

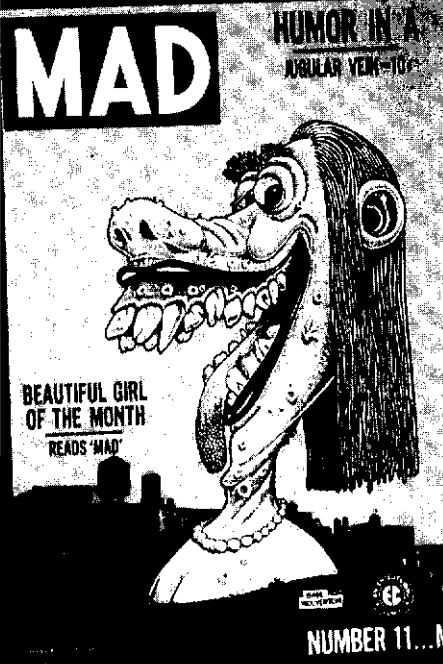
# کامیک های کمیک

راجر ساین  
ترجمه ی پرینسا امین الهی

## WALT DISNEY'S COMICS AND STORIES



پوشگاه مردم شناسی و مطالعات فرهنگی



سال‌های ۱۹۳۵ تا ۱۹۶۵ عصر طلایی کامیک‌های کم‌مدی محسوب می‌شد. طی این دوران، سلی می‌دورن، سلی از عناوین، از بریتانیا و ایالات متحد سرازیر گشت؛ برای نمونه *Chock Full of Laughter* (به‌عنوان نخستین مثال) با چنان شمارگانی به فروش رسید که قبل و یا بعد از آن نظیرش هیچ‌گاه دیده نشد. به بیان دیگر، شمارگان میلیونی به‌جای شمارگان هزاری. به‌رغم این‌که، محتوا و مضمون آثار، بر همان کلیشه‌های توسعه‌یافته‌ی پیشین متمرکز بود و گستره‌ای از هجو تا اسلپ استیک را دربر می‌گرفت، اما اکنون مخاطبان عمدتاً از میان کودکان انتخاب می‌شدند و این امر طبیعتاً در چگونگی درک و تفسیر کامیک‌ها تأثیرگذار بود. چنین چیزی نشان‌گر نفوذ فرهنگی ناشی از متداول شدن تعریفی است که در چاپ سال ۱۹۶۵ فرهنگ لغت آکسفورد آمده بود، کامیک «نشریه یا اثری برای کودکان است که به منظور برانگیختن و ایجاد حس شور و نشاط در آنان طراحی شده». در سال‌هایی که به اولین جنگ جهانی منتهی می‌شد، کامیک‌های انگلیسی، جهت‌گیری جدید رادیکالی را پیش گرفتند. آن‌ها ناگهان با رنگ‌هایی زنده‌تر، تصاویری تازه‌تر و حساسیتی به مراتب روشن‌تر و درخشان‌تر تولید شدند. خوانندگان بیش از این تحمل طراحی‌های پیچیده با جزئیات زیاد و تراکم بالا را نداشتند، آثاری مانند: *تعطیلی نصف روز الی سلوپر*، اکنون عناوین چنان طراحی می‌شدند که در لحظه‌ای نگاه سریع قابل خواندن باشند. چنان تشخیص داده شده بود که همان‌طور که برای اجرای یک اثر کم‌مدی بزنبکوب به حرکت نیاز است، برای جلب کودک به یک اثر کامیک نیز به طرحی نیاز است که حتی الامکان سریع و بی‌واسطه باشد.

ریشه‌های تاریخی این تغییر در اوایل دوره‌ی ادوارد هفتم (ادواردین) (۱۱-۱۹۰۱) یافت می‌شود. طی مدت ده‌سال، ناشران کامیک‌های بزرگسالان متوجه شدند که بازار بالقوه‌ای میان کودکان وجود دارد و بنابراین به طراحی مجلات و ضمیمه‌هایی برای آنان پرداختند؛ این استریپ‌ها عموماً درباره‌ی حیوانات مضحک، دلقک‌ها و نظایر آن‌ها بود و حجم نوشته در آن‌ها به حداقل می‌رسید. این ضمیمه‌ها از چنان محبوبیت قابل توجهی برخوردار شدند که قدم منطقی بعدی ارائه و پخش کامیک‌های کامل‌تر بود. هر چه نباشد اکنون کودکان از توان مالی برخوردار بودند. در

اواخر دهه‌ی ۱۸۰۰، مفهوم «پول تو جیبی» متداول گشت (چرا که کودکان دیگر کار خارج از خانه را تجربه نمی‌کردند) و اگر اندک پولی که روزهای تعطیل بدان‌ها داده می‌شد را نگه می‌داشتند، کفایت می‌کرد. در طی این فرایند، جاذبه‌ی بصری کامیک‌ها افزایش یافت. تصاویر ساده‌تر گشتند، نوجه بیشتر تری صرف جلد‌ها، برای گیرایی بیش‌ترشان شد و از رنگ‌های جدیدتر و بیشتر تری استفاده شد. شاید بهترین مثال از احیاء و خلق کامیک بزرگسالان پاک (۱۹۰۴) از انتشارات آمالگامیتد باشد.

همچنان‌که یک مورخ نوشته است: پاک شماره‌ی یک، «اولین شماره از نخستین روزنامه‌ی کامیک رنگی بود... [اما] آشکارا، این کامیک به بازاری برای فروش دست نیافت زیرا بزرگسالانی که این اثر برایشان در نظر گرفته شده بود، رنگ‌های درخشان روشن و تازه را نمی‌پسندیدند. اما چنین رنگ‌هایی مورد توجه کودکان بود. در پاک شماره‌ی دو، قسمتی به کودکان اختصاص داده شد... ده هفته بعد، توجه و علاقه‌ی نوجوانان، تمامی دنیای کامیک را دربرگرفت... کامیک کودکان پایه‌ی عرصه‌ی وجودگذاشته بود. سایر نمونه‌های متداول، با پیروی از پاک به خلقی دوباره و تازه‌تر دست زدند؛ از جمله‌ی این آثار می‌توان به *Comic cut & illustrated chips* اشاره کرد. این اصلاح و صورت جدید چنان موفقیت‌آمیز بود که در ۱۹۱۴ تقریباً تمامی این صنعت، تولیدات خود را به خوانندگان سنین هشت تا دوازده سال اختصاص داد: تمرکز بر روی این دوره‌ی سنی تا دهه‌ی هشتاد ادامه یافت. چنان به‌نظر می‌رسید که ناگهان و یک‌شبه، کامیک بزرگسالان به چیزی متعلق به قدیم گشته بود.

نتیجه‌ی این اتفاق، دگرگونی در جامعه‌شناسی مطالعه و استفاده از کامیک‌ها بود. به‌نظر می‌رسید کامیک‌ها دیگر تنها برای مطالعه‌ی کارمندان و کارگران طی زمان استراحت، در قطار و بنا طی تعطیلات نصف روز، طراحی نشده بودند. اکنون، کامیک‌ها به وسیله‌ی پول تو جیبی کودکان و توسط آنان برای اوقات فراغت خریدارن می‌شدند، بدون این‌که نظارتی از جانب بزرگ‌ترها در جریان باشد: آن‌ها کامیک‌های خود را با یکدیگر تاخت می‌زدند، دور می‌انداختند و یا چنان‌که مایل بودند، آن‌ها را نگه می‌داشتند. حس تمنک و اختیار در کودک، به کمال خود رسیده بود.

Radio Fun (۱۹۳۸) (اثری برجسته به دلیل کار استثنایی هنرمندی چون ری ویلسون و TV Fun (۱۹۵۳) به Film Fun پیوستند. به رغم موفقیت تجاری آمالگامیتد، کامیک‌هاشان دچار نقاط ضعف خاصی بودند. به طور مشخص، سبک آن‌ها قدیمی بود. به این معنا که همچنان از شرح و نوشته در زیر عکس‌ها استفاده می‌کردند. بنگاه، این امر را خط‌مشی رسمی تلقی می‌کرد و عمدتاً آن‌ها را در جواب به نقدهایی که کامیک‌ها را تهدیدی برای ادبیات می‌پنداشتند به کار می‌گرفت. شرایط کار در انتشارات نیز تا قرن نوزدهم به طور قابل توجهی حفظ قیمت‌ها برای جلب مخاطبان کودک و نوجوان و همچنین هزینه‌ی اضافی برای رنگ و تیرنه از بهره‌کشی و سوءاستفاده‌ی مستمر از هنرمندان بود.

