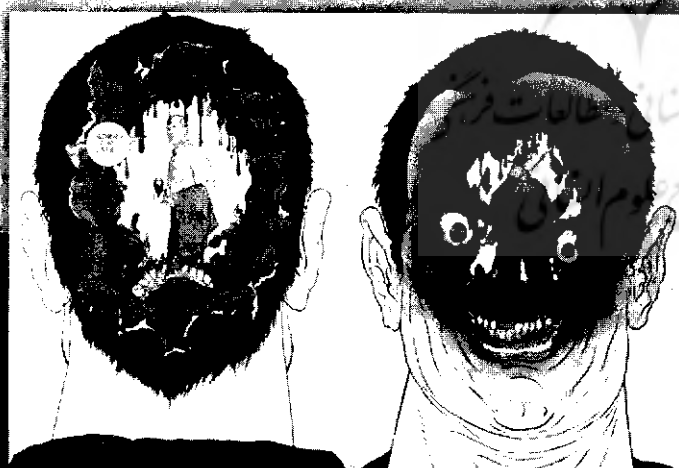


کامیک‌های جریان اصلی جدید

راجر سایین

ترجمه‌ی لیلا نصیری‌ها



اواخر دهه‌ی هفتاد و هشتاد میلادی تغییرات عظیمی در نحوه‌ی بازاریابی، طراحی و همچنین تلفی مرسوم از کامیک‌ها پدید آمد. فروش این کامیک‌ها به روش قدیمی در روزنامه‌فروشی‌ها با کاهش چشمگیری مواجه شد، اما در همان زمان، شبکه‌ی تخصصی‌تری از فروشگاه‌های «هوادران» (که فقط کامیک می‌فروختند) شروع به کار کرد. این شرایط ناگزیر ناشران را متوجه رشد کامیک و آینده‌ی آن کرد و تا اواسط دهه‌ی نودبیش از نود درصد کامیک‌ها از همین مجرا فروخته می‌شد. در مدت زمانی کوتاه، بازاری که زمانی به طرفداران کامیک اختصاص داشت از نمایندگی فروش موازی و با اهمیت تجاری کم‌تر، به جریان اصلی فروش این آثار تبدیل شد.

این دگرگونی با گروه کوچکی از طرفداران پروپا قرص و متعصب کامیک‌های عنوان مارول و دی‌سی کامیکس در دهه‌ی شصت آغاز شد. مارول نسبت به آن دیگری اهمیت بیش‌تری داشت و برای همین هم بود که کامیک‌هایش را جوری طراحی می‌کردند تا هوادران، آن‌ها را جمع و مجموعه کنند. طرفداران شماره‌های دلخواه‌شان را جمع می‌کردند و پی‌گیر آثار هنرمندان مورد علاقه‌شان بودند، کارهای استیو دیتکو، جیم استرانکو، نیل آدامز و البته جک «کینگ» کربی بیش‌تر باز دیگران مورد توجه بودند. با بالا رفتن سن این هوادران، چندتایی از آن‌ها، که علاقه‌مندتر و متعهدتر بودند، شروع به نامه‌نگاری با یکدیگر کردند تا به هم پیوندند و قوانین بازاریابی و فروش و قرارداد‌های کامیک را به شکل منطقی و قانونمند سر و سامان دهند و مجله‌ی خودشان یعنی مجله‌ی طرفداران کامیک را منتشر کنند. این شروع کار جدی طرفداران کامیک بود که در روزهای آغازین خود تا حد زیادی مدیون قوانین تثبیت‌شده‌ی دنیای علاقه‌مندان داستان‌های علمی‌تخیلی بود. در واقع، به خاطر زمینه‌ی مشترک علاقه به فانتزی و تخیل، هر دوی این خرده‌فرهنگ‌ها مرتبط با هم باقی ماندند.

فروشگاه‌ها قدم طبیعی بعدی بودند. قلمرو طرفداران در ایالات متحد و انگلستان اواسط دهه‌ی شصت به سرعت رشد کرد و در کنار روزنامه‌فروشی‌ها، فروشگاه‌های طرفداران نیز به بازاری بالقوه برای فروش کامیک تبدیل شد. اولین فروشگاه‌های طرفداران کامیک اواخر دهه پدیدار شدند، که براساس آن نامه‌نگاری‌ها شکل گرفته بودند و در کنار کامیک، ادبیات

علمی‌تخیلی نیز می‌فروختند. رشد فروشگاه‌ها چندان زیاد نبود یعنی به تعداد فروشگاه‌ها کم‌تر اضافه می‌شد، اما در دهه‌ی هفتاد منظم‌تر و ثابت‌تر و ناگهان در دهه‌ی هشتاد گل کرد و شکوفا شد؛ طوری که در پایان دهه، تقریباً حدود ۴۰۰ فروشگاه در انگلستان و ۴۰۰ فروشگاه در آمریکا وجود داشت که به عبارت دیگر برای ادامه‌ی حیات «شبکه» و دست یافتن کامیک به مقام یک خرده‌فرهنگ قابل رشد و ماندنی کافی به نظر می‌رسید.

به نظر می‌رسید این خرده‌فرهنگ تا حدودی با سواص نیز همراه بود (به هر صورت، لغت «هوادر» (fan) ریشه در واژه‌ی «متعصب» (fanatic) دارد.) فروشگاه‌ها دسته‌دسته کامیک‌های ابرقهرمان‌ها را می‌فروختند، که از نظر کسی که از بیرون به قضیه نگاه می‌کرد یک‌سری جملات بی‌معنی و تکراری بود، اما از نظر طرفدارانش کاملاً مهیج و خواندنی بود. در عین حال مشتری‌های پر و پا قرص این کامیک‌ها را پسرانی تشکیل می‌دادند که بین ۱۲ تا ۲۵ سال سن داشتند. زنان قطعاً در این میان جایی نداشتند؛ کامیک‌ها و فانتزی آن‌ها به مردان عضله‌ای و جاهل مآب تعلق داشت و به لحاظ تجاری نیز برای ناشران انگیزه بسیار کمی وجود داشت که به موضوع دیگری فکر کنند.

طرفدارها اغلب به نوعی دلال هم بودند و این مسأله ناگزیر به حال و هوای این «آدم‌های عجیب و غریب» اضافه می‌شد. درست کردن مجموعه یکی از نکته‌های اصلی این نوع سرگرمی بود، اما طرفدارهایی که روزبه‌روز به تعدادشان اضافه می‌شد فقط به این دلیل کامیک‌ها می‌خریدند تا آن‌ها را بتوانند در آینده با سود بیش‌تری بفروشند. بنابراین، به این شکل بود که «راهنمای قیمت» کامیک به بازار آمد و برای این‌که کامیک‌ها تمیز بمانند پلاستیک‌هایی تعبیه کردند تا آن‌ها را درون این پلاستیک‌ها به بازار عرضه کنند. (به این شکل، اولین شماره‌ها ارزش ویژه‌ای پیدا می‌کرد و دیگر به شماره‌های بعدی چندان توجهی نمی‌شد.) جالب این‌جاست که ظاهراً آن‌چه دلالتان توجهی به آن نمی‌کردند توجه به این تناقض بود؛ اگر افرادی بودند که همین کامیک‌ها را مجموعه می‌کردند، دیگر کمیاب به حساب نمی‌آمدند.

قابل شدن نقش منفی برای طرفدارها البته کار ساده‌ای است، درحقیقت کار بسیار ساده‌ای است. البته این نکته را باید در ذهن مان داشته باشیم که این طرفدارها بالقوه نقش یک قدرت خلاقه را داشتند. حضور آن‌ها به مثابه‌ی فرصتی برای شکل دادن

نشر مجبور شد از این مقوله پیروی کند. به این شکل، فروشگاه‌ها به یکی از مهم‌ترین مراکز فعالیت کامیک‌ها تبدیل شدند و با حضور اکثریت کمپانی‌های پیشرو، آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها، شروع به تولید عناوینی کردند که تنها از طریق این بازار به فروش می‌رفت.

با وجود این رقابت جدید، کمپانی مارول اولین رکورد را از آن خود کرد. این کمپانی اثری را چاپ کرد که در واقع به یکی از محبوب‌ترین کامیک‌ها تبدیل شد و در واقع شکل جدیدی از مردان ایکس (x-men) بود. سمت و سوی جدید در شکل و شمایل این کامیک در ۱۹۷۵ به اجرا درآمد، پیش از آن‌که شبکه‌ی فروشگاه‌ها کاملاً شکل بگیرد. اما در دهه‌ی هشتاد این طرفدارها بودند که برتری بازار خود را تضمین کردند. این شکل و شمایل جدید شامل جهش‌یافته‌های جدیدی در فهرست شخصیت‌های x بود، مثل «الورین»، «کرم خاکی»، «توفان» و سه جانشین دیگری که جای پنج تا از شخصیت‌های قبلی را گرفته بودند (آنجل، آیس‌من و مارول گول). این تیم جدید هواخواهان تازه‌نفسی را جمع کرد و شور و حالی را به فرمول قدیمی اضافه کرد: والورین به خصوص نزد همه محبوب شد، یک شخصیت گرگ‌نما که از کشتن لذت می‌برد و این کار را با پنجه‌های فلزی‌اش که از ناحیه‌ی کمر از بدنش بیرون زده بود انجام می‌داد و البته در نهایت خودش بعدها به تنهایی در یک سری کامیک ظاهر شد.

سری جدید مردان ایکس سبک «هوادران کامیک» را تثبیت کرد. داستان این کامیک‌ها، که کریس کلرمونت آن را می‌نوشت و ۱۴ سال زمام امور را در دست داشت، حاوی نوعی لایه‌های روان‌شناختی بود و در عین حال پیچیدگی‌هایی داشت تا خوانندگان برای فهمیدن داستان مجبور باشند تک‌تک شماره‌ها را بخوانند. داستان اولیه می‌توانست سال‌ها طول بکشد. این استمرار این امکان را به وجود می‌آورد که موضوع با «خوانندگان» ارتباط برقرار کند و به اصطلاح حرف بزند. مردان ایکس شخصیت‌های کامنی بودند که جهش‌شان می‌توانست استعاره‌ای برای نوجوانی، نژاد و توانایی جسمی تلقی شود. این حقیقت که آن‌ها عاشق می‌شدند، از هم جدا می‌شدند، ازدواج می‌کردند، بچه‌دار می‌شدند، می‌مردند و مهم‌تر از همه تبعیض را تجربه می‌کردند، آن هم از طرف آدم‌های مغرض و متعصب، به جذابیت کار اضافه می‌کرد. به علاوه، این هنر ریشه در هوادرانش داشت و اسامی‌ای

دوستی‌ها و بیان نظراتی درباره‌ی جنبه‌های کامیک به عنوان کار هنری است. به علاوه، این مسأله هم حقیقت دارد که بعضی از این مجلات محصول این علاقه‌مندان نیز در روابط بین شخصیت‌ها تعمق و داستان‌ها را تصحیح می‌کردند و در مورد جنبه‌های طنزآمیز آن نظر می‌دادند. این مجلات همچنین به دنبال کار هنری نیز بودند و اولین فرصت را همان‌ها به چندتایی از هنرمندان حرفه‌ای دادند. بر این اساس، نباید از این موضوع شکایت کرد که این طرفدارها بودند که به کامیک «زندگی بخشیدند»؛ چون پیش از این هم همین کار را کرده بودند. به علاوه، زمانی که جمع کردن مجموعه اهمیت یافت، وقتی دلایان دیدند که بعضی از مراکز حراج مثل ساتبی و کریستی تازه به ارزش نجومی کامیک پی برده‌اند پوزخند زدند.

به علاوه، بعد از رکود دهه‌ی هفتاد، فروشگاه‌های طرفداران امتیاز تجاری منحصر به فردی را تقدیم ناشران کرد و همین باعث شد که کامیک رشد کند. ناشران فهمیدند که عرضه‌ی مستقیم به فروشگاه‌ها باعث کاهش هزینه‌ها خواهد شد، چون برخلاف شبکه‌ی روزنامه‌فروشی‌ها این شیوه شماره‌ی برگشتی نداشت. ناشران آگهی‌های خود را برای عرضه و تبلیغ کامیک‌های در دست انتشار خود به فروشگاه‌ها می‌فرستادند و به این ترتیب تعداد مشخصی سفارش می‌گرفتند و چنانچه اثری فروخته نمی‌شد باز پس داده نمی‌شد. این سیستم «فروش مستقیم» باعث می‌شد که کامیک‌ها به تعداد مشخصی چاپ شود، پرت نداشته باشد و باعث شد بازده افزایش پیدا کند. به این شکل، مسأله‌ی روزنامه‌فروشی‌ها نیز کنار گذاشته شد.

و این‌طور بود که تغییری در بازار فروش نیز به وقوع پیوست، ناشران جدیدی پا به عرصه‌ی وجود گذاشتند که علاقه‌مند به پیشرفت در این زمینه بودند. بنگاه‌هایی مثل پاسیفیک و در درجه‌ی اول اکلیپس اعتراف کردند که نمی‌توانند با بنگاه‌های قدرتمند مارول و دی‌سی کامیکس در کیومک‌ها رقابت کنند، اما این را هم تشخیص می‌دادند که می‌توانند با تمرکز بر فروشگاه‌های طرفداران به تنهایی به سود برسند. بنابراین، شروع کردند به خلق ابرقهرمان‌ها و عرضه‌ی دست‌پخت خودشان. در واقع، با پرداخت حق تألیف به خالقان آثار توانستند بعضی از بزرگ‌ترین نام‌ها را از این دو کمپانی جذب کنند: این قدمی اساسی برای دست یافتن به حقوق خالق اثر بود و در نهایت تمامی صنعت

چون جان بایرن، مارک سیلوستری، جان رومیتا جونیور و جیم لی به سرعت محبوب شدند.

در همین سال‌ها بود که مردان ایکس به موفق‌ترین کتاب‌های مارول تبدیل شدند و به سرعت تقلیدهای فراوانی از آن شد. البته نه به وسیله‌ی اعضای مارول. گروه‌های بی‌شمار دیگری از ابرقهرمانان نوجوان مارول در دهه‌ی هشتاد مورد تقلید قرار گرفت. از این میان، جهش‌یافته‌های جدید *The New Mutants* (۱۹۸۳)، *نمبره آلفا* *The Alpha Flight* (۱۹۸۳) و *عوامل ایکس X-Factor* (۱۹۸۶) از همه مشهورتر هستند. این کامیک‌ها کاملاً به تناسب روحیه‌ی هواداران طراحی شده بودند و به مقدار فوق‌العاده‌ی زیادی به فروش رفتند و با همان شماره‌های اول این نتیجه را حاصل کردند که «هر بسته باید حاوی دو عنوان باشد».

در مواجهه با حمله‌ی بی‌امان مارول، کمپانی‌های دیگر موقتاً حضور خود را حفظ کردند. دی‌سی کامیکس، رقیب تاریخی مارول، با به کار گرفتن دو گروه، که ریشه در دهه‌های پنجاه و شصت داشتند، شروع به مقابله کردند. *لژیون ابرقهرمانان* در ۱۹۸۰ دوباره بر سر زبان‌ها افتاد، درحالی که در همان سال‌ها *غول‌های نوجوان* (*The Teen Titans*) به شیوه‌ی مردان ایکس بازسازی شد و با عنوان *غول‌های جدید نوجوان* به بازار آمد، کامیک‌هایی مثل *رابین*، *دختر معجزه‌گر*، *کید فلش* و *استارفایر*، دعوت به مبارزه، *کلاغ* و *سایبورگ*. این کامیک آخری مهم‌ترین عنوانی بود که دی‌سی کامیکس برای رقابت با مارول عکس کرده بود و موفقیت‌اش مدیون کار هنرمندان و قابل‌اعتنای جورج پرز بود.

از آن‌جا که شرکت‌های مستقل امکانات و پول و پله‌ی رقابت را در این سطح نداشتند، با سلاح هجو به مقابله با این پدیده‌ها رفتند. بر پدیده‌ی پرسروصدای جهش‌یافته‌های نوجوان به شکل بی‌رحمانه‌ای در دهه‌ی هشتاد یک پارودی نوشته شد که با الهام از یک سری از ماجراهای موفق *لاک پشت‌های جهش‌یافته نینجا* (میراث، ۱۹۸۴) نوشته شده بود. پیش‌تر دیدیم که چطور این کم‌دی تبدیل به یکی از آن تب‌ها و مدهای پرشور در میان کودکان شد (فیلم‌های سینمایی ریز و درشت، شوهای تلویزیونی و انواع و اقسام اسباب‌بازی‌ها). شکل اولیه‌ی این کامیک‌ها ریشه در کامیک‌های هواداران داشت، ویژه بزرگسالان و یک‌جور هجویه و به شکل سیاه و سفید بود که در چند هزار نسخه چاپ می‌شد. این گروه نوجوان اساساً برای سرگرمی و خنده طراحی شده بودند و

هرچه بیشتر خواننده درگیر خرده‌فرهنگ کامیک‌ها می‌شد، بیش‌تر از شوخی‌هاشان سردر می‌آورد. از دیگر هجویه‌هایی که رگه‌های مشابه یکدیگر داشتند می‌توان به این کامیک‌های گمنام‌تر نیز اشاره کرد: *کوالاهای کماندو* درون *بعدهی ساده‌لوح* و همسترهای نوجوان *کمر بند سیاه* رادیواکتیو.

موج اولیه‌ی انتشار کامیک‌های برگرفته از علایق هواداران چنان موفقیت‌آمیز بود که ناشران را بر آن داشت به استراتژی‌های جدیدی برای حفظ این نیرو فکر کنند. آن‌ها حدس زدند که در بازار هواداران ممکن است چیزی بیش از قهرمانان سبک ایکس وجود داشته باشد و هرچه بیش‌تر این احساس تقویت می‌شد، کامیک‌های جدیدی به بازار می‌آمدند که محتوای آن‌ها بیش‌تر به مخاطبان بزرگسال نزدیک بود و از نظر تولید نیز ارزشمندتر می‌نمود. (به هر حال، این هواداران با گذشت زمان از آن خریداران سنتی کامیک تبدیل شدند به افراد جاافتاده‌ای که در آمدشان هم بالاتر رفته بود). این شروع چیزی بود که از آن به عنوان شکوفایی و رونق «کامیک بزرگسال» یاد می‌شود و البته مرحله‌ی هنری جالب توجه‌ی در تاریخ و روند کامیک نیز به حساب می‌آید.

چنین نگرشی به خلق کامیک‌های سیاسی، اجتماعی، پارودی و تضادهای اخلاقی ختم شد، همین‌طور به کمک‌های خالی از تعصب به مسأله خشونت و مکس در سینما. در این کامیک‌ها به محدودیت‌های اصول و ضوابط کامیک بی‌اعتنایی می‌شد (با توجه به محدودیت‌هایی که هواداران داشتند، این ضوابط می‌توانست بدون ترس از کیفر نادیده گرفته شود). البته هنوز کامیک‌ها اساساً ابرقهرمان‌محور بودند. برای ناشران هم به لحاظ تجاری عاقلانه نبود که از فرمول‌های تثبیت‌شده دور شوند. بنابراین، ژانر جدید پیوند جدیدی بود - ساختار کو دکانه‌ای (کامیک‌های ابرقهرمان) که لحن بزرگسالانه داشت.

به لحاظ هنری، کامیک‌ها بلندپروازانه‌تر از پیش شده بودند، چرا که آزادی بیش‌تری برای تجربه در اختیار هنرمندان قرار داده شده بود. آثار تمام‌نقشی، کولاژ و کارهای چند رسانه‌ای معمول شد، گاهی اوقات این کامیک‌ها روی کاغذ عکاسی چاپ می‌شد تا آن‌را به بهترین شکل نشان بدهند و عرضه کنند. در همین - دوران دهه‌ی هشتاد - بود که طراحی در اوج خود قرار داشت و تأثیر قابل توجهی بر شیوه‌ی حروف‌نگاری، تابلو‌هایی که متن در آن نوشته می‌شد و به خصوص جلد کامیک‌ها گذاشت.

عمق روان‌شناسانه‌ای به آن داد. مور به این جهت مورد ستایش و تحسین بود که این قابلیت را داشت که داستان‌ها را با مسائل سیاسی روز پیوند دهد: فمینیسم، جنبه‌های مثبت و منفی مصرف مواد مخدر، قوانین حمل اسلحه در امریکا و بالاتر از همه جنبش سبز (در بعضی از بهترین قسمت‌های این کامیک، تنها هیولای مرداب می‌توانست مانع وقوع بلاهای اکولوژیک شود). گروهی از هنرمندان با همین فضای هنری مور را یاری می‌کردند، به ویژه جان تاتلین و استیو بست که کیفیت خوف‌آوری با رنگ و بوی مرداب‌های لویزیانا به قصه‌ها داد. اما کامیک با نام نویسنده پیوند خورده بود و همان‌طور هم ماند. این یکی از ضدیت‌های غیر معمول تعلق خاطر هواداران به هنرمندان بود.

مستقل‌ها هم در بازار بزرگسالان با موفقیت حضور داشتند و بعضی از آن‌ها رکورددار بودند. انتشارات الکپیس موشک‌باز (۱۹۸۴) (The Rockteer) را با طراحی دیو استیونز منتشر کرد، کتاب زنده و سرگرم‌کننده‌ای در مورد یک خلبان و موشک‌هایش که قصه‌اش در دهه‌ی سی و در لس‌آنجلس می‌گذشت، بنگاه نشر کپیتال، شبکه (۱۹۸۱) (Nexus) را با طراحی مایک بارون و استیو رود به بازار فرستاد، در مورد ابرقهرمانی که کابوس‌هایش او را به جست‌وجوی قاتلان کشتارهای جمعی وا می‌داشت تا آن‌ها را به جزای اعمال‌شان برساند. بعد هم بنگاه فرست *American Flag!* (۱۹۸۳) را با طراحی هاوارد چی کین منتشر کرد؛ داستانی طنزآمیز و بسدینانه در مورد درگیری‌های آینده‌ی پلیس شیکاگو با روبات‌ها، گانگسترها و زنان خون‌آشام. در نهایت، یک انتشاراتی به نام ایگل به خواننده‌های امریکایی، قاضی درد (۱۹۸۳) را معرفی کرد که شکل و شمایل جدیدی از کامیک ۲۰۰۰ میلادی بود، شخصیتی خشن در جایگاه یک مقام رسمی.

به هر حال، تقریباً در سال‌های ۱۹۸۶-۷ بود که کامیک بزرگسالان جهش یافت. تا آن زمان، ناشران فقط به‌طور تفتنی به موضوعات بزرگسال می‌پرداختند و توجه اصلی‌شان به بازار کامیک‌های ایکس بود. دو کامیک این نگرش را تغییر دادند و موفقیت‌شان انرژی این صنعت را متوجه خوانندگان قدیمی‌تر و بزرگسال کرد. این دو به‌من: *بازگشت شوالیه‌ی سیاه* (۱۹۸۶) که فرانک میلر آن را طراحی کرده بود و *نگهبانان* (watchmen) (۱۹۸۶) با طراحی آلن مور و دیوگینز بودند. هر دوی این کامیک‌ها داستان ابرقهرمان‌های تجدیدنظر شده بودند که دی‌سی

شکاف بین پیچیدگی و پیشرفت محصول و ماهیت بالفطره کودکانه‌ی محتوای اثر تنها به تنش میان هواداران قدیمی / خوانندگان جدید دامن زد. برای آن‌ها که از بیرون به قضیه نگاه می‌کردند، وجود صرف کامیک‌هایی درباره‌ی شخصیت‌ها و در فرم‌های رنگی کم‌حجم و با حضور برجسی روی جلد که روی آن نوشته شده بود «برای خوانندگان بزرگسال» صرفاً این ذهنیت را تأیید می‌کرد که هواداران کامیک نمی‌توانند بزرگ شوند (همان تعداد معدود مقالاتی که در مجلات روز و غالب آن دوران درباره‌ی کامیک چاپ شده به خاطر لحن تحقیرکننده‌شان درخور توجه هستند). برای خود هواداران، این مسأله سال‌ها بهترین سمت و سویی بود که می‌شد برای کامیک متصور شد - احتمالاً از زمان کامیک‌های دوره‌ی مارول.

ور دوئل (Dare devil) عنوان کامیکی بود که گرایش جدیدی را پایه‌ریزی کرد؛ ابرقهرمانی از سری شخصیت‌های روبه‌زوال و تا حدی ناقص مارول که فرانک میلر اوایل دهه‌ی هشتاد با بالا رفتن میزان علاقه‌ی هواداران آن را دوباره تصویر کرد. بی‌باک اساساً داستان ابرقهرمان نایب‌نایی بود که با حواس به شدت هوشیارش با جرم و جنایت می‌جنگید. میلر به این حس‌ها جنبه‌های دیگری را اضافه کرد، از جمله فضاهای اکشن و نفس‌گیر که تحت تأثیر فیلم‌های رزمی آن را طراحی کرده بود و حضور یک دشمن جدید - الکترا، یک زن نینجای آدمکش - که تبدیل به یکی از محبوب‌ترین شخصیت‌های مؤنث در جریان غالب کامیک شد.

میلر همچنین بیش‌ترین استفاده را از تکنیک‌های برش برد که جیم استرنکو پایه‌گذار آن بود. «لحن خصمانه‌ی جدیدی را به طرح داستان اضافه کرد و به این ترتیب داستان بیش‌تر حال و هوای زندگی و واقعیت‌های زشت آن را پیدا می‌کرد. هواداران این کامیک را پسندیدند و ور دوئل خیلی زود به یکی از پر فروش‌ترین عناوین ماجراهای مارول بعد از مردان ایکس تبدیل شد.

کمپانی دی‌سی کامیکس با احیای یک شخصیت قدیمی از کامیک‌های خود به رقابت برخاست؛ ستاره‌ی کامیک *جانور مرداب* (swamp thing) که با همین نام خواننده می‌شد. این بار هم یکی از آن شخصیت‌های قدیمی که پیش‌تر فروش چندانی نکرده بود بازمینی شد و نویسنده‌ای انگلیسی به نام آلن مور (خالق ۲۰۰۰ میلادی) به داستان اصلی *جانور مرداب* جنبه‌ی جدیدی بخشید و

کامیکس و نویسنده‌ها و هنرمندان موردعلاقه هواداران آن‌ها را طراحی کرده بودند. این کامیک‌ها، مورد توجه بسیاری از منتقدان خارج از دایره‌ی هواخواهان قرار گرفت و حتی چندین روزنامه به شکل جدی آن‌ها را بررسی کردند که البته این قضیه در مورد کامیک‌هایی که بی‌واسطه به فروش می‌رفتند غیرقابل پیش‌بینی بود. **بت‌من: بازگشت شوالیه‌ی سیاه** تصویرسازی دوباره و رادیکالی از اسطوره‌شناسی خفاش بود و شخصیت‌اش اتفاقاً از مسلک دهه‌ی شصت که او تجسم‌اش بود تا آن‌جا که می‌شد فاصله داشت. در نسخه‌ی جدید، این بت‌من بدبین و بیمارگون، که شیاطین درونش هدایت‌اش می‌کردند، از انزوا و گوشه‌ی عزلت بیرون می‌آمد تا آخرین نبرد سرنوشت‌سازش را در برابر ژوکر انجام دهد. در آن کشت و کشتار نهایی، انگیزه‌های بت‌من برای مبارزه با جرایم به جای پلیس آشکار و البته تحسین می‌شود.

برای میلر، این بت‌من جدید در حکم یک قدرت اخلاقی، یک جور قاضی فردی، آشکارا بزرگ‌تر و قدرتمندتر از آدم‌های معمولی بود و البته آدمی در نهایت اشتیاق برای اجرای عدالت و مجازات و قرار دادن همه چیز سر جای درست‌اش. در هر حال، بعضی خواننده‌ها با جنبه‌های فلسفی شخصیت او چندان احساس راحتی نمی‌کردند.

از جنبه‌های هنری، شوالیه‌ی سیاه پیشرفت قابل ملاحظه‌ای در سبک و سیاق خوش ظاهر **دویل میلر** بود: استفاده‌ی میلر از سایه که شهر گوتم را به یک کابوس تیره تبدیل می‌کرد و در عین حال دل‌بستگی تازه‌اش به انتقال اطلاعات از طریق تلویزیون (او تصاویرش را درست مثل صفحه‌ی تلویزیون نقطه‌نقطه می‌کرد) به داستان حسی از اضطراب می‌بخشید. نتیجه‌اش کامیکی بود به لحاظ حال و هوا منحصر به فرد و دلهره‌آور، و همه‌ی این تأثیرات از مهارت کار کردن کلاوس جانسن با مرکب و رنگ‌های لاین وارلی می‌آمد.

نگهبانان نیز در مورد ابرقهرمانی بود که از کنج عزلت بیرون می‌آمد اما اساساً از تفکرات راستی شوالیه‌ی سیاه و علاقه‌اش به ملاحظات رادیکالی اجتناب می‌کرد، این‌که مثلاً اگر چنین قهرمان‌هایی واقعاً وجود داشته باشند جامعه چطور باید برخورد کند. این‌جا بود که نگهبانان - گروهی به شکل و شمایل مردان ایکس چهل و خرده‌ای ساله - بازمی‌گردند تا امریکا را از آستانه‌ی نابودی نجات دهند، اما تعداد کمی از آن‌ها مانده بودند که هنوز به

این قضیه اعتقاد داشتند. شاید قدرت‌شان هنوز درست به همان اندازه‌ای بود که برای اولین بار لباس‌های مخصوص‌شان را به تن کردند، اما روح‌شان شکسته بود و در میان زد و خورد‌های گاه و بی‌گاه و وحشتناک‌شان، در جست‌وجوی وجودشان و آسیب‌های روانی نیز بودند - این نسخه‌ی واقعی آلن مور بود. پیچیدگی ساختار داستان، در دوازده قسمتی که مور نوشت، در حالی که هر قسمت نسبت به قسمت قبلی با شکل تازه‌ای عرضه می‌شد، خواننده را ناگزیر به خواندن می‌کرد.

اگرچه حضور مور اعتبار فراوانی برای قصه به همراه داشت، اما همکاری دیوگینز نباید دست‌کم گرفته شود. سبک ساده و گمراه‌کننده‌ی او شاهدی بر طرز فکر غیرخودخواهانه او نسبت به اثرش بود: برای او، داستان همه چیز بود و هیچ جایی برای درخشیدن یا بازی‌ای نبود که هواداران قدیمی از آن به عنوان «هنرمند یعنی ستاره اثر» یاد می‌کردند. رویکرد با نظم و ترتیب او برای قاب‌بندی کردن صفحات بسته‌شده کاملاً جواب داد. گینز در مصاحبه‌ای گفت: «آنچه مامی خواهیم با نگهبانان به آن برسیم این است که از این داستان یک اثر مهم خلق کنیم و به نظر من می‌رسد که اگر همه‌ی تصاویر به یک اندازه باشند، شما به همان تأثیری می‌رسید که در تئاتر یا سینما یا حتی با دیدن برنامه‌های تلویزیون به آن دست می‌یابید؛ چرا که چارچوب یا قاب صحنه همیشه یک‌جور است، شما در همین چارچوب متوقف و خیلی سریع محو آن می‌شوید».

موفقیت این کامیک‌ها می‌تواند در سه عامل خلاصه شود. اول، کیفیت‌شان، هر دوی این کامیک‌ها به روش خودشان واقعاً جالب بودند، خیلی بهتر از بسیاری از کامیک‌های دیگر که در قفسه‌ی کتاب‌فروشی‌ها موجود بودند؛ دوم، بت‌من شخصیتی بود که پیش از این نزد همگان شناخته شده بود (دست‌کم از طریق مجموعه‌های تلویزیونی دهه‌ی شصت) و به خاطر «درجه‌ی شناخت عموم» می‌توانست به فروش برود و سوم، هر دوی این کامیک‌ها از آن شیوه‌ی تک نسخه‌ای ابتدایی خود به شکل یک مجموعه‌ی کنار هم درآمدند و بعد در قالب «رمان‌های مصور» به بازار عرضه شدند.

نکته‌ی سوم به شرح بیش‌تری نیاز دارد. به تعبیری، ایده‌ی «رمان مصور» یک جور هوچی‌گری بود - اختراع بخش روابط عمومی ناشران. این بدان معنا بود که ناشران می‌توانستند

جدیدی را در داستان‌گویی فراهم آوردند. ساده‌تر بگوییم، در روایت‌های طولانی زمینه‌ی بیش‌تری برای خلق کشمکش، فضا سازی، گسترش شخصیت‌ها و غیره وجود دارد. در عین حال بعضی وقت‌ها جلوه‌های بصری بر کامیک‌های معمولی ارجحیت داشتند؛ چرا که اعتبار اثر را بالاتر می‌برد. گاهی وقت‌ها حتی بعضی از پدید آورنده‌ها عملاً ترجیح می‌دادند به جای کامیک‌های معمولی سراغ رمان‌های مصور خاص بروند.

تأثیر *شوالیه‌ی سیاه* و *نگهبانان* البته به معنای انقلاب در دنیای کامیک نبود، چنان که گاهی این‌طور فرض می‌شود، اما این دو کامیک خوانندگان جدیدی را وارد دنیای اتفاقات «رمان‌های مصور» کردند. این بدان معنا نیست که بگوییم هوچی‌گری بخش تأثیرگذاری از این فرآیند نبوده است: در نتیجه‌ی محبوبیت این فرم در ۱۹۸۷، رمان‌های مصور به کتاب‌فروشی‌های بالای شهر و کتابخانه‌های عمومی راه پیدا کردند؛ جایی که قفسه‌های ویژه‌ای را به آن‌ها اختصاص دادند. همان موقع بود که با چاپ نقد و بررسی درباره‌ی این آثار در بخش ادبی روزنامه‌ها، نام آلن مور و فرانک میلر بر سر زبان‌ها افتاد.

این درست مثل سرنخی برای ناشران طراز اول بود تا وارد گود شوند. پنگوئن، گولانچ، ماندارین، باکس تری و خیلی‌های دیگر در همین زمان بود که به رمان‌های مصور رو آوردند. این ناشران در کنار به کار گرفتن طراحان کامیک، سعی داشتند رمان‌های نویسنده‌های عامه‌پسند را در اشکال مصور عرضه کنند (این اتفاق در مورد کلایو بارکر و جیمز هربرت افتاد)، در حالی که باقی حتی تلاش کردند تا آثار نویسندگانی مثل دوریس لسینگ را برای رمان‌های مصور سفارش بدهند. طبیعتاً، بعضی از این استراتژی‌ها توجه مطبوعات ادبی را به خود جلب کرد و رمان‌های مصور با اقبال عمومی بیش‌تری مواجه شد. اما، متأسفانه، انتخاب‌های ناشران همیشه هوشمندانه نبود و عناوین اندکی ظاهر شدند که توانستند انتظارات را برآورده کنند.

به همان دلایل، وقت آن رسیده بود که ناشران همیشگی کامیک روی این موقعیت سرمایه‌گذاری کنند. حالا موافقت می‌شد که سری جدید کامیک‌ها در نهایت در قالب رمان مصور جمع شوند و البته همه سرازیر شدند تا مجموعه‌ای از کامیک‌های چهار، شش یا هشت تایی را با هم جمع کنند و در شکل آلبوم عرضه کنند، حتی اگر از وحدت موضوعی برخوردار نبودند.

کامیک‌های بزرگسال را در عرصه‌ی عمومی تری عرضه کنند، آن هم تنها با دادن یک نام دیگر به آن، به ویژه با تلفیق این عنوان با رمان و جدا کردن‌شان از کامیک. آن‌ها امیدوار بودند که مردم حتی قصه‌هایی را که عملاً درباره‌ی ابرقهرمان‌ها بود بخرند، با توجه به این اصل که آن‌ها «موج جدیدی» را در ادبیات بنا نهاده بودند. با هماهنگی محتاطانه‌ی رسانه‌ها، حتی این‌طور به نظر می‌رسید که در کنار فروشگاه‌های هواداران بازار دیگری برای این کامیک‌ها فراهم شود.

از این‌جا بود که این صنعت دست به دامن مطبوعات معتبر آن زمان برای بررسی این آثار و آگهی کردن برای آن‌ها خارج از بازار هواداران شد. (خالقان کامیک‌های داغ روز درست مثل رمان‌نویسان معتبر روز «فروخته می‌شدند»). چنان‌که دی‌سی کامیکس در یکی از آگهی‌های خود نوشت: «بزرگ‌تر از آن هستی که کامیک بخوانی - ما حالا کامیک‌ها به تو رسیده‌اند!» به عبارت دیگر، صنعت کامیک درست مثل بخش‌های دیگر دنیای نشر کتاب شروع به عمل کرده بود.

در حقیقت، قضیه در مورد «رمان‌های مصور» فقط هوچی‌گری نبود. اول این‌که این کامیک‌ها آن‌طور که روابط عمومی‌چی‌ها فکر می‌کردند، چندان نو نبودند و تاریخچه‌ی قابل‌اعتنایی داشتند که به دهه‌ی چهل بازمی‌گشت. در اصل، آن‌ها همان چیزی بودند که می‌گفتند هستند: رمان‌هایی در شکل و شمایل گرافیکی. اگر دقیق‌تر بخواهیم اشاره کنیم، این کامیک‌ها می‌توانند چنین توصیف شوند: کامیک‌های بلند در شکل کتاب و با یک محتوای واحد. برای مثال، این احتمال وجود داشت که نمونه‌هایی را از هر مرحله در روند توسعه‌ی کامیک در آمریکا تعیین کنیم (برای مثال، ویل آیزنر معروف رمان مصور مشهوری را با نام *قرارداد با خدا* (A Contract with God) (۱۹۷۸) به بازار عرضه کرد). در همین حال در اروپا، کامیک‌هایی به سبک آلبوم عکس به شدت محبوب بود و این درست هم‌زمان با اتفاقات آمریکا بود: خانه‌های کمی وجود داشت که آلبوم‌تن‌تن را در قفسه کتابخانه‌اش نداشته باشد، در حالی که آلبوم‌های بزرگسالان از اواسط دهه‌ی هفتاد به شدت محبوب شد.

دلیل این‌که رمان‌های مصور تا این اندازه دوام آوردند، با وجود توانایی‌های ناچیزشان، و عامل توجه‌برانگیزشان هم برای خوانندگان و هم برای پدیدآورندگانشان این بود که امکانات

بنابراین معنای «رمان مصور» به یک ابزار تجاری تحریف شد. به علاوه، حالا تأکید بر موضوعات بزرگسال بود: این اعتقاد وجود داشت که حالا این حوزه همان جایی است که فروش آینده را تضمین خواهد کرد و این به موازات روندی بود که رسانه‌ها برای استفاده از این موضوع که «کامیک‌ها بزرگ می‌شوند» پی گرفته بودند. بنابراین، همراه با کمبود اجتناب‌ناپذیر تخیل، پروژه‌های جدید به عهده‌ی میلر و مور گذاشته شد، در حالی که جست‌وجویی برای جانشینان آن‌ها شروع شده بود. به همین سبب، موج عناوین جدید درباره‌ی ابرقهرمان‌های تجدیدنظرشده مورد تأیید قرار گرفت که معمولاً پرتره‌های روانی بد از شخصیت‌های شناخته‌شده در قالب‌های آشنای روز بودند.

کمپانی دی‌سی کامیکس بیش‌ترین نگرانی را برای پیش رفتن داشت. آن‌ها هر دو کامیک شوالیه‌ی سیاه و نگهبانان را چاپ کرده بودند و نیم قرن دوست‌داشتنی‌ترین شخصیت‌هایی را که می‌توانستند با همان شکل و شمایل بازسازی شوند در اختیار داشتند. از آن‌جا که «آن‌چه در تملک داشتند» قابلیت فوق‌العاده‌ای داشت، این انتشارات توجه کمپانی وارنر برادرز را برای تملک و سرمایه‌گذاری جلب کرد: یک مجتمع رسانه‌ای چندملیتی. حالا، با در اختیار داشتن این قدرت و نفوذ فوق‌العاده‌ی دی‌سی کامیکس در جایگاهی بود که می‌توانست حق چاپ شخصیت‌های مختلف را از آن بالا تا آن پایین در اختیار داشته باشد، حتی در ابعادی بیش از یک رسانه.

این مسأله به ویژه در مورد داستان‌های بت‌من صدق می‌کرد - که به خاطر شوالیه‌ی سیاه تبدیل به قهرمان مد روز دنیا شده بود. کامیک‌های بت‌من فراوانی ویژه‌ی بزرگسالان تولید شد که بخشی از آن به خاطر تثبیت قدرت این شخصیت و بخش دیگری به خاطر سرمایه‌گذاری‌های جنجالی بود که حول و حوش بت‌من صورت می‌گرفت: فیلم (که در نهایت در ۱۹۸۹ اکران شد) محصول وارنر برادرز بود که تا حدی از کامیک میلر الهام گرفته شده بود، فیلمی با شرکت مایکل کیتن در نقش بت‌من و جک نیکلسن در نقش ژوکر. در این داستان، حس مخوف شوالیه سیاه حفظ شده بود، اما هیچ چیز دیگر، حتی بازی بالاتر از حد انتظار نیکلسن، نتوانست این پیرنگ بی‌دوام و سست را پنهان کند. با این همه، این فیلم به یکی از فیلم‌های مهم در تاریخ سینما بدل شد که به سرعت هزینه‌های تولیدش را بازگرداند و نقطه عطفی بود در

موفقیت بی‌سابقه‌ی تبلیغات و آگهی‌ها.

بعضی از قصه‌های وابسته به بت بهتر از دیگران بودند. مثلاً تیمارستان آرخام (۱۹۸۹) یکی از آن رمان‌های مصوری بود که با دست و دلبازی تولید شده بود و دیو مک کین آن را طراحی کرده بود و داستان آن را، که یکی از آن قصه‌های سرگرم‌کننده‌ی طعنه‌آمیز بود، گرنت مورین نوشت. این کامیک خط باریکی را در نظر داشت که بزرگ‌دوزک‌های روانی بت‌من را از دشمنانش جدا می‌کرد. بر همین قیاس، ژوک قاتل (The Killing Joke) (۱۹۸۸) کار آلن مور و برایان بولند نسخه‌ی برتری از داستان اولیه‌ی ژوکر بود که یک بار دیگر روان‌پریشی ژوکر را بابت‌من مقایسه می‌کرد. هر دوی این کامیک‌ها به خاطر خشونت‌های بی‌پرده‌اش تحسین‌برانگیز هستند.

دیگر محصولات کم‌اهمیت‌تر از مجموعه‌ی بت عبارت‌اند از: عدالت دیجیتال (Digital Justice) (۱۹۹۰) کارپیه مورنو، یک داستان عصر کامپیوتر با ارجاعات سایبرپانکی و عدالت در گوتام (Judgement on Gotham) (۱۹۹۱) نوشته‌ی جان وگنر و آلن گرنت با طراحی غریزی سایمون بیزلی از زدوخوردهای دسته‌جمعی بت‌من و قاضی درد. شاید افت بت‌من در ۱۹۸۸ به نهایت خود رسید، زمانی که رایین در پایان داستان چهار قسمتی بت‌من و در انتهای «مرگی در خانواده» مرد. دی‌سی کامیکس در یک نظرخواهی تلفنی از هواداران خاص خود در مورد مرگ یا زندگی رایین با چنین آماری روبه‌رو شدند: نتیجه‌ی رأی‌ها ۵۳۴۳ به ۵۲۷۱ برای کشتن او بود (که سازندگان نسخه‌ی ۱۹۸۹ را از ته دل خوشحال کرد؛ چون آن‌ها از اول هم قصد نداشتند که رایین در قصه باشد). به هر حال، این شخصیت چندی بعد و خیلی زود دوباره بازگشت.

بت‌من تنها قهرمان دی‌سی کامیکس نبود. شخصیت‌های جدید و بازنگاری‌شده‌ی این کمپانی عبارت بودند از: کمان سبز (Green Arrow) (۱۹۸۸)، ارکیدیه سیاه (Black Orchid) (۱۹۸۸) و از همه تأثیرگذارتر مرد حیوان‌نما (Animal Man) (۱۹۸۸) که گرنت مورین و هنرمندان دیگری آن را کار کرده بودند و ماجراهای یکی از آن فعالان حقوق حیوانات بود که قدرت‌های حیوان‌گونه‌اش را برای مقابله با انسان‌های سوءاستفاده‌گر و شیطان‌صفت به کار می‌برد. این کمپانی همچنین موفقیت قابل توجهی با رمان مصور دیگری به دست آورد که نسخه‌ی

سری جدید برای موضوعاتی طراحی شده بود که ترس و دلهره و فانتزی عناصر اصلی اش بودند. در این شکل و شمایل و مدل جدید، کامیک‌ها اول در شکل تک‌نسخه‌ای ارائه می‌شدند، با این شعار: «به خوانندگان بالغ توصیه می‌کنیم» و بعدها در شکل رمان‌های مصور عرضه شدند. دو کتاب در مرکز این موفقیت جدید قرار گرفتند: *Hellblazer* هر دوی این کامیک‌ها واقعاً داستان‌های دلهره‌آوری بودند و البته هر دوی‌شان با اسطوره‌های ابرقهرمان دی‌سی کامیکس شباهت‌هایی داشتند.

مرد شنی، برای مثال، نخستین بار در ۱۹۴۱ به عنوان یکی از اعضای «انجمن قضات امریکا» ظاهر شد. یکی از اولین ابرقهرمان‌های مجموعه‌های گروهی. این شخصیت واقعاً عجیب و غریب از گاز خواب‌آور برای کلک زدن به جنایتکاران استفاده می‌کرد و از ماسک برای مصون نگه داشتن خودش از این گازها. به هر حال، این شخصیت چندان محبوب نشد و در گمنامی ماند. این موضوع تا پیش از ۱۹۸۸ بود؛ زمانی که نیل گیمن نویسنده‌ی انگلیسی او را به طرز خارق‌العاده‌ای زنده کرد. ظهور او در دهه‌ی هشتاد کاملاً متفاوت بود و حالا این مرد شنی بود که نقش «سالار رؤیاهای» را بازی می‌کرد، یکی از آن فناپذیران رنگ پریده که در قلمرو ناخودآگاه مسکن گزیده بود؛ شخصیتی اسطوره‌ای که همزمان جذاب و شوم بود.

محبوبیت سری داستان‌های این مرد شنی جدید افول کرد و این اساساً به خاطر کیفیت داستان‌هایش بود. گیمن به شدت تحت تأثیر آلن مور بود، اما ایده‌ها و سبک خودش را دنبال می‌کرد که بعضی وقت‌ها به شدت ادبی بود. این داستان‌ها با عناصر اسطوره‌شناسی یونان و فولکلور اروپایی درهم می‌آمیخت و اغلب خواندنش به اندازه‌ی یک رمان مصور کامل وقت می‌برد. این مسأله با معرفی تدریجی شخصیت‌های فرعی در طول سال‌ها تقویت شد. برای مثال، مرد شنی صاحب خانواده‌ای شد به نام «بی‌نهایت».

علاوه بر این، مرد شنی یکی از آن دسته کامیک‌هایی بود که چیزی را در زمان خودش تسخیر کرد. به خصوص این شخصیت به نوعی با بعضی از دل‌مشغولی‌های خردفروهنگ «پانک‌های گوتیک» اشتراک داشت، به خصوص فکر و ذکر رومان‌تیک‌گونه‌ی او نسبت به مرگ (هم مرد شنی و هم تباهی یکی از اعضای خانواده‌ی مرد شنی که بعدها کالت شد) کاملاً لباس‌های سیاه

دیگری از یکی از داستان‌های قدیمی آلن مور بود؛ البته در این نسخه سرنوشت‌نهایی تغییر کرده بود و به شکل رنگی عرضه شده بود: حرف *او* را به نشانه‌ی *وندتا* بگیر (۱۹۹۰) (V for Vandetta) در مورد قهرمان هوشمندتری که انگیزه‌های آنارشیستی هدایتش می‌کرد.

موفقیت مارول با تجدیدنظر در چند تایی از کامیک‌های قدیمی‌اش دوباره از نو شروع شد. عامل *مجازات* (The Punisher) نخستین بار در ۱۹۷۴ عرضه شد، داستان یک افسر نیروی دریایی خشن و دست به اسلحه که مایک بارون نویسنده (خالق کامیک شبکه) آن را دوباره بازسازی کرد، به سبک و سیاق شوالیه‌ی سیاه که آدم‌هایش خودشان قانون را اجرا می‌کردند و از آن مدل‌های «جنگ یک تنه در برابر جنایت» پیروی می‌کرد. این شخصیت هم به سبک و سیاق کامیک‌های دیگر در ۱۹۸۷ و هم در مجله‌ای سیاه و سفید در ۱۹۸۹ چاپ شد: سطح خشونت در هر دوی آن‌ها عجیب و غریب بود و همین‌طور سیاست‌های دست راستی آن‌ها (عامل *مجازات* باعث شد که بت‌من ساخته و پرداخته‌ی میلر مثل یک کارگر به نظر برسد). در نهایت، این کامیک الهام‌بخش فیلمی مخوف با شرکت دالف لاندگرن برای مخاطبان بالای ۱۸ سال شد که یک راست به شبکه‌ی ویدیویی پیوست.

از دیگر کتاب‌های قابل اعتنای مارول می‌توان به *قانون سارشان* (۱۹۸۷) اشاره کرد، هجوه‌ای سیاه علیه تب ابرقهرمان‌های بزرگسال، اثر پت میلز و کوین اونیل (یک گروه انگلیسی دیگر که از زمان کامیک ۲۰۰۰ میلادی آن‌ها را قُر زده بودند) و *الکترا: آدم‌کش حرفه‌ای* (۱۹۸۶) یک مجموعه‌ی محدود با حضور شخصیت فرعی کامیک *ور دویل* که فضای زیبایی را در اختیار فرانک میلر نویسنده‌اش قرار داد تا علاقه‌اش را نسبت به حمام خون هنری‌اش نشان بدهد.

نخستین ولوله‌ی فعالیت‌های دوران پس از شوالیه‌ی سیاه / نگهبانان در دهه‌ی نود، با تلاش‌های گسترده‌ی دی‌سی کامیکس و مارول شروع شد. درحالی که یکی روی بازار بزرگسالان تمرکز می‌کرد، آن دیگری نوجوانان را هدف می‌گرفت. هر دوی آن‌ها آماده بودند تا از هر کلکی برای فروش محصولات‌شان استفاده کنند.

دی‌سی کامیکس با راه‌انداختن سری «سرگیجه» شروع به سرمایه‌گذاری روی نوآوری در زمینه‌ی کامیک بزرگسال کرد، این

می پوشیدند و می توانستند با اعضای گروه گوت [نیورک] اشتباه گرفته شوند. به علاوه، این کامیک منعکس کننده‌ی بسیاری از گرایش‌ها در فیلم‌ها و رمان‌های دلهره‌آور بودند: پیرنگ‌های شیاطینی و قاتلان زنجیره‌ای اغلب به سبک شوخی‌های سیاه و لحن‌های استعاره‌ای بیان می‌شد، اما همین هم می‌توانست برای این درجه از کشت و کشتار تکان‌دهنده باشد. در نهایت، در ضمائر ناخودآگاه پژواکی از علایق عصر جدید وجود داشت. این چیزی بود که گیمن در یکی از مصاحبه‌هایش گفت: «یکی از حرف‌های مرد شنی این است که «بله، هرگونه توری در مورد رؤیا حقیقت دارد. این جهانی است که این حقیقت آن را خلق کرده که آدم‌ها به رویاها تجسم می‌بخشند، بنابراین، مرد شنی به این شکل است که وجود دارد؛ یعنی از آن جایی که آدم‌ها به مرگ تجسم می‌بخشند، پس مرگ وجود دارد. واقعیت‌های مشخص همه اعتبار دارند؛ چرا که آن‌ها بر استنباط و تعبیر استوارند و این تأیید واقعیت است.»

Hellblazer احیایی از همین نوع بود که تاریخ آن به ۱۹۸۸ برمی‌گردد. این یکی، یکی دیگر از شخصیت‌های تلخ استعاره‌ای *جانوار مرداب* آلن مور بود که جان کنستانتین نام داشت؛ یک «بازرس مخفی». کنستانتین شخصیت پیچیده‌ای داشت، متأثر از الگوی زمخت فیلیپ مارلو [قهرمان رمان‌های پلیسی چندلر] بود، اما مرد نگرانی که سر وقت «هنرهای سیاه» می‌رود اغلب حاضر است بهای زندگی دوستانش را بپردازد. قرار گرفتن او در معرض کابوس‌های فوق‌طبیعی که در انتظارش است می‌توانست واقعاً ترسناک باشد، هم در لایه‌های روانشناختی و هم در لایه‌های طبیعی و غریزی.

Hellblazer هم یکی از کامیک‌های نویسنده‌محور نوشته‌ی جیمی دلنو انگلیسی بود که با شکل و شمایل امروزی‌تر به بازار عرضه شد. جالب این‌جاست که این قصه‌ها موضوعات سیاسی را هم دربرمی‌گرفت. یکی از نمونه‌های واقعاً جالب این کامیک آن بود که این قهرمان طبقه‌ی کارگر با یکی از این «جانک‌های شیطان‌صفت از جهنم» مبارزه می‌کرد. از دیگر جنایتکاران هیولاصفت این کامیک‌ها می‌توان به قلدرهای جهش‌یافته‌ی فوتبال، قاتلان زنجیره‌ای عجیب و غریب انگلیسی، پلیس‌های مخوفی که با صلح مخالفت می‌کردند، مسیحیان جنگ‌طلب افراطی و توطئه‌چین‌ها اشاره کرد. این کامیک، غنای مرد شنی (و البته فروش‌اش) را کم داشت، اما به هر حال در سری کتاب‌های

دلهره‌آور جایگاه مهمی یافت.

سری «ورتیگو» همچنان کامیک‌های پر فروش قدیمی مثل *جانور مرداب* و *مرد حیوان‌نما* (که حالا هر دو شهرت و اعتبار خود را پشت سر گذاشته بودند) به اضافه‌ی آثار جدیدتری مثل *شیخ مرد متغیر* (Shade The Changing Man)، *معما* (Enigma)، *نامرئی‌ها* (The Invisibles) و *مأمور سرنوشت* (Doom patrol) را به خدمت می‌گرفت. آن‌چه در مورد کامیک‌های همه‌ی این تحسین‌برانگیز بود تکیه‌ی آن‌ها بر استعداد انگلیسی بود، «خلافت انگلیسی» عنوانی بود که مجلات هواداران به این کامیک‌ها دادند. نویسندگان این کامیک‌ها نه تنها گروه سه نفره و کلیدی موریسن، گیمن و دلنو بودند بلکه پیتز میلیگن و گارث انیس با استعداد نیز به آن‌ها اضافه شده بودند. هنرمندان و نقاشان هم کاملاً شناخته شده بودند، کسانی مثل دانکن فگرو، شان فیلیپس، جان ریگویی و سیمون بیزلی. تقریباً همه‌ی این‌ها کارشان را (به‌ویژه احساس‌شان را نسبت به مقوله‌ی [کامیک] «بزرگسال») از کامیک ارزشمند ۲۰۰۰ میلادی یاد گرفته بودند.

محصولات «ورتیگو» بدون شک موفق بودند - اما نه از آن دست موفقیت‌ها. فروش‌شان هرگز به میزان *شوالیه‌ی سیاه* یا *نگهبانان نرسید* و پوشش رسانه‌ای‌اشان هم در قیاس بسیار اندک بود. به علاوه، پیشرفت پیش‌بینی‌شده‌ی رمان مصور هم هرگز اتفاق نیفتاد و در واقع اشتیاق اولیه نسبت به این فرم که کتاب‌فروشی‌های منطقه‌ی بالای شهر از خود نشان داده بودند به سرعت فروکش کرد. با سپری شدن سال‌های اولیه‌ی دهه‌ی نود، به نظر می‌رسید کامیک‌های بزرگسالان روزه‌روز بیش‌تر تبدیل به یک امید واهی می‌شود و در بهترین حالت فقط یک موضوع حاشیه‌ای بود که مدتی مد شده بود.

مارول، در یک بازنگری زیرکانه، دید که از کدام طرف باد می‌وزد و تصمیم گرفت که با ورتیگو رقابت نکند. به جای آن، روی فرم‌های سنتی متمرکز شد که هدف‌شان بازار نوجوانان بود. این بار توجه اصلی بر شخصیت‌های تثبیت‌شده و قدیمی بود نه شخصیت‌های جدید؛ «کامیک‌های دنباله‌دار» به جای رمان‌های مصور و مهم‌تر این‌که کامیک‌ها به جای آن‌که نویسنده‌محور باشند این بار هنرمندمحور بودند. نتیجه‌ی منطقی‌اش آن بود که همه‌ی تلاش‌ها در این جهت صورت می‌گرفت که این کاسیک‌ها برای هواداران و در فروشگاه‌های ویژه‌شان جالب‌توجه باشد (با

موفقیت چندانی در پی نداشت. آن‌ها همچنین سعی کردند با اثر دیگری وارد گردونه‌ی رقابت شوند، این بار هدف‌شان نوجوانان سیاه‌پوست بود که به تولید مجموعه‌ای از کامیک‌هایی با حضور ابر قهرمانان سیاه‌پوست منجر شد. به گفته‌ی دی‌سی کامیکس این فقط تلاشی بود تا «کامیک‌ها را چندفرهنگی کنند». درحقیقت، کامیک‌ها از خیلی سال پیش در فحوای کلام‌شان چند فرهنگ‌ی شده بودند و ابر قهرمانان سیاه‌پوست نیز پیش از این وجود داشتند. به هر حال، قدم مهمی به جلو برداشته شده بود و خالقان و شخصیت‌های جدیدی معرفی شدند. کامیک‌هایی مثل پارازیت (Static)، شمایل (Icon)، سخت‌افزار (Hardware) و سندیکای خونین (The Blood Syndicate) (همگی تولید ۱۹۹۳) شناخت دقیقی را از دانسته‌های ابرقهرمانان ارائه می‌دادند که اغلب در لغافه‌ای از طنز بود. «پارازیت» قهرمانی است بر گرفته از محتوای اسپایدرمن، یکی از آن انتقام‌گیرنده‌هایی که با برق شارژ می‌شود و کلاه مالکوم ایکس به سر دارد و با جنایتکارانی که «مثل ردیک بو ساخته شده‌اند» می‌جنگد. خویشن دیگر او یک پسر بی‌چهی مدرسه‌ای است که شب‌ها در یک فروشگاه زنجیره‌ای غذاهای حاضری کار می‌کند که بی‌شبهت به مک دونالد نیست. این که آیا کارهای مایلستن روی کامیک‌ها تأثیری مشابه آن‌چه فیلم‌های اسپایک لی بر هالیوود داشته‌گذاشته، مسأله‌ای است که باید ماند و دید.

به هر حال، تا ۱۹۹۳ طول کشید تا دی‌سی کامیکس بزرگ‌ترین نقشه‌ی استادانه‌ی خود را رو کند: کشتن بزرگ‌ترین ابرقهرمانش، سوپرمن. چندین دلیل وجود داشت که چرا شخصیت‌ها دیگر محبوبیت خود را از دست داده‌اند. فیلم‌های کریستوفر ریو بسیار موفق بودند و تا آخر دهه‌ی هشتاد هم ادامه پیدا کردند و در رقابت با نسخه‌ی بازسازی‌شده‌ی کامیکی از سوپرمن بودند که جان بایرن آن را کار کرده بود و در دیدگاه‌های هواداران دو دستگی به وجود آورده بود (این شخصیت جدید شبیه مخلوق ریو به نظر می‌رسید و بیش از هر زمان دیگری «انسانی» می‌نمود). اما اواخر دهه‌ی هشتاد و در دهه‌ی نود سوپرمن به خاطر کامیک‌ها و فیلم‌های بت‌من کاملاً در محاق قرار گرفت. رقیب قدیمی‌اش یک‌باره او را پس زد.

برای رسیدن به فروش پیشین، چیزی سخت به وقوع پیوسته بود. سر به نیست کردن یک شخصیت، از آن دست مسائلی بود که

استفاده از طرفندهایی مثل جلدهایی که برای کلکسیون کردن مناسب باشند (غیره) و خوانندگان اتفاقی در این فروشگاه‌ها عملاً نادیده گرفته می‌شدند. این رویکرد «بازگشت به اصول اولیه» به لحاظ تجاری مفهوم پیدا کرد.

انگیزه‌ی دیگری هم برای مارول وجود داشت تا همین راه را ادامه دهد. در ۱۹۹۱، کمپانی مردم را در سهام خود شریک کرد و خرید و فروش آن در بازار سهام نیویورک شروع شد. این بدان معنا بود که حالا بیش از هر زمان دیگری این فشار کمتر وجود داشت که بازار سهام خود را گسترش دهند تا سهامداران را خشنود نگه دارند. در نتیجه، هجوم بی‌سابقه‌ای به سمت انتشار عناوین جدید شروع شد و البته بدون در نظر گرفتن کیفیت. بسیاری از این تلاش‌ها موفقیت‌آمیز نبود، اما یکی دو مورد واقعاً بزرگ از این میان سر در آورد.

نخستین مورد، فروش عجیب و غریب و پیش از تاریخ انتشار سهام مربوط به بازگشت دوباره‌ی اسپایدرمن بود که انتشارش از ۱۹۹۰ دوباره از شماره‌ی یک شروع شده بود. این کامیک را تادمک فارلین نویسنده و طراح موردعلاقه‌ی هواداران کشیده و طراحی کرده بود و زمینه را برای کامیک‌هایی با همین سبک و سیاق آماده کرد. سبک هنرمندانه‌ی این کامیک به شدت زنده و جاندار بود درحالی که طرح داستان عملاً پوچ و موهوم بود. به علاوه، این کامیک با چندین جلد رنگی متفاوت عرضه شد که هر کدام از هواداران مجموعه‌دار تمام جلدهای رنگارنگ این کامیک را خریدند. اسپایدرمن تبدیل به پر فروش‌ترین کامیک همه‌ی دوران شد، با فروش بیش از سه میلیون نسخه. به هر حال، روی دست این شخصیت هم کامیک دیگری بلند شد، گروه ایکس (X-force) (۱۹۹۱) که تقریباً سه و نیم میلیون نسخه به فروش رفت. این کامیک یکی دیگر از موضوعات مرتبط با کامیک مره‌ان ایکس بود که راب لی فلد با اجرای پویایی آن را زنده کرده بود. راز واقعی موفقیت این کامیک‌ها در این حقیقت نهفته بود که پنج کارت بازی گروه ایکس همراه با شماره‌ی اول منتشر شده بود؛ یعنی یک کامیک، پنج کارت بازی و دوباره این چیزی بود که مجموعه‌داران نمی‌توانستند در مقابلش مقاومت کنند.

دی‌سی کامیکس یک بار دیگر دچار سردرگمی شده بود، اما همچنان بازار خوانندگان نوجوان را در دست داشت. آن‌ها طرفند‌های مختلف و جلدهای متفاوت را تجربه کردند، اما

(Terminator) (۱۹۹۰) محبوب بودند، این‌ها با هم تلفیق می‌شدند، درست مثل آن‌که این کامیک‌ها دنباله‌ی فیلم‌های سینمایی باشند و به کامیک‌های بیش‌تری منتهی می‌شد که شخصیت‌هایش در داستان‌های مشترک حضور داشتند (برای مثال **بیگانگان علیه متجاوز**، ۱۹۹۰). ناشر، فیلم پرفروشی را هم با عنوان **نقاب** (The Mask) (۱۹۹۱) ساخت که ماجرای یک ابرقهرمان شوخ‌وشنگ با مایه‌های دلهره‌آور بود که تبدیل به یکی از فیلم‌های اسلپ استیک هالیوود در ۱۹۹۴ شد، با حضور جیم کری در نقش اصلی.

دارک هورس همچنین گوشه چشمی هم به بازار کامیک بزرگسال داشت و چندین قهرمان جدید را در این رشته معرفی کرد. آن‌ها البته برگ برنده‌ای داشتند؛ چرا که تقریباً فرانک میلر را انحصاراً برای خودشان استخدام کرده بودند. او عهده‌دار تألیف به من **آزادی** بده (۱۹۹۰) بوده که دیوگیبیز آن را طراحی می‌کرد. این کامیک، داستان تلاش‌های یک زن سیاه‌پوست تروفرز در آستانه‌ی جنگ‌های داخلی و در امریکای آینده بود که به دنبال به دست آوردن آزادی‌های معنوی، خودش را به این در و آن در می‌زند و بی‌احساس (Hard Boiled) (۱۹۹۰) با طراحی جف دارو، داستانی سیاه و پرقابلیت در مورد یک سایبورگ سنگدل که در جست‌وجوی حافظه و مقصودش بود. وسواس و موشکافی‌ای که دارو در مورد اجرای کارش به خرج داده بود به این داستان پر سر و صدا کیفیت کاملاً هنرمندانه بخشیده بود. میلر همچنین شهرگناه (Sin City) (۱۹۹۳) را نوشت و طراحی کرد؛ داستانی در مورد یک محکوم سابق که در جست‌وجوی یک قاتل زنجیره‌ای بود. این کامیک در عین حال که به یکی از بهترین کامیک‌های دهه‌ی نود تبدیل شد - به شکل سیاه و سفید و با سایه و روشن‌های درست و به جا - یکی از خشن‌ترین آن‌ها نیز بود: قاتل سر قربانیان خود را به دیوار نصب می‌کرد و البته قهرمان داستان هم برای رسیدن به هدفش کم شکنجه نمی‌شد.

دومین ناشر مستقلی که تأثیری در روند کامیک گذاشت ویزر بود که کارهایش به شدت جالب بود؛ چرا که کامیک‌هایش به همان ابرقهرمان‌هایی وفادار بود که امتحان‌شان را پس داده و قابل اعتماد بودند. این کامیک‌ها را ویراستار سابق مارول یعنی جیم شوتر کار کرد و کمپانی برای چاپ آثار جدیدش آن‌ها را با نشان والیانت روانه‌ی بازار کرد. اوایل، این کامیک احیای قهرمانان کم‌تر

در لحظه بسیار تحسین‌برانگیز بود و می‌توانست پول هنگفتی فراهم آورد (چنان‌که «مرگ رایین» نشان داده بود)، اما سراغ یک چنین شخصیتی مثل سوپرمن رفتن ریسک بزرگی به دنبال داشت. هواداران می‌توانستند با ترفندهایی بازار را داغ‌تر کنند (از جمله بازوبندهایی به رسم یادبود بر بازوبندند) اما برای مطمئن شدن از این موقعیت، دی‌سی کامیکس برای نوشتن این مسأله با تمام وجود به سمت رسانه‌های غالب روی آورد و کاری که آن‌ها انجام دادند حتی با روزهای پر سر و صدای شوالیه‌ی سیاه و نگهبانان هم برابری نمی‌کرد.

«مرگ سوپرمن» به شکل هوشمندانه‌ای استعاره‌ای مذهبی بود که اصل و نسب این شخصیت را منعکس می‌کرد. در این کامیک، سوپرمن تلاش می‌کرد تا مانع از «حملات سبعانه»ی هیولایی که دوزدی [مصیبت] نام داشت (چقدر این اسم مناسب انتخاب شده بود) شود و کشته می‌شد. در نهایت، بعضی از دوستانش به قبرش وارد می‌شوند و آن را خالی می‌یابند. فرمول ساده‌ای بود، اما بسیار مؤثر بود. کل این کامیک دنباله‌دار در یک رمان مصور عظیم موفق گرد آمد، درحالی که نسخه‌های تکی‌اش به یکی از پرفروش‌ترین کامیک‌های دی‌سی کامیکس تا آن زمان تبدیل شد. البته، سوپرمن به مدت طولانی مرده نماند و بعد از چند داستان پیچ‌درپیچ با حضور شیادان جور و اجور خیلی زود در آسمان‌ها با همان شکل و شمایل شروع به ویراژ دادن کرد.

با وجود تمام درگیری‌های سخت میان مارول و دی‌سی بر سر سهام خود در بازار، حقیقت آن چیزی بود که آن‌ها در دهه‌ی نود با آن مواجه شدند، آن‌ها دیگر تنها نبودند. مدتی بود که کمپانی‌های مستقل ویژه‌ای رشد کرده بودند و این رشد آن‌چنان با توانمندی همراه بود که یک روند واقعی را پیش بگیرند. سه کمپانی به ویژه توانستند در سال‌های آغازین دهه تأثیرگذار باشند: دارک هورس، ویزر و ایمپج. آن‌ها بی‌چون‌وچرا ثابت کردند که موفقیت‌های تجاری عجیب و غریب تنها در انحصار این دو کمپانی نیست.

دارک هورس، که در ۱۹۸۶ تأسیس شد، به این شهرت دست یافت که همیشه کامیک‌های باکیفیت عرضه می‌کرد، اما هیچ‌وقت تا دهه‌ی نود نتوانست به معدن دست یابد؛ زمانی که فیلمی بر این اساس ساخته شد و شروع کرد به فروش در ابعاد زیاد. به ویژه **بیگانگان** (Aliens) (۱۹۸۸)؛ **متجاوز** (Predator) (۱۹۸۹) و **نابودگر**

راداشند. بسیاری از این قصه‌ها محور خود را بر موضوعات قصه‌ای مد روز مثل دلهره و موضوعات علمی تخیلی قرار می‌دادند: شخصیت اصلی کامیک توله یک جور هیأت مفیستووار داشت که البته به دنبال مثله کردن مخالفانش نبود. به اندازه‌ی کافی کامیک‌هایی بودند که عقاید عجیب و غریب داشتند. به علاوه، این کار علاوه بر نمایش همه‌ی آن چیزی که زیباشناسی هواداران می‌طلبید، به شیوه‌ی غیر معمول و عجیب و غریبی با کامپیوتر طراحی و رنگ زده شده بود. همه‌ی این عوامل باعث شده بود تا اثر «امروزی» و غیر مترقبه به نظر برسد.

می‌خواهیم از موج جدید و غالب کامیک در دهه‌ی نود چه چیزی بیرون بکشیم؟ در بعضی جهات، محور مارول / دی‌سی کامیکس صرفاً تداوم فرمول‌هایی بود که از زمان شروع ژانر ابرقهرمانان استفاده می‌شد. اما در کامیک‌های دیگر نوعی حساسیت جدید نهفته بود. خشونت بخش اصلی داستان این کامیک‌ها را تشکیل می‌داد و معصومیت ذاتی ابرقهرمانان سبک قدیم جای خود را به نوعی بدبینی مدرن داده بود. مقاله‌ای در یکی از مجله‌های هواداران به نام «کامیک جوانان» در ۱۹۹۱ پرسیده بود، این کامیک‌ها به کجا می‌روند: «آنچه مخاطره‌انگیز به نظر می‌رسد اهمیت مستمر ابر قهرمانان به عنوان یک اسطوره‌ی امریکایی اصیل و شرافتمند است - آن‌ها ماهیت‌شان را با اسطوره‌سازی مطابق اصول و قواعد دوران حکومت ریگان به خطر می‌اندازند... اگر ناشران تسلیم این سفاکی شوند، ابرقهرمانان جاذبه‌ی خود را از دست خواهند داد و خواننده‌ها نیز با این مسائل درگیر می‌شوند و تنها آن‌چه به دست می‌آورند لذتی گناهکارانه از این ماجرای خونین و مخوف است.»

مسئله‌ی دیگری که در این مقطع درخور توجه است گسترش دامنه‌ی پیوند کامیک با رسانه‌های دیگر است. فیلم به ویژه از اهمیت بسیار بالایی برخوردار بود و ناشران نیز هر روز بیش از روز پیش هم‌قسم می‌شدند که شخصیت‌های کامیک روی نوار سلولوئید قهرمانان بزرگ‌تری خواهند بود. این البته مسئله‌ای بود که همیشه حائز اهمیت بود، اما اواخر دهه‌ی هشتاد و اوایل دهه‌ی نود ناشران به شکل بی‌رحمانه‌ای از موقعیت‌شان به‌عنوان گروه (یا به عنوان کمپانی‌های خواهر) شرکت‌های رسانه‌ای چندملیتی بهره‌برداری می‌کردند؛ شرکت‌هایی که توانایی ساخت فیلم را داشتند. برای مثال، دی‌سی کامیکس را تایم وارنر تحت مالکیت

شناخته‌شده‌ی کامیک‌های دهه‌ی شصت بود (که گلد کی در ابتدا آن‌ها را چاپ کرده بود). کامیک‌هایی مثل *استثنایی* (Magnus)، *جنگنده‌ی رباتی* (Robot Fighter) *سولار* (Solar)، *مرد اتمی* (Man of Atom) (هر دو در ۱۹۹۱). اما در ۱۹۹۲ کامیک‌هایی از روی کامیک‌های قدیمی *ایکس - ۲*، *کشتی جنگی* (Manowar)، *مُنادی* (Harbinger)، *مأمور مخفی* (Shadow Man) و *سلحشور ازلی* (Eternal warrior) پایه و اساس مجموعه آثار موفق سری «والیان‌ت یونیورس» را تشکیل دادند. کاملاً قابل پیش‌بینی بود که این کامیک‌ها مورد توجه نوجوانان قرار بگیرند و پول فراوانی را راهی جیب‌های مسئولان کمپانی کنند.

سومین کمپانی مستقل و موفق که در ابعاد تجاری کاملاً شاخص بود ایمیج کامیکس بود. این کمپانی، که با اندیشه‌ی «خالقان از آن ما هستند» تشکیل شده بود، هنرمندان و نویسندگان ناراضی مارول را که احساس می‌کردند به خاطر سیستم سنتی مارول به اندازه‌ی کافی کارشان دیده نشده است به کار گرفت. این مسأله واقعاً قابل توجه بود؛ چرا که کسانی که به این قضیه اعتراض کرده بودند تاد مک فارلین، جیم لی و راب لی فلد از جمله خالقانی بودند که کامیک‌هایشان جزء پرفروش‌ترین کامیک‌های همه‌ی تاریخ بود. از بعضی جهات، کاری که کرده بودند با ریسک فراوانی همراه بود، اما خوش‌بینی آن‌ها نسبت به این قضیه با موفقیت انتشار سه کتاب اول‌شان توجیه شد (همه‌ی آن‌ها به شکل اجتناب‌ناپذیری در مورد ابرقهرمانان بودند). در نخستین کامیک از این سری، تازه نفس (Young Blood) (۱۹۹۲) اثر لی فلد، همان ترفند کارت‌های تجاری عرضه شد و رکورد فروش کامیک‌های مستقل را شکست؛ دومین کامیک یعنی *توله* (Spawn) (۱۹۹۲) اثر مک فارلین دوباره رکورد فروش را شکست و سومین کامیک یعنی *گربه‌های وحشی* (wildcats) (۱۹۹۲) اثر لی همین اتفاق برایش افتاد. چیزی نگذشت که ایمیج، دی‌سی کامیکس را شکست داد و این کمپانی در رده‌ی سوم فروش قرار گرفت.

این‌که چرا کامیک‌های ایمیج به چنین موفقیتی دست یافتند توضیح‌اش چندان دشوار نیست. این کامیک‌ها اساساً بازسازی دوباره‌ی فرمول‌های مارول بودند که بزرگ‌ترین مشاهیر این صنعت آن‌ها را نوشته و طراحی کرده بودند. (بعدها، خالقان درجه یک دیگری به آن‌ها پیوستند، مثل آریک لارنس، ماری سیلوستری و ویلس پورتاچیو). اما آن‌ها جذابیت‌های خودشان

خود در آورد و مارول را همان شرکتی در اختیار گرفت که نیورلد پیکچرز را در اختیار داشت و دارک هورس نیز ارتباطات نزدیکی با کمپانی فاکس قرن بیستم داشت.

صرفاً تعداد فیلم‌هایی که اخیراً بر اساس کامیک‌ها یا کامیک استریپ‌ها ساخته شده نشان‌دهنده‌ی نکته‌ی اصلی ماجراست. این مجموعه شامل کامیک‌های زیر است (علاوه بر لاک پشت‌های جهش‌یافته‌ی نینجا، بت‌من، عامل مجازات و نقاب که در مورد آن‌ها صحبت شد): بت‌من بازمی‌گردد، بت‌من برای همیشه، کلاغ، دیک نرسی، ریچی ریچ، دنیس دردرس‌ساز (Dennis The Menace)، کاسپار، روح دوست‌داشتمی، سایه، قاضی درد و تنگ گول (Tank Girl). به‌علاوه، چیزی حدود هفتاد فیلم دیگر در ارتباط با کامیک در مرحله‌ی تولید یا پیش‌تولید است که اگر شایعات را باور کنیم عبارتند از: اسپایدرمن، در دوئل، الکترا، گروهان راک و گروه چهار نفره‌ی شگفت‌انگیز. (در این‌جا به مجموعه‌های بی‌شماری که این اواخر بر اساس کامیک‌ها در تلویزیون ساخته شده‌اند اشاره‌ای نشده است، به ویژه به کارتون‌های بت‌من، نقاب و مردان ایکس و شوهای زنده‌ی تلویزیونی لویس و کلارک).

همه‌ی این کارها و فعالیت‌ها می‌تواند نوعی اظهارنظر درباره‌ی هالیوود باشد. به عبارتی، این نشان می‌دهد که جلوه‌های تصویری تا کجا پیش رفته‌اند. این حقیقت نیز وجود دارد که کامیک‌ها یک قدم پیش‌تر از فیلم‌ها بوده‌اند؛ چرا که توانایی کامیک‌ها برای تصویر کردن فضاها و موقعیت‌های دیدنی و خارق‌العاده‌ی رقیب بود. البته دیگر این‌طور نیست. در حال حاضر، فیلم‌هایی با بودجه‌های ۳۰ تا ۵۰ میلیون دلار در همین جایگاه قرار گرفته‌اند و پیشرفت‌های کامپیوتری در زمینه‌ی انیمیشن و طراحی به این معنی است که تقریباً هرگونه جلوه‌ای در کامیک می‌تواند تکرار شود. و به هیچ‌وجه اغراق نیست که بگوییم بالاخره کامیک‌های دو بعدی به سه بعدی نیز رسیده‌اند.

به عبارت دیگر، این نشان می‌دهد که هالیوود برای رسیدن به ایده‌های جدید چقدر با مشکل روبه‌رو است. جدای از خلق اسطوره‌های جدید، غول‌های فیلم‌سازی به این نتیجه رسیده‌اند که نسبت و پنجه نرم کردن با شخصیت‌ها و موضوعات کامپیوتری حاضر و آماده راحت‌تر است؛ چرا که خیلی راحت‌تر می‌توان عرضه‌شان کرد. برای آن‌ها، شخصیت‌های کامیک‌ها، خیلی ساده

فقط یک سری اسم شناخته‌شده هستند. مثل لوگوی کمپانی‌ها، از آن نهادهایی که فقط به شکل اسم خودشان را نشان می‌دادند. و اگر کاتالوگ‌های ناشران کامیک‌ها می‌تواند بدون هیچ‌گونه هزینه‌ی اضافی به بهره‌بردار می‌رسد و اگر بعدها فیلم، کامیک‌ها و کالا‌های مرتبط می‌توانند به شکل فعالیت تجاری منسجم (مرتب و منظم هماهنگ شوند)، چه بهتر.

اما این وابستگی متقابل ممکن است نتایج بلندمدت مهمی را برای صنعت کامیک به ارمغان بیاورد. فیلم سینمایی البته می‌تواند سودآور باشد و چه کسی می‌تواند ناشران کامیک را به‌خاطر استفاده از موقعیت‌ها سرزنش کند؛ اما آن‌ها می‌توانند وظیفه‌ی دیگری را هم مدنظر قرار دهند، به‌عنوان راه‌گریزی در مواقع بحران. اگر بخواهیم دقیق‌تر بگوییم: تأکید کنونی در جهان محصور هواداران بر سر قابلیت مجموعه کردن کامیک‌ها، با ارتباط مضحک‌اش با روجدهای غلط‌انداز و امثال آن، شالوده‌ی بسیار آسیب‌پذیری است که نمی‌شود آینده‌ی این تجارت را روی آن بنیان کنیم. دیر یا زود این حباب می‌ترکد و هواداران می‌فهمند که کلاه سرشان رفته است و وقتی این اتفاق می‌افتد، پیامدهایش برای شبکه‌ی فروش می‌تواند نگران‌کننده باشد. در چنین شرایطی، ناشران باید بسیار عاقل باشند و قایق نجاتی حاضر و آماده دم‌دست داشته باشند و به نظر می‌رسد که فیلم‌هایی که بر اساس این کامیک‌ها می‌سازند می‌تواند بهترین پاسخ باشد.

