

GTA IV. – ÉS EZ MÉG CSAK A KEZDET

A szórakoztatóipar forradalma

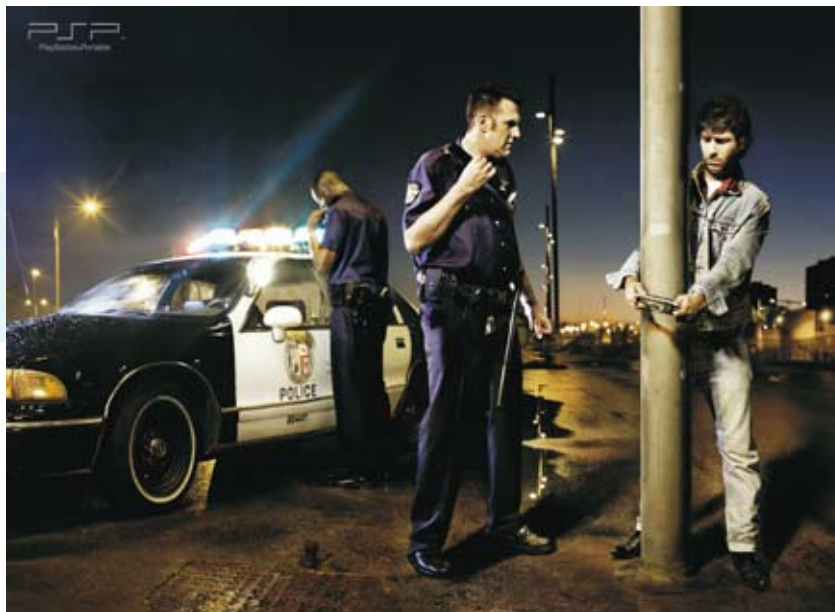
A GRAND THEFT AUTO IV. MEGJELENÉSÉT NEMCSAK A RAJONGÓK ÉS A SZAKSAJTÓ, DE A GUINNESS VILÁGREKORDOK SZERVEZETE IS VÁRTA. BIZTOSAK VOLTAK UGYANIS BENNE, HOGY EZ LESZ AZ EGY NAP ALATT LEGGYORSABBAN FOGYÓ JÁTÉK, SŐT AZ EDDIGI LEGSIKERESEBB SZÓRAKOZTATÓIPARI TERMÉK, MEGELŐZVE A KARIB-TENGER KALÓZAI MOZIKAT ÉS A HARRY POTTER KÖNYVEKET IS. VÁRAKOZÁSUK NEMCSAK HOGY BEIGAZOLÓDOTT, DE A SZÁMOK TÚL IS SZÁRNYALTÁK ELŐZETES BECSLÉSÜKET. CIKKÜNKBEN REKLÁMSZAKMAI SZEMPONTBÓL KÖZELÍTJÜK MEG ENNEK OKAIT, ÉS HOGY MILYEN LEHETŐSÉGEK REJLENEK MÉG A JÁTÉKIPARBAN.

Egy héten belül 6 millió eladott példány és 500 millió forgalom – ez bizony nem akármilyen! Nemcsak a többi játékcég irigykedhet azonban (2007 legnagyobb sikere a Halo 3 egy hét alatt „csak” 300 millióig jutott), hanem a hollywoodi producerek is csóválhatják a fejüket.

A Grand Theft Auto IV. lenyomta az eddigi kasszasikert, a Karib-tenger kalózái 3. részét, ami az első héten „mindössze” 404 millió dolláros jegybevételt termelt. Ugyanakkor nem történt meg az, amitől a filmesek előzetesen tartottak: hogy a játék megjelenésének hetében sokkal kevesebben mennek majd moziba. A Vasember (Iron Man) tisztes, 200 millió dolláros bevételt produkált. A filmiparnak azonban kétségtelenül fel kell kötnie a gatyáját: a PriceWaterhouseCoopers könyvvizsgáló

cég adatai szerint 2007-ben az elektronikus játékipar forgalma elérte a 38 milliárd dollárt. Ezzel már megelőzte a 36 milliárd dollárt „termelő” zeneipart, és ugyan a filmipar 84 milliárdos bevételétől még messze van, lényegesen gyorsabban növekszik annál. 2006-ról 2007-re a videojátékokból, számítógépes játékokból származó bevétel 19 százalékkal nőtt, míg a filmek csak 4 százalékkal könyvelhettek el többet.

