

مدارکی از تبلیغات سیاسی متفکین در ایران

در جنگ دوم جهانی

محمود امیدسالار

در سال ۱۳۶۹/۱۹۹۰ نشریه فارسی-زبان ایران شناسی که در آمریکا منتشر می‌شود، مقاله‌ای با عنوان «شاهنامه فردوسی و تبلیغات انگلیسی» به قلم دکتر پیتر چلکوفسکی، استاد ادبیات فارسی دانشگاه نیویورک، به چاپ رسانید. موضوع مقاله، تبلیغات انگلیسیان در ایران، در زمان جنگ دوم جهانی است و مخصوصاً بهره‌برداری آنان از هنرهای بصری را در تبلیغات به نفع متفکین مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد (چلکوفسکی، ۱۹۹۰). پرفسور چلکوفسکی هفت تصویر را در مقاله خود مختصراً شرح کرده است. شش مینیاتور از این هفت تصویر، ساخته هنرمند کاریکاتورسازی است که در جنگ دوم جهانی در خدمت اداره تبلیغات وزارت جنگ انگلستان بود. از این شش تصویر، بنده پنج عدد را پس از فوت پدرم، میان کاغذهای او یافتیم، ولی متأسفانه به تصویر ششم دسترسی مستقیم ندارم و آن را از روی عکس رنگی‌ای که در مجله *History Today* چاپ انگلستان دیده‌ام، نقل و توصیف می‌کنم. اما پیش از پرداختن به اصل مطلب، لازم است که آنچه را که آقای دکتر چلکوفسکی در مورد این تصاویر در مقاله خود وصف کرده، نقل کنم. آقای چلکوفسکی می‌نویسد:

این مینیاتورها، تا آنجا که من می‌دانم، در دو اندازه هستند؛ یکی به اندازه «هشت و نیم در پنج و نیم» اینچ که می‌توانسته مثل کارت‌پستال بزرگی مورد استفاده قرار گیرد و دیگری به اندازه «دوازده در هشت» اینچ که می‌توانسته پوستر کوچکی باشد. تصاویر اول تا پنجم را که کوچک‌تر است، آقای دکتر جان معین ساکن نیویورک و تصاویر ششم و هفتم را که بزرگ‌تر است، به ترتیب کتابخانه کنگره آمریکا و بخش دست‌نوشته‌ها و آرشیو دانشگاه ییل، در اختیارم قرار داده‌اند و با اجازه ایشان، آن‌ها را در این مقاله استفاده می‌کنم. نقاش این تابلوها بی‌شک آشنایی کاملی به هنر مینیاتور ایرانی داشته و موفق شده است عصاره پیام مورد نظرش را به شکلی که مطابق سنت و سلیقه ایران است ابلاغ کند. امضای نقاش، «Kem»، که در تصویرهای اول تا ششم، در سمت چپ بالا و یا در سمت راست پائین مینیاتورها دیده می‌شود، در فرهنگ‌های بیوگرافی که من دیده‌ام، ناشناخته است. خط فارسی این مینیاتورها، با اینکه خوب نوشته شده، به نظر می‌رسد که متعلق به یک خارجی است، نه یک ایرانی محلی (چلکوفسکی، صص ۳۱۱ - ۳۱۲).

پس از ذکر این مقدمات، دکتر چلکوفسکی به توصیف صحنه‌هایی می‌پردازد که در این مینیاتورهای تبلیغاتی عرضه شده است و مقاله را با این نتیجه‌گیری به پایان می‌آورد:

در طول جنگ دوم جهانی، تبلیغات اسلحه پر قدرتی بود که توسط هر دو طرف مورد استفاده قرار می‌گرفت. مینیاتورهای ایرانی مورد بحث در این مقاله، می‌توانند پاورقی جالبی باشند بر آن سلاح جنگ روانی (همان، ص ۳۱۳).

آنچه در دسترس نگارنده است، تصاویری است که با قطع بزرگ‌تر، یعنی هشت و نیم در پنج اینچ، چاپ شده است. هدف من در این مقاله‌ای است که اولاً زمینه تاریخی جریاناتی را که به فراهم آمدن این مینیاتورها منجر شده روشن کنم، ثانیاً سبک و پیام تبلیغاتی موجود در این تصاویر را به طور خلاصه بررسی کنم و ثالثاً چون آقای دکتر چلکوفسکی از هویت نقاشی که خالق این تصاویر تبلیغاتی بوده است اظهار بی‌اطلاعی کرده، آنچه در باب نام و نشان او به دست آمده

عرضه کنم ناگفته نماند که بیشتر اطلاعات مربوط به هویت خالق این مینیاتورها، از مقاله ممتعی اقتباس شده است که به قلم محقق انگلیسی، خانم دکتر والرئ هولمن (Valerie Holman)، در سال ۲۰۰۲ م منتشر گردید.^۱

الف: زمینه تاریخی مینیاتورها

در طول جنگ دوم جهانی، اهمیت سوق الجیشی ایران بر طرفین نزاع آشکار بود. به همین سبب از سال ۱۹۴۱ دولت‌های متفقین و آلمان‌ها و متحدینشان، توجه خود را به ایران معطوف داشته برای جلب این کشور به جرگه طرفداران خود، بسیار می‌کوشیدند؛ زیرا سرزمین ما از سوی شمال به حوزه‌های نفتی قفقاز و از جنوب به آب‌های خلیج فارس محدود می‌شود و طبعاً این موقعیت حساس جغرافیایی هم برای متفقین و هم برای دشمنانشان بسیار مهم بود. در آن زمان نخست وزیر همسایه غربی ما، یعنی عراق، دولت‌مردی بود به نام سید رشید عالی الکیلانی (۱۸۹۲ - ۱۹۶۵) (تصویر ۱). سید رشید عالی از ناسیونالیست‌های بنام عراقی بود که صریحاً با انگلیس‌ها دشمنی و از آلمان هیتلری طرفداری می‌کرد، و علی‌رغم ضدیتش با بریتانیا، تا می ۱۹۴۱ دوام آورد، اما در این سال، ارتش انگلستان به عراق هجوم آورد و نیروهای عراقی را شکست داد و رشید عالی مجبور شد که در ۲۹ می ۱۹۴۱، یعنی ۸ خرداد ۱۳۲۰ شمسی قمی، به ایران بگریزد و پس از ورود نیروهای متفقین به ایران در ۲۵ اوت ۱۹۴۱ (۳ شهریور ۱۳۲۰) به آلمان گریخت و پس از شکست آلمان نیز به عربستان سعودی پناهنده شد. به هر روی، مخالفت الکیلانی با متفقین، مخصوصاً انگلیس، و نکته که ترکیه هم تا سال ۱۹۴۵ بر ضد آلمان و متحدانش اعلان جنگ نداد، اهمیت ایران را در اذهان رهبران متفقین دو چندان ساخته بود، زیرا اگر می‌توانستند ایران را به سوی خود جلب کنند، هم از نظر تبلیغاتی و هم از نظر سوق الجیشی، به پیروزی بزرگی دست می‌یافتند.

