



AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Aalborg Universitet

Globális szereplők Európában: HBO

Hansen, Kim Toft; Keszeg, Anna ; Sándor, Kálai

Published in:
Korunk

Publication date:
2021

Document Version
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):
Hansen, K. T., Keszeg, A., & Sándor, K. (2021). Globális szereplők Európában: HBO. *Korunk*, 10, 28-33.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

XIK

KORUNK

FÓRUM • KULTÚRA • TUDOMÁNY



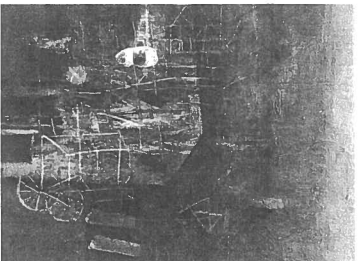
JAN BAETENS
BALOGH DÓRA
STEFANO BASCHIERA
CHRISTOS
DERMENTZOPOULOS
CAIUS DOBRESCU
ROXANA EICHEL
FELHÁZI ÁGNES
LAMPROS FLITOURIS
KATARINA
GREGERSDOTTER
KÁLAI SÁNDOR
KESZEG ANNA
NATACHA LEVET
ÁLVARO LUNA
JACQUES MIGOZZI
THOMAS MORSCH
FEDERICO PAGELLO
ROBERTA PIREDDU
MARKUS SCHLEICH
KIM TOFT HANSEN

10

UTAZÓ BŰNÜGYEK

III. FOLYAM
2021.
OKTÓBER

KIM TOFT HANSEN – KESZEG ANNA – KÁLAI SÁNDOR GLOBÁLIS SZEREPLŐK EURÓPÁBAN: HBO



■ Ez az írás az HBO Europe európai területek számára készült helyi produkcióit értékeli. Az HBO Europe összes produkciójának teljes listája és a vezető munkatársakkal készített interjúk alapján azt állítjuk, hogy az HBO képes volt átültetni az amerikai márkát és gyártási modellt Európába, és sikeresen lokalizálta a tartalmakat a helyi közönség számára, miközben együtlenül a helyi formátumadaptációk, a helyi transznacionális közönséget is kiszolgál. Különösen a helyi formátumadaptációk, a helyi tehetséglejlesztés és a széleskörűen reprezentált bűnügyi műfaj révén az HBO Europe képes volt európai márkanevet építeni, valamint lehetővé tette arra, hogy a „minőségi” márkát eljuttassa Európa-szerte a helyi közönségeknek. Ennek eredménye a helyi gyártási modellek meghonosítása és a lokális európai televíziós produkciók transznacionális elérhetősége.

Az HBO Europe története

■ Az HBO 1991-ben Magyarországon indította el első európai prémium kábeltelvíziós szolgáltatását. A kilencvenes évek végén és a 2000-es évek elején a cég lassan terjeszkedni kezdett a kelet-európai területeken. A nyugat-európai HBO-produkciókat mai napig a Comcast tulajdonában lévő, határokon átnyúló Sky szolgáltatja, míg az HBO 2012-ben önálló streaming-szolgáltatásként elindította az HBO Nordicot. A médiarendszerek különbözőségei miatt a streaming-szolgáltatások elterjedése elterő ütemben fejlődött az egyes területeken, míg mára az HBO eu-

rópai tevékenységei az HBO Europe emnyője alá kerültek, beleértve az HBO Nordcot és az HBO Espanát is. Az HBO 2020-ban indította el az új VoD-szolgáltatást, az HBO Maxot, amelynek lokális változatai várhatóan 2021-ben indulnak el Európa-szerte.

