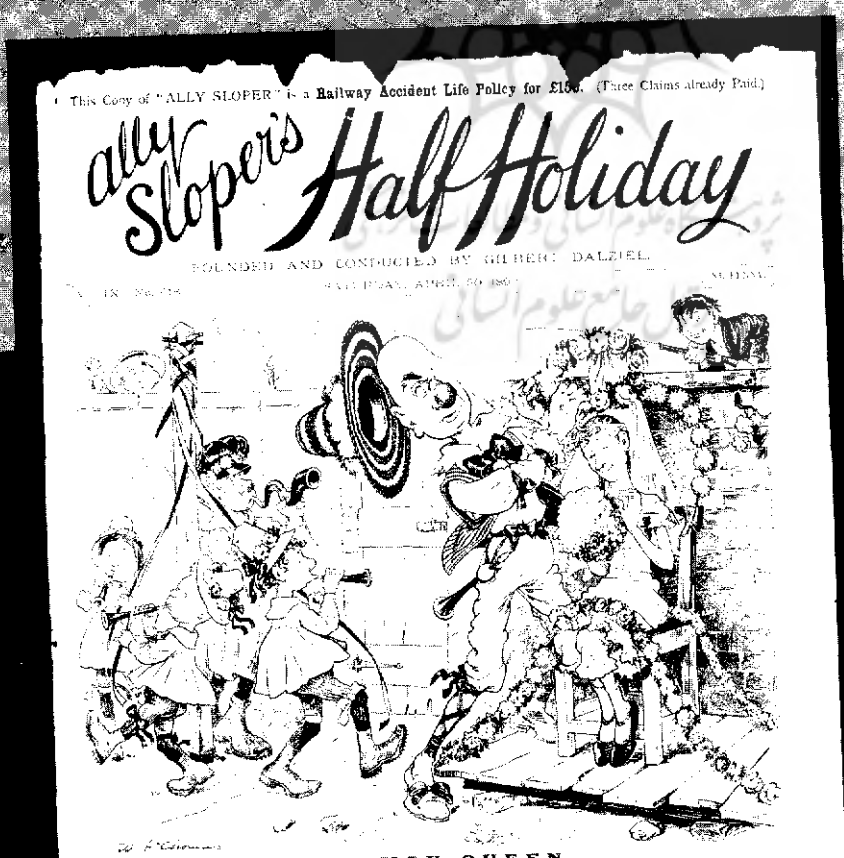
پیشگامان کامیک استریپ

راجر سابین
ترجمه‌ی کاوه سجودی



از کجا آغاز کنیم؟ اگرچه کامیک، خود در قرن نوزدهم ابداع شد، نیاکان آن را باید در قرون وسطی یافت. تنها با آغاز چاپ در اروپا بود که تصاویر برای توده‌ی مخاطبین منتشر شدند. در واقع پیش از آن، تصاویر، نقاشی‌ها و سایر کارهای هنری برای بازدید عموم طراحی می‌شدند؛ حتی روایاتی به شکل مجموعه تصاویر خلق می‌شدند، مثل ستون تروپان در رم (متعلق به ۱۱۳ بعد از میلاد) و بویکس تاپسدی در نورماندی (۱۱۰۰). اما این‌ها در جای ثابتی بودند و مردم برای دیدن‌شان باید سفر می‌کردند. پس از ظهور دستگاه چاپ، این تصاویر بودند که به سمت مردم سفر کردند. به بیان دیگر، واقعیت ساده‌ی امکان دسترسی در این دوره موجب شکل‌گیری رسانه‌های جمعی شد.

این کتاب به دنبال تحقیق در زمینه‌ی تاریخ کامیک استریپ در بریتانیا و امریکاست. به معنای دقیق کلمه، معیارها اولین بار در بریتانیا شکل گرفتند. در بریتانیا، نخستین‌بار این دگرگونی به شکل لوح‌های کاغذی ظاهر شد، کلیشه‌های چوبی‌ای بدون امضا فقط بر روی یک طرف کاغذ یا پوست که معمولاً با موضوعاتی چون مذهب و امور جاری سروکار داشت. فروشندگان دوره‌گرد این الواح کاغذی را در خیابان‌ها می‌فروختند. این‌ها معمولاً هم متن کلامی داشتند و هم تصویر، اگرچه مخالف بی‌سواد فرض شده بود. در کل، نقاشی‌ها ساده و صریح با خطوط کلفت بودند چرا که کلیشه‌ی چوبی اجازه‌ی ظرافت بیش از این را نمی‌داد. این کلیشه‌های چوبی عمر زیادی نداشتند چرا که خیلی زود آسیب می‌دیدند و کیفیت چاپ از لوحی به لوح دیگر تغییر می‌کرد. کلیشه‌هایی که باقی مانده‌اند، بسیاری از تصاویرشان از بین رفته است.

در واقع، به دلیل این‌که تعداد اندکی از کلیشه‌های اولیه باقی مانده است، میان تاریخ‌نگاران درباره‌ی این‌که معیارهای مطابق با کامیک‌های امروزی، کی آغاز شد، اتفاق نظر وجود ندارد. قطعاً در این الواح سطح ویژه‌ای از مهارت در هم‌نشینی تصویر و واژه دیده می‌شد. همچنین، قاب‌بندی نیز معمول بود (اولین الواح مذهبی گاهی اوقات مانند محراب‌ها به قطعات کوچکتر تقسیم می‌شدند). بنابراین این ایده که زبان کامیک صرفاً ابداع دوره‌ی مدرن است آشکارا اشتباه است.

مرحله‌ی کلیدی بعدی در گسترش گردش توده‌ای الواح، کاغذ صنعتی بود که پیرامون وقایعی چون اعدام‌های در ملاء عام شکل گرفت، زیرا در این مواقع هنرمندان این حوادث ترسناک را به تصویر می‌کشیدند و به عنوان یادگار به مردم می‌فروختند. مرکز اصلی این اعدام‌ها، در انگلیس، تی‌برن در لندن (نزدیک ماربل آرک امروزی) بود؛ در این محل در بین سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۷۸۳، ده هزار نفر با شیوه‌های مختلف کشته شدند (سوزاندن و دار زدن رایج‌ترین این شیوه‌ها بود). مردم دور چوبه‌های دار حلقه می‌زدند ـ جمعیت ۱۰۰۰۰۰ نفری، غیرمعمول نبود ـ و فروشندگان الواح به کار خود مشغول بودند.

