



گفت و گو با محمد حسین نیرومند، کاریکاتوریست و گرافیست طنز

به داد تولیدکننده‌های محتوا برسید!

محدثه مطهری

روزنامه نگار و طنزپرداز



متولد ۱۳۴۳ در مشهد است. هم مشاور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در امور هنری و سینمایی است، هم سرپرستی مرکز هنرهای تجسمی حوزه هنری را به عهده دارد. در بخش‌های مختلف صداوسیما مثل گروه جوان طرح و برنامه‌ی شبکه‌ی دو سیما و مرکز تولید انیمیشن سازمان صداوسیما (صبا) هم مدیر و مشاور است. تدریس دوره‌های زیبایی‌شناسی و سواد بصری در سینما هم در کارنامه‌ی خود دارد. کتاب‌های زیادی هم نوشته که از معروف‌ترینشان می‌توان به «دستورالعمل‌های فیل آبی برای ایده‌یابی» نام برد. از داوری رویدادهای بین‌المللی تا دبیری و عضویت در تحریریه‌ی نشریات داخلی و بین‌المللی کارتون و کاریکاتور هم در کارنامه‌ی کاری‌اش به چشم می‌خورد. از «محمد حسین نیرومند» صحبت می‌کنیم که مهم‌تر از همه‌ی این‌ها، کاریکاتوریست، کارتون‌نویس و گرافیست است؛ گرافیست طنزپرداز! «گرافیک طنز» هنری است که کمتر کسی در ایران آن را به صورت حرفه‌ای انجام می‌دهد. آنقدر کمتر که می‌توان گفت محمد حسین نیرومند بکه‌تاز این عرصه است، در آن سرآمد است، سبک خاص خود را دارد و آثارش در ایران و چه بسا فراتر از مرزهای این سرزمین نظیر ندارد. درباره این هنر با او گفت‌وگویی داشتیم که می‌توانید آن را در ادامه بخوانید.



و تکریر شد و به عنوان یک ابزار ارتباطی در تبلیغات و ارتباطات به کار گرفته شد، از همان موقع آثاری در حوزه‌ی گرافیک شکل گرفت که ویژگی‌های کمیک، کمدی و بعضاً طنزگونه داشتند. بنابراین تقریباً می‌توان گفت با تاریخ گرافیک حرفه‌ای همزمان است و فاصله‌ی چندانی ندارد. وقتی به خیلی از کارهای گرافیکی قدیمی نگاه کنید، مثلاً در پوسترها، نشانه‌ها و آرم‌ها، می‌بینید در این‌ها طنز وجود دارد و اتفاقی نیست که تازه رخ داده باشد.

+ در دنیا و ایران افراد دیگری که به صورت حرفه‌ای و تخصصی این کار را انجام بدهند، وجود دارند؟

در دنیا داشته‌ایم طراحان پوستر و هنرمندان گرافیستی که در آثارشان طنز وجود داشته. در ایران عموماً خیلی کم و نادر دیده‌ام که به صورت مداوم کار کنند. شما یک موقع پوستر طراحی می‌کنید و در آثارتان یک، دو یا سه مورد طنز هست، ولی یک موقع یک نفر طنز را به عنوان یک

چه شد که رفتید سراغ طراحی گرافیکی آغشته به طنز؟

حرفه‌ی اصلی من کاریکاتور است. یعنی من یک کارتون‌نویس هستم. سال‌هاست که در این زمینه کار می‌کنم. به دلیل اینکه تمایل داشتم آثارم یک مقداری به لحاظ تأثیرگذاری رشد کند، سراغ این ترکیب رفتم. بالاخره هر اثر هنری باید یک قالب داشته باشد که مخاطب را جذب کند. گرافیک از این جهت قوی است؛ به دلیل اینکه عناصرش محدود است و با رنگ و فرم‌های جذاب می‌تواند مخاطب را خیلی سریع به خود جذب کند. بنابراین به دنبال فضای ذهنی که من در این سال‌ها از کاریکاتور داشتم و استنباطم از هنر کارتون و اینکه این را چگونه می‌توان در پوسترها آورد، در نهایت به گرافیک طنز گرایش پیدا کردم و مدت‌هاست دارم تلاش می‌کنم تا در این کار تجربه کسب کنم. تفاوت گرافیک با کار من این است که من سعی می‌کنم ویژگی‌های کارتون را بیشتر در پوستر داشته باشم. از این جهت تلاش می‌کنم که یک اتفاق جدید یا یک سبک ایجاد کنم. اما می‌دانید که در کار هنر چنین چیزی خیلی خیلی دشوار است. خیلی باید تلاش کرد و کم و زیاد کرد تا به یک چیز جدید رسید. به هر حال الان من دارم تلاش می‌کنم.

