

Schneider Ákos

Képlékeny vásznak

Low budget független filmkészítés Magyarországon

Európában az egyéni, unikális nyelvvel rendelkező országok filmgyártása hagyományosan elsődlegesen saját belföldi piacára termel. A külföldi piacok fontosak, de inkább a nemzetközi hírnevet, az országimáaszt hivatottak erősíteni. Ilyen pilléreként nyugvó filmpolitikával és gazdasági jellemzőkkel rendelkezik Magyarország is. Ráfordítási és megtérülési szempontból ezen országok filmiparában a legfontosabb közös pont az, hogy a vásárlói piac mérete (vagyis a lehetséges fizetőképes fogyasztók száma) olyan kis méretű, hogy szinte lehetetlen ellensúlyozni a ráfordítás költségeit – így a filmek előállítását állami intézményeken keresztül, támogatások formájában segítik. Ezzel együtt Magyarországon már az 1990-es évek óta folyamatosan előkerül filmes szaklapok, fórumok, tanulmányok sorában a magyar filmmel kapcsolatban a piaci szemlélet, és felvetődik a kérdés, milyen piaci megtérülési esélyei vannak a magyar filmeknek – vannak-e egyáltalán? Tanulmányom ennek a témának egyik aspektusát, mégpedig a 2000 és 2017 közötti, állami támogatás nélkül, független finanszírozási háttérrel készült magyar játékfilmek pénzügyi és piaci jellemzőit elemzi. Ennek keretében a következő kérdésekre keresem a válaszokat: Milyen piaci lehetőségei vannak a független finanszírozású magyar játékfilmeknek?

Milyen trendeket mutatnak? Melyek ezen filmek közös finansziális jellemzői? Pénzügyi szempontból többségükben sikeresek voltak, vagy inkább megbuktak? Az eredményeik milyen okokra vezethetők vissza? Továbbá: a jelenlegi hazai filmtámogatási rendszer és a makrogazdasági trendek milyen hatást gyakorolnak a magyar független finanszírozású játékfilmekre? Összességében: lehet-e (érdemes-e) a magyar nyelvű független finanszírozású játékfilmre úgy gondolni, mint anyagi befektetésre, és milyen eséllyel hozzák vissza a befektetést az ilyen filmek?

Véleményem szerint ezek nagyon fontos kérdések, ám tudomásom szerint tényekkel, statisztikákkal alátámasztott, átfogó pénzügyi kutatáson alapuló válaszokat még senki nem adott rájuk. Jelenleg csak a többség által erősnek tartott vélelmeket és egyéni tapasztalatokat ismerjük, miszerint: „a magyar filmfinanszírozásban soha nincs anyagi megtérülés”. Ahhoz azonban, hogy ezt a „soha” szót kellő bátorsággal tudjuk vállalni, átfogó és pontos vizsgálatokra van szükség. Ideje tehát, hogy tételesen végigvegyük a 2000 és 2017 közötti tizenhét év összes független finanszírozású magyar játékfilmjét, és a finansziális helyzetük mögé nézzünk.¹ Ennek a tanulmánynak a legfontosabb célja, hogy ezen tapasztalatokat összegezze, következtetéseket vonjon le

I Munkám során mind az elsődleges, mind a másodlagos források (szakirodalom) összegyűjtése komoly kihívást jelentett. A témáról ugyanis szinte alig esik érdemben szó a sajtóban. Már általában a magyar független finanszírozású filmekkel kapcsolatban nehéz volt átfogó jellegű írásokat találni, nemhogy azok pénzügyeivel kapcsolatban. Az amerikai és az európai piacról természetesen rengeteg elemzés szól – ezekre főképp a tanulmány első felében építettem. A forrásokat (azaz a vonatkozó magyar filmekkel kapcsolatos pénzügyi adatokat és statisztikákat) illetően elsősorban a nyilvánosan elérhető adatokat használtam. Ezek közül a legfontosabbak: az NMHH adatbázisa (elsősorban a nézőszámokhoz), a Filmszemle katalógusok (elsősorban a pénzügyi források elemzéséhez), Hungarian Film Guide, Filmévkönyvek (elsősorban a finanszírozási hátterekhez), és persze a különböző filmes lapokban és fórumokon megjelent anyagok, interjúk. Mindezen túl természetesen építettem a hazai filmgyártásban eltöltött tizenöt évem során szerzett saját tapasztalataimra.

A fenti felsorolásból talán már önmagában is látszik, hogy különösen nehéz feladat a filmipari pénzügyekkel kapcsolatos megbízható források felkutatása. A forrásokban szereplő pénzügyi adatok validálása (értsd: megbízhatósági fokának megítélése) meg talán még nehezebb. A felelősségteljes eljárás érdekében, ahol lehetett, igyekeztem minél több forrásból utána olvasni az ada-

belőlük, és esetleg pénzügyileg tudatosabb szemléletet adjon. Mindehhez első körben a nemzetközi (főképp amerikai) szintér áttekintésével fogom kezdeni, hogy utána a hazai piaci stratégiákat és trendeket vizsgáljam meg alaposabban.

A független finanszírozás forrásai

„Európában a filmgyártás olyan, mint egy állatkert – bezárva tartanak, de van feletted egy védőháló és mindennap megettenek. Az USA viszont egy dzsungel – bármerre mehetsz, de mindenki megpróbál végezni veled.”² Milos Forman tézise az amerikai és az európai filmgyártási szisztémák talán legfontosabb különbségére világít rá. Ennek az elemzésnek nem tárgya a két filmkészítési modell összehasonlítása, a finanszírozás és a megtérülés kérdéseiről szólva azonban fontosnak tartom írássomat a piaci alapokon nyugvó és igen komplex amerikai szisztéma ismertetésével kezdeni.³ A következőkben tehát áttekintem, hogy az Egyesült Államokban milyen jellegű/eredetű finanszírozási források állnak rendelkezésre, kik az ügyletek szereplői, mi a szerepük és milyen nagyságrendűek ezek a források.

Elővásárlás, minimumgarancia

Az elővásárlás (*pre-sale*) a függetlenfilmes piac talán legfontosabb finanszírozási módja: gyakorlatilag vásárlási

igérvény jövőbeli szállításra. A szerződést a filmelőállító köti a forgalmazóval vagy a nemzetközi forgalmazó ügynökséggel (*world sales agent* – ő áll kapcsolatban a helyi és regionális forgalmazókkal), mely vállalja, hogy bizonyos feltételek teljesülése esetén (forgatókönyv, rendező, színészek) egy bizonyos áron megvásárolja a készítendő filmet egy konkrét területre/ország(ok)ra, időintervallumra, és ennek ellenértékéeként garantált minimumösszeget (*minimum-guarantee/MG*) fizet a filmelőállítónak, amikor az leszállítja a kész filmet. A folyamat fő lépései:

1) A filmelőállító/producer szerződést köt egy nemzetközi filmforgalmazóval (*world sales agent*), mely az egyes országokat képviselő forgalmazókkal becsléseket (*sales estimate*) készít arra vonatkozóan, hogy majdani szállítás esetén milyen minimum garancia összegért vásárolnák meg a filmet a különböző felhasználási jogokra (mozi, fizetős tévécsatornák stb.) és területekre.

2) Mivel a forgalmazó csak ígérvényeket állít ki, ezért a producernek elő kell teremtenie a film gyártásához szükséges összes költséget. Ehhez több forrást vehet igénybe (így például tőkebefektetőket, támogatásokat), de általában egy bankra is szüksége lesz, mely az elővásárlási (*pre-sale*) jogok ellenértékét hitelezi meg.

A bankok azonban csak akkor adnak hitelt, ha látják, hogy kockázatmentesen visszakapják a pénzüket. Tehát a producernek garantálnia kell a bank felé, hogy a film biztosan el fog készülni a szerződés szerinti időben és a költségkeretet nem túllépve. Ennek biztosítékeként a producernek úgynevezett befejezési garanciát kell besze-

toknak, és próbáltam minél több oldalról (NMHH, produceri interjúk) meggyőződni a pénzügyi adatok (például: nézőszám, költségvetés, bevétel) valóságáról – de fenntartom, hogy csak a saját kutatásom pártatlanságát és objektivitását tudom garantálni, tehát az esetleges pontatlanságok (szándékosan nyújtott hibás adatok, sajtóban rosszul elterjedt pénzügyi információk) miatt nem tudok felelősséget vállalni.

Fontos továbbá megjegyezni, hogy több helyen (főleg azoknál a magyar filmeknél, ahol nagyon hiányosak – mert nem elérhetőek – a pénzügyi adatok) a következtetések érdekében becsléseket kellett alkalmaznom. A becslések alapja a költségvetéseket illetően a következő volt: ha elérhető volt a film, akkor megtekintettem a trailert/filmrészleteket, és a hasonló látványú/kidolgozottságú/műfajú filmekkel összehasonlítva becsültem meg a vonatkozó adatokat. A becslések alapja a hiányos bevételi források esetén pedig a hasonló filmek átlagos bevétele volt.

² Castendyk, Oliver: *Die deutsche Filmförderung: Eine Evaluation Broschiert*. Konstanz: UVK, 2008. p. 11. <https://www.amazon.de/Die-deutsche-Filmf%C3%B6rderung-Eine-Evaluation/dp/3867641005> (Utolsó letöltés: 2018. 04. 01.)

³ A hazai modelltől „legtávolibb” amerikai szisztémáról bőven van elérhető információ és elemzés. A hozzánk sokkal közelebb eső, régiós modellekről ellenben nehéz releváns információhoz jutni. Kézenfekvő lenne pedig a magyarhoz hasonló potenciális hazai nézőszámmal és egyedi nyelvi adottságokkal rendelkező cseh vagy bolgár függetlenfilm-gyártási és -finanszírozási rendszerekkel és lehetőségekkel összevetni a hazai helyzetet.

reznie (*completion bond*). Ahhoz, hogy egy befejezési garantor szerződjön a producerrel, több szempontnak meg kell felelnie (produceri referenciák státusza, elővásárlások mértéke, illetve a producernek vállalnia kell, hogy ha túlfut a gyártási költségvetésen, akkor átadja a gyártást a garantor cégnek, mely befejezi a filmet költségvetésen belül.)

3a) Ha a producer kezében van a befejezésigarcia-szerződés és az elővásárlási szerződések mint fedezetek (*collateral*), akkor ezekkel elmehet a bankhoz vagy más hitelezőhöz – melyek a minimumgaranciákkal szemben hiteleznek. A bankok szempontja is teljesül, hiszen amennyiben ezek a dokumentumok megvannak, akkor minimális a kockázat (mivel a garantor cége mindenképpen szavatolja a befejezést.)

3b) Az esetek többségében az elővásárlás, a tőke és a banki fedezet sem biztosítja a teljes gyártási költségvetést, így a producernek még különböző áthidaló kölcsönöket (*gap financing*) kell felvennie – ezeket a kölcsönöket magasabb kockázatra, kamatra adják egyéb hitelintézetek.

4) A producer legyártja a filmet, és a platformok bemutatják azokon a forgalmazókon keresztül, akik az elővásárlók voltak.

A minimumgaranciák (MG) számításának alapja is fontos pontja a rendszernek. Az Egyesült Államok független filmes színterén elsősorban a színész/sztár neve (*name talent*) alapján, valamint a készítendő film műfaja alapján, illetve a rendező (és az esetleges producerek) előző filmjeinek pénzügyi sikerét alapul véve becsülik meg a várható nézőszámokat, bevételeket. Ezen három paraméter mentén (mint egy tőzsde) folytonosan változnak az értékek egy-egy készítendő projektre vonatkozóan, ezek alapján kalkulálnak a producerek és ügynökségek eladási becsléseket (*sales estimate*).⁴

Példának vegyünk egy vezető amerikai stúdió (*major*), a Paramount Pictures gyártásában készült filmet: *Lara Croft: Tomb Raider* (Simon West, 2001). A film gyártási költségvetése 115 millió dollár volt. Finanszírozási

háttere: japán és nyugat-európai területekre szóló MG, BBC-támogatás, Pay TV elővásárlás, továbbá német adó-visszatérítés (*tax shelter*). Ezekkel az eszközökkel a produkció költségvetésének egésze elő volt teremtve még a forgatás előtt.⁵

A következő példánk szintén amerikai, de két független stúdió, a Weinstein Group és a Relativity Media gyártásában készült. A 2017-es csődeljárásuk előtt a két, a maga nemében úttörő filmgyártó stúdió állandó elővásárlási megegyezésekben (ügynevezett *output-deal*-ekben) állt a világ szinte összes mozis forgalmazójával és több fizetős tévészolgáltatójával (*PayTv*). Ezen szerződések gyakorlatilag feltételmentes és állandó szállítást jelentettek, vagyis az egyik félnek (stúdió/előállító) kötelező volt folyamatosan szállítania a tartalmakat, a vásárlónak (forgalmazó) pedig kötelező volt megvásárolnia.

Az európai piacra rátérve: ott a minimumgarancia számítása kevésbé támaszkodik az eladási statisztikus adatokra. Ennek oka, hogy Európában kevesebb olyan sztárt találunk, akiknek a neve (önmagában) garantálná az eladás sikerét. Az egyedüli kivételt az angol színészek jelentik, akik a legtöbbször Hollywoodban/nemzetközi szinten is piacképesek (Tim Roth, Anthony Hopkins), és néhány nemzetközi szintű spanyol sztár (Penélope Cruz, Antonio Banderas). A francia sztárok (Juliette Binoche, Monica Bellucci, Gérard Depardieu) már kevésbé piacképesek a nemzetközi szinten. Forgalmazói (vagyis minimumgarancia) szempontból a legnagyobb problémát az jelenti, hogy nem kiszámítható a jegybevételek (*box office*) teljesítményük, mivel ezek a színészek sokszor rizikós művészfilmeket készítenek, amiknek nincs stabilan kiszámítható bevételi függvénye (ellentétben egy amerikai sztár filmjeivel, aki szakosodik például a romantikus vígjátékra, akciófilmre stb.). Európában tehát leginkább a sztárrendszer hiánya miatt nem igazán tudott kialakulni a stabil elővásárlási piac. Ezzel szemben hagyományosan a rendező személyére fordítanak nagy figyelmet a forgalmazó ügynökségek is.⁶

4 Big Money: Private and Equity Financing, TIFF Industry Conference 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=cxMvRT9Kpg0> (Utolsó letöltés: 2017. 11. 10.)

5 Epstein, Edward Jay: *The Hollywood Economist 2.0. The hidden financial reality behind the movies*. Melville House, 2012. p. 85.

6 „A nemzetközi sales-el foglalkozó cégeket általában sokkal jobban érdekli az anyag minősége és a rendező szakmai múltja, mint a színészek neve” – állítja Angus Finney. Finney, Angus: *The State of European Cinema. A New Dose of Reality*. London: Cassell, 1996. p. 61. Michael Weber, az egyik vezető európai forgalmazó ügynökség (sales house), a Match Factory képviselője pedig így vélekedik:

Példának vegyük a CiBy 2000 és PolyGram Film helyzetét. Mindkettő tőkeerős, masszív televíziós elővásárlási kapcsolatokkal rendelkező vállalkozás. A kilencvenes években voltak a csúcson, többek között az (akkor még) erős európai elővásárlási piacnak is köszönhetően. Olyan filmek kapcsolódnak hozzájuk, mint a *Zongoralecke* (*The Piano*, Jane Campion, 1993), az *Underground* (Emir Kusturica, 1995), a *Titkok és hazugságok* (*Secrets and Lies*, Mike Leigh, 1996) vagy a *Sztárom a párom* (*Notting Hill*, Roger Michell, 1999). A korszak élénk európai elővásárlási piacának köszönhetően gyakran a filmek finanszírozási összetételének hetven-nyolcvan százalékát sikerült ilyen módon lefedni.

Ez a dinamikus rendszer és forrás azonban a 2000-es évektől kezdett elapadni, és a finanszírozási források közül az elővásárlás egyre kisebb szeletet tudott lefedni. 2017-ben az európai szintén már ott tartottunk, hogy szinte kizárólag a kiemelkedően magas költségvetésű, koprodukcióban készülő, nagy nézőszámra számító, erős rendezői reputációval rendelkező projektek kaphattak szignifikáns elővásárlási összegeket. Erre példa Fatih Akin 2014-es történelmi drámája, a *The Cut*. A film költségvetésének közel fele, negyvenhat százaléka származott (német és francia) állami támogatásból. Öt százalékot jelentett az Eurimage támogatás és hat százalékot a kanadai adóviszterítés. A maradék negyvenhárom százalékot fedezte az elővásárlás (francia, olasz, török, lengyel területekre előre értékesített mozi és tv-s jogok).⁷

Tőkebefektetés

Paul Brett, az Egyesült Királyság egyik vezető filmfinanszírozó társaságának, a többek között *A király beszédét* (*The King's Speech*, Tom Hooper, 2010) is jegyző Prescience Film Finance elnökének tézise elég beszédes:

„Az elővásárlás nehéz ügy, de ha a film egy sikeres franchise folytatása vagy a rendezőnek jól csengő neve van, akkor meg lehet próbálni.”
www.europa-distribution.org/everything-you-wanted-to-know-about-distribution-and-were-afraid-to-ask-presales-coproductions (Utolsó letöltés: 2018. 01. 14.)

7 FIAPF, IFTA, IVF, MPA: *Case studies on the financing and distribution of recent European films & television series*. July, 2015. http://www.ivf-video.org/new/public/media/FIAPF_IFTA_IVF_MPA_Case_Studies_July_24_2015.pdf (Utolsó letöltés: 2018. 02. 14.)

8 Paul Brett on Prescience Film Finance. <http://www.dailymotion.com/video/x2xf73c> (Utolsó letöltés: 2018. 03. 02.)

9 Természetesen minden egyes film más és más – függ a forgalmazási felületektől és a konkrét szerződésektől a szereplők között. A fenti táblázatban az egyszerűsítés és átláthatóság kedvéért egy „klasszikus” mozi forgalmazásba kerülő nemzetközi produkciót veszek példának, aminek volt nemzetközi forgalmazója (*sales agent*), és amiben volt tőkebefektető is.