Bár az HBO közel 30 éve van jelen Európában, helyi eredeti produkciók gyártására a földrészen csak 2007 után került sor. A Magyarországon készült *Született Izszer* (*Born Loser*, 2007–2008) című produkció a helyi gyártási tevékenység próbája volt két évadnyi eredeti fikciós történettel. E cikk írásakor az HBO alig több mint egy évtized alatt további 39 évadnyi tévédrámát gyártott az európai területek számára. Ebben a folyamatban az első változást az jeleni, amikor a helyi produkciók kísérleti időszakát felváltja a formátumok adaptációja, vagyis a már kipróbált franchise-ok bevezetése, illetve a helyi tehetségek kinevelése az HBO-produkciókhoz. A második fázison pedig elválaszja az adaptációs időszakot a következőtől, amikor is az HBO egyre inkább eredeti tartalmak gyártásába kezdett. Ezen tartalmak elsősorban a krimi műfajába tartoznak, amely a leginkább keresett műfajnak számít. Ebben az időszakban az HBO helyi krimiformátumokat adaptál kelet-európai területekre, nyilvánvalóan abból kiindulva, hogy a krimi műfaja a legalkalmasabb az adaptációra. Ezzel egyidejűleg azonban folyamatos elmozdulást látunk az eredeti művek irányába, amelyek már nem létező formátumokból inspirálódnak. A krimi iránti érdeklődés az utolsó és egyben jelenlegi időszakban is folytatódik, ekkor az HBO Europe helyi produkciói egyre inkább más területek műsorszolgáltatásával és produkciós cégeivel közösen készülnek, ide tartozik egy német koprodukció, illetve a Sky és az HBO számára fejlesztett drámák.

A bűnügyi műfaj adaptációja és adopciónja

■ A *Született Izszer* utáni első időszakot elsősorban két izraeli sorozat, egy romantikus (*Társas ítétek*) és egy pszichológiai dráma (*Terápia*) több évadon keresztül illi adaptációja és a tehetségek fejlesztése jellemzi. A formátumadaptációk a második szakaszban is folytatódnak, de itt már a krimi műfaja iránti érdeklődést látjuk. Amikor a *Nordic Noir* nemzetközi figyelmet kapott, az HBO Europe is észak felé tekintett, és három skandináv sorozatot adaptált különböző lokalizált magyar lennyel, cseh és román változatban. Ez egyben a pszichológiai drámától és a romantikus vígjátéktól a krimi műfaj felé való elmozdulást is jelzi, amely az HBO Europe produkcióit tekintve szinte teljesen uralja a második fázist.

Steve Matthews, az HBO Europe alelnöke és drámafejlesztésért felelős executive producere így fogalmaz: „Úgy értem, ez semmiképpen sem tudatos stratégia. Nem a krimiket keressük, de ezek általában bejönnek. Kíváncsi vagyok, mi történne, ha fognánk a BBC produkcióit, és ugyanazt az arányt találnánk [...] De szerintem sok van belőle, és ha a gengersztereket is beleszámoljuk, akkor valószínűleg igazad van. Nincs tudatos stratégia, de nem látom okát, hogy a hűn mint narratív elem miért tűnne el hirtelen a tévésorozatokból.”

Emellett két okot lehet kiemelni a krimi műfaj erre és a következő időszakra is jellemző mindezenhatóságát tekintve. Krigler Gábor, az HBO Hungary egykori executive producere szerint: az HBO Europe – a helyi tehetségek felfedezése érdekében – 2014-ben meghirdetett egy forgatókönyvíró-pályázatot, amelyre mintegy 400 forgatókönyv érkezett, és ezeknek a jelentős része krimi volt, ami a műfaj iránt már meglévő érdeklődést jelzi. Az HBO Hungary executive producere,

„...az HBO képes volt átültetni az amerikai márkát és gyártási modellt Európába.”

