

VV10 – EGY  
VALÓSÁGSHOW  
VALÓSÁGA



*VV10* – egy valóságshow valósága

45.

Sorozatszerkesztő:

Koltay András – Nyakas Levente: 2012–2019

Nyakas Levente – Szadai Károly: 2020–

# ***VV10* – egy valóságshow valósága**

Szerkesztette:

Szadai Károly

**Médiatudományi Intézet**

**2022**

A kutatást támogatta:



Minden jog fenntartva.

© Guld Ádám, Hommer Anna, Hulyák-Tomesz Tímea, Kelemen Linda, Komló Csaba, Korpics Márta, Lengyelne Molnár Tünde, Polonyi Gábor, Racsko Réka, Szadai Károly, Szűts Zoltán, Till Eszter, 2022

© Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete, 2021

# Tartalom

## Guld Ádám: Bevezető tanulmány

9

## Kelemen Linda: Valóságshow-műsorok a jog tükrében

1. Bevezető gondolatok.....	23
2. Az emberi méltóság védelmének gyakorlata.....	24
2.1. Jogszabályi környezet .....	24
2.2. Az Országos Rádió- és Televíziótestület gyakorlata .....	25
2.3. A Médiatanács gyakorlata .....	27
2.4. Adatvédelmi összefüggések .....	30
3. A gyermekek és a kiskorúak védelme.....	31
3.1. Jogszabályi környezet.....	31
3.2. Az Országos Rádió- és Televíziótestület gyakorlata .....	33
3.3. A Médiatanács gyakorlata .....	35
4. Záró gondolatok.....	39

## Till Eszter: A valóságshow-k közönsége

1. A <i>ValóVilág</i> nézettsége .....	43
2. A <i>ValóVilág</i> nézőtáborának profilja.....	50
3. <i>BeleValóVilág</i> .....	52
4. <i>NekedValóVilág</i> .....	54
5. <i>ValóVilág</i> vs. <i>Big Brother</i> .....	58

## Hommer Anna – Korpics Márta: Jöttek, láttak... úgy maradtak

### A *ValóVilág powered by Big Brother 10* és a *BeleValóVilág* című műsorszámok médiaszövegeinek elemzése

Bevezetés.....	61
1. A média hatásáról és a megváltozott médiakörnyezetről .....	61
2. Társadalmi ízlések.....	64
3. Késő modern médiakörnyezet .....	65
4. Populáris kultúra – televíziós kultúra .....	66
5. A televízió a történetek elmesélője .....	68
6. Sztárnak lenni, sztárrá válni .....	69
7. A valóságshow-k értelmezési (értelmezhetőségi) keretei.....	71
8. Etikai kérdések a műsortípus kapcsán .....	75
9. <i>VV10</i> – A jubileumi műsor.....	76
10. A szöveg mélyén – narratívák a <i>VV10</i> -ben.....	77
11. Káros tartalmak a <i>VV10</i> -ben .....	79
11.1. December 7–13.....	81
11.2. Január 18–24.....	82
11.3. Február 8–14. ....	84
11.4. Alacsony értékek – csekély hatás?.....	85

11.5. Fabula és szüzsé a számok tükrében .....	86
12. Narratívák a <i>BeleValóVilág</i> ban – mintavétel, módszertan .....	88
'Szexualitás'-narratíva.....	91
'Bolondokháza'-narratíva.....	92
'Kulisszatitkok'-narratíva (az elnevezés Gáspár Győzőtől származik).....	93
'Villalakók viselkedése'-narratíva (tisztaság, nyelvi eszközök használata, takarítás hiánya, büdös ruhadarabok).....	93
'Vissza az iskolapadba'-narratíva (Vandától származik a kifejezés) .....	94
'Szerelmespár'-narratíva.....	94
'Influenzerek'-narratíva (Adott heti tematika alapján).....	95
'Győztes-vesztes'-narratíva .....	96
'Best forever'-narratíva.....	97
'Vivi'-narratíva .....	97
'Vivi-show'-narratíva .....	97
13. Konklúzió – a narratívák és a korábbi valóságshow-k témáinak összevetése.....	99
Összegzés .....	100

**Polonyi Gábor: *A ValóVilág powered by Big Brother 10* című műsor a befogadói vélemények tükrében (Fókuszcsoport-kutatás, 2021. március)**

Összefoglaló a kutatásról.....	103
1. Bevezetés.....	106
1.1. A kutatás célja.....	106
1.2. A kutatás módszere .....	106
1.3. A fókuszcsoportos beszélgetések alanyai, a fókuszcsoportok összetétele .....	106
2. A <i>ValóVilág10</i> nézettsége és értékelése .....	108
3. A valóságshow-k asszociációs mezője és általános megítélése.....	110
3.1. Asszociációs mező.....	110
3.2. A valóságshow mint műfaj általános megítélése.....	113
3.3. A valóságshow-k típusai .....	115
4. A <i>ValóVilág</i> szereplői .....	116
4.1. A főbb karaktertípusok.....	116
4.2. A szereplők motivációi .....	118
5. A műsor típus szerinti besorolása.....	119
6. A <i>ValóVilág</i> nézői .....	120
6.1. Az elsődleges célcsoport tagjai .....	120
6.2. Korhatár-besorolás .....	122
7. A <i>ValóVilág</i> és a valóság viszonya .....	122
8. Káros tartalmak megjelenése a <i>ValóVilág</i> ban.....	125
8.1. Szexualitás.....	126
8.2. Trágárság, káromkodás .....	127
8.3. Alkoholfogyasztás .....	128
8.4. Dohányzás .....	129
9. A kapcsolatok, párkapcsolatok bemutatása a <i>VV10</i> -ben.....	130
9.1. Konfliktushelyzetek.....	131
9.2. Párkapcsolati terror .....	135



10. A káros tartalmak, deviáns viselkedésformák bemutatásának hatása a nézőkre.....	137
10.1. Automatikus, kontrollálatlan befogadás.....	138
10.2. Automatikus és kontrollálatlan elutasítás.....	139
10.3. Reflektív, szelektív elutasítás.....	139
11. Kiskorúak védelme .....	142
11.1. Automatikus, kontrollálatlan befogadás.....	146
11.2. Reflektív, szelektív elutasítás.....	147
11.3. Automatikus és kontrollálatlan elutasítás.....	148
12. Az RTL Klub társadalmi felelősségvállalása .....	148

**Lengyelné M. T. – Racsko R. – Komló Cs. – Hulyák-Tomesz T. – Szűts Z.:**  
***A ValóVilág powered by Big Brother 10, valamint a BeleValóVilág powered by Big Brother című műsorszámok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése***

Bevezetés: Show-műsorból valóságshow .....	153
1. Történet .....	155
2. <i>ValóVilág</i> .....	158
3. A valóság és annak illúziója .....	159
4. Az élet színháza.....	161
4.1. Helyszín .....	161
4.2. Cselekmény .....	162
4.3. Szereplők, szereplőválogatás .....	164
4.4. Szereplőből sztár.....	166
4.5. A szeparációs fázis szakaszai .....	168
4.6. A beavatási fázis szakaszai .....	168
4.7. A hazatérési fázis szakaszai .....	168
4.8. A nők reprezentációja.....	169
5. Kitekintés a nemzetközi szakirodalomra .....	173
6. <i>ValóVilág powered by Big Brother</i> és a <i>BeleValóVilág10</i> – kvalitatív tartalomelemzés ...	173
6.1. A kutatás módszertana .....	173
6.2. A kutatás objektivitása .....	173
6.3. A kutatás validitása .....	174
6.4. A kutatás megbízhatósága .....	174
6.5. Strukturált változórendszer .....	175
7. Az 1. adásblokk vizsgálatának eredményei .....	176
7.1. A játékosok viszonya egymáshoz .....	176
7.2. Munkához való hozzáállás.....	176
7.3. Társakkal való viszony .....	185
7.4. Megnyilvánulások .....	194
7.5. Viselkedési kategóriák.....	195
7.6. Kommunikáció .....	210
7.7. Testbeszéd.....	212
7.8. Pozitív és negatív asszociációk.....	216
8. A 2. adásblokk vizsgálatának eredményei .....	218
8.1. Munkához való hozzáállás.....	218

8.2. Társakkal való viszony .....	229
8.3. Megnyilvánulások .....	238
8.4. Viselkedési kategóriák .....	241
8.5. Kommunikáció .....	256
8.6. Testbeszéd.....	259
8.7. Pozitív és negatív asszociációk.....	263
9. A 3. adásblokk vizsgálatának eredményei .....	265
9.1. Munkához való hozzáállás.....	265
9.2. Társakkal való viszony .....	276
9.3. A játékosok viszonya egymáshoz .....	278
9.4. Megnyilvánulások .....	285
9.5. Viselkedési kategóriák .....	287
9.6. Kommunikáció .....	299
9.7. Testbeszéd .....	303
9.8. Pozitív és negatív asszociációk .....	306
10. Összegzés .....	307
Háziasság .....	308
Konfliktus.....	308
Kritikus megnyilvánulások.....	308
Dohányzás .....	309
Alkoholfogyasztás .....	309
Trágár beszéd.....	309
Verbális bántalmazás.....	309
Sírás .....	310
Nevetés .....	310

# Bevezető tanulmány\*

GULD ÁDÁM

Botrány, erőszak, ízléstelenség, trágárság, káros és veszélyes tartalmak. Csak néhány azok közül a problémák közül, amelyek a valóságshow-kkal összefüggésben merültek fel a szélesebb nyilvánosságban és a tudományos diskurzusokban az utóbbi évtizedek során. A valóságshow-k megjelenésüktől fogva a televíziózás legmegosztóbb tartalmai közé tartoznak, így nem véletlen, hogy mindig kiemelt figyelem hárult rájuk nemcsak a közönség, hanem a műfajjal foglalkozó szakértők körében is. Azonban míg a szakértők alapvetően elítélő hangnemben nyilatkoztak és nyilatkoznak ma is a formátumról, s gyakran maguk a fogyasztók is káros tartalomként vélekednek a valóságshow-król, addig a nézettségi adatok egészen más képet festenek a témáról. A reality megjelenése óta eltelt évtizedekben a műsorok formátuma, tematikája és elérhetősége is jelentős változáson ment keresztül, ami annak köszönhető, hogy a műfaj megjelenése óta eltelt évtizedekben mindig képes volt a megújulásra. A korai, klasszikusnak tekinthető Big Brother-típusú programokat néhány év leforgása alatt felváltották a speciális közönségre célzó tematikus valóságshow-k, illetve a valóságshow-kba oltott egyéb hibrid műfajok, úgymint a tehetségkutatók vagy dokureality jellegű szappanoperák. A valóságtelevíziózás koncepciója a műsorgyártás legtöbb területére beszivárgott, így ma már ugyanezeket a műfaji elemeket felfedezhetjük többek között a főzőműsorokban, a természetfilmekben vagy a vetélkedőkben is, de a sort még hosszasan folytathatnánk.

Az említett folyamatokat látva joggal merülhet fel a kérdés, hogy hol tart a valóságtelevíziózás fejlődése a 2020-as évek elején, illetve mik lehetnek azok a tényezők, amelyek ma is a képernyők elé ültetik a műfaj iránt érdeklődőket. Vajon miféle örömeket él át a reality-k közönsége? Hogyan vélekednek a nézők a programok társadalmi és kulturális szerepéről, vagy miként ítélik meg a műsorok résztvevőit? Hol tart jelenleg a valóságshow-k működésének médiajogi szabályozása nemzetközi környezetben, és mi az, ami ebből hazánkban is átvételre érdemes? A jelen kötetben összegyűjtött tanulmányok fő célkitűzése az, hogy a legfrissebb kutatási eredmények alapján kapjunk válaszokat ezekre a kérdésekre. A publikációban szereplő szövegek interdiszciplináris megközelítésben vizsgálják a valóságshow-k működési környezetét, tartalmát és befogadóit, így az olvasó átfogó képet alkothat a műfajra vonatkozó aktuális fejleményekről. Jelen kötet egyik legfontosabb erőssége azonban éppen az, hogy a szerzők a műfaj fejlődéstörténetének kontextusában prezentálják az aktuális eredményeket, így a szövegekből a formátum evolúciójának teljes íve kiolvasható. Az előszó további részében ezért néhány olyan kérdés tárgyalására térünk ki, amelyek lazábban kapcsolódnak a tanulmányokban tárgyalt valóságshow-értelmezésekhez, ugyanakkor kommunikáció- és médiaelméleti, valamint kultúrszociológiai értelemben mégis hozzájárulnak az általános megértés támogatásához. Ennek megfelelően kísérletet teszünk azoknak a kérdéseknek a megválaszolására, hogy napjaink médiafogyasztói miért vonzódnak a valóság tematikájához, miként nyújt ehhez kitűnő terepet a televízió mint kulturális fórum, valamint hogy hogyan támogatja a televízióra jellemző bulvárosodás a valóságshow-k térnyerését. Végül a fejezet zárásaként a kötet szerkezetének, illetve az abban szereplő tanulmányok főbb állításainak ismertetésére kerül sor.

---

\* A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

A valóságshow-k és az azzal rokon hibrid műfajok népszerűsége világosan jelzi, hogy napjaink legnépszerűbb televíziós műsorai a mindennapi élettel, a hétköznapok világával, a „valósággal” foglalkoznak. A jelenség kapcsán felmerül a kérdés, hogy vajon miért válhat egyre vonzóbbá a téma, illetve hogy hogyan elégitik ki a televíziós műfajok a közönség valósággal kapcsolatos kíváncsiságát. A kérdéskör aktualitását mutatja, hogy napjainkban is kitüntetett figyelmet élveznek azok a televíziós formátumok, amelyek a valóságot vagy a valóság valamiféle rekonstruált változatát próbálják bemutatni. Így a klasszikus hír és infotainment programok mellett a délutáni és az esti műsorsávban már szinte megkerülhetlenné váltak a különböző realityk és doku-realityk vagy az ugyancsak a valóság és a hétköznapi élet világából építkező tehetségkutató műsorok. Más televíziós adókon, jellemzően tematikus csatornákon, szintén olyan a mindennapi élettel kapcsolatos műsorok futnak, amelyek a hétköznapok egy-egy speciális szegmensével foglalkoznak, úgymint a főzés, a lakberendezés, a barkácsolás, a gyermeknevelés, az egészséges életmód vagy akár a leghétköznapibb szakmák.

A nézettségi adatok azt mutatják, hogy a valóság tematikáját kezelő műsorok népszerűsége töretlen.<sup>1</sup> Azt azonban sokszor nehéz belátni, hogy a banalitással vagy a jelentéktelenséggel megbélyegzett, az általános közfelfogás szerint és gyakran a szakértők által is értéktelennek minősített programok miként válhatnak a televíziózás uralkodó műfajává. Ma már kutatások igazolják, hogy a közönség figyelme a saját életére és élményeire leginkább emlékeztető műsorokra irányul.<sup>2</sup> Ennek az a magyarázata, hogy a fikciós műfajokhoz képest az ilyen programok sokkal kézenfekvőbb azonosulási lehetőségeket kínálnak fel a bemutatott karakterekkel, akik olyan élethelyzetekben jelennek meg, amelyek a néző énje számára is relevánsak. Ezekben a helyzetekben egy sajátos *párbeszéd* jön létre a televízió és a televíziónéző között, amelynek alapvetően a „nahát, ez akár velem is megtörténhetne” élmény a kiindulópontja. Az efféle párbeszéd során a néző személyes identitásának rekonstruálása zajlik az ismerős szituációkon keresztül, tehát az ilyen típusú műsorok, így a valóságshow-k élvezeti értéke is sokszor magában az „ismerősben”, a „hétköznapiban” rejlik. Az említett példák és tendenciák tükrében azt mondhatjuk, hogy a televíziózás egy olyan korszakhatárhoz érkezett, amelynek hatásait csak mostanában kezdjük felismerni. A médiatechnológia gyökeres átalakulásával párhuzamosan ma egyre nagyobb hangsúllyal jelenik meg az életünkben a virtuális és digitális világ, miközben a hétköznapok valósága, a mindennapi élet tapasztalatai gyakran felértekelődnek.

A televíziós piac és a valóságshow-k szempontjából sem mellékes, hogy ennek a folyamatnak az egyik legígéretesebb területe a felhasználók által létrehozott tartalmak (UGC vagy *user-generated content*) kérdése. Az új média terében ma már bárki számára adott a lehetőség a saját készítésű tartalmak létrehozására és közzétételére. Ezek a szöveges, képi vagy audiovizuális alkotások formailag és tartalmilag is az alkotók személyes igényeihez igazodnak, s ebből kifolyólag rendkívüli változatosságot mutatnak. Ezeknek az alkotásoknak a sikeressége szinte kivétel nélkül a hétköznapiasságban rejlik; a szereplők, a témák és a hangnem a mindennapi élet valóságát idézik meg. Ebben az értelemben felhasználói tartalmak egy jelentős része közeli rokonságot mutat a valóságshow-kkal, másrészt ezek gyakran sikeresebbé is válnak, mint a professzionális tartalom-előállítók termékei. Továbbra is kérdéses, hogy az egyre nagyobb befolyást szerző, hálózati felületeken népszerűvé váló tartalom-előállítók és műfajok

1 <https://www.social.com/reality-tv-statistics/>

2 SZIJÁRTÓ (2016)

hosszú távon milyen hatással lehetnek a valóságtelevíziózás fejlődésére, de a szinergiák kiépülése gyors ütemben zajlik már jelenleg is.

Ugyanakkor a valóság-tematika kötetben tárgyalt típusai még mindig alapvetően a televízióhoz kötődnek, s a szövegek által is reflektált, gyakran megfogalmazott aggodalmak kiindulópontja az, hogy a televízió központi kulturális platformként továbbra is jelentős hatást gyakorol a társadalmi környezetre. A tömegkommunikáció történetének ma már közhelyesnek tűnő megállapítása, hogy a huszadik század második felének uralkodó médiuma a televízió volt, de az talán sokak számára meglepő lehet, hogy a már klasszikusnak számító médiumnak még mindig ekkora jelentőséget tulajdonítunk annak ellenére, hogy a digitális média térhódítása megállíthatatlannak tűnik. A médiumok fejlődését tanulmányozva kijelenthető, hogy sokáig úgy tűnt, az új évezred egy új médium, az internet totális előretörését hozza el, ami minden korábbi kommunikációs eszközt magába olvasztva elhomályosítja a korábbi médiumok, s különösen a televízió kulturális jelentőségét. Ezzel szemben ma azt tapasztaljuk, hogy a televízió továbbra is sikeresen alkalmazkodik a változó technikai feltételekhez, és remekül kihasználja az azok által nyújtott lehetőségeket. Elsősorban ezekkel a technikai újításokkal és különösen a digitális televíziózás térhódításával magyarázható, hogy a témával kapcsolatos globális felmérések az elmúlt néhány év során rendre a televíziózással eltöltött idő növekedését jelzik.<sup>3</sup> Mindebből arra következtethetünk, hogy a televízió, bár megújult formában, de továbbra is a kulturális környezetünk egyik legbefolyásosabb tényezője marad, s sok tekintetben érvényesek maradnak a televíziózással kapcsolatos korábbi tételek is.<sup>4</sup>

Ha még pontosabban szeretnénk látni a valóságtelevíziózás sikerének és hatásának kulturális logikáját, akkor magának a televízióknak a működését is pontosabban kell értenünk. A témával foglalkozó kutatók már a nyolcvanas években megállapították, hogy a televíziózás lényege két tényező mentén ragadható meg. Az egyik megközelítésben a televízió technikai és technológiai jelentőségét hangsúlyozzák, míg a másikban a kulturális hatások kerülnek előtérbe. Pontosabban, a televízió egyrészt az utóbbi évtizedek során egyértelműen a társadalom központi kommunikációs médiumává vált, és sok szempontból ez az állítás még ma is érvényes, másrészt, mint „esztétikai tárgy” és „expresszív médium” a társadalom kulturális értelemben történő homogenizációját is eredményezte.<sup>5</sup> A televízió minderre azáltal vált képessé, hogy a társadalom intézményesített „mesemondójává” vált, azaz szimbolikus jelentésekkel bíró történeteken keresztül kapcsolja össze közönségének egyes tagjait.<sup>6</sup>

A tömegkommunikáció kutatása csak a huszadik század második felében kezdett a televízió kulturális és társadalmi hatásaival foglalkozni.<sup>7</sup> Azt megelőzően a vizsgálatok többsége a tömegtermelés viszonyaira, a sokszorosítás és a terjesztés folyamatára koncentrált, miközben objektív eszközökkel (mint például a közgazdaságtan eszköztára) próbálták megragadni a média működését. A hetvenes évektől kezdődően azonban megrendültek azok a gazdasági és társadalmi feltételek, amelyek a korábbi tömegkommunikációs modellek hátterét biztosították, s így a technológiai fejlődésből következő strukturális átalakulás új modellek felállítását követelte meg. Ebben a korszakban születtek azok a kulturális hatások irányából közelítő elméletek, melyek közül itt

3 [www.statista.com/forecasts/1207931/tv-viewers-worldwide-number](http://www.statista.com/forecasts/1207931/tv-viewers-worldwide-number)

4 ANG (1990); HARTLEY (1993), (2003); LEMBO (2000); MORLEY (2000); NEWCOMB (1983); REDWAY (1984); SILVERSTONE (2000)

5 NEWCOMB (1983): 503.

6 GERBNER-GROSS (1976)

7 MCQUAIL (2003): 53.

három olyan modell ismertetésére térek ki, amelyek a későbbiekben is segítségünkre lesznek az értelmezés során. Ezek a *transzmissziós* modell, a *kódolás-dekódolás* modell és a *kommunikáció rituális* modellje – vagyis éppen azok az elméleti koncepciók, amelyek már megszületésük idején is a tömegkommunikáció működésének és hatásainak leírását szolgálták, s melyek közül kettő kifejezetten szoros kapcsolatban áll a televíziós környezet értelmezési lehetőségeivel.

A transzmissziós modell lényegében az üzenet átvitelének folyamatára koncentrált, tehát alapvetően az információ átadásának körülményeit igyekszik leírni. Lasswell megfogalmazásában a tömegkommunikáció viszonyai között ez annyit jelent, hogy megpróbáljuk megválaszolni azt, hogy ki az üzenet feladója és ki a címzettje, az üzenet milyen csatornán jut el a címzethez, illetve maga az üzenet milyen hatást vált ki.<sup>8</sup> A tömegkommunikáció kulturális hatásainak vonatkozásában a modell pontosításához Westley és MacLean járultak hozzá jelentősebb mértékben.<sup>9</sup> Ők felismerték, hogy a tömegkommunikáció működésének megértéséhez a professzionális „kommunikátor” szerepét is be kell iktatni a „társadalom” és „közönség” között zajló információcsere folyamatába. A szerzők szerint a „társadalmi eseményeket” és „társadalmi hangokat” ezek a kommunikátorok közvetítik a közönség felé. A professzionális kommunikátorok tevékenységének fontos része tehát az események kiválasztása, és azoknak a médiába történő beemelése. Ezt a szelekciót Westley és MacLean szerint alapvetően az irányítja, hogy a közönség mit tart érdekesnek vagy izgalmasnak, miközben maguk a médiumok nem törekszenek a közönség tudatos befolyásolására.<sup>10</sup> Ebből is látható, hogy a transzmissziós modell sok szempontból csak részben volt képes meghaladni a kommunikáció lineáris modelljét.<sup>11</sup> Így ez az elmélet jobbára csupán a korábbi modell kiegészítésére volt alkalmas annyiban, hogy a piaci viszonyok között felismerte a tömegmédiák kulturális relevanciáit, illetve a közönség igényeinek jelentőségét – amely sok szempontból magyarázóerővel bír a valóságshow-k állandó jelenlétére a kereskedelmi média környezetében.

Stuart Hall szintén a hetvenes évek során alkotta meg azt a kommunikációs elméletet, amely végleg szakított a transzmissziós megközelítésben leírt lineáris modellel. A kódolás és dekódolás néven ismert irányzat lényege az a felismerés, hogy a tömegkommunikáció közönségének egyes tagjai, ugyanabból az üzenetből, egymástól különböző jelentéseket konstruálhatnak.<sup>12</sup> A tömegkommunikációs modellek közül a kódolás-dekódolás modell a hetvenes évek közepén a legösszetettebb megközelítésnek tekinthető, hiszen egyszerre alkalmazta az irodalomtudományok, a diskurzuselemzés, a szemiotológia és a kultúratudományok egyes elemeit. Hall koncepciója abból a szempontból is korszakalkotó, hogy elsőként irányítja a figyelmet a közönségen belül lejátszódó értelmezési folyamatok vizsgálatára. Ezzel együtt következik be a médiakutatás egyik legjelentősebb paradigmaváltása is, vagyis ekkortól elsősorban már nem az érdekli a kutatókat, hogy mire használja a média a közönséget, hanem az, hogy mire használja a közönség a médiát.<sup>13</sup> Érdemes kiemelni, hogy Hall szintén a televíziós jel vizsgálatából kiindulva alkotja meg elméletét, és felismeri annak szemantikai telítettségét, poliszémikus jellegét és nyitottságát. Hall kifejti, hogy a kommunikációs jelek közül a

8 LASSWELL (1948): 32–51.

9 McQuail (2003): 54.

10 E tekintetben ez a modell már sok hasonlóságot mutat a későbbi használat és kielégítés modellel is. Erről bővebben lásd BAJOMI-LÁZÁR (2006).

11 A kommunikáció lineáris modelljéről bővebben lásd SHANNON–WEAVER (1949).

12 HALL (1973), (1982), (1989), (1975)

13 BAJOMI-LÁZÁR (2007)

televíziós jel a legtelítettebb, és az abban kódolt imidzsek, stílusok, metaforák és a narráció olyan komplex történetek közvetítését teszik lehetővé, amelyeket a nézők saját szociokulturális háttérüknek megfelelően, különböző módon képesek értelmezni. Lényeges továbbá, hogy a modellben a televíziós műsorszámok összessége értelemmel bíró diskurzusként jelenik meg, amelyben különböző hatalmi érdekek feszülnek egymásnak, nem csak a produkció szintjén, hanem a befogadás folyamatában is. Hall ennek megfelelően különbözteti meg a *preferált*, az *egyezkedő* és az *ellenzéki* olvasatokat.<sup>14</sup> Mindebből az szűrhető le, hogy a korábbi elképzelésekkel ellentétben a média közönsége az értelmezés során nincs ráutalva az üzenet küldőjének szándékaira, azaz nem passzív, hanem éppen ellenkezőleg, aktívan vesz részt a jelentésalkotás folyamatában. Éppen ez a jelentések dekonstruálásával és rekonstruálásával kapcsolatos folyamat az, amelyet a kötetben szereplő, a valóságshow-k befogadói oldalával foglalkozó szövegek igyekeznek feltárni.

Ugyancsak a transzmissziós modellel szemben az egyik leghatásosabb kritikát James Carey fogalmazta meg a hetvenes évek derekán.<sup>15</sup> Véleménye szerint, míg a tömegkommunikáció transzmissziós modellje egyes területeken gond nélkül alkalmazható, például a hírmédiumok vagy a reklámok világában, addig a tömegmédiumokkal összefüggésbe hozható komplex kulturális folyamatok leírására lényegében alkalmatlan. Carey ebből a felismerésből kiindulva alkotta meg a kommunikáció rituális modelljét, amelynek központjában a közösség, a közös élmények, a közös hit, az összekapcsolódás és az összefogás állnak. Ebben a megközelítésben a tömegkommunikáció célja a közösség fenntartása, a közös vélemények bemutatása és megvitatása. A modell annyiban függ össze a fent említett második generációs transzmissziós elmélettel, hogy ebben is fontos szerepet játszik a közönség általános elégedettsége, és hasonló módon háttérbe szorul az üzenet közvetítésének folyamata.<sup>16</sup>

Carey különös hangsúlyt fektet a modell expresszív jellegére, s ezzel arra mutatott rá, hogy a résztvevő felek sokszor pusztán az érintkezés öröme végett vesznek részt a kommunikációs aktusban. További lényeges tulajdonsága a modellnek, hogy ebben is felismerik a tartalom többértelműségét, azt, hogy a tömegmédia üzenetinek jelentése a kultúra által nyújtott szimbólumrendszerek és asszociációs hálók kölcsönhatásának eredményeként jön létre. Mindebből az derülhet ki, hogy a rituális modellben a kommunikáció menete alapvető hatást gyakorol a társadalomra, erősítheti az összetartozást és kirekeszthet bizonyos elemeket, illetve bemutathatja azt, hogy mi az, ami elfogadható, és mi az, ami nem. A valóságshow-kkal kapcsolatban felhozott leggyakoribb kritika éppen az, hogy a gátlástalan figyelemhajtás közben a műsorok minden korábbi konvenciót és kulturális normát lerombolnak. A befogadói oldal vizsgálata legtöbbször mégis azt az eredményt hozza, és az itt bemutatott szövegek is ezt tükrözik, hogy az ilyen jellegű műsorok állandóan mozgásban tartják a társadalmilag elfogadott viselkedésminták normakontrollját. Így a programok által generált diskurzusok (interpersionális vagy interiorizált) nemcsak meggyengítik, de sokszor meg is erősítik az elfogadható és elfogadhatatlan viselkedésformák kategóriáit.

A fentieket összefoglalva megállapíthatjuk, hogy a tömegkommunikációval foglalkozó kutatók már a hetvenes években felismerték a televízióknak mint kulturális platformnak a jelentőségét. A fent ismertetett, a kulturális fordulathoz köthető médiaelméletek rávilágítottak

---

14 HALL (1973)

15 CAREY (1975)

16 MCQUAIL (2003): 54.

arra, hogy a tömegmédiában áramló üzenetek szimbolikus jelentéseket hordoznak, maguk az üzenetek poliszémikusak, a jelentések ennek megfelelően képlékenyek és a közönség tagjai saját érdeklődésük, társadalmi pozíciójuk és kulturális gyakorlatainak megfelelően szelektálhatnak a tartalmakból. A vizsgálat szempontjából azonban most ennél is lényegesebb az, hogy a tömegkommunikáció által létrehozott nyilvánosságban, illetve annak diszkurzív terében, a mindenkori társadalom kulturális viszonyainak produkciója és reprodukciója zajlik. Ebből az következik, hogy a tömegmédiá termékei, például a valóságshow-k vizsgálatán keresztül a társadalomban működő kulturális folyamatok természetét ismerhetjük meg.

Az elmúlt két évtized során a tömegmédiában formálódó nyilvánosság viszonyaival kapcsolatban egyre gyakrabban bukkan fel a bulvarizálódás fogalma, ami egyszerre jellemzi a valóságshow-k mediális és kulturális kontextusát. Ez a ma már általánosnak tekinthető jelenség alapvetően átírta a tömegmédiá által közvetített tartalmak kulturális regisztereit, s ennek hatásai talán a televíziózás területén a legnyilvánvalóbbak. Mivel a kötetben szereplő kutatások tárgyát a kereskedelmi televíziózás és a valóságshow-k alkotják, kézenfekvő választásnak tűnik, hogy az elemzések tárgyát a bulvármédia kontextusában is elhelyezzük, így érdemes áttekintenünk a nyilvánosság átalakulásának és a bulvarizálódás folyamatának főbb téziseit is.

Európában, különösen az egykori szocialista országokban, a bulvarizálódás fogalma elválaszthatatlan a médiapiacokon végbement liberalizációs folyamatoktól. A televízió vonatkozásában, a bulvarizálódás párhuzamosan zajlott a kereskedelmi csatornák megjelenésével és térhódításával. Magyarországon ez az átalakulás a kilencvenes évek végén kezdődött el és máig erőteljesen érezteti a hatását. A piac megnyitása alapjaiban formálta át a televíziós műfajokat és a műsorszerkesztési gyakorlatokat, de nem hagyta érintetlenül a közönség televíziózási szokásait sem. Az új modell legmeghatározóbb eleme, hogy piaci alapokon működik, tehát a műsorszolgáltatók elsődleges és legfontosabb célja a minél magasabb nézőszám elérése és a reklámbevételek maximalizálása.<sup>17</sup> Nyilvánvaló, hogy ez legegyszerűbben a tömegközönség igényeinek kielégítésével érhető el, így a kereskedelmi média minden eszközzel ezt a célt próbálja megvalósítani, s ez a gyakorlat köszön vissza a valóságshow-k műsoron tartásában is.

A fent említett eszközök közé tartozik, hogy a hagyományos, statikus műsorstruktúrát, amelyben egymást követik a különböző műfajú programok, egy olyan dinamikus műsorfolyam váltja fel, ahol láncszemszerűen kapcsolódnak egymásba a műsorok. Ebben a gyorsan pergő, látványos programfolyamban a műsorok és az előzetesek mindig egy következő műsorszámra utalnak, állandó feszültséget generálva a nézőben.<sup>18</sup> Az új modellben a közönség meghódításának másik fontos eszköze a szórakoztatás. Ezzel összefüggésben több szerző is rámutat, hogy a szórakoztatás szándéka napjainkban már olyannyira általános, hogy azokban a műsorszámokban is tetten érhető, amelyek hagyományosan nem a szórakoztató műfajok kategóriájába tartoznak. Részen ennek eredményeként jelennek meg a hibrid műsorok, amelyekben elmosódnak a klasszikus televíziós műfajok közötti határok, illetve amelyekben egyre gyakoribb szerkesztési megoldásként jelenik meg a valóság tematika alkalmazása.<sup>19</sup>

17 A televíziós piac átalakulásáról, a piaci modell jellemzőiről, illetve a kereskedelmi televíziózás további gazdasági vonatkozásairól bővebben lásd GÁLIK (2005).

18 JENEI (2005)

19 Ezek közül a leggyakoribbak az *edutainment* (oktató és szórakoztató műsor), *infotainment* (tájékoztató és szórakoztató), *advertorial* (szerkesztői reklám). Jenei ezek között említi a talk show-kat is. Fontos megjegyezni, hogy az utóbbi tíz évben váltak általánossá a valóságshow-khoz köthető újabb hibrid műfajok, úgymint a *dokureality* (dokumentum-reality) vagy az *edureality* (oktató reality).



A kereskedelmi médiában, ugyancsak a szórakoztatás jegyében, az a hangnem is megváltozik, amely a nézőt megszólítja. A hagyományos közszolgálati média hivatalos hangját a kereskedelmi média közvetlen stílusa váltja fel, s ezzel együtt kerülnek előtérbe a privát szféra témái. Részben ez a változás tükröződik abban is, hogy a szerkesztők a hétköznapi témákkal kapcsolatos privát vélemények ütköztetésére, a problémák közös megvitatására ösztönzik a közönséget. Ezzel összefüggésben a műsorok a fikciós műfajok felől a valóság hangsúlyozásának irányába mozdulnak el. Ezt a hatást erősíti a stúdióközönség megjelenítése és a műsorba való bevonása, valamint az is, hogy a hétköznapi emberek is egyre gyakrabban válhatnak a televízió-műsorok szereplőjévé – ahogyan ez a valóságshow-k esetében is történik.<sup>20</sup> Mivel ezek a változások kivétel nélkül a bulvarizálódás irányába mutatnak, a következőkben ennek a folyamatnak a jellemzőit tekintjük át.

A bulvarizálódás, vagy más szóval a tabloidizáció, a későmodern médiakörnyezet egyik meghatározó jelensége. Ahogyan a fentiekből kiderül, a bulvarizálódás elválaszthatatlan a médiapiacok liberalizációjától és jelentősen átalakítja a média tartalmi és formai jellemzőit. A bulvár térhódításának folyamata hazánkban csupán bő három évtizede figyelhető meg, maga a jelenség viszont már több mint egy évszázados hagyományokkal rendelkezik a nyugati világban. A műfaj különösen Angliában örvend régóta nagy népszerűségnek.<sup>21</sup> Érdekes megfigyelni, hogy a bulvár térhódításával párhuzamosan a fogalom alkalmazásának köre is jelentősen kiszélesedett. Míg korábban a kifejezést szinte kizárólag a nyomtatott sajtó alacsonyabb minőségű termékeire használták, addig ma már gyakran sorolnak ide más médiumokra jellemző műfajokat is. Ezek között említhetjük még az elektronikus sajtót és természetesen a televíziót is, azon belül pedig a talkshow-kat, a szappanoperákat, a sorozatokat és a valóságshow-kat.

A bulvarizálódással kapcsolatos sajátosság, hogy komplex jelenségről lévén szó, a folyamat nehezen definiálható és sokféle módon értelmezhető. A különböző meghatározásokban csupán az tűnik közösnek, hogy a bulvár alapvetően populista műfajnak tekinthető, mellőzi a szeriöz újságírásra jellemző formális hangnemet és analitikus gondolkodásmódot, valamint a társadalom alsóbb osztályait szólítja meg. Ennek megfelelően a bulvárt az informális hangnem, a személyes nézőpontokat előtérbe helyező megközelítések és az érzelmekre ható stílus jellemzi. A bulvárműfajok további jellemzője, hogy a bennük szereplő hírek forrása bizonytalan, és ezek gyakran olyan pletykákra vezethetők vissza, amelyekben valamiféle normasértés, általában egy bűncselekménnyel vagy a szexualitással kapcsolatos botrány, kerül a nyilvánosság elé.<sup>22</sup> A botrányokon kívül a bulvármédia jellemző témái lehetnek továbbá a hétköznapi emberek rendkívüli tettei, a rendkívüli emberek hétköznapi cselekedetei, a sztárok, a különleges állatok és a katasztrófák – csupa olyan kategória, amelyek ma már tematikus valóságshow-k jellegzetes témaválasztásainak számítanak.

Császi Lajos több írásában rámutat, hogy abban az esetben, ha a bulvarizálódás folyamatát a társadalmi nyilvánosság szerkezetének szempontjából akarjuk vizsgálni, akkor alapvetően két megközelítésmód közül választhatunk. Az egyik értelmezésben, amely a Jürgen Habermas által kidolgozott polgári nyilvánosság modelljével dolgozik, a bulvármédia a nyilvánosság

20 JENEI (2005)

21 Az angol tabloid magazinok fejlődéséről bővebben lásd CONBOY (2000).

22 CSÁSZI (2003): 158.

beszűküléseként értelmezhető.<sup>23</sup> Ennek a megközelítésnek a követői azzal érvelnek, hogy a bulvármédia olyan jelentéktelen hírekkel, vagy álhírekkel árasztja el a nyilvánosságot, amelyek kiszorítják a valóban lényeges közügyeket, és ezáltal lehetetlenné válik a problémák érdemi, konstruktív megvitatása. Ezzel szemben a másik megközelítés követői éppen a nyilvánosság kiszélesedésének lehetőségét látják a bulvármédiában. Ők azt hangsúlyozzák, hogy a bulvármédiában olyan témák kapcsán szólalhatnak meg olyan társadalmi rétegek, amelyek korábban teljesen kiszorultak az elitista polgári nyilvánosság kereteiből. Ez utóbbi irányzat nem társítható egyetlen szerzőhöz vagy irányzathoz, jellemző képviselői között említhetjük Fiske-ét, Warnert, Glynn-t.<sup>24</sup> Bár a valóságshow-k kapcsán mindkét nézőpontnak lenne létjogosultsága, a jelen kötetben szereplő szövegek szemléletmódja egyik irányzat mellett sem tör lándzsát, az írások kellő távolságtartással és objektivitással viszonyulnak a vizsgálat tárgyához.

Az előzőekkel összefüggésben érdemes néhány szót ejteni arról is, hogy a kötetben szereplő szövegeket milyen módszertani logika fűzi össze, s ennek mi köze lehet a kortárs valóság-értelmezésekhez. A kurrens társadalmi, kulturális és gazdasági viszonyokat gyakran szokás a „médiakultúra”, „médiatársadalom” elnevezésekkel illetni. Az említett kifejezések is jól tükrözik, hogy a különböző médiatartalmak és a tartalmak elérhetőségét biztosító médiaeszközök ma már olyan szervesen kapcsolódnak a mindennapi élethez és a hétköznapok valóságához, hogy ezek pontos helyzetének és szerepének a megismerése egyre bonyolultabb feladatokat állít a média- és piackutatók elé. Az új kihívások új megközelítésmódokat és módszertanokat hívnak életre, melyek közül a legfontosabb fejlemény egy *holisztikus kutatói szemléletmód* térnyerése. Korábban a kutatások többnyire csak a tartalomra, a közönségre vagy magára a médiumra koncentráltak, illetve gyakran éltek a klasszikus tömegmédia (nyomtatott sajtó, rádió, televízió) és az újmédia (nemlineáris, digitális, hálózati média) közti éles különbségtétellel. Ezzel szemben ma már többnyire olyan kutatási irányzatokkal találkozunk, amelyek a média vagy akár egyetlen médium jelentőségét is a mindennapi élet teljes komplexitásán keresztül értelmezik.

Az említett módszerek lényege az, hogy a mediatizált kommunikáció teljes horizontjának felrajzolására törekszünk oly módon, hogy a kommunikációs hálózatok leképezése közben a különböző médiumok és a hozzájuk kapcsolódó felhasználói gyakorlatok átfedő viszonyai is láthatóvá válnak. Az efféle kutatások további sajátossága a kvalitatív és kvantitatív kutatások, a mono- és multitematikus elemzések, a lokális és transzlokális megközelítések, valamint a makro- és mikroszintű vizsgálatok egyidejű alkalmazása, illetve az így kapott eredmények összevetése. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy például a televíziózást illetően a kutatás során figyelembe vesszük a médiafogyasztás tágabb kontextusát; azokat a hétköznapi situációkat, motivációkat és attitűdöket, amelyekben a televíziózás megvalósul és azokat az intermedialis kapcsolatokat is, amelyek a televíziózást más médiumok viszonyrendszerében helyezik el. Ezt a gyakorlatot követve pontosabb válaszokat adhatunk többek között olyan kérdésekre, mint hogy milyen szerepe van a televíziózásnak a fogyasztó életében, milyen tartalmak kötik le maradéktalanul a figyelmét, vagy hogy a tartalomfogyasztás során mikor és milyen televíziós platformokat részesít előnyben más platformokkal vagy esetleg más médiumokkal szemben. Az már ma is világosan látszik, hogy ezek a kérdések egyre nagyobb szerepet fognak kapni a jövőben a nemlineáris modellek előretörésével, így az említett módszerek piaci jelentőségét

23 HABERMAS (1995)

24 FISKE (1987); WARNER (1993); GLYNN (2000)

már most érdemes figyelembe venni. A jelen kötetben szereplő tanulmányok összességében ugyanezt az elvet követik, s bár az írás egyes fejezetek külön-külön is jól értelmezhető, tematikusan és módszertani értelemben véve is önálló és homogén egységek, a tanulmányok összessége mégis a kutatási téma komplex, több irányból közelítő mély olvasatát valósítja meg.

A kötetben szereplő első tanulmány a valóságshow-k jogi környezetével foglalkozik. A *Valóságshow-k a jog tükrében* című szöveg abból a megállapításból indul ki, hogy a reality műsorok magyarországi megjelenése óta eltelt elmúlt 20 év joggyakorlati tapasztalatai megfelelő alapot szolgáltatnak a műfajra vonatkozó szabályozás, valamint a konkrét műsorok jogi megítélésének áttekintésére. A téma relevanciáját az adja, hogy a népszerűségükből és széles elérésükből kifolyólag jelentős formátumnak tekinthető valóságshow-k megjelenése számos jogkérdést és problémát is magával hozott. A formátumot övező botrányok, valamint a kulturális és társadalmi veszélyeket hangsúlyozó szakértői diskurzusok azt eredményezték, hogy megszülettek azok a médiajogi szabályok, amelyek a reality műsorok működési környezetét jogi értelemben meghatározzák. Az írás azt a folyamatot tárja fel, hogy hogyan változott Magyarországon a valóságshow-k jogi megítélése a kezdetektől egészen napjainkig. A szerző a formátumot elsősorban az emberi méltóság-, valamint a kiskorúak védelmére vonatkozó szabályozás és gyakorlat szempontjából vizsgálja, mivel legtöbbször ezek a jogsértések fordultak elő a vizsgálatok során. Az említett két témakörre fókuszáló tanulmány bemutatja a vonatkozó jogszabályokat és azok változásait, majd néhány jelentősebb médiahatósági eset tárgyalásán túl releváns külföldi példákat is megismerhet az olvasó. A szöveg a tárgyalásban feltárt két évtized joggyakorlatának áttekintése után arra a megállapításra jut, hogy a médiatartalmakra vonatkozó emberi méltóság, valamint a kiskorúak védelmének szabályozása és az arra épülő hatósági gyakorlat ma már jóval kiforrottabb képet mutat. Ugyanakkor a műsorok folyamatos monitorozása jelenleg is szükségyszerűnek tűnik, mivel a vizsgálatok alapján a trágárság és a szexualitás megjelenítésének módja sok esetben máig visszatérő problémának tűnik.

A kötet második írása a befogadói oldal nézettségi adatokat felhasználó, kvantitatív elemzésére vállalkozik *A valóságshow-k közönsége* címmel. A Nielsen Közönségmérés adataira támaszkodva, a tanulmány a *ValóVilág* szériáinak és kísérő műsorainak nézettségi adatait tekinti át 2002 és 2021 között. Az elemzésből kiderül, hogy az országos kereskedelmi csatornák műsorkínálatában 2002 szeptemberétől megjelenő reality formátumok jelentős hatást fejtettek ki a televíziók nézettségi versenyére, s különösen az első években a formátum óriási figyelemre tartott számot a nézők körében. A vizsgált adatokból kiderül, hogy a valóságshow-k nemcsak a fiatalabb korosztályt érték el, hanem a teljes népesség körében népszerűnek számítottak. Ez abból is látszik, hogy a nézettségi versenyben gyakran hasonló teljesítményt értek el, mint a népszerű vetélkedők vagy az ünnepek alkalmával vetített filmek, illetve az RTL Klubon műsorra tűzött *ValóVilág* bejelentkezések és finálék minden évben a toplisták elején szerepeltek mind a teljes népesség, mind a 18–49 éves tévézők körében. A szöveg számos mélyebb összefüggést tár fel a műsor fejlődési dinamikája és a nézettség alakulása között, melyek közül az egyik legelgondolkodtatóbb felismerés az lehet, hogy a formátumban megjelenő szexualitás, trágárság vagy erőszak mágnesként vonzotta a nézőket. Így a beköltözések és a finálék között kiugró nézettséget produkáló adások szinte kivétel nélkül olyan epizódokhoz kapcsolódtak, amelyekben a fent említett, kockázatosnak tekinthető megnyilvánulásokat mutattak be.

A harmadik tanulmány *Jöttek, láttak ... úgy maradtak – A Való Világ powered by Big Brother 10 c. műsorszám és a BeleValóVilág médiaszövegeinek elemzése* címmel szerepel a kötetben. A szöveg a *ValóVilág powered by Big Brother 10* szériájának összefoglaló és kísérő műsorának

(*BeleValóVilág*) elemzésével foglalkozik, s míg a tanulmány fókuszában a műsorok narratív analízise áll, a szerző komoly hangsúlyt fektet a téma átfogó kontextualizálására. Így a fejezet bevezetőjében szó esik a média hatásával kapcsolatos kutatási kérdésekről, a megváltozott médiakörnyezetről, a társadalmi ízlés alakulásáról és a populáris kultúra működésének logikájáról. A szöveg kitér továbbá a televízió kulturális szerepének értelmezésére, a nézettségi adatok és az etikai problémák ismertetése mellett érinti az elmúlt évtizedek sztárkutatásait is, hiszen a valóságshow-k többféle módon is kiaknázzák a médiában megszerezhető ismertség és hírnév vonzerejét. A munka empirikus része a narratívaelemzés módszertanát alkalmazza a műsor jellemzőinek feltárásához, de ennek előzményeként az elemzés foglalkozik a műsor műsorvezetőivel, a program állandó elemeivel, majd ezt követően ismerhetjük meg azokat a narratívákat, amelyek a műsor 21. epizódjában kerültek bemutatásra, és amelyek az egyes részek viszonylatában állandónak bizonyultak. Végül az elemzés arra a megállapításra jut, hogy az epizódokban összesen tíz narratívaszál jelent meg a vizsgált időszakban, amelyeket a szerkesztés és a műsorvezetés is felerősített. Az elemzés alapján ezek a narratívaszálak a következőképpen alakultak: 'szexualitás', 'bolondokháza', 'kulisszatitkok', 'villalakók viselkedése', 'vissza az iskolába', 'szerelmespár', 'influenzerek', 'győztes-vesztes', 'best forever', 'Vivi' év 'Vivi-show'.

A gyűjteményben szereplő negyedik tanulmány *A ValóVilág powered by Big Brother 10 c. műsor a befogadói vélemények tükrében* címmel olvasható. A vizsgálat elsősorban arra kereste a választ, hogy valóságshow-kkal, kapcsolatban milyen pozitív vagy negatív vélemények fogalmazódnak meg a nézők körében, vagyis mi az, amit kedvelnek a formátumban, és mi az, amit nem. A kutatás másik célkitűzése az volt, hogy világosabb képet alkothassunk a valóságshow-k hatásmechanizmusáról, arról, hogy a reality-k milyen hatásokat, reakciókat váltanak ki a nézőkben. A kvalitatív módszereken alapuló, fókuszcsoportos kutatást alkalmazó vizsgálat a VV10 utolsó szakaszához kapcsolódott. A vizsgálat egyik lényeges megállapítása, hogy a magas nézettségi adatok ellenére, a társadalmi közeg erősen elutasító a *ValóVilág*-szerű műsortípussal szemben. A nézők úgy érzik, hogy a kezdetektől fogva problémás formátum minősége folyamatosan tovább csökken, ami elválaszthatatlan folyamat a szereplők egyre botrányosabb viselkedésétől és verbális megnyilvánulásaitól. A nézők tisztában vannak a műsorok szerkesztett jellegével, azonban a bemutatott szereplőket/karaktereket mégis valóságosnak érzik. A káros tartalmakkal összefüggésben a legtöbben az érzelmi zsarolást, a negatív kapcsolati mintákat, a konfliktushelyzetek túlzott reprezentálását, a szexuális aktivitás túlzó megjelenítését és a trágár beszédmód általános jelenlétét említik. Némi pesszimizmusra ad okot a vizsgálat abban a tekintetben, hogy a résztvevők nagy része azt valószínűsíti, hogy ha a valóságshow-kból eltűnnének a fent említett problémás elemek, akkor a közönség érdeklődése is jelentősen visszaesne, mivel az ilyen típusú műsoroknak éppen ezek a tényezők jelentik a legfontosabb vonzerejét.

Az ötödik tanulmány *A ValóVilág powered by Big Brother 10, valamint a BeleValóVilág powered by Big Brother című műsorszámok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalom-elemzése* címmel szerepel a kötetben. A kutatás célja a *ValóVilág powered by Big Brother* és a *BeleValóVilág 10* szériájában feltűnő férfi és női szereplők karakterének mélyelemzése, a műsorban látható viselkedés-jegyek, viselkedésminták nemek szerinti feltérképezése. A kvalitatív módszereket alkalmazó vizsgálat négy fő terület köré csoportosult, ezeken belül pedig változókatégoriákat hoztak létre a kutatók. Az említett négy változórendszer vizsgálata alapján kiderült, hogy a legdominánsabb terület a szereplők viselkedésjegyeinek, valamint a társakkal való viszony vizsgálata, ezt követi a kommunikáció és a munkához való hozzáállás. A szerzők a kutatás eredményeiből levonható tanulságok között megjegyzik, hogy a nemek szerinti

eltérések feltérképezése során számos érdekes tendenciát figyelhettünk meg. Így például a férfiak több konfliktust generálnak és kritikusabbak, többet káromkodnak és több alkoholt fogyasztanak, mint a nők. Ezzel szemben a női játékosok többet dohányoznak, gyakrabban sírtak és nevettek, mint a férfiak.

A fent vázolt komplex elképzeléseket az elkészült kötet sikeresen teljesíti. Bár az egyes fejezetek a valóságshow-k működésének különböző aspektusaival foglalkoznak, a könyv mégis koherens, jól áttekinthető gondolati ívet épít fel. Jelen kötet olyan hiánypótló tanulmánygyűjtemény, amely nemcsak a szakterülettel foglalkozók, hanem a téma iránt nyitott szélesebb olvasóközönség érdeklődésére is számot tarthat. A kötet fejezeteiből jól érződik a szerzők sokoldalú tudása, téma iránti elköteleződése, a szakirodalom és a források alapos ismerete. A könyv használhatóságát növeli a fejezeteket követő gazdag és naprakész irodalomjegyzék, valamint a pontosabb megértést segítő jegyzetek. A hazai könyvpiacról mindeddig hiányzott egy hasonlóan gazdag, átfogó és naprakész munka, ami ennyire mély betekintést enged a reality műfaj kialakulásának, múltjának és jelenének kulturális logikájába. A könyv a média- és kultúrakutatás széles spektrumán értelmezhető elemzésekkel gazdagítja a valóságshow-kkal kapcsolatos szakirodalmak sorát, kézikönyvként és a felsőoktatásban jegyzetként is egyaránt jól használható szövegről van szó.

## Irodalom

ANG (1996) = ANG, Ien: Culture and Communication: Towards an ethnographic critique of media consumption in the transnational media system. In: John Storey (ed.): *What is cultural studies?* London, Arnold, 1996. 237–254.

BAJOMI-LÁZÁR (2006) = BAJOMI-LÁZÁR Péter: Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 2006/nyár. 77–95.

CAREY (1975) = CAREY, James: A Cultural Approach to Communication. *Communication*, 1975/2. 16–22.

CONBOY (2000) = CONBOY, Martin: *Tabloid Britain: constructing a community through language*. London, Routledge, 2000.

CSÁSZI (2003) = CSÁSZI Lajos: A média tabloidizációja és a nyilvánosság átalakulása. *Politikatudományi Szemle*, 2003/2. 157–172.

FISKE (1987) = FISKE, John: *Television Culture*. London, Routledge, 1987.

GÁLIK (2005) = GÁLIK Mihály: *Médiagazdaságtan*. Budapest, Aula, 2005.

GERBNER–GROSS (1976) = George GERBNER – Larry GROSS: Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 1976/26/2. 172–194.

GLYNN (2000) = GLYNN, Kevin: *Tabloid Culture*. Durham, Duke University Press, 2000.

HABERMAS (1995) = HABERMAS, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Endreffy Zoltán – Glavina Zsuzsa (ford.): Budapest, Osiris, 1995.

HALL (1973) = HALL, Stuart: *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham, Centre for Contemporary Cultural Studies, 1973.

- HALL (1975) = HALL, Stuart – JEFFERSON, T.: *Resistance through Rituals*. London, Hutchinson, 1975.
- HALL (1982) = HALL, Stuart: The Rediscovery of an Ideology: Return of the Repressed in Media Studies. In: M. GUREVITCH (ed.): *Culture, Society and the Media*. London, Methuen, 1982. 56–90.
- HALL (1989) = HALL, Stuart: Ideology and Communication Theory. In: B. DERVIN (ed.): *Rethinking Communication, Vol. 1: Paradigm Issues*. Newbury Park, CA: Sage, 1989. 40–52.
- HARTLEY (1993) = HARTLEY, John: Invisible fictions. In: J. FROW – M. MORRIS (eds.): *Australian Cultural Studies*. Univ of Illinois, Urbana Champaign, 1993. 162–179.
- HARTLEY (2003) = HARTLEY, John: Walking the Talk. In: J. HARTLEY: *A Short Story of Cultural Studies*. London, Sage, 2003. 134–140.
- JENEI (2005) = JENEI Ágnes: Kereskedelmi televízió és demokrácia. *Médiakutató*, 2005/ősz. 7–19.
- LASSWELL (1948) = LASSWELL, Harold: *The Structure and Function of Communication in Society*. New York Harper, 1948.
- LEMO (2000) = LEMBO, Ron: *Thinking Through Television*. Cambridge, Cambridge University Press, 2000.
- MCQUAIL (2003) = MCQUAIL, Denis: *A tömegkommunikáció elmélete*. Szalai Éva (ford.). Budapest, Osiris, 2003.
- MORLEY (2000) = MORLEY, David: Broadcasting and the Construction of the National Family. In: D. MORLEY: *Home Territories*. London, Routledge, 2000. 105–127.
- NEWCOMB (1983) = NEWCOMB, Horace: TV as a Cultural Forum. *Quarterly Review of Film Studies* 1983/8/3. 45–55.
- RADWAY (1984) = RADWAY, Janice: *Reading the Romance*. Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1984.
- SHANNON–WEAVER (1949) = SHANNON, C. E. – WEAVER, W.: *The mathematical theory of communication*. Urbana, Illinois, University of Illinois Press, 1949.
- SILVERSTONE (2007) = SILVERSTONE, Roger: Miért szükséges tanulmányozni a médiát? Budapest, Akadémiai Kiadó, 2007.
- SZIJÁRTÓ (2016) = SZIJÁRTÓ Zsolt: *Médiakutatás és mindennapi élet*. Budapest, Gondolat, 2016.
- WARNER (1993) = WARNER, Michael: The Mass Public and the Mass Subject. In: Robins BRUCE (ed.) *The Phantom Public Sphere*. Minneapolis, University of Minnesota, 1993. 234–256.







# Valóságshow-műsorok a jog tükrében

KELEMEN LINDA

## 1. Bevezető gondolatok

Nyugat-európai és amerikai trendeket követve a valóságshow műsorok 2001 óta szerves részét képezték a magyar műsorkínálatnak. Reality-műsorokat vagy másként mondva valóságshow-kat jelen tanulmány írásának idején is sugároznak kereskedelmi csatornák, azonban mára a fiatal célközönség médiafogyasztási szokásai jelentősen átalakultak az okostelefonok, illetve a közösségi média elterjedésének következtében.<sup>1</sup> Az elmúlt 20 év joggyakorlatának tapasztalatai megfelelő alapot szolgáltatnak a valóságshow-műsorokra vonatkozó szabályozás, valamint ezen műsorok jogi megítélésének áttekintésére. Jelen tanulmánynak részét képezik az adatvédelmi biztos előtt lefolytatott vizsgálatok, amelyekkel kapcsolatban szolgáltatott információkért ezúton szeretném köszönetemet kifejezni a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság elnökének, Péterfalvi Attilának.

Az Országos Rádió- és Televíziótestület (továbbiakban: ORTT vagy Testület) Panaszbizottsága soros elnökének 2002-es nyilatkozata jól tükrözi a valóságshow-műsorok berobbanásával együtt kialakult közvéleményt: „egyfajta társadalmi közfelháborodást váltottak ki a valóságshowkban látható, hallható pornográf megnyilvánulások” – mondta B. Szabó Gábor. Ezek a panaszok elsősorban a valóságshow-kban előfordult képi- és verbális pornográfia megjelenését kifogásolták – hangsúlyozta az ORTT Panaszbizottságának egykori elnöke 2002 decemberében egy sajtótájékoztatón.<sup>2</sup>

Magyarországon a Viasat3 csatorna 2001-ben mutatta be az első valóságshow-t *Bár* címmel.<sup>3</sup> A csatornán sugárzott reality-k között szerepelt még az amerikai mintára készült *Topmodell leszek* című műsor magyar változata, a párkereső *Négy esküvő*, valamint a párkereső alapkonceptiót stratégiai elemekkel is vegyítő *Éden Hotel* és *Aranypart*.<sup>4</sup> A tematikus kereskedelmi csatornák közül azonban nem csak a Viasat3, de a Discovery vagy az MTV is műsorra tűzött számos reality-t. A műfajban itthon igazi áttörő ismertséget hozó műsorokat azonban a két legnézettebb kereskedelmi csatorna mutatta be: 2002 szeptemberében indult a TV2 csatornán a holland alapötletből származó, Európa több országában már sikeresnek számító *Big Brother*, majd pár nappal később mutatta be elsőnek az RTL Klub saját készítésű *ValóVilág* című műsorát. A *Big Brother* második évadát 2003-ban már nem főműsoridőben sugározták, majd a műsor gyártásával fel is hagyott a csatorna 2014-ben.<sup>5</sup> Ezzel szemben a

---

1 A tévézés alternatívái, internetes videók fogyasztása digitális eszközön és a TV képernyőjén. 2020. 06. 25. [https://nmhh.hu/dokumentum/213167/tevenezes\\_alternativai.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/213167/tevenezes_alternativai.pdf)

2 ORTT: rekordszámú panasz valóságshow-k miatt. 2002.12.19. [https://index.hu/kultur/pol/ortt\\_1219/](https://index.hu/kultur/pol/ortt_1219/)

3 Magyar gyártású reality-show-t indít a Viasat3. [www.origo.hu/teve/20010721magyar.html](http://www.origo.hu/teve/20010721magyar.html)

4 A *ValóVilág* powered by Big Brother 10, valamint a *BeleValóVilág* powered by Big Brother című műsorszámok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése (2021). Lásd jelen kötetben.

5 Mégsem lesz ősszel Big Brother. [www.origo.hu/teve/20140730-nem-lesz-big-brother-3.html](http://www.origo.hu/teve/20140730-nem-lesz-big-brother-3.html)

*ValóVilág* tizedik szériája az RTL II legsikeresebb<sup>6</sup> műsora volt 2020-ban, és egészen 2021. február 27-ig<sup>7</sup> volt műsoron.

Valóságshow vagy reality alatt tipikusan olyan műsorok értendők, amelyekben a történeteket civil szereplők alakítják. A reality-k nagyjából 20 éves története során ezen tartalmaknak számos altípusa jött létre.<sup>8</sup> Elkülöníthetünk társkereső reality-eket (*Nagy Ő, Éden Hotel, Aranypart, Alekosz, Házasodna a gazda*), különféle tehetségkutatókat (*Megasztár, The Voice, X-Faktor, Csillag születik, Hungary's Got Talent*), öltözködéssel, átalakulással, életmódváltással kapcsolatos műsorokat (*Nagy Fogadás, Én is szép vagyok*), illetve valamilyen túlélési stratégián alapuló show-kat (*Big Brother, Survivor, ValóVilág*).<sup>9</sup>

A valóságshow-műsorok megjelenése mindamellett, hogy fontos mérföldköve volt a szórakoztató televíziós műsorszolgáltatásnak, számos jogi problémát is magával hozott. A 2000-es évek elején e műsorok tömeges terjesztése jelentősen formálta a vonatkozó médiajogi joggyakorlatot. Jelen tanulmány célja annak áttekintése, hogy itthon hogyan változott ezen műsorok jogi megítélése a kezdetektől egészen napjainkig. Elsősorban az emberi méltóság-, valamint a kiskorúak védelme szempontjából kerül megvizsgálásra a valóságshow-műsorokra vonatkozó szabályozás és gyakorlat, mivel ezek a jogsértések fordultak elő leggyakrabban<sup>10</sup> a vizsgálatok során. A két témakör köré épített tanulmányban bemutatásra kerülnek a vonatkozó jogszabályok és azok változásai, majd néhány jelentősebb médiahatósági (továbbiakban: hatóság vagy médiahatóság) eset részletezése mellett bemutatásra kerül pár külföldi példa is.

## 2. Az emberi méltóság védelmének gyakorlata

### 2.1. Jogszabályi környezet

A rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (továbbiakban: Rttv.) 3. § (1) bekezdése alapvetően rögzítette, hogy a műsorszolgáltatás a Magyar Köztársaságban szabadon gyakorolható, az információk és a vélemények szabadon továbbíthatók, valamint, hogy a műsorszolgáltató önállóan határozza meg a műsorszolgáltatás tartalmát, és ezért felelősséggel tartozik. Az Rttv. 3. § (2) bekezdése továbbá alapelvek között rögzítette az emberi jogok tiszteletben tartásának követelményét, egyúttal magában foglalta az alkotmányos rend védelmét és a gyűlöletkeltés tilalmát is.

6 Az RTL Klub és a TV2 is sikeres februárt zárt. <https://markamonitor.hu/2021/03/02/az-rtl-klub-es-a-tv2-is-siker-es-februart-zart>

7 HORNYAI Viktória: Végéhez közeledik a ValóVilág, egyedien búcsúznak a stábtagoktól. <https://media1.hu/2021/02/24/vegehez-kozeledik-a-valovilag-egyedien-bucsuznak-a-stabtagoktol/>

8 NMHH: Az RTL Klub által sugárzott ValóVilág 5. című műsor és a kapcsolódó műsorformátumok értékelése (2005). [https://mediatorveny.hu/dokumentum/423/vv5\\_vegleges\\_osszefoglalo1.pdf](https://mediatorveny.hu/dokumentum/423/vv5_vegleges_osszefoglalo1.pdf)

9 A *ValóVilág* powered by Big Brother 10, valamint a *BeleValóVilág* powered by Big Brother című műsorok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése (2021). Lásd jelen kötetben.

10 Fontos megjegyezni, hogy reklámszabályozási szempontból is folytatott vizsgálatokat a hatóság, ezek az ügyek azonban jelen tanulmányban a témakör terjedelme miatt nem kerülnek bemutatásra. (A szerk.)

Az Alkotmánybíróság (továbbiakban: AB) 2007-ben vizsgálta az Rttv. 3. §-át és kimondta, hogy az ORTT közigazgatási eljárás során annak megállapítására jogosult, hogy a műsorszolgáltató az emberi jogok tiszteletben tartásával tevékenykedik-e, és az *egy-egy műsorok témája, jellege, nézőpontja nem sérti-e az emberi jogokban megjelenő alapvető értéket*.<sup>11</sup> Az AB 2007. évi 46. sz. határozatában tehát lefektette, hogy az ORTT ún. intézményes jogvédelem keretei között vizsgálhatja a médiaszolgáltatók műsorait, amelynek során a hatóság a közérdeket védi a műsor által közvetített üzenet alapján, nem pedig az egyes jogalanyokat ért jogsérelemről dönt.

A 2011. január 1-től a hatályos sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (továbbiakban: Smtv.) már jóval differenciáltabban rendelkezett az emberi méltóság védelméről. Az Smtv. továbbra is kimondta az emberi jogok generális védelmét [16. §], de már külön szabályozta az emberi méltóság tiszteletben tartásának követelményét, amelyet további új rendelkezésekkel egészített ki. A médiatartalom-szolgáltatónak nem csak az általa közzétett *médiatartalmakban, de azok készítése során is* figyelemmel kellett lennie az emberi méltóság tiszteletben tartására [14. § (1) bek.], valamint további önálló esetként nevesítésre került az ORTT tevékenysége alatt több alkalommal előfordult speciális tényállás, amely a *megalázott, kiszolgáltatott helyzetben lévő személyek bemutatásával* valósult meg [14. § (2) bek.].<sup>12</sup> Az Smtv. ezeken felül külön rendelkezett még a magánélet és más, személyhez fűződő jogok védelméről [18. §].

Az Alkotmánybíróság felülvizsgálta<sup>13</sup> az Smtv. 14. §-át és az emberi méltóság védelmét mint absztrakt követelményt, így 2012. július 19-től a jogalkotó visszatért az Rttv. szabályaihoz<sup>14</sup> azzal, hogy hatályát veszítette a *médiatartalom készítése, valamint a médiaszolgáltató tevékenysége során* elkövethető méltóságsértés, amelynek eredményeképpen a Médiatanács hatásköre az ORTT-hez hasonlóan kizárólag a közzétett médiatartalmakban teszi lehetővé az emberi méltóság tiszteletben tartásának vizsgálatát. Mindemellett a jogalkotó hatályon kívül helyezte még korábban az emberi jogok tiszteletben tartására [Smtv. 16. §], valamint a magánélet és a más személyhez fűződő jogok védelmére vonatkozó rendelkezéseket [Smtv. 18. §].

## 2.2. Az Országos Rádió- és Televíziótestület gyakorlata

Az Országos Rádió- és Televíziótestület első alkalommal a Viasat3 csatorna *Bár* című reality-show, 2001. június 18–24. között sugárzott műsorát vizsgálta az Rttv. alapján.<sup>15</sup> Az Rttv. 3. § (2) bekezdése ekkor úgy rendelkezett, hogy „*A műsorszolgáltató köteles tiszteletben tartani a Magyar Köztársaság alkotmányos rendjét, tevékenysége nem sértheti az emberi jogokat [...]*”

A vizsgálat során a hatóság bekérte a műsorszolgáltató szereplőkkel kötött szerződését, és ez alapján megállapította, hogy *a műsor gyártása során* a műsorszolgáltató olyan kitételeket alkalmazott, amelyekben meg nem határozott jövőbeli joglemondás szerepelt. A Testület

11 46/2007 (VI.27.) sz. AB határozat, Indoklás: V. 2. pont.

12 KOLTAY András – SZIKORA Tamás: Az emberi méltóság védelme. In: KOLTAY András (szerk.): *A médiaszabályozás két éve (2011–2012)*. Budapest, Médiatudományi Intézet. 2013. 28. <http://mek.oszk.hu/13400/13420/13420.pdf>

13 165/2011. (XII. 20.) sz. AB határozat, Indoklás: IV. 2.2.2. pont.

14 Lásd: 2012. évi LXVI. törvény a médiaszolgáltatásokkal és a sajtótermékekkel összefüggő egyes törvények módosításáról

15 1768/2001. (XII. 18.) sz. ORTT határozat.

megállapította, hogy a műsorban való részvétel érdekében a szereplők alapvető személyhez fűződő jogaikról olyan mértékben voltak kénytelenek lemondani, hogy gyakorlatilag a műsorkészítők eszközévé váltak. A műsorkészítő a szereplők magánéletének teljes meghatározásához és befolyásolásához korlátlan felhatalmazást kapott. A Testület a műsor vizsgálatakor figyelembe vette a médiaszolgáltató azon érvelését, miszerint a szereplők alapvető önrendelkezési joga, hogy eldöntsék milyen műsorban szerepelnek. A Testület azonban kifejtette, hogy a szereplők *„hozzájárulása egy jövőbeli – meg nem határozott – személyiségi jogot sértő magatartáshoz a szerződés semmiségéhez vezethet”*, és ilyen joglemondás szerepelt a szereplőkkel aláíratott szerződésben. Ugyanakkor az önrendelkezéshez való *„egyébként nagyon fontos, jogot a Testület nem tekintette kizárólagosnak vizsgálata során.*

Kiemelte a Testület azt az esetet, amikor az egyik szereplő megalázonak minősítette, hogy kifejezett kérése ellenére a szerkesztők műsorba adták, ahogy telefonon szakított a barát-nőjével. A műsorszolgáltató a szereplő önrendelkezésére hivatkozva hártotta a felelősséget, miszerint szabad akaratából előre hozzájárult a vele történetek felvételéhez és publikálásához. A szereplő bocsánatot kért, *”hogy ez így sült el, [...] a nyilvánosság előtt”* és megalázonak érezte a helyzetet. A Testület ezek alapján kifejtette, hogy a szerződés aláírásakor a játékosok nem voltak teljes mértékben tisztában azzal, hogy mit vállaltak a szerepléssel, illetve milyen lehetséges változásokon mehetnek keresztül, ha részt vesznek a műsorban.

Az ORTT határozott álláspontja szerint veszélyezteti a társadalmi érdeket, ha a nagy nyilvánosság elé szánt műsorszám szereplőivel egy televízió olyan szerződést köt, amelyben a résztvevők beleegyeznek abba, hogy előre lemondanak a jövőben létrejövő, személyhez fűződő jogaikról és vállalják, hogy a szereplőkre vonatkozó minden feltétel megállapítására egyoldalúan az adott televízió jogosult. A határozat szerint azért veszélyes a társadalmi érdekre, mert a legtöbb ember szeretne híres, sikeres és gazdag lenni, *„ennek lehetőségét azonban a műsorszolgáltató ebben a szerződésben – a fiatalok ambícióit kihasználva – úgy kínálta a szereplők számára, hogy elvárta tőlük, előre egyezzenek bele egy teljesen kiszolgáltatott, a műsorszolgáltató által bármikor befolyásolható, a legalapvetőbb emberi jogokat és az emberi méltóságot figyelmen kívül hagyó viszonyba.”*

A Testület megállapította továbbá, hogy a műsorszolgáltató a szereplőkkel megkötött szerződésben *„nem figyelmeztette a szereplőket a műsorban való részvétel lehetséges pszichikai következményeire, alapvető jogaik jelentős részének lemondása fejében kínálta nekik a »sztárrá válás« lehetőségét, nem biztosította számukra az önrendelkezési szabadság teljességéhez szükséges információkat, esetenként méltatlan vagy hátrányos helyzetbe sodorta őket, ezáltal semmibe vette a szereplők emberi méltóságát és – egy új televíziós műfaj hazai meghonosítása érdekében – eszközül használta őket.”* Az ORTT álláspontja szerint ez igen rossz üzenet lett volna a többi műsorkészítő számára, mivel azt a hitet erősíthette volna bennük, hogy a műsor érdekében bármit megtehetnek, akár egyszerű eszközzé degradálva a szereplőket. Az ORTT végül az emberi jogok megsértése miatt 30 percre felfüggesztette a műsorszolgáltató szolgáltatói jogosultságát.

Európa más szabályozó hatóságai is folytattak vizsgálatokat a reality-műsorok megjelenésének hajnalán. Németországban a tartományok médiaszabályozó hatóságai egyezmény keretében fektették le a műsorszolgáltatói elveket.<sup>16</sup> Hessen tartomány Médiaszabályozó

16 Broadcasting Law in Germany. F: The Inter-State Agreement on Broadcasting. <https://germanlawarchive.iuscomp.org/?p=386#ToC13>

Hatósága<sup>17</sup> 2000 körül foglalkozott a *Big Brother* című műsorral, ezen belül az emberi méltóság, illetve a magánélet esetleges megsértésével. A hatóság nyilvános vitát folytatott le a műsorszolgáltató műsorával kapcsolatban, amelynek központi kérdése az volt, hogy az ilyen showműsor sérti-e az emberi méltóságot és ezáltal a tartományok közötti műsorszolgáltatási elveket. A vizsgálat eredményeképpen a hatóság megállapodott a műsorszolgáltatóval, hogy a *Big Brother* ház két hálósobájában napi egy órán keresztül, reggel 9 és este 9 között nem rögzíthetnek a kamerák. Biztonsági okokból a kamerákat is csak egy személy működtethette.<sup>18</sup>

Franciaországban 2001-ben a médiahatóság (jelenleg Arcom, korábbi nevén CSA)<sup>19</sup> sajtóközleményben figyelmeztette a műsorszolgáltatókat, hogy a valóságshow-k nem sérthetik az emberi méltóságot. A kiadott hatósági ajánlás alapján a műsorok gyártása során Franciaországban is szükséges volt olyan helységeket biztosítani a forgatás helyszínén (például WC-ben), ahol kamerák nem lettek felszerelve.<sup>20</sup>

### 2. 3. A Médiatanács gyakorlata

Már az Smtv. volt hatályban, amikor a *Bár* című műsor után, 10 évvel később a Médiatanács 2011. július 19-i határozatában az RTL Klub médiaszolgáltató *Alekosz – Szerellem a legfőbb szinteken* című műsorának 2011. május 15-i adását vizsgálta. A Médiatanács határozata szerint<sup>21</sup> a médiaszolgáltató megsértette az Smtv. 14. § (1) bekezdését, amely kimondta, hogy „A médiatartalom-szolgáltatónak az általa közzétett médiatartalmakban, illetve azok készítése során tiszteletben kell tartania az emberi méltóságot.”

A műsorszámban egy ún. álhazugságvizsgálat során a szereplőknek bizonyítaniuk kellett a főszereplő iránt tanúsított érzéseik valóságát. A szereplők közül többen nyíltan felvállalták, hogy anyagi haszonszerzés reményében mondtak le alapvető jogaikról. A szereplők gyakorlatilag fogyasztási cikk szintjére süllyedtek, akikkel a médiaszolgáltató kénye-kedve szerint rendelkezhet. Ezt erősítette az álhazugságvizsgálat alkalmazása, valamint a főszereplő barátjának azon kijelentése, miszerint a versenyzők azért szerepelnek a műsorszámban, „*hogy teljes mértékben a főszereplő rendelkezésére álljanak*”.<sup>22</sup> A Médiatanács szerint „*az álhazugságvizsgálat, a szereplők átverése és becsapása összeegyeztethetetlen az emberi személyiség tiszteletben tartásával, és azt az üzenetet közvetítette, hogy az emberi méltóság nem elidegeníthetetlen érték – anyagi és egyéb érdekekből megsérthető és korlátozható.*” A műsor vizsgálata során megállapítást nyert, hogy a játékosok lealacsonyító, megalázó és kiszolgáltató helyzetbe kerültek, „*mely szituáció képes volt a személyüket teljes mértékben tárgyiasítani*”. A széles nyilvánosság előtt igazságként prezentált szexuális kijelentések sok esetben a játékosok nemi életét, nemi vonzalmát, az anyagi előnyök érdekében történő szexuális szolgáltatás nyújtását boncolgatták. Mindezek

17 Die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien – Medienanstalt Hessen. [www.lpr-hessen.de/start/](http://www.lpr-hessen.de/start/)

18 A szabályozó hatóság munkatársainak tájékoztatása szerint.

19 Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Francia szabályozó hatóság). [www.arcom.fr/](http://www.arcom.fr/)

20 Le dialogue avec les professionnels. [www.csa.fr/Proteger/Garantie-des-droits-et-libertes/La-deontologie-des-programmes](http://www.csa.fr/Proteger/Garantie-des-droits-et-libertes/La-deontologie-des-programmes)

21 A Médiatanács 1044/2011. (VII. 19.) sz. határozata.

22 A műsorban a főszereplő barátja továbbá kijelentette: „*De hát azért van itt, hogy ne utasítson el!*”

árthattak a szereplők társadalmi megítélésének, hátrányosan befolyásolhatták emberi kapcsolataikat. Fokozottan problematikusnak vélte továbbá a Médiatanács, hogy az anyagi előnyök és a hírnév érdekében érzelmek nélkül nyújtott szexuális szolgáltatás nem elítélendő, hanem sokkal inkább egy elvárt cselekedetként került bemutatásra.

A Médiatanács határozatában utalt a már fentebb is említett 46/2007. (VI. 27.) számú AB határozatra, amelyben az Alkotmánybíróság kifejtette, hogy a médiahatóság közigazgatási eljárásban nem az egyes jogalanyokat ért jogsérelemlről dönt, hanem annak megállapítására jogosult, hogy a médiaszolgáltató az emberi jogok tiszteletben tartásával tevékenykedik-e, és az egyes műsorainak témája, jellege, nézőpontja nem sérti-e az emberi jogokban megjelenő alapvető értéket. A Médiatanács határozatának felülvizsgálata során a Kúria is kifejtette: „Az emberi méltóság alapvető értékének megsértése akkor állapítható meg, ha a sérelem már eléri a közérdekű igényérvényesítés – a demokratikus nyilvánosság veszélyeztetésének – »küszöbét«, például ha egy műsorszám azt sugallja, hogy az emberi személyiségnek nincsen érinthetetlen tartománya, az emberi méltóság anyagi érdekből nyilvánossá, bárki számára hozzáférhetővé tehető.”<sup>23</sup>

A Kúria idézett döntésében a Médiatanács álláspontja mellett foglalt állást és kifejtette, hogy amennyiben egy nőt női mivoltában megaláznak, a főszereplő szexuális igényeinek kielégítésére rendelkezésre álló szexuális tárgyként mutatnak be, az ismerkedés kapcsán lealacsonyító módon említik, hazugságvizsgálatban való részvétellel a belső motivációi, főszereplőhöz való szexuális viszonyulása feltárására kényszerítik, és a válaszok nyilvánosságra hozatalával a társadalmi megítélését hátrányosan befolyásolják, azzal emberi méltóságot sértenek. Ezen az sem változtat, ha a szereplő tudatában van annak, hogy ál-hazugságvizsgálatban vesz részt. „A műsorban való önkéntes részvétel nem járhat azzal, hogy a médiaszolgáltató a női szereplőket tárgyként kezeli, megalázó, kiszolgáltatott helyzetbe kényszeríti, ugyanis az önkéntes részvétel nem jelent lemondást az emberi méltóságról, és nem teremt a médiaszolgáltatónak korlátlan rendelkezést a szereplő és annak élete, jogai felett.”<sup>24</sup>

Az *Aleksz – Szerelem a legfőbb szinteken* című műsor ügyében 2011-ben a Médiatanács szemben az ORTT *Bár* című műsorának 2001-es vizsgálatával tehát nem azt nézte, hogy a műsor készítés során a szereplők emberi méltósága sérült-e, hanem a műsor által sugallt üzenetet vizsgálta, hogy a műsorszolgáltató hogyan szerkesztette adásba, hordozott-e a műsor olyan üzenetet, hogy az emberi méltóság megsértése elfogadható.

Nemzetközi párhuzamot keresve, szintén a műsorszolgáltató szerkesztői felelősségét hangsúlyozta az Egyesült Királyságban a brit szabályozóhatóság, az Ofcom<sup>25</sup> 2007-ben, amikor a *Celebrity Big Brother (CBB)* című műsorral kapcsolatban 44.500 bejelentést tettek a nézők a műsorban megjelent rasszista megnyilvánulások miatt.<sup>26</sup> Az ügyben az Ofcom Műsorszolgáltatási Kódexe (Broadcasting Code)<sup>27</sup> alapján megállapította, hogy a műsorszolgáltatóknak különös gondot kell fordítaniuk a (kulturálisan sokszínű) témák bemutatására, és kerülniük kell a sztereotípiákat. Az Ofcom vizsgálata során azt is deklarálta, hogy a káros és sértő anya-

23 Kfv. II.37.151/2014/4. sz.

24 Uo.

25 Office of Communications

26 Campaign: Ofcom issues punishment for Celebrity Big Brother. [www.campaignlive.co.uk/article/ofcom-issues-punishment-celebrity-big-brother/659399](http://www.campaignlive.co.uk/article/ofcom-issues-punishment-celebrity-big-brother/659399)

27 The Ofcom Broadcasting Code. [www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code](http://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code)

gok mérlegelésekor a műsorszolgáltatóknak figyelembe kell venniük a műsorok lehetséges hatásait a közösség bizonyos rétegeire.<sup>28</sup>

A Médiatanács a TV2 csatorna 2015. április 24-én 21 óra 15 perctől sugárzott *Éden Hotel* című műsorát is vizsgálta.<sup>29</sup> Megállapította, hogy a műsor közzétételével a médiaszolgáltató megsértette az Smtv. 14. § (1) bekezdését, amely az emberi méltóság tiszteletben tartását követeli meg a médiaszolgáltatók műsorában és a (2) bekezdés sérelmét is megállapította, amely a megalázó, kiszolgáltatott helyzetben lévő személyek médiatartalomban történő öncélú és sérelmes bemutatását tiltja.

A Médiatanács határozata szerint a médiaszolgáltató azzal sértette meg a 14. § (1) bekezdését „[...] *hogy a szexuális inzultust és a durva verbális agressziót elszenvedett szereplőt méltatlan, megalázó helyzetben mutatta be.*” A határozat indoklása szerint a műsorban az egyik férfi szereplő szexuális kapcsolatot próbált létesíteni egy női szereplővel, majd miután a hölgy elhárította a közeledést, a férfi durván sértegetni kezdte és „*sík butának*” nevezte, illetve „*fizikailag is inzultálta*” azáltal, hogy „*a lábainál fogva maga felé húzta, levette róla a takarót*”. A testi közeledéssel és a sértegetéssel a férfi csak akkor hagyott fel, amikor a lány sokadszorra nyilvánította ki, hogy nem kívánja a kapcsolatot. A fiú miután a műsorban a történetek után lebutázta a lányt, a riportszobában is lealacsonyítóan beszélt róla, amikor azt nyilatkozta: „*Én úgy gondolom, hogy azt csinálók a [...]val, amit akarok.*” A *kiszolgáltatottság* azáltal valósult meg, hogy a nőnek nem volt választása abban, hogy eltűrje-e vagy sem a férfi erőszakos közeledését, segítséget nem kapott. Az erőszakoskodó ugyanakkor tárgyá alacsonyította a női játékost, akinek a kiszolgáltatottságát a másik szereplő tudatos magatartása okozta. A Médiatanács kifejtette határozatában, hogy a médiaszolgáltatónak kötelezettsége a sérelmes tartalom *ellenpontozása*, ha ezt a tartalmat maga szerkeszti adásba. Az *öncélúság* törvényi feltétele azáltal teljesült, hogy a bemutatott tartalom a nézők szórakoztatását, a nézettség növelését, a médiaszolgáltató anyagi érdekeit szolgálta.

A Médiatanács határozata szerint az Smtv. 14. § (2) bekezdésének sérelme szintén azon sérelmes műsorrészlet adásba szerkesztésével valósult meg, amelyben megjelent a fizikai inzultus, amely a szereplő férfi erőszakos szexuális közeledését ábrázolta. A médiaszolgáltató azzal védekezett az eljárás során, hogy a szereplők a játékszabályok ismeretében vállalták a szereplést és tisztában voltak azzal, hogy minden mozdulatukat, beleértve a legintimebb tevékenységeket is, kamera rögzíti. Megjegyezte továbbá a médiaszolgáltató, hogy a szereplők személyiségi jogaik védelme érdekében a felvételek készítőjével vagy közreadójával szemben felléphetnek, amennyiben szükségesnek látják. A Médiatanács határozata indoklásában azonban rámutatott a Fővárosi Törvényszék ítélezési gyakorlatára,<sup>30</sup> amely szerint a hatóság „*Smtv.-n alapuló hatáskörét, eljárási és szankcionálási kötelezettségét nem szünteti meg sem az érintett fél hozzájáruló nyilatkozata, sem a polgári jogi jogsérelem miatti személyes fellépésre való jogosultság.*” Az *öncélúság* törvényi feltétele azzal teljesült, hogy a műsorrészlet adásba szerkesztése a médiaszolgáltató anyagi javát szolgálta. A Médiatanács a médiaszolgáltatót végül az Smtv. 14.§ (1), és (2) bekezdéseinek megsértése miatt 1.500.000 Ft bírság megfizetésére, valamint közlemény közzétételére kötelezte.

28 VARNEY, E., „Reality Television’ and Content Regulation – Perspectives and Challenges”. *Entertainment and Sports Law Journal* 7(1), 2016. 6. <https://doi.org/10.16997/eslj.57>

29 A Médiatanács 774/2015. (VI. 23.) sz. határozata.

30 1.Kf.650.287/2013/4. sz. ítélet.

## 2.4. Adatvédelmi összefüggések

Az emberi méltóság egyfajta anyagjognak tekinthető, amelyből egyéb nevesített személyiségi jogok eredeztethetők mint a jó hírnév védelme, a becsületsértés, a képmáshoz és hangfelvételhez fűződő jogok, valamint a személyes adatok védelméhez való jog. Hazánkban az adatvédelmi hatáskör nem a Médianácshoz tartozik, jelen tanulmányban mégis indokolt a valóságshow-műsorokat érintő adatvédelmi vizsgálatokra is kitérni.

A Nemzeti Adatvédelem és Információszabadság Hatóság elődje, az adatvédelmi biztos a *Big Brother* és *ValóVilág* című műsorokat szintén vizsgálta hatáskörének<sup>31</sup> korlátai között. A *Big Brother* 2002-es vizsgálata során megállapította az adatvédelmi biztos, hogy egy természetes személy kamerával történő megfigyelése és a megfigyelés eredményének rögzítése adatkezelésnek minősül. Megállapította továbbá, hogy a műsorban szereplő játékosok nem válhatnak kiszolgáltatottá sem az adatkezelővel, sem más személlyel szemben. A játékosok mindvégig alanyai maradnak a személyes adatok kezelésével járó folyamatnak és nem válhatnak annak pusztá tárgyává.<sup>32</sup>

Az adatkezelésre vonatkozó *célhoz kötöttség* követelményének szempontjából lényeges körülmény volt a biztos szerint, hogy a jelentkezőkkel kitöltetett kérdőíven indokolatlanul tág körben kértek személyes adatokat (különösen a *Big Brother* című műsor esetében), továbbá megállapítást nyert, hogy a műsorkészítők olyan adatot igényelnek, amely adat közzlésének elmulasztása érdemben nem befolyásolja az eljárás kimenetelét, ezért nem felel meg a célhoz kötöttség követelményének. A vizsgált műsorok tekintetében a személyes adatok (kép- és hangfelvételek) abból származnak, hogy egy természetes személy egész napi tevékenységét, életét „mindenre kiterjedően” követik, dokumentálják, róla felvételt készítenek, ebből kifolyólag pedig a cél határozatlan.<sup>33</sup>

Az adatvédelmi biztos a szereplők tájékoztatása kapcsán kifejtette, hogy a hozzájáruló nyilatkozatot kiterjesztően értelmezni nem lehet. A vizsgálat ugyanis megállapította, hogy a műsorokba történő jelentkezéstől kezdve a válogatáson át a szerződéskötésig folyamatosan bővült az a kör, amelyre a szereplők adatait fel kívánták használni. A műsorba jelentkezéskor a játékos még nem tudhatta, hogy adatait (képmását és hangfelvételét) a műsorszolgáltató más műsoraihoz is fel kívánják-e használni. A műsorkészítők erről csak a hozzájáruló nyilatkozatban rendelkeztek, amelyben arról viszont nem kaptak az érintettek tájékoztatást, hogy promóciókban, reklámokban is részt kell venniük, továbbá hogy a műsorkészítők igényt formálnak a képmásuk és a hangfelvételük másodlagos kereskedelmi hasznosítására is. Azt is csak a szerződésből tudhatták meg az érintettek, hogy a műsor folyamán akár súlyos egészségkárosodás is érheti őket, vagy a társadalmi helyzetükben, családi kapcsolataiban hátrányos változások állhatnak be. Az adatvédelmi biztos álláspontja szerint a jelentkezők tájékoztatása akkor lett volna megfelelő, ha legkésőbb a kiválasztás érdekében használt kérdőíveken tájékoztatást kapnak mindarról, amiről csak a szerződéskötéskor szerezhettek tudomást.<sup>34</sup>

31 A személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról szóló 1992. évi LXIII. törvény (Avtv.) alapján.

32 Az adatvédelmi biztos beszámolója 2003, 127–131. <https://naih.hu/files/Adatvedelmi-biztos-beszamolaja-2003.PDF>

33 Uo.

34 Uo.



2003-ban a *ValóVilág* III. szériájával kapcsolatosan az adatvédelmi biztos újabb vizsgálatot indított a Magyar RTL Klub Televíziónál annak megállapítására, hogy az újonnan indult műsor megfelel-e a korábbi ajánlásában megfogalmazott követelményeknek. A vizsgálat megállapította, hogy csak a kiválasztásnál használt kérdőívek tekintetében történt előrelépés: szűkítették a kiválasztás során felvett személyes adatok körét, illetve tájékoztatást adtak az adatkezelés önkéntességéről. Nem történt azonban változás a „castingon” felvett kép- és hangfelvételek felhasználására jogosító nyilatkozat tartalmán, illetve a résztvevőkkel kötendő szerződés korábban kifogásolt feltételein sem. A televízió többszöri levélváltás után sem mutatott hajlandóságot a változtatásra, noha az adatvédelmi biztos részletesen megfogalmazta, mit és hogyan kellene megváltoztatni ahhoz, hogy az említett dokumentumok megfeleljenek az adatvédelmi minimumkövetelményeknek.<sup>35</sup>

Az adatvédelmi biztos mind az RTL Klub Televízióval, mind a TV2-vel kapcsolatban álló, kommunikációs szolgáltatást nyújtó cégeknek javasolta, hogy az adatkezelésük, szolgáltatásuk igénybevételének feltételeiről a műsorra jelentkezőket jobban tájékoztassák, és az egyes SMS-ekre adott válaszüzenetekben is adjanak információt az említett tudnivalók fellelhetőségének helyéről. Az adatvédelmi biztos végezetül a Magyar RTL Klub Televízió kommunikációs szolgáltatását végző alvállalkozóját írásos adatkezelési szabályzat kidolgozására kérte fel.<sup>36</sup>

### 3. A gyermekek és a kiskorúak védelme

#### 3.1. Jogszabályi környezet

1996. január 15-től az Rttv. általános alapelvek között szerepeltette a televíziós műsorokban követendő kiskorúak védelmét célzó rendelkezéseket. Az Rttv. 5. § (3)–(5) bekezdései alapján nem volt szabad kiskorúaknak szánt műsorszámokban *erőszakos magatartást követendő példaként megjelenítő képeket vagy hangokat közzétenni*. A kiskorúak személyiségfejlődésére ártalmas, így különösen *az erőszak öncélú alkalmazását magatartási mintaként bemutató, illetőleg a szexualitást öncélúan ábrázoló műsorszámot csak 23.00 és 5.00 óra között lehetett közzétenni. Közzététel előtt erre a közönség figyelmét fel kellett hívni. A kiskorúak személyiségfejlődésére súlyosan ártalmas műsorszám közzététele tilos volt.*

A kiskorúak védelmében hozott klasszifikációs rendelkezéseket az Rttv.-be a 2002-es törvénymódosítás iktatta be.<sup>37</sup> A szabályozás módosítását az Európai Unió csatlakozást előkészítő jogharmonizáció indokolta.<sup>38</sup> Az immáron törvénybe foglalt korhatári kategóriákhoz<sup>39</sup> az ORTT 1494/2002. (XI.17.) sz. határozatában elfogadott állásfoglalásban határozta meg az egyes műsorszámok közzététele előtt és közben alkalmazandó jelzéseket, illetve a minősítés közlésének módját.

35 Uo.

36 Uo.

37 2002. október 15-től az Rttv. 5/A. – 5/F. § alatt szabályozta.

38 A 2002. évi XX. módosító törvény jogharmonizációs célokat szolgált, amelynek során a Tanács 89/552/EGK és a 97/36/EK irányelvei kerültek átültetésre a hazai jogrendszerbe és ezáltal az Rttv.-be.

39 5/B. § alatt a korhatári kategóriák, 5/C. § alatt a korhatárokhoz tartozó időszávok.

Az Rttv. négy fő kategóriára osztotta a műsorokat, amelyben az I. kategória jelentette a korhatárra tekintet nélkül megtekinthető műsorszámokat; a II. kategória jelezte a 12 éven aluliak számára nem ajánlott műsorszámokat, amelyek tizenkét éven aluliaknak szánt műsorszámként, illetve ilyen műsorszámok között nem tehetők közzé, egyébként megfelelő jelzéssel bármikor közzétehetők; a III. kategória jelentette a 16 éven aluliak számára nem ajánlott műsorokat, amelyek este 21 óra és hajnali 5 óra között voltak közzé tehetők; a IV. kategória jelölte a 18 éven aluliak számára nem ajánlott műsorokat, amelyek este 22 és reggel 5 óra között voltak közzé tehetők; végül a V. kategória jelölte a szélsőséges pornográfiát, valamint erőszakot tartalmazó kiskorúaknak nem ajánlott műsorokat, amiket nem lehetett közzé tenni.

A 2011. január 1-től ún. kétszintű médiaszabályozás lépett hatályba. Az Smtv.-be kerültek a valamennyi médiatartalom-szolgáltatóra (így sajtótermékekre is) irányadó közös szabályok. A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvénybe (továbbiakban: Mttv.) pedig (néhány kivétellel) a médiaszolgáltatásokra vonatkozó részlet-szabályok kerültek. Az Smtv. 19. §-a tehát általános jelleggel rögzítette a médiaszolgáltatásokban a kiskorúak védelmét, azonban a részlet-szabályokat az Mttv. 9–11. §-ai tartalmazzák.

Az Mttv. 2011. január 1-től lényegében külön bontotta a II. kategóriát és megalkotta a 6 éven aluli nézők védelmére vonatkozó részlet-szabályokat. Az új korhatársávra azért volt szükség, mert a gyermekek fejlődésében iskolakezdetkor, 6–7 éves kor körül ugrásszerű változások következnek be, és ezt a tényét a korábbi klasszifikációs rendszer II. kategóriája nem vette figyelembe.<sup>40</sup> Az Mttv. ezen felül a technológiai fejlődéshez igazította a médiaszolgáltatások fogalomrendszerét a hozzáférés jellege szerinti csoportosítás alapján. Ennek megfelelően elkülönítésre került a lineáris és a lekérhető médiaszolgáltatások fogalma.

A Médiatanács az Mttv. 9. § (8) bekezdése alapján a kiskorúak védelmében alkalmazott korhatár-besorolásnál irányadó részletes szempontokra, az egyes műsorszámok közzététele előtt és közben alkalmazható jelzésekre, illetve a minősítés közlésének módjára vonatkozó jogalkalmazási gyakorlatának fő elvi szempontjait 2011 óta ajánlásban teszi közzé.<sup>41</sup>

Végezetül a vonatkozó szabályozás ismertetésekor fontos megemlíteni a kiskorúakra vonatkozó részlet-szabályok legutolsó módosítását is, amely 2021. augusztus 8-tól lépett hatályba.<sup>42</sup> A jogalkotó az V. kategória meghatározását úgy módosította, hogy 18 éven aluli gyermekek számára nem ajánlottak azok a műsorok, amelyek *meghatározó eleme az erőszak, a születési nemnek megfelelő önazonosságtól való eltérésnek, a nem megváltoztatásának, valamint a homoszexualitásnak a népszerűsítése, megjelenítése, illetve a szexualitás közvetlen, természetes vagy öncélú ábrázolása*. Az ilyen műsorokat 22 és 05 óra között lehet lineáris adásba szerkeszteni. [Mttv. 9. § (6), 10. § (1) d)]<sup>43</sup>

40 NAGY Dóra: A kiskorúak védelme. In: KOLTAY i. m. (12. lj.) 65–86.

41 Médiatanács: A Médiatanács klasszifikációs ajánlása (korhatár-besorolás) és a képernyőre illeszthető piketogramok (2021). [https://nmhh.hu/dokumentum/214969/klasszifikacios\\_ajanlas.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/214969/klasszifikacios_ajanlas.pdf)

42 A pedofil bűnelkövetőkkel szembeni szigorúbb fellépésről, valamint a gyermekek védelme érdekében egyes törvények módosításáról szóló 2021. évi LXXIX. törvény.

