

فانگامی

کمیک استریپ در ژاپن

مترجم: جعفر صباغی خسروی

سال ۱۹۹۲ میلادی را به جرات می‌توان سال به اوج رسیدن صنعت کمیک ژاپن و یکی از برجسته‌ترین انواع آن در جهان به حساب آورد. اکثر قریب به اتفاق داستانهای اولیه کمیکهای ژاپن گرفته تا کتیبه‌های قرون وسطایی یا کاریکاتورهای قرن هفدهم و یا حتی دست نوشته‌های باستانی ژاپن از علائم تصویری نتیجه شده‌اند. نیمه اول قرن نوزدهم زمان غربگرایی ژاپن محسوب می‌شود، دوره‌ای که اندیشه قدیمی اسطوره بودن با نوع جدید اروپاییش سایه به سایه هم حرکت می‌کنند. پیش از این، برای تهیه طومارهایی از موضوعات برجسته مذهبی یا اجتماعی از شیوه گرافیکی حاکم یعنی تکنیک ابرنگ بهره گرفته می‌شد.

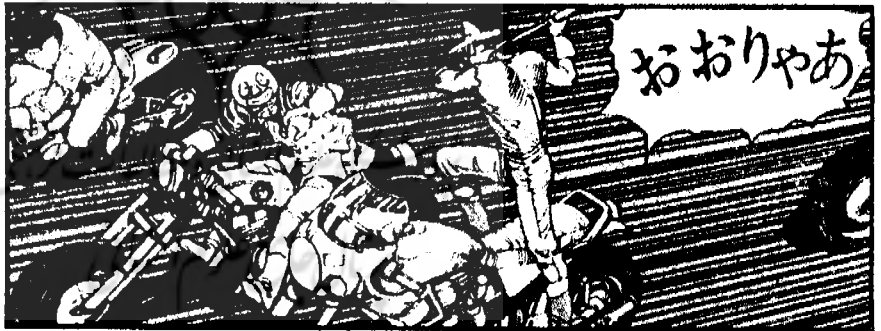
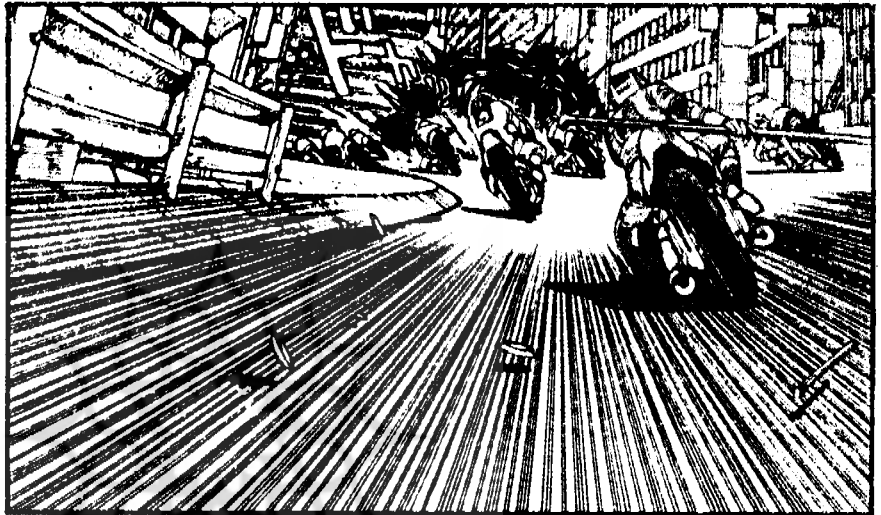
برای وصل شدن به حلقه اروپایی خواستار انتشار نشریات هزل، کششی در جامعه رانده شده ژاپن پیدا شد. ۱۸۶۲، یک انگلیسی به نام چارلز ویرگن خبرنگار "I Illustrated london news" کتاب "japan punch" را به چاپ رساند و در پی آن تعداد بیشماری از مجلات محلی به چاپ رسید. خیلی زود شهرهای بزرگ از این مجلات پر شد. بهترین نمونه آنها «مارومارو شیمبون» بود که در ۱۸۷۷ منتشر شد.

