

إمبراطورية مارفل: عالم الأبطال الخارقين

كتبه أحمد الخطيب | 8 مارس، 2022



نون بودكاست · إمبراطورية مارفل: عالم الأبطال الخارقين

في العقد الماضي، ضخت شركات الإنتاج أموال طائلة في مشاريع الأبطال الخارقين، وبغض النظر عن المستوى الفني لهذه الأفلام لم يحقق أي منها -تقريباً- في شباك التذاكر، وهذا يرجع إلى منهجيتها في المقام الأول.

فهذا النوع من الأفلام يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجمهور، حيث تُصنع من أجله وبمعاييره الخاصة، مما يجعلها تخضع خضوعاً تاماً لمقاييس إنتاجية تجارية تتسم بمركزية المتلقي وتأثيره على الشكل النهائي للمنتج السينمائي، فالجمهور يعتبر المحرك الأساسي لتلك النوعية من الأفلام، كنوعية (Genre) حداثية ظهرت بشكلها الحالي في نهاية القرن المنصرم، رغم وجودها في السينما الأمريكية منذ أربعينيات القرن الماضي.



كوميك عالم مارفل - طور التكوين

في نهاية ثلاثينيات القرن المنصرم، أسسَ الكاتب والحرر مارتن غودمان مجلّيًّا "مارفل كوميكس" (Marvel Comics) و"تايملي كوميكس" (Timely Comics) - ستتطور المجلتان في المستقبل، لتُتحدا تحت مظلة "مارفل كوميكس"-، معتمدًا على المواد التي توفرها شركة Funnies Inc الشهيرة.

احتوت أول إصدارات مارفل على شخصيات مثل Sub-Mariner وHuman Torch أو كما يُطلق عليه Namor، وحسب كتاب **"مختصر تاريخ الأبطال الخارقين"** للكاتب براين روب، فقد بُني غودمان فريقه الخاص من المبدعين عبر جذبهم من شركة Funnies Inc، من ضمنهم كان الكاتب جو سيمون مقرؤًنا بالفنان جاك كيري، ولكن الاثنين سيغادران بعد صدور 10 أعداد من المجلة، ليُعيّن غودمان الشاب ستان لي محررًا جديًّا للمجلة.

تطورت القصص المصورة مع مرور الزمن، فحقبة الحرب العالمية في الأربعينيات ليست نفسها ما بعد الحرب في الخمسينيات، ولكن الشيء الجديّ أنها سمحَت لستان لي بتطوير كتاباته، ومنحته الخبرة الكافية ليتطور هو أيضًا، رغم أن غودمان كان يدفع ستان للبحث وراء النوعيات التي تحقق مبيعات.

وفي وقت ما، تحولت "تايملي كوميك" إلى القصص المصورة الرومانسية، ثم الرعب والغمارات الغربية (Western)، ثم الانتقال إلى الوحوش الضخمة مع الصدي الرئيسي الذي خلقه غودزيل라 في اليابان والعالم، وغيرها من الألوان والنوعيات التي كانت تركب موجة المبيعات.



حق ستينيات القرن الماضي، كان ستان لي على وشك أن يبلغ الأربعين من عمره، يفكّر جديًا بترك المجال، حق حدوث واقعة غريبة، لا نعرف إذا كانت حقيقة أم لا، بيد أنها تردد كثيراً على الألسنة كشيء حقيقي، حيث ذكر الكاتب براين روب هذه الواقعة في كتابه:

”وفقاً للأسطورة، أُوحى لغودمان أن يعود إلى تضمين الأبطال الخارقين كثيمة رئيسية للمجلة، خلال لعبة غولف مع مالك DC جاك ليبويتز عام 1961. من المحتمل، وبحمامة، نظراً إلى كونهما منافسين احترافيين، كشف ليبويتز لغودمان أن فرقة العدالة لدى DC، المكونة من سوبر مان والرجل الوطواط والمرأة العجزة وغيرهن لأنtern، حققت نجاحاً هائلاً.“

يكمل الكاتب: ”سرعان ما تم نقل تلك المعلومات إلى ستان لي كتعليمات، مفادها أن مارفل يجب أن تملك فريقاً خارقاً خاصاً بها. في ذلك الوقت كان ستان لي الوشك على الأربعين مستعداً لحمل قصصه المصورة ومغادرة المجال، لكن وأشارت زوجته، جوان، أنه بينما كان يفكر في التقاعد، يمكنه الاستجابة لطلب غودمان عبر فعل ما يحبه هو، ورأى ستان لي حينها فرصة لخلق فرقة الأبطال الخارقين التي آمن فيها، وأسفرت تجربته عن الظهور الأول للمذهلين الأربع (Fantastic Four).“