43 A jogszabály értelmezéséhez fontos támaszpontot ad a Médiatanács 2021. szeptember 15-én frissített Ajánlása: [https://nmhh.hu/dokumentum/214969/klasszifikacios\\_ajanlas.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/214969/klasszifikacios_ajanlas.pdf)

### 3.2. Az Országos Rádió- és Televíziótestület gyakorlata

Az ORTT a TV2 csatorna nagysikerű *Big Brother* című műsorának 2002. szeptember 1–11. között sugárzott epizódjait vizsgálta első alkalommal kiskorúak védelme szempontjából. Az ORTT határozatában<sup>44</sup> megállapította, hogy a műsorról készített naponta főműsoridőben sugárzott összefoglalók az *öncélú szexualitás kategóriájába tartozó jeleneteket tartalmaztak*, ezáltal a műsorszolgáltató több alkalommal is megsértette az Rttv. 5. § (4) bekezdését, amely ekkor még általánosságban mondta ki, hogy *a kiskorúak személyiségfejlődésére ártalmas, így különösen az erőszak öncélú alkalmazását magatartási mintaként bemutató, illetőleg a szexualitást öncélúan ábrázoló műsorszámot csak 23.00 és 5.00 óra között lehet közzétenni*.

A Testület különösen törvénytörtőnek talált egy szeptember 9-én, 20:38-kor adásba került jelenetet, amelynek során az egyik hölgy szereplő takaró alatti önkielégítése ment adásba. A műsorban a cselekmény után a hölgy arról beszélt, hogy az önkielégítés csak tovább fokozta szexuális vágyát, és kijelentette, hogy neki „arra” van szüksége, majd megkérdezte az egyik fiút, hogy „bevállalja-e őt éjszakára”. A műsorban látható volt, ahogy az alkalmi partnerek elfoglalnak egy szobát, levetkőznek, valamint bevágásra került két jelenet az intim együttlétekből. A határozat szerint a megjelölt időszak alatt több kifogásolható jelenet is műsorra került: szeptember 2-án 20:26 perckor csoportbeszélgetés volt látható, amelynek témája a férfi ondó volt mint táplálék, illetve arckrém;<sup>45</sup> szeptember 4-én 20:07 perckor az egyik női szereplő mellbimbóméretet vett játékostársáról; végül szeptember 9-én 20:30 perckor az egyik női szereplő elmesélte, hogy egyik rokona által vesztette el szüzességét. A műsorszámot az egyik műsorvezető azzal vezette fel, hogy a műsor *gyerekeknek is szól*. Az ORTT végül 6.840.123 Ft kötbér megfizetésére kötelezte a műsorszolgáltatót.

Mint az előbbieken is említésre került, az Rttv.-t a jogalkotó 2002. október 15. hatállyal módosította és külön 1/A Cím alatt szabályozta a kiskorúak védelmét, ezzel első alkalommal megalkotva a hazai korhatár-besorolási kategóriákat, valamint a hozzájuk tartozó időszávokat. Az Rttv. előírta továbbá, hogy az egyes műsorszámok közzétételének kezdetekor közölni kell a korhatáros kategória minősítését, valamint a közzététel során a kategóriájuknak megfelelő jelzést piktogram formájában a képernyő valamelyik sarkában is meg kell jeleníteni.

A vonatkozó jogszabály módosítását követően az ORTT 2002 novemberében az RTL csatorna szintén nagysikerű *ValóVilág* című műsorát vizsgálta annak 2002. október 27-i és 28-i adásai miatt.<sup>46</sup> A sérelmezett műsor 20 óra 30 perckor ment adásba III. korhatári jelöléssel. Az ekkorra már módosított Rttv. 5/B. § (4) bekezdése kimondta, hogy *„azt a műsorszámot, amelynek meghatározó eleme az erőszak, illetve a szexualitás közvetlen, természetes ábrázolása, a IV. kategóriába kell sorolni.”* Az Rttv. 5/C. § (3) bekezdése értelmében a IV. kategóriába sorolt műsorszám csak 22.00 és 05.00 óra között lett volna közzé tehető megfelelő jelzés feltüntetése mellett.

A műsorban az egyik férfi szereplő azt a feladatot kapta, hogy egy rövid reklámfilmlet a szexhirdetések stílusában állítson össze. Ebben a játékos arra kérte a vállalkozó hölgyeket, hogy töltsenek vele egy éjszakát a villában. Az elkészült anyagot 20 óra 23 perckor adták

44 1365/2002. (IX. 19.) sz. ORTT határozat

45 Valamint ehhez kapcsolódóan 22:42 perckor hallható volt egy élő telefonos bekiabálás: *„Basszátok [...] a k[...] anyátok”*.

46 1624/2002. (XI. 14.) sz. ORTT határozat

műsorba. Többször is elhangzott, hogy nem viccelnek, komolyan gondolják a felhívást. Az emelt díjas telefonszámon (nettó 240 forint/perc) valóban várták hölgyek jelentkezését. Az ORTT határozata szerint ebben az esetben nem a képi prezentáció módja minősült problémakusnak, hanem a *felhívás szövege, üzenete, mondanivalója*. A Testület határozatában felfüggesztette a műsorszolgáltató műsorszolgáltatási jogosultságát, amelyet főműsoridőben, a műsor közvetítése előtt közvetlenül 15 perces időtartamra kellett végrehajtania a médiaszolgáltatónak. A marasztaló határozat indoklásában szerepelt, hogy az ORTT több alkalommal próbálta különböző módszerekkel felhívni a műsorszolgáltatók figyelmét, hogy tartózkodjanak a szexualitást tisztán az ösztöni kielégülés eszközeként megjelenítő bemutatási módoktól.

A hatóság felhívása érthető, ha tekintetbe vesszük, hogy 2002-ben, amikor a klasszifikációs rendelkezések bevezetésre kerültek az Rttv.-be, a *Big Brother* műsorokat a közfelháborodásra tekintettel három alkalommal, a *ValóVilág* műsorokat két alkalommal vizsgálta az ORTT, majd 2003-ban már négy esetben indult vizsgálat a *ValóVilág* műsorokkal kapcsolatban, egy esetben pedig a *Big Brother* műsort vizsgálták.

Összehasonlításképpen az Egyesült Államokban, 2004-ben az FCC<sup>47</sup> 1.183.000 dolláros pénzbírságot szabott ki a Fox műsorszolgáltatóra, miután 2003. április 7-én 169 csatornán 22 óra előtt sugározta a *Married by America* című valóságshow-műsor egyik epizódját. A műsorban legénybúcsún bulizó férfiak sztriptíztáncosok testéről nyalogattak tejszínhabot, valamint fehérneműben négykézlábra ereszkedett férfiak fenekét ütögették sztriptíztáncosok. Az FCC a műsor említett epizódját nyilvánvalóan szexuális tartalmúnak minősítette annak ellenére, hogy kitakarásra kerültek benne a nemiségre utaló képkockák.<sup>48</sup> Az Egyesült Államok esetében fontos megemlíteni, hogy a mozifilmek és a lineáris műsorok a mozifilmek minősítését, korhatár-besorolását egy filmipari szervezet, az Amerikai Mozgóképfilm Szövetség<sup>49</sup> végzi. A rádióban és a televízióban használt trágár vagy durva kifejezéseket, illetve a televízióban látható szexuális tartalmakat a gyermekek fejlődésére nézve rendkívül károsnak tartják az Egyesült Államokban.<sup>50</sup>

Visszatérve a magyar hatósági gyakorlathoz: az ORTT a Viasat3 csatorna *Bár 2.0* című műsorának 2008. október 3-án, 20 órás kezdettel sugárzott adásait és annak előzeteseit is vizsgálta.<sup>51</sup> Az ORTT megállapította, hogy a műsorszolgáltató megsértette az Rttv. rendelkezéseit, mivel a 2008. október 3-án 20:00 órás kezdettel sugárzott műsorszámot és annak előzetesét a II. kategóriába sorolta, az előzeteseket az említett napon hat alkalommal reggel 05.00 óra és este 21.00 óra között tette közzé.

Az ORTT határozata szerint a műsor tele volt szexuális töltetű, obszcén, trágár kifejezésekkel.<sup>52</sup> Az egyik férfi szereplő viselkedése (kezében egy pohár sörrel a villamos sínén sétált,

47 Federal Communications Commission. [www.fcc.gov/](http://www.fcc.gov/)

48 FCC: Notice of Apparent Liability for Forfeiture, Released: October 12, 2004. <https://docs.fcc.gov/public/attachments/FCC-04-242A1.pdf>

49 Motion Picture Association of America, MPAA. [www.motionpictures.org/](http://www.motionpictures.org/)

50 KÓCZIÁN Sándor: *Gyermekvédelem a médiajogban*. Budapest, Médiatudományi Intézet, 2014., 119. <http://mek.oszk.hu/13500/13512/13512.pdf>

51 160/2009. (I. 21.) sz. ORTT határozat.

52 „*Lapos vagy, mint ez a rohadt fíng*”; „[...] *az a baj veled [...] Nem vagy férfi! Jaj de sz[...].r vagy!*”. Erotikus jellegű képsorok bemutatása közben: „*Lejts egyet a kamerának!*” Közben kéjelgő hangok kiadása „*Adjatok egy banánt szerintem!*”. Az egyik szereplő a másikat „*nagy csöcsös asszonynak*” nevezte. Az egyik férfi szereplő megfogta az egyik női szereplő fejét, majd azt saját nemi szerve felé nyomta, így szexuális aktust imitáltak a kamera előtt: „[...] *b[...]d meg, hagyd a k[...]ott, k[...]a életbe, b[...]d meg!*”.

és pár másodpercre megakadályozta a jármű előrehaladását), valamint a női versenyzőkkel kialakított viszonya (egy esetben az egyik hölgy szereplőnek tett álcázott, ámde obszcén ajánlatot),<sup>53</sup> káros hatással lehetnek a serdülőkre, mivel a 16 éven aluli korosztály jellemzője, hogy alternatív értékrendeket és életmódokat keres. Az Rttv. 5/B. § (3) bekezdése ugyanakkor kimondta, hogy „*azt a műsorszámot, amely közvetlen módon utal erőszakra, illetve szexualitásra, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus, a III. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenhat éven aluliak számára nem ajánlott.*” Az Rttv. 5/C. § (2) bekezdése értelmében a *III. kategóriába sorolt műsorszám megfelelő jelzéssel ellátva 21.00 és 05.00 óra között tehető közzé.*

A műsor előzetesének vizsgálata során megállapítást nyert, az ajánlóban a férfi szereplő közönséges viselkedése került bemutatásra. Az előzetes középpontjában egyértelműen ennek a szereplőnek a viselkedése állt. A Testület megállapította, hogy a műsorszolgáltató láthatóan igyekezett az obszcén és trágár kifejezéseket kisípolni, azonban ezek a sípolás ellenére is érthetőek voltak. A határozat kifejtette, hogy egyes közönséges kifejezések eltüntetésére nem is törekedett a műsorszolgáltató. A Testület szerint a műsorelőzetes bemutatása követendő példaként jelenhetett meg a 16 éven aluli kiskorúak számára. Mind a műsort, mind pedig az előzetest ezért a *III. kategóriába* kellett volna a műsorszolgáltatónak sorolnia. A műsor közzététele miatt 2.000.000 Ft,<sup>54</sup> az előzetesek miatt 3.000.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte az ORTT a műsorszolgáltatót.

### 3.3. A Médiatanács gyakorlata

A Médiatanács 2011. május 11-én kelt határozatában<sup>55</sup> a *Való Világ IV.* szériáját vizsgálta és az Rttv. 5/B. § (3), 5/C. § (2), 5/A. § (2) és az 10. § (5) bekezdésének megsértését tárta fel. A határozat indoklása szerint a 2010 novemberében és decemberében sugárzott műsorszámokkal huszonegy, illetve tizennyolc alkalommal sértette meg a műsorszolgáltató a kiskorúak védelmére vonatkozó törvényi rendelkezéseket, mivel a műsort *II. kategóriába* sorolta.

A novemberi műsorszámokban szexuális áthallásokon, célozgatásokon, valamint a sztriptízen keresztül a nemiség közvetett módon jutott kifejezésre, a szereplők közti vita során pedig mindenekelőtt a nyelvi agresszió jelent meg a védendő 12–16 éves korosztály szempontjából kifogásolható módon. A szereplők összeszólalkozása durva veszekedésbe torkolt. Az érintettek közötti konfliktus egészen a lökdösődésig fajult. A celebek között megnyilvánuló indulatok, egymás szidalmazása és becsmérlése rossz példát jelenített meg a kiskorúak előtt, ami a műsorvezető részéről sem került kritizálásra, helyesbítésre. A villalakóknak adott feladatok (testfestés párokban, meztelen testről étkezés, meztelenül alvás) szintén teret adtak a szexuális tartalmú megnyilvánulásoknak, valamint arra ösztönözték a résztvevőket, hogy intimebb viszonyba kerüljenek egymással. Az egyik novemberi műsorszámban kiemelt szerephez jutott a mértéktelen alkoholfogyasztás, az alkoholos befolyásoltság alatt történő utcai randalírozás és az ennek következtében létrejövő konfrontáció, az utcán való botránys viselkedés.

53 „*Mutasd, az izéd, mutasd nekem a pulykataréjodat, én lesz[...]om neked a pulykataréjodat!*”

54 A 160/2009. (I. 21.) sz. határozata indoklásában a Testület kifejtette, hogy mivel a műsorszolgáltató gyakran sértette meg a törvény kiskorúakat érintő rendelkezéseit, a legmagasabb összegű szankciót alkalmazta.

55 A Médiatanács 624/2011. (V. 11.) sz. határozata.

A decemberi műsorszámokban többször előfordult trágár kifejezések használata, amelyek az elhalkítási kísérletek ellenére érthetők maradnak, azaz a káromkodások nem kerültek megfelelően elhalkításra. A jelöltek bemutatkozó filmjében kiemelt gyakorisággal szerepeltek erotikus tartalmak. Mindezek mellett kiemelkedően káros tartalomnak minősítette a Médiatanács, amikor két szereplő orális szexjelenetet imitált. A műsorban durva, trágár szavakkal szidalmazták egymást a szereplők, amely konfliktushelyzet ellenpontozás nélkül maradt. Különösen problematikusnak minősült továbbá, hogy a szexuális kapcsolat csupán a testi kielégülés céljából került megjelenítésre.

A Médiatanács összességében megállapította, hogy a vizsgált adásokra jellemző volt a hatásvadász feldolgozási mód és a halmozottan voltak bennük problematikus tartalmak (agresszió, hisztéria, intrika, szexualitás, trágárság, alkohol- és cigarettafogyasztás). A Médiatanács különösen problémásnak tekintette, hogy ezek a kifogásolt viselkedésminták nemcsak elbeszélés szintjén jelentek meg, hanem vizuálisan is, amelyek jóval világosabban és közvetlenebb formában hatnak a serdülő korosztályra, mint a szóban elhangzó intelmek.

A Médiatanács indoklásában kifejtette, hogy *„a gyermek fejlődésében meghatározó jelentőséget tulajdonítanak a 12–16 év közötti életkornak, mivel erre az időszakra tehető a gyermekek világvilágképének, értékrendszerének kialakulása. Az ifjúság ebben a korban eszményképeket keres, melyek követendő példák lehetnek a számára. Erre a törekvésre a televízióban látott szereplők gyakran kínálnak fel modelleket, amelyeket a fiatalok még kritikátlanul fogadnak el, illetve a kevés élettapasztalatuk miatt nehezen ítélik meg a közvetített magatartásmodell erkölcsi és társadalmi elfogadottságát. A vizsgált műsorszám több szempontból is meghaladta azt a szintet, amely a legkisebbekben szülői magyarázattal, a 12–16 évesek körében pedig önállóan biztonságosan feldolgozható lenne, hiszen számos alkalommal történtek utalások a szereplők pusztán fizikai vágyakra épülő szexuális kapcsolataira.”*

Az Rttv. 5/C. § (2) bekezdése a III. korhatári kategóriába sorolt műsorszámok közzétételével kapcsolatban előírta, hogy azok 21:00 óra és 05:00 óra között tehetőek közzé, ezért az Rttv. 5/A. § (2) bekezdése értelmében a műsorelőzetesek sugárzására is csak ebben az időintervallumban kerülhet sor. A Médiatanács határozatában végül megállapította, hogy a médiaszolgáltató 141 alkalommal sértette meg az Rttv. 5/A. § (2) bekezdésében foglalt rendelkezést. A Médiatanács határozatát 2012. február 15-én kiegészítette.<sup>56</sup> Kiegészítésében a kifogásolt tartalmak tekintetében pontosan megadta az adások időpontját. Ezt követően az ügy felülvizsgálata eljutott a Kúriáig,<sup>57</sup> amely az első- és másodfokú ítéletet hatályon kívül helyezte, és az elsőfokú bíróságot új eljárásra, új határozathozatalra utasította. Végül az ügyben a Fővárosi Törvényszék jogerős ítélete<sup>58</sup> a Médiatanács fent említett, kiskorúakra védelmére vonatkozó megállapításait helybenhagyta.

A Médiatanács 2011. július 19-én kelt határozatában<sup>59</sup> már az új Mttv. alapján járt el és megállapította, hogy az RTL Klub csatorna 2011. május 12-én és 15-én 19 órától sugárzott *Aleksz – Szerelem a legfelsőbb szinteken* című műsorszámával nem csak a fentebb kifejtett emberi méltóságot sértette meg, de az Mttv. kiskorúak védelmére vonatkozó klasszifikációs

56 A Médiatanács 318/2012. (II. 15.) sz. határozata.

57 Kfv.II.37.659/2015/10

58 2.Kf.650.049/2018/6

59 A Médiatanács 1044/2011. (VII. 19.) sz. határozata.

rendelkezéseit is. A médiaszolgáltató a műsort a III. kategóriába sorolta, ezáltal megsértette az Mttv. 9. § (5) és a 10. § (1) c), f) rendelkezéseit.

A Médiatanács határozata szerint a műsorra itt is jellemző volt a hatásvadász feldolgozási mód, valamint halmozottan voltak benne olyan problematikus tartalmak, mint a *szexualitás* vagy az *agresszió*. A *műsorszám által megfogalmazott üzenet* szerint „*a férfi szívéhez a testiségen át vezet az út, illetve a nők valójában a szépségükkel és szexualitásukkal érvényesülhetnek*” ez alapján pedig káros mintát közvetített az adás a tizenkét éven aluli kiskorúak személyiségfejlődését illetően. A Médiatanács határozata, majd később a bírósági felülvizsgálat eredménye szerint<sup>60</sup> a vizsgált műsorszám több szempontból is meghaladta azt a szintet, amely a 12–16 évesek körében önállóan biztonságosan feldolgozható lenne, hiszen számos alkalommal nyílt formában jelent meg a műsorban az erotika és szexualitás. A műsorszám felépítése egyrészt szándékosan olyan helyzeteket teremtett, ahol az erotika és a szexualitás előtérbe került, ezekben az esetekben azt az üzenetet közvetítette, hogy a nők kizárólag a szexualitás erejét, az erotikát felhasználva érhetik el céljukat, hódíthatják meg a szívüknek kedves férfit. Másrészt egy mesterségesen megteremtett, ám valós környezetben szinte minden esetben indokolatlanul olyan hangnemben és erőszakkal fordultak egymáshoz a műsorban szereplő lányok, ami szintén erkölcsromboló hatással bírt. A versenyszellem a tisztaságot is magában hordozza, így a játékosok konkurálása során egymás szidalmazása szintén káros hatással bírt az érintett korosztály személyiségfejlődésére, „*hiszen azt tapasztalták, hogy egy cél elérése érdekében agresszív megnyilvánulásokkal kísérve egymás porig alázása is indokolt*”.

A tehetségkutató műsorok első nézésre nem sorolhatók a reality-műsorok közé, azonban ha jobban megvizsgáljuk a valóságshow- és a tehetségkutató műsorok műfaji sajátosságait, akkor kiderül, hogy a tehetségkutató műsorok egyik oldalágaként jelentek meg a reality-tartalmak, tehát a két televíziós műfaj közös töről fakad. A Magyar Televízió által 1962 és 1996 között sugárzott *Ki mit tud?* című tehetségkutató műsor is jóval megelőzte itthon az első *Bár* című realityt. A tehetségkutató műsorokban szintén civil résztvevők szerepelnek, akik valamilyen díj reményében versenyeznek, hasonlóan, mint a reality-műsorokban a játékosok.<sup>61</sup>

Médiatanács 2012. július 18-án az RTL Klub csatornán 2012. március 17-én 19 óra 30 perctől sugárzott *Csillag születik* című tehetségkutató műsorát vizsgálta és megállapította,<sup>62</sup> hogy a médiaszolgáltató megsértette az Mttv. 9. § (5) bekezdését, valamint 10. § (1) bekezdés c) és f) pontot.<sup>63</sup> A Médiatanács határozata szerint a műsorban az egyik versenyző által előadott rapszám szexuális kontextusban használt goromba, közönséges fordulatokat tartalmazott. A dalszövegben számos alkalommal hangzott el olyan erős mértékű trágárság, amely meghaladta a III. korhatár-kategóriában még elfogadható mértéket. Különösen kifogásolhatónak minősítette a Médiatanács a *durva nyelvezetet* illetően, hogy a nemi szervekkel, illetve a szexuális aktussal kapcsolatos *trágár szavakat agresszív módon* használta az előadó. A dal egésze a női nem szidalmazására épült, a nőket általánosságban prostituáltként titulálta,

60 Az elsőfokú bíróság a Médiatanács határozatát helyben hagyta (3.K.33.785/2011/11.), a másodfokú bíróság a határozatot az Smtv. 14. § (1) bekezdés megsértését megállapító rendelkezés tekintetében hatályon kívül helyezte (2.Kf.650/037/2013/4.). Végül a Kúria az elsőfokú bíróság ítéletét helyben (Kfv.II.37.151/2014/4).

61 Guy REDDEN: „Making Over the Talent Show”. In: PALMER, Gareth. (ed.): *Exposing Lifestyle Television: The Big Reveal*. London, Ashgate, 2008. 129–144.

62 Például: „*megengedem, hogy előtte lesz[...].jon*”, „*hajnalig térdelhetsz*”, „*megeb[...].lak, aztán pedig lecsót csináljál*”, „*Nyögjél! Hallani akarom, ahogy tetszik*”.

63 A Médiatanács 1326/2012. (VII. 18.) sz. határozata.

lealacsonyító hangnemben beszélve róluk. A produkció szövegéből nyilvánvalóvá vált, hogy a női nemet a szexuális tárgy szintjére degradálta az előadó. A határozat szerint a műsorszerkesztők a vaskos kifejezéseket többnyire kisípolással próbálták elnémítani. A kisípolás sűrű alkalmazása ellenére a dalszöveg témája nyilvánvaló volt, a kisípolás sem volt tökéletes, néhol csak részlegesen történt meg, valamint az elnémítani kívánt kifejezések szájról könnyen leolvashatóak voltak. Az elhangzott tartalom a határozat szerint továbbá „a szájról olvasás képességét még nem ismerő korosztály számára is veszélyt jelenthetett”, mivel a kisípolás nélküli szövegekből is egyértelmű volt a produkció erőszakos, lealacsonyító témája. A Médiatanács megállapította végül, hogy az ismertett produkció olyan módon és kontextusban valósította meg a IV. korhatár-kategória törvényi tényállásában szereplő „szexualitásra utalást”, hogy az alkalmas lehetett a 16 éven aluliak fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására. A határozat szerint az elnémítás megoldást jelenthet az adott műsorszám néhány vaskos megjegyzésével kapcsolatban, a vizsgált produkcióban halmozottan előforduló, durva és szexuális kontextusban használt alpári kifejezések gyakorisága azonban túlmutatott azon a mértéken, amely a kisípolással még kezelhető.

A Médiatanács határozatának felülvizsgálata során a másodfokú bíróság kifejtette,<sup>64</sup> hogy a minta utáni tanulás miatt kifejezetten káros hatása lehetett a produkciónak. A televízióban bemutatott attitűdök ugyanis hatással lehetnek a kiskorúak változásban lévő személyiségére, e korosztály tagjai hajlamosak arra, hogy a televízióban megjelenő, azonos életkorú, hírnévre vágyó kortársaikat *példaképnek* tekintsék, megnyilvánulásaikat *mintaszerűnek* tartsák. A IV. kategóriát tehát megalapozza, a durva nyelvezet és a sorozatos trágárkodás.

Ismét külföldre tekintve, Nagy-Britanniában, az Ofcom-hoz 2010-ben a legtöbb panaszt a *Celebrity Big Brother* műsorral kapcsolatban tette a brit közönség, összesen 25.000 bejelentést. 2019-ben és az azt megelőző években az Ofcom a társadalom növekvő érdeklődését és aggodalmait tapasztalta, ezért vizsgálni kezdte a műsorszámokat, amit egyik részről a szereplők védelme indokolt, de egyben a közönség védelmét is a szereplők vulgáris megnyilvánulásaival szemben. E felülvizsgálat eredményeként az Ofcom végül javasolta a Műsorszolgáltatási Kódex módosítását, amelyet végül a közönség érdekében és a 18 év alatti kiskorúak védelmében is megújítottak.<sup>65</sup>

Az olasz szabályozó hatóság, az AGCOM<sup>66</sup> az Önszabályozói Kódex megsértése miatt, kiskorúak védelme körében két alkalommal is büntette a *Big Brother* 15. szériájának médiaszolgáltatóját 2018-ban, mivel a műsorban „*kiskorú nézők közönsége számára alkalmatlan tartalmat talált, amely főleg a trágárság és trágárságok szabad használatából, a rasszista és szexista utalásokkal átitatott agresszív nyelv használatból, zaklató magatartásból állt*”.<sup>67</sup>

Ha visszatekintünk a hatósági gyakorlatra, akkor azt láthatjuk, hogy a *Big Brother* első szériájának esetében (2002) még nem voltak korhatári kategóriák a hatályos Rttv.-ben. A klasszifikációs besorolásokról ORTT-határozat rendelkezett. A *Big Brother* médiaszolgáltatója nem ismerte fel műsorában a kiskorúakra ártalmas hatásokat, így este 21 óra előtt a szexualitást öncélúan ábrázoló tartalmak kerültek adásba. A *ValóVilág* első szériájának vizsgálatakor már léteztek korhatári kategóriák a műsor idején hatályos Rttv.-ben, de a csa-

64 2.Kf.650/076/2013/3. sz. ítélet

65 [www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2019/most-complained-tv-2010s](http://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2019/most-complained-tv-2010s)

66 Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM). [www.agcom.it/](http://www.agcom.it/)

67 A szabályozó hatóság munkatársainak tájékoztatása szerint.



torna a 18 helyett a 16 éves korhatári kategóriát alkalmazta a 'szexhirdetést' tartalmazó műsorszámmal szemben. Ezek voltak azon kezdeti vizsgálatok ahol egyáltalán a műsor kiskorúakra ártalmas mivolta képzete a vizsgálat tárgyát.

Ezek után következtek azok a vizsgálatok ahol a szabályozás differenciálódása bontakozott ki a vonatkozó új jogszabályok gyakorlati alkalmazása során. Az Rttv. alapján hatóság előtt leginkább a 12, illetve a 16 éves korosztályi kategória elhatárolása jelent meg problémaként a *Bár 2.0* és a *ValóVilág IV.* című műsorok esetében. Ezeknél a túlzott szexuális töltet, az obszcén, trágár kifejezések, alkoholfogyasztás jelentettek problémát. Az *Aleksz – Szerelem a legfelsőbb szinteken* és a *Csillag születik* című műsorok vizsgálatának idején azonban már az Mttv. volt hatályban. Ezeknél a tartalmaknál a szexualitás öncélú ábrázolása, az erotika hangsúlyos megjelenítése és a trágár kifejezések nem megfelelő kisípolása okozott problémát szintén a 12 és a 16 éves korosztályi kategóriák elhatárolásánál.

#### 4. Záró gondolatok

A magyar médiaszabályozás emberi méltóságra, illetve a kiskorúak védelmére vonatkozó rendelkezései<sup>68</sup> jelentős szerepet töltek be a médiahatóság valóságshow-kkal kapcsolatos vizsgálataiban és gyakorlatában.

Az emberi méltóság védelmének vonatkozásában a hatósági gyakorlat rámutatott arra, hogy az ilyen típusú műsoroknak meghatározó eleme az abban szereplő személyek kiszolgáltatott helyzete, ami tetten érhető mind a műsorok készítésének folyamatában (azaz a műsor-szolgáltató és a szereplők között létrejött szerződéses kapcsolatban), mind pedig a közzétett műsorszámokban.

A kezdeti hatósági gyakorlat, amikor az ORTT mind a műsorgyártással, mind pedig a műsortartalommal kapcsolatban vizsgálta az emberi méltóság sérelmét, rávilágít arra a problémára, hogy a valóságshow-ok szereplőinek szerződéses formában létrehozott kiszolgáltatott helyzete kihatással lehet műsorban tanúsított magatartásukra, helyzetükre. Az egyik ORTT-határozatban ez az összefüggés a következőképpen került megfogalmazásra: a sikerességet a médiaszolgáltató „*úgy kínálta a szereplők számára, hogy elvárta tőlük, előre egyezzenek bele egy teljesen kiszolgáltatott, a műsorszolgáltató által bármikor befolyásolható, a legalapvetőbb emberi jogokat és az emberi méltóságot figyelmen kívül hagyó viszonyba.*” Azaz a szerződéses viszony által determinált kiszolgáltatottság olyan, a szereplők emberi méltóságát sértő helyzeteket eredményezett, amelynek az az üzenete, hogy „*az emberi személyiségnek nincsen érinthetetlen tartománya, az emberi méltóság anyagi érdekből nyilvánossá, bárki számára hozzáférhetővé tehető.*”<sup>69</sup>

A fent ismertetett hatósági gyakorlat azt is jól bemutatja, hogy a médiahatóság a rendelkezésére álló eszközök keretein belül következetesen lépett fel az emberi méltóság intézményes védelme érdekében, amely esetében nem az egyént, hanem a médiaszolgáltatás közönségét védte.

A valóságshow-kkal kapcsolatos korai médiahatósági, adatvédelmi biztosi, illetve a példaként bemutatott nemzetközi szabályozóhatósági gyakorlatból származó tapasztalatok arra is rámutatnak: annak ellenére, hogy a médiaszabályozás alapvetően a közzétett tartalomra kon-

68 Értsd az Rttv., az Smtv., illetve az Mttv. vonatkozó szabályait.

69 Lásd a Kúria korábban hivatkozott Kfv.II.37.151/2014/4. sz. döntését.

centrál, nem idegen tőle, hogy vizsgálja az emberi méltóság védelmét a műsorok készítésének folyamán is. A jogalkotó tehát megalapozottan gondolta 2010-ben, hogy az emberi méltóság intézményes védelmét a médiatartalom-szolgáltatók által közzétett médiatartalmakon túl, kiterjeszti a médiatartalmak létrehozásának (készítésének) folyamatára. Az Alkotmánybíróság ugyanakkor nem osztotta a jogalkotó ezen álláspontját.

Ami az Mttv. gyermekvédelmi rendelkezéseivel kapcsolódó gyakorlatot illeti, elsőként jelezni kell: a médiaszabályozás kiindulópontja az, hogy a kiskorúak – életkorukból fakadóan – kiszolgáltatott helyzetben vannak a médiatartalmak hatásaival szemben. Ezért a szabályozás esetükben korlátozza a hozzáférést olyan médiatartalmakhoz, amelyek kedvezőtlenül befolyásolhatják a gyermekek fejlődését, vagy egyértelműen ártalmasak lehetnek számukra. A védelem egyik eszközeként pedig a médiatartalmak korhatárbesorolását használja (klasszifikációs rendszer).

A valóságshow-k esetében a kiskorúak védelmére vonatkozó rendelkezések alkalmazását a valóságshow-szereplők által közvetített magtartások, viselkedésminták váltották ki. Mind a magyar gyakorlat, mind pedig a nemzetközi példák azt mutatják, hogy a reality-műsoroknak meghatározó jellemzője, hogy a szexualitást – mindenféle formában (értsd: képből, hangban és szövegben egyaránt) – öncélúan, közvetlenül és naturálisan ábrázolják, a szereplőktől nem idegen a trágárság, az obszcenitás, a műsorban jelen van a mértéktelen alkoholfogyasztás és dohányzás, a konfliktusok, viták rendezésében pedig a nyelvi agresszió érhető tetten.

Ezeknek a tartalmaknak a kezelése nehézségbe ütközött 2002 előtt, amikor még a magyar médiaszabályozás (Rttv.) nem tartalmazott differenciált korhatárbesorolási kategóriákat. A jelzett évben viszont megszületett a gyermekek fejlődésének különböző szakaszait figyelembe vevő klasszifikációs rendszer, ami 2011-ben tovább finomodott, amikor a jogalkotó létrehozta a 6 éven aluli nézők védelmére vonatkozó szabályokat. Az ezt követő hatósági gyakorlat arra mutatott rá, hogy a médiaszolgáltatók a valóságshow-k esetében jellemzően alacsonyabb korhatár besorolást alkalmaztak, ami azt jelentette 2002-t követően, hogy a 12. és a 16. életévhez kapcsolt korcsoport-kategóriák elhatárolása jelentett visszatérő problémát.

A következőket téves besorolások a gyakorlatban azt jelentették, hogy a hatóság által vizsgált valóságshow-tartalmak egy különösen érzékeny és sérülékeny korcsoporthoz juthattak el. A műsorok korábbi időpontban történő közzététele károsíthatta az érintett korosztály fejlődését, ezért vonatkozott rájuk nézve a késő esti közzétételi korlát.

Az érintett korcsoport sérülékenysége pedig abban rejlik, hogy átmenetet képez a gyermekkor és a felnőttiség között: *„a gyermek fejlődésében meghatározó jelentőséget tulajdonítanak a 12–16 év közötti életkornak, mivel erre az időszakra tehető a gyermekek világméretű értékrend-szerének kialakulása. Az ifjúság ebben a korban eszményképeket keres, melyek követendő példák lehetnek a számukra. Erre a törekvésre a televízióban látott szereplők gyakran kínálnak fel modelleket, amelyeket a fiatalok még kritikátlanul fogadnak el, illetve a kevés élettapasztalatuk miatt nehezen ítélik meg a közvetített magatartásmodell erkölcsi és társadalmi elfogadottságát.”*<sup>70</sup>

70 Lásd a Médiatanács 624/2011. (V. 11.) sz. határozatának indoklását.





# A valóságshow-k közönsége

TILL ESZTER

## 1. A *ValóVilág* nézettsége

A hazai televíziós piacon a 2000-es évek elején megjelenő valóságshow-k hatásáról, a műfaj által kiváltott jogi és etikai kérdésekről számos értekezés született korábban, valamint a különböző műfaji jellemzések, hatásvizsgálatok, közvélemény-kutatások is kitértek a műfaj népszerűségére, ám ez alkalommal az elmúlt húsz év műszeres közönségmérési adatainak összefoglalására törekedtünk. Jelen elemzés a *ValóVilág* szériáinak és kísérő műsorainak a Nielsen Közönségmérés által rögzített nézettségi adatait tekinti át 2002 és 2021 között. Az országos kereskedelmi csatornák műsorkínálatában 2002 szeptemberétől megjelenő reality-formátumok jelentős hatást fejtettek ki a televíziók nézettségi versenyére is.

A műsorok által megszólítani kívánt fiatalabb korosztály mellett a teljes népesség körében is felvették a versenyt a népszerű vetélkedőkkel és az ünnepek alkalmával vetített filmekkel, hiszen az RTL Klubon műsorra tűzött *ValóVilág* bejelentkezések és finálék minden évben a toplisták elején szerepeltek mind a teljes népesség, mind a 18–49 éves tévénézők körében.

A *ValóVilág* történetének legnézettebb adásai az első két évad szériazáró epizódjai voltak, a két finálé egyenként jóval több mint kétmillió nézőt ültetett le a képernyők elé, másképpen fogalmazva a tévénéző lakosság 54–56%-a nézett bele az adásokba legalább egy perc erejéig. A valóságshow-k történetében csupán a konkurens *Big Brother* egyik epizódja tudta túlszárnyalni ezt a teljesítményt: a 2003. február 2-án induló második széria *Beköltözés* című adása 5,2 millió nézőt ért el a teljes népesség körében.<sup>1</sup> A *ValóVilág* első két sorozatának egy-egy epizódja a toplisták 13–14. helyén végzett, vagyis nem tudtak versenyre kelni a *Legyen ön is milliomos!*, a *Barátok közt*, a *Fókusz*, az *Irigy Hónaljmirigy Show* műsorokkal, illetve a karácsonykor vetített *Reszkessetek Betörők 3.*, továbbá a szilveszterkor műsorra tűzött *Man In Black – Újratöltve* kasszasikerrel. 2010–2011-re azonban az *X-faktor*, a *Csillag születik* és a *Megasztár* után már a harmadik helyre tornázta fel magát a műsor, bár az induláskori több mint félmillió nagyságú elérést nem tudta megismételni. A fiatalabb, 18–49 éves korosztály körében a reality csak 2011-ben került ismét a toplista élére.

---

1 2003. február 2. TV2 *Big Brother – A Beköltözés* (19:57–22:38) teljes népesség: RCH abs 5.210.762 fő – RCH% 55,4%; AMR abs 2.038.972 – AMR% 21,7%, SHR% 37%.

**1. táblázat: Az RTL Klubon sugárzott ValóVilág adások toplistás helyezése 2002 és 2011 között<sup>2</sup>**

év	célcsoport	helyezés	műsor	AMR abs	AMR%	SHR%	RCH abs.	RCH%
2002	teljes népesség	<b>13.</b>	<i>ValóVilág1</i> Finálé 2002. XII. 22.	<b>2.430.316</b>	26,8	49,1	<b>5.092.229</b>	56,1
	18-49	<b>18.</b>	18:59-23:39	1.254.472	28,2	53,9	2.579.389	57,9
2003	teljes népesség	<b>14.</b>	<i>ValóVilág2</i> Finálé 2003. VI. 1.	<b>2.384.147</b>	25,3	48,4	<b>5.086.345</b>	54
	18-49	<b>15.</b>	18:59-23:07	1.175.652	26	52,1	2.625.574	58,1
2010	teljes népesség	<b>3.</b>	<i>ValóVilág4</i> Kiválasztás 2010. XII. 27.	<b>2.189.544</b>	23,8	41,8	2.692.400	29,2
	18-49	<b>7.</b>	20:18-20:44	935.544	22	46,5	1.120.186	26,4
2011	teljes népesség	<b>3.</b>	<i>ValóVilág4</i> Finálé 2011. V. 8.	<b>2.349.815</b>	25,6	46,5	4.736.176	51,6
	18-49	<b>2.</b>	19:00-22:47	<b>1.035.317</b>	24,4	49,3	2.146.404	50,7

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Amennyiben a műszeres mérések kezdetéig tekintünk vissza, az M1 műsorai mellett a TV2-nek és az RTL Klubnak a szilveszteri kiadások után csak a valóságshow-kkal sikerült elérniük a több mint ötmillió nézőtábort (RCH abs). 1996. december 30-a óta a legtöbb nézőt a TV2 *Szuper Szilveszter 2000* műsora érte el, majdnem hatmillióan néztek bele a show-ba legalább egy percre (RCH abs 5.935.085 fő), ezt követték a sorban az M1 csatornán sugárzott filmek (*Benjamin közlegény*), sorozatok (*Vészhelyzet*, *Dallas*) és szórakoztató, szilveszteri műsorok (*Friderikusz*, *Top Show*), ami után a *Big Brother* legnézettebb adása következett. Az RTL Klub első *ValóVilág* fináléja ebben a versenyben a huszadik helyet szerezte meg.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Éves toplista futtatási beállítás: Összes events alapon mért csatorna, január 1. és december 31. között, Simple és Gross műsorszámok, Level 1, minimum hossz: 10 perc, ismétlődő műsorcímek nélkül.

<sup>3</sup> RCH abs és %: Elért közönség (reach); A vizsgált programot legalább egy percig nézők száma, vagy százalékos aránya a populáción belül.

AMR abs és %: Nézettség (average minute rating); Egy műsor vagy időszáv közönségének egy percre jutó átlagos száma vagy százalékos aránya a populáción belül.

SHR%: Közönségarány (share); A vizsgált műsor vagy időszáv nézésére fordított idő aránya az összes tévézésre fordított időből (0–100%).

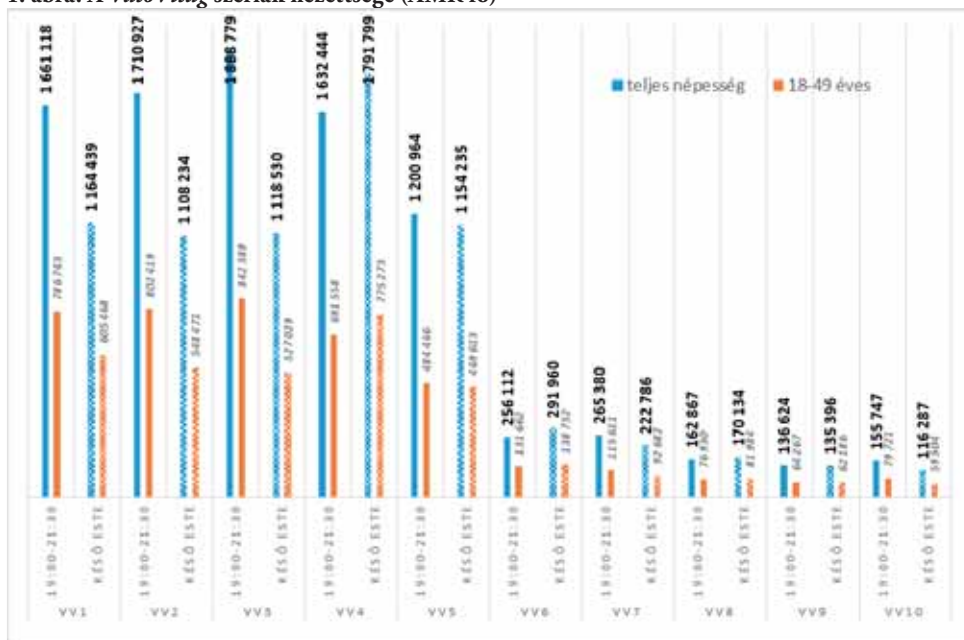
2. táblázat: A legtöbb nézőt elért műsorok toplistája 1996-tól (RCH fő)

helyezés	dátum	csatorna	műsorcím	kezdés	vége	RCH abs teljes népszerűség
1.	2000. XII. 31.	TV2	TV2 Szuper szilveszter 2000	19:23	1:59	5.935.085
2.	1997. I. 11.	M1	Benjamin közlegény /film/	20:09	21:55	5.614.412
3.	1997. V. 22.	M1	Friderikusz-show	20:52	22:59	5.586.694
...						
13.	2003. II. 2.	TV2	Big Brother – A beköltözés	19:57	22:38	5.210.762
14.	1997. I. 18.	M1	Tűzróka /film/	20:15	22:26	5.182.828
...						
20.	2002. XII. 22.	RTL Klub	ValóVilág-finálé	18:59	23:39	5.092.229

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Az RTL Klub 2002. szeptember 11-én tűzte először műsorára a *ValóVilág*ot, kezdetben csak este fél héttől, majd egy héten belül már délelőtt, kora délután és éjjel is láthattunk rövidebb-hosszabb bejelentkezéseket. Az első öt évad az anyacsatornán került adásba, mely több mint kilencven százalékos országos lefedettsége révén több nézőt ért el, mint az RTL II-n vetített későbbi évadok. A következőkben az első öt széria főműsoridőben (19:00–21:30 között) sugárzott, legalább tíz perces adásainak nézettségét vetjük össze. Bár a rekord elérést hozó műsorok a *VV1* és *VV2* szériához tartoztak, a kiemelt műsoridőben sugárzott adások átlagos nézettsége a harmadik évadban érte el a csúcspontját. A 2003. december 28. és 2004. június 4. között vetített *ValóVilág3* átlagosan majdnem kétmillió (1 889 000) nézőt vonzott. Az első három széria adásait fél kilenc előtt többen követték figyelemmel, ám a negyedik évadnál ez a trend megfordult, és későbbi időpontban volt nagyobb nézőtábora a műsoroknak. A *VV4* és *VV5* esetében a csatorna már nem sugárzott napközbeni összefoglalókat, a bejelentkezések este és késő este kerültek adásba (18:55–23:57), mégis 2011-re a műsor nézettsége jelentős veszteséget könyvelhetett el a fiatalok körében is. Már a harmadik széria esetében is úgy látták jónak a műsorkészítők, hogy érdemes a nézők kíváncsiságát napközben is kielégíteni, ezért az új, fiatalos és már nyolcvan százalékos lefedettséggel rendelkező partnerszériájukon, az M+-on (később Cool TV) 2004 januárjától naponta tizennyolc órán át (hajnali kettőtől este fél nyolcig) az esti műsorsávon kívül élőben közvetítették a villa történéseit, emellett pedig az interneten huszonegy órában sugározták. A *VV4*-et a csatorna nem közvetítette folyamatosan az interneten, az élő műsorokat pedig negyed órával késleltették, hogy a problémás tartalmakat kezelhessék. A hatodik szériát már a jóval kisebb lefedettséggel (2014 januárjában 53,8%) rendelkező RTL II tűzte műsorra, ami a nézőszámban természetesen megmutatkozott, az esti nézettség a háromszázezer főt sem érte el a teljes népesség körében. A legkisebb érdeklődés a *ValóVilág9* iránt mutatkozott, a fiatalabb, 18–49 éves közönséget pedig a *ValóVilág10* már alig tudta a képernyők elé ültetni, naponta átlagosan hatvanezren sem követték figyelemmel a villában történeteket. Az utolsó szériák nézettségére az internetes közvetítés is rányomta bélyegét, a csatorna honlapján ([www.rtlmost.hu](http://www.rtlmost.hu)) az adások és a kísérő műsorok (*BeleValóVilág*) is könnyen elérhetővé váltak. Az RTL II-n futó *VV6* és *VV7* szériát az anyacsatorna pár alkalommal megpróbálta népszerűsíteni, húsz alkalommal néhány percben tudósított a villából, az utolsó széria kezdésekor azonban a beköltözésre csupán egy rövid bejelentkezésben hívta fel a figyelmet.

1. ábra: A ValóVilág szériák nézettsége (AMR fő)



forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Az RTL Klub a negyedik évadra nemcsak az adásnapok számát, hanem a *ValóVilág* adások átlagos hosszát is növelte, az első három szériában több rövidebb (17–20 perces) műsorban jelentek meg a villából a nap folyamán, 2010-re már átlagosan egy órában. Míg az adások hossza nőtt, a napi *ValóVilág* „dózis” 2003 decemberére a két és fél órától egy óra huszonkét percre csökkent. Az átlagos napi nyolc adást pedig fokozatosan csökkentették előbb hat, majd később négy bejelentkezésre. Az RTL Klubon vetített utolsó két széria már csak napi egy-két alkalommal jelentkezett esténként egy-háromnegyed órában. 2014 januárjában a kisebb lefedettséggel rendelkező leánycsatornán, az RTL II-n folytatódott a műsor, ismét megemelt adásidővel, naponta majdnem három órában átlagosan három adást láthattak a nézők (VV6 és VV7), azonban 2016-tól a VV8 kezdetével már csak átlagosan napi kétszer kapcsolta a villába (szombatonként napi négyszer), az utolsó szériát, a VV10-et pedig mindössze naponta egy órában közvetítették, akkor is 22:00 óra után.

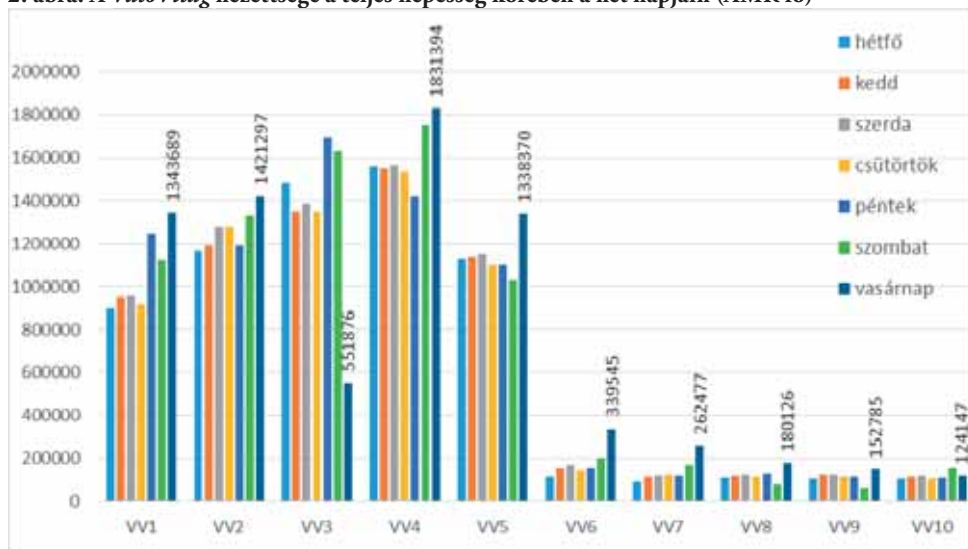


3. táblázat: A *ValóVilág* szériák műsorstatisztikája

csatorna	dátum	összes időtartam (óra:perc:mp)	átlagos adáshossz (óra:perc:mp)	adásnapok száma (db)	napi bejelentkezések száma (db)	napi VV "d" (óra:perc:mp)
RTL Klub	2002. szeptember 11. – 2002. december 22.	251:05:23	0:17:45	103	8	2:26:16
RTL Klub	2003. január 1. – 2003. június 1.	307:11:09	0:19:48	152	6	2:01:15
RTL Klub	2003. december 28. – 2004. június 4.	220:29:34	0:20:34	160	4	1:22:41
RTL Klub	2010. november 20. – 2011. május 8.	215:03:58	1:07:34	169	1	1:16:21
RTL Klub	2011. szeptember 12. – 2012. február 26.	232:52:26	0:47:12	168	2	1:23:10
RTL II	2014. január 12. – 2014. május 11.	358:39:26	1:06:25	120	3	2:59:20
RTL II	2014. november 16. – 2015. március 1.	311:50:50	1:05:25	106	3	2:56:31
RTL II	2016. augusztus 27. – 2016. december 11.	280:43:15	1:04:03	107	2	2:37:25
RTL II	2018. november 4. – 2019. február 17.	220:46:22	1:02:47	106	2	2:04:58
RTL II	2020. november 14. – 2021. február 27.	116:04:12	1:05:42	106	1	1:05:42

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Általánosságban elmondható, hogy hétvégeként többen követték figyelemmel az RTL Klubon a show-t, nyolc széria esetében a vasárnapi nap volt a legnézettebb. Ez alól a hármas széria számított kivételnek, amikor hétköznaponként átlagosan több mint kétszáz ezerrel többen nézték az adást, mint hétvégeként. Amennyiben a főműsoridőben sugárzott VV3 részeket tekintjük, hétköznap közel 282 ezren látták a teljes népesség körében. A *ValóVilág1* a legtöbb nézőt vasárnap és pénteken ültette le a képernyők elé, a *ValóVilág2* esetében pedig a szombati és a vasárnapi nap volt a legnézettebb. 2003-ban azonban a vasárnapi adások vesztek népszerűségükből, épphogy átlépték a félmillió nézőtábor, ekkor a pénteki és szombati csúcsok után hétfőnként is már közel másfél millióan figyelték a villalakók életét. Ez a csökkenés a műsorpolitikának volt köszönhető, mivel vasárnaponként a show jóval este tíz óra után kezdődött. A partnerszériák sugárzott szériákat is inkább vasárnap nézték többen a teljes népesség körében, azonban a *ValóVilág10* szombati adásait a korábbi este kilenc órás műsorkezdés miatt átlagosan harmincezerrel többen követték figyelemmel, mint a vasárnap esti tíz órás kiadásokat. A VV8-as és VV9-es széria hétköznaponként több befogadót vonzott, köszönhetően annak, hogy szombatonként a csatorna este nyolc és tíz óra között mozifilmeket sugárzott (például *Harry Potter*, *Gyűrűk Ura*).

2. ábra: A *ValóVilág* nézettsége a teljes népesség körében a hét napjain (AMR fő)

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Az első öt széria esti adásainak (19:00–21:30) napi átlagát tekintve a záró epizódok kivétel nélkül magas nézettségűek voltak a teljes népesség körében, a *VVI* történetében összesen négy adásnapon haladta meg a kétmillió főt a nézettség, és ebben az évadban volt a legnézettebb a zárónap is, összesen 2,4 millió nézővel. Az egyik ilyen kiemelkedő nap 2002. október 27-e (vasárnap) volt, amikor 2,1 millióan követték figyelemmel az adást az esti órákban. Ez a magas nézettség annak volt köszönhető, hogy a műsorkészítők előző nap bejelentették: a show egyik szereplőjének, Okinak szexpartnert keresnek. Természetesen ez megmutatkozott a másnapi nézettségben, azonban Oki „románca”, mely 2002. november 3-án és 4-én került adásba, csak kicsit emelte meg a nézőszámot, a kétmillió főt már nem érte el. A *ValóVilág2* történetében a finálé után a negyedik adásnap volt a második legnézettebb esti kiadás, 2003. január 4-én szombat este zajlott a beszavazás, melyben a leszbikuságát nyíltan vállaló „Kismocsok” nevű szereplő került ki győztesként. A harmadik széria kicsit dőcögve indult, a szilveszteri kiadás szerényen szerepelt, és csak a 14. adásnappal sikerült átlépnie a kétmillió nézettséget. A legnézettebb adásnap 2004. február 4-én, szerdán volt 2,4 millió nézővel, amikor is Leo chippendale táncot lejtett. A *VV3* napi nézettsége ezután valamelyest csökkent, de a 93. adásnapig még többször átlépte a kétmillió nézőszámot, amit azután már csak a fináléval tudott túlszárnyalni. Ezt követően a műsor életében hatéves szünet következett, és a csatornára 2010 novemberében visszatérő show negyedik évada ismét nehézkesen indult. A reality nézettségén a villa történetének első szereplőkizárása lendített, hiszen csak ekkor sikerült az adásnak elrugaszkodnia a korábbi napi átlagoktól. Zsuzsi agresszivitása tettelegességgé fajult, narancssal, majd műanyag palackkal dobálta meg Olivért, aminek hatására a 2010. december 19-i adás nézettsége átlépte az 1,7 millió főt a teljes népesség körében. A negyedik évad 65. adásnapjának estéjén érte el a show a kétmillió nézőszámot, 2011. január 29-én szombat este láthattuk Alekosz és Zsófi párbaját, melynek kapcsán a műsorkészítők több hangos veszekedést, lökdösődést és a zuhanyzó lányok molesztálását is adásba szerkesztették. A finálén kívül további három alkalommal sikerült ilyen nagy nézőtábor a képernyők elé

ültetni, a legnézettebb adás ezek közül a 2011. február 12-i (szombat) Béci–Olivér párbaj volt 2,07 millió nézővel. A 2011 szeptemberében indult *ValóVilág5* igencsak alul maradt a korábbi évadokkal szemben, a másfél milliós nézőszámot mindössze egy műsornappal sikerült átlépnie. 2011. december 11-én rendezték a villa bokszgáláját, s a prominens vendégekkel (Erdei Zsolt, Niki Belucci, Fresh Andi és korábbi *ValóVilág*- és *X-faktor*-szereplők) tarkított műsornak a teljes népesség körében 1,6 millió nézője volt. A finálé is csak alulról súrolta a másfél milliós nézőszámot, de további érdekesség, hogy a legkevésbé nézett adás ismét szilveszter napjára esett. Az RTL Klubon sugárzott sorozat történetében a 2011. december 31-én este kilenc órakor kezdődött program volt a legkevésbé nézett, mindössze 709 ezer fő követte figyelemmel a teljes népesség körében.

**3. ábra: Az RTL Klubon 19:00–21:30 között sugárzott *ValóVilág1–5* nézettsége adásnapokra bontva (teljes népesség, AMR fő)**



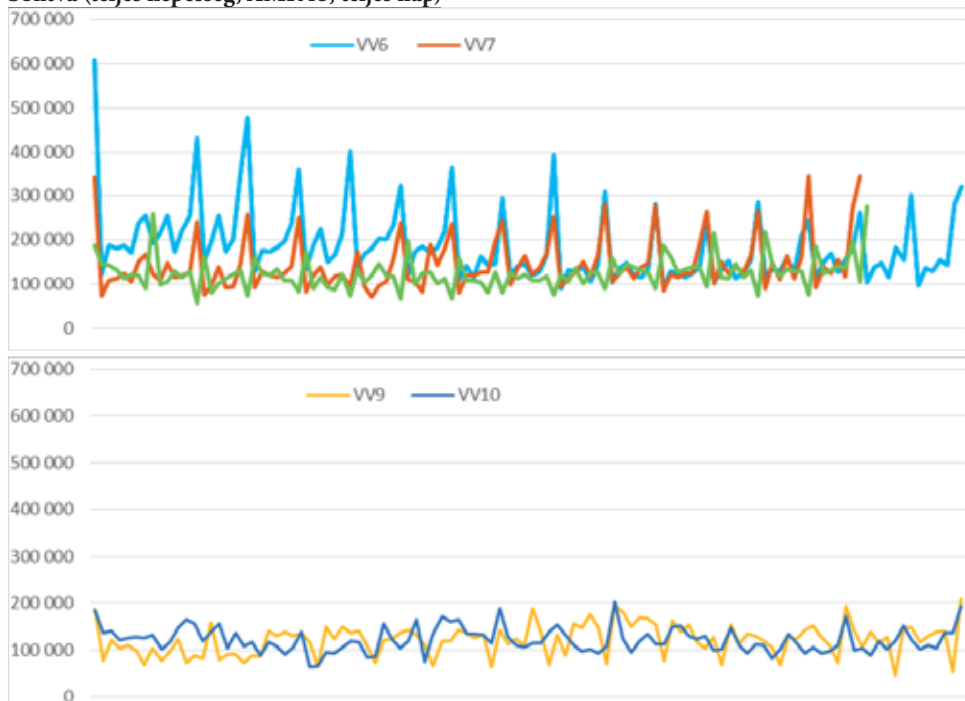
forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

A hatodik széria átkerült a kisebb nézettségű RTL II-re, ám a 2014. január 12-i, vasárnapi kezdő adás rekordszámú nézőt vonzott a csatornához, több mint 600 ezren követték figyelemmel a teljes népesség körében. Ezt a nézőszámot utóbb a show már nem tudta megismételni sem a fináléval, sem a későbbi évadokkal. A csatorna indulásától egészen napjainkig<sup>4</sup> a hatodik évad kezdő adása csak a második legnézettebb műsor volt a *Szombat esti láz* (2013. április 13.) után. A show-t kísérő késő esti kiadás, a *BeleValóVilág* 2014. április 13-i adása közel 319 ezer nézővel pedig az ötödik helyen szerepelt a televízió legnézettebb műsorainak ranglistáján. A későbbi évadok a háromezres nézőszámot is csak három alkalommal érték el, a *ValóVilág7* kezdő és záró adása mellett az utolsó párbaj volt a legnézettebb. A nyolcadik

4 2012. október 1. – 2021. szeptember 23. közötti Toplista, Simple, Gross 1-es szint, min. 10 perces műsorok.

évad a kilencedik adásnapon még egy erős kezdést mutatott, amikor Zsófi helyére Zseraldint költöztették be. Az utolsó széria esetében pedig már nem a záró adás volt a legnézettebb, hanem a 64. napon zajlott kiválasztás.

4. ábra: Az RTL II-n sugárzott *ValóVilág6–10* nézettsége adásnapokra bontva (teljes népesség, AMR fő, teljes nap)



forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

## 2. A *ValóVilág* nézőtáborának profilja

A *ValóVilág* ötödik szériája során egyértelműen a nők domináltak a közönség összetételében, a kezdeti 59%-ról 63%-ra nőtt a részvételük, mely a hetedik évadra elérte a 67%-ot is (ADH%).<sup>5</sup> A fiatalabb, 18–49 éves közönség jelenléte a hatodik és az utolsó szériában volt a legmagasabb (52,4–50,7%), ekkor a nézőtábor több mint felét ők adták. A korosztályi kohorszokat tekintve jelentős azonban a hatvan év felettiek aránya is, a közönség ötödét-harmadát ők tették ki (22,0–33,6%), kivételt képezett ez alól az RTL II-re áthelyezett *ValóVilág6*, amikor is a nézők negyede középkorú volt (30–39 évesek). A műsor által leginkább veszélyeztetett kiskorú közönség jelenléte ugyancsak a hatodik évadban volt a legjelentősebb (14,6%), köszönhetően a fiatalos csatornán történő sugárzásnak. Azonban 2018-ra, az utolsó két szériára, a VV9 és VV10 közönségében a felére csökkent a részesedésük (7,3–7,7%). Kezdetben a műsor közönségének harmada a kisebb

5 ADH%: Közönség-összetétel (adhesion); Célcsoport aránya a műsor közönségében (bázis célcsoport bármely célcsoport lehet).

településeken, községekben élők közül került ki, majd a negyedik szériától kezdve emelkedni kezdett a városi lakosok jelenléte. Az utolsó két évadban pedig már a megyeszékhelyeken élők is a közönség szerves részévé váltak, a *ValóVilág9* befogadói között részvételük elérte a 27%-ot. A budapestiek jelenléte az első adássorozatkor volt meghatározó, 2002-ben a közönség 18,5%-át tették ki. Ahogyan az idős korosztály jelenléte jelezte, a műsrot leginkább az inaktív nézői réteg követte figyelemmel, a közönség több mint 60%-át az eltartott, nem dolgozó társadalmi csoport biztosította. Az aktív státuszú nézők a nyolcadik szériától kezdve ültek le nagyobb arányban a show elé, és a *ValóVilág9* esetében már inkább ők követték nyomon a villa történéseit (55,3%). Az eltartottak közül a nyugdíjasok alkották a *ValóVilág5* követőinek java részét (38,4%), majd jelenlétük valamelyest csökkent az RTL II-n sugárzott későbbi szériáknál. Ezzel párhuzamosan a tanuló és az egyéb nem tanuló, eltartott nézők a leánycsatornán vetített *VV6* villaéletét követték inkább figyelemmel (tanuló: ADH: 14,6% – egyéb eltartott: ADH: 19,4%). A kilences széria kivételnek számított a tekintetben, hogy a tanulók és az eltartott csoportok elfordultak a show-tól, a fizikai dolgozók azonban egyre inkább kíváncsivá váltak a történésekre, 2018/2019-ben már a nézők többsége (38,6%) ebből a körből került ki. A műsor közönségének legkisebb szegmensét a vezető, önálló tevékenységet folytató (3,5–6,7%) nézők biztosították, őket követték a beosztott értelmiségi, szellemi munkakörben tevékenykedők (5,8–13%). Ez utóbbi csoport a 2020 novemberében kezdődött tizedik szériára volt a leginkább kíváncsi (13%). A villaéletre fogékonyak többségében alapfokú tanulmányokat végeztek, a középfokú oktatásban részesültek jelenléte az RTL II-n sugárzott hatodik szériától kezdve emelkedett meg (31,1–34,2%), a felsőfokon abszolváltak pedig az utolsó, tizedik szériát preferálták (15,3%). Amennyiben a háztartások nagyságát tekintjük, a műsor közönségének zömét a három vagy több fős családok tették ki, az RTL II-re átkerült *ValóVilág6*-os szériáját 70%-ban ők nézték.

5. ábra: A *ValóVilág* közönségösszetétele (ADH %)

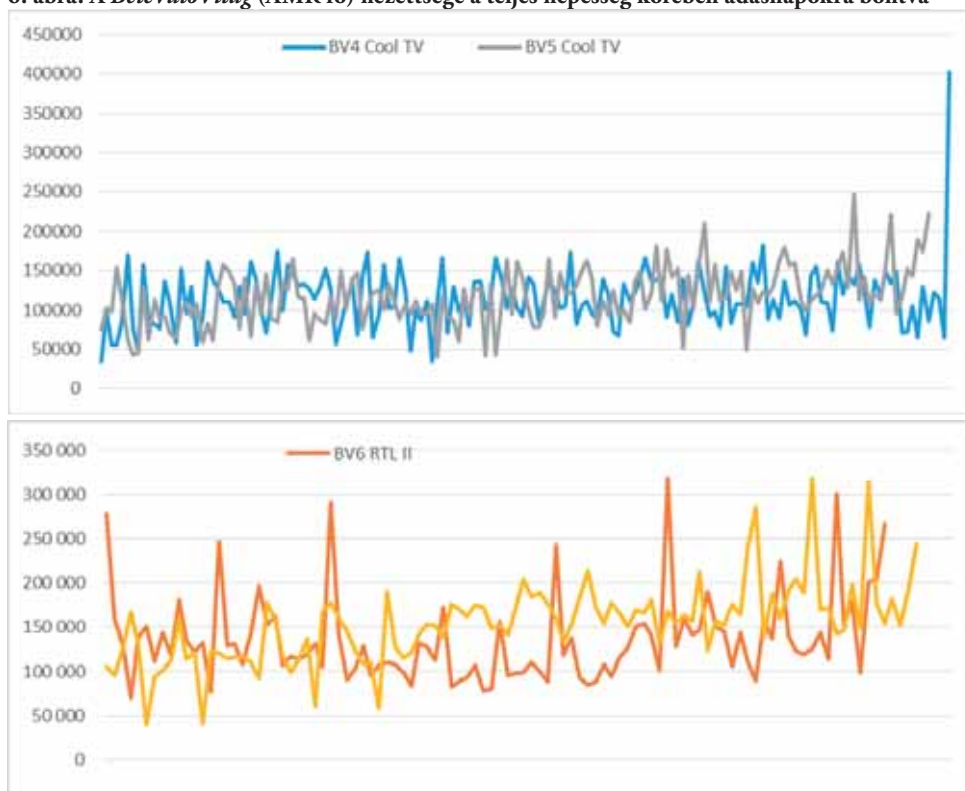
	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	W10
férfi	40,8	40	39,9	38,1	36,6	35,2	32,8	40,1	36	37,3
nő	59,2	60	60,1	61,9	63,4	64,8	67,2	59,9	64	62,7
4-17 éves	11	10,6	11,4	10,4	9,9	14,6	10,9	11	7,3	7,7
18-29 éves	14,3	14,8	16,4	13,2	13,2	15,7	12,4	16,2	14,3	18,5
30-39 éves	15,3	15,2	13,5	16,7	16,7	24,6	19,3	16	17	17,4
40-49 éves	20,2	18	17,5	12,6	10,7	12,1	12,5	13,3	17,3	14,8
50-59 éves	16,2	18,2	17,9	16,3	17	11	15,7	16,1	17,4	8,7
60 éves	23	23,1	23,2	30,8	33,6	22	29,1	27,3	26,7	32,8
Budapest	18,5	15,8	16,7	14,5	16,2	13,4	13,8	15,4	11,3	13
megyeszékhely	17	16,8	15,6	18	18,5	14,8	19,9	18,9	26,6	22,2
város	26,6	29,6	29,5	34,2	32,6	38,7	33,2	37,7	35,9	33,9
község	37,9	37,9	38,3	33,3	32,7	33	33,1	28	26,2	30,9
aktív	38,5	38,2	37,6	37,5	36,8	38,7	38,2	43,5	55,3	46,6
inaktív, eltartott	61,5	61,8	62,4	62,5	63,2	61,3	61,8	56,5	44,7	53,4
1 fős háztart.	10,5	10,3	13,8	17,3	16,9	12,7	16,1	24,6	18,7	27,8
2 fős háztart.	24,6	25,6	27,1	28,6	29,1	17,1	18,2	21,8	27,9	20,8
3 vagy több fős háztart.	64,9	64,1	59,1	54,2	54	70,2	65,7	53,6	53,4	51,4
alapfokú végzettség	68,7	71,8	72,3	66,3	64,2	60,6	57,6	58	60,4	58
középfokú végzettség	20,6	20,6	20,4	24,7	26,3	31,1	33,4	34,2	28,5	28,7
felsőfokú végzettség	10,7	7,6	7,3	9	9,4	8,3	9	7,8	11,1	15,3
vezető, önálló	5,2	4,8	5,6	4	3,6	4,1	6,1	5	6,7	3,5
beosztott értelmiségi, szellemi	9,2	9,3	7,9	9,1	9,3	9,1	5,8	9	9,9	13
fizikai dolgozó	24,2	24,2	24,1	24,5	23,9	25,5	26,3	29,5	38,6	30,1
tanuló	11,5	11,8	12,5	13,1	11,7	14,6	12,7	13,8	8,5	14,4
nyugdíjas	34,7	35	34,7	36,6	38,4	27,3	34,3	31,1	28,6	30,1
egyéb nem tanuló/eltartott	15,3	15	15,2	12,8	13,1	19,4	14,7	11,8	7,6	9

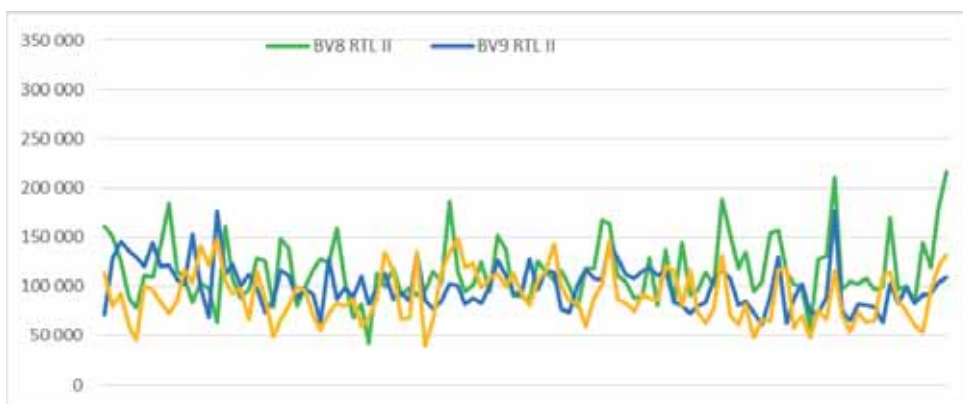
forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

### 3. *BeleValóVilág*

A *ValóVilág4* reality-show-t a Cool TV-n 2010 novemberétől a napi rendszerességgel és többségében este tizenegy óra után jelentkező *BeleValóVilág* című műsor kísérte, melyben az anyacsatornán sugárzott villaélet pikánsabb tartalmait követhették nyomon az érdeklődők. Naponta átlagosan fél órában elégítették ki a *ValóVilág* tartalmakra fogékony nézők kíváncsiságát. Az ötödik szériát kísérő night show-t is a Cool TV-n vetítették, majd később, 2014 februárjától a *ValóVilág6*-tal párhuzamosan futó késő esti kiadás az RTL II-re költözött át, ahol napi 24 percen mutattak be válogatott jeleneteket. Az első *BeleValóVilág* széria átlagos nézettsége a Cool TV-n nem érte el a 120 ezer főt sem, az RTL II-re áthelyezett műsor azonban már több nézőt vonzott, a hetedik szériát kísérő késő esti műsort már átlagosan 154 ezren nézték. 2021-re a show lassan veszített a népszerűségéből, átlagosan 90 ezren követték figyelemmel a teljes népesség körében, leginkább a szombati napokon, míg a korábbi évadok elé vasárnap ültek le a nézők nagyobb számban. Az egyes adásnapok adatait tekintve a hatodik és a hetedik szériát kísérő esti kiadások között találunk több mint negyedmillió főt közelítő vagy azt meghaladó értéket. A *BeleValóVilág* történetének legnézettebb adása a negyedik szériát kísérő záró adás volt több mint négyszázezer nézővel, ami a Cool TV 2011-es toplistáján a késői sugárzás ellenére is az első helyet jelentette. A tizedik sorozat esti kivonatát bemutató éjszakai show egyes részei azonban már a 150 ezres küszöböt sem érték el.

6. ábra: A *BeleValóVilág* (AMR fő) nézettsége a teljes népesség körében adásnapokra bontva





forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

A műsor közönsége nem sokban tért el a *ValóVilág* közönségétől, a férfiak jelenléte valamivel magasabb volt, főként a Cool TV-n sugárzott epizódok esetében. A 18–59 éves korosztály inkább a Cool TV adásait követte, s ugyanez volt jellemző a budapestiekre is, a fővárosiak a night show-t jobban kedvelték a valóságshow-nál, hiszen részesedésük elérte a 25%-ot. A megyeszékhelyeken és a kisebb településeken élők inkább az RTL II-n leadott szériák publikumában jelentek meg nagyobb arányban, de továbbra is a városokban élők preferálták a show-t. Csatornától függetlenül a *BeleValóVilág* közönségében is az inaktív, alapfokú végzettséggel rendelkező, nyugdíjas nézőtábor volt a meghatározó. A fizikai munkát végzők a késő esti bejelentkezéseket már kevésbé követték figyelemmel. Érdekes, hogy a vezető, önálló tevékenységet végző nézők az RTL II éjszakai show-jának közönségében elérték a 7,6%-ot, szemben a Cool TV 3,7%-ával. A diplomások aránya az RTL II *BeleValó Világ*ában (14,2%) megközelítette a *ValóVilág10*-ben mértetket.

7. ábra: A *BeleValóVilág* közönségösszetétele (ADH %)

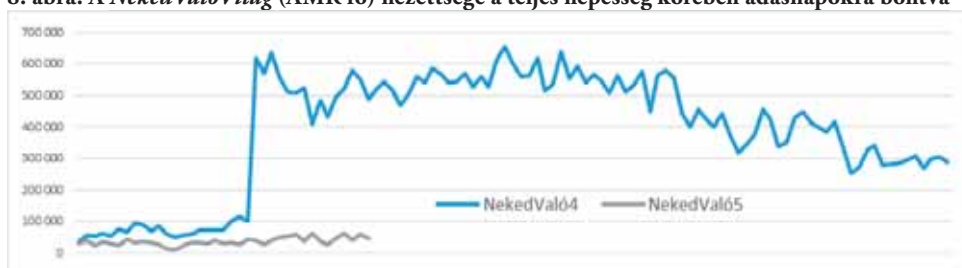
	COOL	RTL II
férfi	41,2	39,1
nő	58,8	60,9
4-17 éves	6,1	8,2
18-29 éves	14,7	14,4
30-39 éves	18,2	16
40-49 éves	15,6	14,4
50-59 éves	18,8	15,9
60 éves	26,6	31,1
Budapest	25,2	14,5
megyeszékhely	22	23,9
város	27,4	35,4
község	25,5	26,3
aktív	44,1	45,8
inaktív, eltartott	55,9	54,2
1 fős háztart.	15,4	19,7
2 fős háztart.	32,1	26,6
3 vagy több fős háztart.	52,5	53,7
alapfokú végzettség	55,7	53,7
középfokú végzettség	32,5	32,1
felsőfokú végzettség	11,8	14,2
vezető, önálló	3,7	7,6
beosztott értelmiségi, szellemi	11,5	11,5
fizikai dolgozó	28,9	26,7
tanuló	9,1	11,4
nyugdíjas	34,6	33,6
egyéb nem tanuló eltartott	12,2	9,2

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

#### 4. *NekedValóVilág*

A *ValóVilág* negyedik és ötödik szériáját egy közel fél órás talkshow formátum kísérte, melynek elhelyezése a műsorfolyamban többször változott, illetve a műsor idejét is fokozatosan növelték a készítők, így a 33. adásra hossza már átlépte az egy órát. Kezdetekkor, 2010 novemberében a Cool TV délután négy óra után pár perccel sugározta, majd 2011-ben átkerült az anyacsatornára. Az RTL Klub először délután négy órakor, majd áprilisig öt óra után, végül ismét korábban, három óra körül vetítette a *NekedValóVilág*ot. Összesen 109 adásnapot élt meg a műsor. A 2011-es évad ismét a Cool TV-n indult kora délután, ám 37 adásnap után az átlagos 37 ezres nézőszámmal lekerült a műsorpalettáról. Míg az első talkshow széria befogadói köre kezdetben megközelítette a százezer nézőt, a második, 2011 szeptemberében induló már igencsak alulmaradt a versenyben. Azzal, hogy az első talkshow sorozatot áthelyezték az RTL Klubra, jelentősen megugrott a nézettsége, több mint félmillióan voltak rá kíváncsiak, aztán 2011. március végétől mérséklődni kezdett az érdeklődés iránta. Az utolsó hetekben még korábbi időpontra, délután három órára kerültek át a beszélgetések, így elveszítette a nézőtáborát, a teljes népesség köréből csupán 300 ezer néző kísérte figyelemmel.



8. ábra: A *NekedValóVilág* (AMR fő) nézettsége a teljes népesség körében adásnapokra bontva

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Ahogy a reality-show szériáknál tapasztaltuk, a talkshow-t is elsősorban a női közönség kedvelte, a nézők kétharmada közülük került ki (65,7%). A férfiak az RTL Klubon sugárzott talkshow-ra kevésbé voltak kíváncsiak, a 18–59 évesek is inkább a Cool TV adásaira figyeltek. A kiskorúak egyre inkább elvesztették az érdeklődésüket, a *ValóVilág5*-öt kísérő beszélgetések közönségében már csak hét százalékban képviseltették magukat a korábbi kilenc százalékkal szemben. Nem meglepő, hogy a talkshow indulásakor a legnagyobb nézőtábor a hatvan év felettiak jelentették (30,4%), ám azáltal, hogy a műsor az anyacsatornára került át, arányuk 44%-ra nőtt, s ezzel párhuzamosan emelkedett a nyugdíjasok jelenléte is (52,9%). A *NekedValó* első évadát a városokban és községekben élők preferálták (35,3–32,5%), a második évadra azonban megnőtt a budapestiek (23,3%) és a megyeszékhelyeken élők (23,1%) száma is. Az inaktív réteg a villában történeteket bemutató különböző műfajok közül a délutáni talkshow-t kedvelte leginkább, az RTL Klub adásainak közönsége több mint 70%-ban nem dolgozott (73,1%). Az aktív, fizikai dolgozókból álló társadalmi csoport a második évadot követte nagyobb arányban (43,7%). Az anyacsatornán az alapfokú végzettséggel rendelkezők adták a közönség nagy részét (71,3%), a középiskolát végzettek aránya pedig az ötödik *ValóVilág* szériát kísérő beszélgetésekre nőtt meg (35,7%).

9. ábra: A *NekedValóVilág* közönségösszetétele (ADH %)

	NekedValó4 Cool TV	NekedValó4 RTL Klub	NekedValó5 Cool TV
férfi	35,1	34,3	38,3
nő	64,9	65,7	61,7
4-17 éves	9,2	7,7	7
18-29 éves	4,9	8	14,7
30-39 éves	19,9	9,6	17,3
40-49 éves	11,3	10,6	9,5
50-59 éves	24,3	19,8	23,7
60 éves	30,4	44,3	27,8
Budapest	19,2	12,8	23,3
megyeszékhely	15,4	19,3	23,1
város	35,1	35,3	22,2
község	30,3	32,5	31,4
aktív	32,6	26,9	43,7
inaktív, eltartott	67,4	73,1	56,3
1 fős háztart.	21,3	26,9	10,7
2 fős háztart.	27,4	30,9	28
3 vagy több fős háztart.	51,3	42,2	61,4
alapfokú végzettség	64,1	71,3	58,2
középfokú végzettség	28,4	23,7	35,7
felsőfokú végzettség	7,4	5	6,2
vezető, önálló	0,7	2	3,5
beosztott értelmiségi, szellemi	8,5	5,6	10,6
fizikai dolgozó	23,4	19,4	29,6
tanuló	10,7	9,3	12,3
nyugdíjas	4,7	52,9	34,6
egyéb nem tanuló eltartott	9,7	10,8	9,4

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy a nézők figyelmét mennyire vonta magára a *ValóVilág*, kijelenthetjük: a teljes népesség ötöde (20,4%) az éppen aktuális műsorkínálatból a reality-sorozatot választotta. A legnagyobb közönségaránnyal rendelkező részt az első évadban regisztráltuk, a teljes népesség közel 63%-a választotta a konkurens műsorok közül a villalokó életét késő este. A harmadik széria végéig 19 alkalommal fordult elő, hogy a lakosság fele a *ValóVilág*ot nézte az éppen műsoron lévő választékból, de az egyre növekvő csatorna- és műsorkínálat a későbbi évadok epizódjairól már elvonta a figyelmet. Kiemelkedő volt a 18–29 évesek közönségaránya (28,4%), hiszen a kínálatból ők választották a legnagyobb arányban magát a *ValóVilág*ot és a késő esti night show-t is (6,3%). A délutáni talkshow-ra leginkább az 50–59 éves korosztály kapcsolt (14,7%). Bár a műsor nézőközönségének jelentős hányadát képviselték a gazdaságilag inaktív nézők, mégis az aktuális műsorok közül csak a csoport ötöde (20,9%) választotta a reality-műfajt, a tanulók és az egyéb nem tanuló eltartott nézők ennél magasabb arányban (25,6%–23,5%).

10. ábra: A *ValóVilág* és kapcsolódó műsorainak közönségaránya (SHR%)

teljes népesség	ValóVilág	BeleValó	NekedValó
	20,4	5,2	13
férfi	18,1	4,5	11,3
nő	22,2	5,8	14,1
4-17 éves	23,2	5,8	9,8
18-29 éves	28,4	6,3	11,6
30-39 éves	22,8	5,2	12
40-49 éves	19,7	4,5	12,8
50-59 éves	19,2	4,7	14,7
60 éves	16,9	5,4	13,6
Budapest	19,4	5,5	12
megyeszékhely	18,9	5,9	13,3
város	20	5,2	13,9
község	22	4,6	12,4
aktív	19,5	4,7	13,1
inaktív, eltartott	20,9	5,6	12,9
1 fős háztart.	17,6	5,3	17,3
2 fős háztart.	18,2	5	12,3
3 vagy több fős háztart.	22,4	5,3	11,7
alapfokú végzettség	22,5	5,3	13,3
középfokú végzettség	18,4	5,7	13,4
felsőfokú végzettség	14	4	8,6
vezető, önálló	21,5	6,2	11,3
beosztott értelmiségi, szellemi	17,5	4,4	13
fizikai dolgozó	19,9	4,7	13,4
tanuló	25,6	6,2	11,8
nyugdíjas	18,9	5,7	13,9
egyéb nem tanuló eltartott	23,5	4,9	10,2

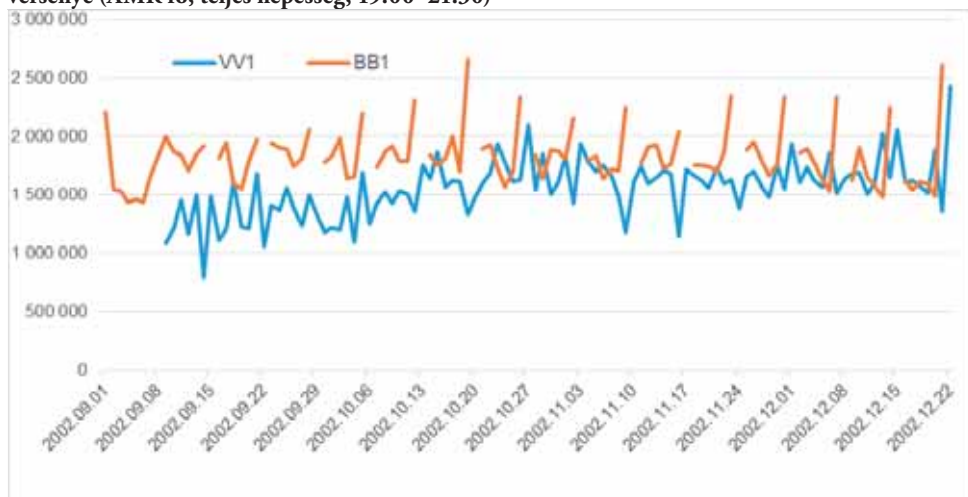
forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

A műsorformátum és a hozzá kapcsolódó egyéb formátumok nézettségi sikerét összesítve elmondható, hogy a teljes népesség körében a *ValóVilág* tíz év alatt sugárzott adásai a magyar tévéző lakosság 90%-át érték el, ami összesen több mint nyolcmillió nézői kontaktust jelent. Ezen idő alatt összesen 149 adásba néztek bele, a műsor átlagos nézettsége közel 707 ezer fő volt a teljes népesség körében. A sorozat sikerét mutatja az is, hogy a negyedik széria elején hirtelen megnőtt az elért. A harmadik évad végével a tévéző négy év feletti lakosság csupán harmadát érték el (Cov: 32,1%) a készítők, a *ValóVilág4* negyedik adásnapjára azonban jelentősen megugrott ez a szám, és a 2010. november 24-i adásnapon már a teljes népesség fele (50,6%) találkozott a show-val, az évad végére pedig a nézők közel 70%-a (Cov: 69,2%) látott legalább egy részt. A *NekedValóVilág* beszélgetései összesen 6,9 millió nézőt értek el, a lakosság 75 százaléka találkozott átlagosan 14 adással. A késő este sugárzott *BeleValóVilág* kevesebb rajongót vonzott, a teljes népesség 51,8 százaléka látott átlagosan 18 közvetítést. Amennyiben a valóságshow-ra épülő teljes műsorfolyamatot nézzük, kimondhatjuk, hogy több mint 8,2 millió nézőt vonzott (a teljes népesség 90,5%-át), akik valamelyik műsortípusból átlagosan 160 adást láttak.

## 5. ValóVilág vs. Big Brother

A 2000-es évek elején a két vezető kereskedelmi tévécsatorna a reality-show műfajával is versenybe szállt egymással, a TV2 tíz nappal korábban, 2002. szeptember 1-jén tűzte műsorára a *Big Brother* konténer show-ját, melyet több mint kétmillió négy év feletti néző követett figyelemmel a beköltözéskor. A „Nagy Testvér” sikere a műsor indulásakor látványos volt, az RTL Klub közel másfél hétre rá, egy szerdai napon indította el reality-jét, ami viszont már elkésettnek bizonyult. A *ValóVilág* szinte végig alulmaradt a versenyben, mindössze pár alkalommal vívott ki magának magasabb nézettséget, általában vasárnaponként, amikor a *Big Brother* házból nem közvetített a konkurens csatorna. A második évadra azonban fordult a kocka, a *ValóVilág2* három nappal korábban kezdődött. A *Big Brother2* első két esti kiadása még „megfogta” a nézőket és magasabb nézettséget hozott, ám a harmadik adás alkalmával már elfordultak a kíváncsi tekintetek, majd a negyedik kiadásakor a BB villalakovók életét 984 ezerrel kevesebben nézték, mint az RTL konténerházában történteket. A *Big Brother* nézettsége egyre inkább csökkent, mélypontját az utolsó hónapban, 2003 májusában érte el, amikor is a műsorok többségének közvetítését este tíz óra utánra tette át a TV2.

11. ábra: A *ValóVilág* és *Big Brother* szériáinak nézettségi versenye (AMR fő, teljes népesség, 19:00–21:30)





forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

A versenytárs csatornákon közel egy időben futó reality-show-k első két szériájának közönségösszetétele nem sokban különbözött. A *Big Brother*-t valamivel több férfi kísérte figyelemmel, s a vidéki nézők és a 40 év alattiak jelenléte is magasabb volt közel hat százalékkal. A gazdasági aktivitást és az iskolai végzettséget tekintve a két műsor közönségében nem mutatkozott éles különbség, a *Való Világ* műsora elé nagyobb arányban ültek le a nyugdíjasok, míg a tanulók inkább a *Big Brother*-t választották.

12. ábra: A *Való Világ1–2* és a *Big Brother1–2* közönségösszetétele és nézettségi adatai

	ADH		AMR		SHR%	
	ValóVilág1_2	Big Brother1_2	ValóVilág1_2	Big Brother1_2	ValóVilág1_2	Big Brother1_2
teljes népesség			1 177 910	1 219 888	34,3	32,2
nem						
férfi	40,3	41,8	466 713	502 858	31	30,4
nő	59,7	58,2	711 197	717 030	36,9	33,7
kor						
4-17 éves	10,8	12,5	132 430	174 343	34,2	40,9
18-29 éves	14,6	16,5	178 685	208 556	40	40,7
30-39 éves	15,3	16,7	173 776	201 571	37,7	38,8
40-49 éves	19	18,1	211 770	215 799	35,3	32,5
50-59 éves	17,3	16,4	192 040	186 932	33,4	29,8
60 éves	23,1	19,7	289 210	232 686	29,9	22,5
lakhely						
Budapest	17	13,3	201 240	156 674	32	22,7
megyeszékhely	16,9	15,2	198 114	192 838	34,8	30,8
város	28,2	30,6	338 961	350 771	34,3	32,4
község	37,9	40,9	439 594	519 605	35,2	37,6
gazd. aktivitás						
aktív	38,4	40	451 917	494 243	35,4	34,6
inaktív, eltartott	61,6	60	725 993	725 645	33,6	30,8
házt. nagysága						
1 fős háztart.	10,4	11	118 880	112 832	31,2	27,3
2 fős háztart.	25,1	21,1	303 970	248 573	32,2	24,3
3 vagy több fős háztart.	64,5	68	755 060	858 483	35,8	36,6
végzettség						
alapfokú végzettség	70,4	70,5	820 318	864 461	36	34,8
középfokú végzettség	20,6	21,3	251 326	258 298	31,6	29,1
felsőfokú végzettség	9	8,2	106 265	97 129	29,4	23,8
foglalkozás						
vezető, önálló	4,9	6,4	62 884	76 016	33,3	34,7
beosztott értelmiségi, szellemi	9,2	9,1	107 400	112 257	33,1	31,2
fizikai dolgozó	24,2	24,5	281 633	305 969	37	36
tanuló	11,6	14,2	143 896	191 214	36	43,1
nyugdíjas	34,9	30,3	412 899	345 820	31,5	24,6
egyéb nem tanuló eltartott	15,1	15,4	169 199	188 610	37,5	37,6

forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH



# Jöttek, láttak... úgy maradtak

## A *ValóVilág powered by Big Brother 10* és a *BeleValóVilág* című műsorszámok médiaszövegeinek elemzése

KORPICS MÁRTA – HOMMER ANNA

### Bevezetés

A *ValóVilág powered by Big Brother 10* széria összefoglaló és kísérő műsorának (*BeleValóVilág*) elemzése a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság felkérésére készült. A műsorok narratív analízise elé egy olyan áttekintés került, amely kitér a média hatásával kapcsolatos kutatási kérdésekre és a megváltozott médiakörnyezetre, a társadalmi ízésekre, a populáris kultúrára, amelyet a kereskedelmi televíziózás még inkább elősegít és támogat. Kitér a televízióra mint a történetek mesélőire és ezeknek a történeteknek a sajátosságaira. Nem hagyhatja figyelmen kívül az elmúlt évtizedek sztárkutatásainak eredményeit sem, hiszen a műsor szereplőit sokszor az motiválja, hogy népszerűek, ismertek, celebek legyenek. A valóságshow-król hazai környezetben két kiváló elemzés készült, ezek eredményeit is bemutatja a dolgozat, annál is inkább, mert az ő szempontjaikra is reflektál a *BeleValóVilág* egyes műsorainak narratívaelemzéseit kapcsán. Nagyon röviden érinti a műsor nézettségi adatait és az ezekkel kapcsolatos problémákat, valamint a műsorral összefüggő etikai kérdéseket. Ezt követően kerül fókuszba a műsor elemzése, amelyhez a narratívaelemzés módszertanát választotta. Külön analízis készült a *VV10*-széria és a *BeleValóVilág* egyes műsorairól.

### 1. A média hatásáról és a megváltozott médiakörnyezetről<sup>1</sup>

Az egyes médiumok tömegméretűvé válása óta a médiakutatás egyik alapkérdése az volt, hogy a tömegkommunikációs eszközök és az ezen eszközökön sugárzott műsorok milyen hatást gyakorolnak az emberekre, az emberek gondolkodására és viselkedésére. A kérdés hátterében az az adatokkal is jól bizonyítható jelenség áll, miszerint a modern és késő modern média korában – nagyjából a XX. század közepe óta – az emberek az idejük nagy részét valamely médium társaságában töltik, sőt az okostelefonok elterjedése óta már azt is mondhatjuk, hogy ezek az eszközök a mindennapok elengedhetetlen részévé váltak. Egy Magyarországon 1992-ben megjelent könyvben közölt – az amerikai társadalom médiafogyasztására vonatkozó – statisztika döbbenetes számadatokkal illusztrálja ezt. Egyik oldalról azokkal az adatokkal, amelyek a kínálati oldalon jelennek meg (hányféle médium létezik, mennyi időt lehetne/kellene ezek fogyasztásával tölteni), a másik oldalon pedig arra utalva, hogy a

---

1 A tanulmány támaszkodik a média kulturális tanulmányozása című digitális tananyagra. KORPICS Márta: *A média kulturális tanulmányozása* [digitális tananyag]. Budapest, PTE–KRE, 2013.

befogadók hány órát töltenek átlagosan a különböző médiumok előtt.<sup>2</sup> Nagyon sok adattal rendelkezünk a magyarországi médiafogyasztásról, a kereskedelmi televíziók számára ezek az adatok egy-egy műsor fennmaradását, a befektetett energiák megtérülését is jelzik egyben, a társadalomkutatók számára pedig az adatok fontos jelzések arra vonatkozóan, hogy a gyakorlatban mit is jelent a késő modernitást meghatározó mediatisáltság. Mivel a vizsgálatunk fókuszában egy televíziós műsor áll, vessünk egy pillantást a televíziós nézettségi adatokra. 2020 decemberében – ami általában is magas televíziós nézettségi adatokat produkál, s amit a járványhelyzet tovább erősített – az összes mért csatornán a 60 év feletti népesség több mint nyolc órát töltött a képernyő előtt. A 18–59 éves korosztály majdnem öt órát, míg a 13–17 év közötti fiatalok két és fél órát. Márciusban ezek az adatok minimálisan csökkentek: a 60 év feletti 7,5 órát, a 18–59 év közöttiek négy órát, a 13–17 év közöttiek pedig két és fél órát töltöttek a képernyő előtt. Az internetezésre vonatkozó 2020-as adatok – 4000-es elemszámmal, a 16 évnél idősebb korosztályban – azt mutatják, hogy egy felnőtt átlagban 3,3 órát tölt internetezéssel, ennél többet neteznek a fővárosiak, a férfiak és a jó anyagi helyzetben lévők.<sup>3</sup>

A tömegmédiumok egyre emelkedő fogyasztásában nagy szerepet játszottak és játszanak a kereskedelmi televíziók, a bővülő csatornakinálatt, az egyre sokrétűbb és a választást lehetővé tévő tartalmi fejlesztések, újabban pedig a streamingszolgáltatók és azok kínálatának bővülése. A médiakutatókat leginkább a média hatásának vizsgálata érdekli, illetve az, hogy a különböző médiakörnyezetben milyen médiamodellekkel lehet a média hatását és befogadását leképezni.<sup>4</sup> A befogadói oldal vizsgálatát lehet kifejezetten a befogadó oldaláról is leírni, ebben az esetben a média szocializációs hatását kell fókuszba helyezni. A médiakutatások mindig is kiemelt szereplőként tekintettek az egyik legkiszolgáltatottabb befogadói csoportra, a gyerekekre. Említhetjük itt a hatáskutatás-vizsgálatokat, a médiapedagógiai vizsgálatokat vagy akár a médiaerőszakkal kapcsolatos diskurzusokat.

A késő modern társadalmak egyik alapvető jellegzetessége a mediatisáltság. Ezek a társadalmak olyan kultúrák, amelyeket teljesen áthat a média, a tömegkommunikációs rendszerek sokasága, emiatt a médiának a társadalomra, a fiatalokra és a gyerekekre gyakorolt hatása az elkövetkező években még inkább fokozódni fog.<sup>5</sup> Elég, ha itt az elmúlt évek robbanásszerű technológiai fejlődésére gondolunk (okostelefonok, okoseszközök, internetes lefedettség). Nemcsak az emberek alakítják a médiumokat, de ezek az eszközök az embereket is alakítják. Lehet a megközelítésünk negatív, lehetünk médiapesszimisták, de nem tudunk a médiatilitetségen változtatni. A médiaoptimista hozzáállás pedig csak akkor elfogadott, ha kellő mértékben megértjük a médiában zajló folyamatokat és tendenciákat, ehhez azonban médiaértő, mediakritikus, médiaművelt szakemberekre és befogadókra lenne szükség.<sup>6</sup> A média egyre nagyobb szerepet tölt be a szociali-

2 Anthony PRATKANIS – Elliot ARONSON: *A rábeszélőgép*. Budapest, Ab Ovo, 1992. 13.

3 A nézettségi adatok és internetes adatok az NMHH-tól származnak. A fiatalok internetezési adatait jól kiegészítik a Magyar Ifjúság Kutatás négyévenkénti adatai.

4 BAJOMI-LÁZÁR Péter: Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 2017/tél; Császai Lajos: Médiautató a kulturális fordulat után. *Médiakutató*, 2008/ősz; George GERBNER: Toward 'Cultural Indicators'. The Analysis of Mass Mediated Systems. *AV Communication Review*, Vol. 17, 1969/2. 137–148.; Sonja LIVINGSTONE, S.: On the Continuing Problems of Media Effects Research. In: J. CURRAN – M. GUREVITCH (eds.): *Mass Media and Society*. 2. ed. London, Edward Arnold, 1996. 305–324.

5 A COVID-19 pandémia alatt az oktatásra és a munkavégzésre megoldást végül ezek a sokat szidott digitális eszközök és platformok adtak.