Závorszky Anna pedig azt állítja,³ hogy a műfajban rejlő azon lehetőség, hogy figyelmet szentel a helyi problémáknak, központi motiváció a krimik gyártásában, ugyanakkor azt is hangsúlyozza, hogy a műfaj egyszerűen jól működik a televízióban: „több évadon keresztül képes fenntartani a figyelmet. Azt gondoljuk, hogy ideje újragondolni a műfajt, de ez nem küldetés jelent. Nekem az a fontos, hogy hogyan tudok katarzist elérni, és a krimi műfajja lehetővé teszi, hogy katarzist adhassunk el tőlünk el azzal, hogy hangsúlyozzuk, hogy manapság a mi régióinkban is szembenézhetünk ilyen vagy olyan problémákkal.”⁴ Emellett a műfaj terjedési képességét is kiemeli, ami szintén ösztönzi a krimidramák gyártását. Alina David, az HBO Romania korábbi executive producere is azt állítja, hogy az HBO számára prioritás a műfaji és a térbeli komplexitás, utalva arra, hogy a román sorozatokban különböző valóságok (főváros, Erdély és Moldva) kerülnek bemutatásra.⁵

Összességében úgy tűnik, hogy a krimi egy olyan műfaj, amely egyszerűen könnyen lokalizálható a helyi közönség számára, másrészt a műfaj konvenciói miatt hajlamosabb nemzetközi közönséget vonzani. Egy soknemzetiségű kontinens globális szereplője esetében tehát érthető, hogy a producerek miért keresik a krimi műfaját. Bár az HBO sorozatainak egy része más európai területek formátumainak adaptációja, a krimi önmagában is nemzetközileg felismerhető formátum, ideértve azon képességét is, hogy odafigyel a társadalmi problémákra. Más szóval, az HBO krimi iránti érdeklődése elsősorban északi címek *adaptációi*-ban volt megragadható, támaszkodva a Nordic Noir mára ebben az időszakban tapasztalható népszerűségére és nemzetközi ismertségére. Másfelől a krimi a nemzetközi műfaji konvenciók *adaptációit* is jelentette, amelyek alkalmasak voltak a műfaj lokalizálására és minőségi HBO-produkció gyártására.

Az HBO és a helyi tehetségfejlesztés

■ Egyrészt természetesen az HBO mára európai kontinensen való elterjesztése nem jóteknység okokból történt. Itt egy olyan tizleti modell működik, amely szerint az HBO korán felismerte a kelet-európai területekben rejlő hatalmas potenciált, valamint az északi régióban a streaming-szolgáltatások tesztelésének technológiai alapjait. Másrészt az HBO producerei – köztük a fentiekben említett interjúalanyok – az HBO európai tevékenységét helyi tehetségfejlesztésként gondolták el.

Matthews nem titkolta, hogy egyes európai területeket „fejletlennek” tart a televíziós gyártás szempontjából, és szerepét a helyi tehetségek „megtérítőségében” látta. Závorszky és David is rámutatott a televíziós sorozatok gyártásában dolgozó szakemberek hiányára, a helyi piacokon egyre több új tehetség bevonásának szükségességére. Ez egy nagy globális szereplő helyi jóindulatának tünete, de tizleti modellnek is kell tekinteni. Az HBO Europe mint megrendelő gyártó számára a helyi produkciós cégek és tehetséges írók alapvető szükségleteit jelentenek a helyi drámák fejlesztéséhez. A helyi gyártás azonban lehetőséget teremt arra is, hogy helyi történeteket hozzanak létre a helyi és a nemzetközi közönség számára egyaránt. Az HBO Europe jelenléte a kontinensen, főként a kelet-európai területeken, kettősség jellemzi, mivel egyértelműen támogatja a helyi tehetségeket, ugyanakkor ez az HBO márkának is hasznára vált, és mind ez az HBO gyártási modellje köré épült.

