

VÍRUS ÉS MOZI

# A HEGY MOHAMEDHEZ

VARRÓ ATTILA

**A KORONAVÍRUS, AKÁRCSAK AZ EMBEREKNÉL, A MOZIKNÁL IS A LEGYENGÜLT SZERVEZETRE JELENT VÉGZETES VESZÉLYT.**

Kévesen hinnék, hogy a hollywoodi filmipar felvirágzása az 1910-es évek második felében – amely során létrejött az évi ezres filmtermés nagyjából 90 százalékát biztosító Öt Nagy stúdió, megszilárdult a sztárrendszer, kialakult a mai népszerű műfajok többsége és új filmszínházak sora épült – egy világméretű járványt követően ért a tetőpontjára, megteremtve a szűk ötven évig regnáló Ó-Hollyoodot. Az 1918/1919-es spanyolnátha – amely szűk két esztendő alatt az akkori világnépszerűség (óvatos becslések szerint) 5 százalékát megölte – számtalan hosszú- és rövidtávú következményén túl az 1. világháború utáni gazdasági és társadalmi folyamatokra, az amerikai filmipar átalakulásában is kulcsszerepet játszott. A halálos kór egyetlenül megtizedelte a mozikközönység derékhatárát jelentő 20-40 közötti korosztályt, majd a lassítására elrendelt szigorú karantén-intézkedések az 1918 őszére eső második hullám során (amely idején az amerikai mozik több mint 80% legalább két hónapig zárva tartott) a korabeli filmszínházak legalább egyharmadát a tönk szélére juttatták a következő évben – elsősorban a korabeli láncokon kívül eső független mozikat, amelyek többnyire még egytekerces kisfilmekből álló programokat vetítettek, az új trendet jelentő 3-4 tekerces, összefüggő nagyjátékfilmek helyett.

A spanyolnátha filmiparra gyakorolt hatása azonban többet jelentett egy idejét múlt filmszínház-típus, a *nickelodeon* felszámolásánál, átadva piaci helyét az immár a műveltebb középosztály által is látogatott filmszínházaknak (ahogy joggal nevezték őket: *movie palace*-oknak). A korábbi, egy-egy egyszerű műfaji sémára épülő rövidebb művek helyébe lépő nagyjátékfilmek között az évtized

közepétől felbukkantak és nagy sikert arattak azok a látványos szuperprodukciónak, amelyek többnyire különböző korokat és műfajokat ötvöztek 2-3 órás cselekményükben (Griffith: *Türelmetlenség*, DeMille: *Joan the Woman*) – mintha csak egyetlen filmszövegbe próbálták volna sűríteni a korábbi kisfilm-programok sokszínűségét. Az új mozikhoz új típusú játékfilmek illettek, amelyek látványosságát kiegészítette az őket vetítő helyszínek látványossága – korokat, kultúrákat, stílusokat vegyítő *grandeur*-je. A 10-es évek második felétől a moziélmény az épületbe lépve elkezdődött: a közönség már nem röpké kikapcsolódásért fizette ki a borsosabb árú mozijegyet, hanem egy több órás szertartásért, amely minden elemével a pompás design-tól a több részből álló programon keresztül (zenei nyitány, híradó, rajzfilm, élő produkció) egészen a népes személyzetig arra törekedett, hogy kiszakítsa hétköznapi életéből és átrepítse egy fantáziavilágba. A pandémia folytán kiostálódott sok száz ötcentes mozi hanyatlása már az I. világháború idején megindult, így azonban viharos gyorsasággal lezajlott, radikálisan felszámolva a korábbi olcsó, ezerszínű zsánerfilmek felvevő piacát – a spanyolnátha vírusa két rivális közül az egyikre nézve végzetes volt (tönkretéve vetítőhelyeit), míg a másikat mérhetetlen szelekciós előnyhöz jutatta, ami a 20-as éveket a filmtörténet első szuperprodukciónak évtizedévé tette.

A járvány harmadik következménye talán a legmeghatározóbb volt Hollywood elkövetkező harminc évére nézve: a vertikális integráció (amely egyazon filmcég kezében összpontosítja a gyártás, forgalmazás és bemutatás szentháromságát) úttörőjét jelentő Paramount Pictures azután hozta létre példamutató