در روش سنتی، الواح با کلیشه‌های چوبی تهیه می‌شدند و معمولاً از کیفیت پایینی برخوردار بودند. هدف اصلی ناشرین درآوردن پول بیش‌تر با کمترین هزینه ممکن بود- این نگرش حال و هوای صنعت نشر مصور را تعیین می‌کرد. از نظر صحت و اعتبار، الواح نمی‌توانستند عین حوادث را ثبت کنند، به این دلیل ساده که آن‌ها روزها قبل تولید شده بودند و بنابراین بدیهی است که غیرممکن بود هنرمند بداند چه کسی متهم شده است یا صحنه‌ی اعدام چه شکلی است. حتی حقیقت دارد که گاهی اوقات الواح کاغذی مشابه در حوادث مختلف به فروش می‌رسیدند.

پس از این شروع ترسناک، ناشران به‌تدریج به این نتیجه رسیدند که ممکن است برای الواح خنده‌دار نیز بازاری پیدا شود. بنابراین، الواح کاغذی که با کاریکاتورهای آدم‌های مشهور و توضیحات خنده‌دار سر وکار داشتند، پدید آمدند. اولین نمونه‌ها به نظر گران بودند و برای طبقه‌ی متوسط طراحی شده بودند، مخاطب پولدار با کمی دانش سیاسی، بعدها، بازار طبقه‌ی کارگر براساس درون مایه‌های نمایش‌های کمدی توسعه یافت. در هر دو مورد، زبان تصویری لطیفه‌گویی تا آن‌جایی بهبود یافت که استفاده از شرح زیر تصویر و کناره‌های قاب‌بندی‌شده و برخی

شوخی‌ها که به شکل مصور بیان می‌شدند، پیش پا افتاده شدند. در واقع، شواهدی موجود است که این الواح کاغذی به‌عنوان کامیکالز (comicals) که گاهی اوقات به دِ کامیکز خلاصه می‌شد، شناخته می‌شدند.

یکی از مهمترین جنبه‌های این تغییر به سمت موضوعات خنده‌آور این بود که قدرت خرابکارانه‌ی هجو مصور برای اولین بار احساس شد. گهگاه، اوضاع خطرناک می‌شد، مثلاً هنرمندان از الواح استفاده می‌کردند تا عقایدشان را درباره‌ی خانواده‌ی سلطنتی و سیاستمداران بیان کنند و می‌دانستند که آن‌ها نمی‌توانند از آن‌چه نوشته شده است بگریزند. در نتیجه، تاریخ این دوره با داستان‌های کارتونیست‌هایی که به زندان انداخته شدند، مورد حمله قرار گرفتند و یا حتی به قتل رسیدند، گره خورده است.

یکی از دلایل تأثیر هنگفت هجو و کاریکاتور این است که موضوعات آن‌ها با واقع‌نمایی بی‌سابقه‌ی قابل‌باز تولید همراه بود. روزهای کلیشه‌های چوبی مبهم کم کم فراموش می‌شوند: چاپ اکنون به سمت دوره‌ی حکاکی روی مس پیش می‌رود. این بدین معنی است که اگر تصویری کشیده می‌شد، باید با موزن حکاکی روی سطح یک صفحه‌ی مسی دوباره قلم زنی می‌شد و سپس در اسید (برای اسید خوردن سطح اصلی) فرود برده می‌شد و بعد روی آن جوهر مالیده می‌شد. این فرآیندی پرزحمت بود که اغلب چند نفر درگیر اجرای آن می‌شدند، اما اثر ظریفی که به جا می‌ماند، ارزش زحمات کشیده شده را داشت.

پس در آن زمان، شبکه‌ای از فروشگاه‌های نشر پدید آمد، جایی که الواح تولید و فروخته می‌شدند. در دهه‌ی ۱۸۲۰، صنعت هجو مطرح بود که در لندن پایه‌گذاری شد اما در تمامی شهرهای مهم کشور شاخه‌ای داشت. به عنوان یک صنعت، جنبه‌های دیکنزی مخصوص خودش را داشت: با وجود فناوری جدید، ادامه‌ی کار بیش‌تر الواح کامیک استریپ‌منوط به کاهش هزینه‌ها بود. بنابراین برای بیشتر هنرمندان دیگر چیز خنده‌داری در این صنعت نبود. آن‌ها در شرایطی آشفته کار می‌کردند و مبلغ کمی می‌گرفتند و معمولاً حتی به آن‌ها اجازه داده نمی‌شد کارهایشان را امضا کنند.

به هر حال، تعداد کمی از هنرمندان پیشاهنگ شدند و به پا خاستند و شهرتی به هم زدند. نام‌های مشهوری که هم در قلم‌زنی صفحات فلزی مهارت داشتند و هم کارهایشان را به شکل لوح منتشر می‌کردند عبارتند از: ویلیام هوگرث (۱۷۶۴ـ۱۶۹۷)، جیمز گیلری (۱۸۱۵ـ۱۷۵۷)، جورج کروک شنک (۱۸۷۸ـ۱۷۹۲) و توماس رولندسن (۱۸۲۷ ـ ۱۷۵۷). درباره‌ی این اشخاص بسیار نوشته شده است، همین کافی که آن‌ها در ارتقاء هجو مصور به مراحل جدید بسیار مؤثر بودند: مهارت آن‌ها در مبالغه و هم‌نشینی‌های کتابی واژه‌ها و تصاویر، قالبی زیباشناختی ساخت که تا به امروز دوام داشته است. اشاره به این نکته جالب است که سه نفر از این چهار هنرمند به کامیک استریپ پرداختند و آثاری را مورد توجه داشتند که به شکل مجموعه‌های متوالی منتشر می‌شدند: برای مثال، **پیشرفت ریک** اثر هوگترث، **تورهای دکتر سینتکس** اثر رولاندسن و **پیشرفت جان بول** اثر گیلری.

