

مقدمه‌ای بر طرح‌های انتقادی - هجایی سال ۱۳۵۷

○ محمدرفع ضیایی

۱۶۵

کاریکاتورها، کارتونها، طرح‌ها و تصویرهایی که در مقطع خاصی از جریان‌های اجتماعی و خیزش‌های سیاسی به طور غیررسمی خلق و انتشار می‌یابند، جزیی از فرهنگ مبارزاتی مردم هر کشور است.

این نمونه آثار را به طور کلی می‌توان در گونه طرح‌های انتقادی - هجایی و یا بعضاً طنز قرار داد و اگر شیوه اجرا کارتونی و یا کاریکاتوری باشد می‌شود آن را کارتون‌های هجایی نامید. تأکید بر روی واژه هجایی به این جهت است که معمولاً بار هجوآمیز بودن این آثار بیشتر از بار فکاهی و یا طنزآمیز بودن آن است.

از نظر شیوه انتشار، باید این آثار را در گونه شب‌نامه‌ها بررسی و زیرمجموعه آن قرار داد. سابقه این کار در ایران به شروع نشریات تک‌ورقی انتقادی در سال‌های پایانی سلطنت ناصرالدین شاه قاجار برمی‌گردد. در آن دوره روزنامه‌های تک‌ورقی انتقادی، چون اجازه رسمی انتشار نداشتند، به صورت شب‌نامه و بدون ذکر نام افراد یا محلی برای شناسایی، نشر یافته و مخفیانه پخش می‌شدند.

استفاده از طرح‌ها، نقاشی‌ها و نهایتاً کاریکاتورهای هجایی انتقادی، در شب‌نامه‌ها باعث توجه بیشتر مخاطبان می‌شد و به همین جهت اگر امکانات فنی به کار گرفتن تصویر وجود داشت، ناشران این گونه شب‌نامه‌ها بیش از هر چیزی مایل بودند که نوشته‌های خود را با تصویری

هجایی و انتقادی بیاریند تا بار تأثیرگذاری آن بیشتر شود. این شیوه مختص به یک کشور و یا یک منطقه هم نیست. به طوری که مردم هر کشوری در دوره‌ای از کشاکش‌های اجتماعی و سیاسی خود این جریان را امتحان کرده و گذرانده‌اند. برای مثال در جریان مبارزات مذهبی بین پروتستان‌ها و کاتولیک‌ها در آلمان هر دو جناح استفاده از طرح‌های هجوآمیز علیه همدیگر را یکی از راه‌های عمده مبارزه خود به حساب می‌آوردند. در این مورد مثال‌های متعددی را می‌توان ذکر کرد که نهایتاً این مسئله به آن جا ختم می‌شود که مردم هر کشوری در جریان مبارزات خود از همه امکانات مادی و معنوی که در اختیار دارند، استفاده می‌کنند و بخشی از آن به کارگیری امکانات بالقوه فرهنگی است.

طرح‌های انتقادی هجایی در جریان غلیان‌های اجتماعی و سیاسی می‌تواند نقش عمده‌ای در انتشار افکار و نظریات داشته باشد. این موضوع را به سادگی می‌توان با بررسی دوره‌های خاص در هر کشوری دریافت. مثلاً در جریان جنگ جهانی دوم تقریباً همه کارتون‌ها، کاریکاتوریست‌ها، طراحان، پوسترسازان، مبلغان تصویری، در کشورهای درگیر جنگ، اعم از متفقین و کشورهای محور، در خدمت تبلیغات جنگ قرار گرفتند. در این دوره تمام حرفه‌ای‌ها کار خود را بر اساس منافع ملی کشورشان روی موضوع جنگ متمرکز کردند. از جمله کارتون‌ها و کاریکاتوریست‌ها نیز پرداختن به مسایل داخلی را کنار گذاشته و به طور وسیع به هجو دشمنان پرداختند.

