

Játékból a filmvászonra: a játék- és filmstúdiók együtt keltik életre a történeteket

2023-ban a legnagyobb és legsikeresebb filmes és televíziós franchise-ok közül számos indult eredetileg videojátékként, míg a legnépszerűbb videojátékok közül többnek is film vagy televíziós sorozat volt az alapja. A demográfiai változások, az innovatív technológiák és a magas hozamú szellemi tulajdon iránti vágy mozgatja a történetmesélés fejlődését – derül ki a Deloitte TMT Predictions 2024 tanulmányából.

A játékok filmre adaptálása ma már nem minősül újdonságnak. Az ebből származó bevételek láthatóan folyamatosan növekednek, köszönhetően a videojátékok népszerűségének. A fiatalabb generációk különösen elkötelezettek a játékok iránt, és a vezető játékfranchise-ok több százmillió dollár bevételhez jutnak a lelkes játékosok révén. Mára Hollywood is a játékok világa felé fordult új, kiaknázható és pénzzé tehető szellemi tulajdont (Intellectual Property - IP) keresve, míg a játékgyártó cégek a televíziós és filmes együttműködéseket keresik a szellemi tulajdonuk legnagyobb kiaknázása érdekében, ellensúlyozva ezzel a játékfejlesztés költségeinek emelkedését.

"2024-ben és azt követően sokkal több videojátékon alapuló tévéműsort és filmet terveznek gyártani, mint korábban valaha. A világjárvány óta az emberek visszatértek a mozikba, és az amerikai jegybevételek a járvány előtti magasságok közelébe emelkedtek vissza, igaz attól még mindig 25%-kal elmaradnak. A Deloitte előrejelzése szerint a videojáték szellemi tulajdonjogaiból származó bevételek aránya a mozipénztárak bevételeiben 2025-re megduplázódhat. Továbbá arra számítunk, hogy 2025-re a legtöbb nagy videostreaming-szolgáltató kínálata játékokon alapuló műsorokat is tartalmazni fog. 2025-re előrejelzéseink szerint a filmek és sorozatok kínálatában minden visszaáll a régi kerékvágásba" – mondta **Gercsák Csilla**, a Deloitte Magyarország technológiai tanácsadás üzletágának menedzsere.

A közel 200 milliárd dolláros globális játékipar napról-napra nagyobb befolyást gyakorol a szórakoztatóiparra. Figyelemre méltó, hogy a 2023-as év 50 legnagyobb bevételt hozó filmje között több sikeres videojáték-adaptáció is szerepel ugyanazon filmes univerzumokon belül. Ezek a filmek médián keresztül is tovább népszerűsödnek, további rajongókat vonzanak be, nagyobb közönséget érnek el, így növelve a különböző franchise-ok általános értékét. Nem csak ezek a médiumok keverednek egymással egyre gyakrabban, hanem az ezeket lehetővé tevő produkciós eszközök is.

A filmek történetei így több médiumon ívelnek át, és úgy tűnik, egyre többen, különösen a fiatalabb generáció találja meg benne szórakozását. Ennek következtében valószínűleg egyre több stúdió fogja úgy kiaknázni szellemi tulajdonát, hogy abból sorozatokat, filmeket és játékokat egyaránt készítenek.

Miért működhet ez így? - A visszacsatolási kör

A játékos és a filmes univerzumok közötti határok egyre inkább elmosódnak, egyre több közös szereplő, történet és promóció jelenik meg bennük. A közvetlen bevételek mellett az ilyen típusú cross-over sikerek a franchise szélesebb körben érvényesülő értékét is növelhetik a mozik bevételein túl. Ha a franchise ilyen kiszélesítése sikeres, akkor olyan visszacsatolási kör alakulhat ki, amelyben a játék szellemi tulajdonjogai a mozi bevételeihez is hozzájárulnak, ami még több embert vonzhat a

játékba, és ami még több rajongó fogyasztót jelent további adaptációk számára.

2023 nyarán a Super Mario Brothers film minden idők legsikeresebb videojátékon alapuló filmje lett, és 1,3 milliárd dollárral növelte a Nintendo bevételeit. Ezt megelőzően egyetlen videojáték filmadaptációja sem lépte át az 500 millió dolláros bevételi határt. Nem sokkal később az Electronic Arts a *Star Wars Jedi: Survivor* című játékát említette negyedéves bevételei két fő tényezőjének egyikeként. Ezek a sikerek a Sony *The Last of Us* játéksorozata után következtek, amelynek második része 2020-ban az év játéka lett, mielőtt 2023-ban az HBO nagy sikerű sorozatot is készített belőle. A Netflix még mindezek előtt kezdett mobiljátékokat kínálni, amelyek a platformon elérhető filmek és sorozatok alapján készültek.