6 Vö. ACZÉL Petra (szerk.): *Műveljük a médiát*. Budapest, Wolters Kluwer, 2015. Magyarországon ezt a tevékenységet úttörő jelleggel vállalja fel a Búvósvölgy projekt. [www.buvosvolgy.hu](http://www.buvosvolgy.hu)



zációban, alakítja a világról kialakított képünket, és így hatással van arra is, hogy mi kik és mik vagyunk. A világ értelmezése egyre inkább audiovizuális tartalmakkal történik, a szülők és az iskola szerepe visszaszorulóban van. A média már nemcsak tájékoztat, informál és szórakoztat bennünket, de az itt megjelenő tartalmak véleményt formálnak jóról, rosszról, elfogadotról, követendőről és lesajnáltról. Az idő eltöltésén túl tehát a médianak identitásformáló szerepe is van.<sup>7</sup>

A médiakutatás mindig is reflektált az általa vizsgált társadalmi-gazdasági-politikai-kulturális környezetre. A Cultural Studies irányzat<sup>8</sup> eredményei egyértelművé tették a médiakutatók számára, hogy a médiakutatásnak szüksége van a váltásra, egyfajta paradigmaváltás-ként is tekinthetünk a Birminghami Iskolára. A paradigmaváltás a média értelmezésében és a médiakutatás módszertanában is beazonosítható. A médiára többé már nem lehet kizárólag kritikusan tekinteni – bár ezt a modernista médiakutatás paradigmája még mindig megteszi –, módszertanilag pedig a váltást a kvalitatív módszertanok felé való elmozdulás jelentette.<sup>9</sup> A modernista szemlélet kritikai attitűdje már a média területének elnevezésében is megjelenik, hiszen ezek a megközelítések tömegmédiaként nevezik meg a területet. A tömegmédiát nagy hatással volt a kultúrára, és ma már, ha kultúráról beszélünk, akkor ezen nem egy eszményt értünk, hanem egy nagyon széles rétegeket érintő ernyőt, amelybe a kultúra minden szegmense beletartozik, a tömegmédiát által előállított tartalmak is. „Nagyrészt a tömegmédiák a felelősek a tömegkultúra vagy populáris kultúra kialakulásáért; a folyamat során más kulturális formákat is »gyarmatosítottak«. [...] Nincs sok értelme továbbra is azt feltételezni, hogy ez az áradat valamilyen módon gátak közé szorítható, visszafordítható vagy megtisztítható, mint ahogy annak sincs értelme, hogy korunk uralkodó kultúráját egy valaha tiszta »faj« korcs kereskedelmi leszármazottjának tekintsük. Még kevesebb lehetőség van egy elit- és egy tömegizlés megkülönböztetésének, mivel szinte mindenki vonzódik a populáris médiakultúra sokféle elemének valamelyikéhez” – írja Denis McQuail a populáris kultúráról.<sup>10</sup> De nemcsak, hogy felmenti a tömegkultúrát, ennél tovább megy, és azt javasolja, hogy a pejoratív „tömegkultúra” kifejezés helyett a semlegesebb alternatív formát (populáris kultúra) fogadjuk el a megközelítések szintjén, amely azon túl, hogy nem minősít, képes arra, hogy jelentéstartalmával azokat a törekvéseket megjelenítse, amelyek az ilyen típusú kifejezésformákat jellemzik.<sup>11</sup> Miért jelentős ez a névváltoztatás? Azért jelentős és fontos, mert itt nemcsak az elnevezés változott meg, de a fogalom mögötti tartalmak is, hiszen a populáris kultúra az információ gyors terjedését, korszerű, közérthető tartalmak nagy tömegekhez való eljutását jelenti. Császi Lajos tovább bővíti ezt a meghatározást, amikor a médiát elektronikus folklórnak nevezi: „Amikor a populáris médiáról, mint »elektronikus folklórról« beszélünk, nem egyszerűen mesélést értünk alatta – legyenek ezek egyéni mesemondások vagy a társadalom kollektív hangjának kóruszerű megszólaltatásai – hanem az emberről és a társadalomról szóló mítoszokat és rítusokat.”<sup>12</sup>

7 Joisten GRISPRUD: *Médiakultúra, médiatársadalom*. Budapest, Új Mandátum, 2007.; MALINÁK Judit: A személyes identitás létrejötte a médiakultúra globalizálódásának kontextusában. *Jel-Kép*, 2005/1. 21–36.; Roger SILVERSTONE: *Why study the Media?* London, Thousand Oaks – New-Delhi, Sage, 1999.

8 A hazai szakirodalomban a birminghami iskolához tartozó irányzatot kritikai kultúrakutatásnak is nevezik, a *Replika* című folyóirat egy teljes számot szentelt az irányzat bemutatásának. A *Médiakutató* című folyóirat is több esetben reflektált az irányzatra és annak eredményeire.

9 Császi (2008) i.m.

10 Dennis McQUAIL: *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, Osiris, 2003. 97.

11 Uo.

12 Császi Lajos: *A média rítusai*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2002. 14.

Kiemelendő itt Császi azon meglátása, hogy nem a mesemondás a fontos, hanem a rítusjelleg, vagyis az, hogy a populáris média miképpen tud drámaként, cselekvésként hatni, ezt pedig a kommunikáció révén tudja megtenni. „Nem mesélés, hanem kommunikáció, nem elbeszélés, hanem morális dráma, nem az események utólagos elmondása, hanem azok aktív rekonstrukciója.”<sup>13</sup> A populáris média fogyasztásán keresztül az emberek tevékenyen vesznek részt az általuk élt világ „szimbolikus újratereztésében és morális megítélésében, amelyben élnek”.<sup>14</sup>

## 2. Társadalmi ízlések

„Ízlések és pofonok” – írja Jostein Grispud norvég médiakutató a médiára (is) alkalmazva a régi közmondást.<sup>15</sup> A médiahasználatban ma már a választás az uralkodó, az, hogy mit fogyasztunk, arról szól, hogy mit kedvelünk (és nyilván a különböző dolgokat kedveljük) és mi iránt érdeklődünk. De a statisztikák ezen különbségek figyelembevétele mellett mégis rámutatnak arra, hogy a különböző műfajokat és műsorokat milyen társadalmi rétegek (származás, státusz, foglalkozás és egyéb szociológiai mutatók) fogyasztják nagyobb arányban. Ezek az adatok segítik a médiakutatót abban, hogy beazonosítsa, az egyes műsortípusok milyen társadalmi körökben népszerűek. A társadalmi különbségek meghatározó erejével kapcsolatban Grispud feltesz egy provokatív kérdést: „ha mindannyian szabad egyénként választunk a felkínált kultúra- és mediaválasztékból, miért lesznek mégis statisztikailag kimutatható különbségek az egyes társadalmi kategóriák között?”<sup>16</sup> Erre választ a francia szociológus, Pierre Bourdieu kulturális tőkéről szóló elmélete adhat. A modern (késő modern) társadalmakban élők kultúrához való hozzáférést meghatározza, erre befolyással van a kulturális tőke, amit Bourdieu szimbolikus tőkeként azonosít. Bourdieu szociológiai rendszerében a habitus és az ízlés szorosan összekapcsolódnak (ezt számos adattal is alátámasztja). A modern társadalmak egyik fő jellegzetessége az volt (és ezt örökölte a késő modern kor is), hogy az egyes kultúrák és népcsoportok, társadalmi csoportok keveredtek, ezáltal a társadalmat és kultúrát függőleges tagolódás jellemzi. Ennek szintjei az elitkultúra, a közép kultúrája és a társadalom peremére kerültek kultúrája. „Ezek valóban önálló kultúrák: mindegyikben más normarendszer, más ízlés uralkodik; máshogy szerveződnek az emberi kapcsolatok, más módon zajlik a kommunikáció, sőt még az érzékelés is különböző: mást vesz észre a világból az, aki az elitkultúrához; az, aki a »középhez«; és az, aki a szegénység, a peremhelyzet kultúrájához igazodik.”<sup>17</sup> Ugyanakkor az is tapasztalható, hogy a kulturális-műveltségi blokkok nem egészen képezik le a társadalmi rétegek szerinti csoportokat. Ebbe belejátszik az ezen társadalmakat jellemző társadalmi mobilitás, aminek a következtében az egyén képességei és ambíciói sokkal inkább előtérbe kerülhetnek. „Hogy valaki végül is melyik kultúrát választja, az tehát annak a függvénye, hogy melyik kultúrátípus belső szerkezete fejezi ki leginkább az illető társadalmi helyzetéből, képességeiből, vágyaiból,

13 Uo. 15.

14 Uo.

15 GRISPRUD (2007) i. m. 66.

16 Uo. 67.

17 KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: *A tömegkommunikáció szimbolikus üzenetei*. Budapest, Dialóg Campus, 2006. 59.

előéletéből stb. összeálló világot. Így a társadalom kulturális-műveltségi blokkok szerinti tagolódásának megértéséhez alapvetően az egyes »blokkok« belső szerkezetét, a világhoz való viszonyát kell megismernünk.<sup>18</sup>

### 3. Késő modern médiakörnyezet

„A késő-modern médiakörnyezet változásainak megértéséhez és vizsgálatához alapvető, hogy a médiakutatók tárgyukat a társadalmi és a kulturális környezettel együtt, az adott társadalmi, kulturális viszonyok és médiahasználati stratégiák függvényében vizsgálják. Hiszen a média a társadalmi és kulturális környezet részeként, azzal együtt, folyamatosan változik, miközben maga is jelentősen alakítja azt.”<sup>19</sup> A késő modern médiakörnyezetet a hibrid médiumok jellemzik. A hibrid kifejezés alkalmazása két szempontból is indokolt. Igaz magukra a médiumokra (amelyek hibrid jegyeket hordoznak technikai értelemben véve) és igaz magukra a tartalmakra is, hiszen ezek vándorolnak az egyes platformok között, a használók egyedi igényeihez igazodva. A felhasználók kulturális környezetét, felhasználói szokásaikat is nagymértékben meghatározza a megváltozott médiakörnyezet. A késő modern médiakörnyezet egymással összekapcsolódó komplex és hibrid médiumok hálózatából áll, amely lehetőséget biztosít a felhasználóknak arra, hogy erre a médiumra társadalmi és kulturális környezetük tapasztalati táráként tekintsenek. Ennek a médiakörnyezetnek a kutatók szerint a kulcsfigurája a jelentés- és identitáskonstruáló médiahasználó. A késő modern médiakörnyezet megváltozott befogadókat hozott létre, akik már maguk is alakítói a médiának, sőt adott esetben még tartalmakat is előállítanak (vagy legalábbis részt vesznek ezek alakításában). A mai médiahasználót aktív, válogató és szelektáló magatartás jellemzi.<sup>20</sup> Míg a modern médiakörnyezet meghatározó médiuma az östelevízió volt, a posztmodern és késő modern médiakörnyezetet már a neotelevízió határozza meg. A televízió mint tömegmédium a befogadókra hosszan tartó hatást gyakorol,<sup>21</sup> emellett arra is alkalmas, hogy a közönség fragmentációját és az emberek figyelmének az adott üzenetekre való fókuszálását nagymértékben megvalósítsa.<sup>22</sup> „A kulturális élet nyomasztó újdonsága, hogy a televízió szolgáltatja azt az általános, mindennapi szimbolikus környezetet, amelybe a gyermekek beleszületnek, amelyben élnek és tanulnak életük során. Az átlagos amerikai háztartásban a televízió napi hét órán át be van kapcsolva. A tévézés viszonylag nem szelektív napi szertartásnak minősül. Illik minden életstílushoz, jövedelemhez, műveltségi szinthez és foglalkozáshoz. A legtöbben az órájuk szerint, nem pedig a kiválasztott műsorra kapcsolják be a tévét. A szelektíven alkalmazott médiában oly fontos tartalmi preferenciák és attitűdök a televízió világának mindent átfogó sémáira nem alkalmazhatók.”<sup>23</sup> A neotelevízió pedig még tovább erősíti ezt a kötődést, hiszen mindent a néző igényének rendel alá, és leginkább a szórakoztatást vállalja fel.

18 Uo. 61.

19 MYAT Kornél: Médiaelméletek és késő modern média. *Médiakutató*, 2010/nyár.

20 John Hartley metaforája szerint ez a médiahasználó a 'flâneur', aki a detektív, az újságíró és a turista tulajdonságait egyesíti magában. CsÁSZI (2008) i. m. 104.

21 GERBNER (1969) i. m. Cultivation theory.

22 ANGELUSZ Róbert: *A láthatóság görbe tükrői*. Budapest, Új Mandátum, 2000. 61.

23 George GERBNER: A televízió. In: uő. *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2002. 23.

#### 4. Populáris kultúra – televíziós kultúra

A késő modern médiakörnyezet legszembetűnőbb, de talán a legtöbbet vitatott<sup>24</sup> szegmense a populáris kereskedelmi televízió, a neotelevízió. Umberto Eco volt az, aki az olasz televíziós piac liberalizálásának eredményeképp átalakuló televíziós modellt nevezte így.<sup>25</sup> Nálunk az ezredforduló környékén jelent meg ez a típusú televíziózás, ami leginkább a kereskedelmi televíziókat jellemzi. A neotelevízió<sup>26</sup> sajátosságai három pont mentén írhatók le: az egyik a műsorstruktúra, a másik a műfajok, a harmadik pedig a szerkesztési gyakorlat. Fő jellemzői a sajtószerű és itthon újnak tekinthető műfajok mellett az, hogy a műsorokban a valósághatáskeltésre, a valószínű hangúlyozására törekcsenek, de közben persze a nézők is tisztában vannak azzal, hogy ezekben a műsorokban a valóság és a fikció keveredik. Megváltozik a néző és a televízió kapcsolata is, a televíziózás ennek a kapcsolatnak a fenntartására törekcszik. Fontos cél természetesen a minél nagyobb nézettség elérése, a figyelem felkeltése és fenntartása. Ezt a célt a műsorstruktúra szolgálja, amely dinamikus, gyors ritmusú, váltakoznak benne a különböző műfajok, az egyes műsorok egymásra is utalnak, sok előzetes szerepel mind a reklámokban, mind az egyes műsorokban. A néző figyelmét leginkább a szórakoztatással tudják ezek a tévék fenntartani, így a szórakoztató funkció és igénykielégítés megjelenik a nem kifejezetten szórakoztató tartalmaknál is. Fontos jellemző még, hogy a legtöbb műsorban olyan témák jelennek meg, amelyek korábban nem tartoztak a nyilvánosság témái közé.<sup>27</sup>

Ezekre a változásokra nem minden társadalmi szereplő reagált médiaoptimista módon. Sőt, a magyar értelmiség és a médiakutatók zöme határozottan médiapesszimista álláspontra helyezkedett.<sup>28</sup> Császi javaslatot fogalmaz meg a magyar médiaértelmiség felé ezzel kapcsolatban, és azt mondja, hogy nagyon fontos lenne, ha az értelmiség tolmács szerepet tudna felvállalni ezeknek a tartalmaknak az értelmezésében, és felhagyna a bírói szerepből való kommunikációval. Síklaki István szociálpszichológusként<sup>29</sup> a felhasználók emberi attitűdjeit, hozzáállását próbálja megérteni, az univerzális emberi motívumok érdeklik, amelyek visszahatnak a kereskedelmi tévék (és ma már a közszolgálati televíziók) műsorszerkezési gyakorlatára. Síklaki három alapvető motívumot sorol fel, amely meghatározza az emberek viszonyulását ezekhez a tartalmakhoz: a kontrollt, a társas viszonyt és a pozitív önértékelést. Síklaki szerint „ezen műsorok sikerének titka a társas mentálhigiéné karbantartása.”<sup>30</sup>

24 JENEI Ágnes: *A televízió fejlődése: az interaktív digitális tévé*. Budapest, NMHH, 2021.; CSÁSZI Lajos – ISTVÁNFY András: A Makrancos Hölgytől a Big Brotherig. *Médiakutató*, 2010/nyár.

25 *A Médiautató* 2006. tavaszi száma foglalkozik a témával. Neotelevízió: Válság vagy megújulás? [Császi Lajos szociológus-médiakutatóval és Síklaki István szociálpszichológussal Jenei Ágnes beszélget.] *Médiakutató*, 2006/tavaszi. A szám alapjául a 2005. október 8-án megrendezett kerekasztal-beszélgetés szolgált, ahol Jenei Ágnes beszélgetett Császi Lajossal és Síklaki Istvánnal.

26 Császi Lajos javasolja a neomédia kifejezést, mert a technológiai és gazdasági változások nemcsak a televíziózásban jelentek meg, hanem az egész média területén. *Neotelevízió*.

27 Ezzel kapcsolatban talán a legfigyelemfelkeltőbb példa Császi Lajos *Mónika show*-val kapcsolatos kutatása, akinek eredményei azt mutatják, hogy nagyon sokan tartják a korábban a médiában nem szereplő témák kapcsán fontosnak azt, hogy ezeket a műsor megmutatta. A kutatás eredményeit lásd Császi Lajos: *A Mónica-jelenség kulturális szociológiája*. Budapest – Pécs, Gondolat – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 2011.

28 BAJOMI-LÁZÁR (2017) i. m.

29 Neotelevízió: Válság vagy megújulás? i. m.

30 Uo.

Valóban azt látjuk, hogy a média funkciói közül a kereskedelmi csatornák a szórakoztatás funkcióra támaszkodnak leginkább, de nyilván látjuk azt is, hogy a néző-csatorna viszonylatában ez egy kölcsönös folyamat. A szórakoztatás szerepének felértékelődése társadalmi folyamatokkal is magyarázható, hiszen a modern társadalmakban a szórakozás-szórakoztatás a szabadidő-kultúra részévé vált. A szórakoztatást Luhmann megkülönbözteti a játéktól, egy második világ keretének tekinti, amely világ a kommunikáció különböző csatornáit által körülhatárolt (vizuális, audiovizuális, auditív). A szórakoztatás nagy előnye, hogy ennek során a néző láthatja és értékelheti a kezdetet és a véget (ezt ugye a saját életében nem látja).<sup>31</sup> Luhmann még abban látja a szórakoztatás nagyarányú elterjedésének okát, hogy míg a más típusú műsoroknál a néző tudásának a fejlesztése (informálódás, tájékozottság, szocializáció, kultúra-oktatás) a cél, addig itt a néző a már meglévő tudására támaszkodhat, ez pedig nyilván elégtételt is okoz számára, nem jelent olyan nagy kognitív erőfeszítést.

A szórakoztató tartalmak mellett a populáris kultúra másik jellemzője, hogy erős hatásokkal dolgozik. A populáris kultúrát kedvelők vonzódnak az extremitáshoz, a katasztrófákhoz, a negatív hírekhez, fontosak számukra a celebek és a bulvártémák. A populáris tömegmédiákat három fő jellemző mentén lehet leírni: ez a tabloidizáció,<sup>32</sup> az infotainment/edutainment és a sajtóságos műsörtípusok. A tabloid kifejezés a kezdeti jelentésétől elszakadva ma már a legtöbb médiumra kiterjeszthető, ide tartoznak a kereskedelmi televíziók legnépszerűbb műsorai, a szappanoperák, talkshow-k, reality-k, vetélkedők. Ezen műsorok közös jellemzője, hogy az érzelmekre és nem az értelemre akarnak hatni, forrásaik sokszor bizonytalanok, gyakran érintenek deviáns, groteszk, normasértő témákat. A tabloidok azért fontosak, mert ezekben a mindennapi ember szemüvege/látásmódja jelenik meg. A posztmodern mediakutatás egyik meghatározó alakja, Ian Ang Dallas kutatása kapcsán azt fogalmazta meg, hogy a tabloidok elfogadása nem a nemzeti elit feladata, mivel a populáris kultúrát nem lehet a magas kultúra kritériumai alapján megítélni.<sup>33</sup> Ezen műsorok valódi értelmezését úgy lehet megvalósítani, ha ezek szerkezeti és tartalmi sajátosságait elemezzük, és ehhez még hozzávesszük a fogyasztók által adott jelentéseket. Az info- és edutainment kifejezés az információ és oktatás szórakoztató formában történő átadására vonatkozik. Az infotainment leginkább a kereskedelmi médiában megjelenő hírműsorokra jellemző. Mind a témaválasztásban, mind a műsorok felépítésében és megjelenítésében alkalmazzák a leginkább a show-műsorokra jellemző megoldásokat: műsorvezetői szerep, látványvilág, vágástechnika, kommentár, a „hírek” mint szenzációk előadásának módja. A televíziós műsorszerkesztők az infotainment népszerűségét, meghatározó erejét a nézői elvárásokkal igazolják. De olvashatunk az infotainment káros, valóságtorzító hatásáról is, ami elénk idézi a '70-es évek sztárelméletének<sup>34</sup> megállapításait, miszerint a befogadók világról alkotott képe nem az őket

31 Gondoljunk csak a Truman-show című amerikai filmre és annak sikerére, amely film előrevetítette a valóságshow műfajának sikerét és persze számos olyan problémát is felvetett, amelyek a mai napig relevánsak a műfajjal kapcsolatban.

32 Ha a szó jelentését nézzük, azt látjuk, hogy a szó keletkezését tekintve eléggé új keletű, hiszen használatát 1906-tól datálják az angol nyelvben. A kifejezés eredetileg formai megkülönböztetést, az utcán árusított és a korábban megszokott mérettől eltérő újságformát jelentett. A változás a használattal volt összefüggésben. Az új formában előállított újság olvasása már utazás vagy várakozás közben is lehetővé vált, ennek köszönhető népszerűsége.

33 IAN ANG: A Dallas és a tömegkultúra ideológiája. *Replika*, 1995/17–18. 201–214.

34 GERBNER (1969) i. m. (cultivation theory).

körülvevő tényleges valóság alapján alakul ki, hanem a televízió által közvetített, megerősített világrepresentáció alapján. A leggyakoribb és legjellemzőbb műsортípusok pedig a hírműsorok, a valóságshow-k, a show-műsorok, a szappanoperák, a sit-com-ok és a vetélkedők.

## 5. A televízió a történetek elmesélője

Gerbner a televízió kultivációs hatásán túl a televízió történetgyártó funkcióját is kiemelte. Magyarul megjelent tanulmánykötetében erről erős kritikával ír: „Annak nagy részét, amit tudunk, vagy amiről azt hisszük, hogy tudjuk, sohasem tapasztaltuk meg személyesen. Olyan világban élünk, amely jórészt az általunk hallott, látott és mesélt történetekből épül fel. Ez a képzelet és a szavak hihetetlen gazdagságú világa – az emberi lét igazi varázslata –, amely a közvetlenül nem látható dolgokat a művészeteken keresztül tárja elénk, és a tudomány, a költészet, a dalok, a mesék, a riportok és a törvények segítségével a hiedelmek és tények óriási halmazát hozza létre.”<sup>35</sup> A történetek segítségével sajátítjuk el a nemi, életkori, társadalmi, foglalkozási szerepeinket,<sup>36</sup> de ezek adnak támpontokat életünk számos területén is. „És a történetek szövik a kulturális környezet egybefüggő hálóját, amely meghatározza gondolkodásunkat, a cselekedeteinket és az életvitelünket.”<sup>37</sup> A történetmesélés a hagyományos kultúrákban közösségi volt, mára már a tömegtermelés része. Gerbner szerint ezeknek a tömegmédiával által termelt történeteknek három funkciója van. Az egyik az, hogy bemutassák a dolgok működését, az élet bonyolult viszonyrendszerét és dinamikáját (mesék, regények, színdarabok, képregények, filmek). A másik az informálódás, amelynek révén a tömegmédiával a dolgokat úgy mutatja be, ahogy azok megtörténnek (hírek, tudósítások, dokumentatív üzenetek). A harmadik pedig az, hogy megmutassák, milyen feladatai, teendői vannak az embernek, ezek a tartalmak értékekről és választásokról szólnak, sikerről és kudarcról (javaslatok, szabályozás, példabeszédek, reklámok). Akkor beszélhetünk ideális működésről, ha ez a három típus keveredik és ellenpontoszza is egymást. Ma viszont azt tapasztaljuk, hogy a kommersz kultúrában leginkább a harmadik típusú történetek jelennek meg.<sup>38</sup>

John Fiske a kultúra és média kapcsolatát a televíziózás világát vizsgálva két oldalról vizsgálja meg. A nézők oldaláról és a televízió textualitása felől. A kettőt csak a vizsgálat szempontjából különíti el, hiszen az egyik nem létezhet a másik nélkül: Nincs adás (text), nincs közönség, csupán a tévézés folyamata létezik, a TV képernyője előtt történő „kulturáló aktusok» sokasága”.<sup>39</sup> A tévézés olyan folyamat, amelynek során a nézők megérteneke folyamatokat és közben élményeket szereznek. A folyamatot két párhuzamos és összefüggő erőforrás determinálja. A determinál kifejezést Fiske a „határokat szab” értelemben használja. „A determináció tehát egy olyan területre vonatkozik, ahol az emberek kialakíthatják, értelmezik, élményeik és sajátos nézőpontjuk felett gyakorolt hatalmuk »terét«. Az embereknek így lehetőségük van és létre is hozzák saját kultúrájukat, annak ellenére, hogy a feltételeket

35 George GERBNER: Kik mesélik a történeteket? In: uő. *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE, 2002. 11.

36 A Kapj el, ha tudsz című amerikai filmben a főhős az általa betölteni kívánt foglalkozási szerepeket a televízióból sajátítja el (viselkedés, nyelvhasználat, szókincs stb.), és sikeresen is alkalmazza az ily módon megszerzett tudást.

37 GERBNER (2002) i. m. 11.

38 Uo.

39 John FISKE: *Milyenek vagyunk a TV előtt?* (2009). [www.ofi.hu/tudastar/internet-mediaetika/milyenek-vagyunk-teve](http://www.ofi.hu/tudastar/internet-mediaetika/milyenek-vagyunk-teve)

nem ők szabják meg.<sup>40</sup> A médiakutatások egyik fontos kérdésfeltevése ezzel kapcsolatban az, hogy mekkora ennek a területnek a hatalma, és hogy a határok mennyire meghatározottak kívülről. Fiske azon álláspont mellett érvel, miszerint a tömegkultúra modernista elméletei túlértékelik a determináló erőket és alulértékelik a nézők erejét. Ezzel szemben fontosnak és meghatározónak tartja azt az összefonódó társadalmi és textuális erőt, amit egyfelől a néző sajátos helyzete, másfelől pedig a televízió textuális tart fenn. Az a társadalmi közeg, amelyben a tévéző él és mozog, heterogén (csoportok és szubkultúrák folyamatos átrendeződései jellemzik). Ahogy Fiske fogalmaz, „a személy, vagy néző számos, folyamatosan alakuló kötődést alakít ki ebben a heterogén közegben, s ezzel a különbözőképpen alakított, változó társadalmi formációkon keresztül bekapcsolódik a társadalmi rendszerbe, amire a nomád szubjektivitás metaforája jól használható.”<sup>41</sup> Ha megmaradunk Fiske metaforájánál, akkor úgy is fogalmazhatunk, hogy a különböző társadalmi viszonyokkal rendelkező „tévéző alany különböző terekbe kerülhet be, adott határain belül, az értelem és élményt adó televíziós tapasztalat, illetve az ehhez kapcsolódó társadalmi kötődésnek megfelelően”.<sup>42</sup>

## 6. Sztárnak lenni, sztárrá válni

„Az elmúlt évtized során a sztárság jelensége forró témává vált. A hírnévvel és az ismertséggel kapcsolatos témák felértékelődését jól mutatja az a széleskörű tudományos érdeklődés, amely a jelenséggel kapcsolatos kortárs viszonyokat igyekszik feltérképezni. Mindeközben kiderült, hogy a sztárság nem statikus kategória; a társadalom, a gazdaság, a kultúra és a médiatechnológia változásával párhuzamosan a sztárság fogalma is állandó átalakulásban van.”<sup>43</sup> Feltehetjük a kérdést: ki a sztár, mi a sztár? Hétköznapi szóhasználatban a sztár az, akiről a hírek szólnak, alapvető kritériuma az ismertség, de az ismertség önmagában nem elegendő ahhoz, hogy valakiből sztár legyen. Az angol celebrity kifejezés pontosabban lefedti a szó jelentését (ami mára a magyar nyelvben is meghonosult). Míg korábban az egyes társadalmakban kitermelt hősök kultusza a közösséghez kötődött, a sztárok individualista szereplők voltak.<sup>44</sup> Sztárok soha nem keletkeztek a semmiből, a sztárokat először a filmipar teremtetten meg, a média egyre szélesebb körűvé válása pedig nagymértékben támogatta ezt a folyamatot, s ma szinte bárkiből és bármikor lehet sztár (vagy inkább celeb), de megvannak ennek is a törvényszerűségei, amit Buda Béla a szükségletekkel magyarázott. „A szükségletek részben a médiaipar szükségletei, egy rendkívüli üzleti érdek, amely arra irányul, hogy az élet azon területeit, amelyek a tömegek figyelmét felkeltik, bekapcsolják a vérkeringésbe, az adott területek megfelelő személyiségein keresztül tematizálják.”<sup>45</sup> Ugyanakkor ma már nemcsak

40 Uo.

41 Uo.

42 Uo.

43 GULD Ádám: „A sztárok mindenhol ott vannak” A 360 fokos ismertség jellemzői egy kvalitatív közönségkutatás tükrében. *Médiakutató*, 2020/tavaszi, 79.

44 POVEDÁK István: *Álhősök, hamis Istenek*. Budapest, Gherardus, 2011. 17.

45 JENEI Ágnes: A sztárság változó fogalma. 2007. május 10-én este a Médiakutató kerekasztal-beszélgetést rendezett a Ritmus Kávéházban, amelyen Buda Béla pszichiáterrel, György Péter esztétával és Ómolnár Miklóssal, a Story, a Best magazin, valamint a StoryTV főszerkesztőjével lapunk szerkesztője, Jenei Ágnes beszélgetett. *Médiakutató*, 2008/tavaszi.

sztárokról beszélünk, de megkülönböztetünk tőlük eltérő ún. celebritásokat, akik ismertsége mögött nem minden esetben lelhető fel teljesítmény, értéküket az ismertségük adja. A két hagyományos médiában meglévő csoport mellé az új média adta keretek között még egy típusú híresség jelent meg, ők az „influencerek”, más néven a „hétköznapi hírességek”.<sup>46</sup> A médiában megszerzett ismertséget jól lehet a média más felületein is kamatoztatni, ez egyenes következménye a médiakonvergenciának. A valóságshow-kba jelentkezők számára kihívás és fontos motiváció az ismertettség, a celebbé válás. Ezt egy rövid időre meg is tehetik, hiszen ma már bárki celebbé válhat. „[M]anapság a sztárok történetei a leghétköznapibb emberek történetei.” Erre jó bizonyítékkal szolgálnak a valóságshow-k, hiszen ez az a műfaj, amely a hétköznapiakat viszi be a médiába, arra a természetes emberi szükségletre építve (azt kihasználva), ami minden emberi közösségben megjelenik, ez pedig a pletykaszükséglet. Ez találkozik az erős identifikációs munkával, aminek alapján az emberek elfogadják vagy elutasítják azokat az értékeket, amelyekkel találkoznak, és ezeket megbeszélik saját csoportjukban. A médiában ezek az értékek nem mindig artikulált vélemények formájában jelennek meg, előfordulhatnak ezek hangulatként, utalásként, érzelemmegnyilvánulásként, amelyeket az ember valamilyen formában elraktároz magában, és azt veszi csak elő, amivel azonosulni tud.<sup>47</sup>

Ismerve a villába kerülő résztvevők megítélését, „médiatörténeteit”, fel kell tennünk a kérdést, hogy megéri-e mindez a résztvevőknek? Érdemes-e mindenáron celebbé válni? Hiszen azzal, hogy aláírják a szerződést, engedélyt adnak a csatornának arra, hogy minden pillanatot rögzítse, és abból a saját érdekei mentén vágásokat készítsen, ez pedig a nézőkben óhatatlanul is manipulált végeredményt fog produkálni. A „sztár-csináló” rendszer létrehozza a celebet, de ő csak addig fontos a számára, amíg használni tudja, azután eldobja. Jól bizonyítja ezt a BB és VV celebek fordulatosa, de mégis sanyarú sorsa. Jogilag ugyan megtámadhatatlan a toborzás, de hogy valójában mi történik ott és milyen szerződést írnak alá a szereplők,<sup>48</sup> azt nem tudjuk (ezzel kapcsolatban nem volt oknyomozás). A 24.hu a VV10-széria indulásakor készített egy statisztikát arról, hogy a korábbi kilenc szériából milyen kategóriákba lehet osztani a résztvevőket (a kategóriák: napi szinten lehet hallani róla, aktív médiaszereplő maradt, felbukkan még a neve, teljesen eltűnt, nem hallani róla). A csúcskategóriába mindösszesen két név került, Majka (Majoros Péter) és Nádai Anikó, akik a két kereskedelmi csatorna húzóneveiként dolgoznak a mai napig. Az aktív médiaszereplők között vannak negatív példák is (VV Aurelio rendőrségi ügye), de néhány név az utóbbi években újra felbukkant (Nagy Alekosz, Baukó Éva, Szögeczki Ágnes). VV Leo műsorvezetőként dolgozott és médiavállalkozása van. Molnár Anikó egy másik valóságshow főszereplője volt és rendszeres szereplője a bulvármédiának. Osváth Zsoltnak komoly YouTube-csatornája van, Kégl Ágnes újságíró lett. Számok alapján ez így néz ki: 123 bekerülő játékosból hatan vezettek műsort, de ebből valódi műsorvezetői karriert csak ketten, Nádai Anikó és Majka valósítottak meg. Ennek ellenére a mostani szériába jelentkezők között a bemutatkozó kisfilmekből az derült ki, hogy többen szeretnének médiakarriert építeni, esetleg műsorvezetővé válni.<sup>49</sup>

46 GULD (2020) i. m. 79.

47 JENEI (2008) i. m.

48 A szerződések (ill. esetleges vizsgálatuk) kapcsán azonban fontos az érvénytelenségi okok ismerete: MÉHESES Tamás: *Polgári jogi alapismeretek*. Budapest, Dialóg Campus, 2018. 104–105.

49 Alig másfél százalék az esélyed, hogy a *Való Világ*-ból kikerülve műsorvezető legyél. 24.hu, 2020. 11. 14. <https://24.hu/szorakozas/2020/11/14/valo-vilag-10-vv10-2020-valosagshow-szereplo-karrier-musorvezeto-statisztika/>



## 7. A valóságshow-k értelmezési (értelmezhetőségi) keretei

A valóságshow-k mint a kereskedelmi televíziók népszerű műsorai jól feltárt témának számítanak a hazai médiakutatásban. A legtöbb hazai tanulmányt a valóságshow első előfordulásával kapcsolatban találhatjuk a szakirodalomban, de a *Médiakutató*-ban a 2000-es évek második felétől nagyjából tíz évig rendszeresen publikáltak olyan írásokat, amelyek kifejezetten egy-egy műsортípussal foglalkoztak, de olvashatunk írásokat a kereskedelmi televíziók működéséről és olyan témákról is, amelyek érintik ezeknek a műsoroknak a befogadását, értelmezését (sztárság, sztár csinálás, kukkolás, megváltozott nézői attitűdök, nyelvhasználat, szórakoztatás).<sup>50</sup> A *Big Brother*-ről jelent meg 2002-ben Zsolt Péter tanulmánya,<sup>51</sup> ő írt aztán könyvet a *VV5* szériáról.<sup>52</sup> Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor a *BB1*-et elemezte 2006-ban,<sup>53</sup> és ugyancsak a *BB*-t vizsgálta Szigeti Péter is.<sup>54</sup> Császi Lajos egy fejezetet szánt a valóságtelevíziózás társadalmi szerepének a 2011-ben megjelent könyvében,<sup>55</sup> Varga Zsuzsanna<sup>56</sup> a reality televíziózás és a valóság viszonyáról írt tanulmányt, Antalóczy Tímea és Füstös László pedig az arénához hasonlította a valóságshow-k világát.<sup>57</sup> A Nemzeti Ifjúságkutató Intézet 2003-ban publikált két tanulmányt a fiatalok valóságműsorokhoz való viszonyáról.<sup>58</sup>

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság rendszeresen vizsgálja az évadokat, ezek részben belső anyagok, de a kutatásokhoz ezeket rendelkezésre bocsátották, illetve a szervezet honlapján ezek részben elérhetők.<sup>59</sup> A *VV* egyes szériáihoz a hatóság ún. barométert is létrehozott, ezek eredményeit rendszeresen közzétette. A *VV9*-széria vizsgálatánál a barométer hat változó vizsgálatát tartalmazta: szexualitás, szexuális kontextusban megjelenő meztelenség, trágár kifejezések, dohányzás és direkt, illetve indirekt módon feltűnő alkoholfogyasztás.<sup>60</sup> Ezen elemek vizsgálata a jubileumi szériában (*VV10*) is megmaradt. A tudományos megközelítéseken túl, a műsorokra adott reflexiók és kritikák a napi és heti sajtóban is megjelentek, ezzel is jelezve a téma viszonylag nagy érdeklődésre számot tartó mivoltát.<sup>61</sup> A tanulmányok

50 A nemzetközi szakirodalommal kapcsolatban lásd Császi Lajos: A valóságtelevíziózás társadalmi szerepe a késő modernitásban. *Médiakutató*, 2009/nyár.

51 ZSOLT Péter: A „Big Brother szociálpszichológiája”. *Médiakutató*, 2002/tél.

52 ZSOLT Péter: *Hírnev! Jólét! VVI Képernyő- és valóságshow kutatás*. Budapest, Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2013.

53 KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: A valóságshow szimbolikus üzenetei. Néhány szempont egy újabb média-jelenség elemzéséhez. In: uő. *A tömegkommunikáció szimbolikus üzenetei*. Budapest, Dialog Campus, 2006. 199–224.

54 SZIGETI Péter: *Big Brother*. *Médiakutató*, 2020/tél.

55 CSÁSZI (2011) i. m. 261–278.

56 VARGA Zsuzsanna: *A reality televíziózás és a valóság találkozása a boncaszalonon*. Médiakutató–Metropolisz, 2001.

57 ANTALÓCZY Tímea – FÜSTÖS László: A valóságshow világa, avagy korunk arénája. *Kultúra és közösség*, 2003/1. 35–47.

58 *A kibeszélőshow-k megítélése 12 éves gyerekek és szüleik körében – egy fókuszcsoportos vizsgálat tanulságai; A fiatalok viszonya a valóságműsorokhoz*. Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, 2003. <http://ncsszi.hu/kutatasi-archivum/ifjusakutatas>

59 [www.nmhh.hu](http://www.nmhh.hu)

60 [https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo\\_Vilagbarometer\\_merseklodtek\\_a\\_karos\\_tartalmak\\_az\\_evad\\_vegere](https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo_Vilagbarometer_merseklodtek_a_karos_tartalmak_az_evad_vegere) és a *VV10* szériáról; pl. [https://nmhh.hu/cikk/218488/A\\_ValoVilag\\_powered\\_by\\_Big\\_Brother\\_10\\_cimu\\_musorszamban\\_feltart\\_karos\\_magatartasmintakat\\_szamszerusito\\_eredmenyek\\_2021\\_februar\\_2227\\_kozott](https://nmhh.hu/cikk/218488/A_ValoVilag_powered_by_Big_Brother_10_cimu_musorszamban_feltart_karos_magatartasmintakat_szamszerusito_eredmenyek_2021_februar_2227_kozott)

61 Az, hogy a *VV10* mennyire nem volt jelen a napi sajtóban, már jelzi azt is, hogy nem érte el azt az ingerküszöböt, ami miatt erről akár a hírportálok, akár a kulturális sajtótermékek említést tettek volna. A bulvársajtó természetesen figyelemmel kísérte a műsort, de még ott sem olyan gyakorisággal jelentek meg a műsorról tudósítások, mint pl. a *VV5* idején.

kijelölnek egy elfogadott, szokásos értelmezési keretet, amelyek alapján a műsorokat elemezni lehet, és felhívják a figyelmet számos olyan tényezőre, amelyek a műfaj társadalmi elfogadottságával kapcsolatos véleményekre lehetnek hatással.

Mind a Kapitány-házaspár, mind Zsolt Péter egyetért abban, hogy ezek a műsorok figyelemre tarthatnak számot. Valóban, ez sokáig így volt (1. táblázat), de azt is látjuk, hogy a 6. szériától csökkenő átlagos nézettségi adatokat produkáltak, az utolsó széria pedig még az átlagos 150 ezres nézőszámot sem érte el, pedig a beharangozás, a várakozás alapján ennél többet lehetett sejteni.<sup>62</sup>

Szériák	AMR
ValóVilág 1	1.059.704
ValóVilág 2	1.304.867
ValóVilág 3	1.523.181
ValóVilág 4	1.655.126
ValóVilág 5	1.199.177
ValóVilág 6	182.343
ValóVilág 7	142.335
ValóVilág 8	122.018
ValóVilág 9	109.486
ValóVilág 10	129.727

1. táblázat (Forrás: Nielsen Médiakutató Kft.)

Miért kapott ekkora figyelmet a kezdeti időszakban a műfaj? Kapitányék ezt több okkal magyarázzák. Ezek a következők: világkép-közvetítés, sajátos társadalom- és emberkép, az emberi viszonyok ábrázolása, a műsor szimbolikus és értéküzenetei, modelladó és szocializációs hatásai, manipulációs eszközei és a társadalmi nyilvánosságról sugallt képe mind-mind okozhatják a népszerűséget. Kapitányék szerint a műfaj „a média szórakoztató funkcióját messze meghaladó jelentőséggel avatkozik be a társadalom életébe”.<sup>63</sup> A műfajt ők is a többi, a kereskedelmi televíziózásnál már említésre kerülő műsorral együtt kezelik, amelyek legfontosabb jellemzőjének azt tartják, hogy ezek a műsorok egy olyan új irányzatot képviselnek, „amelynek szemlélete, világképe a média egész társadalmi szerepében végbemenő gyökeres változásokat jelez”.<sup>64</sup> Bár a műsor elnevezése az, hogy valóságshow, mindenki tudja (a csatorna, a gyártók, a műsorvezetők, a nézők), hogy a műsornak van forgatókönyve és a műsorfolyam jól kitalált, kezdve a szereplők kiválasztásától a napi feladatokig és az összevágott részekig. Ettől még a műsortípus népszerűségét magyarázhatja, hogy erre a nézők egyfajta valóságmodellként tekintenek. Ugyan a győztes személyét a műsor kezdetén még nem lehet tudni, de a háttérben sok szál mozgatnak azért, hogy a műsor magas nézettséget hozzon

62 A műsort valószínűleg nem mindenki nézte a televízióban, hiszen időtől függetlenül ezt ma már követni lehetett az RTL csatorna online oldalán.

63 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006) i. m. 199.

64 Uo. 199.

és a kimenetele a várakozások szerint alakuljon.<sup>65</sup> A nézők is tisztában vannak ezzel, de a képernyőn zajló történések és az a tudat, hogy a szereplők minden pillanatát kamerák veszik, amelyek minden párbeszédet rögzítenek, így az alakoskodás, a manipuláció és a játék tulajdonképpen már nehezen választható le a szereplőről, a nézők ezt a típusú műsort más televíziós műsoroknál sokkal inkább valóságosabbnak tekintik. Míg korábban ezeket a programokat a kereskedelmi csatornákon láthattuk, mára külön reality-csatornák is vannak. Ez pedig arról tanúskodik, hogy van olyan nézői csoport, amely továbbra is szívesen nézi az ilyen típusú műsorokat.

Kapitányék 11 elemzési szempont alapján értelmezték a *Big Brothert*, ehhez Zsolt Péter még hozzáadott további három szempontot.<sup>66</sup> A szempontokat táblázatba szerkesztve mutatjuk be, röviden néhány jellemzőt beírva az adott vizsgálati kerethez (2. táblázat).

Az élet harc	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a valóságshow laboratóriumi csoportpszichológiai kísérlet</li> <li>• kommunikáció, viselkedésminták</li> <li>• a harc tétje a győzelem (potenciális ellenfelek élnek együtt a villában)</li> <li>• szereplői stratégiák – mindent az egyéni győzelemnek kell alárendelni</li> </ul>
Az élet egy nagy buli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• az élet minél szórakoztatóbb eltöltése</li> <li>• hedonista életvitel – buli, evés-ivás, alvás (torzítottan jelenik meg, sokkal több időnek látszik, mint valójában)</li> </ul>
A műsor mint lakás- és életmód-modell	<ul style="list-style-type: none"> <li>• életmód- és lakáselemek mintaként szolgálnak</li> <li>• kamra – terülj-terülj asztalkám</li> <li>• test-testi működés a középpontban</li> <li>• lakás csak díszlet, amit a résztvevők használnak, de nem hatják azt át személyiségükkel</li> </ul>
Egyén-kép, emberkép	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kívülről irányított szereplők</li> <li>• az egyén a láthatatlan hatalom végrehajtója</li> <li>• az egyén nem személyiség, hanem szereplő, karakter</li> <li>• a karakterek kerülnek hangsúlyozásra (vö. beválasztás – típusok megjelenése)</li> </ul>
Emberi kapcsolatok, emberi viszonyok modellje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• manipuláció meghatározó szerepe</li> <li>• az alapviszonyokat a bejátszási arányok határozzák meg</li> <li>• kívülről irányított ember – konzumkultúra képviselője</li> </ul>
Szexualitás	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ki hajlandó magát megmutatni</li> <li>• szex a fizikai szükséglet levezetésére szolgáló eszköz</li> <li>• tabuk lerombolása</li> <li>• a szexualitás kikerül az intim szférából (állandó kamera!)</li> <li>• a szerelem nélküli szexualitás az érték</li> </ul>
A szereplők ártértékelődése – a normarendszer módosulása	<ul style="list-style-type: none"> <li>• műsorvezetők beavatkozása, hírek beszivároztatása</li> <li>• a műsor sztárképző hatása erős pozitív jellemzőkkel ruházza fel a szereplőket</li> </ul>
Vissza a természetességhez	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a szereplők társadalmi státusza szociális lelkiismeretfordulást kelthet</li> <li>• szociális irányultság megjelenése</li> <li>• a természetesség csak játék (szavazatok miatt)</li> </ul>

65 Zsolt Péter az általa elemzett 5. évadot *Az éhezők viadalához* hasonlítja, ahol a kiválasztott fiatalok minden évben egy arénában küzdenek meg egymással. Az arénában folyó küzdelmet egy játékmester irányítja, és minden kihívása, történés a nézettség és a játékosok kiszolgáltatottságának növelése érdekében történik. Az először könyv alakban megjelent tini-disztópiából (Suzanne COLLINS: *Az éhezők viadala*. Budapest, Agave, 2019.) négy egész estés filmet forgattak.

66 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006) i. m.; ZSOLT (2013) i. m.

Állatok szerepeltetése	<ul style="list-style-type: none"> <li>• állat mint szeretetpótlék</li> <li>• aki az állatot szereti, rossz ember nem lehet</li> <li>• stresszoldó eszköz</li> <li>• reklámokban használt eszköztár</li> </ul>
Nyelvi viselkedés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• természetesség-eszmény, demokratikus nyelvhasználat</li> <li>• káromkodás, szleng</li> <li>• a kikerült kifejezések éveig hatással vannak a köznyelvi beszédre</li> <li>• ismételtetés, klisévé válás mechanizmusa</li> </ul>
Élj hangosan, légy szórakoztató és hívd fel magadra a figyelmet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• figyelemfelkeltés szándéka, tudatos belebonyolódás a konfliktusokba, szereplésért folyó harc</li> </ul>
Míndez csak mese	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a mese dramaturgiája megfigyelhető</li> <li>• happy end ígérete: celebbé válás</li> </ul>
A szereplők jelleme maga az üzenet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a szereplők a karakterükön túl egyéb pszichológiai jellemzőkkel is rendelkeznek</li> </ul>

2. táblázat: Elemzési szempontok – valóságshow-k (saját szerkesztés)

Ezeket túl fontos keretet ad a műsornak, hogy ez egy játék.<sup>67</sup> „Bizonyos értelemben a játék is a valóság megkettőzése, amelynek során a játék gyanánt felfogott valóság kiválik a hétköznapi realitásból, bár ez utóbbit nem szükséges tagadnia.”<sup>68</sup> Ahhoz, hogy egy műsor játék tudjon lenni, átlátható időbeli körülhatárolásra van szükség. A játék attól izgalmas és szórakoztató a néző számára, ha ennek minden művelete arra a tényleges valóságra utal, amely vele egyidőben létezik. Luhmann szerint a tömegműsorszínház valósága „a másodrendű megfigyelés valósága. Felváltja azokat a tudásformákat, amelyeket más társadalmi alakzatokban kitüntetett megfigyelők írnak elő: a bölcsek, a papok, a nemesség, a város, a vallás vagy a politikailag kitüntetett életformák.”<sup>69</sup> A két típusú megfigyelés különbsége annyira erős, hogy nincs értelme a hanyatlás versus haladás vitának, hiszen mindez a kultúráról szól. „A kultúra, éppen ebben az értelemben, azaz mint mindennek kulturálissá való átformálása a tömegműsorszínház terméke, egyszersmind alibije.”<sup>70</sup> Ez a magyarországi populáris médiavitában a cultural studies irányzat érvényességét állító oldalon ad igazat, hiszen az is azt mondja, hogy ezeket a jelenségeket a posztmodern és késő modern médiakörnyezetet alkotó kultúra részeként kell kezelni és így is kell elemezni. Természetesen ettől még lehet kritikát (sőt szükséges is!) megfogalmazni a populáris média termékeivel kapcsolatban, de nincs értelme ezeket mint a kultúrát lealacsonyító termékeket tematizálni. Ugyanakkor a játék kifejezés félrevezető, hiszen a szabályok arra kényszerítik a játékosokat, hogy átverjék egymást. Ez a konstrukció csapda és szociálpszichológiai is elítélendő.<sup>71</sup>

67 A kereskedelmi televíziózás a játék sajátosságait a népszerű műsorszínpadoknál jól használja.

68 Niklas LUHMANN: *A tömegműsorszínház valósága*. Budapest, Gondolat–AKTI, 2008. 61.

69 Uo. 96.

70 Uo.

71 ZSOLT (2013) i. m. 19.

## 8. Etikai kérdések a műsortípus kapcsán

A televízió (és média) hatáskutatásánál a médiakutatók mindig kiemelt figyelmet fordítottak a legérzékenyebb csoportra, a gyerekekre. A gyerekek és fiatalkorúak védelmét minden ország kiemelt fontosságúnak tartja, bár a szabályozás mikéntje országonként változik. A kereskedelmi televíziók káros tartalmait a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság folyamatosan monitorozza, így volt ez a *ValóVilág* különböző szériáinál is. Az NMHH a 8. szériától egy ún. barométerrel mérte a műsor káros tartalmait. A barométer hat kiemelt témát vizsgált a műsorfolyamban, kifejezetten a fiatalok védelme érdekében. A hat téma a dohányzás, a meztelenség, a direkt alkoholfogyasztás, a szex, erotika, az indirekt alkoholfogyasztás és a trágárság voltak. A korábbi valóságshow-k részletes elemzése is kiemelte azokat a magatartásokat, amelyek rossz mintaként jelenhetnek meg a fiatalok előtt, de a büntetések és a tiltások ellenére sem változtak számottevően. Az egyetlen változás a műsortípussal kapcsolatban az, hogy míg az ötödik szériáig valóban aggasztóan magas volt a nézettség, ez a mostani szériáról nem mondható el. Ugyanakkor a teljes nézőszámából a fiatalok átlagos aránya még így is magasnak számít. A napi nézettségszám folyamatosan változott, de a február 27-i adást például 19 359 fiatal (13–17 év közötti) nézte, ugyanezen a héten szerdán csak 4915. Ugyanakkor a neomédia sajátossága az, hogyha egy műsor nagyon népszerű és a médiakonvergenciának köszönhetően más médiumokban is folyamatosan felbukkannak ebből tartalmak, akkor előbb-utóbb ezeket a gyerekek is nézni fogják. Valószínűleg nem a televízióban, hanem a saját szobájukban a mobiltelefonjukon.

A műsortípus elemzői nemcsak a nézők jogainak csorbulását kísérik figyelemmel, hanem a szereplők személyiségi jogaira is kitérnek.<sup>72</sup> A szereplők ugyan önként vállalják a részvételt, de nem látják azt előre, hogy mi fog velük történni. Egy ilyen műsornál nehéz a megfelelő határokat megtartani (és valószínűleg a műsor készítői nem is akarják ezeket nagyon figyelembe venni), de a szereplők lelki veszélyeztetése nem lenne megengedett.<sup>73</sup> A műsorok manipulációja olyan eredményeket produkálhat, ami megbélyegzi a játékosokat, hiszen a nézők csak azt látják, amit a műsor készítői láttatni akarnak velük. Sok játékos életre szólóan megbélyegződik, a szavazások során kapott becsületsértő<sup>74</sup> sms-k nyilvánosságra hozatala is személyiségi jogokba ütközhet. A *Big Brother 1* széria nyertesének élettörténete vagy VV Fanni esete jól illusztrálja mindezt. Sok játékos későbbi életéről nincsen információnk, de bizonyára elképzelhető az, hogy egy fiatalkori rossz döntés (ismertté szeretnék válni, médiakarrierre vágyok, sok pénzt szeretnék nyerni stb.) a későbbi életüket nagyon megnehezíti. A szociálpszichológiai kísérletnek is tekinthető műsorban sok közös feladat van ugyan, de a szereplők közötti kapcsolatok alakulására, a csoportdinamikára mindvégig hatással van annak a tudata, hogy a szereplők mindegyike győzni jött a műsorba és a másikat potenciális ellenfélnek tekinti. A feladatok között található pozitív, a kooperativitást elősegítő feladatot, de sok olyan is van, amelyek kifejezetten megalázóak vagy undort keltőek. Nagy nyomás alá helyezi a szereplőket a személyes szabadságról való önkéntes lemondás, az esetleges szexuális helyzetekbe kényszer-

72 A személyiségi jogokról lásd MÉHES Tamás: *A Polgári Törvénykönyv vázolata*. Budapest, Nemzeti Közzolgálati Egyetem, 2018. 16–18.

73 A közszereplőkre vonatkozó tűrési kötelezettségről lásd uo. 16.

74 Uo. 17–18.

rítés és az állandó rivaldafény. „A *ValóVilág* nem más, mint a homlokzatok szereplőkre való ráégetésének és aztán megsemmisítésének kísérlete.”<sup>75</sup>

A műsor a nézőkre is hatással van, ebben szerepet játszik a műsor által sugallt értékrend, aminek üzenete az, hogy nincs értéke annak, ami nem a testről, az élvezetről, az anyagiakról és a másik legyőzéséről szól. A bemutatott minta ezt a fordított értékrendet tükrözi vissza, ami hatással van a kulturális és szociális normákra. „A szociális és kulturális normák átrendezése – a szerelem nélküli szexualitás, a szexuális szolgáltatás mint üzletág elfogadtatása, a privacy hosszú évszázadok küzdelmei során kialakított kulturális és szociális védettségének, jogainak átértelmezése, az abba való behatolás »természetessé, bevetté, elfogadottá« tétele – ezek a pillérei ennek az »értékrendnek«.”<sup>76</sup> És ezt az értékrendet a népszerűség rendkívüli mértékben felerősíti. Zsolt Péter a problémát abban látja, hogy a műsor egy olyan mesterséges világot mutat be (valóságnak álcázva), ahol a cél nem az, hogy a játékosok együtt legyenek és közösen oldjanak meg feladatokat, hanem az, hogy kiejtsék a másikat, hogy megmutassák azt, hogyan lehet ezt a játékot jól vagy rosszul játszani.

Korábban már említést tettünk a média fiatalokra gyakorolt hatásáról és az ezzel kapcsolatos médiadiskurzusokról, most nézzük meg azt, hogy egy – a valóságshow korai megjelenését követő – fiatalokkal készült kutatás milyen eredményeket mutatott fel a műsorral kapcsolatban. A kutatás 2002 szeptembere és 2002 decembere között zajlott három fordulóban. Minden fordulóban 333 interjú készült (telefonos kérdezési technikával).<sup>77</sup> Az alapsokaságot a vezetékes telefontal rendelkező 15–29 éves korosztály jelentette, ebből választottak ki 999 főt, akik reprezentálták a sokaságot. Ebben az időszakban két valóságshow ment a televíziókban, a *Big Brother 1* és a *ValóVilág 1*. Néhány érdekes adat a kutatásból: a válaszadók 89%-ban gondolták azt, hogy a valóságshow-k megváltoztatják a fiatalok bizonyos szokásait. Ez vonatkozik a tévénézési és internetezési szokásokra, de a káros szenvedélyekkel kapcsolatban a megkérdezettek nem gondolják azt, hogy a műsor hatására ezek jobban el fognak terjedni.<sup>78</sup> A kutatás másik fontos eredménye volt, hogy a megkérdezett fiatalok általánosságban nagy százalékban értettek egyet azzal, hogy a műsoroknak erős hosszútávú hatása lesz a fiatalokra (89%), de 95%-ban gondolták azt, hogy saját életmódjukban nem lesz változás. Az első szériák kiugróan magas nézettségeket hoztak, de ahogyan korábban utaltunk rá, a VV5-széria után ezt a nézettségi számot már nem sikerült elérni, sőt a közelébe sem lehetett jutni. Gondoljunk csak vissza Kapitányék jóslatára, hogy ez a műsортípus meg fogja változtatni a társadalmat. Ennek a kutatásnak az adatai ezt egyáltalán nem támasztották alá, a fiatalok abszolút a helyén tudták kezelni a műsor káros tartalmait.

## 9. VV10 – A jubileumi műsor

A *ValóVilág* jubileumi műsora 2020. november 14-én indult el a luxemburgi joghatóság alá tartozó RTL II. csatornán. A műsor címe is utal arra, hogy az előző évadhoz hasonlóan erre az évadra is a *Big Brother*-formátum volt hatással, a műsor tehát a két valóságshow ötvözete.

75 ZSOLT (2013) i. m. 49.

76 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006) i. m. 217.

77 A kutatást a Nemzeti Ifjúságkutató Intézet végezte. KISS Paszkál – MOLNÁR Zsuzsanna: *A fiatalok viszonya a valóságműsorokhoz*. Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, 2003.

78 Uo. 57.

A műsorvezetők Nádai Anikó és Puskás Peti voltak, a *BeleValóVilág* háttérműsorát pedig a korábbi széria ilyen típusú programját is vezető Gáspár Győző vitte, akihez 2020 decemberében váltótársként csatlakozott Schumacher Vanda. Nádai Anikó az egyik olyan *VV*-szereplő, aki valódi televíziós karriert csinált, a *VV4*-ben volt játékos, 4. helyen kieső, a *VV5*-öt már műsorvezetőként vitte, és ugyanebben az évben ő volt az Alekosz menyasszonyt keres valóságshow háttérműsorának a műsorvezetője is. 2013–2015 között az *Éjjel-nappal Budapest*ben is szerepelt, majd a *VV8*-at is ő vezette. Puskás Peti énekes, műsorvezető, médiakarrierje a *Megasztár III.* szériájával kezdődött. 2016-tól csatlakozott mentorként az *X-Faktor*hoz, 2019-től a *VV* műsorvezetője. Gáspár Győző énekes és médiaszemélyiség, saját valóságshow-ja is volt. Schumacher Vanda az *Éjjel-Nappal Budapest*ben volt a Lilit megformáló színész, azután több sorozatban is játszott, ez volt az első műsorvezetői feladata.

A műsorba a jelentkezés 2020 júliusában indult. A program 2020 novemberétől 2021. február végéig tartott. Az előző évadhoz hasonlóan a játékosok ismét beszavazó show nélkül jutottak be. Tizennégyen költöztek be a villába, a beköltözés pár napig tartott. A hétköznapi összefoglalók 22.00 órától voltak láthatók, az adások 16 éven aluliaknak nem ajánlott korhatalári besorolással rendelkeztek. A kísérőműsor – *BeleValóVilág* – minden hétköznap 23.00-tól volt látható. Az éjjeli műsorban kaptak helyet azok a jelenetek, amelyek az összefoglalóból kimaradtak valamilyen ok miatt.<sup>79</sup> Néhány változás történt a műsorban az előző évadhoz képest, megváltozott a logó, a műsor főcímdala és egy új kísérőműsorral is jelentkeztek, amely a kiesett játékosok magánéletébe engedett betekintést. A villába hét nő és hét férfi költözött be. A résztvevők közül ketten 20 év alattiak, hatan 25 év alattiak, a többiek 25–30 év közöttiek, a legidősebb szereplő 30 éves volt. Eredeti foglalkozásuk széles skálán mozgott, a legfiatalabb villalako még tanuló, de volt két munkanélküli is köztük. A legkevesebb villában töltött nap három nap, a legtöbb 106 nap volt. Az első két kieső kivételével mindenki egy hétig volt villamester.

## 10. A szöveg mélyén – narratívák a *VV10*-ben

Számos módját ismerjük a médiaszövegek elemzésének, ezek egyike a narratívaelemzés, melynek során médiaszövegek formális analízisét végezzük el. Az események térbeli és időbeli lefolyásának elemzése mellett vizsgáljuk a logikai narratívát is: az ok és okozat, a törés és korrekció, valamint a rejtély és megoldás közötti kapcsolatot, közvetítő „közvetet”. Ha kutatási módszerként a narratívaelemzést választjuk, leggyakrabban a szekvenciákat és szerepeket vizsgáló, Vladimir Propp nevéhez kötődő szintagmatikus vagy a Claude Lévi-Strauss által kidolgozott, ellentétpárokat kutató paradigmatisz módszerrel igyekszünk az általunk vizsgált médiaszövegeket és az általuk közvetített mélyebb tartalmakat felkutatni.<sup>80</sup>

Lévi-Strauss a történetnarratívák legalapvetőbb formáinak a törzsi mítoszokat tekintette. Ezeknek nem történeti szekvenciájára volt kíváncsi, hanem a szereplők, helyszínek és akciók közötti logikai kapcsolatokat helyezte a módszer középpontjába. A Tsimshian törzs mítosza-inak vizsgálata során négy ellentétpár-kategóriát fedezett fel: földrajzi (kelet-nyugat), kozmo-

79 Vizsgálati jelentés. NMHH 2020.

80 Császai Lajos: Műfaj- és narratívaelemzés a médiakutatásban. Egy Mónika-show szövegének „közeli olvasata”. *Médiakutató*, 2010/tavaszi, [https://mediakutato.hu/cikk/2010\\_01\\_tavaszi/05\\_monika\\_show](https://mediakutato.hu/cikk/2010_01_tavaszi/05_monika_show)

lógiai (felső és alsó világ), gazdasági (szárazföldi és tengeri vadászat) és szociológiai (apai vagy anyai ágú település). Véleménye szerint ezek a történetek olyan kódolt üzeneteket hordoznak magukban, amelyek szükségesek a törzs tagjainak társadalmi életében, ugyanakkor éppen ezzel a céllal a törzs maga állítja elő ezeket a történeteket.<sup>81</sup>

Propp az orosz mesék narratíváinak kutatása során azokat legkisebb alkotóelemeikre bontotta, a narratémákra, amely később az elméletalkotáshoz vezetett. Elméletének alapja, hogy a történetekben szerepek (királykisasszony és az apja, hős, hamis hős, ellenfél, segítő, küldönc, adományozó), valamint különböző funkciók vannak.<sup>82</sup> A funkciók azok a cselekvések, történések vagy állapotváltozások, amik állítmányi funkcióval írhatók le, például: eltávozás, tilalom, kémkedés, károkozás, útnak indulás, térbeli mozgás, felismerés és leleplezés, esküvő stb. Ezek függetlenek a szerepektől, és bár néha elmaradhat belőlük egy-egy, de sorrendjük állandónak tekinthető. Egyes funkciók előfeltételezik vagy megkövetelik más funkciók bekövetkezését. Meletyinszkij a Propp tanulmányáról írt könyvében arra is rámutat, hogy a funkciók kijelölésében és elrendezésében az is fontos szerepet játszik, hogy nagy részük párokba rendezhető: tilalom – tilalom megszegése vagy küzdelem – győzelem. Végül Propp az általa vizsgált varázsmesékről megállapítja, hogy a kijelölt 31 funkció megadott sorrendben követi egymást, így alkotva a varázsmesék vázát, és bár változó módon jelenhetnek meg (például összeolvadhatnak vagy kimaradhat egy-egy), összességében minden varázsmese ugyanarra a funkciósorra épül fel.<sup>83</sup>

Ha a történetre egy zárt egységként gondolunk (például a varázsmesék funkciósora), akkor egyben feltételezzük, hogy a történet maga több narratíva vázaként is funkcionálhat, ugyanakkor elkülönül az őt közvetítő médiumtól is. Ezt jól illusztrálja, hogy ugyanazon történetet nyelvi vagy vizuális elemekkel is elmesélhetjük. Több kísérlet született arra, hogy az események kronologikus, oksági és motivációs sorozatát elkülönítsék a közvetítő médiumtól, így született meg a fabula (történet) és a szüzsé (cselekmény) fogalma. Míg a fabula a narratívában előforduló események logikai, kauzális és metonimikus sorozatát jelenti, a szüzsé az eseménysorozat narratívában való megjelenésére vonatkozik.<sup>84</sup> Mivel a fabula magát az eseménysorozatot jelenti, ennek felépítése, sorrendje kötött. Ezzel ellentétben a szüzsé során könnyen előfordulhat az események térbeli, időbeli és/vagy logikai átrendeződése a közönség (például hallgatók, nézők) érdeklődésének fenntartása érdekében. A csattanókat és a meglepetést sokszor nem a történet, hanem a szüzsé adja.<sup>85</sup>

A fabula és a szüzsé kutatása során szükséges megvizsgálnunk azt a „közvetlen hangot”, ami (vagy aki) közvetíti számunkra a történetet. A mesélő vagy más néven narrátor, elbeszélő az, akin keresztül megismerjük a fabulát, és aki megalkotja a szüzsét. A narrátor vizsgálata során fontos szempont, hogy mindentudó vagy korlátozott tudással rendelkező elbeszélőről van-e szó. A korlátozott tudás kérdése szorosan kapcsolódik a narratív perspektívához, tehát hogy a narrátor pontosan „honnan beszél”. Minden esetben vizsgálat tárgyát képezheti, hogy mennyit árul el a befogadók számára az elbeszélő, s hogy milyen ideológiát, milyen értékeket

81 Uo.

82 Uo.

83 FÜZI Izabella – TÖRÖK Ervin: *Bevezetés az epikai szövegek és a narratív film elemzésébe*, [http://eta.bibl.u-szeged.hu/1713/2/epikai\\_szovegek/mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mediatar/virtankonyv/tartalom.html](http://eta.bibl.u-szeged.hu/1713/2/epikai_szovegek/mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mediatar/virtankonyv/tartalom.html)

84 Uo.

85 CsÁSZI (2010) i. m.



közvetít a hallgatóság vagy a nézőközönség felé. Ez utóbbi különösen fontos lehet a média-szövegek vizsgálata során, hisz az elbeszélő által képviselt értékek – és az így kialakuló szüzsék – nagy hatással lehetnek a befogadókra.<sup>86</sup>

## 11. Káros tartalmak a *VV10*-ben

A *ValóVilág powered by Big Brother 10 (VV10)*-széria narratívaelemzésének célja a műsorban bemutatott káros tartalmak megjelenésének vizsgálata volt. Ehhez a kiindulópontot a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság barométere adta, amely a műsor minden televízióban megjelent epizódjának tartalmát vizsgálta.<sup>87</sup> Az NMHH elemzésének célja a káros tartalmak (szexualitás, szexuális kontextusban megjelenő meztelenség, trágár kifejezések gyakorisága, dohányzás, direkt és indirekt alkoholfogyasztás) mennyiségének felmérése epizódonként, a vizsgálatban elemzési egységként a káros tartalmakat megjelenítő jelenetszámokat választották ki, illetve a trágár kifejezések esetén azok számszerűsített mennyiségét (tehát jelenetenként akár többet is). Az elemzés a következő módon határozta meg a jelenet fogalmát: „két vágás között, azonos térben és időben zajló történések megszakítás nélküli sorozata”,<sup>88</sup> valamint a jelenetek annyiszor kerültek rögzítésre, ahány alkalommal azok a műsorszerkesztő által bekerültek az összefoglaló epizódba. A szexualitás mérése során azokat a jeleneteket is regisztrálták, amikor a szexualitás verbális vagy vizuális szinten jelent meg, tehát a szexualitásra, szexuális tevékenységekre való utalás, arról való párbeszéd is bekerült az elemzésbe. Az NMHH vizsgálata megkülönböztet direkt és indirekt alkoholfogyasztást: az indirekt alkoholfogyasztás kategóriájába tartoznak azok a jelenetek, amikor a szereplők alkoholfogyasztással kapcsolatos élményeikről beszélnek, illetve amikor az alkoholtartalmú italokkal teli – vagy már üres – palackokat mutatja a kamera. Mivel a villalások gyakorta megjelenő dohányzása is agályos tartalomnak tekinthető, a dohányzást egyértelműen bemutató jelenetek is rögzítésre kerültek az elemzésben. A szegmensek mennyisége – illetve trágárság esetén a kifejezések darabszáma – mellett a vizsgálat tartalmazza az adott epizódhoz tartozó, a 13–17 éves korosztályra vonatkozó AMR és SHR% értéket is.<sup>89</sup>

Narratívaelemzésünk kiindulópontjaként tehát a fent röviden vázolt elemzés szolgált. A barométer a káros tartalmak megjelenését számszerűsítette az azokat tartalmazó szegmensek alapján (trágárság esetén más módszertannal), viszont ebből nem derül ki számunkra, hogy a káros tartalmakat prezentáló részek mekkora részt képviselnek egy-egy epizód esetén. Mivel a jelenetek hossza széles skálán mozog, egy például direkt alkoholfogyasztást tartalmazó lehet akár 5–10 másodperc hosszúságú, akár több mint egyperces is, és így a szekvenciák az adott epizód teljes hosszához mért aránya is igen változó. Miért lehet fontos a káros tartalmakat bemutató jelenetek megoszlása? Ahogyan arról már szó esett, egy történet esetén megkülönböztetjük a fabula és szüzsé fogalmát.<sup>90</sup> Míg az előbbi maga a tartalom (tehát a történet elmesélése), addig utóbbi a cselekmény (tehát az elmesélés logikai, térbeli, időbeli rendezése).

86 GRISPRUD (2007) i. m.

87 [https://nmhh.hu/cikk/216739/A\\_ValoVilag\\_powered\\_by\\_Big\\_Brother\\_10\\_cimu\\_musorszamban\\_feltart\\_karos\\_magartasmintakat\\_szamszerusito\\_eredmenyek\\_2020\\_november\\_30\\_es\\_december\\_13\\_kozott](https://nmhh.hu/cikk/216739/A_ValoVilag_powered_by_Big_Brother_10_cimu_musorszamban_feltart_karos_magartasmintakat_szamszerusito_eredmenyek_2020_november_30_es_december_13_kozott)

88 Uo.

89 Uo.

90 CsÁSZI (2010) i. m.

Egy történetet gyakran a szüzsé tesz izgalmassá, fordulatossá, amiben nagy szerepe van az elmesélő személyének – jelen esetben a kamerának és azon keresztül a műsor szerkesztőjének. Mivel a mesélő minden esetben egyfajta értékrendet és/vagy ideológiát képvisel, az általa előadott cselekménnyel (szüzsé) egyben ezt az értékrendet is közvetíteni fogja. Mivel ugyanazt a történetet (fabula) más-más módon ismerheti meg a hallgatóság – jelen esetben a nézőközönség –, egyértelműnek tűnik, hogy a káros tartalmakat bemutató jelenetek aránya miért válik fontossá. Habár a barométerből megismerhetjük az ilyen jelenetek darabszámát, nem tudjuk, hogy a szüzsében mekkora hangsúlyt kapnak ezek, tehát maguk a káros tartalmak. Ennek vizsgálatával megállapíthatjuk, hogy a kamera által bemutatott – és a közönségben kialakuló – szüzsé épp ezen tartalmak, viselkedési módok elfogadottságát hangsúlyozza-e (amennyiben nagy arányt képviselnek az epizódok teljes hosszához képest) vagy sem.

A káros tartalmakat bemutató jelenetek arányának vizsgálatához az alábbi módszert alkalmaztuk. A *ValóVilág powered by Big Brother 10* teljes szériájának hosszát (2020. november 14. – 2021. február 27., összesen 106 epizód) elharmadoltuk, minden harmadból egy-egy hét került kiválasztásra, amely hetek összes epizódjának káros tartalmat bemutató jeleneteinek hosszát vizsgáltuk. Ehhez epizódonként a káros tartalmakat ábrázoló jelenetek kezdeti és végpontját egy Excel-táblában rögzítettük, képlet segítségével kiszámoltuk a jelenet percben/másodpercben mért hosszát, majd a teljes epizód hosszához mért arányát – ez utóbbit százalékban adtuk meg (példa: 3. táblázat).

Dátum	Epizód	Epizód hossz.	Típus	-tól	-ig	Jelenet hossz.	Százalék
jan. 18.	66.	0:44:42	trágárság	0:13:02	0:13:12	0:00:10	0,37%

3. táblázat. Káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának és arányának mérése a *ValóVilág powered by Big Brother 10* epizódjaiban (saját szerkesztés)

Az elemzésben az NMHH barométerben bemutatott vizsgálatától kissé eltérő definíció alapján elemeztük a káros tartalmakat. Első és legfontosabb különbség, hogy míg a barométer a trágár kifejezések darabszámát analizálta, addig elemzésünkben a trágár kifejezéseket tartalmazó jelenetek hosszát elemeztük, mivel a vizsgálat céljának tekintetében ez volt a releváns egység. Nem választottuk külön a direkt és indirekt alkoholfogyasztást, ugyanakkor a meztelenség fogalmát kibővítettük: nem csupán a szexuális kontextusban megjelenő meztelenséget vizsgáltuk, hanem a hétköznapi cselekvések (például zuhanyzás), illetve a nagymértékű alulöltözöttség (fehérnemű) is bekerült ebbe a kategóriába, mivel feltételezésünk szerint ezen állapotok gyakori ábrázolása a szexuális kontextusban bemutatott meztelenséghez hasonlóan károsíthatja a vizsgált célcsoport (13–17 évesek) értékrendjét. Ha több vágás ugyanazon szereplőket ugyanazon tevékenység (például dohányzás) közben mutatta, a jelenetek hosszát egyben tüntettük fel a táblázatban, illetve ha ezen szegmenseket olyan rész szakította meg, ami továbbra is az adott szereplőket mutatta, és csupán a kameraállásból kifolyólag nem látszódott a képernyőn a tevékenység, az adott egységet is beleszámítottuk az említett káros tartalom arányának mérésébe. Ezt azért tartottuk indokoltnak, mivel bár nem látszódik például a dohányzás pár másodpercig, a szereplők és a helyszín egyértelműen tudatosítja a nézőben, hogy az adott tevékenység nem szakadt meg, csupán éppen nem látják magát a cselekvést, de az ettől még a történet (fabula) része. Amennyiben egy jelenet több káros tartalmat mutatott be – például dohányzás közben trágár kifejezéseket használt egy szereplő –, úgy ezeket a jele-

neteket nem számoltuk duplán, csupán a „típus” meghatározásánál mindkét káros tartalmat felsoroltuk, ezzel elkerülve a jelenetek hosszának duplikálódását.

Az így létrejövő adatokat (egyres jelenetek hossza és aránya a teljes epizóddhoz képest) az említett táblázatban összesítettük. Az adatok elemzésének segítségével megtudhatjuk, egy-egy epizódnak mekkora hányadát tették ki a káros tartalmakat bemutató jelenetek a széria különböző szakaszaiban (harmadok). A következőkben az adatok elemzését ismertetjük a különböző harmadok szerint a jelenetek típusainak tekintetében, valamint megvizsgáljuk, hogy milyen tendenciát mutatott a káros tartalmakat bemutató szegmensek aránya a széria kezdetétől a végéig.

### 11.1. December 7–13.

A *ValóVilág powered by Big Brother 10* műsorának első harmadából a 2020. december 7-e és december 13-a közötti adások (24–30. epizód) kerültek kiválasztásra. Ez a hét egy ún. párbaj-hét volt, Gábor és Bálint voltak a párbajozók, a hét végén (szombaton) Gábor távozott a villából. A Gábor és Bálint – valamint segítők: Renátó és Dani – közötti konfliktus volt a központi témája a heti történéseknek. A villalakóknak választani kellett, melyik párbajozót támogatják, több feladatban pedig kifejezetten a másik hibáit, gyengeségeit kellett kiemelniük (például versírás). A már korábban kialakult ellentét és a párbaj ténye számos olyan helyzethez vezetett a héten, ahol vita vagy veszekedés alakult ki, ezek pedig megfelelő táptalajt szolgáltatottak a trágár kifejezéseknek, ami az obszcén megnyilatkozásokat tartalmazó jelenetek arányában is megmutatkozott.

Ha a teljes hetet nézzük, adásonként a káros tartalmakat ábrázoló jelenetek hossza átlagosan az adások 23,74%-át tette ki. A legmagasabb érték 34,86% volt (december 8.), míg a legalacsonyabb 8,33% (december 9.), a napi értékek a 4. táblázatban láthatók.

Dátum	Epizód	Napi arány
December 7.	24.	32,12%
December 8.	25.	34,86%
December 9.	26.	8,33%
December 10.	27.	27,27%
December 11.	28.	29,40%
December 12.	29.	10,97%
December 13.	30.	23,25%
Átlag:		23,74%

4. táblázat. Káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának aránya a 2020. december 7-e és december 13-a közötti VV10 adások esetében (saját szerkesztés)

Ha az egyes napokra lebontva tekintjük az adatokat, változó tendenciát mutatnak a káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának arányai a teljes adáshoz képest: alapvetően a trágár kifejezéseket tartalmazó jelenetek megoszlása a legmagasabb, ezután pedig változó, hogy a dohányzást vagy az alkoholfogyasztást ábrázoló szegmensek következnek-e. Ez utóbbi oka lehet a villalakók bulija, ahol nagy valószínűséggel előfordulnak alkoholfogyasztást ábrázoló

részek, aminek következtében ez egységek hosszának aránya nagyobb lehet a dohányzást ábrázoló jelenetek megoszlásánál. A hét során egyetlen epizód tartalmazott kifejezetten szexuális – egészen pontosan fogalmazva erotikus – jellegű feladatot: egyik alkalommal a villalakóknak „twerkelni” kellett (twerking), ami a fenék mozgását hangsúlyozó egyedi hip-hop stílus New Orleans-ból.<sup>91</sup> A feladatot többen oly módon oldották meg, ami beleillett a szexualitás ábrázolásába, így ebben az adásban a szexualitást tartalmazó jelenetek az adás teljes hosszához mért aránya kiemelkedően magas volt.

A párbaj-héttől kifolyólag a Gábor és Bálint – illetve támogatóik – közötti ellentétekből kialakuló konfliktushelyzetek könnyen adtak teret a trágár kifejezéseknek, így talán nem meglepő, hogy ezen a héten a káros tartalmakat bemutató jelenetek közül az obszcén beszédet tartalmazók átlagos hossza volt a legmagasabb. Ha ezt az adások hosszához mérve nézzük, epizódonként csak a nyomdafestéket nem tűrő megnyilatkozásokat tartalmazó jelenetek átlagosan közel 10%-ot tettek ki, de ha ehhez hozzáadjuk az egyéb káros tartalmat és az obszcenitást tartalmazó jeleneteket is, akkor ez adásonként átlagosan közel 15%-ot (14,82%) jelent. Az egyes adások teljes hosszához mérve a második legtöbb ideig szereplő káros tartalom a dohányzás volt. Ez átlagosan a műsorszámok idejének az 5,14%-át jelentette, egyéb aggályos tartalmakkal való együttes szereplése (főként a trágárság) átlagosan a teljes epizódok 8,28%-át tette ki. A műsorszámok teljes hosszának átlagosan kevesebb mint 5%-ában volt látható alkoholfogyasztást, meztelenséget, illetve szexualitást ábrázoló jelenet, így ezekről a tartalmakról elmondhatjuk, hogy elenyésző mennyiségben voltak jelen a vizsgált időintervallumban.

## 11.2. Január 18–24.

A *ValóVilág powered by Big Brother 10* szériájának második harmadából a 2021. január 18-a és január 24-e közötti adásokat (66–72. epizód) választottuk ki. Ez a hét az „önfejlesztés” hete volt a villalakók számára, akik a hét folyamán angolnyelv-, etikett-, környezetvédelem-, zene- és jógaórákon vettek részt. A programok jelentős hányadában az órákon való részvétel, illetve az órákra való felkészülést, gyakorlást láthattuk. Az etikett óra egyik fő célja a trágár kifejezések használatának visszaszorítása volt, így ez jelentősen befolyásolta az obszcén megnyilatkozásokat bemutató jelenetek arányát, de alapvetően az egész hétről elmondható, hogy az első harmadban tapasztalt megoszlások száma itt jelentősen lecsökkent. A trágár kifejezések szerepeltetése is leginkább az épp ezt elkerülő játékban, kihívásban való elbukás megjelenítéseként szerepelt, ugyanakkor láthattuk a viselkedés által kiváltott szankciókat is (például súlyok hordása kezeken, lábakon). A hét folyamán nem volt párbaj, így kiélezett konfliktusokat sem lehetett felfedezni. A villa lakóinak nem kellett egymással szemben álló csoportokba gyülekezni, nem kellett egy társuk bukása mellett/ellen kampányolniuk. Mivel ez jelentősen csökkentette a verbális agresszió vagy vita előfordulásának esélyét, ezzel arányosan mérséklődött a trágár kifejezések használatának lehetősége is. Még Vivi párbajra küldését sem főként ellenérzések táplálták, többen a lány motivációjának újra megtalálása érdekében küldték őt párbajra, mintegy segítséget nyújtva ezzel neki. A káros tartalmat ábrázoló jelenetek hosszának aránya átlagosan 9,04% volt a héten, tehát még a 10%-os értéket sem érte el.

91 <https://en.wikipedia.org/wiki/Twerking>

Dátum	Epizód	Napi arány
Január 18.	66.	5,00%
Január 19.	67.	16,66%
Január 20.	68.	1,68%
Január 21.	69.	9,02%
Január 22.	70.	4,14%
Január 23.	71.	14,22%
Január 24.	72.	12,56%
Átlag:		9,04%

5. táblázat. Káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának aránya a 2021. január 18-a és január 24-e közötti VV10 adások esetében (saját szerkesztés)

Az egyes napokról elmondható, hogy az első harmadban mért arányokhoz képest minden adásban jelentősen csökkent a káros tartalmat bemutató jelenetek megoszlása a teljes adáshoz viszonyítva. A feladatok jellegéből kifolyólag több esetben nem a trágár kifejezéseket tartalmazó jelenetek fordultak elő a legnagyobb számban: ilyen volt például a január 22-i adás is (70. epizód), amelyben az adás teljes hosszához viszonyítva a trágár kifejezéseket tartalmazó egységek számaránya 0,19% volt – tehát elenyészőnek tekinthető –, míg a dohányzást ábrázoló szekvenciák az adás 3,24%-át tették ki. Példaként említhetnénk a január 23-i adást is, ahol az összes trágár kifejezést tartalmazó rész (tehát azok a jelenetek is, amelyekben a trágár kifejezések mellett más káros tartalmak is megjelentek) hossza a teljes adásnak 1,95%-a volt, míg az összes dohányzást ábrázoló rész (tehát a dohányzás mellett más káros tartalmat is bemutató jelenetekkel együtt) hossza a teljes adás 6,39%-át tette ki. Az összes meztelenséget ábrázoló rész hossza pedig a teljes adás 4,94%-a volt. Láthatjuk, hogy utóbbi esetben már két olyan káros tartalmat is felsorolhattunk, amelyek nagyobb számban voltak jelen az adásban, mint a trágár kifejezéseket tartalmazók.

Ez a megváltozott tendencia az egész hétre vonatkoztatva az alábbiak szerint alakult: heti nézetben is azt láthatjuk, hogy a káros tartalmakat ábrázoló jelenetek a teljes adás hosszához viszonyított arányának sorrendjében a trágár kifejezéseket tartalmazó részek csupán a második legnagyobb arányban vannak jelen (átlagosan ez 3,47% adásonként, beleértve azokat a műsorszegmenseket is, ahol a trágár kifejezések mellett más káros tartalmak is megjelentek), míg a dohányzást ábrázoló átlagos aránya 5,09% adásonként (ideértve a dohányzás mellett más káros tartalmat ábrázoló egységeket is). A harmadik legnagyobb arányt képviselő káros tartalom esetében is változás történt: definíciónk szerint a meztelenség átlagosan az adások 1,26%-ában jelent meg (ebben az esetben nem volt olyan rész, ahol más káros tartalommal együtt szerepelt volna a meztelenség). Ezek a jelenetek főként fürdést ábrázoltak, így az NMHH barométeréhez készült definíció alapján nem kerültek volna be az elemzésbe, csupán jelen kutatás során soroltuk a káros tartalmak közé. Minden vizsgált káros tartalom esetében láthatjuk, hogy markánsan csökkent a jelenlétük a széria első harmadához képest, de ez részben a vizsgált hét jellegével is indokolható (önfejlesztő hét).

### 11.3. Február 8–14.

A *ValóVilág powered by Big Brother 10* műsorának utolsó harmadából a 2021. február 8-a és február 14-e közötti adásokat (87–93. epizód) választottuk ki. Az első harmadban elemzett héthez hasonlóan ez is egy párbaj-hét volt, Merci és Virág voltak a párbajozók, a hét végén (szombaton) Virág távozott a villából. Egyben a hét egy „olimpiai hét” is volt, a versenyzők különböző sportágakban mérették meg magukat, külön férfi és női kategóriában, a két kategória győztese (Virág és Robi) jutalomban részesült. Bár a párbaj alapján arra számíthatnánk, hogy ezen a héten a december 7-e és 13-a közötti hét számaihoz közelítő eredményeket kapunk, a vizsgált februári hét eredményei sokkal inkább a második harmad eredményeihez hasonlítanak. Fontos megjegyezni, hogy míg az első vizsgált hét során Gábor és Bálint között erős konfliktus állt fenn, amit segítők, Renátó és Dani is képviseltek, addig Merci és Virág között ez az összecsapás kevésbé bizonyult „véresnek”. A villában mindketten párral rendelkeztek, viszont Moh és Dani között nem alakult ki erős ellentét, így az agresszió például trágár kifejezések használatával való levezetése sem volt jellemző (a hét során sokkal meghatározóbbak voltak a párok közötti viták és ellentétek). A káros tartalmakat ábrázoló jelenetek hosszának aránya a vizsgált hét során átlagosan 8,63% volt, amely érték még a második harmadban vizsgált hétnél is alacsonyabbnak bizonyult. A legmagasabb megoszlás 15,53% volt, a legalacsonyabb pedig 2,57%.

Dátum	Epizód	Napi arány
Február 8.	87.	9,71%
Február 9.	88.	7,88%
Február 10.	89.	8,00%
Február 11.	90.	15,53%
Február 12.	91.	6,19%
Február 13.	92.	2,57%
Február 14.	93.	10,56%
Átlag:		8,63%

6. táblázat. Káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának aránya a 2021. február 8-a és február 14-e közötti VV10 adások esetében (saját szerkesztés)

Az első két harmadhoz képest tovább csökkent azon napok száma, ahol a trágár kifejezéseket tartalmazó jelenetek hosszának aránya volt a legmagasabb. Mindössze egy ilyen napot találunk (február 8.), ekkor a trágár kifejezéseket tartalmazó szegmensek a teljes adás 4,26%-át tették ki. Minden más napon megegyező vagy a trágár kifejezéseket tartalmazó jeleneteknél nagyobb arányban volt jelen a dohányzás mint káros tartalom. Ezen a héten is a szexualitást, illetve a meztelenséget tartalmazó egységek alacsony arányban voltak megfigyelhetők a teljes adásokhoz képest.

#### 11.4. Alacsony értékek – csekély hatás?

Habár az aggályos epizódok számait tekintve bizakodók lehetnénk, fontos megfigyelni azt, hogy a vizsgált káros tartalmak milyen kontextusban jelentek meg. Kapitányék elemzési szempontjait áttekintve számos aggodalomra okot adó tényezőt fedezhetünk fel még az alacsony arányszámok ellenére is.

Ahogy az elemzésből is látszik, mindhárom héten jelentős arányban fordult elő káromkodás a káros tartalmak között, ami Kapitányék elemzési szempontjai közül a „Nyelvi viselkedés” alá sorolható. Bár a teljes adásokhoz viszonyítva az arány olykor elhanyagolhatónak tekinthető, de a kontextus, amelyben megjelenik, már nem. Sokszor láthatjuk (főleg az első vizsgált hét folyamán) a konfliktushelyzetekben megjelenő verbális agressziót, aminek egyik fő megnyilvánulása a trágár szavak használata. Ehhez kapcsolódik a felfokozott hangerő, az indulatos közlési mód és a gyakran előforduló másik szavába vágás. Mivel a konfliktushelyzetekre szinte kivétel nélkül ezt a fajta megoldást mutatja be a műsor, így ez a fiatalok számára elfogadható módszernek tűnhet, holott se pozitív példának, se célravezető eszköznek nem mondható. Ez utóbbi a konfliktusok „eredményében” is megnyilvánul: igazán sosem kerülnek lezárásra, nem születik konszenzus (vagy legalább kompromisszum), legtöbbször az egymás „otthagynása” lesz a megoldás – ami megfutamodásnak is tekinthető. A konfliktushelyzetek mellett a trágár szavak használata két vizsgált hét folyamán is egy-egy kihívásban jelent meg. Ezek során a cél a káromkodás elkerülése volt, ami egyáltalán nem tekinthető sikeres törekvésnek a villalakók részéről. Ugyanakkor, amennyiben valaki hibázott, általában kuncogás, nevetés érkezett a többiek és a hibázó részéről is. Ez alapján tehát a káromkodás egy jópofa dolognak tűnhet, ami inkább egy játék része, nem pedig egy kerülendő, elítélendő viselkedési forma. Az az ellentmondás pedig már-már komikusnak tűnhet, hogy – főleg a lányok részéről – többször elhangzik az interjúszobában, mennyire elítélendő a káromkodás, és ők mennyire próbálják elkerülni, majd a következő jelenetben látjuk, hogy éppen az ellenkezőjét teszik. És mi a helyzet azzal, aki valóban nem káromkodik (Gábor)? Ő a furcsa, a kívülálló, aki mintha egy másik bolygóról érkezett volna, és akit nem fogad be a „társadalom” – a villa lakói.

„Az élet egy nagy buli” szempontban megjelenik a túlzott alkoholfogyasztás – ami a káros tartalmakat bemutató jelenetek összességében a trágár kifejezések használatához hasonlóan jelentős hányadot tett ki – és a hedonista életvitel. A vizsgált minta során csak egy alkalommal láthattunk konkrét alkalomhoz köthető bulit (Virág születésnapja), minden más alkalommal céltalan, „érezzük jól magunkat” eseményeket mutattak be az adások. Az alkoholfogyasztás káros, mégsem elítélendőnek bemutatott hatásai is megjelentek a képernyőn: fizikai reakciók (hányás), konfliktusok kiéleződése, szexuális elemeket tartalmazó viselkedés (Robi és Gina tánca), emlékezetkihagyás (Robi). Ezek közül egyiknek sem lett negatív következménye, egyiket sem mutatta be a műsor elrettentő példaként – inkább szórakoztató elemként jelentek meg.

Ha nem is állandóan, de egy-egy adás, egy-két nap alkalmával a szexualitás, a meztelenség is jelentős hányadot képviselt a vizsgált káros tartalmak összességében. A szereplők tisztában vannak a mindenhol jelen lévő, privát szférába is beférkőző kamerával (például fürdés), ugyanakkor az már személyes döntésük, hogy a közösségi térben hogyan jelennek meg egymás előtt – ezzel pedig képviselve az alulöltözöttség, „szinte meztelenség” elfogadottságát a társadalomban. Érdekes vizsgálati szempont még a szexualitás kategóriáján belül

– némileg kilépve Kapitányék fogalmköréből – a sexualitás más fogalmakkal való összevonása. A vizsgálatba került decemberi hét egyik feladata egy Mikulás-fotózás volt a villalakók Instagram-profiljához, ahol kifejezetten erotikus kisugárzással rendelkező képek születtek. Mivel ezek a képek az Instagram felületére kerültek fel, még nagyobb közönséghez juthattak el (azokhoz is, akik vagy csak interneten, vagy csupán felületesen követték a televízióban a műsort). Az eredetileg egyházi eredetű ünnep így egy, a keresztény értékekkel szembemenő kontextusban jelent meg. Ha belegondolunk, hogy a vizsgált korcsoport (13–17 évesek) főként fiatalabb tagjai még akár ajándékot is kaphatnak ezen az ünnepen, beláthatjuk, milyen káros hatással lehet a „szexi Mikulás-fotózás” narratívája értékrendjük alakulására.

### 11.5. Fabula és szüzsé a számok tükrében

Az előzőekben láthattuk, hogyan alakultak a káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának arányai az adott adások teljes hosszához mérve. De miért is lehetnek fontosak ezek az adatok a fabula és a szüzsé, tehát a narratíva szempontjából? Ahogyan azt korábban írtuk, a fabula maga a történet, míg a szüzsé a cselekmény, tehát a történet elbeszélésének módja. Amit az adások alkalmával a kamerák közvetítenek a nézők felé – beszélgetések, viták, játékok, kihívások –, az maga a fabula, a történés, amit a kameráknak köszönhetően „elbeszélő nélkül” ismerhetünk meg. Mivel nincs elbeszélő, nincs az elbeszélő által közvetített értékítélet, ideológia sem, ami meghatározná a nézők számára, hogy mi számít jónak vagy rossznak, elfogadottnak vagy elítélendőnek, normális vagy deviáns viselkedésnek. A *ValóVilág powered by Big Brother 10* szériájának adásait nézve a közönség tagjai úgy érezhetik, a „tisztá” fabulát látják, amit egy ítéletektől mentes narrátor (kamera) közvetít számukra, így megadatik a fabula saját értelmezése, egyfajta belső elbeszélés (szüzsé). Ha feltételezzük, hogy valóban egy szüzsétől mentes fabulát követhetünk végig, érthetővé válik, miért fontos a káros tartalmakat ábrázoló jelenetek aránya az adások teljes hosszának tekintetében. Ha nincs közvetített értékrend, amely meghatározná a közönség számára, hogy mi helyes és mi nem – tehát ezeknek a fogalmaknak a közönség tagjainak elméjében kell megszületni –, a nagy arányban ábrázolt káros tartalom könnyen válhat elfogadott tartalomká az elítélendő helyett. Ez különösen veszélyes lehet az NMHH barométerében vizsgált korosztály (13–17 évesek) esetében, akiknél egy kialakulóban lévő, könnyen formálódó értékrendről van szó, amelyet egy nagy arányban káros tartalmakat közvetítő szórakoztató műsor nem megfelelő irányba befolyásolhat.

Igaz-e, hogy szüzsétől mentes fabulát látunk? Bizonyos mértékben igen, de nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy a *VV10* adásai többségében összefoglalók, csak adott esetekben történik élő kapcsolat a villából (például párbaj előtti percek). Minden más esetben a műsor szerkesztői által összeállított képsor látható, amelyek még időrendben sem feltétlen követik egymást. Erre jó példa a harmadik harmad vizsgált hete, amikor élő kapcsolat során megtudhattuk, hogy Merci kit hív ki a párbajra, majd későbbi, még az élőben közvetített párbaj előtti adásokban olyan eseményekről láthattunk bejátszást, amelyek még a kihívás előtt történtek (például az utolsó lila kendő felvétele Robi által). Másik példa, amely már az ok-okozati összefüggések felborulását illusztrálja: a második harmadban vizsgált héten a párbajra küldés „ceremóniájának” elején megtudtuk, hogy Moh-ról lekerült a védettséget jelentő lila kendő, de ennek okát csak egy későbbi adásból ismerhettük meg. Ezek a példák jól bizonyítják, hogy bár úgy tűnhet, elbeszélés nélküli fabulát láthatnak a nézők, a történeteknek még az



egymásutániságát is befolyásolják, ok-okozati összefüggéseket sokszor fordított sorrendben ismertetnek, tehát a kamerák által közvetített „tiszta” események egy meghatározott cselekményként (szüzsé) kerülnek adásba. Ha viszont feltételezzük a szüzsé jelenlétét, feltételezzük az elmesélő jelenlétét is – aki ebben az esetben a műsorszerkesztő személyében határozható meg leginkább, hisz ő az, aki definiálja, mit és milyen sorrendben lásson a néző, befolyásolva ezzel a látottak értelmezését. Minderről tudó elbeszélőről van szó, aki csak az általa szükségesnek vélt jeleneteket, történéseket közvetíti a közönség felé. Ha az eddig leírtakat végig gondoljuk, újfent arra juthatunk, hogy a valóságshow-k közönségre tett hatásában meghatározó lehet a káros tartalmakat bemutató jelenetek aránya. Mivel az elbeszélő (műsorszerkesztő) az, aki meghatározza, mit és mikor tudhat meg a néző, ő határozza meg a káros tartalmakat bemutató jelenetek számát és hosszát. Ha az ilyen jelenetek jelentős részét teszik ki egy adás teljes hosszának, akkor ezek válnak hangsúlyossá a cselekményben (szüzsé) és ezek maradnak meg leginkább a nézők emlékezetében. Ha a vizsgált célcsoportra (13–17 évesek) vetítjük a fent leírtakat, határozottan kirajzolódik, hogy mindenképp negatív hatásai lehetnek a káros tartalmak nagyarányú közvetítésének.

A kutatás során a teljes *Való Világ powered by Big Brother 10* szériát három egységre osztva vizsgáltuk, a három egységből egy-egy hetet kiemelve figyeltük meg a káros tartalmakat bemutató jelenetek arányát az egyes műsorszámokban (jelenetek hossza a teljes adás hosszához viszonyítva). Az első vizsgált héten a káros tartalmakat bemutató jelenetek hosszának aránya 23,74% volt, ezekben a napokban a legnagyobb érték 34,86% volt, ami azt jelenti, hogy a héten átlagosan egy adott program kevesebb mint egynegyede során közvetítettek káros tartalmakat, míg a legtöbb ilyen tartalmat bemutató adásban is csupán valamivel több, mint a program hosszának egyharmada során voltak káros tartalmak láthatók. Ha a széria másik két harmadának kiválasztott heteiről készült vizsgálatot megtekintjük, jól látható, hogy még az előbbi számokhoz képest is drasztikusan csökkent a káros tartalmakat bemutató jelenetek aránya. Míg a januári adásokból kiemelt héten az átlagos arány 9,05% volt, addig a februári héten ez még kisebb, mindössze 8,63%. Mindkét hét során széles skálán mozgott a napok tekintetében a káros tartalmakat bemutató szegmensek aránya, de sosem haladta meg a 20%-ot, tehát az adások hosszának egyötödét. Ez alapján elmondhatjuk, hogy a káros tartalmakat bemutató részek nem „uralkodtak” az adásokon, sok esetben meglepően elenyésző arányban voltak jelen (például február 13. – 2,57%), így nem valószínű, hogy ezek a viselkedési módok (trágár kifejezések, dohányzás, alkoholfogyasztás stb.) hangsúlyos, „fontos” tényezőként maradnak meg a nézők emlékezetében, alacsony arányú szereplésük nem feltétlen kelti követendő példa vagy norma hatását. Több esetben arra láthattunk példát, hogy az ilyen viselkedést az adásokban szankcionálták: a vizsgált decemberi hét egyik feladata a trágár kifejezések elkerülése volt, aki kiesett, egy műanyag labdát kellett a játék végéig a szájában fognia (ebből Gábor került ki győztesként); míg a januári „önfejlesztő” héten az egyik cél kifejezetten az obszcén kifejezések használatának visszaszorítása volt többféle szankció alkalmazásával (súlyok viselése, illetve Moh többszöri szabályszegése következtében kollektív büntetés: meleg víz megvonása). A vizsgált adások során az alkoholfogyasztás szinte kivétel nélkül alkalomhoz köthető volt (például buli, születésnap, ünneplés), ritkán láthattunk „öncélú” alkoholfogyasztást. Nagy arányban volt látható dohányzást bemutató jelenet, ugyanakkor ezek kivétel nélkül adott helyen (udvar) történtek, a kijelölt szabályok betartásával. Az eddig felsorolt tényezők a kis arányban előforduló, káros tartalmakat bemutató jelenetek súlyát némiképp csökkentik, és bár pozitív példaként nem tekinthetünk rájuk, a felsorolt káros tartalmak leg-

alább nem szélsőséges formájukban jelentek meg (ez alól talán a trágár kifejezések használata tekinthető kivételnek).

