

OTDK-DOLGOZAT

Kovács Sándor
BA

2013

A KULTÚRA HATÁSA A MOZIFILMEK FOGADTATÁSÁRA

THE IMPACT OF CULTURE ON THE RECEPTION OF MOVIES

Kovács Sándor

Kézirat lezárva: 2012. december 20.

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	3
1. KULTÚRA	4
1.1. HOFSTEDE KULTURÁLIS DIMENZIÓI.....	4
2. A FILMIPAR NAPJAINKBAN	7
2.1. HELYETTESÍTŐ TERMÉKEK ÉS ÚJ BELÉPŐK	7
2.2. MOZILÁTOGATÁS	9
2.3. 3D, DIGITÁLIS ÉS HAGYOMÁNYOS VÁSZNÁK.....	10
2.4. SIKERFILMEK	11
3. KUTATÁS	13
3.1. FELTEVÉSEK	14
3.2. ADATOK	15
3.3. AZ ORSZÁGOK KIVÁLASZTÁSA	16
3.4. AZ ADATOK ELEMZÉSE	19
3.4.1. Helyi és külföldi filmek.....	19
3.4.2. Hofstede dimenzióinak hatása a helyi és külföldi filmek arányára	21
3.4.3. Műfaj.....	23
3.4.4. A legsikeresebb filmek homogenitása.....	28
3.4.5. Kritika.....	30
3.4.7. Technológia.....	32
3.4.7. Eredetiség	33
3.4.8. Preferencia-térkép.....	35
ÖSSZEGZÉS	37
IRODALOMJEGYZÉK	39
MELLÉKLET	42
1. MELLÉKLET: A 8 VIZSGÁLT ORSZÁG LEGSIKERESEBB 50 FILMJE 2011-BŐL ...	42
2. MELLÉKLET: A 77 VIZSGÁLT MOZIFILM LISTÁJA	46

BEVEZETÉS

A mozifilmek több milliárd dolláros üzletet jelentenek csak az Egyesült Államokban, a kapcsolódó eladások pedig sokszorosára növelik ezt az összeget. A filmnézés az egyik legnépszerűbb szabadidő eltöltési móddá vált az egész világon. A filmek azonban alapvetően művészi alkotások, ezért a nézők eltérően ítélik meg őket. Ez az eltérő megítélés nem csak egyénekre, hanem a csoportokra is jellemző. A mozifilmekről olvasgatva bárkinek feltűnhet, hogy egy adott film az egyik országban jól teljesít, a másikon megbukik. Mi lehet ennek az oka? Véleményem szerint a kultúrák közötti különbség.

A kultúra befolyásolja az egyén gondolkodásmódját és értékítéletét, tehát komoly hatást gyakorolhat a filmszínházakban lezajló összetett döntési folyamatra. Az egyik látogató a kalandfilmeket preferálhatja, míg a másik a vígjátékokat, és ez megmutatkozhat a mozifilmek bevételi adataiban is. Dolgozatomban arra a kérdésre próbálok választ kapni, hogy kimutatható-e a kulturális preferenciák jelenléte a nemzetközi filmes bevételi adatokból, és ezek milyen irányban befolyásolják a mozi látogatók döntését. Ehhez több film-specifikus tényezőt vizsgálom meg, ilyen a műfaj, a gyártó ország, a technológia, a kritikai megítélés és az eredetiség.

Mivel a filmgyártás egy sikeres nemzetközi üzletág, a fogyasztói preferenciák megismerése gyakorlati hasznot hozhat a filmforgalmazók számára. Számos ponton segíthet a nemzetközi stratégia megtervezésében és kivitelezésében, a célországok kiválasztásától egészen a bemutatók vágásáig. Azoknak az országoknak is hasznos lehet, amelyek most kívánnak a nemzetközi piacra lépni, hiszen tájékoztatást kaphatnak arról, hogy várhatóan mely kultúrák képviselői fogadják pozitívan mozifilmjeiket.

A kultúra értelmezéséhez, osztályozásához és mérhetővé tételéhez Hofstede öt dimenzióból álló modelljét használom. A világ számos országáról rendelkezésre álló számszerűsített adatok lehetővé teszik a statisztikai eljárások alkalmazását és a kulturális távolság mérését. Ez alapján 8 kiválasztott országban vizsgálom meg a mozifilmek teljesítményét. A kutatás során olyan tényezőket elemzek, mint a hazai és külföldi filmek aránya, a műfajválasztás jellegzetességei, a legsikeresebb filmek bevétele és struktúrája, valamint a film-specifikus tényezők és a kulturális távolság kapcsolata. A kutatás utolsó részét három jelentősen eltérő kultúra (Magyarország, Japán és az Egyesült Államok) filmválasztási preferenciáinak feltárása képezi, amely első állomását képezheti egy későbbi globális „ízléstérkép” megalkotásának.

1. KULTÚRA

A köznyelvben gyakran használjuk a kultúra szót a különböző művészeti ágak gyűjtőfogalmaként, ez azonban csupán az egyik ága a kultúrának. A dolgozatban szélesebb, a kulturális antropológia által is használt értelemben szerepel a fogalom, ez azonban nem jelenti azt, hogy a meghatározása egyszerű vagy világos lenne.

A szakirodalomban számos definíciót találhatunk a kultúráról, ezek közül kettőt emelnék ki. Az első Hidasi Judit meghatározása: *„Egy-egy kultúra létrehoz és továbbörökít egy közös szimbólumrendszert, amely révén és által az adott kultúra tagjai érintkeznek, és a közösségi létüket szervezik.”* (Hidasi [2008] 11. o.) Ebben megfogalmazódnak a kultúra legfőbb sajátosságai: a tanulhatóság, a csoportjelleg, az egyediség és a viselkedés befolyásolása. Még lényegre törőbb azonban Hofstede, aki szerint: *„Minden ember rendelkezik olyan gondolkodási, érzelmi és potenciális cselekvési mintákkal, amelyeket élete során tanult meg.”* (Hofstede et al. [2008] 34. o.) Ezt nevezi ő az elme szoftverének, a számítógépes programok analógiájára. Ez a kép jól illusztrálja a kultúrának azt a jellemvonását, ami elindított a nemzetközi mozifilmes adatok elemzése felé, mégpedig a döntésre és cselekvésre gyakorolt hatást. A számítógépes szoftverek meghatározzák, hogy milyen feladatokat tudunk elvégezni és milyen információkat tudunk feldolgozni egy hardverrel. Amennyiben az input egy mozifilm, léteznie kell egy olyan programnak, ami tökéletesen fel tudja dolgozni, és olyannak is, amelyik nem képes kezelni azt.

1.1. HOFSTEDE KULTURÁLIS DIMENZIÓI

A nemzeti kultúrák megkülönböztetésére a témakörben széles körű kutatást folytató apa-fiú páros, Geert és Gert Jan Hofstede munkáját használom, mivel mérési eredményeik nem csak számszerűsített, könnyen kezelhető formában állnak rendelkezésre, de a világ számos országára nézve elérhetőek, így lehetővé teszik a kvantitatív vizsgálatot az egymástól gyökeresen eltérő kultúrák esetében.

Hofstede kultúra definíciójáról már volt szó, vegyük most sorra azokat a tényezőket, amelyek alapján az egyes kultúrákat elkülöníti egymástól. Öt ilyen dimenzió létezik: *hatalmi távköz, kollektivismus – individualizmus, maszkulinitás – femininitás, a bizonytalanság kerülése és a hosszú távú – rövid távú orientáció.* A dimenziókat 0-tól 100-ig terjedő skálán értékeli (illetve a kutatás kiszélesítése miatt néhány ország 100 fölötti értéket kapott). A besorolás jelzi, hogy az adott kultúrában mennyire erős az adott tényező szerepe. A maszkulinitás-femininitás dimenzióban kapott alacsony érték például

egy nőies, míg a magas érték egy férfias kultúrára utal. Az öt tényező együttese egy sajátos, az adott nemzetre jellemző mintázatot alkot. Nézzük meg most ezen öt dimenziót:

Hatalmi távköz (PDI): Azt méri, hogyan kezelik az adott kultúra képviselői az emberek közötti egyenlőtlenséget, vagyis az ország intézményeinek és szervezeteinek tagjai hogyan viszonyulnak a hatalmi különbséghez. A kis hatalmi távköz érték azt jelenti, hogy az emberek csökkenteni próbálják a távolságot a felek között. A kapcsolatok demokratikusak, az alacsonyabb státuszú főtől is elvárják a kezdeményezést. A nagy hatalmi távközzel rendelkező országok lakói gyakran kíváncsiaknak tartják az egyenlőtlenséget. Fontos a tisztelet és a feltétel nélküli engedelmesség a felettesnek. A tekintély és státusz együtt jár, a vezető az abszolút kezdeményező. A nagy hatalmi távközzel rendelkező Indiában és Indonéziában például tisztelik a tanárokat, nem mernek ellentmondani nekik, sőt, megszólítani sem lehet őket, ha előtte nem engedélyezték azt. Ezzel szemben Franciaországban a tanító és a diákjai közötti egyenlőség az elfogadott norma. Itt a gyerekek bármikor felszólalhatnak, és elvárják tőlük, hogy kérdezzenek. (Uo. 90-92. o.)

Kollektivizmus – individualizmus: ez a változó az egyén és közösség kapcsolatát fejezi ki. Az individualista kultúrákban az önmegvalósítás, a vélemény nyílt kifejezése, az individuum és a személyes sikerek kerülnek előtérbe, fontosak az egyéni eredmények és képességek. Az alacsony kontextusú kommunikáció a jellemző, tehát kevés háttér-információra van szükség az üzenet megértéséhez. Ezzel szemben a kollektivista kultúrákban az egyént a környezete, csoportja alapján ítélik meg, tehát a társadalmi hálózat számít. A rend és a nyugalom fenntartása kiemelt elvárás, a tulajdon közös, meg kell osztani a csoporttal. A magas kontextusú kommunikáció a jellemző, tehát számos rejtett kód, nem verbális jelek és a szituáció maga is hatással van az üzenet értelmezésére. (Uo. 133, 152. o.)

Az individualista Hollandiában és az Egyesült Államokban az egyetemi oktatást gyakran önállóan finanszírozzák a hallgatók, és ez az önállóság büszkeséggel tölti el őket. Az egyéniség tiszteletét a nyelvtanban is tetten érhetjük: az angol nyelvben a lehető legritkábban hagyják el az egyes szám első személyű személyes névmást, ráadásul nagybetűvel is írják azt. A kollektivista Kínában ugyanakkor nem létezik tükröfordítása a személyiség szónak, az annak megfelelő kifejezés a személy környezetét is magában foglalja (Uo. 129,134. o.)

Maszkulinitás – femininitás: a férfias kultúrákban a materializmus, a vagyon, a siker és a hatalom a legfontosabb érték, erős a különbség a két nem között, az elvárások eltérnek. Erős a verseny a vezető pozíciókért, a társadalom teljesítményelvű. A másságot nem nézik jó szemmel. A feminin kultúrákban az egyetértés és a kompromisszumok vezetnek a megoldás felé, és fontos a gondoskodás, az emberi kapcsolatok ápolása. A gyengeség és másság nem elítélendő, jobban befogadják az idegeneket. A kultúra tagjai jobban szeretik a szabadidőt, mint a munkát, és a két nemmel szemben hasonlóak az elvárások. (Uo. 189, 205. o.)

A feminin Svédországban és Hollandiában magas adórátákat találunk, ezek a jóléti rendszer alapjai. Az állam gondoskodik a szegényebbekről, támogatja őket. Ezzel szemben az Egyesült Államok és Nagy-Britannia esetében az egészségügyi rendszer és az egyetemi oktatás nagy anyagi terheket ró a lakosságra. (Uo. 194. o.)

A bizonytalanság kerülése: a bizonytalanságkerülő kultúrák tagjai félnek a váratlan helyzetektől, ezért a kiszámíthatóságra, biztonságra törekednek. Az elvárt viselkedés gondosan le van írva, szabályokba van foglalva. A szokatlan, új dolgokat kerülik, és nagyobb bennük az előítélet más kultúrákkal, és a szélsőséges gondolatokkal szemben. Az erős bizonytalanságkerülő kultúrák irodalma az igazság és a szabályok körül forog. Egy gyenge bizonytalanságkerülésű kultúra azonban a bizonytalanság és kockázat elfogadását, a rugalmas problémamegoldást és a tágran értelmezett szabályokat preferálja. Fontos a kényelem, az oldott légkör, az agressziót és az érzelmeket nem tanácsos kimutatni. A gyenge bizonytalanságkerülő irodalomra a fantázia szárnyalása jellemző. Ezekben a kultúrákban több az új márka, és gyorsabban elfogadják az új technológiákat. (Uo. 225, 240, 255. o.)

A bizonytalanságkerülő kultúrákban az emberek hajlamosak a szakemberekre bízni a kisebb-nagyobb munkákat, és bizalmatlanok az új termékekkel és információkkal szemben, míg a bizonytalanságot elfogadó kultúrákban az emberek gyakran önállóan javítják autóikat, és könnyebben fektetik be a pénzüket részvényekbe vagy kevésbé kiszámítható hozamú eszközökbe. (Uo. 230. o.)

Hosszú távú – rövid távú orientáció: a hosszú távú orientáció gyakorlatias szemléletmódot takar, és a szintetizáló, összefoglaló gondolkodás jellemző képviselőire. Fő értékei az alkalmazkodóképesség és becsületesség. A józan ész tisztelete lehetővé teszi, hogy alkalmazkodjanak a körülményekhez, nem kell univerzális szabályokat követniük. A jövő határozza meg a gondolkodásmódjukat, nem akarnak azonnali sikereket. A rövid távú

szemlélet ugyanakkor egyetemleges vezérelveket állapít meg, a nyugati kultúrában például sokkal világosabb a választóvonal a jó és rossz között. A kultúra tagjainak analitikus és racionalizáló a gondolkodásmódja. Fontos az azonnali nyereség, a jelenbeli jólét, és a hagyományok tiszteletben tartása. (Uo. 279, 288. o.)