در اواسط قرن هجدهم، تحول مهمی در عرصه‌ی فناوری به‌وجود آمد. پیشرفت در صنعت عکس برای اولین بار چاپ مستقیم عکس از نقاشی را ممکن کرد. دیگر لازم نبود که هنرمندان هر خط منفردی از تصویرهایشان راکپی کنند یا کارشان در معرض تفسیر شخصی قلمکاران قرار بگیرد. حالا نقاشی‌های‌شان همان طور که بود چاپ می‌شد. این پیشرفت‌ها موجب کم شدن هزینه‌های چاپ برای ناشر شد و راه‌های انتشار ارزان‌تر را باز کرد.

پیشرفت‌های فناوری ظهور عکس با پیشرفت‌هایی در فناوری جلد کتاب همراه شد و به طور فزاینده‌ای ایده‌ی فروش مجلاتی از الواح کاغذی که با هم جلد شده‌اند، از نظر مالی عملی‌تر شد. (این نقطه‌ای بود که پس از آن بنیاد مجلات و کامیک استریپ امروزی نهاده شد). پیدایش صنعت ویکتوریایی مسیرهای مختلفی را پشت سر گذاشت. نتیجه‌ی این تحولات صدها عنوان مجله‌ی مختلف بود که به طور هفتگی یا ماهانه چاپ می‌شدند.

به طور خلاصه، جریان اصلی مجلات جدید در سبک مستند کار می‌کردند و با امور روز سروکار داشتند. آن‌ها محتوی مقالاتی به نثر به همراه تصاویر بودند و به گونه‌ای بازنمود الواح کاغذی قرون وسطی محسوب می‌شدند. مشهورترین نمونه‌ها عبارتند از: ***اخبار مصور لندن*** (۱۸۴۲) که براساس آثار هنرمندان از ماجراهای خانوادگی و جنگ‌های خارجی که شاهد عینی آن‌ها بودند، شهرتی به هم زد، و ***اخبار مصور پلیس*** (۱۸۶۴)، نشریه‌ی هولناکی که گزارش‌های هیجان‌انگیز و توضیحات جنایت‌ها و دار زدن‌ها را ارائه می‌کرد (در واقع، خلف مستقیم الواح کاغذی اعدام‌ها).

دومین ژانر اصلی، داستان‌های تخیلی بودند. این قصه‌های جنایی (به اصطلاح به خاطر موضوع شفاف‌شان) مجموعه‌ای از قصه‌های منثور بودند، همراه با تصویر که معمولاً با داستان‌هایی که جنایت‌ها را ستایش می‌کردند، سروکار داشتند، اما در همین حال رمانس‌هایی ضداشرافی و برگرفته از رمان‌های گوتیک نیز حضور داشتند. محبوبترین این قصه‌های جنایی عبارتند از: ***بس سیاه***(۱۸۶۳)، ***رولوی سیاه***، ***دزد دریایی***(۱۸۶۴)، ***پسران وحشی*** (۱۸۶۵) و ***سوبینی تاد***، ***آرایشگر بدجنس خیابان پرشتاب*** (۱۸۷۸). این قصه‌ها که برای خوانندگان طبقه‌ی کارگر طراحی می‌شدند، ابتدا توسط جوانان خوانده می‌شدند و به دلیل این‌که به‌خاطر خرابکاری‌های سیاسی‌شان، حکومت از آن‌ها می‌ترسیدند توسط ممیزی با محرومیت روبه‌رو شدند. رسماً، داشتن ماهیت خشن دلیل ممنوعیت این داستان‌ها اعلام شد: در واقع، موضوعات این داستان‌ها که مخالف اصول و ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی متعارف بودند، نوعی تهدید تلقی می‌شد.

در آن زمان، قصه‌های جنایی به سمت قصه‌های دیگر کشیده شدند که به گونه‌های مختلف واکنشی به آن قصه‌ها بود. این قصه‌ها به پسران، تندرستی و سلامت را پیشنهاد می‌کردند که معمولاً بر ایده‌های مسیحیت درباره‌ی مرد عضلانی که در آن زمان محبوبیت داشت، اصرار می‌ورزید. ماجراجویی در این قصه‌ها براثبات منش اخلاقی یک قهرمان در زمینه‌های ورزشی و همچنین مبارزه دلالت می‌کرد: داستان هایی درباره‌ی شرافت اخلاقی کشتن بومی‌های کشور آن قهرمان بسیار محبوب بود. ***پسران انگلیس*** (۱۸۸۶) با لحن معمولش این را بیان می‌کرد که مردانگی حقیقی نتیجه‌ی اخلاقیات بریتانیایی و برتری فیزیکی بر دیگر ملت‌های زمین است. این لحن در نوشته‌های آن پسر (۱۸۷۹)، که توسط انجمن رساله‌ی مذهبی، چاپ شد نیز دنبال می‌شود و همچنین موضوع وطن‌پرستانه/ مسیحی/ محافظه‌کارانه‌اش نیز در این داستان دیده می‌شود.

سومین نوع مجله‌ها که ارتباط بیشتری با تحقیق ما درباره‌ی منشأ کامیک‌ها دارد، طنز بود. این نشریات مجدداً تلفیقی از متن و تصویر بودند، اما کلاً نسبت به دو ژانر دیگر بصری‌تر بودند.

شکوفایی این مجلات با ***پانچ*** (۱۸۴۱) آغاز شد که هجونامه‌ای ماهانه بود با سنت‌های الواح کاغذی طبقه‌ی متوسط. کاریکاتور سیاسی مایه‌ی اصلی کارش بود، اگرچه شهرتش بیش‌تر براساس کیفیت نقاشی‌هایش با جوهر بود. اگرچه بیش‌تر کسانی که دراین کار دخیل بودند چیز زیادی نصیب‌شان نمی‌شد، تعدادی از هنرمندان، برجسته‌تر از آن بودند که ناشناس باقی بمانند. نمونه‌های مشهور عبارتند از: جان لیچ و جان تینیل.