البته آلمان‌ها نیز در این مدت بی‌کار ننشسته بودند و ستون پنجمشان، در کشور ما مشغول فعالیت بود، گرچه فعالیت‌های آنها بیشتر جنبه تبلیغاتی داشت. آن‌ها مصرانه بر وحدت قومی ایرانیان و آلمان‌ها - که هر دو را از نژاد «آریائی» و بنابراین دشمن اقوام سامی وانمود می‌کردند، اصرار می‌ورزیدند و امیدوار بودند که با جذب طبقه «روشنفکر» به بهانه وحدت نژاد، ایرانیان را از اعراب جدا کنند، که هر کدام به نحوی یا تحت سیطره متفقین و یا طرفدار ایشان بودند. بعید نیست که این ذهنیت «سامی ستیزی/عرب ستیزی» که هنوز هم در ایران شایع است و به بهانه‌های مختلف، ایران و اسلام را در تعارض نشان می‌دهد، ریشه در همین تبلیغات دوران جنگ آلمان‌ها داشته باشد که به لطائف الحیل، افسانه آریائی بودن ایرانیان را میان افشار روشنفکر وطن ما شایع کرده تا بدین وسیله در میان ایرانیان و دیگر مسلمانان خاورمیانه، شکافی ایجاد کند که به نفع ممالک غربی و به ضرر ایرانیان و هم اعراب است.

فعالیت‌های تبلیغاتی آلمان، نظر دیپلمات انگلیسی ریدر بولارد (Reader Bullard) را، که بعدها سفیر انگلیس در ایران شد، جلب کرده بود. بولارد در نامه‌ای به تاریخ ۲۷ دسامبر ۱۹۴۰ (۶ دی ماه ۱۳۱۹) خطاب به آنتونی ایدن (۱۲ جون ۱۸۹۷ - ۱۴ ژانویه ۲۳/۱۹۷۷ خرداد ۱۲۷۶ - ۲۴ دی ماه ۱۳۵۵) (نک تصویر ۲) که در این زمان مسئول وزارت خارجه انگلستان بود، نگرانی خود را از «موفقیت تبلیغات آلمانها در ایران» و ناکارآمدی مأموران انگلیسی در مبارزه با این تبلیغات، اظهار داشت. در این میان، رضا شاه هم با تقاضاهای مکرر متفقین در مورد اخراج اتباع آلمانی از ایران مخالفت می‌کرد و بر آتش سوء ظن آنها نسبت به خودش دامن می‌زد. ظاهراً همین مخالفت از عواملی بود که سرانجام به براندازی او، و برتخت نشاندن فرزندش، محمدرضا پهلوی، منجر شد. اما با وجود براندازی و تبعید رضاشاه در ۱۶ سپتامبر ۱۹۴۱/۲۵ شهریور ۱۳۲۰، و بر سرکار آمدن محمدرضاشاه، ایران تا ماه سپتامبر سال ۱۹۴۳/شهریور ۱۳۲۲ همچنان بی‌طرفی خود را حفظ کرد و برضد آلمان و متحدینش، اعلام جنگ نداد.

در چهارسال آغازین جنگ دوم جهانی (۱۹۳۹ - ۱۳۱۸/۱۹۴۳ - ۱۳۲۲)، تلاش‌های متفقین در راستای جلب ایران، بیشتر از راه تبلیغات رسانه‌ای، من جمله انتشار کتب، جزوات، اعلامیه و پوسترها و کارت پستال‌های تبلیغاتی صورت می‌گرفت. اما چون تعداد باسوادان ایران هنوز بسیار کم بود و از ده الی پانزده درصد همه جمعیت کشور متجاوز نبود، خارجیانی که قصد انجام فعالیت‌های تبلیغاتی در کشور را داشتند مجبور بودند بیشتر پیام‌های تبلیغاتی خود را از طرق سمعی و بصری عرضه کنند که محتوای آن‌ها برای ایرانیان بی‌سواد نیز قابل فهم باشد. طبعاً یکی از وسایل تبلیغات سیاسی که اخذ پیام مستتر در آن احتیاج به سواد ندارد، رادیو و نقاشی است؛ به همین دلیل تولید و تکثیر نسبتاً وسیع کارت پستال، کاریکاتور، و پوسترهایی که محتوایی سیاسی داشت، در ایران و دیگر کشورهای خاورمیانه بسیار زیاد شد؛ البته این قضیه فقط به نفوس منطقه جغرافیایی ما منحصر نبود بلکه درین دوران در کشور روسیه هم به کار گرفته شد بیشتر مردم این کشور هم مانند مردم ایران و همسایگانش، بی‌سواد بودند (نک تصویر ۳) و کاربرد تبلیغات سمعی و بصری هم از سوی متفقین و آلمان‌ها و متحدینشان با هدف جلب اکثریت ممکن در همه منطقه، به شکل قابل توجهی افزایش یافت. طبعاً در خاورمیانه هم دولت‌هایی که با امپریالیسم غربی در مبارزه بودند به فراخور حال خود، کاریکاتورهای تبلیغاتی فراهم و پخش می‌کردند (نک تصویرهای ۴ و ۵)

¹ Valerie Holman, "Kem's Cartoons in the Second World War," in *History Today*, March 2002, pp.22 - 23.

چنانکه گفتیم، متفقین در زمان جنگ، برای جلب نفوس خاورمیانه به طرف خودشان به انواع وسایل تبلیغاتی سمعی و بصری متشبث می‌شدند و چون تا قبل از حمله آلمان به روسیه در ماه ژوئن ۱۹۴۱ (خرداد ۱۳۲۰) و فروپاشی معاهده بین طرفین، روسیه شوروی از متحدین آلمان محسوب می‌شد، متفقین سعی می‌کردند همکاری آلمان و روسیه را در اذهان مسلمانان خاورمیانه، منفی نمایش دهند، به همین دلیل هم، تولید پوسترها و کاریکاتورهای تبلیغاتی ضد اتحاد روس و آلمان تا سال ۱۳۲۰ در برنامه تبلیغاتی‌شان قرار داشت. یکی از بهترین نمونه‌های این نوع تبلیغات، پوستر بود که از هیتلر و استالین، برای پخش میان اعراب ساخته و در ممالک عربی توزیع کرده بودند (نک تصویر ۶). اما با حمله آلمان به روسیه در خرداد ۱۳۲۰ و ملحق شدن استالین به گروه متفقین، دشمن دیروزی به دوست تبدیل شد و تولید کاریکاتورهای ضد روسی نیز متوقف گردید. در عوض، حمله غافلگیرانه ژاپنی‌ها به ناوگان آمریکا در بندر مروارید (Pearl Harbor) جزیره هاوایی، که در بامداد روز هفتم دسامبر ۱۹۴۱ (۱۶ آذرماه ۱۳۲۰) صورت گرفت، جای خالی روسیه را در میان دشمنان غرب پر کرد و از این به بعد، کاریکاتورهای ضد ژاپنی به جای تصاویر ضد روسی در تبلیغات متفقین پدیدار گشت. نتیجه دیگر حمله ژاپن به ناوگان آمریکا این بود که بالاخره آمریکا هم به نفع انگلستان در جنگ بین الملل دوم وارد شد و جبهه متفقین از اتحاد سه کشور انگلستان، آمریکا و روسیه شوروی به وجود آمد.