megavállalkozását, hogy a Paramount forgalmazó és két filmprodukciónak cég összeolvasztását lebonyolító Adolph Zukor 1919-ben fillérekért megvásárolhatott több száz csődbe került mozit. Noha nem ez volt az egyetlen módszer, amelynek révén Zukor a 10-es évek végén felépítette saját mozihálózatát, kíméletlen piaci háborújában sorsfordító eszközt jelentett – a spanyolnátha egyfajta biológia fegyvernek bizonyult azokkal a mozikkal szemben, amelyek függetlenségük védelmében szembeálltak a Paramount jóformán zsarolással határos forgalmazási módszereivel (mint amilyen a *block booking* volt), legyengítette és védtelenné tette őket, kiszolgáltatva a felvásárlásnak. A vertikális integráció nem csak döntő csapást mért az amerikai némafilm gyermekeinek zabolátlan szabadversenyére, de a kockázatcsökkentés jegyében kordába szorította a kreatív energiákat is: az új stúdióóriások számára a kiszámíthatóság többet ért a kísérletezésnél – mígnem egy évtizedre rá a hangosfilm megjelenése páros lábbal felrúgta a szabályokat.

Kerek egy évszázaddal később a filmipar helyzete szinte kísérteties párhuzamokat kínál a spanyolnátha periódusával. A koronavírus ugyancsak pusztulással fenyeget egy mozi típust (vagy akár egyenesen a Mozit, mint filmbefogadási formát); a stúdiók filmszínházi jövője szinte kizárólag a sokműfajos, százsztáros szuperprodukciónak (nevezzük „tentpole film”-nek) múlik; és a múlt század közepén felszámolt vertikális integráció újfent meghatározóvá válik. A második hullám végére a világ moziállományának tekintélyes része (a becslések 30%-tól 70%-ig terjednek) elkerülhetetlenül csődbe megy és külső anyagi segítség nélkül végleg bezár – élen azokkal a filmszínházakkal, amelyek mögött nem áll a bevásárlóközpontok vásárlótömege vagy a művészmoziknak biztosított központi és közösségi támogatások háttérháza. Európában és az Egyesült Államokban ez elsősorban a vidéki városok hagyományos premiermozijait érinti, amelyek nem számíthatnak érdemi művészfilmes közönségre, így főként a friss tömegfilmes bemutatókból tartják fent működésüket (lásd a nyáron egy időre bezárt tatai mozit). A második vonalban a támogatás nélkül maradó művészmozik sorakoznak, főleg, amelyek nem tartoznak vala-



milyen artmozi-hálózat, mint a francia Utopia vagy a budapesti Art-Cinema (lásd a Cinefestnek otthont adó miskolci Művészetek Háza) vagy a főváros különleges színterét jelentő Bem mozit). Az ősz eleje óta sorra leálló nagy multiplex-hálózatok jövője – tekintélyes veszteségeik ellenére is – még a legbiztosabbnak mondható, mivel kevésbé fenyegeti őket a visszafordíthatatlan közönségvesztés réme: amíg egy mozgólépcsőnyire működnek egy Média Markt-tól vagy H&M-től, biztos számíthatnak a pláza-seregre. A COVID-válság legveszélyesebb következménye ugyanis nem az egyes intézmények tönkremenetele, hanem úgy általában a mozi, mint filmbefogadási forma elcsúszása, amely gyakorlatilag a televízió megjelenése óta újabb és újabb (a technológiai fejlődésnek köszönhetően mind pusztítóbb) hullámokban morzsolja le a fénykor milliárdos stabil közönségét. Tekintve, hogy egyre kevesebb ember tartja a filmnézést olyan tevékenységnek, amelyért megéri kimozdulni az otthoni komfortból, a karantén-korlátozások, a fertőzésveszély félelme, valamint a járulékos élményektől (fogyasztás, egymás mellett ülés) való megfosztottság hármasa egy eleve gyérülő kisebbségre gyakorol végzetes elrettentő hatást.

**„Mi értelmesebb megírni a lövasutát”**  
(Bezárt amerikai mozi 1918-ban)

Szemben a spanyolnáthával, amely egy nagyjából még prosperáló intézményt szolgáltatott ki az újonnan érkező hódítónak, a koronavírus egy iszonyúan legyengült immunrendszerű szervezetre

mér döntő csapást. Amikor manapság egy fővárosi kultmozinál vonzóbb piaci perspektívát jelent egy jazz-klub, az Örökmozgó totális érdektelenség mellett egyik napról a másikra megszűnhet (Magyarország jelenleg az egyetlen európai ország Bukaresttől nyugatra, ahol nem működik nemzeti filmmúzeum, beleértve Szlovákiát vagy Luxemburgot) vagy egy Eger méretű megyeszékhelyen nézőhiány miatt a multiplex-mozi marad az egyetlen opció, különösen nem kell magyarul, milyen súlyos veszélyt jelent a közönségvesztés. Bármily kényelmetlen szembenézni ezzel a szomorú igazsággal, miveléknem a stadionbarát állami önkény vagy karvalylelkű multicéges hatalom számolja fel a kulturális értékeket közvetítő filmszínházakat, hanem az ezekre a kulturális értékekre egyre kevésbé fogékony (fiatal) értelmiség. Minden bizonnyal – vagy inkább remélhetőleg – nem arról van szó, hogy a szerzői filmek, formabontó műfaji kísérletek vagy rétegművek iránti érdeklődés csappant meg az elmúlt húsz évben: egyszerűen az ilyen típusú alkotások kevésbé életképesek