تعدادی از مجلات طبقه‌ی متوسط و تعداد زیادی از عناوینی که ابتدا برای خوانندگان طبقه‌ی کارگر منتشر می‌شدند، از سبک و سیاق ***پانچ*** (اربرایانت، ۱۸۴۱) پیروی کردند. ***جودی*** (گیلبرت دالزیل، ۱۸۷۶)، ***مردم خنده‌دار*** (جیمز هندرسن، ۱۸۷۴)، ***بریده‌ها*** (جیمز هندرسن ۱۸۸۳) و دیگران، از روشی که پانچ ابداع کرده بود پیروی کردند اما تصاویر کامیک را افزایش دادند و از حجم متن‌ها کاستند. در رقابتی که بین آن‌ها شکل گرفت، هزینه‌ها به حداقل رسیدند و پرداخت‌ها به کارمندان به طور بی‌سابقه‌ای در سطح پایینی تثبیت شد. همچنین واقعیت آن است که بعضی از عناوین از کامیک‌ها و کارتون‌های ناشران خارجی معاصر دزدیده می‌شد- به ویژه از مجله‌های امریکایی مثل ***جاج*** (انتشارات جاج، ۱۸۸۱)، ***لایف*** (انتشارات لایف، ۱۸۳۳) و ***پاک*** (کپلر و شوارزمن، ۱۸۷۶). آشنا شدن با کارهای کارتونیست‌های امریکایی مثل فرداپرو و جرمن ویلهم بوش (که مجله‌ی ***مکس و موریتزش***

کامیک استریپی درباره‌ی زوج شروری بود که بسیار مورد توجه مردم قرار گرفت)، به سود خوانندگان بود، اما برای هنرمندان بومی عمل خوشایندی محسوب نمی‌شد.

تا آن‌جایی که ما می‌دانیم این مجلات کارتونی بسیار طنزآمیز بودند- و در واقع، برخی از تاریخ نگاران آن‌ها را این طور طبقه بندی کرده‌اند: برتری دادن به تصاویر نسبت به متون، اضافه شدن تصویرهای بیش‌تر و تأکید بر کمدی بودن، تماماً گام‌هایی بودند در مسیر شکل‌گیری کامیک هرچند، هنوز کمبودهایی بود. برای این‌که عنوانی این ویژگی را پیدا کند که آن را اولین نوع از این نشریات جدید بدانیم، عنصری اضافه‌تر لازم بود: شخصیت مرکزی متداوم.

در نهایت به نخستین کامیک استریپی می‌رسیم که از نظر همگان شایسته‌ی نام بردن است: ***نیمه‌ی تعطیلات آلی اسلاپر*** (Ally slopers Half Holiday) (گیلبرت دالریل، ۱۸۸۴) که با کمال تعجب این عنوان برایش انتخاب شده بود. نشریه‌ای در قطع کوچک، هفتگی، ارزان (اپنی) و سیاه و سفید که تلفیقی از کامیک، کارتون و داستان‌هایی منثور بود که یک قهرمان ثابت داشتند: آلکساندر اسلاپر که منشأ دیگر شخصیت‌های این چنینی بود. اگرچه امروز این عنوان چندان به گوش مردم آشنا نیست، این کامیک استریپ بدون شک یکی از مشهورترین کامیک استریپ‌های طول تاریخ بوده است، نه فقط برای این‌که اولین بود، بلکه به این دلیل که در زمینه‌های بسیاری، هم اقتصادی و هم هنری، معیارهایی مشخص را بنیان گذاشت.

این مجله دارای بسیاری از همان ویژگی‌ها بود: مخاطب آن خوانندگان بزرگسال بودند؛ براساس شخصیت‌های متعارف طبقه کارگر بود؛ از سنت‌های سالن‌های موسیقی برداشت کرده بود؛ باعث شد که طیف گسترده‌ای از کالاهای متفاوت براساس این شخصیت به بازار روانه شود؛ در نهایت و مهمتر از همه، مثل ویز توانست روح زمانه را در دست بگیرد و تبدیل به نشریه‌ی اصلی شد.

آلکساندر اسلاپر، خودش بیکاری از طبقه‌ی کارگر است: وقتی کسی که اجاره‌ها را جمع می‌کند او را صدا می‌کند او یواشکی از ته کوچه در می‌رود. در اولین روزهای پدیدار شدنش، پولی که عایدش می‌شد (اکثراً از راه‌های مشکوک)، خرج مشروبش می‌کرد: بینی او قرمز و قلمبه بود، همیشه خمار بود و در نهایت در حادثه‌ای به خاطر بدمستی و بی‌نظمی دستگیر شد. سپس، به شیوه‌ی ماهرانه‌ای شخصیتش عوض شد و کمی بیش‌تر به جزئیات شخصیت او پرداخته شد. او در طبقه‌ی کارگر باقی ماند، اما ثروتمندی ساختگی بود در محیط‌های طبقه متوسط و بالا مردم از دیدن مرد کارگری که از زندگی خوبی لذت می‌برد و از دیدن افتضاح‌های اجتماعی‌ای که به بار می‌آورد- چه کلامی و چه از نظر لباس‌هایش- به خنده می‌افتادند.

اسلاپر در واقع محملی بود که از طریق آن کارتونیست‌ها می‌توانستند درباره‌ی اوقات‌فراغت دوران ویکتوریایی اظهار نظر کنند. او وقتی در «نیمه‌ی تعطیلات» بود سری به می‌خانه محلی می‌زد و به تماشای مسابقات می‌رفت و از همه مهمتر اوقاتی را در کنار دریا می‌گذراند. اغلب این کارها را به تنهایی انجام می‌داد اما برخی اوقات دخترش توتسی (نخستین شخصیت زنی که در یک کامیک موفق بود)، و دوست یهودیش ایکی مو او را همراهی می‌کرد. آن‌ها همراه با هم از اوقات فراغتی که سرمایه‌داری صنعتی برایشان مجاز دانسته بود حداکثر لذت را می‌بردند و با چنین برداشتی، وظیفه‌ی کامیک مربوط می‌شد به «امکان رفتن» و فراموش کردن رنج و مشقت زندگی شهری و همچنین زندگی کاری، بر همین اساس امتیازگیری سیاسی نیز هدف کار نبود. هیچ اشاره‌ی ضمنی‌ای به جنگ طبقاتی یا حتی تردید در قدرت نیروهای مسلط اجتماعی وجود نداشت. به این ترتیب کار کامیک در سنت روزنامه‌های رادیکال قرار نمی‌گرفت.