در کنار این تبلیغات بصری متفقین به اشاعه تبلیغات سمعی از راه رادیو نیز پرداختند و تقریباً بلافاصله پس از آغاز فعالیت رادیو ایران در اردیبهشت ماه ۱۳۱۹ (آوریل ۱۹۴۰)، رادیوی بی بی سی فارسی نیز آغاز به کار کرد، اما چون مقاله ما مربوط به بررسی تبلیغات جنگی از طریق وسائل بصری است، وارد بحث در تبلیغات رادیویی متفقین نخواهیم شد.

در مرداد ماه ۱۳۲۰، نیروی هوایی روسیه، فرو ریختن اعلامیه‌های تبلیغاتی را بر شهرهای مختلف ایران آغاز کرد و اندکی پس از آن به توزیع گسترده پوسترهای سیاسی در کشور نیز روی آورد. تقریباً مقارن همین روزها، یعنی در سپتامبر ۱۹۴۱ (شهریورماه ۱۳۲۰)، آنتونی ایدن، وزیر امور خارجه انگلیس رسماً اجازه ایجاد نشریه‌ای به زبان فارسی، موسوم به مجله روزگار نو را صادر کرد. این نشریه با مدیریت خاورشناس معروف انگلیسی، آرتور آربری (۱۹۰۵ - ۱۹۶۹)، با همکاری گروهی از متخصصان ایرانی و فرنگی در لندن آغاز به کار کرد. یکی از متخصصانی که در روزگار نو مقاله می‌نوشت شخصی بود به نام لارنس بینون Laurence Binyon (۱۸۶۹ - ۱۹۴۳) که از شعرا، منتقدان و هنرشناسان بنام انگلستان محسوب می‌شد (نک تصویر ۷). بر سیبل حاشیه‌روی عرض می‌کنم که جوان‌ترین دختر لارنس بینون، یعنی نیکولت مری بینون (۱۹۱۱ - ۱۹۹۷)، که بعدها از محققین بنام تاریخ خط در اروپا شد، همسر متخصص معروف رشته هنرهای اسلامی، یعنی بازیل گری (۱۹۰۴ - ۱۹۸۹) بود.^۲ علی‌ای حال این لارنس بینون یکی از دست‌اندرکاران نمایشگاهی از مینیاتورهای ایرانی بود که در سال ۱۹۳۱ (۱۳۱۰) در برلینگتن هاوس (Burlington Hous) لندن منعقد شد و در آن نمایشگاه، نسخه شاهنامه بایسنگری برای اولین بار در یک مجمع عمومی به معرض دید همگان گذاشته شد.

دستگاه تبلیغاتی متفقین در سال‌های جنگ دوم جهانی، با مشکل پیچیده‌ای در ایران روبرو بود، زیرا از یک طرف در واکنش به تبلیغات طرفداران آلمان در کشور و همچنین در اثر کمک‌هایی که آلمانی‌ها به ایران کرده بودند، مردم ایران نسبت به آلمان، نظر بدی نداشتند. از طرف دیگر، سابقه سیاه امپریالیزم انگلیس و خاطره دست‌اندازی‌های مکرر روس‌ها به ایران هنوز در ذهن ایرانیان تازه بود؛ بنابراین ایجاد یک تغییر اساسی در دیدگاه عامه ایرانیان نسبت طرفین جنگ جهانی، به طوری که مردم ایران نسبت به آلمان بدبین و نسبت به دشمنان قدیمیشان، یعنی انگلیس و روسیه، خوش‌بین گردند، کار آسانی به نظر نمی‌آمد. اینجاست که برای حل این مشکل تبلیغاتی، متفقین دست به دامان مستشرقین خودشان شدند، و چنان‌که گفته آمد به ایجاد نشریاتی مانند روزگار نو، و تکثیر وسیع پوسترها و کاریکاتورهای سیاسی از یک طرف و گسترش فعالیت‌های رادیوی بی بی سی فارسی، از سوی دیگر روی آوردند. این بود زمینه تاریخی و اجتماعی‌ای که به آفرینش مینیاتورهای منجر شد، که در این مقاله مورد بحث قرار گرفته‌اند. خلاصه مطلب این که متفقین باید راهی پیدا می‌کردند تا از آن طریق، کشور آلمان را، که مردم ایران از روابط خود با آن خاطره بدی نداشتند، در اذهان ملت ما به لجن بکشاند، و دو کشور انگلیس و روسیه را که به قول معروف صابونشان به پوستین ما خورده بود، در نقابی دلپذیر و دوستانه به ملت ما بنمایانند.

به گزارش دکتر والری هولمان، فکر نشان‌دادن آلمان و متحدانش به مثابه موجوداتی اهریمنی، ابتدا در مراسلاتی که میان آربری و مرحوم مجتبی مینوی - که در آن زمان در لندن کارمند بی بی سی بود، پایه‌گذاری شد. ظاهراً آربری قبلاً در این باب نامه‌ای به مینوی نوشته و با او در این مورد مشورت کرده بود؛ زیرا مینوی در نامه مورخ چهارم ژانویه ۱۹۴۲ (۱۴ دی‌ماه ۱۳۲۰)، که ظاهراً پاسخ به سؤالات آری است، خطاب به او می‌نویسد:

^۲ - برای آگاهی از شرح حال این شخص نک:

«من ترجیح می‌دهم که ضحاک در شمایل هیتلر عرضه شود و «موسولینی» و «توجو» (یا یک ژاپنی دیگر) به صورت دو ماری که بر شانه های او روئیده اند [ترسیم شوند]. [این نیز] ممکن است که در صحنه اول [کاریکاتورها] هیتلر به همین صورتی که گفتم، نمایانده شود، در حالی که ابلیس، در صورت آشپز جوانی در حضور او [ایستاده] است».

I would like Zahhāk depicted like Hitler with Mussoline and Tojo (or some other Jap) as the two snakes growing from his shoulders. The first scene may show H. thus presented, with Iblis disguised as a young cook in front of him (Holman, p.26).

از فحوای کلام معلوم است که قبلاً آربری از مینوی خواسته بوده صحنه‌ای را در شاهنامه که بتوان از آن یک استفاده تبلیغاتی کرد، معرفی کند و مینوی داستان ضحاک و کاوه آهنگر و شکست خوردن ضحاک از فریدون را انتخاب کرده و به آربری توصیه کرده بود.