میراث آشکار پیشگام کارتون ژاپنی برای صنعت کمیک اواخر قرن بیستم، در بردارنده تکنیک دائمی چهره‌پردازی شخصیتها به وسیله چشمان گرد و بزرگ آشکارا به عنوان ایده‌آل زیبایی در این دوره پذیرفته شد. چارلز ویرگن را به عنوان پدر کارتون ژاپن شناخته‌اند و هر ساله برای قدردانی از او مراسم ویژه‌ای برگزار می‌کنند.

در واقع کمیک استریپهای "perse" تا اوایل قرن بیستم آنچنان محبوبیت عامه نیافته بودند و کارتونهای اروپایی و آمریکایی بر آنها تأثیری نگذاشته بود. با شروع قرن روابط اقتصادی با آمریکا نسبت به اروپا از اهمیت بیشتری برخوردار گردید. در ۱۹۰۲، راکوتن کیتازاوا اولین مجموعه استریپ ژاپنی را با شخصیتهای تکراری خلق کرد. یک فولکلور محلی در صفحه‌ای از "jiji shinpo" چاپ توکیو به فرم ضمیمه یکشنبه ظاهر شد. نمونه‌های دیگری از آن تکثیر شد. اکثر آنها دارای موضوعی فکاهی بودند و سبب رشد تقاضای روزافزون برای چنین نوعی از سرگرمی همراه با استریپهای ترجمه شده آمریکایی می‌شد. برای مثال، "Mukt and jeff" یا "poily and her pals" بسیار زود در روزنامه‌های ژاپنی به چاپ رسیدند.

تا ۱۹۲۰، استریپها در مجلات کودکانه معرفی می‌شدند، یعنی جایی که بیشتر مورد توجه عامه مردم قرار می‌گرفتند. اولین مجموعه آنها در مجلاتی «شونن کلاب» (shonen club) به چاپ رسید. از استریپهای کلاسیک کودکانه می‌توان به «نوراکارو»، "Nora Karu" ساخته شیهو تاکاوا اشاره کرد، استریپی درباره یک سگ مودی و شیطان.

تا نیمه دهه ۳۰، چنین کمیکهایی منحصراً به نوجوان تعلق داشت. از این پس کلمه «مانگا» "manga" که اساساً ریشه در اوایل قرن نوزدهم دارد، وارد میدان شد. استریپهای داستانی و انیمیشنها با این نام در کمیکهای ژاپن شناخته می‌شدند.



جنگ جهانی دوم همان گونه که نابودی نیمی از کشورهای جهان را رقم زد، پایانی زودگذر و آنی نیز برای کمیکهای منتشر شده بود. با این وجود، پس از ۱۹۴۵، حرکت نوینی در کمیکهای آمریکایی آغاز شد. مجلات پسرانه جدیدی چون «مانگا» "manga" و «شونن» (shonen) با استریپهایی درباره حیوانات شیطانی و بامزه و روایتهای جذاب با به عرصه وجود گذاشتند و پیشرفتی باور نکردنی را الهام بخشیدند. در این زمان بود که هر کودک و نوجوان ژاپنی می توانست با پرداخت چندین یک «مانگا» داشته باشد.

علل محوری در «مانگا»ی پس از جنگ ژاپن بی تردید کسی جز اوسامو تزوکا نمی توانست باشد. او جایگاه ویژه‌ای در تاریخ کمیک ژاپن داراست. او را می توان با هرز (Herge) اروپایی و یا جک کیربی (jack kirby) آمریکایی مقایسه کرد. او را در سرزمین خویش با عنوان «خدای کمیک» می شناسند.

انجمنشنهای والت دیسنی، تاثیر بیشتری بر کمیکهای تزوکا می گذارد. وی جلوه‌های سینمایی نوینی را در استریپهای خود معرفی کرد. برای مثال، زوایای متفاوت دوربین و یا صفحه‌آراییهای گسترده کمیکهایش را کمی از نمونه‌های قبلی بلندتر کرد و این تنها به این دلیل بود که بتواند از این طریق به شخصیت‌پردازی عمق دهد و به موضوع پیچیده استریپ بپردازد. این ابداعات تغییرات بسیاری را موجب شدند، تغییراتی که مشتریان روزافزونی را جلب کرد. اولین کار بزرگ تزوکا، یعنی «جزیره گنج» نزدیک به ۲۰۰ صفحه بود و در تیراژی بیش از ۳۰۰۰۰۰ نسخه به چاپ رسید. او راه خود را با کمیکهای پرفروش دیگری همچون «دنیای گمشده»، «متروپولیس» و «تتووان آتومو» ادامه داد. آثاری که بعدها یک مجموعه کارتون غربی با نام «پسر فضایی» (Astro Boy) را موجب شد.