تغییرات این شخصیت باعث شده است که نتوانیم موفقیت او را ناشی از کار یک کارتونیست مشخص بدانیم. این شخصیت را چارلز راس آفرید و طی زمان هنرمندان زیادی این شخصیت را کشیدند، از جمله ماری دووال (همسر راس و نخستین زن طراح کامیک)، دبلیو اف تامس و ویلیام جی باکستر. شواهد اندکی وجود

دارد دال بر آن که اینان یا هر یک از دیگر نویسندگان و طراحان کامیک از مزایای شهرت این شخصیت بهره‌ای برده باشند. در واقع در طول زمان این ناشران بودند که بیش‌ترین بهره را از این مواد و مطالب بردند. زیرا پیوسته با تجدید چاپ مطالب قدیمی و با به کارگیری کارتونیست‌های آماتور و با بهره‌گیری از کمک‌های خوانندگان نرخ دست‌مزدها را در سطح پایینی نگه می‌داشتند.

اگرچه کار کامیک به حضور اسلاپر محدود نمی‌شد، اما در واقع این حضور هفتگی او بود که وجود خوانندگانی انبوه را تضمین می‌کرد. این اثر هنری در سنت دیگر مجلات طنز تهیه می‌شد، با جزئیات بسیار و طرح‌هایی که به شدت سایه زده شده‌اند و زیر همه‌ی آن‌ها متن نوشته شده است. مانند مجلات دیگر، در این کار نیز مطالب نثر از جمله داستان و «گزارش‌های» ساختگی بسیار به چشم می‌خورد (این نکته را باید به خاطر داشت که در این مقطع از تاریخ به دلیل وجود فعالیت‌های آموزشی متعدد، طبقه‌ی کارگر کم و بیش باسواد شده بود). اما نکته‌ی جالب این واقعیت بود که خوانندگان می‌توانستند در گذر زمان با شخصیت اصلی رابطه برقرار کنند.

بازاریابی بخش پایانی داستان، موفقیت کارهای کامیک بود، زیرا از این طریق ناشران می‌توانستند راه‌های تازه‌ای بگشایند. **نیمه تعطیلات *آلی اسلاپر*** از همان آغاز مانند مجله‌های دیگر روزنامه فروشی‌ها به فروش می‌رفت. بعد از آن‌که متوجه شدند مردم در سفر با قطار به خواندن این مجله علاقه نشان می‌دهند، فروش آن در کیوسک‌های ایستگاه راه‌آهن نیز آغاز شد. مسافران در آغاز سفرشان نسخه‌ای می‌خریدند، در طول راه می‌خواندند و در پایان سفر آن را دور می‌انداختند. به این ترتیب بود که آثار کامیک عنوان «ادبیات راه آهن» را به خود گرفت و ناشر، یک بیمه‌نامه‌ی حوادث مجانی همراه مجله به خوانندگان هدیه می‌کرد. به این معنا که اگر کسی که نسخه‌ای از مجله‌ی کامیک را در اختیار داشت و در حادثه قطار کشته می‌شد، حق بیمه‌ی عمر او توسط ناشران پرداخت می‌شد. بی‌تردید این ترفندی وحشتناک و در عین حال عجیب و غریب بود، اما یادمان نرود که سفر با قطارهای دوره‌ی ویکتوریا اصلاً امن نبودند و همان‌طور که تصور ما نشان می‌دهد تا ۱۸۹۲، ۳ مورد بیمه‌ی عمر پرداخت شده بود.

این‌گونه بود که مجلات کامیک به بیان خودشان «به پرفروش‌ترین مطبوعات جهان» تبدیل شدند. همان‌طور که دیدیم بیش‌تر مشتریان این‌گونه مجلات کامیک از طبقه‌ی کارگر و تا حدی طبقه‌ی متوسط بودند. خود اسلاپر یک نماد ملی بود و تا دهه‌ی نود، طیف وسیعی از کالاهای متفاوت از لیوان و پوستر گرفته تا عروسک، براساس این شخصیت ساخته و به بازار عرضه می‌شدند.

پس از اسلاپر، شخصیت‌های دیگر در آغاز بسیار محتاط بودند. البته ناشران استدلال می‌کردند که تنها از طریق تقلید شکل‌بندی اولیه می‌توانند وارد رقابت شوند. از جمله روزنامه‌های کامیک که در دوره‌ی پس از اسلاپر به تقلید از آن وارد بازار شدند، می‌توان Illustrated Bits (۱۸۸۵) و Variety paper (۱۸۸۷) را نام برد.

البته در ۱۸۹۰ بود که موج این‌گونه مطبوعات از راه رسید و خبر از آن‌چه «انقلاب نیم پنی» نامیده شد داد. یکی از ناشران، آلفرد هارمس‌ورث ۲۵ ساله مالک انتشارات آمالگامیتد، تصمیم گرفت براساس این ایده که اگر بتواند قیمت‌ها را به نصف برساند قطعاً موفق خواهند شد، طیف تازه‌ای از نشریات کامیک را منتشر کند. در آن زمان، این قمار بزرگی بود و موفقیت در آن وابسته بود به پایین نگه داشتن هزینه‌ها و بالا بردن شمارگان (البته بسیاری از روزنامه‌فروشی‌ها واکنش خصمانه‌ای به این پیشنهاد نشان دادند، زیرا فکر می‌کردند اگر قیمت تا این حد پایین بیاید سودی نصیب آن‌ها نخواهد شد.

