

# Anime ipar

## - Nincs az a pénz

Írta: Iskariotes

Talán már mindegyikünk eljátszott a gondolattal, hogy mi lenne, ha animét rendezhetne. Szépen elképzelnék, miről szólna, a főbb karaktereket, a világot, mitől lenne az a világ érdekesebb, mint a miénk, kik lennének szinkronhangok, szóval mindent megálmodunk.





Egyesek talán neki is látnak, írnak történetet, az ügyesebbek mangát rajzolnak köré. De animét készíteni? Az rengeteg idő, munka és pénz. Tényleg, a kedvenc sorozataink mennyibe kerülnek? Magyar-ként el lehet jutni animátorként Japánba? Milyen béreket lehet ott keresni? Figyelem, itt vagy lapozz a következő cikkre, vagy megismered a valóságot, ami nem rózsaszín.

Úgy gondolom, hogy egy idő után szépen lassan az anime kedvelők feltesznek maguknak különböző kérdéseket a hobbiuk iránt. A rengeteg névből, amit feldobnak, miért azokból készül anime, amikből végül is készül? Mi dönti el, hogy egy manga movie, OVA vagy tévésorozat lesz? Melyik adaptációt ki készíti el? És a legnagyobb kérdés: ki ad erre pénzt?

Minden egyes szezon öldöklő versenyét hoz a stúdiók közt a jobb időszávit, ergo több nézőért, ergo több pénzért. Minden egyes évadban mindenki küzd, hogy az elmúlt hónapok megfeszített munkája végre célt érjen és a szponzorok elégedettek legyenek egy-egy alkotással. Hiszen itt egy több milliárd jenes piacról beszélünk, ahol farkastörvények uralkodnak.

Ki dönti el, hogy milyen sorozat legyen látható? Általában a legtöbb stúdióknak van egy produkciós irodája, ami a különböző lehetőségeket vizsgálja, sőt elég gyakori, hogy egy-egy külön projekt vagy alkotás mellé egy önálló produkciós céget is létrehozhatnak. De maguknak a manga kiadóknak

is van produkciós irodájuk, akik próbálják felkutatni a lehetséges stúdió jelölteket. Természetesen egy sorozat elkészülte mellett a legfontosabb érv ha tetszik, ha nem, a marketing és a pénz. Ha egy történet jól menedzselhető (több mint tizen lehet hozzá készíteni és értékes szponzorokat lehet hozzá szerezni), akkor értelem-szerűen zöld utat kap, semmint egy olyan

alapötlet, ami inkább egy szűk réteget céloz meg, nehezen lehet hozzá terméket kötni és kevés szponzor áll be mögé.

A japán megjelenési platformok vége-gek, tehát egy esztendőben csak véges számú movie-t lehet készíteni, a DVD piac szintén képtelen végtelen mennyiséget befogadni, míg a tévében való megjelenés (ami nagy presztízs) rendelkezik a legjob-

*„...miért azokból készül anime, amikből végül is készül? Mi dönti el, hogy egy manga movie, OVA vagy tévé sorozat lesz? Melyik adaptációt ki készíti el? És a legnagyobb kérdés: ki ad erre pénzt?”*

A cikkben lévő dollár-forint átváltásoknál 1 dollárt 283 forintnak számoltam.



ban behatárolt időkerettel. Mindezek mellett érdemes odafigyelni, hogy egyszerre több médiumból is érkező megkeresés, így vannak mangák, light novelek, játékok és egyéb ötletek (pl.: eredeti ötlet, regény stb.) is. Amelyiket kiválasztják annak eladása általában megnő, tehát sikeres lesz. Egyáltalán nem mindegy, hogy egy animés cég mondjuk tavasszal egy új PS játékhöz készít sorozatot, esetleg egy be-futott light novelt adaptál vagy mondjuk egy nagyon ígéretes mangát dolgoz fel. Tehát a választás hozza a pénz egy részét, de honnan lehet még zsetont keresni?