A fabula, a szüzsé és a vizsgált számadatok tekintetében nem mondható ki biztosan, hogy akár a fabula, akár a szüzsé szintjén a káros tartalmakat bemutató jelenetek erős hatással lehetnek a nézőközönség tagjaira. Se a teljes adásokhoz mért arányuk, se a kontextus, amelyben bemutatásra kerültek, nem indokolja a nézőközönség felé gyakorolt erős hatás feltételezését még a vizsgált 13–17 éves korosztályban sem. A műsor hatását viszont érdemes lehet más tartalmak mentén vizsgálni. A vizsgált három hét során feltűnő gyakorisággal bukkantak fel konfliktusok, illetve a párkapcsolati problémák megoldásának negatív módszerei és a nem megfelelő kommunikáció. Amennyiben a fent részletezett módszerrel bebizonyosodna, hogy ezek a típusú tartalmak nagy arányban szolgáltatják az egyes adások üzenetét, az elgondolkozásra adhatna okot. Az ilyen típusú konfliktuskezelési és kommunikációs módszerek nagy arányban való szerepeltetése vajon milyen hatással lehet a vizsgált 13–17 éves korosztályra? Adnak-e ezek a jelenetek, jelenetsorozatok mintát a fiataloknak, illetve láthatunk-e a műsorban az ellentétekre és problémákra más típusú megoldási módszereket? Érdekesség, hogy bár az önfejlesztő hét során számos készség, tudás fejlesztésére lehetőségük volt a villalakóknak, a kommunikációs készségek fejlesztése nem szerepelt a lehetőségek között (a jóga során némileg érintették ezt a területet, de külön foglalkozást erre vonatkozóan nem láthattunk). Összességében, míg a barométerben ismertetett káros tartalmakat az adások során több esetben negatív viselkedési formaként mutatták, sőt még ezek leküzdésére vonatkozó megoldásokat is láthattunk (például trágár kifejezések használatának szankcionálása), addig a vizsgált hetek során ilyen tendenciákat nem regisztráltunk.

## 12. Narratívák a *BeleValóVilágban* – mintavétel, módszertan

A narratívák vizsgálatánál a kiválasztott három hét vonatkozásában az alábbi észrevételeket lehetett tenni. A december 7-e és december 14-e közötti időszakra az volt a jellemző, hogy ekkorra már mindenki beköltözött, elindultak a résztvevők között az interakciók, kiobbantak az első konfliktusok, lezajlottak az első viták, a csoportalakulás első fázisán már túl voltak, bátrabban megmutatkoztak a karakterek, túl voltak az ismerkedés, óvatos közeledések időszakán. A második harmadban még nyolcan voltak versenyben, így a köztük lévő viszonyok jól megfigyelhetők voltak. A harmadik harmad a műsor zárása előtt három héttel volt, itt már csak heten voltak a villában, és mind a műsorvezetők, mind a játékosok tudatosan készültek a műsor zárására, a nyertes kihirdetésére. Az elemzésben először kitérünk a két műsorvezetőre, a műsor állandó elemeire, majd ezt követően bemutatjuk azokat a narratívákat, amelyek a 21 részben előkerültek és az egyes részek viszonylatában állandónak bizonyultak.

A *BeleValóVilág*ot két műsorvezető kísérte. Az általunk vizsgált három hétben többségében (minden héten öt alkalommal) Gáspár Győző (José Armando) volt a műsorvezető, a hozzá pár hét késéssel érkező társműsorvezető – Schumacher Vanda – pedig minden héten két alkalommal. Ez azzal is magyarázható, hogy Gáspár Győző évek óta vezeti a *BeleValóVilág*ot, míg fiatal kollégájának ez volt az első műsorvezetői próbálkozása. Ez kettőjük viselkedésén meg is látszott. Győző magabiztos volt, jól uralta a műsort, poénjai, verbális fordulatai jól működtek, öltözködése feltűnő volt, de jól illeszkedett a műsorba, saját magát is el tudta adni (öltöny elárverezés, elrablás, jósnő, megdőbbszörözött szerepek). A műsor dinamikája az ő

vezetése alatt gördülékenyebb volt, a villából származó jelenetek felkonferálásánál bevett fordulatokat használt, az egyes jelenetekhez fűzött kommentárjai viccesek (időnként akár trágá-  
rak) voltak, lubickolt a szerepeiben. A nézőkkel egyértelműen el tudta hitetni, hogy uralja a műsort, ismeri az összefüggéseket, a szereplőket, a történéseket. Ezt a csatorna is tudja, hiszen a szerdai fogadóórát (betelefonálókkal való kommunikáció) és a szombati műsort is ő vezette. A kiesett résztvevőkkel folytatott beszélgetése során végig fenntartotta a figyelmet. Kérdéstechnikája kifejezetten jó volt, a kieső szereplőkkel való közvetlen interakciója empatikus volt, ugyanakkor képes volt arra is, hogy ha szükség volt rá, csapdába csalja a szereplőket, amikor őket a villabéli viselkedésükkel szembesítette (ez főként a kiesett szereplőkkel való beszélgetések során volt megfigyelhető). A műsor kezdetén Gáspár Győző röviden felvázolta vagy felsorolta a műsorban előkerülő témákat, narratívákat, időnként véleményt is nyilvánított, a jeleneteket pedig minden esetben egy bevett szófordulattal indította: „Mutatom is, most!”. Gáspár Győző a saját műsorait rengeteg olyan elemmel színesíti, amelyek erősítik műsorvezetői pozícióját. A több szerep, a műsorokba beleszórt saját narratívák (bokszoló, angol utazás, kvízzjáték, elrablás) egy önálló show-műsorban is megállnák a helyüket.

A második műsorvezető bemutatkozása az általunk vizsgált első héten történt meg, aki a nézők számára nem volt idegen, a szereplőkhöz hasonlóan egy valóságshow-ban kezdte médiaszereplését, s ebből a szempontból jó választásnak tűnt a műsor vezetésére, de ennek a várakozásnak sajnos nem felelt meg (bár lehet, hogy a nézői kommentek ezt a véleményt nem támasztják alá). Vandán az látszott, hogy idegen számára a helyzet, gyerekesen viselkedik (ezt a kellekei is megerősítették), mórlikálja magát, a jeleneteket felkonferáló összekötései nehézkesek, mosolya sokszor kényszeredett, azt is többször elárulta, hogy nincs képen, nem tudja, hogy mi történt a kollégájával (Győzővel – bár elképzelhető, hogy ezzel épp a feszültséget akarta kelteni). Vanda jeleneteket beharangozó szavai sejtelmesek, szinte összekacsint a nézővel, amikor például a szexre vagy valami durva jelenetre utal, az attrakciónak felkonferált tartalmak sokszor messze nem olyan jelentőségűek, mint ahogyan arra az ő szavai alapján számítani lehetne. A sokszor semleges tartalomról erős túlzásokkal beszélt és még tárgyi tévedései is voltak. A jelenetek témájának beazonosítása nem mindig sikeres, a kevésbé szexuálisnak minősülő tartalmakat is a 'szexualitás'-narratívájához köti. Nincs állandó szófordulata, amivel az egyes jeleneteket bevezetné, bár a műsor harmadik harmadában már többször használja Gáspár Győző formuláját a „nézzük, most” – szófordulatot. Mindkét műsorvezető nagyon sokszor promózik (insta, e-mail, követés, írjatok, telefonálás stb.), a műsor megszo-  
kott elemeire is folyamatosan utalnak (belső linkek).<sup>92</sup>

A műsor állandó elemei: szerdai fogadóóra, szombati kiszavazás, a kiesett szereplők megjelenése a stúdióban, beszélgetés, az okok felfejtése, hogy miért esett ki az illető (családtagokkal, régi villalakókkal telefonok). A szerdai műsorok azonos forgatókönyv alapján készültek, hiszen a szerdai napok José Armando fogadóórái, aki ekkor hívja fel azokat a nézőket, akik az Instagramon megadják az elérhetőségeiket. A telefonbeszélgetések témája mindig az aktuális kihívás. A telefonbeszélgetések során a műsorvezető mindig ugyanazt kérdezi (más és más kérdésekkel, sok noszogatással). Mit szólnak a kihíváshoz, milyenek a karakterek, ki a gyenge karakter (itt a saját véleményét rá is erőlteti a nézőkre, hiszen a szűkszavúan nyilatkozó telefonálóknak szinte a szájába rágja, hogy Gábor „megkavarta a szart”, a „Gábor szarkavaró”

92 Mivel a műsor erősen összekötött az online média különböző alkalmazásaival, érdemes lenne egy további elemzésben ezeket a felületeket is bekapcsolni a vizsgálatba.

jelző meg is jelenik a következő telefonbeszélgetés során, Gábor nem való a villába, Gábor menjen haza). Végül Gábor kerül ki vesztesen a párbajból, a szombati adásban övé a fősze-  
rep. A műsorvezető összevágott jeleneteken keresztül mutatja be Gábor történetét a villában. Gábor a stúdióból értelmezi a látottakat: furcsa volt ezt kívülről nézni, sokat gondol a barát-  
nőjére, nem érti a féltékenykedést, ő csak támogatta Virágot. Győző próbálja megmagyarázni  
a helyzetet, hogy miért alakult így: „volt egy csendes gyerek három hétig, a negyedik hétre  
kinyílóttál, mint egy rózsa” – ennek okait, előzményeit mutatja. Gábor története az egyik  
'vesztés'-narratíva, amelynek felfejtésére sok időt szánnak, jeleneteket látunk a villából, ame-  
lyek beszélgetéseket, vitákat és ezek hatását mutatják, és azt, hogy a többiek Gábort hogyan  
ítélték meg ezek alapján. Egy további jelenetben Gábort kifejezetten negatívan ábrázolják,  
sok időt tölt a fürdőszobában, hosszan lakkozza a haját (a többiektől beszélásokat kap). A  
kamera Gábor arcát mutatja, aki feszült, pislog, igyekszik, hogy ne mutasson érzelme-  
ket. Hol hibáztad el? – kérdezi Győző és Bea asszonyt (a felesége) idézi: „Bementél, nem vettünk  
észre, aztán egy héttel ezelőtt robbant a bomba.” A 'Gábor'-narratíva további kiegészítéseket  
kap. Gábort közelebről szeretnék megmutatni, egy volt osztálytársát hívja fel a műsorvezető.  
A beszélgetés során a Gáborról kialakult kép tovább alakul, még inkább negatív irányba, a  
„szarkeverő mellé” bejön a nőcsábász jelző is, de nem pozitív értelemben, hanem úgy, mint  
egy olyan szereplőnél, aki elszereti mások partnerét: „párszor láttam, ugyanazt játssza, mint  
a villában, nekem nem jön be, ugyanolyan bohóc, mint ott.” Egy másik telefonálással to-  
vább bővül Gábor jellemrajza: Gábor a selejtes játékos (a kijelentést a műsorvezető kérdései  
erősítik fel). Gábor magyarázatában az alábbi okok jelentek meg: a bezártság, lelki szeme-  
teszláda, elege lett és emiatt kezdett el vitázni, ezt nem bánja. A szombati elköszönéskor a ki-  
eső szereplő elbúcsúzhat egy embertől a villában, Gábor Renátót választja, köszönetet mond  
neki, beszélgetéseket említ, erősíti Renátót, biztatja. Az általunk vizsgált 2. héten nem volt  
kiszavazás, csak az előkészítése történt meg, itt Fruról kaptunk előrejelzéseket. Győző egy  
jónőhöz ment, ott próbálta megtudni, hogy milyen jövő vár Frura. A jónő értelmezi Fru  
játékát, örül, hogy kiesett Renátó, így Fru össze tudja szedni magát és esélye lesz arra, hogy  
tegyen a dolgokért. Frunak lehetősége lesz arra, hogy másokkal is beszélhessen, másoknak  
is megmutathassa magát, hogy az erősebb oldalát mutathassa meg, jobb eséllyel tud magára  
koncentrálni, de kell egy kis csavar Fru részéről. Renátót is bekapcsolják (telefonon), szerinte  
Fru erős, bár rosszul esik neki, hogy már más pasival hozzák össze. Győző itt Fru történetébe  
beleszövi a Dallas-narratívát: Fru Samantha, Jockey Renátó, Bálint meg Bobby. A harmadik  
általunk vizsgált héten Merci és Virág készül a párbajra, több jelenetet látunk, ahol a többiek  
támogatják Virágot. Vivi (akit addigra már jelöltek és volt párbajon) tanácsot ad Virágnak,  
hogyan viselkedjen, mit csináljon, hogy erősítsen a saját helyzetén, milyen taktikával lehet  
nyerni, elmondja, hogy mit lát problémának Virág viselkedésében (az alábbi mondattal biz-  
tatja: „Mutasd meg, hogy milyen pinád van, pörgesd fel magad.”) Virág kiesése ismét nagy  
hangsúlyt kapott a szombati műsorban, ott van a stúdióban, Győző beszélget vele, hosszú  
összefoglaló jeleneteket látunk a villabéli életéről, Virág reagál is mindarra, ami a műsorban  
történt. A telefonálások között látunk összefoglalót is a villából, amelynek témája gyakran  
forog a testiség körül. Ezt követően Győző Margó nénivel beszél (Virág édesanyja), aki igyek-  
szik tisztázni, hogy mit is mondott valójában, a fiatalok kapcsolatáról beszél, nem minősíti  
Danit, mert nem ismeri, de megerősíti, hogy a mai nap belopta magát a szívébe (Dani igye-  
kezett egész nap Virág kedvében járni), egyértelművé teszi azt, hogy a lánya szereti Danit,  
Danin ezt nem mindig látja. Erősíti a 'szerelmespár-narratívát', ha a villán kívül találkoztak

volna, Virágnak akkor is tetszett volna Dani (bevaló, tetkós), Daninak üzen, hogy tisztelje és szeresse Virágot. Virág története a fiú oldaláról is kiegészül, egy újabb telefon Dani testvérének, aki az öccsét védi és próbálja megmagyarázni Dani villabéli viselkedését. Szerinte Danit ez a kapcsolat rossz irányba vitte és Dani emiatt korlátozta magát, várja, hogy hazatérjen, hogy együtt felépíthessék a jövőjüket. Büszke az öccsére, hogy Dani megmaradt embernek és nem játssza meg magát.

Már az első harmadban megjelennek a későbbi narratívák (ezek közül több állandó marad, néha egy-egy olyan történetrészlet mutat meg a műsorvezetők, amely nehezen illeszthető be az állandó narratívákba, de ez a három hét viszonylatában ritka volt). A műsorvezetők a műsor elején és az egyes jelenetek elindításakor is utalnak a narratívára, nem csak a villabéli történések alapján lehet ezeket beazonosítani. Az alábbi narratívaszaklak jelentek meg a három hét történéseiben, illetve ezeket erősítette fel a szerkesztés és a műsorvezetés: 'szexualitás', 'bolondokháza', 'kulisszatitkok', 'villalakók viselkedése', 'vissza az iskolába', 'szerelmespár', 'influenzerek', 'győztes-vesztes', 'best forever', 'Vivi' és 'Vivi-show'.

### 'Szexualitás'-narratíva

A 'szexualitás'-narratíva végigkíséri a műsort (ez a műsортípus sajátosságából is adódik). A háló elrendezése (franciaágyak vannak, két-két embernek kell együtt aludnia, mindenki együtt alszik) még kiszolgáltatottabbá teszi a versenyzőket. A szexről mint fizikai szükségletről beszélnek, a technikákról, az elvesztett szüzességről (itt érdekes, hogy ez nem a női szereplőknél kerül elő, hanem a fiúknál), a villabéli kiszolgáltatott helyzetről, még a menstruáció témája is előkerül. A narratíva verbális megjelenítésében többségében trágár kifejezések szerepelnek (dudliztatni, köcsög, szopik). A műsorvezető megjegyzi, hogy a szereplők értelmezéséhez szó-tárra lenne szükség. Nézzük a narratíva elemeit:

A szereplők jakuzziban ülve arról beszélnek, hogy kinek mit jelent a szex, hogy áll ehhez a villában. Dani elmondja, hogy barátnőjét „kirettyintette”, megoldják ezt a problémát akkor is, ha a kamerák veszik őket.

A fiúk ismerkednek a tamponnal, a lányok segítenek a felvilágosításban (sok szexuális utalás jelenik meg itt is). A tampon-kérdést tovább tematizálja a műsor, a műsorvezető felhívja Dr. Sztropacsek Ernő tamponelemzőt (?!), aki rövid előadást tart telefonon a tampon használatáról.

Egy jelenetben Ginát és Amandát látjuk beszélgetés közben (így adta meg a narratíva címét a műsorvezető), amiről kiderül, hogy csak kamu volt, egymást ugratták ezzel. Közben azért a kamera mutatja a villalakókat zuhanyzás, borotválás (lányok a nemi szervüket borotválják), öltözködés közben, a fiúkat meztelenül, a lányokat bugyiban, melltartóban.

Az egyik lány felveti az esti közös alvásnál, hogy mindenki azzal „kufircoljon”, akivel együtt alszik. Esti képeket látunk, a kamera mutatja az összefonódott párokat, közben beszélgetés (hogy ne legyen feltűnő, hogy mit csinálunk), a csoportösszetartás is megjelenik, mert elhangzik, hogy vagy mindenki csinálja vagy senki, „vállaljátok a csoportért, ti buzik, mi lesbik, ők heterók”.

A narratívához hozzátartozik a segédeszközök és a technikák kérdése is. Esti képet látunk, ketten fekszenek a földön, Vivi (ő az a szereplő, aki végig ellenállt és nem volt szexuális ak-tusa senkivel a villából) elmeséli, hogy otthon maradt a vibrátora (amiről részleteket is meg-

tudunk), innen jön az ötlet, hogy rendeljenek minden lánynak, tovább részletezik a témát (milyen legyen, mit tudjon stb.), a beszélgetés továbbgyűrűzik, ki mit szeret, hogyan segít rá. A bevásárlólistára felkerült vibrátor-megrendelés teljesül, egy vibrátort kapnak a villalakók, ez egy későbbi héten még előkerül. Vivi vibrátora a nappaliban is feltűnik, Moh játszik vele („ne fogdossad már a péniszem”), masszírozzák vele egymást, többen is beszállnak a játékba. A technikáknál a pózok is többször szóba kerülnek, látunk egy jelenetet, amikor jóga-pózokat gyakorolnak (a műsorvezető szerint ezek szex-pózok voltak). Bálint Vivivel akar szexelni, de Vivi nem akarja, Robi küldi, hogy menjen, de ez csak játék, évődés, nappal történik a hálósobában, Bálint szexuális aktust imitál, közben mutatja kedvenc pózait és azt is, hogy ott éppen hol lenne Vivi helye, Bálint: „de aki zavarba jön, azzal én nem kezdek, ez az alap.”

Vivi és Bálint orvosost játszanak, amelynek során egy végbéltükrözést jelenítenek meg. A játékba többen bekapcsolódnak, a fiúk is csatlakoznak, homoszexuális aktust imitálva.

Láthatunk még egy jelenetet a Mikulás-fotózásról (Vanda: szexi Mikulás-fotózás). Itt a meztelenkedésen, magamutogatáson van a hangsúly. A villalakók öltözködnek, a kamera félmegtelen férfiakat mutat, rövid szoknyákat (kibukkanó fenék és mell, kamera ráközelít). A jelenetben nem volt valójában semmi szenzációs (a kamera kiemelésén kívül), de Vanda szerint „ez nem volt semmi”.

A narratíva egyik fontos elemeként előkerült a szüzesség-téma is. Dani (ő az a szereplő, akit a legtöbbet látunk szexelni) hogyan vesztette el a szüzességét 12 évesen (!), részletekről is beszél, utal a mostani szexuális életére, aztán arról kezdenek el beszélni, hogy mennyi idősebb gyerekek lehetnek már (a beszélgetés a fiúk között zajlik).

## 'Bolondokháza'-narratíva

Ez az elnevezés Gáspár Győzőtől származik, egy későbbi műsorban hangzik el, s ide sorolhatunk minden olyan jelenetet, témát, ami a villalakók furcsaságait mutatja be és egyfajta káoszt (G. Gy. ezt is megnevezi).

Szorult helyzetben: egy villatag esetét látjuk, akinek annyira kellett vizelnie, hogy a szoba sarkában intézte ezt el (a nappaliban építettek, átalakítottak, a villalakók beszorultak a hálóba). Bálint hátat fordítva a kameráknak intézte a dolgát, de a kamera kétszer is rápásztázott és közlőre mutatta, ahogy a flakon megtelik a sárga folyadékkal. A többiek végig viccelődtek vele, kinevették, gúnyolták, folyamatosan röpködtek a trágár kifejezések („akkora farokkal”, „baszki, behugyozok”). De közben azért működött a csoportösszetartozás is, hiszen elkezdtek énekelni, hogy ne lehessen hallani a vizelés hangját. A műsorvezető (Vanda) az esetet kifejezetten negatívan kommentálja, kéri a nézőket, hogy írjanak neki, ha ők is jártak már így.

Életkép: egy életképet kapunk a villából, „bolondokháza” – jegyzi meg a műsorvezető a jelenetek végén. Beszélgetés, ki mit csinálna az egyik női szereplővel, isznak, játszanak, vacsora készítése, Vivi majdnem megfullad, a többiek segítenek neki, lányok jönnek be sírva, de nem tudjuk meg, hogy mit történt.

Bálint legyantáztatja magát, a lányok gyantázzák, ő fekszik a földön és szenved, arról beszélgetnek, hogy a gyantáztatást ki hogyan bírja, miért van rá szükség.

A bohóc – Gábor beöltözött bohócnak (horror bohóc az Az-ból), ezt több jeleneten keresztül látjuk, Gábor külön is nyilatkozik az esetről, szerinte vicces volt, a többiek nem igazán

élvezték. A műsorvezető erre ráerősít, szerinte sem volt semmi hatása („Ronda volt szegény, csak néztem és néztem és nem értettem, hogy mi történik”).

Robi belerúg valamibe, vérzik a lábujja, van, aki kineveti, van, aki segít, Dani ellátja, de nagyon furcsán, ráteker valamit és narancsot facsar rá, nagy káosz van és közben részegek. Párkapcsolati féltékenység: éneklés, tánc, verekedés (viccből), zene, bűdös mamusz, amivel kergetik egymást és dugdossák egymás orra alá. Moh és Bálint buk fenceznek a kanapén, Bálint majdnem kitöri a nyakát (a veszély el van túlozva). Konyhai ténykedés, fiúk vívnek, beszélgetés a fociról, ki mit szeret, Merci és Moh olvasnak, bokszedzés (Dani Vivivel és Virággal), Vivi egy őstehetség, gyakorol. Ide tartozik az a jelenet is, amikor egy nyúl kerül a villába, erről kell gondoskodniuk, kergetik a nappaliban. Szól a zene (Michael Jackson), erre reagálnak, hogy mikor volt az énekes magyarországi turnéja, Vivi és Bálint vitázik, Vivi feldob 100 000 forintot, mert azt gondolja, hogy neki van igaza. Merci Bálint haját fonja, jól sikerül a frizura.

Meseírás: Négyen (Bálint, Moh, Merci és Vivi) elkezdenek egy mesét írni, ami horror-gyilkosság-szex háromszögben mozog.

„Meri vagy nem meri” játékot játszik Merci és Robi (vizes jelenet, szájon mered-e Vivit csókolni, borotvahabos tányérral arcon csapni valakit, mindenki részt vesz a játékban, még a szerelmespár is). A műsorvezető így kommentálja: „Aranyosak vagytok, ti egy nagy család vagytok, nem akarjátok egymást elengedni.”

Kancsalság: Bálint észreveszi, hogy Vivi kancsal, meg akarja gyógyítani, többen próbálják letakarni a szemét, kötözik, Vivi tiltakozik, lefogják, csak neki akarnak jót, Vivi végül leszedi a kötést.

### **’Kulisszatitkok’-narratíva (az elnevezés Gáspár Győzötől származik)**

A ’kulisszatitkok’-narratíva két módon szerveződik. Az egyik a villán belül, a másik pedig a villán kívül, Gáspár Győző által generált módon. A villalakók közül Merci alakít műsorvezetőt, a játékostársairól kulisszatitkokat oszt meg a nézőkkel, ezek sokszor nem igazak: „ja, kurvára nem igaz, persze, ezek csak pletykák” – így kommentálja.

VV híradó egy korábbi nyertessel (VV Zsu, 9. széria), Zsunak csak szöveget kell felolvasnia, de ez is éppen, hogy sikerül neki. A híradóban a párbaj, a kávétolvajok, a palackos pisilés, a rendetlenség és káosz, a péniszvakarás, italozás témák jelennek meg.

Életkép-magazin Gáspár Győzővel, több narratívát is erősít: sexualitás (Virág), életmód, villabéli viselkedés (Merci), Vivi furcsasága.

### **’Villalakók viselkedése’-narratíva (tisztaság, nyelvi eszközök használata, takarítás hiánya, bűdös ruhadarabok)**

A villalakók viselkedése több bejátszásban is megjelenik, ezekre mindkét műsorvezető többször kitér. Legtöbbször a takarítás, a rendetlenség kerül elő, a tisztasággal kapcsolatos problémák, illetve a nyelvi eszközök használata (ez főként a trágár kifejezésekre vonatkozik). Az első ide tartozó jelenetben Danit látjuk, aki nagyon sokszor használja a „tesó” kifejezést. A műsorvezető szerint nyolcszázszor, ezerszer egy nap, ezeket a jeleneteket összevágva kapjuk. A tisztaság kérdése a bűdös ruhadarabokkal kezdődik, Merci szekrénykommandót tart, nem

tudja, hogy mi olyan bűdös a szekrényben (Gábor inge bűdös, 27 napig hordta). Merci mindenkiel megszagoltatja, méltatlankodik. Gáspár Győző egy másik szerepben jelenik meg (dr. Péniszrengető Péterként), aki tanácsokat ad a villalakóknak a tisztaságról, takarításról, a környezettudatosságról. Közben jeleneteket látunk a koszos villáról, valaki az étkezőasztalon áll cipőben, csikkek szétszórva, nincs takarítás stb.

### **'Vissza az iskolapadba'-narratíva (Vandától származik a kifejezés)**

Az egyik általunk vizsgált héten műveltségi hét volt, ez adta a narratíva alapját. De nemcsak ezen a héten jelentek meg az ide tartozó elemek, hanem más-más alkalommal is. Az egyik jelenetben a nappaliban ülnek, beszélgetnek, Virág számol (néha elrontja), a képernyőn megjelennek a számok, pipával vagy pirossal áthúzva, nevetnek, cikizik. Vanda is megjegyzést tesz arra, hogy milyen szerencse, hogy az érettségim majd lehet számológépet használni. Ugyancsak ide tartozik az illetan-nap is, egyik fontos jelenete az volt, amikor Vivi egy történetet mesélt, közben káromkodott, a többiek figyelmeztették, hogy nem tanult ma semmit, aztán áttértek a szexualitásra, hogyan lehet finoman és udvariasan szex közben beszélgetni (hogy kérhet például valamit a lány a fiútól). Az illetanhoz kapcsolódik a rappelés-történetesztél, amikor úgy kellett rappelniük, hogy a csúnya szavakat helyettesíteni kellett nem trágár kifejezésekkel. Az angol tanulás és az ahhoz kapcsolódó feladatok, kikérdezések is ide illenek. Több szereplővel kapcsolatban megjelenik a tudásdeficit probléma (Virág a számolásnál), Vivit a többiek az általános műveltség témaköreiből feleltetik (Szent Gellért, kik vannak a Hősök terén, ki volt Kossuth Lajos, mit jelent a magyar zászló három színe). Bálint kérdez és helyesbít, kicsit ironikusan, de azért kedvesen. Vivi részben tudja a válaszokat.

### **'Szerelmespár'-narratíva**

Dani és Virág története, jórészt szexuális aktusokon keresztül megjelenítve. Az ő történetüket rendszeresen minősítik a műsorvezetők. „Ennyi szerelmespár” – mondja Győző –, „elképesztő, hogy mik történnek a villában!” A narratíva sok apró részből áll össze, ahol sokszor látunk ágyjelenetet, de beszélgetéseket, vitákat és kibéküléseket is. Dani és Virág összemelegedtek, a sztár-pár szexuális életének bemutatását sokszor és hosszan láthatjuk, a paplan alatt szexelnek, a kamera kíméletlenül rájuk zoomol, Dani igyekszik a takarót magukra húzni, Dani arca látszik, Virágnak csak a haját látjuk, Virág a paplan alatt orálishan elégti ki párját. Az egyik legtöbbször mutatott és hivatkozott aktus a pár WC-ben való jelenete, ezt még Virág kiszavazásakor is megmutatja neki Győző. Danit és Virágot látjuk aktus közben, a műsorvezető ráirányítja a figyelmet, szex közben Dani beszélget a többiekkel (Dani karja eltűnik Virágban). Dani és Virág veszekedését látjuk („imádom őket, mert olyan csúnyán beszélnek”), esti sötét jelenet, két szomszédos ágyból vitáznak, ki elégti ki orálishan Moh-t (ők nem ezt a kifejezést használják). Hosszan vitáznak az aktus lebonyolításáról, Dani és Merci kiabálnak egymással, közben Dani Virággal is foglalkozik (a beszéd sokszor álca, hogy a többiek ne tudják, hogy szexelnek). A műsorvezető (Győző) meg is jegyzi, hogy ez volt a 70 nap kedvenc top anyaga. Dani és Virág a konyhában, ahol Virág sminkel, Dani panaszkodik, hogy nem készít neki reggelit, hagyományos férfi-női szerepek jelennek meg a dialógus során:



„asszonyod nem főz rád”, „az urad éhes”. Egy újabb veszekedés során Virág letépi Dani mikrofonját, Dani nem szólalhat meg (ezt Győző Dani némasági fogadalmaként mutatja be), Virág provokálja Danit, próbálja beszédre bírni, de ő ellenáll (szerződésszegés?), Virág elmegy, jön Bálint, Dani nemverbálisan próbálja neki kommunikálni, hogy mi történt. Egy újabb veszekedést látunk, melynek során Dani és Virág verekszenek (ki a büdös?), ki alszik ma az ágy mellett, kifejezetten durván beszélnek egymással („ne üss te állat”, „gyere, te mocskos ribanc”), közben folytatódik a verekedés (néha viccből, de néha már komolyan). A jelenetben megjelenik a kapcsolati erőszak, verbális és tetteges szinten egyaránt. Egy további jelenetben Dani és Virág a konyhában ülnek egymással szemben, ahol Dani próbál segíteni Virágnak, hogy kényelmesebben érezze magát (meddig húzza fel a nadrágot), mikor kényelmes-nem kényelmes (így nem feszül rá annyira a neki a nadrág). Egy újabb jelenet szintén kettőjük szexuális kapcsolatába enged betekintést: Dani és Virág a szobában, Virág nehezményezi, hogy aznap nincs szex (Vanda: „Szegény Virágot sajnálom, hogy a Dani tegnap sem akarta neki betenni.”), Dani és Virág beszélgetnek, kritizálják a többieket, harmadik bejátszásnál a szexelést már mint sportmeccset közvetíti a műsorvezető. Egy késő esti jelenetben Virág és Dani halkán beszélgetnek, ahol Dani a szexuális életükről faggatja Virágot, hogy miért nem jó neki. Virág halkán beszél, szinte suttog, de feliratozzák, amit mondanak, Virág elkeseredett („miért vagyok ilyen buzi faszom nehéz eset?”), de Dani megvigasztalja, hiszen azzal zárja le a beszélgetést, jó, hogy rájöttek, mi a gond, ne mártírkodjon már Virág, a témát a pár szexuális aktusával zárják. Később ismét a verbális erőszakhoz tartozó jelenetben Dani eszik, a meztelen karján tetoválások, Virág pedig szidja: „Olyan vagy, mint egy börtönös, ha így vinnélek haza Paksra, esküszöm, rettegne a család, ha akkor így ülnél, pénzt, telefont tegyéltek el.” Ezeket a mondatokat csak azért mondta, mert nem tetszett neki, hogy Dani úgy ült az asztalnál, hogy nem volt felöltözve. Az utolsó héten a pár története (Virág ekkor megy majd párbajozni) romantikusabb formában kerül bemutatásra. A szexuális aktusokat is látjuk, de Virág születésnapja is előtérbe kerül, Dani kifejezetten gyengéden és támogatóan viselkedik a lánnyal. A műsor második harmadában már egyre többször vonulnak el, amíg a többiek a hálóban vannak, ők a nappaliban (egy idő után már ott ágyaztak meg maguknak), ha a többiek a nappaliban vannak, ők a hálóban. A 'szerelmespár'-narratívát Virág kiesése zárja, amikor is Győző megengedi Virágnak, hogy egy embertől elbúcsúzzon a villában, ez persze Dani volt. Virág biztatja Danit, köszöni, hogy együtt voltak, szerelmet vall neki („Te vagy a párom, a szerelmem, erre büszke vagyok.”), hiányozni fog neki, Dani a sírás határán (mutatja a kamera). Dani is szerelmet vall, mindenki meghatódik, Bálint átöleli Danit.

Egy másik szerelmespárt is láthatunk, ez pedig Renátó és Fru, ahol a korábbi jelenetek a kapcsolat alakulását mutatják be, illetve a beköltözést, a beszélgetéseket, ki a szerelmes, ki nem, mit szólnának a szülők.

### **'Influenszerek'-narratíva (Adott heti tematika alapján)**

Az egyik vizsgált héten a játékosoknak influenszerkedni kellett, erről láttunk egy összefoglalót, valójában a díjátadást. A díjak (egy kivétellel) negatív értelemben díjazták a résztvevőket (legtapintatlanabb, legszűnyibb, legszenvédélyesebb, legkellemetlenebb).

## 'Győztes-vesztes'-narratíva

Természetes a narratíva megjelenése egy olyan műsorban, ahol a műsor aktuális bonyolódását az adja, hogy ki kit hív ki, ahol a kihívottak egymással párbajoznak és ahol a nézői szavazatok alapján dől el, hogy ki mehet vissza a villába. Ily módon a narratíva párban jelenik meg, hiszen a győztesrel együtt láthatjuk mindig a vesztest is. A vesztes narratívát erősítik a szombati kiszavazás utáni műsorok, ahol a vesztes megjelenik a stúdióban és visszanezheti (a nézőkkel együtt) kiesésének okait, előzményeit. Az első vesztes narratívánál Gábort látjuk, ahol erősen eltérő arányok jelennek meg (77% Bálint, 23% Gábor). „Hogy lettél ennyire kegyvesztett?” – kérdezi a műsorvezető. Gábor magába néz, elismeri, hogyha ilyen sokan szavaztak ellene, akkor biztosan voltak problémák a viselkedésében, elismeri, hogy hibázott, szeretne ezen javítani, építkezni (pozitívan áll a vereséghez). A narratívába bekerül a két párbajozó közötti csatározás is. Bálint felteszi a kérdést, hogy Gábor bipoláris-e ('betegség'-narratíva?), tisztességtelennek tartja Gábor viselkedését, nem tudta jól megítélni a jó és a rossz poénonk közötti különbséget. A 'győztes'-narratíva szerint Bálint kétszer is nagy aránnyal ment vissza, mi lehet ennek az oka? Gábor nem tudja ezt megválaszolni.

A 'győztes-vesztes'-narratívához előzményként szorosan hozzátartozik a kihívás-téma is. Ezt Virág és Merci eseténél kísérhetjük végig. A nézői telefonok alapján az derül ki, hogy Merci hasznosabb volt, többet tett hozzá a szériához, Virág csak fekszik (Győző: „Virág szereti, ha lefektetik”, és arra is utal, hogy Virág pénzért menne el egy fiúval), nem csinál semmit, lehet, hogy valakinek tetszik, hogy ott bent kufircol, előkerül Virág énektudása is és az X-faktor (mint jövőbeli perspektíva). A következő narratívaelem már Virág kiesését mutatja, Győző dicséri, „elképesztő voltál”. Győző megkérdezi, hogy érzi magát, a beszélgetést látjuk a stúdióban: „rosszul vagyok, nagyon rossz érzés, hogy nem mehetek vissza Danihoz”, nem érti, hogy miért kapott ilyen kevés százalékot (24,5%), miért nem tetszett a nézőknek, hogy ők külön vonultak, miért nem szimpatikus nekik a kapcsolat. Győző szemezget Virág jeleneitől, ezzel is próbálja megértetni vele és a nézőkkel, hogy mi lehetett a kiesés oka: elvonulás, szex, szerelem, bolondság az is, ami a WC-n történt. További jeleneteket látunk Virágról: viták az első néhány héten, csúnyán beszél a többiekkel, kiosztja őket, a többiek kifejezetten negatívan minősítik őt („szarrágó kis ribanc”, gátlástalan, aljas), Danival való veszekedéseik során is hangos, gyakran a verbális erőszakig jut el, trágár, agresszív szópárbajok jellemzik őket. Virág ezt úgy magyarázza, hogy mindig volt vita köztük, egy kapcsolat akkor nem unalmas, ha vannak viták (Daninak mondja „gyere már Te is agresszív faszm!”). Saját magát így minősíti: jókat röhögött saját magán, „kurva jó fej vagyok”, szerettem szexelni, ugyanakkor azt is bevallja, hogy „nehéz volt az elmúlt hét, készültek a kiesésre”. Erre a műsorvezető megállapítja, hogy Virág már insta-celeb, hogyan lesz ez tovább?

A 'győztes-vesztes'-narratíva egyik kevésbé kidolgozott eleme volt Robi esete, akiről a műsor utolsó harmadában derült ki, hogy őt még senki sem jelölte. Egy közös beszélgetés során azt próbálják meg kitalálni és kinyomozni, hogy ennek mi az oka. Robit ezekkel az okokkal szembesítik is, ezek mind pozitívak: jó ember, elébe ment a vitáknak, kereste az embereket.

A 'győztes'-narratíva a műsor vége felé közeledően felerősödik (már nemcsak a párbajról és kihívásról van szó, de arról is, hogy ki fogja megnyerni a 36 millió forintot).

### 'Best forever'-narratíva

Az általunk vizsgált részekben ez a téma kétszer jelent meg. Egyszer úgy, hogy a műsorvezető azt mondta, az adott jelenet a 70 adás eddigi legjobb jelenete, másodsor pedig úgy, hogy a WC-szexszel kapcsolatban jelentette ki, hogy az a jelenet 2010 óta volt a legjobb. Még egy műsorvezetői felszólítás is elhangzott a nézők felé: „Írjátok ki az FB csoportba, száj tátva, szem kikerekítve, mindennek van határa!”

### 'Vivi'-narratíva

Vivi karaktere sokszor előkerül a műsorban. Első alkalommal két fiú (Moh és Bálint) beszélgetnek róla a zuhanyzóban, amikor is rájönnek, hogy ő fogja megnyerni a szériát, és azt próbálják meg átbeszélni, hogy ennek mi lehet az oka. Mindenkit bolonddá tesz, mindenkit megteveszt, a többiek a hülyék, elképesztő technika (Moh-n törülköző, Bálint végig meztelen), összeállt a kép, ő a zseni, erre képezték ki, már tíz éves korától erre készült, nem olyan, mint egy róka, ő maga a róka, lehet, hogy nem is ember, génmanipulált – mondják róla. Azért hogy leleplezzék, egy tesztet akarnak vele csinálni (vízzel leöntik, ha robot, akkor meghal), Bálint kitalálja, hogy úgy védekezik ellene, hogy betekeri a fejét fóliával (utalás a Jelek c. filmre), így nem lát bele a fejébe, és a többieket is erre biztatja. Egy későbbi bejátszásban ismét Vivié a főszerep, további részleteket tudunk meg róla, „szuperintelligencia”, éber alvó, még álmában is gondolkodik, egy új, választékos szót használt (kiküszöbölni!), a jelentését kérdezzük, a többiek biztatják hogy tanuljon, ő nemet mond („tanul a faszom”).

### 'Vivi-show'-narratíva

Vivi tartózkodása, pártalansága annyira zavarja a villalakókat, hogy elhatározzák, segítenek Vivinek a párkeresésben. Kitalálják, hogy feladnak egy társkereső hirdetést. Az első körben az alábbi címek kerülnek elő: randi-show, házasodna a banya. Maga a casting élőben menne, az első öt helyezett díja az lenne, hogy nézhetik, ahogy Vivi reggel felkel. Aki ezt kibírja, az nyer. Bálint promózza Vivi meghódítását, később két vállalkozóval beszélget Vivi (Robi alakítja ezeket), felkészítik Vivit a show-műsorra. A témát nagyon hosszan viszik tovább, megvan a főcímdal (Bálint éneкли), további jeleneteken dolgoznak („hogy táncolsz, amikor be vagy kancásodva”), Vivi ezt nem érti, lefordítják neki (mit csinálsz, ha fel akarod hívni magadra a figyelmet?”), eljátszzák az ismerkedős jeleneteket, amelyekhez Vivi nem tud kapcsolódni („egy éve nem voltam buliban”), látszik, hogy kínos neki az egész, nem ismerkedik buliban, nem szokott hazavinni senkit. Később aztán Vivi nyitottabbá válik, elmondja, hogy milyen férfi tetszik neki és milyen legyen a férfi péniszze (ezt hosszan boncolgatják, részletezik), előkerül az otthon maradt vibrátor is (Zeuszka). Azt is átbeszélük, hogy milyen randihelyek vennék le őt a lábáról (szokatlan legyen, reggelizőhely, tanyasi világ, sajtukostoló, vajköpülés), milyen legyen a kapcsolat, mit vár el a másiktól. Végül az esküvő és annak megrendezése is szóba kerül. Vivi két esküvőt szeretne, az egyiket itthon, családi környezetben, vintage stílusban, elegáns szituációkkal keverve, a másikat a Maldív-szigeteken vagy Balin képzeleli el, ott egy tengerparti ceremóniát szeretne, Bálint ellenáll, tiltakozik („előbb vennék el téged Robi”).

\*

A narratívaelemzés segítségével azonosítottunk és feltártunk jó néhány történetet és történetelemet (a mintavétel a 106 napból 21 napot tartalmazott), amelyet a műsor kiemelt, fontosnak tartott közvetíteni a nézők felé. Részletesen elemeztük és bemutattuk ezeket a narratívákat, amelyeket kapcsolni tudtunk a műsortípus és a populáris média korábbi elemzési szempontjaihoz. George Gerbner irányítja rá a figyelmet arra, hogy ezek a mediatiszt, mások által előállított történetek nagyon károsak lehetnek mind a gyerekek, mind a felnőttek számára. Arra is felhívtuk a figyelmet, hogy a populáris média a média funkciói közül leginkább a szórakoztatással operál, ezen belül is erős hatásokkal dolgozik, nagy hangsúlyt helyez az extremitásra, a katasztrófára, a bulvártémákra. Ezek a sajátosságok erősen megjelentek az általunk vizsgált részekben. Mit tanultunk ezekből a történetekből? Mit tanulhat egy fiatal? Az általunk azonosított narratívák közül négy nagyon hangsúlyos volt, az egyik a 'szexualitás', a másik a 'szerelmespár', a harmadik a 'bolondokháza', a negyedik pedig a 'győztes-vesztes'-narratíva. Mit közvetít a 'szexualitás'-narratíva? A szabad és sokszor tárgyiasított szexualitást, amit persze a műsor forgatókönyve is felerősít a lakberendezéssel, a közös hálóval és a közös terekkel, illetve a szereplők kiválogatásával. A szexualitás fizikai szükségletként jelenik meg, nagyon sok szó esik a technikákról (ezeket a filmbejátszások fel is erősítik), ezt nyelvileg erősen trágár kifejezések kísérik. Ebből a történetből egy fiatal nem sok jót tanul, sőt, kifejezetten káros hatással lehet rá. A 'szerelmespár'-narratíva közvetítésében is nagyon erősen jelen van a szexualitás, a nézőnek sokszor kifejezetten kellemetlen érzése van, hiszen egy formálódó kapcsolatba látunk bele, kiszolgáltatott emberek intim együttlétébe és beszélgetéseibe, amelyekből cirkuszt csinál a csatorna. A pár kapcsolatának alakulásában ráadásul nagyon sok verbális agresszió is van, ezt is hangsúlyosan jelenítik meg az összeállításokban. Ezt a pár női tagja még a kiszavazás utáni kommentjében is megerősíti, hiszen azt mondja, hogy egy kapcsolatban az a jó, ha sok a veszekedés, mert utána ki lehet békülni. De az, hogy ők verbálisan bántalmazták egymást, az biztosan nem jó kapcsolati minta egy fiatal számára (a verbális agresszió egyébként végig jelen van a műsorban, a szereplők nagyon sokat káromkodnak és egymást is gyakran becsmérlik, alázzák). Ha komolyan vesszük a média identitásra gyakorolt hatását, akkor ennek a narratívának is nagyon súlyos hatásai lehetnek a fiatalokra. Az általunk többször hivatkozott korábbi kutatási eredmények is kitérnek arra, hogy miért káros, ha egy műsor ilyen életmintát közvetít, mint ami a valóságshow-kban megjelenik. Ez nálunk a 'bolondokháza'-narratívában van jelen, amit persze keretez még a szereplők villabéli élete, a milió, amiben a műsor játszódik. (Ehhez tanulságos például a beköltözés jeleneteire utalni, amikor is a szereplők örömmel és álmétkodva jönnek be a villába és néznek körül. Valljuk meg őszintén, még mindig nem ez a meghatározó lakókörnyezet egy átlagos magyar polgár számára.) A szereplők lazán és vidáman élnek, nagyon sokszor látjuk azt, hogy fekszenek, csak úgy beszélgetnek, unatkoznak vagy éppen nem csinálnak semmit. Egy átlagos mai fiatal számára ez az életmód nagyon vonzó lehet, hiszen hetekig nincs különösebb feladat, nem kell komolyan dolgozniuk, csak úgy tele lesz a kamra, és ráadásul egy csapásra megismerheti őket az ország, kinek ne lenne ez vonzó? Ahogyan vonzó egy celeb és egy influenszer élete ma egy fiatal számára, ugyanúgy vonzó egy villalakó élete is. Az életben való boldogulás azonban ennél sokkal keményebb és ilyen hamis világot építeni és bemutatni erősen megkérdőjelezhető! Sok valóságshow-szereplő élettörténete korántsem alakult jól, ezekről is

érdemes lenne beszélni ezen műsorok kapcsán. Hogy ez mennyire nem része a fiatalok ismereteinek, arról az is árulkodik, hogy az ilyen típusú műsorokba a mai napig nagy számmal jelentkezők, a csatornának nem okoz gondot, hogy megfelelő karaktereket válogasson ki. A 'győztes-vesztes'-narratívánál gondoljunk vissza Zsolt Péter VV5-tel kapcsolatos konklúziójára! A szociálpszichológus a problémát abban látja, hogy a műsor egy mesterséges világot mutat be, ahol nem a kooperáción, hanem egymás kiejtésén van a hangsúly és azon, hogy az egyes szereplők maguk és a nézők számára is bebizonyítsák azt, hogy ezt a játékot hogyan kell jól (értsd manipulatíván) és rosszul (értsd őszintén, esetleg saját magát adva) játszani. Zsolt Péter hasonlata teljes mértékig él, ez egy aréna, ahova a műsor szerkesztői beküldenek fiatalokat, talán annyi a különbség az *Éhezők viadalához* képest, hogy itt nem életre-halálra megy a játék. Bár, ha az egyes szereplők élettörténetét követjük, akkor sajnos azt láthatjuk, hogy voltak bizony kifejezetten tragikus kimenetelűek is.

### 13. Konklúzió – a narratívák és a korábbi valóságshow-k témáinak összevetése

A korábbi elemzések<sup>93</sup> 14 szempont szerint vizsgálták a valóságshow-kat. Bár Kapitányék a *Big Brother*ről írták korai tanulmányukat, mégis helyénvaló az összevetés, hiszen a VV utolsó két szériáját már a BB is meghatározza, innen a cím (powered by Big Brother). 'Az élet harc téma' a mi kutatásunk 'győztes-vesztes'-narratívájában jelenik meg meghatározó módon. Erre a kiválasztás és a szombati stúdiós szembesítések (Gábor és Virág esetében) szolgáltattak jó példát. 'Az élet egy nagy buli' a 'bolondokháza'-narratíva több elemében is megjelent, a jelenetek egy része italozásról, konkrét bulizásról szólt, de a villalakók sok ebbe a narratívába eső szegmense is erősíti ezt. A műsor mint lakás- és életmód-modell a 'villalakók viselkedése'-narratívához passzol, bár itt inkább a rendtelenség és a nemtörődömség jött elő, valószínűleg mára sokkal megszokottabbá vált ez a lakásbelső, mint az az első szériák idején volt. Egyénképhez, emberképhez az egyes személyes történeteket lehetne kapcsolni, itt Virág, Vivi és Gábor történetét lehetne kiemelni, illetve az 'influenzser'-narratíva is ide kapcsolható. Viviről külön még egy elképzelt show-műsor is megfogalmazódott. Az emberi kapcsolatok, emberi viszonyok nem jelennek meg külön narratívában nálunk, de több narratíva szála is érintik ezt a szempontot. Nagyon erősen megjelenik ez a szempont a párbajoknál, a vitáknál és a konfliktusok feldolgozásánál, illetve a mi 'szerelmespár'-narratívánkban is, hiszen Virág és Dani kapcsolatának alakulásában nagy hangsúlyt kaptak a viták, konfliktusok, a verbális agresszió, az ő párkapcsolati mintájuk kifejezetten károsnak mondható. Az emberi kapcsolatok, emberi viszonyok kérdése felbukkant a 'bolondokháza'-narratívában, de a 'győztes-vesztes'-narratívában is, illetve az egyéni történeteknél, kiszavazásoknál. A szexualitás szempontjához kapcsolódik a legszélesebben bonyolított (sok jelenet, sok történeteszál, sok szereplő) saját narratívánk, amely ugyanezt a címet viselte. Ugyancsak ide kapcsolható a 'szerelmespár'-narratíva is, ami ugyan egy kapcsolat alakulását követte, de ennek a kapcsolatnak meghatározó eleme volt a szexualitás, melynek eseményeit kíméletlenül közvetítette a kamera. A szereplők átértékelődése-szempont szintén több narratívánál előkerült: 'győztes-vesztes-', 'Vivi-show-', 'szerelmespár'-narratíva. Ezt a szempontot a műsorvezető a

szombati műsorokban nagyon erősen tematizálta. A vissza a természetességhez szempont, a szereplők alacsonyabb társadalmi státusza, az iskolázottság, műveltség témaköre a 'vissza az iskolapadba'-narratívában jelent meg, ahol a szereplők trágár szóhasználata, tudása, műveltsége került terítékre, de a 'bolondokháza'-narratívában is előtűntek időnként olyan jelenetek, ahol a szereplők egymást kigúnyolták vagy vizsgáztatták különböző kérdésekben. Az állatok szerepeltetése szempont az általunk vizsgált három héten egy nyúl képében testesült meg, amit mi a 'bolondokháza'-narratívához kapcsolunk. A nyelvi viselkedés szempont szintén a 'vissza az iskolába' narratívában volt jelen legerősebben, de a 'szerelmespár'-narratívában is erős volt. Az élj hangosan, légy szórakoztató és a hívd fel magadra a figyelmet a 'bolondokháza'-narratívában volt nyomon követhető a legerősebben, de az 'influenzerek', a 'best forever', a 'Vivi-show'- és a 'kulisszatitkok'-narratíva is ide sorolható. 'A szereplők jelleme maga az üzenet' szempont több narratívánál is beazonosíthatóvá vált. Látható tehát, hogy a korábbi vizsgálati szempontok továbbra is érvényesek, ezek jó kereteket adnak a műsor vizsgálatához. A narratívaelemek vizsgálata és azonosítása azonban ezeken a dimenziókon túl további mélységet adhat a műsortípus jellegzetességeihez.

## Összegzés

Az összefoglalásban a narratívaelemzést az NMHH barométerének kategóriáihoz kapcsoljuk, a kísérőműsornál pedig a műsorban megjelenő történetzálakat fejtettük fel és gyűjtöttük össze ezek elemeit. A VV10 műsornál a káros tartalmakkal kapcsolatban azt a konklúziót lehetett levonni, hogy míg a barométerben ismertetett káros tartalmakat az adások során több esetben negatív viselkedési formaként mutatták be, addig a vizsgált hetek során más „káros” tartalmak (például konfliktusok nem megfelelő kezelése) elítélő kontextusban történő bemutatására nem került sor. A történetzálaknál tanulságként azt a következtetést vontuk le, hogy a műsor kapcsán a korábbi vizsgálati szempontok továbbra is érvényesek, ezek jó kereteket adhatnak a műsortípus analíziséhez. A narratívaelemek vizsgálata és azonosítása azonban ezeken a szempontokon túl további mélységet adhat a műsortípus jellegzetességeinek feltérképezéséhez.

Tanulmányunk zárásához Buda Béla mondatait szeretnénk idézni: „most kell leszámolni azzal a hiedelemmel, hogy a televízió neveli, fejleszti, orientálja a társadalmat. [...] a kereskedelmi ezt már nem érzi kötelességének. Az ő feladata azoknak a határoknak a megtalálása, ameddig komolyabb kellemetlenségek nélkül elmehet.”<sup>94</sup> Ezzel szemben pedig a nézőknek nincs nagyon más eszközük, mint amit a médiaműveltségről és médiatudatosságról szóló szakirodalom hangsúlyoz,<sup>95</sup> kialakítani a média fogyasztásának helyes módját, minél fiatalabb korban.

94 JENEI Ágnes: Több mint kukkolás. Dr. Buda Béla pszichiáter a valóságshow-król. *Médiakutató*, 2002/1.évi.

95 Ennek két nagyon jó hazai példája: ACZÉL Petra (szerk.): *Médiaműveltség*. Budapest, Wolters Kluwer, 2015. és JAMES POTTER: *Médiaműveltség*. Budapest, Wolters Kluwer, 2015.







# ***A ValóVilág powered by Big Brother 10* című műsor a befogadói vélemények tükrében**

**(Fókuszcsoport-kutatás, 2021. március)**

POLONYI GÁBOR

## **Összefoglaló a kutatásról**

A Psyma Hungary Piac- és Közvélemény-kutató Kft. 2021 márciusában a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából felmérést készített a *ValóVilág10*-es szériájának lakossági fogadtatásáról. A kutatás legfontosabb megállapításai a következők:

Bár a nézettségi adatok – egy hosszabb időtávot nézve – egyértelműen azt mutatják, hogy napjainkban a *ValóVilág*ot egyre kevesebben nézik, a széria tartalmainak valós népszerűségét nem könnyű megállapítani, ugyanis sokan nem hagyományos módon követik figyelemmel a *VV*-t. A mért nézőszámhoz képest magasabb lehet a műsor részleges vagy teljes közönsége, mivel az élő műsor (összefoglaló) követése mellett vannak, akik felvételtől nézik vissza az adásokat, a hétvégén egyben tekintik meg, vagy éppen a közösségi médiában követik nyomon az egyes részeket/jeleneteket.

A társadalmi közeg nagyon elutasító a *ValóVilág*-szerű műsortípussal kapcsolatban. A kutatás résztvevői szinte egyöntetűen azon az állásponton vannak, hogy ennek a műfajnak az általános megítélése ma nagyon negatív Magyarországon.

Hosszabb időtávot nézve többen úgy érzik, hogy egyfajta negatív spirálba került a műsor, mert a színvonal a évadról-évadra esik, másképpen megfogalmazva, mintha a korábbi hullámok, a korábbi évadok szereplői, a feladatok stb. jobbak, érdekesebbek lettek volna. Különösen a szereplőváltást éri sok kritika, ugyanis egyszerűbb, egysíkúbb szereplők kerülnek be ma a műsorba.

A műfaji besorolás kapcsán a kutatásban résztvevők teljesen konszenzusos véleményen vannak: a *ValóVilág*ot elsősorban szórakoztató típusú műsorként definiálják. A műsor elsődleges célcsoportjaként a fiatalabb korosztályokat határozzák meg: 14 évtől kezdve 30 évvel bezárólag.

A hivatalos korhatár-besorolás szerint a *ValóVilág* összefoglalói 16-os kategóriával kerültek adásba, a *ValóVilág*ot követő kísérő műsorok (*BeleValóVilág*) pedig 18-assal. A kutatás résztvevői ezekről a besorolásokról tudnak, azokat helyénvalónak és elfogadhatónak tartják. (Igaz, ez csak egy elvi szabályozás szerintük, egyáltalán nem biztos, hogy ez a gyakorlatban is tartható: aki nézni akarja, az úgymint megtalálja az alkalmat rá.) Azt is nagyon jónak tartják az interjúalanyok, hogy a *VV10* összefoglalói, illetve értékelő műsorai este tíz, illetve tizenegy órai kezdéssel kerültek bemutatásra.

A *ValóVilág*ot nézve elsősorban a bemutatott szereplőket/karaktereket érzik a nézők valóságosnak. A velük megtörtént események, szituációk valóságosságára kapcsán már vannak kételyeik, mert érzékelik, hogy ezeket az összezártág váltja ki, illetve tudatosan gerjesztik kívülről őket, de végeredményben ezek is valóságyszerűen hatnak rájuk.

A műsort nézve nagyon kevesen gondolnak arra, hogy nézőként valamifajta túlzott manipuláció áldozatai, alanyai lehetnének, vagy ha igen, akkor azt általában elfogadják, mert tudják, hogy adott esetben ezzel biztosítható, hogy a műsor érdekes, izgalmas legyen.

Ha a káros tartalmakat, negatívumokat kell kiemelni a műsorral kapcsolatban, hogy mi az, ami már túl sok, akkor két olyan magatartási, viselkedési formát emelnek ki a nézők, amit igazán problematikusnak tartanak: az egyik a szexuális aktivitás túlzó megjelenítése, a másik pedig a trágár beszédmód elterjedtsége.

A nézők szerint a *ValóVilág* mostani szériájában az emberi kapcsolatok, konfliktusok és a szerelmi párkapcsolatok bemutatása nagyon nagy hangsúlyt kapott: ez a kapcsolatok évada volt.

A nézők szerint a műsorban bemutatott konfliktushelyzetek túlréprezentáltak, de ez a műfaj jellegzetességeiből adódik, a formátum erre épül. Ezek a konfliktushelyzetek és a konfliktusok erőszakosabb kezelése erőteljes morális felháborodást nem vált ki a nézőkből, mert nagy részük kezelni és értelmezni tudja a látottakat. Ezeknek a jeleneteknek a súlyosságát a többség olyannak tartja, hogy arról különösebben nem kell beszélni a műsorban, nem kell értékelni a látottakat.

A toxikus és hierarchikus jelleggel működő férfi-női kapcsolatok – amelyek a mostani szériában ugyancsak felülreprezentáltak voltak – bemutatása kapcsán más a nézők véleménye. Ezek a jelenetek erőteljesebb hatásokat, hevesebb érzelmi reakciókat váltanak ki. A kutatásban résztvevők többsége szerint egy ilyen súlyosságú konfliktushelyzet bemutatásánál fontos volna segítséget adni a látott képsorok feldolgozásához. Erre az eseménysor súlyosságán túl azért is szükség van, mert a nézők különböző csoportjai egészen másképpen értelmezik a látottakat, ha a felelősökön kezdenek el gondolkodni: vannak, akik a férfit hibáztatják, vannak, akik a nőt és vannak, akik mindkettőjüket. Azért is van szükség valamilyen értelmezési keret biztosítására, mert a nézők számára nem egy szokványos, gyakran látott eseménysorról van szó.

A kutatás résztvevői a káros tartalmak befogadásának folyamatát általában úgy írják le, hogy az aggályos üzenetekkel kapcsolatban automatikus és kontrollálatlan elutasítás működik a nézőkben, tehát rossz mintát nem kezdenek el követni csak azért, mert azt bizonyos gyakorisággal látják a tévében.

A kutatásban résztvevők a gyermekek médiafogyasztását viszont már az automatikus, kontrollálatlan befogadással jellemzik inkább. Ez azt jelenti, hogy szerintük a káros tartalmaknak direkt és negatív hatása van, az így közvetített magatartásformákat a gyermekkorú nézők átvehetik: minél fiatalabb valaki, annál inkább. A negatív magatartásformákkal való teljes azonosulás a kérdezettek szerint elsősorban ott várható, ahol a gyermek társadalmi körülményei rosszabbak, ahol a szülő nem tudja/akarja a gyermek médiafogyasztását kontrollálni, mediálni, ahol a szülők is rossz mintákat követnek, közvetítenek, vagy ahol egyéb szempontból veszélyeztetett egy gyermek.

A kérdezettek több tényezőt is kiemelnek azzal kapcsolatban, hogy a kiskorú gyermekek esetében az automatikus, kontrollálatlan befogadás miért történik meg:

A gyermekek még kialakulatlan személyiségek, mindenben bizonytalanok, nem tudják, hogy pontosan mi a jó és mi a rossz, így a *ValóVilág*ban szereplő tartalmak könnyebben átmennek rajtuk és könnyebben befolyásolhatják őket.

A gyermekek a média, például a televízió által közvetített tartalomnak minden esetben igazságtartalmat tulajdonítanak, így azt hiszik, hogy amit a *ValóVilág*ban látnak, az a befogadandó valóság.

A negatív szülői szerepminták is hathatnak, mert a gyermek azokkal a szerepmintákkal azonosul elsősorban, amelyeket otthon is lát, és amit emiatt természetesnek is tart.

A gyermek olyan tartalmat lát a *ValóVilágban*, amivel lehet, hogy életében az adott műsorban találkozik először, és nincs semmi előzetes tapasztalati anyaga, ismerete erről (például szexualitás, párkapcsolati minták), ezért nem is tudja értelmezni.

A műsor a maga játékszabályaival, büntetési rendszerével, a műsorvezetők kommentjeivel valamennyire megjeleníti és közvetíti, hogy mit tart jónak és mit rossznak. Az értékelési/nevelési mechanizmusok működtetése kapcsán a csatorna felelősségét elsősorban akkor fogalmazzák meg a kutatás résztvevői, amikor a káros tartalmak fogyasztói kiskorúak. Ebben az esetben nem mindegy, hogy mit és milyen mennyiségben tesz közzé egy csatorna (mi és hogyan szerepel a *ValóVilágban*). Nem mindegy, hogy milyen szabályokat alakítanak ki a műsorban, mit engednek, illetve mit tiltanak és milyen értelmezési kereteket tud a csatorna biztosítani.

A kutatásban résztvevők a kiskorúak esetében fontosnak tartanak, hogy a gyermek a látott tartalmakhoz kapjon valamilyen segítséget, értelmezési keretet (például a műsorban, a műsor utáni beszélgetéseken), hogy egyértelműen tudja: a látottakat elfogadhatja vagy el kellene-utasítania.

A fókuszcsoportos kutatás résztvevői a fiatalok, kiskorúak esetében lényegében mindegyik vizsgált káros tartalom, magatartásforma bemutatásánál fontosnak tartanak, hogy speciálisan kezeljék őket, kapjanak meg mindenfajta segítséget az értelmezéshez. A káros tartalmak kapcsán nagyon sok minden szóba kerül: negatív párkapcsolati minták, a szexualitás túl korai bemutatása, az emberi kapcsolatok negatív prezentációja, a konfliktuskezelés nem megfelelő mivolta, a beszédkultúra romlása, a hamis önkép kialakulása, a munka nélküli pénzkereset propagálása, a celebbé válás népszerűsítése, a negatív pszichés hatások, az értékromboló hatások.

Az értelmezési keret biztosítását nem feltétlenül a *ValóVilág*ot sugárzó RTL Klubtól várja el mindenki. A csatorna is sokat tehet ezért, de a szülők szerint a *VV* egy szórakoztató típusú műsor, és nem lehet a régi idők *Iskolatévéje*, vagy nem veheti át a *Családi Kör* típusú műsorok szerepét. Az értelmezési keretek nyújtása során sokan a szülők felelősségét és szerepvállalását is kiemelik.

A *ValóVilág* kapcsán a nézők a csatorna részéről elsődlegesen nem azt a szándékot érzik, hogy ezzel az RTL Klub a társadalmi felelősségvállalás jegyében cselekedne, mert szerintük elsősorban szórakoztatni akar a műsorral (és ők maguk is azt várják el). A programban, a formátumban a nézők szerint tagadhatatlanul ott vannak azok az értékelő/nevelő mechanizmusok, amelyek segíthetnek annak értelmezésében, hogy a néző lássa, mi a jó, mi a követendő, de szerintük ezek inkább csak járulékos tartozékok, nem ezeken van a fő hangsúly. A hangsúly a tartalom bemutatásán van és nem annak kiértékelésén. Társadalmi felelősségvállalásról csak akkor lehetne beszélni, ha ezek az értékelő, nevelő mechanizmusok állandóan és hatékonyan működnének, és ezek lennének a prioritások. Ez a *ValóVilágról* – jelenlegi működési formájában – nem mondható el.

A kutatásban résztvevők nagy része azt valószínűsíti, hogy ha a formátum radikálisan megváltozna, az edukációs tartalom nagyon megerősödne, akkor nem fogják ugyanannyiánnézni a műsort, mint korábban, a nézettség csökkenni fog, mert nem ezt keresik ebben a formátumban a nézők.

## 1. Bevezetés

### 1.1. A kutatás célja

A Psyma Hungary Piac- és Közvélemény-kutató Kft. 2021 márciusában a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából felmérést készített a *ValóVilág10*-es szériájának lakossági fogadtatásáról. A kutatás elsősorban arra kereste a választ, hogy valóságshow-kkal, így a *ValóVilág* típusú műsorokkal kapcsolatban milyen pozitív vagy negatív vélemények fogalmazódnak meg a nézők körében, mi az, ami tetszik ebben a formátumban az embereknek, és mi az, ami nem. A kutatás fontos célja volt, hogy feltérképezze, milyen hatásmechanizmussal működhet ez a műsortípus, milyen hatásokat, reakciókat vált vagy válthat ki a nézőkben.

### 1.2. A kutatás módszere

A kutatás időben a *VV10* zárásához kapcsolódott, és kvalitatív kutatási eszközök igénybevételével zajlott. A kvalitatív kutatás keretében fókuszcsoportos beszélgetésekre került sor. A fókuszcsoportos beszélgetések során a kutatásban résztvevők egy félig strukturált interjúvázlaton mentek végig, és egy moderátor segítségével beszélgettek a „guideline”-ban megadott témakörökről, amelyekkel kapcsolatban pro és kontra mondhatták el a véleményüket.

Első lépcsőben a kvalitatív kutatás révén a műsorral kapcsolatos spontán benyomások, vélemények, attitűdök feltárása volt a cél. A második lépcsőben pedig ezeket megismerve, a tapasztalatokat összegezve készült el a kutatási jelentés, amely kvalitatív tartalomelemzésből állt. A tartalomelemzésben a vizsgált témakörök kapcsán összegyűjtöttük, milyen típusú vélemények hangoztak el, melyek voltak azok, amelyek többször kerültek szóba, tehát típusos, gyakrabban megfogalmazott álláspontként, megközelítésként jelentkeztek.

A kvalitatív kutatás keretében négy fókuszcsoportos beszélgetésre került sor. A koronavírus-járványra tekintettel a beszélgetések nem személyesen, hanem online formában, online csoportos beszélgetéseként valósultak meg. A csoportos beszélgetéseken csoportonként 6–7 fő vett részt. A négy csoport közül kettő esetében a fókuszcsoportos beszélgetések résztvevői a *ValóVilág10* nézőiből kerültek ki. A beszélgetések másik megcélzott közönségét a gyermekes szülők jelentették.

A tanulmányban sokszor idézünk a fókuszcsoportos beszélgetések során elhangzott véleményekből. Az idézetek anonim módon kerülnek ismertetésre, csak annyit jelzünk, hogy melyik típusú csoport tagja fogalmazta meg az adott állítást, véleményt (N=nézői csoport tagja, SZ=szülői csoport tagja).

### 1.3. A fókuszcsoportos beszélgetések alanyai, a fókuszcsoportok összetétele

#### 1.3.1. Nézői csoportok

A kiválasztási szempontok meghatározása során a nézettségi adatok alapján kirajzolódó célcsoport összetételének főbb társadalmi-demográfiai jellemzőit vettük alapul. Ezért a nézői

csoportokban a résztvevők kétharmada nő volt, egyharmada pedig férfi (nő: 8 fő, férfi: 4 fő). Mindannyian a fiatalabb, 18–35 éves korosztályból rekrutálódtak (18–20 évesek: 2 fő, 21–25 évesek: 2 fő, 26–30 évesek: 4 fő, 30–35 évesek: 4 fő). Az iskolázottság tekintetében a cél az volt, hogy a nem célcsoportnak tekinthető diplomások ne vegyenek részt a beszélgetéseken. A nézői csoportok résztvevői így elsősorban középfokú végzettséggel rendelkeztek (érettségi: 10, szakmunkásképző: 2). Ugyancsak közös vonásnak számított, hogy vidéken, elsősorban városokban élő nézőket vonjunk be a kutatásba. A két nézői csoport közül az egyikben kelet-magyarországi lakóhellyel rendelkezők vettek részt, a másikban pedig Nyugat-Magyarországon élők.

### 1.3.2. Szülői csoportok

A szülői csoportokat bizonyos értelemben tekinthetjük nem-nézői csoportoknak is, mert a kutatásba bevont szülők többsége nem nézte a *ValóVilág10*-es szériáját. (A beszélgetéseken való részvétel feltétele az volt, hogy ismerjék a formátumot, és valamelyik évadnak rendszeres nézői legyenek. Ennek a feltételnek viszonylag könnyen megfeleltek az érintettek, hiszen a valóságshow-k első szériáit, 15–20 évvel ezelőtt, nagyon sokan – így ők is – nézték.) Ugyancsak feltétel volt, hogy 8–16 éves gyermek(ek) szülője legyen a résztvevő, tehát legyenek olyan kiskorúak a családban, akik rövid-, hosszabb távon potenciális nézői lehetnek majd az ilyen típusú műsoroknak (8–10 éves gyermek szülője: 6 fő, 11–15 éves szülő gyermeke: 5 fő, 16–18 éves gyermek szülője: 2 fő). A beszélgetésen résztvevők kb. fele édesapaként, fele édesanyaként vett részt a kutatásban (férfi: 7 fő, nő: 6 fő). Életkor szerint a résztvevők a 30–50 éves korosztályból kerültek ki, zömmel 45–50 évesek voltak (30–40 éves: 2 fő, 41–45 éves: 3 fő, 46–50 éves: 8 fő). Iskolázottság tekintetében itt is az volt a cél, hogy diplomások ne vegyenek részt a beszélgetéseken. A nézői résztvevők így elsősorban középfokú végzettséggel rendelkeztek (érettségi: 11, szakmunkásképző: 2). Hasonlóan az előző kategóriához, itt is az egyik csoport résztvevői kelet-magyarországiak voltak, a másik csoport tagjai pedig nyugat-magyarországiak.

Az alábbi táblázatban összevontan közöljük a nézői, illetve szülői csoportok résztvevőinek összetételét és főbb társadalmi-demográfiai jellemzőit:

1. táblázat

Szempontok	Nézői csoport	Szülői csoport
nemi státusz	vegyes (kétharmad nő, egyharmad férfi)	vegyes (fele férfi, fele nő)
területi szempont	vidékiek	vidékiek
életkor	fiatalok (átlagéletkor: 27 év)	középkorúak (átlagéletkor: 44 év)
iskolázottság	középfokú végzettségűek	középfokú végzettségűek
családi státusz	egyedülállóak, párkapcsolatban élők, általában gyermektelenek	családosok, egy vagy több gyermekkel (legalább egy 8–16 éves gyermekkel)
nézői státusz	rendszeres nézője a <i>ValóVilág10</i> -es szériájának	többségük nem nézte a <i>ValóVilág10</i> -et rendszeresen, de a korábbi szériákból volt, amit rendszeresen nézett

## 2. A ValóVilág10 nézettsége és értékelése

Értelemszerűen a *nézői csoport* tagjai rendszeres nézői a *ValóVilág10*-nek. Értékelésük a műsorról inkább pozitív: az 1–5-ig terjedő skálán elsősorban 4-es osztályzatot adnak a műsorra. (Egy valaki adott 5-öst.) Igaz, vannak kritikusabb nézői hangok is, volt, aki 3-as osztályzatot adott és volt, aki csak 2-est. (Az értékelések a kelet- és nyugat-magyarországi csoportban nagyon hasonlóak voltak.)

Az RTL Klub jelzése szerint a *ValóVilág10* nézettsége a várakozásoknak megfelelően alakult, sőt valamivel meg is haladta azt, nézőszámában a 9. évadnál is jobb számokat ért el.<sup>96</sup> A kvalitatív kutatás tapasztalatai arra utalnak, hogy a széria valós nézettségét nem könnyű megállapítani. A műszeres nézettségi adatokhoz képest jóval magasabb nézőszámok feltételezhetők, mert sokan nem hagyományos módon, tévében, real-time „üzemmódban” nézték a szériát. Változatosak a nézői szokások, a műsor elérése kifejezetten diverzifikált volt. Az élő műsor (összefoglaló) követése mellett voltak, akik felvételtől nézték vissza az adásokat, vagy hétvégén egyben nézték meg és voltak, akik élőben, de interneten keresztül követték.

Részben azért, mert nem mindenki valós időben követte a műsort, összességében a csoporttagok körében ritkán figyelhető meg, hogy az esti tíz órás összefoglaló után megnézték a műsort követő *BeleValóVilág*ot is. A két műsortípus nézése nem járt kéz a kézben. Ennek ellenére többen kapcsolatosak valamilyen gyakorisággal a *BeleValóVilág*ra is, mert bizonyos részekkel, jelenetekkel, kommentekkel csak itt találkozhattak. A *ValóVilág* rendszeres nézői más olyan csatornákat, ahol ugyancsak nézni lehetett volna a műsor egyes részeit, jeleneteit (például közösségi média), nem vettek igénybe. A nekik bemutatott tartalmak, beágyazott videók újdonságot már nem tartalmaztak, mert ezeket a részeket élőben vagy felvételtől látták. Vagy éppen azért nem nyitották meg ezeket a linkeket, mert nem akarták előre megismerni a történetet az esti műsor előtt.

A *szülői csoport* tagjai általában nem nézték rendszeresen ezt a szériát. Ez alól a „főszabály” alól csak egy-két kivétel akadt: „*Nekem, sajnós, ezek a valóságshow-k, nagyon szégyellem, hogy nézem, de ilyen bűnös élvezet. Úgyhogy én nyomon követtem, teljes mértékben ezt az évadot is*” (SZ).

A többiek sem voltak teljesen elzárva a műsortól, mert a közösségi médiában akarva akaratlanul is találkozhattak jelenetekkel, kommentekkel, tehát a kiemelt tartalmak, vezető híryananyagok a műsorról kapcsolatban hozzájuk is eljutottak. „*Ha valaki nem nézi, akkor is nézi, mert ha ráérek az internetre, akkor majdnem mindenhol ez jön be, ez csapódik le, hogy mi történt. Nem akarom megnézni, de nagyon jól tálalva van, pikáns üzenni valókkal, hogy mi történt. Lehet, hogy nem nézem meg a nyolc percet, lehet, hogy csak fél percet nézek, vagy egy percet, de akkor is tudok róla. Tehát a kivágott részt szerintem nagyon sokan megnézik. Nem akarom megnézni, de mégis*” (SZ). „*Én nem nagyon követtem ezt az évadot a tévében, viszont ezeket a híreket, ami a közösségi médiában voltak, azokra rendre ránéztem, illetve nagyon sokszor olvastam a kommenteket is róla, videókat is néztem. [...] Nem leültem és végignézttem, hanem inkább a közösségi médiában követtem*” (SZ).

Ha a felmérésben szereplő szülők a *VV10* teljes műsorának nem is voltak állandó, rendszeres nézői, de a korábbi szériákat – különösen az induláskor, amikor ez a formátum bejött Magyarországra, és ők maguk is 15-20 évvel fiatalabbak voltak – nézték. A szülői csoportok tagjai a nézői csoportokhoz képest már sokkal kritikusabban közelítenek a *ValóVilág*-szerű

<sup>96</sup> <https://sorozatwiki.hu/hirek/jon-a-keresztanyu-2-evada-is-evertekelo-interju-kolosi-peterrel>

show-khoz, s különösen a nyugat-magyarországi csoport tagjai, akik az 1–5-ig tartó értékelési skálán szinte kivétel nélkül 1-es osztályzatot adtak a jelenlegi műsornak. A kelet-magyarországi szülői csoport tagjai differenciáltabban közelítettek a műsorhoz. (Ebben szerepet játszhatott az is, hogy a kelet-magyarországi szülői csoportban voltak a *VV10* műsorát rendszeresebben néző alanyok is.) Itt 1-es osztályzatot senki sem adott, általában 2-es vagy 3-as osztályzatokkal értékelték a műsort, de volt, aki 4-est adott. Összességében megállapítható, hogy a nézői csoportokhoz képest a szülőknél a *VV* tetszési indexe jóval alacsonyabb volt.

A szülői csoport tagjai alapvetően két szálon kapcsolódtak be a kutatásba. Egyrészt olyan közönséget képviseltek, amelynek tagjai régebben rendszeres nézői voltak a formátumnak, de most már nem annyira nézik, „kiöregedtek” belőle. Így részben ebből a megváltozott alaphelyzetből értékeli a műsort. Másrészt viszonyulásuk másik dimenzióját a szülői státuszuk adja. Megfogalmazhatták, hogy gyermekükre gondolva milyennek látják a műsort, lehetséges nézővé válásukról hogyan vélekednek, szerintük nekik mit adhat/adhatna ez a program, ha adott esetben majd 16–18 évesen a *VV* nézői lesznek.

Fókuszcsoportos kutatásunk a fiatalok szemszögéből próbálja a *ValóVilág* műsorfolyamat tesztelni, hiszen ők jelentik alapvetően a műsor elsődleges, kimondott vagy ki nem mondott célcsoportját. Egy részüket, a 20–30-as korosztály tagjait közvetlenül szólaltattuk meg (a nézői csoport tagjait), másik részüket pedig, akik néhány év múlva lehetnek nézői a sorozatnak közvetve, a szülőkön keresztül.<sup>97</sup>

A fenti adatok és tények előrevetítik, hogy a nézői, illetve a szülői csoportok tagjai várhatóan milyen alapállásból, attitűddel közelítenek a *ValóVilág*hoz. A nézői csoportok tagjai inkább pozitív összefüggésben értékeli a *ValóVilág* műsorát, a megközelítések sokszor támogatók, az észrevételek konstruktívak. A szülői csoport tagjainak alapbeállítódása viszont inkább negatív, elutasító a műsorról kapcsolatban, akkor is, ha magukból indulnak ki és saját preferenciáik, értékviláguk alapján ítélik, illetve akkor is, ha a gyermekükre gondolnak, mint lehetséges nézőkre. A gyermekek esetében az elutasító magatartás háttérben elsősorban az áll, hogy a *VV* bizonyos tartalmait a tinédzser gyermekekre nézve károsnak tartják. A mai szériák szerintük már nem olyanok, mint amiket még induláskor ők is és az egész ország nézett, és ezt bizonyítja, hogy egyre kisebb számosságú a műsor közönsége: *„Az már jelzésértékű, hogy egyáltalán nem főműsoridőben zajlik ez a valóságshow [...], régen ez az RTL Klubnak a főműsoridejében ment ténylegesen fél nyolctól este tízig. [...] Most gyakorlatilag, ha jól emlékszem, az RTL2-n ment, este tíz órától nem tudom meddig. [...] Nyilvánvaló, hogy ennek már olyan a nézettsége, illetve olyan szinten nincsen nézettsége, hogy csak ide érdemes berakni. [...] Nyilván részben azért, mert olyan vállalhatatlan tartalmat sugároz, amit nem lehet műsor-szórás szempontok szerint tíz óránál előbb levetíteni. [...] Szerintem a tévécsatorna is érzi, hogy ez már így nagyon a végét járja”* (SZ).

A szülők szerint a fiatalabb korosztályok bevonódását akadályozhatja, hogy alapvető változáson esnek át a tizenéves gyermekek/fiatalok médiafogyasztási szokásai: kis túlzással, ők már nem is néznek tévét. De a médiafogyasztási szokások mindenkinél változnak: *„Szerintem a fogyasztói igények változtak húsz év alatt [...], jött a YouTube, meg a Facebook, TikTok,*

97 A műszeres televíziónézési mérések szerint a *ValóVilág* 9. évadának nézettségi mutatói a 13 és 17 év közötti korosztályban a legmagasabbak. [https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo\\_Vilagbarometer\\_merseklodtek\\_a\\_karos\\_tartalmak\\_az\\_evad\\_vegere](https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo_Vilagbarometer_merseklodtek_a_karos_tartalmak_az_evad_vegere). Jelen kvalitatív kutatásban szereplő tinédzser gyermeket nevelő szülők közül alig-alig volt olyan, aki jelezte volna, hogy gyermeke nézte a *VV10*-et.

tehát ezernyi más inger bombázza az embereket” (SZ). A szülők gyermekeik médiafogyasztását látva úgy gondolják, hogy ma már a *ValóVilág* egy nagyon tagolt médiatérben jelentkezik, ahol a gyermekeket rengeteg tartalom eléri és vonzza (Netflix, YouTube, TikTok). Az egymással konkuráló digitális tartalmak világában a gyermekek egyáltalán nem biztos, hogy a *ValóVilághoz* hasonló programokat fogják preferálni. A szülők egy része saját gyermekére gondolva szinte teljesen biztos ebben – és ennek örül is –, egy másik része pedig inkább csak reménykedik.

### 3. A valóságshow-k asszociációs mezője és általános megítélése

#### 3.1. Asszociációs mező

A beszélgetések elején az első spontán reakciókat próbáltuk begyűjteni, azt, hogy a valóságshow szót hallva milyen képzetársítások kapcsolódnak a műfajhoz, milyen gondolatokat, érzéseket hoz elő ez a műsортípus.

A valóságshow fogalmát elsősorban az RTL Klub *ValóVilág* sorozatával azonosítják az emberek. Az idősebbek, akik már a 2000-es évek eleji induláskor is bekapcsolódhattak ennek a műsorfolyamnak a nézésébe, a formátum kapcsán a két klasszikusnak mondható műsorthoz szóba egyszerre: a TV2 *Big Brother*-jét és az RTL Klub *ValóVilág*-át. A fiatalabb korosztályok számára 2020–2021-re már csak a *ValóVilág* „maradt”.

A fókuszcsoportos beszélgetések közös vonása, hogy a valóságshow-k természetrajza, működési mechanizmusa gyakran felmerül a témakör megvitatása során. A résztvevők már a beszélgetések elején, az asszociációs kérdések kapcsán szóba hozzák, mi is a *ValóVilág*-szerű reality-műsorok sajátossága. Az elhangzottak alapján, összefoglaló jelleggel a műsортípus főbb azonosító elemei a következők:

- *izolálás, bezárás*: embereket hetekre, hónapokra összezárnak, teljesen elkülönítenek a külvilágtól;
- *hétköznapi*: nem celeb emberek, nem színészek a formátum szereplői;
- *élő adásban megy*: valós időben történnek és valós időben kerülnek rögzítésre az események, szinte minden pillanatban figyelik őket;
- *valószerű*: valóságosnak tűnő eseménysorozatoknak lehetnek szemtanúi a nézők, hétköznapi embereket láthatnak mindennapi élethelyzetekben;
- *épit a nézői aktivitásra*: a néző szavazhat, ezzel alakíthatja, befolyásolhatja a műsor menetét.

A sok valóságos elem ellenére a nézők többsége érzi, hogy mindez a műsor mesterséges jellege miatt mégsem tekinthető teljesen valószerűnek, mert sem az alapszituáció (emberek összezárása hosszú időn keresztül) nem tekinthető annak, sem azok az életkörülmények, amelyeket biztosítanak a számukra. A valóságban nehezen képzelhető el, hogy mindent ennyire készen kapjanak meg az emberek, és erre elsősorban a szülői csoport tagjai fel is hívják a figyelmet: „A való világ nem az, hogy ugye munka nélkül eldőlünk egész nap, és mégis tele van a bútó” (SZ). „Ez nem való világ, hanem álomvilág” (SZ). „Elsősorban show, másodsorban valóság” (SZ).



E közös vonásokon túl, a valóságshow-ról alkotott elsődleges vélemények, képzetek innen-től élesen szétválnak a nézői és a szülői/nem nézői csoportokban.

Értelemszerűen a *nézői csoport* tagjai alapvetően pozitívan viszonyulnak a műsортípushoz: „*vicces*” formátumnak tartják, ami szórakoztat, „*kikapcsol*”. A szereplők az átlagnál „*merészebbek, önbizalommal teliek*”, ugyanakkor van bennük egy jó adag „*magamutogatás, színjátás*”. Megfogalmazásra kerülnek azok a motivációk is, amelyek a tévé elé ültetik a nézőket: például a „*kíváncsiság*”, hogy érdekes nézni, „*az emberek bezárva hogy tudnak viselkedni*”, „*kiből mit hoz ki a bezártság*”. Kötődések is kialakulnak a szereplők irányába, de akár azonosulások is: „*látom, hogy hasonló élethelyzetben az emberek hogy viselkednek, egy visszajelzés, hogy vannak olyan emberek, mint én, akik ugyanúgy kezelik az adott helyzetet*”. (N) Vannak, akik szívesen kipróbálnák magukat a műsorban és van olyan kutatási alany is, aki régebben komolyan kacérkodott a gondolattal, hogy jelentkezzen a ValóVilágba: „*Volt olyan évad, ahol a Gigi meg a Béci együtt, testvérpárként jelentkezhetett, az nagyon megtetszett nekünk a testvéremmel, és beszélünk is, hogy ha jövőre lesz megint testvérpár, akkor tuti jelentkezünk, de aztán nem lett*” (N).

A *szülői/nem nézői csoportban* – ahogyan említettük – az első asszociációk gyakran a műsorformátum klasszikus darabjaihoz kötődtek, a *Big Brother* és a *ValóVilág* első szériáihoz, amelyek induláskor az újdonság erejével hatottak, és ma már elképzelhetetlen, hatalmas nézettséggel futottak. Ezeket az első szériákat a szülői csoport tagjai is általában nézték. Később azonban folyamatosan eltávolodtak a műsортól, nagy részük idővel teljesen lemorzsolódott. Ma már a szülői csoport tagjai kifejezetten messze pozicionálják magukat a programtól. Elsődleges reakcióik a mai *ValóVilág* évadokról – amit közvetlen információk alapján tudnak vagy közvetett információk alapján feltételeznek róla – kifejezetten negatívak. A műsорт többben „*alpárinak*”, „*rombolónak*”, „*IQ-gyilkosnak*” tartják, és igen sommásnak mondható az az összegzés is, miszerint „*mindenki azt mondja róla, hogy egy szenny műsor, tartalom nélkül*” (SZ).

A csoportos beszélgetéseken elhangzottak alapján nagyon sokféle oka van annak, hogy a szülői csoport tagjai miért fordultak el a műsортól:

- a) Az egyik ok, hogy az évek múlásával a műsor már nem hat az újdonság erejével rájuk, a formátum számukra elfáradt. (Ugyanakkor ez azt is jelenti, hogy a fiatalabb korosztályok számára, akik újonnan jelennek meg nézőként a médiatérben, ez a formátum mindig az újdonságot jelenti majd.)
- b) A másik fő ok, hogy ők maguk is változtak, változott az élethelyzetük, a családi körülményeik, ma már más érdekli őket. Úgy érzik, és erről később majd még szólunk, hogy mivel idősebbek lettek, már nem tartoznak a műsor elsődleges célcsoportjába, a fiatalabb korosztályba.
- c) Gyakran hangoztatott érv az eltávolodás kapcsán, hogy maga a műsor kezdett olyan irányba elmozdulni, ami miatt számukra már kevésbé volt érdekes vagy élvezhető. Például tematikájában volt kevésbé vállalható a szexualitás túlzott megjelenése miatt. A jelenleg futó sorozat esetében vagy hallomásokra, közvetett információkra vagy közvetlen élményekre hagyatkozva adnak olyan summázatot a műsorról, hogy: „*Nekem egy szóval a baráti köröm azt mondta, hogy szexcentrikus, ennyi, a szexről szól*” (SZ). „*Én is megnéztem, még lehet, hogy a koromból kifolyólag, illetve azért is, mert erkölcsileg akkor még belefért. Most szerintem, amik mentek a mostani ValóVilágban, nekem, ennyi idősen már az erkölcsi normámba nem fér bele*” (SZ).

- d) A szülők körében az is típusos véleményként jelentkezik, hogy kezdetben mást, többet gondoltak erről a műorról, mint ami végül megvalósult: „*a kezdetekkor azt hittem, hogy lesz valami mondanivalója is*” (SZ).
- e) Előfordul, hogy egyszerűen kiábrándultak a műorból, rájöttek a valós mozgatórugókra. Volt, aki úgy fogalmazott, hogy induláskor még „*nem látott mögé, hogy hogyan is működnek ezek, mennyire mesterkéltén, mennyire valóságosan*” (SZ).
- f) Színvonalbeli problémákat is érzékelnek: a mostani valóságshow-k szereplői nem azok, nem olyanok, mint akik régen voltak: „*Legelőször a Big Brother-ben érdekesebb emberek voltak vagy szimpatikusabbak. Most úgy érzem, hogy jelentéktelenebb, szürkébb emberek kerülnek be*” (SZ). „*Régebben a Big Brother-ben nem láttam nagyon unalmas arcot, mindenki szín volt. Most bekerülnek olyan emberek, hogy nem veszed észre őket. Tehát nem látok bennük sajnós semmit*” (SZ).

És bár a szülői csoport tagjai zömükben nem nézik a VV10-et, ezért inkább hallomásokra, közvetett információkra kell, hogy építsenek, de ahogy korábban említettük, a neten, a közösségi médiában találkoznak hírekkel, jelenetekkel és ezek inkább elborzasztják őket: „*Egyszer-egyszer felbukkant a neten, és amiket ott olvastam, illetve belenéztem a kis rövidfilmbe, nekem gyomorforgató volt [...], olvastam olyat is, hogy valamelyik srác az étkező asztal mellett kakilt, vagy valami ilyesmi*” (SZ). „*Egy aktivistának az oldalát követem, ahol a női egyenjogúsággal és a megaláztatás, családon belüli erőszakra posztoltak. És igazából innen tudom, hogy mi történt benne [...], szexuális erőszak, illetve megaláztatás*” (SZ).

Érdekes, hogy a *ValóVilág* jelenlegi és korábbi hullámainak összevetése, és ez alapján egy negatív jellegű következtetés levonása nem csak a szülői csoport tagjainál – akik még az első hullámokhoz nyúlnak vissza – figyelhető meg, hanem sokszor a nézői csoportnál is. Többen úgy érzik, hogy egyfajta negatív spirálba került a műsor, mintha a korábbi évadok, a korábbi verziók szereplői, a feladatok stb. jobbak, érdekesebbek lettek volna. (Igaz, vannak, akik szerint a 10-es szériánál ezért elsősorban a pandémia-helyzet tehető felelőssé. A mostani hullám lebonyolítása a COVID miatt nehezebb volt, például kívülről érdekes vendégeket, személyiségeket nehezebben vagy egyáltalán nem lehetett behozni a villába.) Nem mindenki éli meg ilyen egyenesvonalúnak a visszaesést. Vannak, akik szerint a mostani évad jobb volt, mint az előző két-három évad, igaz, nem éri el a korábbi évek színvonalát.

A műsor érdekessége, élvezhetősége szempontjából mind a nézői, mind a szülői csoportból sokan kulcsfontosságúnak gondolják a szereplőválogatást. Minden a castingon dől el, beszavazó show-k hiányában ma már a nézőknek nincs befolyásuk a villalakók kiválasztására. A kutatás résztvevői gyakran úgy érzik, hogy akik bekerülnek az újabb show-kba, azok a korábbi hullámokhoz képest kevésbé izgalmas személyek, illetve nem olyan karakterek, akik sokak számára érdekesek lehetnek. A választással inkább egy előre meghatározott és szűkebben értelmezett célcsoport igényeit elégítik ki. Persze azt a kutatás résztvevői nem tudhatják, mennyien jelentkeznek, kikből lehet válogatni, és kérdéses az is, hogy a castingok során mit vesznek/vettek figyelembe, mit preferálnak a műsor készítői. Így nem világos a nézők számára, hogy a merités mennyiségi, minőségi paraméterei mások-e, mint korábban, vagy a kiválasztás szempontjai módosultak. De a nézők nagy része úgy érzi, mintha egyszerűbb, egysíkúbb szereplők kerülnének be a műsorba. (Van viszont olyan is, aki szerint a 10. évad szereplőgárdája jobb volt, mint a 8. vagy 9. évadé.)

A castingnak mindenképpen van egy negatív, manipulatív értelmezése a szülői csoport tagjai körében: „Szerintem eleve ezzel manipulál a csatorna, hogy úgymond eleve úgy castingol, hogy aki az utcáról beesik, mint mondjuk az X-Faktorban, hogy beesik, frankó, nincs hangod, mehetsz a csudába. Itt szerintem nem úgy válogatnak, hanem célzottan, hogy legyen ilyen-olyan, amolyan karakter. [...] Tehát olyan valaki, akitől arra számítanak, hogy valamit fog csinálni, akár valami balhét. Most is voltak ilyen balhézósok, hogy összetörtek tényérokot, hogy idegbeteg kategória egy kicsit, hogy elkapja a hoppáré” (SZ).

Összességében – a szülői csoportokhoz hasonlóan – a nézői csoportokban is kitapinthatók olyan vélemények, amelyek arra utalnak, hogy a műsor színvonala évadról-évadra esik. Ezt tulajdonképpen már a korábbi fejezetben ismertetett értékelések is előrevetítették. A nézői csoportban jelentkező, általában 4-es osztályzatok a korábbi hullámokkal való összevetés miatt nem lettek magasabbak. A nézői csoportban elhangzó érvek alapján jelen széria negatívabb megítéléséhez a következők járulhattak hozzá:

- a) Az emberi kapcsolatok negatívabb bemutatása (sokan utaltak Renátó karakterére és viselkedésére, ami komolyabb médiavisszhangot váltott ki).
- b) Van, aki szerint ebben a szériában túl fiatal szereplők is feltűntek, akik még nem valók ilyen műsorban. Többen szóba hozzák, hogy valamivel idősebb korosztályt is be lehetne vonni a show-ba: „Nem tetszik, hogy nagyon fiatalok, mert már lassan nem is mindenkivel lehet azonosulni” (N).
- c) A szereplőválasztás problematikájához tartozik, hogy vannak, akik szerint kevés az olyan szereplő, aki az intellektuálisabb vonalat képviselné: „Őszintén, ha kicsit értelme-sebb embereket hívnának, akkor teljesen élvezhető műsor lenne” (N). „Nem egyszerűek, csak sokszor nem tudják kontrollálni önmagukat, és ezt meg is értem, mert alkohol hatása alatt sok ember nem tudja magát kontrollálni” (N).
- d) Már az előző példák is utaltak arra, hogy a műsor stílusa, a szereplők megnyilvánulása is egyre több kívánni valót hagy maga után: „A szórakoztató része, az, hogy tényleg kikapcsol, az tetszik, viszont a stílus és az előadasmód, az már nem” (N). „Tényleg, a káromkodás az nagyon sok. A feladatok viszont tetszettek” (N). „Régen szerintem sokkal több volt az egymással való viccelődés, egymásnak a szivatása. Nem tudom, tojást törtek egymás fején, vagy valahol szivatgatták egymást. Tehát sokkal viccesebb, kedvesebb volt [...] az elmúlt három évad kb. arról szól, hogy egymást minősíthetetlen módon osztják” (N).
- e) A nézői csoportban is megjelennek negatív értékelések a szexualitás bemutatásával kapcsolatban: „Egyre alpárabbak az emberek benne. Tehát tényleg nincs bennük tartás sem, semmi. Tehát inkább az, hogy azon versengenek, hogy ki mekkora ribanc” (N).

### 3.2. A valóságshow mint műfaj általános megítélése

Negatív értékelések mind a szülői, mind a nézői csoportban megfogalmazódnak a műsorral kapcsolatban – értelemszerűen elsősorban a szülői csoport részéről. Abban is konszenzus van a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés résztvevői között – akár nézik aktuálisan a műsort, akár nem –, hogy a társadalmi közeg, a tágabb környezet nagyon elutasító a ValóVilág-szerű műsortípussal kapcsolatban. A kutatás résztvevői szinte egyöntetűen azon az állásponton vannak, hogy ennek a műfajnak az általános megítélése ma rendkívül negatív Magyarországon.