ومع النجاح التجاري الهائل الذي حققه أعداد المذهلين الأربع، قرر ستان لي البقاء مع مارفل، لتجتاح مارفل عدة قارات جريئة مع مرور السنوات، وتقتتحم أرضية جديدة في عوالم الأبطال

الخارقين تمثّل القيم الاجتماعية والأعراف بشكل واضح، لطرح شخصية وايت وينغفوت، أول حليف للمذهلين الأربع ينتمي إلى سكان أمريكا الأصليين، وتقدّم شخصية النمر الأسود (Black Panther)، ليصبح أول بطل خارق أمريكي من أصل أفريقي.

ومع الوقت بدأت تخبوا تلك الرباعية المذهلة تحت وطأة الاحتياجات التجارية الجديدة لأبطال خارقين جدد، مثل هولك (Hulk)، والرجل العنكبوت (Spiderman)، والمنتقمين (The X-Men)، ولكن لم تنس مطلقاً شركة مارفل قيمة المذهلين الأربع، كأول شخصيات نصف إنسانية مهدّت لهذا الشكل من الأبطال والفرق كعلامة فارقة في مجال القصص المصورة.

أحدثت السبعينيات تطويراً هائلاً في مارفل على مستوى الشخصيات، في خضم الحرب الباردة بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي، فقد خرجت العديد من القصص المصورة التي تعاطى مع التكنولوجيا النووية، لتوسّس عالياً تعاطى مع العلم والعلماء في شكل يتنامّ مع الخرافية واللامعقول، لتنجم عن هذه التغيرات العالمية قصص مهوسّة بشكل أو باخر بالحرب النووية والتغيرات.

وحق على مستوى الأبطال أنفسهم، فقد تأثر بعضهم بقوى وإشعاعات نووية، ليس هذا فقط، حيث في تلك الحقبة بدأت مارفل عصراً جديداً من الأبطال الخارقين، وقد شهد عام 1963 خلق شخصيات أيقونية لها شعبيتها الخاصة لدى محبي القصص المصورة، مثل الرجل الحديدي (Iron Man) الذي أصبح علامة مميزة وتطوّرها ملهمّاً في عالم الأبطال الخارقين كُلّ، خصوصاً مع بداية عصر أفلمة القصص المصورة بشكل مكثّف بدأية تسعينيات القرن الماضي، لتبدأ إمبراطورية عالم مارفل السينمائي بالتشكّل.



عالم مارفل السينمائي

تقف سينما الأبطال الخارقين على ذراغين، الذراع الأولى هي شركة DC التي تتفزد بهوية مؤسّسة، ذات خصوصية عالية، بشخصيات أيقونية في تاريخ القصص المصورة، ساهمت في تكوين ثقافة شعبية وعالية ترتبط بقوة بأبطالها ومدى تأثيرهم، وهي من رسخت لعالم الأبطال الخارقين المصور في بداياته، ليتحول أبطال القصص المصورة إلى رموز حية.

والذراع الثانية هي شركة مارفل، التي تُعتبر محاولة جريئة لتأسيس عالم خاص بالأبطال الخارقين. ولدت تلك المحاولة من وجود شركة DC نفسها، لتبقو في البداية خلف هذا الكيان العملاق، بالنهجية نفسها تقريباً ولكن بأبطال مختلفين ومحاولات لكسب السوق من دون فرصة حقيقة للإبداع.

لذلك تجرّعت الإخفاقات ككيان صغير في طور البناء، حق تحولت إلى شركة ذي قيمة عالية مزامنةً مع منح ستان لي والفنانيين الآخرين مساحة حرية أكبر للتعبير عن أنفسهم، وابتداءً من الخمسينيات برزت الشركاتان كمتنافسين قويين، بحرص شديد على جذب أكبر قدر من المعجبين، وتكون قاعدة جماهيرية تدفع الشركة إلى النهوض واستحداث أفكار جديدة، والحق أن تلك المنافسة كانت محركاً رئيسياً للشركاتتين، ومحفزاً هائلاً للتطوير.