Ahogyan Matthews kiemeli, igyekeznek „olyan rendezőket és elsősorban írókat találni, akik készen állnak arra, hogy a következő szintre lépjenek. Nekünk a jutalom az, hogy amikor ez működik, az frissességet jelent [...] Mí eleve gyakran fiatal írókkal dolgozunk. Amikor el tudok menni hozzájuk és segíteni őket azokon a területeken, ahol talán egy kicsit hiányosak a tapasztalataik, akkor a tehetség nyersségét és a mondanivalót kapom vissza, akkor van valami, ami organikususan fejlődik.”⁶ Ugyanakkor azt is megjegyzi, hogy ez már nem stratégia, hiszen a tehetség megvan. Míga a cég is megértett arra, hogy közvetlenebbül lépjen új területekre, lásd például az úgynevezett HBO Adria régiót, és ott azonnal eredeti tartalmakat gyártson: „Mí már tényleg nem akarunk ilysmit csinálni. Kezdetben jó volt, mert nem tudtuk, mi tudnak az írók, de mostanra már elég régóta csináljuk. Azt persze mindenki tudja, hogy írói tehetségből nincs hiány Romániában vagy Magyarországon, csak egy kicsit hiányzik a tapasztalat, hogy hogyan kell a tehetséget alakítani. Tehát most már tudnunk kell, hogyan kell csinálni. Úzleti modellként ez azt jelenti, hogy inkább csekket kell kapnunk, mint csekket írunk. A remaké-ek egyszerűen nem lesznek olyan ütősek a forgalmazási piacon, és sokkal szórakoztatóbb saját anyagokat kitalálni. Szóval folyamatosan azt mondjuk, hogy ezt a nulláról fogjuk csinálni, nem fogunk semmilyen formátumot behozni. És nagyon keményen próbálunk nem brit vagy amerikai írót hozni, van egy-két tanácsadónk időnként, de nagyon keményen próbálunk segíteni az írónak, hogy maguk jussanak el oda, ahova el lehet jutni.”⁷

Lényegében ez egyrészt a helyi történetek iránti érdeklődésre, másrészt pedig arra a buzgalomra világít rá, hogy olyan anyagokat keressenek, amelyek az adott területen kívül is jól működhetnek.

Az északi régió

■ Míg a kelet-európai területeket stratégiailag a tehetségfejlesztés piacaként és új, kereskedelmiileg vonzó régióként kereste fel az HBO, addig az északi régió mást jelentett a cég számára. Először is az északi produkciós vállalatok és műsorszolgáltatók képesek voltak nemzetközi közönséget szerezni és magas gyártási értékű televíziós drámákat készíteni. Másodsor az kelet-európai országokkal ellentétben a skandináv piacon nagyobb hagyománya volt a bñtügyi műfajnak. Harmadszor a skandináv piacot régóta fennálló közszolgálati hagyományok jellemzik, ami azt jelenti, hogy a lineáris műsorszolgáltatás kevésbé vonzó ebben a régióban egy kereskedelmi szereplő számára.

Az HBO Nordic 2012-ben indult önálló streamingplatformként, eredeti HBO-anyagokkal, köztük amerikai csúcskategóriás tévéműsorokkal. 2019-ben mutatták be az északi régió első eredeti sorozatát, a *Gösta* (2019) című svéd dramedy sorozatot. A második sorozat az északi régió számára a *Bejörigners* (2019) volt, egy norvég krimikomédia, amely a Nordic Noir műfajának kicsavarása is egyben. Az a tény, hogy az HBO Nordic megrendeli a Nordic Noir ironikus kifordítását, sokat elárul az északi stratégiájukról – fogalmaz Hanne Palmquist, az HBO Nordic eredeti programozásért felelős alelnöke (aki 2020 szeptemberéig töltötte be ezt a pozíciót): „Ki kell tenni a sorból, hogy megragadjuk a közönséget, még akkor is, ha úgy tűnik, hogy a krimisorozatok piaca még mindig nem apadt el. Az HBO Nordic első norvég eredetűje, a *Bejörigners* kifejezetten felhasználja a Nordic Noir stílusát, azonban inkább csak motorként, hogy egy nagyobb, kevert

műfajú történetet meséljen el, amelyet az európai menekülthelyzet ihletett. A krimi műfaj újradefiniálása vagy kibővített változata lehetőséget ad arra, hogy valami újjal és frissel álljunk elő, amihez a nézők kapcsolódni tudnak, ugyanakkor élvezik is, hogy meglepő és úzenetet hordoz.”⁸