در اواخر دهه ۵۰، خالقان دیگری با بهره‌گیری و به کار بستن ابداعات تزوکا موضوعهای کاملتری را ارائه کردند. موضوعات جدید حول روایتهای بزرگسالان و ماجراهایی که برای آنها روی می‌داد، دور می‌زد. ایده‌های تزوکا و دیگر ابداعات سینمایی کنار هم گذارده شد تا عنوان مدرسه تزوکا بر آن نهاده شود. خالقان این ترندها را به خدمت گرفتند تا مخاطبان خود را از میان بزرگسالان برگزینند. اساساً سردان و گروه کارگران کارخانه و دانش‌آموزان دبیرستانی در اوایل دهه ۶۰ «مانگا»ی جدید بزرگسالان را شکل می‌دادند. ژاپنیها بسیار زود نام آن را نیز برگزیدند: «ژکیگا».

روایت‌سامورائیهایی در میان بزرگسالان جای خاصی را برای خود باز کرد. پیشرو این حرکت کتاب «نینجا باجیگو» ساخته سامپه‌ای شیراتو (Sampei Shirato) بود که در ۱۷ جلد در میان سالهای ۱۹۵۹ تا ۱۹۶۲ به چاپ رسید. در این کتاب نبردهای اواخر قرن شانزدهم ژاپن همراه با ماجراهای فریبده و جذاب به تصویر کشیده شده بود. به این ترتیب کمیک گام بلندی برداشت و دومین نسل کمیکها یعنی سامورائیهایی ورزشکار پا به میدان گذاشتند. (موضوعی ناپیوسته از انجمنهای ژاپنی که گرایش به پرورش روح داشتند) طبقه‌های شرقی با ظهور

زندگی عادی قهرمانان ورزشی ژاپن تا پایان ۱۹۶۰ وارد کمیکها گردید. قهرمانانی از دوره سامورائیهایی تا ورزشهایی همچون بیس‌بال، فوتبال جودو و تقریباً هر ورزش دیگری در کمیک معرفی می‌شد. در این آثار استعدادهای ذاتی و خداداده تاکائو سائیتو، هوشیهر و ناتسومی و یوشیها روسوگو آشکارا لمس می‌شود. آنها چیزی را ارائه دادند که به «موج نو» شهرت یافت و در میان کارهای اولیه برای مقاطع سنی بزرگسالان به عنوان پیشتازان این فرم مورد تحسین قرار گرفتند. مانگا می‌بایست مکرراً اقتباس می‌شد و در تیراژهای زیاد به فروش می‌رسید.

در اواسط دهه ۶۰، به خوبی آشکار بود که پر شدن ویتترین کتابفروشیها تنها وجهی از گسترش مانگا بود. این دهه را به جرات می‌توان دهه رشد اقتصاد ژاپن دانست. زمانی که درآمد توده‌های مردم ناگهان رو به فرونی گذارد و مردمان تمایل بیشتری جهت صرف وقت برای خواندن مجلات کمیک از خود نشان دادند. در دوران صنعتی، به گفته یکی از تاریخ‌نویسان «گنجشک به یک گودزیلا تبدیل شد.» توکیو تبدیل به مرکز نشر مانگا گردید و در آن صدها استودیو با هزاران عنوان جهت رشد بازار به فعالیت پرداختند. مجله «مانگا» از ماهنامه به هفته‌نامه تبدیل شد. در ۱۹۶۶ بود که مجله «شونن» و برای اولین بار مرز فروش یک میلیون نسخه را شکست. در عمل، امانت‌دهندگان کتاب بازاریشان کساد شد و نشر کمیک اقتصادی‌تری به نظر می‌رسید و مردم نسبت به خرید تا گرفتن امانت تمایل بیشتری را نشان دادند.