Az Egyesült Államokban az erőfeszítéstől várják a sikert, és nagyobb a nyomás az igények azonnali kielégítésére, de a személyes stabilitás, az egyén helyzetének megőrzése is kívánatos cél. Kínában ezzel szemben hangsúlyosabb a takarékoskodás, és az egyének könnyebben alárendelik magukat a nagyobb céloknak. Abban hisznek, hogy a munka gyümölcse lassan érik be. (Uo. 265. o.)

2. A FILMIPAR NAPJAINKBAN

A filmipar már rengeteg változást megélt évszázados története során, amely alól az utóbbi évtized sem volt kivétel. Ilyen változás például a helyettesítő termékek és az új belépők által okozott fokozott verseny. Ennek egyik markáns jele Kína bekapcsolódása a filmgyártásba és fogyasztásba. Az ázsiai óriás kihasználja óriási demográfiai és gazdasági potenciálját, hogy beérje, vagy akár lehagyja legfőbb riválisát, az Egyesült Államokat. Megváltozott a filmszínházak technológiája is, a modern fejlesztések belopóztak a vetítőtermekbe, számos új élményt kínálva a látogatóknak. Végül megemlíteném a filmkínálatban, illetve a sikerfilmek szerkezetében végbement átalakulást, amely az elmúlt évtizedben érte el csúcspontját. A következő fejezetekben ezeket a változásokat veszem sorra.

2.1. HELYETTESÍTŐ TERMÉKEK ÉS ÚJ BELÉPŐK

Habár Hollywood dominanciája a nemzetközi filmiparban megkérdőjelezhetetlen, bizonyos folyamatokra érdemes odafigyelni. Először is, az álmogyárnak napjainkban új kihívásokkal kell szembenéznie, például az elektronikus terjesztés okozta piaccsökkenéssel. Az információs technológia előbb-utóbb lehetővé fogja tenni, hogy a filmek könnyen, gyorsan és kiváló minőségben jussanak el a fogyasztók otthonáig, akár a filmszínházi vetítésekkel egy időben. Habár sokan a mozi halálát vetítik előre, még nem bizonyított, hogy a technológia jelentős nézőszámot szívna el a filmszínházaktól. (Scott [2004] 58. o.)

Azt viszont előre lehet látni, hogy a közeljövőben a kisebb vállalkozások könnyebben el tudják juttatni termékeiket a fogyasztókhoz, ezért több szereplő fog versenyezni a piacon. A kasszasikerek bevétele várhatóan csökkenni fog, de ez nem jelenti azt, hogy helyzetük meginogna. A nagy Los Angeles-i stúdiók továbbra is erősen befolyásolni fogják a fogyasztókat. (Uo. 58. o.)

Az Egyesült Államokon kívüli növekedő piacokon Scott (2004) a tőke koncentrálódását vetíti előre. Nagyvállalatok kezében fog összpontosulni a tőke, ezáltal lehetőséget kapnak a termékek szélesebb körű terjesztésére és a marketing tevékenységük kibővítésére. Ez a folyamat a Hollywoodban egyre inkább terjedő új üzleti gyakorlatnak köszönhető, mégpedig a külföldi forgatási helyszínek kiterjedt használatának. Mexikó, Kanada vagy éppen Magyarország egyre több forgatásnak ad otthont, a stúdiók pedig kapva-kapnak az adókedvezményeken, hiszen le szeretnének faragni a gyártási költségből. Ez a költségcsökkentő gyakorlat teszi lehetővé a tőke, a szakértelem és az üzleti ismeretek kiáramlását a fejletlen piacokra, ezzel esélyt adva a felzárkózásra és fejlődésre. (Uo. 57-58. o.)

Hazánk fontos szerepet kaphat ebben a folyamatban, hiszen egyre több stúdió dönt úgy, hogy nagy költségvetésű produkcióit Magyarországra hozza. Itt készült a Die Hard - Drágább, mint az életed című akciófilm Bruce Willis főszereplésével, de itt forgattak olyan A-listás sztárok, mint Angelina Jolie vagy Brad Pitt és olyan rendezők, mint Guillermo Del Toro vagy Marc Forster. A magas elvárásokat csak úgy lehet teljesíteni, ha korszerű létesítmények épülnek a hollywoodi filmesek kiszolgálására. Ilyen például a Korda Filmpark Etyeken, melynek nem titkolt célja, hogy Közép-Európa legfontosabb stúdiójává váljon.

A globális piacon már érezteti hatását az átalakulás. Hollywood – habár anyagi tekintetben még mindig a legerősebb szereplő - a legyártott filmek mennyiségét tekintve egyre inkább hátra szorul. Az EU országok ezzel szemben évről-évre növelik a kibocsátást, bár a piaci részesedésük továbbra is hullámszerű teljesítményt mutat. (*European Audiovisual Observatory* [2011]) A filmiparát gyorsan fejlesztő Kína viszont megelőzte a stagnáló Japánt. (*European Audiovisual Observatory* [2010] 11. o.) A mozifilmek piaca tehát korántsem statikus, érdemes figyelemmel kísérni a nemzetközi szinten zajló eseményeket.

2.2. MOZILÁTOGATÁS

A világ országai között kialakult egy sorrend a mozilátogatás tekintetében. Egyes nemzeteknél többen, más országokban kevesebben hajlandók filmszínházba menni szabadidejükben. Nem meglepő módon a világ legnagyobb mozifilm fogyasztója címet megingathatatlanul őrzi az Egyesült Államok. A lista második helyén az EU országok állnak, őket követi Japán és Kína. Ez a sorrend nem sokat változott az elmúlt évtizedben, az egyetlen meglepetés Kína gyors és intenzív növekedése, melynek következtében beérte, majd megelőzte Japánt. (Uo. 11. o.)

Kína felemelkedése nem mindennapi következményekkel járt. A Titanic 3D-re konvertált verziója például olyannyira felkeltette az ázsiai ország lakóinak figyelmét, hogy három nap alatt több bevételt termelt, mint a hagyományos 2D-s verzió összesen, egyszersmind minden idők legsikeresebb kínai premierje lett. Ha ehhez azt is hozzátesszük, hogy a felújított változat premierje sikeresebb lett az ázsiai országban, mint az Egyesült Államokban, akkor képet kapunk Kína növekvő súlyáról. (Child [2012])

Nem csak a közönség és a hatalmas piac szolgáltatja az ázsiai óriás erejét, hanem a virágzó vállalatai is. A kínai Dalian Wanda Group többmilliárdos beruházás keretében tett szert a legnagyobb amerikai moziláncra, az AMC Entertainmentre. Így fontos szereplővé vált a tengerentúli piacon is. (Mider [2012]) James Cameron a 3D technológiát fejlesztő cégét, a Cameron Pace Groupot költözteti Kínába, ahol filmjei hatalmas bevételre tettek szert. (McDonald [2012]) Kína ezáltal a legmodernebb filmes technológiához férhet hozzá, így továbbfejlesztheti hazai filmgyártását, mely már 2 milliárd dolláros bevételt könyvelhet el évente. (Tatlow [2012]) Ez mintegy ötöde az Egyesült Államok hasonló bevételeinek. Ráadásul a kínai filmkészítők is Hollywood felé kacsintgatnak. Legutóbb az Oscar-díjas Christian Bale-t sikerült megnyerniük a sanghaji mészárlást feldolgozó Flowers of War (Jin líng shí san chai) című kínai alkotás címszerepére.

A másik ázsiai óriás, India filmgyártása szintén változóban van. Az igen karakterisztikus helyi filmek mellett kezdenek megjelenni a nyugati mintájára készült alkotások. Bizonyos stúdiók már nem a megszokott táncos-énekes filmeket kínálják, hanem magasabb költségvetésű, nagyobb marketingbüdzsével megtámogatott hollywoodi stílusú alkotásokat. (The Economist [2008]). A változás mindössze azért érdekes, mert a teljesen önellátó indiai mozifilmes piac hatalmas bevételekre tesz szert anélkül is, hogy alkalmazkodna a nyugati mintákhoz. Az indiai filmgyártás 8 milliárd dolláros üzletággá fejlődött. (Wadhwani [2006]) Úgy látszik, az ország fejlődése megváltoztatja a filmipart is, ami már az Egyesült Államokba is sikeresen exportál. Az új indiai filmipar egyik

zászlóshajója a 20 millió dollárból készült Ra. One című film, mely világszerte 34 millió dollár bevételre tett szert az IMDb adatai szerint. (<http://www.IMDb/title/tt1562871/>) Továbbá a Yash-Raj nevű filmes vállalkozás adatai szerint az Egyesült Államokban bemutatott külföldi alkotások közül az indiai filmek szerzik a legtöbb bevételt (bár még mindig csak jelentéktelen hányadát teszik ki az összes bevételnek). (Wadhvani [2006])

Az ázsiai térség tele van kiaknázandó potenciállal, ugyanakkor a világ számos más területén is találunk fejlődő piacokat. Ilyen például Brazília, ahol szintén virágzásnak indult a filmipar, és egyre növekszik a mozilátogatók száma. (*European Audiovisual Observatory* [2010] 47. o.) A nemzetközi szintén tehát az új piacok megnyílását és a régiek továbbfejlődését figyelhetjük meg, ami felértékelheti a kultúráról szerzett ismereteinket, hiszen a sokszínű piacon egyre nehezebb lesz egy standard termékkel sikert aratni.

2.3. 3D, DIGITÁLIS ÉS HAGYOMÁNYOS VÁSZNAK

A digitális technológia 2005-ben indult hódító útjára. Az Egyesült Államokban rohamos gyorsasággal kezdtek el szaporodni az addig csupán jelentéktelen számban jelen lévő digitális mozitermek, majd a világ többi része is csatlakozott a divathullámhoz. (*European Audiovisual Observatory* [2009] 12. o.) A digitális technológia elterjedése a piaci helyzetnek megfelelően alakult. A legtöbb modern technológiát képviselő vászon és felszerelés az USA filmszínházaiiban található, utána jön Európa és az ázsiai országok. Érdekes módon Ázsiában és az Egyesült Államokban a digitális 3D, míg Európában a digitális 2D vezeti a fejlesztéseket. (Uo. 12. o.)

Az IMAX korábbi megjelenése ellenére nem tudott akkora hatást gyakorolni a mozifilmek bevételeire, mint a 3D technológia. A filmszínházak 2005-től felgyorsuló fejlesztése azonban meglátszik a digitális filmek legsikeresebb 20 alkotás közötti reprezentáltságában (Lásd: 1. táblázat). A következő töréspont 2009-ben következett, háttérben pedig a 3D diadalmenete állt. Ez az Avatar sikerének köszönhető, mivel a korszakalkotóként hirdetett film figyelemre méltó sikere a stúdiókat az új technológia által gerjesztett kereslet lefölözésére ösztönözte.

1. táblázat

A 20 legsikeresebb alkotás 2000 és 2012 között, gyártó ország, technológia és eredetiség szerint

Év	Gyártó ország (Egyesült Államok\ az Egyesült Államok egy másik országgal\ másik ország)	3D és IMAX filmek	Nem eredeti\eredeti
2000	19\0\1	0	10\10
2001	17\2\1	0	13\7
2002	16\4\0	1	13\7
2003	14\6\0	2	14\6
2004	12\8\0	1	10\10
2005	12\8\0	5	15\5
2006	14\6\0	4	12\8
2007	13\7\0	5	16\4
2008	12\7\1	4	14\6
2009	13\7\0	9	14\6
2010	15\4\1	15	14\6
2011	16\4\0	14	19\1

Forrás: szerkesztve *European Audiovisual Observatory* [2001] 9. o.; *Uő.* [2002] 9. o.; *Uő.* [2003] 9. o.; *Uő.* [2004] 9. o.; *Uő.* [2005] 9. o.; *Uő.* [2006] 9. o.; *Uő.* [2007] 9. o.; *Uő.* [2008] 9. o.; *Uő.* [2009] 13. o.; *Uő.* [2010] 13. o.; és az *IMDb* adatai alapján.

2.4. SIKERFILMEK

Ahogy az 1. táblázaton is látszik, az elmúlt évtizedben csak elvétve kerülhetett be az Egyesült Államokhoz nem kötődő film a legsikeresebb 20 alkotás közé. Ezen még az a tény sem változtat, hogy több alkotás más országokkal koprodukcióban valósult meg. Ezeknek az együttműködéseknek a száma az évtized közepén érte el a csúcsát, azóta visszaesés tapasztalható. Jellemző az is, hogy a folytatások, feldolgozások és az egyes filmek leágazásai hozzák a legtöbb profitot a filmstúdióknak. A teljesen egyedi történettel bíró filmek nehezen jutnak be a legsikeresebb 20 mozifilm közé. A közönség tehát nem vevő az eredeti alkotásokra, az új technológiai vívmányokat viszont aktívan keresi. A stúdiók nem véletlenül kerülnek a kockázatosabb eredeti filmeket, hiszen a technológiai követelmények nagyobb anyagi terheket rónak rájuk, és így a bukás kockázata még nagyobb. Kapcsolat lehet a 3D és a koprodukciók száma között is, hiszen az *Avatar* által elterjesztett vizuális élményt csak rendkívül költséges kamerákkal és felszereléssel, vagy több millió dollárt felemésztő utómunkálatokkal lehet elkészíteni. A technológia azonban

még nem jutott ki az Egyesült Államokból, hiszen az óriási tőkeszükségletet nem sok helyen tudják biztosítani, ráadásul jelentős szakértelem és gyakorlat kell a használatához. A 3D-t így csupán a hollywoodi filmek tudják a nézők számára eljuttatni, de a babérokat is ők aratják le a jegypénztáraknál.

3. KUTATÁS

A dolgozatom alapfeltevése szerint a kulturális különbségek kimutatható hatással vannak a mozifilmek nemzetközi eredményeire. Ahhoz, hogy bizonyíthassuk vagy megcáfolhassuk ezt az állítást, ki kell választanunk azokat a paramétereket, amelyekkel a lehető legmegfelelőbb módon mérhetjük ezt a hatást. A filmek azon különlegességeit kell kiválogatni, amelyek mérhetők, alkalmasak az elemzésre, széles körben rendelkezésre állnak, és elég érzékenyen reagálnak a kulturális különbségekre.