Vannak alkalmak, amikor a stúdió maga talál ki egy történetet és aköré próbál egy brandet felépíteni (a különböző gyűjtő-géző játékok általában ebbe a típusba tartoznak), ez a megoldás általában biztosabb, mint az a taktika, amikor csak arra várnak, hogy minél több DVD-t eladjanak a boltokban. Bár azt is hozzá kell tenni, hogy ezek a műsorszámok nagyrészt gyerekeket céloznak meg, nekik pedig nincsen önálló jövedelmük, amiből megvegyék a hón áhított játékokat.

Természetesen előfordul, hogy egy adott cég fizet azért, hogy a terméküket elhelyezzék a sorozatban (Sazae-san és a Toshiba kapcsolata legendás) vagy egész egyszerűen a sorozat elején nyíltan és lényegre törően elmondják, hogy kinek is lehet megköszönni a támogatást. Az egyik legnagyobb ilyen szponzoráló cég az 1901-es alapítású pénzügyi cég, a Dentsu.



(Ezúton is köszönetet mondok a cég nagylelkű támogatásának. Eljen soká a Dentsu!)

Mint látható, a pénz és a megrendelés sok irányból érkezik, mégis úgy tartja a mondás az iparban, hogy a munka 99%-a a pénz felkutatása, a maradék 1% minden más.

Maga a gyártás rendkívül munkaigényes folyamat, melybe rengeteg embert kell bevonni. Egy epizód elkészítéséhez akár több száz ember munkájára is szükség lehet, nem csoda, hogy egy manapság már amit csak lehet kiszerveznek a japán cégek valahova a Harmadik világba, hogy ott dolgozzanak rajta (hol vannak azok az idők, amikor még Koreába szervezték ki az animálást egy részét?).

Egy tévé epizód elkészítésének a költsége átlagosan 100 ezer és 300 ezer dollár közt mozog (tehát átlagosan 56 millió forint egy rész), egy 13 részes sorozat előállításí költsége így cirka: 2 - 4 millió dollár (~850 millió forint).

Csak viszonyításként a *Simpson család* egy részének a költsége kerül 4,5 millió dollárba, de egy *Avatar* rész is (a rajzfilmről van szó) közel 900.000 dollárba került (~254 millió forint). Vannak ennél is durvább szám adatok! A *Pindúr Pandúrok* 2002-ben mai áron számolva 10 millió dollárba került, ezzel szemben a 2008-as *Égenjárók* című Oshii film csak 2,6 millió dollár volt, míg Satoshi Kon 2001-es *Milennium Actress* mozija ma alig kerülne 1



*„...úgy tartja a mondás az iparban, hogy a munka 99%-a a pénz felkutatása, a maradék 1% minden más.”*

millió dollárba. A különbség legnagyobb részét a szinkronszínészek bérezése okozza, de ez egy olyan téma, ami túlfeszítené jelen írás kereteit, így ezt most hanyagolom.

Ezek óriási pénzek nem csak itthon, de Japánban is, ha egy cégnek sikerül egy vagy maximum két rosszabb szériát összehoznia, akkor hamar a csőd szélére kerül (lásd a Manglobe esetét). Egész egyszerűen látni kell, ilyen veszteségeket lehetetlenség kezelni. Gondolom már érthető, hogy manapság miért gyártanak inkább minisorozatokat (10-13 rész) a régebbi 22-27 részes sorozatok helyett.

A nyolcvanas években a helyzet természetesen nagyon más volt. Egyrészt a japán

gazdaság még prosperált, másrészt még nem volt internet sem. A videó kölcsönzés csúcsra járatva működött, a tévécsatornák pedig szépen fizettek egy szériáért. Érdekes megnézni, hogy akkoriban a sorozatok elég szabad epizód számokkal működtek, bőven merészkedtek 25, de még 100 epizód fölé is. Elmondható, hogy az volt az aranykorszak, nem véletlen, hogy a három talán legismertebb anime is akkor került a piacra (gondolok itt az *Akirára*, a *Dragon Ballra* és a *Totoróra*). De ezek a napok már rég a feledésbe merültek. A japán gazdasági csoda elillant a nyolcvanas évek végére, a videóláz is alább hagyott, és ahogyan az amerikai piacon, úgy a japán piacon is végbement a tévécsatornák koncentráci-

