

Kulturális tanulás és a filmterjesztés a nyíregyházi Krúdy GyulaArt mozi tükrében

Mészáros Szilárd

Váci Mihály Kulturális Központ

BEVEZETÉS

A mozi elterjedése jelentette a 20. század első felének legnagyobb technológiai változását, mely jelentős vitákat indított el már saját korában is. A disputák a tömegfilm és a művészfilm jellege körül csúcsosodtak ki, valamint a technika és a gépesítés hatását vizsgálták a kor emberére. Néhány évtized alatt a mozi kialakította saját műfajait és intézményeit, így vált az emberek mindennapjainak részévé. A szórakoztatóipar részét alkotó mozgókép fejlődése jól példázza azt a folyamatot, amelynek során kialakul, hogy egy médium milyen technikai feltételek mellett milyen tartalmakat közvetít majd, és a folyamat eredményeként milyen módon változtatja meg a szórakozás új formáin keresztül a közönség ízlését. Az elmúlt évszázadban a film világának szereplői folyamatos kísérletezéssel alakították a mozi kereteit, mely szerint a mozifilm alkalmas a valóság érzetét kelteni, és az illúzió fenntartásához hozzájárul az, hogy a filmeket nagy képernyőre vetítik, témájukat pedig mindenki számára ismerős helyzetekből merítik. Előadásomban arra vállalkozom, hogy a modern világ kulturális életét uraló mozgóképet — akár művészeti formaként fogjuk fel, akár technológiai innovációként írjuk le —, jelenkorunk filmterjesztésének rendszerében értelmezzem. Célom az, hogy számba vegyem, mely tényezők határozzák meg napjainkban a mozik lehetőségeit, és ezek a változások milyen hatással vannak az art mozik kínálatára.



Digitális forradalom és a film

A modern világ radikálisan változó technikai környezetében sokszor beszéltek már a hagyományos mozi végéről. Kezdetben a televízió jelentette a fő veszélyt, hiszen az 1980-as évekre a televíziózás végleg a szórakoztató-szabadidős tevékenységek közé került. A tematikus csatornák megjelenésével, valamint az egyre gazdagabb kínálattal szélesebb közönségretegeket lehetett elérni. Az egyre több szabadidővel rendelkező fogyasztók számára a televíziózás egyértelműen a kikapcsolódás eszköze lett. A hollywoodi filmkészítők válasza nem sokat késett, mert a 1990-es évekre kikristályosodott a ma már általánosnak mondható modell: széles tevékenységi köröket felölelő vállalati konglomerátumok rendszere. A filmgyártás és forgalmazás, valamint a televíziós tartalomkészítés egymásba fonódásával globális multinacionális kultúraipar született. A filmterjesztésben az ezredfordulón megjelenő új technológiák (DVD, Blu-ray) újabb félelmeket szültek a filmterjesztőknel, mégis a hálózati világ kiépülésével általánossá váló illegális fájlcserélés elterjedése miatt került nehéz helyzetbe a filmipar. Az illegális fájltöltés ellen elsőként a hasonló cipőben járó zeneipar, pontosabban a Steve Jobs vezette Apple lépett fel, amikor 2003-ban elindították az iTunes Store-t, amely mára 43 milliós dalkínálatával és 800 millió felhasználójával a világ legnagyobb zeneáruházának számít. Az elérhető sávszélesség az ezredforduló óta a sokszorosára nőtt, és az okostelefonok, illetve az egyéb hordozható platformok megjelenésével párhuzamosan, az elmúlt 5 évben a zenefogyasztási szokások újra megváltoztak: a letöltés helyett a streaming szolgáltatások kerültek előtérbe. A Spotify, a Deezer, a Rhapsody és újabban a Youtube Music Key felhasználói megkötések nélkül, ingyen vagy kiemelkedően jutányos havi díjért válogathatnak a zenék között. Az üzleti modell hosszú távú nyereségével kapcsolatban még akadnak kérdőjelek bőven, de látható, hogy a legális zenehallgatás végérvényesen háttérbe szorította az illegális letöltéseket.



A mozgókép fogyasztás kifehéritése jóval lassabb folyamatnak bizonyult, de itt is a technológiai fejlődés indította el a forradalommal felérő változásokat. A jövőt egyértelműen a SVoD (streaming video on demand) szolgáltatások jelentik. Az Egyesült Államokban öt háztartásból kettőnek már most van hasonló előfizetése, és ez az arány a későbbiekben csak növekedni fog. A Netflix8 mellett ugyanis a FOX, az NBC és a Walt Disney által elindított, elsősorban televíziós tartalmakat közvetítő HULU a népszerű. Az SVoD előtörése akár a hagyományos televíziós piac dominanciáját is megrengetheti, ha sokan úgy döntenek, lemondják kábel-előfizetésüket. Ezt a trendet erősíthetik a legfrissebb fejlemények is: az HBO, az ESPN és a CNN is bejelentette, hogy önálló SvOD szolgáltatást indít, vagyis kábeles előfizetés nélkül is lehet nézni a csatornáikat. A digitális forradalom akkor lépett új szakaszába, amikor a Netflix úgy döntött, hogy nem csak közvetíteni, de gyártani is fogja a tartalmat. A cél — a televíziós társaságoknak kifizetett forgalmazói díjak megspórolásán túl — az új előfizetői bevonása és a saját arculat megteremtése, vagyis az imázsépítés volt. A vezetőség jól kalkulált: valóban bővült a felhasználók köre, a házon belül gyártott sorozatok (Kártyavár, Orange Is the New Black) a közönségsikeren túl ráadásul a legrangosabb szakmai díjakat is begyűjtötték.