۱۶۶

هنرمندان حرفه‌ای در کشورهای چو ایتالیا و آلمان هم که با سیاست‌های دولت فاشیست مخالف بودند، یا کار حرفه‌ای خود را کنار گذاشتند و یا از کشورشان فرار کردند. در ایتالیا موسولینی ورود نشریات کمیک آمریکایی را ممنوع کرد. در آلمان نشریه طنز سیمپلی سی سی موس که مخالف افکار فاشیست‌ها بود، بسته شد. دولت آمریکا جلو انتشار چند نشریه طنزی که مخالف شرکت آمریکا در جنگ بود گرفت. تمامی خالقان «سوپرمن‌های» کمیک‌های آمریکایی با خلق داستان‌های جدید دست به ساخت «سوپرمن‌های» جنگی زدند. این حالت در تمامی کشورهای در حال جنگ وجود داشت.

از طرف دیگر در انقلاب‌ها و خیزش‌های اجتماعی - سیاسی، فکاهیات، طنز و هجو تصویری می‌توانست به طور وسیع در خدمت اهداف هر دو طرف قرار گیرد. اشاره به این موضوعات به این دلیل است که به اهمیت طرح‌های انتقادی و هجایی و کاربرد آنها در دوره‌های خاصی از غلیان‌های سیاسی اجتماعی، نظیر انقلاب اسلامی در ایران، اشاره کنیم.

امروزه ما آمار دقیقی در اختیار نداریم که بگوییم در ایران آن زمان و در جریان غلیان مبارزات مردم و اوج گرفتن انقلاب اسلامی، چند هزار طرح انتقادی و هجایی علیه رژیم حاکم از طرف

هنرمندانی غیرحرفه‌ای و گمنام منتشر شد و چقدر این طرح‌ها موثر بودند؟ اما آن چه به راحتی می‌توان به آن تکیه کرد، این است که به کارگیری این شیوه در تهران و تمامی استان‌های کشور بسیار متداول بود. اگر ما در نظر بگیریم که در شروع انقلاب اسلامی بسیاری از وسایل ارتباط جمعی امروزی هم وجود نداشته پی به اهمیت بیشتر به کارگیری طرح‌های انتقادی هجایی خواهیم برد که در آن شرایط این طرح‌ها به تنهایی و یا نوشته‌هایی همراه با این گونه طرح‌ها می‌توانستند بار تأثیر یک اعلامیه، اطلاعیه، شب‌نامه و روزنامه‌های تک ورقی را زیاده‌تر کنند. با این پیش‌گفتار کوشش می‌کنیم، روشی برای بررسی این گونه طرح‌های انتقادی - هجایی بیابیم و خصوصیات کلی آن‌ها را دسته‌بندی کنیم.

به طور کلی در ابتدا این گونه طرح‌ها و یا کاریکاتورها بیشتر توسط کسانی کشیده می‌شد که کمتر شناخته شده بودند و به صورت حرفه‌ای این کار را در نشریات انجام نمی‌دادند. این موضوع هم دلایل خاص خود را داشت که یکی از عمده‌ترین علتها این است که رژیم در حال فروپاشی است و نشریات رسمی به جا مانده وابسته به حکومت در جهت نگهداری آن کوشش می‌کنند و آنچه در جهت کمک به فروپاشی رژیم است طبعاً نمی‌تواند در درون نشریات رسمی به چاپ رسد. از طرف دیگر افراد حرفه‌ای و شناخته شده دارای سبک و روش ویژه خود هستند که برای مخاطبان قابل شناسایی خواهند بود.

این دو دلیل کافی است که از میان خود مردم افرادی که دارای چنین استعدادی هستند، شعارها و خواسته‌های مردم را به صورت تصویرهای هجایی - انتقادی درآورند و از راه‌های غیررسمی پخش کنند.

وجود این وضعیت خاص باعث می‌شود که ما برای این گونه هنر مردمی مشخصاتی نظیر هنر «نائیو Naive» قائل باشیم. اما خصوصیات هنر نائیو چیست؟ این افراد هنرمند کسانی هستند که نقاشی و یا طراحی را به صورت آکادمیک در هیچ کارگاه هنری نیاموخته‌اند و به طور حرفه‌ای کار نمی‌کنند، به این جهت آنها مجبور به پاسخ دادن به هیچ سردبیر و صاحب نشریه‌ای و یا استاد هنری نیستند.