با ایجاد تحول در خرید «مانگا»، فرهنگ کمیک رسماً تجاری شد. در روند تولید یک «مانگا»ی کامل برای ارائه به آژانسهای خبری، می‌بایست اندازه‌های همسان دفترچه‌های راهنمای تلفن انگلستان (۱ تا ۲ اینچ ضخامت، ۱۵۰ تا ۲۰۰ صفحه مطلب، کاغذ ناصغوب، تلرنگ) با قیمتی بسیار ارزان در نظر گرفته می‌شد. این نشریه باید به گونه‌ای بود که می‌توانست سریع خوانده و با همان سرعت نیز کنار گذاشته می‌شد. (دلیل این امر این بود که در کمیکهای ژاپنی، برخلاف نوع غربی، به تصویر بیشتر توجه می‌شد.) همزمان با این تغییرات، شرایط حقوق و کار در محیط چاپ دچار تغییر شد و صدای پای دیگری را به گوش رساند.

برخلاف ایام دیرین امانت‌گیری کتاب، خالقان اثر اکنون حق کپی رایت و تالیف را کاملاً رعایت می‌کردند. آنها همچنین با بروز شرایط محیطی متفاوت حقوق دیگری را نسبت به نسخه‌های کتاب برای خود قائل شدند. این خط مشی بنیادی در تبدیل ناگهانی خالقان اثر به افرادی ثروتمند کاملاً موثر بود. در مدت کوتاهی، خلق کمیک به یک حرفه ایده‌آل و مناسب تبدیل شد.

گاهگاهی صداهای مخالفی در فضای پرمیاهوی «مانگا» شنیده می‌شد، ترس از اینکه در غرب این حرکت چنین تفسیر شود: «مردم ژاپن مبدل به مردمی بی‌سواد شده‌اند که معتقدند کمیک یک احساس ذاتی و یا از این قبیل است.»

دهه ۶۰ را می‌توان تنها سالهای شروع و معرفی «مانگا» دانست. در دهه ۷۰ بود که پیشرفت عظیم کمیک بزرگسالان روی داد. «گرگ تنها و بچه شیر» (۷۶ - ۱۹۷۰)، ساخته کازائو کویکو و کوزوکه کی

کوجیما، حماسه دیگری از سامورائیهایی را به تصویر می‌کشید. این داستان بازگو کننده زندگی جنگجوی بی‌اعتباری است که به یک آدمکش تبدیل شده و در جستجوی طمعه خویش با پسر خود ژاپن را زیر پا می‌گذارد. «گرگ تنها و بچه شیر» داستان بسیار خونین و در عین حال کشداری است. (یک نبرد ساده شمشیر ۳۰ صفحه را به خود اختصاص داده است)، اما شدت و صلابت خود را تا پایان حفظ می‌کند.

پیران و قدیمیها با یادآوری موضوعهای، قدیمی خود را در آن زمان احساس می‌کردند. موضوع کلاسیک سامورائیهایی بار دیگر در «گرگ تنها» و سپس در کتاب پرفروش دیگری به نام (GOIGO 13) ساخته تاکا نو سائیتو ظاهر می‌شود. داستان روایت یک ضارب مودب و شیک‌پوش است. شخصیتی شبیه جیمز باند که هیچ بیمنی به خود راه نمی‌دهد و وقت خود را صرف کشف مکانهای ناشناخته می‌کند. داستان از ۱۹۶۹ آغاز و در ۱۹۷۰ به موفقیتی چشمگیر دست می‌یابد. در ۱۹۹۲ تخمین زده شد که نزدیک به ۶۰ میلیون نسخه از آن به چاپ رسیده است.