Egy mozifilm kiválasztásakor döntő szempont lehet a műfaj, a színészek (sztárok), a rendező, a film által szerzett díjak, a film eredetisége (nem feldolgozás vagy folytatás) a külföldi és belföldi jelzések (kritika és bevételi eredmények), a gyártási és marketingköltségek, a film által képviselt technológia és az időzítés. Ezek közül kell kiválasztani azokat, amelyekről elegendő adat áll rendelkezésre, és várhatóan kimutatható hatással lesznek a nézők döntésére. Az előbbi feltételnek nem felel meg a kritika (erről csak az Egyesült Államokban áll rendelkezésre rendszerezett és megbízható forrás) és a marketingköltségek, az utóbbinak pedig az időzítés és a díjak. (A kritika szerepét ennek ellenére megvizsgáltam, mivel jól terjed az interneten és egyéb médiumokon, ezért hatással lehet a külföldi bevételekre.) Az időzítést azért hagytam ki, mert a filmeket gyakran egyszerre vagy pár hetes eltéréssel mutatják be a különböző országokban. A díjaknál a kiosztás időpontja és a jutalmazott filmek száma akadályozza meg a mérést. Mivel rendkívül sok különféle díj létezik, ezért érdemes csak a legfontosabbakat vizsgálni, ekkor azonban a mintában túl kevés díjazott film marad, ráadásul ezek egy része már kifutó fülben volt a díj kiosztásának időpontjában.

A színészek és a rendező hatását dolgozatomban nem számszerűsítettem, de a későbbi kutatásokban célszerű lenne egy olyan mutatószám vagy eljárás kialakítása, amely a színész vagy rendező korábbi filmjeinek bevételeit és az általa a megszerzett díjakat súlyozza. Ezeket egy rövid időintervallumon belül kellene vizsgálni, hogy az aktuális állapotot mutassák.

A válaszok megtalálásához szükség van egy olyan mintára, amelyben a kérdéses paraméterek jelen vannak, és megfelelő módon vizsgálhatók. Ez azt jelenti, hogy olyan országokat kell vizsgálni, ahol a lakosság széles köre jár moziba, és a filmek széles körét tekinti meg. Érdemes egymástól eltérő és egymáshoz hasonló kultúrákat is kiválasztani, hogy minél reprezentatívabb legyen a minta. Szükség lesz még a filmek egy olyan csoportjára, amely minden vizsgált országban vetítésre került, és minden vizsgálati tényezőről megbízható adatok találhatók hozzá.

3.1. FELTEVÉSEK

A dolgozatom alapfeltevése az, hogy a kulturális transzfer sikere vagy kudarca megváltoztatja a fogyasztó adott kulturális cikkről alkotott véleményét. A mozilátogató vélhetően nem ül be egy olyan filmre, amely gyökeresen ellentmond kultúrája szabályainak, esetleg nem is érti meg azt. A kulcs ebben az esetben a kulturális távolság. A két kultúra közötti szakadék növekedése megnehezítheti egy film eladását vagy sikeressé válását. Az első feltevésem ez alapján:

1. Minél nagyobb a távolság két kultúra között, annál jobban eltér az általuk preferált mozifilmek köre.

Amennyiben a kultúra érzékelhető hatást fejt ki a nemzetközi mozifilmes adatokra, érdemes megvizsgálni, milyen tényezők bújnak meg ezen hatások mögött. Ehhez Hofstede modelljét használom. Az öt dimenzió és a film-specifikus tényezők (műfaj, technológia, kritika) között valószínűleg érzékelhető kapcsolat lesz. Ilyen kapcsolat lehet az individualizmus-kollektívizmus és hazai filmgyártás, a maszkulinitás-femininitás és az akciófilmek sikere, valamint a bizonytalanságkerülés és az eredeti filmek bevétele között. A második feltevés tehát így néz ki:

2. A Hofstede által megalkotott modell egyes dimenzióiban mért pontszámok és a film-specifikus változók között lineáris a kapcsolat.

A lineáris kapcsolat feltételezése a Hofstede félé dimenziók természetéből következik. Valószínűsíthető, hogy minél maszkulinabb egy kultúra, annál inkább növekszik az akciófilmek bevétele. Ez a feltevés az egyes dimenziók és film-specifikus tényezők kapcsolatát tételezi föl. Amennyiben sikerül kapcsolatot találni a két változó között, a kultúrák különbözőségét feltételezve tovább lehet lépni az egyes kultúrákon belül tapasztalt jellegzetességek feltárására:

3. A film-specifikus tényezők befolyásolják egy film által az adott kultúrában elért bevételeket.

A hatás abban mutatkozhat meg, hogy a sikeres filmek a tulajdonságok egy bizonyos halmazát viselik magukon egy adott kultúrában. Az egyik helyen a sztárok, a

másikban a műfaj, a harmadikban a 3D lesz a döntő tényező a jegyvásárlásban. Meg kell vizsgálni a különböző tulajdonságokat, és ki kell választani azt, amelyik kimutatható hatással van a bevételekre.

3.2. ADATOK

Dolgozatomban 8 országot (Brazília, Franciaország, Japán, Magyarország, Szingapúr, illetve az Egyesült Államok és két hozzá kulturálisan nagyon közel álló ország Nagy Britannia és Ausztrália) mutatok be, melyek közül háromnak (Japán, Magyarország és az Egyesült Államok) külön fejezetet szentelek. A vizsgált országok filmszínházainak összesített bevételi statisztikáit a Box Office Mojo weboldáról gyűjtöttem össze. Fontos adatforrás volt még a *European Audiovisual Observatory* évente megjelenő kiadványa, a *Focus – World Market Trends*, amely értékes adatokat tartalmaz, nemcsak a mozifilmek nemzetközi szerepléséről, hanem az iparág teljesítményéről, a piac alakulásáról is. Azonban még így is kimaradtak az elemzésből olyan izgalmas kutatási területek, mint a feltörekvő Kína, ahol a filmipar és a mozilátogatás jelentős növekedésen és változáson esett át az utóbbi években, de ahol nem áll rendelkezésre elegendő adat a kutatáshoz. Az országok kiválasztásánál ezen kívül még a kulturális távolság is szerepet játszott, amiről a III.3. fejezetben lesz szó.

A dolgozatban 182 különböző film bevételi adatait vizsgáltam meg, amelyet a Box Office Mojo weboldáról gyűjtöttem össze. A mintát a 2010-2012-es időszak legsikeresebb filmjei közül választottam ki. 168 mozifilm (Ld. 1. Melléklet) a 8 vizsgált ország 50 legsikeresebb alkotása közül került ki, mégpedig a 2011-es évből. A mozifilmeket katalogizáltam a gyártó ország és a műfaj szerint. 77 filmet (Ld. 2. Melléklet), melyek közül 63 a 168-as listában is szerepelt, kiemelten elemeztem. Ezekről további adatokat gyűjtöttem, mégpedig az általuk képviselt technológiát, az eredetiségüket, valamint a 8 országban elért bevételi eredményeiket. A 77 film kiválasztásában fontos szerepet játszott, hogy a filmeket lehetőleg mindhárom kiemelten vizsgált országban bemutassák, így össze lehet hasonlítani a különböző régiókban elért eredményeket, illetve elég széles palettáról kerüljenek ki a különböző hatások vizsgálatához.

A filmeknél megvizsgáltam a műfajt, amit az IMDb oldalról állapítottam meg. A több műfaj jellegeit magán viselő alkotásoknál a honlap által is javasolt technikával szűkítettem a listát, vagyis az elsőként említett zsánert emeltem ki az elemzéshez. A

kapott tizenhárom kategóriát aztán egy-egy számhoz rendeltem, így kaptam meg a műfaj változót.

2. táblázat

A műfajok sorszáma, és előfordulásuk a mintában

Műfaj	Előfordulás gyakorisága	Előfordulási arány (%)
Kaland	12	6.59
Animáció	27	14.84
Akcio	43	23.63
Vígjáték	43	23.63
Horror	5	2.75
Thriller	1	0.55
Életrajzi	7	3.85
Rejtély	3	1.65
Bűnügyi	5	2.75
Fantasy	1	0.55
Dráma	32	17.58
Dokumentum	2	1.10
Romantikus	1	0.55
Összesen	182	100

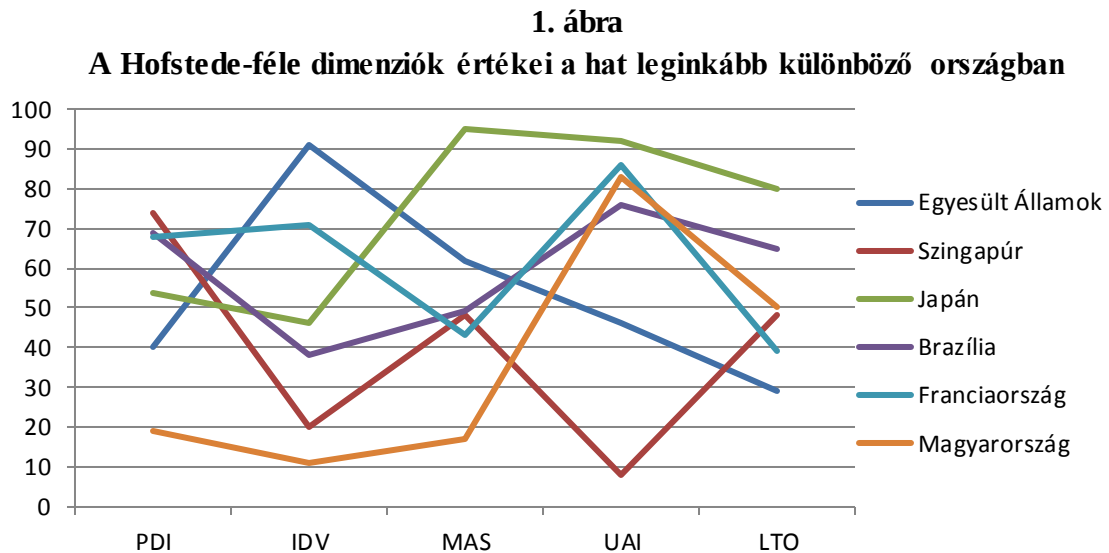
Forrás: szerkesztve a Box Office Mojo adatai alapján

A filmek adatait az IMDb nevű weboldalról gyűjtöttem össze. Ez a legnevesebb filmekkel foglalkozó portál, ahol az elkészült és a készülő alkotásokról is információkhoz lehet jutni. Innen tájékozódtam a filmek gyártási költségéről, eredetiségéről, és az általuk képviselt technológiáról. Az utóbbi két változó bővebb kifejtést igényel. A technológiák közül az IMAX és a 3D volt az, amit belevettem a kutatásba, és mindkettőt két csoportra osztottam: nincs (0) és van (1). Mivel úgy láttam, hogy az utóbbi kategória szétdarabolásával több információhoz juthatok, végül három kategóriát alakítottam ki belőle. Az egyik az IMAX volt, a másik a 3D, a harmadik pedig a kettő együttes jelenléte. Hasonlóan jártam el az eredetiség kérdésében is, ahol eredeti (1) vagy nem eredeti (0) értéket vehettek fel az egyes alkotások. A nem eredeti értékből lett végül a feldolgozás, a folytatás, a feldolgozás folytatása és az igaz történet alapján készült filmek csoportja.

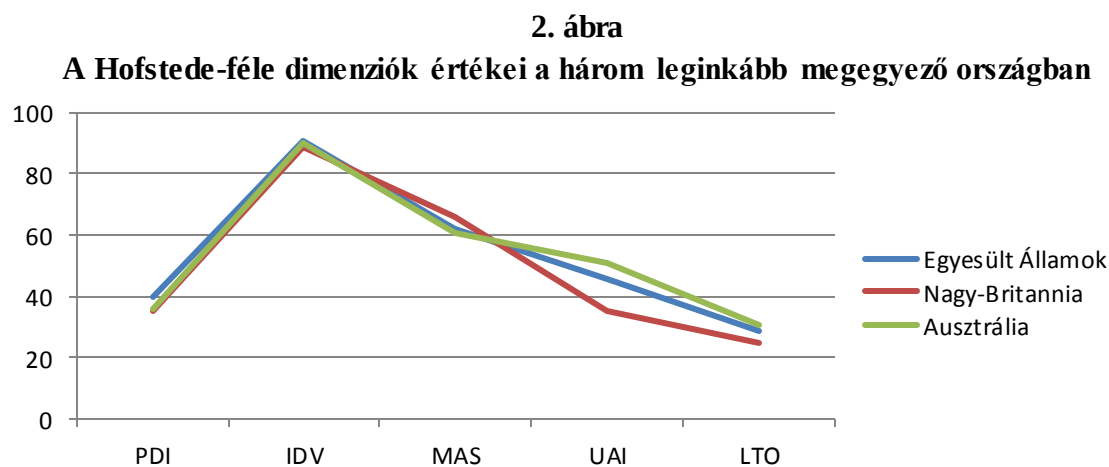
3.3. AZ ORSZÁGOK KIVÁLASZTÁSA

Az országok kiválasztása során az volt a legfőbb szempont, hogy kulturálisan minél távolabb helyezkedjenek el egymástól. Ezt a Hofstede-féle dimenziók értékei alapján állapítottam meg. Az 1. ábrán jól látszik, hogy a kiválasztott országok értékei jelentősen

eltérnek az egyes dimenziókban, ami biztosítja a magas kulturális távolságot. A 2. ábra az Egyesült Államok, Nagy Britannia és Ausztrália értékeit mutatja. Jól megfigyelhető, hogy ennél a csoportnál mennyire egymásra simulnak a vonalak, tehát az értékek alig térnek el egymástól.



Forrás: szerkesztve Hofstede et al. [2008] 78-79., 118-119., 165-166., 216-217. és 264. o. alapján.



Forrás: szerkesztve Hofstede et al. [2008] 78-79., 118-119., 165-166., 216-217. és 264. o. alapján.