چون ضحاک در فرهنگ حماسی ایران نماد مطلق ظلم و ستم است، مینوی او را نماد هیتلر، و دو ماری را که بر شانه های او روئیده بوده اند، نماد متحدین هیتلر، یعنی موسولینی و توجو (نخست وزیر ژاپن) دانسته است. از طرفی چون به تصریح شاهنامه، ضحاک، فریدون و دو برادر او را به خواب می‌بیند و این سه، عاقبت او را شکست می‌دهند، مینوی با تیزهوشی فوق العاده‌اش، پیشنهاد می‌کند که سران سه گانه متفقین، یعنی چرچیل، روزولت، و استالین نیز به صورت فریدون و دو برادرش ترسیم شوند و ابیات مربوط با داستان ضحاک و فریدون را هم به زبان فارسی در نامه‌اش درج می‌کند. مینوی پیشنهادات خود در مورد چگونگی ترسیم تعدادی تصویرهای تبلیغاتی را که به نفع متفقین و بر علیه هیتلر و متحدین او بیان منظور کنند و بتوانند در ذهن ایرانیان مؤثر واقع شوند بیان کرده، توضیح می‌دهد که شعر فردوسی با گذشت هزار سال از عمرش، هنوز در روح ایرانی اثری دارد که اشعار شاعران معاصر، آن اثر را دارا نیست؛ به همین دلیل او لزومی نمی‌بیند که شعری جز شعر شاهنامه، برای این مقصود به کار گرفته شود و کلیاتی در باب آنچه او در مورد این تصاویر در ذهن دارد بیان می‌کند: «ضحاک شکست خورده و در زنجیر را برای نقل به چاهی در دماوند که او را در آن محبوس خواهند کرد، بر مادیانی بار کرده اند، اما [در مورد ظالمان امروزی] آینده نشان خواهد داد. ... علی‌رغم این که ابیاتی که من پیشنهاد کرده‌ام، به وقایع امروزی مربوط نمی‌شوند، من آن‌ها را به هر بیت جدیدی [درین مورد] ترجیح می‌دهم زیرا این‌ها سروده خود فردوسی هستند، و همه ایرانیان با آن‌ها آشنایند. [ازین گذشته] مردم ما به این که برداشتی نوین را بر [ابیات] آشنا و قدیمی ببینند، کاملاً عادت دارند.»

Zahak tied and broken is loaded in a heap on a mare to be conducted to his dingeon on the Mount of Dama Vend: but that is for the future to see ... Although the verses I have suggested do not refer to the present day, I prefer them to any modern original verse, because they are Firdawsi's own versed, and they are known to every Persian. My people are accustomed to putting new interpretation to old and familiar quotations (ibid.).

ب: محتوای تبلیغاتی تصاویر

چنان که می‌دانید، در شاهنامه آمده است که ضحاک پدیدار شدن فریدون و شکست خوردن خودش را قبلاً در خواب می‌بیند. به قول فردوسی (شاهنامه خالقی، ج ۱، ص ۵۸، ب ۴۳ - ۴۵):

در ایوان شاهی شبی دیرباز	به خواب اندرون بود با ارنواز
چنان دید کز کاخ شاهنشهان	سه جنگی پدید آمدی ناگهان
دو مهتر، یکی کهتر اندر میان	به بالای سرو و به فر کیان

چون همان‌طور که عرض شد، با حمله ژاپن به بندر مروارید در دسامبر ۱۹۴۱ (آذرماه ۱۳۲۰)، تعداد متحدین نیروهای هیتلری به سه رسیده بود و چون با واصل شدن روسیه به جرگه متفقین تعداد آنها هم سه بود، مینوی تأکید می‌کند که باید این سه‌گانه بودن طرفین جنگ بتصویر کشیده شود و خطاب به آربری می‌نویسد از آن سه جنگی‌ای که ضحاک به خواب می‌بیند باید چرچیل را به صورت فریدون، و دو برادر بزرگتر او را به صورت روزولت و استالین تصویر کرد. علت این که روزولت و استالین در این تصویرها باید از چرچیل بزرگتر باشند نیز این است که روزولت رئیس جمهور یک مملکت ۱۳۰ میلیونی، یعنی آمریکا، و استالین، رهبر یک کشور صد و شصت میلیونی، یعنی روسیه است. در حالی که جمعیت انگلستان، که چرچیل نخست وزیری آنرا بر عهده دارد - ۴۵ میلیون نفر بیش نیست و بنابراین شایسته است که چرچیل بصورت فریدون که برادر کوچکتر است تصویر شود.

The three warriors can be depicted as Churchill (Freidun) and his older and greater brothers, Roosevelt and Stalin (older because they represent 130 million and 160 million men, compared to 45 million.)

البته باید توجه داشت که در ژانویه ۱۹۴۲ (دی‌ماه ۱۳۲۰) که مینوی پاسخ نامه آربری را می‌نوشت، هنوز روزولت و استالین یکدیگر را ندیده بودند. علی‌رغم این واقعیت، مرحوم مینوی معتقد بود که به تصویر کشیدن رهبران آمریکا و روسیه در حضور هم، از نظر بیان نمادین اتحاد میان آمریکا و روسیه، اشکالی ندارد، زیرا منظور تبلیغات سیاسی است.

علی ایّ حال، مینیاتور اول (تصویر ۸) که به یک بیت الحاقی از داستان ضحاک مصدر است (خالقی ج ۱، ص ۶۵ ب ۱۶۴ زیرنویس ۱۱)، یعنی به بیت:

ابر کتف ضحاک جادو دو مار برست و برآمد ز مردم دمار

صحنه‌ای است از داستان ضحاک که قدری با متن شاهنامه ناخوانی دارد. درین صحنه یوزف گوبلز (۱۸۹۷ - ۱۹۴۵) (تصویر ۹)، وزیر تبلیغات آلمان هیتلری به صورت ابلیس در لباس آشپزی ترسیم شده است. چنان که می‌دانید، به روایت شاهنامه، بارِ دومی که ابلیس در جوانی ضحاک بر او ظاهر می‌شود، هنوز ضحاک در مملکت خودش در سرزمین تازیان بوده، و ماری هم بر شانه نداشته است. بنابراین روایت این تصویر با روایت شاهنامه مغایرت دارد. خلاصه مطلب این که ابلیس پس از کشتن پدر ضحاک و به سلطنت رسانیدن او، در زیّ جوانی آشپز بر او ظاهر می‌شود و با این که مردم آن روزگار بیشتر عادت به گیاه خواری داشتند، شیطان ضحاک را با خوراندن غذاهایی که از گوشت پخته بوده از گیاه خواری باز می‌دارد و به خونخواری عادت می‌دهد (شاهنامه خالقی ج ۱، صص ۴۹ - ۵۰ ب ۱۲۶ - ۱۳۳ با حذف برخی ابیات):