Rajongók és a fiatalabb generációk elérése

"A sikerek középpontjában a történetek, a karakterek és az általuk teremtett világok köré kialakult rajongótábor áll. A rajongók számára folyamatos újdonságot biztosítva a sikeres franchise-ok elérték azt, hogy évtizedeken és generációkon át kitartsanak, ehhez azonban gyakran szükség van innovációra, valamint a régi és új rajongókkal való együttműködésre és fejlesztésekre" - mondta **Fodor Ádám**, a Deloitte Magyarország technológiai tanácsadás üzletágának tanácsadója.

A videojátékok növekvő jelentőségének oka a média- és a szórakozási szokások generációs változása. Az Y és a Z generáció tagjai kevésbé rajonganak a televízióért és a filmekért, és nagyobb eséllyel töltik a szórakozásra szánt időt a közösségi médiával vagy videojátékokkal. Elvárják, hogy ezeken a csatornákon keresztül kerüljenek kapcsolatba a különböző tartalmakkal, alkotókkal, hírességekkel és történetekkel. A játékok fogyasztói rendkívül elkötelezettnek számítanak, sokan 60-100 órát vagy akár még több időt töltenek játékokkal, amelyek gyártása mára több mint 200 millió dollárba is kerülhet.

A játékosok a hősök útját járhatják, kapcsolatokat építhetnek ki a játék szereplőivel, hogy legyőzve a kihívásokat sikereket érjenek el. A megfelelően kialakított játékvilágok hatalmas rajongótábort vonzanak, akik úgy érzik, hogy egyszerre részei a történetnek és a franchise-nak. Hasonlóképpen, az online játékszolgáltatások a társadalmi kapcsolatai, a többjátékos küzdelem és a játékok belső rendszere révén erős kötődést és tartós rajongást biztosítanak a követők között.

A szenvedélyes rajongótábor megkönnyítheti a franchise-ok számára az új médiumokba való terjeszkedést, ám ennek feltétele, hogy a franchise-ok hűek maradjanak azokhoz az alapvető értékekhez és az egyediséghez, amelyek népszerűvé tették a játékokat. Egyes mérőszámok azt mutatják, hogy a legtöbb rajongó szívesebben foglalkozik kedvenc franchise-ának új részével, mint valami újjal, és nagyobb valószínűséggel vásárol a franchise-hoz kapcsolódó termékeket. A rajongói közösségek azonban gyakran adnak markánsan hangot véleményüknek és elvárásaiknak, ezért felelősségre vonják a stúdiókat, ha azok túlságosan eltávolodnak az elfogadott kánontól.

A játékok nem csak olyan szellemi tulajdonnal rendelkeznek, amely segítheti a televíziós és filmes adaptációk sikerét, hanem erős rajongói bázissal is bírnak. Ez erősíti a kötődést, valamint a haszon fokozását is. A stúdiók számára elengedhetetlen, hogy tiszteltben tartsák azokat az alapelveket, amelyek egy játék történet univerzumát egyedivé és vonzóvá teszik, nemcsak a rajongók, hanem az új közönség számára is. Hasonlóképpen, a stúdiók is vonzóknak tarthatják a játékok nyújtotta terjeszkedés lehetőségét, de gondosan mérlegelniük kell az ezzel járó kihívásokat, miközben tiszteltben kell tartaniuk a rajongókat.

"Fontos megjegyezni, hogy összességében nehezebb filmekből játékokat készíteni, mint a játékokból filmeket. Valamint azt is, hogy a fiatalabb generációk médiafogyasztásához való alkalmazkodás azt jelentheti, hogy a televíziós és filmstúdióknak nem sok más választásuk marad, mint hogy maguk is belépjenek a játékiparba" – mondta **Zaránd Miklós**, a Deloitte Magyarország technológiai tanácsadás üzletágának partnere.

Sajtókapcsolat:

- Gercsák Csilla, Menedzser
- Deloitte Magyarország
- cgercsak@deloittece.com

Eredeti tartalom: Deloitte Magyarország

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/12092/jatekbol-a-filmvaszonra-a-jatek-es-filmstudiok-egyutt-keltik-eletre-a-torten-eteket/>