

وضعیت کاریکاتور ایران از ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶



چنانچه مطبوعات را زکسن چهارم دموکراسی بدانیم، کاریکاتور - که خود در دامن مطبوعات بالیده است - از مؤثرترین بازوهای آن به شمار می‌رود.

بدون اغراق می‌توان کاریکاتور را یک رسانه دانست؛ چون ویژگی یک رسانه را، برای انتقال پیام و تأثیرگذاری، در خود دارد. در ساختار یک جامعه مدنی پیشرو، مطبوعات و دیگر رسانه‌ها، به عنوان چشمان تیزبین و آگاه، برای جلوگیری از فساد دستگاه‌های اجرایی و نهاد‌های حکومتی عمل می‌کنند. نقد هوشمندانه و افزایش آگاهی جامعه، در شناخت کاستی‌ها، از اصول جدایی‌ناپذیر یک رسانه پویاست. بر همین اساس، بالندگی کاریکاتور موجب رشد سیستمی در جامعه می‌شود که می‌توان از آن به عنوان سیستم خودکنترلی برای دولت‌ها و حکومت‌ها نام برد. در ایران، هر گاه دولت‌هایی بر سر کار آمدند، که خواهان آزادی رسانه‌ها و مطبوعات بودند، شاهد رشد و اوج‌گیری کاریکاتور مطبوعاتی بودیم.

در این میان می‌توان به چند دوره شاخص اشاره کرد:

- روی کار آمدن دولت ملی دکتر مصدق؛
- دوران آزادی نسبی مربوط به اواخر دهه ۴۰ و سال‌های پیش از پیروزی انقلاب (از ۱۳۵۶ تا ۱۳۵۷).
- سال‌های ۱۳۵۸ و ۱۳۵۹ و پیش از آغاز جنگ؛
- سال‌های ۱۳۶۹ تا ۱۳۷۱، در پی ظهور نتایج سیاست‌های فرهنگی وزارت ارشاد وقت؛
- سال ۱۳۷۶، همزمان با جنبش اجتماعی دوم خرداد تا سه سال پس از آن.

با روی کار آمدن دولت سیدمحمد خاتمی (۱۳۷۶)، سیاست‌های فرهنگی کابینه وی، به بسط آزادی‌های نسبی مطبوعات و ایجاد فضای آزاد مدنی منجر شد. افزایش روزافزون روزنامه‌ها و مجلات، مجال فعالیت در حوزه رسانه‌ها و نقد و تحلیل و بررسی عملکرد دولت را به روزنامه‌نگاران می‌داد.

با انتشار روزنامه جامعه، کاریکاتور با فضایی متفاوت از گذشته و در قالب ستونی ثابت در آن جا خوش کرد و دوران تازه‌ای از حیات کاریکاتور مطبوعاتی را رقم زد. هر چند کاریکاتورهای منتشرشده در روزنامه جامعه، حال و هوایی روشنفکرانه داشت؛ اما راه تازه‌ای را پیش روی مدیران روزنامه‌های دیگر گذاشت، تا جایی که پس از آن کمتر روزنامه‌ای آغاز به انتشار می‌کرد که ستون ثابت کاریکاتور در خود نداشته باشد. این واقعه به یک تب مطبوعاتی تبدیل شد. هر قدر نیش قلم روزنامه‌نگاران، در نقد شرایط حاکم و دستگاه‌های حکومت، بیشتر می‌شد، کاریکاتورهای هم شرایط را به ظاهر مناسب می‌دیدند و تندترین کارتونه‌های مطبوعاتی را خسلق می‌کردند، غافل از این که این شتاب‌زدگی و هیجان، در آینده نزدیک فروکش خواهد کرد و آنان را به حاشیه خواهد راند. بین سال‌های ۱۳۷۸ و ۱۳۷۹، صفحه‌ای را در روزنامه مشارکت به شکل هفتگی می‌نوشتیم که در آن به تجزیه و تحلیل یکی از کاریکاتورهای منتشرشده در روزنامه‌های آن هفته می‌پرداختیم. رشد کاریکاتورهای منتشرشده در هفته به اندازه‌ای بود که انتخاب را برای مشکل می‌کرد. کارتون‌ها، در موج کاذب به وجود