به این دلایل دارای نوعی صراحت و جسارت و سادگی در تصویرسازی بوده و آنچه را می‌کشند دقیقاً همان است که می‌توانند بکشند و هرچه هم فکر می‌کنند، می‌توانند به آن اضافه یا کم کنند. به علت سادگی، این طرح‌ها در اجرا خصوصیات آثار کودکان را دارند. طراح در این حالت به داده‌های آموزش یافته و یا خط‌دهی‌های رسمی متکی نیست، بلکه به ابتکار شخصی خود و دریافت هوشی خود برای انعکاس افکار و شعارهای مردم اتکا دارد.

حال اگر ما این چند بند از ویژگی این آثار را که با هنر «نائیو» یکسان است، خلاصه کنیم،

به این جمع‌بندی می‌رسیم که در اینگونه طرح‌ها قید و بند آکادمیک برای طراحی وجود ندارد و طراح متکی به مهارت خود است.

طراح لازم نیست به استادی درس پس بدهد بلکه آنچه می‌کشد در حد شناخت مخاطبان خود در میان گزینه‌های عمومی جامعه است.

طرح دارای صراحت در اجرای کار است و طرح‌ها از نوعی طراحی ساده و کودکانه پیروی می‌کند و بعضاً طرح‌ها تا حد اتودهای ساده و ابتدایی است.

در بیان محتوایی دارای جسارت لازم است. طرح‌ها روایتگر است و دارای روایت‌های گسترده، به این جهت در یک طرح پرداختن به چندین پدیده اجتماعی را هم می‌توان یافت.

این مشخصه‌های یکسان تقریباً در همه نقاشی‌ها و طراحی‌های هنر «نایبو» و نیز اینگونه طراحی‌های خودجوش انقلابی وجود دارد. بخش عمده‌ای از این شباهت‌ها در بررسی فرم‌شناسی و شکلی این گونه آثار جای می‌گیرد. در برداشت محتوایی می‌توان تفاوتی عمده بین هنر «نایبو» و اینگونه طراحی‌ها قائل شد و آن استفاده از شکلی ساده برای بیان روابط پیچیده سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است. به این جهت اینگونه طرح‌ها بین نوعی سادگی در برداشت و حکمتی فلسفی، اقتصادی و سیاسی در نوسان است. مثلاً در طرحی ساده وقتی تاراج منابع نفتی ایران توسط غول‌های سرمایه‌داری جهان مطرح می‌شود، صاحب طرح را نمی‌توان کودکی ساده و ناآگاه از روابط اقتصادی مستقر بر دو جناح سلطه‌گر و سلطه‌پذیر به حساب آورد. رد و یا قبول چنین برداشتی احتیاج به تمامی آن چیزهایی دارد که در اختیار صاحب‌نظران علم اقتصاد، جامعه‌شناسان، سیاستمداران و منتقدان سیاسی است. به این جهت اینگونه برداشت دارای نوسانی از ساده‌اندیشی تا گستره‌ای از شناخت علمی است و به طور کلی رد و قبول اینگونه برداشت‌ها احتیاج به ملزومات خاص خود دارد. اما به طور کلی در اینگونه طراحی‌های خاص که می‌توان آن را طراحی‌های «ناب» هم نامید، چون همه آن قید و بندهای شیوه طراحی اعم از استاد و شاگردی و یا موازین زیباشناسی و یا مقید بودن به خط‌کشی‌های نشریات رسمی و یا شیوه‌های قابل قبول عرفی در طراحی چاپ و نشر از آن برداشته شده است، آنچه مطرح می‌شود از نظر محتوایی متکی بر چکیده افکار مبارزاتی مردم است و در جناح مخالف سلطه‌پذیری به صورت بیانگر افکار مبارزاتی مردم درمی‌آید و طراح کوشش می‌کند عصاره شعارهای آنها را در طرح بگنجانند؛ اگر چه خود نتواند آن خواست‌ها را توضیح بدهد. جسارت و صراحت وی نیز از این رو است که او همه آن چیزی که در آرمان مردم می‌بیند می‌خواهد منعکس کند. تکوین چنین طرح‌هایی ناچار از مراحل می‌گذرد که تقریباً در همه کشورها عمومیت یکسانی دارد.