Ami ráadásul a játékok különlegessége, hogy bár a filmekhez hasonlóan itt is minden a piacra dobás, a bemutatás hetében dől el, a játékokat a későbbiekben is sokan vásárolják.



Termék: Friskies Cat Food
Alkotó: FP7 Doha

A Grand Theft Auto IV teljes életciklusának végét 2009-2010 fordulójára teszik, és addig összesen 16-19 millió eladott példánnyal kalkulálnak. Mindez összesen egymilliárd dollárt hoz a kiadónak, ami így talán megússza a felvásárlást. Bár a GTA IV. kétségkívül minden rekordot megdöntött, érdemes azért a számok mögé nézni. Egyrészt egy 10 dolláros mozijegyet nem fair összemérni egy 60 dolláros játékkal. Másrészt, amit sokan elhallgatnak, hogy a GTA IV. nemcsak a legjobb eladást produkáló, de egyben a legdrágábban fejlesztett játék is. A Rockstar közel 3 és fél évig dolgozott rajta, ezer ember bevonásával, ami egy nagyobb hollywoodi film stábjá. Ahogy a költségvetése is: 100 millió dollárból – mint amennyit erre fordítottak – olyan ikonikus sci-fi filmeket forgattak, mint a Különlélemény (Minority Report) vagy a Csillagközi Invázió (Starship Troopers). Igaz, kétségkívül megérte a Rockstar befektetése. A korábbi rekorder, a Shenmue 70 millió dollárba került, ám messze nem hozott annyit kiadójának a konyhára, mint a GTA IV.

Azt is érdemes megemlíteni, hogy a Grand Theft Auto nem egy új játék, hanem egy sorozat része, aminek rengetegen várták a folytatását. A sorozat előző része, a 2004 októberében piacra dobott San Andreas pedig, ha nem is hozott ekkora bevételt, de annak idején szintén rekorder volt.

A rekord ezúttal egyrészt annak is köszönhető, hogy az eltelt három és fél év alatt egyre több embernek lett videokonzolja. Na meg másrészt az egyes kommunikációnak. A GTA IV.

eredetileg tavaly októberben jelent volna meg, ám a bemutató idén áprilisi hűződött. A késést azonban előnyére használta fel a kiadó: a játékot váró rajongók újabb és újabb információmorsákhoz, a játékból kiragadott képekhez és videókhöz juthattak a neten. A játék pedig később is szolgálhat még kommunikációs meglepetésekkel: az előző részről például pár hónappal a bemutató után derült ki, hogy egy mini szexjátékot rejt. A „hot coffee” fedőnevű részt elvileg hackerek találták meg, és ez óriási PR-értékkel szolgált: olyanok is kíváncsiak lettek a játékra, akiknek korábban eszükbe sem jutott megvásárolni.

Beszólnak az anyukák és az elnökök

A GTA vélhetően az előbbieket miatt is akkora siker: a délszláv gengszter, Niko Bellic illegális életvitele sokakat vonz. A játék pedig mondhatni vérében hordozza a public relationst: míg a szaksajtó élteti (a több teszt eredményeit átlagoló MetaCritic szerint 100-ból 99 pontot ért el), addig egyes szervezetek és médiák tiltakoznak erőszakos világa és az általa gyakorolt hatás miatt.

Ausztráliában például néhány erőszakos és szexualitástól túlfűtött jelenetet ki kellett vágni a játékból. Az egyik ilyen, amikor Niko Bellic bosszút áll egy fickón, mert egyik legjobb haverját megerőszakolta a börtönben. A bosszú pedig stílusosan az, hogy egy fegyver kerül ellenfelünk intim testrésszébe. Amerikában egy ismert szervezet, az „Anyák az ittas vezetés ellen” (Mothers Against Drunk Driving, rövidítve MADD)

azt követelte a kiadótól, hogy állítsa le a játék gyártását/forgalmazását, mert a főhős akkor is kocsiba tud ülni, ha iszik. Lehet, hogy az anyukák nem próbálták ki a játékot, mert ez ugyan igaz, viszont ilyenkor az autót sokkal nehezebb úton tartani, irányítani. Így Niko Bellic volta-képp demonstrálja, hogy az ittas vezetés veszélyes.

Mindennek ellenére a kiadó újabb és újabb támadásokra készülhet fel. Az USA-ban például vonatok és buszok oldaláról kellett leszedni a GTA IV. reklámjait, mert fogyasztók feljelentették a közlekedési társaságokat, hogy erőszakot hirdetnek. Ezek a hírek azonban sok szempontból inkább jót, semmint rosszat tesznek a gyártónak: a sajtó a GTA-ról beszél.