a házimozis nagyképernyőin kívül, mint a legújabb *Bosszúállók* vagy *Jégvarázs*. A vírus pedig pontosan erre a kulturális szelekcióra erősített rá kökeményen (a művészmozik célközönsége jóval komolyabban veszi a karantén-intézkedéseket, mondjuk a focimeccsre járóknál), miközben a művészfilmes alkotótábor sztárjai csapatostul fordulnak a streamline szolgáltatók nagyobb alkotói szabadságot kínáló platformja felé Baumbachtól David Lynchig, Scorsesestől Cuarónig, Ben Wheatley-től Fincherig.

A 21. század nyitányán ugyanis már nem a stúdióóriások világában kell keresni az ezredfordulós Adolph Zukort: a modern Paramount Pictures-t Netflixnek hívják és jó néhány éve folytat kíméletlen háborút a mozikkal – számtalan győztes csatája közé tartozik a *Cloverfield Paradox*-hadművelet (az első jelentős stúdiófilm, amelyet gyártója a biztos profit érdekében inkább átadott Netflix-forgalmazásra) vagy a *Romadiadal* (amely a cannes-i kizárás után nagydíjas lett Velencében, majd díjesőt hozott Oscartól BAFTA-ig). A Netflix, valamint a felzárkózó konkurens cégek, mint az Amazon és az HBO, többé nem érik be azzal, hogy mozibemutató után három hónappal képernyőre tegyék a hollywoodi sikerfilmeket (az pedig egyre kevésbé érdekli őket, hogy készletben tartsák a hajdani klasszikusokat): az elmúlt pár évben lelkesen belevágtak a filmgyártásba, majd tavaly hozzáláttak a filmszínház-vásárláshoz is – pontosan lemásolva a Paramount sikerstratégiájának menetét. Mivel a vírus előtt a nagy moziláncok és a független premiermozik többsége egyaránt ódzkodott vászonra engedni streamline cégek produkcióit, mivel azok egy időben nyitottak volna a képernyőkön is (sőt bojkottálták azon stúdiókat, akik rövidebb határidővel adták át játékfilmjeiket), a házimozis-óriások számára evidens döntést jelentett saját vetítőhelyeket birtokolni – ha más nem, a presztízs-események és a fesztiválnevezéshez szükséges filmszínházi bemutató kedvéért. A Netflix 2019 őszén vette meg New York patinás Paris Theaterjét, majd fél évre rá az egyik legcsodásabb Los Angeles-i filmpalotát, az Egyptian Theatert, amely lassan negyed százada egyfajta filmmúzeumként működik Hollywoodban. Ám a járvány folytán fellépő premierinség időközben igen kedvező helyzetet teremtett a nagyobb felvásárlások számára is, miután

a független premiermozik működésének ellehetetlenítését követően teljesen kiéheztette a multiplexeket. A Netflix tavasz óta folytat tárgyalásokat a Cineworld amerikai hálózatát jelentő Regal Cinema megvétele ügyében, az Amazon az AMC-mozikra alkuszik, míg a Disney + számára a Cinemark kínálkozik remek prédának – ezzel mindhárom nagy amerikai mozilánc streamline-tulajdonoshoz kerülhet, már ha a poszt-pandémiás években még úgy látják, szükségük van rájuk.