کوشش می‌کنیم به پاره‌ای از خصوصیات ویژه آنها اشاره کنیم: بیشتر این طرح‌ها، اگر نگوییم شعارگونه است، لاف‌ل «حماسی» است. مردم به صورت عام قهرمانان این طرح‌ها هستند. در طرف مقابل آنها جناح «شر» قرار دارد. «شر» تمامی آن چیزهایی است که با «خیر» در ستیز است. به این جهت در طرح‌ها راه برون‌رفت از این وضعیت، نابودی «شر» است و همه این آرمان‌خواهیها به سادگی مطرح می‌شود.

در این طرح‌ها به شدت از «سمبل - نماد» استفاده می‌شود. سمبل‌ها معمولاً بسیار ساده و قابل رمزگشایی است. به طوری که مخاطبان می‌توانند به سادگی آنها را در تصویر رمزگشایی کنند. مثلاً: «ثروت»، به صورت سکه، اسکناس، نفت و سایر منابع دیگر و «نوگری»، سلطه‌پذیری به صورت سگ، سگ‌های قلاده به گردن و «مرگ»، به صورت نماد داس به دست مرگ و بالاخره خشونت، جنایت، زندان همراه با سمبل‌های تصویری مربوط به آنها.

طراح در مواردی فکر می‌کند که نمادهای تصویری به اندازه کافی نمی‌تواند باعث ارتباط با مخاطبان عام باشد. به این جهت به روی تصویرها جملات و یا کلماتی را اضافه می‌کند تا با کمک نوشته این کار را ساده‌تر کند. مثلاً: سگ زنجیری، شاه خائن، زالو، این گونه اضافات می‌تواند برای نمایاندن طرف «خیر» هم باشد. مثل ملت، مردم مسلمان، کشاورز، کارگر و...

قریب به اتفاق این گونه طرح‌ها «پرگواست» یعنی طراح تنها به یک موضوع نمی‌پردازد، بلکه برای او مجموعه‌ای از موضوعات وجود دارند که باید در طرح مطرح شوند. این مسأله هم نشانه حرفه‌ای نبودن طراح است. چون او فکر می‌کند باید چون یک روایتگر همه آنچه را می‌داند به دیگران منتقل کند.

در این حالت هنرمند حرفه‌ای، مخاطب را فهمیده به حساب می‌آورد و کوشش می‌کند تنها توجه او را به یک مسئله مهم جذب کند. از جانب دیگر آنچه در طراحی‌های شرایط و ویژگی‌های خاص تاریخی مطرح می‌شود، خود به خود دارای مسائل پیچیده‌ای هم هست که با عادت مردم در رژیم می‌که در حال از هم پاشیدن است مطابقت ندارد. چون جریان جدید می‌خواهد روش جدیدی را جایگزین کند و این کار هم باعث گسترده شدن مسائل جدید می‌شود، که طراح فکر می‌کند باید به آن اشاره کند.

بسیاری از این طرح‌ها را می‌توان در گونه طراحی‌های هجوآمیز و یا کاریکاتور و کارتون هجوآمیز (اگر شیوه تکنیکی طراحی از قوانین طراحی کاریکاتور و یا کارتون پیروی کرده باشند) دسته‌بندی کرد. طراح چون نمی‌خواهد به کسی جواب پس بدهد، تمامی آنچه را در طرف شر است به سادگی هجو می‌کند و اصولاً معتقد بر این است که همه آنها سزاوار هجو هم هستند. در موارد متعددی مخصوصاً اگر بخواهند این گونه طرح‌ها در شب‌نامه‌ها پخش شود، به راحتی