	کلید خورش خانه پادشا	بدو داد دستور فرمانروا	
	فراوان نبود آن زمان پرورش	که کمتر بُد از کشتنی ها خورش	
	ز هر گوشت از مرغ و از چارپای	خورشگر بیاورد یک یک بجای	
	به خورش بپرورد برسان شیر	بدان تا کند پادشا را دلیر	

بدین ترتیب ابتدا به او زرده تخم مرغ (ب ۱۳۵) سپس خوراکی‌هایی از گوشت لطیف کبک و تذرو (ب ۱۴۱) و کم کم مرغ و کباب بره (ب ۱۴۳)، و آخرالامر گوشت گوساله (ب ۱۴۴) می‌خوراند. و ضحاک که از ابلیس بسیار خوشنود شده از او می‌پرسد که در ازای خدماتش چه می‌خواهد، و ابلیس اجازه می‌خواهد که دو کف او را ببوسد. ضحاک این اجازه را صادر می‌کند، و شیطان هم بر شانه‌های ضحاک بوسه می‌زند و ناپدید می‌شود و از محل تماس لبان او با شانه‌های ضحاک دو مار سیاه می‌روید (ج ۱ ص ۵۰ ب ۱۴۶ - ۱۵۶).

اما چنان که ملاحظه می‌کنید، در این تصویر تبلیغاتی گوبلز به صورت شیطان در لباس آشپزی در حضور ضحاک (هیتلر) ایستاده که دو مار (به صورت موسولینی و توجو) بر شانه دارد، در حالی که در روایت شاهنامه چنین چیزی ممکن نیست و ماران ضحاک مدتی پس از ناپدید شدن شیطان، که خود را در زیّ خوالیگری بر ضحاک عرضه کرده بوده، بر شانه‌های آن شاه ستمکار می‌رویند. اما در این تصویر چون منظور، بیان دقیق مطلب نیست و مخاطب هم عامه ایرانیان هستند، نه شاهنامه شناسان، این تناقضات ایجاد اشکال نمی‌کند. علی ایّ حال، کسانی هم که در بارگاه ضحاک/هیتلر حاضرند، همه از افسران نیروهای اس اس هستند که یونیفورم سیاه بر تن دارند. آستین سیاه یونیفورم این افراد و نقاب، یا آفتابگیر کلاه نظامیشان نیز از زیر عمامه هایشان بیرون زده و پیداست. همه این افراد مسلح هستند و با سوءظن به اطراف نگاه می‌کنند و یکیشان، که در سمت چپ ابلیس/گوبلز نشسته، ظرفی پر از غذا در دست دارد. شخص ضحاک/هیتلر هم بر تخت نشسته و مانند مردانش، هم بر عمامه و هم بر بازوبندش علامت صلیب شکسته دارد. بخشی ازین علامت در نقش ترنج میان قالیچه‌ای قابل تشخیص است، که جلوی تخت ضحاک/هیتلر پهن است و ابلیس/گوبلز همراه با شخص دیگری بر آن پای نهاده اند. این علامت حتی بر نقش و نگار دو گلدانی که در طرفین پائین این صحنه تصویر شده‌اند دیده می‌شود. در سمت چپ بارگاه ضحاک/هیتلر درختی که شکوفه کرده تصویر شده و دو تن از مریدان او زیر این درخت ایستاده‌اند. ازین دو، یکی دست چپش را به صورتی که انگشت اشاره آن دست دراز شده بالا گرفته است. این اشارت‌یست که هم می‌توان آن را امر به سکوت، که از مختصات حکومت‌های استبدادپرست دانست، و هم از آن به اشارتی تهدید آمیز تعبیر کرد. باید قبول کرد که نقاش در نهایت ظرافت و تردستی، هردوی این اشارات را در ترسیم حالت این صورت به کار گرفته است. در گوشه تختانی سمت راست مینیاتور، امضای Kem، که امضای نقاش همه این تصاویرست، به چشم می‌خورد. آنچه در همه کتیبه‌های این مینیاتورها جلب نظر می‌کند اینست که نحوه کتابت اینها نشان می‌دهد کاتب ایرانی نبوده و شاید از اهل شبه قاره و یا افغانستان بوده است. البته این را به ضرس قاطع نمی‌توان گفت، اما ظاهر خط چنین حکم می‌کند.

مینیاتور بعدی حکومت ضحاک/هیتلر، و ظلم و ستم او را نشان می‌دهد (تصویر ۱۰) و ابیات مناسبی هم از آغاز پادشاهی ضحاک برای این کار انتخاب شده و در کتیبه بالای تصویر نوشته شده است (شاهنامه خالقی ج ۱ ص ۵۵ ب ۳، ۵). آنچه که این صحنه برای بیننده بیان می‌کند، فقط ظلم و ستم ضحاک/هیتلر و اعوان و انصار او نیست، بلکه چنان که دکتر هولمن حدس زده (Holman p.27)، در تصویر این پیام نیز مستترست که علی‌رغم تبلیغات گسترده آلمانی‌ها در مورد «آریایی» بودن ایرانیان، حتی «آریاییان» هم از ستم و کشتار اعوان ضحاک/هیتلر در امان نخواهند بود. این نکته به صورتی نمادین در تصویر زن مو بوری که در سمت راست صحنه همراه با مردی وارونه آویخته شده و منتظر سرنوشت شوم خودست، نشان داده شده است. با اینکه ظاهر همه اسرایی که در این صحنه تصویر شده اند کاملاً شرقیست، اما این زن با موهای بلوند ترسیم شده که نشانه نژاد «آریایی» اوست. بنابراین پیام صحنه اینست که: «علی‌رغم آنچه

مأمورین آلمان هیتلری به شما ایرانیان گفته‌اند، اگر اختیار به دست ایشان بیفتد به هیچ کس رحم نخواهند کرد و آریائی و غیر آریایی به آتش اینها خواهند سوخت.» به عنوان جمله‌ی معترضه عرض می‌کنم، که از هیتلر نقل شده که گفت: «کسانی که می‌خواهند بدانند از آمیختن نژادها چه میمون‌هایی پدید می‌آیند باید به ارامنه و ایرانیان بنگرند.» بنده همیشه وقتی می‌شنوم که یکی از هموطنانم دم از «آریائی بودن زده تبلیغات نژادی دوران پهلوی را تکرار می‌کند، یاد این سخن هیتلر می‌افتم. در هر حال، امضای نقاش در گوشه‌ی دست راست این مینیاتور هم دیده می‌شود.