ója. Ezzel párhuzamosan csökkentették a sorozatok számát is, hiszen rájöttek, egy beszélgetős műsor finanszírozása még mindig olcsóbb, mint egy anime sorozaté. Tehát legkésőbb a kilencvenes évek közepére az anime stúdiók új helyzettel találták szemben magukat. Pénzt kellett szerezniük! Ebből kifolyólag olyan bizottságokat hoztak létre, amiknek a fő feladatuk nem volt más, mint a termelés elősegítése. Így gyakorlatilag egy-egy készülő animéhez szinte más és más csapat verődik össze. De nézzük egy konkrét példán, az *Arietty*-n keresztül, hogy ez hogyan is működik az életben!

### A mindenható(ságtól távol álló) Gensakusha

Bár a legtöbb dologban a produkciós cég dönt, a japán törvények kimondják, hogy az eredeti szerzőnek vagy alkotónak



Cég név	Feladat
Studio Ghibli	Produkcións stúdió
Nippon Television	TV csatorna
Dentsu	Reklámügynökség, Merchandising jogok
Hakuhodo DYMP	Reklámtevékenység
Disney	Film mecénás, USA terjesztési jogok
Mitsubishi	Pénzügyi befektető
Toho	Belföldi terjesztő
Wild Bunch	Nemzetközi terjesztés

jóvá kell hagynia minden fontosabb döntést, ami az adaptációt érinti.

Ez így első olvasatra nagyon szépnek hangzik, a valóságban ez messze nincs így, hiszen a legtöbb mangakának nincs arra se ideje se energiája, hogy egy stúdióval leülve beszélgessen arról, hogy bizonyos dolgok hogyan is nézzenek ki stb. Ilyenkor szokott a színre lépni a szerzőt képviselő produkciós csapat, akik leveszik ezt a terhet a mangakáról.

Bár sokszor látjuk, hogy a manga és az anime nem mindig fedik egymást, azért vannak olyan helyzetek, amikor a mangakát képviselő csoport a sarkára áll. Ismeretes példa, hogy Naruto haját ere-

detileg laposra akarták rajzolni, de ebbe nem mentek bele, végül Naruto tüsi hajjal jelent meg, ahogyan a mangában is szerepel. Természetesen láthatjuk ennek ellen példáját is: köztudott, hogy a *Fruits Basket*-ben Kyo karkötőjét fekete-fehérre színezték az animében, holott a mangaka azt piros-fehérnek ál-

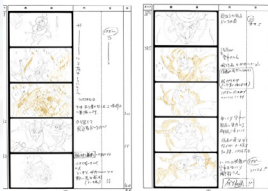
modta meg, de ha alá van írva a szerződés, onnantól fogva már nem lehet visszakozni. Természetesen elkezdődhetne egy háború a mangaka és a stúdió közt, amely során minden egyes apró-cseprő dologba beleférhetnének, de az senkinek sem lenne jó és eredménytelen munkához vezetne.

### A lényeg a pénz

Míg Amerikában nagyon szigorú szabályok vannak az animációs iparban (ígaz sokkal több pénzben gondolkodnak), addig Japánban elég lazák a szabályok. A rendezők viszonylag nagy szabadságot kapnak az alkotás folyamán. Természe-



OFFICIAL SOURCE FOR ANIME & DRAMA



tesen ez pozitívan is hathat egy sorozatra, amikor kreatív és jó ötletek kerülnek előtérbe, ugyanakkor, ha a rendező rossz döntéseket hoz, akkor bizony előferdülhet olyasmi, hogy egy rész összecsapott lesz vagy csak a vetítés előtt pár órával lesz kész. Természetesen ezek a dolgok erősen befolyásolják a sorozat megítélését és így az eladhatóságát is. Magyarán egy rosszul rendezett sorozattal nagyot lehet bukni, míg egy jól összerakott, jól rendezett sorozattal többet lehet nyerni.