Palnquist hangsúlyozza, hogy mindez megfelel az HBO általános minőségi követelményeknek: „eredeti megrendelés, műfaji újradefiniálás és elgondolkodtató tartalom – olyan értékek, amelyeket gyakran társítunk az HBO-sorozatokhoz. Olyan innovatív, erőteljes, meglepő történetek gyártására törekszünk, amelyek lekötik a nézőket, és még jóval a sorozat befejezése után is nyomot hagynak. SVOD-szolgáltatásként, amelynek első és második prioritása az északi/európai közönség, más típusú műsorokat tudunk készíteni, mint ha széles nemzetközi közönséget szólítanánk meg. Megengedhetjük magunknak, hogy ne legyünk konvencionálisak.”⁹

Az HBO tehát stratégiaiag többféle módon pozicionálta magát a különböző európai piacokon, amelyekkel igyekszik fenntartani a nemzetközi HBO márkát. Ugyanakkor az HBO a produkciót és az üzleti modellt a helyi piacnak megfelelően lokalizálja.

Globális üzleti kultúra és transzkulturális identifikációk

■ Az HBO eredeti európai produkciói saját szolgáltatásain keresztül könnyen terjeszthetők az európai területeken. Stratégiai szempontból a cég keresi a transznacionális vonzerővel rendelkező helyi produkciókat. Az HBO olyan műfajokat választ, amelyek jól működnek a határokon túl, különösen televíziós bűnügyi drámákat, és így módon átülteti az HBO gyártási modelljét és minőségi márkáját. Összességében az HBO gyártási modellje egyértelműen a televíziós drámák (beleértve a *Trónok harca*-féle csússorozatokait is) globális piaci kultúrájának és az európai eredeti produkcióik lokalizált temelési modelljének kombinációjában ragadható meg.

Az HBO Europe itt vázolt fejlődése többféleképpen is értelmezhető. Kritikusan feltételezhetjük, hogy a cég által képviselt gyártási modell a Matthews által „feljelt lennek” nevezett területek kreatív ipari „gyarmatosítása”. Lényegében oka van annak, hogy az HBO Europe nem lépett be közvetlenül az olyan erős televíziós piacokra, mint Németország, Franciaország és az Egyesült Királyság. A poszt-szocialista régióban, ahol a közszolgálati szektor és a gyártási kultúra gyengébb, kevésbé erőfeszítést igényel egy globális szereplőtől, hogy megjelenjen, és átültesse az amerikai gyártási modellt az újonnan fejlődő helyi piacra. A közeljövőben az HBO Max globális elindítása azt jelezheti, hogy az HBO európai pozíciójával kapcsolatos érvelésnek – és kritikának – ez is része kell legyen. Bár az összegyűjtött empirikus anyagok alapján kevésbé tűnik stratégiai jelentőségűnek, a tényleges cél egy teljesebb európai elérés lehet.

Az HBO pozícióját azonban más, kevésbé kritikus módon is lehet látni. Anna Batori filmtörténész szerint a krimi műfajának kelet-európai területekre való átültetése egy újonnan kialakuló kultúrkritika bevezetése is lehet, amelyre a szocialista korszakban kevésbé volt lehetőség: „Amit így látunk, az egy új poszt-szocialista televíziós kollektivitás születése, amely az amerikai műfaját lefordítja és elhelyezi a kelet-európai társadalmi valóságban azáltal, hogy feldolgozza annak sajátos történelmi-politikai traumáit és kollektív problémáit, miközben a család szétesett intézményére mint a poszt-szocialista, neoliberalis válság meta-

forrájára összpontosít.”¹⁰ Ez tulajdonképpen közel áll ahhoz, amit Závorszky Anna executive producer a műfaj társadalmi érzékenységeiről mond. Imre Anikó filmtörténész meg egy lépéssel tovább megy, és azt állítja, hogy „az HBO európai »területeinek« virtuális térképe, amelyet nemzetek és régiók szerint parcellázott fel, jól kiszámítottan felismerve a nemzeti és regionális identitások kiszolgálásának szükségességét, egyfajta e-EU-topiát kellett életre egy vállalati márká egészre alát.”¹¹ (Véleménye szerint az HBO sikeresen tudott létrehozni „egy digitálisan összekapcsolott kommunikációs hálózatot”).¹²