1.	<p>Collection account management</p> <p>Feladata: összegyűjti a bruttó (GROSS) bevételi forrásokból származó összes bevételt (mozi, PayTv, FreeTv, DVD/Bluray stb.), és az egyes szereplők közötti szerződéseket figyelembe véve osztja el közöttük a rájuk eső pénzeket.</p> <p><i>Megjegyzés: ha egy alkotó/rendező/szereplő a „bruttó [GROSS] bevételekből való részesedési szerződést” kötött, akkor a lista tetejére ugrik és mindenki más előtt ő lesz először kompenzálva – addig a pontig/százalékig amíg a szerződése szól.)</i></p> <p>Kiadásai: ügynökök (agent) foglalkoztatása, iroda/adminisztráció fenntartása.</p>	A hozzá kerülő összes bevételből levonja a kiadásait + jutalékát, melyek együttes összege általában 1-2%.
2.	<p>Mozi</p> <p>Feladata: bemutató.</p> <p>Kiadásai: mozis infrastruktúra üzemeltetése, filmek mozis reklámozása stb.</p>	A hozzá befolyó bruttó bevételek után befizeti az adót + kiadásait + saját hasznát levonja. Ezek nagyságrendileg összesen 40–50%-ot tesznek ki.
3.	<p>Sales agent</p> <p>Feladata: a forgalmazókkal sales-estimate-eket készít, pre-sale-agreementeket készíttet, producerpartnereket szerez, előteremti a finanszírozást stb.</p> <p>Kiadásai: minden ezzel kapcsolatos kiadás (utazások/fesztiválok/marketek, iroda/adminisztráció).</p>	A hozzá kerülő bevételek után levonja a kiadásait + jutalékát. Ezek együttes mértéke 20–30% közötti.
4.	<p>Forgalmazó</p> <p>Feladatai: a sales agent és a mozik közötti szerződések intézése, kópiagyártás, reklámok/trailer.</p> <p>Kiadásai: forgalmazási anyagok gyártása, kópiák készítése, reklámozás/marketek/fesztiválok, iroda/adminisztráció.</p>	A hozzá kerülő (moziból és egyéb platformokról) bevételek után levonja a kiadásait és a jutalékát. Ezek együttes mértéke 25–40%.
5.	<p>Ettől a ponttól fogva kezdődik a finanszírozói oldal bevétele, vagyis a nettó (NET) részesedők.</p> <p><i>(Később, a hazai példákban látni fogjuk, hogy a waterfall-ban eddig a pontig eljutva „felszáradnak” a pénzek, azaz eddig a pontig már csak elvéve jut el pénz a magyar filmekből a finanszírozók felé.)</i></p> <p>A NET szinten először (szinte mindig) a hitelezők/bankok kerülnek kifizetésre.</p>	Mértéke: a banki hitel mértéke + kamata.
6.	<p>A második helyen (konkrét szerződésektől függően), általában a befektetők részesednek. Egy másik általánosság: a befektetők (pl.: finanszírozó állami intézmények) és a jogtulajdonosok párhuzamosan és arányosan (<i>pari passu</i>) részesednek olyan arányban, ahogy a finanszírozásban részt vettek.</p> <p><i>(A magyar filmek pénzügyi elemzésénél fogjuk látni, hogy már csak ezen arányú felosztás miatt sem kerülhet túl nagy bevétel az állami támogatású filmek után a filmelőállítóhoz.)</i></p>	Mértéke: befektetési összegükig 100%-osan + kamat + esetleges haszonig.
7.	<p>Jogtulajdonosok – aki általában maga a filmelőállító/filmgyártó.</p>	Mértéke: a többi finanszírozóval kötött megállapodás szerint változó.
8.	<p>Bárki, aki még nettó (NET) részesedési szerződést kötött a filmelőállítóval. <i>(Ezek a szereplők gyakran ugyanolyan szinten részesednek, mint a filmelőállító, filmgyártó.)</i></p>	Mértéke: a konkrét megállapodásoktól függően változik (pl.: a deferral-ban dolgozó stábtagek, színészek stb., akik a filmen vagyoni jogot szereztek, úgy a százalékuk arányában részesednek.)

A legnagyobb kérdés általában a befektetők és a filmelőállító fedezeti pontjának aránya. Szinte lehetetlen mindenre érvényes, átfogó nagy nemzetközi átlagot számolni arra nézve, hogy ez a fedezeti arány mekkora, mivel nagyban függ a következőktől. Egyrészt a konkrét forgalmazási felülettől (egy streamingalapú platform, ahol a platform és a jogtulajdonos között csak két szereplő van, teljesen más waterfall-lal rendelkezik, mint egy soklépcsős nemzetközi *high end* koprodukció, amit moziforgalmazásra szánnak). Másrészt attól, hogy szám szerint hány szereplő van a waterfallban (vagyis hányan részesednek a fogyasztó vásárlása után a felosztásban). Harmadrészt függ ezen szereplők részesedési arányától. Mindezek alapján, ha valamilyen nagyságrendi arányt kellene mondani, akkor azt mondanám, hogy egy nemzetközi mozi forgalmazású low budget játékfilm esetén, az összes platformról beérkező értékesítés után a waterfallban bruttó (GROSS) bevételek nagyságrendileg ket-tő-tíz százaléka érkezik a befektetőkhez.¹⁰

Nézzünk néhány példát tisztán tőkebefektetés alapú extrém alacsony költségvetésű (no budget) filmre az amerikai piacról (lásd 2. táblázat)!

A bevételek-kiadások mutatóinak elemzését nehezítő probléma a waterfallban, hogy az egyes szereplőkhöz beérkező bevételeket nehéz pontosan megállapítani, nehéz megbízható (számlákkal igazolható) pénzügyi adatokat szerezni, mivel a költségtételeket a láncban levő szereplők sokszor másnak tüntetik fel és így még az olyan sok millió dolláros blockbusterprodukciók is veszteséget

mutatnak papíron, amik vélhetően nagy hasznot kellett volna, hogy mutassanak.

A bruttó (tehát első helyen) megtérülők és a nettó (tehát a lánc legalján) megtérülők között óriási különbségek vannak. A waterfall-láncban a bruttó részesedési szerződéssel rendelkezők (általában az A-listás rendezők, sztárok) minden, a filmből beérkező bevételt első helyen megkapnak, és mire a lánc alján a nettó részesedési szereplők (pl.: B-listás színész, B-listás producer) következnenek, ők már szinte soha nem látnak részesedésből származó bevételt.¹²

Eszközszolgáltatás/barter

A következő opció a szolgáltatásalapú forrás, aminek kölcsönös csereüzlet, azaz barter az alapja. A szolgáltatást nyújtó az adott szolgáltatást a szokásos piaci árhoz/árlista-hoz képest kedvezőbb áron vagy ingyenesen biztosítja az igénybe vevőnek (filmelőállító). A szolgáltatás általában filmszakmai eszközök (jellemzően: lámpák, kameraeszközök, kameramozgatók stb.) kölcsönbérletbe adását jelenti. A bérlő előnye természetesen az, hogy (a listaár-hoz képest) kedvezőbb áron jut a bérlési tárgyakhoz. A szolgáltató előnye egyfelől az üzleti kapcsolat kialakítása a bérlővel, másfelől gyakran kötnek olyan szerződéseket, hogy a bérlőnek (aki sokszor egyben a filmelőállító is) kötelessége az eszközzel ellátott támogatóként feltüntetni a filmalkotás stáblistáján – ezzel növelve a szolgáltató ismertségét a piacon. Amerikai példát erre rengeteget

	Gyártási költségvetés	Finanszírozási háttér	Jegypénztári bevétel
<i>Véresen egyszerű</i> (<i>Blood Simple</i> , Joel Coen, 1984, thriller)	1,5 millió USD	Hatvanöt (!) tőkebefektető adta össze (pl: vállalkozók, ügyvédok, orvosok stb.)	4 millió USD
<i>Ideglelés – The Blair Witch Project</i> (Daniel Myrick, 1999, horror)	60 ezer USD	magánbefektetők	250 millió USD
<i>El Mariachi</i> (Robert Rodriguez, 1992, akció)	7 ezer USD	a rendező-producer 80%-ban a saját orvosi kísérleti kezeléséből finanszírozta, 20%-ban saját tőkéből	2 millió USD

2. táblázat (Forrás: Robert Rodriguez: *Rebel without a Crew*.¹¹)

10 How is a cinema's box office income distributed? (2017.02.20.)

<https://stephenfollows.com/how-a-cinemas-box-office-income-is-distributed/> (Utolsó letöltés: 2017. 10. 20.)

11 Rodriguez, Robert: *Rebel without a Crew*. New York: Dutton Books, Plume, 1995.

12 Epstein: *Hollywood Economist* 2.0. p. 71.

hozhatnánk, hiszen gyakorlatilag az összes low budget film él ilyen forrásokkal. Ennek egyik talán legnagyobb képviselője a nemzetközi piacon az Arri Rental.

Banki finanszírozás

A bankok szerepe a nemzetközi filmiparban lényegében nem különbözik országonként. A bank leegyszerűsítve három dologban érdekelt: a kihelyezett tőke kockázatában (és ezzel kapcsolatos biztonsága/fedezete), a hitelezési összeg mértékében és lejáratí idejében, valamint természetesen a tőke-kamat mértékében. Tehát ilyen szempontból a bank ugyanúgy tekint a mozgóképes termékekre, mint bármilyen más termékre a piacon. A nemzetközi szinten természetesen kialakultak olyan speciális bankok, melyeknek van médiatermékekkel foglalkozó osztálya, mely megérti (ismeri) a filmpiaci szereplők sajátosságait, és ezeknek megfelelően jár el. Az elővásárlás kapcsán fentebb már említettem a bankok szerepét a cashflow-működésre vonatkoztatva. Ezen túl általánosságban elmondható, hogy a bankok általában nem kockáztatnak semmit (a befektetőkkel ellentétben), mivel kizárólag kötelezően visszafizetendő hitelt nyújtanak – ami a filmgyártással járó óriási költségek cashflow-jának likviditását segíti. Ennek megfelelően a bankok csak azon minimumgaranciák ellenértékére adnak hitelt, amiket már biztosított a filmelőállító.

Fontos kitétel (amint azt majd később, a magyar játékfilmek elővásárlási esélyeinél látni fogjuk), hogy a bankok legalább két (vagy inkább több) nagyobb területre vonatkozó elővásárlási szerződést szeretnének látni, mielőtt egyáltalán mérlegelni kezdenék a hitelezést. Ha európai filmről van szó, ezek a területek a nagy filmgyártó országok (az európai „big five”: Anglia, Németország, Franciaország, Olaszország, Spanyolország) valamelyike – nyilván nem véletlenül, hiszen ezen országok az európai filmpiac nagyságrendileg hetven százalékát adják.¹³

A bankok szeretnek lehetőség szerint az utolsók között beszállni a finanszírozásba – ennek természetesen oka, hogy mindenki inkább csatlakozik egy olyan produkcióhoz, amiről már látja, hogy minél inkább biz-

tosított a teljes finanszírozási háttere, tehát ez szintén a kockázatokat csökkenti. Továbbmenve, a bankok az ígervényeken (*soft money, tax rebate*) túl szeretnék látni a pénzügyi összetétel fennmaradó részében a privát tőkét is (*hard cash*) – vagyis olyan pénzeket, amiket már folyósítottak (*money in place*).

Összefoglalva a bankok hozzáállását: a finanszírozás felállításakor a bankok a minél későbbi beszállást preferálják („*last in*”), majd később (a produkció forgalmazása után és a bevételek felosztása után) a minél korábbi megtérülésre kérik magukat, ami a gyakorlatban az első helyen való megtérülést jelenti („*first out*”).

A bankok további szerepe a filmek finanszírozásában: olyan területeken, ahol az adószabályok előírják, az előre felszámított adókat hitelezik meg – amit később a filmelőállító igényel vissza a hatóságtól. Tehát ez is egyfajta cashflow-finanszírozás. Az európai filmfinanszírozási piacon az egyik legfontosabb banki szereplő a Coutts Commercial Media Banking.¹⁴

Magas kockázatú befektetési alapok

Az amerikai major stúdiókon kívül (melyek akár több sorozatos anyagi bukás után sem roppannak meg) a kisebb stúdiók, ha sorozatban elszenvednek több pénzügyi bukást (értsd: a befektetett eszközök fedezete messze elmarad a bevételektől), akkor könnyen kerülnek csőd közeli állapotba. Azonban az amerikai mini major stúdiófilmek finanszírozása (ezek átlagos költségvetése öt–húsz millió dollár között mozog) hosszú távon mindenképpen óriási tőkeigénnyel rendelkezik. Ehhez segítséget jelentenek a magas kockázati fedezeti alapok (*hedge fund*).

Ezen alapok jellemzői, hogy óriási (százmillió dollárban mérhető) vagyonok vannak a kezelésük alatt, amiket portfóliókba rendeznek, gyakran zártkörűen működnek (kizárólag a legvagyonosabb elit fektethet be), kevésbé szabályozza őket a tőzsde, és hatalmas kockázatokat (és ebből következően hatalmas nyereségeket) is könyvelnek el – hasonlóan nagy a volatilitásuk (múltbeli/várható hozamok változékonysága), mint a nagyipari filmek kockázata. A volumenek érzékeltetésére

13 An overview of Europe's film industry (European Parliament Think Tank, 2014. 12. 16.) http://www.europarl.europa.eu/thinktank/nl/document.html?reference=EPRS_BRI%282014%29545705 (Utolsó letöltés: 2018. 02. 10.)

14 <https://www.coutts.com/insight-articles/proposition/media-proposition.html> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 11.)

említenék néhány tőkebefektetési példát. A Melrose Investment 2005 és 2008 között háromszáz millió dollárt bocsátott a Paramount Stúdió rendelkezésére, a Dune Entertainment pedig 2006-ban hétszázhuszonöt millió dollárt a Foxnak.¹⁵

Ezen stúdiók között talán a legérdekesebb példa a Relativity Media, mely 2004-es indulása óta matematikai/statisztikai képletek alapján igyekezett minél nagyobb valószínűséggel megjósolni egy film várható sikerességét, profitabilitását. A cég finanszírozott, fejlesztett, gyártott és forgalmazott több mint százötven játékfilmet a nemzetközi piacra egészen 2016-ig, amikor likviditási gondok miatt csődeljárás alá került.¹⁶

Halasztott fizetés

Ebben az esetben az alkotók/stábtagok részben (vagy egészében) lemondanak a fizetésükről, és cserébe a film vagyoni jogának egy részét (mint befektető) megkapják, és eszerint az arány szerint részesednek a bevételekből – tehát ők is kockázati szereplővé válnak. Ilyen értelemben ez is egyfajta tőkebefektetési forrás (értsd: a résztvevő saját humántőkájének, munkájának) befektetése. Megjegyzendő, hogy az alkotók/stábtagok általában a költségvetés szűkös (vagy egészen minimális) volta miatt szoktak beleegyezni, hogy a fizetésük halasztott legyen. Természeteszerű, hogy a halasztott fizetés részfinanszírozási konstrukcióként leginkább a mikro- és a no budget szektorban fordul elő.

Nem tartozik szorosan a tanulmány tárgyához, de megjegyzendő (mivel erről később, a független finanszírozású magyar játékfilmek piaci esélyeinél még szó lesz), hogy az amerikai mini major piacon is előfordul sok olyan eset, amikor egy színész (sztár) részben lemond a szokásos gázsijáról – erre legtöbbször művészi oka van (pl.: szeretne azzal a rendezővel dolgozni), vagy ha még kezdő a pályán, akkor referenciagyűjtés, tapasztalatszer-

zés is lehet a motiváció. A nemzetközi szinten olyan indok is előfordulhat, hogy a színész/rendező/producer a saját cégével száll be a filmbe (az ingyenes alkotói szolgáltatás biztosításával), tehát a cég (mint jogi entitás) vállal szerepet a finanszírozásban – ilyen értelemben a fizetésről való lemondás akár tőkebefektetésként is értelmezhető.

Közösségi finanszírozás

A közösségi finanszírozás (*crowdfunding*) lényege, hogy különböző szereplők (magánszemély vagy társaság) pénzügyileg járulnak hozzá a film gyártási költségvetéséhez, támogatják azt. A támogatók a hozzájárulásokat általában az interneten keresztül, erre szakosodott honlapokon keresztül tudják felajánlani. A két legnagyobb, legismertebb platform az Indiegogo és a Kickstarter.

A filmelőállító feltölti a filmes produkció reklámanyagát (pl.: teaser, alkotói életrajzok, rendezői statement) a portálra. Ezek után egy bizonyos ideje van arra, hogy kampányoljon a filmje mellett, és próbáljon minél több pénzt összegyűjteni a hozzájárulóktól. Az anyagi hozzájárulásért cserébe a filmelőállítók elvileg bármilyen jogszerű ellentételt felajánlhatnak, azonban a gyakorlatban többnyire a következő eszközökkel élnek: tárgyi eszközök juttatása (pl: a film posztere, látványterv a filmből, emléktárgy a filmből); szolgáltatások (pl.: meghívó a forgatásra, díszbemutatóra); felhasználási jog (névfeltüntetés kredit szerint: „köszönet”, „co-producer”, „executive producer”).¹⁷

Talán kijelenthető, hogy a legnagyobb terepe a közösségi finanszírozásnak az Egyesült Államokban van. Ennek leggyakrabban emlegetett oka a piacképes környezet, az adományozási kultúra elterjedtsége, továbbá a relatíve tőkeerős középosztály léte. Álljon itt néhány példa az amerikai és az európai szinterről a közösségi finanszírozásra (3. táblázat):

15 Finney, Angus–Triana, Eugenio (eds.): *The International Film Business. A Market Guide beyond Hollywood*. Routledge, 2015. p. 66., Szalai, Georg: Fox Extends Film Finance Partnership with Hedge Fund Dune Capital. (2010. 11. 29.) <https://www.hollywoodreporter.com/news/fox-extends-film-finance-partnership-49737> (Utolsó letöltés: 2018. 01. 10.)

16 The Mathematics Of Movie-Making, Hollywood Studio-Style! www.indiewire.com/2013/05/the-mathematics-of-movie-making-hollywood-studio-style-things-that-make-you-go-hmm-135943/ (Utolsó letöltés: 2018. 01. 10.)

17 The New School: Funding Your Film – Strategies, New and Traditional. (2010. 03. 03.) <https://www.youtube.com/watch?v=UUEBcXObRtY> (Utolsó letöltés: 2017. 07. 06.)

amerikai <i>Veronica Mars</i> (Rob Thomas, noir, 2014)	indult: 2014 kampánycél: 2 millió USD	teljesült: 5 millió USD (vagyis „túl”-finanszírozott lett) megj.: ez minden idők talán legsikeresebb játékfilmes közösségi finanszírozási kampánya. támogatók száma: 91 ezer fő https://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project Letöltés: 2017.11.05.
amerikai <i>Miles Ahead</i> (Don Cheadle, musical- életrajzi, 2015)	indult: 2014 kampánycél: 300 ezer USD	teljesült: 340 ezer USD támogatók száma: 2100 fő https://www.indiegogo.com/projects/join-miles-ahead-a-don-cheddle-film#/ Letöltés: 2017.11.05.
angol <i>A hülyeség kora (The Age of Stupid, Franny Armstrong,</i> dokumentum, 2009)	indult: 2013 kampánycél: 640 ezer USD	teljesült: igen támogatók száma: 223 fő http://creativeip.org/film-finance/ Letöltés: 2017.11.05.
svéd <i>Kung Fury</i> (David Sandberg, akciófilm- paródia, rajongói film, 2017)	indult: 2014 kampánycél: 200 ezer USD	teljesült: 630 ezer USD támogatók száma: 17 ezer fő https://www.kickstarter.com/projects/kungfury/kungfury Letöltés: 2017.11.05.
finn <i>Iron Sky: Támad a Hold</i> (Timo Vuorensola, akció, sci-fi, rajongói film, 2012)	indult: 2008 kampánycél: 650 ezer USD	teljesült: 657 ezer USD támogatók száma: 9400 fő bemutató: 2012 https://mno.hu/grund/nacik-a-holdon-rajongoi-penzbol-1127990 Letöltés: 2017.11.05. Megjegyzés: a produkció külön érdekessége, hogy a trailer elkészítése után a cannes-i vásáron több partner beszállt a költségvetésbe (az ausztrál New Holland Pictures), és a film végül tizenegy millió dollár jegypénztári bevételt ért el.

3. táblázat

Termékelhelyezés / szponzoráció

A termékelhelyezés (*product placement*) lényege, hogy egy termék/szolgáltatás valamilyen előre meghatározott módon megjelenik a filmalkotásban. A résztvevő felek egyik oldalról a termék/szolgáltatás jogainak felelőse/engedményezője – ő a szponzor. Másik oldalról pedig a felhasználó/filmelőállító. Az egymás számára nyert javak a következők. A filmelőállító részéről: a terméket/szolgáltatást használhatja/fogyaszthatja, vagy a film gyártására fordíthatja (pl.: autót szállításra, ételt/italt az stábétkészítéshez). Továbbá elképzelhető, hogy ezenfelül a szponzor további, tisztán anyagi tőketámogatást is biztosít a filmelőállító számára. A szponzor terméke pedig reklámfelületet kap egy (remélhetőleg si-

keres) filmalkotásban. A termékelhelyezésnek a legnagyobb hagyománya és piaca az Egyesült Államokban van. A piaci szereplők (filmelőállító és szponzor) közé sokszor beékelődik egy ügynökség is. A szponzori oldalról a szisztéma erős marketingtervezést, tudatos brand-managementet, célcsoport-ismeretet, eladási becslési (*sales estimate*) ismereteket kíván; mindezekon túl a szponzor szinte mindig befejezési garanciát (*completion guarantee*) kér a filmelőállítótól.

