برای اشاعه ارزش‌های اجتماعی و حفظ هویت ملی، اشاره کرد.^۱ در همین راستا، هدف پژوهش پیش‌رو نیز مطالعه راهکارهای هنرمندان و دولتمردان ژاپنی برای اشاعه ارزش‌های ملی با بهره‌گیری از داستان‌های کمیک و انیمیشن، با تأکید بر روش‌هایی است که هنرمندان ایرانی می‌توانند برای حفظ ارزش‌های ملی اتخاذ کنند.

محور تحلیل‌های صورت‌گرفته در این پژوهش بر مبنای قابلیت داستان‌های کمیک و انیمیشن در شکل‌دهی به صورت‌بندی‌های "خود" و "دیگری" تمرکز یافته است. همان‌طور که جان دوور^۲ (1986: 203-261) در بررسی‌های خود بر نقاشی‌ها و گرافیک‌های زمان جنگ نشان داده است، هدف این دسته آثار، ارائه "تصویر ناب و پاکی از خود" و "شیطانی نشان دادن دیگری" است. این رسانه‌ها با برانگیختن احساسات خوانندگان خود می‌توانند به‌طور مؤثری به القای مفهوم نفرت و دشمنی نسبت به خارجی به‌عنوان "دیگری" بپردازند و با ایجاد تصویر قدرتمند و مثبتی از

۱. از این میان می‌توان به مجموعه داستان‌های کمیک اجتماعی کاریکاتوریست‌هایی چون مانا نیستانی و بزرگمهر حسین‌پور، و نیز داستان‌های مصور دینی و ملی که به ویژه در سال‌های اخیر بر مبنای داستان‌های شاهنامه به کرات تولید شده است اشاره کرد.

"خود"، موجب تقویت نوعی احساس قدرتمند غرور ملی در شهروندان کشور خود شوند. در این میان، پیشرفت‌های تکنولوژیکی رشد اشکال جدیدی از داستان‌گویی مصور، نظیر رسانه انیمیشن را به دنبال داشته‌اند که آنها را در مدت‌زمان اندکی به یک ابزار تبلیغاتی قدرتمند تبدیل کرده است.

ری اکاموتو^۱ (4: 1999) درباره هنر داستان بیان می‌کند: هنر داستان مصور یک رسانه عمومی و یک قدرت عمده فرهنگی و ایدئولوژیکی معرفی شده است که قادر است ایدئولوژی جدیدی را خلق کند یا ایدئولوژی حاکم را تغییر دهد. هنر داستان مصور که در زبان ژاپنی به آن مانگا گفته می‌شود، بخش جدانشدنی از زندگی روزمره مردم ژاپن محسوب می‌شود^۲ و در جامعه کنونی ژاپن نیز از قدرت تأثیرگذاری بالایی برخوردار است. می‌توان گفت که صنعت پردرآمد انیمیشن ژاپن بر مبنای مانگا بنا نهاده شده است؛ بدین معنا که هنگامی که یک مجموعه مانگا فروش خوبی دارد یا روند داستانی آن نشان از موفقیت در آینده می‌دهد، به‌طور معمول ناشران آن، مجموعه انیمیشنی بر مبنای آن، انیمه^۳ می‌سازند. اکاموتو با تکیه بر نظریات لاسول و لیپمن^۴ که در آن "رسانه، شرط اساسی اولیه برای تأثیر کارآمد تبلیغات ایدئولوژیک بر منش مخاطب مورد نظر محسوب می‌شود"، رسانه مانگا را از عوامل اصلی شکل‌دهنده به منش فرهنگی مردم ژاپن و حفظ هنجارهای ایدئولوژیکی حاکم بر اجتماع این کشور معرفی می‌کند (Okamoto, 1999: 10-14).

با توجه توانایی رسانه‌های مانگا و انیمه در جامعه ژاپن، در پژوهش حاضر مطالعه انیمیشن ژاپن ابتدا با بررسی چگونگی شکل‌گیری مانگای امروزی بر مبنای

1. Rei Okamoto

2. Quoted in "Pictorial Propaganda in Japanese Comic Art" by Okamoto, 1999, 29

۳. انیمه Anime، معادل ژاپنی کلمه انیمیشن است که به طور معمول به انیمیشن‌های تجاری تولید کشور ژاپن اطلاق می‌شود.

4. Walter Lippmann and Harold Lasswell

5. Propaganda

کاریکاتورهای سیاسی و داستان‌های مصور غربی آغاز شده و رابطه آن با هنرهای سنتی ژاپن و در نتیجه جایگاه فرهنگی آن در این کشور مشخص شده است. سپس این بحث مطرح شده است که به چگونه مانگاها در عرصه اجتماعی قدرت گرفتند و به‌عنوان ابزاری برای تبلیغات سیاسی و تحریک آراء و افکار عمومی از سوی دولتمردان ژاپنی در طول جنگ روسیه و ژاپن و سپس در جنگ دوم جهانی به‌کارگرفته شدند. در نهایت، بررسی قدرت رسانه‌های مانگا و انیمه در به‌تصویر کشیدن دنیای خیال و توانایی این دو رسانه در تسکین زخم‌های مردم ژاپن در سال‌های پس از شکست در جنگ و بمباران اتمی مورد ارزیابی گرفته است. در پایان، ضمن ارائه مطالعه مختصری بر جایگاه سیاسی - اجتماعی انیمیشن در ایران در سه دوران پیش از انقلاب، در طول جنگ تحمیلی، و دوران معاصر؛ بررسی تطبیقی میان نقش رسانه انیمیشن در تقویت هویت ملی مردم ایران و ژاپن صورت پذیرفته است.

پیشینه پژوهش

کتاب معروف ژاک الول^۱ پروپاگاندا^۲ از جامع‌ترین تحقیقات درباره بهره‌گیری از قدرت رسانه‌ها در تبلیغات ایدئولوژیک زمان جنگ یا صلح است که آرای مطرح‌شده آن، از منابع اولیه پژوهش پیش‌رو بوده است. به‌طور خاص، مطالعات مختلفی در زمینه قدرت کاریکاتور، انیمیشن، و کمیک، صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به آثار جان لنت^۳ و جان دوور، و به‌ویژه در مورد ژاپن، به پژوهش‌های ری اکاموتو اشاره کرد، که یافته‌های دو محقق اخیر، پایه نظری تحقیقات این مقاله را رقم زده‌اند. با توجه به اینکه پژوهش حاضر، تکامل کمیک‌های سیاسی ژاپنی را در بستری تاریخی مورد مطالعه قرار می‌دهد، کتب مرجع دیگری همچون اصلاحات میجی (۱۹۷۲)^۴ اثر ویلیام

1. Jacques Ellul
2. Ropaganda: The Formation of Men's Attitudes
3. John A. Lent
4. The Meiji Restoration

بسلی^۱، و نیز ساختن ژاپن مدرن (۲۰۰۰) اثر ماریوس جانسن^۲ که به مطالعه تأثیر آداب مردم ژاپن درباره نحوه شکل‌گیری هویت ملی مردم این کشور اختصاص دارند، از دیگر مراجع مطالعاتی تحقیق هستند. مطالعات مختلفی در مورد تأثیر متقابل هنر کمیک ژاپنی و هویت فرهنگی و ملی این کشور بر یکدیگر، صورت گرفته است، اما آنچه نگارندگان را بر آن داشت تا با تشریح شرایط تاریخی/اجتماعی و فرهنگی ژاپن، خطوط اصلی مؤثر بر روند شکل‌گیری هویت ملی مردم ژاپن را ترسیم نمایند، فراهم آوردن مسیری مطالعاتی برای امکان مقایسه‌ای تطبیقی با انیمیشن‌های سیاسی-اجتماعی در ایران بود.

در همین راستا، در حوزه انیمیشن و داستان‌های کمیک سیاسی در ایران پژوهش حاضر با اتکا به مقالات و نوشته‌های محققان و هنرمندانی چون مهین جواهریان، مرتضی ممیز، و ناصر گل‌محمدی، و مشاوراتی با دست‌اندرکاران حوزه انیمیشن، نظیر علیرضا گلپایگانی و فاطمه حسینی شکیب، در کنار بهره‌گیری از مباحث اندیشمندانی چون فرزاد سجودی و فاطمه عظیمی‌فرد در همایش قدرت ملی در آینه هنرهای نمایشی، امکان انجام مقایسه تطبیقی میان انیمیشن و کمیک سیاسی در ژاپن و ایران توسط پدیدآورندگان مقاله فراهم آمده است.