Nem sokan mondhatják el, hogy még az amerikai elnökök is foglalkoznak velük, pedig ebben az esetben így van.

Az elődöt, a GTA San Andreast korábban Hillary Clinton bírálta, Barack Obama pedig akármikor is beszél az erőszakos videojátékokról, megemlíti a GTA-t. Azt mondja, ha megválasztják, szigorítás várható e területen. Persze kérdés, hogy elég lesz-e ő ehhez. Illionis állam példája mindenestre figyelmeztető. A kormányzó itt 2005 augusztusában elérte, hogy beiktassák a Szexuálisan Szókimondó Videojáték Törvényt (SEVGL), ez alapján kell Illionisban az összes eladónak a szükséges lépéseket megtennie a mind a felnőttjátékokkal, mind a filmekkel kapcsolatban. Az Egyesült Államok kerületi bírójának azonban ezt a törvényt 2006-ban alkotmányellenesnek minősítette.



Termék: Kit Kat
Alkotó: JWT Dubai

Már megint a Microsoft jár jól?

Minden idők legtöbbet hozó szórakoztatóipari terméke a Microsoftnak is rendszeren termel. Egyrészt a szoftveróriás exkluzív szerződést kötött a kiadóval, így a későbbi extratartalmak, küldetések csak a Microsoft Xbox 360-ra lesznek megszerezhetőek.

Másrészt a többjátékos üzemmódhoz szükséges Xbox Live, a Sony Playstation Networktel szemben előfizetéses rendszerben működik. Ez pedig óriási lehetőségeket rejt magában, mert már az első napon egymillió játékos ült le online játszani. És napról napra többen lesznek: a komplex többjátékos üzemmód lehetővé teszi, hogy egyszerre 16-an játszanak ugyanazon a pályán

– akár mindenki mindenki ellen, akár együttműködve. A GTA IV. az USA-ban egyben megerősítette az Xbox konzol vezetőpozícióját, míg Európában ellentmondó számok láttak napvilágot, de a Playstation valamivel jobban teljesített. A japán játékosok, úgy néz ki, kimaradnak az őrléteből: a Wii-s játékok lekötik összes energiájukat. PC-re csak novemberben jelenik meg a Grand Theft Auto, de ez ismét sok fogyasztót hozhat. Nagy kérdés persze, hogy meg tudja-e verni a PC-s rekordert, az Age of Conan. Az biztos, hogy a GTA fejlesztői Steven Spielberget már legyőzték. A rendező ugyanis látva a játékiparban rejlő óriási lehetőségeket,

saját alkotással jelentkezett. A Bloom Box ugyan jó kritikákat kapott, de így sem tudott semmilyen lista élére kerülni, sőt a top 10-be sem.

Hova tűnt a product placement?

A jegybevételek, illetve játékeladások, vagyis a fogyasztók által költött pénz mellett mind a film-, mind a játékiparban van egy másik fontos forrása: a hirdetői pénz. Márpedig a termék-helyezés (product placement) nemcsak a hollywoodi mozikra jellemző egyre inkább, hanem a játékokra is. Ennek ellenére a GTA IV-ben kevés ilyenrel találkozhatunk. Azok is inkább „elferdítések”, ahogy a játék helyszínei is: Queens neve Dukes, Bronx neve Bohan, Man-



Termék: Kit Kat
Alkotó: JWT Dubai

hattan neve Algonquin, Brooklyn neve Broecker, New Jersey pedig Alderney lett. A Szabadság-szobor Boldogság-szobor, a New York Police Department (NYPD) pedig Liberty City Police Department, LCPD. Ennek megfelelően a márkákkal is hasonló történt. Nincs Taco Bell, de van Clucking Bell. Nincs Burger King, de van Burger Shot. Nincs MTV, de van METV.

A főszereplővel, Nikoval gyakran számítógép elé kell ülnünk, ahol hirdetésekkel is találkozunk. A legérdekesebb ezek közül talán a „Fruit” reklámja, ami az Apple-t gúnyolja. „Gondolkodj másképp” („Think different”) helyett a következő olvasható: „Gondolkodj egyszerűen! Gondolkodj minimalistán! Gondolkodj túlárázva!” Sőt, az iPhone mintájára még egy IFruit Phone is szerepel, ezzel a

szöveggel: „Nincsenek gombok. Nincsen tárolókapacitás. Csak az egóról szól.” Lehet, hogy ebben is a Microsoft keze van?

Papp-Váry Árpád