Miután kész a sorozat elkezdődik a várakozás, vajon mennyire lesz népszerű a termék. Ha a sikeres, akkor megpróbálják eladni valamilyen nagy terjesztőnek, például a Crunchyrollnak vagy a Funiconak,

de erről bővebben majd később. Ha ez nem elég, akkor még mindig ott vannak a merchandising jogok, plusz a nemzetközi terjesztési bevételek. Vagy legalábbis a kétezres évek közepéig így volt.

### A lemez piac

A legnagyobb nyereségtermelő faktor a DVD eladásokból származik, persze nehez ezt egy olyan piacon magyarázni, ahol még a 199 forintos Akira lemez sem akart elfogyjni.

Egy átlagos anime DVD ára 7000 forint körül mozog (~16 ezer forint). Ez olyan magas ár, ami egy átlagos nem japán anime rajongónak megfizethetetlen. Ha ehhez hozzá vesszük, hogy csak 2-4 rész található rajta, akkor egy átlagos 12 részes sorozatnál lemezenként 3 résszel számolva összesen kb. 64 ezer forintra jön ki a végösszeg. Így érthető, hogy ennyi pénzt csak az igazi rajongók fizetnek ki ők viszont kevesen vannak egy-egy sorozat esetén. Jogosan gondolhatjuk, ha olcsóbban adnák a terméket, akkor többen vennék. Természetesen a japánok is gondoltak erre és meg is lépték egy időben, de csalódnia kellett tapasztalniuk, hogy nem generált annyival több bevételt az üzlet, mint ahogyan azt eredetileg tervezték. Másrészt figyelembe kell venni, hogy Japán egy közepes méretű ország, ahol sokan laknak zsúfoltan, a lakások legendásan kicsik, így DVD-t venni és egy komplett médiakönyvtárat kiépíteni



egyrészt drága, másrészt sok helyet foglal el (még szerencse, hogy a cikk írója itt él, így "annyi" anime DVD/VHS-t szerezhet be, amennyit nem szűgyell).

### Miből is tevődik össze az anime DVD ára?

Szóval látható, hogy egy anime DVD-nek összesen 55%-át lehet magukra a készítőkre és a befektetőkre költeni. A rendező, forgatókönyvíró és az alapötlet gazdája kap átlagosan 1,7% -ot a bevételből. További 1,7% jár a nyitó és a záró számot éneklőknek. Tehát összesen marad 46,5%, aminek fedeznie kell a kiadásokat és még profitot is kell hoznia. De nézzünk egy példát!

Tehát ez így ebben a formában még veszteséges. Természetesen ehhez még társulnak a különböző reklám jogok, plusz merchandising eladások és akár a játékok is. Végül használnak egy trükköt a japán kiadók: az összes lemezt nem egyszerre, hanem csak szépen lassan, akár éveken át húzva dobják a piacra, így a sorozat rajongói a végén egy picivel többet is hajlandók fizetni, csakhogy a kollekcio hiánytalan legyen.

### Na de mennyit keresnek, maguk az alkotók?

Az iparágban nagyon egyenlőtlenül vannak elosztva a fizetések, ugyanazon

Epizódszám	13	
Költség/ epizód	150.000 \$	42.450.000 Ft
Összes költség	1.950.000 \$	551.850.000 Ft
DVD eladott mennyisége darab	7850	
Összesen hány korong jelent meg	6	
DVD egység ára	90 \$	25.470 Ft
Nettó bevétel, ami marad %-ban	46 %	
Nettó bevétel	1.949.940 \$	551.833.020 Ft

szakmában belül az egyik milliós fizut veszt fel havonta, míg más alig keres valamit. De kezdjük a legrosszabb helyzettel és úgy menjünk szépen felfelé a fizetési ranglistán.