روش پژوهش

این تحقیق به روش تاریخی انجام شده؛ بدین ترتیب که ابتدا پیشینه هنرهای کمیک و روند ورود آنها به عرصه سیاست در ژاپن مورد بررسی قرار گرفته است و این رویکرد تاریخی تا مطالعه شرایط اجتماعی و سیاسی ژاپن در دوران پس از شکست در جنگ ادامه پیدا کرده است. در مورد نقش مشارکتی داستان‌های کمیک و انیمیشن‌های ژاپنی در گفتمان عمومی مردم این کشور، بنیادهای نظری ال، لاسول، دوور، و اکاموتو به‌منظور تحلیل

1. William G. Beasley
2. Marius B. Jansen

نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت ملی توده‌ها، برای تحلیل و جهت‌دهی به بحث‌های مطرح‌شده به‌کار گرفته شده‌اند. داده‌ها و یافته‌ها در بخش بررسی تطبیقی تحقیق، به‌عنوان معیاری برای سنجش میزان مشارکت انیمیشن‌های ایرانی در گفتمان‌های اجتماعی و سیاسی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

آغاز هنر داستان مصور مدرن در ژاپن

مانگا سابقه طولانی در کشور ژاپن دارد و تاریخچه آن به قرن دوازدهم بازمی‌گردد. با این حال همان‌طور که میاموتو هیروهیتو^۱ اشاره می‌کند، مانگا در دوران مدرن "بازآفرینی شد"^۲. از این رو، آغاز هنر داستان مصور در ژاپن به معنای مدرن آن را می‌توان زمانی دانست که به‌عنوان یک رسانه عمومی برای روزنامه‌نگاری پذیرفته شد؛ یعنی در اوایل دوران میجی (۱۸۶۸-۷۸) هنگامی که چارلز ویرگمن^۳، افسر بازنشسته انگلیسی، نخستین مجله فکاهی را در این کشور منتشر کرد. ژاپن بعد از دو‌یست سال انزوا بالاخره در دهه ۱۸۵۰ درهای خود را به‌سوی تجارت خارجی گشود و به‌شدت تحت تأثیر آداب و سنن و تکنولوژی‌های غربی قرار گرفت. در این میان، «کاریکاتور سیاسی نیز مانند چتر و ساعت جیبی، یکی از واردات فرهنگی بود که به این کشور پس از بازگشایی دره‌ایش سرازیر شد» (Duus, 2001: 968). ویرگمن به‌عنوان نماینده مجله اخبار تصویری لندن^۴ وارد ژاپن شد و مجله ژاپن پانچ^۵ (۱۸۶۲-۱۸۸۷) را با هدف اطلاع‌رسانی سیاسی و اجتماعی به جامعه خارجی‌ان ساکن در یوکوهاما^۶ منتشر کرد. کاریکاتورهای طنز ویرگمن اغلب به‌هیچ‌وجه روابط دیپلماتیک میان دولت ژاپن و خارجی‌ها، و تلاش ژاپنی‌ها در تقلید از آداب و رفتار غربیان می‌پرداخت.

1. Marius B. Jansen

2. Quoted in "Theorizing Manga: Nationalism and Discourse on the Role of Wartime Manga" by Rei Okamoto, 2009, 21

3. Charles Wirgman

4. London Illustrated News

5. Japan Punch

6. Yokohama

کاریکاتوریست غربی دیگری که در همان زمان در ژاپن مشغول به کار بود جرج بیگو^۱ فرانسوی بود. وی با همکاری چومین ناکائ^۲، از رهبران نهضت آزادی‌خواهی و حقوق مدنی^۳، مجله هجوامیز توبائه^۴ را منتشر کرد که به هجو دولتمردان ژاپن می‌پرداخت. توبائه برای فرار از سانسور، مخفیانه چاپ می‌شد و مخاطبان آن عموماً جامعه فرانسوی زبان توکیو و یوکوهاما بودند. به عقیده کرت ایلبران^۵ (2005: 5) علی‌رغم دامنه وسیع موضوعاتی که مانگا پوشش می‌دهد، به سبب «سانسور شدید، دولتمردان نامرئی یا دست‌نیافتنی، و برخی باورهای فرهنگی بسیار عمیق»، نمایش تصویری پیام‌های سیاسی هیچ‌گاه در ژاپن آسان نبوده است. با این وجود همین مجله‌های غیر ژاپنی‌زبان به هنرمندان ژاپنی روش‌های چاپ مجله‌های مصور و نحوه انتخاب موضوع برای تصاویر از میان وقایع روزمره و رویدادهای سیاسی را آموختند. نهضت آزادی‌خواهی و حقوق مدنی ژاپن که شدیداً تحت تأثیر فلسفه آزادی‌خواهی فرانسوی قرار داشت در طی سال‌های ۱۸۷۴ تا ۱۸۸۸ نه‌تنها موجب شکل‌گیری نخستین احزاب سیاسی در ژاپن شد بلکه انتشار چندین مجله مصور ژاپنی را نیز به همراه داشت. یکی از معروف‌ترین مجله‌ها، مجله هجوامیز مارومارو چینبون^۶ (به اختصار ماروچین) بود که فومیو نومورا^۷ با الگوبرداری از کارهای ویرگمن و مجله انگلیسی پانچ^۸ منتشر کرد. هنرمندان فعال در ماروچین اغلب تحت تأثیر هنر، فلسفه، و ادبیات

1. George Bigot

2. Chomin Nakae

۳. نهضت آزادی‌خواهی و حقوق مدنی (自由民権運動 Freedom and People's Rights Movement (Jiyu Minken Undo), جنبش اجتماعی و سیاسی مردم ژاپن برای دموکراسی در دهه ۱۸۸۰ بود.

4. Tobae

5. Kurt Illerbrun

6. Maru maru chimbun

7. Fumio Nomura

۸. Punch، مجله طنز و کاریکاتور انگلیسی که در سال ۱۸۴۱ هنری می‌هیو (Henry Mayhew) منتشر کرد و با نفوذی که در دهه‌های چهل و پنجاه به‌دست آورد، واژه‌ی "کارتون" را به معنای امروزی آن به‌عنوان تصویر فکاهی، تثبیت کرد.

غرب قرار داشتند. همان‌طور که اکاموتو (1999: 53) اشاره می‌کند، سردبیر مجله، «نومورا در انگلستان تحصیل کرده بود و بر ضرورت یادگیری از اروپاییان باور داشت». مجله *ماروچین* طنز سیاسی تنیدی داشت و «واژه "مارومارو" در نام آن اشاره به دایره‌های سیاهی داشت که سردبیر مجله به جای نام‌ها، مکان‌ها یا موضوعاتی استفاده می‌کرد که امکان داشت موجب پیگرد قضایی مجله شوند» (Duus, 2001: 14). همزمان با این مجله، مجله‌های هجوآمیز و فکاهی بسیار دیگری نیز در ژاپن منتشر شدند که برای نخستین بار مجموعه داستان‌های مصور به‌صورت داستان‌های دنباله‌دار کوتاه با الگوبرداری از داستان‌های مصور آمریکایی به چاپ رسیدند.

بسیاری از کاریکاتوریست‌های سرشناس فعال در این مجله‌ها بارها به خاطر گرایش‌های ضد حکومتی و کاریکاتورهای سیاسی خود توبیخ یا زندانی می‌شدند و همین امر حتی منجر به تعطیلی برخی از این مجله‌ها شد. با این وجود، هنگامی که تب ملی‌گرایی حاصل از جنگ چین و ژاپن و پس از آن روسیه و ژاپن سرتاسر این کشور را فراگرفت، افراد نیز به همراه سایر هنرمندان ژاپنی به‌کلی دست از مخالفت‌ها و فعالیت‌های مدنی خود کشیدند و در حمایت از دولت و جنگ، شروع به طراحی کاریکاتورهای هجوآمیز از چینی‌ها و روس‌ها و تکریم و تجلیل از ژاپن کردند. در یک جمع‌بندی کلی از نخستین دوره حضور کاریکاتورهای سیاسی در ژاپن، یولیا میخالیوا، محقق روس بیان می‌کند که کاریکاتورهای سیاسی که در نیمه اول دوران میجی خلق شدند از ژاپن تصویری به‌عنوان ملتی که به خاطر تضادهای سیاسی و اجتماعی خود در حال تکه‌تکه شدن است، ارائه دادند. با این وجود، به‌محض آنکه ژاپنی‌ها متوجه شدند که راه برابری با غرب نه از راه به‌وام گرفتن الگوهای فرهنگی و نهادهای سیاسی غربی بلکه در مقابل، از طریق فتوحات موفق نظامی است، محتوا و لحن کاریکاتورها را تغییر دادند (Mikhailova, 2008: 161). این تغییرات بیانی، آغازگر دوران جدیدی در طراحی داستان‌های مصور ژاپن بودند که حول محور تبلیغ و ترویج ملی‌گرایی تمرکز یافته بودند.