Hofstede dimenziói azonban nemcsak arra adnak lehetőséget, hogy megkülönböztethessünk két kultúrát egymástól, hanem ezen különbség számszerűsítésére, mérésére is. Irányadó ebből a szempontból Kogut és Singh (1988) munkája, mely egy egyszerű egyenletet ajánl a kulturális különbségek mérésére. A módszer lényege, hogy a Hofstede-féle indexek különbségét alapul véve számítja ki két kultúra közötti távolságot. A képlet a következőképpen néz ki:

$$CD_j = \sum_{i=1}^4 \left\{ \frac{(I_{ij} - I_{iu})^2}{V_i} \right\} / 4,$$

ahol CD_j jelzi j ország kulturális különbségét az Egyesült Államoktól. I_{ij} jelenti az i -dik kulturális dimenziót j országban, V_i az i -dik dimenzió szórásnégyzete, u pedig az Egyesült Államok jelzése. A képletet tovább bővíthetjük az ötödik dimenzióval, a hosszú távú – rövid távú orientációval. Ez csupán azért nincs benne, mert még nem szerepelt Hofstede modelljében a képlet megalkotása idején. (Kogut et al. [1988] 422. o.)

A képletbe Geert és Gert Jan Hofstede *Kultúrák és szervezetek* (2008) című könyvének adatait behelyettesítve, kiszámíthatjuk a kiválasztott kultúrák távolságát.¹ Viszonyítási pontként az Egyesült Államok mutatóit választottam, mivel a legtöbb vizsgált film onnan származik, ezért az amerikai felfogást és gondolkodásmódot fogja leginkább tükrözni.

Az Egyesült Államokhoz legközelebb Ausztrália és Nagy-Britannia áll, a két országnál a mutató értéke 0,02 és 0,07. Ezután Franciaország következik, a kulturális távolság itt 1,34, majd Brazília Szingapúr 3,01-es értékkel, ami már igen jelentős távolságot jelez. A következő ország Japán, 3,22-es mutatóval. Az Egyesült Államok kultúrájától legtávolabb álló kultúra nem kis meglepetésre a magyar, itt a távolság 4,42.

3. táblázat

A kulturális távolság értéke a vizsgált országok között
(A Kogut és Singh (1988) féle képlet bővített változata alapján)

Ország	Kulturális távolság ²
Ausztrália	0,02
Nagy-Britannia	0,07
Franciaország	1,34
Brazília	2,3
Szingapúr	3,01
Japán	3,22
Magyarország	4,42

Forrás: szerkesztve Hofstede et al. [2008] 78-79., 118-119., 165-166., 216-217. és 264. o. alapján.

¹ A pontszámok a *Kultúrák és szervezetek* Az elme szoftvere című mű 2008-ban, Pécsen kiadott változatában lehet megtalálni, mégpedig a 78-79., 118-119., 165-166., 216-217. és 264. oldalán.

² Minél nagyobb a kulturális távolság oszlopban szereplő érték, annál jobban különbözik az ország kultúrája az Egyesült Államokétól.

3.4. AZ ADATOK ELEMZÉSE

3.4.1. Helyi és külföldi filmek

A 8 kiemelt országban a 2011-es év 50 legsikeresebb alkotását vizsgáltam meg. A lista 168 különböző filmet tartalmaz, ami 21 filmet jelent országonként. Számos olyan alkotás van, amely az összes országban felbukkan. Ezek az alkotások jellemzően a hollywoodi szuperprodukciók, melyek mögött jól kiépült nemzetközi hálózat áll, az Egyesült Államokhoz nem kötődő filmek ritkán lépik át a gyártó ország határait.

A helyi és külföldi filmek arányát a 4. táblázat foglalja össze. A legtöbb országban a külföldi filmek uralták a piacot. Magyarországon a tavalyi évben nem került be helyi film a legjobb 50 közé, ami a filmiparban bekövetkezett változásoknak köszönhető, de a brazil, ausztrál és szingapúri listán is alig volt hazai film. Nagy-Britanniában szintén kevés kizárólag a szigetországban készült mozifilm jutott be a legjobb 50 közé, szám szerint 2, de a koprodukciók valamelyest ellensúlyozták a kedvezőtlen arányt. Ezzel szemben Japánban szép számmal készültek helyi alkotások, és ezeket a nézők is kedvelték. 5-ből 3 alkotás hazai volt a 2011-es toplistán. A vizsgált 8 ország közül csak Franciaország büszkélkedhet hasonlóan jó aránnyal, de ott is csak a filmek 30 %-a volt francia. További 3 olyan alkotás volt, amely francia részvétellel készült, 6 %-ot javítva az előbbi arányon. Meg kell azonban említeni, hogy hazai alkotások szerezték meg a toplista első és második helyét, ez még az erősen szereplő japán filmeknek sem sikerült.

4. táblázat
A filmek gyártó ország szerinti megoszlása a 8 országban

Ország	Hazai filmek	Hazai koprodukciók	Külföldi filmek	Hollywoodi filmek vagy koprodukciók
Ausztrália	2	0	48	48
Brazília	6	0	44	44
Egyesült Államok	41	9	0	50
Franciaország	15	3	32	31
Japán	30	0	20	18
Magyarország	0	0	50	48
Nagy-Britannia	2	10	38	46
Szingapúr	4	0	46	40

Forrás: szerkesztve az IMDb adatai alapján.

Az adatokból az tűnt ki, hogy az angol anyanyelvű országokban nincs nagy igény a hazai filmekre, hiszen az amerikai piac kiszolgálja őket. A brit filmipar ennek némiképp ellentmond, hiszen 12 hazai kötődésű film készült, ugyanakkor ebből 8 az Egyesült

Államokkal karöltve valósult meg. Ahogy korábban említettem, Hollywood igyekszik megosztani a jelentős befektetéssel járó filmkészítés terheit, és ezt a trendet támasztja alá a tengerentúli szomszédjával való szorosabb együttműködés. Az összefonódás ugyanakkor a filmszínházakat vizsgálva is megjelenik: a legjobb 50 közé nem került be olyan film, amely ne kötődött volna az Egyesült Államokhoz vagy Nagy-Britanniához. Ausztráliában ugyanez a helyzet, csak koprodukciók nélkül. Az adatokból egy zárt piac képe rajzolódik ki, amelyet az Egyesült Államokból származó alkotások uralnak.

A vizsgált országokat három csoportra bonthatjuk. Az első csoportba tartoznak a virágzó filmgyártással rendelkező és a helyi filmeket kedvelő országok. Ide sorolnám Japánt, Franciaországot és természetesen az Egyesült Államokat. A másik csoportba azok az országok tartoznak, ahol a filmipar fejletlen vagy gyengélkedik. Ilyen ország Magyarország, Szingapúr és Brazília, ahol kevés hazai alkotás készül, és a külföldi filmek nagy része észak-amerikai. Harmadik csoportba az angol anyanyelvű országokat sorolnám, ahol lenne ugyan töke a filmgyártás felfuttatására, de az Egyesült Államokból származó filmek teljes mértékben kiszolgálják a mozi látogatók igényeit. Az Egyesült Államok ugyanakkor fel is szívja a brit és ausztrál alkotókat, rendezőket, színészeket, akik bekerülnek a hollywoodi gépezetbe. Az angol nyelvű országok csoportja ugyanakkor zárt közeg, nem engedi beférkőzni a külföldi alkotásokat.

Az Egyesült Államokból érkező filmek nem csak az angol nyelvű országokban válnak a filmszínházak igáslovaivá. Mind a 8 vizsgált országban a hollywoodi produkciók voltak túlsúlyban a külföldi filmek között. Ez még Szingapúrban és Franciaországban is így volt, ahol máskülönben egyéb filmek is jól szerepeltek. A filmfogyasztás kétpólusúvá vált, az egyik oldalon a hazai filmek vannak, a másikon a hollywoodiak.

A kétpólusú filmfogyasztás a 8 országban a legjobb 50 közé jutott filmek összesített listáján is visszatükröződik. Az 5. táblázatból jól látszik, hogy a 168 film közül 98 volt részben vagy teljesen az Egyesült Államokhoz köthető, vagyis az összes alkotás 58,4 %-a. Ebből 73 kizárólag hollywoodi produkció volt, tehát a vizsgált minta 43,5 százaléka. A japán mozifilmek további 17,8 százalékot tettek ki, míg a francia filmek ennek felét, 8,9 %-ot. A maradék 25 film között brazil, szingapúri, ausztrál, brit és kínai mozifilmeket, valamint európai koprodukciókat találunk.

5. táblázat
A helyi és külföldi filmek száma és aránya a 8 országban

Származási ország	Filmek száma	Filmek aránya (%)	Filmek kumulatív aránya (%)
Egyesült Államok	73	43,5	43,5
Egyesült Államok koprodukcióban	25	14,9	58,4
Japán	30	17,8	76,2
Franciaország	15	8,9	85,1
Brazília	6	3,6	88,7
Szingapúr	4	2,4	91,1
Egyéb	15	8,9	100,0
Összesen	168	100	

Forrás: szerkesztve az IMDb adatai alapján.

Elmondhatjuk, hogy a hollywoodi filmek a világ minden részén jövedelmezőek. Bizonyos adatok azonban arra utalnak, hogy léteznek helyi klaszterek, amelyekben szabadon áramlanak a (nem amerikai) mozifilmek. Szingapúrban például a helyi alkotások mellett szépen szerepeltek a hongkongi, kínai és tajvani mozifilmek. A klaszterhatás az Európai Unióban is feltűnt, bár jóval gyengébben. Ezek az országsoportok valószínűleg a földrajzi és kulturális közelség alapján szerveződnek. Ha megvizsgáljuk Szingapúr és az említett kultúrák közötti távolságot (Hongkong: 1,07; Kína: 2,18; Tajvan: 2,05), akkor azt találjuk, hogy ez az érték rendre kisebb az Egyesült Államok esetében kapott pontszámánál (3,07). Az adatokból azt szűrhetjük le, hogy a mozilátogatók igénylik a hozzájuk közel álló kultúrákból származó mozifilmeket, és egy erős filmiparral rendelkező ország megjelenése klaszterképződéssel járhat, ami hosszabb távon filmkínálat színesedését eredményezheti.

3.4.2. Hofstede dimenzióinak hatása a helyi és külföldi filmek arányára

A hazai és külföldi filmek arányát statisztikai eszközökkel vizsgálva kiszámíthatjuk, hogy milyen erős az összefüggés Hofstede dimenziói és a mintában tapasztalt sajátosságok között. Feltételezhető, hogy lineáris kapcsolat áll fenn a bizonytalanságkerülés index értéke és a külföldi filmek aránya között, mivel az erősen bizonytalanságkerülő kultúrák kevésbé toleránsak más kultúrákkal szemben. Továbbá azt is feltételezem, hogy az individualizmus értéke egyenesen arányos az első 50 között szereplő helyi filmek arányával, mivel az önmegvalósításhoz és az önkifejezéshez kapcsolódó értékeket és

szemléletet hordoz magában - és a filmkészítéshez ez elengedhetetlenül szükséges -, továbbá az individualista társadalmak tagjai elvárják a véleménynyilvánítást, ami szintén ösztönözheti a filmek gyártását és fogyasztását. Ezeknek a hatásoknak a létét és erősségét a korrelációs együttható mutatja meg.

A korrelációs együttható megmutatja, hogy két változó között milyen irányú az összefüggés, továbbá arról is információval szolgál, hogy az mennyire erős és valószínűsíthető. Az elemezni kívánt változó ez esetben a külföldi mozifilmek száma és a bizonytalanságkerülési index, valamint a helyi mozifilmek száma és az individualizmus dimenzió értéke. A számítást elvégezve megkapjuk a korrelációs együtthatót, amely az előbbi esetben $-0,097$ és $0,329$. Az első esetben azt mondhatjuk, hogy nincs kapcsolat a két változó között, a második esetben egy gyenge pozitív kapcsolatot feltételezhetünk. A bizonytalanságkerülés látszólag nincs hatással a külföldi filmek arányára, és az individualizmus is csak gyenge hatást fejt ki a hazai filmek arányára. A szignifikancia szint magas értéke pedig arra utal, hogy a mintában talált összefüggés nem általánosítható a populáció egészére.

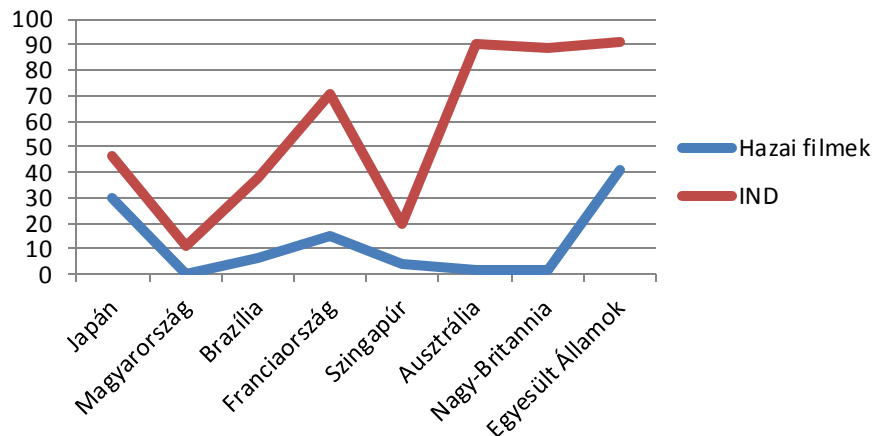
A vizsgálatot kibővítve a többi dimenzióra érdekes információkhoz juthatunk. Először is, a hatalmi távköz és az időbeli orientáció nem mutat összefüggést a külföldi filmek arányával, ugyanakkor a maszkulinitással igen. A korrelációs együttható értéke $-0,522$, tehát feltételezhető egy közepes erősségű negatív irányú kapcsolat a két változó között. Ugyanakkor az individualizmus index értéke is összefügg a külföldi filmek arányával. A korrelációs együttható értéke ez esetben $-0,462$, tehát minél inkább kollektivisták egy kultúra, annál több külföldi film kerülhet be a legjobb 50 közé.

Mivel Ausztrália, Nagy-Britannia és az Egyesült Államok meglehetősen közel áll egymáshoz kulturálisan, akár egy helyi piacnak is tekinthető. A 3. ábra szemlélteti a két ország által okozott torzulást. A két vizsgált változó (az individualizmus-kollektívizmus index értéke és a hazai filmek száma) értéke követi egymást, a csúcsok és völgyek megfelelnek egymásnak, ugyanakkor Ausztrália és Nagy-Britannia esetében azt láthatjuk, hogy az erős individualizmus ellenére kevés a hazai produkció a legjobb 50 között. Az Egyesült Államok esetében már helyrebillen ez az érték. Ez arra utal, hogy a három egymáshoz igen közel álló kultúra valóban egy piacot alkot, aminek az Egyesült Államok a motorja.