Példát rengeteget lehetne említeni (pl.: *Fight Club*/Ikea, *Cast Away*/FedEx, *Transformers*/XBox), de talán a legismertebb és a modellt hosszú ideje következetesen használó franchise a James Bond-filmek sorozata, amely többek között autógyártókkal vagy óragyártókkal (Aston Martin, Omega, Land Rover stb.) kötött szerződést.¹⁸ A financia-

¹⁸ James Bond: A History Through Product Placement. <https://www.youtube.com/watch?v=J5G55TF2zlo> (Utolsó letöltés: 2017. 11. 10.)

lis nagyságrendek érzékeltetésre talán csak egyetlen adat: a *Skyfall* (Sam Mendes, 2012) című James Bond-filmben a Heineken állítólag negyvenöt millió dollárt fizetett hogy a terméke szerepelhessen.¹⁹

Érdekes jelenség a hosszútávú termékelhelyezés. A vezető amerikai stúdiók a product placement tekintetében is a hosszú távú (tehát kiszámítható, rentábilis és minél inkább kockázatmentes) megoldásokat keresik. Erre példa, hogy a Weinstein Company megállapodott a L'Oréal-lal, hogy a stúdió filmjeiben (ha van sminkes jelenet, akkor) kizárólag a L'Oréal termékeit használhatják.²⁰ Végül említést érdemel a talán legextrémebb példa a termékelhelyezési finanszírozásra: a *Greatest movie ever sold* című film (Morgan Spurlock, 2011, gyártó: Snoot Entertainment). A film arról szól, hogy egy dokumentumfilm-rendező (akit a rendező maga játszik) arról készít dokumentumfilmet, hogy a finanszírozók miként adják neki össze a költségvetést erre a filmre termékelhelyezés módszerrel.

Az európai filmek terén nem jellemzők a fenti gigantikus számok: a francia, spanyol filmekben a termékek jogtulajdonosai nagyságrendileg tíz és százezer dollár között áldoznak ilyen fajta szponzorációra.²¹

Fesztiválfinanszírozás

A nemzetközi filmes színtéren egyre kiterjedtebb módon aktív fesztiválok adott esetben finanszírozói szerepet is vállalnak. Ilyenkor a filmfesztivál saját költségvetése vagy a fesztivál mögött álló szponzorok/alapok/befektetők tőkéjével járulnak hozzá a filmgyártáshoz, cserébe a nevük feltüntetését kérik – úgy, mint egy szponzorációs termék/brand. Ez a modell nem igazán elterjedt, de említésre érdemes a Jeonju Digital Project. Ez a dél-koreai filmfesztivál 2000 óta évente három kiválasztott nagyjátékfilm projektnek ítél egyenként százezer dollár gyártási

támogatást (ennek keretében valósult meg Pálfi György *Szabadesés* című filmje, amelyről később még szó lesz).²² Európai példaként említhető még a Velencei Filmfesztivál Biennale Cinema College programja, amelyen a Gucci cég nyújtja a szponzorációt. A program pályázati úton választ ki játékfilm projektet a világ minden tájáról, majd workshop jellegű fejlesztésen mennek végig a rendező-producer párossal, hogy ezután három kiválasztott projektet gyártási támogatásban részesítenek százötvenezer euró összeggel.²³

Televíziós finanszírozás

Egy produkció gyártási költségvetéséhez a kereskedelmi televízió (mint műsorszolgáltató) is hozzájárulhat, cserébe természetesen a sugárzási jogok előre eladásával (tehát ezt is nevezhetjük egyfajta elővásárlásnak televíziós platformra). Amerikában a mozifilmeket gyakran a kábeltelevíziók és egyéb fizetős csatornák is társfinanszírozzák azzal, hogy hosszútávú szerződésben (*output deal*) állnak egymással. Ennek alapvető jelentőségéről 2008-ban Bob Weinstein producer így nyilatkozott: „Az üzlet alapköve... egyetlen cég sem lehet sikeres nélküle.”²⁴ Néhány példa a nagyságrendekre: 2000-ben 1,1 milliárd dollár származott a fizetős tévés szolgáltatóktól. 2005-ben az HBO kábelcsatorna filmként átlagosan tízmillió dollárt fizetett a stúdiófilmek televíziós jogaiért. 2006-tól fogva (és az online platformok előretörésével) a fizetős tévék elkezdtek visszavenni ezeket az *output dealeket*. 2008-tól fogva (a világválság hatására) pedig elkezdtek felmondani a szerződéseket (ilyen volt a New Line Cinema–HBO-, vagy a Paramount–Showtime-üzlet), és inkább a saját tartalmak (elsősorban sorozatok) gyártása felé kezdtek fordulni. 2013-tól fogva (a VOD megjelenésével) a folyamatos leépítések, költségcsökkentések jellemzik ezt a szektort.

19 Barber, Nicholas: Does Bond's product placement go too far? <http://www.bbc.com/culture/story/20151001-does-bonds-product-placement-go-too-far> (Utolsó letöltés: 2017. 11. 10.)

20 Epstein: *The Hollywood Economist*. p. 105.

21 Morris, James: How European media companies are dealing with product placement. (2011. 06. 13.) <http://adage.com/article/global-news/european-media-companies-dealing-product-placement/228121/> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 06.)

22 Lee Hyo-won: Jeonju Film Fest: Revamped Digital Project 'Saves' Gyorgy Palfi's Directing Career. (2014. 03. 05.) <https://www.hollywoodreporter.com/news/jeonju-film-fest-revamped-digital-700999> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 10.)

23 2013-ban jelen tanulmány szerzője is részt vett ezen a workshopon egy projekttel.

24 Idézi: Epstein: *The Hollywood Economist*. p. 109.

Európai piaci példákat tekintve Nyugat-Európában a televíziótársaságok gyakran vesznek részt közvetlenül a mozifilmek társfinanszírozásában. Ilyen Németországban a ZDF, Franciaországban az ART France Cinema vagy a Stúdió Canal, Dániában a TV2 Denmark.

VOD

A bemutatással, forgalmazással kéz a kézben járó finanszírozási struktúrákat is a feje tetejére állította a streamingalapú VOD (*video-on-demand*) megjelenése. Mivel a szolgáltatás internetalapú előfizetésre épül (ami a világon lassan mindenhol elérhető), így az országonkénti, fragmentált forgalmazói/mozis piacok helyett a streaming újraalkotta a globális filmforgalmazás-fogyasztás definícióját. A főbb szolgáltatók (Netflix, Amazon, Hulu) közül a Netflix bír a legtöbb (jelenleg százhusz millió) előfizetővel. Az eredetileg videók (DVD) kölcsönzésével foglalkozó cég 2008-tól már filmek és sorozatok VOD-jogait értékesítette és forgalmazta saját internetalapú felületén, majd 2013-tól bekapcsolódott a tartalomgyártásba is (*Kártyvár* [*House of Cards*]), és a 2018-as évre már nyolcmilliárd dollárt investált saját tartalmak gyártásába (többet, mint bármelyik fizetős tévé a világon). Ezzel a Netflix elérte, amit korábban csak Hollywood tudott az aranykorban: egyetlenként globálisan kézben tartja a teljes filmkészítési-fogyasztási vertikumot, vagyis a fejlesztést, finanszírozást, gyártást, forgalmazást, bemutatást.

Szinte az összes piaci szakértő véleménye egybehangzik, miszerint a streaming szolgáltatók megállitha-

atlanok: ott vannak minden területen, és mindegyiket megreformálják. A művészfilmes akvizíciós piacon az Amazon például *A régi város* (*Manchester by the Sea*, Kenneth Lonergan, 2016) jogait vette meg.²⁵ Jelen vannak az output dealek területén is. A Hulu például output deal megállapodást kötött a *Foxcatcher* (Bennett Miller, 2014) és *A bombák földjén* (*The Hurt Locker*, Kathryn Bigelow, 2010) gyártó-finanszírozójával, az Annapurna Pictures-el.²⁶ Természetesen hollywoodi blockbusterek is finanszíroznak és forgalmaznak. A Netflix például a *Bright* című filmet (David Ayer, 2017) és Martin Scorsese-től a *The Irishman* (2019).²⁷

Az európai szinten a streaming szolgáltatók bekapcsolódtak a területiális (országokként egyedi) filmek/sorozatok finanszírozásába és gyártásába. Dániában a *Rita* című sorozat a DenmarkTv és a Netflix közös produkciója volt. A *Babylon Berlin* című sorozatot pedig a német ARD és a Sky VOD-szolgáltató társfinanszírozta.²⁸

Fontos kiemelni a streaming társaságoknak az európai (művész)filmekre (illetve, ahogy azt majd látjuk, a független finanszírozású magyar játékfilmekre) gyakorolt hatását. Mivel a szolgáltatás globális, ezért a területiális alapú elővásárlási finanszírozást (amire az európai filmek elvétve még volt néha esélye) tovább csökkenti.²⁹

Iparági szakértők szerint ezen tartalomgyártó-szolgáltatók globális jellegéből fakadóan teljes átrendeződésen megy keresztül filmpiac, és a tartalomgyártás vélhetően tovább marginalizálódik.

A VOD finanszírozás pénzügyi adataival kapcsolatban a fő probléma az, hogy a streaming szolgáltatók

25 Lodderhose, Diana: Amazon Film Chief Jason Ropell Leads The Charge To Broaden The Studio's Global Imprint. (2017. 05. 19.) <http://deadline.com/2017/05/jason-ropell-disruptors-interview-news-1202094051/> (Utolsó letöltés: 2018. 01. 10.)

26 Spangler, Todd: Hulu Inks Annapurna Pictures Pay-One TV Window Movie Output Deal. (2017. 04. 06.) <http://variety.com/2017/digital/news/hulu-annapurna-pictures-movie-output-deal-1202024899/> (Utolsó letöltés: 2018. 01. 10.)

27 Lynch, John: Martin Scorsese's upcoming Netflix movie could become his most expensive film with a reported budget over \$140 million. (2018. 02. 18.) <http://www.businessinsider.com/martin-scorsese-netflix-movie-the-irishman-budget-2018-2> (Utolsó letöltés: 2018. 03. 14.)

28 Saalbach Holve, Liv: Denmark's TV 2 and Netflix team on third season of *Rita*. (2015. 01. 15.) <http://cphfilmfund.com/en/denmarks-tv-2-and-netflix-team-on-third-season-of-rita/> (Utolsó letöltés: 2018. 01. 10.) Nicola, Stefan: German TV Is Going Beyond Spies and Nazis Thanks to Netflix. (2018. 01. 25.) www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-25/german-tv-goes-global-as-amazon-netflix-open-money-valves (Utolsó letöltés: 2018. 03. 10.)

29 Vivarelli, Nick: Eurimages Chief Roberto Olla on How a Netflix Acquisition Can Be 'Kiss of Death' for a European Art Film. (2017. 08. 03.) <http://variety.com/2017/digital/festivals/eurimages-chief-roberto-olla-on-how-a-netflix-acquisition-can-be-kiss-of-death-for-a-european-art-film-1202513447> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 13.)

nagyon bizalmasan kezelik az egyes filmek/sorozatok pénzügyi (kiadási/bevételi) adatait. Tudomásom szerint semmilyen iparági szereplő nem tud pontos adatokat szerezni.

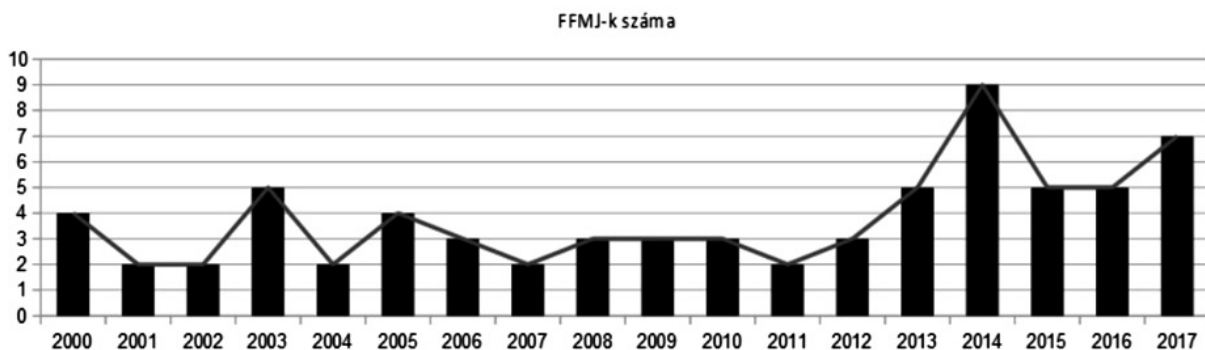
Adókedvezmény

Ennek a szisztémának a lényege, hogy egy adott állam által törvényileg meghatározott, bizonyos százaléku adó-visszatérítést (*tax rebate*) biztosít, melyet a filmelőállító a gyártási költségvetés egy részének erejéig vehet igénybe utólagosan. A forrás eredete általában a nyereséges vállalkozások társasági adója. Ezt az adót a vállalkozás nem az állami költségvetésbe fizeti be, hanem az adott film támogatására fordíthatja. Tehát ilyen értelemben ezt a forrást állami forrásnak is tekinthetjük, hiszen ezek eredetileg állami pénzek, melyekről az állam lemond a filmgyártó javára. Jelen tanulmányban azért kezelném ezt a forrást mégis inkább függetlenként, mert a forráshoz való hozzáférés jellege nem szubjektív minőségű (értsd: nem magánemberek döntésétől, ízlésétől függ) hanem objektív, mivel törvényileg szabályozott. Ennek megfelelően, ha egy filmgyártó eleget tesz az adott állami és filmgyártásra vonatkozó jogszabályoknak, akkor egészen biztosan jogosult lesz erre a forrásra, tehát tud ezzel számolni a költségvetése tervezésekor. Ezen adó-visszatérítések igénylésének szabályozási és százalékos mértékei nemzetenként változnak (az ország saját törvénye szerint). Az Egyesült Államok bizonyos államaiban tizenöt–húszöt százalékos, Írországban harminckett százalékos, Csehországban húsz, Magyarországon jelenleg harminc százalékos.

A független finanszírozású magyar játékfilmek pénzügyi adatai

A független filmek nemzetközi finanszírozási modelljeinek és forrásainak áttekintése után, a következő fejezetben grafikonok segítségével mutatom be a 2010 és 2017 közötti független finanszírozású magyar játékfilmek főbb pénzügyi adatainak jellemzőit, és egyúttal értelmezem ezeket. 2010 és 2017 között összesen hatvanöt ilyen játékfilm készült (részletes listájukat tanulmányom függeléke tartalmazza). Ezek éves eloszlását a következő grafikon mutatja (1. ábra).

A grafikon két fontos trendet mutat. Egyfelől minden évben legalább két független finanszírozású magyar játékfilm készült, tehát nem volt olyan év (még a filmtámogatási rendszer 2011 körüli átalakulása alatt sem), amikor ne készült volna ilyen film. Másfelől jól látható, hogy a független finanszírozású filmek száma 2012 után kezd növekedni. Ugyan időben hozzánk igen közeli jelenségről van szó, mégis megkockáztatható, hogy mindennek köze lehet az állami filmtámogatási rendszer átalakulásához. Konkrétabban: 2012 és 2017 között (a Filmalap idején) harmincnégy, 2006 és 2011 között (Magyar Mozgóképek Közalapítvány idején) pedig tizenkilenc film készült. Mindkét esetben hat éves ciklusról van szó. A Filmalap idején tehát évente átlagosan 5,7, míg a Mozgóképek Közalapítvány érájában 3,2 független finanszírozású magyar játékfilm készült. A különbségek tehát részben a két állami finanszírozási rendszer vonatkozásában is értelmezhetők. A



Az FFMJ rövidítés a következőt jelenti: független finanszírozású magyar játékfilm.

1. ábra

Mozgóképi Közalapítvány idején (2011 előtt) inkább az volt a jellemző, hogy több filmet (évente huszonöt-harminc játékfilm gyártását) támogattak, ám limitáltabb összegekkel (átlagosan száz–háromszáz millió forinttal). Illetve több olyan projektet is támogatott a rendszer, amikre inkább jellemzők voltak a következők: avantgárd/kísérleti, elsőfilmes, filmszakmán kívülről érkezett, erős narratíva nélküli, formalista, stb. produkciók. Ezzel szemben a Filmalap stratégiája ennél tudatosabb, célirányosabb: a fent írt jellemzőkkel bíró projekteket kevésbé támogatja. Ráadásul a Filmalap (szinkronban a változó nézői fogyasztási szokásokkal és összhangban a nemzetközi trendekkel) a „kevesebb film, több támogatással” elv alapján sokkal jobban megválogatja a támogatott projekteket (évente egy-másfél tucat film részesül gyártási támogatásban). A támogatott projektek számára viszont sokkal magasabb összegeket biztosít (az átlagos támogatás kétszázötven–ötszáz millió forint között mozog, de volt példa egymilliárd forint közeli támogatásra is³⁰). Ennek is köszönhető, hogy a volumenében szerényebb, bizonytalanabb lábakon álló, esztétikájukban „in-between” projektek (amiket korábban talán támogatott volna az MMKA) 2011 után ritkábban kapnak támogatást, így kénytelenek állami támogatás nélkül elindulni a független finanszírozás felé.

A kiadási oldal

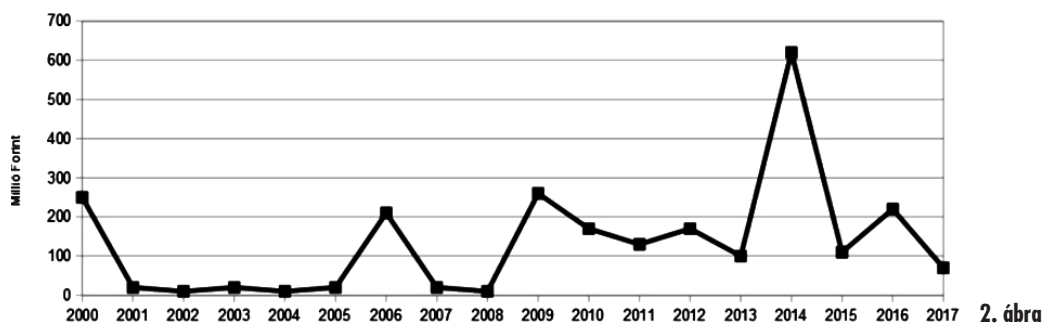
A következőkben nézzük meg a független finanszírozású magyar játékfilmek pénzügyi statisztikai adatait. A következő ábrán ezen filmek éves, összesített költségvetését tekinthetjük át (2. ábra).

Ha összesítjük a független finanszírozásban 2000 és 2017 között készült magyar játékfilmek költségvetését, akkor ez az összeg 2,4 milliárd forintot tesz ki.³¹ Viszonyításképpen: a Filmalap évente nagyságrendileg ötmilliárd forinttal támogatja a magyar játékfilmeket. Az éves összesített támogatásokat és a költségvetéseket párba rendezve a következő számokat kapjuk. A Filmalap által 2012 és 2017 között kiosztott gyártási támogatás (hat év, évente átlag ötmilliárd forint) harmincmilliárd forint. Az ugyanezen időszak alatt készült független finanszírozású magyar játékfilmek összesített költségvetése 1,3 milliárd forint. A filmalapos finanszírozású magyar játékfilmek költségvetése tehát átlagosan huszonháromszorosa a független produkciókének.

