

KIM TOFT HANSEN – KESZEG ANNA – KÁLAI SÁNDOR

# GLOBALIS 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 egyúttal transznacionális közönséget is kiszolgál. Különösen a helyi formátumadaptációk, a helyi tehetségfejlesztés és a széleskörűen reprezentált bűnügyi műfaj révén az HBO Europe képes volt európai márkanevet építeni, valamint lehetséges volt 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 kábeltelevíziós 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 streamingszolgáltatásként elindította az HBO Nordicot. A médiarendszerek különbségei miatt a streaming-szolgáltatások elterjedése eltérő ütemben fejlődött az egyes területeken, míg mára az HBO eu-

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

rópai tevékenységei az HBO Europe ernyője alá kerültek, beleértve az HBO Nordicot 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 Európá-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 lúzer* (*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 jelenti, 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 törésvonal pedig elválasztja 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 adaptált 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 műsorszolgáltatóival és produkciós cégeivel közösen készülnek, ide tartozik egy német koprodukció, illetve a Sky és az HBO számára fejlesztett drámák.

## A bűnügyi műfaj adaptációja és adoptációja

■ A *Született lúzer* utáni első időszakot elsősorban két izraeli sorozat, egy romantikus (*Társas játék*) és egy pszichológiai dráma (*Terápia*) több évadon keresztül 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, lengyel, cseh és román változatban. Ez egyben a pszichológiai drámától és a romantikus vígjátéktól a krimi műfaja 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 ugyanezt az arányt találnánk [...]. De szerintem sok van belőle, és ha a gengsztereket is beleszámoljuk, akkor valószínűleg igazad van. Nincs tudatos stratégia, de nem látom okát, hogy a bűn mint narratív elem miért tűnne el hirtelen a tévésorozatokból.”<sup>1</sup>

Emellett két okot lehet kiemelni a krimi műfaj erre és a következő időszakra is jellemző mindenhatóságát tekintve. Krigler Gábor, az HBO Hungary egykori executive producere szerint<sup>2</sup> 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,

Závorszky Anna pedig azt állítja,<sup>3</sup> 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 küldetést jelent. Nekem az a fontos, hogy hogyan tudok katarzist elérni, és a krimi műfaja lehetővé teszi, hogy katartikus attitűdöt érzünk el azzal, hogy hangsúlyozzuk, hogy manapság a mi régióinkban is szembenézhetünk ilyen vagy olyan problémákkal.”<sup>4</sup> Emellett a műfaj terjedési képességét is kiemeli, ami szintén ösztönzi a krimidrámák 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.<sup>5</sup>

Összességében úgy tűnik, hogy a krimi egy olyan műfaj, amely egyrészt 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 *adaptációiban* volt megragadható, támaszkodva a Nordic Noir márka ebben az időszakban tapasztalható népszerűségére és nemzetközi ismertségére. Másfelől a krimi a nemzetközi műfaji konvenciók *adaptációját* is jelentette, amelyek alkalmasak voltak a műfaj lokalizálására és minőségi HBO-produkció gyártására.

## Az HBO és a helyi tehetségfejlesztés

■ Egyrészt természetesen az HBO márka európai kontinensen való elterjesztése nem jótékonyági okokból történt. Itt egy olyan üzleti modell működik, amely szerint az HBO korán felismerte a kelet-európai területekben rejlő hatalmas potenciált, valamint az északi régióban a streamingszolgáltatások 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 „megfertőzésében” 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 tűnhet, de üzleti modellnek is kell tekinteni. Az HBO Europe mint megrendelő gyártó számára a helyi produkciós cégek és tehetséges írók alapvető szükségletet 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 jelenlétét a kontinensen, főként a kelet-európai területeken, kettősség jellemzi, mivel egyértelműen támogatta a helyi tehetségeket, ugyanakkor ez az HBO márkának is hasznára vált, és mind-ez az HBO gyártási modellje köré épült.