Ha a korrelációs együtthatót kiszámoljuk Ausztrália és Nagy-Britannia nélkül, erősebb összefüggést találunk a változók között. Az individualizmus index értékét és a legjobb 50 közé jutott külföldi filmek számát alapul véve $-0,870$ az eredmény, tehát erős

negatív hatással van a magas individualizmus a külföldi filmek arányára. Körülbelül ugyanezt az értéket kapjuk, csak éppen pozitív előjellel, ha a helyi filmek összegével számolunk. Az individualizmus tehát valóban kimutatható hatást gyakorol a filmgyártásra és a filmek fogadtatására a mintában.

3. ábra
A hazai filmek száma és az individualizmus-kollektívizmus index értékének ábrázolása koordináta rendszerben 8 országot vizsgálva



Forrás: szerkesztve Hofstede et al. [2008] 78-79., 118-119., 165-166., 216-217. és 264. o. és az IMDb adatai alapján.

A vizsgált országcsoporthoz szűkítése a maszkulinitás-femininitás index értékével számolt korrelációs együtthatóra is hatással volt. Itt is elmondhatjuk, hogy erősebb összefüggést sikerült kimutatni mind a hazai, mind a külföldi filmek számát vizsgálva. A férfias kultúrákban több hazai film került be a legjobb 50 közé, tehát a közönség fogékonyabb volt a helyi filmekre. Ez talán annak köszönhető, hogy a maszkulin kultúrákban erősebb a versenyszellem, ami a filmgyártást ösztönözheti, illetve a feminin kultúrák elfogadóbbak a másságot illetően, és nem jellemző náluk a kettős mérce használata.

3.4.3. Műfaj

Most pedig térjünk át a vizsgált országok legsikeresebb filmjeinek műfaj alapján történő vizsgálatára. A 168 mozifilm műfaj szerinti eloszlását a 6. táblázat szemlélteti. Látható, hogy a 8 vizsgált országban az akció, az animáció, a vígjáték és a dráma műfaja volt a legnépszerűbb. Az utolsó sor összesíti, hogy a 168 film közül hány darab esett az adott kategóriába. (Mivel az összesített érték nem tartalmaz egyezéseket - egy film csak egyszer szerepel benne, nem úgy, mint a vizsgált országok 50 első filmje között, ahol több film az

összes listán felbukkant -, ezért nem számítható ki az oszlopok végösszegeként.) Ezek szerint az akciófilmek közül 37 különböző alkotás jutott be a 8 ország legalább egyikében az első 50 közé, animációs filmekből 27, vígjátékból 39, drámából 31.

A változók összefüggésének vizsgálatára létezik egy egyszerű és közkedvelt statisztikai módszer, a khi-négyzet próba. Ezt főleg nominális változóknál használják, de az intervallum skálán értelmezett adatoknál is lehetőség nyílik a használatára, ha azok egyszerűbben kezelhető formába vannak transzformálva. A khi-négyzet próba alapfeltevése szerint két egymással szemben nem különbségképző tényezőként viselkedő változó értékei egyenletes eloszlásúak lesznek.

A táblázatban csupán néhány igazán kiugró értéket találunk, ilyen például a vígjátékok és drámák száma Japánban vagy az akciófilmek száma Szingapúrban. Azt kell eldöntenünk, hogy ez a véletlen műve, vagy a két változó (az ország és a műfaj) hatással van egymásra. Az egész mintán elvégzett khi-négyzet próba nem mutatott számottevő kapcsolatot, a szignifikancia szint 0,290 volt. Mivel a dolgozatomban azt próbálom kideríteni, hogy a magas kulturális különbség hatással van-e a filmek fogadtatására, ezért a próbát az alacsony és magas kulturális távolságot mutató országok csoportján is elvégeztem. Ausztrália, Nagy-Britannia és az Egyesült Államok esetében azt tapasztaltam, hogy a próba értéke még kevésbé volt szignifikáns ($p=0,916$). A másik 5 ország esetében azonban kimutatható volt a változók kapcsolata, a p értéke jóval az alfa 0,05-ös értéke alatt volt, tehát elutasíthattuk a nullhipotézist, miszerint a keresztábla értékei egyenletes eloszlásúak. A khi-négyzet próba megerősített abban, hogy a kulturális távolság hatással van a megtekintett filmek körére.

6. táblázat

Az 50 legsikeresebb mozifilm műfaj szerinti eloszlása a 8 országban

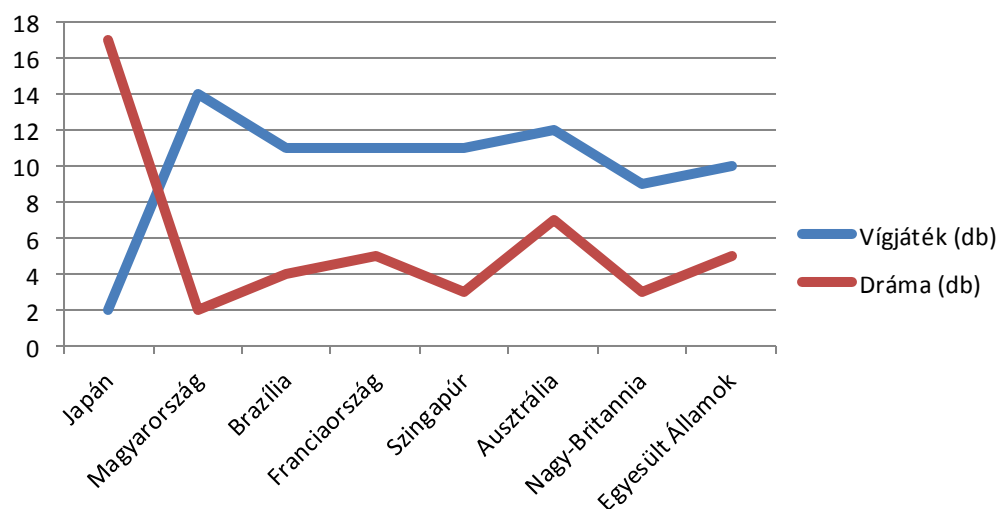
Ország	Akción (db)	Animáció (db)	Bűnügyi (db)	Dokumentum-film (db)	Dráma (db)	Életrajzi (db)	Horror (db)	Kaland (db)	Misztikum (db)	Romantikus (db)	Thriller (db)	Vígjáték (db)
Japán	13	11	0	1	17	2	0	3	1	0	0	2
Magyarország	13	11	1	0	2	2	1	4	1	1	0	14
Brazília	18	9	1	0	4	1	3	3	0	0	0	11
Franciaország	10	11	2	0	5	2	2	6	1	0	0	11
Szingapúr	20	9	0	0	3	0	2	3	1	0	1	11
Ausztrália	12	11	0	0	7	1	1	4	2	0	0	12
Nagy-Britannia	10	14	1	0	3	2	2	7	2	0	0	9
Egyesült Államok	15	11	1	1	5	1	1	3	2	0	0	10
Összesen	37	27	5	2	31	6	5	12	2	1	1	39

Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

A műfajok és Hofstede dimenzióinak kölcsönhatását megvizsgálva képet kaphatunk arról, hogy mi okozza az eltérést a megtekintett filmek körében. Ehhez kiszámoltam a dimenziók és filmek eloszlásának korrelációját. Azt akartam megtudni, hogy létezik-e lineáris kapcsolat a kulturális indexek értékei, és az adott műfajt képviselő filmek száma között. Az egyik változó az első esetben a hatalmi távköz dimenzió értéke volt a vizsgált országokban, a másik változó pedig a kalandfilmek száma a 8 országban. Ezzel az eljárással ki tudtam számolni, hogy a magas hatalmi távköz értékhez magas kalandfilm értékek tartoznak-e. A számítást ezután elvégeztem a többi indexszel is. A műfajok közül csak a kaland, az akció, a dráma, a vígjáték és az animáció műfaját vizsgáltam meg, mert ezekben a kategóriákban elég magas a megfigyelések száma.

Erős lineáris kapcsolatot a változók között csak a vígjáték és dráma műfajnál találtam. Ahogy a 4. ábrán látszik, ez a két műfaj ellentétesen mozgott a 8 országban, az erősen férfias Japánban a drámák szinte kiszorították a vígjátékokat, míg a femininitás felé hajló Magyarországon ez pont fordítva történt. A vígjáték esetében a korrelációs együttható értéke $-0,896$ volt, tehát a férfias kultúrákban kevesebb vígjátékot néznek, a dráma esetében pedig $0,805$, tehát a nőies kultúrákban jobban kerülnek a dráma műfaját.

4. ábra
A vígjátékok és drámák eloszlása a vizsgált országokban



Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.:

A műfaj és a kultúra kapcsolatának feltárását a különböző műfajokhoz tartozó filmek által elért bevétel vizsgálatával bővíthetjük tovább. A műfajok közül csak azokat vizsgáltam, ahova legalább 5 mozifilm tartozott, így a minta 77 filmjéből csak 70 került bele az elemzésbe. Ezeknek a filmeknek megvizsgáltam a különböző országokban elért

bevételeit. A műfajonkénti átlagbevételeket az átlagbevételek összegéhez viszonyítva százalékos formában elemeztem az adatokat. Ezzel a módszerrel össze tudtam hasonlítani a műfajok sikerességét az eltérő kultúrákban.

A 7. táblázatban látható adatokból kirajzolódtak a három piac sajátosságai. Ausztrália egyik műfajnál sem mutat kiemelkedő értékeket, míg Braziliában az animációk jobban, az életrajzi filmek rosszabbul teljesítenek a többi országhoz képest. Franciaország mondható a legnagyobb különecne, hiszen több műfaj is szélsőségesen teljesített. Az akció- és kalandfilmeket nem kedvelték, de nem díjazták a vígjátékokat és drámákat sem, míg az életrajzi filmek kiemelkedően jól teljesítettek. Magyarországon az animációs filmek és a vígjátékok szerepeltek jól, míg a drámák rosszul. Japánban ugyanakkor az előbbi két műfaj gyengén teljesített, ellentétben az akció- és kalandfilmekkel. Az akciófilmek mégis Szingapúrban termelték a legtöbb bevételt a többi országhoz képest, míg az életrajzi filmek itt érdekelték a legkevesebb nézőt. Az Egyesült Királyságban ugyanakkor a kalandfilmek voltak a legsikeresebbek. Az Egyesült Államok preferenciái leginkább az ausztrál ízléshez hasonlítanak, ugyanakkor itt volt a legkisebb a különbség az egyes műfajok átlagbevételei között.

7. táblázat
A műfajok átlagbevételeinek összehasonlítása országok szerint

	Akció (%)	Kaland (%)	Animáció (%)	Életrajzi (%)	Vígjáték (%)	Dráma (%)	Összesen (%)
Japán	22.68	29.98	15.90	17.24	2.71	11.49	100
Brazília	18.38	24.98	27.84	8.32	11.67	8.81	100
Magyarország	16.07	22.88	28.20	9.79	15.32	7.74	100
Franciaország	9.85	17.36	20.31	38.81	5.75	7.91	100
Szingapúr	24.80	26.26	24.64	3.91	7.45	12.94	100
Ausztrália	15.16	24.90	20.86	16.14	12.60	10.34	100
Egyesült Királyság	12.98	30.34	18.70	20.09	9.07	8.82	100
Egyesült Államok	18.68	21.89	20.75	12.43	12.67	13.58	100

Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

A műfaji preferenciák egy részét már sikerült megmagyarázni a korábbi fejezetekben. A fenti adatokból szintén azt szűrhetjük le, hogy a 8 ország lakói igen eltérő módon választják ki, hogy melyik filmre üljenek be. Ha megvizsgáljuk az átlagbevétel adatok korrelációját a Hofstede-féle dimenziók értékeivel, akkor azt láthatjuk, hogy a maszkulinitás-femininitás index értéke pozitív szignifikáns hatással van a kaland (a

korrelációs együttható értéke 0,627, a szignifikancia szintje 0,48) és negatív szignifikáns hatással ($r_s=0,699$, $p=0,27$) van az animációs filmek bevételeire. A többi dimenzió esetében nem sikerült szignifikáns kapcsolatot kimutatni.

Az eredmények némiképp zavarba ejtőek, hiszen nem erősítik meg a korábban megfigyelt kapcsolatot a drámák és vígjátékok, valamint a maszkulinitás-femininitás index értéke között. Mi lehet ennek az oka? Ha megvizsgáljuk az elemzett filmeket, választ kaphatunk erre a kérdésre, ugyanis az első mintában több ország filmjei szerepeltek, míg a másodikban főként amerikai filmek. Japánban, ahol sok dráma szerepelt a legsikeresebb 50 között, magasabbnak kellene lennie a drámák átlagbevételeinek, mind a többi országhoz, mind a többi műfajhoz viszonyítva. Ugyanakkor a japánok várhatóan máshogy viszonyulnak egy külföldi drámához, hiszen az nem ugyanarra az értékrendszerre épül, mint amit a kultúrájuk által magukba szívtak. A második minta ezáltal torzít valamennyit a preferenciákon, ugyanakkor mégis fontos jelzésként szolgálhat az ország lakóinak ízléséről.

3.4.4. A legsikeresebb filmek homogenitása

Ha megvizsgáljuk a legjobb 50 közé jutott filmek közötti egyezéseket, akkor hasonló kép tárul a szemünk elé, mint a hazai és külföldi filmek, valamint a műfaj vizsgálatánál. A 8 ország legsikeresebb 50 filmje által alkotott minta 168 filmjéből mindössze 7 film volt jelen az összes ország mozis toplistáin, és a filmek csupán 41 %-át mutatták be legalább 2 országban. Ezzel szemben 99 alkotás csak egy országban szerepelt. A 400 megfigyelés (a 8 ország 50 legsikeresebb alkotása által alkotott minta) mintegy negyedét teszik ki ezek a magányos alkotások. Ha azonban összevetjük ezt az arányt a leggyakoribb 21 film által alkotott 153 megfigyeléssel, rögtön látszik, hogy mekkora a súlya a hollywoodi szuperprodukcióknak a nemzetközi szintén.