Ez elsősorban a *nézői csoport* tagjait érinti érzékenyen, akik kis túlzással úgy érezhetik magukat, mintha kisebbségben lennének. Az ellenségesebb befogadói közeg miatt a *ValóVilág* nézői gyakran odáig is eljutnak, hogy szűkebb-tágabb környezetükben nem is érdemes előhozakodniuk azzal, hogy nézik a műsort. A fókuszcsoportos beszélgetések során sok olyan rossz nézői élmény került szóba, amely ilyen típusú élethelyzetekhez kapcsolódik: „*Igazából néha már arról is ciki beszélni, ha nézed. Azt is lenézik, hogy ha nézed. De szerintem azért, mert meg van bélyegezve, és egy negatív képet alkot az emberek szemében, hogy ez hülyeség*” (N). „*Engem például elítélnék, hogy ilyen baromságot miért nézek. Úgyhogy én ezzel magamra maradtam gyakorlatilag*” (N). „*Én sem vagyok arra büszke, hogy ValóVilágot nézek XX évesen, mert a megítélése az egyébként abszolút negatív*” (N).

A nézettségi adatok – egy hosszabb időtávot nézve – egyértelműen azt mutatják, hogy ma a *ValóVilág* csekély népszerűségnek örvend. Ezt maguk a kutatás alanyai – különösen a *szülői csoportok* tagjai – is így érzik. A majdnem 20 évvel ezelőtti induláskor ez egy mindenki által követett műsor volt, amely a hétköznapokban általános témát adott, amit meg lehetett beszélni, vitatni. Aki a műsort nem nézte, az úgy érezhette magát, hogy kimarad valamiből, nem tud hozzászólni egy aktuális témához: „*Nézegettem az első pár évadot, és akkor még tényleg az volt, hogy az egész ország erről beszélt. Ez ment főműsoridőben, és nem lehetett elkerülni. Akkor tényleg azt mondom, hogy volt valami tartalma*” (SZ). Ma már ez nincs így, a műsor nézettségének rohamos csökkenésével jóval kevesebb az ilyen alkalom és lehetőség.<sup>98</sup> A valóságshow-k adta témák kikopni látszanak a mindennapok kommunikációjából. Feltehetően ma már inkább egy specifikusabb nézői szegmens számára készül a *VV*, és a rétegműsorrá válással a *ValóVilág* inkább e szűkebb célcsoport számára lehet fontos. Ennek a célcsoportnak a tagjai ugyancsak indíttatást érezhetnek arra, hogy beszélgessenek a műsorról, kibeszélgék az ott tapasztaltakat. A nézői és nem nézői csoportok éles szétválásával, átfedések hiányában ezek már nehezebben megvalósíthatók. Igaz, a szülői csoport tagjai, akik – mint láttuk – szinte egyáltalán nem nézik a *ValóVilág*ot, a közösségi médiában valamennyire követik az eseményeket. A fel-feljövő pikánsabb híreket, videókat elolvassák, megnézik, de ezek megbeszélésébe már kevéssé folynak bele, így a rendszeres nézők, akik erről még kommunikálnak vagy kommunikálnának, magukra maradnak.

A nézők egy része úgy gondolja, hogy mivel az RTL Klub időről időre műsorára tűzi a *ValóVilág*ot, ez azt jelenti, hogy kereskedelmi szempontból a csatorna sikeresnek tartja a formátumot, még ha csak egy szűkebb nézői szegmenst tud vagy akar elérni vele. Volt, akit kifejezetten meglepett, hogy a 9. évad után elindult a 10. széria is. Az, hogy az RTL Klub újra elindította a *VV*-t, azt mutatja, hogy „*sajnos van rá igény [...], és ha hozza a megtérülést, akkor bármilyen értéktelennek tartjuk mi, ugyanúgy működni fog továbbra*” (SZ).

Nagy kérdés, hogy ha a jelenlegi nézők kiöregsznek majd, az új, fiatalabb generáció tagjai mennyire fognak bevonódni a műsort követők táborába. A szülői csoport tagjai, ha saját gyermekeikre gondolnak, szkeptikusak ebben a tekintetben, de nem is bánják, ha ez nem történne meg. Ennek esélyét növeli, hogy a szülők szerint gyermekeik médiafogyasztási szokásai,

98 A *ValóVilág4* fináléját például 2010-ben még 2,3 millióan követték, az ötödik végét már „csak” 1,5 millióan, és míg az első *VV*-műsoroknál milliós nézettségekről lehetett beszélni, addig az RTL II-re átköltöztetett valóságshow nézettsége a hatodik évadtól már csak a százezres tartományban mozgott. *Narcisztikus celebjelöltek jövő nélkül – Narcisztikus celebjelöltek jövő nélkül – mit eszünk még mindig a valóságshow-kon?* [https://hvg.hu/let/20190902\\_valóságshow\\_love\\_island\\_tv\\_valo\\_vilag\\_big\\_brother](https://hvg.hu/let/20190902_valóságshow_love_island_tv_valo_vilag_big_brother)

igényei rohamtempóban változnak, és egy TikTok-on, YouTube-on szocializálódó közönség számára nem biztos, hogy bele fog férni egy statikusabb tartalom, például az egyórás napi összefoglaló megnézése.

### 3.3. A valóságshow-k típusai

A fókuszcsoporthoz beszélgetésen elhangzó valóságshow típusú műsorok címei és leírásai alapján a kutatás résztvevői a valóságshow-k következő főbb típusait különböztetik meg:

- a) A *ValóVilág*-szerű műsorok (bentlakásos, külvilágtól elzárt résztvevők, akik nem celeb szereplők), amelyek jelenleg a *ValóVilág*on kívül alig vannak a kínálatban, de korábban szép számmal futottak a televíziókban: *Big Brother*, *Farm*, *Éden hotel*, *Love Island*, *Survivor*.
- b) A másik, amelyet a fókuszcsoporthoz résztvevőinek megfogalmazása alapján valamilyen tevékenység alapú, „tudás alapú” reality-műsoroknak nevezhetünk, és amelyből jelenleg több sikeres formátum is látható a csatornákon: például *Konyhafőnök*, *Exatlon*.
- c) Ugyancsak külön típusként kerülnek szóba a beszélgetős jellegű valóságshow-k, amelyek ma már kevésbé találhatók meg a kínálatban: például régebbiről a *Mónika Show*, a *Balázs Show*, az *Anikó Show*, amelyekben a nézők szerint hétköznapi emberek, amatőr szereplők szólnak meg valóságszerűen.
- d) Végül egy további altípus, ahol a középpontban valamilyen ismert személy, személyek, celebek állnak, például *Győzike Show*, *Nagy Ő*, *Házasodik a gazda*, *Celeb vagyok, ments ki innen*. (De mindazok a reality-k is ebbe a csoportba sorolhatók, amelyek hétköznapi emberekkel futottak, és a formátumoknak megvoltak a maguk celeb változatai is – például *Konyhafőnök*.)

A *ValóVilág*-szerű reality-show-k a legtöbb típushoz képest sokszor még a nézői csoport tagjai körében is valamivel gyengébb értékelést kapnak. Például a tevékenység alapú, tudás alapú reality-show-kat, amelyek elsősorban nem a bezártságra és az abból adódó élethelyzetek, konfliktusok bemutatására építenek, hanem valami kézzel fogható tudást, képességet értékelnek, éppen ez a hozzáadott érték emeli sok esetben a *ValóVilág*-szerű reality-k fölé: „*Nekem már kicsit olyanok az utóbbi (VV) évadok, hogy azok szerintem nem szólnak semmiről. [...] Én is végignézttem, tehát valamiért nézem én is, de mondjuk én szeretem a főzős műsorokat, sokkal jobban lefoglal mondjuk egy Konyhafőnök, hogy nézem és tanulok. Nem azt mondom, hogy ugyanúgy megcsinálom, de ragad rám egy kis értelem. A ValóVilágot meg leülök, megnézem, és [...] izgalmasnak izgalmas, csak érzem, hogy butulok lejjebb minden egyes résznél*” (N).

Van, akit éppen a hétköznapi élethelyzetek, a hús-vér figurák, a karakterek összekapcsolódása, az érzelmi reakcióik fognak meg, és ezt tartja a műsor fő értékének más valóságshow-khoz képest: „*Szerintem a ValóVilág a legunalmasabb, viszont mégis ezt néztem, mert amúgy az Exatlon, meg a Konyhafőnök, az nem a saját énjüket, személyiségüket mutatja meg, hanem feladatokban szereplést. És nyilván az Exatlonban meg a Konyhafőnökben sincs bevágyva olyan bensőséges rész, milyenek ők igazából. Szóval valahogy a ValóVilág a leguncsibb [...], de mégis a legközvetlenebbnek érzem*” (N).

Megosztottak a kutatás alanyai abban is, hogy mi a jobb, reality-műsorokat hétköznapi szereplőkkel nézni, vagy közismert személyiségekkel, celebekkel. Némelyek azokat a valóságshow-kat szeretik nézni, ahol celebek állnak a középpontban. Itt a celebek személyisége jelenti a nagyobb vonzerőt, mert érdekesebbnek tartja a karakterüket. Van olyan vélemény is, hogy a valóságshow-k ma már jobban építenek a celebekre, de a *ValóVilág* nézése azt mutatja, hogy vannak, akik a hétköznapi „hősökre” kíváncsiak inkább.

#### 4. A *ValóVilág* szereplői

A *ValóVilág* megítélését alapvetően meghatározza, hogy milyen szereplőket vonnak be a műsorba, milyen karaktereket szerepeltetnek benne. Ezt mindegyik fókuszcsoporthozos beszélgetés során fontos szempontként említik meg a kérdezettek.

##### 4.1. A főbb karaktertípusok

Annak mindenki tudatában van, vagy legalábbis feltételezi, hogy az évadok előtt komoly szervezőmunka folyhat, hogy a csatorna megtalálja a műsorba bevonandó szereplőket. Sokan – különösen a szülői csoport tagjai – érzékelik azt is, hogy a szervezők bizonyos karaktereket keresnek, mert szinte majdnem mindegyik szériában van vagy lennie kell legalább:

- egy erőszakos, durvább karakternek (a rossz fiú),
- egy botrányhősnek (akiről azután sokat lehet írni),
- egy naiv karakternek,
- egy „plázacának”, aki könnyen kapható mindenre (ezzel kapcsolatban sok olyan jelző is elhangzott a fókuszcsoporthozos beszélgetéseken, amely nyomdafestéket nem tűr),
- egy konfliktus-generátornak, kavargógnak,
- egy értelmes, intelligens karakternek,
- egy normális, hétköznapi hősnek,
- egy jópofa karakternek.

Ha megvannak ezek a fő típusok, karakterek, a szervezők eldöntik, hogy melyiket milyen számban szerepeltetik, milyen szereplői mix alakul ki. És ez a mix – sok más mellett – alapvetően meghatározza, hogy egy adott évad milyen színvonalon, milyen tematikai vonalon, milyen nézettséggel fog futni.

Mind a nézői, mind a szülői csoportok tagjai gyakran úgy értékelik az újabb és újabb hullámokat, így a mostani 10-es szériát is, hogy a felhozatal, a szereplők színvonala fokozatosan romlik: „*Szerintem egyre közönségesebb emberek kerülnek be*” (N). „*A kezdő évadokban a karakterek, azok sokkal jobbak és normálisabbak voltak*” (N). „*Inkább a prolikat próbálják megkeresni*” (N).

Sőt, mintha a kiválasztásnál működne valamilyen extremitási faktor is, és a műsorba nem annyira az „átlagos”, hétköznapi emberek kerülnének be: „*Azért elég furá alakok mennek be szerintem egy ilyen valóságshow-ba*” (N). „*Szoktam mondani, hogy minél dilisebb, vagy minél inkább magamutogató [...] valaki, annál jobban bekerülhet. Azokat be sem engedik az emberek, akik*

miatt érdemes lenne nézmem a televíziót” (SZ). „Olyan gátlástalan emberek vannak benne, hogy nekik mindegy, hogy ki látja őket, vagy ki nem, mindent megcsinálnak, mocskos dolgokat is” (SZ).

Bár sok esetben negatívabb tónusban nyilatkoznak a kérdezettek, különösen a kiválasztott szereplők intellektuális, morális adottságairól, azonban, ha végiggondolják, hogy mi kell ahhoz, hogy valaki egy ilyen típusú műsorba jelentkezzen vagy szerepeljen benne, akkor a *nézői csoport* tagjai már inkább a pozitív, vagy a pozitívnak vélt tulajdonságokat emelik ki, azok lesznek túlsúlyban:

- alkalmazkodás,
- bátorság,
- bevállalás,
- bizonyítási vágy,
- csapatjátékosság,
- extrovertáltság,
- önbizalom,
- taktikázás.

A nézők szerint mindenképpen szükséges egy pszichés, mentális megalapozottság is, hogy az illető kibírja a bezártságot. Mivel kamerák előtt szerepelnek, elvárt egy jó értelemben vett exhibicionizmus is, vagy rosszabb értelemben vett „feltűnési viselkedés”, de az se árt, elsősorban az újabb szériákra gondolva, ha az illető nem szégyenlős. Ezt az értékészletet, tulajdonsághalmazt úgy is fel lehet fogni mint egy lehetséges nyerő stratégia legfontosabb elemeit. Aki ezekben a legjobb, az lehet esélyes a főnyeremény megnyerésére. A nézők szerint a korábbi *ValóVilágok* eredményei azonban azt mutatják, hogy sokszor olyan valaki viszi el a főnyereményt, akit a közönség kifejezetten szürke, „unalmas” karakternek gondolt (például Szabolcs, Milo), aki kevésbé osztja meg a közönséget. Jelen fókuszcsoportos kutatás során úgy tűnt, hogy a nézők többsége számára egy olyan karakter volt a legszimpatikusabb (Bálint), aki végül nem nyerte meg a versenyt.

A *VV-k* rendszeres nézőinek egy része úgy áll a szereplőkhöz, hogy azzal, hogy ők bejelentkeztek a műsorba és megmutatják magukat, egy picit többek, mások lesznek hozzájuk képest: „egy kicsit mindig irigylem azokat, akiknek ehhez van önbizalma, mert én be nem mennék, de szeretem nézni” (N).

E pozitívabb megközelítéshez képest a *szülői csoport* tagjai már egészen másképpen látják a *VV*-szereplőket. Az ő szemükben a műsorban szereplő fiataloknak:

- nincsen különösebb életcéljuk vagy jövőképük,
- keresik magukat, keresik a helyüket a világban,
- nem érzik jól magukat a bőrükben,
- ki akarnak törni jelenlegi élethelyzetükből,
- amoralitásra hajlamosak,
- túlságosan magamutogatók,
- nincs fix egzisztenciájuk (vannak, akik nem értik, hogy ha van munkájuk, akkor hogyan tudnak a munkahelyükről eljönni hónapokra),
- nincsenek erős érzelmi kötődéseik (például mert vállalni tudják, hogy hetekre, hónapokra távol legyenek szeretteiktől, családjuktól),
- nem a társadalom felsőbb grádicsain állnak, nem annyira képzettek, iskolázottak.

Tehát kifejezetten „antagonisztikus” ellentétek jelentkeznek a szereplők/karakterek megítélésakor, értékelésakor a nézői és a szülői/nem nézői csoportok között. A szülői csoportok tagjainak egy része szinte fel sem tudja fogni, hogy valaki ma egy ilyen típusú műsorban szeretne szerepelni. Ez szerintük már önmagában minősíti őket, negatív értelemben.

## 4.2. A szereplők motivációi

Abban teljes konszenzus van a nézői és a szülői csoport tagjai között, hogy a jelentkezők oldaláról milyen motivációk működhetnek a műsorba való jelentkezésnél, illetve miért akarnak bekerülni az élő show-ba. Csak felsorolásszerűen:

- az ismertség elérése,
- ezzel szoros összefüggésben a népszerűség elérése,
- az anyagiak megszerzése (például a fődíj elnyerésével),
- karrierépítés,
- celebbé válás,
- megmutatni, hogy ők is valakik, érnek valamit.

A műsorban való szereplés kapcsán a legtöbben fő motivációs tényezőként azt emelik ki, hogy a VV szereplői a műsorral ismertségre, népszerűsége akarnak szert tenni, és megpróbálják meglovagolni a műsor adta ismertséget és ebből profitálni valahogy. Bár talán a legfontosabb motiváló erő az ismertség megszerzése jelenti, úgy tűnik, hogy a legújabb szériák nyertesei, szereplői ezt kevésbé tudják elérni, megvalósítani. Jól mutatja ezt, hogy amikor az emblematikusabb karakterekről érdeklődtünk, kik azok, akik megmaradtak a nézők tudatában, pozitív értelemben – szinte kivétel nélkül – csak a régebbi szériák szereplői kerültek szóba (Majka, Alekosz, Béci, Anikó, Leó, Ágica stb.), de negatív értelemben is (Baukó Éva, Aurelio stb.). A szülői csoport esetében ez értelemszerűnek mondható, mert ők a régebbi szériákon „nőttek fel”. Körükben még több első körös résztvevő neve jött elő (például Oki, Pongó, BB Évi), és ők időben tényleg megálltak valahol ott, amikor még a VV5-öt, VV6-ot sugározták: „Az elmúlt évadokból szerintem az Aurélión kívül meg az Alekoszon kívül igazából úgy eltűnt mindenki, mint a szürke szamár a ködben” (SZ). De a fiatalabb korosztály tagjai sem tettek említést – egy-két kivételtől eltekintve (például VV Fanni, Soma, Fruzsi) – az újabb szériák nyerteseiről vagy fontosabb karaktereiről. Akik pedig szóba kerültek, azok se pozitív összefüggésben, nem tartották érdekesekeknek őket.

Akik azonban fennmaradtak a rostán, azokra úgy tekintenek a nézők, mint akik meg tudták magukat „csinálni”, vagy a média világában vagy a szórakoztatóiparban. Ki tudták használni azt a lehetőséget, amelyet a valóságshow megadott a számukra. Elsősorban Majka életútja mint egy „amerikai álom”, szimbolizálja a nézők körében azt a felemelkedést, amelyet kimondva vagy kimondatlanul nagyon sok jelentkező/szereplő vár/várt ettől a műsortól: „Lehet Majkát nem szeretni, de az, hogy tényleg egy ózdi cigánysorról egy valóságshow-ba bekerült, azt sem tudták, hogy ki fia, borja, és most az országban Sebestyén Balázssal egy kategóriában lévő celeb, ő megcsinálta magát” (SZ). „Ő megfogta a hírnévből adódó lehetőséget, megragadta, és amúgy Majka is nagyon megosztó ember, de azt meg kell hagyni, hogy ügyes” (N).



Az újabb szériák szereplői viszont nem tudtak/nem akartak erre az útra rálépni, és a kutatás résztvevői kevesekről feltételezik azt, hogy erre képesek lennének. *„Itt azért elég sok 1.0 ember van, már bocsánat, tehát nem hinném, hogy képesek lennének rá, hogy ebből kitörjenek, hogy azt a kis hírnevet, amit most így szereznek, és köztudatban vannak, ezt így megragadják”* (N).

A műsor ideig-óráig biztosít nekik egyfajta ismertséget és a csatorna adhat nekik feladatokat, a média is keresheti őket, eljárhatnak rajongói találkozókra, discokba stb., de azután eltűnnek a süllyesztőben, nevük és szerepük a homályba vész. Egyes észrevételek már azt is felvetik, vajon a műsor szereplői, akik ismertségre vágnak, ki akarnak törni valahonnan, valójában nem áldozatok-e: *„Jelentős részben az ott szereplők [...] tulajdonképpen inkább áldozatai ennek, [...] vásárra viszik a bőrüket, rajtuk röhögnek az emberek. [...] Nem jön le nekik, hogy ők tulajdonképpen egy piacon termékek. [...] Azt gondolják, hogy ők ettől híresek lesznek. De szerintem az emberek 95%-ának fogalmuk sem lesz (kik ők), maximum úgy fogják emlegetni, hogy az a fingós, vagy mit tudom én. Tehát nem azt fogják mondani, hogy ez a Szabó Jóska, ez micsoda fájjn gyerek, milyen ügyes, és ezt kéne követni”* (SZ).

## 5. A műsor típus szerinti besorolása

A műfaji besorolás kapcsán a kutatásban résztvevők ugyancsak konszenzusos véleményen vannak. A ValóVilágot elsősorban szórakoztató típusú műsorként definiálják, más lehetséges kategóriabesorolás nem hangzik el a beszélgetések során (például vita, tájékoztató, edukációs műsor).

Ezt támasztják alá azok a vélemények is, amelyek a nézői szokásokról szólnak. A *nézői csoport* tagjai elsősorban azért nézik a ValóVilágot, mert szórakozni szeretnének, ki akarnak kapcsolódni, el akarnak lazulni. Nem aktív nézők akarnak lenni, csak passzív befogadók: *„Esténként olyan műsort szeretnék találni, én agyradírnak szoktam nevezni, amin nem nagyon kell már gondolkodni, nézem, nézem és belealszom”* (N). *„Mert, ha fáradt az ember esténként, akkor ezt úgy jó nézni. Nem agyal semmin az ember, csak kikapcsol és nézi a marhákat”* (N).

A szórakoztató faktorhoz szorosan kapcsolódik, hogy a kíváncsiság is hajtja az embereket, egyfajta kukkolási vágy, hogy megtudják:

- kiből mit hoz ki ez a bezártság,
- ki hogyan viselkedik egyes szituációkban, hogyan reagál bizonyos helyzetekre,
- egymással szemtől szemben, vagy egymás háta mögött hogyan viselkednek,
- hogyan szerepelnek a különböző játékokban, csapatfeladatokban.

Többen kiválasztanak egy karaktert, akivel valamennyire szimpatizálnak, és őt állítják a középpontba, az ő sztoriját szeretnék végigkövetni. Van, aki már a bemutatkozó filmek alapján megtalálja azt a szereplőt, akivel a leginkább azonosulni tud, és a formátum lehetőséget ad arra is, hogy a néző támogassa kedvenc szereplőjének útját a műsorfolyamban a szavazások révén. A szereplők követésén túl ott az igény az izgalmasabb események, cselekmények, játékok követésére is: *„amikor láttam a Facebookon, hogy másnap milyen balhé lesz, már alig vártam, hogy lássam”* (N). A nézők egy része a humort is megtalálja a műsorban a játékos feladatokban, de akár a durvább konfliktusokban vagy a viccesebb botrányokban is.

A *szülői csoport* tagjai is alapvetően szórakoztató típusú műsornak tartják a *ValóVilág*ot, ahogyan valaki tömören mondja: „*Kenyeret és cirkuszt a népnek*”, amire rákontráz egy másik szülő: „*Igen, ez a cirkusz része, ha már kenyér nincsen.*” Bár korábban ők is rendszeres nézői voltak valamelyik *VV*-nek, nem teljesen értik, hogy tud ma valaki kikapcsolódni, szórakozni, ha ezt a típusú műsort nézi. (Igaz, a szülők – okkal vagy ok nélkül – teljesen másképpen ítélik meg a *ValóVilág* első szériáit, mint a mostaniakat.) A szülők közül sokan a *VV* szereplői kapcsán azt állapították meg, azzal, hogy szerepelnek a műsorban, önmagukról állítanak ki egyfajta „szegénységi” bizonyítványt. A nézőkkel kapcsolatban is gyakran erre az álláspontra helyezkednek, amivel a nézők egy része tulajdonképpen részben egyet is ért, hiszen nem mindenki büszke arra, hogy nézi a műsort. (Bár az, hogy összességében milyen a műsor, milyen színvonalú az adott széria, az értelemszerűen tőlük független. Mivel rendszeres nézői a formátumnak, csak azt tudják nézni, amit a csatornától kapnak. Igaz, a választás joga ott van a kezükben, hogy bekapcsolódnak-e a műsorfolyamba vagy sem. Valamiért, megszokásból, érdeklődésből, kíváncsiságból, kötődésből stb. bekapcsolódnak.)

Mind a nézői, mind a szülői csoportban felmerül még egy olyan motivációs tényező, ami a képernyő elé ültetheti a nézőt. Mindegyik csoportos beszélgetésen legalább egyszer szóba került valamilyen személyes kapcsolat, ismertség lehetősége, vagy az a tény, hogy a szereplő fehérvári, pécsi, bajai stb., és ez a személyes ismertség vagy ez a közös kapocs, hogy a játékos ugyanabból a városból származik, ahonnan a néző is, már kellő alapot, hajtóerőt jelent, hogy nézzék, kövessék a műsort: „*Én bajai voltam, nyilván én akkor vagyok kíváncsi, amikor például az Aurél is bajai, akkor jobban néztem. Aki hozzátartozott és ismerte, jobban nézte, szerencsém volt, ismertem*” (SZ). „*Az első, második, harmadik részben, akik bekerültek, [...] akkor én mint ismerős, úgy néztem, hogy büszke voltam rá. Meg más is ismertem, aki bekerült a ValóVilágba. Most viszont, ha lenne ott ismerősöm, totál letagadnám, hogy én őt ismerem*” (SZ). „[A 10. szériában] *van egy ismerősöm, én pont ezért nézem*” (N).

## 6. A *ValóVilág* nézői

A *ValóVilág* nézettsége az elmúlt húsz év alatt jelentős változáson ment keresztül. Tömegműsorként indult, több milliós nézettséggel: „*szinte családi program volt, mindenki nézte, mindenki kíváncsi volt rá*” (SZ). Ma viszont százazres nagyságrendű nézőtáborával inkább rétegműsorként szerepel a műsorkínálatban.

### 6.1. Az elsődleges célcsoport tagjai

A jelenlegi *ValóVilág* célcsoportját mind a nézői, mind a szülői csoportok tagjai elsősorban életkor mentén definiálják, ez tartják a legfontosabb elválasztó dimenzióknak. A műsor elsődleges célcsoportját a fiatalokban határozzák meg. Az életkort illetően vannak apróbb hangsúlyeltolódások, de abban szinte teljes a konszenzus, hogy az elsődleges célcsoport felső korhatára 30 év lehet. A 20-as korosztály teljes egészében célcsoportként definiálódik és sok esetben a tinédzserek is. Van, aki az alsó korhatárt 14–15 éves kornál húzza meg, de van, aki inkább 16 évnél, vagy 18 éves kornál. Érzékelhető, hogy sokan a célcsoportba belevonják a középiskolás korosztályt is, részben vagy egészben. A középiskolás korosztály lehetséges be-

vonása azt is jelenti, hogy sokan úgy gondolják, a *ValóVilág*-szerű műsorokat a kiskorúak egy része nézheti: „nem azt mondom, hogy egy tizenkét éves kezdje el, de mondjuk egy tizenöt évtől szerintem, ha már a normális értékrenddel rendelkezik valaki, akkor nézze meg, legyen kíváncsi, aztán lássa” (N). Ebben szerepet játszik, hogy sokan úgy gondolják, a mai világban egy 14–15 éves gyermek már majdnem kész, fiatal felnőtt. Különösen az idősebb korosztály tagjai mondják azt, hogy nem lehet összehasonlítani a mai kort azzal, amikor ők voltak fiatalok. Egy mai 14, 15, 16 éves teljesen más, mint amikor ők voltak fiatalok. De már a huszonevesek is generációs szakadékokat érzékelnek ebben a vonatkozásban: „mikor én tíz éve voltam tizenhat éves, akkor még másként volt, szóval most egy tizenhat éves már inkább ilyenek iránt érdeklődik, mint én akkor” (N). A korosztályi tagozódáshoz kapcsolódik, hogy többen a műsor célcsoportjának életkori sajátosságait ahhoz kötik, hogy maguk a *ValóVilág* szereplői milyen korosztályokból érkeznek – alapvetően a huszoneves (20–30 év közötti) korosztályból – és e korcsoport műsoraként definiálják ezt a típusú valóságshow-t. Ez a megközelítés valamelyest elemeli a műsort a tinédzser korosztálytól. (Igaz, többen jelezték, hogy a 10-es szériában, a korábbiakhoz képest, mintha több lett volna a fiatal, 18–19 éves szereplő, akik ezen logika alapján már behozhatnák a 20 év alatti nézőket is.)

Az már nehezebb feladatot jelentett, hogy a műsor által közvetített tartalmak iránt milyen típusú, beállítódású, értékvilágú emberek lehetnek nyitottak. Ennek körülírására kevesebben vállalkoztak a kutatás során. Ami még leggyakrabban szóba került közös, többségi álláspontként, az az, hogy a *ValóVilág* típusú műsorokat nem kifejezetten az értelmiségiek fogyaszthatják.

Ha a jelenlegi széria *nézőinek* preferenciáiból indulunk ki, elsősorban olyan típusú emberek kereshetik ezeket a tartalmakat, akik vevők a szóban forgó témákra, akiket ez ki tud kapcsolni, akik ebben megtalálják a humort.

A *szülői csoport* tagjai – a műsortól távolabb állva – az életkor mellett más dimenziókat is beemelnek a diskurzusba, és a kritikusabb attitűdjüknek köszönhetően elég karcosan fogalmaznak. A célcsoport meghatározása során – többek között – az intelligenciaszint meglétét, illetve annak hiányát emelik ki, és párhuzamot vonnak a villalakók és a nézők érdeklődési köre, értékvilága között is: „Inkább IQ-szint alapján van célközönség, mint életkor alapján, mert ezek az egy bitesek, nem akarok senkit sem bántani, de én nem tudom elképzelni, hogy amit láttam a neten, amikor szembejött velem [...] és megnéztem, tehát én tátott szájjal néztem, hogy ebből mi köti le őket. Elképzelni nem tudom. Azért mondom, hogy ehhez olyan szintű intelligenciahiánynak kell lenni, hogy ezt élvezze valaki, hogy hihetetlen. Nem akarok megbántani senkit, de ez az agyhalottaknak szóló műsor” (SZ). „Ezek a vagány fiatalabbak, akik csapjunk bele az életbe, és lesz, ami lesz” (SZ). „Kb. azok, mint akik a villalakók mostanában, [...] akik éppen nem tudják, hogy mit akarnak kezdeni az életükkel” (SZ). „Akik hasonló élethelyzetben vannak, hogy nem csinálnak semmit, lehet, hogy éppen otthon vannak. Ilyen mintának, iskolatévének mondanám nekik, hogy ez egy lehetséges jövő, ez a celebség” (SZ).

Bár ezeket a megállapításokat feltehetően visszautasítanák azok a nézők, akik ezeket a jellemvonásokat magukra nézve nem tartják igaznak (és a fókuszcsoporthoz beszélgetésen részt vevő fiatalok esetében általában nem is érzékeltük ezeknek a személyiségjegyeknek a jelenlétét, igaz, egy másfél órás közös beszélgetés nem ad arra alkalmat, hogy a nézők személyiségét alaposan megismerhessük), de azért ők maguk is sokszor érzik azt, hogy nem biztos, hogy a *ValóVilággal* a lehető legjobb műsort sikerül kiválasztaniuk. Egyes esetekben ők is érzékelik ennek a negatív jelentéstartalmát és azt, hogy a *VV* inkább lehangolóan hat rájuk, nem fel-  
emeli, hanem inkább lehúzza őket.

Mások viszont értelemszerűen felvállalják a műsort, szívesen nézik annak ellenére, hogy nem érzik az életüket kilátástalannak, nem tartják magukat „kigyúrt” vagányoknak stb. Egyszerűen érzelmileg kötődnek a műsor-típushoz, a formátumhoz, megtalálják benne azt a tartalmat, amely odavonzza őket.

A VV nézésénél mint motivációs tényezőt már érintettük, hogy többen azért fogyasztják a műsort, mert szerepel benne valamilyen személyes ismerősük. Ez a szempont a célcsoport meghatározása során is felmerül. Van, aki szerint elsődlegesen azok nézhetik a műsort, akik a versenyzők barátai, ismerősei, rokonai.

## 6.2. Korhatár-besorolás

Korhatár-besorolás alapján a *ValóVilág* összefoglalói 16-os karikával kerültek adásba, a *ValóVilág*ot követő kísérő műsorok (*BeleValóVilág*) pedig 18-as karikával voltak megjelölve. A kvalitatív kutatás résztvevői ezekről a besorolásokról tudnak, azokat helyénvalónak és elfogadhatónak tartják. Azt is nagyon jónak tartják az interjúalanyok, hogy a VV10 összefoglalói, illetve értékelő műsorai este tíz, illetve tizenegy órai kezdéssel kerültek bemutatásra. Az esti műsorsáv miatt így kisebb az esélye annak, hogy a megadott életkornál fiatalabb kiskorúak a TV képernyői előtt maradjanak, amikor az adások elkezdődnek.

A korhatár-besorolással kapcsolatban esetileg megjelennek olyan vélemények is, amelyek részben megengedőbbek (akár 14, illetve 15 évesek számára is engedné a nézést), de olyanok is, amelyek valamivel feljebb vinnék a korhatárt, 18 évre, az összefoglalók esetében is.

Összességében tehát a korhatár-besorolást a többség reálisnak tartja. Ehhez azonban sokan azonnal hozzátesszik, hogy ez csak egy elvi szabályozás, úgymond egy ajánlás, egyáltalán nem biztos, hogy ez a gyakorlatban is tartható: aki nézni akarja, az úgyis megtalálja az alkalmat és a lehetőséget erre. Ez ellen értelemszerűen a csatorna sem tehet semmit (nem is feladata, ha a szabályoknak megfelelően sugározza a műsort), de a szülők is védtelenek. Ma már szinte minden gyermeknek mobiltelefonja van, emiatt „*lehetetlen, hogy a szülő nyomon kövessen mindent, amit néz*” (N). De ez nem újkeletű probléma, a mai aktív nézők is, ha visszaemlékeznek tinédzser éveikre, szóba hozzák, hogyan próbálták ők is a szabályokat kijátszani: „*nekünk a szüleink nem engedték, hogy nézzük, tényleg mindig így sutyiban megoldottuk, hogy nézzük [...] és állandóan jött anyánk, és kikapcsolta a tévét, hogy már megint ezt nézitek*” (N).

Nemcsak tévés/internetes tartalmaknál merülhet fel problémaként, hogy a korhatáros produkciók könnyen elérik a kiskorúakat: „*Soha senki az életben nem tartja be, hogy milyen filmet néz. Én elmentem tizenkét évesen is, még a moziban, ahol elvileg nézni kéne, hogy hány évesen mennek be tizennyolc pluszos filmre, de hát senkit nem érdekel*” (N).

## 7. A ValóVilág és a valóság viszonya

A *ValóVilág* mint valóságshow azt akarja sugallni a nézők számára, hogy a valóságot látják, valóságos embereket, valóságos szituációkban. A nézők – akár a mostani széria, akár a korábbi szériák fogyasztói alapvetően abból indulnak ki, hogy a valóságot látják. Ezt elsősorban a szereplők civil, amatőr státusza biztosítja a számukra és az, hogy maguk a karakterek valóságosak, olyanok, akikkel bármikor összefuthatnának az utcán vagy a plázában. A szereplők

viselkedésének valóságosságát pedig az adja, hogy a képernyőn keresztül nézve őket legtöbbször természetesen hat a viselkedésük, emberinek hatnak a reakcióik. Vannak természetesen kivételek, amikor a nézők úgy érzik, hogy egy-egy szereplő talán túljátssza a karakterét, vagy lehetnek olyan helyzetek, szituációk, amelyben mintha megjátsszanák magukat a versenyzők, de összességében az a domináns vélemény, hogy a karakterek önmagukat adják, ők ilyenek. Akire a „kemény fiú” szerepköre van „kitalálva”, az valóban kemény fiú, aki „cicababaként” kerül a műsorba, az valóban talán könnyebb vérű.

Magukat az alapkaraktereket tehát teljesen hitelesnek érzik a nézők. Abban már vannak kételyek, hogy minden szituációban valóban száz százaléig önmagukat adják-e, hiszen ez egy verseny, a cél a fődíj megnyerése, ehhez pedig taktikázni is kell. Figyelniük kell arra, hogy mit, hogyan csinálnak, hogyan kommunikálnak, milyenek a reakciók. Nagyon jó példa erre a konfliktusok kezelésének módja – amiről később még bővebben írunk. A való életben azok a nagyon eldurvuló konfliktusok, amelyek a *ValóVilág*ban a nézők szerint szép számmal előfordulnak, a tettegesség is eljutnak. Az érintettek tehát más módon rendezik le az utolsó szakaszt, mint amit a *ValóVilág* mutat. A nézők szerint a villában még elborultabb állapotban is működik az önkontroll, hatnak a műsorban megfogalmazott játékszabályok. A résztvevők – még a leghevesebb vita közepette is – tisztában vannak azzal, hogy tettegesség esetén ki fogják zárni őket.

Ahogy korábban említettük, a nézők tudják, érzékelik, hogy a természetesnek, valószínűnek tűnő viselkedést mesterséges körülmények közepette produkálják a résztvevők: a külvilágtól elzárva, az intim szférájuktól „megszabadítva”, ami a viselkedésükre óhatatlanul kihatással van. De mégis, maga az alapszituáció – hogy a szereplők hosszú-hosszú időre össze vannak zárva – azt a véleményt alakítja ki bennük, hogy a szereplőknek valóban valódi énjüket kell adniuk, mert ilyen körülmények között, ilyen hosszú időn át, senki nem tud egy tőle életidegen karaktert megformálni: *„Ennyi időt szerintem senki nem tud megjátszani, magát megjátszani. Egy napot is nagyon nehéz önmagadat megjátszani, olyan személyiséget eljátszani, ami nem te vagy”* (N). *„Szerintem az elején még lehet, hogy próbálnak játszani, vagy megjátszani magukat, ugye, hogy nem a teljes valóságot adják. Viszont azért ennyi idő alatt, így a bezártság – szerintem – kihozza belőlük. Tehát az agresszivitást, tehát a vérüket előhozza – szerintem – ez a bezártság”* (N).

A *ValóVilág*ot nézve – akár a mostani szériát, akár a korábbiakat – nagyon kevesen gondolnak arra, hogy nézőként valamifajta túlzott manipuláció áldozatai, vagy alanyai lehetnének. Azzal a többségük teljes mértékben tisztában van, hogy a csatornának, a szerkesztőnek hatása van a műsorfolyamra. A fókuszcsoporthoz beszélgetésen elhangzottak alapján ilyen indirekt típusú eszközt jelent a szerkesztők számára például az, hogy:

- már indulásnál ők választják ki a szereplőket, ők döntenek el, hogy kiket raknak be az adott szériába;
- meghatározzák a játékszabályokat, például azt, hogy minden szavazás nyilvános, így mindig, mindenki láthatja, ki hogyan vélekedik róla (a műsorban ilyen fogalom, hogy titkos szavazás nem létezik);
- kiépítik a büntetések rendszerét: mit engednek, mit büntetnek;
- a villalakók számára olyan feladatokat írnak elő, amelyek értelem szerűen problémákat generálhatnak;
- megszerkesztik az összefoglalókat eldöntik, mely részek kerülnek az „élő” adásba és melyek nem.

Ezeket a befolyásoló, szabályozó eszközöket, technikákat azonban természetesnek veszik a nézők és a műsor szempontjából indokoltnak is. Csak egy-egy esetben érzékelnek direktebb beavatkozást. Ilyen volt például a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetésen a résztvevők által spontán felhozott eset, amikor az egyik szereplő az élő adásban elmondta, hogy egy-két évvel ezelőtt erőszak áldozata volt. Mivel a bejelentés a nők elleni erőszak megszüntetésének világnapján került adásba, a nézők nem tudtak nem arra gondolni, hogy ez egy tudatos szerkesztői lépés volt, tehát a nézők nagy része úgy érezte, hogy a szerkesztő hatása a műsorfolyamra ebből a szempontból tetten érhető. Igaz, magának a bejelentésnek az igazságtartalmát a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés résztvevői már nem kérdőjelezték meg: „*ilyen fontos dolgot, egy ilyen dolgot szerintem nem szoktak hazudni*” (N). Meg kell jegyeznünk, magában a műsorban sok villaladó nem hitte el a történetet, és támadta is az érintett szereplőt emiatt.

Manipulatív lépésként értékelte a nézők egy része azt is, amikor a műsor vége felé az előző évadok szereplői mentek be a villába, és volt olyan korábbi villaladó, aki a versenyzőkkel beszélgetve olyan tanácsot adott, ami azt sugallta, mintha kívülről befolyásolni akarná a verseny kimenetelét.

Ezeknek a direktebb eszközöknek a használata talán már túl van azon, amit a nézők megengedhetőnek tartanak, de még ezeket az eszközöket sem ítélik el egyértelműen, mert úgy gondolják, ez is valamennyire része a formátumnak, hiszen valaminek történnie kell, valamit nézni kell, és ha nincs semmi, akkor meg kell próbálni – akár ilyen eszközökkel is – eseményeket, történéseket generálni.

A nézők szerint már önmagában az összefüggés is elegendő ahhoz, hogy kellő számú interakció és konfliktushelyzet alakuljon ki: „*Ha most [...] mi így, akik beszélgetünk (a kutatás alkalmával), össze lennének zárva, most nekem így mindenki nagyon szimpatikus, de lehet, hogy ha össze vagyunk zárva, én első percben összeveszek valakivel, mert idegesít az, hogy be vagyok zárva, hogy nem tudok azt csinálni, amit akarok, és kijönnek a rossz tulajdonságai szerintem az embereknek*” (N). „*Lakva ismeri meg egymást az ember. Tehát azért biztos, hogy az is undorító lehet, hogy látom, hogy hogy mosnak fogat vagy hogy fürdenek*” (N).

Ha az összefüggés önmagában ezeket a helyzeteket nem tudja megteremteni, akkor lépnek működésbe a nézők szerint azok az alkalmazások, amelyekről fentebb már szóltunk, az ún. közvetett befolyásoló eszközök (szabályok, büntetések, feladatok stb.), amelyek felerősíthetik a konfliktusos helyzeteket vagy újakat generálhatnak. Ha ez is kevés, akkor fog a nézők szerint a csatorna direktebb eszközökhöz nyúlni. A korábbi villaladók behívása kapcsán is van olyan néző, aki ezt a konfliktusgeneráló szándékot látta a szerepeltetésükben: „*Feszültségkeltést akartak szerintem a végére, mert a végén már csak olyan emberek voltak bent, akik már jobban voltak egymással az eleje óta, és az embereknek meg, akik nézik, leginkább a cirkusz kell, meg a balhé, azt szeretik jobban nézni. És azért küldték be őket, hogy hátha egymásnak bíráják őket ugrasztani*” (N).

Bár a műsorban megjelenő lehetséges káros tartalmakkal, deviáns magatartásformákkal a következő fejezetben foglalkozunk részletesebben, érdemes már itt szóba hozni az alkohol szerepét. A VV10 nézői gyakran utaltak arra a felmérés során, hogy a mostani szériában az alkoholfogyasztás mintha szabadjára lett volna engedve. A korábbi hullámokban ez jobban szabályozott volt, és a váltást többen azzal kapcsolják össze, hogy a műsor szerkesztői mintha azt akarták volna elérni, hogy a szereplők gyakrabban legyenek alkoholos befolyásoltság alatt. A gátlásukat veszítő játékosok önkontroll hiányában nagyobb valószínűséggel csinálnak olyan dolgokat, amelyeket be lehet majd mutatni, ami nagyobb érdeklődést, nézettséget válthat ki.

Az alkoholfogyasztás engedélyezése, illetve tiltása/korlátozása a *VV* mindegyik szériájában fontos szabályozó elem, és a nézők szerint ennek működtetése (vagy nem működtetése) fontos dramaturgiai faktor a műsorban. Mindegyik szériában – hol többször, hol kevesebbszer – eljutnak a versenyzők oda, hogy leisszák magukat, amikor azután elszabadulnak, elszabadulhatnak az indulatok. Ennek is lehet egy valóságserű vagy nem valóságserű lenyomata, mert valóságserű, ahogyan egy ittas embert bemutatnak a műsorban, de a részeg ember már nem a valós énjét fogja megmutatni: „ezáltal még jobban, inkább nem mondom, hogy önmagát adja, mert pont az, hogy nem úgy adja önmagát, mert az alkohol beszél az emberből” (N).

Egy sor befolyásolási eszköz, „trükk” áll tehát a szerkesztők rendelkezésére, amelyekről a nézők tudnak is, de a lehetséges manipulációkra gondolva, összességében alig-alig van olyan kérdezett, aki nagyon szélsőséges módon úgy értékelné a villában történeteket, hogy azokat előre megrendezik, a szereplők előre elkészített storyline vagy fülbe mondott instrukciók alapján viselkednek, és hogy a résztvevők amatőr színészekként egy előre megkonstruált szerepet, eseményort játszanak el.

Összességében a *ValóVilág*ot nézve elsősorban a karaktereket érzik a nézők valóságosnak: a szereplők olyanok, akikkel kis túlzással bárhol találkozhatnak. A velük megtörtént események, szituációk valóságserűsége kapcsán már vannak kételyek, mert érzékelik, hogy ezeket az összezártság váltja ki, illetve tudatosan gerjesztik kívülről őket, de végeredményben ezek is valóságserűen hatnak rájuk, mert a villabeli veszekedések, civakodások egy része bármely családban, kapcsolatban előfordulhatna.

## 8. Káros tartalmak megjelenése a *ValóVilág*ban

Teoretikusan a *ValóVilág*, ha valóban egy valóságshow és úgy fogjuk fel, hogy a valóságot reprezentálja, tehát a benne előforduló jelenségek úgy és olyan arányban jelennek meg, ahogyan a társadalomban vagy a társadalom egy meghatározott szegmensében (például huszonévesek körében), akkor a műsor egyfajta tükröt tart a nézők elé, megmutatja, milyenek vagyunk, milyenek a huszonévesek.

A *szülői csoportok* tagjai nem tudják elfogadni a valóságshow-k funkciójának ezt a fajta interpretációját, mert ebben a tükrőben nem látják magukat, illetve a 15–20 évvel ezelőtti önmagukat sem. De még ezen túlmutatóan is, szerintük az újabb *VV*-szériák által bemutatott, húszas éveiben járó korosztályra se igaz az, amit bemutatnak, vagy legalábbis, akiket ők ismernek, azok nem ilyenek. A *VV*-szereplők így inkább egy valós vagy egy megkonstruált szubkultúra képviselői lehetnek, akiknek karakterét a szülői csoportok tagjai olyan személyiségjegyekkel írják le, mint akiknek nincs életcéljuk, nincs munkájuk, csak tengődnek, csak celebbé akarnak válni stb.

A *ValóVilág*-szerű műsorokat a legtöbb kritika azért éri, mert túlságosan hangsúlyosan szerepelnek bennük káros, már-már deviánsnak nevezhető magatartásformák. E kritikák szerint ezek a valósághoz képest túlreprezentáltak és kedvezőbb színben tűnnek fel, ami miatt óhatatlanul is követendő mintaként jelenhetnek meg a nézők előtt. A káros tartalmak túlreprezentáltsága fontos kérdés, mert a kutatásban részt vevő alanyok a műsort nézve valamilyen szinten abból indulnak ki, hogy a valóságot látják, így adott esetben ezeknek a deviáns magatartásformáknak az előfordulási gyakoriságát is valóságosnak gondolhatják (ha nem is pont a maguk esetében, de például a műsor által reprezentált közönség körében).

Az NMHH több hullámban is vizsgálta a *ValóVilág* egyes évadjaiban megjelenő káros tartalmak előfordulási gyakoriságát. Az ún. „VV-barométer” hat változó – a sexualitás, a szexuális kontextusban megjelenő meztelenség, a trágár kifejezések, a dohányzás és a direkt, illetve indirekt módon feltűnő alkoholfogyasztás – mentén méri a műsor „fertőzöttségét”. Az előző széria összesített adatai azt mutatták, hogy a 8. évadhoz képest csökkent a trágárság, de több lett az erotikus, szexuális tartalom.<sup>99</sup> Az adatok sokkolóak: míg a 8. szériában átlagosan nagyjából másfél percenként, addig a 9. évadban körülbelül kétpercenként hangzottak el durva kifejezések. A szex és az erotika is kiugróan gyakran jelent meg a 9. széria első három hetében, ami azután az évad közepe felé haladva csökkent, majd a hetedik héttől kezdve meredeken visszaesett.

Ha a VV jelenlegi vagy korábbi nézőinek kell a lehetséges káros tartalmakat, negatívumokat kiemelni a műsorral kapcsolatban, hogy mi az, ami már túl sok, akkor két olyan magatartási, viselkedési formát emelnek ki a nézők, amit igazán problematikusnak tartanak: az egyik a szexuális aktivitás, a másik pedig a trágár beszédmód. (A fentebb idézett NMHH-s adatgyűjtések is ezeket teszik az első helyre.) Az alábbiakban ezekkel a témakörökkel foglalkozunk részletesebben, de kitérünk további káros magatartásformákra is – így az alkoholfogyasztásra és a dohányzásra –, mert a kutatás során ezekre is rákérdeztünk.

## 8.1. Szexualitás

A tanulmány egy korábbi részében már röviden utaltunk a sexualitás problémakörére. Emeltük, hogy az idősebb korosztály számára részben a műsorban megjelenő szexuális tartalmak vezettek el ahhoz, hogy szakítsanak a műsorral. Számukra elfogadhatatlan például, hogy egy élő műsorban nyíltan, kamerák előtt „szexeljenek”.

A *nézői csoport* tagjai megosztottak abban a tekintetben, hogy a szexuális tartalmak mennyisége mennyire sok, vagy sem, illetve mi volna a kívánatos mennyiség. Úgy állnak a kérdéshez, hogy ezt mindenki maga dönti el. A néző szabad döntése, hogy milyen tartalmakat fogyaszt. Ha valakinek vállalhatatlan a szexuális tartalmak nézése, akkor nem nézi az adott műsort, ha pedig valaki igényli az ilyen típusú tartalmat, akkor igen. Úgy tűnik, a VV10 nézőinek ezek a tartalmak még beleférnek a komfortzónájukba. A problémát inkább az jelenti a nézők számára, ha azt érzik, a szexuális jellegű tartalom más tartalom rovására kerül túlságosan előtérbe. A nézők a műsor befogadásakor egy sor más tartalomra is igényt tarthatnak, amelyek emiatt háttérbe szorulhatnak.

Annak teljesen egyértelmű üzenete van a nézők számára, hogy ha egy évad már az első nap „villantással” indít, amire egyébként nem nagyon volt még példa a VV-k történetében: „*Gina már első este ledobta a melltartót*” (N). És ez csak a kezdet volt a műsorban: „*Szerintem az még annyira nem is volt gáz, hogy ő volt az első [...] ha már a Gina, meg a Virág között kell választani, akkor inkább nézem, ahogy Gina ledobja a felsőjét, mint azt, hogy Virágról már a huszonhatodik cikk megjelent, hogy ezt csinálják, azt csinálják* (a villában). *Ráadásul ahogy leadták a cikket, meg a posztot, bármelyik gyerek rákattinthatott, és telibe azt látja, hogy mi történik odabent*” (N). Nem véletlen, hogy valaki a nézők közül tömören így jellemzi a mai VV-t: „*Már nem ValóVilágnak kéne hívni, hanem Pornó Világnak*” (N).

99 [https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo\\_Vilagbarometer\\_mersekloctek\\_a\\_karos\\_tartalmak\\_az\\_evad\\_vegere](https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo_Vilagbarometer_mersekloctek_a_karos_tartalmak_az_evad_vegere)



Maguk az összefoglalók felnőtt, 18-as karikát igénylő tartalmakat nem mutattak, mert azt a csatorna a *BeleValóVilág*ban sugározhatja csak. (Más kérdés, hogy a tartalmat az interneten bárki, bármikor elérheti, megnézheti.) A nézők egy része szerint a kísérő műsorok gyakran felerészben csak a szexről szóltak, mindenfajta érdemi tartalom nélkül.

A kutatásban résztvevők szerint a szexualitás az élet természetes velejárója. Így a villában is kialakulhatnak mélyebb kapcsolatok, szerelmek, vagy csupán testi kötődések, vonzalmak. De a nézők szerint a *ValóVilág*ban az élethez viszonyítva túl gyorsan történnek meg ezek az események, és talán van egy határ, hogy ebből a nézők számára mi, meddig és hogy mutatható be. Különösen a *szülői csoportok* tagjai nyilatkoznak elítélően arról, ahogyan a műsorban a szexualitást bemutatják és tematizálják, bár érzik és tudják, hogy a valóság és a befogadói közeg összetétele az elmúlt 10–20 évben sokat változott, és ez kihathat a szexualitás bemutatására is. Ha a valós élet, a társadalmi környezet változott, akkor azt a *ValóVilág*nak is valamiképpen le kell képeznie: *„Annyit változott a világunk meg az erkölcsi normáink, amik mondjuk egy első generációs műsorhoz képest, hát én emlékszem rá, nem akarok hülyeséget mondani, fíngott vagy bőfögött az Oki, arról beszélt hetekig a média, meg mindenki, hogy atya világ, élő adásban, főműsoridőben. Hát most az fel sem tűnne. Ennyit változott szerintem a mi életünk is, hogy ennyire elment ebbe a szabatosabb élet irányába”* (SZ).

Ennek ellenére nem mindegy, hogy ez a tematika milyen súllyal jelentkezik a műsorban, illetve a szexualitás megjelenése nemcsak mennyiségi alapon vet fel problémákat. A szülői csoport tagjait az is aggodalommal tölti el – részben gyermekeikre gondolva –, hogy a szexualitás miképpen jelenik meg a műsorban, mit üzennek vele a műsorkészítők. *„Ez erkölcstelenség, ez szabatosság [...], ami már nem is szabatosság, kb., mint más a reggelit csinálja, tehát odáig jutunk el, hogy nekik annyi, miközben ennek nem erről kellene szólnia, hanem két ember intim viszonyáról, szó szerint intim viszonyáról”* (SZ). *„Ne az jöjjön át, hogy ez egy tök természetes dolog, hogy ezt bármikor meg lehet csinálni [...], nem kell összefeküdni mindenkivel, mert ott azért a lányoknál ez volt a jellemző”* (SZ). *„Nem az eszükkel akarnak kitűnni, hanem inkább a testükkel”* (SZ).

A kutatásban résztvevők egyébként nem csak a csatornát bírálják a szexualitás tematizálása kapcsán, hanem magukat a szereplőket is, akik annak tudatában vállalják ezeket az intim jeleneteket, hogy filmezik őket, és tudják, hogy másnap mindenki láthatja majd, hogy mit csináltak előző este.

## 8.2. Trágárság, káromkodás

Amennyiben abból az alapállásból közelítenek a kutatás résztvevői a káromkodás témaköréhez, hogy a *ValóVilág* a való életet tükrözi, akkor a trágárság bemutatása kapcsán szerintük a műsor valóságot közvetítő funkciója valamennyire sérül, mert bárhová is néznek, bárkire is gondolnak – például a családjukra, szűkebb-tágabb környezetükre, munkahelyükre –, ezt a beszédstílust nem tapasztalják. Nem értik, hogy a villában a kommunikációt miért uralják ennyire a trágár szavak. Nehezen tudják elképzelni, hogy ez egy általános, mindenkit felölelő kommunikációs séma lenne a valóságban: *„A trágárság [...] az a legundorítóbb, ahogy beszélnek. Azért nem így beszélnek az emberek a valóságban”* (SZ). Vannak, akik megértőbbek, és megpróbálják valahogy megindokolni, hogy miért beszélhetnek így a villalakók: *„Vegyük figyelembe, hogy itt össze vannak zárva emberek. Itt azért csak jobban kijön az állat az emberből”* (SZ). *„Sok ez a trágár beszéd [...], de azt mondom, hogy lehet, hogy én is így beszélnék, ha*

*0–24-ben össze lennék zárva esetleg olyanokkal, akik elől nem tudok elmenekülni. Mert, ha egy munkahelyen vagy, van egy valaki, akivel nem vagy jóban, nem állsz vele szóba. De itt kénytelen vagy, mert egy légtérben vannak szinte mindig, és muszáj vele beszélni” (SZ).*

A háttérben generációs különbségek is megjelenhetnek, más-más kommunikációs mintázatok jellemzik a huszonéveseket, illetve a negyvenes korosztály tagjait. Ez a fajta értelmezés azt sugallja, hogy akár valószerű is lehet a sok káromkodás a fiatalok körében: *„Van pár nálam is fiatalabb ismerősöm, és azoknál azért jellemzőbb a trágár beszéd, mint akár az én korosztályomnál vagy nálam idősebbeknél. Tehát én azt vettem észre, hogy igen, azért egy tizenéves, most legyen tizenhét vagy huszonöt éves, azt azért néha csak nézem [...], minnek kellett beletenni ennyi trágár szót. Lehet, hogy mi nem beszélünk így, de azt gondolom, hogy a fiatalabbak több trágár szót használnak” (SZ).*

Sokakat meglep, hogy a trágár beszéd általánossá válása nemcsak a fiúk, hanem a lányok körében is megfigyelhető: *„Számomra a legmegdöbbentőbb, hogy a lányok sokkal lejjebb szintet képviselnek, mint a fiúk” (SZ).*

Összességében a nézők a káromkodás elharapódzását a szereplők viselkedési kultúrájával, illetve annak hiányosságaival magyarázzák. Ebben megvan/meg lehet a szerkesztők felelőssége is, hiszen a kiválasztás során e kulturális mintázat mentén teljesen homogén csoportot állítottak össze. Akár valószerűnek tartják a nézők ezt a fajta beszédstílust, akár nem, abban mindenki egyetért, hogy nem pont ilyen embereket kellene nézni, illetve hallgatni a tévében. A káromkodás nem csak azért zavarja őket, mert stílusbeli, kulturális hiányosságnak gondolják, hanem azért is, mert csökkenti a műsor élvezeti értékét: *„Jó volna, ha nem abból állna az egész műsor, hogy káromkodás, káromkodás hátán” (N).* *„De ha minden második szavad káromkodás, akkor lehet, hogy [...] ezt annyira senki sem élvezi” (N).* *„Azt, hogy a [...] (egy konkrét káromkodás)-t köztűzűként használjuk, az nem egy jó irány” (N).*

### 8.3. Alkohol fogyasztás

Ha az alkoholfogyasztás megjelenésének intenzitását annak fényében akarjuk vizsgálni, hogy ez a magatartásforma mennyire gyakori, általános a való életben, akkor ismét egy olyan következtetést vonhatunk le, hogy a *Való Világ* valamelyest felülreprezentálhatja a valóságot. (Még ha nem is olyan mértékben, mint a káromkodásnál.) A nézők egy részének feltűnő, hogy egy, a valóságot reprezentáló műsorban nincs egy olyan szereplő sem, aki ne inna. A műsor mintha azt a valóságképet jelenítené meg, hogy ha lehetőség van alkoholt fogyasztani, akkor mindenki iszik: *„nem igazán láttam azt, hogy valaki esetleg azt mondta volna, hogy jó, köszí, én most inkább nem iszom” (N).* Szerkesztői oldalról közelítve a kérdéshez, ha egy szerkesztő fontosnak tartja, hogy az alkoholfogyasztás a műsorban kevésbé legyen hangsúlyos, akkor kifejezetten keresné és előnyben részesítené azokat a szereplőket, akik például nem isznak. De ha mégsem ilyen szereplők kerülnek kiválasztásra, akkor még mindig rendelkezésre állnak szabályozó eszközök – a villában mikor, hogyan lehet inni –, amely technikákkal egyébként a csatorna a különböző szériákban élt is. A kvalitatív kutatás arra hívja fel a figyelmet, hogy a mostani széria alatt kifejezetten fontos szerepe volt az alkoholnak. Már korábban is említettük, a *VV10* nézői gyakran utaltak a fókuszcsoporthoz beszélgetéseken arra, hogy a korábbi szériákhoz képest mintha most kevésbé lett volna szabályozva az alkoholhoz való hozzáférés, illetve az alkohol fogyasztása, mintha a szerkesztők itt bedobták volna a gyepőt.

A műsorkészítők kevésbé éltek azokkal a szabályozó eszközökkel, amelyek a korábbi évadokban működtek: „Sokkal jobb volt régen, amikor csak a bulikba adtak be nekik piát” (N). „Régebben a műsorban előfordult, hogy nem vittek be alkoholt, direkt csináltak olyat, hogy nem kaptak alkoholt, csak négy borból egyet kaptak például. Akkor utána, amikor eltelt egy hét, akkor mindenki megnyugodott, akkor jutalomból bevitték egy láda piát” (SZ).

Ez is közrejátszhat abban, hogy a VV10 nézői szerint sokat ittak a szereplők. „Nem egyszer volt, hogy Vivi reggel vodka narancssal kezdett” (N). „Itt gyakorlatilag minden nap buli van [...], igazából az egész műsor abból áll, hogy mi történt este, amikor benyestek egy kicsit” (N).

Természetesen az alkoholfogyasztás mindegyik szériára jellemző magatartásforma volt. Míg a szexualitást és a káromkodást abban a mértékben és azon a módon, ahogyan azt a VV-epizódok megjelenítik, a kutatásban résztvevők nem nagyon tudják elfogadni – előbbit inkább a szülői csoportok tagjai utasítják el, utóbbit mind a szülői, mind a nézői csoportok tagjai –, az alkoholfogyasztással kapcsolatban megengedőbbek a nézők mindkét csoportban. Ha jelen szériában erőteljesebbnek is érezték a jelenlétét, összességében a Való Világok során nem tartották kórosnak, túlzónak ennek szerepeltetését. Persze ez is egy viszonyítási kérdés, hogy mi mihez képest sok, elfogadható vagy kevés, de a többség számára ezek még beleférnek ennek a műsornak a keretébe. A nagyobb fokú toleranciában minden bizonnyal szerepet játszik az is, hogy az alkoholfogyasztás általában nem normaszegő magatartásként definiálódik a magyar társadalomban, és sokan maguk is mértékkel (vagy éppen mértéktelenül) fogyasztanak alkoholt: „én is megiszom, nem akarok álszent lenni, de nem ennyit, meg nem így, meg nem ilyen körülmények között” (SZ). A nagyobb fokú elfogadásban pedig ott van az is, hogy az alkoholos befolyásoltság alatt lévő villalakovók olyan jeleneteket tudnak produkálni, ami jobban felkeltheti a nézők érdeklődését.

A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás során többen utalnak arra, hogy az alkohol biztosítása a műsorban egy tudatos, műsorszerkesztési eszköz, amivel befolyásolni lehet a villalakovók fellépését, reakcióit, dühkitöréseit, és ezzel tulajdonképpen akarva-akaratlanul manipulálják a játékos és egyben a nézőt is. A VV10 kapcsán ennek a műsorszerkesztési elvnek a működését a nézők egy része teljesen nyilvánvalónak tartotta – tudatosan engedték inni, lerészegedni a versenyzőket –, és az már a korábbi hullámokban is megfigyelhető volt, hogy az alkoholos befolyásoltság alá kerülő versenyzők viselkedése, reakciói olyan jeleneteket, képsorokat biztosítottak a szerkesztők számára, amelyeket az összefoglalók elkészítésekor jól fel tudtak használni: „Ha valaki iszik, akkor még egy kicsit vagányabb a műsor, vagy hogy mondjam, még erősebb a műsor” (SZ). „Hát, a régi műsorokban volt olyan, hogy segg részeg volt mindenki, az volt a lényeg” (SZ).

## 8.4. Dohányzás

Felmerülhet, hogy egy káros cselekvési formát a műsor kedvezőbben tüntet fel és akár vonzóbbá is tehet. Ezt adott esetben el lehetne azzal is érni, ha egy adott magatartásformát nagyon sokszor mutat, és el lehet érni úgy is, hogy valóban valamilyen pozitív összefüggésben láttatják az adott magatartásformát a műsor készítői. A mennyiségi faktor működését érzékeli a nézők – különösen a szexualitás és a káromkodás kapcsán –, de azt a fajta átkeretezést már nem, hogy egy negatív magatartásformát pozitívabb színben tüntetnének fel. Erre külön rákérdeztünk a kutatás során, és összességében egyetlen egy alkalommal hangzott el olyan észrevétel, amely szerint valaki ilyen átkeretezési szándékot érzékelt volna. Ez pont a nézőket

amúgy legkevésbé zavaró dohányzás kapcsán merült fel: „*a dohányzásról jutott eszembe, hogy amikor üldögélnék, akkor vannak ilyen bevágások, meg izgalmas párbeszéddek, beszélgetések, és egy kicsit erősíti azt is, hogy milyen jó dolog dohányozni*” (SZ).

Ahogy említettük, a legkevésbé az zavarja a nézőket, hogy a műsorban a szereplők dohányoznak, akkor is, ha éppen soknak tartják. A dohányzás lehetséges túlhangsúlyozását elsősorban a bezártsággal kapcsolják össze a nézők: „*Nyilván, ha be vagy zárva egy házba, ott unatkozol, biztos állandóan cigizel*” (N). „*Már annyira unatkoznak bent egész nap, hogy biztos dupla annyit járnak ki dohányozni, mint egy átlagember, aki dolgozik*” (N).

Amennyiben súlyozni kellene, hogy a lehetséges káros tartalmak bemutatása hol okozhat problémákat, az ebben a részben vizsgált négy magatartásforma közül a dohányzás esetében látják a legkevesebb problémát a kérdezettek. „*Szerintem a dohányzás amúgy a Való Világnak a legkevesebb rossz hozadéka*” (N). „*Mindenhol dohányoznak az utcán, ahhoz nem kell Való Világot nézni*” (N). „*Nem ezért fog valaki rászokni a cigire*” (N).

## 9. A kapcsolatok, párkapcsolatok bemutatása a VV10-ben

A fókuszcsoporthoz tartozók szerint a több hónapos összezártság és a 0–24 órás együttlét már önmagában generálja a kapcsolatokat, hiszen az ember társas lény, nem bírja sokáig egyedül, valakihez kell, hogy beszéljen, valakihez kell, hogy érzelmileg kötődjön. Ezek a villalakók között kialakuló viszonylatok – barátságok, vonzalmak, ellenszenvak, szerelmek, becsapások stb. – adják a műsor bázisát. A mesterséges körülmények miatt ezek a kapcsolatok sokkal dinamikusabban alakulnak, és egy sor konfliktushelyzetet hoznak magukkal. Kis túlzással, egy villalakó élete a nézők szerint permanens konfliktushelyzetekből áll. (Vagy legalábbis az összefoglalók ezt tükrözik.) Ahogy az egyik résztvevő a fókuszcsoporthoz tartozó kutatás során fogalmazott, olyan, mintha a VV szereplője egy „emberkísérlet” alanya lenne, a nézője pedig ennek részese, megfigyelője.

Ezeket az emberi viszonyokat a nézők általában valószerűnek tartják, például a barátságok mélységét vagy érdekjellegét ugyanolyannak látják bent, mint a kinti világban. A kialakuló párkapcsolatokat már nem tekintik teljesen hasonlóknak, mert a villában az nem mindig szerelmen alapul, hanem inkább a testi kötődésen, vagy csak a fizikai vonzalmon. Sokaknak feltűnik, ha a korábbi szériákra gondolnak, hogy a tartósabbnak tűnő kapcsolatok, ahogyan egy széria lezárul, megszűnnek, tehát a villa falain kívül ezek a kapcsolatok az esetek nagy részében már nem folytatódnak. Ez akár némi kételyt is ébreszthet a nézőkben, a villán belüli kapcsolatok valóságosságát illetően. A VV mostani szériájában ezeknek az emberi kapcsolatoknak és különösen a szerelmi kapcsolatoknak a bemutatása nagy hangsúlyt kapott: „*a mostani évad brutális volt ilyen szempontból [...], ami a legnagyobb port kavarta a mostani kapcsolatoknál, hogy a nőekkel hogy beszélnek, és semmibe veszik, ami igaz volt, és tényleg nagyon durva volt. És a lányok meg kiskutyaként mennek utánuk, ez szégyen*” (N). Azt, hogy ez egy tudatos koncepció volt-e a csatorna részéről, vagy csak így alakultak az események, nem tudhatjuk. A nézők nagy része mindenesetre úgy definiálja a VV10-et, hogy ez a kapcsolatok évada volt. Vannak, akik örültek ennek, de vannak, akik már sokallották. Szerintük ezek a kapcsolatok túlságosan is rányomták a bélyegüket a 10. részre, és például kevésbé kerültek előtérbe a játékosabb feladatok, kevesebb volt a vicces, humoros tartalom.

Többen megfogalmazták, hogy ennyi tartós, szoros (pár)kapcsolat talán nem is volt a korábbi szériákban (lásd Renátó/Fruzsina, Dani/Virág, Moh/Mercédesz, Robi/Vivi, Amanda/Gina párkapcsolatát vagy barátságát). A valós értékelések mellett az évadot kísérő botrányok is hozzájárulhattak ahhoz, hogy ezek a kapcsolati elemek ennyire az érdeklődés homlokterébe kerültek. Az RTL Klubot a széria közepén sok kritika érte a párkapcsolatok megjelenítése miatt, és ez nagy médiavisszhangot váltott ki. A csatornát azért bírálták, mert a műsorban bemutatott hierarchikus, bántalmazó kapcsolatokat nem értékelte, kommentálta megfelelően, és nem határolódott el ezektől a cselekményektől.

A kapcsolatok, párkapcsolatok VV-on belüli bemutatását a kvalitatív kutatás során külön is érintettük. A fókuszcsoportos beszélgetés résztvevői számára bejártunk a műsorból két olyan jelenetet, amelyet az RTL Klub az összefoglalójában is leadott, és ennek véleményezésére kértük meg őket. Az egyik kiválasztott jelenet középpontjában egy egyre durvuló konfliktus, veszekedés állt, amelynek főszereplője a széria botrányhőse, Renátó volt. Az ordibálásig fajuló vitában a villalalók legalább fele részt vett. Kifejezetten drámai pillanatokat tartalmazott a bejátszás: üvöltözés, egymástól tíz centire lévő emberi fejek, síró tekintetek, lökdösődés, rohángálás, ajtócsapkodás stb. (A lejátszott jelenet 1 perc 57 másodperc hosszúságú volt.) A másik bejátszott videó pedig a széria egyik szerelmespárjának – Renátónak és Fruzsínának – egyik emblemikus beszélgetése volt, ahol Renátó igen keményen kiosztotta Fruzsínát. A kétszereplős, súlyos verbális erőszaknak minősülő jelenet azzal zárult, hogy Fruzsina elnézést kért a párjától, ha megbántotta volna. (A lejátszott jelenet 2 perc 3 másodperc hosszúságú volt az összefoglalóból.)

A két lejátszott videóval és az arra érkező reakciókkal azt szerettük volna szimulálni, vajon milyen hatásokat válthattak ki ezek a jelenetek, amikor élő adásban mentek. Maguk a bejátszott jelenetek a nézői csoport tagjai számára ismerősek voltak, a szülői csoportból, akik nem követték érdemben a sorozatot, azok számára a képsorok az újdonság erejével hatottak. Az első jelenet az emberi kapcsolatok villán belüli alakulását, a kialakuló konfliktusokat és azok kezelését volt hivatva reprezentálni. A második pedig egy toxikus és hierarchikus jelleggel működő férfi-női kapcsolatot. Mindkét jelenetet mindegyik csoportban egy alkalommal játszottuk le. A jelenetek értékelését, megítélését a következő négy dimenzió mentén mutatjuk be:

- a nézők érzelmi reakciói;
- a jelenet (probléma) valóságossága (a karakterek, a probléma, a probléma megjelenítése kapcsán);
- a jelenet (probléma) morális tartalma, üzenete;
- a csatorna szerepvállalása, felelőssége egy ilyen jelenet bemutatásakor.

## 9.1. Konfliktushelyzetek

### 9.1.1. Érzelmi reakciók

Másképpen viszonyulnak a nézői és szülői csoportok tagjai a villabeli balhéhoz. A szülői csoport tagjai egyértelműen negatívan értékelik a videót, a nézői csoportok tagjainak viszonyulása a jelenetnek már differenciáltabb. A *nézői csoportban* két jellegzetes érzelmi viszonyulás tapasztalható: egy elutasító és egy elfogadó attitűd.

Vannak, akiket – a szülői csoporthoz hasonlóan – egyszerűen elborzaszt a látvány, zavarja őket, idegesek lesznek tőle, ellenszenvesnek tartják a szereplőket: „*ha még egy fél perccel tovább hallgatod ezt a veszekedést, szerintem felrobban az agyad, konkrétan, annyira idegesítő és durva egy ihyet nézni*” (N). Vannak, akik viszont kifejezetten az ilyen feszültséggel teli tartalmakat várják, ezért nézik a műsort: „*nem akarok álszent lenni, mert nézem, és nyilván ez nem színvonalas, de a magyar embernek kell sajnos a botrány*” (N). Az elfogadás másik fő mozgatórugója, hogy valamiért a jelenetet viccesnek, humorosnak tartják a nézők. Magát az alapszituációt, a veszekedést, ahogy kiabálnak: „*vicces számomra az egész, hogy ilyen apró csip-csup hülyeségeken összevesznek ennyire*” (N). Vagy egy-egy szereplő reakcióján, tekintetén nevetik el magukat: „*ahogy Amanda itta a bort*” (N). „*Virág feje*” (N). A jelenetsor első fele – az egymásnak feszülő férfiak egyre durvább viselkedése – sokak számára inkább negatív tartalmat közvetített, de a jelenetsor második fele a nézők egy része szerint valahogy átfordult vicces, humoros jellegbe, legalábbis ezt érzik. Ebben a zene is segíthetett szerintünk, mert a bejátszott aláfestő zene jól ellenpontosza az egyre erősödő indulatokat, és a horrorként induló jelenet mintha burleszkbe, komédiába fordult volna át. (A zenével kapcsolatban van olyan néző, aki megjegyzi, hogy ebben az évadban „*zseniálisan voltak aláérva a zenék*” (N). „*Onnantól kezdett el vicces lenni, amikor bevágták a zenét, azelőtt elég alpári volt. Inkább elkapcsoltam volna, de ahogy bekapcsolták a zenét, onnantól adott neki egy hangulatot*” (N). „*A zenétől komikus lett, és nem veszed annyira komolyan*” (N).

A jelenet bizonyos fajta komikusságára a szülők közül is felfigyel valaki: „*Kínomban röhögtem egyébként, mert vicces volt, ahogy hadonásztak. [...] Lehet, hogy aztán tökre beleéli magát, és legszívesebben megfejelné azt a szakállast [...], de nem tudom azt sem komolyan venni. Ha meg komolyan venném, akkor nem nézném, mert az embernek van elég baja*” (SZ).

A szülők összességében elutasítóan nyilatkoznak a jelenetről, visszataszítónak tartják, és sok értelmét nem látják annak, hogy valaki ilyen tartalmakat nézzen perceken át.

### 9.1.2. Valószerűség

A jelenet valószerűsége egyrészt megítélhető a szereplők oldaláról, hogy mennyire hiteles vagy éppen mennyire megjátszott a viselkedésük, másrészt megítélhető abból a szempontból is, hogy mennyire valószínű maga az alapprobléma, az a szituáció, ami ennyire kiborítja őket. (A konfliktus valódi oka, illetve, hogy mik voltak pontosan az előzmények, az teljesen egyértelműen nem derült ki a bejátszott részből.) Összességében akár a karakterek, akár a megélt konfliktus oldaláról közelítenek a jelenethez a nézői és a szülői csoportok tagjai, valószerűnek tartják. Tehát úgy látják, hogy a jelenet egy valós konfliktust mutat meg, valóságos reakciókkal: „*ez nem volt megjátszva, az egészen biztos*” (N). A többség számára a szereplők kapcsán egyértelmű, hogy itt önmagukat adják, és ha a probléma súlyához képest talán túl is reagálják a dolgokat („*bolhából csináltak elefántot*” (N)), de ez még belefér a valószerű kategóriába. Azt is érti a nézők egy része, hogy a jelenet során a viselkedésekben, a reakciókban az alkoholnak is komoly szerepe lehetett: üveges tekintetek, pohár a kézben stb. „*Az a csávó, aki állt és ordított, rajta úgy láttam, mintha valóban felcseszte volna az agyát valamin*” (SZ). „*A tényleges valós világban ezek azért kezelhető dolgok lennének, de most x hónap bezártság után simán elhiszem, hogy ezek valós élményként csapódnak le*” (SZ).

A való életben is könnyen szembe találhatja magát az ember ilyen szituációkkal, de inkább külső szemlélőként és nem aktív résztvevőként. A nézők többsége valahogy megpróbálja magát az ilyen szituációkból kivonni, de ha mégis belekerülnének, biztos, hogy nem így próbálnák meg a konfliktusokat kezelni, orvosolni: *„Ha én lettem volna bent, velem kiabálnak, felálltam volna, és könyörögtem volna, hogy engedjenek ki a villából. [...] Nekem ez sosem volt stílusom, meg a társaság is, amiben én mozgok, annak sem stílusa. [...] Nem szeretem az ilyet, ennek semmi értelme, teljesen kontraproduktív az egész. Nyilván semelyik sem figyel a másokra, semmit nem lehet megbeszélni. De itt eléggé be voltak tintázva”* (N). *„Ha belebotlok egy ilyen konfliktusba, akár az utcán tök idegenekbe, vagy családon belül vita van, ha nem is ennyire durva, az a fajta vagyok, hogy inkább abból a körből kilépek, meg kihátrálok, egy konfliktuskerülő ember vagyok”* (SZ).

A jelenet nézői azt is akceptálják, hogy a villában a bezártság miatt elkerülhetetlen, hogy ilyen robbanások történjenek. Egy részük, ha magába néz, úgy gondolja, nem tudja, hogyan reagálna egy ilyen szituációban, különösen, ha ilyen körülmények között kellene élnie. Van, aki ki is mondja, hogy ő bizony belement volna keményen ebbe a szituációba: *„Való Világ ide vagy oda, én nem vagyok egy agresszív fajta, de az, hogy ha valaki így beleállt volna az arcomba, onnan szerintem én kikerültem volna egyből a műsorból, tehát kitiltanak”* (N). Ez a legutóbbi megjegyzés arra utal, hogy a nézők szerint egy ponton valami mégsem stimmel ennek a jelenetnek a valóságtartalmával. A bejátszott klipnek van egy olyan mozzanata, ami komolyan elgondolkodtatja a résztvevőket a konfliktus „lejátszásának” hitelességével kapcsolatban. Lényegében mindegyik csoportos beszélgetésen, ahogyan a résztvevők magukban analizálják az eseménysort, spontán módon arra a következtetésre jutnak, hogy a kinti világban egy ilyen vitának más lett volna a befejezése. Szerintük, ha egy ilyen szituáció a villán kívül következett volna be, akkor az a tettelegességig fajult volna: *„Szerintem a való életben egy ilyen üvöltözés egy csicskalángossal ért véget, mert ott lehet ütni”* (SZ). *„Kökemény bunyó lett volna. Aki először üt, az nyer”* (SZ). *„Olyan szavak hangzottak el, amiért pofon jár a való életben”* (SZ). *„A valóságban [...] nem hiszem, hogy ne lett volna valami ökölpacsi belőle”* (SZ). *„A düh valóságos volt, csak szerintem valahogy kontrollálta magát, visszafogta”* (N).

Mintha a Való Világban a való élethez képest jobban működnének a fékek, a versenyzők mintha mégsem engednének/engedhetnének meg maguknak mindent: *„ha kint van, akkor ezer százalék, hogy verekedés lett volna belőle. Itt meg visszatartotta a harminchat millió”* (N).

A nézők által látott „valóság” (egy játékos teljesen elveszíti a fejét, üvöltözik és fenyegetőzik) egy nem valóságos vetületének azonosítása (egy játékos teljesen elveszíti a fejét, üvöltözik és fenyegetőzik, de mégsem jut el a „várt” tettelegességig, mert tudja, hogy ki fogják zárni, és így nem nyerhet) egy sor kérdést vet fel a nézőkben: akkor mennyiben önzonosak ezek a szereplők, más ugyancsak valóságosnak tűnő szituációkban tényleg magukat adják-e, vagy inkább megfelelési kényszerből cselekszenek, inkább csak „játszanak”.

### 9.1.3. A jelenet (probléma) morális tartalma, üzenete

A jelenet morális tartalma eléggé egyértelmű, lényegében mindenki elítéli Renátó viselkedését. A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás alanyai szerint maximum az tudja ezt a viselkedési formát elfogadni, aki maga is ilyen karakter a való életben, aki ettől érzi magát jó fejnek. E viselkedési forma elítélésének nincs köze ahhoz, hogy a csatorna a jelenetet miképpen mutatta be.

A jelenet bemutatása nevezhető neutrálisnak, dokumentarista jellegűnek, semmiképpen sem értelmezik a nézők a bejátszást úgy, hogy az pozitív összefüggésben tüntetné fel az eseménysort. Ami egyedi jelleget ad ennek, az a zárás, amit a nézők egy része komikusnak tart. A zárásra lehet tehát egyfajta átkeretezéseként tekinteni. Ezzel kapcsolatban a nézők azt gondolják, hogy a felgyülemelő feszültséget próbálják meg a műsorkészítők a bejátszott zenével valahogy oldani.

Erőtéljes morális üzenetet ehhez a jelenetsorhoz különösebben nem kapcsolnak a kutatás alanyai, mert szerintük adja magát, hogy egy normális értékrenddel rendelkező személy elítél egy ilyen magatartásformát. Ha a jelenet morális vetületeit értékelik, a szülői csoportban merül fel olyan vélemény, amely arra hívja fel a figyelmet, és ez már a konfliktuskezeléshez is kapcsolódik, hogy a villalakók közül senki sem próbált érdemben segíteni a helyzet megoldásában: *„Nekem a legmegdöbbentőbb ebben az egész jelenetben nem a konfliktus volt, hanem az a közöny, ahogy a többiek ezt kezelték, vagy nem kezelték. Tehát, hogy ott ül, fapofával, és semmit nem tesz a béke érdekében”* (SZ). A nézői csoportokban már direkterben merült fel, hogy a konfliktusok kezelésének nem ez a legjobb módja: *„nem mondanám, hogy a problémamegoldás legjobb fajtája az agresszió és a veszekedés, inkább az őszinteség lenne, ha leülnek egy asztalhoz, megbeszélik egymással, ha problémájuk van”* (N).

#### 9.1.4. A csatorna szerepvállalása, felelőssége

A formátum kapcsán többen is jelezték a kutatás során, hogy a csatornának megvannak a maga eszközei arra, hogy a nemkívánatos tartalmakat moderálja, megpróbálja visszaszorítani. (A szülői csoport tagjai szerint az egyik ilyen az lehetne, ha be se mutatnák ezeket a jeleneteket.) Erre valók a büntetések, amelyeket szép számmal osztanak ki a műsorokban. Hogy pont ennél a jelenetnél kapott-e valaki büntetést, azt a nézők nem tudják biztosan, de azt látják, hogy a szerkesztők sokszor élnek ezzel (például rongálásnál, káromkodásnál). A nézők egy csoportja szerint ezeket a büntető eszközöket lehetne igénybe venni ebben a konkrét esetben is, ha a csatorna mederben akarja tartani az események folyását: *„Ha van egy ilyen vita, akkor büntetést kéne kiróni, vagy valamilyen büntetést kitalálni, mert OK, egy ilyen villában benne van, hogy az emberek feszültek [...], én is feszültebb lennék, mint amilyen most vagyok. [...] Ezt a műsorkészítőknek kellene kézbe venniük [...], kontrollálják, hogy ilyen ne történhessen meg”* (N). Itt persze felmerülhet, hogy a csatornának mi az érdeke, hiszen sokan azért nézik a műsort, hogy láthassanak ilyen képsorokat. A büntetésekkel, ha azok hatni fognak, az ilyen típusú „ütős” jelenetek száma viszont erőteljesen csökkenhet. A szereplők figyelni fognak rá, és ugyanúgy beépül a viselkedési szabályaik közé, mint ahogyan beépült az is, hogy a tettelesség esetén kizárással sújtják őket. Van, aki továbbmegy a villabeli klasszikus büntetési lehetőségeknél, és más, újszerű megoldást javasolna: *„én a műsorkészítők helyében azért másnap levetíteném nekik, tartanék nekik egy tükröt, mert nem hiszem, hogy Renátó ebből tanult”* (N).

Önmagában a bemutatott jelenetsor súlyosságát a többség úgy értékeli, hogy erről különösebben nem kell beszélni a műsorban, nem kell értékelnit vagy éppen büntetni. Lényegében mindenki tudja, érzi, hogy miről szól ez a történet, és ilyen ezernyi előfordul a *ValóVilágban* és azon kívül is.



## 9.2. Párkapcsolati terror

### 9.2.1. Érzelmi reakciók

A jelenet, amely bejátszásra került, Renátó és Fruzsina kapcsolatának egy emblematikus pillanatát mutatta, tehát itt is a sorozat „kemény fiúja” volt a képsorok egyik főszereplője. Ez a bejátszás sokkal erőteljesebb hatásokat, hevesebb érzelmi reakciókat váltott ki a csoporttagokból. Míg az előző jelenet értékelésében különbségek mutatkoztak a nézői és a szülői csoportok között, itt teljesen egységesen nyilatkoznak a kérdezettek, és egyértelműen elutasítják azt, ahogyan ebben a jelenetben Renátó fellépett a párjával szemben. Mind Renátó viselkedése, mind a beszédmódja, mind az általa elmondottak (de még az öltözködése is) bírálat alá esik: *„Renátót ezek után, amiket megcsinált, már férfinak sem nevezném, mert minősíthetetlen ez a viselkedés egy nővel szemben”* (N). *„Így nem beszélünk nővel”* (SZ).

Ezek az idézetek a publikálható tartalmak. Rengeteg nyomdafestéket nem tűrő kommentet, jellemvonást hallhattunk a beszélgetések során Renátó jellemének, viselkedésének értékelésekor e konkrét jelenet kapcsán. A nézők szerint Renátó viselkedése sajnos azt hozza, amit tőle, ettől a karaktertől várni lehet, de az igazi döbbenetet Fruzsina reakciója, viselkedése váltotta ki, amit a nézők ugyancsak nehezen tudnak tolerálni: *„Az volt a legmegdöbbentőbb, hogy ez, amit előadott a srác monológot, ez azt a reakciót váltotta ki a Fruzsinából, hogy bocsánatot kért”* (SZ). *„Megdöbbentő számomra [...] a hölgy, vagy hát nem is tudom, hogy annak nevezhetjük-e ezek után, még ő kér elnézést, meg arról beszél a fiúnak, hogy hogy fogja majd kiengesztelni”* (SZ).

Tehát a felháborodás és a döbbenet egyaránt megjelenik az érzelmi reakciókban és a látvány, a hallottak szinte sokkolják a nézőket. Azoknál, akik a *VV10*-et nézve még többet tudnak a pár viszonyáról, a felháborodás és megdöbbenés még erőteljesebb, ha a pár villabeli életének közelmúltbeli eseményeire gondolnak vissza. (Feltehetően Renátó és Fruzsina sok megbotránkoztató jelenetnek lehetett az alanya. A beszélgetések során spontán módon az jött elő a legtöbbször, amikor a szerelmespár tagjai egymás szájába köptek, először Renátó a lányéba, aztán később Fruzsina a fiúéba. Ezek a jelenetek sok nézőt megdöbbentettek.) Maga a bejátszás Renátó és Fruzsina párkapcsolatából ragadott ki egy részt, de a *VV10* nézői nemcsak ezt a viszonyt érezték mérgezőnek. Ha Dani és Virág nexusára gondolnak, ott is ugyanezeket a jeleket tapasztalhatták meg: egy kapcsolaton belül a fiú birtokolni, irányítani, befolyásolni, korlátozni akarja a lányt. Van, aki ebben a Dani és Virág-féle viszonyulásban lát valami fejlődéstörténetet is, de azért itt is inkább a rossz dolgokra lehet visszaemlékezni: *„a Virágnak meg a Daninak a kapcsolatában is voltak azért kisebb bökkenők, a Dani részéről, ahogy beszélt a Virággal, de az úgy a végére szerintem egész emberi lett a lelegejéhez képest”* (N).

Míg a nézők többsége a Renátó-Fruzsina, illetve a Dani-Virág párossal egyáltalán nem tudott azonosulni, a villa harmadik számú szerelmes párját, Moh-t és Mercit emberileg már inkább el tudta fogadni. Ez mutatta talán a legtöbb esélyt egy normális kapcsolat kialakulására, de azért itt is voltak szerintük súlyos problémák (viszony egyoldalúsága, a lány karaktere stb.).

### 9.2.2. Valószerűség

Ahogy az első bejátszott jelenetnél, itt is lehet a valószerűséget vizsgálni a szereplők oldaláról, illetve abból a szempontból, hogy mennyire tűnik valósnak a bemutatott alapkonfliktus. A szereplőkkel kapcsolatban a valószerűség adott, mert a két szereplő kapcsán olyan típusos karakterekről van szó, akikkel minden egyes szériában (és a való életben is) találkozhatnak a nézők. Maga a probléma is valószerűnek tűnik, de míg az első bejátszás, ami egy mindennaposabb, gyakrabban látott és/vagy megélt konfliktushelyzetet mutatott be, itt egy olyan ellentétet találták szembe magukat a nézők, amelyről ritkábban hallhatnak, amely jobban rejtve marad az emberek előtt.

A valószerűséggel kapcsolatban abból a szempontból vannak inkább kételyek, hogy egy párkapcsolat ilyen rövid idő alatt, ilyen gyorsan ennyi fázison át tudott menni, mintha itt tempósabban zajlanának az események, mint a való életben: *„ennyi idő alatt egy valós párkapcsolat, én nem hinném, hogy eljut egy ilyen szintig, mert az elején még inkább a vonzalom kellene, hogy domináljon”* (SZ).

A valószerűséghez kapcsolódik, hogy vannak nézők, akik szerint azon túl, hogy nagyon kapcsolatcentrikus volt a mostani széria, a viszonyokon belül erőteljesen felülreprezentálódtak a toxikus jellegűek. Jogosan vélik így, mert ha csak a számokat nézzük, a három intenzíven működő párkapcsolatból kettő (Renátó/Fruzsina, Dani/Virág) ilyen volt a villában.

### 9.2.3. A jelenet (probléma) morális tartalma, üzenete

A jelenet morális tartalma, üzenete teljesen egyértelmű a nézők számára: ezt így ne csináld, ilyen párkapcsolatot ne kezdeményezz, ilyenben ne vegyél részt, és a tiltás parancsa vonatkozik mindkét félre. A fő üzenet az, hogy egy párkapcsolatban egy nő nem lehet alárendelt.

A nézők Renátó szerepét tudták könnyebben értelmezni a szituációban. Morálisan a viselkedését egyértelműen kifogásolják. Az értékelések teljesen homogének. Miközben morálisan mindenki elítéli Renátó figuráját, nehezebben tudják értelmezni Fruzsina szerepét a kapcsolat alakulásában. Érzékelik, hogy áldozat ebben a folyamatban, de ugyanakkor felelőssé is teszik érte, mert benne marad a kapcsolatban, nem lép ki belőle, nem keres rá megoldást. A lány reakciójának értelmezése, hogy miért csinálta azt, amit csinált, már nem homogén szerkezetű. Vannak, akik bizonyos mértékig hibáztatják őt: *„Én azért mégiscsak a lányokban látom a nagyobb hibát. Ki kellett volna állniuk magukért. [...] Nyilván nem tudnak elmenni, ott vannak összezárva. De ki kellett volna kérnie magának, illetve utána nem fekszem össze vele”* (SZ). *„Ennek a lánynak ez a természetes, hogy ő mindig bocsánatot kér. Mert engem biztos kizártak volna, mert akkorát levágtam volna neki, hogy velem így nem beszélsz. Én ezt biztos nem tűrtem volna”* (SZ). *„Ezek a lányok nem gondolnak bele abba, hogy [...] mit közvetítenek a hasonló lányok felé, hogy ezt meg lehet csinálni egy lánnyal. [...] Nem fog nyilván kilépni a műsorból emiatt, de mehetett volna a szerkesztőhöz, hogy ne így beszéljenek vele. Egy-két eszköz lett volna a kezében”* (SZ).

Vannak, akik megértőbbek, empatikusabban közelítenek a szituációhoz és a lány helyzetéhez: *„Tudta, hogy lesznek konfliktusok, de [...] elvesztette az agyát, az eszét és eltűri. Valószínűleg kint a valóságban, nem biztos, hogy eltűrné”* (SZ). *„Nem azt mondom, hogy csak a férfi a hibás, mert persze a nőnek is a sarkára kell állni, de azt is hozzá kell tenni, hogy kislányok, hogy tizen-*

*nyolc, tizenkilenc éves lányokról van szó. Lehet, hogy éppen az első szerelmet élték meg a villában, és nem tudják, hogy hogy kell viselkedni, mi az, amit el lehet tűrni. Borzasztó volt látni. Tényleg szörnyű” (SZ).*

Egyszerre három értelmezés is jelen van a fókuszcsoportos beszélgetésekben a jelenet, illetve a kapcsolat értékelésekor. Az egyik főbűnösnek Renátót teszi meg, a másik Fruzsina felelősségét domborítja ki és ott van a harmadik, hogy mindketten felelősek ezért: *„két ember kell a hülyeséghez” (SZ).* Morális szempontból a jelenet nézői közül valaki felveti a szülők felelősségét, szerepét is: *„én szülőként, ha ezt meglátnám, képernyőn keresztül [...], én azonnal kihozatnám, én ezt nem engedném” (SZ).*

#### 9.2.4. A csatorna szerepvállalása, felelőssége

Ha a konfliktuskezeléssel kapcsolatos jelenet kapcsán azt mondhattuk, hogy a kutatásban résztvevők nagy részének ingerküszöbét nem érte el az eseménysor abban az értelemben, hogy erről még külön beszélgetni kellene (már amiatt sem, mert tettelegesség sem volt), ennek a jelenetnek az értékelése kapcsán már inkább azt lehetett érezni, hogy erre volna igény. A kutatás résztvevői a kibeszélés, megbeszélés alanyai alatt nemcsak a nézőket értik, hanem az érintett szereplőket is.

A nemkívánatos tartalmak visszaszorítására korlátozottan állnak a csatorna rendelkezésére eszközök, mert büntetést nem tud kiszabni, a VV szabályzata, büntető „kódexe” úgy van megalkotva, hogy ilyen esetre nem tartalmaz szankciót, ez nem káromkodás, rongálás stb. Ilyen típusú esetekben segíthet a műsorvezetők gyors fellépése és reagálása, de a széria közepén pont azért érte támadás a műsort, mert ezeket a szakértők kevésnek érezték.

A kutatásban résztvevők többsége szerint egy ilyen súlyosságú konfliktushelyzet bemutatásánál, ahol valakit egy párkapcsolati helyzetben ország-világ előtt így porig aláznak, mindenképpen szükséges segítséget adni a látott képsorok feldolgozásához. Erre az eseménysor súlyosságán felül azért is szükség van, mert a nézők különböző csoportjai – ahogyan korábban említettük – egészen másképpen értelmezik a látottakat, ha a felelősökön kezdenek el gondolkodni: vannak, akik a férfit hibáztatják, vannak, akik a nőt és vannak, akik mindkettőjüket.

Azért is van szükség valamilyen értelmezési keret biztosítására, mert a nézők számára nem egy szokványos, gyakran látott eseménysorról van szó. A levetített kétperces jelenet első másfél perce ismerős volt, a „várt” szituációt mutatta a néző számára, ahogyan a férfi alázza a nőt, de a jelenet vége, Fruzsina bocsánatkérése már egy előre nem várt reakciót okozott, ami szinte mindenkit meghökkentett, megdöbbentett.

## 10. A káros tartalmak, deviáns viselkedésformák bemutatásának hatása a nézőkre

A fókuszcsoportos beszélgetéseken külön kérdésblokk szólt arról, hogy a jelenlegi/régebbi nézők szerint a ValóVilágban bemutatott – sokszor túlreprezentált – káros viselkedésformák hatással vannak-e a nézőkre, és ha igen, milyen hatással. A káros viselkedési formák alatt értjük a VV-barométerbe bevont, illetve a kutatásban is érintett szexualitást, trágárságot,

alkoholfogyasztást és dohányzást, illetve a felmérésben még vizsgált konfliktuskezelési és párkapcsolati problémákat (toxikus, hierarchikus párkapcsolatok).

Egy fókuszcsoportos kutatást értelemszerűen nem lehet egy laboratóriumi körülmények között készülő kutatási módszernek tekinteni. Ettől nem lehet a hatásmechanizmusokkal kapcsolatban standardizált eredmény sorokat, statisztikai próbákkal alátámasztott következtetéseket várni, hiszen csak a kutatásban résztvevők verbális megnyilatkozásaira, értékítéleteire lehet hagyatkozni, és egy szubjektíve erősen szűrt tapasztalati bázisra lehet építeni: arra, amit a kutatásban résztvevők magukra vagy közvetlen környezetükre gondolva érzékelnek, felismernek és előszóban, mások előtt „bevallanak”. Ezért azt, amit a hatásmechanizmusokkal kapcsolatban a fókuszcsoportos beszélgetéseken elmondanak az alanyok, olyan értelemben kell elfogadnunk és értelmeznünk, hogy ők éppen mit gondolnak/feltételeznek a káros tartalmak befogadásának folyamatáról, ami egyáltalán nem biztos, hogy a valóságban is pontosan így van és így is működik.

Alapvetően a kutatás során a résztvevők körében két fő megközelítés alakult ki a lehetséges hatásmechanizmusokkal kapcsolatban:

- az egyik azt helyezi középpontba, hogy a *ValóVilág*ban megjelenő viselkedési formákat a néző automatikusan átveszi és követi;
- a másik ezzel ellentétes álláspontot képvisel, e szerint ez az automatikus átvétel nem történik meg, egy rossz mintát nem kezdenek el követni a nézők csak azért, mert azt bizonyos gyakorisággal látják a tévében.

Mindkét irányzatnak vannak „hívei”, de a kutatásban résztvevők nagyobb számban inkább az utóbbi véleményt osztják. Tehát nem feltételeznek egy direkt hatást, mert a néző valahogy reflektál az általa látott, illetve a hozzá beérkező információkra. A kutatásban résztvevők válaszait elemezve e véleménycsoporton belül két leágazás is megjelenik a reflektálódás, szelektálás intenzitása alapján.

A következőkben röviden összefoglaljuk, miképpen vélekednek a káros tartalmak lehetséges befogadásáról a kvalitatív kutatás alanyai, válaszaikból milyen elméleti „modellek” körvonalai rajzolódnak ki.