Ezek után nézzük meg, hogy a független finanszírozású játékfilmek milyen átlagos költségvetéssel tudtak gazdálkodni (3. ábra)!

Ha eltekintünk a 2000–2008 között készült, többségükben kereskedelmi tévék által társfinanszírozott közösségfilmekről (*Meseautó*, *Tibor vagyok*, *Álom.net*),

Az FFMJ-k éves kumulatív összköltségvetése

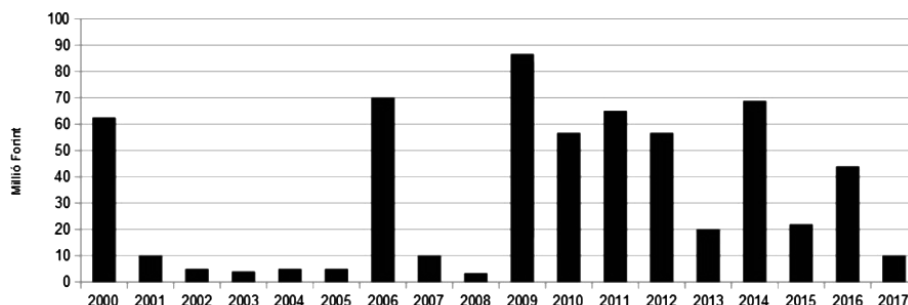


2. ábra

30 Az elsőfilmes alkotók támogatására szolgáló és általában bő hatvanmillió forintos gyártási támogatást nyújtó Inkubátor projekt természetesen árnyalja a képet.

31 Hangsúlyoznom kell, hogy ez egy alacsony adatmennyiségen alapuló számítás (jellegéből fakadóan torzít). Ennek megfelelően a 2014-es évben három nagy költségvetésű film (*Viktória*, *Drága Elza*, *Szabadesés*) húzta fel ezeket az átlagolt költségvetéseket, így együttesen hatszázmillió forintot tudtak filmgyártásra fordítani csak abban az évben.

Az FFMJ-k éves átlagos költségvetése



3. ábra

akkor kirajzolódik egy trend, miszerint a hazai független finanszírozású játékfilmek átlagos költségvetése erős növekedésnek indult a 2009 utáni időszakban. Ennek oka véleményem szerint a korábban már vázolt filmtámogatási „rendszer váltás”. A független produciók tehát képesek voltak alkalmazkodni az új helyzethez, és minden korábbinál nagyobb átlagos költségvetéseket tudtak előteremteni.

A bevételi oldal

Ezek után nézzük meg a független finanszírozású magyar filmek bevételi oldalát, vagyis azt, hogy a kiadásokat/ráfordításokat hogyan tudták ellenpontosítani a producerek; összességében hogyan teljesítettek az egyes bevételi források, és milyenek voltak a kumulatív mutatók. Elsőként nézzük meg, hogy szám szerint hány értékesítési felülete volt ezeknek a filmeknek (4. ábra)!

Megjegyzés a bevételi platformokkal kapcsolatban: egy játékfilmnek a táblázatban írt értékesítési felületein

túl is lehetnek további bevételi forrásai. Ilyenek például repülőgépek/hotelek vetítési jogai, illetve nyilvános terek vetítési jogai. Másfelől egy játékfilmnek lehetnek merchandising jogai is, amiket szintén lehet értékesíteni (pl.: a filmben szereplő karakterekből képzett játéktárgyak, étkezési/fogyasztási javak, képregények, származtatott művek, ajándéktárgyak), vagy akár a film licenclési jogait is lehet értékesíteni (pl.: a remake-ek, sequel-ek jogai). A hazai szinten a kutatásom során azonban – nem meglepő módon – erre nem találtam példát, tehát ezeket a platformokat nem is szerepeltettem a táblázatban.

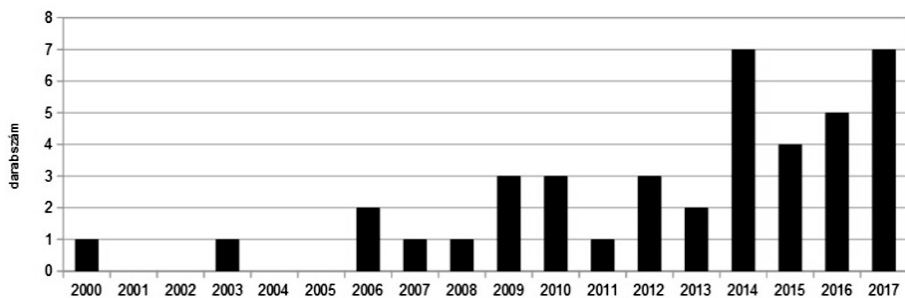
A táblázatból levonható tanulságok:

1.) Az állami finanszírozású magyar filmekkel összevetve relatíve kis számú felületen sikerült értékesíteni a magyar független filmeket (főképp Bluray/DVD megjelenítés). Ennek oka az, hogy mivel függetlenek mögött sokszor nincs mozi bemutató/forgalmazó, ezért nincs, ami katalizálná/előkészítené a DVD/Bluray megjelenést sem. Másfelől a várható bevételek (optimistán számolva is csak néhány millió forint) nem állnak szinkronban a DVD-gyártással/kiadással járó költségekkel – nem beszélve ar-

FFMJ-K ÉRTÉKESÍTÉSI FELÜLETEINEK DARABSÁMA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Kumulatív
Magyarországi mozi forgalmazást kapott	1	0	0	1	0	0	2	1	1	3	3	1	3	2	7	4	5	7	41
Magyarországi TV forgalmazást kapott	1	0	0	0	0	1	1	1	0	2	2	0	1	0	1	0	0	0	10
Magyarországi DVD/Bluray forgalmazást kapott	1	0	1	1	0	0	2	2	0	3	1	0	1	1	5	2	2	1	23
Külföldi mozi forgalmazást kapott	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Külföldi TV forgalmazást kapott	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Külföldi DVD/Bluray forgalmazást kapott	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1	5
Online forgalmazást kapott (fizetős felületen)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Összes forgalmazási felület száma	3	0	1	2	0	1	6	4	1	9	6	1	5	3	16	6	8	9	

4. ábra

FFMJ-k amik Magyarországi mozi forgalmazást kaptak



5. ábra

ról a legfontosabb trendről, hogy a DVD-piac az utóbbi öt évben óriási visszaesést produkált nemzetközi és hazai szinten is. A televíziós sugárzással (pontosabban annak hiányával) kapcsolatban a tanulmány későbbi részében még tételesen kifejtem az okokat.

2.) A függetlenek összes forgalmazási felületeinek számában van egy erős emelkedő trend. Erre rímel a mozifilmes forgalmazás, ami 2009-től fogva szintén emelkedő trendet mutat. Ezt a tényt egy külön grafikonon még jobban szemlélteti (lásd 5. ábra).

Fontos megjegyezni, hogy a mozi (annak ellenére, hogy az utóbbi öt évben sok alternatív filmfogyasztási platform jelent meg) továbbra is a legfontosabb (értsd: legnagyobb bevételt hozó) platform, legalábbis a kisebb kelet-európai országok esetében, tehát a magyarországi piacon is (6. ábra).

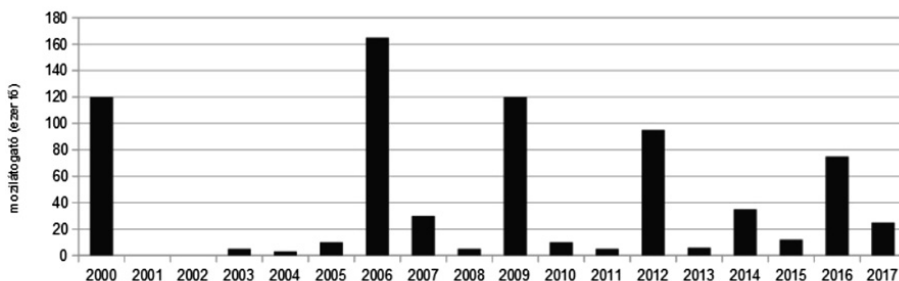
Érdekes közelebről is megvizsgálni a függetlenek mozis mutatóit is. A 2000 és 2008 közötti időszakban átlagosan egy film kapott mozis forgalmazást. Ezeket a filmeket sokszor levetítették ugyan az aktuális Filmszemlén (bár ott is inkább az úgynevezett információs blokkokban, és nem a versenyszekcióban), de ezen túl nem kaptak mozis forgalmazást, aminek a legfőbb oka, hogy

a filmek minősége általában nem érte el azt a szintet, hogy egy moziforgalmazó fantáziát (kellően magas várható nézőszámot) lásson benne. A 2009-es év volt talán a fordítóév (*Intim fejlődés*, *Álom.net* – mindkettő ötvenezer fős nézőszám felett), ami után intenzíven megindultak a függetlenek a mozis forgalmazás felé. Ezután évente stabilan kettő, majd 2013-tól átlagosan négy film került moziforgalmazásba.

A statisztikát némiképp torzítják azok a független filmek, amiket nagy részben kereskedelmi televíziós finanszírozással, nagyközönségnek szántak (2000-ben a *Me-seautó*, 2006-ban a *Tibor vagyok*, 2009-ben az *Álom.net*). Tehát ha ezen filmekről eltekintünk, akkor a korábbi trendekkel szinkronban megállapítható, hogy 2009-től fogva emelkedő trend mutatkozik a mozis adatokban. Közel hasonló a trend akkor is, ha az átlagos mozinézőszám-ról szóló statisztikát nézzük (7. ábra).

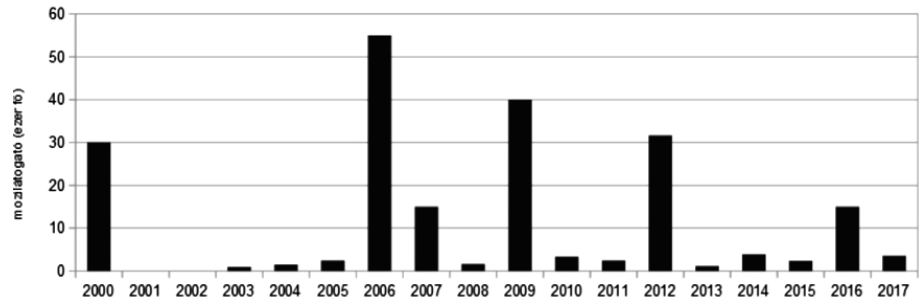
Itt már némiképpen árnyalódik az összkép, és látszik, hogy a 2000-tól 2017-ig tartó időszakban a magyar nézők átlagosan nem lettek sokkal kíváncsibbak a független finanszírozású játékfilmekre, talán csak egy enyhe emelkedést vélhetünk felfedezni 2009 és 2017 között. Ha ennek a középértékét vesszük (kumulált átlagok/tizenhét

FFMJ-ek kumulatív mozis nézőszáma



6. ábra

FFMJ-ek átlagos nézőszáma



7. ábra

év) akkor azt látjuk, hogy átlagosan tizenkétezer mozinéző vált jegyet egy független finanszírozású játékfilmre évente Magyarországon. Ezt viszonyítva a Filmalap által támogatott játékfilmekhez (nagy átlagban ötvenezer néző filmenként), akkor nagyjából négyszeres arányt kapunk. Érdekességgé megállapítható, hogy 2012-ben tudott utoljára igazán erős (ötvenezer feletti nézőszámot elérő) független produkció a piacra kerülni, mégpedig a *Nejem, nőm, csajom*. Az ezutáni években a harmincezer fős mozis nézőszám volt a maximum (az *Ernellék Farkaséknál* 2016-ban harmincegyezer nézővel, és a *#Sohavégetnemérvös* harmincnégyezer nézővel szintén 2016-ban). Egyelőre tehát úgy tűnik, hogy a „közönségsiker” jelentését/nézőszámát is érdemes újradefiniálni a hazai független filmes szektorban.

Összegzésként megállapítható tehát, hogy a korábbiakhoz képest 2012 és 2017 között több független finanszírozású magyar játékfilm készült, a színvonaluk és költségvetésük egységesen emelkedett, a mozik is szívesebben játsszák őket, és néhányat sikerült a külföldi DVD-szektorban is értékesíteni. Azonban a felaprózódott magyar piac, a televíziós finanszírozás kivonulása és az egyre erősödő filmdömping következtében ezen filmek maximum nézőszáma is visszaesett (a korábbi százezer feletti nézőről) harmincezerre, illetve az átlagos nézőszámok is stagnálnak vagy csak nagyon enyhe emelkedést mutatnak. Már ezen a ponton érdemes megjegyezni (előrevetíteni), hogy ez utóbbi trend szinkronban van az összes magyar játékfilmre vonatkozó és a globális trendekkel is (fragmentáció, marginalizáció).

Ami a függetlenek (látogatók szerinti) piaci részesedését illeti, a 2000 és 2017 közötti független finanszírozású magyar játékfilmek összesített magyar mozis nézőszáma 705 ezer néző volt. Ugyanebben az időszakban a magyar

filmekre 14,5 millióan vettek jegyet. Az összes magyar mozinézőnek tehát nagyságrendileg öt százaléka váltott jegyet hazai pénztárakban független finanszírozású játékfilmekre a 2000 és 2017 közötti időszakban. Ha ennél rövidebb időszakot veszünk, és csak a Filmalap korszakát nézzük, akkor azt látjuk, hogy a függetlenek összesített nézőszáma 250 ezer, míg a magyar filmeké összesen 3 millió néző volt. Ebben az időszakban tehát az összes magyar mozinéző nagyságrendileg nyolc százaléka váltott jegyet hazai pénztárakban függetlenekre a 2012 és 2017 közötti években.

A független finanszírozásban készült játékfilmek esztétikai jellemzői

Annak ellenére, hogy ez az elemzés elsősorban a pénzügyi szempontokra koncentrál, nem mehetünk el a vizsgált filmek esztétikai jellemzői mellett sem. Nyilvánvaló ugyanis, hogy ha annak okait keressük, hogy miért olyanok a független produkcióban készült magyar játékfilmek pénzügyi adatai, amilyenek, akkor meg kell azt is vizsgáljuk, hogy milyenek voltak ezek a filmek esztétikájukban, tartalmi minőségükben, kritikai visszhangjukban. A következőkben ezeket a filmeket négy nagy csoportba sorolom. Az amatőr filmek és a kísérleti filmek alkotják az első, a nagy költségvetésű tinivígjátékok a második, a mikro budget dramedy/coming-of-age/felnővestörténetek a harmadik, és végül a műfaji alapú, nagyközönséget célzó filmek a negyedik csoportot.

Amatőr filmek

A 2000-től 2006-ig tartó időszakot leginkább a szakmában „amatőr filmes” jelzővel illetett alkotások jellemezték. Az általam elemzett hatvanöt filmből tíz-húsz tartozik ebbe a kategóriába. Ezen filmek közös jellemzői: a forgatókönyvírói/dramaturgiai következetlenségek magas száma, az amatőr/hiteletlen szereplői előadásmód, a minimálisra redukált látványvilág, a rendezői/operatőri képzettség hiánya (az alkotók szinte soha nem végeztek filmes oktatási intézményekben), továbbá a ritmustalanság (vágás/tempó). Összességében talán az esetlegesség és az átgondolatlanság a közös nevező. A filmeket gyakran filmes műhelyekben készítették (Cruel World Team, Kuckó Művészanya), és az alkotók akár két-három ilyen filmet is készítették ebben az időszakban. A másik oldalról a kísérleti (experimentális) filmes fronton Szirtes András (*Dear Daughter*) és Szekeres Csaba (*Kinder Garden*) említhetők – munkáik esztétikai megítélése nagyon változó, a szakkritika nagyon vegyesen fogadta őket.

Közös ezekben a filmekben, hogy nem kerültek moziforgalmazásba, és csak elvétve (közülük két-három film) kapott DVD-megjelenést, egyéb értékesítésük nem történt. A filmeket néhány millió (vagy az esetek többségében néhány százezer) forintból forgatták, barátok, családtagok vagy filmszerető fiatalok segítségével. Érdemes megjegyezni, hogy az alkotóknak legtöbbször nem is voltak piaci/nézői szempontjaik, hanem tisztán örömből, a filmezés szeretetéből alkottak – tehát ilyen értelemben felesleges/értelmetlen elvárni ezen filmekről bármilyen célorientáltságot, mert a saját szempontjuk szerint ezek teljesen legitim, a szó legjobb értelmében „nemes” alkotói munkák.

Nem tartozik elemzésem közvetlen tárgyához, de érdemes megemlíteni, hogy (főképp a 2000-es években) készültek olyan, az MMKA támogatásában nem részesülő, ám televíziós (és ilyen értelemben) állami támogatásban részesülő filmek is, amelyek részben szintén ebbe a kategóriába sorolhatók (*Rendőrsztori*, *Ibrinkó*, *Gyanú*). Ezek az alkotások jellemzően már nagyobb (tízmillió forint feletti) költségvetéssel készültek, esztétikájukban leginkább a dialógokra épülő és jobbára belső helyszíneken bonyolódó mikrodrámák voltak.

Nagy költségvetésű tinifilmek

Ugyanebben a 2000-től 2006-ig tartó időszakban trendként figyelhető meg, hogy két-három évente bemutatásra került egy-egy nagy költségvetésű (százötvenmillió forint feletti gyártási költségvetésű) közönségfilm, ami általában a tiniket célozta. Ezek közé tartozik a *Meseautó* (2000), a *Tibor vagyok, de hódítani akarok* (2006), az *Álom.net* (2009), illetve később a *Nejem, nőm, csajom* (2012) – ez utóbbi esetében már sokkal kevésbé volt számottevő a televíziós finanszírozási háttér. A filmcsoport közös jellemzője az angolszász–amerikai mainstream forgatókönyves sztenderdek követése, a tudatos célcsoportkeresés (targetálás), a látványos elemek (sok helyszín, akciódús cselekmény) használata, továbbá a hazai „sztár”-szereplők (ismert színészek, celebkultúra) alkalmazása. Témájukban a szerelem, a szex és a tinédzsereket érintő problémák a meghatározók. Ezzel a csoporttal kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy az ilyen típusú filmek 2012 óta (*Nejem, nőm, csajom*) már nem vagy alig készülnek, tehát ez a trend megszűnni látszik, és nincs arra utaló jel sem, hogy a közeljövőben visszatérne.³²

Magyar coming-of-age filmek

2006-tól egészen 2017-ig bezárólag az egyik jellemző műfaji trend a dramedy és coming-of-age-filmek hulláma. Ide tartozik az *Indigóember*, a *Rövid, de kemény életem*, a *Dobogó kövek* és az *Indián*, 2013-tól pedig a szkeccsfilmek (*Couch Surf*, *Nekem Budapest*, *#Sohavégetnemérős*, *Balaton Method*). A csoportba tartozó filmek jellemzője a profeszionálisabb szakmai kivitelezés (sokszor filmes felsőoktatásból kikerült írók/rendezők/operatőrök/producerek az alkotók), az átgondoltabb operatőri munka és a kimunkáltabb narratíva. Ezek a filmek elbeszélésükben is jobban nyitnak a közönség felé. Témájukban a párkeresés és a felnőtté válás történetek a meghatározók – utóbbi nem véletlen, hiszen rendezőik túlnyomó többsége maga is késő huszon-, kora harmincas éveiben járó fiatal, általában pályakezdő alkotó. A filmek kritikai visszhangja váltakozó, nagyon rossz minősítést egyik sem kap, de nagyon jó kritikákat sem.