کاریکاتورهای سیاسی و ملی‌گرایی ژاپنی

دوران اصلاحات میجی با مدرن‌سازی سریع و تغییرات چشمگیر در نهادهای سیاسی، اجتماعی، و اقتصادی ژاپن همراه بود. دولتمردان ژاپنی با مطالعه نظام حکومتی کشورهای غربی و الگوبرداری انتخابی از آنها موفق شدند ژاپن را به یک قدرت نظامی در آسیا مبدل کنند. پذیرش مشتاقانه تکنولوژی‌های جدید غربی موجب تنوع و شکوفایی در عرصه اقتصاد شده بود. در عرصه اجتماعی، آموزش و پرورش عمومی و همچنین خدمت سربازی اجباری شد و با اعلام برابری میان تمام طبقات اجتماعی و از میان رفتن امتیازات فئودالی سامورایی‌ها و اربابان آنها، ملت ژاپن برای آشنایی با حقوق شهروندی جدید آماده شد. در این زمان ژاپنی‌ها امتیازات حقوق برون‌مرزی^۱ را -که پیش‌تر شوگون‌ها (خان‌ها در دوران فئودالی) به غربیان داده بودند- در ژاپن لغو کردند، درحالی‌که همین امتیازات را برای خود در مورد کره قائل شده بودند. همان‌طور که ماریوس جانسن (2000: 424) در تاریخ‌نگاری خود از وقایع دوران میجی اشاره می‌کند، دیپلماسی دوران میجی در گسترش "تجارت آزاد امپریالیستی" به‌خوبی نشان داد که آنها چه ماهرانه پس از دو دهه، روش این کار را از غربیان آموخته‌اند.

تضاد منافع بر سر کره، ژاپن و چین را در مقابل یکدیگر قرار داد و موجب وقوع نخستین جنگ خارجی ژاپن در دوران مدرن (سال‌های ۱۸۹۵-۱۸۹۴) شد. آن زمان اطلاع‌رسانی از مناطق جنگی بسیار تحت کنترل و محدود بود و عکس‌برداری نیز چندان رواج نداشت. به همین دلیل نقاشان و کاریکاتوریست‌ها نقش قابل ملاحظه‌ای را در اطلاع‌رسانی از مناطق جنگی ایفا می‌کردند. مجله تصویری گرافیک^۲ لندن، جرج بیگو را استخدام کرد تا به مناطق جنگی برود و برای سه ماه خبرنگار اعزامی این مجله باشد. جرج بیگو در کنار ترسیم مناظر و وقایع جنگی عکس‌هایی نیز از آن تهیه می‌کرد. کاریکاتوریست‌های ژاپنی نظیر کوبایاشی نیز که پیش از این به طراحی کاریکاتورهای

1. Extraterritoriality
2. The Graphic

سیاسی ضد حکومتی می‌پرداختند، شروع به مصورسازی جنگ و تمسخر چینی‌ها به‌عنوان یک ملت ترسو و وحشی کردند (Okamoto, 1999: 65). شکست چین از ژاپن در کره، نخستین مستعمره ژاپن را نصیب این کشور کرد، اما «موفقیت ژاپن چیزی بیشتر از جایگزین کردن نفوذ روسیه به جای چین در کره نبود» (Jansen, 2000: 436).

مدت کوتاهی پس از جنگ چین و ژاپن، روسیه و ژاپن بر سر منچوری وارد مناقشه شدند. در سال ۱۹۰۳ ژاپن تلاش کرد تا از طریق دیپلماتیک مناقشه را حل کند و پیشنهاد داد حقوق روسیه را در منچوری به رسمیت بشناسد به شرط آنکه روسیه نیز از کره دور بماند، اما روسیه به این مسئله توجهی نشان نداد. از سوی دیگر تب ملی‌گرایی شدیدی که ژاپن را فراگرفته بود، از دولت توقع داشت که پاسخ محکمی به روسیه بدهد: «سیاستمداران، نویسندگان، و روشنفکران جنبش‌هایی را به راه انداختند تا دولت را مجبور کنند تا در برابر روسیه قاطعانه بایستد» (Jansen, 2000: 439). بیشتر روزنامه‌ها و مجلات به دفاع از جنگ برخاستند و درحالی‌که از هر فرصتی برای حمله به روسیه و تشدید احساسات ضد روس‌ها استفاده می‌کردند تلاش نمودند تا از ژاپن تصویری کشوری را خلق کنند که عاشق صلح است و قربانی روسیه شده است. همان‌طور که اکاموتو (1999: 65) اشاره می‌کند، کاریکاتورهای "متعصب" مجلات همان کاری را با روس‌ها کردند که کاریکاتورهای پیشین با چینی‌ها کرده بودند و آنها را ضعیف و ترسو نشان دادند.

جنگ روسیه و ژاپن در فوریه سال ۱۹۰۴ با حمله ژاپن به ناوگان دریایی روسیه در ساحل منچوری آغاز شد. دولت ژاپن انتشار عمومی هر نوع اخبار جنگی را در مطبوعات بدون تأیید قبلی از سوی حکومت ممنوع کرد. دولت ژاپن می‌خواست اخبار پالایش‌شده و تنها پیروزی‌ها را به گوش مردم برساند. ژاک الول، شکل‌گیری هر نوع تبلیغات ایدئولوژیکی (پروپاگاندا) را در جامعه مدرن بدون حضور مطبوعات غیرممکن می‌داند با این حال اضافه می‌کند، برای آنکه رسانه‌های عمومی به ابزاری برای اشاعه ارزش‌های ایدئولوژیک تبدیل شوند باید بر آنها کنترل مرکزی اعمال شود. الول توضیح

می‌دهد که ضرورت این امر به خاطر سلب امکان انتخاب آزاد از مخاطب نیست، چراکه در واقع او اصلاً چنین انتخابی ندارد، بلکه به این دلیل است که هیچ رسانه‌ای به‌طور مستقل قدرت کنترل تمام اطلاعات را ندارد: «به‌منظور فراهم آوردن امکان سازمان‌دهی پروپاگاندا، رسانه‌ها می‌بایست متمرکز باشند، تعداد شبکه‌های خبری کاهش یابد، روزنامه‌ها توسط یک مرکز واحد کنترل شوند، و رادیو و فیلم تک‌قطبی تثبیت شود» (Ellul: 1965,102).

سانسور دولت به همراه عدم امکان دسترسی آسان روزنامه‌نگاران به اطلاعات، روزنامه‌ها را بیش از پیش به سوی رویکرد شعاری و غیرواقعی نسبت به جنگ سوق داد. در این زمان با توجه به کمبود اخبار در مورد جنگ و نیز عدم رواج عکاسی، مجله‌های مصور نقش سرنوشت‌سازی را در اطلاع‌رسانی به مردمی که تشنه اخبار "خوب جنگی" بودند بر عهده گرفتند: «برای برآورده ساختن تقاضا برای "اخبار خوب"، داستان‌هایی می‌بایست ابداع می‌شد. در اینجا کارتون‌ها به خاطر ویژگی‌های خاص این رسانه امکانات زیادی را برای ابداع و اغراق ایجاد کردند» (Mikhailova, 2008: 163). بنابراین کارتون‌ها لزوماً از وقایع حقیقی خبر نمی‌دادند بلکه با ابراز احساسات متعصبانه در مورد جنگ، آن چیزی را بازگو می‌کردند که مخاطب خواستار شنیدن آن بود. این روند با پیروزی قدرتمندانه ارتش ژاپن در پورت آرتور^۱ شدت گرفت و «هنرمندان ژاپنی که به‌خوبی می‌دانستند اغلب از سوی کاریکاتوریست‌های غربی به شکل موجوداتی کوچک، ضعیف تصویر شده‌اند، فرصت خوبی برای انتقام گرفتن با سخیف نشان دادن روس‌ها به‌دست آوردند» (Ibid).

همان‌طور که پیتر دوس^۲ (2001: 981) اشاره می‌کند، کاریکاتوریست ممکن است از هنر خود به‌عنوان اسلحه‌ای برای اعتراض، مخالفت یا مقاومت استفاده کند، اما در عمل اغلب متحد دولت به‌عنوان امور "نظارت دموکراتیک"^۳ است، چراکه درنهایت

1. Port Arthur
2. Peter Duus
3. Agent of Democratic Surveillance

هنرمند نیز به همان نظام سیاسی تعلق دارد که مقامات دولتی که او به هجوشان می‌پردازد، متعلق به آن‌اند. در ژاپن بیش از آنکه کاریکاتورها برای انتقاد استفاده شوند، برای به غلیان درآوردن حس اتحاد ملی در برابر تهدید خارجی به کار گرفته شدند و مرزهای کنایه‌آمیزی که میان "ما" و "آنها" ترسیم کردند، خطوط هویت ملی را مشخص نمود. میخالویا (2008: 165) با ارجاع به این جمله ریوچی ناریتا، محقق جنگی ژاپن - که گفته است: «نوشتن در مورد جنگ، سریع‌ترین راه ایجاد احساس وحدت درمیان ماست؛ چراکه جهان‌بینی را خلق می‌کند که به‌وضوح خطی میان "ما" و "آنها" ترسیم می‌کند» - مدعی می‌شود که همین موضوع در مورد کاریکاتورهای زمان جنگ نیز صدق می‌کند. کاریکاتورهای ژاپنی با تکریم از شجاعت سربازان ژاپنی و ضعیف نشان دادن روس‌ها، و نیز ترسیم ژاپن به‌عنوان یک ملت یکپارچه در برابر روسیه‌ای که دچار ناآرامی داخلی بود، حسی از هویت ملی را خلق کردند که غرور زیادی به روح ملت ژاپن بخشید.