Batori elképzelése az HBO-ról mint társadalmi hatású kritikai hangról plauzibilisnek tűnik, hiszen a bűnügyi narratívák társadalomkritikai aspektusa világosszerre számos újonnan demokritizálódtott társadalomban felbukkant. Imre állítása azonban, bár érdekes, talán egy kicsit túl messzire vezet. A piac többi globális szereplőjéhez képest az HBO még mindig csak kis piaci részesedéssel rendelkezik: az európai kontinensre vonatkozó 2017-es adatok azt mutatják, hogy az HBO részesedése nem haladja meg a piac 1%-át, míg az Amazon Prime a piac 20%-át, a Netflix pedig 47%-át bírkozza.¹³ Nem világos, hogy az HBO hogyan lenne képes 1%-os piaci részesedésre alapozva digitálisan összekapcsolott kommunikációs hálózatot létrehozni Európában.

Következtetések

■ A fent vázolt három álláspont kombinációja könnyen elképzelhető: az HBO sikeresen tudott „gyarmatosítani” bizonyos európai „feljeltlen” területeket, bár az eredmény a helyi tehetségek és produktív értékek figyelme meőllő növekedése volt, miközben a krimi műfaja meghatározó szerepet játszott mind narratív motorként, mind társadalomkritikai hangként. Ugyanakkor az HBO egyre inkább képes volt arra, hogy a helyi produkciókat saját szolgáltatásain keresztül transznacionális közönség számára is terjessze. A kommunikációs eredmény viszont talán kevésbé jelent közös európai transzkulturális érzékenységet. Az HBO nem hoz létre transzkulturális identitást a tevékenységei által lefedett területeken, de az HBO Europe – kereskedelmi szempontból – határokon átnyúló közös márkaminőségét teremtett az európai helyi produkciók számára.

Kálai Sándor fordítása

■ JEGYZETEK

1. Steve Matthews: *Skype-interview with Steve Matthews*, 12 September 2019, conducted by Kim Toft Hansen.
2. Krigler Gabór: *Interview New Europe Market (NEM)*, 15 January 2019, https://www.youtube.com/watch?v=NIT_2Whi7a8, utolsó hozzáférés 2020. 02. 27.
3. Anna Závorszky: *Interview with Anna Závorszky*, 5 September 2019, conducted by Anna Keszeg and Sándor Kálai.
4. Uo.
5. Alina David: *Interview conducted with Alina David*, 9 November 2019, conducted by Anna Keszeg.
6. Matthews: i.m.
7. Uo.
8. Hanna Palnquist: *Interview with Hanna Palnquist*, 11 January 2019, conducted by Kim Toft Hansen.
9. Uo.
10. Batori, Anna: *The Birth of the Post-Socialist Eastern European Television Collectivhood: Crime and Patriarchy in Shadous* (Linbhe, 2014). *AMF Journal of Art and Media Studies* 2018 17: 37-48, 38-39.
11. Anikó Imre: *HBO's e-EU-topia*, *Media Industries Journal* 2018 5:2, 49-68, 52.
12. Uo. 34.
13. Christiana Greece – Marta Jimenez Pumarés: *Film and TV content in VOD catalogues, 2019 Edition*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, <https://im.coe.int/film-and-tv-content-in-vod-catalogues-2019-edition/>, 680008119, utolsó hozzáférés 2020. 02. 27.