عنوان مورد نظر او و انتشارات آمالگامیتد کامیک کاتس بود، که انتشار آن از ۱۸۹۰ شروع شد و کاملاً روش Illustrated chips (۱۸۹۰) را دنبال می‌کرد. این مجلات مبتنی بر طنز شلوغ و پرهیاهو به شیوه‌ی مرسوم بودند و دقیقاً همان روش اسلاپر را در پی می‌گرفتند. چیپس از این نظر استثنا بود که یکی از بزرگترین هنرمندان کامیک استریپ به نام تام براون را در اختیار داشت و از

این جهت به خود می‌بالید.

شخصیت‌هایی که او آفرید از **جمله ویری ویلی و تیم خسته به** اندازه‌ی *اسلاپر* به شهرت دست یافتند.

ناشران دیگر نیز با انتشار مجلات کامیک نیم‌پنی خود به این جریان پیوستند و آن‌ها نیز می‌کوشیدند هزینه‌ها را در پایین‌ترین سطح ممکن حفظ کنند. هارمس‌ورث از صحنه بیرون نرفت. او پاسخ رقبا را با گسترش کار خود داد. این سرسختی او برایش سرمایه‌ای شد که براساسش یک امپراتوری مطبوعاتی را بنیاد گذاشت و به لرد نورث کلیف تبدیل شد. مطبوعات کامیک قبل از ۱۹۱۴ عبارت بودند از فانی کاتس، اسنپ شاتس، جوکر، ورلدز کمیک، لارکس، و فانی وندر (که بعدها به وندر تغییر نام داد).

مشکل این بود که آن انبوه مطبوعات نیم‌پنی باعث شد کیفیت به شدت افت پیدا کند (ای.ای. میلر نویسنده بعدها در این مورد گفت که مطبوعات کامیک و داستان نیم‌پنی هارمس‌ورث «مزخرفات یک پنی را با مزخرف‌ترهای نیم‌پنی جایگزین کرد»). به ظاهر این‌ها همه راه اسلاپر را ادامه می‌دادند و از او تقلید می‌کردند: تقریباً همیشه در قطع کوچک منتشر می‌شدند، مخلوطی بودند از کامیک استریپ، کارتون و نثر. از نظر سیاسی نیز وضعیت مشابهی داشتند: تا حدی هجوآمیز اما نه بیش‌تر.

زرق و برق سلف خود را از دست داده بودند. برخلاف عناوین جدیدی که منتشر می‌شدند، *اسلاپر* خیلی شیک‌تر به نظر می‌رسید. در این عناوین جدید کیفیت کاغذ، چاپ و جوهر افتضاح بود و قطع نیز بسیار کوچک‌تر شده بود. بی‌تردید نویسندگان و طراحان نیز با مشکل پرداخت روبه‌رو بودند تا جایی که ورلدز کامیک فکر کرد لازم است به خوانندگانش اطمینان بدهد که «به هر کسی برای ما طرحی بکشد یا چیزی بنویسد دستمزد خوبی پرداخت خواهد شد». اما آن‌ها که در این حرفه مشغول بودند هیچ یک حتی برای یک لحظه هم این حرف را باور نکردند.

یکی دیگر از شیوه‌های کاهش هزینه‌ها عبارت بود از چاپ غیرمجاز مطالبی که از امریکا می‌رسید. در ابتدا مجلات کامیک بریتانیایی مطالب را از مجلاتی چون لایف و جاج می‌دزدیدند؛ بعدها همین کار را با مجلات کامیک ساندی کردند. اسنپ شاتس متهم اصلی بود و عموماً مطالب آن از مجلات امریکایی گرفته می‌شد. از مسائل اخلاقی مربوط به این روش که بگذریم، به این ترتیب خوانندگان بریتانیایی با شخصیت‌های امریکایی مثل **بچه‌های کتزنجمر** آشنا شدند که خود اخلاف مستقیم مکس و موریتز بودند. این روش همچنین باعث شد که مطبوعات مصور امریکا تأثیر هنری بسیاری بر کامیک‌های بریتانیایی داشته باشند. هرچند در مورد این تأثیر در سال‌های قبل از ۱۹۱۴ جای تردید است.

این کامیک‌های جدید به‌طور اجتناب‌ناپذیر توجه نقد را نیز به خود جلب کرد. این‌ها دیگر ادبیات بی‌خطر قطار نبودند، بلکه حال بسیار شرورتر شده بودند. وابستگان به طبقه متوسط، حال به گونه‌ای پدرمنشانه به این شکل تازه‌ی سرگرمی طبقه‌ی کارگر حمله می‌کردند و با شدتی بیش از گذشته آن‌ها را می‌کوبیدند. گفته می‌شد که این نوع مطبوعات در دو سطح تهدیدی برای سواد عمومی هستند. نخست آن‌که مطبوعات مبتنی بر تصویر را پست‌تر از مطبوعاتی می‌دانستند که به نثر نوشته می‌شدند: خواندن ارزشمندتر از کامیک‌استریپ‌ها و کارتون تلقی می‌شد. دوم آن‌که گفته می‌شد نوع چاپ این مطبوعات کامیک استریپ برای بینایی ضرر دارد.

گذشته از این، محافظه‌کاران نیز از تخریب فرهنگ توسط این نشریات کامیک استریپ‌سخن گفتند. این واقعیت که نشریات کامیک‌استریپ‌بسیار عامه‌پسند بودند به این معنی تلقی می‌شد که این نشریات نماد معیارهای رو به افول فرهنگی در سطح ملی هستند. البته طرفداران این نوع نشریات عموماً از طبقه‌ی کارگر بودند که خود برانگیزنده‌ی پیش‌داوری‌ها و تعصبات دیگری بود. به این ترتیب باید گفت که بیش‌تر واکنش‌های مخالف ناشی از نوعی تفاخر بود. اینان از واژه‌هایی چون «مبتذل» و «خام و ناپخته» استفاده می‌کردند.

البته خیلی دیر شده بود! وقتی که این هجوم متقابل شروع شد، شمارگان مجلات کامیک انگلیسی به صدها هزار رسیده بود.