### 10.1. Automatikus, kontrollálatlan befogadás

Többen úgy érzik, hogy a médiatartalmak és ahogyan ezeket a tartalmakat bemutatják, komoly hatással vannak a nézőkre. Így a *ValóVilág*ban szereplő káros tartalmak, illetve deviáns viselkedésformák is kifejtik a hatásukat negatív értelemben. Ez értelmezés szerint a műsorban szereplő karakterek által közvetített viselkedési mintát a néző követendő példaként fogja kezelni. Ennek a fajta értelmezésnek a lényege az, hogy a néző kontrollálatlanul átveszi a mintákat és gyakorolja is majd ezeket a magatartásformákat. Itt fontos a mennyiségi faktor is, minél többet látja valaki az adott magatartásformát, minél gyakoribbnak, általánosabbnak gondolja azt, annál inkább nő az esélye az átvételnek: „*ha sokat nézik, akkor hathat, szerintem átvehetik a szokásaikat, a természetüket, ha tényleg valaki ilyen függő módon nézi*” (N).

## 10.2. Automatikus és kontrollálatlan elutasítás

A másik megközelítés abból indul ki, hogy a néző már egy kialakult egyéniség, a maga értékválasztásaival, értékpreferenciáival. Így a műsor egyes jelenetei, karakterei csak a már meglévő habitusokat, értékválasztásokat erősítik fel. A befogadás itt is automatikusan történik, és mindenki azt a szerepmintát találja meg magának és fogja követni, ami már belé van kódolva, ami felé amúgy is elfogadóan viszonyul. Aki például alaptermészete alapján egy erőszakosabb típus, az az erőszakosan fellépő karakterrel fog azonosulni, aki pedig nem, az alapvetően elutasítja ezt a karaktert. Ha egy nőnek/lánynak olyan az alapbeállítódása, ami afelé húzza, hogy egy párkapcsolatban alárendelt szerepet töltsön be, akkor azt a mintát fogja követni, ha nem, akkor pedig elveti azt a szerepmintát. A sort lehetne tovább folytatni, más káros, negatív magatartásformák megemlítésével (alkoholfogyasztás, káromkodás stb.): *„Aki alaptól nem hajlamos ilyen viselkedésre, az nem ebből fogja megtanulni, hogy akkor nem viselkedek így. Aki meg hajlamos rá, az csak azt látja, hogy a tévében is ezt csinálják, akkor én is csinálom ugyanezt”* (N). *„Ha szeretsz vitatkozni, meg csúnyán beszélni, meg ilyenek, akkor gondolom, szimpatikusnak érzed azt a karaktert, vagy tudsz vele azonosulni”* (N).

Ez az értelmezés egy káros, negatív cselekmény gyakorlása esetén azt jelenti, hogy azokat a nézőket, akik hajlamosak az adott negatív viselkedésre, megerősítheti ebben, sőt akár még fel is erősítheti a negatív viselkedést, hiszen a tévé is ezt mutatja, ezt látják a műsorokban. Aki pedig ezt a viselkedési formát eddig is elítélendőnek tartotta, az még jobban el fogja utasítani. Tehát mindenkit csak a saját gyakorlatában, véleményében erősít meg a műsor.

## 10.3. Reflektív, szelektív elutasítás

Ez a megközelítés abban különbözik az előzőtől, hogy a nézők szerint ezek a befogadási/elutasítási folyamatok nem automatikusan zajlanak, tehát nem az eredendően bennünk lévő, valamilyen módon kialakult értékrendszerünk dönti el, hogy mit fogadunk el és mit nem, hanem aktuálisan megpróbáljuk értelmezni a látottakat. E „modell” szerint a bennünk lévő értékek, minták nem konstansak és véglegesek, hanem például külső behatások alapján, az egyén döntése útján módosíthatók. Ez az értelmezés teret ad annak, hogy valaki pont a műsor láttán értékel át egy magatartásformát (egy korábban gyakorolt negatív cselekvést most már inkább elutasít, rájön, hogy a korábban elfogadott élethelyzete valójában rossz stb.). Ahhoz, hogy ez a folyamat elindulhasson, fontos, hogy a néző egyértelmű impulzusokat kapjon, megértse, hogy az adott magatartásforma/élethelyzet rossz. Ezeket az impulzusokat egyrészt maga a műsorfolyam biztosítja a számára vagy a műsort kísérő értékelések: *„nyilván mindenkinek vannak olyan dolgai, amiről nem szívesen beszél, de ha egy ilyen előjön, talán ez egy elrettentő példát kelt benned, hogy hoppá, lehet, hogy én is tettem ilyet a múltban, és hogy ez milyen undorító, ha ezt egy másik ember csinálja, akkor lehet, hogy a jövőben ezt a problémát én már nem követem el, már tanultam ebből”* (N).

Bár egy kvalitatív vizsgálat során nem érdemes az eredményeket kvantifikálni, mert nem ez a kutatási módszer lényege, de a kutatás során feltárt és megrajzolt „modellek” kapcsán talán érdemes megemlíteni, hogy mi az a befogadás/elutasítás-típus, amit általánosabbnak érzékelnek a nézők magukra vagy másokra gondolva és mi az, amit nem. Ebből a szempont-

ból a káros tartalmak fogyasztásának hatása, hatásmechanizmusa alapján elég egyértelmű „rangsort” mutatnak a kutatás tapasztalatai:

- a) automatikus és kontrollálatlan elutasítás;
- b) automatikus, kontrollálatlan befogadás;
- c) reflektív, szelektív elutasítás.

#### *a) Automatikus és kontrollálatlan elutasítás*

A kutatás résztvevői a befogadás folyamatát leggyakrabban úgy írják le, hogy a káros tartalmakkal kapcsolatban az automatikus és kontrollálatlan elutasítás működik a nézőkben. Ez a dominánsnak tekinthető értelmezés, amennyiben a nézők már kialakult személyiségeket vesznek figyelembe. Egyébként működésben ezt a modellt pozitív értelemben elsősorban a maguk esetében látják/feltételezik a kérdezettek. Ami azt jelenti, hogy azért, mert a műsorban például isznak vagy dohányoznak, emiatt nem fogják ők is elkezdni, vagy ha a műsorban sokat isznak/dohányoznak, nem fognak ők is sokat inni/dohányozni, vagy adott esetben ezért a jelenleginél még többet inni/dohányozni. Tehát nem feltételeznek közvetlen kapcsolatot, befolyásoló hatást: „*Alkohol hatására, ha nekiállsz vetkőzni [...], mások előtt lejáratni magad, az szerintem már inkább negatív. De hiába rúgok be, nyilván én is be szoktam rúgni, de nem ordibálok, meg nem vagyok agresszív, meg nem vetkőzöm le egy társaság előtt*” (N).

#### *b) Automatikus, kontrollálatlan befogadás*

A sorban a második az automatikus, kontrollálatlan befogadás. Ez nem egy domináns értelmezés, de a kérdezettek szerint bizonyos nézői csoportokat már jobban jellemez ez a fajta befogadói attitűd. A fókuszcsoportos kutatás alanyai szerint ez az automatikus, kontrollálatlan befogadás elsősorban a gyermekeknél figyelhető meg, és minél fiatalabb valaki, annál inkább. Ezért egy gyermek, például 14 éves kor alatt, nem mindegy, hogy milyen tartalmakat lát, mert azok negatívan hathatnak rájuk és a média által közvetített (negatív) magatartásmintákat is automatikusan átvehetik. Bár a *ValóVilág* 16-os illetve 18-as karikával megy, de a felmérések szerint a nézőtáboron belül relatíve sok a 13–17 éves gyermek, így ők már érintettek lehetnek ebből a szempontból.<sup>100</sup> A műszeres mérések eredményeihez viszonyítva valószínűleg még több 13–17 éves (vagy akár fiatalabb) *VV*-néző lehet a közösségi médiának köszönhetően, legalább egy-egy jelenet erejéig.

#### *c) Reflektív, szelektív elutasítás*

A hatásmechanizmusok kapcsán bemutatott modellek közül a reflektív, szelektív elutasítás jelentkezik a harmadik helyen. Csupán egy-egy ember hozta ezt szóba, és hogy ez a fajta befogadói „modell” egyáltalán „kitermelődött” a beszélgetések során, az valamennyire a

100 [https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo\\_Vilagbarometer\\_mersekloztek\\_a\\_karos\\_tartalmak\\_az\\_evad\\_vegere](https://nmhh.hu/cikk/201889/Valo_Vilagbarometer_mersekloztek_a_karos_tartalmak_az_evad_vegere)

VV formátumának is köszönhető. A műsor a maga játékszabályaival, büntetési rendszerével ugyanis valamennyire megjeleníti és közvetíti, hogy mit tart jónak és mit rossznak. (Ez az a keretrendszer, ami például a toxikus kapcsolatok bemutatásakor csődöt mondott, mert arra nem vonatkoztak előre lefektetett szabályok.) Ahogyan a fókuszcsoportos beszélgetések résztvevői megemlítik, a villában:

- büntetik a káromkodást;
- üntetik a rongálást;
- büntetik a pazarlást;
- kizárják azt, aki megüt valakit.

A műsorok moderátorai is közvetlen visszajelzéseket adhatnak, értékelhetnek, kommentálhatnak, ha valami rosszat látnak. Ez az, amit szakértők a *VV10* alatt bíráltak, miszerint a hierarchikus kapcsolatok „tálalásakor” ez gyenge hatásfokkal működött. (Ennek ellenére ez is egy fontos szabályozó elem, bár gyengíti a hatását, hogy ma már egy sor tartalom a *VV*-ből külön kis videók formájában korlátlanul elérhető a neten, ahol nem biztos, hogy a film tartalmazni fog értékeléseket és ugyanígy az se biztos, hogy ezekből a kisfilmekből valaki meg fogja tudni, hogy XY-t a villában megbüntették a videóban bemutatott cselekedetéért.) A nézők tehát a kontrollszközökről tudnak, amelyekkel a csatorna a maga módján meg tudja jeleníteni, hogy milyen magatartásformát ítél el és mit támogat, és ezzel egyfajta értelmezési keretet tud biztosítani a néző számára, hogy ő is érzékelhesse, hogy mi a rossz és mi a jó. Ebben a tekintetben nagyon fontos, hogy milyen szabályokat határoz meg a csatorna egy adott széria futtatásakor, mennyire fed le vagy akar lefedni mindent, és mit hogyan, milyen súllyal büntet.

A fókuszcsoportos beszélgetések során többen mondják azt, hogy egy csatornának tulajdonképpen nem feladata, hogy az általa sugárzott tartalmakat „szabályozza”, vagy a műsorban látottakat, hallottakat értékelje, erről kommunikáljon a nézőkkel. Ugyanis egy kereskedelmi tévének alapvetően az a feladata, hogy szórakoztasson, a néző pedig eldönti, hogy az adott szórakoztató tartalmat nézni akarja vagy sem. A választási lehetőség adott, hiszen ma már óriási a műsorkínálat és rengeteg a közvetítő felület. A csatorna szerepét, esetleges társadalmi felelősségvállalását abban, hogy mit ad le, mit sugároz, a nézők nagy része nem misztifikálja túl. Ha a csatorna rossz műsort fog csinálni vagy nincs az adott műsorra igény, úgysem fogja senki sem nézni.

A korábban bemutatott három befogadási/elutasítási modell preferálása már önmagában meghatározza, hogy a nézők a csatorna szerepét és felelősségét milyennek látják a közvetített tartalmak kapcsán. A csatorna felelősségét elsősorban akkor fogalmazzák meg a kutatás résztvevői, ha a befogadás automatikusan és kontrollálatlanul történik. Ebben az esetben nem mindegy, hogy mit és milyen mennyiségben ad le egy csatorna (mi és hogyan szerepel a *ValóVilág*ban). Ezt a befogadói attitűdöt, ahogyan korábban említettük, elsősorban a kiskorúak esetében látják működni és hatni a fókuszcsoportos beszélgetések alanyai.

Ugyancsak nagyobb feladatokat ró a műsor szerkesztőire, ha a nézők a reflektív, szelektív elméleti modellt pártolják, mert ebben az esetben a csatornának értelmezési kereteket kell biztosítania. Nem mindegy, milyen szabályokat alakítanak ki a műsorban, mit engednek és jutalmaznak, illetve mit tiltanak és büntetnek. Az is nagyon fontos, hogy jól működjenek az értékelő mechanizmusok. Ennek kapcsán felértékelődik a műsorvezetők szerepe is.

Ezzel kapcsolatban a VV10 nézői általában pozitívan nyilatkoznak a két műsorvezetőről, Nádai Anikóról és Puskás Péterről, szerintük általában jól avatkoztak bele a műsorba, jól reagáltak a helyzetekre. Ugyanezt a kedvező értékelést már nem kapja meg az összefoglalók után sugárzott *BeleValóVilág* házigazdája, Gáspár Győző. (És ebben az értelemben a műsor szerkesztői sem.) Ha a *BeleValóVilág* műsornak értékelő funkciója (is) van, akkor az ő szerepeltetése nem mondható szerencsésnek. Ha a nézettségre, a szórakozásra, a humorra vannak inkább tekintettel a szerkesztők, akkor viszont a nézők szerint már jó választás a személye: „én [a *BeleValóVilág*on] jobban tudok nevetni, mint a sima *ValóVilág*on, mert amikor beköszön a Győző, már akkor elfog a nevetés, hogy hogy lehet ilyen” (N).

Egy csatornának abban az esetben van nagyobb szabadsága, ha a nézők az automatikus és kontrollálatlan elutasítással jellemzik a befogadási folyamatot. Ez az értelmezés – amely összességében a fókuszcsoportos kutatás során a legerőteljesebbnek tűnt a nézők körében – nagyrészt mentesíti a csatornát minden felelősség alól, mert ebben az értelmezésben a nézők „felnőttként” viselkednek, és a bennük lévő automatizmusok megoldanak mindent maguktól. Vannak azonban olyan káros tartalmak és ezen belül olyan súlyú problémák, ahol befogadási „modelltől” függetlenül szükség van a kutatásban résztvevők szerint a nézők támogatására. Ilyen például a VV10-ben nagyon hangsúlyosan bemutatott negatív tartalmú párkapcsolati minták értelmezése. De vannak olyan tematikák, amelyek a nézők szerint nem érik el ezt a szintet, ezért ennek kiértékelését, „kivesézését” már abszolút nem várják el. Ilyen például a dohányzás problematikája.

Nemcsak a tematikák súlyossága válhatja ki ezeknek az értékelő mechanizmusoknak az alkalmazási szükségességét, hanem a nézők bizonyos társadalmi-demográfiai karakterjegyei is. Például a kutatásban résztvevők ilyennek tartják a fiatal, kiskorú, középiskolás korba belépőket, vagy az annál fiatalabbakat, ha néznek ilyen típusú műsorokat. A fókuszcsoportos kutatás résztvevői lényegében mindegyik vizsgált káros tartalom, magatartásforma bemutatásánál fontosnak tartanak, hogy őket kezeljék speciálisan, kapjanak meg mindenfajta segítséget az értelmezéshez. Elsősorban azért, mert ők a médiatartalmakat, így a VV-ben bemutatott káros tartalmakat automatikusan és kontrollálatlanul fogyasztják, tehát egy negatív magatartásformát nagyon könnyen követendő mintaként kezelhetnek. De ugyanígy szóba kerülnek „veszélyeztetett” típusú nézőként az alacsonyabb társadalmi státuszú rétegek tagjai, akik a vizsgálatban érintett negatív magatartásformákat akár értéként, követendő viselkedési formaként is kezelhetik. Esetükben is fontos volna, hogy az értékelő mechanizmusok, az edukációs tartalmak hangsúlyosabbak legyenek.

## 11. Kiskorúak védelme

Ebben a fejezetben azt fogjuk megvizsgálni – elsősorban a szülői csoportos beszélgetéseken elhangzottak alapján –, hogy a szülők szerint a kiskorúakra miképpen hatnak/hathatnak a VV tartalmai. A felmérésben a kiskorúak fogalma alatt – a hivatalos terminológiának megfelelően – a 18 évnél fiatalabbakat értjük, és ezen belül a 14–18 éves korosztályt emeltük ki, akiknek részben vagy egészben tiltottak (lennének) a VV-s tartalmak. Az ennél fiatalabb korosztályokat (például 10–13 évesek) az elemzési körbe nem vontuk be, abból kiindulva, hogy a műsornak ez a korosztály direktben nem célcsoportja és értelemszerűen a szülők sem fogják annak tekinteni.



A korhatár-besorolás szerint a 14–15 éveseknek és természetesen a fiatalabb korosztályoknak egyáltalán nem ajánlott a *ValóVilág*, a 16–17 évesek számára pedig azok a súlyosabb tartalmak, amelyek a *BeleValóVilág*ban szerepelnek. A kutatás tapasztalatai azt mutatják, hogy a szülők szerint a mai világban a műsor iránt 14–15 éves korukban kezdhetnek el érdeklődni a gyermekek, a vízvázlató vonal valahol az általános iskola befejezése, illetve a középiskola elkezdése körül van. Bár a hivatalos korhatár-besorolás szerint 16 éves kortól lehetne ilyen típusú műsorokat nézni, de vannak szülők, akik elvben nem zárkóznak el attól, hogy 15 évesen is nézzen *VV*-t egy gyermek. Tizenhat éves kortól a többség egyértelműen el tudja ezt fogadni, de van, aki a keményebb tartalmakra is gondolva (lásd a *BeleValóVilág*ot), inkább csak 18 éves kortól engedné. Azt, hogy ki milyen életkorban lehet „érett” ezekre a tartalmakra, a szülők egy része szerint nem lehet pusztán az életkorhoz kötni, az attól is függ, hogy egy adott 14, 15 vagy 16 éves gyermeknek milyen az érzelmi és értelmi kondicionáltsága.

Akik tinédzser (14–18) korú gyerekeket nevelnek (heten voltak a felmérésben), azoktól külön megkérdeztük, hogy van-e a gyerekek között olyan, aki nézte a *VV10*-et. Az érintett szülők általában nemlegesen feleltek: egy szülő mondta azt, hogy szokta nézni a gyermeke (ő 16 éves). Alkalmanként az interneten, és inkább csak azért, mert az iskolatársaitól hallott erről, illetve azért, hogy ha ezzel kapcsolatos dolgok szóba kerülnek az iskolában a gyerekek között, akkor be tudjon kapcsolódni a beszélgetésekbe: „*Olyanról beszéltek, hogy azt sem tudta, hogy kicsoda, és muszáj volt megnézze, hogy hozzá tudjon szólni, mert különben kiközösítik, különben kimarad ezekből a beszélgetésekből*” (SZ). Ez az idézet jól rávilágít arra, hogy a kortárs csoportokban (14–18 évesek körében) beszédtéma a műsor, egy *VV*-ot néző gyermek többeket is bevonhat, mert a „menőség” egy szintjét jelentheti, ha valaki nézi a szériát. Egymásnak beszélnek arról, hogy ki mit látott, a szereplők közül ki mit csinált. Azáltal, hogy a kortárs csoportokban a műsor tematizálódhat, felvetődik a szülők, az iskola, a média (a csatorna) felelőssége is. Adott esetben ők mennyiben tudnak alternatív értelmezési keretet adni mindannak, amit a gyermekek befogadnak a műsorból, és ahogyan arról maguk között beszélgetnek.

A még tinédzser kor előtt álló gyermeket nevelőktől megkérdeztük, el tudják-e képzelni, hogy a gyermekük majd nézze ezt a műsort, és mit gondolnak, milyen életkorban kezdhetnek el, és mit szólnának mindehhez. A szülők nagy része nem szeretné, ha a gyermekük követné, de ha ez mégis bekövetkezne, akkor azt gondolják, hogy maximum 15–16 évesen lehetne ezt elkezdni. Az ideális az volna, ha ez minél később következne be, sőt a legjobb az volna, hogy ha egyáltalán nem kerülne erre sor. De tudják, hogy ettől nem lehet elzárni a gyermekeket, ha valamiért elkezdenek érdeklődni a műsor iránt. Hogy mi hajthatja ebbe az irányba a gyermeket? Adott esetben a tiltás, az hogy valamit nem engednek nekik, vagy egyszerűen a kíváncsiság, ha másoktól hallanak a műsorról valami érdekeset. Esetleg az, hogy „menőségnek, jófejségnek” fogják fel, hogy valaki a *ValóVilág*ot nézi, illetve vonzerőt gyakorolhatnak a közvetített szexuális tartalmak, amelyek a szülők szerint egyre gyakoribbak a sorozatban.

Ha etalonnak a kutatásban szereplő tizenéves gyermekeket tekintjük, egyáltalán nem biztos, hogy egy tinédzser gyermek fogékony lesz ezekre a tartalmakra, mert a kutatásban szereplők közül van, aki a szülő szerint inkább nézi például a National Geographic csatornát, a valóságshow-k közül az *Exatlon*t vagy a Netflix különböző sorozatait. A fókuszcsoporthoz tartozó gyermek beszélgetések alapján érzékelhető volt, hogy egy 14–18 éves korosztályba tartozó gyermek médiafogyasztását a szülők sokszor nem követik nyomon. Ennek bizonyos esetben lehetnek veszélyei is: „*Én szerintem a ValóVilágot gyerek csak ott nézheti, ahol a szülő így bedobta már a gyerekeket a lovak közé, és nem törődik a gyerekekkel. Nagyon szomorú lennék, ha egy felelős gon-*

dolgozású szülő, mondjuk, egy tizenhat évnél fiatalabb gyereket bátorítana arra, hogy ezt nézze. Még fiatalabbról meg egyenesen felállna a szőr a hátamon, ha ilyen előfordulna, mert tényleg ez, ami így az üzenete ennek a valóságshow-nak, ez az értéktelen nihil, amit közvetít, ez tényleg társadalomromboló szerintem” (SZ).

A lehetséges kontrollok, tiltások alkalmazását sokszor azért nem tartják fontosnak a szülők, mert egy 14–15 éves gyermek választásában, preferenciáiban az esetek nagy részében már megbíznak, és van olyan is, hogy ez a bizalmi tőke állandó, kimeríthetetlen: „Nálunk úgy van felépítve a dolog, hogy a gyerek eldönti, mit néz” (SZ). A kontrollhiány sokszor teljes szabadságot ad a 14–18 éves gyermekek számára. Igaz, a szülők nehezen is tudnák nyomon követni a gyermekek médiafogyasztását, mert a mai digitális világban szerintük ez szinte lehetetlen feladatot jelentene. A szülői kontroll, illetve mediális hiányában felülértékelődhet a kortárs csoportok befolyása, ami adott esetben kedvezőtlen hatásokat válthat ki, mert a kortárs csoportok befolyása felerősítheti a negatív szerepmintákkal való azonosulás veszélyét: „Ha a gyerekek a barátaiknak meg akarnak felelni, márpedig ugye sajnos van egy olyan életkor, amikor nagyon szeretnek megfelelni a barátaiknak, jobban, mint a szülőknek, akkor igenis lehet rájuk hatással (a ValóVilág). Hiába neveled jól, tehát hiába mutatod te a jó példát, ha akkor, az adott szituációban a barátainál azt gondolja, hogy ez a jó, mert a tévében is negyvenhétszer leordította az egyik a másikat, és ő mekkora király volt. Annak ellenére, hogy otthon anyát soha nem ordította le apa, de azt várják el a többiek tőle. Lehet neki ez egy minta, és lehet, hogy meg sem tudjuk” (SZ – párkapcsolati terror).

A hivatalos korhatár-besorolás szerint a VV10 összefoglalója olyan műsor, amely alkalmas „a tizenhat éven aluliak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy közvetett módon utal erőszakra, illetve szexualitásra, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus.”<sup>101</sup> Ha a hivatalos definíciót nézzük és a kutatásban résztvevők – különösen a szülők – reakcióit, a definícióban megfogalmazottak a VV10-ben közvetített tartalmakra sok esetben ráillenek. A fókuszcsoportos beszélgetéseken bemutatott két videót látva a szülők nagy része azon a véleményen van, hogy ilyen típusú tartalmak kifejezetten káros hatást gyakorolnak a fiatalokra, abban pedig minden csoportban teljes konszenzus volt, hogy azok a viselkedési, magatartási formák, amelyeket a VV szereplői mutatnak, nem hatnak pozitívan. Bár vannak szülők, akik megjegyzik, hogy ezek a rossz minták azért ellenpéldaként is hathatnak: „sokszor a sokterápia jót tud tenni, hogy ezt látja” (SZ). „A rossz példa is jó példa” (SZ). A két bemutatott videó kapcsán különösen a párkapcsolati terrorral kapcsolatos bejátszást értékeli kedvezőtlen hatásúnak a kérdezettek. Szerintük ez egyértelműen negatív üzenetet és rossz mintákat közvetít.

Ha a kutatásban résztvevők összegzik, hogy szerintük mi miatt nem ajánlott egy ValóVilág-szerű műsor, illetve konkrétan a VV10 műsora a kiskorú gyermekeknek, az okokat illetően nagyon sok mindent megemlítenek:

- *A negatív párkapcsolati minták, az ellenkező nem helytelen megítélése miatt: „ha látja, hogy egy nővel a férfi nem megfelelően viselkedik, akkor lehet, hogy nem azt mondom, hogy biztosan ő is így fog viselkedni egy nővel, de lehet, hogy ő is nem olyan hangnemet választ a következő beszélgetésnél, amelyet kéne” (SZ).*

101 [https://hu.wikipedia.org/wiki/Korhat%C3%A1r-besorol%C3%A1s#16\\_%E2%80%93\\_4.\\_kateg%C3%B3ria](https://hu.wikipedia.org/wiki/Korhat%C3%A1r-besorol%C3%A1s#16_%E2%80%93_4._kateg%C3%B3ria)

- A *szexualitás* túl korai kezdése, illetve rosszul kezelése miatt: „*tényleg az ember látja, amikor orrba-szájba úgymond mozog a takaró, meg nevén nevezik a dolgokat, nem biztos, hogy egy tizennyolc év alattinak ezekről a dolgokról tudnia kéne*” (SZ).
- Az *emberi kapcsolatok*, egymáshoz való viszonyulások negatív bemutatása miatt: „*hogy ne undorodjon meg az emberi kapcsolatoktól. Hogy ne gondolja azt, hogy ilyen a felnőttek világa, mert ha meg ilyen a való világ, akkor azt mondja, hogy én inkább egy remetelakban akarok lakni*” (SZ).
- A *konfliktuskezelés* nem megfelelő mivolta miatt: „*ha ordibálnak egymással, akkor a konfliktuskezelésben árt nekik, ha azt látja, hogy csak ordibálnak, meg állandó a „b” betűs szó, akkor az árt*” (SZ).
- A *beszédkultúra* romlása miatt: „*amikor (a valóságshow) még újdonság volt, akkor jobban érdekelt, és akkor voltak olyan emberkéek, akiknek tetszett a stílusa, vagy akár irigyeltem, vagy át is vettem tőlük a szavajárásukat. A fiatalabbakra lehet, hogy jobban hat. Eszembe jutott a Győzike Show, akkoriban nagyon sokan használták azokat a kifejezéseket, amiket ő is*” (SZ).
- A *hamis önkép* kialakulása miatt: „*sérülhet az önértékelése, mert mindenki milyen jól néz ki: ki voltak tetoválva, a fiúk ki voltak gyúrva, a lányok szépek voltak, csinosak [...], volt egy molettebb, de ő is szép volt. Ránézésre jól néztek ki mind. Tehát nem volt akár egy nagyon átlagos, átlagnál egy kicsit csúnyácskább, ezek mind menő, vagány, szép csajok voltak. A fiúk is*” (SZ).
- A *munkánélküli pénzkereset* propagálása miatt: „*a való világ nem az, hogy nem csinálok semmit egész nap, csak cigizgetek, beszélgetek, konfliktusozok. [...] Azt látja, hogy a hozzá hasonlóak, vagy egy kicsit idősebb emberek, ha benyúlnak a hűtőbe, ott van minden, a cigi is ingyen van, tehát minden ingyen van, és egy ilyen életet képzelsz magának, hogy nem kell semmiért dolgoznom, nem kell semmiért megharcolnom, minden készen van. [...] És a szülőn számonkéri, hogy miért nincs a hűtőben minden, mert ott van, a tévében láttam. Nekem miért nincs a hűtőben, miért nincsen tetkóm, miért nincs műcicim. Mert nyilván ezek is tele vannak műszájjal, meg mű mindennel. Én is akkor szöke akarok lenni. [...] És hogy nem ez a valóság. És hogy ez mibe kerül. Először azért az áram-, meg gázszámlát fizessük már ki, ráérünk utána cizizni*” (SZ).
- Mert a *celebbé válást* propagálja: „*A mai fiatalok ezt akarják, igen. Ezek a TikTok videók, meg ezek a YouTube-os marhaságok, meg ezek az influenzerek. Az influenzerek is mit demonstrálnak, azt, hogy semmi munkával te híres leszel, meg gazdag. És hasonló a ValóVilág is, hogy elböhöcködsz egy pár hétig, vagy hónapig egy luxus börtönben, mert igazából az, és van esélyed rá, végül is [...] egy a tizenkettő az esélyed, hogy megkapd a harminchatmillió forintot. Elég jó esély. Ha nem, akkor is lehet, hogy lesz belőled egy Majka, mert az sem nyerte meg, lesz belőled egy Anikó, mert ő sem volt nyertes*” (SZ).
- Mert *negatív pszichés hatásokkal* jár: a gyermekekben szorongást vált ki, agressziót szül, ijedelmet okoz, stb.
- Mert *értékromboló hatása, erkölcsileg zülleszt* már maga a látvány: nem dolgoznak, nihil, éjjel összebújnak, isznak, dohányoznak stb.

Feltűnő, hogy a VV-barométer által vizsgált káros viselkedési formák közül spontán módon problematikus tartalomként a gyermekek kapcsán kevés alkalommal kerül szóba az alkohol-fogyasztás, illetve a dohányzás. Ennek talán az lehet az oka, hogy ezek a szülők életében is

valamilyen intenzitással gyakorolt magatartásformák, ezért valamivel elfogadóbbak velük. Azt is kimondják, hogy például a dohányzás már a tinédzserkorú gyermekek esetében is valamilyen gyakorisággal megjelenik: „*Mi nem néztük gyermekként a ValóVilágot, de tizenhárom évesen egy osztálykiránduláson a számba dugott a haverom egy cigit. Ez nem a ValóVilágon múlik*” (SZ). „*A mai fiatalok körében már hét-nyolc évesen is vannak [...], hogy dohányoznak*” (SZ).

Az előző fejezetben részletesen bemutattuk, hogy a nézők által elmondottak alapján a káros tartalmak kapcsán milyen befogadási „modellek” különböztethetők meg. A felállított „modelleknek” megadtuk egy rangsorát, mi az, amit a kérdezettek gyakrabban említenek meg és mi az, amit ritkábban. A kiskorúak esetében is megjelennek ugyanezek az elméleti „modellek”, de körükben az előfordulási gyakoriság másfajta sorrendet mutat, mint a felnőtt nézőknél:

A kutatásban résztvevők által meghatározott káros tartalmak fogyasztásánál megjelenő befogadási „modellek” elterjedtsége

2. táblázat

Ha a néző felnőtt:	Ha a néző kiskorú gyermek:
1. automatikus és kontrollálatlan elutasítás	1. automatikus, kontrollálatlan befogadás
2. automatikus, kontrollálatlan befogadás	2. reflektív, szelektív elutasítás
3. Reflektív, szelektív elutasítás	3. automatikus és kontrollálatlan elutasítás

### 11.1. Automatikus, kontrollálatlan befogadás

A kutatásban résztvevők a gyermekek médiafogyasztását leginkább az automatikus, kontrollálatlan befogadással jellemzik. Ez azt jelenti, hogy szerintük a káros tartalmaknak direkt és negatív hatása van, az így közvetített magatartásformákat a gyermekkorú nézők átvehetik: minél fiatalabb valaki, annál inkább. A kérdezettek több tényezőt is kiemelnek azzal kapcsolatban, hogy ez az automatikus, kontrollálatlan befogadás miért történik meg:

- A gyermek még kialakulatlan személyiség, mindenben bizonytalan, nem tudja, hogy pontosan mi a jó és a rossz, így a *ValóVilág*ban szereplő tartalmak könnyebben átmennek rajta és könnyebben befolyásolják őt. „*Ez a műsor senkinek sem használ, csak annak, aki a dolgokat a helyén tudja kezelni. A fiatalabbaknak biztos van elképzelésük, hogy a jó meg a rossz micsoda, de a dolgokat nem mindig tudják a helyes fiókba rakni. Még keresik az utat*” (SZ – általában a VV megítéléséről). „*A gyereknél egyértelmű (a negatív hatás), annyira fogékonyak mindenre*” (SZ – általában a káros tartalmak hatásáról).
- A gyermek a média, például a televízió által közvetített tartalomnak minden esetben igazságtartalmat tulajdonít, így az hiszi, hogy amit a *ValóVilág*ban lát, az a befogadandó valóság: „*Azt gondolják a gyerekek, hogy ez a helyes, ez a jó, ott van a műsorban, és ezt kell tenni*” (SZ – általában a káros tartalmak hatásáról). „*A tévében van, akkor biztos az a követendő*” (SZ – általában a káros tartalmak hatásáról). „*Egy kicsit bátorítja őket, mert ezt látták a tévében, és nem is volt olyan vesztes ez. [...] Úgy gondolom, hogy*

egy kicsit hozzá lehet szokni, és utána már nem tűnik olyan nagy problémának” (SZ – a konfliktuskezelésről).

- c) A negatív szülői szerepminták is hathatnak, mert a gyermek azokkal a szerepmintákkal azonosul elsősorban, amelyeket otthon is lát, és amit emiatt természetesnek tart: „*ami-lyen a szülő, olyan a gyerek [...], az életben is vannak ilyen apukák, akik arra büszkék, hogy a gyerekük szétverte a fél iskolát*” (SZ – a konfliktuskezelésről).

A szülői szerepminták fontosságára utal, hogy van, aki azt is feltételezni tudja, hogy Renátó és Fruzsina kapcsolatának alakulása a szülők által képviselt szerepmintákkal hozható összefüggésbe: „*ők is ezért viselkednek így, mert ezt látták otthon. A csaj azt látta, hogy a nőnek kuss a neve, a férfi, meg a srác azt látta [...], hogy mindent lehet, és csak én vagyok, én vagyok az über faszí, én vagyok a trón csúcsán, és mindenki úgy ugrál, ahogy én füttyülök*” (SZ – a párkapcsolati terrorról).

- d) A gyermek olyan tartalmat lát a ValóVilágban, amivel lehet, hogy életében éppen az adott műsorban találkozik először, és nincs semmi előzetes tapasztalati anyaga, ismerete erről (például szexualitás, párkapcsolati minták), ezért nem tudja értelmezni, hogy ez jó vagy rossz, ezt el lehet-e fogadni, vagy sem.

## 11. 2. Reflektív, szelektív elutasítás

Ezek az indoklások már átvezetnek bennünket a reflektív, szenzitív befogadási/elutasítási modellhez, amelynek lényege a szülők szerint, hogy a befogadási/elutasítási folyamatok nem automatikusan zajlanak, hanem aktuálisan megpróbálják a gyermekek értelmezni a látottakat. Ennek a befogadási modellnek immanens része, hogy a gyermek a látott tartalmakhoz kapjon valami segítséget, értelmezési keretet (például a műsorban, a műsor utáni beszélgetéseken), hogy egyértelműen tudja, a látottakat elfogadhatja-e, vagy el kellene utasítania. Ahogyan korábban említettük, a műsorban szereplő értékelő tartalmak a gyermekeket nem fogják elérni, ha a VV-ot csak az interneten/közösségi médiában követik, ahol lehet, hogy csak egy nagyon rövid bejátszást fognak látni a műsorból. Az értelmezési keret biztosítását egyébként a „modell” megfogalmazó és hirdető szülők nem feltétlenül a ValóVilágot sugárzó RTL Klubtól várják el. A csatorna is sokat tehet ezért, de a szülők szerint a VV egy szóra-koztató típusú műsor, és nem lehet a régi idők Iskolatévéje, vagy nem veheti át a Családi Kör típusú műsor szerepét.

Az értelmezési keretet nyújthatja/nyújthatná maga a szülő is „*ha véletlenül belefutna egy ilyen jelenetbe (párkapcsolati terror), akkor azért leülnék vele beszélgetni, hogy ezt tanulja meg, hogy optimális helyzetben nem ez az alapjárat. Ez egy szélsőséges eset, amiről nagyon nem szabad példát venni, másrészt, ha mégis belefut egy ilyen mérgező kapcsolatba, akkor álljon a sarkára, hogy ne legyen annyira ostoba sosem, hogy ezt megengedi bárkinek is*” (SZ).

De ez csak akkor működik, ha a szülő tudomást szerez ilyen esetekről, illetve ha tudja, hogy a gyermek szokta nézni a VV-ot. Nehezíti ezt a fajta szülői segítségnyújtást, hogy a 14–16 vagy a 16–18 éves korosztály esetében a gyermek és a szülők között nem mindig folyik párbeszéd a fogyasztott médiatartalmakról, tehát a szülők bevonódására és egy aktív mediálási folyamat elindítására kicsi az esély a VV-tartalmak (titkos) fogyasztásakor is. Ez csak abban az esetben valósulhat meg, ha a gyermek kezdeményezi ezt, ő fordul segítségért a szülőkhöz. De ők lehet, hogy a kérdéseikre nem a szülőktől fognak választ várni, hanem

inkább a kortárs csoportoktól (barátoktól, iskolatársaktól), ahol pedig nem biztos, hogy minden esetben a helyes értelmezési kereteket kapják meg.

### 11.3. Automatikus és kontrollálatlan elutasítás

A gyermekek esetében is megjelennek a káros tartalmak fogyasztásakor külön definiált automatikus és kontrollálatlan elutasítási „modell” hívei. De ez már nem olyan gyakori befogadási/elutasítási folyamat, mint például a felnőttek esetében, ahol ez az elsősorú magyarázó elv. Ennél a hatásmechanizmusnál abból indulnak ki a kérdezők, hogy a 14–18 éves VV-ot néző gyermek már egy kialakult személyiség. (Van olyan szülő, aki úgy gondolja, hogy az alapbeállítódása valamilyen szinten már 6 éves korára kialakul egy gyermeknek.) Így a műsorban látott káros tartalmak a már bennük meglévő értékeket hívják elő, és ezek szerint reagálnak: utasítanak el vagy fogadnak el egy negatív magatartásformát. *„Ha valaki havonta kétszer verekszik, annak tetszik (az, ha valaki verekszik a tévében), nyilvánvaló, de van, aki meg más felfogású, inkább az agyával foglalkozik, akkor inkább távol van mindeztől”* (SZ – a konfliktuskezelésről). *„Biztos van, aki úgy viselkedik, ahogy ők bent, mit tudom én, átveszi a Dani stílusát. De szerintem az a tinédzser olyan szinten is van, hogy ezt képviselje. Nem kell sokat változnia”* (N – a szereplők megítéléséről). *„Szerintem nem veszik át az értelmesebb gyerekek ezeket a viselkedési mintákat”* (N – a szereplők megítéléséről).

Mivel a gyermek személyiségét, értékrendszerét a szülői nevelés alapvetően meghatározza, a műsor hatása egyfajta visszacsatolást is jelent a szülők számára. Vannak, akik úgy nyilatkoznak, hogy ha ez az automatikus és kontrollálatlan elutasítás működésbe lép a VV nézése során a negatív mintákkal, tartalmakkal kapcsolatban, akkor jól csinálták a „munkájukat”, de ha nem, és elutasítás helyett azonosulás fog megtörténni, akkor nevelési stratégiájuk csődöt mondott: *„a normál családban felnövő gyerekek, akik tizennégy-tizenöt évesek, ez idő alatt nem láttak ilyen konfliktusokat. Majd jön egy ilyen műsor, amiben két-három hónapon keresztül tízen-akárhány hülye gyerek összezárva ilyen konfliktust generál, és azt mondja az én gyerekem, hogy ez a normális. Hát akkor valamit elrontottam”* (SZ – konfliktuskezelés).

Ez a fajta vélekedés azt is jelenti, hogy a szülők szerint inkább ott várható teljes azonosulás a negatív magatartásformákkal, ahol a gyermek társadalmi körülményei rosszabbak, ahol a szülők is rossz mintákat követnek, közvetítenek, vagy ahol egyéb szempontból veszélyeztetett egy gyermek.

## 12. Az RTL Klub társadalmi felelősségvállalása

A megfogalmazódó kritikák hatására a széria közepén az RTL Klub több műsorába is beemelte a párkapcsolati erőszak témáját, és ezzel megpróbálta a VV-nek azt a funkcióját ki-domborítani, miszerint a műsor nemcsak negatív magatartásformákat jelenít meg, hanem egyben értelmezési keretet is nyújt azon nézők számára, akiknek a műsorban megjelenő káros tartalom nem biztos, hogy negatív példaként tűnik fel. Ezzel egyidőben a csatorna olyan sajtóközleményekkel is a nyilvánosság elé lépett, amelyekkel a műsort valamelyest újrapozícionálta és a műsor edukációs, problémákat tematizáló jellegére hívta fel a figyelmet.

A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás során erre a kérdéskörre külön kitértünk, és megkértük a csoporttagokat, hogy véleményezzék az RTL Klub általunk ismertetett állásfoglalását a műsor jellegéről, funkciójáról. Az ismertetett meghatározás a következő volt: *„A műsor társadalmi felelősségvállalását igazolja, hogy olyan tabuként is kezelt témákat és viselkedésmintákat jelenít meg, amelyek a társadalomban rendszeresen előfordulnak.”* A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás során a szülői és a nézői csoportok tagjai sok kérdésben másképpen vélekedtek a műsorról, ebben a kérdésben azonban inkább közös platformra helyezkedtek. A szöveget meghallva a többség első benyomása az volt, hogy ha az állítás második részére koncentrálnak, akkor az teljesen igaz. Elfogadják, hogy valóban olyan témákat, viselkedési formákat mutat be a műsor, amelyeket sokszor a szőnyeg alá söpörnek, amelyekkel nem biztos, hogy mindenki szembesülni akar: *„Az, hogy nem beszélünk róla, meg emberek nem vállalják fel, hogy hogy élnek, attól még az agresszió ott van a családokban, a háztartásokban”* (N). Ha viszont az állítás első felét is beemelik a szövegértelmezésbe, akkor már mások a reakciók: *„A két mondatrésznek nincs köze egymáshoz. Tehát a mondat második fele igaz, hogy megjeleníti ezeket a típusokat, viszont a mondat első fele, hogy társadalmi felelősségvállalás, ez nem társadalmi felelősségvállalás, hogy trágár beszéd van, a szexualitásnak ilyen az ábrázolása, meg a férfi-nő párkapcsolatnak gyakorlatilag a megalázása, ez nem társadalmi felelősségvállalás”* (SZ). Az állítás teljességét értékelve többen – elsősorban a szülők – kifejezetten kritikusan fogalmaznak és tömör értékítéleteket is kimondanak: ez így összességében *„durva túlzás”* (SZ), *„mese”* (SZ), *„szerecsenmosdatás”* (SZ), *„parasztvakítás”* (SZ), *„képmutatás”* (SZ). *„Csak levédi magát, olyan, mint a reklámokban, hogy) nyomokban tartalmaz valamit”* (SZ).

Vannak, akiknek az állásfoglalás kapcsán olyan hasonlatok jutnak az eszükbe, amellyel az állítást valamelyest karikírozzák, és az idézett mondat életszerűtlen, groteszk jellegére hívják fel a figyelmet, ha a műsorra gondolnak: *„Olyan, mint hogy ha összezárnánk egy ringbe egy pár embert, hogy üssétek, verjétek egymást, és utána felemelünk egy nagy táblát, hogy látjátok, ezt nem szabad”* (SZ). *„Ez olyan, mintha én a gyerekeket a játszótéren megpofozom, és utána körbenézek, és azt mondom a többieknek, hogy na, látjátok, ezt nem szabad csinálni”* (SZ).

Több megszólaló már önmagában sem tudja teljesen értelmezni azt, hogy az RTL Klub és a társadalmi felelősségvállalás hogyan kapcsolódik össze. Az elsődleges asszociációk ugyanis a csatornával kapcsolatban arról szólnak, hogy szórakoztató tartalmakat gyárt, és ebből bevételeket, illetve profitot ér el, tehát egy klasszikus kereskedelmi csatorna jellemvonásai kerülnek meghatározásra, ezek az elsődleges karakterjegyek: *„Az RTL Klubot a pénzen kívűl semmi nem érdekli. Itt nem kell elvárni tőlük semmilyen érték közvetítést”* (SZ). *„Az RTL Klubnak az égegyadta világon semmi más szempontja nincs, minthogy nézett legyen a műsor, és ebből ő marha sok pénzt berántson”* (SZ).

A ValóVilág kapcsán is ezek a meghatározások az erőteljesebbek (hogy ez egy szórakoztató típusú műsor), és ezért magához a VV-hoz is kevésbé tudják kapcsolni a nézők a társadalmi felelősségvállalás fogalmát. A műsor sugárzása kapcsán elsődlegesen nem azt a szándékot érzik, hogy ezzel a csatorna a társadalmi felelősségvállalás jegyében cselekedne. Van, aki meg is fogalmazza, hogy ha a csatornának valóban az a fontos, hogy tabuként kezelt témákat bemutatasson, akkor ehhez miért egy ValóVilág-szerű műsort készít. Elvben sokkal hatékonyabb formákat is találhatna: *„Csinálnának dokumentumfilmet, és magyarázzák el utána, hogy mi történt [...], mert [a ValóVilágra] [...] nem az a legjellemzőbb, hogy hub, ebből most tanultunk, hanem, aki erre hajlamos, az azt mondja inkább, hé, ez a fasza gyerek is megmondta a tévében annak a nőnek, hát majd én is meg fogom mondani. Szóval, aki ezekre hajlamosabb, azokat*

*inkább bátorítja, hogy a tévében ilyen minőségű dolgokat vetítenek, úgymond szórakoztatásként, és azt mondja, én miért ne csinálhatnám ezt otthon” (N).*

Az állásfoglalást megismerve és értékelve, a legtöbben abban érzik a logikai ellentmondást, hogy a társadalmi felelősségvállalás nem merülhet csak abban ki, hogy valaki a problémákat bemutatja. Társadalmi felelősségvállalásról akkor lehetne beszélni, ha az a valaki – jelen esetben a csatorna – a probléma megoldásában is aktívan közreműködne: *„Értem én ezt, hogy megmutatta, rendben van. De mi volt a megoldás erre? Tehát megoldást nem mutattak erre. OK, hogy felvállalta, de mi a megoldás erre?” (SZ). „Most jó nekünk, hogy ilyen példákat mutatnak? Most ez kell nekünk? Miért nem mutatják akkor a jó példákat, amiből tényleg lehet tanulni, meríteni valamit, még ha fiatal vagy, akkor is?” (N).*

A műsorban, a formátumban a nézők szerint tagadhatatlanul ott vannak azok az értékelő/nevelő mechanizmusok, amelyek ebben a megoldási folyamatban segíthetnének (tehát, hogy a néző lássa, mi a jó, mi a követendő). De szerintük ezek inkább csak járulékos tartozékai a műsornak, nem ezen van a fő hangsúly. A hangsúly a tartalom bemutatásán van és nem annak kiértékelésében. Ezekről az eszközökről (játékszabályok meghatározása, büntetések kiszabása, műsorvezetők kommentjei, a *BeleValóVilág*-műsor értékelő funkciója stb.) a tanulmányban különböző metszetekben már többször szóltunk, és ezek az eszközök a társadalmi felelősségvállalás értékelése kapcsán is elő-előjötték a beszélgetésekben. Az elhangzottak alapján az szűrhető le, hogy társadalmi felelősségvállalásról akkor lehet beszélni, ha ezek az értékelő, nevelő mechanizmusok állandóan és hatékonyan működnek és ezek jelentik a prioritásokat. Ha ezek az értékelő, nevelő mechanizmusok gyenge hatásfokkal érvényesülnek, akkor a műsor társadalmi felelősségvállaláshoz kapcsolódó szerepe is csökken.

Ebben a tekintetben egyébként már megosztottabbak a nézői és a szülői csoportok tagjai. *A nézői csoportok* tagjai inkább megelégednek azzal az értékelő tartalommal, amelyet a műsor nyújt, és nem elsősorban azért, mintha azt gondolnák, hogy ennyi pont meggyőzi azokat, akiknek erre a fajta meggyőzésre szükségük volna (hogy amit lát, az rossz, elítélendő), hanem inkább azért, mert a műsrot szórakoztató tartalomként definiálják. Elsősorban szórakozni akarnak a *VV* alatt és nem tanulni: tehát nem az értékelő tartalmat preferálják a műsorban.

*A szülői csoportok* tagjai sokkal inkább elmozdulnának az értékelő tartalmak erőteljesebb megjelenítésének az irányába. A fókuszcsoporthoz beszélgetés során elhangoznak konkrét javaslatok is a részükről, arról, hogyan lehetne a műsor edukációs jellegét erősíteni. Közös vonása ezeknek a javaslatoknak, hogy ennek az edukációs vonulatnak állandó jelleggel, folyamatosan kellene működnie a műsorban, és az értékelési folyamatokba professzionális szakembereket is be kellene vonni: *„Maximum akkor tudnám elképzelni ezt egy társadalmi felelősségvállalásként, ha lenne mondjuk utólag egy kerekasztal-beszélgetés és megbeszéljük azt, hogy ezt miért ne csináljuk, mi ennek a pszichológiája, mi van mögötte. Azt hiszem, hogy egyszer egyébként pont a nemi erőszak témában volt egy ilyen, de egyáltalán nem hatja át az egész műsrot a társadalmi felelősségvállalás, szerintem senki nem jellemezné így a ValóVilágot” (SZ). „Ha megmutatna egy jelenetet és utána levonná a következtetést, hogy ne igyatok alkoholt, mert hülyék lesztek. Tehát mindig elmondaná, hogy mit kell ebből látni, mi ebben a rossz, mi ebben a jó, ha jó példa van” (N). „Ha ezek után egy szakember elmondaná, hogy mi a helyes, mit is láttunk pontosan, és ezt hogy kellene a való életben kezelni, vagy miért volt ez rossz, és hogy lehetne jobbá tenni, vagy ebből mit lehet tanulni” (SZ). „Vagy a műsor alá narrálni, egy mondatot elmondani, nem kibeszélőműsor-szerűen, hanem ahogy megy maga a műsor, úgy folyamatosan” (SZ).*



A szülői és a nézői csoportok tagjainak nagy része azt valószínűsíti, ha a formátum radikálisan megváltozik, 180 fokos fordulatot vesz, az edukációs tartalom nagyon megerősödik és a társadalmi felelősségvállalás is erőteljesebbé válik, akkor nem fogják ugyanannyian nézni a műsort, mint korábban, a nézettség csökkenni fog, mert nem ezt keresik ebben a formátumban a nézők.

Összességében bár sok kritika érte a műsort a társadalmi felelősségvállalás megléte vagy hiánya miatt, de azzal, hogy a párkapcsolati erőszak kapcsán a csatorna végül is lépett, a nézők egy része ezt úgy értékelte, hogy ez a fajta társadalmi felelősségvállalás – ha megkésve is, de – megvalósult. Ha külső nyomásra is, de a problémát nemcsak bemutatták, hanem az értelmezési folyamatban is aktív szerepet vállalt a csatorna: „*egy kicsit megkövezte magát az RTL, legalább ennyiben*” (SZ).

Az RTL Klub több műsorában is beszélgetést kezdeményezett a témáról (például a *Reggeliben*, a *Fókuszban*), és ezzel lényegében mintát is mutatott, hogy minimum milyen szinten kellene elkezdenie foglalkozni az általa a *ValóVilág*ban bemutatott és tematizált problémákkal.



# ***A ValóVilág powered by Big Brother 10, valamint a BeleValóVilág powered by Big Brother című műsorszámok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése***

LENGYELNÉ MOLNÁR TÜNDE – RACSKO RÉKA – KOMLÓ CSABA –  
HULYÁK-TOMESZ TÍMEA – SZÜTS ZOLTÁN

*„Azt állítom, hogy a médiát azért kell tanulmányoznunk, mert központi helyet foglal el az életünkben. Úgy kell tanulmányoznunk, mint a modern világ egy társadalmi, kulturális, gazdasági és egyúttal politikai dimenzióját. Szemügyre kell vennünk mindenütt jelenvalóságát és összetettségét. Meg kell vizsgálnunk, hogyan járul hozzá ahhoz, hogy változó mértékben, de képesek legyünk értelmezni a minket körülvevő világot, és az általunk alkotott értelmezéseket megosszuk embertársainkkal.”<sup>102</sup>*

## **Bevezetés: Show-műsorból valóságshow**

Az általunk vizsgált televíziós valóságshow, az RTL Klub által sugárzott *ValóVilág*-széria 10. epizódja nem előzmények nélküli, hiszen a kereskedelmi televíziók által gyártott és sugárzott show-műsorok sorába illeszkedik. A gyűjtőformátum, a show-műsor a kereskedelmi televíziózás egyik legfontosabb műfaja. Megjelenése főként a televíziók piaci versenyének, a nézettségért folytatott küzdelemnek tudható be. Az egyes televíziócsatornák igyekeztek átlagember szükségleteire fókuszálni, ennek érdekében többek között.<sup>103</sup>

- A műsoraikban megjelent az interaktivitás, amitől a néző úgy érezheti, ő is alakíthatja a műsort, ő is szerepet kaphat, az ő véleménye is tükröződik;
- eltűnnek a műfaji határok, megpróbálják a különböző műsortípusoknak a nézők figyelmére leginkább számot tartó elemeit elegyíteni;
- a megjelenő témák egyre tabloidszerűbbek, a műsorkészítők mindinkább a nézők érzelmeire, ösztöneire szeretnének hatni, éppen ezért hangvételük is szubjektív;
- a nézők figyelmének fenntartása érdekében a nézőhöz hasonló átlagembereket mutatnak nem mindennapi helyzetekben, vagy híres embereket hétköznapi helyzetekben.

---

102 SILVERSTONE (2008): 4.

103 PÁPAI (2007)

Az 1990-es évek közepétől a médiának olyan változása figyelhető meg, amely során a hírek háttérbe kerültek és a helyükre beáramlottak a társas szórakozást kielégítő, interaktivitást, látványosságot ígérő, az alapérzelmekre (düh, félelem, öröm, meglepődés, szomorúság vagy éppen undor) ható műsorok. Ez a változás tette lehetővé a *valóság-televíziózás* és a *valóságshow* műfaj elterjedését. A hibrid műfajok sorába tartozik az információs és a szórakoztató műsorokból született *talkshow*, amely a riportok és a show összeolvadásából keletkezett, valamint az általunk vizsgált *valóságshow* műfaja is, amely a dokumentumműsorok és a show egybeolvadásából jött létre, bár van, aki a szappanoperákból eredezteti a műfajt.

A valóságshow kifejezetten televíziós műfaj, amely teljesen új gondolkodást hozott a műsorkészítésben: a leghétköznapibb eseményt emelte főműsoridőssé, a képernyőn átlagemberek jelentek meg, akik látszólag nem tettek mást, csak azt, amit egyébként a hétköznapjaikon is. „Persze, ez csak elv, gyakorlatilag azonban ez sohasem lehet így, hiszen már attól sem viselkednek ugyanúgy, mint máskor, hogy tudják, kamera figyeli őket”.<sup>104</sup> Míg korábban akkor került valaki képernyőre, ha ismert, valamilyen szempontból érdekes volt, a televízió mindig valamilyen megtörtént eseményt mutatott meg, addig a valóságshow szereplői a szerepléstől váltak érdekessé, ismertté, az események bemutatása pedig azonos idejűvé vált magával a történéssel. Újdonság továbbá az is, hogy a műsor szinte teljesen megszünteti a nyilvános és magánszféra közötti határt, hiszen szereplőiről mindent megmutat.<sup>105</sup> Hamarosan kiderült, hogy egy-egy valóságshow nézettségét a konfliktusok száma és intenzitása jelentős módon növeli, ezért a szereplőválogatáson fontos szempont, hogy minél több személyiségtípust költöztessenek a kamerák által vizsgált térbe, mivel várhatóan a köztük létrejött konfliktusok olyan széles skálán mozognak majd, hogy a nézők nagyon széles spektruma tud azonosulni velük.

Műfaji szempontból tehát a *reality-t* lehet talkshow-ból, vetélkedőből és szappanoperából származtatni, hiszen mindegyik formajegyéből hordoz magában valamit. A valóságshow-ban a játékosok hasonlóan beszélgetnek magánéleti kérdésekről egymással és a műsorvezetővel, mint a talkshow-ban, hatalmas nyereségyért küzdenek, mint a kvízműsorban és mindig kialakulnak a szappanoperához hasonló cselszövések, szerelmek. Szemben a szappanoperákkal, amelyek a társadalom által károsnak ítélt viselkedésformákat csak az egyértelműen negatív karakterek számára foglalják le, a *ValóVilág*ban a dohányzás, az alkoholfogyasztás, a szexuális viselkedés kezdeményezése és elfogadása, a trágár beszéd, az illetlen beszéd témák vagy éppen verbális bántalmazás bármely szereplőre jellemző lehet.

Az általunk vizsgált valóságshow surveillance formájában dokumentálja a nap történéseit, de míg például a dokumentumfilmben látható esemény anélkül is megtörténik (vagy megtörtént), hogy lefilmezik, a reality-show-kban felcserélődik ok és okozat: a valóságshow eseményeit nem azért filmezik le, mert végbementek, hanem azért mennek végbe, mert lefilmezik őket. Mindebből következik, hogy azt is lefilmezik, amikor nem történik semmi (például valós időben mutatnak olyan hétköznapi eseményeket, mint a fogmosás és az étkezés, de ilyen a dohányzás vagy a rendrakás is), illetve gondoskodnak arról, hogy mindig történjen valami.<sup>106</sup>

Mint műfaj, a *ValóVilág*, amint azt a címe is sugallja, a valóság látszatát kelti, hiszen hétköznapi emberek cselekvéseinek, diskurzusainak bizonyos mértékig spontán alakulását lát-

104 KOLOSI (2005): 57.

105 CSÁSZI (2008)

106 VAJDA (2002)

hatjuk, amitől a néző minden más televíziós műfajnál valóságosabbnak véli, és ekként is reagál rá<sup>107</sup>. Ilyen módon a fantázia és a valóság egy speciális ötvözete.

Pápai Júlia<sup>108</sup> Kolosi Péter munkája<sup>109</sup> alapján a sugárzási gyakoriság szerint két formáját különbözteti meg a műsornak: a napi sugárzású általában az egy közösség együttélését bemutató reality-show, amely leginkább a szappanoperákhoz hasonlítható, a hetente műsorra kerülő pedig önmagában is értelmezhető, serie-típusú, zárt epizódokból álló, amely inkább egy filmsorozatra emlékeztet. Az elsőt *docu-soap*nak is hívják, míg a második típust verseny jellegénél fogva *reality-gameshow*-nak. Mindkettőnek van tehát műfaji előzménye, ötvözi az ismert és az új karakterjegyeket. A műsorok csoportosítása nem csupán a láthatóság gyakorisága alapján történhet, hanem például tematikusan is. Ez alapján elkülöníthetünk – a teljesség igénye nélkül – társkereső realityket (*Nagy Ő, Házasodna a gazda, Exek az édenben*), különféle tehetségkutatókat (*Megasztár, The Voice, X-faktor, Csillag születik*), öltözködéssel, átalakulással, életmódváltással kapcsolatos műsorokat (*Nagy Fogyas, Én is szép vagyok*), illetve valamilyen túlélési stratégián alapuló show-kat (*Survivor, ValóVilág, Csupaszt túlélők*). Császi Lajos<sup>110</sup> négy kategóriába sorolja azokat a műsorszervező elveket, amelyek a valóságshow-kban megjelennek:

- *verseny*: majdnem mindegyik valóságshow-ban szerepelnek ilyen elemek, hiszen gyakran valamilyen jutalomért versengenek a résztvevők;
- *játék*: szinte mindig valamilyen szórakoztató forgatókönyv az alap, s a játékok leggyakrabban a szabályok tesztelésére szolgálnak;
- *kísérletezés*: a szereplők viselkedése dönti el, hogy az előre nem látható lehetséges forgatókönyvekből melyik valósul meg, nyitott tehát a műsor kimenetele (erre láthatunk példát a *ValóVilág* esetében is). Ez esetben a kudarc és a kockázat is része a műsornak, hiszen a szereplők nem egyszer a szabályokkal ellentétesen építik fel „életüket”, még nagyobb nézettséget hozva ezzel a műsornak;
- *változás*: az ún. *intervenciós műsorok* kifejezetten a résztvevők magatartásának és gondolkodásának megváltoztatására töreksenek.

## 1. Történet

A hetvenes évektől tűntek fel azok a műsorok, amelyek a műfaj előzményeinek tekinthetők<sup>111</sup>. 1973-ban az Egyesült Államokban került adásba az *An American Family* című sorozat. Korszakalkotó volt, de nem kapott pozitív fogadtatást. Egy valódi család mindennapjait mutatta be, akik hét hónapig élték kamerák előtt az életüket, amiből aztán egy tizenkét részes sorozat lett.

107 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006): 200.

108 PÁPAI (2007)

109 KOLOSI (2005)

110 CSÁSZI (2009)

111 Megalapozónak tekinthető – még ha nem is műfaját, inkább csak koreográfiáját tekintve -- a Stanford Egyetem 1971-es kísérlete, amelyet Philip Zimbardo végzett. Mint ismert, a kutató pszichológiai szempontból vizsgálta hogyan viselkednek az emberek fogságban. A résztvevők itt is önkéntesek voltak, akárcsak napjainkban. Bár itt minden szereplő kapott fizetséget. Szerepeket játszottak el, foglyokat és öröket, az egyetem alagsorában kialakított börtönben. A mesterséges börtönt Zimbardo igyekezett úgy kialakítani, hogy a résztvevőkben segítsen kiváltani a dezorientációt, deperszonalizációt és deindividualizációt. A szereplők között pénzfeladással döntötték el, hogy melyik szerepben (rab vagy őr) vesznek részt a kísérletben (TARI (2006): 198.).

A mai értelemben vett valóságtelevíziózás kezdetei az 1990-es évekre tehetőek, de nagyjából a 2000-es évekre váltak elterjedté. Amerikában és Európában egyaránt domináns műsoroknak tekinthetők, így a napközbeni műsorfolyamot egyértelműen uralják. Maga a valóságtelevíziózás egyébként nem csupán a valóságshow-ra utal, hanem magára a televíziózási szokásra.<sup>112</sup>

Az első valóságshow-t *The Real World* címmel az MTV-n (Music Television) mutatták be. A műsor egy közös lakásban élő baráti közösség hétköznapjait közvetítette. A sorozat ugyan sikeres volt, de miután az MTV tematikus csatorna, a legtöbb országban viszonylag alacsony nézettséggel, a várt áttörést nem hozta meg. Ez a műsor eredetileg szappanopera lett volna, de a magas költségek miatt ezt az ötletet elvetették. A költségek csökkentése miatt olyan műsort készítettek, ahol nem kellett rendezőt, forgatókönyvírókat és színészeket fizetni.

Európában Hollandia tekinthető a valóságshow-k úttörőjének. Egy holland producer, John de Mol ötletéből született meg az akkor még kis Endemol produkciós cég műsoraként a *Big Brother*, amelyet az RTL Csoport helyi televíziójában mutattak be 1999-ben.<sup>113</sup>

Hazánkban ennek a műsortípusnak leginkább a komikus, szórakoztató oldala a jellemző. Általánosan az mondható el ezekről, hogy az élet szinte minden területét felölelik és szervesen kapcsolódnak a társadalom és a politika legfontosabb intézményeihez.<sup>114</sup> 2001-ben mutatták be nálunk az első valóságshow-t a Viasat 3 csatornán. A *Bár* című<sup>115</sup> műsorban a játékosok feladata az volt, hogy egy étteremben dolgozzanak úgy, hogy életüket kamerák követik. A kevés háztartásban elérhető, ezért (is) alacsony nézettségű csatorna szakemberei úgy vélték, hogy ezzel a valóságshow-val növelhetik a nézőszámot, főként a fiatalok körében (a műsor második szériája a *Bár 2.0* volt). Annak ellenére, hogy a várt sikert még a folytatás sem hozta meg a csatornának, folyamatosan gyártották az újabbnál újabb show-műsorokat. 2006-ban indult a *Topmodell leszek* magyar változata, amely heti valóságshow-ként futott. Ezután a házasságot alapul véve két különböző helyszínen is készítettek műsort (*Négy esküvő*), majd futott a csatornán stratégiai valóságshow (*Éden Hotel*) is. Mindkét műsor megosztotta a közvéleményt, hiszen az élet egy olyan fontos eseményét, mint a házasság egy üzleti játék részeként mutatta be, mediatiszálva és ezzel a nyilvánosság elé tárva a párválasztás folyamatát.

A műfajban áttörést hozó valóságshow-t azonban a két egymással folyamatosan versengő kereskedelmi csatorna mutatta be, szinte egyszerre. 2002 szeptemberében érkezett Magyarországra az Európa több országában már sikeresnek számító *Big Brother*, majd tíz nappal később mutatta be az RTL Klub a saját készítésű *ValóVilág* című műsorát.

A két műsor ugyanazokra az alappillérekre épít: luxusvillába költöztetik a játékosokat, 24 órás felvételeket készítenek róluk, feladatokat adnak nekik, és a nézők döntésére bízzák a szereplők bennmaradását.<sup>116</sup> A két csatorna egyazon műsorsávban sugározta a műsorát, így versengve a nézettségért. Mindkét műsor külön erre a célra épített (műszaki helyiségekkel, komplett kamera- és rögzítési rendszerrel) helyszínen játszódtott. A játékosok egy házban laktak legalább 100 napig. A ház összes helyisége be volt kamerázva, így a résztvevőket a nap 24 órájában meg tudták figyelni. A felvételekből 30–60 perces összefoglalókat készítettek,

112 CsÁSZI (2009)

113 KOLOSI (2005): 58.

114 CsÁSZI (2009)

115 <https://index.hu/kultur/media/viasatcikk28/>

116 KOLOSI (2005): 51.

amelyeket naponta (fő műsoridőben) mutattak be a nézőknek. A nézők bizonyos rendszerességgel sms-ben szavazhattak, arról döntve, hogy ki hagyja el a házat. Minden lehetőséget megadott a játékosoknak arra, hogy megfigyeljék, milyen viselkedéstípusok népszerűek a nézők körében, és akkor is azonosultak velük, ha azokat a társadalmi konszenzus negatívan ítéli meg (trágár beszéd vagy éppen a nyílt szexualitás). Az utolsónak maradó személy vihette el a magas összegű díjat.

A két csatorna valóságshow-jának versenyében a *Big Brother* maradt alul. A legtöbb országban 5–6 szériában is sikeresen játszott műsornak nálunk már a második sorozatát sem tudták végig főműsoridőben vetíteni.

A *ValóVilág* magyarországi sikertörténete más országokban is megismétlődött. 2005 őszén indult el Csehországban és Szlovákiában a műsor helyi változata. Csehországban a Prima TV kezdte az első szériát augusztus 15-én, Szlovákiában pedig a JOJ TV szeptember 9-én. A műsor mindkét országban *VyVolení* címen futott, ami „*Kiválasztott*”-at jelent. A magyarországi reality-háború Csehországban és Szlovákiában is megismétlődött, mindkét országban párhuzamosan sugározták a *Big Brother* helyi változatait is.

A valóságshow-k napjainkban is nagy népszerűségnek örvendenek, nézők millióit vonzzák. Ennek okai pedig a következők lehetnek:<sup>117</sup>

- Költséghatékony: a műsor költségei minimálisnak tekinthetők, mivel a szereplők gyakran honorárium nélkül dolgoznak, az évek folyamán pedig kialakult a műsor szponzori hálózata is, amely egy-egy jól elhelyezett termékreklámért cserébe támogatást ad a műsor idejére. A valóságshow-k tehát jól kapcsolják össze a nézőket és a hirdetőköt.
- Képes a megújulásra, a váratlan élményét nyújtva ezzel: többnyire korábban teljesen ismeretlen embereket helyez reflektorfénybe, akik korábban nem tapasztalt élményekkel gazdagodnak. A különböző castingokra ezért még ma is tömegek özönlenek. Kíváncsiak a műsor működésére, vágynak az ismeretlen helyzetekre, a közönségben pedig továbbra is él a kukkolás vágya.
- Az újmédia technikai lehetőségei fokozzák a közönség bevonódását.<sup>118</sup> Lehetőséget adnak rajongói csoportosulásoknak a közösségi médiában, többképernyőssé teszik a műsort, az események menetével párhuzamosan már véleménynyilvánításra, kommentelésre is lehetőség van. A YouTube például tökéletes felület a terjeszkedéshez, interjúkkal, válaszvideókkal, paródiákkal. A realityből ma az influenszer-közeg felé is van átjárás, hiszen a videómegosztó oldal hősei is saját életük egyfajta valóságshow-ját közvetítik, s a tévés ismertségre is alapítható csatorna, példa erre a VV Zsolti, aki politikai jellegű talkshow-val van jelen a közösségi médiában. A netgeneráció számára az interaktivitás mindennél fontosabb szempont lehet. Az internet, a különböző mobilkommunikációs eszközök, közösségi oldalak, a kommunikáció új csatornájaként értelmezhetők. A különböző közösségi oldalak segítségével (mint például a Facebook) a nézők rajongói klubok tagjai lehetnek, ahol bővebb információhoz jutnak kedvencükről, chatelhetnek a szintén az adott versenyzőért rajongókkal, belső információkat tudhatnak meg, de akár kommu-

117 RUDDOCK (2015): 93–115.

118 RACSKO (2017)

nikálhatnak kedvencükkel a műsort követően. Sokan a rajongótáborban élik meg a „valahova-tartozás” élményét. A közösségi oldalak mellett az internet számos egyéb lehetőséget nyújt arra, hogy a műsorról bővebb információhoz jussanak.<sup>119</sup> Például a műsor honlapján minden este feltesznek egy online, illetve nézői kérdést, amelyre válaszolni lehet, ezáltal másnap a műsorban az a variáció lesz látható, amelyre a legtöbben voksoltak. Az, hogy szavaztak, válaszoltak egy kérdésre, azt az érzetet keltheti a nézőkben, hogy úgyszólván szerkesztik, irányíthatják a műsort, a szereplőket. Az interaktivitás lehetőségét használják ki tehát a szerkesztők a nézők szimpátiájának elnyerésére, az érdeklődés fenntartására. Azáltal, hogy a néző befolyásolhatja a villalakók cselekedeteit, dönthet a sorsuk felett, ’hatalmat’ is érezhet, és ezzel az ’ajándékkal’ a műsor elnyeri a néző szeretetét. Erre az interaktivitásra mutat rá Kolosi is: „A napi valóságshow kiemelt eleme az interaktivitás, azaz hogy bizonyos pontokon a nézők döntenek el, mi történjen a műsorban”.<sup>120</sup> A készítő a nézőknek lehetőséget adnak az online műsornézésre, de csak bizonyos időben engedélyezve. Ezt azért korlátozzák, hogy a televíziós adás is érdekes maradjon, és ott lássa a néző a legfontosabb eseményeket. Ez a műsортípus minden lehetőséget megragad, hogy nézőket nyerjen és megtartson. Nem csupán a televíziót használja eszközként, hanem a nyomtatott sajtót és az internetet is.

## 2. ValóVilág

A műsor első szériája 2002. szeptember 11-én indult és december 22-ig tartott. A casting után a zsűri 30 jelentkezőt juttatott tovább (a második szériában pedig 36 embert), akik közül tíz került azután a Villába a nézők telefonos vagy sms-szavazatai alapján. Minden beszavazó show-n három vállalkozó kedvű vesz részt, de közülük természetesen csak egy kerülhet játékba. A második szériában volt egy vigaszágas beszavazó. Ha a Villában kialakult az összlétszám (ami egyébként szériánként változó), elkezdődik a kiszavazás. Először is egy kiválasztás, amikor a villalakóknak ki kell választaniuk egy társukat, akit kint szeretnének tudni. A kiválasztott az első szériában egy, a második szériától kezdve még két játékostársát hívja párbajra. A kihívást egy zöld kendő felkötése szimbolizálja.

Ezek után az első szériában a „kiválasztott” és a „kihívott” megy párbajra, a második szériától pedig a nézőknek arra a párbajozó-jelöltre kell a legtöbb voksot küldeni, akit meg szeretnének mérkőztetni a kiválasztottal. Akire a legkevesebb szavazat jön, biztosan benn marad. A két kiesőjelölt tehát a kiválasztott és a (legtöbb voksot kapott) kihívott lesz. Ők párbajon vesznek részt, amelyen a szerényebb szavazattal rendelkező játékos búcsúzik. A nyertes párbajozó visszamehet a Villába, és védettséget élvezve a következő kiválasztáson egy villalakó sem szavazhat rá.

Újítások a játék menetében:

- A negyedik szériában a beszavazó show-ban egy adott karaktertípusból vettek részt hárman, köztük a testvérek és a házaspárok, akik így kettesével költöztek be. Végül egy

119 LENGYELNÉ (2014)

120 KOLOSI (2005): 63.



szavazási anomália folytán a tervezett 14 helyett 15-en kerültek be, illetve egy kizárás is volt, aki helyett vigaszágon mást szavaztak be, két játékos pedig feladta a versenyt.

- Az ötödik *ValóVilág*-szériához átalakították a Villát, valamint elkészült egy új épület is. Az Aréna a játékban kéthetente zajló megmérettetés helyszíne. Ebben az évadban a Párbaj elleni védettséget immáron a Megmérettetés során szerzi meg a játékos. A *VV5* szeptember 12-én kezdődött, az augusztusi kezdés helyett. 48 villalako-jelölt került be a beszavazó műsorokba, ahonnan a 14 kategória győztese jutott be a Villába, úgy, hogy a játék elején a nézők két játékost kiszavaztak, és helyükre két másik játékost küldtek.
- A hatodik évad beszavazóshow nélkül kezdődött, valamint változott a szavazás menete is. Hat lakó kezdte el a villalétet és naponta érkezett új játékos, míg végül elérték a 11 fős létszámot.
- A 10., jubileumi műsor új arculatot kapott: megújult a műsor logója, amelyben az első évadtól használt szívritmus szimbólum (utalva a műsor rövidítésére: *VV*) mögötti tér ezúttal kék lett, sárgával (a *BeleValóban* rózsaszín) pedig egy római tízes (X) szerepel a jubileumi évadra tekintettel. Emellett megújult a műsor főcímdala is, amelyet Binkhy és Manuel énekelnek.

### 3. A valóság és annak illúziója

Kósa Éva a médiaszocializáció kapcsán foglalkozik annak a kérdésnek a vizsgálatával,<sup>121</sup> hogy vajon mennyire tekintik a televízióban ábrázolt eseményeket és szereplőket valóságosnak vagy kitalátnak a műsorok nézői? Milyen tényezők, támpontok játszanak közre ennek megítélésében? Mindezen kérdések megválaszolása pedig azért lehet lényeges, mert a valóságnak tekintett médiatartalmak a környezetünk, a világ valós megtapasztalásának illúzióját adják, s mint ilyenek, alkalmazkodásunk, igazodásunk, végső soron szocializációnk elemeit és viszonyítási pontjait adják. De a médiareprezentáció megítélése nem csupán gyermekkorban lényeges. A felnőttek is hajlamosak valóságnak tekinteni, a valós tapasztalatokkal azonosítani a televízióban látottakat. Ennek oka, hogy „minden a médiát használó ember pszichológiai történéseitől függ, mert az új médiát a »régire« aggyal és idegrendszerrel használjuk. A média reprezentációi valóságosnak látszanak, mert az eltelt évezredek során minden, ami szociális viselkedést mutatott, az valóságos ember volt, és minden észlelt tárgy valós tárgy volt – ehhez adaptálódtunk. Az ember percepciója alapján automatikusan realitást tételez fel, mivel az evolúció során nem volt oka másképp viselkedni”.<sup>122</sup>

A műsorban – bár nevében a valóság vagy annak egy darabjának bemutatását kínálja – lényegében fikció és valóság keveredik. A jellemzők effajta fúziója egy műsoron belül nem számított már ugyan újdonságnak a valóságshow-k megjelenésekor, a hétköznapi élet ilyen mérvű bemutatása azonban korábban nem volt jellemző. Buda Béla a szappanoperákat látja átmenetnek a szórakoztatás egykori műfaja, a művészeti igénnyel megkomponált filmek, va-

121 KÓSA (2015): 20.

122 Uo. 19.

lamint a mai – saját életre és élményviszonyokra vonatkoztatható – show-műsorok között.<sup>123</sup> A hétköznapiság, különféle versengések, játzmák bemutatása iránti közönségigényt jelezték már a '90-es évek elején megjelenő reality-k.

Ezekben a műsorokban a szereplők civil, korábban csak szűkebb környezetükben ismert emberként vesznek részt, és a lakótársként eltöltött idő alatti cselekedeteik, bizonyos fokig spontán alakuló párbeszédek fokozatosan teszik aztán a nézők ismerőségévé. A műsor menetében rejlő spontaneitás, a nézők számára felkínált beavatkozási lehetőség, interakció az, ami miatt valóságosabbnak érezheti a befogadó, és ekként is reagál rá.<sup>124</sup> Mindezek mellett tisztában vagyunk azzal, hogy ez nem valóságos. Hiszen egy bekamerázott épületbe zárnak be embereket és olyan helyzeteket teremtenek, amelyek a való életben nagyon ritkán vagy soha nem történhetnek meg, ráadásul ezek nagy része konfliktushelyzet. „A valóságshow valóságillúziója az én tükörélményén alapszik, mely elhitei a nézővel, hogy a pusztá létezés már elegendő ok arra, hogy híres, kiemelkedő, népszerű legyen. A show-k körítésében a szereplők bevonulása, kivonulása a hajdan volt királyi koronázások ünnepi forgatagát idézi, és a becsapott emlékezet megőrzi, ami megőrzésre méltatlan”.<sup>125</sup>

A résztvevők egy mesterségesen kialakított környezetben cselekednek, a mesterséges környezetben látott események pedig nem tekinthetők a valóság részének, hiszen mindenki máshogy viselkedik, ha tudja, hogy kamera rögzíti a szavait és gesztusait (gondoljunk bele, még a családi fotókon is jobbra tervezett az elhelyezkedésünk). A szereplők gyakorlatilag a médiában látott elemeket játsszák vissza a médiába. Valóban kialakul egy csoport, amelyben elkezdnek működni a csoportdinamikai elemek, de ez a társas kapcsolat kevésbé hasonlít a mindennapi életben működő közösségek működéséhez.<sup>126</sup> „Az emberi természettel teljes mértékben ellentétes, hogy minden intimitástól megfosztják. [...] A műviséget a »játék« keretei csak fokozzák”.<sup>127</sup>

A valóságot sokszor nehéz elkülöníteni annak illúziójától, hiszen még a játékfilmeknek is számtalan valóságos elemük van, de míg ott a műfajra vonatkozó tudásunk, korábbi tapasztalataink viszonylag nagy biztonsággal eligazítanak, addig a valóságshow esetében ez a tudás máig hiányos lehet. Az első ilyen műsor megjelenése óta eltelt idő tapasztalatainkat ugyan gyarapította, de a valóság látszatát keltő technikák is jócskán szaporodtak azóta. A virtuális valóság technikai teljesen új ábrázolási lehetőségeket kínálnak. „Egy olyan kor műfaja (műfajcsoportja) ez, amelyben az életvalóságot is átjárja a virtualitás: a valóságos gazdasági életet virtuális tőkék mozgatják, a valóságos politikai küzdelmeknek mind fiktívebb alanyai vannak”.<sup>128</sup>

A valóság befolyásolására a valóságshow-k esetében több eszköz is alkalmazható:

- a szereplők bizonyos szempontok szerinti válogatása (ennek eleme, hogy olyan szereplőket válogassanak be, akikről már a jelentkezés során kiderül, hogy a trágár beszéd vagy éppen a nyílt szexualitás a produkciójuk része);

123 Vö. JENEI (2002)

124 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006): 200.

125 CSEPELI (2003): 12.

126 VAJDA (2002)

127 ZSOLT (2013): 19.

128 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006): 200.

- a forgatókönyv, amely szerint alakítják a műsort (például betervezett panelek, tematikus hetek, iskolai hét, rendőrhét);
- a műsor sugárzási ideje (felgyorsított kiválasztások, kihívások, párbajok);
- a bejátszások szereplési arányai, műsorvezetők figyelemirányítása (például kiemelhetnek egy-egy történetet, amivel szimpátiát, antipátiát ébreszthetnek egyes játékosok iránt, esetleg elterelhetik a figyelmet bizonyos történésekről).

A Kapitány házaspár a következőképp értelmezi a valóságshow-k valóságképét: „Amit a valóságshow-k valóságosan leképeznek, az nem a mindennapi életvilág, hanem a mögötte álló társadalmi rendszer-képlet: a versenytársadalom és különösen a kései fogyasztói társadalom valósága. [...] a valóságshow-kra való »igény« is csaknem teljes mértékben megtermelt igény”.<sup>129</sup>

A *ValóVilág*ban látott viselkedésminták nézőkre és kiemelten a kiskorúakra gyakorolt hatását folyamatosan vizsgálta a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság. Az általunk elemzett 10. széria kapcsán a jelentésük megállapítja, miszerint: „A valóságshow-kban a szexuális utalások, a szexualitással átítatott helyzeteket teremtő kötelező feladatok és a nem megfelelő magatartásminták permanens jelenléte mellett problematikusnak bizonyulhat azon benyomás keltése, miszerint az emberek eszközökké silányíthatók. A hatóság tapasztalatai alapján a műsorokban hangsúlyosan jelentek meg a kiskorúak személyiségfejlődésére negatív hatást kifejtő minták, mint a túlzott és minden felelősséget nélkülöző alkoholfogyasztás, a trágár kifejezések mindennapi természetességgel való használata, valamint a dohányzás és az elmergesedő emberi konfliktusok. Emellett a valóságshow-k fontos elemét alkotja az ellenséges, kirekesztő magatartás, amelynek túlhangsúlyozott jelenléte azért lehet problémás, mert egyrészt nem megfelelő irányba befolyásolhatja a serdülők közösségi együttélésre alkalmas személyiséggé válását, másrészt a fiatalok a még labilis érzelmi állapotaik eredményeképpen a kirekesztettség érzésével szemben sérülékenyebbek.”<sup>130</sup>

## 4. Az élet színháza

### 4.1. Helyszín

Ahogy arról már szóltunk, a szereplőket egy kifejezetten a műsor műfaji-technikai jellegzetességéhez kialakított luxusvillába költöztetik. A villát jobbra külső helyszínen építik. Az első három széria helyszínéül a Magyar Televízió kaszásdűlői, Kunigunda útján lévő telepén bérelt 8-as stúdió és a hozzáépített könnyűszerkezetes villaépület szolgált. A negyedik szériától kezdve a XXII. kerületi Nagytétényi úti Campona bevásárlóközpont déli oldalán felépült épület adott ideiglenes otthont a szereplőknek.

A villa lényegében egymásnak teljesen idegen emberek otthona, így a személyes téralakításnak minimális lehetősége adott. Ahogy a Kapitány házaspár elemzésében olvashat-

129 Uo. 222.

130 [https://nmhh.hu/cikk/216739/A\\_ValoVilag\\_powered\\_by\\_Big\\_Brother\\_10\\_cimu\\_musorszamban\\_feltart\\_karos\\_magatartasmintakat\\_szamszerusito\\_eredmenyek\\_2020\\_november\\_30\\_es\\_december\\_13\\_kozott](https://nmhh.hu/cikk/216739/A_ValoVilag_powered_by_Big_Brother_10_cimu_musorszamban_feltart_karos_magatartasmintakat_szamszerusito_eredmenyek_2020_november_30_es_december_13_kozott)

juk,<sup>131</sup> lényegében díszlet, amelyet a lakók használnak, de nem hatják át személyiségükkel. Ugyanakkor jónéhány szimbolikus épületrészt, berendezést ki lehet emelni. Így például fontos elem a zárt udvar, ami itt a külvilágtól való elzártság szimbóluma, vagy a kamra, ahová a külvilágból rendelésre érkeznek meglepetések, javak. Kiemelt szerepe van a műsorban a jakuzzinak, ami – a műsor hatására – státuszszimbólummá is vált. Ezek a lakberendezési státuszszimbólumok hol a kényelem fokozását, hol valamely hatalmi pozíció szimbolikus képviselőjét jelentik, mely könnyen konfliktusforrás lehet. Minden esetben értékrend-orientáló szerepet is betöltenek, a műsor esetében a test kényeztetése, a testi élvezet, a sexualitás válik hangsúlyossá, kerül az értékrend centrumába.

## 4.2. Cselekmény

A felvételeket 24 órában rögzítik egy kifejezetten erre a műsorra épített épületben. Ebben az elzárt létesítményben költöztetik össze a szereplőket, akik itt lényegében minitársadalmat alkotnak. A nézők sms-szavazatai döntenek el, hogy ki hagyja el a villát, és ki maradjon utolsonak, ki nyerje meg a játékot, ki kapja a fődíjat. A napi valóságshow-nak tehát fontos eleme az interaktivitás, azaz a nézők meghatározott pontokon eldönthetik, hogy a műsorban mi történjen, mit szeretnének látni.

Általában azonos időpontban sugározzák az epizódokat, részeket. A részek megszerkesztettek, de nincs szöveggönyv, begyakorolt jelenet vagy előre megírt forgatókönyv. Van azonban egyfajta formulája, van, ami tartalmazza a műsor folyamát, a tartalmi és szerkezeti koncepcióját. A tematika van rögzítve, a szereplők/játékosok feladatai. Ez adja a műsor vázát, amit megfelelő szereplőkkel kell feltölteni.

A valóságshow cselekménye több szálon fut, a történések részleteit mutatják be, azt, amiről a szerkesztők úgy gondolják, hogy arra a néző kíváncsi lehet. A szereplők „magánéletét”, szerelmét, szexuális együttlétét, gyakran kiabálással tarkított konfliktusait. Eközben sokszor előzőleg meghatározott feladatokat kell megoldaniuk.

Csepeli György párhuzamot von a lakásszínházak, valamint az azokból kifejlődő pszichodráma módszer között.<sup>132</sup> A pszichodráma lényege az indulatok, feszültségek, belső konfliktusok kijátszása. Moreno<sup>133</sup> volt az, aki felismerte, hogy a spontaneitás megnyitja az utat a gátlástalanság felé. Csepeli úgy véli, hogy a valóságshow-kban megjelenő drámai feszültségek feltűnően hasonlítanak a pszichodráma történéseihez, nem véletlenül, hiszen mindkét esetben a kreativitás és a spontaneitás a fő mozgató rugó, a drámai térben létrejövő tervezetlen cselekvés hatalmas indulati feszültségek levezetésére szolgál. A bekamerázott helyszínen a lakók egyfelől hétköznapi (hús-vér) emberek, másfelől viszont játékosok, akik úgy élik mindennapjaikat, hogy közben folyamatosan kilépnek a mindennapi életből.

A szereplők életének minden perce a nyilvánosság előtt zajlik. A műsor műfaji jellemzőiből fakadóan, és a nézők érdeklődésének fenntartása érdekében nem csupán a kiszabott feladatok megoldását, az összezártságból fakadó konfliktusokat, stratégiai meccseket mutatják be, hanem a játékosok életének intim mozzanatait is (tisztálkodás, nemi élet). A szereplőknek

131 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006)

132 CSEPELI (2003): 12.

133 Jacob Moreno hozta létre 1922-ben a lakásszínházat, amelyet Rögtönzések Színházának nevezett.

nem kell a szó szoros értelmében munkát végezniük a megélhetésért, hiszen a műsorgyártó gondoskodik – nem is alapszinten – a megélhetésükről (lakás, szolgáltatások, étkezés). A házban jobbra a vegetáló hedonizmus figyelhető meg – heverészás, evés-ivás, relaxálás, szórakozás.<sup>134</sup>

A közvetített cselekvések másik nagy köre az irányított feladatvégzés volt, ami olykor nagyobb fokú jártasságot is kívánt a szereplők részéről (egészségét, jótekonysági gála). Különböző feszültségnövelő eszközöket is bevetettek a szerkesztők, így például a szereplők közötti konfliktusok generálása, ehhez kapcsolódóan (az ötödik szériában) kortesbeszéd megtagadása. Egyetlen dolgot nem engedtek a szerkesztők, ez pedig a fizikai agresszió.<sup>135</sup> Tisztában voltak ugyanis azzal, hogy a fizikai erőszak megjelenése a műsor betiltásával járhatott volna.

A nézők szimpátiájáért folytatott küzdelem eredményeképpen felerősödnek bizonyos tendenciák, amikor a megfigyelt viselkedés magyarázatánál sokkal nagyobb hangsúlyt kapnak a belső, személyiségen alapuló magyarázatok a külső, situációs magyarázatokhoz képest. Azaz, a műsor esetében a szereplők személyiségéről alkotott véleményt elsősorban nem a tényleges személyiségjegyek, hanem az adott helyzet keltette viselkedés fogja meghatározni. A műsorban pedig egyszerre kell a szereplőknek kooperálniuk és versengeniük egymással, miközben a néző mindent lát (még a játékosok háttérbeszélgetéseit is).

Az összezártságban megindul egyfajta csoportalakulás. Zsolt Péter<sup>136</sup> Mérei kutatásait alapul véve úgy gondolja, hogy az ismerkedés után kialakulnak a csoport tagjainak egymáshoz való viszonyai.<sup>137</sup> Bizonyos szereplők szövetségre lépnek, mások között ellenszenvet születnek, s mindeközben minden tag keresi a helyét. Felvesznek életük során már régebben is gyakorolt szerepeket, vagy – az új viszonyok között – újakra találnak. A csoportfejlődési mechanizmusok mindig együttműködési hajlandósággal és helykereséssel kezdődnek. A csoport próbálja integrálni a számára antiszociális viselkedéseket, igyekszik kezelni azokat a megnyilvánulásokat is, amelyek veszélyeztetik a csoport jó hangulatát és biztonságát, ilyenek például az általunk mért verbális konfliktusok. A tagok jelentős energiát fektetnek abba, hogy az integráció megvalósuljon, s ez folyamatosan igényli előbb a bizalom megteremtését, majd fönntartását.

A csoporttagokban végbemenő változások előidézője maga a csoport. Ennek megfelelően a csoportnormák, -szabályok, -értékek megteremtője is a csoport.<sup>138</sup> A csoportok különböző fejlődési szakaszokon mennek át. Interakció és egymásra hatás nélkül nem beszélhetünk csoportról, legfeljebb emberek együtteséről. A különböző csoporteseményekben szabályszerűségek mutatkoznak, lefutásukban rendezettség figyelhető meg. Ezt a rendezettséget csoportfejlődési modellekkel írják le, amelyekben a fázisok nem időhöz, hanem a csoport fejlettségéhez kötődnek. Hagyományosan a csoport kialakulásának folyamatát a következő szakaszokban lehet meghatározni:<sup>139</sup>

- *Kialakulás*: nem világos a csoport célja, nem alakultak még ki a szerepek, így a vezető szerep sem.

134 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006): 203.

135 ZSOLT (2013): 20.

136 ZSOLT (2002)

137 MÉREI (1989)

138 BALÁZS (2013): 23.

139 BAKACSI (1996)

- *Viták*: ezt a fejlődési lépcsőt konfliktusok sora kíséri. A szakasz végére a csoport többé-kevésbé kialakult hierarchiával és elfogadott vezetővel (vezetőkkel) rendelkezik.
- *Normaképzés*: csak ekkor válnak szorossá a tagok közötti kapcsolatok, kialakul az összetartozás érzése, az erős csoportazonosság, a kölcsönös támogatás és szolidaritás.
- *Teljesítés*: a csoport teljes energiájával és figyelmével az előtte álló feladat teljesítésére, a probléma megoldására összpontosít, itt válik tényleges teljesítményt nyújtó csapattá.
- *Szétválás*: a meghatározott időre létrehozott csoportok létének utolsó állomása, a tevékenység eredményeinek összegzése, a társas kapcsolatok más munkakapcsolatokra való átörökítése.

A műsorban a szerkesztők azonban a csoportfejlődést a mindenki-mindenkinek ellenfele helyzetévé alakítanák. Zsolt Péter Hobbes<sup>140</sup> államelméletéhez hasonlítja ezt. „Állandó bizalomteremtési kísérletek történnek, hogy a bezártság ne legyen elviselhetetlen – hogy ne váljon mindenki mindenki farkasává –, s ezek a törekvések mind kudarcra vannak ítélve a játék struktúrája miatt. A legjobban összeválogatott csoport is fejlődésképtelen így, s tudjuk, a valóságshow-kban a válogatásnak a célja inkább a konfliktusok maximalizálása.”<sup>141</sup>

Buda Béla pedig úgy véli, hogy miután nincs problémamegoldás, nem kell a szereplőknek változniuk, aligha jelenik meg a csoportlélektan, csoportdinamika vagy egyéb, az emberekkel kapcsolatos szakszerű jelenség és folyamat.<sup>142</sup> Az egész eseménysor művi, mesterségesen alakított (vállaltan, tudottan az), de az azonosulás egyik alapja, hogy én is lehetek ilyen helyzetben, én is kerülhetnék ide, ilyesmiben én is szerepelhetnék. A műviség és kényszeredettség is a műsorra vetíthető „életvilág” (rokonok látogatása, társasutazás, érettségi találkozó stb.) vagy „rendszer” (a multinacionális vállalatok heti megbeszélése, melyik munkatárs mennyit fejlődött, milyen eredményeket ért el, milyen a viszonya munkatársaihoz, a várakozás az ügyfélszolgálatokon stb.) része.

A játékosoknak a szerkesztő csoporthierarchia-alakítási szándékával is számolniuk kell, amelyek különböző feladatokon keresztül az alá-fölrendeltség kialakítását célozzák. A feladatok jellegének, az azokban résztvevők számának és összetételének meghatározása beavatkozást jelent az emberi viszonyokba, tudatosan egy adott irányba terelheti a néző észlelését.<sup>143</sup>

### 4.3. Szereplők, szereplőválogatás

A műsor első lépése a szereplők kiválogatása, a casting. A legtöbb műsorban már a szereplők kiválasztásába is bevonják a nézőket. A készítőik számára az egyik legfontosabb része a műsornak, hogy olyan szereplőjelölteket kell találniuk, akik mindvégig érdekesek a nézők számára és képesek

140 A Thomas Hobbes nevéhez kapcsolható elmélet szerint a természeti állapotot a „mindenki harca mindenkivel” elve jellemzi, így a természeti állapot egyet jelent egyfajta hadiállapottal. Felfogása szerint az emberi motivációk közül a legfontosabb nem más, mint a hatalomvágy. Ebből, valamint a jogi szankciók hiányából fakad a természeti állapotban az emberi együttélést megkeserítő folyamatos háborúskodás, amelynek alapja a versengés, bizalmatlanság és dicsvágy.

141 ZSOLT (2002)

142 Vö. JENEI (2002)

143 ZSOLT (2013): 25.

fenntartani a figyelmet. Mindig három jelölt közül választhatták ki a nézők, hogy melyik játékost szeretnék a villában látni. A hármas kombinációt a szerkesztők választották ki. Olyan karaktereket választottak, akikre szükségük van ahhoz, hogy a műsor ne legyen unalmas, akik aktívak és konfrontálódnak, mindezt azért, hogy ne veszítsék el a meglévő nézőket, hogy izgalmas, érdeklődést keltő összefoglalókat tudjanak készíteni.<sup>144</sup> A szereplők összetártsága, a kényszerű együttélés és maga a versenyhelyzet előre eltervezhető feszültséggel teli helyzeteket, konfliktusokat eredményez.