فضای عرصه کارتون و کاریکاتور با فضای عرصه گرافیک، مخصوصاً وقتی عنصر طنز وارد گرافیک می‌شود، چه تفاوت‌هایی دارند؟

کاریکاتور در واقع یک داستان را در قالب فرم خاصی که دارد بیان می‌کند. اغراق در آن خیلی زیاد است و عمدتاً چون داستان دارد، کاراکترهای انسانی در آن خیلی حضور دارند. در حالی که در این گرافیک طنزی که من انجام می‌دهم، حضور این کاراکترها خیلی کم‌رنگ است. بیشتر فرم‌هایی که ظرفیت گرافیکی قوی‌ای دارند، در کارهای من حضور دارند. اما سعی می‌کنم عناصر را به گونه‌ای خاص در کارم قرار دهم. بگذارید یک توضیحی بدهم. به طو کلی طنز یک گونه‌ای از هنر مکتوب و تصویری است که یک موضوع اجتماعی-سیاسی را با مدد خنده به مخاطب منتقل می‌کند. یعنی ما وقتی می‌توانیم به یک اثر، طنزآمیز بگوییم که وجوه کمیک، به همراه یک مفهوم اجتماعی عمیق و مهم را در خود داشته باشد یا یک معضل اجتماعی را بیان کند. من هم تلاش دارم آن ساختاری که باعث خنده می‌شود را در آثارم ایجاد کنم و در عین حال مفاهیم اجتماعی، سیاسی و معضلات خاصی را بیان کنم.

طنز از چه زمانی وارد کارهای گرافیکی شد؟

طبیعتاً از زمانی که گرافیک حرفه‌ای، یعنی گرافیکی که با چاپ همراه

شیه‌ی کاری انتخاب می‌کند. اینکه کسی مداوم با این موضوع کار کند نه، در ایران حداقل من ندیده‌ام.

به نظرتان آثار گرافیکی وقتی با طنز آمیخته می‌شوند، اثرگذاری‌شان هم بیشتر می‌شود؟

من معتقدم چون قطعاً طنز مهم‌ترین ویژگی‌اش این است که لبخند بر لب مخاطب می‌نشاند و شگفتی برای مخاطب ایجاد می‌کند، طبیعتاً مخاطب ارتباط حسی بهتری با اثر پیدا می‌کند. یعنی مهم‌ترین ویژگی یک اثر کاریکاتوری یا گرافیک طنز این است که خیلی صمیمی است و شما را دعوت به لبخند می‌کند. حالا ممکن است که در آن لبخند یک مفهوم عمیق تلخی نهفته باشد ولی در واقع با لبخند حرفش را بیان می‌کند.

ایده‌ی کارهای گرافیکی چگونه به ذهن‌تان می‌رسند؟

من حقیقتش اگر خودستایی نباشد، مهم‌ترین کتاب ایده‌یابی را نوشته‌ام که خوشبختانه ظرف این ۸-۷ سال به چاپ دهم هم رسیده است. بنابراین سعی می‌کنم براساس آن تکنیک‌هایی که خودم در آن کتاب نوشته‌ام، ایده پیدا کنم. فرقی هم نمی‌کند؛ این تکنیک‌ها هم در حوزه‌ی کمیک و کارتون می‌تواند به کار بیاید و هم در حوزه‌ی گرافیک. این کتاب «دستورالعمل‌های فیل آبی برای ایده‌یابی» نام دارد که خوشبختانه کتاب مرجعی شده و خبر دارم که در دانشگاه‌ها توسط اساتید تدریس می‌شود و همین‌طور اطلاع دارم که در خارج از کشور هم مورد توجه واقع شده است.

تا حالا در رویدادها، نمایشگاه‌ها، فضاهای شهری و... از کارهایتان استفاده شده؟

قطعاً بوده ولی ما کار هنری انجام می‌دهیم و تولیدکننده‌ی اثر هنری