روزنامه‌فروشی‌های کشور هیچ توجهی به این داوری‌ها نمی‌کردند و از نظر تجاری بی‌تردید ثابت شده بود که با وجود قیمت‌های بسیار پایین هنوز امکان رسیدن به سودهای بسیار کلان وجود داشت. هارمس‌وورث قمار را برده بود. مجلات کامیک جای خود را باز کرده بودند.

در ایالات متحد، مجلات کامیک مسیر تکاملی کاملاً متفاوتی را طی کردند. در این کشور پیشینه اصلی این شکل را فقط می‌شد در طرح‌های مصور روزنامه‌ها یافت و نه مجله‌های طنز. نمی‌خواهیم بگوییم که هیچ شباهتی با تجربه‌ی بریتانیایی وجود نداشت. همان‌طور که دیدیم امریکا نیز مطبوعات مشابهی داشت مانند **پاک**، **لایف** و **جاج**. به علاوه، اگرچه در بریتانیا سنت تصویرگری کتاب بر مطبوعات کامیک استریپ تأثیر گذاشت، در ایالت متحد این تأثیر بسیار عمیق‌تر بود. به خصوص مارک تواین به قدرت تصاویر اعتقاد داشت و نقاشانی را انتخاب کرده بودند که رمان‌هایش را مصور کنند.

اگر تصویر باعث افزایش فروش کتاب در ایالات متحد شد پس بی‌تردید می‌توانست برای روزنامه‌ها نیز همین منفعت را داشته باشد. پس به تدریج روزنامه‌ها نیز از کارتون‌های تک قاب سیاه و سفید تا تصاویر زنجیره‌ای و سپس تصاویر رنگی استفاده کردند.

دلیل تجاری اصلی وارد کردن چنین روش بدیعی به روزنامه‌ها جلب توجه جمعیت مهاجران در شهرهای بزرگ بود. دو امپراتور بزرگ انتشاراتی آن دوره یعنی جوزف پولیتزر و ویلیام رندلوف هرست به سرعت در این زمینه سرمایه‌گذاری کردند اما اهداف متفاوتی را از این کار دنبال می‌کردند (هر دو تاجرانی واقع بین بودند اما پولیتزر این رویا را در سر می‌پروراند که با چاپ رنگی نقاشی‌های بزرگ اروپایی فرهنگ متعالی را به دست توده‌های مردم برسانند). هرست با معرفی **بچه‌ی زرد** اوتکالت که چاپ آن از ۱۸۹۶ در نیویورک ژورنال آغاز شد، گام بزرگی در این زمینه برداشت. اوتکالت قبلاً نیز برای مجلات طبقه متوسط **لایف** و **جاج** کار کرده بود. اما در این‌جا با ارائه‌ی طنزی از زندگی زاغه‌نشینی شهری روش دیگری را در پیش گرفت. این «بچه» بچه‌ای شیطان بود با چهره‌ای چینی که نقش خدمتکاری ابله را بازی می‌کرد. آنچه در این کامیک‌استریپ توجه را جلب می‌کرد این بود که از رنگ زرد استفاده می‌شد. در نتیجه چاپ چهار رنگ را برای نخستین بار در روزنامه‌ها ممکن کرد.

پس از **بچه‌ی زرد** صدها کامیک استریپ در روزنامه‌های سراسر کشور ظاهر شدند که به مسائل طنزآمیز متفاوتی می‌پرداختند. کارتونیست‌ها ارج و قربی پیدا کردند و امپراتوری‌های نشر بر سر به کار گرفتن آن‌ها با یکدیگر می‌جنگیدند. تاریخ‌نگاران هنر معمولاً سه چهره‌ی خیلی برجسته را از این دوره نام می‌برند که عبارتند از وینسور مک کی، لیونل فینینگر و جورج هریمان که هر سه به طور همزمان مطالبی را در مطبوعات منتشر می‌کردند.

*نمو*ی ***کوچولو در سرزمین خواب*** (۱۹۰۵) کار مک کی در واقع پاسخ طبقه‌ی متوسط بود به **بچه‌ی زرد**. در این کار از سبک پیچیده‌تری استفاده شده بود و داستان رؤیاهای کودکی از خانواده‌ای مرفه گفته می‌شد. در این کار از پرسپکتیو و رنگ به خوبی استفاده شده بود (مک کی یکی از پیشگامان کارتون‌های متحرک نیز بود). داستان‌هایی که درباره‌ی این کودک گفته می‌شد معمولاً با شخصیت‌های فراواقعی و حیواناتی که لباس‌های پرزرق و برق پوشیده بودند سروکار داشت.

داستان‌های «نمو» با وجود آنکه از نظر فنی بسیار باشکوه بودند از نظر عاطفی اغلب سرد و بی‌روح می‌نمودند. به نظر می‌رسد مک کی بیش‌تر به طراح‌ها علاقه داشت تا نوشته‌ها و این اشکالی بود که هرگز نتوانست بر آن غلبه کند. کامیک استریپ که برای بزرگسالان تهیه می‌کرد یعنی ***رویاهای یک دیوانه*** (۱۹۰۵) نیز در مورد شخصیتی بود که در خواب گرفتار رؤیاهایی وحشتناک می‌شد.

لیونل فینینگر رقیب مک کی بود. او نیز در طرح کامیک استریپ مانند مک کی به شیوه‌ای تجربی عمل می‌کرد، گرچه کار او در این حرفه به یک سال نرسید. فینینگر به خاطر نقاشی‌های

کوبیستی و باوهاوس نیز شهرت دارد و این شیوه‌ها نیز در کار او تأثیر بسیار گذاشتند. دو شاهکار او یعنی **کیندر کیدز** (۱۹۰۶) و **دنیای وی ویلی وینکی** (۱۹۰۶) در اصل برای کودکان تهیه شدند. اما بزرگسالان نیز از این آثار اکسپرسیونیستی لذت می‌بردند. در این آثار ساختمان‌ها خمیازه می‌کشیدند، خورشید شعاع‌هایش را چون دست دراز می‌کرد و درخت‌ها می‌رقصیدند.