در اواخر دهه‌ی سی با ورود بنگاه تازه کار دی‌سی تامسن به رقابت‌اش با بازار آثار فکاهی انتشارات آمالگامیتد، این عرصه به طور جدی ترقی یافت. این کمپانی که در داندی مستقر بود، پیش از این به انتشار داستان در روزنامه‌های پرداخت اما اکنون با رویکردی تازه به دنیای کامیک‌ها، آثاری جدید چون *دندی* (۱۹۳۷) و *بینو* (۱۹۳۸) را خلق کرده بود. این عناوین برای بیش‌تر انگلیسی‌ها آشنا بود. این آثار، بیش از بقیه در تعریف نگاه مدرن به کامیک در این کشور موفق بودند و گواه موفقیت شگفت‌انگیز آن‌ها، انتشار منظم‌شان تا دهه‌ی نود است.

چه چیز آن‌ها تا این حد منحصر به فرد بود؟ به یک تعبیر آن‌ها بر میراث و بازمانده‌ی انتشارات آمالگامیتد بنا شدند: بر کاغذهای ارزان با جلدهای رنگین (و تعدادی صفحات داخلی رنگی) و با تصاویری از حیوانات مضحک («کرکی گربه» به مدت ۴۷ سال ستاره‌ی روی جلد *دندی* بود). اما از جهات دیگر، آن‌ها سال‌ها از دوران خود جلوتر بودند: آن‌ها برای دیالوگ‌ها به جای ابرنوشته از حاشیه‌ی پایین تصاویر استفاده کردند. این شیوه از میزان کار بر تصاویر می‌کاست و در عوض راهی برای بیان صریح‌تر شوخی‌ها، فراهم می‌کرد. و این راز موفقیت کامیک‌ها بود. عناوین آثار دی‌سی تامسن به گونه‌ای نامتعارف بودند. به عنوان مثال، پاره‌ای از این آثار تنها در بیان «حس و مفهوم دوران رکود اقتصادی» قابل تعریف هستند، تا جایی که حال و هوای تعدادی از اولین کامیک‌ها منعکس‌کننده‌ی خاستگاه آن‌ها بود، *دندی*، در قلب

از این گذشته، کامیک‌ها به زمان و فضایی اختصاصی و شخصی برای کودکان مبدل شدند، مکانی که امکان نقد قدرت و نیروی بزرگان را برای کودکان به وجود می‌آورد و جایی که فانتزی‌های کودکان به منصفی ظهور می‌رسید: این دنیای شیطنت، باعث شناساندن خشونت دنیای واقعی به آن‌ها شد، چیزی که معلمان دبستان از آن به عنوان «شلوغ‌بازی» یاد می‌کردند. به غیر از آنچه گفته شد، کامیک‌ها تعهد و پیوند محکمی را میان کودکان پایه‌ریزی کردند: گپ‌های معمول در زمین‌های بازی، از این پس حول آخرین آثار کامیک متشتر شده بود و اگر کودکی نام شخصیت‌های اثر را نمی‌دانست از گروه کنار گذاشته می‌شد. در واقع، در موارد بسیاری، خود شخصیت‌های داستانی به «دوستان» تازه مبدل شده بودند: یک رابطه‌ی دوستانه هر هفته شکل می‌گرفت و تقویت می‌شد.

انتشارات آمالگامیتد اولین انتشارات در پیش‌گامی این حرکت بود. آن‌ها بر اساس موفقیتی که در کامیک‌های بزرگسالان داشتند، (آثاری که اکنون دوران‌شان به سر آمده بود)، سیلی از عناوین کامیک‌های کودکان را جاری ساختند. سال‌های بین دو جنگ، شاهد آثاری با قیمت یک پول مانند *جینگلز* (۱۹۳۴) و *جولی* (۱۹۳۵) و همچنین آثار دوپولی و رنگی مانند *دلخواه من* (۱۹۳۸)، *دیوانه‌ها* (۱۹۲۹) و چشمگیرتر از همه *ایام خوش* (۱۹۳۸) بود، اثری که با تکنیک فوتوگراور تهیه شده بود (طی فرایند فوتوگراور، عکسی از تمامی این آثار، داستان‌هایی از زندگی حیوانات مضحک و خانواده‌های خنگ و احمق را به نمایش می‌گذاشتند. انتشارات آمالگامیتد، طی حرکتی جاه‌طلبانه، مصوری فیلمی در ارتباط با کودکان، اما با بازی بزرگسالان تهیه کرد. *Film Fun* (۱۹۲۰) موفقیت بزرگی محسوب می‌شد و به یک میزان از جانب سینما و حتی سالن‌های موسیقی (برای اولین بار کامیک‌های بزرگسالان به سالن‌های موسیقی راه یافت) مورد حمایت قرار گرفت. سعی شده بود تا این اثر سبک فیلم‌های صامت را حفظ کند، با طراحی‌های کلفت سیاه و سفید و تأکید بر شوخی‌های بصری. این فیلم به دلیل تصویر و توصیف واقع‌گرایانه از ستارگانی چون لورل و هاردی، فنی آریوکل و هرولد لوید بسیار در خور توجه است. پس از آن، آثار دیگری با سبکی مشابه به نام‌های

رکود بزرگ اقتصادی دهی سی قرار داشت. دنیایی که نابرابری‌های اجتماعی در آن هویدا بود و همه از گرسنگی رنج می‌بردند: بنابراین استریپ‌هایی در ارتباط با روابط بین «طبقه‌ی کارگر» و «ژیکولو»ها (طبقه‌ی مرفه) طراحی شد. چنان‌که انتظار می‌رفت روابط، به دادن یک بشقاب غذا (مثل یک توده‌ی حجیم از پوره‌ی سیب‌زمینی به همراه سوسیس‌های فرو رفته در آن) به‌عنوان انعام، منتهی می‌شد. شگفت این‌که چنین کلیشه‌ای با اندکی تغییر، تا سال‌ها باقی ماند.

شخصیت‌های آثار، منحصر به فرد بودند. اولین شخصیت محبوب، «دان درمانده» بود که به مدت بیش از سی سال توسط دادلی واتکینز طراحی شد. دان تا اندازه‌ای یک مخلوق سورئال بود: یک کابوی قوی که با مشعل جوش‌کاری اصلاح می‌کرد، اما در شهر وسترنی به‌نام «کاکتوس ویل» ساکن بود که اتوبوس‌های لندنی و چراغ‌های خیابانی انگلیسی داشت. کاراکتر زن این اثر، کیت کی هول پدیده‌ای به مراتب متعارف‌تر از دان بود. یک موجود مشکل‌ساز استخوانی عینکی که برای خوشایند و جلب‌نظر دخترها طراحی شده بود. بعدها به این دو شخصیت، دسته‌ای از سایر مخلوقات کلاسیک اضافه شدند.

این عناصر تا دهه‌های چهل و پنجاه ادامه یافتند و این دو کامیک طی این مدت قوی‌تر گشتند (بینو در برابر رقیب خود تا حدی از فروش بیش‌تری برخوردار بود). ساختارهای داستان قدیمی با اندکی تغییر و اصلاح ادامه یافت و این امر به‌خصوص در مورد آثاری که در آن از بزرگسالان سرپیچی می‌شد، بارز بود. در دهه‌ی پنجاه، سه خالق هنری دیوید لائو، کن رید و لئوبکسندیل از شیطنت نوجوانان به‌عنوان مشخصه‌ی اصلی آثار خود استفاده کردند. لائو هنرمند متوسطی بود با استعداد خلق شخصیت‌های به‌یادماندنی مانند دنیس مزاحم بچه‌ای و لگارد با موهای بافته‌ی به‌همراه سگ مویافته‌ی همیشه همراهش به‌نام گنشر. قدرت رید در خلق صورت‌های پراحساس و کامیک‌های ترسناک بود و این توانایی در مشهورترین استریپ او راجر از زیر کار در روبه‌خوبی منعکس شده بود. این استریپ ماجرای بچه‌مدرسه‌ای فریب‌کار و دسیسه‌چین بود بکسندیل به آشوب و هرج‌ومرج متمایل بود و اثری از او به‌نام بچه‌های خیابان بش درباره‌ی مدرسه‌ای غیرعادی

بود که توسط معلم‌های سادیستی اداره می‌شد؛ این اثر امروزه به‌عنوان شاهکار اسلپ‌ستیک مخرب شناخته می‌شود.