A hollywoodi filmek dominanciája megnehezíti a filmek homogenitásának vizsgálatát, hiszen a gyenge helyi filmgyártással rendelkező országok gyakran a legnagyobb exportőrtől szerzik be a mozifilmeket, ezért az amerikai filmek többségben lehetnek az adott országban. Ez volt a helyzet Magyarország és Brazília esetében, valamint Szingapúrban is.

Ausztrália, Nagy-Britannia és az Egyesült Államok esetében igen nagy volt az egyezés 2011 legsikeresebb alkotásai között. 25 film mindhárom országban szerepelt az első 50 között, 21 film két országban, 33 pedig csupán egy országban. Országoként tehát

11 olyan alkotás volt, amely a másik két listában nem tűnt fel, és 39 film legalább még egy országban feltűnt. A nem angol anyanyelvű országokban kevés film szerepelt mind az 5 ország legsikeresebb alkotásai között, szám szerint 9. Ezzel szemben 95 alkotás csupán egyetlen országban jutott be a legjobb 50 közé, vagyis országonként átlagosan 19. A filmek eloszlás látszólag lényegesen eltér a két csoportnál, aminek a bizonyítására a khi-négyzet próbát használhatjuk.

Az egyik változó ebben az esetben a kulturális távolság. Az országokat ez alapján két csoportba soroltam. Az egyik a magas, a másik az alacsony távolságú országok csoportja volt. A másik változó a filmek közötti egyezések aránya, amelyből három csoportot alakítottam ki. Mivel az egyik csoportban 5, a másikban 3 ország volt, ezért a nagyobb mintát a kisebbhez igazítottam. A nem angol anyanyelvű 5 országnál három kategóriát kellett kialakítanom, hogy az adatok összehasonlíthatóak legyenek. Az első kategóriába estek azok a filmek, amelyek legalább 4 országban bekerültek a legjobb 50 közé, a második kategóriába azok, amelyek 2 vagy 3 országban voltak jelen, a harmadik kategóriába pedig azok, amelyek csak 1 országban lettek sikeresek 2011-ben.

Miután létrehoztam a keresztábrát, kiszámoltam a várható értékeket. Ez alapján a khi-négyzet próba értéke 13,727 volt, a szabadságfok pedig 2. Az előbbi érték $p < 0,001$ szinten szignifikáns, tehát a két eloszlás közötti különbség nem a véletlennek köszönhető. A magas és alacsony kulturális távolság tehát érzékelhető különbséget eredményez a megtekintett mozifilmek homogenitásában.

Az eddigi elemzésekből valószínűsíthető, hogy a filmek piacára hatással van a kulturális távolság. A nézők igyekeznek a hozzájuk közel álló kultúrák filmjeit megtekintetni, ami legmagasabb szinten a helyi filmek választásában valósulhat meg. Ez a hatás egyértelmű az angol nyelvű országokban, ahol az Egyesült Államokból származó filmek monopolizálták a piacot, illetve igen magas volt azoknak a filmeknek a száma, amelyeket mind a három országban bejutottak a legjobb 50 közé. Ugyanakkor Franciaországban, Magyarországon és Szingapúrban is feltűntek a környező, kulturálisan közelebb álló országok alkotásai a legsikeresebb filmek között. Ahol a helyi filmgyártás virágzik, ott a helyi filmek igen jól szerepeltek. Ilyen ország az Egyesült Államok, Japán és Franciaország. A számítások azt mutatják, hogy ezekben az országokban magasabb volt az individualizmus értéke a többi országnál. Ez tehát a második kulturális tényező, amely meghatározza a filmek fogadtatását. A harmadik pedig nem más, mint a maszkulinitás index, amely pozitívan befolyásolja az adott országban megtekintett drámák, és negatívan a vígjátékok számát.

3.4.5. Kritika

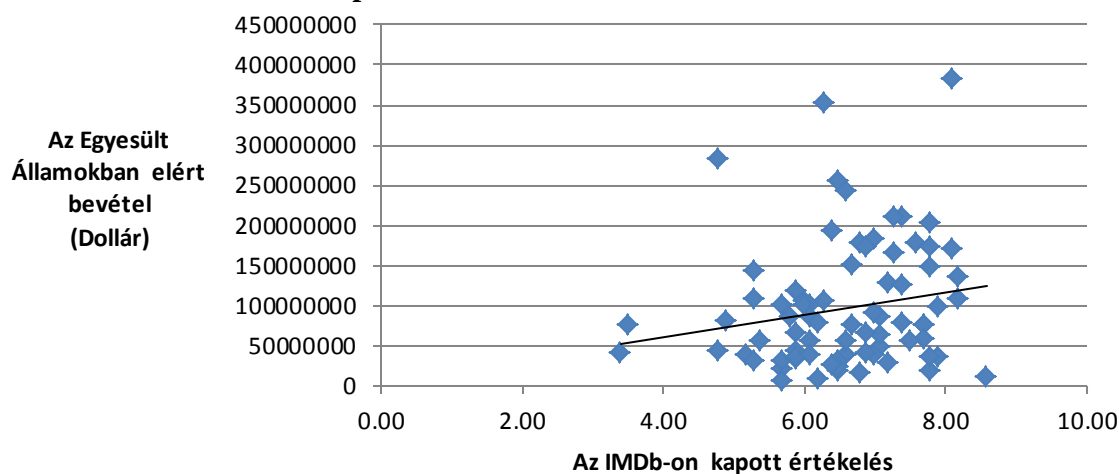
A filmek kritikai megítélése komoly hatással lehet egy film fogadtatására, ugyanakkor feltételezhető, hogy az eltérő kultúrák máshogy reagálnak a külső véleményekre. Egy individualista társadalomban például kevésbé lehet döntő a közösség szava, mint egy kollektivista kultúrában. A kritikusok véleménye ugyanakkor a hatalmi távközzel állhat összefüggésben. A kisebb hatalmi távközzel jellemezhető országok lakói valószínűleg kevésbé veszik figyelembe a hivatalos véleményeket. A kultúra tehát több módon is befolyásolhatja a fogyasztó választát a külső forrásból származó ítéletekre. A kritikák összegyűjtése azonban problémás feladat, ezek rendszerszerű gyűjtése – nem véletlenül – még csak az Egyesült Államokban valósult meg igazán hatékonyan.

A kritikákat a legnagyobb filmes portál, az IMDb weboldal gyűjti. Az adatbázisából kétféle kritikai adatot lehet elérni: az egyik a Metacritic kritika-összesítő oldalon elért eredmény, vagyis a kritikusok véleménye, a másik az IMDb saját platformján leadott szavazatok átlagértéke, vagyis a közönség véleménye. Míg előbbi érték csupán az Egyesült Államokban megjelent kritikákat foglalja össze, addig az IMDb oldalon mindenki szavazhat, akinek van internet elérése és regisztrál, tehát ez a nemzetközi véleményeket is tartalmazza. Ezeket a változókat a jegypénztáraknál elért bevétellel vetem össze, ami számszerűsített, intervallumskálán értelmezhető formában mutatja be a siker mértékét, így az elért helyezésnél magasabb mérési szintű adatokkal dolgozhatok.

Először vizsgáljuk meg a két kritikai változó és az Egyesült Államokban elért bevétel kapcsolatát egy koordináta rendszerben (Lásd: 5. és 6. ábra). Láthatjuk, hogy a kritikusok sokkal szélsőségesebben ítélnék meg egy filmet, ugyanakkor sem a közönség, sem a kritikusok jó véleménye nem jelent garanciát az anyagi sikerre. Ha ez így lenne, a koordinátarendszer jobb oldalán lévő pontok rendre magasabban helyezkednének el. A pontdiagramba illesztett lineáris trendvonal majdnem egyenes, tehát alig növekednek a várható értékek az értékelés emelkedésével. Az IMDb-on kiosztott pontok esetén azonban ez kevésbé egyértelmű, mint a hivatásos kritikákat összesítő pontszám esetén, de a korrelációs együttható értéke arra utal, hogy a kritikai megítélés nem függ össze a film által elért bevétellel.

5. ábra

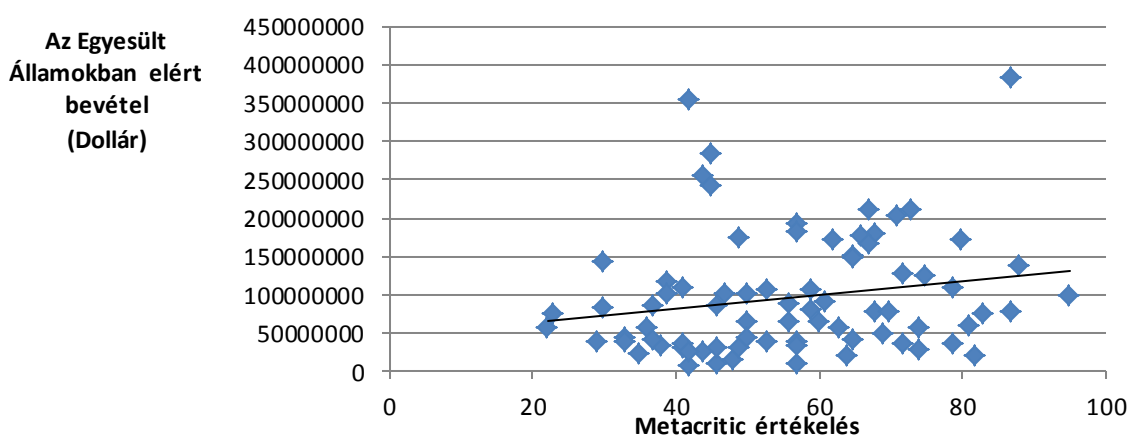
Az imdb-com oldalon kapott értékelés és az Egyesült Államokban elért bevétel kapcsolatának ábrázolás koordináta rendszerben



Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

6. ábra

A Metacritic kritikaösszesítő oldalon szerzett pontszám és az Egyesült Államokban elért bevétel kapcsolatának ábrázolás koordináta rendszerben



Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

Mielőtt azonban továbblépni, érdemes megvizsgálni, hogy a többi ország bevételi eredményeire hatással van-e a filmek amerikai megítélése. Feltételezhető, hogy az interneten vagy más csatornákon értesülhet a mozilátogató az észak-amerikai nézők és kritikusok véleményéről. Ez még akkor is igaz, ha a filmet egyszerre mutatják be két országban, hiszen a stúdiók sajtóvetítéseket tartanak a bemutató előtt, amelynek egyik célja az érdeklődés felkeltése és a pozitív visszhang megteremtése. Ezen kívül az érdeklődőknek a mozifilm teljes futása alatt lehetősége van az információgyűjtésre ezeken a csatornákon keresztül.

A korrelációs együttható és a szignifikancia szint kiszámolása után azt tapasztaljuk, hogy sem a kedvező sajtóvisszhang, sem az átlagnézők véleménye nem változtat a filmek magyarországi és japán bevételén. A korrelációs együttható értéke mindkét ország esetén a 0-hoz közelített, és az összefüggés sem volt szignifikáns. Az Egyesült Államokból induló sajtóvisszhang tehát nincs hatással a filmek bevételére egyik országban sem, ahogy az IMDb szavazóinak véleménye sem.

3.4.7. Technológia

A 2.1.3. fejezetben elemeztem a különböző filmszínházi technológiák elterjedtségét, és az adatokból az látszott, hogy Ázsiában és az Egyesült Államokban a digitális 3D, míg Európában a digitális 2D vezeti a fejlesztéseket. Igen valószínű, hogy a technológiák bevezetése a keresletet követi, ezért érdemes megvizsgálni, hogy a különböző kultúrák hogyan reagálnak a különböző technológiát képviselő filmekre.

A három ország preferenciáinak kiderítésére 4 csoportba soroltam a filmeket. Az első csoportba a hagyományos 2D-s mozifilmek kerültek, a másodikba az IMAX technológiát használó filmek, a harmadikba a 3D-s filmek, a negyedikbe pedig az IMAX és 3D technológiát egyszerre nyújtó filmek. Ezt a négy csoportot aztán megvizsgáltam aszerint, hogy átlagosan mennyi bevételre tettek szert, illetve hogyan aránylott az átlagbevétel az átlagbevételek összegéhez. Az adatok a 8. táblázatban láthatók.

8. táblázat

Az eltérő technológiát képviselő filmek átlagbevételeinek összehasonlítása országok szerint

	2D (%)	IMAX (%)	3D (%)	IMAX és 3D (%)	Összesen (%)
Japán	7.9	28.2	15.8	48.0	100.0
Brazília	11.4	18.6	30.5	39.6	100.0
Magyarország	13.2	17.0	22.0	47.8	100.0
Franciaország	18.7	19.1	20.2	42.0	100.0
Szingapúr	9.9	27.7	25.4	37.0	100.0
Ausztrália	16.8	23.9	20.3	39.0	100.0
Egyesült Királyság	18.5	18.6	22.2	40.7	100.0
Egyesült Államok	17.4	25.7	20.2	36.7	100.0

Forrás: szerkesztve a Box Office Mojo és az IMDb adatai alapján.

Az adatokból a következő kép bontakozik ki. A hagyományos 2D-s filmek Franciaországban és az Egyesült Királyságban a legsikeresebbek, míg Japánban és Szingapúrban számíthatnak a legkevesebb bevételre. Az IMAX ezzel szemben az utóbbi két országban a legsikeresebb, az Egyesült Királyságban pedig a legkevesebb sikeres. A 3D-s alkotások Japánban szerezték a legkevesebb, Brazíliában pedig a legtöbb bevételt. Az IMAX és 3D-s alkotások ezzel szemben Japánban voltak a legsikeresebbek, hatszor annyi hasznot hoztak, mint a hagyományos 2D-s filmek. Hasonlóan magas átlagbevételt produkáltak Magyarországon is, míg Szingapúrban és az Egyesült Államokban alulteljesítettek a többi országhoz képest.

