

مسعود شجاعی طباطبایی

سیاست و کاریکاتور





بهترین کاریکاتور سیاسی سال رومانی.
ایون باربو / رومانی
ION BARBU ROMANIA

برای این هنر فراهم آمد و چهره کدو حلوائی صدام با آن چشمان و غزده و سیبل کلفت و غیغب کذائیش عاملی برای تقویت روحی مردم و در عین حال طرحهای سیاسی زمینه‌ای برای نشان دادن واقعیات جنگ شد.

جا دارد در اینجا از کاریکاتوریست برجسته انگلیسی، دیوید لاور (David Low) نام ببریم. آثار این کاریکاتوریست برجسته آنچنان هیئتگر را عصبانی کرد که اسم او را در لیست مرگ نازیها قرار داد. همچنین کشیدن کاریکاتورهای سیاسی گاه سبب آزردگی خاطر دولتها و تیره شدن روابط آنها نیز شده است. برای مثال، کاریکاتوری که مایکل کامینگ انگلیسی، در ۱۹۵۹ در اعتراض به سیاستهای دولت فرانسه کشید، سبب واکنش رسمی وزارت امور خارجه و نوشتن اعتراضیه‌ای رسمی خطاب به آن کشور شد. اما این ویژگی کاریکاتورهای سیاسی در هیچ دوره همچون سالهای جنگ سرد بین دو ابرقدرت آمریکا و شوروی فکر و ذکر کاریکاتوریستهای بی‌شماری را در این دو کشور و کشورهای هم‌پیمان به خود معطوف نکرد. با نگاهی اجمالی به نشریات و مطبوعات آن زمان شوروی با طرحهای بسیاری در مورد جنگ‌طلبی آمریکا و سیاستهای شیطان‌ی سرمایه‌داری و غیره روبرو می‌شویم و درست برعکس، در نشریات غربی با مضامینی مانند دیوار آهنین شوروی و سیاستهای انحصارطلبانه نظام کمونیستی در طرحهای کاریکاتوریستها روبرویم.

سنت نقد به وسیله کاریکاتورهای سیاسی هنگامی که بعد داخلی به خود می‌گیرد، اغلب از سوی سیاستمداران و دولتمردان قابل تحمل نیست و همواره نوعی سانسور را به آن تحمیل می‌کند. شاید اولین کاریکاتوری که طبق گفته آقای بیل هویسون در کتاب (cartoon) مشمول سانسور و توقیف شد، در مورد اصلاح‌گر مذهبی آلمانی، مارتین لوتر، در قرن شانزدهم بود. در این

هیچ کاری را ندارد، از کاریکاتورهای با مزه‌ای بود که در عین استفاده از کلیشه‌های رایج از طراوت و زیبایی یک طرح نو به طور کامل برخوردار بود. باید اذعان داشت کاریکاتور به خوبی قدرت و نفوذش را در عرصه سیاست نشان داده است. البته نمی‌توان گفت که این کاریکاتورها به طور مثال توانایی سرنگونی رژیم را داشته‌اند و یا توانسته‌اند سیاستی را عوض کرده یا انقلابی را به راه بیندازند، اما به روشنی می‌توان ادعا کرد که آنها حداقل می‌توانند مته به خشخاش بگذارند. در دوران سرنگونی رژیم ستشاهی، دیدیم که چگونه کاریکاتورهای شاه از مطبوعات به پلاکاردها، دیوارها و غیره راه یافت و در واقع به عنوان عنصر تبلیغاتی بسیار کارآمدی مورد استفاده عموم قرار گرفت. در آن زمان، تقریباً هر کسی که کمی دست به قلم داشت، وسوسه می‌شد تا به گونه‌ای چهره شاه را با آن بینی بزرگ و ابروان پهن ترسیم کند. البته آنهایی هم که قادر به این کار نبودند، با اضافه کردن جزئیاتی بر تصویر شاه همچون شاخ و دندان بلند و... موفق به ارائه کاریکاتور می‌شدند. در زمان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، بار دیگر زمینه کارآمدی