دو نفر آخر یعنی رید و بکسندیل، طراحان تراز اولی بودند و به‌همراه یکدیگر هنر استریپ‌های پر شوخی و مضحک را گسترش دادند. آن‌ها برای به حداکثر رساندن تأثیر کامیک‌ها، فضای بین تصاویر را اصلاح کردند. بکسندیل بعدها نوشت: کمندی یک ساختار است، طریقه‌ای برای تفکر؛ روشی خاص از ترکیب و تلفیق عناصر متفاوت، غیرمنتظره‌ها و ناهماهنگ‌ترین چیزهایی که ممکن است به ذهن آدمی خطور کند؛ تمامی این‌ها در سازگارترین و هماهنگ‌ترین شکل خود در کمندی قابل تلفیق هستند. شیوه‌ی کار تونی اجرا و پرداخت آن‌ها برای طرح‌های داستانی مضحک و جدید بسیار مناسب بود. آن دو، پس از تام براون معیارهای بعدی این صنعت را بنیان نهادند. پس از آنان، همه‌ی هنرمندان عرصه‌ی کامیک به پیروی از سبک مشابه آن‌ها در طراحی علاقه‌مند شدند.

هر چند ورود بنگاه نشر دی‌سی‌تامن، به عرصه‌ی کامیک باعث بهبود این صنعت شد اما در وضعیت کارکنان و شرایط آن‌ها تغییر مثبتی حاصل نگشت. پرداخت حق‌الزحمه به خالقین آثار همچنان بر اساس شمارش تعداد صفحات بود، بدون حق اثر و بدون هیچ‌گونه نظارتی بر روی شخصیت‌های طراحی‌شده. اجازه‌ی امضای آثار وجود نداشت، در ظاهر به این دلیل که توجه کودک به طراحی بودن اثر پیش‌رویش جلب می‌شود اما در عمل به این خاطر که ناشناس ماندن و گمنام بودن خالق اثر، برای ناشرین جذاب‌تر بود و موانع از چانه‌زنی می‌شد. علاوه بر این، دی‌سی‌تامن از یک سیاست غیراتحادیه‌ای که به دوران اعتصابات عمومی سال ۱۹۲۶ باز می‌گشت پیروی می‌کرد، بنابراین این زمینه بدنام‌تر از آمالگامیتد بود.

با این همه، نفوذ و تأثیر دی‌سی‌تامن بسیار وسیع بود و در پی موفقیت بینو و دندی، جنگ انتشار کامیک‌های جدید میان آنان (آمالگامیتد و دی‌سی‌تامن) آغاز شد.

آمالگامیتد ابتدا حرکت خود را با کاری به‌نام Knock out (۱۹۳۹) آغاز کرد، شخصیت محوری این اثر، بیلی بانتر، چاق‌ترین بچه‌مدرسه‌ای دنیا بود. اما به‌زودی دی‌سی‌تامن، با

امریکایی. در بین این آثار، هیچ کدام از شهرت اولین هفته نامه‌ی میکی ماوس، ویل بتک (۱۹۳۶) برخوردار نبودند که انتشار آن تا ۹۲۰ شماره‌ی فوق العاده ادامه یافت. این اثر نشریه‌ای جنجالی با چاپ فتوگراور و مملو از شخصیت‌های گوناگون دیزنی بود که اکثر آنان از زمان ظهورشان در دنیای سینما، برای خوانندگان جوان بریتانیایی شناخته شده بودند:

در این آثار، داستان‌های تجدید چاپ شده از بین استریپ‌های روزنامه‌های امریکایی، با موضوعات جدید هنرمندان بریتانیایی تلفیق شده بود. طی دهه‌های چهل و پنجاه، سایر آثار و عناوین نیز به همین شکل از شخصیت‌های کارتون‌ی امریکایی به عنوان بنیان استریپ‌هاشان استفاده کردند.

همچنان که سال‌های پر جنب و جوش دهه‌ی شصت پایان می‌گرفت، جنگ میان مطبوعات بر سر شمارگان آثار نیز به‌طور گسترده‌ای افزایش می‌یافت. در ۱۹۶۰، انتشارات آمالگامیتد با ناشر دیلی میرر یعنی میرگروپ ادغام گشت و بعدها به مؤسسه‌ی انتشارات IPC تبدیل شد. اما این تغییر نام به معنای وقفه در جریان برنامه‌های زمان بندی شده‌ی انتشارات نبود. اولین حرکت آنان، خلق یک نشان جدید با نام فلیت وی و نیز انتشار اثری جدید با عنوان باستر در ۱۹۶۰ بود که قهرمان‌اش، باستر قرار بود پسر اندی کپ مشهورترین شخصیت استریپ‌های دیلی میرر، باشد. باستر عنوانی بود که بیش از حد معمول مسخره بود و برای کامیک‌های تامسن سود و شمارگان بالایی حاصل کرد.

وقتی که سایر ناشرین به این جرگه پیوستند، رقابت میان آن‌ها به شدت افزایش یافت. در اواسط دهه‌ی شصت، حرکت جریان‌ساز وام! (Wham!) (ادهامس، ۱۹۶۴) به وجود آمد. که قرار بود یک سوپر-بینو تلقی شود. در این اثر، بکسندیل شخصیت جدید جرج جرزم و رید کاراکتری به نام فرانک اشتاین را عرضه کردند. آثاری که در پی این حرکت ادامه یافتند عبارت بودند از: اسپارکی (دی سی تامسن، ۱۹۶۷)، اسمش (ادهامس و IPC، ۱۹۶۶)، پو (ادهامس، ۱۹۶۷)، ویزرو چیپس (IPC و فلیت وی، ۱۹۶۹) و بعد در دهه‌ی هفتاد، اینفیدیر کور (IPC، ۱۹۷۰)، شیوراندشیک (IPC، ۱۹۷۳) و وویی (IPC، ۱۹۷۴).

طی این دوران، تغییرات ظریف و هوشمندانه‌ای در عرضه‌ی

آثار موفق خود، Topper (۱۹۵۳) و The Beezer (۱۹۵۶)؛ در مقابل آمالگامیتد ایستاد. دو اثر مذکور از آثار بی نظیر بکسندیل به شمار می‌روند و از فروش بالایی برخوردار بودند.

بیان این نکته در این جا حائز اهمیت است که صنعت کامیک بریتانیایی طی دهه‌های چهل و پنجاه، به دلیل نبود رقیب جدی خارجی در این عرصه، خوش اقبال بود. حقیقت این نکته در این جا است که به رغم این که ایالات متحد بزرگ‌ترین کشور تولیدکننده‌ی کامیک در دنیا از دهه‌ی سی به بعد به شمار می‌رفت، اما آثار آن‌ها به‌طور رسمی تا ۱۹۵۹ پخش نشده بودند. این امر تا اندازه‌ای به این دلیل بود که بریتانیا چیزهای بهتری برای واردات داشت: در طی دوران پس از جنگ، کشتی‌ها بیش تر مشغول تحویل مهمات و ملزومات ضروری بودند. به علاوه، نگاه و پیش‌داوری‌ای منفی در میان انگلیسی‌ها در مورد فرهنگ امریکایی وجود داشت، زیرا این فرهنگ را عامیانه، بی‌نزاکت، بسیار تجاری و مادی و تهیدیدی برای فرهنگ برتر اروپایی می‌دانستند. (بدون شک عامل نهفته و واقعی این خصوصیت غیرعادی، این واقعیت بود که ایالات متحد، بریتانیا را که پیش از این به مثابه قدرت پیشرو جهان قلمداد می‌شد، از دور خارج ساخته بود).

در حقیقت، تعداد محدودی از کامیک‌های امریکایی وارد این کشور شدند که عمدتاً هم از طریق بنادر بود. جایی که کشتی‌ها در باراندازها پهلو می‌گرفتند و از بسته‌های کامیک‌ها به عنوان وزنه‌ی تعادل استفاده می‌شد و نیز از طریق پایگاه‌های نظامی امریکایی، کامیک‌ها به خانواده‌های نظامیان فرستاده می‌شدند. اما آن‌ها نیز سرانجام به انتها رسیدند.