32 Talán Szajki Péter 2019-ben bemutatandó filmje, a *Most van most* számít kivételnek.

Műfaji alapú, széles közönségnek szánt független filmek

2009-től fogva egyre markánsabban figyelhető meg a trend, hogy a pályázati rendszerből kiszorult (vagy azzal eleve nem is próbálkozó) alkotók bátran kezdtek kísérletezni a műfajokkal és 2017-ig bezárólag mindenfajta műfajban kipróbálták magukat – olyanokban, amikben soha korábban nem is készült magyar játékfilm. Ennek a trendnek példája a *Brooklyn* (2009), amelynek az alkotói tudatosan törekedtek a nemzetközi szintre való kilépésre: angol nyelven forgattak, jó nevű színészeket szerepeltettek, és a krimi műfajában tállalták a történetet. Ide sorolható a *Logan* (2013) egy helyszínes kamarathrillere, amely a sikeres amerikai kamarathrillerek (*Paranormal Activity*, *Tape*) mintájára készült. Szintén ebbe a kategóriába sorolható a *Drága Elza* (2014), az első olyan háborús műfajú film, mely állami támogatás nélkül készült; illetve a *Cop Mortem* (2016), az első hazai, állami támogatás nélkül készült akciófilm. Szintén egyedi kísérlet a *A pince* (2017), amely az első olyan magyar horrorfilm (leszámítva a fanfilmeket), mely állami támogatás nélkül készült, angol nyelven forgott és amerikai szereplőket szerepeltetett.

Esztétkailag ezek a filmek mind erős műfaji alapokon nyugszanak, az alkotók ismerik és használják a klasszikus elbeszélés ismérveit, az operatóri munkájuk következetes, a rendezés koncepciózus, és a szereplők hitelességével több-kevésbé nincsen probléma. Amin viszont véleményem szerint a leginkább „elcsúsznak” ezek a filmek, az a túl magasra tett minőségi léc, vagyis az, hogy a látványvilágban, cselekményvezetésben magas nivójú nemzetközi filmeket tekintik mintaadónak. Ezekhez az elvárásokhoz azonban egyszerűen nincs meg a megfelelő költségvetésük, így a folyamatos alkotói redukciók rendre rossz kompromisszumokat eredményeznek (rosszabb esetben egy-egy jelenet a neveltségesség határára billen át). További probléma, hogy (interjúk szerint) az alkotók sokszor kétszáz–hatszázres mozinéző-

számokat vizionálnak (viszonyításképpen ezek a *viszkis* és a *Kincsem* sztratoszférás nézőszámai), azonban az eredmény a legjobb esetben is maximum harmincezer néző – azonban az esetek többségében inkább öt–tízezer fő az eredmény. Végül, a külföldi kritikai fogadtatás, illetve fesztiválszempontból ezek az alkotások kevésbé sikeresek, csak ritkán kerülnek be filmfesztiválokra, díjakat pedig csak elvéve kapnak.³³

Érdekességként itt térnek ki a magyar független produkciónak és az amerikai mikro- vagy no budget alkotások műfaji hasonlóságára. Az amerikai mikro budget piacon a leginkább kedvelt műfaj a horror, a dokumentumfilm (főképp azok, amelyek témájukat tekintve minél pontosabban valamely réteggözönséget célozzák meg), a feel-good filmek és a vallási tematikájú alkotások, továbbá a nagyon igényes mikro budget drámák és művészfilmek.³⁴ A magyar szinten több-kevésbé hasonló trendeket találunk: az utóbbi pár évben négy horrorfilm is készült; ezenkívül fontos megemlíteni a mozikban kiemelkedően teljesítő, *Lovasi Jász* című (állami támogatás nélkül készült) dokumentumfilmet (81 ezer néző); több, 2015 után készült, vallási témájú alkotást (*Új esély*, *#Jézus – Apám nevében*); és a sorozatból talán legismertebb, és komoly nézőszámot hozó, mikro budget drámákat, művészfilmeket (*Ernellák Farkaséknál*, *VAN valami furcsa és megmagyarázhatatlan*).

Független finanszírozás Magyarországon – a pénzügyi források

„Kérdés: Az elmúlt évek során több nagyjátékfilmeket is nemzetközi forgalmazásba került. Volt már olyan produkciónak, amely ennek következtében nullszaldós, esetleg nyereségesnek is bizonyult?”

51

33 Csoportosítás kérdése csupán, de lehetne még egy ötödik kategóriát is felállítani azon filmek számára, amelyek művészi igényességgel készültek, a filmkészítők gárdában erős szakmai reputációval rendelkező alkotók vesznek részt, közönség sikereket érnek el és egyúttal komolyabb fesztiváldíjakat is hoznak el – erre talán a legjobb példa 2010 előttről a *Rengeteg* (Flieg auf Benedek, 2003), illetve napjainkból az *Ernellák Farkaséknál* (Hajdu Szabolcs, 2016). Természetesen a *VAN valami furcsa és megmagyarázhatatlan* című film is ilyen lenne az alacsony, hatmillió forint körüli költségvetésével – azonban ez azért nem sorolható jelen tanulmányhoz, mert annak a filmnek a finanszírozása a Filmalapon keresztül valósult meg.

34 What types of low-budget films make the most money? (2016. 08. 01.) <https://stephenfollows.com/low-budget-films-make-the-most-money/> (Utolsó letöltés: 2018. 01. 10.), Horror Is The Best Deal In Hollywood. (2015. 08. 21.)

<https://www.npr.org/sections/money/2015/08/21/433505958/horror-is-the-best-deal-in-hollywood> (Utolsó letöltés: 2017. 11. 16.)

Angelusz Iván: *A helyzet az, hogy a kelet-európai filmgyártásban egy producer ebben nem is gondolkodik, mert tudja, a nyelvi hátrányok és a piac szükségése miatt az elmúlt tíz évben lényegében nem jött létre nyereséges film. Nem onnan kell számolnod a nullszaldót, hogy az egész bekerülési költséget akard viszontlátni, hanem onnan, hogy a kötelezettségeidet, a visszatérítendő támogatásaidat, az esetlegesen berakott saját tőkédet és a különböző ígérvényeidet teljesíteni tudtad-e. A fix és nem visszatérítendő támogatásokat nem tudod viszszaahozni, de egyébként ezt nem is kéri tőled senki, legalábbis Magyarországon nem. Ebben az összefüggésben tehát nem tudok ilyenről beszámolni.*³⁵

A következőkben (a korábban már ismertetett nemzetközi trendek mentén) azt fogom áttekinteni, hogy Magyarországon milyen pénzügyi forrásokból készülnek a független finanszírozású játékfilmek.

Minimumgarancia

A hazai független finanszírozású magyar játékfilmek gyakorlatilag semmilyen tulajdonságukban nem felelnek meg az elővásárlásképes produkció feltételeinek. Ennek egyik legfontosabb oka a nyelvi elszigeteltség (szinte mindegyik vizsgált magyar film magyar nyelven forgott, ami korlátozott piaci elérést jelent – tehát nemzetközi értékesítési potenciálja szinte nem létezik). Akadt azért három film, amely angol nyelven forgott. A *Seychelles Puzzle* (2000), a *Brooklyn* (2009), és *A pince* (2017) – utóbbi többségében angol nyelvű, de néhol magyarul is beszélnek benne (ez a narratíva/konceptió része).

Az utóbbi két filmről olvasva világosan látszik, hogy az alkotók szándéka az volt, azért forgatták angol nyelven

a filmet, hogy majd nemzetközi piacon próbálják értékesíteni. A *Brooklyn* című film esetében a kritikák szerint ez kevésbé sikerült, többek között az angol dialógusok magyar akcentusa miatt. A *pince* esetében az akcentust senki sem emlegette, és a külföldi értékesítés is sikerült (a film DVD-n megjelent az amerikai piacon).

Ha arra vagyunk kíváncsiak, mik lehetnek az előzetes értékesítés elmaradásának összetevői, akkor a következő okokat nevezhetjük meg. Egyfelől a piacképes színészek és a reputációval rendelkező alkotók hiányát. Másfelől az alacsony gyártási költségvetést (egy minimum garanciákkal foglalkozó forgalmazó ügynökség általában csak olyan költségvetésű projektekkel foglalkozik, amelyek elérik a másfélmillió dollárt, ehhez képest a vonatkozó hazai filmek közül a legmagasabb költségvetés 0,8 millió dollár volt (*Meseautó*, *Tibor vagyok*), de ezek külföldön hagyományosan értékesíthetetlen műfajú közönségfilmek. További esztétikai, tartalmi ok lehet, hogy a filmek témái sem voltak kellően nemzetköziesek. Hátrányuk volt a csak lokálisan érthető magyar humor, vagy épp az, hogy a filmek többsége dialógus központú pszichologizáló dráma volt, akciómentes cselekménnyel, illetve látványvilágukban (a városkörnyezet architektúrája, tömegjelenetek hiánya, kis számú helyszínek) is távol álltak a nemzetközi ízléstől.

Mindehhez hozzá kell tenni, hogy az állami támogatással létrejött koprodukciós játékfilmek között is csak kevés példát találunk minimum garanciákra (4. táblázat).

Látható, hogy míg 2005-ben a költségvetés tíz százalékat sikerült fedezni minimum garanciákkal, 2017-re ez az arány három százalék körülire csökkent (miközben a

<i>Taxidermia</i> (Pálfi György) 2005	10 millió Ft (magyar mozis jogokra, Mokép) 20 millió Ft (nemzetközi pre-sale, NHK sale) 11 millió Ft (Ausztria pre-sale, NHK) 12 millió Ft (Franciaország pre-sale, NHK)	Teljes költségvetés: 500 millió forint
<i>Anyám és más futóbolondok a családból</i> (Fekete Ibolya) 2015	2 millió Ft (a magyar mozis jogokra, Vertigo Media)	Teljes költségvetés: 480 millió forint
<i>Jupiter holdja</i> (Mundruczó Kornél) 2017	25 millió Ft (nemzetközi mozis jogokra, Match Factory Sales)	Teljes költségvetés: 1,4 milliárd forint

4. táblázat

35 Klacsán Csaba: A producer az nagyon sokféle állatfaj. Interjú Angelusz Iván filmproducerrel. *Filmkultúra Online* (2010. október) www.filmkultura.hu/archiv/arcok/nyomtatobarat.php?cikk_azon=786 (Utolsó letöltés: 2017. 12. 07.)

fenti táblázatban levő filmek sokszereplős nemzetközi koprodukciók, melyekben a partnerszágok televíziói, állami alapjai is vállaltak társfinanszírozást). Becslésem szerint egy hazai, független finanszírozású játékfilm esetében a hazai piacon a minimumgarancia esélye öt százalék körüli, a nemzetközi piacon pedig reálisan egy százalék körüli lehet.

Ide kapcsolódik a magyar játékfilmek külföldi értékesítésének kérdése. Sajnos a hazai alkotások túlnyomó többsége (ha egyáltalán eljut külföldi piacra³⁶) alacsony, általában néhány ezres nézőszámot ér el (ebből a finanszírozókhoz kerülő nettó bevétel maximum néhány millió forint lehet). Vannak természetesen ritka kivételek: a *Saul fia* vagy a *Sorstalanság* (ezek külföldön is százezer néző felett teljesítettek, ahogy a *Testről és lélekről* is közel jár fedezeti pontjának eléréséhez 2019 elején), de kockázati szempontból ezek alapján általánosságban elmondható, hogy semmilyen trend és minimum garancia piac nem alakulhatott ki.

Tőkebefektetés

Amíg az 1990-es években Kabay Barna (*Hyppolit, Me-seautó*) és Sas Tamás filmjei (*Kalózkodó, Apám beajul-na*) nagyságrendileg ötven-százmillió forintos pénzügyi hozzájárulásokat tudtak megmozgatni, de még a 2000-es években a Filmpartners gyártásában készült *Üvegtigris*-filmek vagy Herendi Gábor filmjei (*Valami Amerika, Magyar vándor*) esetében is százmillió nagyságrendeket tudtak behozni a producerek, a 2008-as válság óta nagyon visszaesett a tőkebefektetés. Hozzá kell tenni: ezek korábban sem tisztán készpénzt (*hard cash*), hanem sok helyen „puha-pénzt” (*soft money*) jelentettek termékelhelyezéssel, barter megállapodásokkal (pl.: Audi, Boci Csoki, OTP Bank). A 2011-es filmtörvény-módosítással (és a Filmalapnak a támogatott alkotások akár teljes gyártási költségét fedező támogatási attitűdjével) még élesebben szétvált a tőkebefektetésű független filmek és az állami támogatású filmek finanszírozása.

Ha ezek után tehát a független finanszírozású játékfilmek tőkebefektetési statisztikáit megvizsgáljuk, akkor látható, hogy 2000 és 2005 között szinte száz százalékban

magántőkével, nagyrészt készpénzzel finanszírozva, nulla és hárommillió forint közötti gyártási költségvetések voltak a jellemzők. 2006-tól kezdve (*Tibor vagyok, de hódítani akarok*) nagyságrendileg hetvenszázalékos volt a privát tőke aránya az összetételekben. 2012-től kezdve, az alternatív források megerősödésével (így például a közösségi finanszírozás megjelenésével) pedig stabilan negyven-ötven százalék körüli a magántőke aránya. Azaz a 2000-es évekre jellemző, száz százalék készpénz típusú konstrukcióktól szépen lassan haladtak a finanszírozási variációk az ötven százalék készpénz + ötven százalék egyéb forrás összetételű, alacsony költségvetésű filmek felé.

Eszközszolgáltatás

A magyar független finanszírozási piacon nagyjából a filmek felére jellemző az eszközszolgáltatási barter szerepeltetése. Ahogy ezt már láttuk, a 2000-es évek első felének produkciói képileg nem voltak különösebben igényesek, tehát kevésbé igényelték a hatalmas lámpaparkokat vagy a nagy felbontású/korszerű kamerákat. Emiatt ebben az időszakban kevésbé volt jellemző (talán tíz-húsz százalékra volt tehető) az ilyen típusú finanszírozási hozzájárulás. 2009-től kezdve (*Brooklyn, Intim fejlövés, Diamond Club*) az alkotók próbáltak egyre igényesebb képi világot teremteni, és meg is nőtt az igény bartermegállapodásokra. 2012-től kezdve (*Nejem, nőm, csajom; Couch Surf*) pedig szinte mindennapossá vált, hogy a rental cégek (VisionTeam, Sparks) ilyen módon hozzájárulnak a független filmek elkészítéséhez. Továbbá egy másik trend is ugyanekkor kezdett megjelenni, ugyanis az utómunkával foglalkozó cégek szintén ekkor kezdtek befektetni (emberi erőforrásokat és infrastrukturális háttérrel, vágószobát, fényelő stúdiót biztosítva) független filmek elkészítésébe. Ez a trend a mai napig is tart.

Banki finanszírozás

A banki hitelezés a független szintéren minimális (egy-két százalék körül lehet). Ahogy arról korábban már szó volt: ha nincsenek előszerződéses, befejezési garanciák,

36 A magyar filmeket vásárló országok jellemzően Románia, Ausztria, Észtország, Németország, Franciaország és Törökország, és ezen belül a helyi forgalmazók is gyakran ugyanazok (pl. Észtország: PayCom Multimedia, Lengyelország: AuroraFilms, Románia: Interfilm).

akkor (a bank szempontjából) semmilyen garancia nincs arra, hogy a produktum határidőre (és költségvetésen belül) el fog készülni, tehát az sem biztos, hogy a forgalmazónak történő átadás után ki lesznek egyenlítve a minimumgarancia-szerződések – tehát a bank visszafizetés nélkül maradhat. (A másik, szintén említett akadály, hogy minimumgaranciát általában csak egymillió dollár feletti költségvetésű produkció tud lekötni – azonban erre Magyarországon nem nagyon van példa.)

A magyar filmgyártási szektorban a banki szerepvállalás a filmtörvény 2004-es bevezetésével kezdődött, hiszen akkor indult be igazán a magyarországi szervizmunka, akkor kezdett a filmparba a külföldi nagytőke beáramlani, ami azóta külön iparággá nőtte ki magát. Mivel a filmtörvény értelmében a szervizprodukciók jogosultak a közvetett támogatásra, a magyar bankok (vagy akár a tőkealapok is, mint a Concorde) meglátták ebben az üzleti lehetőséget és a közvetett támogatásokat elkezdtek előre meghitelezni, előfinanszírozni – ezzel segítve a produkció cashflow-ját. Másfelől, néhány bank (pl.: Magnetbank) elkezdte a nettó támogatások általános forgalmi adótartalmát hitelezéssel előfinanszírozni.

Halasztott fizetés

A független finanszírozású filmek hozzávetőleg kilencven százalékában sor került valamilyen volumenű halasztott fizetésre (*deferral*). Ez tulajdonképpen magától (és az álla-

mi támogatás hiányából) értetődő. A módszer leginkább a rövidfilmes műfajt érinti (ahol a vezető alkotók rendező/operatőr/producerek) gyakran lemondanak részben/egészében a fizetésükről, azonban az egészítés filmes szintéren is sokszor előfordul.³⁷ Példa erre még az *Act/Or* (Janka Berentz és Mészáros Kitty), illetve a *Fekete leves* (Novák Erik). Ez utóbbi azért is érdekes produkció, mert a moziforgalmazást követően az alkotók állítólag szándékosan torrentoldalakra is feltöltötték a filmet, ahol néhány hét alatt negyvenhétezer letöltést értek el.³⁸ Ezeneken felül lehetne még említeni a tizenötmillió forintos költségvetést el nem érő filmek többségét is (pl.: *Brooklyn*, *Diamond Club*, *Login*, *Indián*, *Coch Surf*, *Aura*, *Új esély*, *Lámpagyújtogatók*, *Ernellék Farkaséknál*, *Férfikor*, *A pince*, *Szeretföld*, *Tékasztorik*, *Vakfolt*, *Legjobb úton*). Ezekről mind erősen feltételezhető, hogy az alkotók/stábtagnak (véltetően) nagyobb hányada kevesebb bérért vagy akár bérmentesen dolgozott. Összefoglalva: a legtöbb hazai független film valamilyen szinten (vagy a szereplők, vagy a főbb stábtagnak) tervezett fizetését halasztott fizetésbe teszi és ezért cserébe (véltetően) részesedést szereznek a vagyoni jogokon. Ez a tendencia egybevág az amerikai trendekkel is.

Közösségi finanszírozás

Erre a modellre néhány példa van a hazai szintéren (5. táblázat).

<i>Balaton Method</i> (Szimler Bálint) 2015, zenés film	kampánycél: 10 ezer euró eredmény: 10 057 euró támogatók száma: 114 fő	https://www.indiegogo.com/projects/balaton-method#/ M: 2017.12.10.
<i>Tékasztorik</i> (Martin Csaba) 2017, vígjáték, romkom	kampánycél: 10 ezer euró eredmény: 3 800 euró támogatók száma: 203 fő	https://www.indiegogo.com/projects/tekasztorik-a-film#/ M: 2018.02.04.
<i>A pince</i> (Illés László) 2017, horror	kampánycél: 25 ezer USD eredmény: 7 ezer USD támogatók száma: 41 fő	www.indiegogo.com/projects/the-basement-movie-creepy-independent-horror-film#/ M: 2018.02.04.

5. táblázat

37 Erre talán az egyik legjobb példa az *Intim fejlövés* (Szajki Péter). A részben halasztott fizetésű finanszírozási módszerről így nyilatkozott a film producere, Angelusz Iván: „*Ez egy kísérlet, hogy tudunk-e olyan filmet csinálni, ami nem kerül többé, mint amit hoz. Később több filmet szeretnénk ebből a modelltől csinálni, hogy ha nincs nagy film, akkor is tudjunk dolgozni.*” Tóth Ágnes Veronika: Férfiak szerepvarban. *Revizor* (2009. 02. 06.) www.revizoronline.com/hu/cikk/1190/szajki-peter-intim-fejloves-40-magyar-filmszemle/ (Utolsó letöltés: 2018. 01. 08.)