به باور بسیاری از غربیان، پیروزی ژاپن بر روسیه به برتری نژادی اروپاییان بر آسیایی‌ها پایان داد و نقش قطعی در شکل‌گیری مفهوم مثبتی از هویت ملی ژاپنی در میان مردم این کشور ایفا کرد. رسانه‌های عمومی ژاپن توانستند با تحریک روانی مردم و تعریف "دیگری" به‌عنوان نقطه مقابل و منفی ژاپن، این احساس ملی‌گرایی را القا کنند و همکاری میان دولت و مطبوعات به حدی قدرتمند بود که حتی منجر به تغییر عقیده بسیاری از کسانی شد که خود از مخالفان جنگ بودند. در زمینه کاربرد روانی تبلیغات ایدئولوژیک الول (1965: xiii & 62) مطرح می‌کند که پروپاگاندا در معنای گسترده‌تر آن در حقیقت یک "جنگ‌افزار روانی"^۲ و ابزاری برای "آموزش دوباره و شستشوی مغزی"^۳ است. پروپاگاندا اجتماعی "مجموعه‌ای از نمودهاست که از طریق

1. Ryuichi Narita
2. Psychological warfare
3. Re-education and Brainwashing

آن هر جامعه‌ای تلاش می‌کند تا بیشترین تعداد افراد را به خود جذب کند، اعضایش را به نحوی متحد سازد که بر اساس یک الگو عمل کنند، شیوه زندگی خود را به خارج از مرزها گسترش دهد، و در نتیجه خود را بر دیگر گروه‌ها تحمیل کند. در نتیجه پروپاگاندا در بستر فرهنگی جامعه قرار گرفته است.

کاریکاتوریست‌های ژاپنی از این شگرد فرهنگی در آثار خود بهره‌ی زیادی جستند؛ به‌ویژه در سال‌های منتهی به جنگ جهانی دوم و در خلال جنگ، کاریکاتوریست‌ها با توسل به سنت‌ها و ارزش‌های عمیق فرهنگی تلاش کردند تا مخاطبان خود را به یاد وظایفشان به روح حقیقی ملت، و در نتیجه رژیم نظامی که از آن ارزش‌ها استفاده می‌کرد، بی‌اندازند. بسیاری از کاریکاتورهای تبلیغاتی در پی ترویج و تقویت ارزش‌هایی بودند که احتمالاً از سوی مردم به‌عنوان باور فرهنگی نهادینه‌شده بودند. بر این اساس، این کاریکاتورها دول رقیب یا همان "دیگران" را برخوردار از ارزش‌هایی خلاف ایده آل‌های ژاپنی نشان می‌داد.

مانگا و انیمیشن در فضای جنگ جهانی دوم

در سال ۱۹۰۵، کیتازاوا راکوتن^۱ شروع به طراحی مجموعه داستان‌های مصوری درباره جنگ کرد که برخلاف کارهای هنرمندان پیشین تک‌بعدی و صرفاً تبلیغاتی نبود بلکه به مصورسازی صحنه‌های دلخراش جنگ و خانواده‌هایی که اعضای خود را از دست داده بودند نیز می‌پرداخت. راکوتن که به‌عنوان پدر مانگا شناخته می‌شود نخستین کسی بود که کلمه مانگا را در معنای امروزی آن به کار گرفت و برای تمایز قائل شدن میان کارهای داستان مصورش با سایر کاریکاتورهای سیاسی و فکاهی آن دوران که پونچی^۲ خوانده می‌شدند، از این کلمه استفاده کرد. وی خود را هنرمند مانگا خواند و با اقتباس از داستان مصورهای آمریکایی شروع به انتشار مانگا به‌صورت داستان‌های سریالی و نیز تک‌صفحه‌ای

1. Rakuten Kitazawa
2. Ponchi-e

کرد. راکوتن هنرمندان مانگا‌کار و انیماتورهای بسیاری را تربیت کرد که از آن جمله می‌توان به شیموکاوا^۱، سازنده نخستین انیمیشن ژاپن اشاره کرد.

مانگا به سرعت در جامعه ژاپن گسترش پیدا کرد و در طی دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ با افزایش فرهنگ استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی به بخشی از فرهنگ عامه تبدیل شد. این اتفاق زمانی روی داد که ژاپن به سمت جنگ تمام‌عیار حرکت می‌کرد و در نتیجه نقش تمامی رسانه‌ها و از جمله مانگا در ارتباط با جنگ مورد توجه قرار گرفت. گفتمان غالب آن بود که مانگا وسیله‌ای ایده‌آل برای انتقال ملی‌گرایی به حساب می‌آید، و کاریکاتوریست‌ها نقش فعالی به‌عنوان "مأموران جنگ" ایفا می‌کنند. در اساسنامه انستیتوی مانگای توکیو قید شده بود که «مانگا... به‌آسانی می‌تواند از عهده مأموریت مهم تعلیم و تربیت عموم از طریق طنز برآید، که اغلب دستیابی به آن دشوار است. مانگا یک اسلحه سیاسی و اقتصادی ضروری است، که به‌عنوان ابزار تبلیغاتی قدرتمندی رشد کرده است... مردم ما نیاز به مانگاهای مفرحی دارند که ذهن آنها را پاک کند. آنها به آن (مانگا) به همان میزان احتیاج دارند که به غذا احتیاج دارند» (Okamoto, 2009: 20 & 23-24).

انستیتوی مانگای توکیو در سال ۱۹۳۸ را گروهی از کاریکاتوریست‌های سرشناس که پیش‌تر در گروه‌های چپ فعالیت داشتند، راه‌اندازی کردند و تمرکز اصلی آن بر ارتباط میان مانگا به‌عنوان ابزار قدرتمندی برای پروپاگاندا و جنگ بود. راکوتن نیز در یکی از شماره‌های این مجله به اعتراض نسبت به وضع موجود و سانسور شدید مانگاها از سوی دولت پرداخت و مدعی شد که برخلاف دوران جنگ روسیه و ژاپن، هم‌اکنون سانسور شدید دولتی اجازه نمی‌دهد تا از مانگا برای تحریک احساسات ملی‌گرایانه مردم استفاده شود. در حال پل‌امینی انستیتوی مانگای توکیو را در سال ۱۹۴۱، تعطیل و هنرمندان فعال در آن را به خاطر تمایلات کمونیستی دستگیر کرد. در واقع با آغاز دومین جنگ چین و ژاپن کنترل دولتی بر مانگاها و حتی مانگاهای کودکان بسیار شدیدتر شد و با آغاز جنگ اقیانوس آرام انتشار بیشتر مجموعه‌ها متوقف گردید.

1. Oten Shimokawa

بنابراین این دوران سبب پیشرفت رسانه انیمیشن در ژاپن شد. در سال ۱۹۳۴ کمیته نظارت بر تصویر متحرک^۱ در ژاپن بنیان نهاده شد تا رسانه فیلم را تحت کنترل و نظارت دولت درآورد. با شدت گرفتن جنگ، این کمیته، سینماها را از پخش فیلم‌های خارجی مرتبط با جنگ منع کرد. همین ممنوعیت، ناگهان فضای نمایش زیادی را در اختیار سازندگان فیلم‌های کوتاه داخلی قرار داد که انیماتورهای تجربی نیز از جمله آنها بودند. علاوه بر این، در همین سال فوجی فیلم توانست با برخورداری از بودجه ارتش به توانایی تولید داخلی نگاتیو فیلم دست یابد. همچنین، فیلم‌های آموزشی از سوی دولت و وزارت آموزش مورد پشتیبانی قرار گرفتند و رسانه انیمیشن به‌عنوان یکی از بهترین رسانه‌ها برای انتقال مفاهیم آموزشی، توجه دولت را به خود جلب کرد و دو شرکت تولید انیمیشنی که در همین دوران تأسیس شدند از بودجه دولتی برای تولید چنین انیمیشن‌هایی برخوردار شدند: «تا پیش از دخالت دولت، انیماتورها تنها می‌توانستند شب‌ها که استفاده از برق میسر بود به کار و آزمایش با این رسانه بپردازند» (Hu, 2010: 66).