به گزارش شاهنامه شبی ضحاک به خواب می‌بیند که سه جوان جنگی که جوان‌ترین ایشان در میان و دو برادر مهترش در طرفین او بودند پدیدار شده، آن جوان خردسال بر او چیره می‌شود و او را در کوه دماوند به بند می‌کشد (شاهنامه خالقی ج ۱ ص ۵۸ ب ۴۳ - ۵۰). این صحنه در یکی دیگر از این میناتورهای تبلیغاتی عرضه شده است (تصویر ۱۱). در این تصویر رهبران متفقین، یعنی چرچیل، استالین، و روزولت نقش فریدون و برادرانش را دارند. اما جالب اینست که وینستون چرچیل (۱۸۷۴ - ۱۹۶۵) که هم از روزولت (۱۸۸۲ - ۱۹۴۵) و هم از استالین (۱۸۷۸ - ۱۹۵۳) بزرگتر بود، نقش خردسال‌ترین این سه برادر، یعنی فریدون را بر عهده دارد. چنانکه گفتیم، مرحوم مینوی این تضاد را بدین گونه حل می‌کند که چون چرچیل رهبر انگلستانست و جمعیت انگلستان هم از جمعیت آمریکا و روسیه کمترست، بنابراین اگر در نقش برادر کوچکتر که فریدون باشد به تصویر کشیده شود محل ایراد نیست. با این‌که این استدلال بکلی بی‌معنی نیست، اما من احتمال می‌دهم که اصل ارائه‌ی چرچیل بصورت برادر کوچکتر ریشه در ترجیح شخصی آبربری داشته باشد؛ بدین معنی که چون آبروی خودش انگلیسی بوده و در عین حال با داستان‌های شاهنامه هم کاملاً آشنایی داشته است، ترجیح می‌داده که نقش فریدون را، که مهم‌ترین شخصیت این داستان است، به چرچیل بدهد. اگر این فرض صحیح باشد باید احتمال داد که آبروی در این مورد با مینوی مشورت کرده و از او راه حلی درخواست کرده، و مینوی هم در پاسخ به او استدلالی را که پیش ازین نقل کردیم عرضه کرده است، والله اعلم. احتمال دیگر اینست که شاید خود مرحوم مینوی، که در آن زمان کارمند بی‌بی‌سی و ساکن انگلستان بوده و طبعاً آن کشور را به آمریکا و روسیه ترجیح می‌داده است، احساسات خود را از طریق این توجیه بیان کرده باشد. این مسئله ایست که تا پیدا شدن مراسلات آبروی خطاب به مینوی، یا مدارک دیگری نمی‌توان در باب آن اظهار نظر قطعی کرد. در هر حال گذشته از آنچه ذکر شد، خصوصیت جالب توجه دیگر این صحنه اینست که نقاش با دقت قابل توجهی، که لابد از سوی ناظران دیپلماتیک وزارت امور خارجه انگلیس، و یا شاید هم به تجربه خودش به او القاء شده، هم علایم ملی سه کشور انگلیس، آمریکا، و روسیه را درین تصویر آورده، و هم خصوصیات فردی رهبران متفقین را به نمایش گذارده است. اگر به زین اسب‌های چرچیل و روزولت توجه کنید می‌بینید که پرچم انگلیس بر نمد زین اسب چرچیل، و پرچم آمریکا بر نمد زین اسب روزولت ترسیم شده، اما چون نمد زین اسب استالین در تصویر نمایان نیست، علامت داس و چکش، یعنی نماد تصویری روسیه شوروی بر عمّامه او نقش شده است. شاید در این کار تعریض لطیفی به تشابه شخصیت‌های استالین و هیتلر نیز موجود باشد. یعنی چون علامت آلمان هیتلری، یعنی صلیب شکسته، مانند علامت داس و چکشی که بر دستار استالین می‌بینیم، بر عمّامه ضحاک/هیتلر نگاشته شده است، آیا نقاش می‌خواسته است که بدین وسیله ماهیت این دو دولت را که حکومت‌هایی متکی بر قدرت مطلقه رهبران‌شان بوده‌اند به تصویر بکشد؟ و آیا دیکتاتور بودن هیتلر و استالین که هر کدام در حیطه فرمانفرمایی خود نماد کل ملت و فعال مایشاء بوده‌اند را، با قرار دادن سمبل کشورهاشان بر دستارهای ایشان بیان کرده است؟ باز درین مورد هم باید به حدس و گمان قناعت کرد. چنانکه گفتیم، گذشته از نمادهای دولتی، نشانه‌ای از خصوصیات فردی این رهبران نیز درین مینیاتورها دیده می‌شود. این خصوصیات عبارتند از سیگار برگ چرچیل، پیپ استالین، و سیگار و چوب سیگار روزولت؛ زیرا هر سه این دولتمردان به این نشانه‌ها معروف بودند. در این مینیاتور امضای نقاش در گوشه فوقانی چپ تابلو قرار گرفته است. مینیاتور بعدی، صحنه رویارویی ضحاک/هیتلر با کاوه آهنگرست (تصویر ۱۲) که در آن کاوه از ستمگری ضحاک و کشته شدن فرزندانش به دست عاملین او شکایت می‌کند (شاهنامه خالقی، ج ۱، ص ۶۷ ب ۲۰۱ و یک بیت الحاقی پس از آن در زیرنویس ۱۸ آن صفحه). زمینه این صحنه همان محلیست از کاخ ضحاک/هیتلر، که قبلاً ابلیس/گوبلز در نقش آشپز در آن ظاهر شده بود. با این تفاوت که در تصویر قبلی، درختی که در سوی چپ ساختمان قرار دارد به شکوفه نشسته بود، در حالی که درین تصویر شکوفه‌های درخت ریخته و برگ درآورده است. این تغییر صوری مبین گذشت زمانست و به بیننده نشان می‌دهد که آنچه درین مینیاتور می‌گذرد مدتی پس از صحنه‌ای رخ می‌دهد که در مینیاتور قبلی ترسیم شده است. مراقبین ضحاک با هفت تیرهای کشیده آماده حفاظت از مولای خود هستند و ابلیس/گوبلز هم در جامه آشپزی با شمشیر خون آلود حاضر به خدمتست. کاوه برخلاف ضحاک و مردانش پابره‌نه است و این نماد اینست که کاوه از طبقه اجتماعی کارگر و فقیر جامعه برخاسته. اما نکته‌ای که در این تصویر جلب نظر می‌کند اینست که کلاه کاوه از نوع کلاه هائیست که در ولایات فارس به نام کلاه قشقائی یا کلاه ترکی معروفست و بر سر نهادن آن در قدیم در میان مردان ایل قشقائی مرسوم بود. چنانکه می‌دانید مرحوم ایلخانی اسماعیل خان صولت الدوله قشقائی (ف ۱۳۱۱) مشهور به «سردار عشایر» به‌شدت با انگلیس‌ها مخالف بود و به‌خاطر همین نیز ابتدا در زندان قصر تهران محبوس شد و آخر الامر در همان جا درگذشت یا به‌قولی به فرمان رضاشاه کشته شد. فرزند و جانشین مرحوم صولت الدوله، یعنی مرحوم ناصرخان قشقائی هم به آلمان‌ها تمایل و از انگلیس‌ها تنفر داشت. بنابراین گذاشتن کلاه قشقائی بر سر کاوه آهنگر، آنهم در یک مینیاتور تبلیغاتی انگلیسی ممکن است نشان دهنده تلاش انگلیس‌ها در جلب همکاری ایل قشقائی و دیگر ایلات جنوب باشد، که در زمان جنگ با آلمان‌ها همکاری داشتند. اما به‌نظر من بسیار بعیدست که نقاشی که این میناتورها

را خلق کرده رأساً و بدون هیچ گونه راهنمایی سیاسی بدین کار اقدام کرده باشد. به عبارت دیگر، ممکن است کلاه ترکی کاوه آهنگر کلاهی باشد که انگلیس‌ها می‌خواسته‌اند بر سر ایل قشقایی بگذارند و آنها را به سوی خودشان جلب کنند. درین تصویر هم امضای Kem در گوشهٔ چپ بالا مشاهده می‌شود.