جورج هریمن آخرین نفر اما با استعدادترین فرد از این گروه سه نفری بود. اولین کامیک استریپ او، **خانواده‌ی دینگ بت** یک کمدی موقعیت بود درباره‌ی دعواهای بین همسایه‌ها در یک بلوک آپارتمانی. اما در واقع دو شخصیت اصلی این کامیک استریپ یعنی یک گربه و یک موش بودند که زمینه‌ساز شاهکار بعدی او **گربه‌ی دیوانه** (۱۹۱۳) شدند. این کامیک استریپ براساس رابطه‌ی عشق و نفرت بین دو حیوان بنا شده بود. داستان به ظاهر ساده که در طول سی سال با تغییرات جزیی تکرار شد به شرح زیر بود:

گربه‌ی دیوانه عاشق موش است و تنها عشق موش آن است که آجر به سوی او پرت کند. اگرچه این پرت کردن آجر عملی پرخاشگر است، گربه آن‌ها را علامت عشق می‌داند. دوست پلیس او این‌طور فکر نمی‌کند و موش را در زندانی که از همان آجرها ساخته شده حبس می‌کند.

برخی این مثلث عشقی را تأملی در باب آنارشیسم و دموکراسی دانستند و دیگران طنزی درباره‌ی بهشت و جهنم. برخی دیگر نیز هریمن را با جنبش دادا مرتبط دانستند. هرچند تاریخ‌نویسی در این باره می‌نویسد: «هریمن در طول زندگی‌اش از این‌که دادائیست‌ها او را پذیرفته‌اند بی‌اطلاع بود و شاید آگاهی روشنی از وجود دادائیست‌ها نداشت. او مستقلاً به این روش در هنر و طنز دست یافته بود». در هر حال، **گربه‌ی دیوانه** یکی از برجسته‌ترین کامیک‌استریپ‌ها در تاریخ این رسانه خواهد بود.

اگرچه مک کی، فینگر و هریمن را می‌توان از نظر هنری پیشتاز به حساب آورد، اما کامیک استریپ‌هاشان از نظر تجاری الزاماً بهترین نبودند. اگر بخواهیم نمونه‌ای از کامیک استریپ موفق را نام ببریم بی‌تردید باید ***بچه‌های کتزنجامر*** کار رادلف دیرک را متذکر شویم که داستان دو بچه‌ی شیطان آلمانی یعنی هانس و فریتز است. این کامیک‌استریپ بلندترین کامیک‌استریپ تاریخ امریکاست. نمونه‌های دیگر عبارتند از ***بابابزرگ روباهه*** کار کارل شولتز (۱۹۰۰) که داستان پیرمردی است که به برادرزاده‌هایش کلک می‌زند و ***باستر براون*** کار اوتکالت (۱۹۰۲) که تقلیدی بود از **بچه‌ی زرد**.

در بسیاری از این کامیک استریپ‌های اولیه حیوانات حضور چشمگیری داشتند. برای مثال ***آقای جک*** (۱۹۰۳) کار جیمی سوینرتن درباره‌ی ببری است که کار اداری دارد و همسر و چندین دوست. و ***نام او ماود بود*** کار فرد اوپر (۱۹۰۴) نیز درباره‌ی یک موش است و ***بارنی گوگل*** کار بیلی دبک داستان یک اسب مسابقه‌ای است به نام «اسپارک پلاگ».

با این وجود، عامه پسندترین این ژانرهای کامیک استریپ اولیه آن‌هایی هستند که به کمدی‌های خانوادگی می‌پرداختند. معمولاً این طور داستان‌ها به طور ضمنی اشاراتی به مسائل سیاسی و تنش‌های طبقاتی آن زمان داشتند. به خصوص در مواردی که به مسائل مهاجران یا جوامع اقلیت می‌پرداختند.

دهه‌ی اول قرن بیستم شاهد چاپ مجموعه‌ی متنوعی از کتاب‌هایی بود که مشهورترین کامیک استریپ و روزنامه‌ها را گردآورده و به شکل کتاب منتشر کردند. این کتاب‌ها را می‌توان اسلاف اولیه‌ی «کتاب‌های کامیک» امروزی دانست. برای نمونه ***بابابزرگ روباهه*** و ***باستر براون*** در کتاب‌های بسیار دیده شدند، ***نموی کوچولو*** فقط در دو کتاب ظاهر شد و کارهای فینگر و هریمان تا این اواخر در قالب کتاب گردآوری نشدند. معمولاً ناشر این کتاب‌ها همان روزنامه‌هایی بودند که برای نخستین بار این کامیک‌استریپ‌ها را چاپ کردند. اما برخی شرکت‌های مستقل مثل کوپلز و لئون نیز به چاپ این‌گونه کتاب‌ها همت گماشتند.

با وجود علاقه‌ی فزاینده به کامیک استریپ‌های روزنامه‌ای و همچنین شکل کتاب‌شده‌ی آن‌ها، بخش‌های مشخصی از جامعه‌ی امریکا به شدت نسبت به این مطالب واکنش نشان

می‌دادند. واکنش‌های آن‌ها بسیار شبیه به حملاتی بود که گروهی از بریتانیایی‌ها به فکاهیات می‌کردند: هر دو گروه می‌گفتند که کامیک‌ها اساساً پیش پا افتاده و مبتذل‌اند. با این وجود، تجربه‌ی امریکایی‌ها از این جهت متفاوت بود که تعصب طبقاتی با لحن مذهبی و نژادی نیز همراه شد. از همه مهم‌تر این‌که بسیاری از مسیحیان از این‌که کامیک‌ها در روزهای یکشنبه منتشر می‌شدند ناراحت بودند و این‌که مجلات کامیک به دست گروه‌های مهاجر در شهرها می‌رسید که الزاماً مسیحی نبودند به دامنه‌ی مخالفت‌های آن‌ها می‌افزود.

با این وجود، این حملات چندان سازمان‌یافته نبود و محدود می‌شد به گردهمایی‌هایی در چند کلیسا و نامه‌هایی گله‌آمیز به روزنامه‌ها. در امریکا نیز همچون بریتانیا کامیک استریپ‌ها جای خود را باز کرده و تثبیت شده بودند. دیگر راه بازگشتی نبود و سرمایه‌های کلانی در این راه صرف شده بود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی