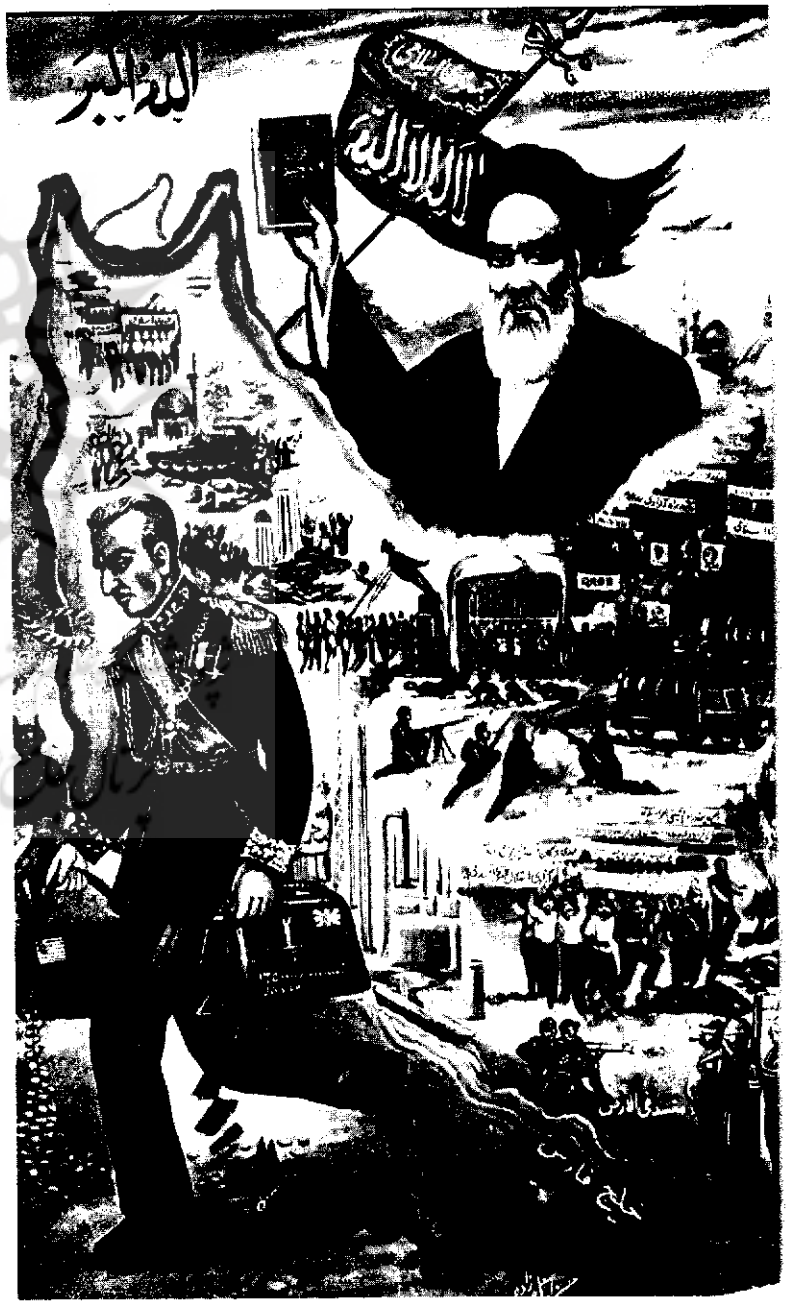
گنجینهٔ سرشار استعاره

نقش هنرهای گرافیکی در انقلاب ایران

نویسنده: پیتر چلکووسکی
مترجم: ع. ف. آشتیانی

اشاره: آنچه می‌خوانید نگاه غربیها به بخشی از هنر انقلاب را نشان می‌دهد. نگاهی که در نهایت در فهم منطق درونی واقعیتهای اجتماعی و هنری انقلاب ناکام و گرفتار بر کلیشه‌های رایج نظام رسانه‌ای ـ فکری غرب است. آیا از این سو تلاشی برای شناختن و شناساندن مبانی و آثار هنر انقلاب اسلامی آغاز خواهد شد؟



مقدمه: هرگاه بحث فرهنگهای تصویری و تجسمی مدرن، غنی و لایه‌لایهٔ جوامع غیر غربی در میان غربیان مطرح می‌شد بی‌آنکه در این قضیه اندیشه کنند، بی‌درنگ با این دیدگاه که آن فرهنگها مشتقات آمریکایی و اروپایی هستند، از دایرهٔ بحثها کنار گذاشته می‌شدند و این سنّتی بود دیرپا؛ اما به تازگی غربیان به‌طور جدّی بر آن شده‌اند ببینند هنرمندان خاورمیانه، چگونه میراث فرهنگی پیچیده و چندوجهی سرزمینهای خود را با ظرایف و لطایف عصر مدرن آشتی داده و همنوا ساخته‌اند. محصول فرهنگ تجسمی ایران در دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ برای انسان غربی یک نقطه شروع است تا از آن مبدأ با یک تیر دو نشان بزند: از یک سو نگاهی موشکافانه به هنر ایران مدرن بیندازد و از دیگر سو به بررسی قضایای اجتماعی مبتلا به زمان حاضر، مانند اسلام سیاسی بپردازد. کشوری که مظهر مدرنیزاسیون جهان‌گرایانه بود، چگونه دستخوش انقلابی گردید که پیامش را در تصویرپردازیهای محدود به سرزمین خود غرقه می‌ساخت و رجعتی آرمانگرایانه به گذشته را طلب می‌کرد؟ هنرهای تجسمی و تصویری از منظری بر وجود خلاقیّت دلالت می‌کنند و از منظر دیگر سند تاریخی خیزشها و بحرانها هستند و بینشی عمیق و بی‌نظیر به انسان می‌بخشند.

پوسترهای انقلابی ایران، معرّف فرهنگ تجسمی مدرن این کشور است. فرمهای کوبنده و رنگهای تند مانند سرخ (نماد جنبشهای آزادی‌بخش مارکسیستی) یا سبز، سیاه و سفید (که در اسلام اهمیت دارند) با هم ترکیب شده و خطوط زیبا یا خطاطی نیز همچون آرایه‌ای بر آنها نشسته‌اند. این محصولات را در روزهای پرالتهاب ایران می‌شد، در جای‌جای شهرهای این کشور دید. در و دیوار شهرهای ایران پوشیده بود از پوستر و شعارهای دیواری. مخالفان رژیم پهلوی، برای تخریب وجهه و ارزش مجسمه‌هایی که برای به رخ کشیدن اقتدار و عظمت آن رژیم در برابر انظار و حضور مردم بنا شده بودند، روی آنها را با پوستر و شعار می‌پوشاندند. هنرمندان حرفه‌ای و آماتور، در کارگاههای موقتی، گویی یک شَبه، پوسترهای انقلابی را طراحی می‌کردند. هرگاه عوامل رژیم پهلوی، آن پوسترها را پاره کرده یا روی شعارهای دیواری را با رنگ می‌پوشاندند، بلافاصله پوسترهای جدیدی عَلَم می‌شدند. خط، فنّ بیان و سیاست در اشارات تلمیح‌گونه به قرآن یا شعر کلاسیک ایران، روی پوسترها جان گرفته و با هم ممزوج می‌شدند. تا ایدئولوژیهای انتزاعی به آحاد مردم ایران فهمانده شود.

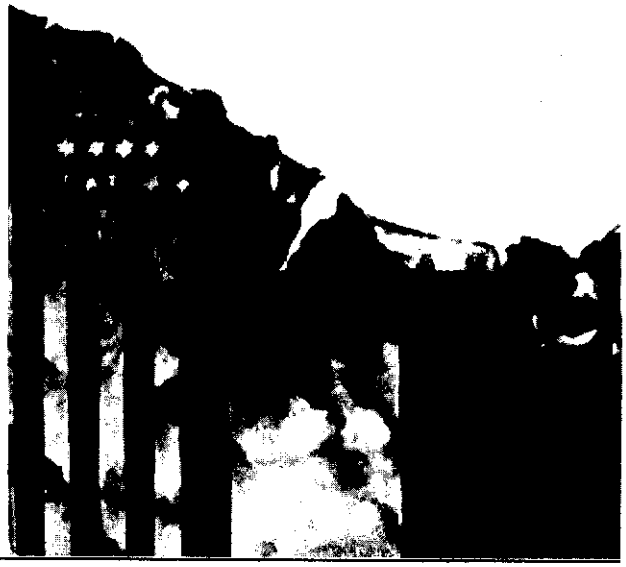
در دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، نقاشان و تندیسگران ایرانی با رجوع به میراث ملی خود به‌ویژه نظم فارسی، هنر فولکلور شیعی و مضامین سنتی اسلامی از این سرچشمه‌های الهام‌بخش سیراب می‌شدند. آنان کهنه و نو را به هم پیوند می‌دادند، عناصر مقدس و غیر مقدس را می‌آمیختند و بدین طریقه پتانسیل تصویری خط و خطاطی را ـ که نقش و کارکرد کلام و تصویر را هم‌زمان داراست ـ برای دستیابی به اندیشه‌های انتزاعیِ تأثیرگذار و قدرتمند به خدمت می‌گرفتند. برخی از هنرمندانِ پوسترساز، حتی المانهایی را از عکسهایِ چاپ‌شده در روزنامه‌های محلّی اقتباس کرده، بازیابی می‌کردند. بدین ترتیب، هنر، رپرتاژ، شعر و سیاست در آن زمان توانسته بودند شبکهٔ درهم‌تنیده‌ای از معانی را در فرهنگ تجسمی ایران پدید آورند.

□□□

رشد هنرهای گرافیکی ایران در دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به موازات روند مدرنیزاسیون پیش می‌رفت و از این روند اثر می‌پذیرفت. صنعتی شدن ایران و حضور روزافزون و چشم‌گیر در صحنهٔ جهانی، خود به گستردن بستری منجر شد تا تصاویر گرافیکی در اعلان و بیان آرمانهای سیاسی، فرهنگی و تجاری کشور نقشی بسیار مهم و اساسی ایفا کنند. اما به‌رغم گامهای جدّی به سوی مدرنیته و این امر که عده‌ای از هنرمندان مطرح ایران در آکادمیها و آتلیه‌های غربی تربیت شده بودند، این باورهای مردمی و مناسک و شعائر اسلام شیعی بود که گنجینهٔ سرشاری از استعارات و انگاره‌ها برای هنرهای گرافیکی فراهم می‌ساخت.

در بحبوحهٔ انقلاب اسلامی سال ۱۹۷۹ آمار بی‌سوادی در ایران، رقم بالایی را نشان می‌داد. اما بیشتر ایرانیان با انگاره‌ها و استعارات ذهنی و تصویری

فراوانی که قدمتی چند صدساله داشتند، دمساز و آشنا بودند.
آن شعائر و انگاره‌ها به دست انقلاب ایران احیا و متحول شده و در بستر سیاسی به جریان افتادند. جمهوری اسلامی ایران تا اوایل دهۀ ۱۹۸۰، نشانه‌شناسیِ مورد استفاده در بازنمایی خود را به‌طور کامل در اختیار داشت و این مثال روشنی است از نحوۀ استخدام نمادهای قابل فهم جمعی ـ دیوارنگاره‌ها، شعارهای دیواری، تمبر، اسکناس، و تصاویر کتابهای درسی ابتدایی ـ برای تهییج و تجهیز یک ملت. حتی در یک جامعۀ کاملاً باسواد نیز اقتضا می‌کند، اقلام تبلیغاتی ـ سیاسی و ایدئولوژیکی از حداقل کلام و حداکثر تأثیر استعارات تصویریِ نافذ و مؤثر استفاده کنند. در انتقال مفید و مؤثر پیامهای سیاسی و مذهبی فراگیر به خیل عظیم مردم لازم است، دستگاه نشانه‌شناختی بی‌نهایت ساده اما پیشرفته، به خدمت گرفته شود. تشکیلات دولتی یا غیر دولتی هر زمان که اراده کنند می‌توانند استعاره یا انگاره‌ای تصویری را از طریق رسانه‌های مختلف به همگان منتقل سازند. مثلاً نقش یا طرح چاپ‌شده روی یک پوستر را می‌توان در ابعاد یک تمبر، کارت پستال، اسکناس و کتاب درسی، کوچک کرد یا به بزرگیِ یک تابلوی عظیم تبلیغاتی یا دیوارنگاره درآورد.
مضامین شیعی در دهۀ ۱۹۶۰، نمود برجسته‌ای در نقاشیهای روایتی ایران موسوم به «پرده» یافتند. تاریخ این ژانر که بازگوکنندۀ مضامین و حکایات مذهبی یا غیر مذهبی است، به عصر صفوی می‌رسد. این نوع نقاشی را گاهی اوقات «شمایل» می‌گفتند و روایت داستانی یا مؤلفۀ نمایشی آن به «شمایل‌خوانی» و یا «شمایل‌گردانی» مشهور بود. اساس این سنت بر خلق نقاشیهای عریضِ رنگ روغن، روی پرده‌هایی به ابعاد ۵×۱۲ فوت استوار است. پرده‌ها و نمایشهای مذهبی بیش از هر چیز روایتگر تراژدی کربلا هستند. جریان واقعۀ کربلا را با جزئیات کامل روی بوم می‌کشیدند. شخصیت اوّل این تراژدی را در هیئتهای متعدد و موقعیتهای گوناگون نمایش می‌دادند تا بدین‌گونه، داستانی که روی پرده نقاشی شده، حرکتی پویا را به بیننده و شنونده القا کند. نقّال، پرده بزرگی را روی دیوار، آویزان می‌کرد یا بین دو میله یا دو ستون می‌گستراند و برای جمعیت مشتاق گرداگردش، داستان را بازی‌گونه نقل می‌کرد.
«پرده» در ایران به «نقاشی قهوه‌خانه‌ای» نیز شهرت یافته، زیرا قهوه‌خانه‌های ایرانی، نقشی همانند آتلیۀ هنرمندان بازی می‌کردند که بسیار شبیه بود به کافه‌هایی که نویسندگان فرانسوی، غالباً در آنجا به خلق اثر و رفت‌وآمد می‌پرداختند. به‌رغم درگذشت محمد مدّبر و حسین قوللرآغاسی (دو استاد بزرگ ژانر نقاشی قهوه‌خانه‌ای) حدود یک دهه قبل از انقلاب، تأثیر «پرده» بر هنر انقلابی، در نقش کارت پستالی که از روی پوستری کشیده شده توسط حسن اسماعیل‌زاده با موضوع سقوط محمدرضا شاه پهلوی، چاپ شده به‌وضوح قابل مشاهده است.
شرح کلیّت وقایع انقلاب در این پوستر روی نقشۀ ایران پیاده شده. اثر اسماعیل‌زاده نقاشیهای قهوه‌خانه‌ای و صحنه‌های وقایع بزرگ آنها را در ذهن انسان تداعی می‌کند. نقش اوّل داستان این پرده را آیت‌الله خمینی پیروز ـ به جای امام حسین (ع) ـ که شاه مخلوع ـ دشمن بی‌اسب ـ را از کشور بیرون رانده ایفا می‌کند. برج ایفل در پشت اوست و این اشاره‌ای است به چند ماه تبعید ایشان در پاریس. قرآن را با دست راستش بلند کرده در زمینه‌اش پرچم سبزرنگ موّاجی است که رویش کلمۀ «جمهوری اسلامی» و «لااله‌الاالله» می‌درخشد و این پیام را می‌دهد که انقلاب ایران یک انقلاب اسلامی بود. شاه در کسوت شاهانه می‌گریزد درحالی‌که سگی سیاه و شیطانی سرخ به‌دنبالش روانند و طنابِ داری نزدیک او آویزان شده. در هر دو دستش چمدانهایی منقوش به پرچمهای آمریکا و انگلیس گرفته و از درز آنها سکه‌های طلا و اسکناس، کنار پایش می‌ریزد. برخلاف نقاشیهای «پرده‌ای» که حکایت از چپ به راست شرح داده می‌شود، داستانِ این پوستر انقلابی از راست به چپ جریان می‌یابد.
«الف. رضوی» از پوسترسازانی است که به سفارش کانون فرهنگی شمیران، پوستری را طراحی کرد. استمداد او از سنت نقاشیهای قهوه‌خانه‌ای در پوسترش که از روی آن کارت پستالی منتشر شد به خوبی قابل درک است. پیام این اثر، اعلام تشکیل جمهوری اسلامی ایران، در بیست و دوم بهمن ماه است. سر آیت‌الله خمینی بالای جمعیتی قرار داشته و ناظر



محصول فرهنگ تجسمی ایران در دهۀ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ برای انسان غربی یک نقطه شروع است تا از آن مبدأ با یک تیر دو نشان بزند: از یک سو نگاهی موشکافانه به هنر ایران مدرن بیندازد و از دیگر سو به بررسی قضایای اجتماعی مبتلا به زمان حاضر، مانند اسلام سیاسی بپردازد.

در دهۀ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، نقاشان و تندیسگران ایرانی با رجوع به میراث ملی خود به‌ویژه نظم فارسی، هنر فولکلور شیعی و مضامین سنتی اسلامی از این سرچشمه‌های الهام‌بخش سیراب می‌شدند.

این باورهای مردمی و مناسک و شعائر اسلام شیعی بود که گنجینۀ پرشاری از استعارات و انگاره‌ها برای هنرهای گرافیکی فراهم می‌ساخت.

آنهاست. پرده‌ای که نشانه‌های پرچم آمریکا را بر خود دارد، پاره شده و جمعیت از آن‌سو به این‌سو روان است. پرچمی با عبارات «استقلال، آزادی، جمهوی اسلامی» به‌دست یک انقلابیِ به خون نشسته است که آن را در زمین نصب می‌کند.
وقایع سیاسی، تغذیه‌کنندۀ هنرهای گرافیکی انقلاب بوده‌اند. روابط ایران و آمریکا به‌دنبال سفر شاه به این کشور برای درمان سرطان، رو به تیرگی گذاشت و بحران گروگانگیری به قطع روابط انجامید. بلافاصله احساسات ضد آمریکایی، در طرحهای گرافیکی تبلور یافتند، حتی روی تمبرها. یک تمبر ۲۸ ریالی ایرانی از آن دوران، تصویر گروگانگیران را که از درهای اصلی سفارت آمریکا بالا می‌روند، نقش کرده است. یک گروگان که چشمانش را با تکه‌ای از پرچم آمریکا بسته‌اند، روی متن بزرگ‌تری از پرچم آتش‌گرفتۀ آمریکا ایستاده است. شعار «تسخیر لانۀ جاسوسی آمریکا» به زبان فارسی و انگلیسی روی تمبر، خودنمایی می‌کند.
تمبری ۴۰ ریالی به عملیات ناموفق آمریکا برای نجات گروگانها اختصاص دارد. بالگردهای آمریکایی به دستور جیمی کارتر، رئیس‌جمهور وقت آمریکا، از باند ناو هواپیمابری در دریای عرب به پرواز درآمده تا در یک پایگاه موقت، در دل صحرای ایران برای سوختگیری فرود بیایند. طوفان وحشتناکی از شن به راه می‌افتد و سه بالگرد از هشت فروند بالگرد موجود از کار می‌افتند. در این گیرودار، یک بالگرد با هواپیمای سوخت‌رسان تصادم کرد که بر اثر آن، چندین نظامی آمریکایی کشته شدند. تمبر یادبود

هیچ عنصر و مضمون دیگری بهتر از داستان ابرهه، برای اشاره به شکست عملیات نجات گروگانهای آمریکایی نمی‌توانست استمداد شود. این تمبر که به تمامی کشورهای دنیا فرستاده شد، پیام قابل فهمی داشت، اما فقط مسلمانان، تلمیح قرآنی‌اش را درک می‌کردند.

تشکیلات دولتی یا غیر دولتی هر زمان که اراده کنند می‌توانند استعاره یا انگاره‌ای تصویری را از طریق رسانه‌های مختلف به همگان منتقل سازند. مثلاً نقش یا طرح چاپ‌شده روی یک پوستر را می‌توان در ابعاد یک تمبر، کارت پستال، اسکناس و کتاب درسی، کوچک کرد یا به بزرگیِ یک تابلوی عظیم تبلیغاتی یا دیوارنگاره در آورد.

این رویداد، جسد سوخته یک سرباز آمریکایی و هواپیمای متلاشی‌شده را نشان می‌دهد. بالای تمبر اولین آیه سورهٔ «فیل» که نابودی سپاه ابرهه توسط پرندگانی به نام ابابیل را روایت می‌کند درج شده؛ مسلمانان با این داستان آشنا هستند. هیچ عنصر و مضمون دیگری بهتر از داستان ابرهه، برای اشاره به شکست عملیات نجات گروگانهای آمریکایی نمی‌توانست استمداد شود. این تمبر که به تمامی کشورهای دنیا فرستاده شد، پیام قابل فهمی داشت، اما فقط مسلمانان، تلمیح قرآنی‌اش را درک می‌کردند. با گریختن شاه از ایران در ژانویهٔ ۱۹۷۹، هنر ایران یک دورهٔ استثنایی شکوفایی، که حدود یک سال و نیم دوام آورد را تجربه کرد. هنرمندانی به نمایندگی طیفهای سیاسی گوناگون از ملی‌گرایان گرفته تا کمونیستها به تقلید از سنتهای متفاوت، از جمله سنت دانشکدهٔ هنرهای زیبای اروپا، سبک کلاسیک ایرانی، و رئالیسم سوسیالیستی روسی به خلق آثار هنری مخصوص به خود مشغول شدند.

نمونه‌ای از ژانر سوسیالیستی واقع‌گرای این دوره، کارت پستال پوستری برای گرامیداشت یازدهم اردیبهشت، روز جهانی کارگر، است. نمای درشت دو دست قوی که چکش آهنگری و آچاری را گرفته‌اند و از میانشان گل روییده است بر صفحه این پوستر نقش بسته است. عجیب است که حزب جمهوری اسلامی، حزب سیاسی روحانیون محافظه‌کار، سفارش‌دهنده پوستری بوده است که القاگر پیام چپ‌گرایانهٔ صریحی است(!!!).

ماه‌عسل گروههای مترقی سیاسی و مذهبیون بنیادگرا بسیار کوتاه بود و ایدئولوگهای اسلامی به سرعت، نهضت تبلیغاتی تمام‌عیاری، برای مصادرهٔ انقلاب به نفع خود به راه انداختند(!!).

آنها لشکری از هنرمندان را که می‌کوشیدند از طریق هنرهای گرافیکی، مردم را بسیج کرده، رقبا و مخالفان بالقوه را از میدان به در کنند، سازمان دادند. هنرمندان بعد از انقلاب نیز مانند قبل از انقلاب از عناصر مدرنیستی و عناصر سنتی اسلامی و شیعی، استمداد می‌کردند. اولین مجموعه پوسترهای سیلک اسکرین با رنگهای روشن که توسط سازمان تازه‌تأسیس حوزهٔ هنری سازمان تبلیغات اسلامی، سفارش شده بود، مصادیق حیرت‌انگیزی را ارایه می‌دهد. احمد آقا قلی‌زاده و صدیقه وثوقی، دو هنرمندی بودند که از پرتره‌های شاه و شهبانو، به قلم اندی وارهول الگوبرداری می‌کردند. آثار اندی وارهول روی دیوار کاخها و موزه هنرهای معاصر تهران، نصب شده بودند. این هنرمندان گرافیست ایرانی به تأسی از اندی وارهول، اساس پرتره‌های خویش را بر عکسهای به‌شدت ساده‌شدهٔ سوژه‌هایی می‌گذاشتند که در پیش‌زمینهٔ آبسترهٔ نقاط درشت‌نمایی‌شدهٔ یک سایه‌زنی نقطه‌چینی قرار داشتند.

با تهاجم عراق به ایران در پاییز سال ۱۹۸۰، هنرهای گرافیکی ایران با چالش تازهٔ متحدسازی ملت برای دفاع از کشور و بیرون راندن متجاوز روبه‌رو شد. هنرهای گرافیکی در عصر پهلوی، در راستای فروش کالا و خدمات معنا می‌یافتند. هنرمندان گرافیکی ایران با تکیه بر فنون آموخته‌شده در دوران انقلاب می‌کوشید ملت را بسیج و آنان را به ورود به صحنهٔ عمل ترغیب کنند. در تاریخ تبلیغات دوره‌ای را مانند ۸۸ -۱۹۸۰ در ایران سراغ نداریم که هنرهای گرافیکی به شیوه‌ای سازمان‌یافته و سیستماتیک، نقشی بس مهم ایفا کرده باشند. لشکر عظیم هنرمندان به شکل سازمان‌یافته در کارگاههای شهرها، روستاها و حتی سنگرها، بی‌وقفه تلاش می‌کردند آثاری بیافرینند که سربازان و غیر نظامیان را همپای هم به میدان آورده، احساساتشان را آکنده از شور و هیجان کنند. دیوارهای بلند ساختمانهای سنتی ایران در آن سالها، زمینه‌ای مساعد برای هنرمندان بود تا تبحر خویش در تصویرآفرینی را متبلور سازند، و در مقطعی به نظر می‌آمد، محض خالی نبودن عریضه، حتی یک دیوار هم از قلم‌موی نقاشان، یا نصب پوستر و یا لغزش دست شعارنویسان در امان نمانده است.

صدام یکی از سوژه‌های دائمی و دم‌دستی زمان جنگ بود که هنرمندان ایرانی، از او چهره و خصلتی اهریمنی می‌کشیدند. در تصویری که از تبلیغات متفقین در جنگ جهانی دوّم الگوبرداری شده، چهره رهبر عراق را که با چهرهٔ هیتلر جوش خورده و به روشنی قصد جنایتکار خواندن صدام را دارد، مشاهده می‌کنیم. ایران در جنگ جهانی دوّم روابط نزدیکی با آلمان برقرار کرد. دستگاه تبلیغات متفقین در تلاش برای متقاعد ساختن ایرانیان که هیتلر و هم‌پیمانانش شرور هستند از شخصیتها و قهرمانان شاهنامه استمداد کردند. مثلاً، در یک اثر تبلیغاتی که به سَبک مینیاتور کهن ایرانی نقاشی شده، ضحاک ـ عنصر شرور حماسه ـ به هیئت و صورت هیتلر است و دو مار روی دوشهایش به شکل سَرهای موسولینی و هیدکی توجو (امپراطور وقت ژاپن) هستند.

از روی کادر میانی یک دیوارنگارهٔ بسیار بزرگ در شهر گرگان که پیامش تکریم ایثار و از خودگذشتگی است و مجاهدتهای مردم در طول هشت سال دفاع مقدس را بیان می‌کند، کارت پستالی منتشر شد. هدف از کاربرد دیوارنگاره‌ها، پوسترها و سایر هنرهای تصویری، حفظ آمادگی نظامی و القای روحیه مثبت بود. نوجوانان با الهام و انگیزه‌ای که از چنین تبلیغاتی می‌گرفتند به صف بزرگسالان پیوسته و همپای آنها در قالب نیروهای بسیجی به جبهه‌ها می‌رفتند.

هرچند زنان ایرانی، در رزم خونین علیه متجاوزان عراقی شرکت نداشتند

اما در برخی از تبلیغات گرافیکی تصویر زنان رزمنده‌ای را که اسلحه بر دوش دارند می‌بینیم. مثلاً، در یک تمبر ده ریالی که به مناسبت روز زن ـ روز تولد حضرت فاطمه زهرا(س) ـ منتشر شده، ارائهٔ تصویری پویا و بانشاط از زن رزمنده را شاهدیم. در این تصویر زنی زهراگونه با مقنعه‌ای سرخ بر سر بر فراز جمعیتی از زنان چادری ایستاده است. دستش را با انگشتان بازی که شبیه رأس مناره است برای شعار بالا گرفته، خواهرانش را به عمل تشویق می‌کند. پنج انگشتش نماد پنج شخصیت مقدس شیعیان است. پرچمهای سبزرنگ مواجی، بالای جمعیت در اهتزاز است و روی یکی از آنها کلمهٔ «یا زهرا» نقش بسته است. حرکت دراماتیک تظاهرات توسط این عنصر تقویت می‌شود. نقش ساده‌ای از سر یک زن چادری و اسلحه بر دوش را روی تمبر بیست ریالی می‌بینیم. چهره‌اش در احاطه سیاهی چادر است و در وسط، طرح یک چشم همانند مردمک نشسته است تا تداعی‌گر تصویر او در «نگاه بیننده» باشد.

در میان تمام رسانه‌های تبلیغاتی، نباید از نقش پول غافل شد چرا که قدرتمندترین رسانهٔ ممکن است. مردم صرف نظر از جنسیت، سن، یا طبقه اجتماعی به این واسطهٔ مبادله و رسانهٔ تبلیغی نیازمندند. میلیونها نفر شب و روز در داخل و خارج، پول را دادوستد می‌کنند و برای کنترل ارزش و صحت اعتبارش در آن دقت می‌کنند. طراحان گرافیک و گراورسازان جمهوری اسلامی ایران، پیامشان را با تصاویر واضح، آشنا و قابل فهم منتقل می‌کنند.

روی یک اسکناس ده هزار ریالی نمایی است از یک تظاهرات مذهبی بی‌انتها که به تظاهرات سیاسی تبدیل شده. تظاهرکنندگان از همهٔ اقشار جامعه ـ به رهبری یک روحانی ـ تصاویر آیت‌الله خمینی و پلاکاردهایی مبنی بر اعلام وفاداری به او را حمل می‌کنند. آنان در یکی از راه‌پیمایی‌های هفتگی سراسری در حمایت از جنگ با عراق به سوی انوار گرم خورشید که نماد پیروزی نهایی است می‌روند.

کمتر از یک سال پس از «جنگ ویرانگر تحمیلی»، آیت‌الله خمینی درگذشت. کارت پستالی از روی یک نقاشی به سبک مینیاتور کلاسیک ایرانی که روایت زندگی تا مرگ امام بود، تهیه و منتشر شد. در قسمتی از آن، پرچمهایی به سه رنگ پرچم ایران در دست اوست: رنگ سبز نماد بهشت و خاندان پیامبر اسلام است؛ رنگ سفید به معنای کفن و شهادت است؛ و سرخ به معنای خون و قربانی است. در این نقاشی که تولید حوزهٔ

در سال ۱۹۹۰، کرباسچی، شهردار سابق تهران، دستور پاکسازی تمام دیوارها را صادر کرد؛ سایر شهرهای کوچک و بزرگ از این رویه پیروی کردند. فصل سابق بسته شد. هنرمندان گرافیک ایران در حال حاضر مسیرهای دیگری را می‌آزمایند

هنری سازمان تبلیغات اسلامی است، آیت‌الله به زنان، خواهران، مادران، دختران و پسران کوچک شهدای جنگ تحمیلی دلداری می‌دهد. در میانهٔ تصویر، او میزبان چهار نماینده از قومیتهای ایران است. میهمانان روی قالی آبی‌رنگ مُزیّن به نقش سیمرغ، نماد گذشتهٔ اسطوره‌ای و مقام عرفانی ایران، نشسته‌اند. در گوشه بالا سمت راست، آیت‌الله دست از دنیا شسته، به سرای باقی می‌رود و عبایش را بر جای نهاده است. گذشته و حال به هم آمیخته‌اند.

با پایان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران و ارتحال آیت‌الله خمینی، تا حال تولید تبلیغاتی هنر به‌شدّت کاهش یافته است. روی دیوارهای ایران، دیوارنگاره‌ها و پوسترهای زمان جنگ رنگ می‌بازند. در سال ۱۹۹۰، کرباسچی، شهردار سابق تهران، دستور پاکسازی تمام دیوارها را صادر کرد؛ سایر شهرهای کوچک و بزرگ از این رویه پیروی کردند. فصل سابق بسته شد. هنرمندان گرافیک ایران در حال حاضر مسیرهای دیگری را می‌آزمایند. باید صبر کنیم و بعد در مورد نتیجه‌اش به قضاوت بنشینیم.