38 Roboz Gábor: Nagy az öröm, dübörög a magyar filmpar, már csak pár százezer néző kéne. *Prizma* (2015. 02. 24.) prizmafolyoirat.com/2015/02/24/nagy-az-orom (Utolsó letöltés: 2018. 01. 08.)

A közösségi finanszírozás idehaza még nem annyira ismert és bevett metódus (szemben Nyugat-Európával, de főképp az Egyesült Államokkal). A kampányszervezés nagy energiabefektetést kíván, aminek keretében meg kell tervezni/finanszírozni a kampányt (brief, videostatement, esetleges vizuális anyagok/teaser stb.). Másfelől (ami talán még nehezebb) tudatos és erős kampányt kell felépíteni, vagyis meg kell találni egy jól körülírható célcsoportot, felmérni az igényeiket (és megbecsülni a fizetési hajlandóságuk küszöbét), folyamatosan bombázni kell őket információkkal, és meggyőzni őket, hogy miért támogassák ezt a produkciót. Az idáig egyetlen sikeresen teljesült kampányból (*Balaton Method*) nehéz lenne önmagában következtetéseket levonni. Azonban korábban, az általános részben tárgyalt közösségi finanszírozási leírásból és a trendekből a következő látszik: annak a projektnek van nagyobb esélye a közösségi támogatásra, ami már korábban (vagyis a kampány előtt is) rendelkezett erős célközönsséggel. Ez az esetek többségében valamilyen rajongói kört (*fan base*) jelent. Ilyen szempontból világosan látszik, hogy a *Tékasztorik*nak és *A pincének* nem volt ilyen, kellően nagy rajongói bázisa.³⁹ A Pálfi György rendező által tervezett low budget nagyjátékfilm (*ForEver*) utómunkájára negyvenezer dollár kampánycél jelöltek meg az alkotók, azonban ebből csak ezeröttszáz dollár jött össze.⁴⁰ Véleményem szerint a magyar piacon nagyságrendileg három–ötmillió forint az ilyen forrásból nyerhető összeg maximuma – de azt is kizárólag csak úgy, ha egy már meglévő, jól körülírható rajongói csoportot céloz meg egy erősen kidolgozott kampány.

Termékelhelyezés/szponzoráció

Becslésem szerint a hazai, független finanszírozású játékfilmek hozzávetőleg tíz százalékában szerepelhet

termékelhelyezés. A filmek alkotóinak, producereinek általában se kapacitása, se kapcsolatrendszere nincs ahhoz, hogy egy termékgazdálkodó vele ilyen üzletet kössön. Továbbá, mivel a szponzor is vélelmezi az alacsony (vagy inkább: nem létező) nézőszámot, ezért egy ilyen szerződés nem minősülne a termék számára reklámnak. A nagyobb brandeket képviselő ügynökségek sokéves kapcsolatban vannak több filmgyártóval (pl.: Filmpartners, Filmservice, Skyfilm, Filmteam), azonban ezek a gyártó cégek csak az esetek kis százalékában foglalkoznak független produkciókkal. 2000 és 2008 között még jellemző volt a nagyköltségvetésű, állami támogatásban is részesülő filmekben a termékelhelyezés (*Kútfejek, Üvegtrigris, S.O.S Szerelem*), azonban 2008 után (amikor a marketinges iparral együtt a magyar reklámügynökségi költségek is erősen visszaestek) egyre kevesebb pénz került erre a területre, egyre inkább váltak kockázatkerülővé az ügynökségek.⁴¹

Az elmúlt bő tizenöt év független termését áttekintve tehát csak kevés olyan független produkciót találtam, melyben termékelhelyezés történt. Ezek a következők: *Meseautó* (2000), *Tibor vagyok* (2006), *Álom.net* (2009), *Nejem, nőm, csajom* (2012), *#Sohavégetnemérős* (2017). Mivel pedig 2012 után teljesen eltűntek a független finanszírozással készült játékfilmek közül a nagyköltségvetésű közönségfilmek, a mozikban és a televíziókban egyre inkább visszaesett a magyar filmek aránya, a brandek managerei már semmilyen célcsoporttelérési felületet nem láttak ezen filmekben, így ezek a források egyre inkább csökkentek.

Fesztiválfinanszírozás

Egyetlen olyan magyar filmről tudunk, aminek a finanszírozási szerkezetében fesztivál által biztosított tőke szere-

39 Anyagi szempontú következtetés: az *Argo 2* alkotói 2011-ben nekifutottak egy közösségi kampánynak, de végül feladták – belátták, hogy pusztán ebből a forrásból (és a magyar piacon levő támogatókból) alig néhány millió forintot lehet összeszedni. Jön az év leginkább várt magyar filmje: az *Argo 2*. (2015. 01. 13.) www.elomagazin.com/2015/01/jon-az-ev-leginkabb-vart-magyar-filmje-az-argo-2 (Utolsó letöltés: 2018. 02. 10.)

40 www.indiegogo.com/projects/for-ever-2-#/ (Utolsó letöltés: 2018. 02. 10.)

41 „...a film mint szponzorációs felület, nagyon rizikósnak számít. Egy brand számára sokkal biztonságosabb reklámfilmet készíttetni, hiszen annak minden mozzanatát felügyelni tudja. A nagy márkák erősen függenek az anyacégeiktől, akik általában semmi helyi rizikót nem szeretnének bevállalni. Legutóbb is, a Valami Amerika 3-nál kb. tíz megkeresett cégből egy bólintott rá a szponzori ajánlatomra” – mondta Herendi Gábor, filmrendező, producer. Siposs Zoltán: „A magyar piacon a megtérülés egyáltalán nem létezik.” *Forbes* (2017. 12. 17.) <https://forbes.hu/uzlet/a-magyar-piacon-a-megterules-egyaltalan-nem-letezik-herendi-gabor-nagyinterju/> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 10.)

pelt: Pálfi György korábban már említett *Szabadesés* című 2014-es alkotása, amelyhez egy dél-koreai fesztivál száz-ezer dollár gyártási támogatást folyósított. A *Szabadesés*-nek partnere volt még az Origo Filmgroup, továbbá a gyártó cég (KMH Film) járult még hozzá önerővel, és a produkció élt a közvetett támogatással is. Annak, hogy a fesztiváltámogatás lényegében nincs jelen a magyar színtéren, egyik legfőbb oka, hogy eleve kevés olyan fesztivál létezik a világon, mely ilyen módon támogat filmgyártást. Ráadásul a rendelkezésre álló támogatási összeg is stagnál, miközben a pályázók száma folyamatosan emelkedik, tehát a verseny folyamatosan erősödik.

Televíziós finanszírozás

„Azt játsszuk, hogy producerek vagyunk. Eladás után a két közszolgálati televízió 1,5 millió Ft-ot és 0,8 millió Ft-ot fizet” – Muhi András, producer⁴²

Tanulmányomban a televíziós finanszírozási forrásokat egyfajta elővásárlási felületnek tekintem, tehát olyan biztos forrásként veszem, ami a gyártási költségvetés részét képezi tőke vagy tőkeigérvény formájában, egyfajta minimál garanciaként. (Ezek a források tehát nem azonosak egy film televíziós platformról származó sugárzási jogdíjával, mivel azokkal nem tud előre kalkulálni egy produkció, mivel csak az értékesítés megkezdésekor tudja kialakulni őket.) Mindennek a figyelembevételével négy olyan független finanszírozású magyar játékfilmet találhatunk, melyeknek a finanszírozási szerkezetében televízió által biztosított tőke szerepelt. Ezek a következők: *Meseautó* (2000), *Tibor vagyok, de hódítani akarok* (2006), *Álom.net* (2009), *Nejem, nőm, csajom* (2012). Nem véletlen, hogy ezek a filmek (egy kivétellel) ugyan-

azok, amelyekről a termékelhelyezés kapcsán is szó volt. Azaz (már a tervezési fázisban) sokkal nagyobb nézőközönségre számíthattak, attraktívabbak voltak, mint a társaik.

Nem tartozik szorosan a jelen kutatáshoz, azonban távolabbi trendként megfigyelhető, hogy a 2000 és 2008 közötti időszakban több olyan, részben televíziós finanszírozású játékfilm készült, amiben volt ugyan állami támogatás (minisztérium, NKA stb.), de nem volt benne MMKA (mint leginkább tőkeerős támogató) finanszírozás. Tíz ilyen filmet találtam, köztük volt a *Rendőrsztori* (2000), a *Sacra Corona* (2001), a *Gyertyák csonkig égnék* (2005), a *Casting minden* (2006) és az *Eszter hagyatéka* (2008). Ez a trend feltételezhetően a kereskedelmi televíziók szerepének átrendeződésére vezethető vissza. A kereskedelmi televíziók 1990-es évekbeli műsorstruktúrájának szerves része volt a magyar játékfilmes tartalom (tévéjáték, sorozat, magyar filmek stb.). Azonban, amilyen ütemben változott a kereskedelmi televíziózás és változtak a nézői szokások (preferenciák eltolódása: vetélkedőműsorok, külföldi licencek, szappanoperák, reality-k felfutása), úgy szorult ki a magyar film a televízióból. Ezt támasztja alá az alábbi táblázat (6. táblázat).

A 2000-es években a Filmszemléken megjelenő magyar játékfilmek finanszírozási háttérében a kereskedelmi televíziók arányának csökkenése is ezt a trendet támasztja alá. Míg 2000-ben a TV2 hat, az RTL Klub finanszírozói részesedése négy százalék volt, 2006-ban a TV2 két, az RTL Klub két és fél százalékkal részesedett. 2009-re tovább folytatódott a visszaesés. Ebben az évben a TV2 részesedése másfél százalék volt, az RTL Klubé pedig elenyésző, 0,1 százalék. Megállapíthatjuk, hogy 2008-ig még valamelyest szerepet vállalt a közte-

A magyar televíziók hozzájárulása a magyar játékfilmek költségvetéséhez	2001	2005	2010
RTL Klub	25 millió Ft	42 millió Ft	25 millió Ft
TV2	366 millió Ft	129 millió Ft	92 millió Ft
Duna TV	26 millió Ft	9 millió Ft	-
Összesített	417 millió Ft	180 millió Ft	117 millió Ft

6. táblázat (forrás: Magyar Filmszemle katalógusok)

42 Lóránth Zoltán: *Producerek. Tv-fan Bt*, 2005. p. 170.

levízió és néhány kereskedelmi csatorna (TV2, RTL Klub) a magyar játékfilmek finanszírozásában (a Duna TV például a *Taxidermiához* négy millió forinttal járult hozzá). A világválság, a magyar filmek hazai közönségének visszaesése, majd a filmtörvény 2011-es módosítása (a Filmalap és a Magyar Média Mecenatúra kettősére épülő új szerkezet) teljesen új helyzetet teremtett. 2012 óta a magyar televíziók magyar játékfilmekkel már inkább csak vásárlás szinten foglalkoznak, és akkor is kizárólag a nagy közönségérdeklődésre számot tartó műfajfilmeket (ezek szinte kizárólag állami támogatású játékfilmek) vásárolják meg. A független produkciónak jelenleg teljesen kiszorultak a televíziós finanszírozásból, az utóbbi néhány évben egyetlen film sem részesült ilyen hozzájárulásban.

VOD

Annak ellenére, hogy a VOD-szolgáltatók az elmúlt években már egyre több lokális (azaz országonként helyi) tartalmat is gyártanak és finanszíroznak (Európában például Németországban, Dániában), magyar filmet tudomásom szerint eddig még nem (társ)finanszíroztak. Ez tulajdonképpen érthető: egy világpiacon igényeket kiszolgáló cég (mint mondjuk a Netflix) számára a magyar független produkciónak sem tartalmilag, sem esztétikai sajátosságaikban, és persze a nyelvi korlátok okán sem felelnek meg. Másfelől, az európai piacot, de ott is inkább a láthatóságot és nem a finanszírozási támogatást tekintve, a VOD-platform kitörési pont lehet magyar presztízsfilmek számára (Enyedi Ildikó *Testről és lélekről* című, 2017-es filmje volt az úttörő ezen a téren).

Adóvisszatérítés

A független finanszírozású magyar játékfilmek hozzávetőleg fele vette igénybe a filmtörvényben szereplő közvetett támogatást. Ez elsőre kevésnek tűnik, hiszen az adóvisszatérítés lehetősége minden magyar produkció előtt nyitva áll. Csakhogy a támogatás igénybevételéhez szükséges adminisztrációs és pénzügyi feladatokat teljesíteni inkább csak egy minimális költségvetés (nagyjából négy millió Ft) felett éri meg. Mindazonáltal 2008 óta egyre több (mostanra hetven százalék közeli) azon produkciók száma, amelyek ilyen forrásokat bevontak a finanszírozásukba.

Koprodukciós finanszírozás

Ez a finanszírozási mód nem tartozna szorosan tanulmányom tárgyához, mivel a koprodukciókban részt vevő filmgyártó cégek az anyagi hozzájárulásokat (szinte mindig) a saját államuktól (általában támogatásként) eredeztetik – ilyen értelemben tehát ezek a filmgyártó cégek is közpénzeket használnak fel. Ettől függetlenül elképzelhető olyan nemzetközi játékfilm koprodukció, amiben a felek egyike sem használ fel közpénzt. Egyetlen ilyen példát találhatunk is, ez a *Viktória – A zürichi expressz* (Men Lareida, 2014) című film, amelyet teljes egészében svájci tőkéből finanszíroztak, de többségében magyar stábbal és magyar szereplőkkel forgattak – ilyen értelemben minősíthetjük tehát független finanszírozású magyar játékfilmnek.

Ahhoz, hogy megértsük, miért csak egyetlen koprodukciós független finanszírozású film készült, először az európai koprodukciók általános jellegét, azok mozgatórugóit kell megértenünk. A nemzetközi koprodukciók felállítása költséges (marketing anyagok készítése, utazások, előszerződések, opciók, minimum garancia stb.), egy bizonyos összeghatárú költségvetés alatt ezért anyagilag nem éri meg ezekkel foglalkozni. Egy független filmes producernek nincs erre fordítható tőkéje (mivel elképzelhető, hogy több hónapos tárgyalások/költségek után derül csak ki, hogy a produkciót mégsem tudja társfinanszírozni a partnerország filmalapja). Továbbá, egy független finanszírozásban érdekelt alkotó (rendező/producer) feltételezhetően nem szeretne egy másik ország jogszabályainak, ízlésének megfelelni: ha már anyagi függetlenségben tud filmet készíteni, akkor érthető módon igyekszik a maximális művészi autonómiát is fenntartani magának. Mindezekből következik egy harmadik magyarázat is: a koprodukciók általában erősen kockázatkerülőek. Mivel több ország elvárása szerint nagyobb pénzeket mozgatnak, nagyobb közönségnek kell megfelelniük (ami könnyen eredményez izetlen, steril, a szakirodalomban europudingnak nevezett filmet). A mikro és a no budget szcénában tehát feltehetően ezen okok miatt nem alakulhatott ki a nemzetközi koprodukciós gyártás.

A megtérülési mutatók elemzése

A magyar filmek költségvetésének piaci megtérülése, pontosabban az, hogy a hazai produkciók ezen a kicsi és nyelvilag izolált piacon nem hozhatják vissza a gyártásukra fordított összegeket, régóta axiómája, vitakérdése a szakmai és a kritikai diskurzusnak.⁴³ Ahhoz, hogy a következőkben a független finanszírozású magyar játékfilmek pénzügyi elemzéséből következtetéseket tudjunk levonni a megtérülési esélyeiket illetően, először érdemes tágabb kontextusban megvizsgálni az átlagos (vagyis állami forrásokból gyártott) magyar játékfilmek ráfordítási adatait és bevételi összegeinek nagyságrendjét. A következőkben tehát elsőként az állam (vagyis legnagyobb részben a Filmalap) által finanszírozott játékfilmek trendjeit fogom megvizsgálni egy átlagos költségvetésű fiktív film példáján keresztül. Mivel vélelmezhető, hogy az állami támogatású magyar játékfilmekre ritkán jellemző, hogy visszatermelnék a bekerülési költségüket, ezért a bevételi oldalon igyekszem minél „optimistábban” számolni.

Költségvetés tekintetében számoljunk 330 millió forinttal (a hazai szabályozásban ez meríti ki az alacsony költségvetés definícióját).⁴⁴ A bevételi oldalon a következő lehetséges forrásokkal fogok számolni: mozi, home entertainment (DVD/Bluray), PayTv-, FreeTv-, VOD-platformok.

Moziforgalmazásból származó bevételek

2011 és 2017 vége között a Filmalap ötvenkét filmet részesített gyártási támogatásban. Ezen filmeket összesen 2,8 millióan nézték meg a hazai mozikban. Az átlag tehát filmenként 54 ezer néző.⁴⁵ Ez alapján a mozis bevételt a következőképp kalkulálhatjuk (ismét csak a nagyságrendeket becsülve). A mozijegy átlagárát ezerhatszáz forinttal számolva (bruttó összeg) az átlagos pénztári bruttó jegybevétel nyolcvanhétmillió forint. Ebből az ÁFÁ-t levonva hozzávetőleg hetvenmillió forint marad. Ennek felét veszi le a mozi a saját kiadásai és haszna fedezetére, és a maradékból vonható le a forgalmazó kiadása/haszna (amit az összeg negyven százalékára tehetünk). Így marad huszonegymillió forint. Ez tehát ebben a fiktív esetben a belföldi mozis platformból származó nettó bevétel a finanszírozói oldalon.

DVD- és Bluray-platform

Egy moziban nagy sikert aratott magyar film átlagos DVD/Bluray eladási számát nehéz megbecsülni, de végünk most példának húszezer eladott példányt, darabonként ezernyolcszáz forintos bruttó áron. A kiadó bevétele ebben az esetben harminchatmillió forint. Ebből az ÁFÁ-t és a kiadó költségét és hasznát (negyven százalékra téve mindezt) levonva a jogtulajdonoshoz nagyságrendileg huszonnégy millió forint kerül.

43 A megtérülés problémái kapcsán talán elég egy hosszú, de sok szempontot összefoglaló idézetet hozni: „Kérdés: Volt olyan, hogy bármelyik ön által készített film visszahozta az árát?

Herendi Gábor filmrendező: Nem. De a magyar piacon a megtérülés egyáltalán nem létezik. Az első két Valami Amerika akkor hozta volna vissza az árát, ha átlagosan 1,2-1,4 millió ember látta volna. A filmkészítés drága műfaj, a mozijegyek pedig relatíve még mindig olcsók, ráadásul a jegybevételek jelentős része a moziknál marad. A Kincsemet is számos országban megvették, de az egy-egy országjogból befolyó pénz viszonylag csekélynek mondható. Azokat a filmeket, amelyeket a magyar közönség körében blockbustereknek lehet tekinteni, külföldön is multiplexekben kellene vetíteni, de oda általában a feliratos, sőt az USA-ban a szinkronos filmek szinte egyáltalán nem férnek be. Leginkább tévécsatornák vehetik meg ezeket az alkotásokat, viszont azzal sem lehet jelentős bevételre szert tenni. A DVD-kiadás az első filmnél üzletileg sikeres volt, ma már ez sem megy. Régen nem volt még szélessávú internet, nem lehetett torrentezni, ma, ahogy kikerül a film a mozikban, felteszik a YouTube-ra vagy kalóz oldalakra.” Siposs Zoltán: „A magyar piacon a megtérülés egyáltalán nem létezik.” Herendi Gábor nagyinterjú. *Forbes* (2017. december 27.) <https://forbes.hu/uzlet/a-magyar-piacon-a-megterules-egyaltalan-nem-letezik-herendi-gabor-nagyinterju/> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 10.)

44 Magyar Nemzeti Filmalap: 2018-as tájékoztató az „alacsony költségvetésű filmalkotás” kategóriájáról. (2018. 01. 08.)

<http://mnf.hu/hu/hirek/2018-as-tajekoztato-az-alacsony-koltsegvetesu-filmalkotas-kategoriajarol> (Utolsó letöltés: 2018. 04. 09.)