می تواند بار هزل هم داشته باشد. به این جهت چندان مقید به این برداشت اخلاقی هم نیست که به کارگیری و استفاده از شیوه هزل ارزش کار را از حالت هنری خارج کرده و از ارزش آن می کاهد. این گونه طرح ها با فرهنگ عامه رابطه نزدیکی دارد. به این جهت به سادگی سمبل های قابل فهم آنها را به کار می برد. علاوه بر این از آنچه بین مردم به عنوان فرهنگ عامه وجود دارد، استفاده می کند؛ مثلاً از مثل ها، مثل ها، افسانه ها، باورها و اسطوره ها. به این ترتیب، ضحاک ماردوش، فرعون، شیطان، دیو، جن، شمر. و نیز سمبل هایی چون بمب، تانک، مسلسل، تفنگ، شمشیر و کلیه ابزار در دست جناح شر مورد استفاده قرار می گیرد و در جهت مقابل، آنچه علامت آزادی، رفاه و صلح است هم به کار می برد.

نکته مهمی که در این گونه آثار وجود دارد این است که این گونه طرح ها در عین حال که از نظر طراحی بسیار ساده، کودکانه و ابتدایی است و مهارت تکنیکی حرفه ای را ندارد. اما از نظر برداشت با طراحی کارتونیست های مطبوعاتی و یا کارتون های سیاسی یک دوره برابری می کند.

شاید این ادعای بجایی نباشد. اما اگر ما در نظر بگیریم که یک طراح آماتور و نیز یک کاریکاتوریست و کارتونیست حرفه ای هر دو کوشش می کنند مهم ترین برداشت های زمان خود را به تصویر در آورند، ناچار نوعی شباهت نیز در آثار آنها می توانیم ببینیم. گرچه این شباهت موضوعی در اجرای تکنیکی و ارایه زیبایی شناسانه کاملاً با هم متفاوت باشند.

بسیاری از کارتونیست های سیاسی دنیا در جریان انقلاب اسلامی ایران، آثار متعددی را به محوریت این موضوع خلق کردند. آنها نیز به شعارهای مردم واقف بودند. منطقه و جذابیت آن را برای کمپانی های نفتی می شناختند و حساسیت آنچه را در ایران اتفاق می افتاد عمیقاً درک می کردند. به این جهت در کارتون های سیاسی آنها نیز همان چیزی مطرح می شد که در طراحی های خودجوش آن دوره که هر چند غیر حرفه ای تر به آن پرداخته می شد. برای مثال ما اگر کارهای کارتونیست هایی چون پت اولیفانت Pat Oliphant، هربرت بلوک (هربلوک) Herbloeck و مکلی Macnelly سه تن از مشهورترین کارتونیست های نشریات سیاسی آمریکا و نیز آثار «پلانتو Plantu» در لوموند فرانسه در آن دوره را با این طرح ها مقایسه کنیم، درخواهیم یافت که گرچه طراحی های این افراد از نظر تکنیکی با این گونه آثار قابل مقایسه نیست، اما آنها هم کوشش می کنند همان معضلاتی را مطرح کنند که در طرح های ساده و ابتدایی خودجوش دوره انقلاب اسلامی آمده.

موضوع کارتون های سیاسی آنها هم مسئله نفت، گاز، حساسیت منطقه، بحران های اقتصادی، فقر، غنا و این گونه موضوعات است. به این جهت بازخوانی این گونه طرح ها در

مقدمه‌ای بر طرح‌های انتقادی...

اصل بازخوانی افکار مسلط بر یک دوره است و نباید ساده از کنار آن گذشت. این طرح‌ها مانند سنگ نگاره‌های دوره‌های کهن می‌تواند ویژگی بی‌پرده زمان وقوع خود را برای ما بازگو کند؛ چه حرفه‌ای باشد و چه ساده.