یک موج سهمگین، یک صفحه شطرنج، یک سیبل و مرضی بر تخت عمل ظاهرآ با هم هیچ ارتباطی ندارند، اما همه اینها وجه مشترکی را دارند، همه اینها استعاره‌های بصری‌اند که شما بارها و بارها در کاریکاتورهای سیاسی با آنها روبرو شده و می‌شوید. شما نیز می‌توانید اقلام دیگری به فهرست یاد شده بیفزایید، الاکلنگ، قطارهای از ریل خارج شده و بسیاری چیزهای دیگر. اما این همه قضیه نیست. شخصیت‌های بومی و اسطوره‌های همچون رستم، اسفندیار، مجنون و شخصیت‌های جهانی‌ای همچون دون‌کیشوت و آنیس می‌تواند مورد استفاده هر کاریکاتوریستی قرار گیرد. غیر از اینها، سمبل‌های بیشماری مانند خرس روسیه، شیرانگلیس و خر و فیل آمریکا و غیره در عرصه کاریکاتورهای سیاسی پذیرفته شده‌اند. در عین حال، کاریکاتوریستها برای رهایی از کلیشه‌های رایج همچنان سرگرم ساختن عناصر و طرحهای خاصی‌اند تا در صورت موفقیت در نزد مردم به سمبل‌های جهانی بدل شوند. اما در غیراینصورت، نیز ثابت شده است که اگر کاریکاتوریست از ترکیب بعضی از موارد پیش گفته به درستی استفاده کند و موقعیت تصویری جدیدی را خلق کند، طرح او توانایی تبدیل شدن به یک کاریکاتور خوب و در عین حال به دور از کلیشه‌های رایج و احیاناً شباهتهای ناگزیر را خواهد داشت. عوامل تصویری اگر در تناسب با موضوع به درستی کنار هم قرار گیرند، نتیجه مطلوب را به وجود خواهند آورد. ترسیم ریگان در زمان ریاست جمهوری‌اش در شکل و شمایل سوپرمن، البته سوپرمنی بیر و فرتوت که توانایی



کاریکاتوریهستهایی که کارهایشان در صفحه اول چاپ می‌شود، دارای شان و امتیازی ویژه در میان مردم‌اند. کسی مانند پلانگوی فرانسوی تقریباً کارش هر روز در روی جلد نشریه لوموند چاپ می‌شود. او در بین مردم علاوه بر یک کاریکاتوریست صاحب نام، به عنوان یک رجل سیاسی و یک جامعه‌شناس مطرح است و در غیاب او نشریه موظف است علت غیبت، تاریخ مراجعت او و مسائل حاشیه‌ای آن را برای علاقمندان که کم نیز نیستند، مطرح کند. اغلب این تصاویر به دلیل مطرح کردن موضوعی خاص در عرصه مسائل سیاسی بر زیرنویس تکیه دارد. گاهی در این زمینه مشاورینی هنرمند کاریکاتوریست را برای ارائه هرچه بهتر ارزش یاری می‌دهند.

مسئله دیگر کاریکاتورهای سیاسی طبیعت خشن و تهاجمی آنهاست. به نظر می‌رسد غالب قربانیان این طرحها از کشیدن آنها ناراضی‌اند و بهشان برمی‌خورد، البته تعداد محدودی هم شاهدان می‌شوند و ضد تبلیغ را برای خود نوعی تبلیغ به شمار می‌آورند. روس تامپسون می‌گوید: «هر کاریکاتوریست سیاسی حرفه‌ای به واسطه تجربه طولانی‌اش می‌داند که هرگاه کاریکاتوری را از سیاستداری در روزنامه چاپ کند، آن شخص چند ساعت پس از چاپ آن، به وی تلفن خواهد زد و تقاضای خرید نسخه اصلی کاریکاتور به قیمت بالا و مذاکره برای ادامه روند کاری او در آینده خواهد کرد...»