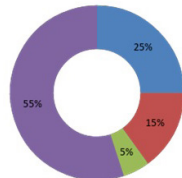
A hatnapos munkahét 11 órás munkanapot jelent a kezdő animátoroknak a szakmában, akik nevétségesen alacsony bért kapnak 8500 dollárt egy évben, ami azt jelenti, hogy 2,4 millió forintot, ami közel 200 ezer forintos havi munkabért jelent, de ugye, mint írtam ez heti hatvanhat órás munkahetet jelent. A munka olyan kemény, hogy már illegálisnak kellene nyilvánítani, mondják egymás közt az animátorok. Ez már annyira fájdalmasan alacsony

jutalmazás, hogy munkaerőhiány lép fel az iparban. A helyzetet mi sem mutatja jobban, hogy a japán animátorok szövetsége a Jamica 2009-ben azért szólt fel, hogy a kormány ne Manga&Anime múzeumot építsen fel, hanem inkább az arra szánt összeggel segítsék az animátorok életét, illetve a kis és közepes stúdiókat támogassák vele, de mint tudjuk a politikusok legjobb barátja a beton, így nem értek célba a szavak.

Ez a folyamat nem most kezdődött. Már Osamu Tezuka korában jelentkeztek a problémák, amikor kitalálta a heti sorozatgyártású animékét.

### Japán anime DVD bevételek/lemez

■ Kiskereskedelmi haszon ■ Egyéb ■ Nagykereskedői haszon ■ Nettó bevétel



*„használnak egy trükköt a japán kiadók: az összes lemezt nem egyszerre, hanem csak szépen lassan, akár éveken át húzva dobják a piacra, így a sorozat rajongói a végén egy picivel többet is hajlandók fizetni, csakhogy a kollekcio hiánytalan legyen.”*





Ez irdatlan munkát és erőt igényel a rajzolóktól, ami egészen döbbenetes, hogy gyakorlatilag az elmúlt 50 évben semmi sem változott ezen a téren.

A legtöbb animátor mivel keveset keres, így szabadúszóként dolgozik, hogy minél több projektben részt vegyen, ergo növelni tudja a keresetét, de ez által még többet dolgozik. Másik probléma, hogy a fiatalokat gyakorlatilag senki sem tanítja be, ami óriási veszteséget jelent a minőségben, elég, ha a jelenlegi DB sorozatra gondolunk.



### További éves átlagfizetések (forrás: ANN)

Foglalkozás	Fizetés dollárban	Fizetés forintban
vezető animátor	9.392	2.657.936
touch up animátorok	16.268	4.603.844
key animátor	23.513	6.654.179
színezők	27.790	7.864.570
storyboard	31.030	8.781.490
3 DCG animátorok	31.982	9.050.906
Karaktertervező	46.602	13.188.366

De nézzünk további fizetéseket! Egy rendező 2200-2700 dollárt (622.200 - 764.100 Ft) keres egy rész elkészítése alatt, mivel egy epizód elkészítése közel egy hónapot vesz igénybe. Ugyanakkor maximálisan egy rendező egy évben 25-26 rész munkálatait tudja igazgatni, így a bére akár a duplájára is nőhet (és ebbe bele lehet számolni az egy-másfél éves előkészületi munkákat is adott esetekben).

A hangrendező 1600-2000 dollár közt keres (452.800 - 566.000 forint), egy részzel átlagban két nap alatt tud végezni, így 2-3 sorozatot is képes egyszerre vinni, tehát simán kijön a havi 12-13 rész,

ami 20.000 dollárt (5.660.000 forint) hoz egy hónapban és 240.000 dollárt (67.900.000 forint) egy esztendőben.

A forgatókönyvíró 2.000 dollárt keres egy epizód megírásával és átlagban egy hónap alatt 1-2 epizód megírásával tud foglalkozni, ha több projektben is részt vesz természetesen úgy növekszik a fizetése is, de a legtöbben maximum 2-3 sorozatban vesznek részt.