تصویر بعدی صحنهٔ بردن ضحاک مغلوب و در بند به سوی غاریست که به روایت داستان‌های عامیانه حماسی، تا آخرالزمان زندان او خواهد بود (تصویر ۱۳). کتیبهٔ بیت، با اندک اختلافی در روایت، در شاهنامهٔ خالقی مطلق آمده است (ج ۱، ص ۸۳ ب ۴۴۹). باز در این تصویر هم علامت داس و چکش بر عمامهٔ استالین، علامت صلیب شکسته بر عمامهٔ ضحاک/هیتلر که از سرش بر زمین افتاده، و پرچم‌های انگلیس و امریکا بر نمذ زین رهبران آن دو کشور مشهودست. زمینهٔ تصویر به وضوح از مینیاتورهای سنتی تقلید شده است و معلومست که نقاش قبلاً چنین تصاویری را به دقت ملاحظه کرده بوده، همچنین چرمین بودن پرچم کاوه نیز از طرز ترسیمش معلومست. اما برخلاف دیگر صحنه‌هایی که ضحاک/ابلیس در آنها نمایانده شده، درین مینیاتور دو نفر از مردم عادی به جای محافظان شه تصویر شده‌اند که یکی با انگشت دست چپ به صحنهٔ نقل ضحاک اشاره می‌کند. ابلیس/گوبلز هم کماکان در زیٔ آشپز به دم اسبی که حامل ضحاکست بسته شده با او به سوی سرنوشت شوم خود روانست. ناگفته نماند که گوبلز از معدود نزدیکان هیتلر بود که تا آخرین لحظه با رهبرش همراهی کرد و روز بعد از خودکشی هیتلر، یعنی در ساعت هشت شب اول می ۱۹۴۵ (۱۱ اردیبهشت ماه ۱۳۲۴ شمسی) ابتدا شش فرزند خردسال و همسرش، و سپس خودش را کشت (تصویر ۱۴). جالب اینست که درین تصویر که حداقل سه سال قبل از شکست نهائی آلمان و مرگ هیتلر و گوبلز ترسیم شده، همراهی این دو تن تا لحظهٔ آخر به طرز حیرت‌انگیزی پیش بینی شده است. اما اینکه چرا نقاش از میان همهٔ اطرافیان هیتلر، که برخی از گوبلز به او نزدیکتر بودند، باید گوبلز را برای ایفای نقش ابلیس در داستان ضحاک انتخاب کند بر من معلوم نیست. علی‌ای حال، امضای نقاش در گوشهٔ فوقانی دست چپ این مینیاتور مشهودست.

آخرین مینیاتور، تنها تصویری ازین سری تصاویر تبلیغاتی است که فقیر اصل چاپی آن را ندارد و ناچار از عکسی که از آن در مجلهٔ *History Today* چاپ شده استفاده کرده است (تصویر ۱۵). چنانکه ملاحظه می‌فرمائید، درین تصویر اثری از ابلیس/گوبلز نیست و فقط ضحاک/هیتلر است که در حضور رهبران متفقین به بند کشیده می‌شود. دو بیت از عاقبت کار ضحاک در شاهنامه، در کتیبهٔ این مینیاتور آمده است. بیت اول بیت ۴۷۹ داستان ضحاک (شاهنامهٔ خالقی، ج ۱، ص ۸۴) و بیت ثانی یک بیت الحاقی این داستانست که آقای خالقی آن را به حاشیه برده است (ج ۱، ص ۸۵ زیرنویس ۶). پرچم‌های انگلیس، امریکا، و روسیه در گوشهٔ چپ تحتانی تصویر دیده می‌شود. بخش بسیار کوچکی از پرچم ایران هم نزدیک به حاشیهٔ دست چپ این صحنه، گویا برای خالی نبودن عریضه، پیداست. امضای نقاش در گوشهٔ دست راست بالای مینیاتور قرار دارد.

هویت نقاش:

خالق این تصاویر تبلیغاتی کاریکاتوریستی بود به نام کیمون ایوان مارنگو (Kemon Evan Marengo) که از تلفیق حروف آغازین نامش امضای Kem را برای خود برگزید. کیمون ایوان مارنگو در روز ۲۲ ژانویه ۱۹۰۴ م (۱ بهمن ۱۲۸۲ شمسی)، از مادری مصری و پدری یونانی در شهر زفتی (به کسر اول و سوم) واقع در مصر به دنیا آمد (تصویر ۱۶). کودکی و نوجوانی را در اسکندریه گذراند و در طول سال‌های ۱۹۲۳ تا ۱۹۳۱ م (۱۳۰۱ - ۱۳۰۹) به فعالیت‌های مطبوعاتی اشتغال داشت. در سال ۱۹۲۹ میلادی (۱۳۰۷ شمسی) برای ادامهٔ تحصیلات به پاریس رفت و در آنجا هم از فعالیت‌های مطبوعاتی، مخصوصاً کاریکاتورسازی، باز نایستاد. ده سال بعد، یعنی در سال ۱۳۳۹ از فرانسه به انگلستان عزیمت کرد و در دانشگاه آکسفورد مشغول تحصیل شد، اما چون جنگ دوم جهانی درگرفت، وارد خدمت وزارت خارجهٔ انگلستان شد و با درجهٔ سرهنگ دومی در بخش تبلیغات خاورمیانهٔ آن وزارت خانه آغاز به کار کرد. وظیفهٔ او این بود که برای جذب مردم ملل خاورمیانه به سوی متفقین کاریکاتورها و پوسترهای تبلیغاتی مناسبی تهیه کند. در سال ۱۹۴۲ م (۱۳۲۰ شمسی) که تاریخ تولید مینیاتورهای تبلیغاتی موضوع این مقاله است، کیمون ایوان مارنگو به اوج فعالیت‌های تبلیغاتی خود رسیده بود. سپس در سال ۱۹۴۳ (۱۳۲۱ شمسی)، در کنفرانس تهران، که با شرکت استالین، روزولت و چرچیل منعقد شده بود، به عنوان ناظر شرکت کرد. پس از جنگ، به سبب خدماتش به تبلیغات متفقین، دولت فرانسه هم نشان لژیون دو نور و هم مدال صلیب جنگ را به او اهداء کرد و او برای ادامهٔ تحصیل دوباره به دانشگاه آکسفورد رفت و در سال ۱۹۴۹ (۱۳۲۷ شمسی) پایان نامهٔ دکتری خود را با عنوان «کاریکاتور به عنوان یک اسلحهٔ سیاسی در انگلستان در طول سال‌های ۱۷۸۴ - ۱۸۳۲ میلادی» تقدیم دانشگاه کرد. در سال ۱۹۵۶ م، که جمال عبدالناصر صنایع نساجی مصر را ملی اعلام کرد، خانوادهٔ مارنگو قسمت عمدهٔ ثروت خود را از دست دادند، اما کیمون به فعالیت‌های مطبوعاتی خود ادامه داد و ممر معاش اصلی او تا آخر عمرش از همین کار بود. کیمون ایوان مارنگو در ۴ نوامبر ۱۹۸۸ م (۱۳ آبان ۱۳۶۷ شمسی) در لندن درگذشت.