نه در روزنامه‌فروشی‌ها، بلکه در فروشگاه‌های بزرگی مانند وول ورشس، کامیک‌های امریکایی در مقایسه با هم‌تایان بریتانیایی خود، کوچک‌تر و نیز کم حجم‌تر بودند. اما به دلیل صفحات تمام‌رنگی و قیمت مناسب و همچنین گاه‌ها رضایت بزرگسالان، به شدت مورد استقبال بچه‌مدرسه‌ای‌ها قرار گرفتند.

چاپ‌های انگلیسی از کامیک‌های امریکایی نیز وجود داشت، با صفحات و تصاویر معمولاً سیاه و سفید که توسط بنگاه‌های کوچکی همچون تورپ و پورتر و آل میلر و پسران منتشر می‌شدند، با عناوین اصلی و بر اساس شخصیت‌های آثار

این آثار به خوانندگان به وجود آمد. به عنوان مثال، ناشرین به طور فزاینده‌ای به آثار شعاری و مطالب بدون استریپ روی آوردند. صفحه‌ی نام‌های خوانندگان به خصوصیت اصلی عمده‌ی مجلات بدل شد و بدین ترتیب، حس تعلق مجله به خوانندگان را القاء می‌کرد. پازل و مسابقات نیز ضمیمه‌های جدید این آثار به شمار می‌آمدند. پس از آن، موج هدایای رایگان برای خوانندگان پدید آمد: هفت‌نیرهای آبی، ماسک‌ها، آب‌نبات‌های چوبی و بسیاری چیزهای ارزان‌قیمت دیگر به عنوان هدیه‌ی مجانی به خوانندگان اهدا می‌شد. در بیش‌تر مواقع، وجود این هدایا از خود کامیک‌ها بارزتر بود و معمولاً اهدا آن‌ها در اولین شماره صورت می‌گرفت؛ علت آن، نیاز به حصول اطمینان از خرید حتمی خوانندگان بود.

تغییر بعدی افت کیفیت در نگارش متن و طرح‌ها بود. عجله‌ی فراوان برای رساندن آثار تا مهلت معین و فشار همیشگی نامعقول بر خالقین و طراحان آثار برای تقلید از کار هنرمندانی چون رید و بکسندیل به این معنا بود که اکثریت قریب به اتفاق استریپ‌ها اکتباسی، تقلیدی و با کیفیتی ضعیف عرضه می‌شدند. طنزها معمولاً به ندرت جواب می‌دادند و طرح‌های هنری عموماً در درجه‌ی دوم اهمیت قرار داشتند (جای تعجب نیست که هنرمندان برای کمپت دستمزد دریافت می‌کردند، نه برای کیفیت). امروزه برای بزرگسالان در سنین معینی نگاه دوباره به این کامیک‌های مضحک با حس نوستالژی یک همراه است، هر چند ما به اندازه‌ی کودکان از قدرت دقت و باریکی بینی برخوردار نیستیم. اما لازم است که در مقابل این آثار به حد لازم دقیق باشیم.

در همین دوران در ایالات متحد نیز کامیک‌های کم‌دی از موفقیت لازم برخوردار بودند. همان‌طور که مشاهده کردیم خاستگاه آن‌ها استریپ‌های روزنامه‌ای بود. در فصل یک (مقاله‌ی سرآغاز کامیک در همین مجلد) به بررسی این نکته پرداختیم که چگونه مطبوعات عامه‌پسند به مکانی برای ضمیمه‌هایی مانند استریپ‌های خوانندگان گروه‌های سنی مختلف تبدیل گشتند و سپس به یمن وجود ناشرین نوآور، به صورت مجموعه‌های داستانی و در قالب کتاب‌های جداگانه جمع‌آوری شدند. این روند طی دوران رکود اقتصادی نیز با محبوبیت هر چه بیش‌تر ادامه

یافت و اتحادیه‌ها و سندیکاهای کل کشور نیز بیش از پیش سازماندهی شدند. با وجود این که استریپ‌های جدید به ندرت از قالب ثبت‌شده‌ی پیشین منحرف می‌شدند اما بی‌تردید مهم‌ترین ژانر باقی‌مانده در آن زمان کم‌دی‌های خانوادگی بودند.

چند نمونه‌ی محبوب عبارت بودند از: بلوندی اثر چیک یانگ در ۱۹۳۰ که به یکی از گسترده‌ترین استریپ‌های مشترک اتحادیه‌های تاریخ امریکا مبدل شد. ستاره‌اش، یعنی بلوندی بوپادوپ یک شخصیت کلیشه‌ای خنگ، کودن و بوالهوس بود، اما شوخی‌های موجود در این اثر، پس از ازدواج او با عاشقش، راگوود بامستید و بچه‌دار شدنشان، بیش از پیش خانوادگی گشت. *الی اوپ* (۱۹۳۳) اثر وی. تی. هاملین استریپی خانوادگی بود و آن‌چه که باعث تمایز آن از سایر آثار می‌شد این بود که داستان آن در عصر نئاندرتال اتفاق می‌افتاد (نوعی فلینستونز اولیه قهرمان این استریپ یک غارنشین خوش‌قلب بود به اضافه‌ی همسر و دایناسور وفادارش؛ داستان‌های بعدی حاوی سفر او و همراهانش در دوره‌های تاریخی جدیدتر و گوناگون با اتفاقات خنده‌دار بودند. *لیل اینر* (۱۹۳۴) اثر «ال کپ» درباره‌ی خانواده‌ای دهاتی و شیطنت‌های طنزآمیز و گاه‌وبیگاه‌شان در داکیچ، منطقه‌ای افسانه‌ای در ایالات مرکزی امریکا، بود. *جو پا لوروکا* (۱۹۳۰) اثر هال فیشر استریپ خانوادگی درباره‌ی جو، یک مشت‌زن احمق، و خویشاوندان وفادارش، اما بیش از این‌ها، درباره‌ی روابط او با افرادی بود که به دلیل حرفه‌اش، در حکم خانواده‌ی دومش تلقی می‌شدند؛ رئیسش نوبی و دوست و حامیش سموکی اما شاید در آخر، مشهورتر از همه‌ی این‌ها تیمبل نثا اثر آلزی کرایسلر سگار باشد که از ۱۹۱۹ آغاز به کار کرد. موفق‌ترین اثر مربوط به این دوران، پایای ملوان است که در ۱۹۲۹ به بازار عرضه گشت. خطرات و تهدیدات مداومی برای همسرش آلیو ایل و فرزندش سویی پی وجود داشت اما پایای با سلاح مخفی‌اش، یک قوطی اسفنج، نیروی خود را تقویت و توفان حملات را دفع می‌کرد. (گفته می‌شود کاراکتر جی ولینگتون ویسمی، یکی دیگر از شخصیت‌های این استریپ، الهام‌بخش یک نفر انگلیسی صاحب رستوران‌های زنجیره‌ای فست فورد بود و باعث شد که این فرد نام رستوران‌های خود را از این کاراکتر که شدیداً به همبرگر علاقه