تُنسق سينما الأبطال الخارقين بطبيعتها مع الجمهور، خصوصاً في الآونة الأخيرة، فهي نوعية سينمائية ابنة لحظتها، أقصد على مستوى الأفلام وليس النسق القصصي المتعلق بفن الكوميكس، تتأثر بالخطاب السائد الذي في الأغلب يكون محافظاً على نمط معين من اللياقة تتناسب مع الفئة المستهدفة.

بيد أن الأفلام الأولى لمنتج سينمائي مقتبس عن قصص مارفل، كان نوعاً من المقامرة، يبتعد تماماً عن موقف الانسياق الجمعي الذي تلتزم به الشركات في وقتنا هذا، وتصنع بموجبه الأفلام من خلال نسق دقيق ونظام محكم، بحيث لا يتكون كلمة أو مشهداً يمكن أن يعرضهم لمحاكمات أخلاقية من قبل المؤسسات الإنسانية التي تقود موجة الجمهور، أي أن من يتحكّم بشكل ما في أخلاق الجمهور يتحكّم في معايير السينما.



البدايات - Blade

اندهش البعض لاختيار شركة مارفل شخصية بليد (Blade)، وهي شخصية مساعدة ظهرت أول مرة في العدد العاشر من قصص الرعب المصورة The Tomb of Dracula، أنتجتها شركة New Line Cinema في فيلم منفصل يحمل الاسم نفسه عام 1998 من إخراج ستيفن نورينون، وبميزانية تقدّر بـ 45 مليون دولار، ليصبح بليد الاستهلال الثاني لأفلمة القصص المصورة من قبل شركة مارفل.

الجدير بالذكر أن شخصية بليد هي شخصية سوداء، وهذا منافٍ بشكل هائل للمعايير السينمائية في ذلك الوقت، مع اعتياد الجمهور على نمط معين من الأبطال، خصوصًا إذا كان بطلاً خارقاً، لهذه الأسباب كان فيلم بليد مقامرة ومرأفة على الجمهور.

تميّز الفيلم بأسلوب سينمائي مختلف، يجمع بين فنون هونغ كونغ القتالية وحضور مهيب للممثل الرئيسي ويسلی سناپيس، بحلته الجلدية ووجهه المتجمّم، بجانب احتواه على عدة مشاهد دموية واستعارات عرقية، فضلاً عن الافتتاحية الصادمة.

وعلى إثر ذلك، حظّم الفيلم كل التوقعات الممكنة، ونجح في إزاحة فيلم "إنقاذ الجندي رايان" للمخرج العملاق ستيفن سيلبرغ عن الـ"بوكس أو فيس"، ورغم ردود الفعل النقدية السيئة، فقد حصد الفيلم حوالي 70 مليون دولار، وأعاد للممثل ويسلی سناپيس مكانته كنجم شبابك تذاكر مرأة

أخرى، بعد أن خفت نجمه بجانب الشهرة التي حظي بها الممثل كريس كريستوفيرسن، الذي لعب دور صديق البطل بليد.

بعدها بـ 4 سنوات، ستنتج الشركة نفسها متعاونة مع مارفل الجزء الثاني من القصة نفسها، من إخراج المكسيكي الشهير غيريمو ديل تورو، ليخرج أفضل أفلام السلسلة دون منازع، ويحصد حوالي 150 مليون دولار، ليشجّع الشركة على العمل على جزء آخر كان مخيّباً للآمال.

ولم تتوقف قصة بليد عند هذا الحد، بل تحول إلى مشروع مسلسل تلفزيوني عُرض على Spike TV عام 2006، ورغم الاحتفاء النقدي والجماهيري لم تنتج الشركة سوى جزءٍ واحدٍ من المسلسل، وبعدها تم إلغاء أي مشاريع لأجزاء أخرى.

سلسلة X-Men



بداية من عام 2000، بدأت شركة مارفل الدخول في خضم العالم السينمائي بمنهجية أكثر قوّة، وقررت الاستثمار في سلسلة X-Men التي تُعتبر واحدة من أكثر سلاسل الأبطال الخارقين نجاحاً، سواء على المستوى التجاري أو الجماهيري.

منحت مارفل الفرصة للمخرج براين سينغر لإخراج الفيلم الأول في السلسلة عام 2000، بميزانية

تفوق الـ 70 مليون دولار، لتحقق نجاحاً جماهيرياً ضخماً، وتحظى شباك التذاكر بأرباح تضاهي ما يقارب الـ 300 مليون دولار، ما يعدّ رقمًا خرافياً بالنسبة إلى مارفل.