Noha a vertikális integráció újrateremtése számtalan közvetett formában minimum a 90-es évek óta zajlik a média-ágazatban, az ősz elején meghozott szövetségi bírósági határozat, amely hivatalosan érvénytelenítette az 1948-as Paramount-döntést, immár minden akadályt elhárított a klasszikus Hollywoodot idéző trósztoriások létrejöttére elől. Azok a nagystúdiók, akik tavalyig ellenálltak a streamline-cégek nyomásának és a mozikból érkező bevételekben látták a jövőjüket, a *Tenet* kudarcával kénytelenek voltak szembesülni azzal, hogy a koronavírus kirántotta a sátorrudakat túlméretezett cirkuszi ponyvájuk alól: azt a döbbenetes tényt, hogy egy globálisan 350 milliót hozó blockbustert bukásnak bizonyul, nem elsősorban kiemelkedően magas gyártási költségei magyarázzák, hanem a filmszínházi forgalmazáshoz elkerülhetetlennek tartott csillagászati marketing-kiadások. Szerény becslések szerint a 200 millióból készült *Tenet* első tiszta profitdollarjának eléréséhez nagyjából 700 milliót kellene összeszedni, de a levonva ebből a 150-200 millió marketingpénzt, majd a filmszínházakhoz kerülő átlag 50 százalékos (hazai piacon az első bevételek nagyjából 60 százaléka jár a stúdióknak, nemzetközi piacon a 40 százaléka – ezért fontosabbak az amerikai bevételek az összes külföldinél), ekkor jutunk el a gyártási költségek megtérüléséhez (de a 360 millióból készült *Bosszúállók: Végjáték* például majdnem hárommilliárdot hozott). Vessük össze ezt a számítást egy másik adattal, amely szerint az – amerikai – mozinézők mintegy 20%-a (a különböző felmérések eredményei 15% és 28% közé esnek) ragaszkodik egy filmbemutatóhoz a filmszínházi élményhez – máris könnyen megjósolható a „mozi kontra streamline” küzdelem hosszú távú kimenetele. Ezekből az adatokból úgy tűnik, egy 30% körüli általános nézőszám-csökkenés – pusztán üzleti szempontból nézve – pár

év alatt a jelenlegi mozigyakorlat teljes halálát jelenti, márpedig a 2020-as év jóval súlyosabb csökkenést produkált: minden azon múlik, hogy a 2021/2022-es időszak hány nézőt tud visszacsábítani a termékekbe (a távol-keleti piacokon például az őszi idény erős nézőszámokat hozott, különösen a hazai gyártású tömegfilmeknek köszönhetően).

Ám a hollywoodi stúdiók 2020-as pandémia-reakciói még óvatosnak nevezhető optimizmusra sem utalnak. Ennek legkönnyörtelenebb bizonyítékát a 90 napos ablak megszüntetése jelzi: az utóbbi hónapokban kötött szerződések a mozik és stúdiók között két-három hétre viszik le azt a periódust, amíg egy premierfilm nem kerülhet streamingplatformokra (a sikeresebbnek bizonyuló filmeknél ez akár egy hónap is lehet). Mivel a mozik többségében négy hétnél tovább szinte kizárólag a nagy blockbusterek maradnak vásznon, amelyek a bemutatott filmek kevesebb mint 10%-át jelentik (miközben az összebevételek négyötödét hozzák), a maradék 90% számára ez a felállás jóformán értelmetlenné teszi a mozi bemutatót. Az átlagos költségvetésű zsánerfilmek, amelyek megtöltik a programokat két blockbustert között nem rendelkeznek a drága marketing-hadjáratok hátszelével, erős nyitóhatást legfeljebb egy nagyobb sztár, bestseller-alapanyag vagy népszerű franchise eredményezhet – a lassabb anyagi megtérülésük zálogát jelentő szájpropagandához pedig három hét nem elég: a minő-

ségen és nem marketingen alapuló közönség-vonzó már csak a streamlineszolgáltatók érdekeit szolgálja (a *Teljesen idegenek* aligha mehetett volna egy éven át népes közönséggel nálunk, ha bemutató után egy hónappal már ott virít a Netflixen). Mivel a stúdiók részesedése a streamline-ra átkerült filmekből általában magasabb, hacsak nincs garantált sikerű tentpole film a kezükben, biztosabb stratégia a házi-mozizásra bízni a produkciót. A sort a Universal kezdte a *Trollok a világ körül* gyerekfilmjével, ami még komoly szakmai felzúdulást keltett tavasszal – ősz végére már szinte magától értetődőnek tűnt, hogy az egyetlen karácsonyi premiert jelentő *Wonder Woman 1984* párhuzamosan nyit a működő mozikban és az HBO Max-on. Nem csak azért, mert a Warner a *Tenet*-nél megtanulta a leckét, de azért is, mert egyazon óriáscéghez (AT&T) tartozik a HBO-val, és a vezetőség immár a mozi-bevételeknél fontosabbnak tartja, hogy streaming-szolgáltatójuk lépést tartson a Netflix-szel (hasonló a helyzet a Disney-nél, amely a *Mulan* és a *Hamilton* reménybeli sikerfilmjeivel inkább a Disney+ OTT-csatornája érdekeit szolgálta, háttal fordítva a filmszínházaknak). Miközben a streamline-cégek elkezdték a terjesz-

kedést a filmszínházak felé, a stúdióknak is mindinkább érdekükben áll a jelenlegi magas kockázatú helyzetben a vertikális integráció oltalmába menekülni (még akkor is, ha ez egyfajta piramisjátékot je-

**„Száz évre moziélménnyé varázsolták a filmeket”**

(A san francisco-i Castro Theater)