Összességében azt lehet elmondani, hogy a hagyományos 2D-s filmek számíthatnak a legkevesebb bevételre az összes vizsgált országban, az IMAX és 3D technológiát egyszerre hordozó filmek pedig a legtöbbre. Az IMAX filmek és a 3D-s filmek között ingadozás tapasztalható, hol az egyik, hol a másik a sikeresebb.

A 8 ország preferenciái érezhetően eltérnek, amihez a kulturális sajátosságoknak is köze lehet. A mintából azt lehet megállapítani, hogy a Hofstede-féle indexek közül a bizonytalanságkerülés és a hosszú távú – rövid távú orientáció esetében figyelhetünk meg szignifikáns kapcsolatot a két változó között. Előbbi pozitív szignifikáns hatással (a korrelációs együttható értéke 0,786, a szignifikancia szintje 0,02) van az egyszerre IMAX és 3D-s filmek bevételeire, utóbbi pedig negatív szignifikáns kapcsolatot ($r_s = -0,786$, $p = 0,02$) mutat a hagyományos kétdimenziós mozifilmek által elért bevételekkel. Az első kapcsolatot megmagyarázhatjuk azzal, hogy a bizonytalanságkerülő kultúrák tagjai az erős vizuális élményt nyújtó technológiákat képviselő filmekre ülnek be, így csökkentik annak az esélyét, hogy a filmszínházból elégedetlenül távoznak. A második kapcsolat azt jelzi, hogy a hosszú-távú orientáció a hagyományos 2D-s filmek bevételére negatív hatással van. Ezt azzal magyarázhatjuk, hogy a jövőre fókuszáló kultúrák tagjainak a szemében a magas technológiai színvonal a tartós fejlődés és előrehaladás szimbóluma lehet, és a körülményekhez való jobb alkalmazkodásuk is lehetővé teszi, hogy gyorsan megbarátkozzanak az új fejlesztésekkel.

3.4.7. Eredetiség

Utolsóként azt vizsgálom meg, hogy a 8 ország hogyan viszonyul az eredeti és a nem eredeti alkotásokhoz. Már volt szó arról, hogy a filmpiacot a folytatások uralják, így érdemes megvizsgálni azt, hogy az egyes kultúrák mennyire fogadják jól ezeket a

filmeket. A filmeket öt csoportra osztottam: eredeti filmek, feldolgozások, folytatások, feldolgozások folytatásai és igaz történeten alapuló filmek. Ezeket a csoportokat aztán megvizsgáltam az átlagbevételek eloszlása és aránya szerint. Az adatok a 9. táblázatban láthatók.

Az átlagbevételeket vizsgálva az derül ki, hogy minden országban több bevételt termelnek a folytatások és feldolgozások, mint az eredeti filmek, sőt még az igaz történet alapján készült filmek is megelőzik a teljes egészében egyedi alkotásokat (kivéve Szingapúrban). Az arányok azonban eltérnek. Az eredeti filmek például Japánban a legkevésbé, az Egyesült Államokban pedig a leginkább sikeres alkotások. A feldolgozásokat szintén Japánban kerülik a leginkább, ezzel szemben Szingapúrban rengeteg nézőt csábítanak a filmszínházakba. A franciák a folytatásokért és a feldolgozások folytatásaiért nem hajlandók sok pénzt kiadni, ellentétben a magyar nézőkkel, akik kifejezetten kedvelik az előzményekkel rendelkező mozifilmeket. A feldolgozások folytatásai leginkább a japánokat érdeklik, és Franciaország kivételével mindenhol ezek a filmek a legsikeresebbek. Az igaz történetek legnagyobb rajongói szintén a franciák, olyannyira, hogy ez a legtöbb bevételt termelő filmtípus az országban.

9. táblázat

Az eredeti és nem eredeti filmek átlagbevételeinek összehasonlítása országok szerint

	Eredeti (%)	Feldolgozás (%)	Folytatás (%)	Feldolgozás folytatása (%)	Igaz történet (%)	Összesen (%)
Japán	5.33	9.31	23.38	47.36	14.61	100
Brazília	6.70	16.88	25.65	42.17	8.59	100
Magyarország	8.12	12.18	31.46	38.67	9.56	100
Franciaország	6.06	9.73	16.52	28.15	39.53	100
Szingapúr	6.52	17.47	28.34	43.45	4.22	100
Ausztrália	8.90	13.44	25.39	34.88	17.39	100
Egyesült Királyság	8.15	10.37	23.69	35.87	21.92	100
Egyesült Államok	10.72	15.39	23.31	38.72	11.87	100

Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

A változók közötti korrelációt megvizsgálva arra a következtetésre juthatunk, hogy az individualizmus és a feldolgozások folytatásainak átlagos bevétele között pozitív és szignifikáns kapcsolat áll fenn. A korrelációs együttható értéke -0,690, a szignifikancia szint pedig 0,29. Az önmegvalósítás eszményével nyilván nincs összhangban, ha a

mozifilmek ennyire a korábban lerakott alapokra építkeznek. A feldolgozások ugyanakkor a maszkulinitás-femininitás index értékével mutattak negatív korrelációt. Ezt azzal magyarázhatjuk, hogy a feminin értékeket hordozó kultúrák sokkal befogadóbbak, és még a hosszú távú - rövid távú orientáció is hatással lehet az eredeti és nem eredeti filmek közötti választásra, amit érdemes lenne egy nagyobb mintán is megvizsgálni, hogy megbizonyosodhassunk a hatás valódi létéről. A három kultúráról azonban e nélkül is elmondható, hogy máshogy válogatnak az eredeti és feldolgozás filmek között. A magyarországi és japán közönség jobban kedveli a folytatásokat, mint az Egyesült Államok mozilátogatói, ugyanakkor Japán esetében a feldolgozások folytatásait részesítik előnyben, míg hazánkban az egyszerű folytatásokat is hasonló mértékben jutalmazták.

3.4.8. Preferencia-térkép

Az eddig megszerzett adatok alapján egy preferencia-térképet készíthetünk a 8 országról, amely megmutatja, hogy mely film-specifikus tényezők alapján választanak filmeket az adott kultúra képviselői. Az alábbi táblázatban foglaltam össze az adatokat, melyek akár a filmforgalmazóknak és a marketinges szakembereknek is a hasznára válhatnak. A célország preferenciáinak ismerete segíthet a mozifilm pozicionálásában és a stratégiai döntések meghozatalában.

10. táblázat
A 8 ország preferenciái a film-specifikus tényezőkkel kapcsolatban

	Műfaj	Eredetiség	Technológia
Japán	Kaland; akció	Folytatás és feldolgozás	IMAX; IMAX és 3D
Brazília	Kaland; animáció	Folytatás és feldolgozás	3D; IMAX és 3D
Magyarország	Animáció; vígjáték	Folytatás; folytatás és feldolgozás	IMAX és 3D
Franciaország	Életrajzi	Igaz történet	IMAX és 3D
Szingapúr	Akció; kaland; animáció; dráma	Folytatás és feldolgozás	IMAX; 3D; IMAX és 3D
Ausztrália	Kaland	Folytatás és feldolgozás	IMAX és 3D
Egyesült Királyság	Kaland; életrajzi	Folytatás és feldolgozás; igaz történet	IMAX és 3D
Egyesült Államok	Mind	Folytatás és feldolgozás	IMAX; IMAX és 3D

Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

A 10. táblázatban látható a dolgozatban feltárt preferenciák összefoglalása. Látható, hogy az eredetiség és technológia szempontjából szinte a folytatások és feldolgozások, illetve az IMAX és 3D-s filmek voltak legsikeresebbek. A műfajok közül a

kaland örvend nagy elismerésnek, bár korántsem olyan domináns, mint az előbb említett két film-specifikus tényező. A táblázat részletezettsége azonban nem elég ahhoz, hogy az arányokat és a negatív viszonyulásokról is meséljen nekünk. Ehhez egy részletesebb leírásra van szükség.

A részletesebb leírások eredménye egy olyan profil lehet, mint amelyet a 11. táblázatban is láthatunk. Ebben kifejtem Japán mozifilmes preferenciáit, tekintettel azok egymáshoz és más országokhoz viszonyított arányára, illetve bemutatom a negatív hozzáállást is.

11. táblázat
Japán mozifilmes preferencia-profilja

Japán	
Műfaj	Az akciófilmek jól, a kalandfilmek nagyon jól teljesítenek Japánban. Az életrajzi filmek teljesítménye átlagosnak mondható, míg az animációk és a vígjátékok itt szerepelnek a leggyengébben a vizsgált országok között.
Eredetiség	Az eredeti filmek és feldolgozások gyengén szerepelnek a szigetországban. A folytatások és az igaz történeten alapuló filmek átlagosan teljesítenek, ellenben a feldolgozások folytatásai rendkívül sikeresek (csaknem 9x annyi bevételre számíthat egy feldolgozás folytatása, mint egy eredeti film).
Technológia	Az IMAX, illetve az IMAX és 3D technológia kiemelkedően sikeres az országban. A 3D visszafogottan teljesít, viszont a 2D-s előadások átlagbevétele itt a legalacsonyabb a vizsgált országok között.
Összegzés	A legnagyobb bevételre akkor tehetünk szert Japánban, ha egy feldolgozás folytatását mutatjuk be, azonban fontos, hogy IMAX és lehetőleg 3D technológiával is megtámogassuk a filmünket. A japánok a férfias műfajokat preferálják, ezért a promóció során mindenképp az akció és kaland elemekre koncentráljunk.

Forrás: szerkesztve a *Box Office Mojo* és az *IMDb* adatai alapján.

ÖSSZEGZÉS

Az eredmények összefoglalását a dolgozat első feltevésének megvizsgálásával kezdem. 8 ország adatait elemezve arra a következtetésre jutottam, hogy a kultúrák közelsége növeli az esélyét, hogy egy film ugyanúgy teljesítsen két országban. A kulturális közelség tehát növeli a mozifilmek homogenitását. Ausztrália, Nagy-Britannia és az Egyesült Államok jó példa erre, hiszen a három ország szinte egy piacként funkcionál. A mozilátogatók hasonlóan reagálnak az egyes alkotásokra, és igyekeznek hollywoodi filmeket fogyasztani. Habár a kulturálisan távolabb elhelyezkedő országok esetében is sok amerikai mozifilm szerepel a legjobb 50 között, véleményem szerint ez a kínálati oldal sajátosságainak köszönhető. A monopolizált nemzetközi filmpiacon nehezen érvényesülnek a nem hollywoodi alkotások. Szingapúr, Franciaország és Magyarország adatai azonban azt mutatták, hogy a nézők keresik a hasonló kultúrákból származó filmeket. A tágabb nemzetközi filmvilágon belül tehát léteznek kisebb csoportok, amelyekben gyengén ugyan, de áramlanak a filmek. Egy ilyen klaszter központja lehet Kína, amely rohamos iramban fejlődik a gazdaság minden területén.

A 8 ország alkotta mintában sikerült felfedni bizonyos kapcsolatot a Hofstede-féle dimenziók és műfaji preferenciák között. Ilyen kapcsolat volt a vígjátékok és drámák, valamint a maszkulinitás-femininitás értéke között. Az előbbinél negatív, az utóbbinál pozitív lineáris kapcsolatot sikerült kimutatni. Az individualizmus értéke ugyanakkor a helyi filmek arányával áll összefüggésben. A második feltevés tehát beigazolódott, a Hofstede által megalkotott modell egyes dimenzióiban mért pontszámok és a film-specifikus változók között lineáris kapcsolat áll fenn. Habár a többi dimenziónál nem derült fény összefüggésre, feltételezhető egyéb kötelékek létezése.

A dolgozat harmadik feltevése az volt, hogy a film-specifikus tényezők befolyásolják egy film által az adott kultúrában elért bevételeket. Ezt a 77 filmből álló minta elemzésével próbáltam bemutatni. A film-specifikus tényezők viselkedését vizsgálva megalkottam a 8 piac preferenciáinak térképét, mely fényt derített a feltételezett hatásokra. Azt is sikerült kimutatni, hogy az IMDb reprezentálta közönségvélemény és az Egyesült Államok kritikusainak ítéletét összefoglaló Metacritic értékelés nem hatott egyik piac bevételi eredményeire sem.

Az egyes piacokról a filmforgalmazók számára is hasznos információkat szereztem. Hazánk mozilátogatóiról például azt sikerült megállapítani, hogy kedvelik az animációs filmeket és a vígjátékokat, és legszívesebben a 3D-s és IMAX élményt egyszerre nyújtó filmekre ülnek be. Magyarországon érdemes a könnyedebb műfajokat

bemutatni, és az sem árt, ha a film folytatás, esetleg feldolgozás is egyben. Japánban ezzel szemben érdemes akció- kalandfilmeket bemutatni. Ezen a piacon akkor lehetünk a legsikeresebbek, ha filmünk a legmagasabb technológiai színvonalat képviseli, a hagyományos 2D-s alkotásokat kerüljük. A japánok között a feldolgozások folytatásai iránt a legnagyobb a kereslet, tehát a fogyasztók igyekeznek több forrásból is ismert alkotásokat választani. A piacot egyértelműen a férfias műfajok és az újdonságok kerülése határozza meg. Az Egyesült Államok a műfajválasztás tekintetében valahol Magyarország és Japán között helyezkedik el. Egyik műfaj sem mondható kiemelkedően sikeresnek a többi országhoz képest. Az amerikai nézők ugyanakkor bátrabbak, szívesebben váltanak jegyet eredeti alkotásokra, és nagyobb az esély arra, hogy egy hagyományos 2D-s alkotással sikeres legyen egy stúdió, mint a másik két országban.

A dolgozatom rámutat arra a tényre, hogy az eltérő kultúrák különböző módon reagálnak ugyanarra a mozifilmre, ezért érdemes megfigyelni a piacok közötti különbségeket. A filmforgalmazóknak érdemes előzetes tervet készíteniük arról, hogy filmjeiket melyik országban mutatják be, illetve milyen marketing eszközöket választanak azok hirdetésére. A filmes preferenciák térképe hasznos eszköz lehet ennek megkönnyítésre.