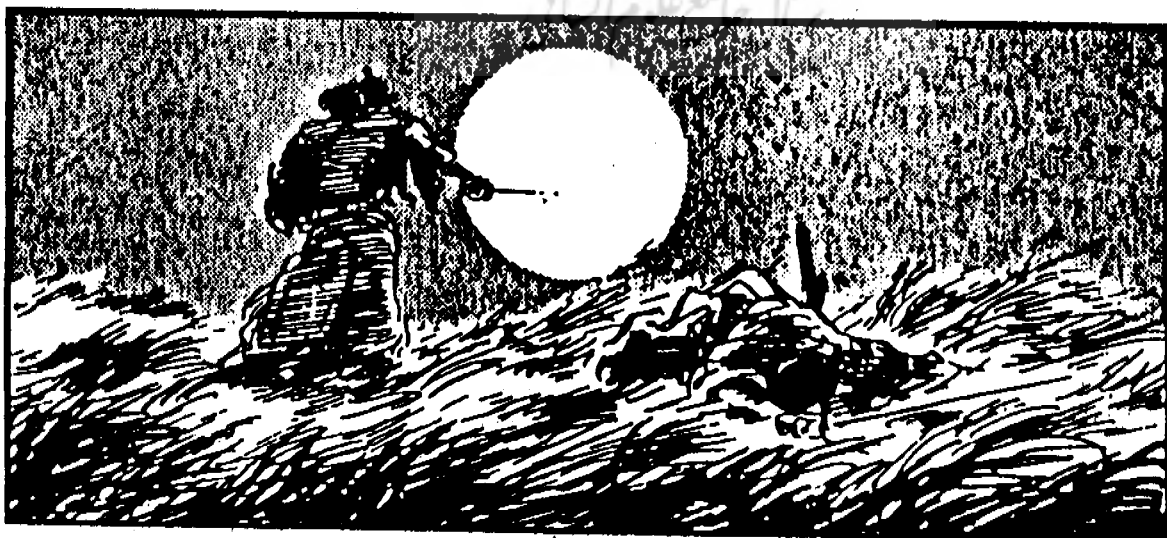
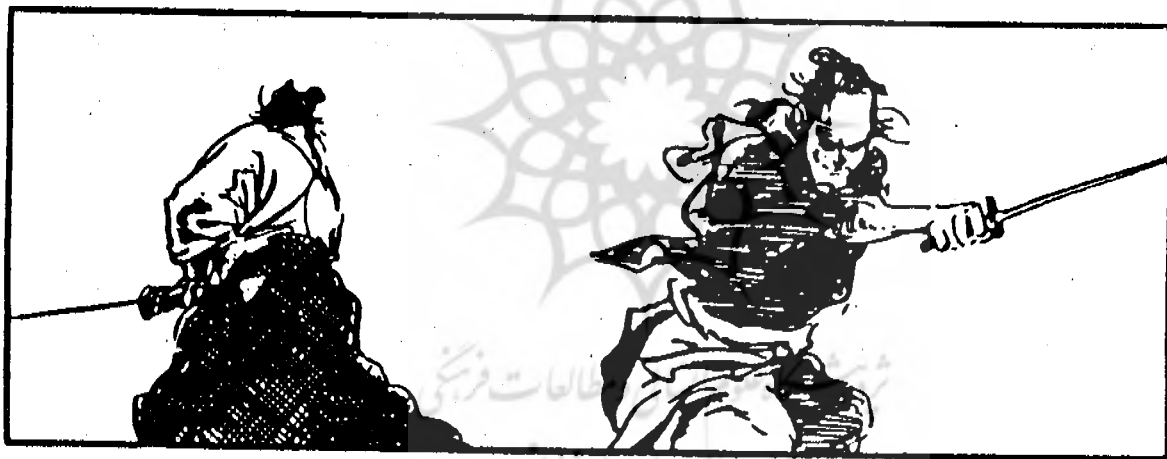
به همان صورت، «یاکوزا مانگا» پرورش یافته زندگی افسانه‌ای مافیای ژاپن با تلفیقی از حماسه ساموراییها. شاید بهترین و شناخته شده‌ترین نمونه از این «شیطان در شواپریود» ساخته کازوهیکو موراکا می‌باشد. در روش مشابه «TEEN - AGE - MANGA»، یک ماجرای فانتزی از درگیریهای باندهای جوان و تاکید و تأییدی بر وفاداریهای اعضای گروههاست (چیزی برخلاف کمیکهای باکوزا، که مجموعاً تخلقات خیالی آمریکایی یا انگلیسی است که تقریباً می‌توان گفت در ژاپن به چشم نمی‌خورد)

«مانگا»ی فکاهی بزرگسالان پا به صحنه می‌گذارد و با عناوینی چون «حقوق بگیر» (SALARY MAN) معجزه اقتصادی ژاپن را به تمسخر می‌گیرد و فشر کارمندی را با اشاره به بوجی زندگی اداری (تزدیکترین معادلش در بریتانیا را می‌توان استریپ بریستون در LONDON EVENTING STANDARD دانست)