بود که براساس مدل‌های انگلیسی طراحی می‌شد. اما در نهایت، این مجموعه با شکست مواجه گشت چرا که مزدم از پرداخت برای چیزی که گمان می‌کردند می‌بایست به‌طور رایگان و در کنار روزنامه‌ها پخش شود، ناراضی بودند. به‌نظر می‌رسد رمز موفقیت در قطع و شکل نهفته بود: در ۱۹۴۳ انتشار مجدد مجموعه‌ای تحت‌عنوان Famous Funnies اولین قدم در این جهت بود که برداشته شد. طراحی‌ها توسط مکس سی‌گینز انجام شده بود و کتاب در اندازه‌ی یک چهارم و در قطع مجلات روزهای تعطیل (شنبه و یکشنبه) و با درصد بالایی از رنگ‌های چاپی منتشر می‌شد. قیمت پشت جلد نیز ده سنت در نظر گرفته شده بود. این مجموعه کاملاً به کتاب‌های کامیک امریکایی شبیه بود. انتشار چنین مجموعه‌ی پرفروشی، کاملاً غیرمنتظره بود. نفوذی این چنینی به درون بازار، سایر ناشرین را نیز بر آن داشت تا کامیک‌هایی با قطع مشابه و با ایده‌ها و طرح‌های بکر تولیدکنند. کامیک‌های نوین، (نشنال اید، ۱۹۳۵) چنین فاصله و شکافی را پر کرد. این مجموعه از داشتن استریپ‌هایی که هرگز تا پیش از آن در جای دیگری به چاپ نرسیده بودند به خود می‌بالید؛ استریپ‌هایی که در میان گلچین بدیع‌ترین آثار کامیک مقام اول را کسب می‌کردند. این کامیک‌های جدید از نظر اندازه متفاوت بودند (در آن زمان، شصت و چهار و یا هشتاد و چهار صفحه معمول بود) اما محتوای آن‌ها همچنان بر اساس سنت استریپ‌های روزنامه‌ای بود، حال با کمی تغییر. به عبارت بهتر، کامیک‌های طنز به کمدهای خانوادگی متعایل بودند و خود را با سنین مختلف مخاطبان‌شان تطبیق می‌دادند. اگرچه به زودی مشخص شد که بازار اصلی در میان خوانندگان جوان قرار دارد و کامیک‌ها نیز به‌طور ویژه‌ای برای آن‌ها تهیه می‌شد. گستره‌ی سنی مخاطبین دهه‌ی چهل، تأثیر آشکاری بر ژانر حیوانات فانتزی و خنده‌دار داشت. اگرچه کاراکترها و شخصیت‌های «انسان‌گونه» از آغاز شکل‌گیری استریپ‌های روزنامه‌ای وجود داشتند اما در این زمان، ناشری به نام دل بت تدارک مجوزی از کمیانی دیزنی، این ژانر را به‌خود اختصاص داد. کامیک‌های اصلی او کامیک‌ها و داستان‌های *والت دیزنی* (۱۹۴۰) به مدت ۲۲ سال منتشر شد و داستان‌های بدیعی را با حضور دانلد داک، میکی ماوس و دیگران به‌نمایش

همچنان‌که شخصیت‌های استریپ‌ها افزایش می‌یافتند و شکوفاتر می‌گشتند بازار کتاب‌های تجدید چاپ شده نیز رونق بیش‌تری می‌گرفتند. در دهه‌ی بیست، یک ناشر به‌طور خاص بر سایرین مسلط گشت و در میان بقیه برجسته‌تر شد: کاپلز و لئون، که به‌عنت انتشار کتاب‌هایی با قطع ۱۰×۱۰ اینچ مشهور شد، اما در اوائل دهه‌ی سی، به‌وسیله‌ی انتشارات ویتمن از دور خارج گشت. ویتمن دست به انتشار آثاری با قطع کوچک‌تر و در قالب مربعی شکل زده بود. در این آثار، کامیک‌ها جداگانه در سمت راست صفحه و متن در سمت چپ قرار داشتند؛ این مجموعه در قالب «سری بزرگ کتاب‌های کوچک»، به‌شکلی ماهرانه به بازار عرضه و از محبوبیت بسیار زیادی برخوردار شدند.

کاراکترها، حتی به‌کانون یک سری از کامیک‌های غیرقانونی تبدیل شدند که از طریق افزودن طرح‌هایی با موضوعات جنسی، به مسخرگی می‌پرداختند. این آثار استثنایی که معمولاً «کامیک‌های کیف» و یا «کتاب مقدس تیروانا» (انجیل تی‌جوانا) خوانده می‌شدند، به‌طور کاملاً حاشیه‌ای، در اواخر دهه‌های بیست تا چهل رونق گرفتند. این طرح‌ها به‌شکل سیاه و سفید و در هشت صفحه، به‌صورت قاچاق رد و بدل می‌شدند. بلوندی، پای‌پای و برخی دیگر از شخصیت‌ها، در بسیاری از صحنه‌ها و حالت‌های وقیحانه، به تصویر کشیده شدند. در کنار این تصاویر، معمولاً دیالوگ‌های خنده‌داری نیز نوشته می‌شد. ناشرین و هنرمندان طراح این‌گونه آثار ناشناس باقی می‌ماندند و این مسأله هرگونه اقدام قانونی علیه ایشان را غیرممکن می‌ساخت. طبیعت متفاوت این کامیک‌ها، چنان بود که برخی از مورخین از آن‌ها به‌عنوان طلا به‌دار حرکت زیرزمینی کام‌یکس در دهه‌ی شصت یاد می‌کردند. (به مقاله‌ی کامیک‌های زیرزمینی در همین مجلد مراجعه کنید).

جدا از کامیک‌های کیف، دسترس‌ی به ناشرین آثار بکر و اصیل به‌سادگی ممکن نبود. در این میان حرکت‌های غلط و بعضاً فریبکارانه‌ای نیز دیده می‌شد. برجسته‌ترین و قابل‌ذکرترین آن‌ها، انتشار مجموعه‌ای تحت‌عنوان Funnies از سوی نشر دل در ۱۹۲۹ بود. این مجموعه در قطع یا روزنامه‌های جنجالی انتشار یافت و حاوی مجموعه‌ای از استریپ‌های بدیع و منحصر به فردی

گذاشت. این مجموعه‌ی بی‌اندازه موفق، بخشی از پیشرفت خود را مرهون افزایش فروش پس از هر بار پخش فیلم انیمیشن جدید بود. به‌علاوه، نمایش بهترین آثار هنری این صنعت، در موفقیت این مجموعه بی‌تأثیر نبود. در این میان، دو نفر از خالقین این دسته به‌طور ویژه برجسته شدند؛ کارل بارکز کسی که بسیاری از داستان‌های داک را در سال‌های ۱۹۴۲ تا اواسط ۱۹۶۰ نوشته و طراحی کرده و کاراکترهای جدید و سودآور بسیاری را نیز آفرید، مشخصاً کاراکتر مشهوری چون عمو اسکروچ داستان‌های او با مزه و خوش ترکیب و شیوه‌اش انعطاف‌پذیر و امیدوارکننده بود و برای هدفش بسیار مناسب می‌نمود. در این میان، بخش موش بر عهده‌ی فلویید تفر دسن خلاق و با استعداد قرار گرفت. شخصی که به‌درستی توانست استریپ روزنامه‌ای فوق‌العاده‌ی میکی‌ماوس را برای یک اثر کامیک تنظیم کند. هر دوی این طراحان خلاق، هم‌اکنون در حال تهیه‌ی نسخه‌هایی قطعی از کاراکترهایشان هستند. اگرچه هیچ‌کس تا این لحظه، چنین امری را تأیید نکرده است.

شور و شوق دیزنی، به‌سرعت الهام‌بخش کامیک‌های دیگری با حضور سایر شخصیت‌های کارتونی فیلم‌های انیمیشن شد. به‌خصوص، کاراکترهایی که در فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی کمپانی‌های برادران وارنر، ام‌جی‌ام [مترو گلدن میر]، والتراستز بودند در صف مقدم قرار داشت. او در تلاش برای به‌دست آوردن مجوزی سودآور از جانب برادران وارنر، موفق شد «آوازهای احمقانه و ملودی‌های شاد» (Looney Tunes and Merrie Melodies) را در ۱۹۴۱ منتشر کند (همراه با گفتار نهایی ثابتی با این مضمون: «همین بود رفقا!»)

عناوین و نام‌ها در کامیک‌ها، به شخصیت‌های اصلی و محوری، وفادار بودند. مانند: باگز بانی در ۱۹۴۲، «پرکی پیگ» در ۱۹۴۲ و «دافی داک» در ۱۹۵۳. برخی از استریپ‌ها از داستان‌های بکر و تازه گرفته می‌شدند حال آن‌که برخی دیگر اقتباس از کارتون‌های کلاسیک بودند (و معمولاً توسط «تکس اوری» بزرگ، کارگردانی می‌شدند).