A fotós csapat 8.700 és 11.000 dollár között keres (2.462.100 - 3.113.000 forint) egy epizód alatt. Egy csapatban átlagosan négyen-ötten dolgoznak és egy epizóddal 3-4 napot töltenek el. Egy hónap leforgása alatt kb. 4 munkát tudnak elvégezni, így 44.000 dolláros fizetést tehetnek zsebre, ami 11.000 dollárt jelent fejenként.

Ezek a bérek az olyan nagy stúdiókra jellemzőek, mint a Studio Pierrot és hasonlók.



### Válság óta

Nyugaton 2007/2008 óta sok minden megváltozott, egyrészt felnőtt egy olyan korosztály, akik ismerik az animéket és ha nem is minden nap, de hébe-hóba lenyomnak egy-egy sorozatot. Ez a korosztály már nem akar kifizetni több száz dollárt egy-egy sorozatért főleg akkor nem, amikor





olyan szolgáltatók vannak a piacon, mint a Netflix vagy a Hulu. Illetve a sorozat nézési ciklusokban is változások álltak be. Míg a kilencvenes években mindenki megvette a VHS kazettát és vigyázott rá és csak nagy ritkán nézte meg nehogy a szalaggal valami baj történjen, addig a kétezres évekre a DVD korongokat bárki újra nézhette, míg mostanra a net korszakra érve a sorozatokat az ember már le sem tölti, hanem online nézi, és ahogyan végzed vele már el is felejtí, mert jön az újabb kedvenc. Ebben a szemléletben nagyon nehéz árulni (anime) DVD-t. A kérdés az, hogy ha ettől a nagy árbevételről esleik az anime ipar, akkor azt mivel fogja majd kárpótolni?

Az egyik lehetséges kárpótlás a párhuzamos műsorszórás a neten keresztül fizetett csatornára. Kérdés természetesen, hogy a rajongók fizetnének-e egy-egy sorozat kedvéért főleg akkor, amikor azt nem is ismerik, vagy maradnak a szokásos

nál: pár óra, esetleg néhány nap és kikerül a netre „ingyen” a sorozat. Kérdés, hogy ez az újfajta online szolgáltatás mennyire fog beválni globális szinten, illetve az olyan szolgáltatók, mint a Hulu vagy a Netflix mit és hogyan lépnek az ügyben.

### Nyereség vagy veszteség?

Összességben elmondható, hogy az animék közel 70%-a pozitív vagy legalábbis nullszaldó közeli bevételt termel a készítőinek és csupán a maradék 30% az, ami veszteséget hoz. A 70%-ot persze óvatosan kell kezelni, hiszen ez nem azt jelenti, hogy rögtön profitot termel sokkal inkább azt, hogy évek alatt hozza be azt a pénzt, amit ráköltöttek.

További kérdés, hogy mit hoz magával a jövő? Jelenleg az látszik, hogy a rajongók egyre kevesebbet hajlandók költeni DVD-re és egyéb merchandising termé-

kekre, inkább megelégszenek az ingyenes letöltötgetéssel. Mert sajnos ez jelenleg a legnagyobb probléma a stúdiók szemszögéből. Rengeteg kalóz oldal van, egy ani-

me letöltése ma már nem olyan bonyolult dolog, mint mondjuk 15 éve, ráadásul a fansubber csoportok továbbra is virágznak, hiszen a fordítás is könnyebb lett az egyik nyelvről a másikra.

Így leginkább az látszik körvonalazódni, hogy egyre kevesebben fizetnek egyre többet a kedvenc sorozataikért. Kérdés, hogy a különböző szolgáltatók - mint például a Netflix - hogyan tudják megszólítani a rajongókat, és vajon a fanok ezt hogyan reagálják le? A Funimation freemium szolgáltatásokkal próbálja magához édesgetni a rajongókat, kérdés ez az üzleti modell hogyan hat az otakukra? Izgalmas kérdések melyekre a válaszokat akár mi magunk is megválaszolhatjuk, azzal, ahogyan a következőkben döntünk.

**Források:**  
Anime News Network  
Wikipedia

**huluPLUS**

Watch Your  
Favorite Anime

Only \$7.99 / month  
(with limited advertising)  
Cancel anytime.