کارگزارانشان عمل کرده و می‌کنند. در جریان برگزاری نخستین نمایشگاه بین‌المللی کاریکاتور تهران در ۱۳۷۲، با نشریه تخصصی، «ویتنی ورد» ارتباط برقرار کردیم تا ضمن درج آگهی در آن، بتوانیم از ارتباط وسیع این نشریه با هنرمندان کاریکاتوریست دنیا بهره‌مند شویم. در ادامه ارتباطمان، متناسب با آنچه که از ما خواسته بودند، گزارش نمایشگاه و اخبار مربوط به آن را به همراه تصاویر کاریکاتورهای برگزیده برایشان ارسال کردیم که متأسفانه پس از یک سال و نیم تنها به چاپ چند سطر در این باره اقدام کردند.

برگردیم به ادامه مبحث کاریکاتورسیاسی. کاریکاتورسیاسی نیاز به عکس‌العمل سریع کاریکاتوریست نسبت به وقایع روز دارد. بنابراین، تقریباً در اکثر موارد کاریکاتوریستهای سیاسی کسانی‌اند که دارای شغلی ثابت در روزنامه یا مجله‌اند. آثار چنین کاریکاتوریستهایی یا دارای مکانی مشخص در صفحات داخلی روزنامه‌ها و مجلات است و یا ستونی را با عنوانی خاص در صفحه اول اشغال می‌کند. در نشریات برتری از دنیا، اغلب در صفحات اول از طرحهای کاریکاتوریستها استفاده می‌شود. کار کاریکاتوریست در اینجا این است که نسبت به مسائل سیاسی عکس‌العملی ویژه نشان دهد، یعنی بین خبرهای بسیار بتواند با تیزیابی ایده‌ای را که بتواند اهداف نشریه را تامین کند، انتخاب کرده، با اجرای چند طرح اولیه سردبیر نشریه را وادار به پذیرفتن یکی از طرحها نماید و سرانجام طرح کاملی را در مدت زمانی کوتاه به وجود آورد.

کاریکاتور، لوتر را به شکل سر شیپوری کشیده‌اند که به وسیله شیطان نواخته می‌شود. در میانه قرن نوزدهم، کاریکاتور شارل فیلیپون از چهره لویی فیلیپ به شکل یک گلایی که در فرهنگ فرانسه سمبل آدم احمق است، نیز طعم سانسور و توقیف را چشید. همچنین در حدود سال ۱۸۲۰، کاریکاتور جرج کروئیکشانکه علیه پرنس ریچت، خانواده سلطنتی را بر آن داشت تا به او پیشنهاد ۱۰۰ پوند رشوه را دهند تا اعلیحضرت را در شرایط و موقعیت غیراخلاقی نکشد، او رشوه را نگرفت، ولی کارش تا مدت‌ها توقیف بود. موریس سینه، کاریکاتوریست فرانسوی، چندی پیش در مصاحبه‌ای با تلویزیون ۱۱۱ اعلام کرد که اغلب کاریکاتورهایش در زمان بحران بین فرانسه و الجزایر سانسور می‌شد و وی امکان ارائه‌شان را نداشته است.

به هر ترتیب، آثار کاریکاتوریستهایی که در عرصه سیاسی فعالیت دارند، در غالب کشورها یا اصلاً امکان ارائه ندارد یا محدود به حیطه‌های کاملاً تعریف شده است. در آمریکا، این نوع سانسور به گونه‌ای غیرمستقیم بدون اینکه توجه عامه را جلب کند، از طریق سندیکاها اعمال می‌شود. زیرا غالب کاریکاتوریستها امکان ارتباط مستقیم با نشریات بر تیراز را ندارند و همکاری آنها با این نشریات تنها از طریق سندیکاها ممکن است و سندیکاها هستند که به کاریکاتوریستها جهت و مسیر می‌دهند و با قبول یا عدم قبول کارها در واقع حاکم بر جریان‌ات سیاسی روز هستند. در عین حال، نوع نگاه غالب مطبوعات به ظاهر موجه و بیطرف در آمریکا نشان داده است که آنها تنها در ظاهر بیطرفند ولی در باطن دقیقاً متناسب با اهداف سیاسی از پیش تعیین‌شده



جواد علیزاده
JAVAD ALIZADE/IRAN



جولس فیئر / آمریکا
JULES FEIFFER/ USA7
Ta Gueule, A Bin Michel, 1977, Paris