با توجه به شرایط حاکم بر جامعه، اغلب انیمیشن‌هایی که در این دوران تولید می‌شدند محتوایی جنگ‌طلبانه و تبلیغاتی داشتند. اکثر این انیمیشن‌ها ماجرای پیروزی دسته‌ای از حیوانات را بر اثر اتحاد و همکاری علیه گروه یا دسته دیگری از حیوانات که معمولاً ظالم و زورگو بودند یا به برتری تسلیحاتی خود مغرور بودند به تصویر می‌کشیدند. رویدادهای ورزشی نظیر مسابقات فوتبال، بیس‌بال یا المپیک، فیلم‌نامه‌های رقابتی خوبی را برای این نوع انیمیشن‌ها فراهم می‌آوردند. با این حال، همان‌طور که متخصص انیمه، تسه هو^۲ مطرح می‌کند: «جذابیت و معصومیت اعضای قلمروی حیوانات معنای تاریک‌تری را که در پشت فریم‌ها تنیده شده بود پنهان نمی‌کرد» (Hu, 2010: 67). وی همچنین به حضور همیشگی پرچم ملی ژاپن در پس‌زمینه این فیلم‌ها اشاره می‌کند: «پرچم ملی آفتاب تابان^۳ مرتباً در پس‌زمینه ظاهر می‌شد، چه

1. Motion Picture Control Committee
2. Tze-Yue G.Hu
3. Hinomaru

به طور نامحسوس در ابتدای داستان فیلم چه رو به پایان آن در زمانی که قهرمان حیوانات پرچم را با افتخار به اهتزاز در می‌آورد» (Ibid).

پیام تبلیغاتی برخی از این انیمیشن‌ها بسیار واضح بود. به‌عنوان مثال، در سال ۱۹۳۴ ژاپن انیمیشن تبلیغاتی هفت دقیقه‌ای را ساخت که به پیش‌بینی وقایع دو سال آینده می‌پرداخت و در آن میکی‌موس (به‌عنوان نماد آمریکا) به همراه لشکری از موش‌ها، مارها و تمساح‌ها به جزیره‌ای در اقیانوس آرام حمله می‌کرد. ساکنان جزیره که ترکیبی از حیوانات و انسان‌ها بودند برای کمک گرفتن به سراغ قهرمان اساطیری ژاپن، موموتارو^۱، می‌روند و موموتارو با شکست دادن میکی‌موس صلح و آرامش را به جزیره بازمی‌گرداند. موموتارو، قهرمان دو انیمیشن بلند بعدی که در بحبوحه جنگ جهانی دوم با بودجه ارتش ساخته شدند نیز بود. عقاب‌های دریایی موموتارو (۱۹۴۳)^۲ و موموتارو، سرباز الهی دریا (۱۹۴۵) نخستین فیلم‌های انیمیشن بلند ژاپنی هستند و به روایت شکست ارتش آمریکا و بیرون کردن آنها از جزایر اقیانوس آرام توسط قهرمان ملی ژاپن موموتارو و حیواناتی که به او کمک می‌کنند می‌پردازند. این دو انیمیشن علاوه بر آنکه به‌خوبی رویای پیروزی ژاپنی‌ها را به تصویر می‌کشند، تأییدی بر دیدگاه برتری‌طلبانه و استعماری ژاپن در آن دوران نیز هستند.^۳ فیلم دوم که ساخت پرهزینه آن در ماه‌های نزدیک به تسلیم ژاپن به اتمام رسید، حتی امکان اکران مناسب از سینماها را نیز نیافت.

مانگا و انیمه در دوران پس از جنگ

در سال ۱۹۴۵ ژاپن می‌بایست با ویرانی‌های حاصل از نابودی نزدیک به هفتاد شهر اصلی‌اش و تلفاتی در حدود سه میلیون نفر مواجه می‌شد. پس از جنگ، آمریکا

1. Momotaro

2. Momotaro no umiwashi

۳. در این انیمیشن‌ها موموتارو پس از شکست دادن ارتش آمریکا و بیرون راندن آنها خود به‌عنوان محافظ جزایر آسیا برتخت سلطنت می‌نشیند.

سردستگی نیروهای متفقین را در اشغال و بازسازی ژاپن بر عهده داشت. در فاصله سال‌های ۱۹۴۵ تا ۱۹۵۲، نیروهای آمریکایی به فرماندهی ژنرال مک‌آرتور^۱، اصلاحات گسترده نظامی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را در این کشور به اجرا در آوردند. پس از این دوران در دهه‌های پنجاه و شصت نیز آمریکا نفوذ سیاسی واضح و قدرتمند خود را در ژاپن حفظ کرد: «تا حدود زیادی، آمریکا برای چندین سال بر ژاپن ریاست کرد و سیاست ژاپن را به آن دیکته کرد و از او انتظار داشت تا فرمان‌بردار باشد» (Fuller, 2012: 155). ژاپن از لحاظ اقتصادی با سرعت باورنکردنی پس از جنگ جهانی دوم پیشرفت کرد و در اواخر دهه ۱۹۶۰ به نظر می‌رسید که تصاویر درخشان پیشرفت بر خاطره تاریک جنگ در جامعه ژاپن سایه انداخته‌اند. اما در واقع صدمات وارده و رای خسارت‌های مادی بود، بدنه سیاسی و فرهنگی جامعه نیز دچار لطمه شدیدی شده بود که در کنه بازسازی‌های پس از جنگ پنهان شده بود.

نظریه‌پرداز مانگا و انیمه، سوزان نیپر (2005) معتقد است که فرهنگ‌عامه ژاپن از دهه ۱۹۵۰ با خاطره جنگ جهانی دوم درگیر بوده است؛ یعنی زمانی که نخستین فیلم گودزیلا در مورد آزمایش اتمی ساخته شد، "ویرانی کامل و دشمن آمریکایی به شکل فیلمی در مورد هیولا". در حقیقت صدمات وارده به روح و هویت جامعه ژاپن به صورتی تغییر شکل یافته و مجازگونه^۲ در فرهنگ‌عامه این کشور نمود پیدا کردند: «رابطه ژاپن با گذشته‌اش بسیار پرتنش است. جامعه ژاپن با تجربیات دردناکش در مورد جنگ تا حدود زیادی از طریق ابزارهای داستان‌گویی که از تأثیر مخرب آن (تجربیات) بر تاریخ ژاپن کاستند، کنار آمد» (Igarashi, 2000: 3). علی‌رغم سانسور شدید در مورد جنگ و موضوعات مربوط به آن،^۳ همین تنش و رابطه پیچیده‌ی ژاپن با گذشته نظامی آن نیز، امکان رودررویی مستقیم با تجربیات حاصل از جنگ و نظام

1. General Douglas A. MacArthur
2. Metonymy
3. Nakar

سیاسی پس از آن را دشوار می‌کرد. در نتیجه، رسانه‌های خیال‌پردازانه‌ای چون مانگا و انیمه با برخورداری از قابلیت نمایش تجربه و واقعیت به صورتی تغییرشکل یافته و تمثیلی^۱، از طریق ایجاد گفتمانی خیالی امکان ابراز عقیده در مورد جنگ و عواقب آن در جامعه ژاپن را فراهم آوردند و از این راه به شکل‌گیری مفهوم جدیدی از هویت ژاپنی کمک کردند:

«پس از آنکه ملیت ژاپنی به وسیله بمب اتم به معنای واقعی کلمه درهم شکست، پروسه بازهم‌گذاریدن قطعات این ملت از طریق گفتمان سیاسی امکان‌پذیر نبود... بسیاری در ژاپن تلاش کردند تا هویت ملی جدیدی را خلق کنند که بتواند خاطرات شکست و ویرانی را از طریق حوزه فرهنگ روزانه مردم در عوض گفتمان انتزاعی سیاسی، در بر بگیرد» (Igarashi, 2000: 12).

هنرمندان مانگا از همان سال‌های آغازین پس از شکست به نحوی به موضوع جنگ در آثار خود پرداختند؛ هرچند تا اواخر دهه ۱۹۵۰ اشاره مستقیمی به وقایع جنگ جهانی دوم در این آثار صورت نگرفت. به دنبال ظهور مانگاهایی که اختصاصاً به داستان خلبان‌های ژاپنی در جنگ اقیانوس آرام می‌پرداختند، فیلم‌های انیمیشنی سینمایی و سریالی نیز شروع به تصویرگری جنگ و بیان دیدگاه‌های سازندگان خود در مورد جنگ کردند. برخی از این آثار، بسیار دقیق و واقع‌گرایانه به مصورسازی وقایع فاجعه‌آمیز جنگ پرداختند که از آن جمله می‌توان به *گین پابره‌نه* (۱۹۸۳) که مانگای آن براساس وقایع بمباران اتمی هیروشیما نوشته شده است، و *مدفن کرم‌های شب‌تاب* (۱۹۸۸) که روایت پایان زندگی دو کودک در اواخر جنگ است، اشاره کرد. در این آثار خاطرات نویسندگان آنها به شکل روایتی زندگی‌نامه‌گونه ثبت شده و با نسل‌های بعدی به اشتراک گذارده می‌شود.