مسود ارزیابی قرار می‌دهد. این مجموعه کمی کوتاهاتر از «مانگا»های معمولی است. در آنها تخیل نمی‌بینیم. «مانگا» بر هر چیزی پدیدار می‌شود، از غذاخوریهای خیابانی تا سوپرمارکت‌های بزرگ و حتی احزاب سیاسی در فرمی کمیک به میز محاکمه کشیده می‌شوند. گاهی واقعیت با افزودن مقداری حس تخیل دلپذیرتر به نظر می‌رسد. مردم قطعات تخیلی را تجسین می‌کنند. «شرکت سهامی ژاپن» (JAPAN INC) (۱۹۷۶) ساخته

شوتارو اویشی نوموری سابقه تجارت نظامی میان ژاپن و آمریکا را به طنز و کنایه بازگو می‌کند. این داستان فروشی بالغ بر یک میلیون نسخه را به دست آورد.

مردم رغبتی به خواندن کتاب یا مقالات اقتصادی از خود نشان نمی‌دهند، زیرا آنها خیلی پیچیده‌اند، اما خالقان کمیک معتقدند در کمیک می‌توان با حفظ خواننده به چنین موضوعی نزدیک شد. در این مورد، زندگی نامه‌های شخصی رشد قابل توجهی پیدا کردند



(BAREFOOT GEN) (۱۹۷۲-۳۷)

ساخته کی جی ناکازاوا گواه عینی گروهی از بازماندگان بمباران هسته ای هیروشیما و عواقب پس از آن است. در طول این داستان، خواننده با خانواده کی جی ناکازاوا آشنا و با سختیهای آنها همدل می‌شود. داستان حاوی فرهنگ ژاپنی در «مانگا» است که ناکازاوا از آن برای بیان داستانش بهره می‌گیرد. او بعداً این گونه توضیح می‌دهد: «من شخصیت اصلی را «GEN» نامیده‌ام (به معنی سرچشمه و منشا)، به امید اینکه سرچشمه‌ای برای نسل نوینی از انسان توانمند باشد. کسی می‌تواند باشد که قدرت گفتن «نه» به سلاحهای هسته‌ای را داشته باشد.

«پانزایی چارج» (۱۹۷۳) ساخته شیکرومیزوکی زندگی‌نامه دیگری را مطرح می‌کند و خودکشی تاکتیکی نیروی زمینی امپراطوری را در پایان جنگ جهانی دوم زیر سوال می‌برد.

این روند تا ۱۹۸۰ ادامه می‌یابد و وسعت می‌گیرد. کمیکهایی پر حرکت و زد و خورد با مد روز می‌شوند. این کمیکها منعکس کننده سیمای تکنولوژیکی ابرقدرتهایند. عنوان برتر از این دست همان «اکیرا» (Akira) (۱۹۸۶) ساخته کاتسوهیرواوتومو است. یک تریلر یوحنایی درباره گروهی موتورسوار که هوشمندانه موضوعات بانکی را با شیوه‌های باندهای قدیمی تبهکار توکیو درم می‌آمیزد. این کمیک توسط خود او و برای یک فیلم انیمیشن تنظیم شد. فیلمی که در ۱۹۸۸ موفقترین فیلم سال ژاپن معرفی شد. این کمیک به تعداد بیشماری تکثیر گردید.

کمیکهای ورزشی هم با رشد روزافزون کمیکهای قماربازی با به میدان گذاردن، کمیکهایی درباره مسابقات اسب سواری سرعت، پاجیمز (نوعی توپ بازی ژاپنی) و مخصوصاً majn - jongg بازی پرهیجان و پرهیاهویی که به قصد مبالغه هفگفت پول در اتاقهای تاریک و بود گرفته بازی می‌شود (خواننده ناخودآگاه با دنبال کردن داستان خود به یکی از بازیگران تبدیل می‌شود).