A negyedik szériától a játékosjelölteket már nyíltan karakterbe sorolták, és a nézők karaktertípusonként válogattak a jelöltek közül. A karakterjegyek szerinti tudatos válogatást sok esetben már a beszavazáskor nyilvánvalóvá teszik a szerkesztők, amikor az egyes típusok képviselőit versenyeztetik egymással a bekerülés elnyeréséért (a negyedik szériában például voltak okostojások, törtető nők, vagányok, naivák, dokik, rossz kislányok, plasztikcicák, anyukák kedvencei, szépfiúk; az ötödikben pedig alfahím, amazon, cselszövő, dumagép, plázacica, skalpvadász, karrierista). Látszik, hogy a kategóriák között nagyon kevés olyan szerepel, amelyet a társadalmi konszenzuson alapuló viselkedés normakövetése jellemez. Többnyire 14–16 szereplő vesz részt a műsorban, a karakterek kiválasztásakor már azt is figyelembe veszik, hogy milyen lehetséges szövetségek kötődhetnek, kik között generálható majd konfliktus.<sup>145</sup>

A szereplők valódi jelleme a műsor során mutatkozik meg. A beválogatott karakterek egy-egy társadalmi csoport sztereotíp képviselői, viselkedésükkel ezért bizonyos elvárásokat közvetíthetnek. „A közönség elvárásainak való megfelelni vágyás megerősíthet bizonyos sztereotípiákat, kialakulhat az a kép, hogy a sikerhez a nőknek tökéletesnek kell lenniük, míg a férfiak esetében elég, ha majdnem hibátlanok”.<sup>146</sup> Összességében elmondható, hogy a szereplők kiválasztása az életkor, külső megjelenés, szelídség, agresszió rendszerében ábrázolható. Napjainkban a valóságshow szereplőire elmondható az is, hogy van közöttük olyan ember, aki a műsort megelőzően büntetett előéletű volt, vagy aki alacsony intelligenciaszintet elért, hatalmas egóval rendelkező, egy közös van bennük, a nagy adag exhibicionizmus.<sup>147</sup>

Az első szériába minden elképzelés nélkül csak belecsoptentek a szereplők, később azonban már stratégiákat dolgoztak ki a győzelem érdekében. Az, ahogyan a műsorról beszéltek – „játékként” emlegették – egyértelműen utalt arra, hogy a Villát mesterséges környezetnek tekintik, ahol a cél nem egymás megismerése, az együttlét öröme, a szórakozás, hanem sokkal inkább a verseny, az egymással folytatott küzdelem, a másik kiejtése. Zsolt Péter hívja fel a figyelmet arra, hogy a *játék* kifejezés ebben az esetben nagyon megtévesztő lehet, hiszen a néző azt hiheti, hogy a műsorban valamilyen megérdemelt nyereségért folyó, játékszabályokkal rendelkező versengésről van szó. Olyasvalamiről, ami nem túl komoly, de a fair play szerint zajlik. A kutató szerint azonban a műsorban nem erről van szó, hiszen a játékszabályok itt épp, hogy egymás átverésére kényszerítik a szereplőket, érdekből való szövetségkötésre, amelynek kimenetele egymás elárulása lesz.<sup>148</sup> A hétköznapi nyelvhasználatban valóban pozitív jelentéstartalmat társítunk általában a *játék* kifejezéshez. Ha azonban a tudomány oldaláról (például a játékelmélet<sup>149</sup> alapul véve)

144 KOLOSI (2005)

145 ZSOLT (2013) 24.

146 Uo. 34.

147 PÁL–SZABÓ (é. n.)

148 ZSOLT (2013) 19.

149 Neumann János és Oskar Morgenstern *Játékelmélet és gazdasági viselkedés* című könyvének 1944-es megjelenéséhez kötik. Fő kérdésselvetése olyan szituációk elemzése, amelyekben egymással érdekellentétben álló, racionálisan cselekvő egyének hoznak döntéseket. Ilyenre a legkülönbözőbb kontextusokban láthatunk példákat.

vizsgáljuk meg, nem ennyire egyértelmű ez. A játékelmélet szerint a játékosok alapvető célja a nyereségük, illetve a hasznosságuk maximalizálása. A tisztán szerencsejátéknak minősülő játékokból (például a kockajáték, rulett) még hiányzik egy dolog, ami a többi játékot igazán érdekessé teszi: a stratégiai elem. A stratégiai játékokban azonban a játékos stratégiát készít, amely az ellenfél hibáit kihasználva győzelemre, de legalábbis döntetlenre segíti a játékost. A játék vesztese azok, akik az adott szituációban egyénileg vagy csoportosan rosszul döntenek, vagy általában alkalmatlan szabályokat konstituálnak.<sup>150</sup>

Tölgyessy D. Péter valóságshow-kutató szerint a játékosok nulla összegű játszmát folytatnak, hiszen az egyetlen győztes csak úgy arathat sikert, ha a többi játékostársa elbukik. Ebben az élettérben a szeretet valójában aberrációnak számít. Amit játszanak, az lényegében egy lelki gladiátorjáték.<sup>151</sup>

Összefoglalva tehát, a készítőik számára az a legfontosabb szempont, hogy a részek kellően izgalmasak, érdekesek legyenek. Mivel a műsor sok részből áll, és a dramaturgiája sok fordulatot, eseményt kíván meg, ezért többnyire érdekes embereket kell a műsor készítőinek választani, akik fent tudják tartani a nézők érdeklődését a műsor végéig, a fináléig. „A show-k szereplői általában olyan emberek, akiket csoportszempontból válogatnak, nyilván a nézettség elérése érdekében a cél az, hogy a tudattalan csoportdinamika minél látványosabb és akciódúsabb legyen. Pszichológiai szempontból ez azt jelenti, hogy egyáltalán nem a valóságot látjuk ilyenkor, hanem az egyre fokozódó feszültség törvényszerű fejleményeit”.<sup>152</sup>

A nézőre többek között az is hatással van, hogy a szereplők milyen környezetben mozognak, milyen a hajviseletük, hogyan szórakoznak, hogyan cselekednek konfliktushelyzetben, milyen válaszokat adnak a szexuális kezdeményezésre, hogyan döntenek bizonyos kérdésekben.

#### 4.4. Szereplőből sztár

A valóságshow szereplői lehetnek kedveltek és kevésbé kedveltek, az érdeklődés felkeltésére mindkét esetben alkalmasak, tulajdonképpen a velük kapcsolatos érzések azok, amelyek miatt a néző végigkíséri a műsort. A szereplők lehetnek példaképek a rajongóknak, de viselkedésmintaként is jelen lehetnek a rajongók életében. Nevezhetjük őket identifikációs mintának is, hiszen a rajongók szemében ők testesítik meg azt az álmot, reprezentálják azt az életformát, melyre a néző vágyik.<sup>153</sup> A valóságshow szereplőit nevezik ikonoknak, sztároknak, hősöknek is, ez az elnevezés azonban megtévesztő, ha a vizsgálatunk eredményeit nézzük.

Povedák István a hősök és sztárok fogalmának különbségeit és összefüggéseit vizsgálva úgy véli, a két típus közötti legmarkánsabb különbséget – kapcsolódva Daniel J. Boorstin klasszikus és Buda Béla újabb keletű meglátásaihoz – abban látja, hogy a sztárokra jellemző a tömegmédián keresztül terjedő hírnév. Emellett egyetért azzal az elképzeléssel is, hogy míg a hírnév mesterségesen is könnyedén előállítható, addig hősöket nem lehet ilyen módon kreálni.<sup>154</sup>

150 Részletesebben: VÉGH [et al.] (2020).

151 TÖLGYESSY D. Péter (2011)

152 TARI (2006): 200.

153 Povedák (2011b): 97.

154 Uo. 78.



Általánosságban elmondható, hogy a sztárok, celebritások iránt az érdeklődés a fiatalok körében a legnagyobb. A szocializáció során az identitásuk kialakításához folyamatosan mintát, modelleket követnek, ezek a minták lehetnek szülők, tanárok, barátok, de a médiából kikerülő hírességek is számításba jöhetnek. Pataki Ferenc szerint a tömegkultúra legdinamikusabb alakítói és befogadói a fiatalok, akik ennek következtében a leginkább ki vannak téve a tömegkultúrát terjesztő csatorna, a tömegmédiá hatásainak.<sup>155</sup>

Povedák megállapítása szerint a médiumokban megjelenő sztárok életének története több ponton hasonlítható a népmesei, mondai hősök életútjához.<sup>156</sup> Úgy véli, hogy Campbell fenomenológiai munkájának segítségével feltárhatók a sztárok megkonstruált életútja és az epikus hősök mitizált történetei közötti hasonlóságok. Az elmélet szerint a hősök életútjának, kalandjainak három fő fázisa különíthető el: az elszakadás, a beavatás és a hazatérés. „A hős kalandjai a hétköznapi világból indulnak, és természetfölötti csodákhoz vezetnek. A hős megesés hatalmakkal találkozik, majd döntő győzelmet arat. A varázslatos kalandokból való hazatérésekor hatalmánál fogva társainak életére is áldást gyakorol”.<sup>157</sup> Ezt az életutat a sztároknál természetesen csak jóval realisabb, sokkal evilágibb formában találhatjuk meg. A médiában megjelenő élettörténetek ugyanis jelentősen leegyszerűsödtek, népmesei, mondái hősök életútjára jellemző szerkezetet úgy kaptak, hogy egyes részeket kiemelték, hangsúlyossá tettek, míg más, kevésbé jelentős vagy zavaró elemeket kihagytak. Ezek a szüzsék ezután bekerültek a populáris kultúrába, és a rajongók ezeket variálva, immár szóbeli úton terjesztik tovább.

A modellt a Pál–Szabó szerzőpáros Majka életére vonatkoztatva vizsgálta meg.<sup>158</sup> A hazai valóságshow-k szereplői közül kétségtelen, hogy Majka maradt fenn leginkább a köztudatban, ő az, aki a legtöbbet profitált később a hirtelen jött ismertségből. A show-műsor első szériájában tűnt fel, 2002-ben. Utolsó előttiként hagyta el a villát, tehát a szériát nem ő nyerte meg, mégis az eddigi talán legsikeresebb szereplő. Életútját Campbell modelljében megvizsgálva megállapítható, hogy megtalálhatók benne a hősmotívumok.

Majoros Péter (Majka) 1979-ben született Ózdon. Itt végezte el általános iskolai tanulmányait, ahol olvasási versenyekre járt, majd épületvillamossági szerelőnek és számítógépes adatrögzítőnek tanult tovább. Saját bevallása szerint sokat tengődött dologtalanul szülővárosában egészen 2002-ig. A műsorban sajnos csak a 2. hely lehetett az övé, később azonban mégis ő érte el a nagyobb sikert.<sup>159</sup>

Majka kamerák előtt zajló életének főbb elemeit Campbell modelljébe illesztve láthatjuk a megfeleléseket, miközben mérésünk kategóriái is visszaköszönnek:

---

155 PATAKI (1998): 131.

156 PAVEDÁK (2011b): 176.

157 CAMPBELL (1993): 30. Vö. PAVEDÁK (2011a): 48.

158 PÁL–SZABÓ (é. n.).

159 Őt kérte fel a csatorna a BeleValó Világ vezetésére. Zenei karrierje Dopeman (a show-műsor első szériájának nyertese) közreműködésével 2003-ban indult, tagja lett Dopeman zenekarának, a La Mafia Familiának. A bemutatkozó lemezt Londonban vették fel, ami 2003-ban jelent meg Magyarországon, Az ózdi hős címmel. A CD fél éven belül aranylemez lett, és Majka a Bravo Otto-díjátadó gáláról, a legjobb hazai rapper díjával térhetett haza. Nem csupán zenészként ismerhetik, a tévé képernyőjén is bebizonyíthatta tehetségét, ugyanis olyan műsorok fűződnek a nevéhez, mint a ValóVilág 3., a Cool a verda vagy az Ezek megőrültek. 2014-ben a Super TV2-től saját műsort kapott NaNee címmel, de helyet kapott zsűritagként a Sztárban Sztár című show-műsorban is. 2005-ben egy magyar vígjátékban kapott szerepet, a Szőke kólában, ahol Veréb karakterét személyesítette meg. 2016-ban Ördög Nórával vezette a Star Academy című tehetségkutatót, illetve műsorvezetője lett az 50 milliós játszmannak. Mindemellert profi pókerjátékos is. Számos díjat tudhat magáénak (Az év műsorvezetője, a Legjobb férfi előadó, a Legjobb videoklip, a Legjobb rapper, Fonogram díj).

#### 4.5. A szeparációs fázis szakaszai

- 1.) Kalandra hívás: Majka életében a *ValóVilág* villájába való beköltözés jelentette a kalandot, ahova szomszédja unszolására jelentkezett.
- 2.) Visszautasítás: nem található meg.
- 3.) Természetfeletti segítség: a villába való bejutását ide sorolhatjuk, hiszen a nézők szavazatai nélkül ez nem valósulhatott volna meg.
- 4.) Az első küszöb átlépése: jelképesen tekinthetünk a villa küszöbének átlépésére.
- 5.) A cet gyomrában: a villában lévő élete ide sorolható.

#### 4.6. A beavatási fázis szakaszai

- 1.) A próbák útja: Majkának a villa-léte során sok „próbát” kellett kiállnia, itt gondolhatunk a játékokra, a nézők szimpátiájának elnyerésére, a műsor során lévő párbajokra, ahol Majka egyszer párbajozott.
- 2.) Találkozás az istennővel: Majka életében Dundika testesíti meg a Campbell által felvázolt istennő képét, hiszen kisfiuk születése után az újságok leendő házasságukról adtak hírt.
- 3.) Nő mint megkísértő: a villa után Majka a nők kedvencévé vált, számos hírességgel volt kapcsolata.
- 4.) Az apával való megbékélés: nem található nyoma az életútjában.
- 5.) Megdicsőülés: szóló zenei karrierje által számos zenei díjat kapott, zenéi toplisták élén szerepelnek. Műsorokat vezet, filmekben főszerepet vállal.
- 6.) Végső jótétemény: több jótékonysági rendezvényen vesz részt.

#### 4.7. A hazatérési fázis szakaszai

Majkánál ez a fázis nem figyelhető meg, hiszen nem külföldön kezdte a karrierjét. A Joseph Campbellnél megfigyelhető hősi elemek nem minden esetben alkalmazhatók ugyan Majkára, de az jól látható, hogy igazodik a mondák, mesék hőseinek életútjához. Hősmotívumnak tekinthető például a szegénység, ami Majka életében is megfigyelhető, hiszen Ózd-ról származik, ahol köztudottan nehezek a megélhetési körülmények. Vidékről elindul szerencsét próbálni a nagyvárosba, ahol beválasztják a nézők szavazatai által a *ValóVilág*ba. Itt belekóstolhat a gazdagok életébe, hiszen a villa, a berendezések, a jakuzzi és a körülöttük lévő környezet a jómódúak körülményeit tükrözik, nem pedig egy átlagos dolgozó családot. Majd a műsor meghozza számára a sikert, a műsort követően Dopeman segítségével beindul a zenei karrierje, olyannyira, hogy szólókarrierbe kezd és sorra jelennek meg az albumai, toplistás zenéi, videoklipjei. Egymást követik a felkérések különböző műsorok vezetésére, filmekben való szereplésekre. A nők és a közönség kedvencévé válik a műsort követően. Amennyiben ezeket az eseményeket kiemeljük, akkor Majka története ténylegesen hasonlóná válik bármely meséből ismert, szegény családból származó legkisebb gyermek történetéhez, aki elment szerencsét próbálni és sikerrel járt.

Tari Annamária a fogyasztói kultúrát tekinti a sztárkultusz hátterének, amelyben az igazán népszerű hősök nem a birodalomépítők, vagy feltalálók, hanem a „szép” emberek.<sup>160</sup> Ebben a társadalmi környezetben nem a műveltség és az okosság számít szerinte értéknek, hanem az azonnal megszerezhető javak, a könnyen elérhető, bármilyen színvonalú siker, aminek a hátterében esetleg semmilyen erőfeszítés nem áll. A valóságshow-szereplők a folyamatos adás következtében szinte családtaggá válnak, mindennapjaik kitöltik a képernyő előtt ülők mindennapjait és szinte helyettük is beszélgetnek, éreznek.

Tóth Péter István megállapítása, hogy a valóságshow-kból jövő ingerek hatnak ránk a szimpátia és az antipátia hatásával, de a hatásuk nem tartós, leegyszerűsítve: nézzük és elfelejtjük őket.

#### 4.8. A nők reprezentációja

Buda Béla hívja fel a figyelmet arra, hogy a műsor egyik lényeges eleme a nők szerepeltetése. Mindezt pedig azzal magyarázza, hogy a nők több emóciót mutatnak, „jobban” beszélnek, ezáltal színesebbek, jobban fokozhatják a nézők azonosulását, éppen ezért rájuk épülnek a viszony-konstellációk. A férfiak a drámai helyzetek fokozásának kellékei, hiszen – bár a nők ugyan a műsor cselekvéssorának motorjai – miattuk robbannak ki viták (féltékenység, vonzódás, rajongás, csalódás).

A televízió ez esetben is egyszerre ábrázolja a valóságot, megerősít és fejleszt bizonyos sablonokat, sémákat, viselkedésmintákat és értékszempontokat, ugyanakkor módot ad bizonyos szembesülésre is, amely elősegítheti a pszichés fejlődést.

Ahogy arra Kegyesné Szekeres Erika rámutat,<sup>161</sup> lehetséges szempont például a nők és a férfiak reprezentáltsága mennyiségi és minőségi mutatóinak vizsgálata, a sztereotipizálás eszközeinek és mechanizmusainak feltárása, a férfi- és a nőkép megjelenítődési formáinak hatása a befogadóra.

A társadalmi nem kérdése a média-kultúra kapcsolat szinte valamennyi vonatkozását érinti. Dennis McQuail számos nemzetközi adatra és forrásra támaszkodva megállapítja, hogy a média elhanyagolja a nők társadalmi szerepét, s a nőket erősebben sztereotipizált kontextusban ábrázolja, mint a férfiakat, a nőket alulpozicionálja és alulreprezentálja, míg a férfiakat felülpozicionálja és felülreprezentálja.<sup>162</sup> Vizsgálja a kérdést egyrészt a médiaszövegek tartalmára vonatkozóan, másrészt a médiaszövegek fogyasztására vonatkozóan. A médiaszövegek (médiatartalmak) kutatási eredményei közül kiemeli Fiske munkáját, aki a szappanoperákat vizsgálta elsődlegesen, hangsúlyozza megállapítását, miszerint a szappanoperák állandóan kétségbe vonják a patriarchátust, női értékeket legitimálnak, ezáltal önbecsüléshez juttatják azokat a nőket, akik életét meghatározzák. Egy női kultúra eszközéül szolgálnak, amely állandó küzdelmet folytat, hogy egy uralkodó patriarchátussal szemben kibontakozhasson. McQuail a tartalmat az előállítás folyamata szempontjából is megvizsgálja, s megállapítja, hogy például a hírgyártás egyértelműen férfiak uralta terep, ezek a médiaszövegek a férfiak szempontjai szerint reprezentálják a világot (már csak a tematikát tekintve is). A befogadás

160 TARI (2006): 198–199.

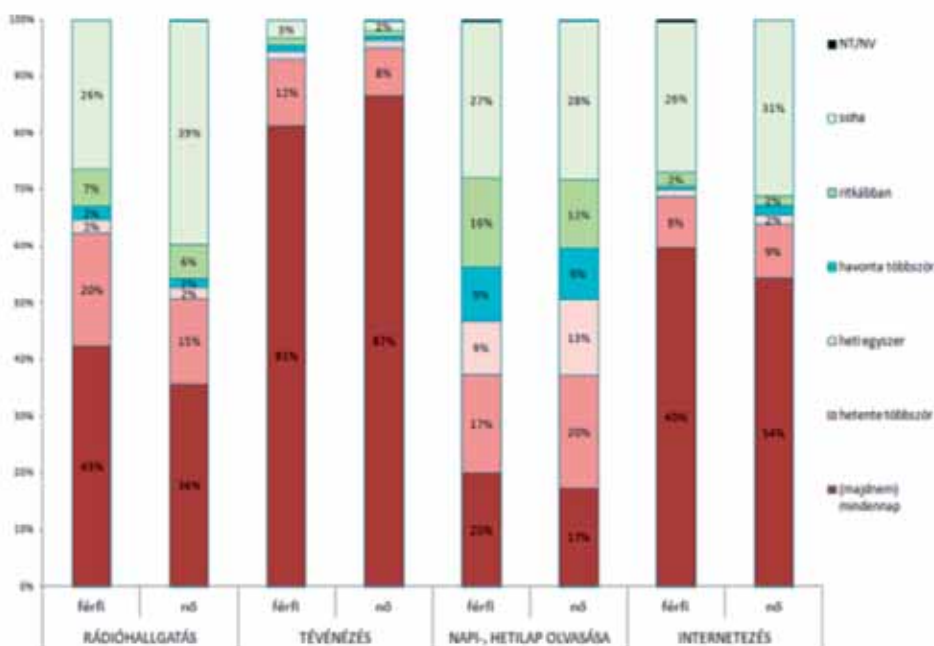
161 KEGYESNÉ SZEKERES (2006): 68.

162 MCQUAIL (2003): 94–95.

jellemzőivel kapcsolatban szintén úgy véli, hogy viszonylag nagy különbségek mutathatók ki férfiak és nők között, ami szerinte a férfiak és nők társadalmi szerepeinek meghatározott mintát követő különbségeivel, jellegzetes mindennapi tapasztalataival és szempontjaival magyarázható.

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Műsorfigyelő és -elemző Főosztálya 2016-ban végzett hasonló kutatást, amelyben a női szerepek megjelenítési módját térképezte fel a magyar médiában. Úgy vélik, a médiának fontos szerepe lehet abban, hogy a fogyasztók mennyire vannak tisztában egyes csoportok közösségen belül elfoglalt valódi szerepével, helyzetével, valamint mennyiben válnak fogékonnyá az egyes csoportok problémái iránt. Igaz ez a nők (és férfiak) médiareprezentációjára is. A média amellet, hogy a nemek társadalmi megjelenítésének egyik fő színtere, a nemi identitás alakításának is fontos szereplője.<sup>163</sup> Vizsgálatuk a rádió és televízió reprezentációs tendenciáira vonatkozott.

A médiafogyasztási szokások nemek szerinti megoszlását a következő ábrában összegezték:



1. ábra: A tájékozódás forrásai és gyakorisága nemek szerint (Forrás: NMHH Piaci Információs osztály – Műsorelemző osztály)

A médiatartalmak közül vizsgálták a magazinműsorokat, az elmúlt 30 év hazai gyártású szappanoperáit, a népszerű gyerekcsatornák animációs sorozatait, valamint a reklámokat. A magazinműsorokkal kapcsolatban arra keresték a választ, hogy:

- a női műsorvezetőknek és riportereknek milyen szerep jut a magazinműsorokban, milyen gyakorisággal, milyen témák kapcsán jelennek meg;

- vannak-e speciálisan női témák, észlelhető-e különbség nemek szerint a tartalmak megoszlását illetően;
- miképpen alakul a szakértő vendégek nemi aránya a műsorvezetés függvényében, vajon a riport témája befolyásolja-e a meghívott szakértő vendég nemét.

Kutatásuk eredményeképpen megállapították, hogy a magazinműsorok világában a nemek „elkülönítése” számított meghatározó gyakorlatnak, hiszen a műsorszegmensek nem egészen kétharmadában kizárólag férfiak (60%), majdnem kétötödében pedig csak nők (39%) szerepeltek. A két nem együttes megjelenése vagy két női műsorvezető szereplése ritka kivételnek számított. E sémától a kereskedelmi televíziók tértek el a legbátrabban. Fontosnak tartották azt is megnézni, hogy kor szerint mi jellemzi a nemek alkalmazását. Kimutathatók-e jelentős különbségek a hasonló életkorú férfi és női médiamunkások megjelenésében. Adataik alapján míg a fiatalabb, illetve középkorú nők nagyjából azonos eséllyel kapnak feladatot a médiában, addig idősebb korban (46–60 éves kor) foglalkoztatottságuk a harmadára csökkent, míg a férfiaké a másfélszeresére nőtt.

A sorozatok gender-reprezentációjával kapcsolatban a kutatók hipotézise az volt, hogy nagyrészt a hagyományos férfias/nőies viselkedésmódokat preferálja, és erőteljesen a nemi sztereotípiák mentén épül fel. Ehhez képest a vizsgálati eredmények jóval kiegyensúlyozottabb, a társadalomban elfoglalt pozíciókat a vártnál jobban tükröző képet adtak. A sorozatok egyik szériájában sem jelent meg az a hagyományos forgatókönyv, amelyben a történet nagyrészt a sztori szempontjából fontos férfi szereplők cselekedetei mentén épül fel. Tapasztalható volt azonban a nemek közötti fölé- és alárendeltségi viszonyokban a férfiaknak kedvező hagyományos, rossz beidegződést tükröző és a nők számára negatív mintát közvetítő nemek közötti hierarchia ábrázolása.

A gyerekeknek szánt műsorokat vizsgálva a kutatók úgy látták, továbbra is tetten érhető a hagyományos nemi szerepfelfogást bemutató szekvenciák. A férfi karakterek száma több, mint kétszerese volt a nőkének, és a férfiak dominanciája is igazolódni látszott – háromszor annyi férfi „kapott” főszerepet, mint az ellenkező nem tagjai. A nők többsége jellemzően betöltött valamilyen sztereotipikus szerepkört: gondoskodók, empatikusak voltak, szépségük túlhangsúlyozottá vált. Ezzel szemben a férfi karakterek „színesebbeknek” számítottak, kevésbé ábrázolták sematikusán őket, erényeik és gyengeségeik jobban megnyilvánulhattak, így a velük azonosuló fiú nézőkre is pozitív hatással lehettek.

A reklámokkal kapcsolatos vizsgálatok épp ellenkező eredményeket hoztak a többi vizsgált tartalommal szemben, legalábbis, ami a nemek megjelenésének arányát illeti. A vizsgálat eredménye szerint a nők jóval többet szerepeltek, és jellemzően fiatalabbak voltak, mint a férfiak. A külső megjelenést a nők esetében tartották fontosnak, a munka világa azonban a férfiaknál volt hangsúlyosabb.

Kb. az 1980-as években kezdték vizsgálni azokat a beszélgetéstípusokat, amelyekben férfiak és nők egyaránt részt vesznek. Egy több kutatás eredményeit összefoglaló metaelemzés a következő közös elemeket hozta felszínre:

- a nők kevesebbet beszélnek, mint a férfiak,
- a nőket gyakrabban félbeszakítják a férfiak,
- a nők ritkábban határozzák meg a beszélgetés (rész)témáját,

- a nők gyakrabban beszélnek egyes szám első személyben, a férfiak többet használják az általános alany valamely grammatikai formáját.

A vizsgálatok kitértek a magánszférában – családban – és a nyilvános térben – tudományos tanácskozásokon, parlamentben, médiában – zajló beszélgetésekre is.

Számos kutatás keletkezett a közbevágás vizsgálatára. A közbevágást – amikor valaki akkor szólal meg, amikor egy másik még beszél – általában a beszélgetés irányításaként értelmezik. A nyolcvanas években a közbevágások elemzése nőkből és férfiaktól álló vegyes csoportokban divatos témának számított. Gyakran idézik Carol W. Kennedy és Carl Camden vizsgálatát, amely szerint a nemek közötti közbevágások 96%-át férfiak követték el „nők rovására”. Ma már nem tartják az együttbeszélést egyértelműen hatalomfitogtató, udvariatlan aktusnak, rámutatnak arra, hogy támogató, segítő céllal is létrejöhet.

Vannak, akik a férfiak és a nők mindennapi kommunikációjának legfőbb különbségét abban látják, hogy miért kezdenek el beszélgetni, mit gondolnak annak céljáról, értelméről. Sokan úgy vélik, hogy a nők a beszélgetést elsősorban kapcsolatépítés céljából kezdeményezik, míg a férfiak a problémák közös megoldása érdekében. Barátnői csoportokban megfigyelhető egyfajta „rituális panaszkodás”, mindenki elmondja a saját gondját-baját. A beszélgetés megnyugtató, mert szolidaritást sugall: „nem vagyok egyedül”. Férficsoportokban ezzel szemben rituális dicsekvés figyelhető meg: a sportban, üzleti életben vagy egyéb téren elért sikerek újraélése.

A különböző férfi és női attribútumok már a szereplők válogatásában is fontos szerepet játszanak (így például férfiak esetében a társadalmi státusz, a nők esetében a külső jegyek, a személyközi viszonyok kezelése). A beválogatott szereplők gender-aránya mindig egyenlő. Ugyanakkor érdekes, hogy a *ValóVilág* tíz szériájából mindössze kettő végződött női nyertessel.

Széria	Kezdet	Finálé	Győztesek	Tévécsatorna
ValóVilág 1	2002. szeptember 11.	2002. december 22.	Szabolcs (27) (Mészáros Szabolcs)	RTL Klub
ValóVilág 2	2003. január 1.	2003. május 31.	Laci (31) (Vitkó László)	
ValóVilág 3	2003. december 28.	2004. június 4.	Milo (18) (Gyukin Milovan)	
ValóVilág 4	2010. november 20.	2011. május 8.	Alekosz (32) (Nagy Alekosz)	
ValóVilág 5	2011. szeptember 12.	2012. február 26.	Attila (33) (Knapp Attila)	
ValóVilág 6	2014. január 12.	2014. május 11.	Aurelio (23) (Caversaccio Aurelio Onorato)	RTL II
ValóVilág 7	2014. november 16.	2015. március 1.	Robin (26) (Mittly Dávid)	
ValóVilág 8	2016. augusztus 27.	2016. december 11.	Soma (21) (Farkas Soma)	
ValóVilág 9	2018. november 4.	2019. február 17.	Zsuzsu (23) (Varga Zsuzsanna)	

## 5. Kitekintés a nemzetközi szakirodalomra

A valóságshow-kutatás nemzetközi szakirodalma meglepően szűk horizonton mozog és alapvetően a 2000-es évek elején jelent meg. A munkák jelentős része az új típusú közönség (audience)<sup>164</sup> a megfigyelés (surveillance),<sup>165</sup> a valóság és a fikció összemosódása (narratíva),<sup>166</sup> az együttélés és kormányzás (government)<sup>167</sup> kérdéskörét járja körül. A témakörben megjelent kisszámú monográfiák és folyóirattanulmányok idézettsége alapvetően alacsony, és az eredmények implementációja a szabályozási gyakorlatba világszerte nem szignifikáns.

A kutatásunk középpontjában álló kérdések közül a szexualitás témájával foglalkozó írások száma alacsony, de van közöttük kidolgozott munka is.<sup>168</sup> Ugyancsak kevésbé kutatott terület a műsortípus fiatalokra gyakorolt hatása, elenyésző a téma szakirodalma.<sup>169</sup>

## 6. ValóVilág powered by Big Brother és a BeleValóVilág10 – kvalitatív tartalomelemzés

A vizsgált időszak: 2020. 11. 19. – 2021. 02. 24.

Vizsgált műsorok: *ValóVilág powered by Big Brother 10* (röviden: *VV10*), *BeleValóVilág10*

Szereplők: Vivi, Robi, Merci, Moh, Bálint, Dani, Virág, Fru, Renátó, Gina, Amanda, Gábor, Digo.

### 6.1. A kutatás módszertana

A kvalitatív kutatások esetében a kvalitatív kritériumkatalógus alkalmazásával és annak követésével a kutatási folyamatban lehetővé válik a megfelelés ezeknek a kritériumoknak, valamint az érvényesség és a megbízhatóság közötti összefüggések kifejezése.

### 6.2. A kutatás objektivitása

A kvalitatív vizsgálatoknál az objektivitás nehezen igazolható, a kutatás tárgya és a kutató nem független egymástól, folyamatos interakcióban állnak egymással, de ennek ellenére ebben a kutatásban az objektivitást a kódolás tárgyától (*ValóVilág powered by Big Brother* és a *BeleValóVilág10*) való lehető legnagyobb függetlenedés alapján igyekeztünk megvalósítani. A kódrendszer kifejlesztői és a kódolást végző személyek között közel egyenlő eloszlás volt abban a tekintetben, hogy ki követte korábban a műsor egyes adásait, és ki az, aki nem ismerte ezt a műsortípust.

---

164 Lásd HILL (2002); FRAU-MEIGS (2006)

165 Lásd KENSBOCK–STÖCKMANN (2020); BARUH (2007)

166 Lásd EAVES–SAVOIE (2005)

167 Lásd PALMER (2002)

168 Lásd FOX (2018)

169 Lásd ZILKA (2021)

A kategóriák felállításánál a pszichológiai, kommunikációelméleti, szociológiai és pedagógiai elveket szem előtt tartva törekedtünk az objektivitás minél teljesebb és szélesebb körű megvalósítására.

### 6.3. A kutatás validitása

A kutatás validitása, azaz érvényessége az jelenti, hogy valóban azt mérjük, amit mérni szeretnénk – a kvalitatív kutatásokban számos módon meghatározható, még ha egzakt módon, számszerűen nem is mérhető. Ennek egyik eszköze a különféle technikák alkalmazása, azaz a trianguláció. A kutatás kezdetén végiggondoltuk, hogy a trianguláció típusai közül melyek alkalmazása lesz releváns és kivitelezhető:

*A módszertrianguláció*, azaz többféle módszer alkalmazása ugyanazon kérdés megválaszolására részben megvalósult, hiszen a megfigyelés mellett a tartomelemzés módszerét is használtuk a szereplők viselkedésének és a nemek közötti különbségek felmérésének értelmezése során.

*A személyi trianguláció*, azaz annak szükségessége, hogy több kutató, illetve vizsgálatban résztvevő személy közös értelmezésre jusson, megvalósult, mert a kódrendszer összeállítása több terület szakembereinek konszenzusa által történt, valamint a kódolók mind a nemek, mind az életkor, mind a szakterület vonatkozásában kellően nagy szórást mutattak.

*Az időbeli trianguláció* érvényesítésre került, hiszen a mintavétel során a *ValóVilág* adásainak kiválasztásánál a műsor kezdete, a széria közepe, valamint vége mintavételi pontokat tekintettük elsődlegesnek, azon belül a csütörtöktől szerdáig tartó időintervallumot elemeztük. A vizsgálatot így egy longitudinális kutatásnak is tekinthetjük, de annak keresztmetszeti jellegét is érvényesíteni tudtuk.

*A komprehenzív adatelemzés* során a férfi és női szereplők összesített elemzésére, a nemek szerinti eltérések beazonosítására került sor, valamint a személyenkénti elemzést is vizsgáltuk, amelynek célja a viselkedéssjegyek függvényében történő elemzés.

*Az alternatív értelmezések ellenőrzése* a kódolási struktúra kialakítása során, valamint az elemzés során is megvalósult.

*A dokumentáció*, az átláthatóság és a kutatás lépéseinek folyamatos dokumentálása maradéktalanul megvalósult, hiszen a kódolók minden adáshoz külön kódolási sablont készítettek, valamint ehhez kapcsolódóan reflexiókat és egyéb kiegészítő adatokat rögzítettek a kódolás mellett. Ezt követően a kapott adatokat statisztikai adattáblákban, változók formájában kódoltuk.

### 6.4. A kutatás megbízhatósága

A megbízhatóságot a kutatás folyamatos, részletes és pontos dokumentálása, valamint a kutatók reflektív hozzáállása biztosította. A megbízhatóság kritériumai a kutatásban:

*A kvalitatív elemzéshez* szükséges adatkorpusz előállításához szükséges videóanyagok rendelkezésre álltak az elemzés megkezdése előtt, hiszen televízióban sugárzott műsorról volt szó, azonban a megfigyelés miatt azok átírására nem került sor.



A *következetes adatkezelés*: a kódolási ismérvek és célok meghatározása több esetben is táblázatos formában valósult meg a dolgozatban. A kutatás teljes dokumentációja és az elemzés lépéseinek leírása részletesen megtörtént.

A *megfigyelők közötti egyetértés*: megvalósult a kódolók felkészítése, valamint a folyamatos egyeztetések és a kódolási útmutató elkészítése révén. A kutatás ellenőrzése során a belső megbízhatóság érdekében a kódolás megbízhatóságának biztosítására interkódolást alkalmazunk, amely során „*két független kódoló két független kódolását végzi el ugyanannak a dokumentumnak*”,<sup>170</sup> amely kapott adatokat együttesen elemezzük.

A *kódolók nemek szerinti megoszlása egyenletes, kereszt szekcionális*, azaz a kódolt személyek neme negatív korrelációt mutat a kódolók nemével. A kódolási stratégia kialakításában törekedtünk arra, hogy az interkódolás elvének megfeleljen. A férfi és női szereplők összesített elemzése során, a nemek szerinti eltérések beazonosítása érdekében a férfi és női szereplőket is egymástól függetlenül egy nő és egy férfi kódolja. Ennek eredményeként lehetővé vált a megbízhatósági próbák elvégzése.

## 6.5. Strukturált változórendszer

A kutatás 4 fő terület köré csoportosult, amelyeken belül változókat hoztunk létre. A változórendszer elemzése alapján kijelenthetjük, hogy a legdominánsabb terület a szereplők viselkedésgjegyeinek vizsgálata, valamint a társakkal való viszony vizsgálata, ezt követi a kommunikáció és a munkához való hozzáállás.

	Kódolt változók	Összesen hány változóval vizsgáltuk
Feladathoz/Munkához való hozzáállás	Aktivitás Háziasság Együttműködésre törekvés Motiváció a feladat végrehajtására Egyéb észrevétel	4
Társakkal való viszony	Dominancia Mások kritizálása (direkt) Mások kritizálása (indirekt) Konfliktust kerülés Konfliktust keresés Konfliktust felvállaló Konfliktust megoldó Felelősségvállalás Elhárítás Segítségnyújtás Ellenségesség Barátságos megnyilvánulás Szerelmes megnyilvánulás Gyűlölködő, haragos megnyilvánulás	14

Viselkedés	Dohányzás Alkoholfogyasztás Egészségtelen ételek Agresszív megnyilvánulások Olvasás Egyéb intellektuális tevékenység Szépségápolás Edzés Nevetés, öröm Sírás Ölelés, kedvesség azonos neművel Ölelés, kedvesség más neművel Szexuális viselkedés kezdeményezése Szexuális viselkedés elfogadása Szexuális viselkedés elutasítása Meztelenség	16
Kommunikáció	Trágár beszéd Illetlen beszéd témák Kiabálás Bántalmazás Elutasítást jelző póz Szorongást jelző póz Nyitottságot jelző póz Egyéb kiemelendő Negatív asszociáció Pozitív asszociáció	10

## 7. Az 1. adásblokk vizsgálatának eredményei

A vizsgált időszak: 2020. 11. 19.– 2020. 11. 25.

### 7.1. A játékosok viszonya egymáshoz

Ebben a kategóriában arra kerestük a választ, hogy a vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók be. Ezeket többnyire gyakorisági vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, majd a kutatók megvizsgálták a kapott értékeket.

### 7.2. Munkához való hozzáállás

A munkához való hozzáállás fő kategória során azt vizsgáltuk, hogy az egyes, elemzett adás-intervallumokban a szereplők viselkedése hogyan értékelhető az aktivitás, a háziasság és a motiváció tekintetében.

### 7.2.1. Aktivitás

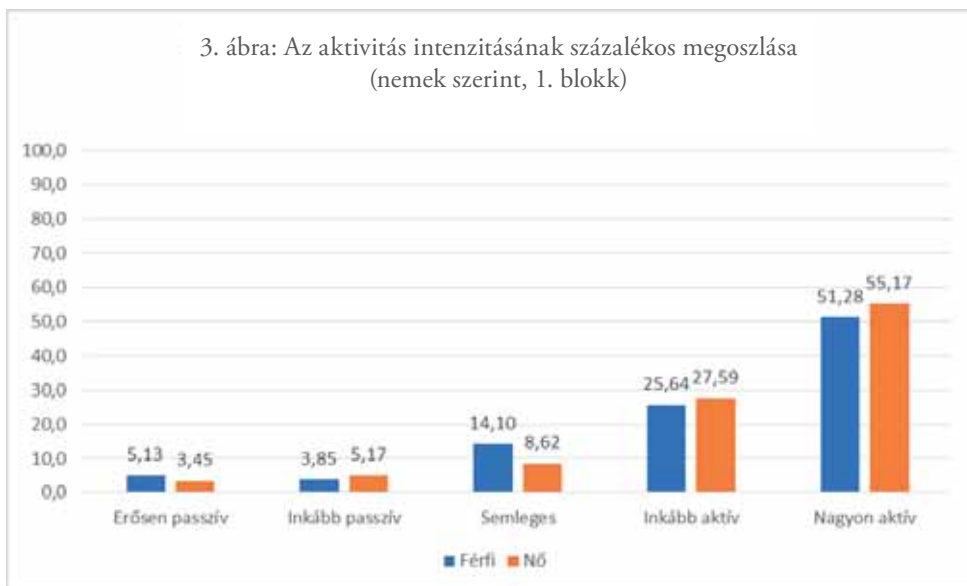
Az Aktivitás alatt azt értjük, hogy a szereplők milyen mértékben vettek részt az olyan feladatokban, amelyeket a műsor készítői találtak ki számukra. Az elemzés során egy 5 fokú skálát használtunk, amelyben az:

- 1=erősen passzív,
- 2=inkább passzív,
- 3=semleges,
- 4=inkább aktív,
- 5=nagyon aktív.

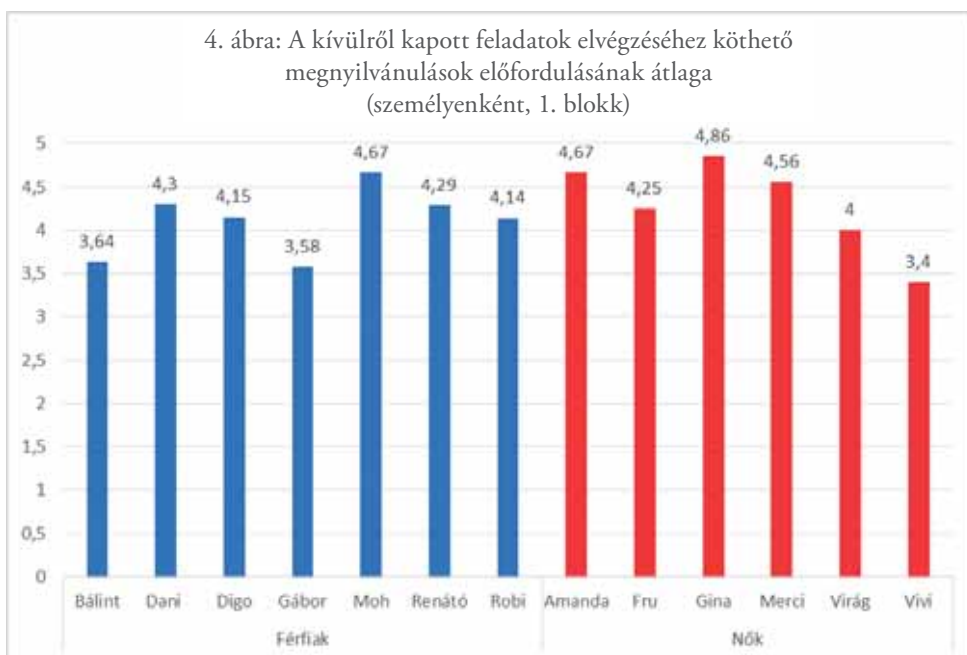
Az eredményeket a nemek szerinti bontásban a bekódolt szegmensek száma alapján elemeztük, amely azt jelenti, hogy a szereplők az adott feladattal kapcsolatban hányszor nyilvánultak meg valamely módon. A férfiaknál átlagosan 4,11, a nőknél 4,29 alkalommal fordult elő a tevékenység.



Ha részletesebben vizsgáljuk meg a tevékenység intenzitását, akkor az aktivitásmérték megoszlásáról az ötfokú Likert-skála adatai alapján azt mondhatjuk, hogy az erősen passzív és a semleges tulajdonságok inkább a férfiakra, míg az összes többi tulajdonság inkább a nőkre volt jellemző.



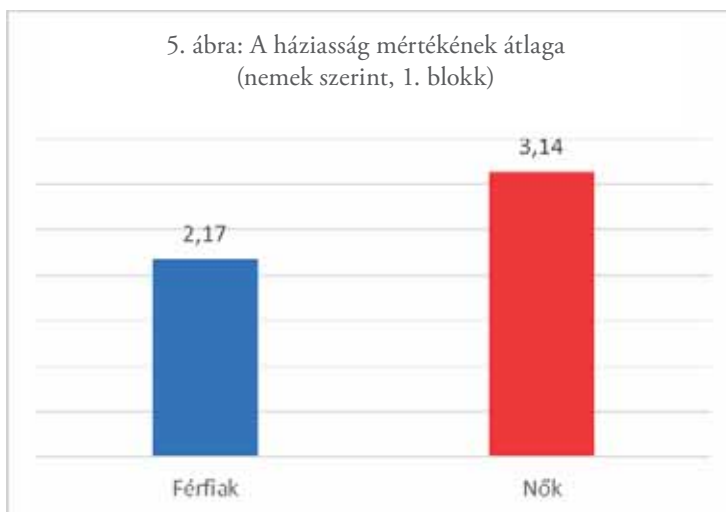
A férfiak között a megnyilvánulások alapján a legaktívabb Moh, Dani és Renátó voltak, míg a nők esetében Gina, Amanda és Mercé.



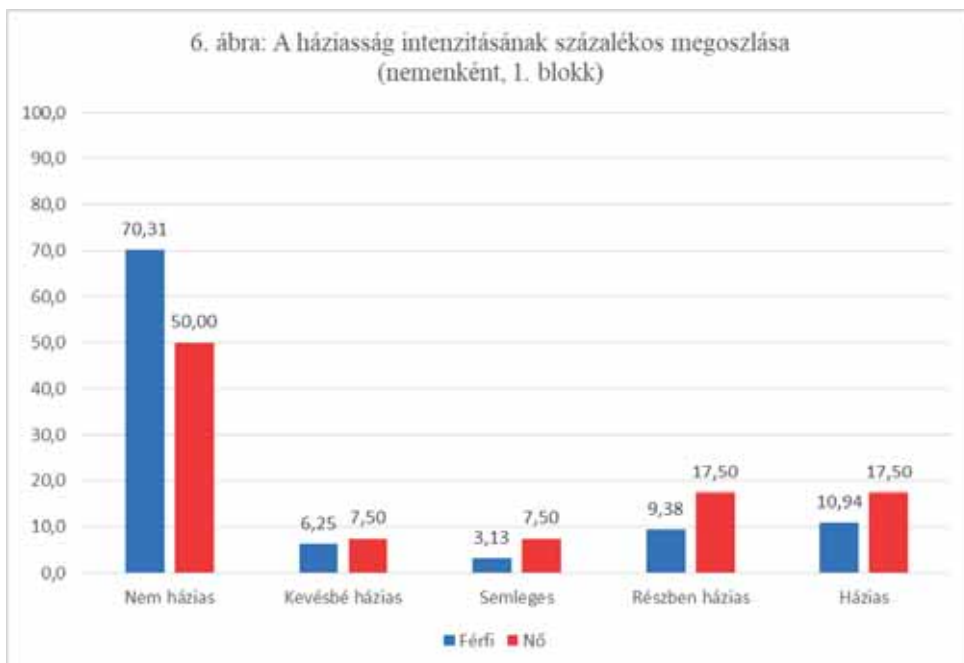
### 7.2.2. Háziasság (napi háztartási tevékenység)

Háziasság alatt a napi háztartási tevékenységek során mutatott aktivitást értjük, amelyet a megfigyelés során mértünk Likert-skálával, ahol az 1 a nem háziast jelentette, míg az 5-ös a háziast.

A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulásokat nemenként vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a megfigyelt adásblokkban a nők háziassabbak, mint a férfiak.

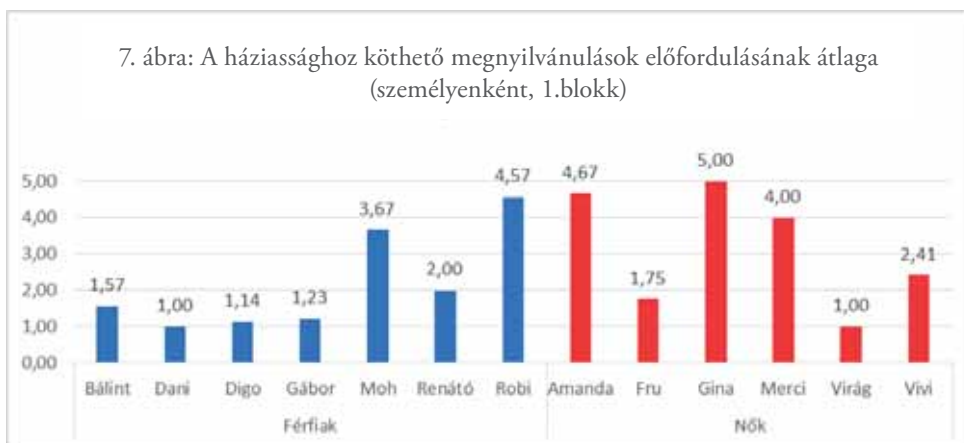


A háziasság mértékének megoszlását tekintve nagyjából hasonló arányokat láthatunk a nemek között. A férfiakra jellemzőbb a nem háziass kategória, míg a nőket jobban jellemzi az összes többi kategória.



A kapott eredmények alapján kijelenthetjük, hogy a férfiak 70,3%-a egyáltalán nem házas, a nők esetében ez az arány 50%.

A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulásokat személyenként vizsgálva a férfiak között Robi, Moh és Renátó, a nőknél a vizsgált időszakban Gina, Amanda és Merczi vezette a listát.



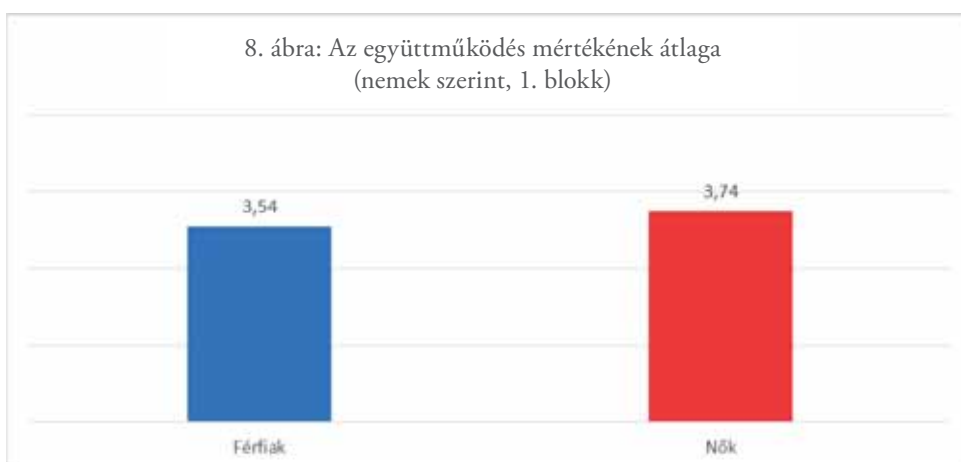
A vizsgálataink alapján kijelenthetjük, hogy az eredmények erős szignifikáns összefüggést ( $r=0,19$   $p=0,04$ ) mutatnak a Spearman-féle korrelációs együttható alapján.

### 7.2.3. Együttműködésre törekvés

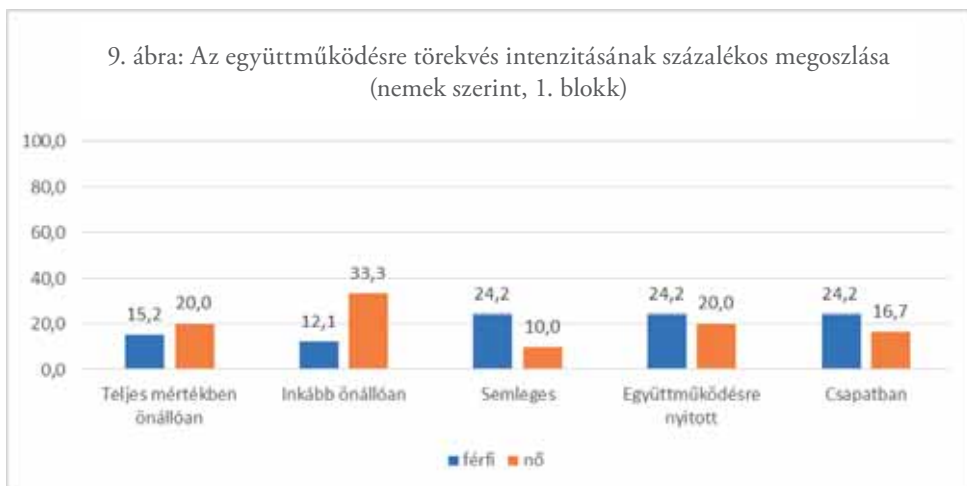
Az együttműködésre törekvés alatt azt értjük, hogy a szereplők egy-egy feladat elvégzése során mennyire nyitottak a másokkal együtt való munkára a kívánt eredmény elérése érdekében:

- 1=teljes mértékben önállóan,
- 2=inkább önállóan,
- 3=a semleges,
- 4=együttműködésre nyitott,
- 5= csapatmunkára nyitott.

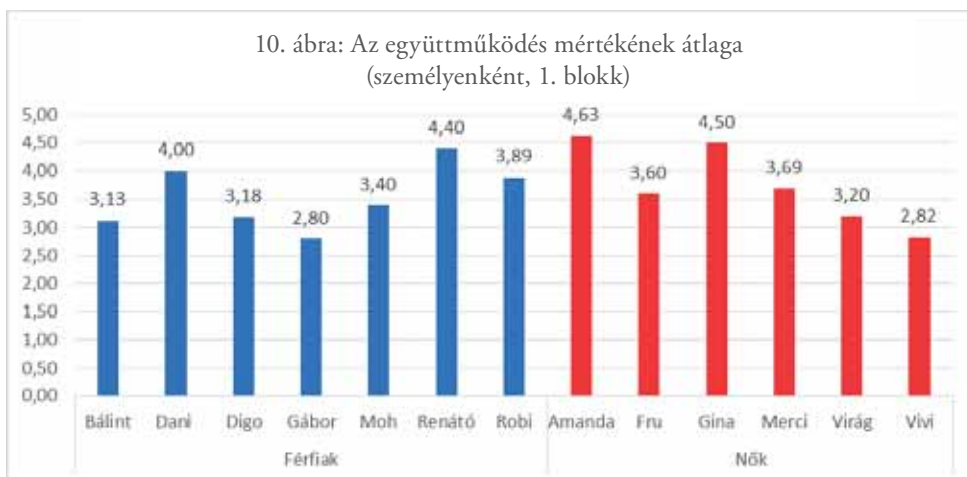
A nemek szerinti bontásban láthatjuk, hogy a nők valamelyest többször mutattak a műsorban olyan megnyilvánulást, amely a csapatban való munkavégzésre, együttműködésre utal.



Az együttműködésre törekvés intenzitásának vizsgálata során az ötfokú Likert-skála értékei alapján kijelenthetjük, hogy a nőkre „a teljes mértékben önállóan”, illetve az „inkább önállóan” kategória jobban jellemző. Az „együttműködésre nyitott”, illetve a „csapatban” történő munkavégzés pedig inkább a férfiak körében tapasztalható.



A vizsgálat eredményeit tekintve elmondhatjuk, hogy összességében jellemző volt a szereplőkre a csapatban való gondolkodás a megfigyelt időszakon belül, nincs olyan játékos, aki egyszer sem törekedett volna az együttműködésre.



A Spearman-féle korrelációs együttható számítás eredménye alapján azt mondhatjuk, hogy a nemek és az együttműködésre való törekvés között nincs szignifikáns összefüggés.

#### 7.2.4. Motiváció a feladatvégrehajtásra

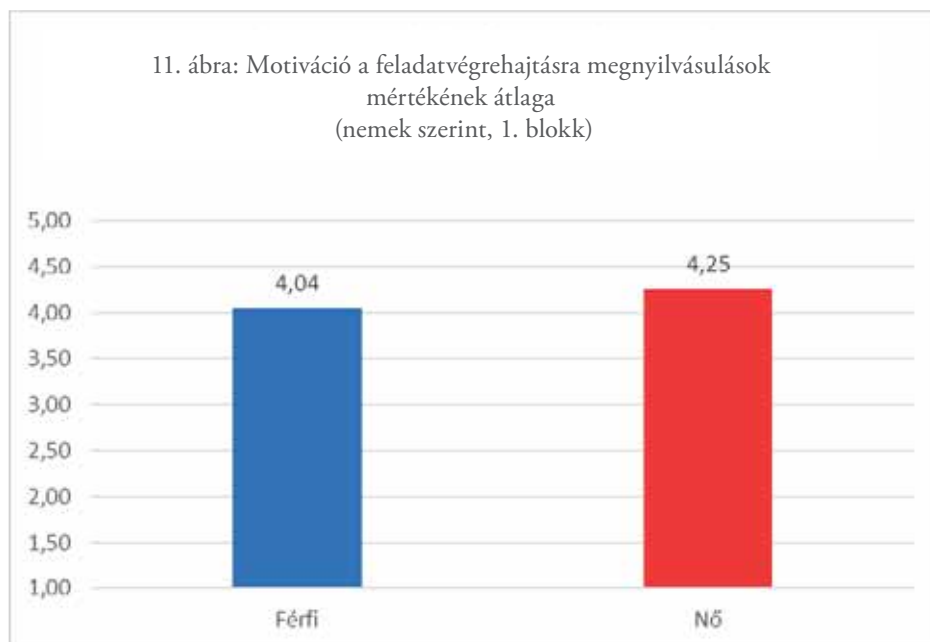
A feladatvégrehajtás kapcsán kíváncsiak voltunk arra, hogy az adott szereplők nemek szerinti bontásban hogyan állnak az egyes feladat munka elvégzéséhez. A Likert-skála kategóriáit az alábbiak szerint hoztuk létre:

- 1=nem végzi el a feladatot,
- 2=épphogy elvégzi a feladatát,

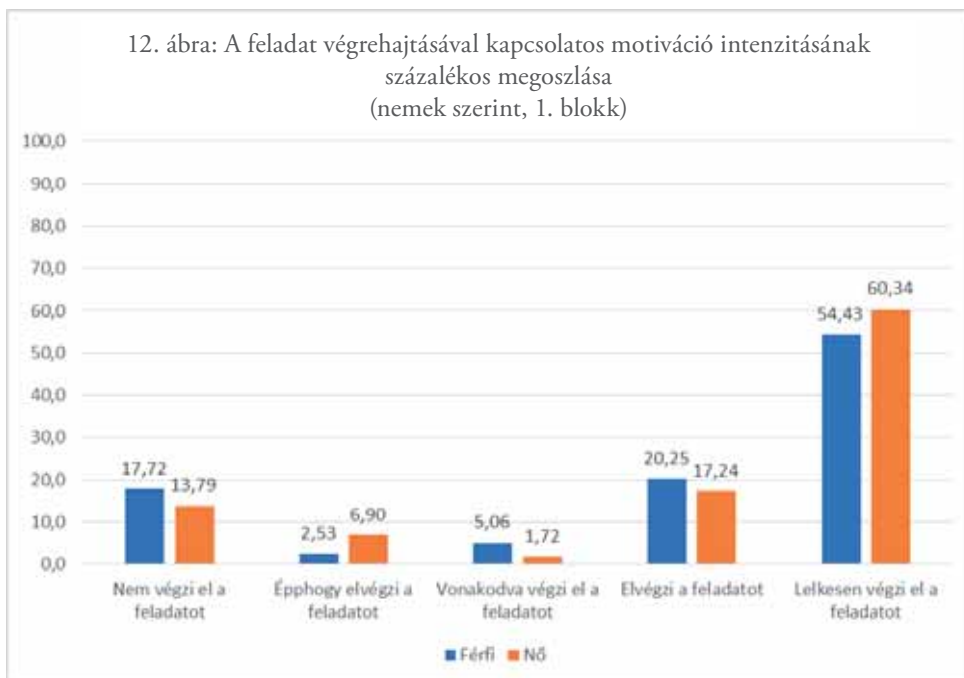


3=vonakodva végzi el a feladatot,  
4=elvégzi a feladatot,  
5=lelkesen végzi el az adott munkát.

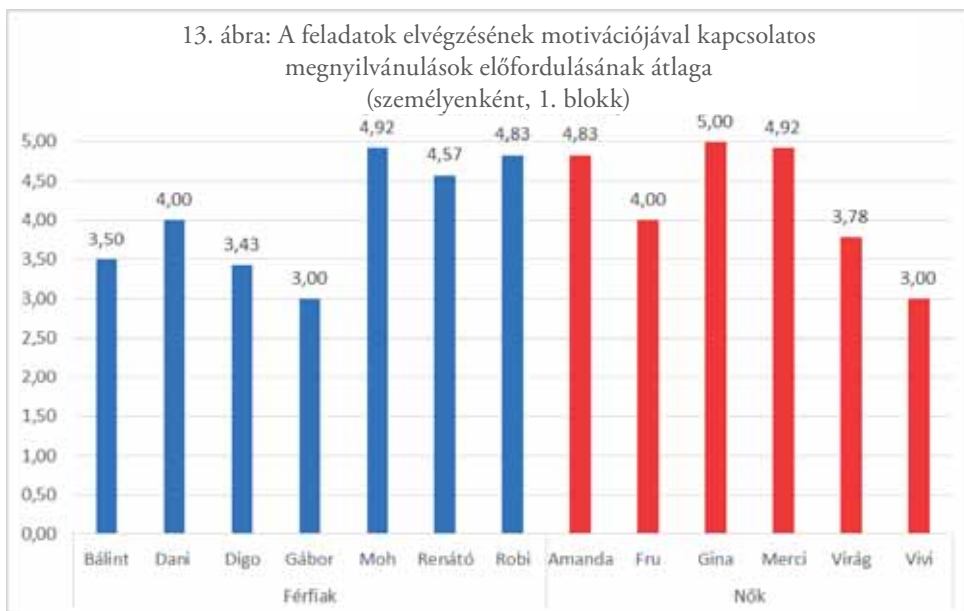
Ha nemek szerinti bontásban vizsgáljuk ezt a változót, akkor kijelenthetjük, hogy a nők pozitívabban és lelkesebben végezték a feladatokat, bár a különbség nem számottevő.



A motiváció a feladat végrehajtására esetében az öt fokú skála értékei nemek szerint a következőképpen szóródnak: az épphogy elvégzi a feladatot és a lelkesen végzi el a feladatot a nőkre jellemző, míg a másik három jellemző inkább a férfiaknál fordul elő.



A személyenkénti elemzés során azt látjuk, hogy a férfiaknál Moh, Robi és Renátó, míg a nőknél Gina, Merci és Amanda ilyen jellegű megnyilvánulásainak átlagos előfordulása a legmagasabb.



A Spearman-féle korrelációs együttható eredménye alapján nem mutatható ki szignifikáns összefüggés a változók között ( $r=0,05$   $p=0,56$ ).

### 7.3. Társakkal való viszony

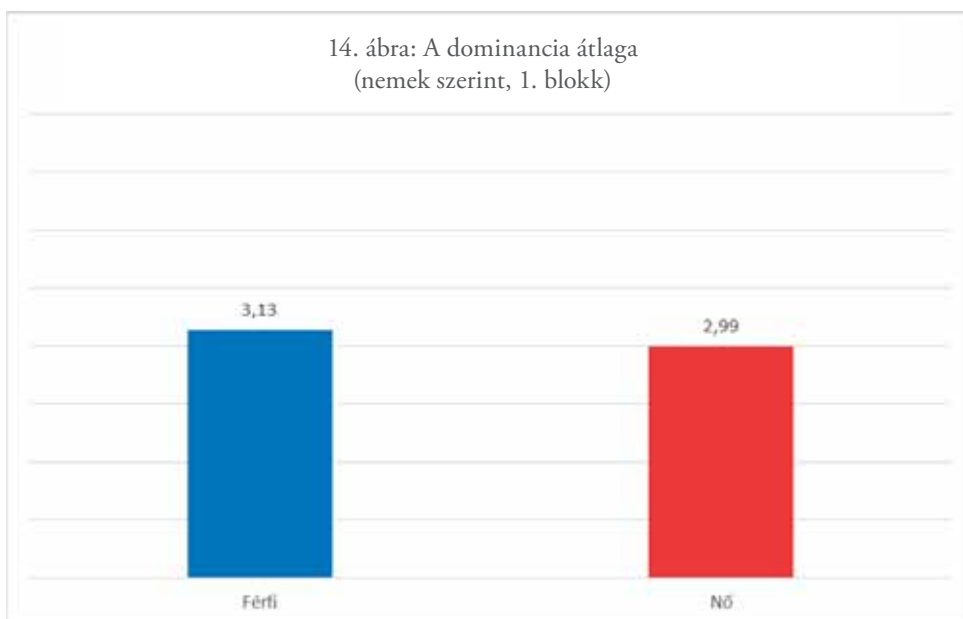
A társakkal való viszony főkategória esetében arra kerestük a választ, hogy az egyes, vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók, ezeket többnyire gyakorisági vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, és ezeket elemeztük.

#### 7.3.1. Dominancia, csoportban elfoglalt hely

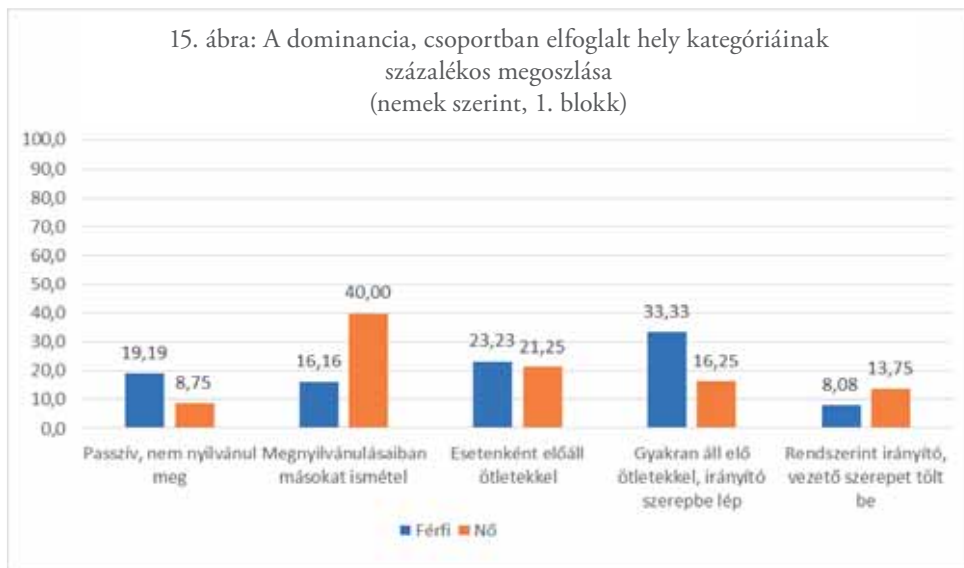
A feladatok elvégzésében a hozzáállás mellett a szerepeket is vizsgáltuk, azt, hogy egy feladat megoldásában és összességében a csoportban milyen mértékben vesz részt a játékos. Ez alapján az alábbi kategóriákat különítettük el, amelyek alapján a szereplőket értékeltük:

- Passzív, nem nyilvánul meg;
- Megnyilvánulásaiban másokat ismétél;
- Esetenként előáll ötletekkel;
- Gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepbe lép;
- Rendszerint irányító, vezető szerepet tölt be.

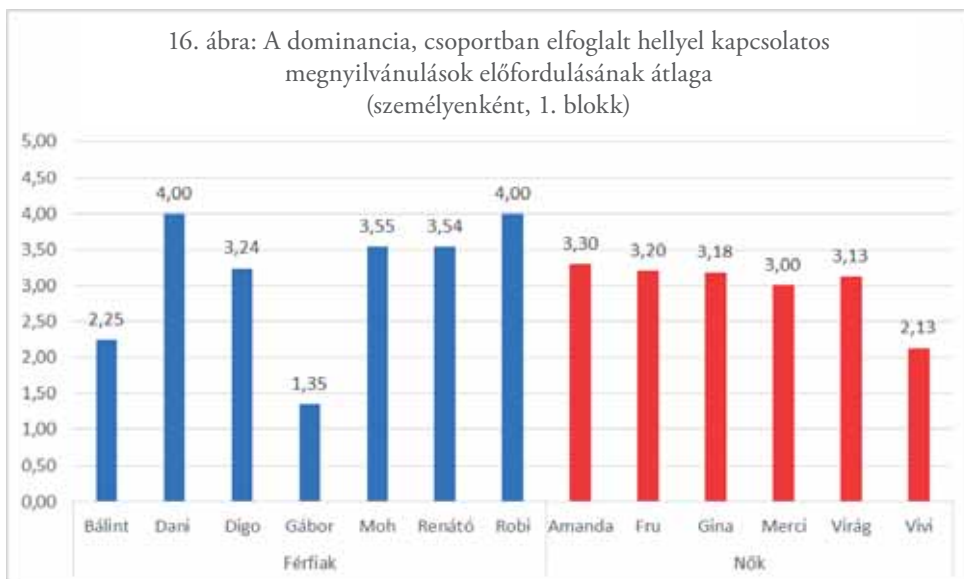
A skála két végpontja között, tehát a passzív feladatvégrehajtástól az aktív-dominánsig fokozatokat különítettünk el. A skála értékeinek vizsgálata során kijelenthetjük, hogy a nők kevésbé voltak dominánsak, a csoportban elfoglalt helyet tekintve alulreprezentáltak az első vizsgált adássorozatban, átlagosan 2,99-es értéket értek el.



Az eredmények alapján azt mondhatjuk, hogy a férfiak kreatívabbak, hiszen gyakrabban állnak elő ötletekkel. Az irányító szerepet többször jelezték a megfigyelők a nőknél, valamint a mások másolása, követése is inkább rájuk jellemző.



A nőknél a Likert-skála átlagai alapján Amanda, Fru és Gina, a férfiaknál Dani, Robi és Moh szerepel a dobogó első három fokán.



A keresztábra-elemzés eredménye alapján nem mutatható ki a nemek függvényében szignifikáns összefüggés.

### 7.3.2. Kritizálás (direkt, indirekt)

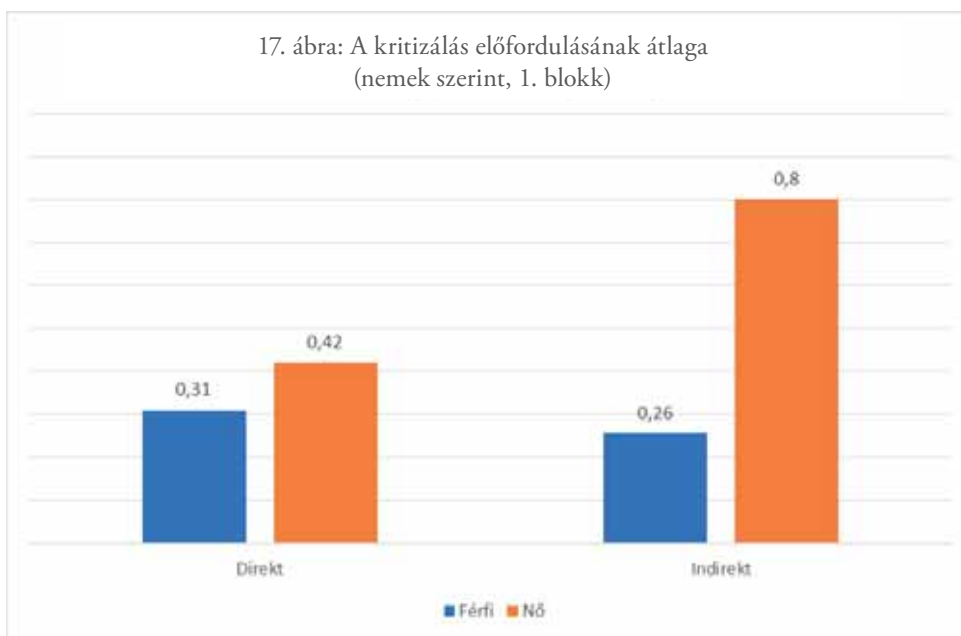
Az intrika fontos szerepet játszik szinte minden olyan valóságshow-ban, amelynek dinamikáját jelentős mértékben a résztvevők csökkenő száma határozza meg, és különösen fontos azokban a változatokban, ahol a műsor szereplőinek befolyásuk van arra, hogy kinek legyen esélye kiesni a játékból. Számos egyéb tényező is befolyásolja a bennmaradás esélyét, de a játék kezdeti szakaszában rendszerint az a játékos tudja nagyobb eséllyel elkerülni a kiesést, aki kevés játékosársban ébreszt unszimпатиát és minél több játékos számára szimpatikus.

Természetesen a valóságshow-k szerkesztői a kiszámíthatóság csökkentése érdekében igyekeznek ebbe beavatkozni: jó példa erre az az első blokk ideje alatti nézői szavazás<sup>171</sup>, amely még a műsor rajongói között is számos esetben negatív fogadtatásra talált<sup>172</sup>.

Az intrikát, azaz mások kritizálását fontosnak tartottuk beemelni a kutatásba.

Az első adásblokk megfigyelése során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a kritizált személy jelenléte nélküli) intrika számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

Az 1. vizsgált adásblokkban a kritikus megnyilvánulások adásonkénti átlagos megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy noha a nők mind a direkt, mind az indirekt kritizálás esetében magasabb arányt mutatnak, ez utóbbi esetében a különbség különösen szembeötlő, illetve a férfiak esetében gyakrabban fordul elő a szemtől szembeni kritikus megnyilvánulás.



171 A nézőkhöz intézett kérdés az volt, hogy ki generálja a legtöbb sztorit a villában, ugyanakkor arról nem informálták a nézőket, hogy aki az utolsó helyen végez, annak távoznia kell. Ráadásul Bálint és Mercédész a szavazás lezárásáig csupán két nap műsoraiban volt látható, így valószínűsíthető lehetett, hogy egyikük kiesik.

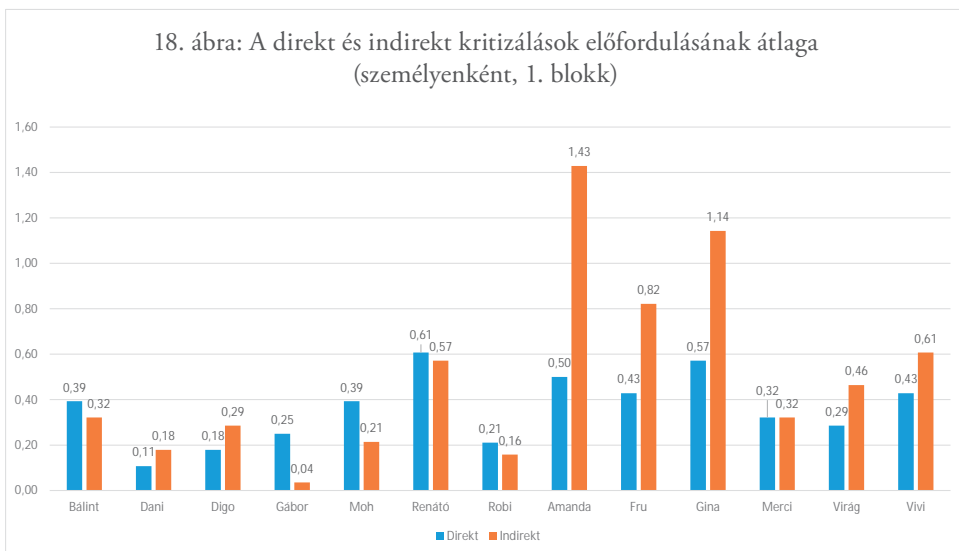
172 <https://24.hu/szorakozas/2020/11/22/vv10-valo-vilag-2020-szavazas-kieso-rtl/>

Ha szereplőkre bontva vizsgáljuk meg a kérdést, akkor azt látjuk, hogy az indirekt kritizálásban a nők között Amanda vezet, őt követi Gina és Fru, és a direkt kritika ezekre a szereplőkre (kiegészülve Vivivel) a legjellemzőbb.

A férfiaknál az indirekt kritizálás Renátóra a legjellemzőbb, őt követi Bálint és Digo, a direkt kritika esetén a sorrend Renátó, Bálint és Moh.

Minden vizsgált elemnél fontos figyelembe venni azokat a tényezőket, amelyek jelentős hatással vannak a kutatásra. Ezeket az eseményeket generálhatják tudatos cselekvések (például a műsor szerkesztői által kiadott feladatok), de okozhatják véletlen történések is (például heves reakció a szereplők közötti spontán beszélgetésre vagy viselkedésre). Erre jó példa Amanda, aki a vizsgált 14 adás közül 6-ban egyáltalán nem élt az indirekt kritika eszközével, volt azonban egy adás, amikor viszont tízszer is (a kritika Virág ellen irányult, mert förtött Bálinttal).

Az indirekt kritika – megfelelően alkalmazva – hatékony eszköz lehet a játékosok kezében, hiszen ha sikerül meggyőzni a játékostársakat egy szereplő vélt vagy valós negatív tulajdonságairól, akkor nagyobb eséllyel kerülhet a kiesés közelébe, különösen a játék elején, amikor a játékosok még nem ismerik igazán egymást és a szövetségek még kevésbé befolyásolják azt, hogy ki kire szavaz a kiválasztásokon.



### 7.3.3. Konfliktus

A konfliktus a valóságshow-k egyik legfontosabb eleme, amely fontos szerepet játszik a nézettségben, ezért a szereplőválogatástól kezdve, a feladatokon át, a végső cél eléréséig (csak egy játékos nyerhet) áthatja a műsort.

A klasszikus Big Brother típusú valóságshow-knál a nézettséget egyértelműen befolyásolja a konfliktusok száma és intenzitása, jó példa erre a 2003-ban az Egyesült Királyságban sugárzott Big Brother 4,<sup>173</sup> ahol a szereplőválogatáson fontos szempont volt, hogy az „átlagembe-

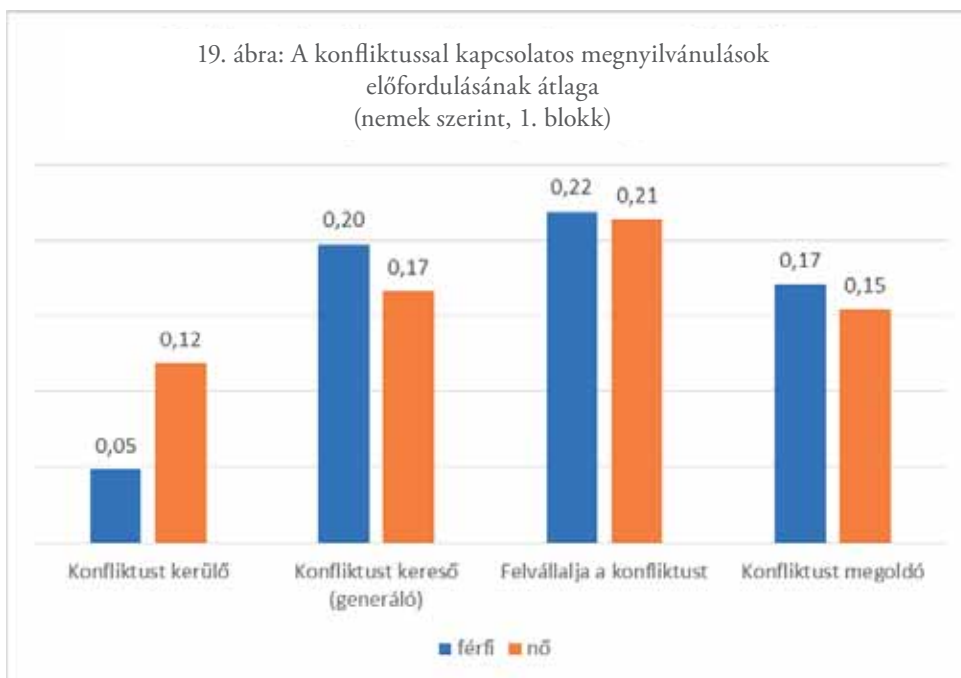
rek” tulajdonságaihoz közelebb álló szereplők kerüljenek be a műsorba. A konfliktusok száma csökkent, ahogyan a nézőké is, az adásonkénti átlagos nézőszám 1,2 millióval lett kevesebb.

A csatornának lépnie kellett, éppen ezért a 2004-es Big Brother 5 szereplőinek válogatásánál már az előző évadhoz képest ellentétes szempontok domináltak, aminek az eredménye a hírhedt „fight night” eseménysorozat, amikor a biztonsági emberek beavatkozása elkerülhetlenné vált.<sup>174</sup>

A konfliktusok száma és intenzitása tehát nem növelhető a végletekig, a sajátos értékrenddel rendelkező szereplők viselkedése nem minden esetben fajul tettlegességig (rendszerint azért nem, mert az azonnali kizárással jár), de olyan megnyilvánulásokhoz vezethet, amelyet a társadalom többsége elutasít (például a nőkkel szembeni verbális erőszak stb.).

A konfliktusok műsoron belüli előfordulását tekintve arra voltunk kíváncsiak a kutatás keretei között, hogy a szereplők a vizsgált adásblokkokban hányszor mutatnak olyan magatartást, amely konfliktuskereső, konfliktusfelvállaló vagy éppen ellenkezőleg: elkerülni vagy megoldani kívánja a konfliktust.

A nemeket összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy amíg – az átlagot tekintve – a férfiak a konfliktusok generálásában, felvállalásában és megoldásában töltenek be aktív szerepet, addig a nőkre inkább a konfliktuskerülés a jellemző.

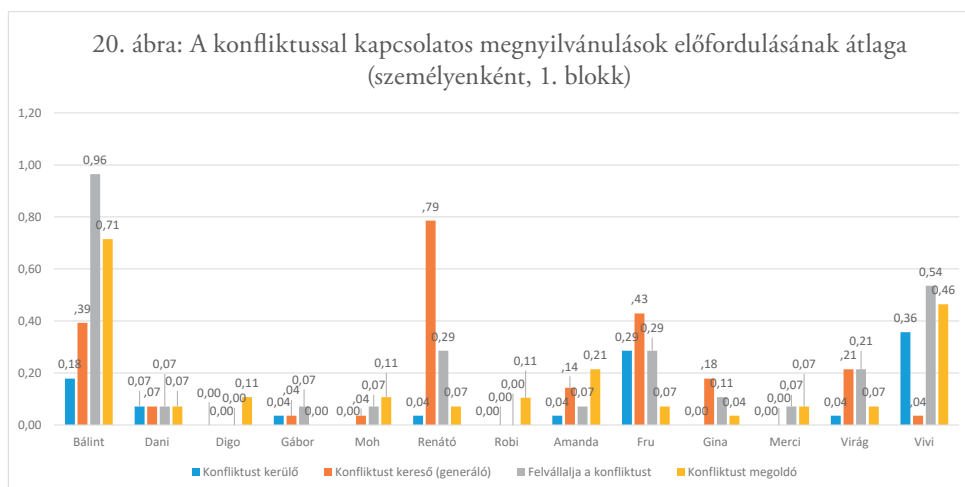


Az átlagok szereplőnkénti vizsgálata során azt látjuk, hogy Renátó generálja a legtöbb konfliktust a műsorban, őt követi Fru és Bálint. Ők hárman több konfliktust generálnak, mint az összes többi szereplő együttesen. Három játékos viszont egyáltalán nem generál konfliktust (Digo, Robi, Merci).

A konfliktusok kerülésénél Vivi, Fru és Bálint a sorrend, azaz ők hárman próbálták a legtöbb alkalommal elkerülni az összetűzést. Különösen érdekes, hogy Fru és Bálint is szerepel a konfliktuskerülők élmézőnyében, hiszen azt feltételezhetnénk, hogy aki hajlamos a konfliktusok generálására, az kevésbé kívánja elkerülni azokat. Erre a viselkedésformára jó példa Renátó, aki a legmagasabb konfliktusgeneráló értékkel rendelkezik, ugyanakkor a 14 adás alatt mindössze egyszer próbálta meg elkerülni a konfliktust.

A konfliktusok felvállalásánál is azt feltételezhetjük, hogy aki konfliktust generál, az szívesebben vállalja a vitákat, mint aki nem. Ezt részben alátámasztják a vizsgálat eredményei, hiszen Bálint, Renátó és Fru valóban az első négy között vannak, de a második helyen Vivi áll, aki alig generált konfliktust a vizsgált időszak alatt. Ez azzal magyarázható, hogy Vivi elmesélte megerőszkolásának történetét, amit a játkostársainak egy része valótlannak gondolt, és az ebből eredő konfliktusokban kitartott a történet valóságá mellett.

A konfliktusok megoldásánál Bálint, Vivi és Amanda a sorrend, közülük Bálint viselkedése a legösszetettebb, aki a legtöbbet tett a konfliktusok megoldásáért, ugyanakkor a konfliktusok felvállalásában és generálásában is jelentős szerepet játszott.



A vizsgálataink alapján nem mutatható ki összefüggés a konfliktusok száma és a nemek között.

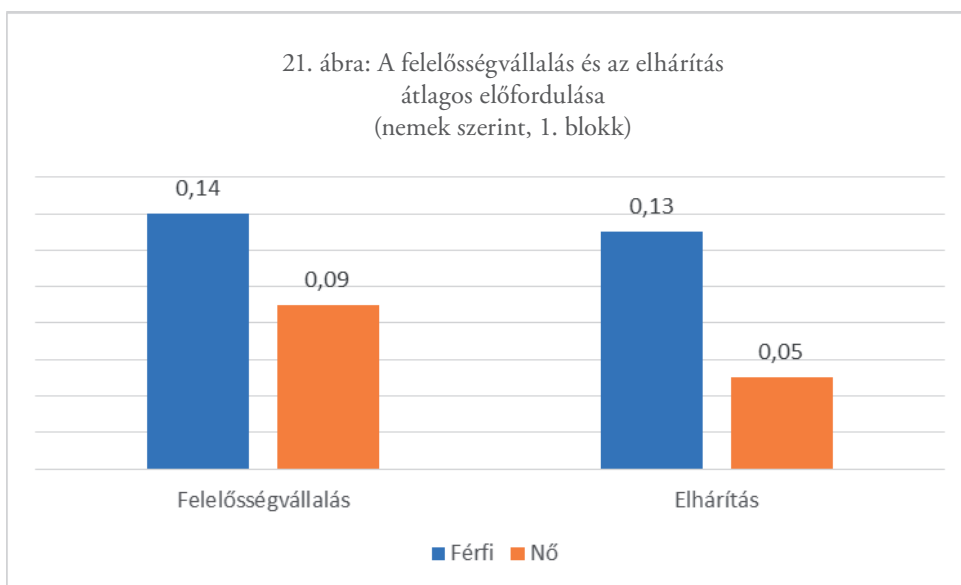
### 7.3.4. Felelősségvállalás

Felelősségvállalás és elhárítás kategóriák vizsgálatakor arra voltunk kíváncsiak, hogy egy adásblokkban a szereplők hány alkalommal vállalnak tetteikért felelősséget, valamint az esetleges számonkérés esetében hány alkalommal hárítják azt el.

A nők és a férfiak viszonyát vizsgálva a két változó tekintetében azt tapasztaljuk, hogy a vizsgált időszakban a férfiakra inkább az elhárítás, míg a nőkre a felelősségvállalás a jellemzőbb.

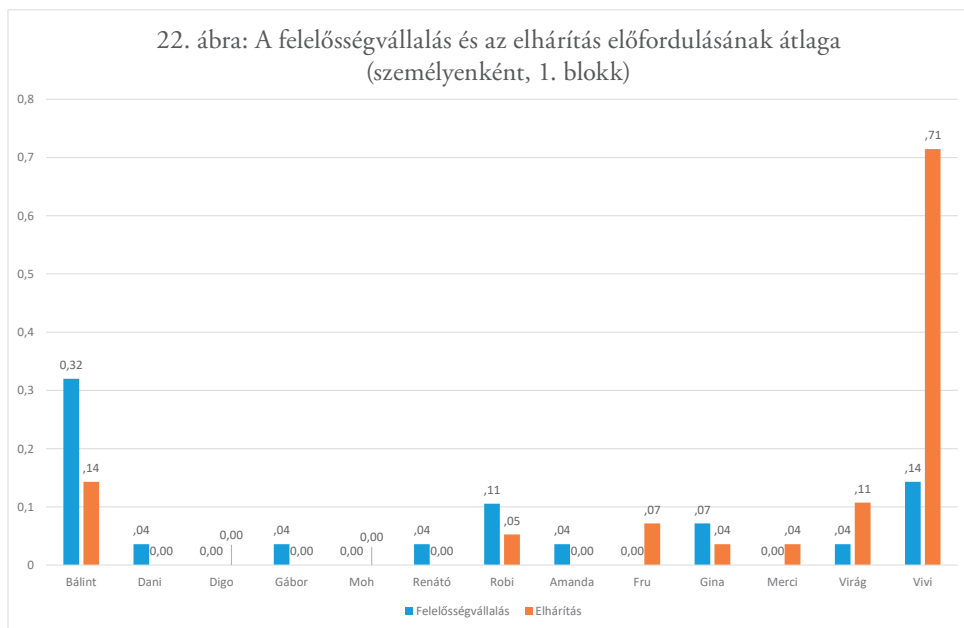


Mind a felelősségvállalás, mind az elhárítás terén az átlagok alapján azt mondhatjuk, hogy a férfiak e téren dominánsabbak.



A felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat a férfiak közül Digo és Moh esetében nem tudtuk érvényesíteni. A vizsgált adásokban ezt a két tevékenységet a kódolók megítélése alapján nem végezték a résztvevők.

A felelősségvállalás és az elhárítás megjelenését vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a férfiaknál Bálnitra, a nőknél Vivire a legjellemzőbb ez a két attitűd.

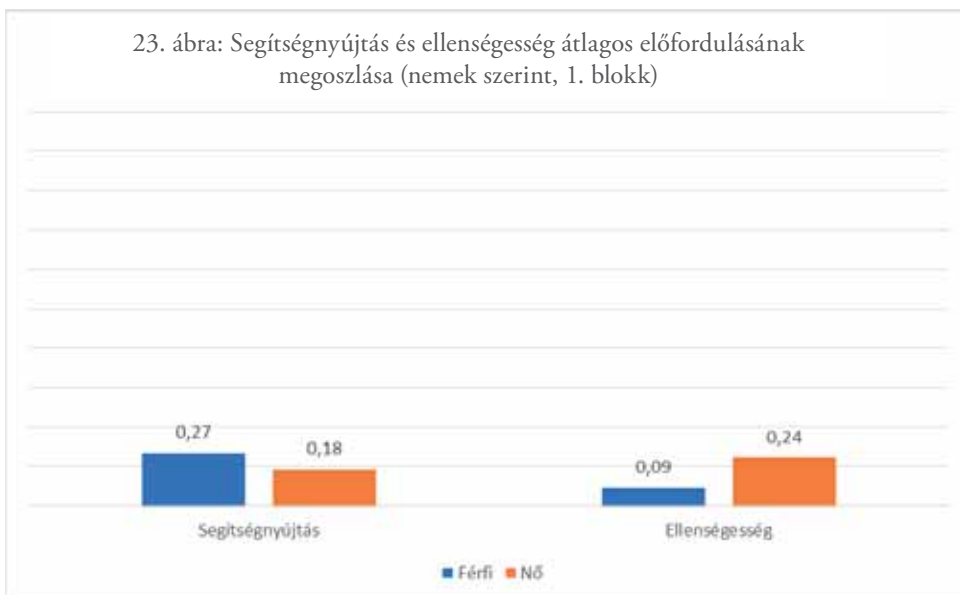


### 7.3.5. Segítségnyújtás és Ellenségesség

A villában a segítségnyújtásnak – a műsor első heteiben – rendszerint két oka van: a személyes szimpátia és a közös feladatok elvégzésének támogatása. Az ellenséges viselkedés oka kezdetben többnyire az unszimpátia, de a stresszhatások növekedése és a kialakuló érdekcsoportok az idő múlásával egyre jelentősebb szerepet kapnak a játékosok viselkedésének formálásában.

A segítségnyújtás-változó alatt azt értettük, hogy a résztvevők a társaikkal való kapcsolatuk során mennyire segítik egymást egy probléma felmerülése kapcsán, az ellenségesség alatt pedig azt, hogy adott szituációban mennyire viselkednek ellenségesen egymással.

A vizsgálatunk során azt tapasztaltuk, hogy a segítségnyújtás terén a férfiak átlaga a magasabb, az ellenségességben pedig a nőké, amely hasonló értéket mutat, mint a kritizálás.

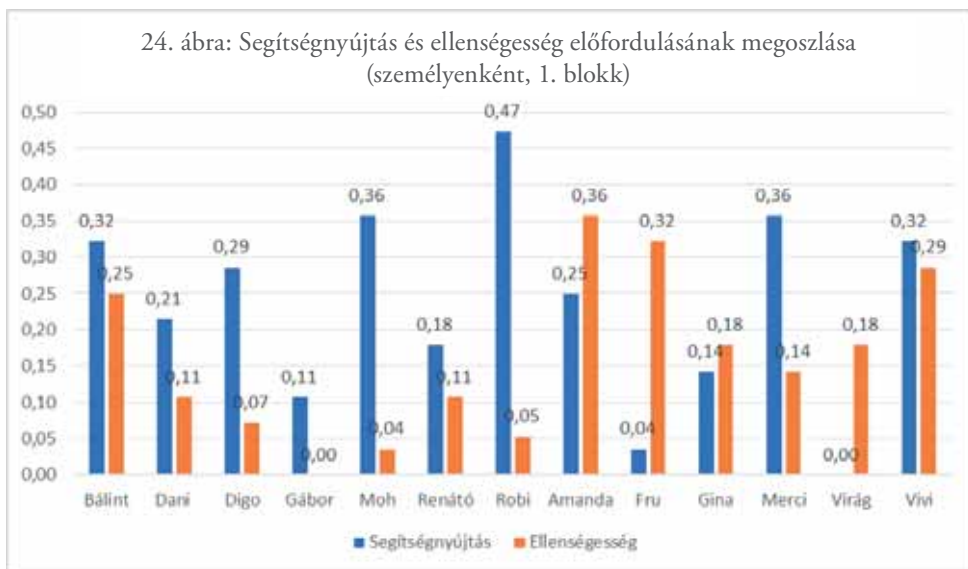


A hasonló eredmények indokolták, hogy megvizsgáljuk: kimutatható-e összefüggés a kritizálás és az ellenségesség között, és az eredmények azt mutatják, hogy az összefüggés erősen szignifikáns pozitív, azaz, aki a szereplők közül hajlamos mások kritizálására, az hajlamos az ellenséges viselkedésre is.

Megvizsgáltuk a nemek és az ellenségesség kapcsolatát is, amely szerint: a kódolt személy neme és ellenségessége között erős szignifikáns összefüggés van.

A segítségnyújtást személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy legtöbbször Robi mutatott ilyen viselkedést, őt követte Merci és Moh. Egyetlen játékos van, aki a vizsgált adásblokk során egyetlen alkalommal sem segített a társainak: Virág.

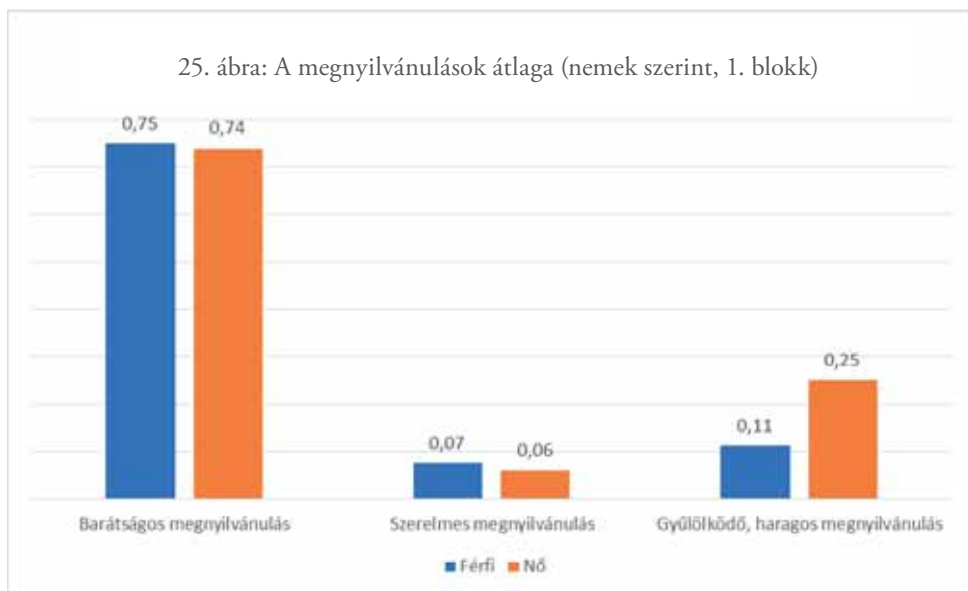
Az ellenséges magatartás tekintetében az első három szereplő: Amanda, Fru és Vivi. Ennél a kategóriánál is csak egyetlen játékos van, aki a vizsgált adásblokk során egyetlen alkalommal sem viselkedett ellenségesen: Gábor.



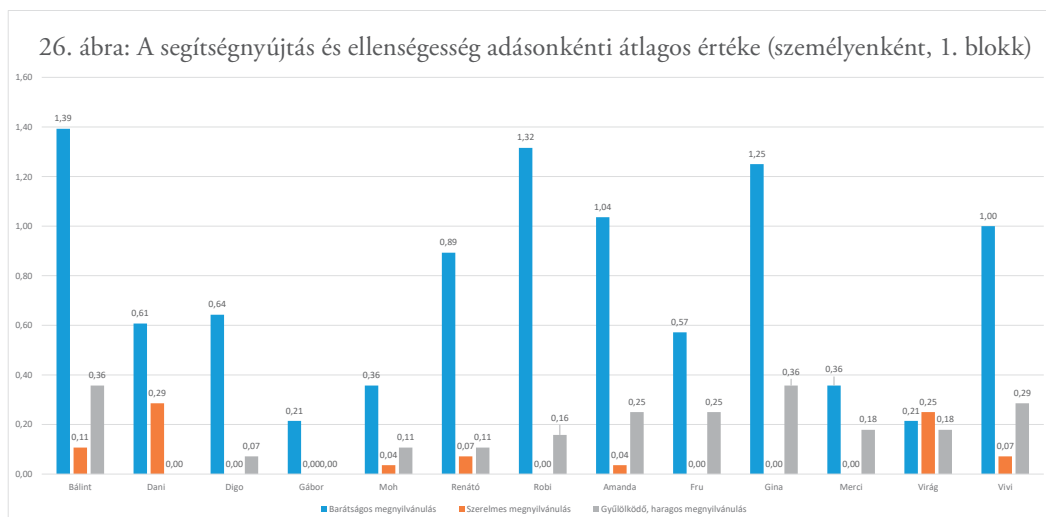
## 7.4. Megnyilvánulások

A megnyilvánulásoknál három fő kategóriát vizsgáltunk, ennek keretében azt néztük meg, hogy a szereplők az egyes adások alatt hányszor viselkednek barátságosan, hányszor van valamilyen szerelmes megnyilvánulásuk, illetve gyűlölködő és haragos hangulatban másokkal szemben hányszor nyilvánulnak meg.

Az első adásblokkban a barátságos és a szerelmes megnyilvánulás hasonló arányt mutat, a gyűlölködő, haragos viselkedés a nőknél magasabb átlagot mutat.



A szereplők szerinti elemzésnél Bálint, Robi és Gina átlaga hasonlóan magas a barátságos megnyilvánulás esetében. A szerelmes Danira, Virágra, Bálintra a leginkább jellemző. A gyűlölködő, haragos megnyilvánulás Gábor kivételével mindenkinél előfordul.