Polarizálódó filmforgalmazás és az art mozik

A digitális átállással a celluloidszerető filmrajongó rosszul, a forgalmazó és a mozi jól járt. A digitális eszközök használatával megszűnt a tetemes kópiaköltség, a filmek már winchestereken jutnak el a mozikba, és ennek köszönhetően olcsóbban és egyszerre több moziban mutatják be az alkotásokat. Ez viszont túlkínálatot eredményez: több film nagyobb számban versenyez egymással. A mozik csak addig tartják műsoron a filmeket, amíg azok nyereségesek, a gyakorlatban ez azt jelenti, hogy a sikerfilmek kivételével a harmadik héten már vagy rossz időpontokra szorulnak vissza, vagy kikopnak a műsorból az alkotások. Pedig az „art” besorolású filmeknél fontos, hogy hosszabb ideig maradjanak műsoron, hiszen a közönség „közbeszéde” teremti meg a filmek reklám értékét. A helyzetet nehezíti, hogy az art mozik száma jelentősen csökkent a fővárosban, valamint az ország kétharmadába el sem jutnak a forgalmazott filmek, mert nincs könnyen megközelíthető mozi a környéken.



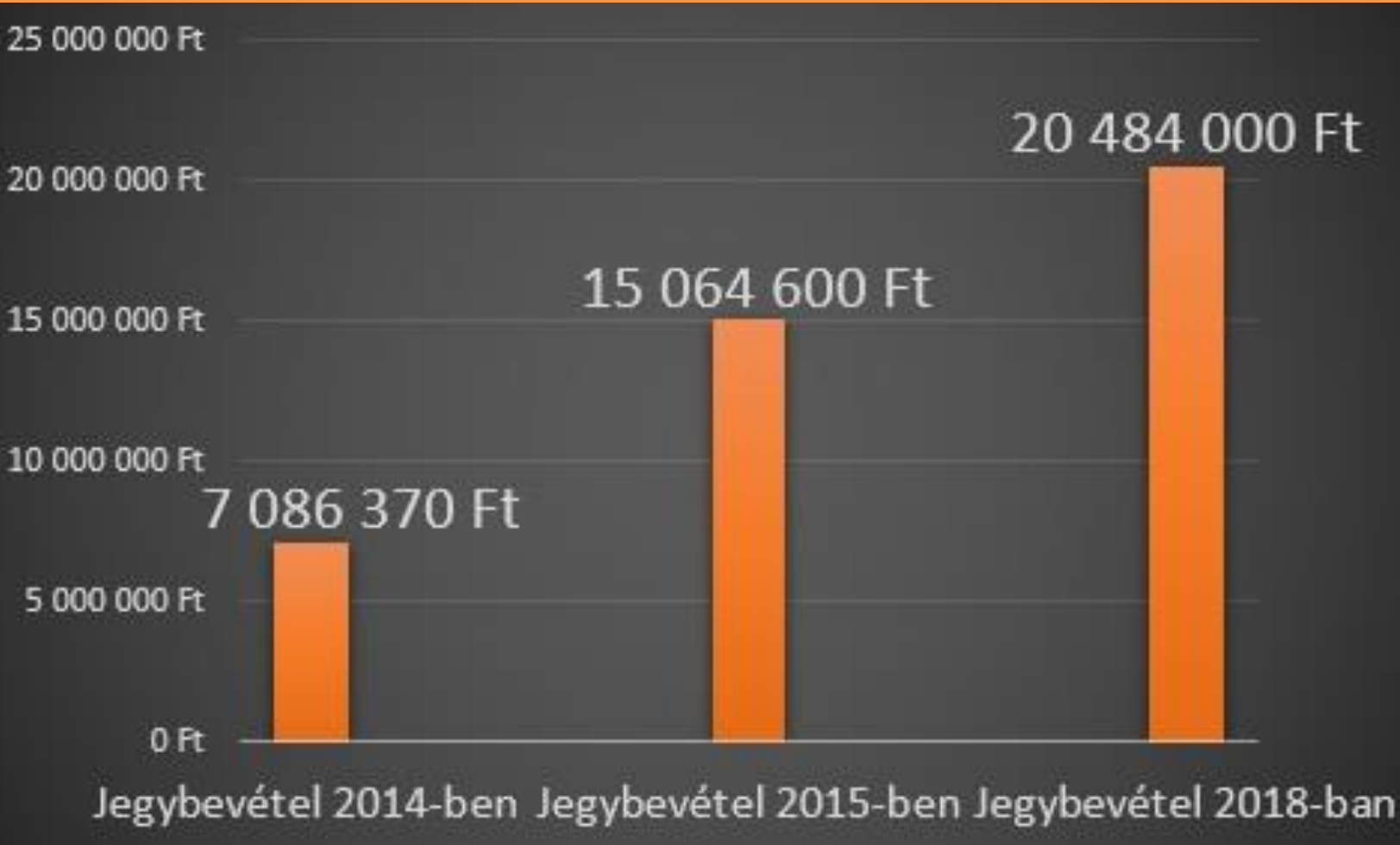
A digitális alapú filmterjesztés mellett az artmozihálózat és a művészfilm forgalmazók átlátható és rendszeres támogatását hiányolja a mozis szakma.. Az MMKA helyére felálló Filmalap ugyanis nem fogja egységbe a filmszakmát: csak a játékfilmgyártással foglalkozik, a kisjáték-, a dokumentum-, a tévé- és az animációs filmeket az NMHH Médiatanácsához utalta. A filmforgalmazás az NKA vonzáskörzetébe tartozik, de hosszú távú támogatási rendszer kiépítése helyett eddig csak egyéves pályázatokat írtak ki. Az Art Mozi Egyesület vezetője a filmtörvény módosítására tett javaslatot, célja a normatív és teljesítményalapú támogatás visszaállítása A polarizálódó filmterjesztés sajátos terméke a Magyarhangya projekt, amely a közösségi alapú filmforgalmazás meghonosításával próbálkozik, ebben a néző is aktív alakítója a mozik programjának. A Magyarhangya azt az értő és érdeklődő, fiatal film- rajongó-generációt igyekszik megszólítani, amely az interneten tájékozódik, angol szaklapokat olvas, és filmnézési szokásait nem feltétlenül igazítja a magyar mozik kínálatához. A projekt szervezői szerint, a kultúratámogató intézmények magukra hagyták a fogyasztókat, valamint a Magyarországon forgalmazott filmek nem reprezentálják a fiatal korosztályt. A Magyarhangya projekt célja, hogy segítsen a nézőknek „elnavigálni a digitális útvesztőben”, azaz a mai végeláthatatlan filmes kínálatban.