Ahogy 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 [...]. Mi 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 nyersességét és a mondanivalót kapom vissza, akkor van valami, ami organikusán fejlődik.”<sup>6</sup> Ugyanakkor azt is megjegyzi, hogy ez már nem stratégia, hiszen a tehetség megvan. Maga a cég is megérett arra, hogy közvetlenebbül lépjen új területekre, lásd például az úgynevezett HBO Adria régiót, és ott azonnal eredeti tartalmakat gyártson: „Mi már tényleg nem akarunk ilyesmit csinálni. Kezdetben jó volt, mert nem tudtuk, mit 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. Üzleti modellként ez azt jelenti, hogy inkább csekkeket kell kapnunk, mint csekkeket írunk. A remake-ek egyszerűen nem lesznek olyan ütősek a forgalmazási piacon, és sokkal szórakoztatóbb saját anyagokat kitalálni. Szóval amikor beköltöztünk az Adriára és a balkáni térségbe, az volt az a pont, amikor folyamatosan azt mondtuk, hogy ezt a nulláról fogjuk csinálni, nem fogunk semmilyen formátumot behozni. És nagyon keményen próbálunk nem brit vagy amerikai írókat hozni, van egy-két tanácsadónk időnként, de nagyon keményen próbálunk segíteni az íróknak, hogy maguk jussanak el oda, ahova el lehet jutni.”<sup>7</sup>

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 stratégiaileg a tehetségfejlesztés piacaként és új, kereskedelmileg 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 a kelet-európai országokkal ellentétben a skandináv piacon nagyobb hagyománya volt a bűnügyi műfajnak. Harmadsor 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 tévéműsoraikkal. 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 *Beforeigners* (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 tűnni 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 eredetije, a *Beforeigners* 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 üzenetet hordoz.”<sup>8</sup>

Palmquist hangsúlyozza, hogy mindez megfelel az HBO általános minőségi követelményeinek: „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 nemzeti közönséget szólítanánk meg. Megengedhetjük magunknak, hogy ne legyünk konvencionálisak.”<sup>9</sup>

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

## **Globális üzleti kultúra és transzkulturális identitások**

■ 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 ily módon átülteti az HBO gyártási modelljét és minőségi márkáját. Összességében az HBO gyártási modellje egyértelműen a televíziós drámák (beleértve a *Trónok harca*-féle csúcssorozatokat is) globális piaci kultúrájának és az európai eredeti produkcióik lokalizált termelési 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 „fejletlennek” 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, kevesebb 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 hogy 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 műfajt 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, neoliberális válság meta-

forájára összpontosít.”<sup>10</sup> Ez tulajdonképpen közel áll ahhoz, amit Závorszky Anna executive producer a műfaj társadalmi érzékenységéről mond. Imre Anikó filmtörténész még egy lépéssel tovább megy, és azt állítja, hogy „az HBO európai »területeinek« virtuális térképe, amelyet nemzetek és régiók szerint parcelázott fel, jól kiszámítottan felismerve a nemzeti és regionális identitások kiszolgálásának szükségességét, egyfajta e-EU-topiát keltett életre egy vállalati márka égisze alatt”.<sup>11</sup> (Véleménye szerint az HBO sikeresen tudott létrehozni „egy digitálisan összekapcsolt kommunikációs hálózatot”.<sup>12</sup>

Batori elképzelése az HBO-ról mint társadalmi hatású kritikai hangról plauzibilisnek tűnik, hiszen a bűnügyi narratívák társadalomkritikai aspektusa világszerte számos újonnan demokratizálódott 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 birtokolja.<sup>13</sup> Nem világos, hogy az HBO hogyan lenne képes 1%-os piaci részesedésre alapozva digitálisan összekapcsolt kommunikációs hálózatot létrehozni Európában.

## Következtetések

■ A fent vázolt három álláspont kombinációja könnyen elképzelhető: az HBO sikeresen tudott „gyarmatosítani” bizonyos európai „fejletlen” területeket, bár az eredmény a helyi tehetségek és produkciós értékek figyelemre méltó 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 márkaminőséget 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 Gábor: *Interview New Europe Market (NEM)*, 15 January 2019, [https://www.youtube.com/watch?v=NIT\\_2WhiTa8](https://www.youtube.com/watch?v=NIT_2WhiTa8), 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. Hanne Palmquist: *Interview with Hanne Palmquist*, 11 January 2019, conducted by Kim Toft Hansen.
9. Uo.
10. Batori, Anna: *The Birth of the Post-Socialist Eastern European Televisual Collectivhood: Crime and Patriarcht in Shadows* [Umbre, 2014-]. *AM 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. 54.
13. Christian Grece – Marta Jimenez Pumares: *Film and TV content in VOD catalogues. 2019 Edition*. European Audiovisual Observatory. Strasbourg. <https://rm.coe.int/film-and-tv-content-in-vod-catalogues-2019-edition/168098f119>, utolsó hozzáférés 2020. 02. 27.