تقدیم به توده‌های تحت ستم ایران



الآن وقت آن رسیده است که باید
سازیم منتقم ایران صبر و حقیقت و

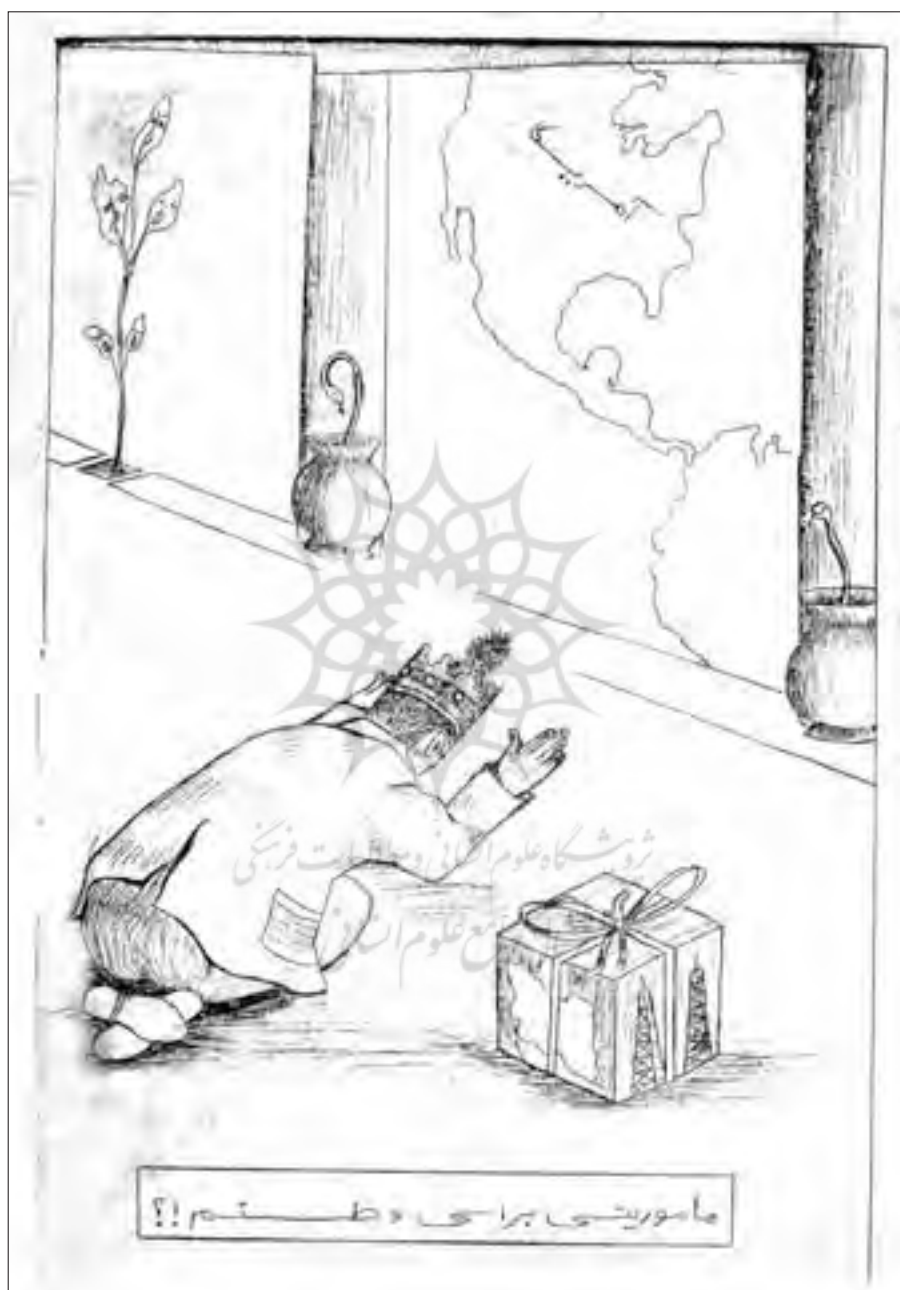
جلاد خون آشام

محمد باقر شایسته

پژوهشگاه علوم انسانی و
پرتال جامع علوم انسانی





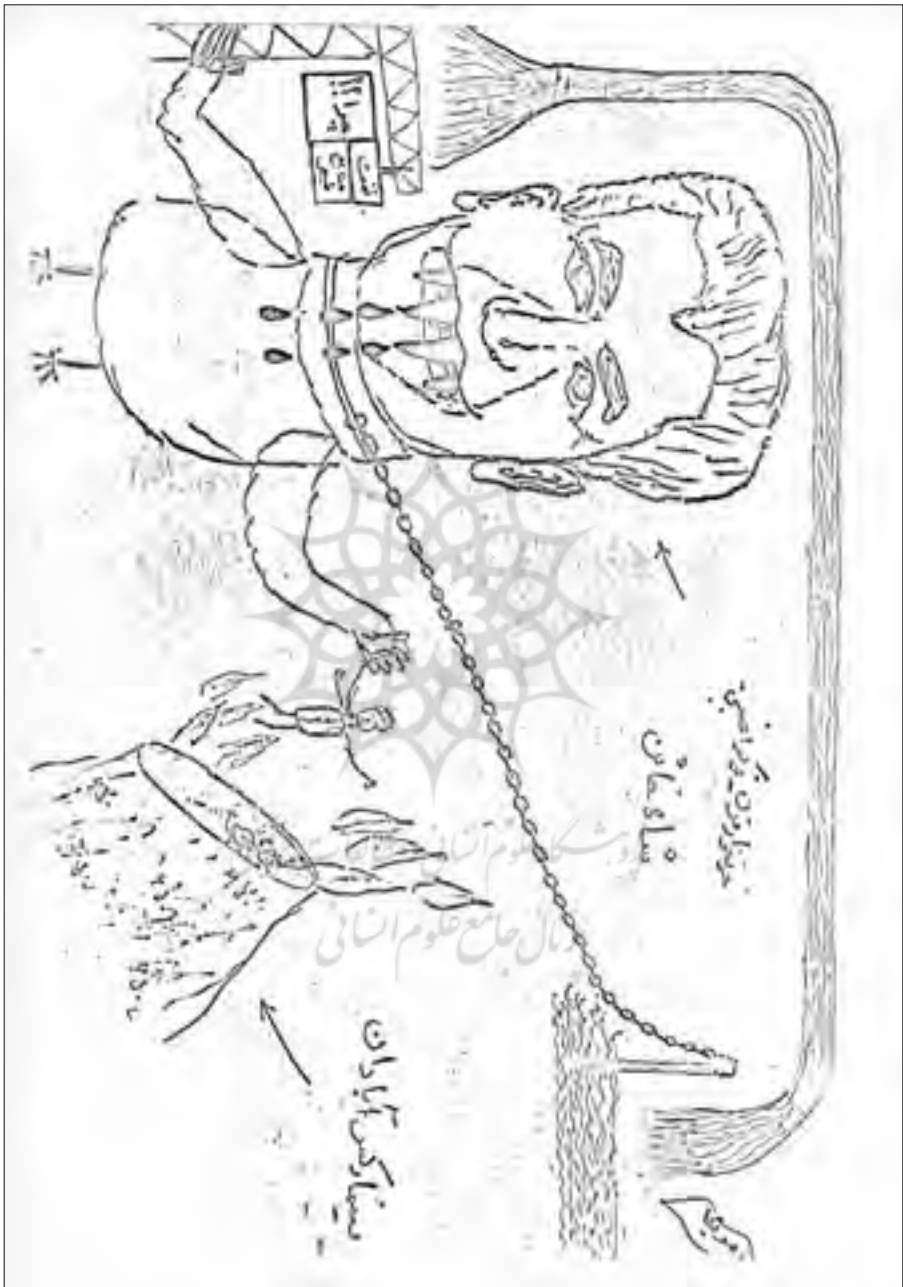








شوله‌کا
روشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
ضخمت‌ناک زمان بی‌س گسوتند تمام سرمایه‌های
روی زمین‌س را انگلیس‌گسوتند (هم‌وزن‌ها سرمایه‌های
زیر زمین‌س انگلیس‌گسوتند) (به‌اربابان خسرو،
(انگلیس‌گسوتند و امریک‌گسوتند) (تمس‌گسوتند بنام‌گسوتند)