در اوایل دهه ۸۰، شاهد ظهور دو نوع کمیک نوین هستیم. اولی «مانگا»ی زنانه است. در گذشته، دختران تنها عامل پیش برنده یک داستان بودند و خالقان کمیک از آنها در این جهت به خوبی بهره می‌گرفتند. اما اکنون با عنوانهایی رویایی سوفسطایی موضوع اصلی داستان قرار می‌گیرند. اساس کار در دهه ۷۰ توسط اولین خالق کمیک زن پایه‌ریزی شد. ریوکوایکدا، سازنده کمیک «گل سرخ و ورسایلز (The Rose Of Versailles)» که روایتی است از زندگی افسانه‌ای ماری آنتوانت که میدل به یکی از پرفروشترین آثار خالقش شد. الهامی چند از درامهای بومی اروپایی و افراطی در عناوین که بیشتر آبکی بنظر می‌رسد.

پس از آن در دهه ۸۰، روند کمیکهای زنانه حول محور زندگی زن‌شویی زنان و یا قهرمانان ورزشی دور می‌زد. در اوایل دهه ۹۰، شناخته شده‌ترین خالق کمیک در این زمینه و یکی از ثروتمندترین زنان ژاپن، رومیکو تاکاهاشی است که به طنز لقب «پرنسس مانگا» را به خود اختصاص داده است.

در مجموع مانگا برای دست یازیدن به احترام فرهنگی علی‌رغم همه مشکلات در سالهای بین ۱۹۸۰

تا ۱۹۹۰ همچنان به راه خود ادامه داد. روش آن به صورت موضوعی واحد در همه دوره‌های دانشگاهی مورد تدریس قرار می‌گیرد. و میدل به عاملی جهت آموزش آکادمیک روزنامه نگاری می‌گردد. پوشیا سوئه‌دا، ادیب و سخنران دانشگاه سوکوبا، اهمیت آموزش آنها را اینگونه جمع‌بندی می‌کند: «مانگا حکمفرمایی نیروی فرهنگی مردم ژاپن پنجره‌ای است به سوی ملت ژاپن، آشکارسان بیمه‌ایشان و تمایلاتشان». به طور همزمان و بعضاً به عنوان نتیجه‌ای از این جایگاه ویژه کمیک، شمار خالقان «مانگا» رو به فزونی نهاد. آنها اکنون میدل به ستارگان سینمایی و قابل احترام شده‌اند. ستارگانی که برنامه‌های تلویزیونی آنها اکنون نیز در حال پخش شدن است. تعجبی ندارد که در ۱۹۸۹ شش تن از ۱۰ ثروتمندترین ژاپنیهایی از خالقین «مانگا» بوده‌اند. به این دلایل است که دهه ۹۰ را می‌توان زمان بیشترین فروش «مانگا» دانست. نیروی مخرب پا گرفته از دهه ۶۰ برای جمع کردن نیروی خود ادامه یافت. به طور سالیانه فروش کلی ۳۷۵۰ عنوان بالغ بر ۱/۹ میلیون برآورد می‌شود با افزودن تقریباً ۳۰ کمیک که به صورت خانگی به چاپ می‌رسد، یعنی ۲۵٪ کل این اشارات در طبقه بندی خواندن این کتابها، کمیکهای پسرانه محبوبترین در نوع خود هستند. در مرتبه بعد کمیکهای دخترانه، سپس مردانه و در نهایت زنانه قرار دارند.

علی‌رغم آنکه «مانگا» را شاخه‌ای از حرفه‌های سرگرم‌ساز دانسته‌اند، باید پذیرفت این حقیقت اجتناب‌ناپذیری از زندگی ژاپنی است. روز شهروندان با آنها مورد تاخت و تاز قرار می‌گیرد. مکان: سکوی ایستگاه راه آهن

زمان: صبح زود
شما در میان خیل عظیم مردمی که در حال خواندن «مانگا» هستند، احاطه شده‌اید. آنانی که به سرکار خود یا به رستوران برای صرف غذا می‌روند، هر وقت که مجالی دست دهد، مطالعه می‌کنند و اگر ناگهان نیمه‌های شب بیخوابی به سراغ آنها بیاید و هوس خواندن به سرشان بزند، در گوشه هر خیابان شهر فروشنده‌ای را می‌یابند و رفع نیاز می‌کنند. اوزاموتزوکا می‌گوید: «انسان هر طور که روز خود را آغاز کند، به این نتیجه می‌رسد که «مانگا» همچون هوا خواستنی است.»