مؤخره:

استفاده تبلیغاتی از نقاشی های قدیمی، مخصوصاً تصاویری که مضمون حماسی دارند، در تاریخ تبلیغات سیاسی اروپا شایع بوده و هست. مثلاً داستان حمله نرمن ها به انگلستان در ۱۴ اکتبر سال ۱۰۶۶ م (۱۵ ذوالقعدة ۴۵۸ هجری)، و شکست انگلوساکسن ها و کشته شدن شاه ایشان، هارولد گودوینسون، معروف به هارولد دوم (۱۰۲۲ - ۱۰۶۶ / ۴۱۳ - ۴۵۸ هجری قمری) در نبرد هیستینگز (Hastings) در پرده سوزن دوزی طولی که درازای آن به ۲۳۰ فوت یا ۷۰ متر و ۱۰ سانتیمتر بالغ می شود اساساً توسط تصویر روایت شده است (مثلاً نگاه کنید به تصویر های ۱۷ - ۱۸).^۳ تمام وقایع نبرد هیستینگز که به پیروزی نرمن ها و براندازی شاهان انگلوساکسن، و ایجاد تغییر بنیادی در تاریخ اجتماعی و فرهنگی انگلستان منجر شد در این پارچه هفتاد متری با تصاویری که بعضاً با عبارات لاتینی توضیح داده شده اند، نقش شده است. این پارچه را باید اولین «پوستر» سیاسی مفصل و معروف جهان به شمار آورد. مضمون پیروزی نورمن ها بر انگلوساکسن ها، نزدیک به هزار سال بعد به صورت کاریکاتوری تبلیغاتی بر روی جلد مجله معروف *The New Yorker* جای گرفت (تصویر ۱۹). در این کاریکاتور، که در آن نیروهای متفقین جای نرمن ها و آلمانی ها جای انگلوساکسن ها را گرفته اند، حتی توضیحاتی که در سوزن دوزی اصلی و باستانی به زبان لاتین آمده اند، به همان شیوه کتابت قدیم حفظ شده و فقط مضمون آنها از بیان پیروزی نرمن ها بر ساکسن ها به ذکر پیروزی متفقین بر آلمان ها تغییر یافته است. نکته مهم این است که با تکرار سبک کار سوزن دوزی اصلی، و با ذکر پیام سیاسی ای که می خواسته منتقل کند، آنهم به زبان لاتینی که زبان سوزن دوزی اصلی و قدیمی بوده است، هنرمند امریکایی منبع الهام خودش را نشان داده است. علی ای حال عبارت لاتینی را که در این کاریکاتور تبلیغاتی آمده است ترجمه فارسی اش اینجا نقل می کنم:

GEORGE REX: ABSIT INVIDIA: MONTY ET IKE: MARE NAVIGAVIT: D - DAY. JVNE VI A.D.M.C.M.X.L.IV:
BAYEUX JVNE VII: SIC SEMPER TYRANNIS

جورج شاه: اختلاف را کنار بگذارید مانتی [یعنی ژنرال مونتگمری] و ایک [یعنی ژنرال آیزنهاور] از دریا می گذرد. روز «دی» ششم [ماه] ژوئن سال ۱۹۴۴: بابو هفتم [ماه] ژوئن: اینست آنچه بر سر ستمکاران می آید.

آنچه باید به خاطر داشت اینست که در بررسی چنین آثار تبلیغاتی که ریشه در سنن قدیمی سیاسی اروپایی دارند نباید رشته اندیشه را به دست خیالپردازی و قیاس های مع الفارق نهاد و چنین استدلال کرد که چون غربیان از هنر نقاشی برای مقاصد سیاسی و تبلیغاتی بسیار استفاده کرده اند پس مثلاً مینیاتورهای شاهنامه را هم باید از همین نظرگاه و با توجه به استفاده های تبلیغاتی شان مورد بررسی قرار داد. بنده دستی در تاریخ هنر ندارم، اما این را می دانم که آن پیام های سیاسی و تبلیغاتی که در مغرب زمین از طریق نقاشی، مجسمه سازی، و دیگر هنرهای غیر لفظی بیان می شده است، در میان ما ایرانیان - حداقل از زمان اشاعه دین مبین اسلام در وطنمان - توسط شعر بیان می شده. به همین خاطرست که به قول مرحوم دکتر محجوب بیش از نود درصد هنر ایرانی را شاعری و نویسندگی تشکیل می دهد و دیگر هنرها، از قبیل نقاشی، مجسمه سازی، و امثالهما هیچگاه موفق نشدند در فرهنگ ما به آن مقام منیعی که این هنرها در فرهنگ اروپایی بدان نائل شدند برسند. بنابراین در بررسی این گونه مطالب باید با احتیاط پیش رفت. آنچه بنده در این مقاله بدان پرداخته ام صرفاً این بوده که تلاش متفقین را کشیدن داستان های شاهنامه در جهت تبلیغات سیاسی خودشان در ایران نشان دهم این که آیا این تلاش به نتیجه ای هم رسیده بوده و آیا ایرانیان تحت تأثیر این تبلیغات قرار گرفته بوده اند یا نه، خود مسئله دیگر و مجزائست. والسلام

۱۶ شهریورماه ۱۳۸۹

منابع

چلکوفسکی، پیتر، «شاهنامه فردوسی و تبلیغات انگلیسی»، ایران شناسی، ج ۲، ش ۲ ۱۹۹۰/۱۳۶۹ صص ۳۱۰ - ۳۲۰.

Holman, Valerie, "Kem's cartoons in the Second World War," *History Today* v. 52 no. 3 (March 2002) p. 21-7

^۳ - خصوصیات این سوزن دوزی هفتاد متری و اهمیت آن برای تاریخ اجتماعی اروپا در کتابی با عنوان سوزنی در دست خداوند، نوشته یکی از اساتید دانشگاه بیل مفصلاً بررسی شده است.