احتوى الفيلم على العديد من الشخصيات، لأنّه يعرض فريقاً كاملاً وعالماً موازياً، بيد أنّ سينغر قام بتوليفة مميزة تجمع بين الخبرة والشباب الموهوب، خصوصاً مع تضمينه لقامات عظيمة مهنياً وفنرياً في عمله السينمائي، مثل إيان ماكيلين وصديقه باتريك ستيفارت، بجانب الوجه الأسترالي الجديد في السينما الأمريكية هيوجاكمان.

بجانب هذا، راعى سينغر في كتابته وإخراجه الفنى هذا العدد من الشخصيات، محاولاً قدر الإمكان أن يبتعد عن الرؤية النمطية، من خلال استغلال المساحة الثرية التي يوفرها له عالم الأبطال الخارقين كعامل لا يقتيد بالعقل، ويشتبك مع الأسطوري واللامنطقي.

يعلّق المؤلفان ريتشارد غراهام وويلر وينستون ديكسون في كتابهما "موجز تاريخ أفلام القصص الصورة" على تلك النقطة:

"فيما منح فيلم بليد مخططاً محتملاً للنجاح، تلافت شركة مارفل وتويتيث سينتشوري ستوديوز (Twentieth Century Fox) الشكل الفيلمي السائد، وضحتا أفكاراً مختلفة داخل حيز أفلام الأبطال الخارقين التقليدي: فريق الأبطال الخارقين، ما حقّق لـ X-Men الشرط الإبداعي والنجاح التجاري".

بعد النجاح الساحق الذي حققه الجزء الأول، وقعت شركة تويتيث سينتشوري ستوديوز عقداً مع المخرج براين سينغر لصناعة جزء ثانٍ من السلسلة، بميزانية تجاوزت الـ 100 مليون دولار، حيث وجد سينغر الفيلم الثاني كفرصة لسر أغوار الشخصيات التي لم تُمنح مساحة كبيرة في الجزء الأول، وحاول من خلال الجزء الثاني United X-Men أن يتعمّق أكثر في حكايات الشخصيات وتاريخها، ليصنع لها مبررات وجود قابلة للتصديق، ليحظى الفيلم شباك التذاكر بأرباح وصلت إلى 400 مليون دولار.

بعد هذا الفيلم، انتقل سينغر إلى الغريم DC، وانشغل بالعمل على فيلم Superman Returns عام 2006، ليعتذر عن القيام بالفيلم الثالث في السلسلة، ويترك المجال لزميله بريت راتنر ليقود الفيلم الثالث في السلسلة، كحدث مفصلي بميزانية تتجاوز الـ 200 مليون دولار، لأن راتنر سيضع نجاح الجزئين الأول والثاني أمام عينيه وهو يعمل، لذا لم يكن هناك خيار سوى النجاح، وبالفعل قدّم راتنر رؤيته الفنية الأصلية للسلسلة وأضاف عمقاً للقصة في شكلها العمومي، ونجح في جني أرباح تقدّر بـ 450 مليون دولار.

عادت لاحقاً الشركة بجزء جديد من السلسلة عام 2011 يخص شخصية وولفرين X-Men Origins: Wolverine، الذي فشل في الكفتين النقدية والجماهيرية، حيث يقول عنه جونا ويلاند، المنتج المنفذ لمصادر القصص المصورة: "لا يوجد ضرر يتعدّد إصلاحه في سلسلة الأفلام التجارية، ولكن فيلم X-Men Origins: Wolverine كان على وشك أن يتحول إلى هذا الضرر".



إمبراطورية MCU - الرجل الحديدي

هناك الكثير من المشاريع التي حققت لارفل الشعبية المطلوبة، وساعدت في خلق نوعية جماهيرية أشد هوّا (Die-hard Fans) في كل أنحاء العالم، ومن هذه المشاريع سلسلة أفلام الرجل العنكبوت وهولك، وغيرها من الأسماء التي ستتحول إلى رموز لها خصوصيتها ومحبّيها، وستخلق لهم الشركة بعد ذلك خطوطاً قصصية خاصة وأنظمة متفرّدة، يتم تصويرها ودمجها لتصبح أكثر حميمية لدى المشاهد، خصوصاً مع إطلاق عالم مارفل بشكّله الجديد: MCU، ما يستوجب الحديث عن الرجل الحديدي الذي يعتبر الاستهلال التاريحي لارفل في شكلها الجديد.