به‌رغم شیوه‌ها و رسانه‌های مختلف ارتباطی، به‌طور قطع بزرگ‌ترین ابتکار در خلق حیوانات خنده‌دار، منحصر به کامیک

بود: **پوگوی کانگورو**. خالق او، والت کلی، یکی از انیماتورهای دیزنی بود که قبلاً بر کامیک «آوازهای احمقانه» (Looney tunes) نیز کار کرده بود. «پوگو» برای نخستین بار در کامیک‌های حیوانات، کاری از «دل» در ۱۹۴۱ به‌نمایش درآمد و بعداً ستاره‌ی کامیک‌های پوگو (۱۹۴۶) شد. پوگو و دوستانش، آلبرت سوسمار، هولند جغد، خانم چرچی و سایر ساکنین باتلاق اکفنکی، بسیار شاد بود اما جالب‌تر از همه این‌که، آن‌ها مانند انسان‌هایی رفتار می‌کردند که توسط قدرت طبیعت و غریزه هدایت می‌شدند. جذابیت این کامیک‌ها، در رفتارهای اتفاقی کاراکترها، برای خوردن یکدیگر، چگونگی رشد و شکل‌گیری حس رهبری در میان‌شان و یا در شیوه‌ی بیان مسائل اخلاقی در بین آن‌ها، و به‌طور کلی چگونگی کنار آمدن و زندگی کردن در کنار یکدیگر بود. در نهایت پوگو به‌عنوان استریپی بین‌المللی که در بسیاری از روزنامه‌ها مشترک بود مطرح شد و زمانی که کاراکترها، جنبه‌های سیاسی آشکارتری مطرح می‌کردند. پوگو به یکی از مدافعان حقوق مدنی و محیط‌زیست و مخالفان سانسور مبدل گردید.

یکی دیگر از اصلی‌ترین ژانرهایی که مورد توجه خوانندگان جوان‌تر قرار گرفت. کامیک‌های کودکان بود. این کامیک‌ها نیز، مانند پیشینیان خود مسیر طولانی‌ای را در روزنامه‌ها پیمودند. ناشر پیشرو در این زمینه، بی‌تردید، انتشارات هاوری کامیکس بود که مجموعه‌ای از کارهای موفق چون *ادی کوچولو* (۱۹۵۲)، *دات کوچولو* (۱۹۵۵)، *لوتا کوچولو* (۱۹۵۵) و *ریچی ریچ* (۱۹۶۰) را در نامی خود به ثبت رسانده بود. آن‌ها همچنین با کامیک‌های خود در مورد نوجوانان خارق‌العاده، مضمون‌های کودکانی متنوعی را پدید آوردند. مشهورترین این آثار؛ *کسپر*، *روح دوست‌داستانی* (۱۹۵۲) و *تدی جاوگر کوچولو* خوب (۱۹۶۰) بودند. ناشرین دیگری نیز در زمینه‌ی آثار کودکان، موفقیت‌هایی کسب کردند، به‌عنوان مثال بنگاه دل با *لولو کوچولو* (۱۹۵۴) و تصاویر با مزه و شوخش، محله‌ای را از نگاه یک کودک به تصویر کشید و یا با *دنس مزاحم* (۱۹۵۳) - که البته هیچ ارتباطی هم به کاراکتر انگلیسی با اسم مشابه ندارد - داستان یک موبلوند را روایت می‌کرد که همیشه در دسر آفرین بود اما هیچ‌گاه مجازات نمی‌شد و در نهایت، بنگاه دی‌سی کامیکس با *شکر و میخ* (۱۹۵۶) داستان



آرچی (آرچی کامیکس، ۱۹۴۲) در مورد یک جوان پاک و ساده و کک‌مکی و دوستان شهرستانی‌اش بود.

کلیشه‌ی موجود در این اثر که رقابتی میان دسته‌ای از نوجوانان، متشکل از آرچی، وردستش جاگه‌اد، رقیب عشقش رچی و دو دختر جذاب بتی و ورونیکا بود، به الگویی برای تعداد زیادی از کامیک‌های بعدی مبدل گشت، آثاری مانند: اندی (۱۹۴۸، ایس)، ارنی (۱۹۴۸، ایس) و دادلی (۱۹۴۹، استاندارد). همان‌طور که یک مورخ نوشته است: کشف جوانان به‌عنوان جماعت مخاطب، به‌تازگی رخ داده بود. ناشرین، تهیه‌کنندگان فیلم و سایر دست‌اندرکاران متوجه جوانان به‌عنوان بخش عظیمی از جمعیتی شدند که سلاقی، رفتارها و عادات‌شان می‌توانست به‌منظور تولید تفریح و سرگرمی مورد سوءاستفاده قرار گیرد و همچنین چنین دسته‌ای از اجتماع از توان مالی مناسب برای خرج کردن نیز برخوردار بود.

نوجوانان نیز به‌عنوان هدف عمده‌ی بازار هجویات که در دهه‌ی پنجاه در آغاز مسیر موفقیت خود بود تلقی می‌شدند. کامیکی که این حوزه‌ی خاص را به کلی متحول ساخت مد نام داشت که در ۱۹۵۲ توسط کمپانی به‌نام EC، [کامیک‌های سرگرم‌کننده Entertaining Comics] منتشر گشت؛ این کمپانی توسط ویلیام گینز فرزند مکس اداره می‌شد که پیش از آن به‌دلیل یک سلسله کامیک‌های ترسناک، بدنام شده بود. (به بخش کامیک‌های پرحادثه در همین مجلد مراجعه کنید) خالق مد و سردبیر مؤثر آن در بیست‌وهشت شماره‌ی اول، هاروی کورتزمن بود، یکی از تعیین‌کننده‌ترین چهره‌های تاریخ کامیک‌های فکاهی؛ او بعدها نوشت: «شیوه و سبکی که برای خلق مد به کار گرفته شد، ضرورتاً متفکرانه اما در قالب ظاهری جنجالی بود. هجو و پارودی زمانی درست از آب درمی‌آیند که آنچه درباره‌اش صحبت می‌کنید با دقت مورد هدف قرار گرفته باشد و یا به‌بیان دیگر، هجو و پارودی تنها زمانی جواب می‌دهند که یک عیب و نقص بنیادین و یا یک دروغ را در موضوع مورد نظر آشکار کنید... هنرمند هجو یا پارودی تنها در پی سرگرم ساختن مخاطب خود نیست بلکه در تلاش است تا این نکته را یادآوری کند که دنیای حقیقی، واقعاً چگونه دنیایی است.»

پسر و دختر بچه‌ی کوچکی را به تصویر می‌کشید که هنوز قادر به سخن گفتن نبودند اما به شیطنت‌های مختلفی دست می‌زدند. اگرچه این موضوع حقیقت داشت که کامیک‌های کودکان (یعنی همان حیوانات خنده‌دار و عناوین کودکانه) بازار شوخی را از جهت تعداد مخاطبین تحت‌الشعاع قرار داده بود، اما مخاطبین بزرگسال کامیک‌ها نیز هرگز فراموش نشدند. بازاری موازی که گروه‌های مختلف سنی را هدف قرار می‌داد همواره وجود داشت و می‌توان برای آن دو تعریف متفاوت را بیان کرد؛ اولاً، کامیک‌هایی که تحت عنوان استریپ‌های روزنامه‌ای به‌چاپ مجدد می‌رسیدند همواره مسیر خود را ادامه می‌دادند، در حالی که هم‌زمان کاراکترهای محبوب دارای یک کامیک متعلق به خود بودند که به‌شدت از اثر اصلی تأثیر می‌گرفت. آثار بسیار موفق چون پاپای، (دل، ۱۹۴۱)، جو پالوکا (هاروی، ۱۹۵۴)، بلوندی (۱۹۵۰) و داگ وود (۱۹۵۰) از این جمله بودند. این آثار به کاراکترهای جدیدتری که برای اولین بار در روزنامه‌ها مطرح می‌شدند، پیوستند. معروف‌ترین مثال از این گروه بی‌تردید ساک غمگین اثر جورج بیکر و محصولی از انتشارات هاروی در ۱۹۴۹ بود. این مجموعه در روزنامه‌ی یانک آغاز شد و در واقع تفسیری گزنده از زندگی نظامی بود که به‌تدریج در کتاب کامیک خود تعدیل شد.

دوم این‌که، به‌خاطر به‌دست آوردن ترکیب متفاوت سنی از خوانندگان، از رسانه‌ها و شیوه‌های ارتباطی متفاوتی استفاده شد. به‌عنوان مثال، شخصیت‌های کارتون‌ی تنها کسانی نبودند که از صحنه به کامیک‌ها وارد شوند بلکه، کم‌دین‌های امریکایی واقعی نیز موقعیت مشابهی داشتند؛ برنامه‌های تلویزیونی چون بیلگو، من عاشق لوسی‌ام، بورلی هیل بیلیز و طلسم شده نیز به این منظور تنظیم و تطبیق داده شدند. در کنار آن‌ها فیلم‌هایی چون سه دلقک، ایوت و کستلو نیز به این حیطه وارد گشتند. عناوین آن‌ها، به‌خاطر وجود عکس‌های زنده‌ی ایشان بر روی جلد، به‌سرعت قابل شناسایی بود اما به‌ندرت ویژگی‌ها و لذت نسخه‌های اصلی بر پرده رامنتقل می‌کردند.