آمده، پس از جنبش دوم خرداد، به اشتباه تصور می‌کردند، حرف‌های ناگفته را باید یک‌شبه و در قالب کاریکاتور منتشر کنند. در غیر این صورت، زمان را از دست خواهند داد. آنان گمان می‌کردند، تمامی کاستی‌ها باید به سرعت برطرف شود. این تصور انتزاعی، در ماه‌های آغازین ۱۳۷۹، به واقع گرایی انجامید. آن زمان که پانزده روزنامه و نشریه تنها در دو یا سه روز و به یکباره توقیف شد، آب سردی بود، بر کوره گسداخته کاریکاتور مطبوعاتی ایران. کاریکاتوریست‌هایی بودند که همزمان در دو یا سه روزنامه و نشریه فعالیت می‌کردند و یک‌شبه بیکار شدند و اقتصادشان به مخاطره افتاد. توقیف بی‌دری مطبوعات، خط فرم‌های سیالی که همچون کلاف سردرگم به دست‌وپای کاریکاتوریست‌ها می‌پیچید و تهدید و ترس از بازداشت، کارتون‌ها را نپیی بود که این رشته سر دراز خواهد داشت! روزها و سال‌های پس از ۱۳۷۹، ماشین پرشتاب کاریکاتور مطبوعاتی ایران را به سرانحی سکون و افول کشانید. سه نشریه‌ای که پیش از دوم خرداد منتشر می‌شد و در سال‌های پس از ۱۳۷۶، ادامه یافت، هر یک عاقبتی یافتند. نشریه کیهان کاریکاتور، متعلق به مؤسسه کیهان، که بیشتر تخصصی و به دور از جهت‌گیری‌های خاص بود، به تکرار و عدم انتشار منظم افتاد؛ ماهنامه طنز و کاریکاتور، که همچنان منتشر می‌شود، با سختی و در بدترین شرایط اقتصادی، از ارائه آثار مؤثر در حوزه کاریکاتور، دور ماند؛ و هفته‌نامه گل آقا، که به مدد دوران‌اندیشی مدیرمسئول خود، با چراغ خاموش به حیات خود ادامه می‌داد، بر اثر فشارهای سیاسی و اقتصادی، تن به توقف خودخواسته انتشار داد. روزنامه‌های جامعه، نشاط، عصر آزادگان، اخبار اقتصادی، آزاد، مشارکت، نوروز، هفته‌نامه عصر ما، یاس نو، اقبال و بسیاری از روزنامه‌های دیگر، که صاحب ستون‌های ثابت کاریکاتور بودند، به محاق توقیف رفتند. کاریکاتوریست‌های خانه به‌دوش، دیگر نمی‌توانستند از طریق کاریکاتور آمار معاش نمایند؛ از این رو بسیاری، عطای کاریکاتور را به نقاشی بخشیدند، عده‌ای گوشه عزلت گزیدند، برخی مهاجرت کردند و برای بسیاری، کاریکاتور به عنوان شغل دوم یا سوم درآمد. اما، در تمام این دوران، عدم وجود یک انجمن صنفی کاریکاتور، به شدت مشهود بود. انجمنی که، با وجود اجرایی شدن مراحل ابتدایی آن - به عقیده من - با سنگ‌اندازی برخی از افراد، که با تأسیس این انجمن، مدیریت جریان کاریکاتور را از دست خود خارج شده می‌دیدند، به سرانجام نرسید؛ انجمنی که در آن دوران، می‌توانست حقوق معنوی و مادی کاریکاتوریست‌های بیکار شده و خانه‌به‌دوش را تأمین نماید؛ انجمنی که امروز و در دوران فقر و فترت و افول کاریکاتور مطبوعاتی، دیگر محلی از اعراب ندارد. رونق کاریکاتور در سال‌های آغازین ۱۳۷۶، موج نویی از کاریکاتوریست‌های جوان و صاحب ذوق را به سمت کاریکاتور کشاند. این سیل روزافزون کاریکاتوریست‌ها، با درهای بسته مطبوعات روبه‌رو می‌شدند. از سویی، تعدد نشریات، کاهش یافته بود و از دیگر سو، صاحبان مطبوعات، کاریکاتور را هنری در‌سرساز می‌پنداشتند که حیات نشریه‌شان را به مخاطره می‌انداخت. از این رو، راه برای رو آوردن کارتون‌ها به نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های کاریکاتور باز می‌شد. این اتفاق از جهتی مبارک بود؛ چون