والحقيقة أنه لا يمكن مقارنة فيلم الرجل الحديدي -في تأثيره- بأي فيلم آخر داخل عالم مارفل السينمائي، ليس لأنه فيلم طازج على المستوى الفني بالنسبة إلى مارفل، بل لأنّه نحت المنرجية والأسلوبية التي ستتبعهما مارفل في أغلب أفلامها بعد ذلك، وأضحى منشأ كل التفريعات القصصية بعد ذلك، خصوصاً للجمهور الذي لا يقرأ الكوميك، لذلك كان إنتاج الفيلم مخاطرة يجب أخذها، خصوصاً مع الاسم الجديد والمنرجية الأكثر احترافية التي بدأت مارفل كشركة مستقلة تعامل بها مع العملية الإبداعية.

في عقد زمني واحد، أعادت استوديوهات مارفل تعريف الأفلام التجارية، حيث

أفلامها الـ 22 حصدت حوالي 17 مليار دولار، أكثر من أي سلسلة أفلام تجارية في التاريخ.

عام 2008، وبعد سقطيَن مارفل في محيط النجاحات الهائل، على وجه الخصوص فيلمي عام 2003 Ghost Rider و 2007 Daredevil اللذين لم يحققَا النجاح الرجو منهما، على المستوى التجاري أو النقدي، قرر كيفن فيج، المسؤول عن إنتاج عروض مارفل السينمائية والتلفزيونية، أن الوقت قد حان لتنشُّج مارفل لنفسها كمؤسسة كبيرة، ليخلق ما يُسمى الآن MCU أو Marvel Cinematic Universe.

وفي السنة نفسها، راهنت الشركة على أول أفلامها بالحَلَّة التجارية الجديدة، فيلم "الرجل الحديدي"، من بطولة الممثل روبرت داوني جونيور ومن إخراج جون فافرو، الذي لم يكن لديه رصيًداً كافياً كمخرج أفلام، حيث إذا نظرنا إلى الفيلمومغرافيَا الخاصة به لن نجد سوى فيلمين طويلين وبعض الأفلام والحلقات التلفزيونية، ورغم ذلك راهنت شركة مارفل بميزانية 140 مليون دولار.

إذا نظرنا من الخارج، ستبدو صناعة فيلم مثل هذا ضرِّيًداً من الجنون، بيد أن مارفل كانت ترى الأشياء بمنظور مختلف، والفيلم على عكس كل التوقعات حقق نجاحاً منقطع النظير، بأرباح تجاوزت الـ 580 مليون دولار، وانطلقت بعدها شركة مارفل كواحدة من أكبر شركات الإنتاج في العالم، تتحرك نحو مشاريع أكثر تعقيداً وأشد توسيعاً في عالم القصص المصورة، فأعادت إنتاج شخصية هولك، وبدأت في التفكير بمشاريع جديدة كليًّا مثل "المنتقمين" الذي حقق فرقعة تجارية هائلة، كنموذج موازٍ لفرقة العدالة (Justice League) في شركة DC، ولكن بأسلوب أَخْفَ وأجواء أقل سوداوية.

ما أحدثه فيلم "الرجل الحديدي" في عالم مارفل هو شيء استثنائي، فهو الفيلم الأول تقريباً ذو طابع كوميدي وخيف، ولكنه لا يفقد نزعته التسويقية من حيث الإثارة والمعارك، إلا أنه يتخطى أفلام مارفل التي سبقته من حيث التكوين نفسه والبناء القصصي والثيمة اللونية وخفة الظل التي طبعت معظم أفلام مارفل بعدها، كمنهجية مناسبة لعظم الفئات العمرية، بالإضافة إلى الابتعاد قدر الإمكان عن المشاهد الدموية والجنسية كأشياء منفردة، وستحدد الفيلم بطبقة أو فئة معينة ما سيجعل الشركة تقلص الجمورو المستهدف.

وباختصار يمكن تلخيص رحلة مارفل بما قالته مجلة Harvard Business Review، في مقال منشور على منصتها الإلكترونية "آلة مارفل للرواج": "في عقد زمني واحد، أعادت استوديوهات مارفل تعريف الأفلام التجارية، حيث أفلامها الـ 22 حصدت حوالي 17 مليار دولار، أكثر من أي سلسلة أفلام تجارية في التاريخ".

رابط المقال: <https://www.noonpost.com/43306>