از دهه هفتاد به این سو، در بیشتر مانگاها و انیمه‌های خیالی ژاپنی نیز، جنگ، شکست و بمب اتم به صورت‌های مختلف و نمادین، و غالباً با به شکل داستان‌هایی با

ویژگی‌های آخرالزمانی، نمود پیدا کردند. به‌خصوص بمب اتم تأثیر قدرتمندی بر مضامین بنیادین داستان‌های مانگا و انیمه داشته است: «می‌توان گفت که تکامل مانگا، دیدگاه و آرمان‌گرایی خاصی را در نتیجه بمباران اتمی جنگ جهانی دوم به همراه داشت؛ بدین معنا که ژاپنی‌ها در مورد چنین وقایع فاجعه‌باری به نحوی اندیشیدند که بر روان آنها تأثیر نهاد و این در آثار هنرمندان مختلف به تصویر درآمد» (Fuller, 2012: 3). می‌توان رویکرد متفاوت مانگاها و انیمه‌های ژاپنی به وقایع فاجعه‌بار و آخرالزمانی را نشأت گرفته از تجربه دوام و بازسازی پس از بمباران اتمی دانست. اگرچه رویکرد تمام این آثار به فجایع عظیم و نابودگر همواره امیدوارانه نبوده است اما نوید شکل‌گیری جامعه‌ای نو در پس ویرانی، دیدگاهی است که بسیاری از این آثار برای کمک به ملت ژاپن و به‌خصوص نسل جوان، برای پذیرش آینده‌ای بهتر گسترش داده‌اند.^۱

مقایسه تطبیقی با کمیک‌ها و انیمیشن‌های ایرانی

چنانچه در پژوهش فوق نشان داده شد، داستان‌های مصور و انیمیشن‌های ژاپنی با به‌کارگیری روش‌های متنوعی، در طی یک قرن گذشته توانسته‌اند با تمایز قائل شدن میان آنچه ژاپنی است و آنچه ژاپنی محسوب نمی‌شود، از رهگذر تأکید بر تفاوت‌های میان خود و دیگری و تجلیل از ارزش‌های بومی، به شکل‌دهی و تقویت هویت ملی در این کشور پردازند. درحالی‌که در ژاپن، نقش چشمگیر داستان‌های مصور و انیمیشن‌ها در تعریف هویت ملی مردمان این کشور، نتیجه مستقیم توسعه و تبدیل کاریکاتورهای سیاسی به داستان‌های مصور بوده است، در ایران، علی‌رغم وجود پیشینه طولانی و قدرتمندی از ترسیم کاریکاتورهای سیاسی، ارتباط چندانی میان طراحی این نوع کاریکاتورها و توسعه انیمیشن ایرانی نمی‌توان یافت. در واقع، با وجود پیشرفت‌های

۱. از معروف‌ترین این نوع انیمه‌ها سفینه فضایی یاماتو (Space Battleship Yamato, 1977) است که به عقیده محققینی چون سوزان نپیر و هیرومی میزونو، دنباله‌ای خیالی بر جنگ اقیانوس آرام در فضا است که نوید پیروزی ژاپن، یاماتو، را در آینده می‌دهد.

صورت گرفته در این حوزه‌ها، کاریکاتورهای سیاسی-اجتماعی و انیمیشن‌های ایرانی هریک مسیری کم و بیش جدا از یکدیگر طی کرده‌اند و همین موضوع خود یکی از دلایلی است که موجب شده است تا گفتمان عمومی اجتماعی چندان به عرصه انیمیشن راه پیدا نکند.

هرچند از دهه هفتاد افزایش تولید تیزرهای انیمیشنی برای تبلیغات تجاری موجب تسریع ورود کاریکاتورست‌ها به حوزه انیمیشن شد، به سبب ماهیت تجاری این دست تولیدات، فعالیت این کاریکاتورست‌ها در حوزه انیمیشن غالباً با از منظر بهبود طراحی گرافیکی انیمیشن‌ها و به‌طور همزمان کاهش کیفیت متحرک‌سازی به سبب کاسته شدن از تعداد فریم‌های میانی قابل تأمل است. از این‌رو، ارتباط برقرار شده میان حوزه طراحی کاریکاتور و تولید انیمیشن را نه از منظر موضوعی و محتوایی بلکه بیشتر از نقطه‌نظر طراحی و زیبایی‌شناسی تصاویر می‌توان مورد بررسی قرار داد.

در واقع هنر کمیک داستانی به‌عنوان رابط میان کاریکاتورهای سیاسی و رسانه انیمیشن، حلقه گمشده‌ای است که عدم رشد درخور آن در ایران می‌تواند یکی از عوامل عدم مضمین اجتماعی و سیاسی به عرصه انیمیشن محسوب شود. علی‌رغم درک ارزش آموزشی و سرگرمی بالای داستان‌های کمیک از سوی برخی از هنرمندان و اندیشمندان فرهنگی ایران در دهه هفتاد، توسعه این حوزه همچنان با معضلاتی مواجه بوده است که می‌تواند تا حدودی ناشی از تلقی فرهنگی منفی به این هنر در ایران باشد. به‌عنوان مثال مرتضی ممیز معتقد است که به‌وسیله هنر کمیک می‌توان کارهای متنوعی از جمله تصویرگری‌های آموزشی انجام داد و با در نظر گرفتن توان بالای این هنر، تمرکز بیش از اندازه بر ادبیات به‌عنوان مهم‌ترین ابزار آموزشی می‌تواند اندیشه کاملاً اشتباهی باشد (مرتضی ممیز، ۱۳۷۵: ۳۴). به‌طور مشابه، هاشم‌نژاد ناشر کتاب کودک، تلقی منفی از هنر کمیک در ایران را ناشی از استفاده نادرست از این هنر معرفی کرده است (دادگر و سایرین، ۱۳۷۵: ۱۲). هرچند در دو دهه اخیر بر تعداد مجلات کمیک ایرانی به طرز قابل ملاحظه‌ای افزوده شده است، اما همچنان ارتباط مؤثری میان مخاطبان عادی با این مجلات شکل نگرفته است.

با توجه به عدم توسعه داستان‌های کمیک ایرانی، پیشرفت انیمیشن در ایران با تصویرگری کتاب‌های کودک همراه بوده است که آغاز آن به تأسیس مرکز نشر کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بازمی‌گردد. به‌طور همزمان، به سبب جو سیاسی کانون در دهه پنجاه و سال‌های نزدیک به انقلاب، انیمیشن‌های تولیدشده در این دوران نیز از نمادها و مفاهیم سیاسی و اجتماعی، و همچنین عناصر ملی و بومی زیادی در متن خود برخوردار شده‌اند. در ادامه، ارتباط انیمیشن‌های ایرانی با مضامین اجتماعی و سیاسی در سه بازه زمانی پیش از انقلاب، دوران جنگ، و دوران معاصر، در قیاس با تحلیل‌های پیشتر مطرح‌شده در حوزه انیمیشن ژاپن، مورد بررسی اجمالی قرار گرفته‌اند. در پایان این بررسی تطبیقی، تعریفی از انیمیشن ملی با عنوان انیمیشنی که توانایی حفظ ارزش‌های بومی و تقویت حس غرور ملی در نسل‌های جوان را دارد ارائه شده است که بر مبنای فرضیه پژوهش کنونی یکی از راه‌های توسعه آن، به‌عنوان محصولی ساخت‌یافته بر مبنای دستاوردهای انیمیشنی پیشین هنرمندان ایرانی، می‌تواند مطالعه روش‌های به‌کارگرفته شده از سوی سایر کشورها در تولید آثار مشابه - در این تحقیق اختصاصاً هنرمندان ژاپنی - باشد.

انیمیشن اجتماعی - سیاسی در دوران پیش از انقلاب

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که در سال ۱۳۴۴ برای بهبود وضعیت فرهنگی کشور تأسیس شد، در مرحله نخست تمرکز خود را بر انتشار کتاب‌های ویژه کودکان گذاشته بود و تلاش‌هایی که برای بهبود وضعیت مرکز انتشاراتی در کانون صورت گرفت، موجب شکل‌گیری و توسعه "مرکز انیمیشن" نیز در این موسسه شد. از آنجا که کتاب‌های کودکان عموماً ترکیبی از تصاویر و متن هستند، کانون شروع به استخدام هنرمندان گرافیک، طراحان، و تصویرگرانی کرد تا در مرکز نشر کار کنند. اجتماع این گروه از هنرمندان با استعداد و باتجربه در کانون بود که زمینه را برای توسعه انیمیشن در ایران فراهم آورد. هنرمندان مشهوری نظیر فرشید مثقالی، علی‌اکبر صادقی،

مرتضی ممیز، نورالدین زرین کلک، و بسیاری دیگر که کارهای انیمیشنی چشمگیری در دهه پنجاه تولید کردند، همه جزئی از این گروه تازه تأسیس شده در کانون بودند. به‌عنوان مثال، زرین کلک- پدر انیمیشن ایران- ابتدا در کانون شروع به تألیف و تصویرگری کتاب‌های کودکان بر اساس قصه‌ها و افسانه‌های عامیانه ایرانی کرد و در کارهایش توسعه گونه‌ای از سبک هنری ایرانی را دنبال نمود که مناسب برای کودکان و نوجوانان باشد. تصویرگری‌های کتاب وی مملو از نمادهای سنتی و ملی است و در عین حال از سبک گرافیکی ماهرانه‌ای بهره می‌برد که قادر است ارزش‌های ملی را به مخاطبان جوان خود منتقل کند. علاوه بر این، غنای تصویری این کارها روند تبدیل برخی از این کتاب‌ها را به فیلم انیمیشن تسهیل کرد.

در این دوران در کانون، جریان‌های سیاسی قدرتمندی وجود داشت که تا حدی ناشی از مدیریت فیروز شیروان لو بر این موسسه و تمایلات سوسیالیستی انقلابی شدید وی بود (Sadeghi: 2009). همچنین، شیروان لو، چپ‌گرای بسیاری را نیز به‌عنوان نویسنده، محقق، و تصویرگر با خود به کانون آورده بود که این موضوع خواه‌ناخواه، بر تولیدات این موسسه تأثیر می‌گذاشت. در نتیجه، رویکرد دگراندیش این هنرمندان منجر به تولید انیمیشن‌هایی شد که اسما به کودکان اختصاص داشت اما در واقع برای مخاطب بزرگسال بود. به‌طور همزمان، برخی از این محصولات انیمیشنی برای سلیقه بزرگسالان نیز بسیار پیچیده و از لحاظ فلسفی بسیار انتزاعی بودند. در حقیقت، همان‌طور که جواهریان به نقل از زرین کلک عنوان می‌کند، برخورداری از بودجه دولتی و عدم نیاز به کسب درآمد از طریق تولید انیمیشن موجب می‌شد تا انیماتورها در کانون در پی برقراری ارتباط با مخاطب عام برنیایند و تنها بر جلب نظر مخاطبان خاص و به‌دست آوردن امکان شرکت در جشنواره‌ها تمرکز کنند (جواهریان: ۱۳۷۸، ۴۶). این بدان معناست که علی‌رغم حضور قدرتمند مضامین اجتماعی و سیاسی در تولیدات انیمیشنی کانون، به دلیل پیچیدگی‌های مفهومی و تصویری، این آثار قادر به برقراری ارتباط با خواسته‌ها و

دغدغه‌های توده مردم نبودند و از این رو نتوانستند در روند هویت‌بخشی ملی در سال‌های نزدیک به انقلاب، تأثیر قابل ملاحظه‌ای داشته باشند.

با این وجود، سبک هنرمندانه افرادی چون زرین کلک و علی‌اکبر صادقی در تصویرگری و روایت داستان‌های عامیانه با بهره‌گیری از نمادهای ملی و ترکیب مؤلفه‌های گوناگونی از هنر و فرهنگ ایرانی در ساخت انیمیشن، به تولید آثاری منجر شد که از لحاظ تأکید بر ویژگی‌های ایرانی بودن و توسعه هنر تصویرگری سنتی بومی در قالب رسانه مدرن انیمیشن، می‌توانند همسنگ انیمیشن‌های ملی ژاپنی در نظر گرفته شوند؛ هرچند متأسفانه، به سبب رکود تولید انیمیشن در ایران با وقوع انقلاب و سپس جنگ تحمیلی، سنت ساخت چنین آثاری ادامه نیافت و نه تنها مردم عادی بلکه هنرمندان انیمیشنی نیز برای بیش از یک دهه از برقراری ارتباط با چنین دستاوردهای انیمیشنی بومی بازماندند.

انیمیشن اجتماعی-سیاسی در دوران جنگ

در طی دوران هشت‌ساله جنگ ایران و عراق، بیشتر بودجه فرهنگی کشور به‌طور طبیعی صرف تبلیغات ایدئولوژیک مرتبط با جنگ نظیر تهییج احساسات و بسیج مردمی، دلگرم کردن مردم و تقویت روحیه عمومی، تقویت روحیه شهادت‌طلبی، و ترویج فرهنگ ایثار در جامعه می‌شد. با این وجود، رسانه انیمیشن مشارکت‌چندانی در انجام این نوع تبلیغات نداشت و به سبب زمان‌بر و پرهزینه بودن تولید انیمیشن غالباً با از فیلم زنده برای این اهداف استفاده می‌شد. در واقع، در مقایسه با مشارکت گسترده داستان‌های مصور ژاپنی در گفتمان مردمی در سال‌های جنگ میان ژاپن با روسیه و چین، و نیز حمایت قوی دولتی از رسانه انیمیشن در طول جنگ جهانی دوم، انیمیشن در دوران جنگ در ایران یکی از راکدترین دوران خود را به سبب «وقوع مشکلات اجتماعی و سیاسی ناشی از انقلاب، مدیران بی‌تجربه، و عدم برخورداری از بودجه مشخص» (Golmohammadi: 2003, 217) تجربه کرد.

انیمیشن اجتماعی-سیاسی در دوران پس از جنگ و گفتمان تولید انیمیشن ملی

به‌طور کلی در دوران پس از انقلاب و به‌ویژه با پایان یافتن جنگ، انیمیشن‌هایی که به نحوی با مفاهیم اجتماعی-سیاسی در ارتباط بوده‌اند در دو مسیر هنری و تلویزیونی توسعه یافتند؛ به‌ویژه در دو دهه گذشته، انیمیشن‌های هنری غالباً از سوی دانشجویان و هنرمندان مستقل برای اهداف تجربی یا شرکت در جشنواره‌های داخلی و خارجی تولید شده و از این‌رو ارتباط چندانی با مخاطب عام نداشته‌اند. از سوی دیگر، انیمیشن‌های تلویزیونی به سبب متکی بودن به بودجه‌های دولتی باید در قالب چارچوب‌های دینی و آموزشی به انتخاب موضوع، روایت، و تصویرگری پردازند که همین عامل، محدودیت‌های زیادی را برای آنها در تجربه عرصه‌های خلاقانه داستان‌گویی و تصویرپردازی به وجود آورده است. براین اساس، می‌توان این ادعا را مطرح کرد که درحالی‌که در ژاپن انیمیشن به عرصه فرهنگ‌عامه اختصاص دارد و از این رهگذر توانسته است نقش تأثیرگذاری در گفتمان عمومی مردمی ایفا کند، در ایران علی‌رغم افزایش تعداد نشریات داستان‌های مصور و نیز ساخت انیمیشن‌های سینمایی در سال‌های اخیر، اگرچه زمینه برای تولید آثاری نسبتاً مستقل از دخالت مستقیم دولتی فراهم آمده است، اما تا حدودی به سبب چارچوب ایدئولوژیک وارد بر تولیدات انیمیشنی، این رسانه به میزان قابل‌توجهی از حوزه فرهنگ روزانه مردم جدا مانده است. همان‌طور که در مقدمه این مقاله اشاره شد، تولید "انیمیشن ملی" به‌عنوان اثری که با برخورداری از ویژگی‌های فرهنگ بومی بتواند با مخاطبان جوان ارتباط برقرار کند و در روند شکل‌دهی به هویت آنان سهمی شود، هم‌اکنون به یکی از اولویت‌های فرهنگی ایران بدل شده است. یکی از نخستین اشارات به مبحث انیمیشن ملی را می‌توان در تاریخ‌نگاری مهین جواهریان بر انیمیشن ایران یافت که در آن، وی با اشاره به فیلم انیمیشنی "امیر حمزه دلدار" به کارگردانی زرین کلک، این اثر را تلاش موفقی می‌خواند که دقیقه به دقیقه به تولید "انیمیشن ایرانی" انجامیده است (جواهریان: ۱۳۷۸، ۶۱). به‌طور مشابه، علیرضا گلپایگانی در بررسی خود بر خصوصیات و ویژگی‌های انیمیشن ملی به‌سوی که قادر باشد به فرهنگ و هویت ایرانی-اسلامی پردازد، به تولیدات

کانون در دهه ۵۰ اشاره می‌کند و معتقد است که علی‌رغم تأثیرپذیری انیمیشن‌های تولیدشده در این دوره از مکتب زاگرب، در تار و پود برخی از این آثار نشانه‌هایی از فضاسازی و قصه‌گویی به سبک و سیاق ایرانی به چشم می‌خورد که آنها را از آثار غیر ایرانی متمایز می‌سازد (گلپایگانی: ۱۳۸۹، ۲۰).

گلپایگانی با اشاره به فیلم‌هایی چون *امیر حمزه دلدار*، *گلباران*، و *رخ تلاش* سازندگان این آثار در راستای جلوه‌گر ساختن حس و انگیزه‌های شخصی در قالب و هویتی ایرانی را موجب تجلی گوشه‌ای از گرافیک و قصه ایرانی در هنر انیمیشن عنوان می‌کند و در مقابل، به نقد سیاست‌های صداوسیما برای افزایش تولید انیمیشن ملی به‌منظور "جلوگیری از تهاجم فرهنگی و به انگیزه دفاع نرم" می‌پردازد و نتیجه این سیاست‌ها را تنها افزایش کمی میزان تولیدات ارزیابی می‌کند (همان، ۲۱). به عقیده گلپایگانی، علت این افزایش صرفاً کمی و فقدان کیفیت در ساخت، بی‌توجهی به نیاز مخاطب و ضعف تکنیکی و موضوعی است که چنین رویکردی به تولید، متعاقباً ادامه راه را برای تولیدات آتی غیرممکن و غیراصولی خواهد ساخت. درحالی‌که به‌منظور مواجهه با چالش تهاجم فرهنگی از طریق توسعه صنعت انیمیشن، این رسانه نیاز به برقراری دیالوگی فعال با مخاطب دارد، هم‌اکنون یکی از مشکلات اصلی توسعه صنعت انیمیشن ایران "ناتوانی از جذب مخاطب" به نظر می‌رسد که مطالعه روش‌های جذب مخاطب و چگونگی شرکت در روند هویت‌سازی وی، نظیر پژوهشی که در این مقاله بر مبنای انیمیشن ژاپن صورت گرفت، می‌تواند مبنای نظری اولیه‌ای را برای مرتفع سازی این معضل فراهم آورد.

نتیجه‌گیری

رسانه انیمیشن در ایران نتوانسته است آن‌طور که انیمیشن‌های ژاپنی در برقراری ارتباط با نیازها و خواسته‌های مردم کشور خود موفق بوده‌اند، به برقراری ارتباط با

مردم عادی پردازد و از این رو، به میزان قابل ملاحظه‌ای از مشارکت در روند هویت‌سازی یا حفظ و تقویت ارزش‌های ملی و بومی بازمانده است. با این وجود، شاید بتوان با تکیه بر دستاوردهای پیشین انیمیشنی ایران نظیر آثاری چون انیمیشن/میر حمزه‌ی نورالدین زرین کلک، که گویی روح ایرانی را در بطن اثر خود جای داده است، و با مطالعه راهکارهایی که برای تأثیرگذاری بر گفتمان عمومی مردمی از سوی هنرمندان ژاپنی به‌عنوان یکی از موفق‌ترین گروه هنرمندان جهان در تولید انیمیشن ملی، مورد استفاده قرار گرفته است، موجبات تسهیل روند ورود انیماتورهای ایرانی به عرصه ساخت انیمیشن‌های اجتماعی-سیاسی، با محتوای ملی و بومی را فراهم آورد. چنانچه در این مقاله مطرح شد، از روش‌های به‌کارگرفته شده از سوی هنرمندان ژاپنی برای جذب مخاطبان می‌توان به توجه به خواسته‌ها و دل‌نگرانی‌های روزمره مردم و بازنمایی آنها به فرم‌های نمادین و خیالی و نیز گرامیداشت ارزش‌های بومی و ملی از طریق روایت‌سازی و تجسم‌بخشی به مفهوم "دیگری" و از این رهگذر تقویت هویت گروهی ملی، اشاره کرد.

فهرست منابع

- جواهریان، مهین. (۱۳۷۸). **تاریخچه انیمیشن ایران**. تهران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- دادگر، محمدرضا؛ رحماندوست، مصطفی؛ عموزاده خلیلی، فریدون؛ هاشمی‌نژاد، رضا. (۱۳۷۵). «گزارشی از یک میزگرد: کمیک‌استریپ، نه کمیک‌استریپ، آری». پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان شماره ۵. صص ۷-۲۸.
- گلپایگانی، علیرضا. (۱۳۸۹). «انیمیشن ملی، رشد آموزش هنر»، دوره ۷- شماره ۴، صص ۲۰-۲۷.

- لنگرودی، احمد و صفورا، محمدعلی و ندائی، امیرحسین. (۱۳۹۱). «عدم توفیق تولید انبوه انیمیشن در ایران با رویکرد مدیریت تولید دهه ۱۳۸۰-۱۳۹۰»، نشریه هنرهای زیبا؛ هنرهای نمایشی و موسیقی، دوره ۱۷- شماره ۲، صص ۶۱-۶۸.
- ممیز، مرتضی. (۱۳۷۵). «چهره به چهره: کمیک‌استریپ بودن یا نبودن». پژوهشنامه ادبیات کودک و نوجوان، شماره ۴، صص ۲۶-۴۵.

- Beasley, W. (1972), the Meiji Restoration, Stanford University Press, California.

- Dower, John (1986), War without Mercy: Race and Power in the Pacific War, Pantheon, USA.

- Duus, Peter (2001), Presidential Address: Weapons of the Weak, Weapons of the Strong-The Development of the Japanese Political Cartoon, "The Journal of Asian Studies", Vol. 60, No. 4, pp. 965-997.

- Ellul, Jacques (1965), Propaganda: The Formation of Men's Attitudes, Vintage, USA.

- Fuller, Frank Robert (2012), the Atomic Bomb: Reflections in Japanese Manga and Anime, Clark Atlanta University Doctoral Dissertation, Atlanta, USA.

- Golmohammadi, Nasser (2003), An analysis of the circumstances and factors that have influenced the development of Animation Industry in Iran in the 1960-2002 period, The Nottingham Trent University Doctoral Dissertation, Nottingham, England.

- Hollstein, Mark (2010), *Monstrous Loss: The Dismemberment and Reanimation of the National Body in Japanese War and Horror Manga*, Presented at the International Studies Association, Osaka.
- Hu, Tze (2010), *Frames of Anime: Culture and Image-Building*, Hong Kong University Press, Hong Kong.
- Ichiki, Masashi (2011), *Embracing the Victimhood: a History of A-Bomb Manga in Japan*, "IJAPS", Vol. 7, No. 3.
- Igarashi, Y. (2000), *Bodies of Memory. Narratives of War in Postwar Japanese Culture, 1945-1970*, Princeton University Press, Princeton.
- Illerbrun Kurt (2005), *The Japanese Political Cartoon: Development and Decline*, Master Thesis, St. Antony's College, University of Oxford, Oxford, UK.
- Jansen, Marius B. (2000), *the Making of Modern Japan*, Belknap Press, USA.
- Jennison, Rebecca & Hein, Laura (2011), *Against Forgetting: Three Generations of Artists in Japan in Dialogue about the Legacies of World War II*, "The Asia-Pacific Journal", Vol 9, Issue 30, No 1.
- Mikhailova, Yulia (2008), *Intellectuals, Cartoons and Nationalism during the Russo-Japanese War*, In Mark W. MacWilliams (Ed.), *Japanese Visual Culture*, M.E. Sharpe, USA.
- Mizuno Hiromi (2007), *When Pacifist Japan Fights: Historicizing Desires in Anime*, "Mechademia", Volume 4, University of Minnesota Press.

- Nakazawa Keiji, Minear, Richard H. (2010), Hiroshima: The Autobiography of Barefoot Gen,
- Nakar Eldad (2008), Framing Manga On Narratives of the Second World War in Japanese Manga, 1957–1977 , In Mark W. MacWilliams (Ed.), Japanese Visual Culture, M.E. Sharpe, USA.
- Nakar Eldad (2003), Memories of Pilots and Planes: World War II in Japanese Manga, 1957–1967, “Social Science Japan Journal”, Volume 6, Issue 1, pp. 57-76.
- Napier, Susan J. (2005), Anime from Akira to Howl’s Moving Castle, Palgrave MacMillan, New York.
- Napier, Susan J. (2005), World War II as Trauma, Memory and Fantasy in Japanese Animation, presented at the Annual Meeting of the Association for Asian Studies, Chicago, March 31- April 2.
- Okamoto, Rei (2009), Theorizing Manga: Nationalism and Discourse on the Role of Wartime Manga, “Mechademia”, Volume 4, University of Minnesota Press.
- Okamoto, Rei (1999), Pictorial Propaganda in Japanese Comic Art 1941-1945, Temple University Doctoral Dissertation, Philadelphia, USA.
- Penney, Matthew (2009), Nationalism and Anti-Americanism in Japan – Manga Wars, Aso, Tamogami, and Progressive Alternatives, “The Asia-Pacific Journal”, Vol. 17-2-09.
- Schodt, Frederik L. (1983), Manga! Manga! The World of Japanese Comics, Kodansha International, New York.

- Thomas, Jolyon Baraka (2012), *Drawing on Tradition, Manga, Anime and Religion in Contemporary Japan*, University of Hawai'i Press, Honolulu.
- Villot, Janine (2013), *Refiguring Indexicality: Remediation, Film, & Memory in Contemporary Japanese Visual Media*, Master Thesis, University of South Florida, USA.
- Sadeghi, Arash (2009), "Ali Akbar Sadeghi," *Bidoun* magazine, Issue 16, Online at <http://www.ubu.com/film/sadeghi.html>, (accessed date 10/5/ 2015)