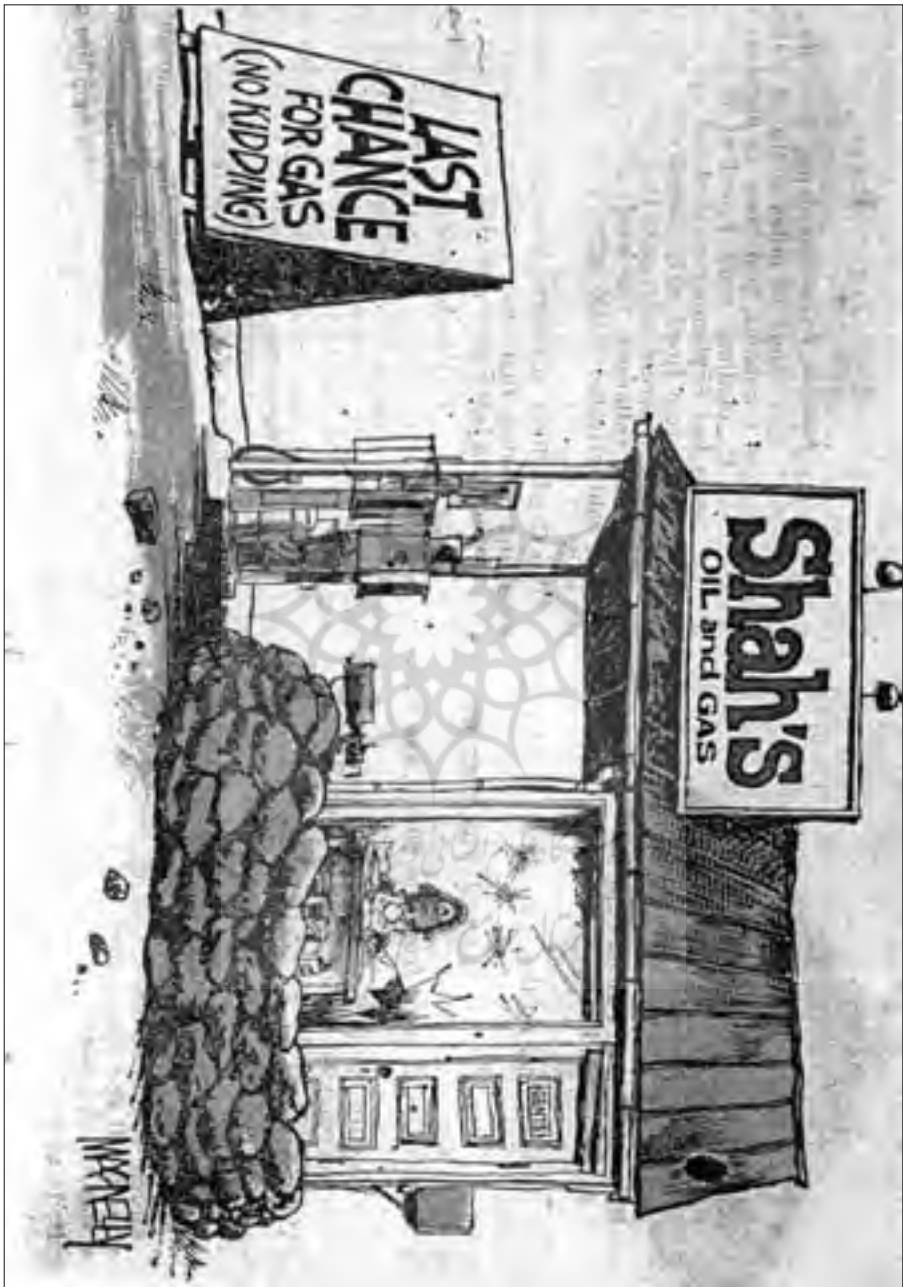






مقدمه‌ای بر طرح‌های انتقادی...





"WE WERE READY FOR ANYTHING EXCEPT
IRANIANS WITH ROCKS AND BRICKS"