45 A Filmalap által támogatott filmek nézőszámai. <http://mnf.hu/hu/hirek/a-filmalap-által-tamogatott-filmek-nezoszamai> (Utolsó letöltés: 2018. 04. 09.)

TV-platform (PayTv, kereskedelmi Tv-k, FreeTv)

Erre a platformra még az eddigieknél is nehezebb átlagot számolni (sok magyar filmet egyetlen tévé sem vesz meg, másokat meg szinte mindegyik megvásárolja). Számoljunk nagyon optimistán az összes tévés felületre negyvenmillió forintot, a belföldi VOD-piacról származó bevételek pedig vegyünk tízmillió forintot. A teljes belföldi forgalmazási bevétel tehát (mozi, DVD/Bluray, tv VOD) kilencvenhárom millió forint.

Ezek után tekintsük át a lehetséges (fiktív átlagként számolható) külföldi forgalmazási bevételeket.

Külföldi moziforgalmazásból származó bevétel

Itt is egy újabb átlaggal kell kezdenünk. 2000 és 2017 között összesen ötven magyar (és magyar koprodukciós) film jelent meg a külföldi moziforgalmazásban. Ezek átlagos nézőszáma negyvenezer volt.⁴⁶ A mozijegy bruttó árát itt is ezerhatszáz forintnak véve, és a bruttó bevételből levonva a mozi hasznát/kiadását (ötven százalék), majd ebből levonva a forgalmazó kiadásait/hasznát (ötven százalék) nettó ötmillió forint marad a jogtulajdonosi oldalon.

Külföldi tv- (PayTv, kábel stb.), külföldi DVD-, külföldi VOD-platform

Ezen platformokról, optimista becsléssel számolva húszmillió forint bevétel számazhat. Összesen tehát a külföldi bevételi platformokról huszonötmillió forintos bevétellel számolhatunk.

A belföldi platformokról származó bevételek (kilencvenhárom millió forint) és a külföldi platformokról származó bevételek (huszonötmillió forint) összege 118 millió forint – ez kerül a finanszírozói nettó bevételi oldalra. Mindezek alapján számolhatunk egy megtérülési mutatót is (ROI, return of investment: befektetésarányos megtérülés). Ebben az esetben (bevétel-kiadás)/kiadás = $(118 \text{ M} - 330 \text{ M}) / 330 \text{ M} = \text{mínusz } 64 \text{ százalék}$. Ez tehát

egy optimista becsléssel számított megtérülési mutató egy fiktív magyar állami támogatású alacsony költségvetésű játékfilm esetében.

Természetesen ahhoz, hogy realisabb/pontosabb képet kapjunk, érdemes volna tovább menni és kalkulációkat végezni az összes, Filmalap által támogatott film esetét megvizsgálva, és egyenként kiszámolni azok befektetésarányos megtérülését. Mivel azonban nem ez képezi jelen tanulmány fókuszát (továbbá a bevételi adatok sem ismertek), így most inkább csak annak látom értelmét, hogy megbecsüljem, a Filmalap által támogatott filmek közül melyik járhatott legközelebb egy pénzügyileg pozitív befektetésarányos megtérüléshez. A sor élén természetesen a *Saul fia* áll, mely a kiemelkedő díjait és sikereit követő, széles körű nemzetközi értékesítésével szinte biztosan visszahozta a bekerülési költségeit. Egy rövid, felületes vizsgálat után, véleményem szerint további két film közelíthette meg a nem veszteséges mezőt. Az egyik a *Megdönteni Hajnal Timeát*, a másik pedig a *Liza, a rókatündér*. A *Megdönteni Hajnal Timeát* esetében a Filmalap finanszírozási hozzájárulása kétszázharminchárommillió forint volt (a vígjáték 105 ezer nézőt vonzott a hazai mozikban, megjelent DVD-n és fizetős tévécsatornán is). A *Liza, a rókatündér* esetében a Filmalap 220 millió forintos támogatást nyújtott (a filmet 130 ezren nézték meg idehaza és tízezeren külföldön, DVD-n is kiadták és szintén megjelent fizetős tévécsatorna kínálatában). Mégis, még a legoptimistább becsléssel számítva sem lehettek ezen két film nettó bevételei sokkal magasabbak százötven millió forintnál, pénzügyileg tehát ezek is veszteségesek volt finanszírozói oldalon.

Ezen logika mentén tovább haladva, ha megnézzük a nagyköltségvetésű (ötszázmillió forint támogatás feletti) és egyben komoly közönségsikereket (*Kincsem* – 450 ezer magyar mozinéző, *Valami Amerika 3.* – 335 ezer magyar mozinéző, *A viszkis* – 330 ezer magyar mozinéző), akkor matematikailag belátható, hogy a rájuk fordított támogatási összegek (kiadási oldal) nagyságának emelésével a bevételi-kiadási olló csak növekszik, ami a ROI-tényező csökkentését vonja maga után.

⁴⁶ Az átlagok számítása itt különösen problematikus, hiszen a külföldre értékesített magyar játékfilmek átlagát összesen négy, kiemelkedően sikeres magyar film „húzza fel”. A *Napfény íze* (7,6 millió dollár), a *Sorsalanság* (2,5 millió dollár), a *Saul fia* (1,8 millió dollár) és a *Kontroll* (1 millió dollár). De az esetek 98%-ában jellemzően ezer és tízezer néző között mozog a magyar játékfilmek külföldi mozis nézőszáma. Az adatok forrása: <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=sunshine.htm> European Audiovisual Observatory, Lumiere Database.

Ebből viszont matematikailag az is következik, hogy minél alacsonyabb a kiadási oldal, annál valószínűbb a pozitív ROI. Ezt az általános következtetést elfogadva a következőkben a független finanszírozású magyar játékfilmek megtérülési mutatóit kívánom megvizsgálni.

A független finanszírozású magyar játékfilmek megtérülési mutatói

Elsőként nézzünk egy tágabb kontextusú összesítő átlagot (összes ilyen típusú film kiadásainak és bevételeinek aránya az elmúlt tizenhét évből). A vonatkozó összes film együttes költségvetése 2,4 milliárd forint, bruttó bevételeük együttes összege pedig 1,3 milliárd forint. A filmek értékesítéséből származó bruttó bevételi adatok éves hullámzását a következő grafikon mutatja be (8. ábra).

A korábbiakban már részletesen szó volt arról, hogy a független finanszírozásban készült magyar játékfilmek a legtöbbször legfeljebb a mozis bemutatóig jutnak el, és más, bevételt jelentő platformon elvétve jelennek csak meg. A moziforgalmazás tekintetében azonban feltételezhető, hogy sokszor kevesebb a mozis és forgalmazói kiadás/haszon, tehát több pénz kerül a jogtulajdonosokhoz. Erre az arányra nehéz átfogó becslést mondani, de nagy általánosságban megint csak számoljunk nagyon optimistán és vegyünk egységesen ötven százalékos levonást. Ebben az esetben az 1,3 milliárd forint felét vehetjük, ami hatszázötvenmillió forint. Ez tehát az összes, finanszírozói oldalra került nettó bevétel. A befektetésarányos megtérülést nézve mindez a következő ROI-mutatót jelenti: $(\text{bevétel-kiadás})/\text{kiadás} = (0,65 \text{ M} - 2,4 \text{ M})/2,4 \text{ M} = \text{mínusz}$

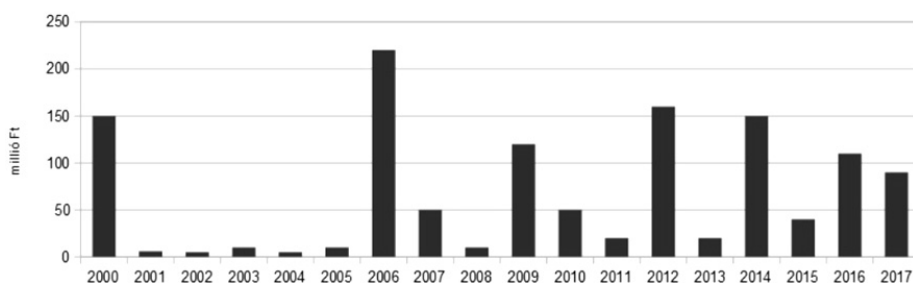
73%. Látható, hogy ebben a szektorban szintén nagyon valószínű, hogy a befektetett kiadások teljesen elvesznek.

A független filmeket a Filmapal által támogatott filmek ROI-mutatójával összehasonlítva (mínusz hetvenhárom százalék és mínusz hatvannégy százalék) a becslésből az látható, hogy a Filmapalos filmek átlagban tíz százalékkal jobb eséllyel térülnek meg, mint a függetlenek.

Ezek után következzen a vizsgált független finanszírozású magyar játékfilmek konkrét befektetésarányos megtérülési vizsgálata. Ehhez első körben gyártási költségvetés alapján három csoportba rendeztem ezeket a filmeket. Az elsőbe a százmillió forint feletti gyártási költségvetésű filmek (hét ilyen volt), a másodikba a tíz- és százmillió forint közötti (tíz ilyen filmet találtam), végül a harmadikba a tízmillió forint alatti gyártási költségvetésű filmek tartoznak (tizenhat ilyen filmet találtam). A csoportosításban nem szerepel az összes film: azokat a produkciónkat, amelyeknek semmilyen platformon nem volt bevétele vagy ötezernél alacsonyabb mozis nézőszámot értek el, nem vizsgáltam, mert ezekről azonnal belátható, hogy bármekkora is volt a költségvetésük, érdemi bevétel híján nem tudták ellenpontosítani a kiadásaikat. Mindezek alapján a három csoportot megvizsgálva a következőket találjuk (természetesen továbbra is becslésekkel kalkulálva).

Az első csoportba tartozó, komolyabb (100 millió forint feletti) költségvetéssel dolgozó filmek közül egyik sem hozta vissza a befektetett összegeket. Ezek nagyságrendi befektetésarányos megtérülési mutatója mínusz kilencven százalék volt. A második csoportba tartozó filmeket érdemes egyenként is áttekinteni.

Értékesítési platformokból származó kumulatív összbevételek



8. ábra

Bakkerman (2007): kiadása 15 millió Ft, bevétele 1–12 millió Ft.
A föld szeretője (2011): kiadása 98 millió Ft, bevétele 1–10 millió Ft.
Nejem, nőm, csajom (2012): kiadása 75 millió Ft, bevétele 5–50 millió Ft.
Tűskevár (2012): kiadása 80 millió Ft, bevétele 1–10 Ft.
Sherlock Holmes nevében (2014): kiadása 20 millió Ft, bevétele 1–10 millió Ft.
Új esély (2015): kiadása 30 millió Ft, bevétele 0–5 millió Ft.
Balaton Method (2015): kiadása 40 millió Ft, bevétele 1–8 millió Ft.
Cop Mortem (2015): kiadása 90 millió Ft, bevétele 0–3 millió Ft.
#Sohavégetnemérés (2015): kiadása 90 millió Ft, bevétele 1–20 millió Ft.
Vakfolt (2017): kiadása 16 millió Ft, bevétele 0–1 millió Ft.

Itt is nagy valószínűséggel kijelenthető, hogy ezeknek a filmeknek mindegyike pénzügyileg veszteséges volt. Nagyságrendileg a befektetésarányos megtérülési mutatójuk mínusz hetven százalék volt. Végül tekintsük át a harmadik csoportba tartozó alkotásokat (amelyeknek legalább egy platformról volt érdemleges bevétele). Ezeknek a kiadási és finanszírozóhoz került (becsült) nettó bevételei a következők lehetettek:

Nomen Est Omen (2003): kiadása 70 ezer Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Szűzijáték (2006): kiadása 150 ezer Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Indigóember (2006): kiadása 200 ezer Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Rövid, de kemény életem (2008): kiadása 100 ezer Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Brooklyn (2009): kiadása 10 millió Ft, bevétele 0–8 millió Ft.
Intim fejlövés (2009): kiadása 7 millió Ft, bevétele 0–6 millió Ft.
Dobogó kövek (2009): kiadása 10 millió Ft, bevétele 0–3 millió Ft.
Diamond Club (2011): kiadása 10 millió Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Indián (2013): kiadása 7 millió Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Aura (2013): kiadása 10 millió Ft, bevétele 0–2 millió Ft.

Couch Surf (2013): kiadása 8 millió Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
Fekete leves (2013): kiadása 2 millió Ft, bevétele 0–1 millió Ft.
Ernellák Farkaséknál (2015): kiadása 3 millió Ft, bevétele 0–3 millió Ft.
Férfikor (2017): kiadása 10 millió Ft, bevétele 0–2 millió Ft.
A pince (2012): kiadása 5 millió Ft, bevétele 1–10 millió Ft.
Tékasztorik (2017): kiadása 9 millió Ft, bevétele 1–5 millió Ft.

Majdnem biztosan kijelenthető, hogy a tízmillió forintnál alacsonyabb gyártási költségvetésű filmek valamivel több mint fele (kilenc a tizenhatból) veszteséges volt. Ezen veszteséges filmek becsült befektetésarányos megtérülési mutatója mínusz nyolcvan százalék. Érdemes azonban megvizsgálni azokat a filmeket, melyeknek a kiadási-bevételi oldalai között a legkisebb olló volt, vagyis a legközelebb jártak a pozitív ROI-hoz. Ezek a következők (valószínűségi sorrendben súlyozva a becsült összegeket):

1. *A pince* (itt a leginkább valószínű a pozitív befektetésarányos megtérülési mutató)
2. *Nomen Est Omen*
3. *Szűzijáték*
4. *Rövid, de kemény életem*
5. *Ernellák Farkaséknál*
6. *Indigóember*
7. *Fekete leves*

Becslésem szerint ennek a hét filmnek az átlagolt befektetésarányos megtérülési mutatója öt-tíz százalék körül mozog. Következtetesként tehát levonható, hogy ha egy maximum tízmillió forint költségvetésű, független finanszírozású magyar játékfilm veszteséges lesz (aminek hozzávetőleg ötven százalék az esélye), akkor nagyon valószínű, hogy szinte a teljes ráfordított összeget elveszíti.

Ha viszont nyereséges lesz (aminek szintén ötven százalék az esélye), akkor a legjobb esetben is maximum tízszázalékos pénzügyi nyereséget tud elkönyvelni. Fontos hangsúlyozni, hogy ezen filmeket szinte minden esetben nagymértékben halasztott fizetésekkel, baráti segítségekkel és erős soft money összetétellel készítik az alkotók, így „valódi” költségvetésük gyakorlatilag nem létezik – tehát ilyen szempontból gyakorlatilag értelmezhetetlen anyagi megtérülésről beszélni.

Konklúzió

Eszttikájukat tekintve a vizsgált filmek a barátokkal történő amatőrfilmhez indultak, és az általam vizsgált tizenhét év alatt (2000 és 2017 között) eljutottak a tudatos, nézőközpontú (kidolgozott forgatókönyvvel és rendezői/operatőri koncepcióval rendelkező) professzionális játékfilmek felé. Műfaji tekintetben az uralkodó trend a dramedy és a felnővéstörténet (coming-of-age), azonban az utóbbi évek palettája nagyon kiszínesedett, megjelent a háborús film, a sci-fi, a musical és a horror is. Költségvetési oldalról a 2000-es évek trendjére az alacsony, egy–három milliárd Ft költségvetésű produkciók voltak jellemzők, míg 2008-tól fogva a költségvetések is elkezdtek nőni, és nem volt ritka a nyolcvan–százmillió forintos gyártási költségvetés sem. A források tekintetében a nagyköltségvetésű (százötvenmillió forint feletti) független finanszírozású közönségfilmek (*Meseautó*, *Tibor vagyok*) 2006-ra elvesztették televíziós tőkeforrásukat, azonban ettől még az alkotóknak néhány évente sikerült százmillió forint körüli költségvetést megalapozni (*Viktória*, *Szabadesés*, *#Sohavégetnemérős*, *Cop Mortem*), melynek nagyobb hányadát szinte mindig a belföldi tőke tette ki. Marketing- és gazdasági szempontból a 2000-es évek elején készült filmek szinte semmilyen pénzügyi tudatosságot, előzetes tervezést vagy marketingkonceptiót nem mutattak (kivéve természetesen a néhány nagyköltségvetésű közönségfilmet). 2006-tól fogva a filmek producerei elkezdtek nagyobb hangsúlyt fektetni a filmek marketingjére és angol nyelvű forgatásokkal próbálkoztak, DVD- és egyéb platformos értékesítési csatornákat kerestek. 2012-től fogva, az új filmtámogatási rendszer indirekten erős irányváltást eredményezett ezekre a filmekre nézve. A függetlenek száma nőtt, a pályázati rendszer profiljába nem illeszkedő filmek sokszor itt találták meg a helyüket, és a filmek általában vett minősége (narratív kidolgozottság, hitelesség, színészi játék, operatőri munka) egyre javult. Az általánosan rossz kritikai visszhangot felváltotta az erős közepes (vagy néha jó) minősítés. A forrásfelhasználás tekintetében a producerek bátrabban kezdtek kísérletezi az alternatív forrásokkal (közösségi finanszírozás előretörése, deferralba tett stábtagnak, fesztiválfinanszírozás), és költségvetésileg az elmúlt években növekedésnek indultak ezek a produkciók. Sok producernek pénzügyi ambíciói voltak (százézer feletti

hazai mozi nézőszám, külföldi értékesítés), de ezen tervek egyike sem sikerült. Szigorúan véve, pénzügyi szempontból a ráfordított költségeket egyetlen film sem tudta kitermelni – vagy ha igen, akkor is maximum néhány millió forintos nagyságrendben tudott profitot elkönyvelni. Az okok között mikrogazdasági szinten a televíziós finanszírozás kivonulását, az állami filmtámogatási rendszer átalakulását, és a magyar fizetőképes (és magyar filmekre általában nyitott) nézőközönség csökkenését lehet felfedezni. Másfelől természetesen a lehangsúlyosabb ok a kis méretű belföldi piac, a közönség limitált száma és a forgalmazásra/marketingre fordítható pénzek szükségessége. Forgalmazási szakértők szerint egy állami támogatású magyar művészfilm átlagosan tíz- és harmincezer fős mozinézőszámot szokott elérni.

Ehhez képest a függetlenek ezer–ötezer fős átlagot tudtak produkálni (ami szinkronban van a magyar játékfilmek és a függetlenek piaci arányával is). Makrogazdasági szinten leginkább a filmfogyasztási szokások átalakulása volt megfigyelhető. Általánosságban a mozi-járás csökkenése, a VOD-platformok rakétasebességű előretörése, az illegális letöltés, és az egyre növekvő mozgóképes kínálat óriási versenytársa a magyar függetlenek közönségének. Ennek a trendnek a blockbusterek sem kedvez (ami a hazai multiplex moziműsorok szignifikáns részét képezi), mivel ezen produkciók ingerküszöbe, akcióvezéreltsége, látványvilága nagyon elszoktatja a hazai közönséget a más jellegű filmekről. A blockbusterek célcsoportja (12–25 éves korosztály) ráadásul közel hasonló a független finanszírozású magyar játékfilmek által megcélzott közönséghez (18–30 éves korosztály).