کاریکاتور ایران را در سطح جهان مطرح می‌کرد؛ حضور کم‌سابقه کاریکاتوریست‌های ایرانی در جشنواره‌ها چشم هنرمندان خارجی را خیره کرده بود. اما، از نگاهی دیگر، کاریکاتور در حال دورافتادن از بستر اصلی رشد خود، یعنی مطبوعات مستقل بود. گرایش به کاریکاتور، که در دهه اخیر به یک تب مزمن در مطبوعات تبدیل شده بود، اینک در حال سرایت به جشنواره‌ها بود. واقعه‌ای که باعث رشد کاریکاتوریست‌های صرفاً جشنواره‌ای می‌شد که تمام توجه و هدف‌شان، درو کردن جوایز جشنواره‌ها به هر قیمتی بود. این اتفاق، سبب رشد روحیه بازاری در میان کاریکاتوریست‌های جشنواره‌ای شد و آنان را به ورطه تقلید و کپی کردن از آثار دیگر کاریکاتوریست‌ها کشاند. اما، از نتایج دیگر بسته شدن فضای مطبوعات، گرایش کارتون‌ها به ایجاد فضای مستقل در دنیای اینترنت بود. شاید این را بتوان به مزاح، از محاسن انسداد فضای مطبوعاتی دانست؛ چون چشمه جوشان کاریکاتور ایران را به سویی کشاند تا بتواند پا در مسیر اینترنت بگذارد و از مجرای این شبکه جهانی بی‌نظیر جوشیده و به حرکت خود ادامه دهد. سایت هادینوز، که بعدها به پرشین کارتون تغییر نام داد، در پی این اتفاق، راه‌اندازی شد. اینترنت، نه تنها فضای دموکراتیک‌تری نسبت به مطبوعات کاغذی جهت انتشار کاریکاتور داشت، بلکه باعث می‌شد، واکنش و نظرات مستقیم مخاطبان را بر آثار، به سرعت دید و نبض افکار عمومی را به دست گرفت. آنچه امروز می‌توان به عنوان تصویری کلی از وضعیت کاریکاتور در نظر آورد، حالتی بین‌نگرانی و امیدواری است. از یک سو، کاریکاتور توانسته است به عنوان موضوعی تأثیرگذار و رسانه‌ای مهم برای اثرگذاری روی افکار مخاطبان، خود را تثبیت کند، و این به مدد تلاش‌های زیادی است که خصوصاً در یک دهه اخیر به وسیله کارتون‌ها و ایرانی صورت گرفته است. از دیگر سو، انسداد در پیکره رسانه‌ای و مطبوعاتی و جلوگیری و فشار از گردش آزاد اطلاعات در داخل ایران، کاریکاتور را از بستر اصلی خود، یعنی مطبوعات مستقل، دور کرده است. در حال حاضر، فقط یک روزنامه مستقل و اصلاح‌طلب سراسری است که به شکل روزانه به انتشار کاریکاتور اقدام می‌کند. همه امید ما این است، بتوانیم دوره گذار از فترت به شکوفایی را در کاریکاتور ایران به خوبی از سر بگذرانیم. در این دوره، فعالیت جدی در عرصه اینترنت، انتشار کتاب و حسفظ روزنه‌ای هر چند کوچک مطبوعاتی برای کاریکاتور، می‌تواند ما را به آینده امیدوار سازد.