کامیک‌های امریکایی به‌طور ویژه به نیاز نوجوانان پاسخ می‌گفتند، تاکنون معروف‌ترین و پر طرفدارترین کامیک نوجوانان

در پی راهنمایی کورتزمن، کامیک‌های مد یکی پس از دیگری به بازار عرضه شدند. ستارچی (Starchie)، مرد فوق‌عالی (Superduperman)، میکی رودنت (Mickey Rodent) و بقیه که مورد استقبال فراوان خوانندگان قرار گرفتند. زمانی که موضوعات و هدف‌های معمول مضامین کامیک‌ها پایان می‌یافتند، عناصری مانند ستاره‌های سینما، خوانندگان پاپ، سیاستمداران و حتی خانواده‌ی سلطنتی انگلستان به‌عنوان موادخام آن‌ها مورد استفاده قرار می‌گرفتند.

این نوع از سنت‌شکنی به اندازه‌ی کافی نامعمول می‌نمود، اما اهمیت دیگر مد و سرشناسی‌اش به‌دلیل کیفیت برجسته‌ی طرح‌های هنری‌اش نیز بود.

با وجود هنرمندان برجسته‌ی بنگاه EC مانند والی وود و بیل الدر، همچنان شاید بتوان سرآمد هنرمندان مد را به‌طور خاص باسیل و لورتون دانست. شیوه‌ی گروتسک او در پرداخت چهره‌ها و نحوه‌ی برجسته ساختن عیب و نقص‌ها با جزئیات فراوان، بسیار برجسته و چشمگیر بود و توسط آن دسته از طراحان کارتون که مسیر ترقی و پیشرفت را می‌پیموند مورد تقلید قرار گرفت.

مد ترکیبی بود از استریپ‌های مسخره، کارتون و آگهی‌های تقلبی که همگی به هجو و مضحکه‌ی وضعیت موجود می‌پرداختند. هر چند این تمسخرهای داخلی برای تعدادی از اعضای تشکیلات بیش از اندازه‌های معمول بود. مد آن‌چنان عامل مؤثر و تیغ برنده محسوب می‌شد که در جریان اوج‌گیری سانسور علیه کامیک‌های ترسناک میانه‌ی دهه‌ی پنجاه به‌وجود آمده بود به دام افتاد (به فصل سه مراجعه کنید). این امر به تصویب قانونی انجامید که در ۱۹۵۵ وضعیت خفقان‌آوری برای استانداردهای طراحی درون‌مایه‌های آثار مختص بزرگسالان ایجاد کرد. پیش‌تر کامیک‌های کم‌دی از این جریان جان سالم به‌در بردند (بنگاه دل حتی عنوان خود را برای بازرسی ارائه نمی‌کرد) اما مد مجبور به تغییر قالب‌های رایج خود شد. از سال ۱۹۵۴ به بعد مد، تبدیل به یک مجله‌ی سیاه و سفید گشت.

هر چند این تغییر از قالب کامیک به مجله بیشتر از جهات تجاری و مالی بود، اما با این وجود طی دهه‌ی شصت مد نیرو و

توان بیش‌تری یافت. هنرمندان و خالقین بیش‌تری به تیم اضافه شدند که در میان آن‌ها، دان مارتین (دیوانه‌ترین هنرمند مد) از همه شاخص‌تر بود. همچنین از ۱۹۵۹، نسخه‌ی بریتانیایی از مد در قالب ماهنامه به بازار عرضه شد که تعدادی از شوخی‌های مسخره و احمقانه‌ی امریکایی را به‌شکلی انگلیسی‌مآب عرضه کرده بود و مطالب زیادی توسط هنرمندان بریتانیایی در آن وجود داشت. در مقام یک مجله، هجوهای مد در دهه‌ی شصت و اوایل دهه‌ی هفتاد بیش‌تر از پیش کنایه‌دار و تمسخرآمیز شدند و ارجاعات تلخی به جنگ ویتنام، در آن‌ها دیده می‌شد. این پرسش وجود دارد که آیا این مجله، از لحاظ سیاسی به‌نوعی ضد رژیم و ضد حکومت محسوب می‌شد یا خیر، اما بی‌تردید، شکی نیست که تأثیر مد بر کامیک‌های «زیرزمینی» انقلابی، بسیار عمیق و شدیدتر بود (به بخش کامیک‌های زیرزمینی در همین مجلد مراجعه کنید).

مد همچنین مسؤول به‌وجود آمدن تعداد فراوانی مقلدین بود. آثاری مانند؛ Whack و Eh Crazy، (هر دو ۱۹۵۳)، فلیپ، ترس و وحشت، (هر دو، ۱۹۵۴)، (نام اثر آخر شبیه به نام یکی از آثار EC است) و دو اثر «هاروی کورتزمن»، ترامپ، (۱۹۵۷) و کمک! (Help) (۱۹۶۰) دو اثر (Brand Echh) (۱۹۶۷) و دیوانه (Crazy) (۱۹۷۳) نیز بعدها به این گروه ملحق شدند. شاید همه‌ی این آثار به‌طور خاص مضحک و مسخره نبودند اما در مجموع ژانر جدیدی از کامیک‌های امریکایی را عرضه می‌کردند.

به رغم وجود چنین آثار کم‌دی برجسته‌ای و با وجود این‌که صنعت طنز و شوخی امریکایی به یک مجموعه‌ی واحد دست‌یافته بود اما هنوز این واقعیت وجود داشت که سوءاستفاده و بهره‌کشی از هنرمندان و نویسندگان به اندازه‌ی وضعیت مشابه در بریتانیا، یک مشکل عمده محسوب می‌شد. روش کار سنتی امریکایی، تقسیم کار خلاق میان هنرمندان، نویسندگان، مرکب‌کاران و حروف‌چینان بود و این روش باعث ناشناس ماندن افراد و جلوگیری از فعالیت‌های گروهی می‌گشت. امکان سازماندهی اتحادیه‌ها تقریباً ناممکن بود (هر چند تلاش‌هایی در این خصوص صورت گرفت) و عموماً هنرمندان و خالقان آثار کامیک مانند کارگران خط تولید یک کارخانه محسوب می‌شدند.

همراه بودند، نسبت به داستان‌های پرمتن، در درجه دوم قرار داشتند و اکنون این بحث مطرح بود که توانایی خواندن کودکان با وجود کامیک‌ها کند خواهد شد و به تعویق خواهد افتاد. ظاهراً این دیدگاه با این واقعیت مورد تأیید قرار می‌گرفت که استریپ‌های موجود از کلمات کم‌تری نسبت به گذشته برخوردار هستند.

بار دیگر پیش از ۱۹۱۴ بحث در این مورد که کامیک‌ها نباید «موضوعی خواندنی» برای طبقه‌ی کارگر محسوب شوند بالا گرفت؛ به‌خصوص در ارتباط با مسأله‌ی کودکان، این عقیده وجود داشت که تغییر مثبتی در کیفیت آثار حاصل نشده و کامیک‌ها همچنان سخیف و عامیانه هستند و بر پس‌زمینه‌ی فکری و نحوه‌ی تفکر خواننده تأثیر منفی خواهند داشت. همچنین تصور می‌شد که کامیک‌های آمریکایی که به بریتانیا وارد شده بودند تجلی فرهنگی عامیانه و بازاری محسوب می‌شدند. امکان مضر بودن کامیک‌ها، بدون شک، دیدگاهی رایج و متداول بود اما با این وجود چنین طرز تفکری هیچ‌گاه به‌صورت یک نظریه، جایگاه منطقی نیافت.

با این حال، بسیاری از خانواده‌های طبقه‌ی بالا و متوسط، از ورود کامیک‌ها به حریم خانه جلوگیری می‌کردند (حرکتی که تنها موجب جذاب‌تر شدن کامیک‌ها برای نوجوانان و کودکان می‌گشت و آن‌ها ناگزیر بودند تا کامیک‌های خود را در خارج از خانه مخفی کنند).