Legfontosabb állításként megállapítható, hogy a magyar piac szükségessége a legfőbb gátja a jövedelmezőségnek, vagyis ez szab leginkább határt annak, hogy a nagytőkének (vagy bármilyen üzleti alapon működő vállalkozásnak) érdeke legyen a magyar filmekbe befektetni. Ezt támasztják alá azok az elindult (de abbamaradt) produkciók, melyek magyar játékfilmre százmillió forint feletti költségvetést próbáltak bevonni, de nem jártak sikerrel. Ilyen volt az *Argo 2* (Árpa Attila, 2014), melynek esetében a rendező állami támogatás hiányában kezdett neki a közösségi finanszírozású kampánynak, de olyan alacsonyok voltak a bevételek, hogy végül abbahagyták.⁴⁷ Egy másik példa lehet a *Gambler* (Hajdu Szabolcs). Egyes

47 „A film készen van és baszott jó lett.” (2014. 10. 17.) smokingbarrels.blog.hu/2014/10/17/_a_film_keszen_van_es_baszott_

források szerint a produkcóra 2011-ben elköltöttek háromszázezer dollárt, de finanszírozási nehézségek miatt abba kellett hagyni a forgatást. A további kiadások (hözvetőleg négyszázötvenezer dollár) fedezésére az alkotók idáig nem tudtak finanszírozást találni.⁴⁸ Végül említhető még a *Küsz 2* (Galán Géza): a horrorvígjáték 2013-ban forgatókönyv- és trailerfázisban volt, pályázat útján állami támogatást nem kapott, így önerőből próbálkoztak az alkotók a finanszírozás előteremtésével – idáig azonban sikertelenül.⁴⁹

A kutatás alapján levonható következtetések szerint a független finanszírozású magyar játékfilmek létrehozásának, piaci alapú fenntartásának két fő alternatívája vázolható fel. Az első a hazai közönséghez szóló filmkészítés, mely nagyon kis anyagi befektetéssel jár, és mérsékelt magas kockázatú a megtérülése.⁵⁰ A második a külföldi piacra irányuló filmkészítés, ami jóval magasabb tőkeigénnyel rendelkezik – de ennek megfelelően jobb esetleges megtérüléssel is kecsegtethet. Nézzük meg ezt a két lehetőséget részletesebben.

A kutatás adatai világosan megmutatják, hogy (fajlagosan) azon filmek legkevésbé veszteségesek (vagy akár enyhén nyereségesek), melyek műfaja művészfilm, azon belül is a drámai és vígjátéki elemeket keverik, elbeszélés-módjukat tekintve a nagyközönség nyelvét beszélik.

A pénzügyi megtérülés esélye érdekében mindenképp tízmillió forint alatti költségvetésű kell legyen a film, és így talán tízszázalékos haszon realizálható. Tovább növeli a megtérülési esélyeket, ha a film rendezője szakmájában

elismert, korábban már bizonyított alkotó, és a film valamilyen szempontból összhangban van az aktuális kor-szellemmel (*Ernellék Farkaséknál*, *VAN valami furcsa és megmagyarázhatatlan* – utóbbi ugyan nem független finanszírozású film, viszont olyan tízmillió forint alatti költségvetésű produkció, mely a ráfordított tőkét elvileg visszatermelhette, és még talán néhány milliós hasznot is produkálhatott).

Ha tovább megyünk és megpróbálunk csupán a fenti pozitív példákra valamilyen hosszú távú üzleti modellt alkotni, akkor hamar eljutunk oda, hogy ez szinte lehetetlen. A befektetett munka és annak kompenzációja a legritkább esetben történik meg maradéktalanul. Vagyis: ezen produkciók stábjának nagy része halasztott fizetésért dolgozik a filmekben (a munkavégzés után közvetlenül nem kap fizetést a teljesített szolgáltatása után), és ez a trend érvényes a függetlenek nagy többségére is.

Ráadásul ezen no budget és mikro budget filmek olyan hatalmas mennyiségű gyártási/szervezési munkát igényelnek (értsd: az azokkal számított költségvetés húsz–ötven millió forint közötti összegre rúgna), hogy emiatt ilyen szíveségekre hosszú távú modelleket, véleményem szerint, nem lehet építeni. Továbbá, a magyar piacon nincsen igény évente több ilyen jellegű filmre, tehát nézőközönség hiányában erre sem lehet hosszú távon alapozni.⁵¹

A független finanszírozásban készült magyar játékfilmek közül a kevés angol nyelven forgott alkotás idáig még nem ért el áttörést külföldi értékesítési szempontból, de üzletileg semmilyen jel nem mutat arra, hogy ezt a jövő-

jo_lett_argo_2_sajtotajekoztato (Utolsó letöltés: 2017. 12. 10.)

48 Bujdosó Bori: Hajdu Szabolcs kiöli a romantikát Vegasból. (2011. 01. 29.) <http://www.origo.hu/filmklub/blog/riport/forgatas/20110128-hajdu-szabolcs-las-vegasban-forgo-a-jatekos-cimu-filmjerol-torok.html> (Utolsó letöltés: 2017. 12. 10.)

49 Bujdosó Bori: Nem a mi pénzünkben álmodnak. (2013. 07. 25.) <http://www.origo.hu/filmklub/blog/osszeallitas/20130723-film-alapos-tamogatas-nelkul-keszulo-magyar-filmek-the-gambler-van-valami-furcsa-es.html> (Utolsó letöltés: 2017. 12. 10.)

50 „A helyzet meg mindig borús, pláne amíg rászorulunk a magyar filmes közpénzre, de ebből most már lassan ki kellene szoknunk. És ez persze senkinek sem könnyű. Szerencsés vagyok, mert oda bármikor visszatérhetek, ahonnan érkeztem, és 10 évvel bölcsebben mindenképpen jobb filmre vagyok esélyes. Imádója vagyok a no-budget 10 milliós moziknak, őszinte örömet és szabadságot lelem benne.” – nyilatkozta még 2011-ben Dyga Zsombor filmrendező, producer. Csoma Emőke: „Hamarosan újra érezhetem, hogy élek”. *Filmtett* (2011. 09. 13.) <http://www.filmtett.ro/cikk/2889/interju-dyga-zsombor-filmrendezovel> (Utolsó letöltés: 2017. 12. 10.)

51 Mécs Mónika producer így vélekedett egy 2013-ban készült interjújában: „Én egyre skeptikusabb vagyok a magánfinanszírozás ügyében. Néhányszor sikerült megvalósítani az elképzeléseinket ily módon, de Európában nem lehet állami, illetve filmalapos pénzek nélküli filmeket készíteni. Vagy pedig nagyon low-budgetben lehet, de nagyjából, több száz milliós filmeket nem.” Kozma Kriszta: A producerkedéshez rengeteg női tulajdonság kell. <http://magyar.film.hu/filmhu/hir/mecs-monika-a-producerkedeshez-rengeteg-noi-tulajdonsag-kell> (Utolsó letöltés: 2018. 02. 01.)

ben sem lehet megvalósítani. Ezen produkciók legfőbb jellegzetessége, hogy a film eredeti nyelve többségében angol, témáját tekintve univerzális (kevésbé a lokális magyar sajátosságokra épül), műfaját tekintve pedig családi film (esetleg gyerekfilm), thriller vagy horror. Utóbbi azért is jó választás, mert a horror műfaj (pontosabban a költségkímélő slasher alműfaj) a nemzetközi piacokon továbbra is stabilan értékesíthető (a többi műfajhoz viszonyítva). Véleményem szerint financiálisan – mivel ezen filmek nemzetközi piacra készülnek – jóval magasabb költségvetést is megengedhetnének maguknak, nagyságrendileg harminc–hatvan millió forint közötti összegeket, de pontosabb becslésre (előzetes piackutatás hiányában) nem vállalkoznék. Forgalmazási szempontból ennek a kategóriának az esetében a külföldi moziforgalmazás szinte biztosan kizárható (hiszen ott csak a nagyköltségvetésű, magyar részvételű koprodukciók kaphatnak teret); a legoptimálisabb tehát a VOD-felület lenne. Ezen produkciók nemzetközi értékesítési potenciálját növelné, ha az alkotóknak sikerülne olyan nemzetközi színészeket bevonni, akiknek a nevére legalább egy kisebb összegű elővásárlást tudna garantálni egy nemzetközi forgalmazó ügynökség.⁵²

A fiatal magyar alkotók már évek óta kísérleteznek az ilyen jellegű produkciókkal. Példa erre a *Gingerclown* (Hatvani Balázs, 2013, ifjúsági, horror), amelynél az alkotóknak sikerült nemzetközi színészeket szerezni a produkcióhoz (Lance Henriksen, Tim Curry), és annak ellenére, hogy nem sikerült hazai vagy nemzetközi platformon mozis forgalmazást kapniuk, azt elérték, hogy egy amerikai forgalmazó megvásárolja a filmjük DVD-forgalmazásának jogait. Ami azért nagy jelentőségű, mert ez volt az első olyan piaci alapúnak pozícionált (tehát nem művészfilmes) műfaji jellegű hazai független produkció, ami külföldi DVD-forgalmazásba tudott kerülni. Egy másik példa a *The man who was Thursday* (Juszt Balázs, 2016, thriller), mely egy magyar rendező által jegyzett, többségében magyar stábbal forgatott műfaji

film. A költségvetése kétmillió dollár volt, melynek forrásait kizárólagosan külföldi tőkebefektetésből teremtették elő. A filmet dél-koreai mozis forgalmazásra tudták eladni – így ez lett az első olyan műfaji jellegű magyar független produkció, mely külföldi mozis forgalmazást kapott. Végül említhető még az *Excavation* (Illés László, 2019, horror) című film is, mely tanulmányom készítése idején még előkészítés alatt levő produkció volt. Anyit tudni lehet róla, hogy a horror műfajú filmet angol nyelven forgatják, kizárólag magántőke játszik szerepet a finanszírozásában, és nemzetközi forgalmazásra (elsősorban VOD-ra) szánják. A produkció érdekessége, hogy a rendező-producernak sikerült elővásárlásban eladni a VOD-jogokat az Egyesült Államok területére – ezt idáig egyetlen hazai független produkció sem tudta elérni, tehát ez a lépés történelmi jelentőségű.

Ákos Schneider Hungarian Independent Feature Films and Hungarian Film Industry

The article presents a financial and market analysis of those independently financed Hungarian feature films between 2000 and 2017, which did not receive any state subsidy. In this context, the essay is looking for answers to the following questions: What were the financial sources of these films? What kind of aesthetic and financial trends did these films represent? What kind of financial result did they achieve? What are the reasons behind these results? What kind of effects did the Hungarian state subsidy system and the macroeconomic environment have on these films? As a conclusion, can Hungarian independently financed feature films be considered as investments and what are the chances of return-on-investment?

52 Ennek háttéréről Gareth Jones egyesült királyságbeli producer úgy vélekedik, hogy az olyan színészeket érdemes behívni a produkcióba, akiket a nemzetközi filmipar már kevésbé foglalkoztat, de még mindig jól cseng a nevük. Az indok egyszerű, ezek a színészek továbbra is szeretnének filmezni, de a kevés lehetőség csökkentette a gázsijukat. Viszont a sales agentek számára a nevük hozhat MG-eket a külföldi piacokról – főleg a tv-s piacok vásárlóitól, akik az idősebb közönségre optimalizálták magukat az elmúlt három évben. Inside the Filmmakers Studio: Independent Film Finance. <https://www.youtube.com/watch?v=FerBwgPTL6U> (Utolsó letöltés: 2018. 03. 10.)

Filmográfia

Független finanszírozásban készült magyar játékfilmek 2000–2017

2000	Dyga Zsombor: <i>Gyilkosok</i>	gyártó: MAFSZ, Miésabarátaink Produkció
	Dyga Zsombor: <i>Öcsögök</i>	gyártó: Miésabarátaink Produkció
	Kabay Barna: <i>Meseautó</i>	gyártó: Mese Art, RTL Klub
	Fehér Péter: <i>Seychelles Puzzle</i>	gyártó: Digital Media Production
2001	Csáki László, Bánóczy Tibor: <i>Az ifjúság megnyugtat</i>	gyártó: Duna Műhely
	Sulyok Kálmán: <i>A kisbéri mecenás</i>	gyártó: Oritel Produkció
2002	Lóránt Demeter: <i>BOP</i>	gyártó: Irfilmmédia
	Ács Miklós: <i>1Gbyte film</i>	gyártó: Acsfilm
2003	Bernáth Zsolt: <i>Einstein Mega Shotgun</i>	gyártó: Cruel World Team
	Hatvani Balázs: <i>Indiai cseresznye</i>	gyártó: Miracle Joke Pictures
	Szalay Kristóf: <i>Nomen Est Omen</i>	gyártó: Szalayfilm
	Trömböczky Péter: <i>Nyers világ</i>	gyártó: Új-Reneszánsz Produkció
	Lengyel Andor: <i>Kistestvér</i>	gyártó: Schilling–Moharos
2004	Szekeres Csaba: <i>Kinder garden</i>	gyártó: Dunatáj Alapítvány
	Szirtes András: <i>Dear Daughter</i>	gyártó: Komplementer Kaméleon
2005	Kasvinszki Attila: <i>Káosz</i>	gyártó: Stúdió 42/B
	Sereglei András: <i>Drága barátaim</i>	gyártó: Salgótarjáni Mozgóképek Egyesület
	Dömötör Tamás: <i>Premier</i>	gyártó: Dropout Film kft.
	Szentgyörgy Rozi – Bolla Bertold: <i>Szajhák és igricek</i>	gyártó: Kuckó Művészanya Kulturális Egyesület
2006	Ács Miklós: <i>Shocking</i>	gyártó: Acs Film
	Nyíri Kovács István: <i>Szűzjáték</i>	gyártó: Kult/Verz Kör
	Fonyó Gergely: <i>Tibor vagyok, de hódítani akarok</i>	gyártó: Megafilm Kft.
2007	Martin Csaba: <i>Az indigóember</i>	gyártó: Drastique Pictures
	Szőke András: <i>Bakkerman</i>	gyártó: Vattatyúk Kht.
2008	Gerencsér Tomi: <i>Holnap történt – a nagy bulvárfilm</i>	gyártó: Producers kft.
	Szirtes András: <i>Juliette</i>	gyártó: Komplementer Kaméleon Kft.
	Nyíri Kovács István: <i>Rövid, de kemény... életem</i>	gyártó: Aréna Mozgóképek műhely
2009	N. Forgács Gábor: <i>Álom.net</i>	gyártó: HCC Média Group Kft.
	Martin Csaba: <i>Brooklyn</i>	gyártó: Dotkom Média Bt.
	Szajki Péter: <i>Intim fejlődés</i>	gyártó: Katapult Film
2010	Martin Csaba: <i>Dobogó kövek</i>	gyártó: Drastique Pictures
	Pozsgai Zsolt: <i>A föld szeretője</i>	gyártó: Horatio Film
	Pozsgai Zsolt: <i>Mindszenty – Szeretlek, Faust</i>	gyártó: Horatio Kft.

2011	Vécsei Márton: <i>Diamond Club</i>	gyártó: Pipacs Film kft.
	Trömböczky Péter: <i>Zookids – mentjük meg az állatkertert!</i>	(Megjegyzés: 2007-ben forgatták a filmet, azonban csak 2011-ben készült el.)
2012	Szajki Péter: <i>Nejem, nőm, csajom</i>	gyártó: M&M Film, Filmpartners Kft.
	Balogh György: <i>Tüskevár</i>	gyártó: Fény Film kft.
	<i>Magyarország 2011</i> (szkeccsfilm, több rendezővel)	gyártó: TT Filmműhely
2013	Barnóczky Ákos: <i>Login</i>	gyártó: Digital Movie Production
	P. Szabó István: <i>Indián</i>	gyártó: Placebo Stars
	Elekes Gergő – Gallai József: <i>Interjú</i>	gyártó: Elekes Pictures
	<i>Nekem Budapest</i> (szkeccsfilm, több rendezővel)	gyártó: Proton Cinema, AZT-Media
	N. Forgács Gábor: <i>Pillangók</i>	gyártó: HCC Média Group Kft.
2014	Elekes Gergő – Gallai József: <i>Bodom</i>	gyártó: Elekes Pictures
	Bernáth Zsolt: <i>Aura</i>	gyártó: SherlockFilm
	Dyga Zsombor: <i>Couch Surf</i>	gyártó: Filmteam Kft.
	Bernáth Zsolt: <i>Sherlock Holmes nevében</i>	gyártó: 3D-Film Kft
	Füle Zoltán: <i>Drága Elza!</i>	gyártó: Art Deco Film Kft.
	Novák Erik: <i>Fekete leves</i>	gyártó: Krez Film Kft.
	Puszt Tibor: <i>Bedobozolt kacatok egy Magyar litánia</i>	gyártó: Magyar Képek Egyesület
	Pálfi György: <i>Szabadesés</i>	gyártó: KMH Film – JIFF Project – Jeonju Digital Project
	Men Lareida: <i>Viktória – A zürichi expressz</i>	gyártó: Hesse Greutert Film AG
2015	Czeily Tibor: <i>Új esély</i>	gyártó: Pasaréti Filmstudio Támogatók: Pappas Auto, Saxoo London.
	Igor Buharov – Ivan Buharov: <i>Itt élő lelkek nagy része</i>	gyártó: Filmpartners, Focus Fox
	Szimler Bálint: <i>Balaton Method</i>	gyártó: Boddah
	dr. Százados Miklós: <i>Lámpagnújtogatók</i>	gyártó: Mikedude Film Kft.
	Kécza András: <i>Magánterület</i>	gyártó: nincs adat
2016	Kovalik József: <i>Coş Mortem</i>	gyártó: MacLeod Film
	László Zsolt: <i>A játékkészítő</i>	gyártó: Parlux Entertainment
	Roczó-Nagy Zoltán: <i>#Jézus – Apám nevében</i>	gyártó: Hunicom Stúdió
	Tiszeker Dániel: <i>#Sohavégetnemérős</i>	gyártó: Szinfolt Film
	Hajdu Szabolcs: <i>Ernellék Farkaséknál</i>	gyártó: FocusFox, Filmworks
2017	Pólik József: <i>Életem legrosszabb napja</i>	gyártó: Lamm Motion Pictures
	Policzer Péter: <i>Férfikor</i>	gyártó: Katapult Film
	Illés László: <i>A pince</i>	gyártó: Intergalactic Productions
	Buvári Tamás: <i>Szeretföld</i>	gyártó: SzeretFilm
	Martin Csaba – Czupi Kála: <i>Tékasztorik</i>	gyártó: Drastique Pictures
	Slemmer Ádám: <i>Vakfolt</i>	gyártó: Amego Film
	Turi Bálint: <i>Legjobb úton</i>	gyártó: Filmreaktor
	Lichter Péter: <i>Fagyott május</i>	gyártó: Boddah

[metropolis]

Felhívás cikkekre

Call for papers

Tervezett összeállítások:

Subjects to be Treated:

100 ÉVES A KOREAI FILM:
RENDEZŐPORTRÉK

CENTENARY OF KOREAN CINEMA:
DIRECTORS' PORTRAITS

A MAGYAR FILM TÁRSADALOMTÖRTÉNETE 2.

SOCIAL HISTORY OF HUNGARIAN CINEMA 2.

KORTÁRS KÍSÉRLETI FILM

CONTEMPORARY EXPERIMENTAL CINEMA

ARCHÍV FELVÉTELEK, FILMARCHÍV(UM)OK

ARCHIVE FOOTAGES AND FILM ARCHIVES

A Metropolis a fenti témák bármelyikében vár cikkeket, tanulmányokat. Jelentkezni 2000-3000 karakteres absztrakttal és 2 korábbi, tanulmányjellegű szöveg beküldésével lehet.

Az érdeklődőket kérjük, hogy a szűkebb tematika és a határidők egyeztetéséhez keressék a szerkesztőséget:

Metropolis is expecting studies in any of the above subjects. Please contact the editors concerning details and deadlines:

Address: 1082 Budapest, Horváth Mihály tér 16.
HUNGARY

Tel.: +36-20-483-2523 (Helén Jordán),
e-mail: metropolis@metropolis.org.hu

Levélcím: 1082 Budapest, Horváth Mihály tér 16.
Tel.: +36-20-483-2523 (Jordán Helén),
e-mail: metropolis@metropolis.org.hu