Krúdy Gyula Art Mozi és a digitális alapú filmterjesztés

A vizsgált időszak számai jól mutatják, hogy azonos előadásszám mellett, hogyan sikerült a pénzügyi hatékonyságot növelni:

- a nézőszámot tekintve több, mint 100%-os a látogatottság emelkedése,
- a bevételeket nézve közel háromszoros, 200%-os a bevétel növekedése.

Jegybevételek alakulása



Forrás: saját szerkesztés

Nézőszám alakulása



Forrás: saját szerkesztés

Összegzés

Az új évezred digitális technológiai forradalma alapjaiban változtatta meg a filmek társadalmi szerepét. A kulturális termékek fogyasztása általánossá vált az élményközpontú és a szórakozást iparszerűen megszervező társadalmakban, melynek következményeként a kreatívipar gyárszerű körülmények között, tömegesen állítja elő a kulturális termékeket. Az új helyzet változtatásokra ösztönözte a mozgóképek forgalmazásában érdekelt szereplőket, hiszen vagy alkalmazkodnak a technológiaváltáshoz, vagy nem lesz közönségük. A digitális átállással több filmet lehet jobb minőségben vetíteni a filmbarátoknak.

Az art mozik világában nehezebben valósult meg a digitális technológia kiépítése, ugyanis a filmszínházak nem rendelkeztek megfelelő pénzügyi keretekkel. Legtöbb helyen a helyi társadalom képviselőinek (önkormányzat, alapítványok) támogatásával sikerült a mozik korszerűsítését megoldani. Fontos tanulsága a történetnek az, hogy a lokális szerveződések kiemelt térként kezelik az értékek közvetítését, másrészt az új technológiával szélesebb közönségretegeket lehet sikeresen megszólítani. A nyíregyházi Krúdy Gyula Art Mozi átalakításával kapcsolatban egyértelműen látható, hogy az analóg vetítésekre már csak egy szűk nézőközönség járt, míg az új formátumú, digitális alapokon álló előadásokon megnőtt a nézőközönség létszáma, valamint radikálisan emelkedett a jegybevétel is. A kialakult új helyzet azt a tanulságot szolgáltatta a közművelődés szakembereinek, hogy a hatékony kultúráközvetítés alapjává a széles spektrumú kulturális kínálatot adó, és a legmodernebb technológiát használó mozik váltak.

IRODALOM

BARBIER, Frédéric – LAVENIR, Catherine B. (2004): *A média története*. Budapest, Osiris.
NOWELL-SMITH, Geoffrey (szerk.2007): Új Oxford filmenciklopédia: a világ filmtörténetének kézikönyve. Budapest, Glória.