منتقدین نیز به دلایل ایدئولوژیک خاصی، به کامیک‌ها حمله می‌کردند. واکنش‌های دهه‌ی پنجاه، بر اصول و قوانین کامیک‌ها و عمدتاً کامیک‌های حادثه‌ای تأثیر گذاشت، هر چند در آن دوره چنان‌که مشاهده کردیم، برای مدت کوتاهی مورد هدف قرار گرفت. در دهه‌ی شصت، نقدها بر کامیک‌های مسخره و پر از شوخی متمرکز شدند چرا که کامیک‌های این دوره را خشن، زن‌ستیز و نژادپرستانه می‌پنداشتند. در بریتانیا، بینه‌به‌علت نداشتن کاراکتر سیاه‌پوست، به‌طور خاص مورد بحث قرار گرفت، در این اثر برخورد‌های خشن و رواج تنبیه بدنی به‌شدت به چشم می‌خورد (به‌ویژه صحنه‌هایی که در آن شخصیت‌های شرور با ترکیه‌ی معلم‌ها و یا دمپایی‌های بزرگ پدرها مورد تعقیب قرار می‌گرفتند). در ایالات متحد نیز کامیک‌های مسخره و فکاهی

مانند بریتانیا، پرداخت دستمزد، براساس تعداد صفحات صورت می‌گرفت، بدون حق تألیف یا حق اثر و یا حقوقی بر شخصیت‌های کار. (تیم مد، خوش اقبال‌تر از سایرین بود: استانداردهای EC نسبتاً بالا بودند و هنرمندان آثارشان را امضا می‌کردند). مثال‌های منحصر به‌فرد از کسانی که مورد سوءاستفاده قرار گرفتند، بی‌شمار است. به‌عنوان مثال، تنها نامی که در انتشارات دل، ناشر کامیک‌های دیزنی، مطرح می‌شد نام دیزنی بود، هر چند کار اصلی توسط سایرین انجام می‌گرفت. شاید کارل بارکز، بزرگترین هنرمند دیزنی، بیش‌تر زندگی خود را در گمنامی و ناشناسی کار کرده بود و هیچ دستمزد اضافی‌ای بابت خلق شخصیت‌های جدید دریافت نکرد (تحقیق‌آمیزتر زمانی است که بیاد می‌آوریم بیش‌تر این شخصیت‌های خلق‌شده، موضوع کارتون‌های سودآور و کالاهای تبلیغاتی قرار می‌گرفتند). این انعکاس و بازتاب متأثرکننده در صنعت کامیک، به‌عنوان یک مجموعه‌ی واحد دیده می‌شد که به ازای هر لئو بکسندیل در بریتانیا تعداد زیادی کارل بارکز در ایالات متحد وجود داشت.

پیش از آن‌که مبحث کامیک‌های کم‌دی در آمریکا و بریتانیا را کنار بگذاریم، لازم است به بررسی تأثیر و نفوذ آن‌ها بر برداشت جامعه از کامیک به‌عنوان یک رسانه بپردازیم. صنعت کامیک هر دو کشور، عمده‌ترین نیرو در اوقات فراغت کودکان و بزرگسالان محسوب می‌شد و محبوبیت و شدت فوق‌العاده‌ی محصولات‌شان دنیای بزرگسالان را مجبور به نوعی حصول اطمینان کرد. به بیان ساده‌تر، بچه‌ها خود را درگیر چیزی ساخته بودند که از کنترل بزرگ‌ترها خارج بود و به این دلیل، چنین به‌نظر می‌رسید که لازم است مردم در این مورد به‌خصوص دارای نظر و عقیده باشند. بنابراین کامیک‌ها مبدل به موضوع بحث ستون‌های نظرخواهی روزنامه و میزگردهای رادیویی شدند: سؤال اصلی این بود که آیا آن‌ها چیز خوبی هستند یا خیر؟

چنان‌که انتظار می‌رفت، نظر مساعد و موافقی به‌دست نیامد و در همان زمان، دو دیدگاه و موضع متضاد، شکل گرفت. در یک طرف، نقدهایی که زمانی بر ضد کامیک‌های بزرگسالان پیش از جنگ جهانی اول نوشته می‌شد اکنون در برابر آثار مختص نوجوانان، تعدیل یافته بود. مانند همیشه داستان‌هایی که با تصویر

به همین میزان سرکوب شدند و علاوه بر این، به علت تبلیغ نظام سرمایه‌داری و کاپیتالیسم، از جانب جناح چپ به شدت مورد نقد قرار گرفتند. به عنوان مثال در نقل قولی از نقدی که بر یکی از کامیک‌های کارل بارکز آمده، این چنین از کاپیتالیسم سخن گفته شده است:

با این وجود، دیدگاه دیگری نیز در کنار این برخورد خشن وجود داشت؛ همزمان نگرش آزادی خواهانه‌ای نسبت به کامیک‌ها به وجود آمده بود. زیرا اکنون کامیک‌ها منحصرأ برای دوره‌ی سنی جوان‌تری تولید می‌شدند، بنابراین اجازه فعالیت داشتند و به عنوان جزئی از «دوران کودکی» مورد حمایت قرار می‌گرفتند. هر چند این آثار دارای نقاط ضعف نیز بودند و تفکر در آن‌ها از میان رفته بود اما در نهایت به دوران خاص و ویژه‌ای تعلق داشتند که نمادی از «معصومیت» تلقی می‌شد. «دوران کودکی». این دیدگاه رمانتیک میراثی از عصر ویکتوریا بود، دورانی که در آن، کودکان به مرور مخلوقات آسمانی قلمداد می‌شدند که می‌بایست از تمامی بی‌رحمی‌ها و خشونت‌های جهان حفظ شوند. بعدها این حالت به صورت شدیدتری از سوی بی‌بی‌سی در تلویزیون کودکان و در امریکا در سریال سینمایی «دارودسته» تحت کنترل قرار گرفت.

به این ترتیب، کامیک‌ها تفریح‌هایی بی‌ضرر به حساب آمدند: روشی برای آزادسازی انرژی نهفته در بچه‌ها و راهی برای نشان دادن حس طبیعی بازیگوشی و شیطنت در آن‌ها. قطعاً محدودیت‌هایی نیز وجود داشت: این نکته بسیار حائز اهمیت بود که خواننده‌ی نوجوان، به هیچ عنوان نمی‌بایست در مواجهه با عناصر دنیای بزرگسالان قرار گیرد (هرگونه نشانه‌ای از مسائل جنسی، خشونت حقیقی و یا روابط بزرگسالان، ممکن بود تصورات و پس‌زمینه‌ی فکری آنان را مغشوش سازد). به این ترتیب، سیاست نیز موضوعی ممنوع تلقی می‌شد: همان‌طور که یک منتقد آثار کامیک بیان کرده بود: از آن‌جایی که یک کودک شیرین، آرام و مطیع می‌بایست از هرگونه پلیدی، تنفر، شرارت و مفاسد اخلاقی یا سیاسی دنیای بزرگ‌ترهای خود محفوظ باشد، بنابراین هرگونه اقدام برای سیاسی کردن حریم مقدس کودکی، تهدیدی به نزدیکی او به انحراف و ناپهنجاری محسوب می‌شد.

در عوض، کامیک‌ها، به تصویرسازی مناظری از دنیای کودکی پرداختند که شامل بالا رفتن از درختان، بازی با تیر و کمان و بازی گرگم به هوا بود.

کامیک‌ها در وضعیتی متناقض، از طرفی مورد نقد قرار می‌گرفتند و از طرف دیگر بیش از پیش سانتیمانتال به نظر می‌رسیدند.

چنین می‌نمود که جایگاه کامیک‌ها از زمان پیدایش‌شان به بعد، چندان ترقی نکرده بود: هنوز مورد قبول و قابل پذیرش نبودند و به این دلیل معلمین مدارس توقیف آن‌ها را در کلاس خود امری طبیعی می‌دانستند و والدین نیز از ورودشان به خانه جلوگیری می‌کردند. کامیک‌ها به دلیل تمایل‌شان به بازار کودکان از طرفی نادیده انگاشته می‌شدند و از طرفی حق حیات به آن‌ها داده می‌شد. این وضعیت حالتی دوگانه بود که باعث شد کامیک‌های کودکان تا به امروز هیچ‌گاه نتوانند به‌طور کامل از جریان مخالفت‌های رایج، جان سالم به در برند.