A gyakorlati haszna miatt további kutatási célként jelölöm meg a preferenciák térképének pontosítását, mégpedig egy időben és térben is szélesebb minta felhasználásával. A dolgozatból kimaradt a sztárok hatásának vizsgálata, ami szintén részét képezheti a további kutatásnak. Hosszabb távon egy, a Hofstede-féle dimenziókon alapuló egyenlet megalkotását is megvalósíthatónak tartom, amely becslést adna a film várható szereplésére az adott piacon. Ezt a már meglévő bevétel előrejelző módszerekbe is be lehetne építeni, így pontosabbá téve azok működését. A kultúra hatásának feltárása tehát a mindennapi üzleti tevékenység számára is hasznos kutatási terület, melyre érdemes fokozott figyelmet fordítani.

IRODALOMJEGYZÉK

BOX OFFICE MOJO: <http://Box Office Mojo>.

CHILD, B. (2012): *Titanic 3D cruises into China's box office records*. Forrás: <http://www.guardian.co.uk/film/2012/apr/16/titanic-3d-china-box-office>, letöltés ideje: 2012.04.18.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2001): *Focus 2001 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2002): *Focus 2002 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2003): *Focus 2003 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2004): *Focus 2004 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2005): *Focus 2005 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2006): *Focus 2006 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2007): *Focus 2007 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2008): *Focus 2008 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2009): *Focus 2009 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2010): *Focus 2010 - World Film Market Trends*. Cannes, Marché du film.

UA. (2011): *3D drives EU gross box office to record high in 2010 as market share for European films drops*. Forrás: http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mif2011_cinema.html, letöltés időpontja: 2012.04.20.

HIDASI JUDIT (2008). *Interkulturális kommunikáció*. Budapest: Sclar.

HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G.J. (2008): *Kultúrák és szervezetek Az elme szoftvere Az interkulturális együttműködés és szerepe a túlélésben*. Pécs: VHE Kft.

IMDB: www.IMDb.

KOGUT, B., SINGH, H. (1988): *The Effect of National Culture on the Choice of Entry*. Journal of International Business Studies, 19(3), 411-432. [Autumn].

MCDONALD, J. (2012): *James Cameron & China: 'Avatar' Director's Pace Group To Launch Joint 3-D Venture*. Forrás: http://www.huffingtonpost.com/2012/08/08/james-cameron-china-avatar-pace-group_n_1755057.html. Letöltés időpontja: 2012.10.16.

MIDER, Z. R. (2012): *China's Wanda to Buy AMC Cinema Chain for \$2.6 Billion*. Forrás: <http://www.bloomberg.com/news/2012-05-21/china-s-wanda-group-to-buy-amc-cinema-chain-for-2-6-billion.html>. Letöltés időpontja: 2012.10.16.

SCOTT, A. J. (2004): *Hollywood and the World: The Geography of Motion-Picture Distribution and Marketing*. Review of International Political Economy, 11(1), 33-61. [Feb.].

- TATLOW, D. K. (2012): *Coming-Of-Age Tale for Chinese Cinema*. Forrás: http://www.nytimes.com/2012/09/11/business/global/coming-of-age-tale-for-chinese-cinema.html?pagewanted=all&_r=0. Letöltés időpontja: 2012.10.15.
- THE ECONOMIST (2008): *Bollywood rising. UTV Motion Pictures is using Hollywood methods to modernise Indian film*. [Feb. 7.] Forrás: <http://www.economist.com/node/10657215>. Letöltés ideje: 2012.10.15.
- WADHWANI, A. N. (2006): *"Bollywood Mania" Rising in United States*. Forrás: <http://www.america.gov/st/washfile-english/2006/August/20060809124617nainawhdaw0.8614466.html>

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. táblázat: A 20 legsikeresebb alkotás 2000 és 2012 között, gyártó ország, technológia és eredetiség szerint	11
2. táblázat: A műfajok sorszáma, és előfordulásuk a mintában	16
3. táblázat: A kulturális távolság értéke a vizsgált országok között (A Kogut és Singh (1988) féle képlet bővített változata alapján)	18
4. táblázat: A filmek gyártó ország szerinti megoszlása a 8 országban	19
5. táblázat: A helyi és külföldi filmek száma és aránya a 8 országban	21
6. táblázat: Az 50 legsikeresebb mozifilm műfaj szerinti eloszlása a 8 országban	25
7. táblázat: A műfajok átlagbevételeinek összehasonlítása országok szerint	27
8. táblázat: Az eltérő technológiát képviselő filmek átlagbevételeinek összehasonlítása országok szerint	32
9. táblázat: Az eredeti és nem eredeti filmek átlagbevételeinek összehasonlítása országok szerint	34
10. táblázat: A 8 ország preferenciái a film-specifikus tényezőkkel kapcsolatban	35
11. táblázat: Japán mozifilmes preferencia-profilja	36
1. ábra: A Hofstede-féle dimenziók értékei a hat leginkább különböző országban	17
2. ábra: A Hofstede-féle dimenziók értékei a három leginkább megegyező országban ..	17
3. ábra: A hazai filmek száma és az individualizmus-kollektívizmus index értékének ábrázolása koordináta rendszerben 8 országot vizsgálva	23
4. ábra: A vígjátékok és drámák eloszlása a vizsgált országokban	26
5. ábra: Az imdb-com oldalon kapott értékelés és az Egyesült Államokban elért bevétel kapcsolatának ábrázolás koordináta rendszerben	31
6. ábra: A Metacritic kritikaösszesítő oldalon szerzett pontszám és az Egyesült Államokban elért bevétel kapcsolatának ábrázolás koordináta rendszerben.....	31

Melléklet

1. MELLÉKLET: A 8 VIZSGÁLT ORSZÁG LEGSIKERESEBB 50 FILMJE 2011-BŐL

	A film címe
1	A dilemma
2	A félszemű
3	A Föld inváziója - Csata: Los Angeles
4	A gondofoo
5	A három testőr
6	A Karib-tenger kalózái: Ismeretlen vizeken
7	A király beszéde
8	A következő három nap
9	A kútásó lánya
10	A leleményes Hugo
11	A majmok bolygója: Lázadás
12	A negyedik
13	A némafilmes
14	A pap - Háború a vámpírok ellen
15	A párizsi mumus
16	A segítség
17	A tetovált lány
18	A Vaslady
19	Alkonyat: Hajnalhasadás - 1. rész
20	Already Famous
21	Alvin és a mókusok 3.
22	Amerika Kapitány: Az első bosszúálló
23	Andarushia: Megami no Houfuku
24	Aranyhaj és a nagy gubanc
25	Assalto Ao Banco Central
26	Az igazi kaland
27	Az oroszánkirály (3D)
28	Az utazó
29	Azután
30	Barátság extrákkal
31	Bienvenue à bord
32	Boku to tsuma no 1778 no monogatari (1,778 Stories of Me and My Wife)
33	Boszorkányvadászat
34	Bruna Surfistinha
35	Case départ
36	Cilada.com (Trap.com)
37	Conan, a barbár
38	Cowboyok és úrlények
39	Csak szexre kellesz
40	Csizmás, a kandúr

41	Csúcshatás
42	Díva
43	Drive - Gázt!
44	Egy nap
45	Eiga Doraemon Shin Nobita to tetsujin heidan: Habatake tenshitachi
46	Eiga Kaibutsukun
47	Eiga Keion!
48	Éjfélkor Párizsban
49	Éltrevalók
50	Elhajlási engedély
51	Elhurcolva
52	Fekete hattyú
53	Féktelen harag
54	Fertőzés
55	Finánc a pácban
56	Förtelmes főnökök
57	Friends: Mononokeshima no Naki
58	Gaku
59	Gantz
60	Gantz: Perfect Answer
61	Gekijouban Inazuma irebun Go: Kyuukyoku no kizuna Gurifon
62	Gekijouban Kamen raidô Ôzu Wonderful: Shogun to 21 no koa medaru
63	Gekijouban Pokketo monsutâ Besuto wisshu: Pikutini to kuroku eiyuu Zekuromu (Pokemon: Best Wishes)
64	Genji monogatari: Sennen no nazo
65	Gnómeó és Júlia
66	Guan yun chang (The Lost Bladesman)
67	Gulliver utazásai
68	Hadak útján
69	Halálos iramban: Ötödik sebesség
70	Halhatatlanok
71	Harry Potter és a Halál ereklyéi 2. rész
72	Hazatérés
73	Hogyan lopjunk felhőkarcolót
74	Hollywoo
75	Hopp
76	Horrid Henry: The Movie
77	Hupikék törpikék
78	Insidious
79	Ismeretlen férfi
80	Jack és Jill
81	Johnny English újratöltve
82	Justin Bieber: Soha ne mondd, hogy soha
83	Kaiji 2: Jinsei dakkai gêmu
84	Kamaszok kalamajkái Krétán

85	Kamen raidâ x Kamen raidâ Fôze & Ôzu Movie taisen Mega Max
86	Kamisama no karute (In His Chart)
87	Karácsony Artúr
88	Kellékfeleség
89	Kokuriko-zaka kara
90	Konferenz der Tiere (Animals United)
91	Koszorúslányok
92	Kung Fu Panda 2.
93	Kureyon Shinkan: Arashi o yobu ougon no supai daisakusen
94	La guerre des boutons (War of the Buttons)
95	La Nouvelle Guerre des Boutons (War of the Buttons)
96	Largo Winch 2: The Burma Conspiracy
97	Le fils à Jo
98	L'élève Ducobu
99	Les Lyonnais (A Gang Story)
100	Lopott idő
101	Maci Laci
102	Másnaposok 2.
103	Meitantei Conan: Chinmoku no kuôtâ (Detective Conan: Quarter of Silence)
104	Micimackó
105	Mission: Impossible - Fantom protokoll
106	Moteki
107	Mr. Popper pingvinjei
108	Muppets
109	Narnia krónikái: A Hajnalvándor útja
110	New Legend Of Shaolin (2011)
111	O Homem do Futuro
112	O Palhaço
113	One Life
114	OOO, Den-O, All Riders: Let's Go Kamen Riders
115	Örült, dilis, szerelem.
116	Paradaisu kisu (Paradise Kiss)
117	Parajelenségek 3.
118	Paul
119	Pénzcsináló
120	Polisse
121	Princess Toyotomi
122	Qualquer Gato Vira-Lata
123	Rango
124	Red
125	Red Dog
126	Rengô kantai shirei chôkan: Yamamoto Isoroku
127	Reszkess, Monaco!
128	Rio
129	Rossz tanár

130	Sanctum 3D
131	Shaolin Temple
132	Sherlock Holmes: Árnyjáték
133	Sikoly 4.
134	Social Network - A közösségi háló
135	Sorsügynökség
136	SP: The motion picture kakumei hen
137	Super 8
138	Suszter, szabó, baka, kém
139	Sutekina kanashibari (Once in a Blue Moon)
140	Szerelem a hatodikon
141	Szerelem és más drogok
142	Szilveszter éjjel
143	Taiheiyou no kiseki: Fokkusu to yobareta otoko (Oba: The Last Samurai)
144	Táncoló talpak 2.
145	Tantei wa bar ni iru
146	The Fighter - A harcos
147	The Ghost Must Be Crazy
148	Thor
149	Tintin kalandjai
150	Titeuf
151	Transformers: A hold sötétsége
152	Tron: Örökség
153	Tua Seh Kai
154	Unfair 2: The Answer
155	Utódok
156	Utódomra ütök
157	Vasököl
158	Végső állomás 5.
159	Verdák 2.
160	Vizet az elefántnak
161	Wu Xia (Dragon)
162	X-Men: Az első
163	Yôkame no semi (Rebirth)
164	You Are the Apple of My Eye
165	Zöld Darázs
166	Zöld Lámpás
167	127 óra
168	23:59

Forrás: szerkesztve az IMDb és a Box Office Mojo adatai alapján.

2. MELLÉKLET: A 77 VIZSGÁLT MOZIFILM LISTÁJA

Sorszám	A film címe
1	Harry Potter és a Halál ereklyéi 2. rész
2	Transformers: A hold sötétsége
3	Alkonyat: Hajnalhasadás - 1. rész
4	Másnaposok 2.
5	A Karib-tenger kalózzai: Ismeretlen vizeken
6	Halálos iramban: Ötödik sebesség
7	Mission: Impossible - Fantom protokoll
8	Aranyhaj és a nagy gubanc
9	Verdák 2.
10	Thor
11	A majmok bolygója: Láadás
12	Amerika Kapitány: Az első bosszúálló
13	Tron: Örökség
14	A félszemű
15	A segítség
16	Kung Fu Panda 2.
17	Csizmás, a kandúr
18	X-Men: Az első
19	Hupikék törpikék
20	A király beszéde
21	Super 8
22	Rango
23	Zöld Lámpás
24	Hopp
25	Fekete hattyú
26	Narnia krónikái: A Hajnalvándor útja
27	Parajelenségek 3.
28	Rossz tanár
29	Cowboyok és úrlények
30	Zöld Darázs
31	Social Network - A közösségi háló
32	Red
33	Vasököl
34	A Föld inváziója - Csata: Los Angeles
35	Halhatatlanok
36	A gondofoo
37	Hogyan lopjunk felhőkarcolót
38	Tintin kalandjai
39	Fertőzés
40	Pénzcsináló

41	Jack és Jill
42	A leleményes Hugo
43	Táncoló talpak 2.
44	Ismeretlen férfi
45	Sorsügynökség
46	Éjfélkor Párizsban
47	Barátság extrákkal
48	A negyedik
49	Forráskód
50	Szilveszter éjjel
51	Karácsony Artúr
52	Gulliver utazásai
53	Végső állomás 5.
54	Hanna - Gyilkos természet
55	Kémkölykök 4D: A világ minden ideje
56	A lány és a farkas
57	Lopott idő
58	Paul
59	Álomháború
60	Larry Crowne
61	Drive - Gázt!
62	Fifti-fifti
63	A rítus
64	Ébredj velünk
65	Honnan tudod?
66	A pap - Háború a vámpírok ellen
67	A mestergyilkos
68	Micimackó
69	Párizsból szeretettel
70	Rohanás
71	A három testőr
72	127 óra
73	Frászkarika
74	Egy nap
75	Életrevalók
76	Johnny English újratöltve
77	Sanctum 3D

Forrás: szerkesztve az IMDb és a Box Office Mojo adatai alapján.