## 7.5. Viselkedési kategóriák

### 7.5.1. Dohányzás

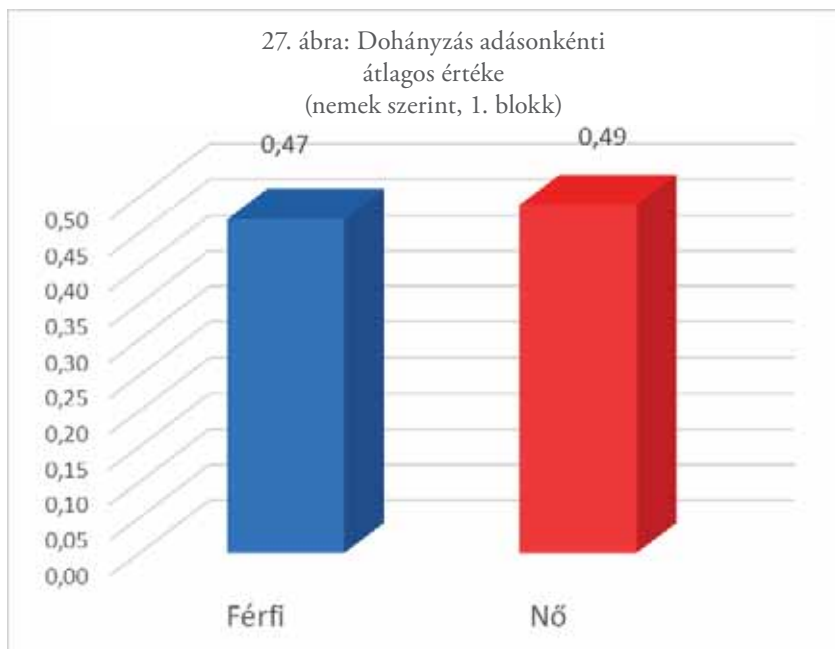
A valóságshow-k nemzetközi világában egyre kényesebb téma a dohányzás. Az Endemol minden országban igyekszik maximálisan betartatni a dohányzással kapcsolatos előírásokat, így például az Egyesült Királyságban már 2007 óta nem lehet olyan munkahelyen dohányozni (a Big Brother forgatási helyszínét munkahelyé nyilvánították), amely felett tető van és vannak falai, és ezt a szabályt a Big Brother szériáiban is be kell tartani.<sup>175</sup> Annak ellenére, hogy egy 2017-es publikáció<sup>176</sup> szerint az Egyesült Királyság mutatói (17% a dohányzók aránya) sokkal jobbak Magyarországnál (27%), a *VV10 Powered by Big Brother* falai között megengedett a dohányzás, és a játékosok többsége él is ezzel a lehetőséggel.

A dohányzás megfigyelésénél a vizsgálat során az előfordulások számát vettük alapul. Egy előfordulásnak tekintjük a két képváltás közötti megjelenítést.

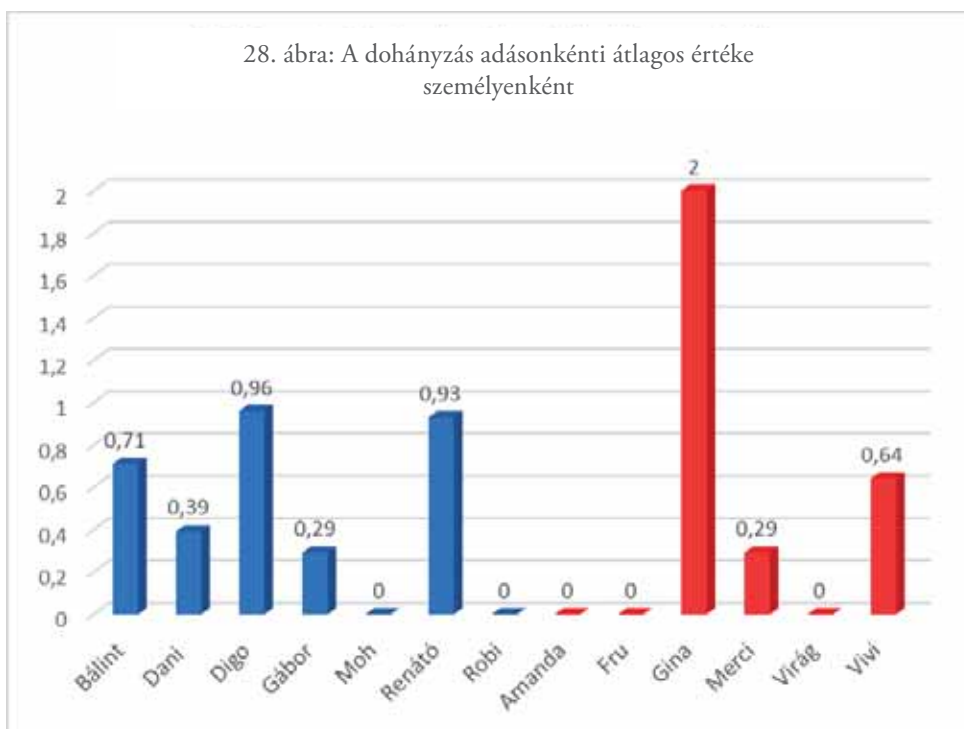
Az adásokban közreadott képsorok elemzése alapján a vizsgált adásblokk 6 női szereplőjének a fele dohányzik, míg a 7 férfi szereplő közül 5 fő. A nemek szerinti összehasonlításban a nők minimálisan többször dohányoznak (0,49), mint a férfiak (0,47).

175 [www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2090017/Celebrity-Big-Brother-2012-The-smokers-turfed-favourite-spot.html](http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2090017/Celebrity-Big-Brother-2012-The-smokers-turfed-favourite-spot.html)

176 [www.statista.com/statistics/433390/individuals-who-currently-smoke-cigarettes-in-european-countries/](http://www.statista.com/statistics/433390/individuals-who-currently-smoke-cigarettes-in-european-countries/)



A dohányzás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Gina dohányzott a legtöbb alkalommal, őt követte Digo és Gábor.

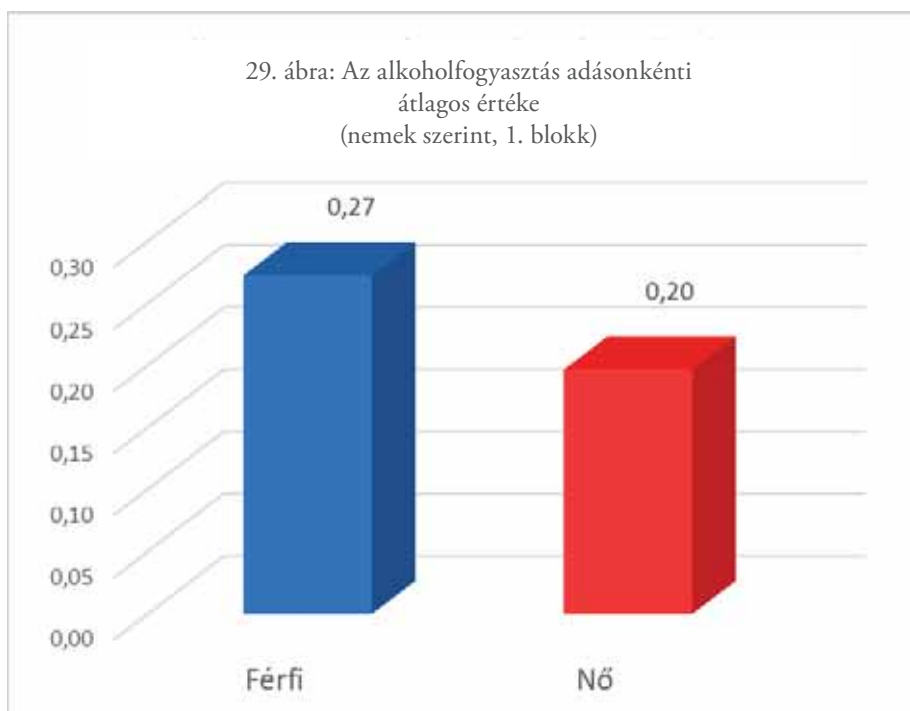


### 7.5.2. Alkoholfogyasztás

Egy 2018-as vizsgálat szerint Magyarország az európai középmezőnybe tartozik<sup>177</sup> a 15 év felettiek alkoholfogyasztását tekintve mind a nők (20,8 gramm tiszta alkohol naponta), mind a férfiak (51,7 gramm tiszta alkohol naponta) vonatkozásában, azonban egy 2016-os<sup>178</sup> vizsgálat rámutatott arra, hogy az alkoholfogyasztásnak tulajdonítható, 100 000 lakosra jutó halálzási arány Európát tekintve Magyarországon a 4. legrosszabb.

Kutatásunkban a viselkedés elemzésének részét képezi az alkoholfogyasztás gyakoriságának áttekintése is. Alkoholfogyasztásnak azt tekintettük, amikor a műsor szereplője belekortyolt az italába, és nem vettük figyelembe, amikor csak tartotta az italt, vagy a beszélgetésekben alkoholfogyasztáshoz köthető motívumok jelentek meg.

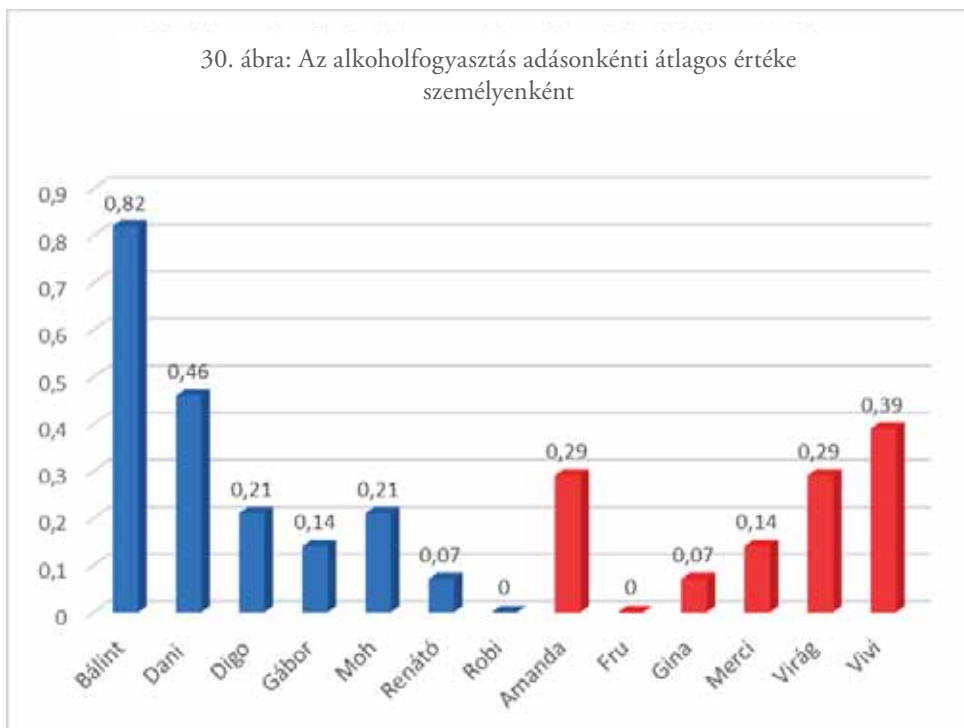
Nemek szerinti összehasonlításban a férfiak fogyasztottak többször alkoholt, adásonként 0,27 alkalommal, a nők pedig 0,2 alkalommal.



Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Bálint és Dani, illetve Vivi fogyasztott alkoholt, Robi és Fru pedig egyáltalán nem fogyasztott alkoholt a vizsgált adásblokkban.

177 <https://ec.europa.eu/jrc/en/page/alcohol-daily>

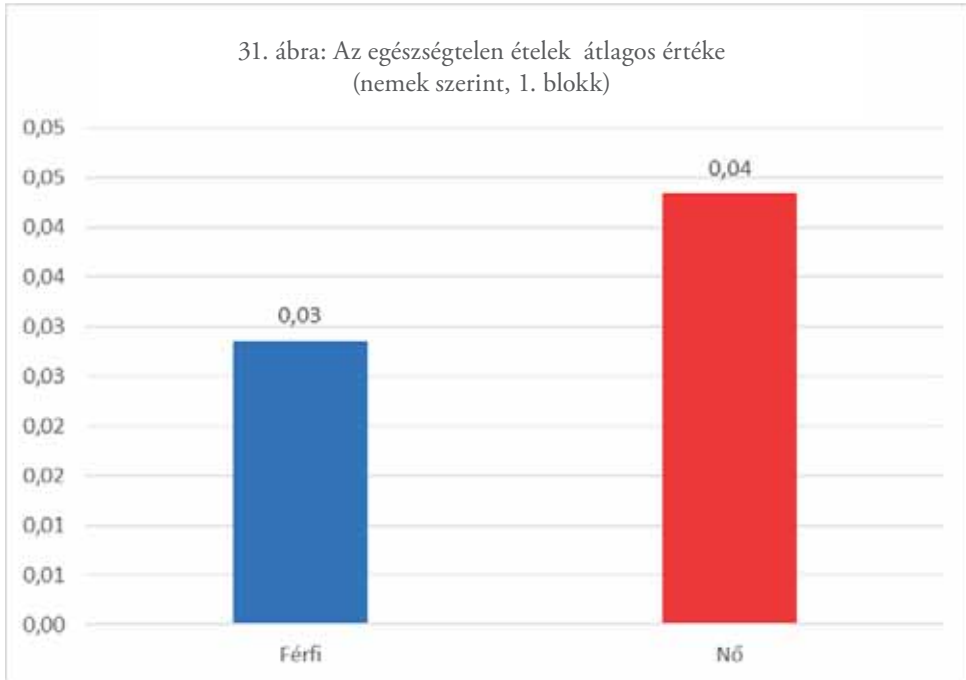
178 [www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0019/411418/Alcohol-consumption-harm-policy-responses-30-European-countries-2019.pdf](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0019/411418/Alcohol-consumption-harm-policy-responses-30-European-countries-2019.pdf)



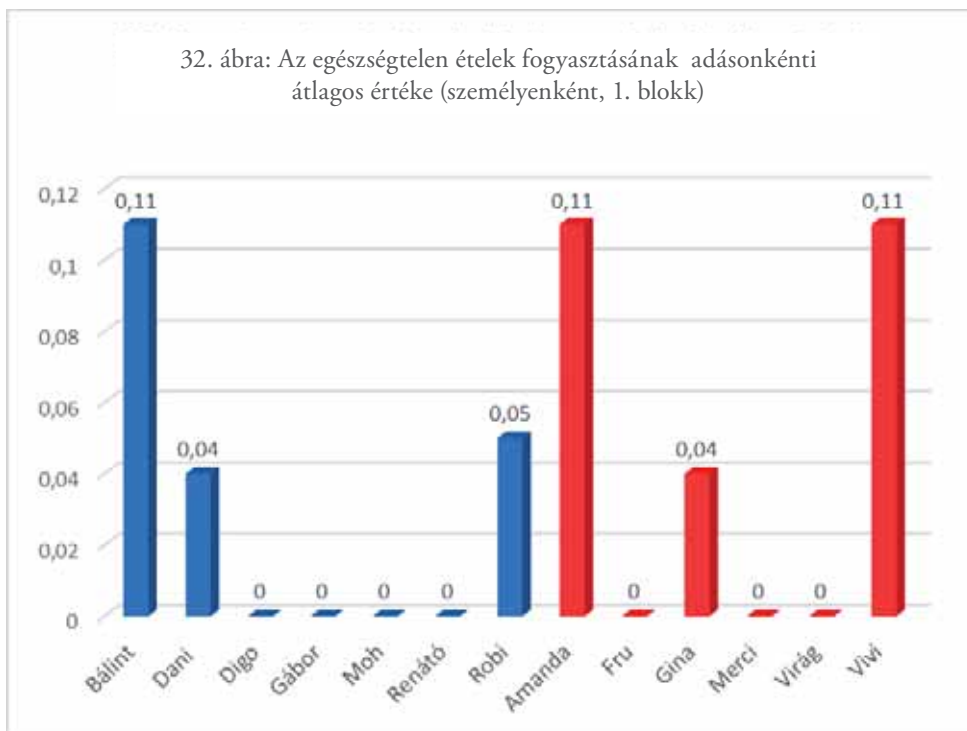
### 7.5.3. Egészségtelen ételek

A vizsgálat során kódolásra került, hogy hány esetben fogyasztanak egészségtelen ételeket (chipset, csokoládét stb.) a villa lakói. Az első adásblokk során alig volt megfigyelhető ez a tevékenység, a nemek szerinti megoszlás hasonlóan alacsony értéket mutat mind a férfiaknál (0,03), mind a nőknél (0,04).





Az egészségtelen ételek fogyasztásának adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Bálint, Vivi és Amanda végezte ezt a tevékenységet.



#### 7.5.4. Agresszív megnyilvánulások

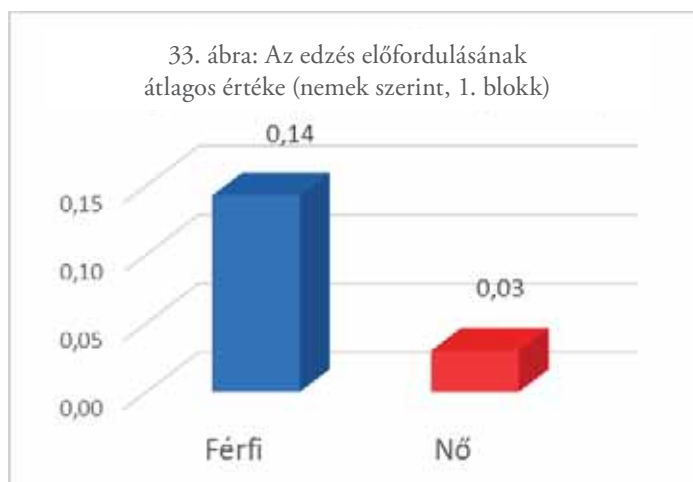
Az agresszív megnyilvánulások az első adásblokkban nem jellemezték a műsort: 1-1 megnyilvánulástól eltekintve nem kaptunk mérhető értéket.

#### 7.5.5. Olvasás – Egyéb intellektuális tevékenység

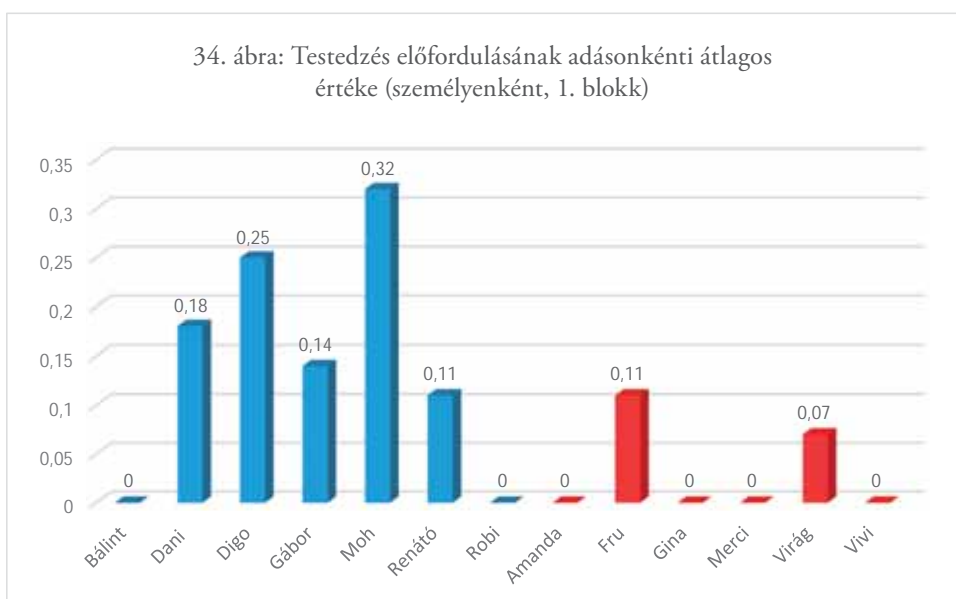
Elemzésünk szempontjainak kialakításakor próbáltunk a társadalom számára pozitív példaként állítható cselekményeket is keresni a műsorban, ezért olyan kategóriák, mint az olvasás és egyéb intellektuális tevékenység is részét képezte a megfigyelésünknek. Azonban az olvasás egyáltalán nem jelenik meg, és egyéb intellektuális tevékenységet sem sikerült a megfigyelőknek feltárni.

#### 7.5.6. Testedzés

A diagram jól szemlélteti, hogy az edzés a férfiakra jellemzőbb tevékenység, az előfordulások száma közel ötszöröse a nőkének. Érdekes összehasonlítani nemek szerinti bontásban a testedzés, az alkoholfogyasztás és a dohányzás arányait. A férfiaknál a testedzés átlagos gyakoriságának közel kétszerese az alkoholfogyasztás és több mint háromszorosa a dohányzás. A nőknél a testedzés átlagos gyakoriságának közel hétszöröse az alkoholfogyasztás és több mint tizenhat-szorosa a dohányzás.



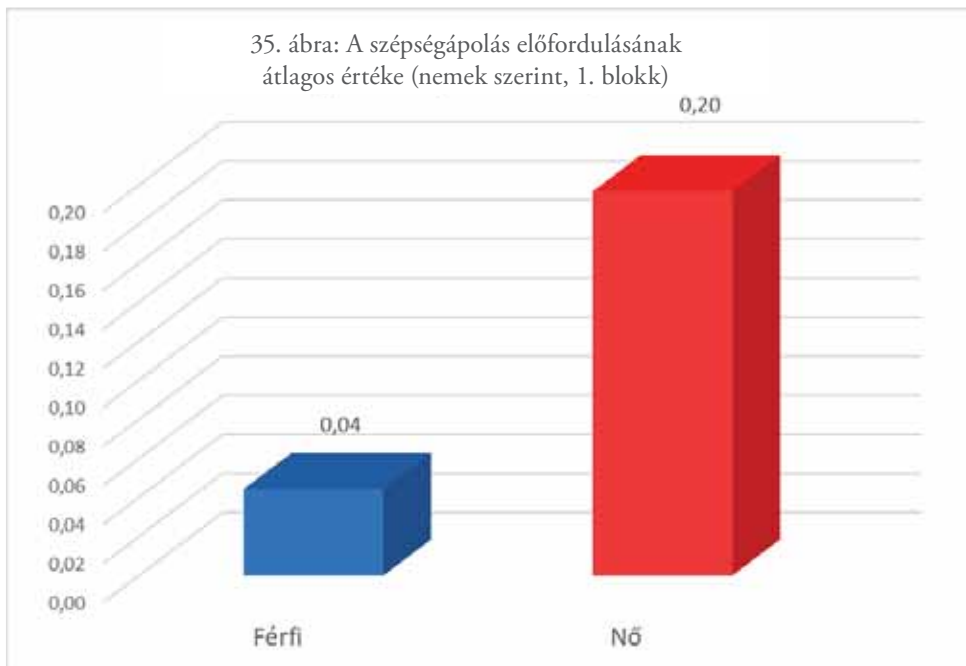
A testedzés adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Moh, Digo és Dani edzett. A férfiaknál 2 fő, míg a nőknél 4 fő egyetlen alkalommal sem edzett.



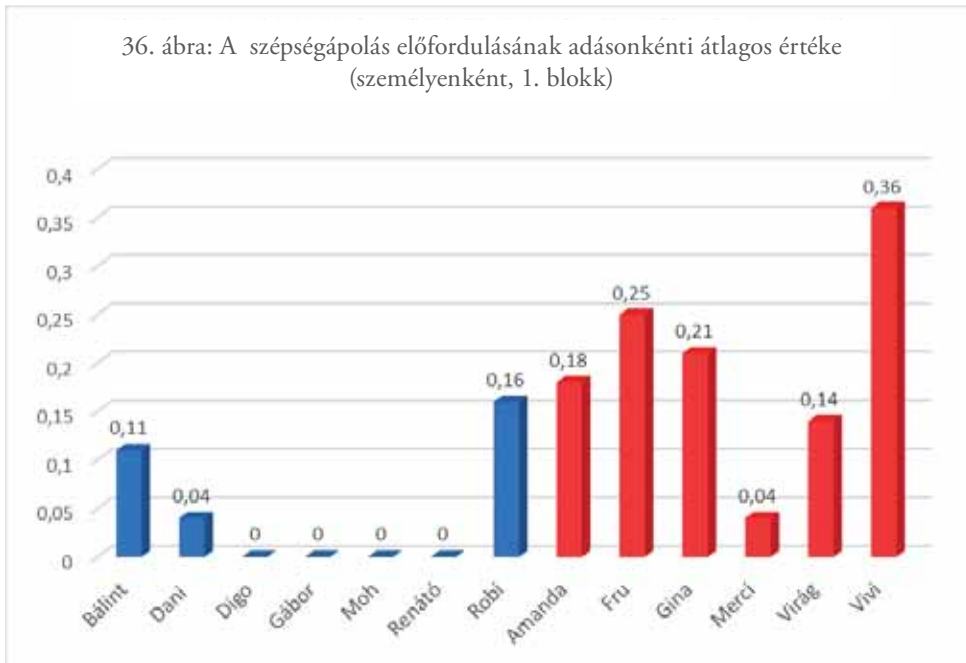
### 7.5.7. Szépségápolás

A szépségápolás kategóriába soroltunk be minden olyan tevékenységet, amely túlmutat a mindennapos higiéniai tevékenységeken (például kézmosás, zuhanyzás stb.), és a külső megjelenést pozitívan befolyásolja (például körömfestés, sminkelés) stb.

Nemek szerint vizsgálva a jelenséget azt az eredményt kapjuk, hogy a nők ötször több alkalommal végzik ezt a tevékenységet, mint a férfiak.

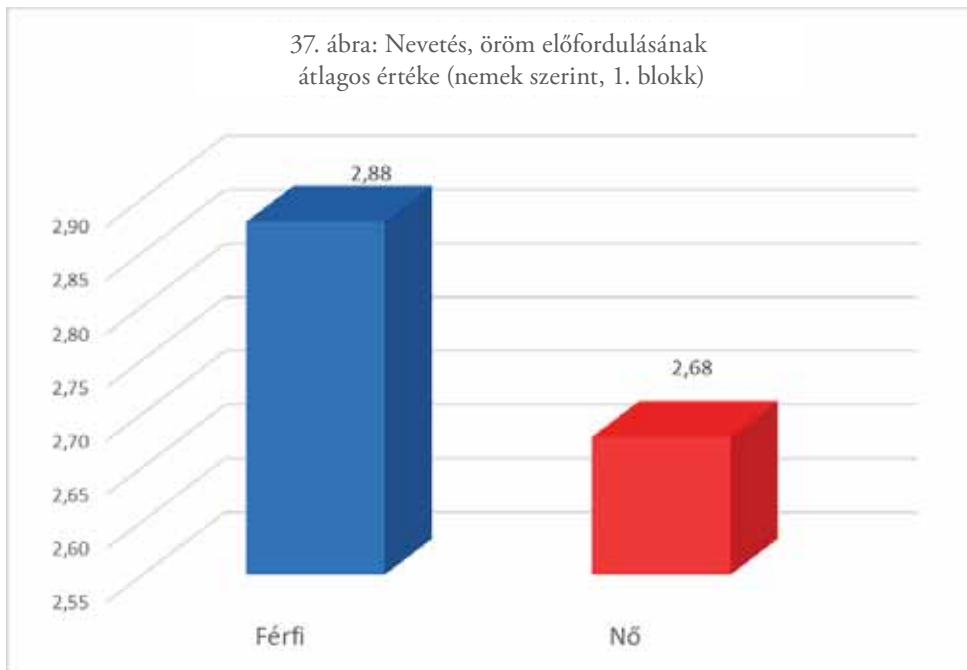


A tevékenység személyenkénti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy a nők mindegyikénél megjelenik a szépségápolás tevékenység, míg a hét férfi szereplő közül három személy esetén figyelhettük ezt meg. A nőknél Vivi és Fru, míg a férfiaknál Robi és Bálint végezték a leggyakrabban ezt a tevékenységet.

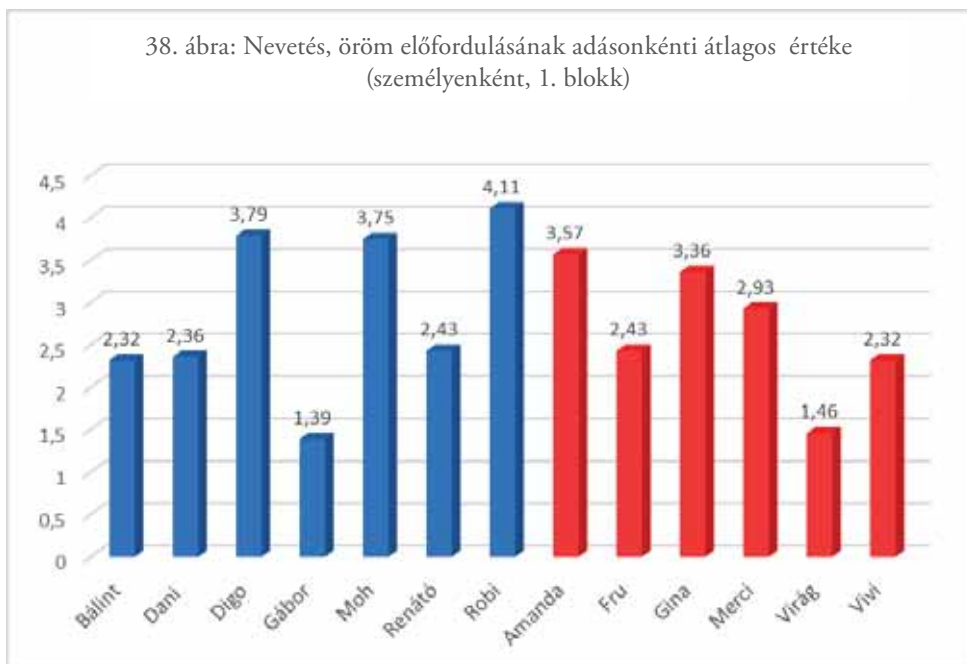


### 7.5.8. Nevetés, öröm

A nevetés és öröm megnyilvánulása 125 esetben került megfigyelésre, adásonként 1 és 15 előfordulási érték között mozogva. A diagram kiválóan szemlélteti, hogy nemek közötti különbség nélkül mindenkire jellemző a jó hangulat megnyilvánulása.

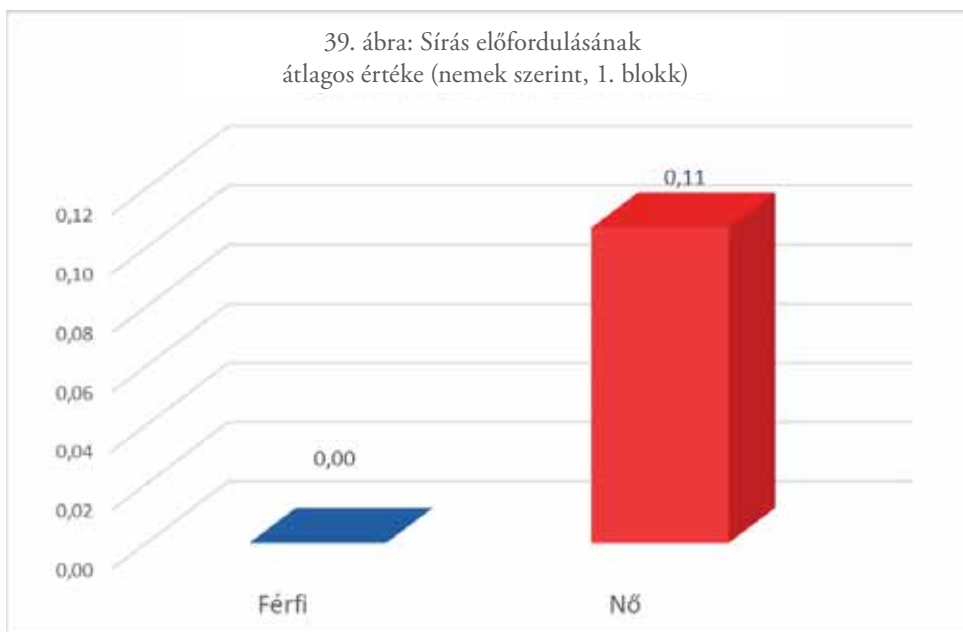


A tevékenység személy szerinti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy mind a nők, mind a férfiak mindegyikénél megjelenik a nevetés és az öröm kifejezése. A nőknél Amanda, Vivi és Merczi, míg a férfiaknál Robi, Digo és Moh nevettek a legtöbbször.

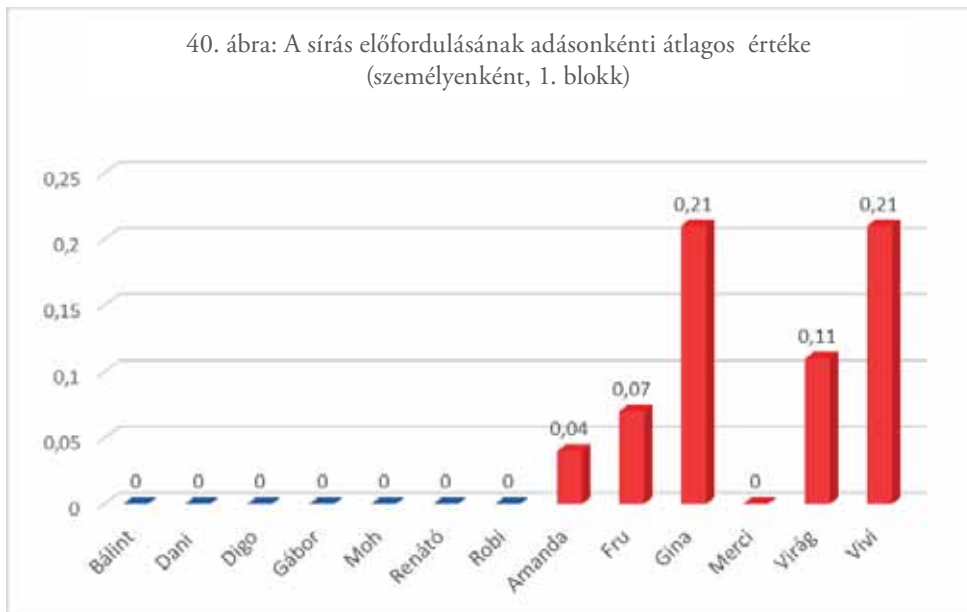


### 7.5.9. Sírás

A sírás egyértelműen a nőkre jellemző tevékenység a műsorban látott események alapján. A hat női szereplőből négy esetén tapasztalhattuk a jelenséget, míg egyetlen férfinál sem jelent meg a vizsgált időszakban.

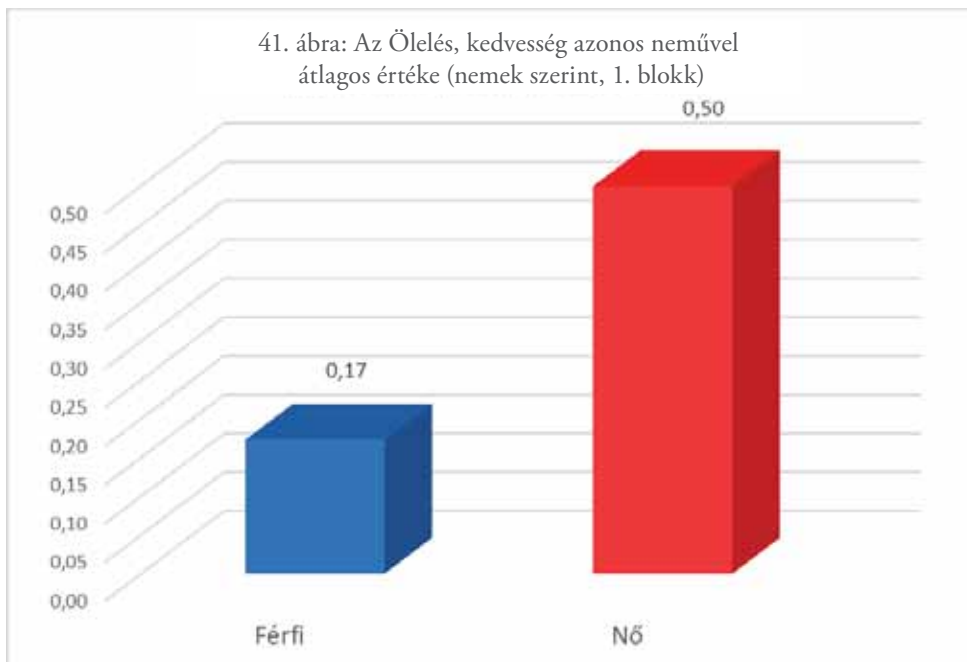


A tevékenység személy szerinti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy csak a nőknél jelenik meg a sírás, a szereplők közül Vivi, Amanda és Virág sírtak a legtöbbször.



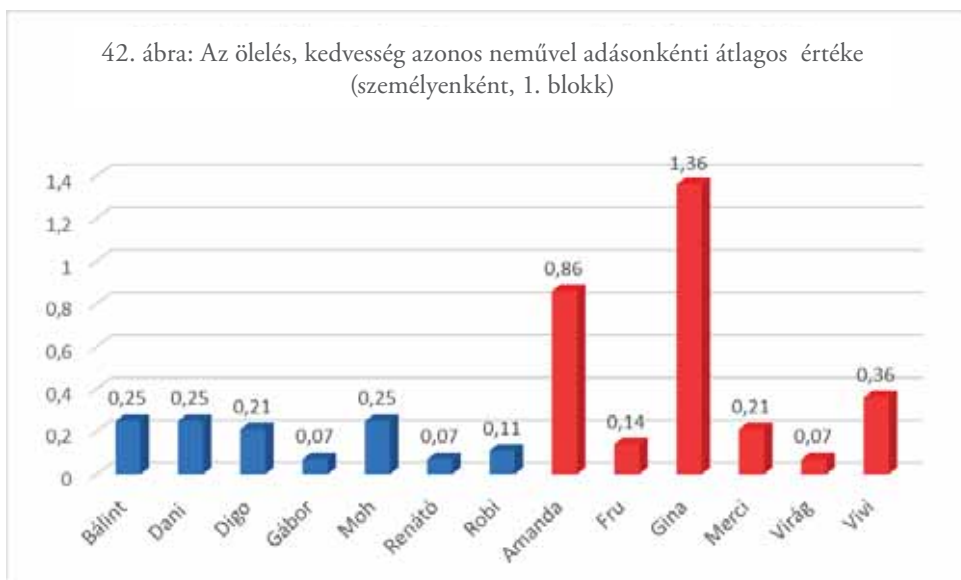
#### 7.5.10. Ölelés, kedvesség azonos neművel

Az 'ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel' minden résztvevő esetén megjelenik. Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy a nőkre közel háromszor annyira jellemző ez a tevékenység, mint a férfiakra.



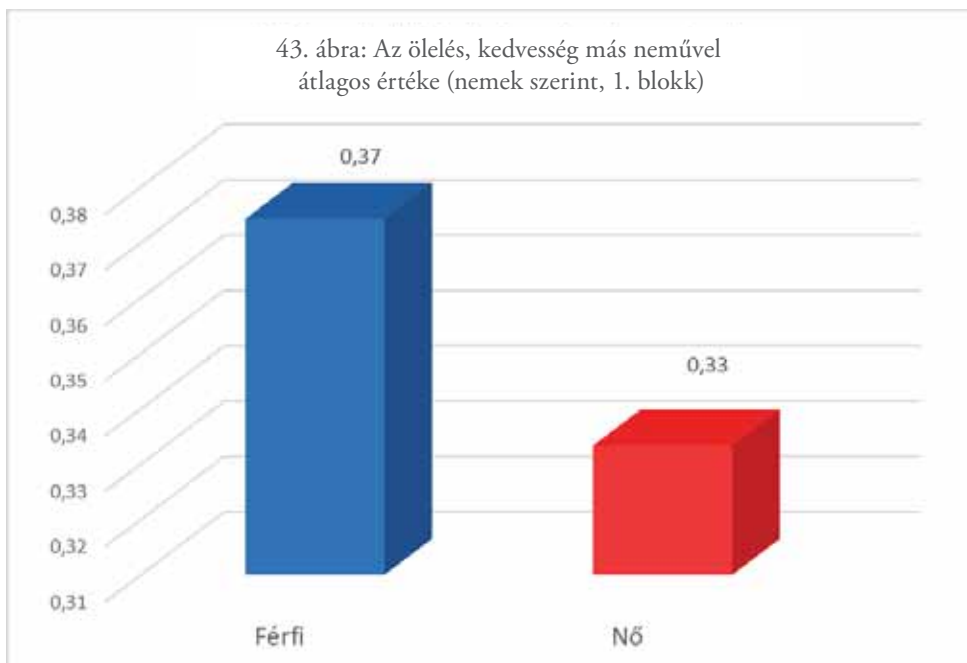


Az 'ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel' kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Gina és Amanda viselkedett így.

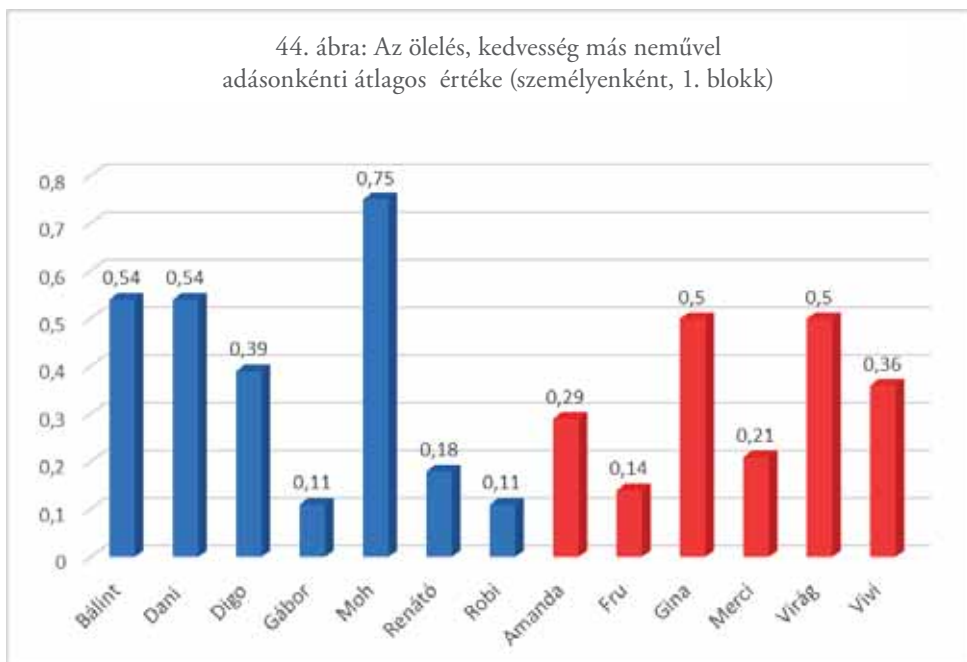


### 7.5.11. Ölelés, kedvesség más neművel

A másik nem tagjainak ölelgetése egyenletesen fordul elő mindkét nem képviselője esetén, a konkrét értékek a férfiak esetén mutatnak magasabb előfordulást.



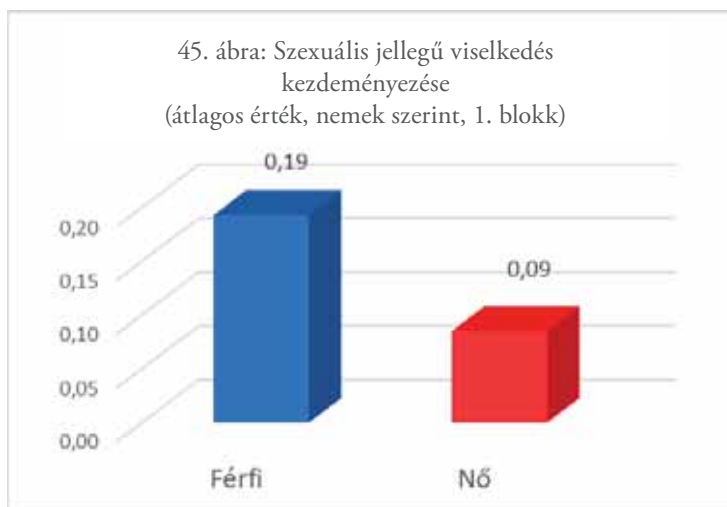
Az 'ölelés, kedvesség más nemű személlyel' kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Moh, Bálint és Dani viselkedett így.



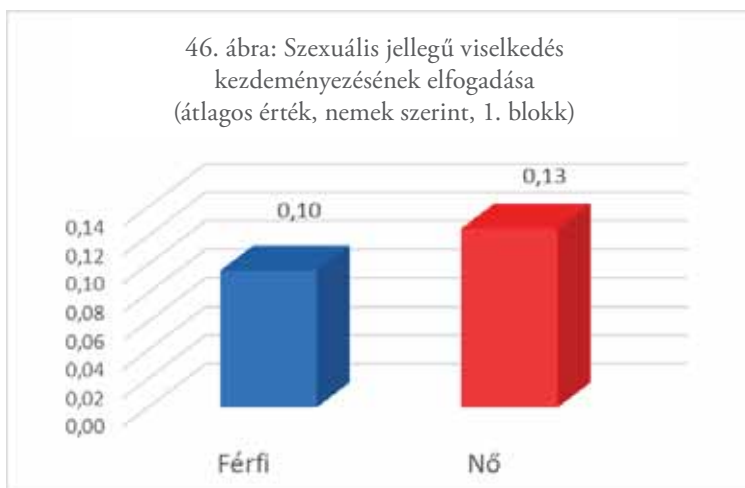
### 7.5.12. Szexuális viselkedés kezdeményezése

A valóságshow-k nézettségére – a konfliktusok mellett – rendszerint a szexuális jellegű tevékenységek vannak hatással. A kutatásban külön kategóriába soroltuk a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezőjét, és annak elfogadját.

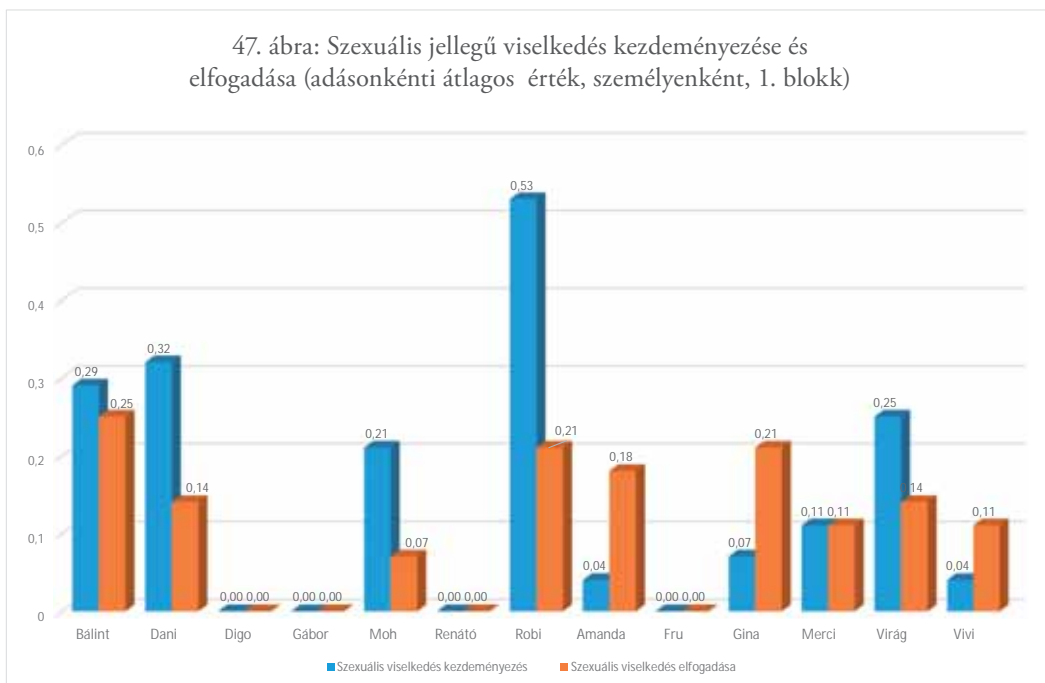
A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása a nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy a férfiak kb. kétszer annyival kezdeményeztek, mint a nők.



A kezdeményezés elfogadása viszont a nőknél gyakoribb:



Ha a szexuális jellegű viselkedés gyakoriságát személyenként vizsgáljuk, akkor Gábor, Bálint és Dani a sorrend. Korábban már volt róla szó, hogy minden vizsgált elemnél fontos figyelembe venni azokat a tényezőket, amelyek jelentős hatással vannak a kutatásra. Ebben az esetben a kutatás eredményét befolyásoló hatást a műsor szerkesztői hozták létre azért, hogy erotikus táncversenyt rendeztek, ahol a fiúk léptek fel a lányok előtt. Az esemény természetesen hatással volt a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezésére és annak elfogadására egyaránt.

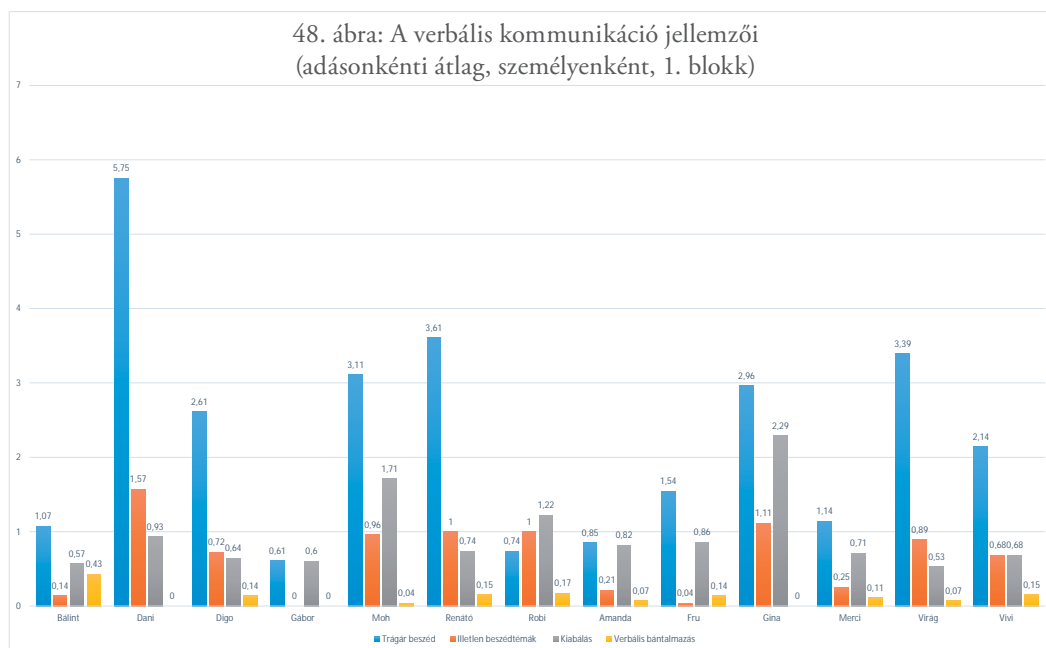


A férfiak esetében a korrelációs elemzés arra mutat rá, hogy a szexuális jellegű tevékenység kezdeményezésére és elfogadására is hatással van az alkoholfogyasztás, míg a nőknél ez a hatás a vizsgált adásblokkban nem mutatható ki.

## 7.6. Kommunikáció

A kommunikáció kategórián belül vizsgáltuk a verbális megnyilvánulások tartalmát és módzatát, és megfigyeltünk néhány nonverbális elemet is. A gyorsjelentés terjedelmi korlátai miatt most csak a verbális kommunikáció eredményeit mutatjuk be. A verbális kommunikáció elemzése során az alábbi kategóriák kerültek megfigyelésre:

- Trágár beszéd;
- Illetlen beszédtemák;
- Kiabálás;
- Verbális bántalmazás.



A trágár beszédet tekintve a három legmagasabb értéket Dani, Renátó és Virág kapta. Külön érdemes kiemelni Virág eredményét, hiszen a teljes vizsgált műsorblokkban, egy műsoron belül hozzá tartozik a legmagasabb érték,<sup>179</sup> ami egy kb. 20 perces műsorrészleten belül valósult meg.<sup>180</sup> A trágár beszéd kategóriánál nincs olyan szereplő, aki 0 értékkel szerepelt volna a vizsgált adásblokk során.

Illetlen beszéd témák tekintetében a három legmagasabb értéket Dani, Gina és Robi kapta, a kiabálást vizsgálva pedig Gina, Moh és Robi a dobogós, Gábor viszont egyetlen alkalommal sem nyilvánult meg ebben a kategóriában.

A verbális bántalmazás vizsgálva három játékos: Dani, Gábor és Gina egyetlen előfordulással szerepel, a legmagasabb érték pedig Bálinté, őt követi Robi, majd azonos értékkel szerepel Renátó, Fru és Vivi.

A jellemzők összefüggéseit a korrelációs számítás is megerősíti, a nőknél a trágár beszéd az illetlen beszéd témák, a kiabálás és a bántalmazás (verbális bántalmazás) kategóriákkal is pozitív korrelációs viszonyt mutat, ami a férfiaknál csak az illetlen beszéd témákkal összevetve mutatható ki.

179 Az egyik kódoló 25 előfordulást számolt, a valós érték feltehetőleg magasabb, de az alkoholos befolyásoltág miatti hibás artikuláció következtében szinte lehetetlen pontos értéket megállapítani.

180 A megszólalások (amíg egy adott szereplőtől át nem veszi a szót egy másik szereplő) számával összevetve a trágár megnyilvánulásokat kb. 76%-os értéket kapunk, azaz átlagosan a megszólalások 76%-ában volt trágár elem.

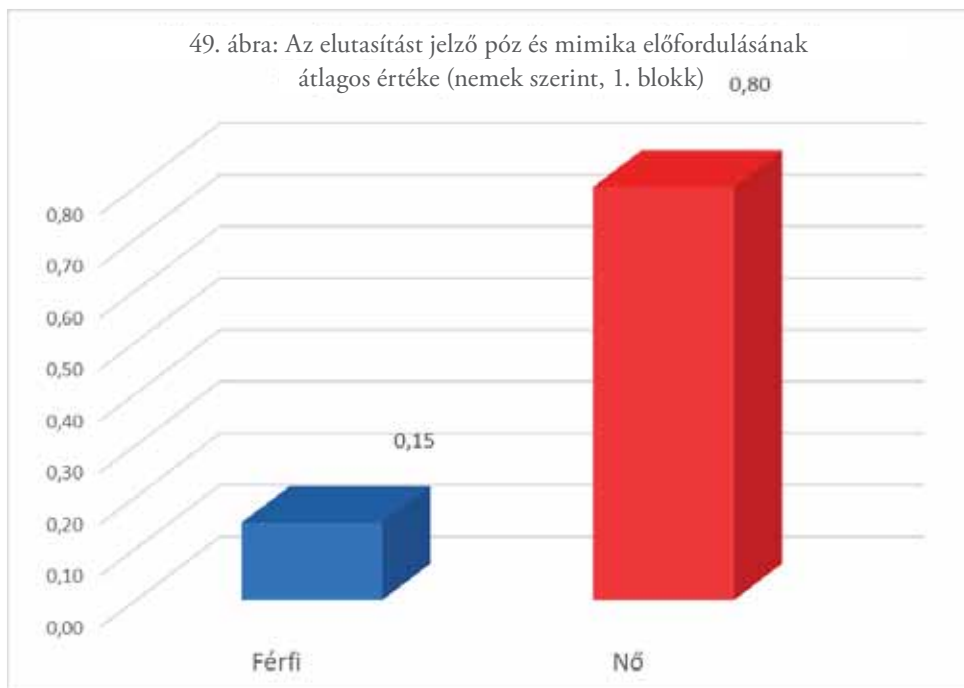
## 7.7. Testbeszéd

A testbeszéd vizsgálata során az alábbi pózokat vizsgálták a kódolók:

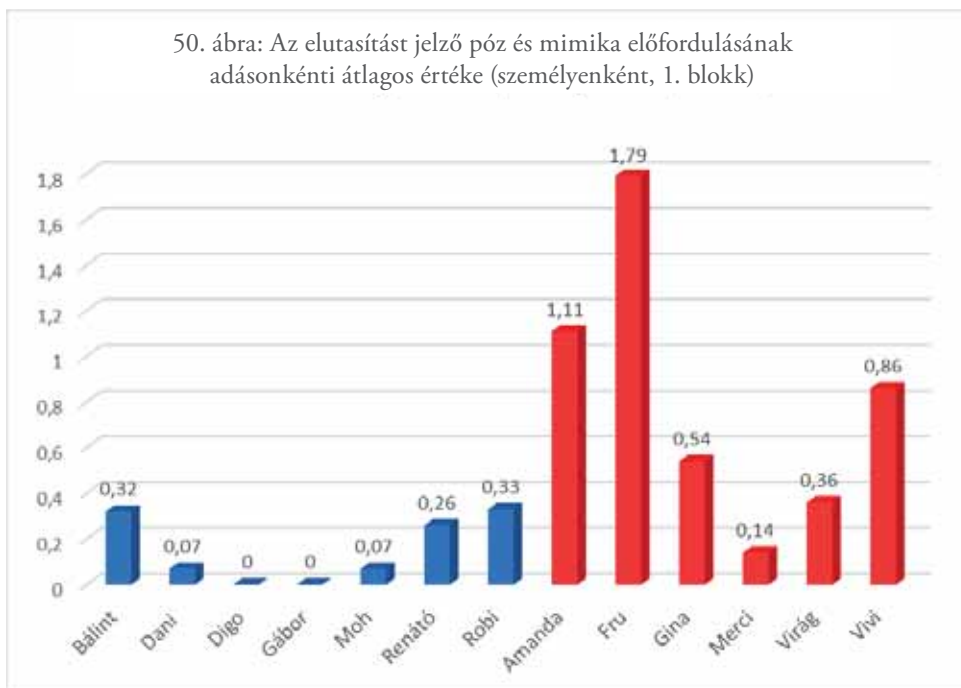
- Elutasítást jelző póz;
- Szorongást jelző póz;
- Nyitottságot jelző póz.

### 7.7.1. Elutasítást jelző póz

Az elutasítást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre több mint ötször jellemzőbb, mint a férfiakra.

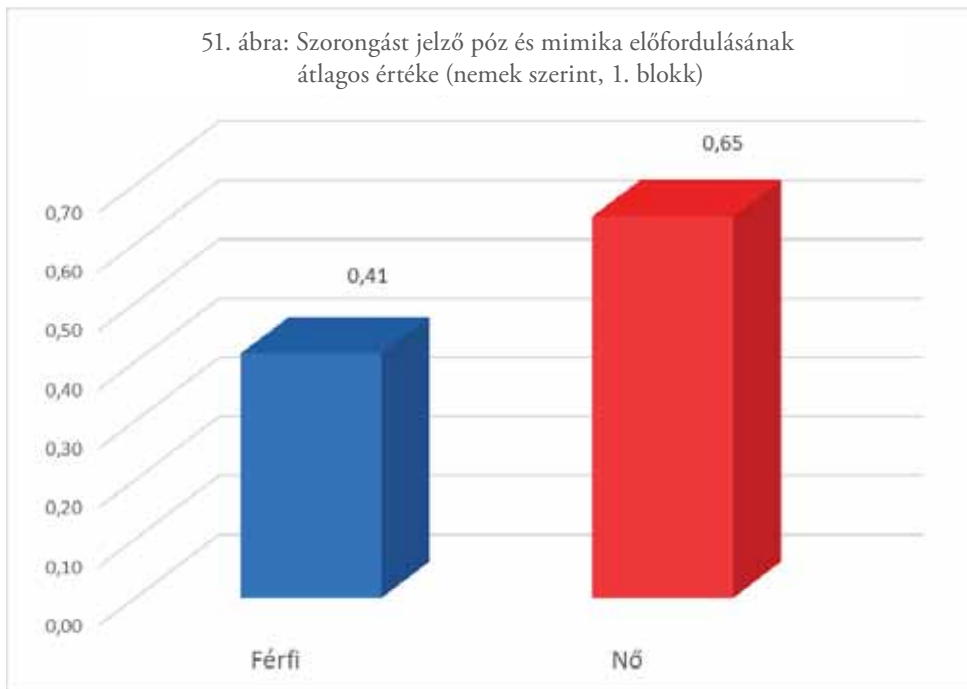


Ha személyenként vizsgáljuk az elutasítást jelző testbeszédet és mimikát, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Frura és Amandára a legjellemzőbb ez a viselkedés.

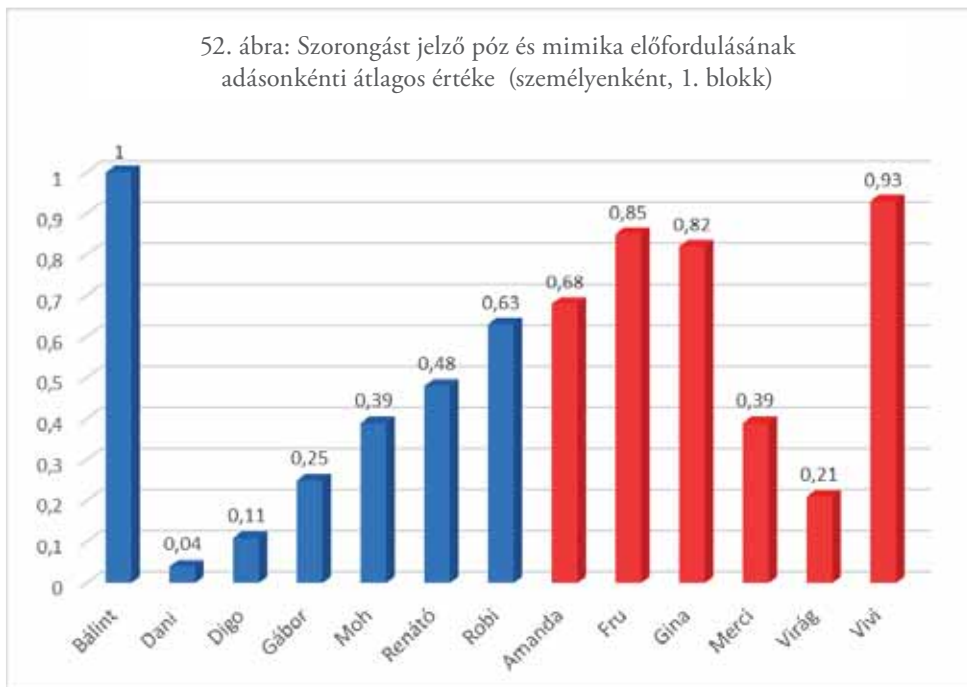


### 7.7.2. Szorongást jelző póz

A szorongást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre 50%-kal jellemzőbb magatartásforma, mint a férfiakra.



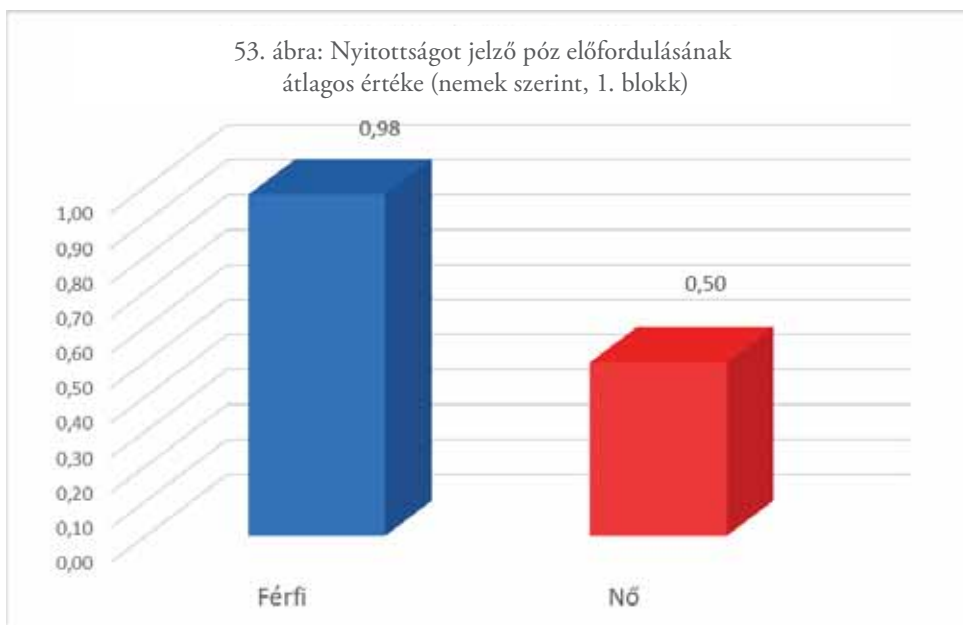
Ha személyenként vizsgáljuk a szorongást jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Bálintra és Vivire a legjellemzőbb.



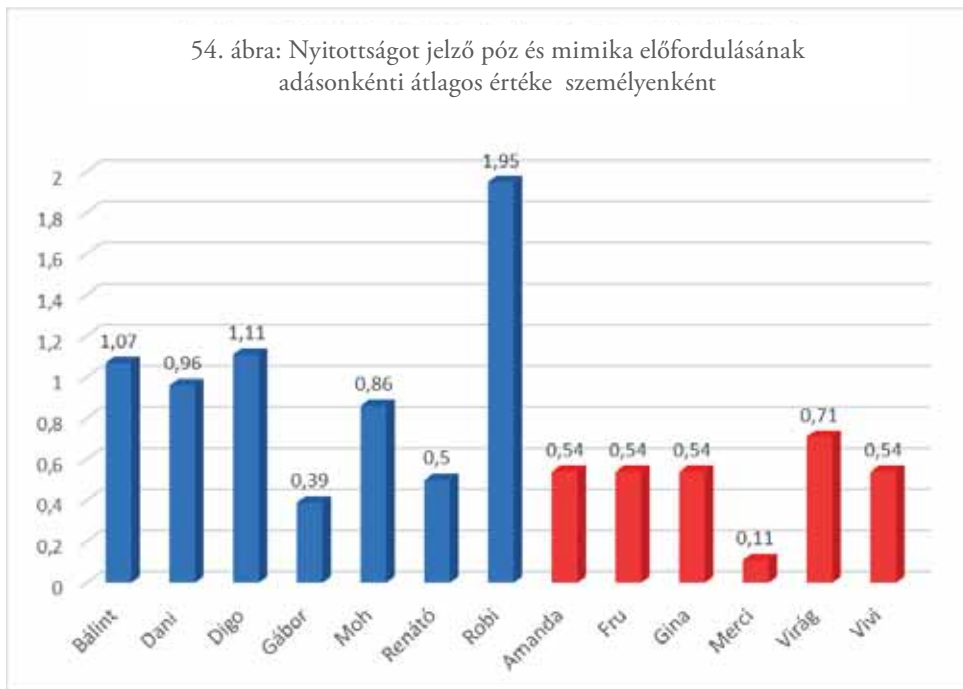


### 7.7.3. Nyitottságot jelző póz

A nyitottságot jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a férfiakra majdnem kétszer jellemzőbb, mint a nőkre.



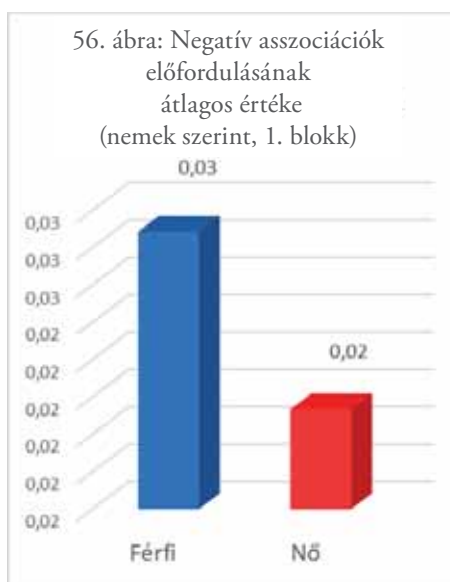
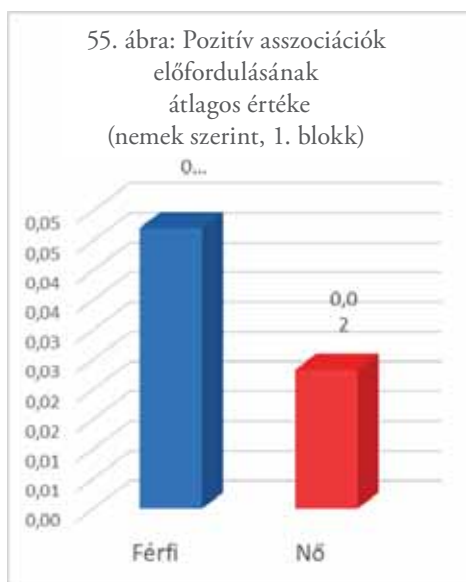
Ha személyenként vizsgáljuk a nyitottságot jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Robira és Digora a legjellemzőbb.



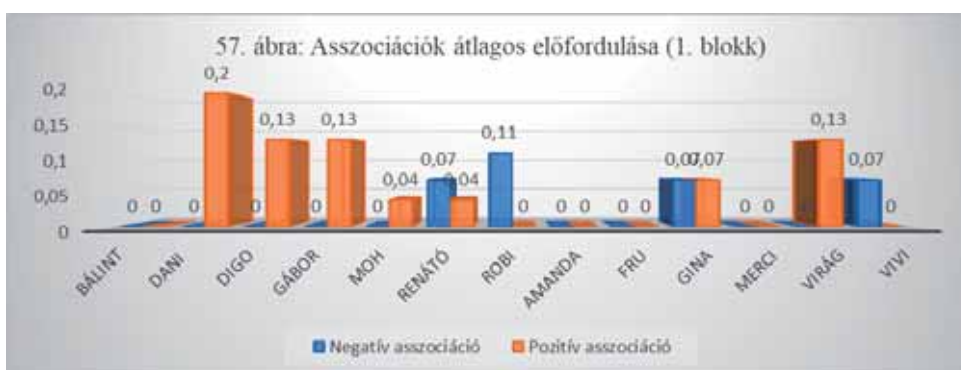
## 7.8. Pozitív és negatív asszociációk

A kommunikációhoz köthető megfigyelések utolsó szempontja a pozitív és negatív asszociációk feltárására irányult, azaz a sugárzott műsorok során megfigyelhető volt-e, hogy a szereplők pozitívan vagy elutasítóan állnak-e egy-egy feladathoz.

Nemenként vizsgálva a kérdést elmondhatjuk, hogy mind a pozitív, mind a negatív asszociáció a férfiakra volt jellemzőbb.



Személyenként vizsgálva az értékeket elmondhatjuk, hogy a pozitív asszociáció Danira volt a legjellemzőbb, a negatív pedig Robira.



## 8. A 2. adásblokk vizsgálatának eredményei

A vizsgált időszak: 2020. 12. 31. – 2021. 01. 06.

Vizsgált műsorok: *ValóVilág* powered by Big Brother 10 (röviden: VV10), *BeleValóVilág10*

Szereplők: Bálint, Dani, Moh, Renátó, Robi, Fru, Gina, Merci, Virág, Vivi.

### 8.1. Munkához való hozzáállás

A munkához való hozzáállás főkategória során azt vizsgáltuk, hogy az egyes, elemzett adás-intervallumokban a szereplők viselkedése hogyan értékelhető az aktivitás a háziasság és a motiváció tekintetében.

A főkategória alkategóriáit vizsgálva kijelenthetjük, hogy a kívülről kapott feladatok esetében az aktivitás a háziasság tekintetében nincs jelentős eltérés a férfiak és a nők között.

Az együttműködésre törekvés, valamint a motiváció a feladat végrehajtására alkategóriák esetében a férfiak aránya magasabb a tevékenységeknél, mint a nőké.

Az alkategóriák egyes skálái az alábbiak szerint alakultak:

Aktivitás:

- 1=erősen passzív,
- 2=inkább passzív,
- 3=semleges,
- 4=inkább aktív,
- 5=nagyon aktív.

Háziasság (napi háztartási tevékenység):

- 1= nem házias,
- 2=kevésbé házias,
- 3=semleges,
- 4=részben házias,
- 5=házias.

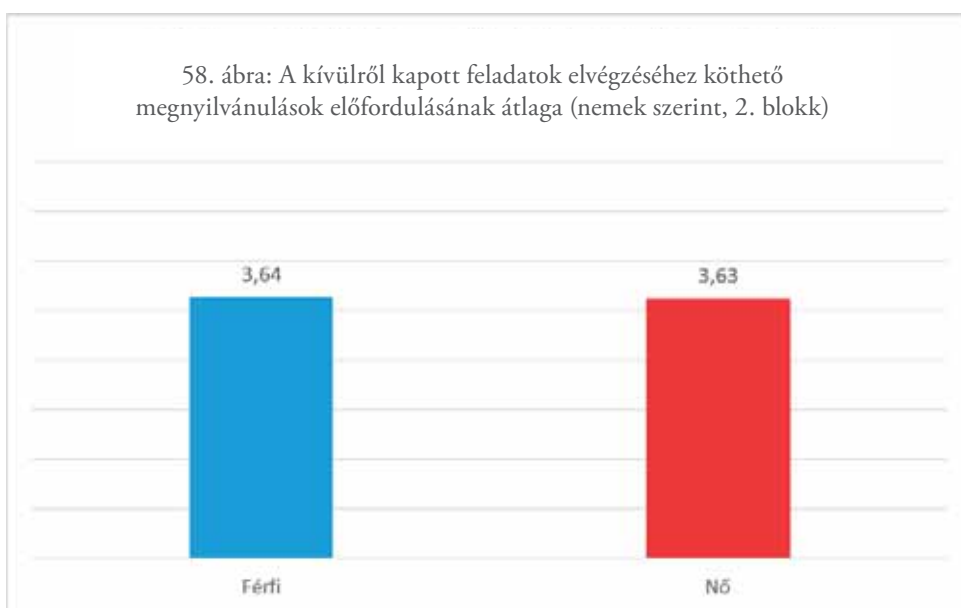
Együttműködésre törekvés:

- 1= teljes mértéken önállóan,
- 2=inkább önállóan,
- 3= semleges,
- 4=együttműködésre nyitott,
- 5= csapatban végzi.

Motiváció a feladat végrehajtásra:

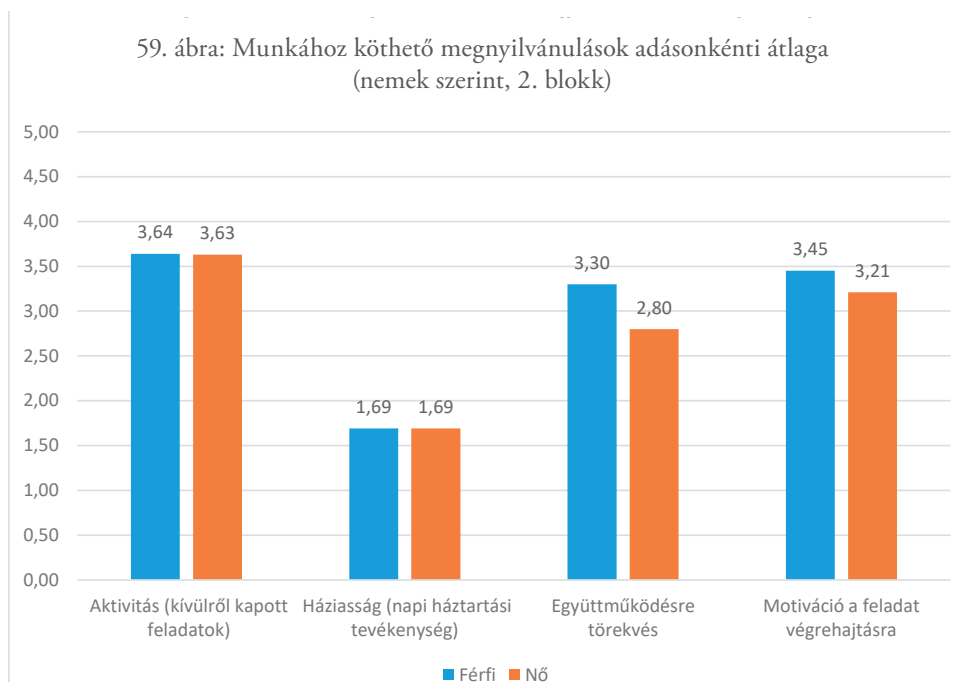
- 1= nem végzi el a feladatot,
- 2=épphogy elvégzi a feladatát,
- 3=vonakodva végzi el a feladatot,
- 4= elvégzi a feladatot,
- 5=lelkesen végzi el az adott feladatot.

A nemek szerinti megoszlást vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a férfiak és a nők átlagosan hasonló mértékben álltak a kívülről kapott feladatokhoz, elenyészően, de a férfiak jobb értéket értek el.



A munkához való hozzáállást a Likert-skála 5 fokának módusz értékei alapján vizsgáljuk. Kijelenthetjük, hogy az aktivitás kívülről kapott feladatok esetében a férfiakra jellemző az 5-ös, míg a nőkre a 4-es érték. A háziasság tekintetében nincs különbség a két nem között, mind a kettőnél az 1-es, azaz egyáltalán nem jellemző a legtipikusabb érték.

Az együttműködésre törekvésnél a férfiaknál a 4-es, míg a nőknél a 2-es kategória fordul elő legtöbbször, hasonlóan a motiváció a feladat végrehajtására változó esetében is.



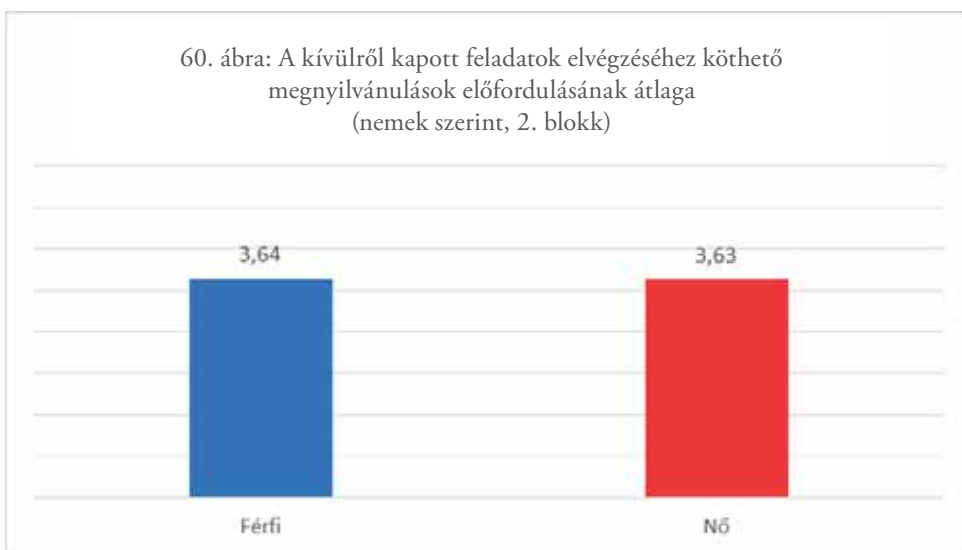
### 8.1.1. Aktivitás

Az Aktivitás (kívülről kapott feladatok) alatt azt értjük, hogy a szereplők milyen mértékben vettek részt az olyan feladatokban, amelyeket a műsor készítői találtak ki számukra, például a Villahét játék formájában.

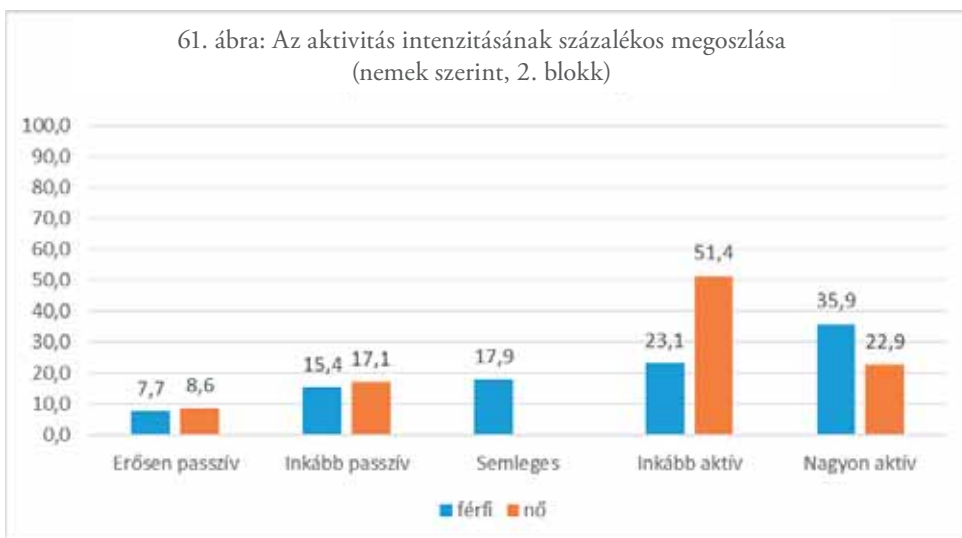
Az elemzés során egy 5 fokú skálát használtunk:

- 1=erősen passzív,
- 2=inkább passzív,
- 3=semleges,
- 4=inkább aktív,
- 5=nagyon aktív.

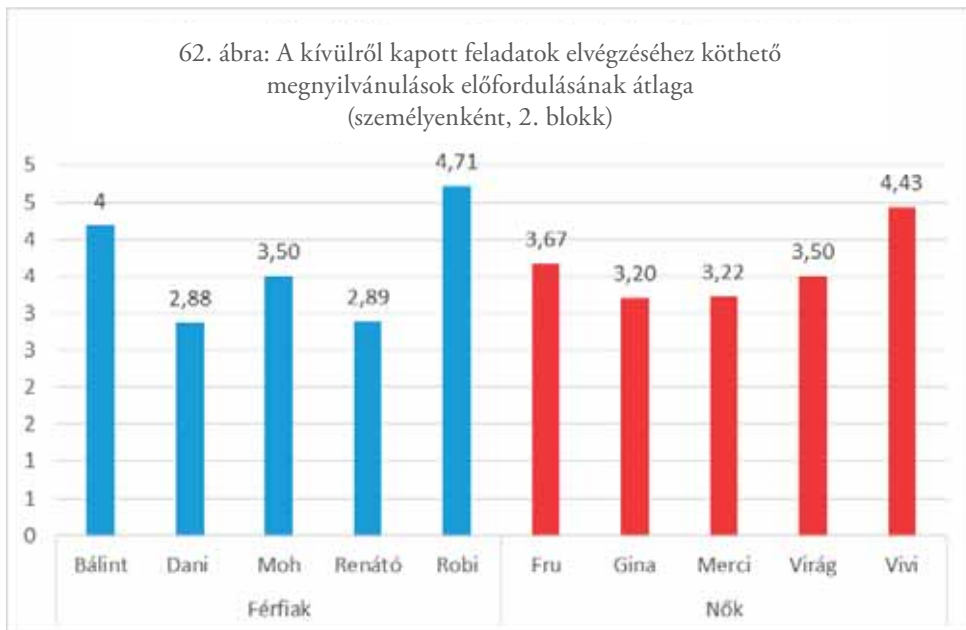
A férfiak és nők esetében a kívülről kapott feladatok elvégzéséhez köthető megnyilvánulások előfordulásának átlaga hasonló arányt mutat.



A végzett tevékenységek mértékének elemzése során jól látszik, hogy az inkább aktív a nőkre jellemző, azonban a nagyon aktív a férfiaknál fordul elő többször.



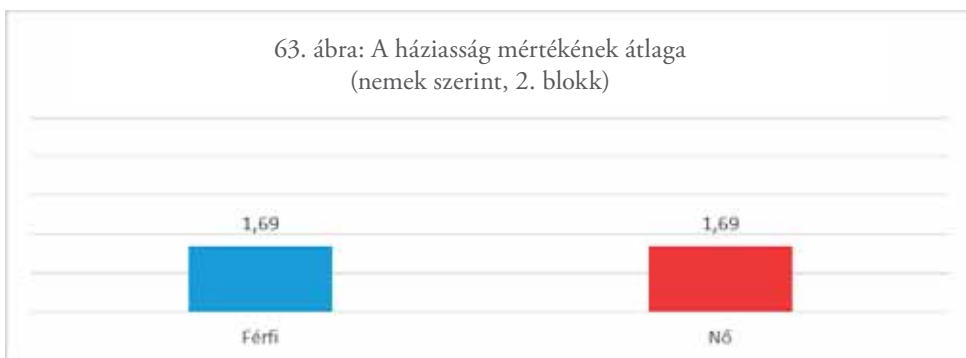
Ha az elvégzett tevékenységek Likert-skála szerinti mértékét nézzük, kijelenthetjük, hogy Robi és Vivi voltak a legaktívabbak, őket követi Bálint a férfiak között, a nők között Fru. A többiek nagyjából hasonló eloszlást mutatnak: átlagosan három és fél, illetve annál alacsonyabbra értékelt tevékenységet végeztek.



### 8.1.2. Háziasság (napi háztartási tevékenység)

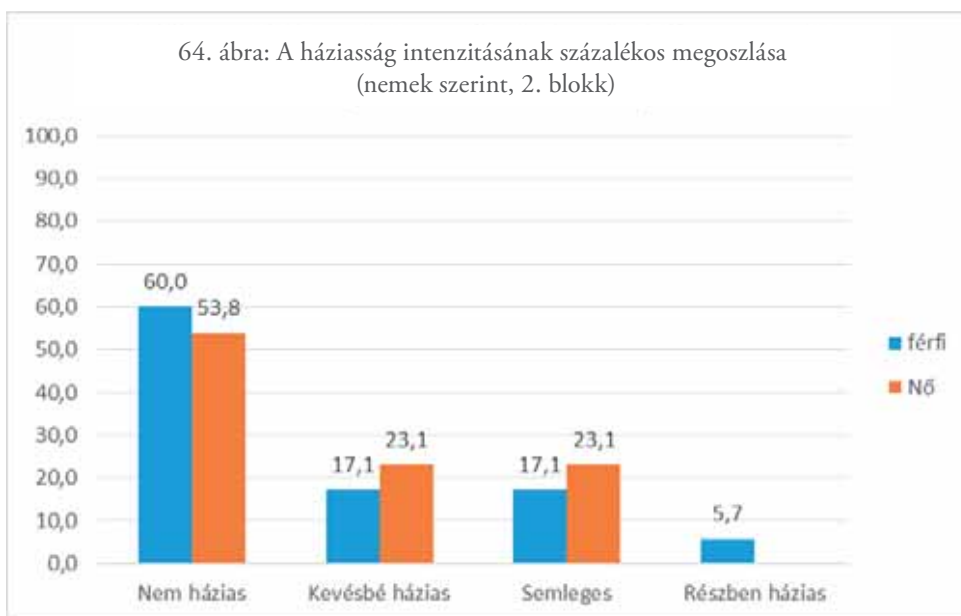
Háziasság alatt a napi háztartási tevékenységek során mutatott aktivitást értjük, amelyet a megfigyelés során mértük Likert-skálával, ahol az 1 az a nem háziast jelentette, míg az 5-ös a háziast.

A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulások átlaga ugyanolyan arányt mutat a férfiak és a nők esetében.



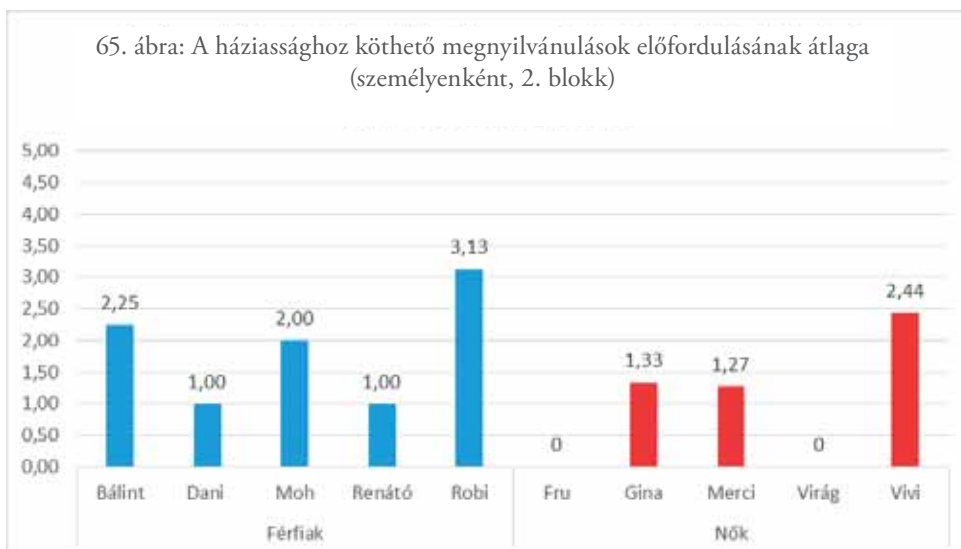
Összességében azt mondhatjuk, hogy a nők és a férfiak nagyon hasonló eredményt értek el e tényező vizsgálata során. Kijelenthetjük, hogy egyik nemre sem jellemző a nagyon háziasság a vizsgált adásblokkban.





A végzett tevékenységek Likert-skála szerinti értékeit elemezve szinte a teljes szereplőgárda három alatti teljesítményt mutat, azaz semleges a hozzáállásuk a háziassághoz. A legkiemelkedőbb Robi volt 3,13 eredménnyel.

Fru és Virág esetében, mint már korábban említettük, nem volt releváns ilyen tevékenység ebben a blokkban.



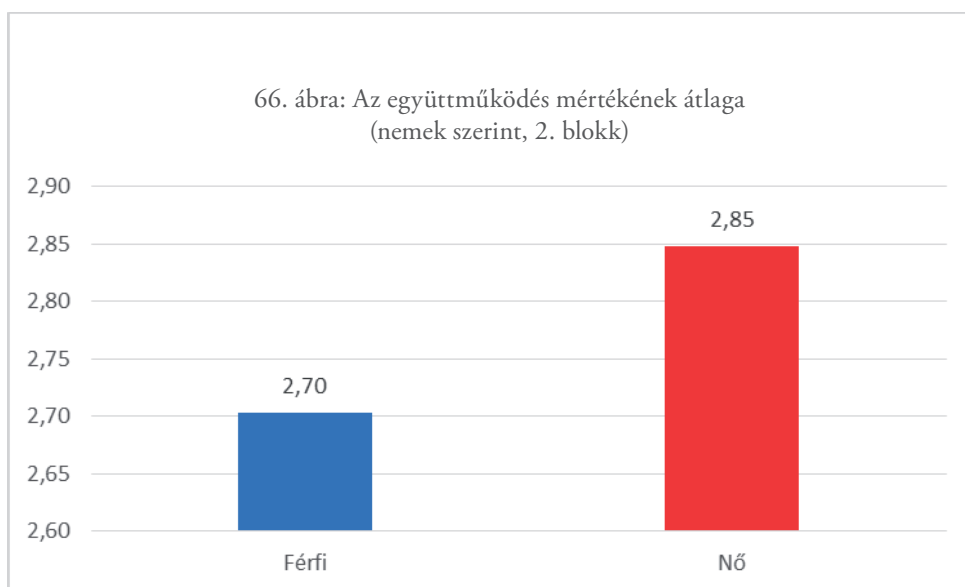
A nemek és a háziasság között nincs szignifikáns összefüggés.

### 8.1.3. Együtműködésre törekvés

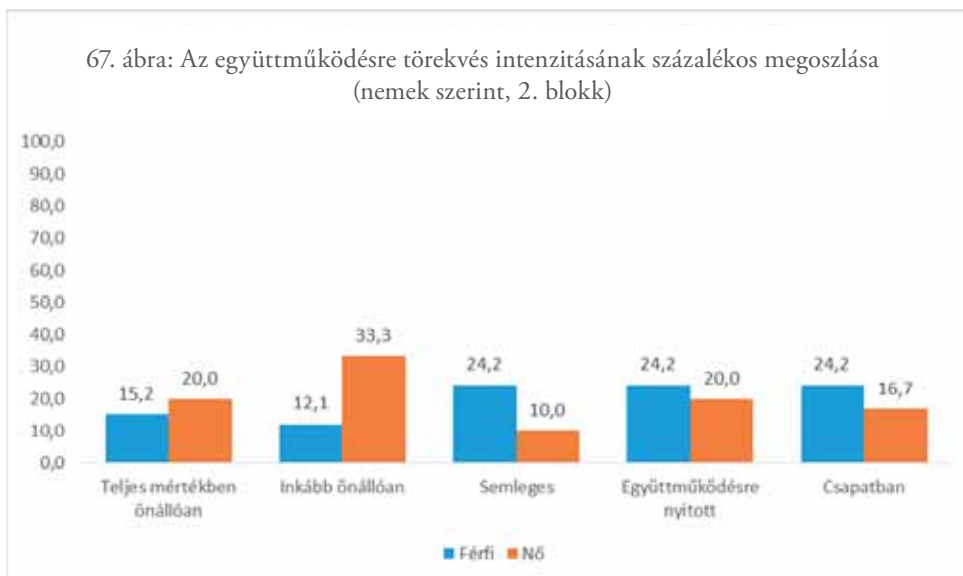
Az együtműködésre törekvés alatt azt értjük, hogy a szereplők egy-egy feladat elvégzése során mennyire nyitottak a másokkal együtt való munkára az eredmény elérése terén:

- 1=teljes mértéken önállóan,
- 2= inkább önállóan,
- 3= a semleges,
- 4=együtműködésre nyitott,
- 5=a csapatban szinteket jelenti.

Az átlagok alapján a nők jobb eredményt értek el ezen a téren a 2. adásblokkban.

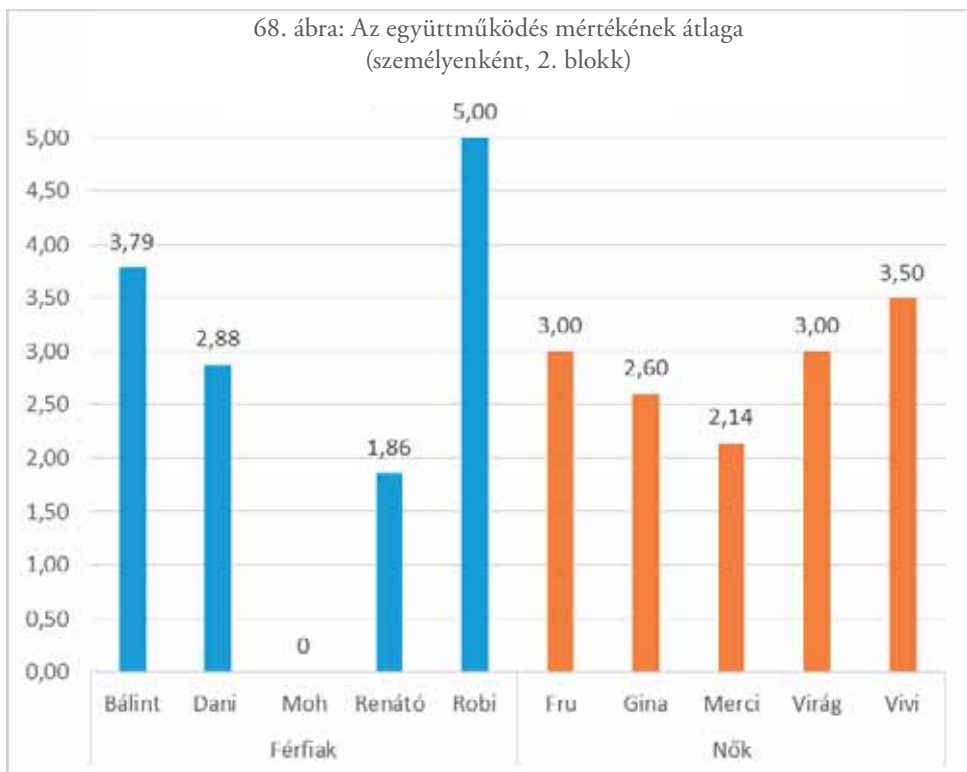


Az együtműködésre törekvés mértékénél a nőkre az inkább önállóan végzett tevékenységek a leginkább jellemzők, a férfiakra a semleges, az együtműködésre nyitott és a csapatban végzett munka ugyanolyan arányban fordul elő.



Ha az ötfokú skála értékeinek átlagát vizsgáljuk, akkor a csapatban történő együttműködés terén a legaktívabb a férfiaknál Robi volt, aki a két független kódoló értékelés alapján maximális pontszámot kapott, őt követte a fiúk között Bálint.

A lányoknál Vivi érte el a legmagasabb értéket (3, 5), őt követték 3 vagy az alatti átlaggal Fru, Virág, Fru, Merci és Gina.



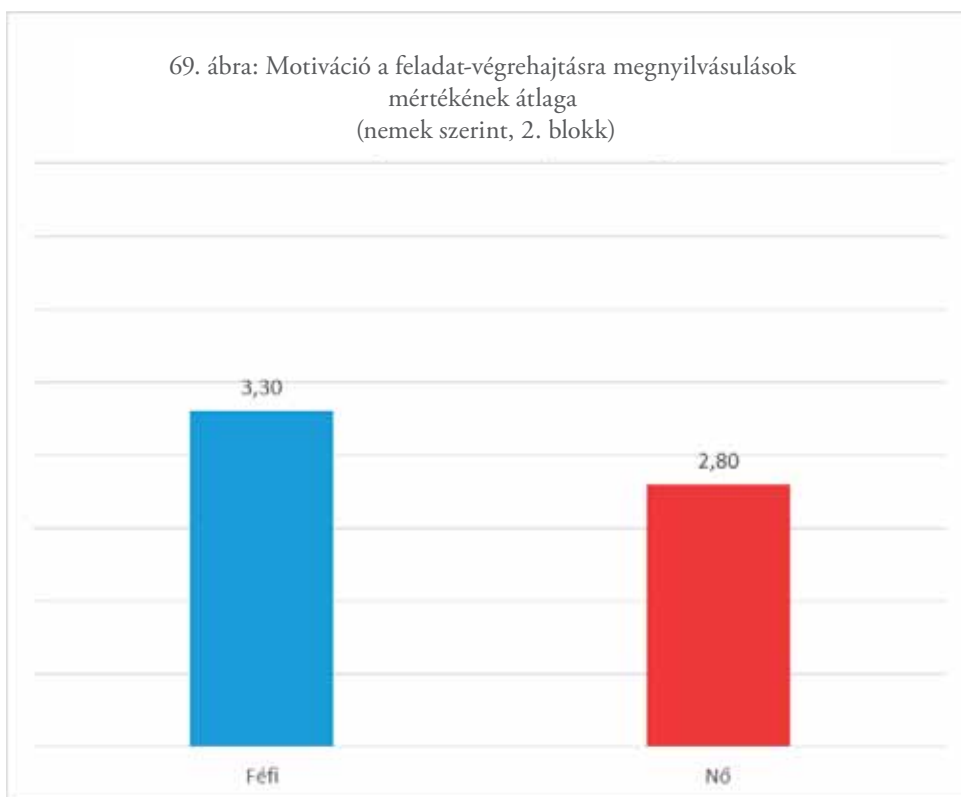
A női szereplők együttműködésre törekvéssel kapcsolatos megnyilvánulásai sokkal egyenletesebb eloszlást mutatnak a férfiakhoz képest, ahol jelentős a szóródás.

#### 8.1.4. Motiváció a feladat-végrehajtásra

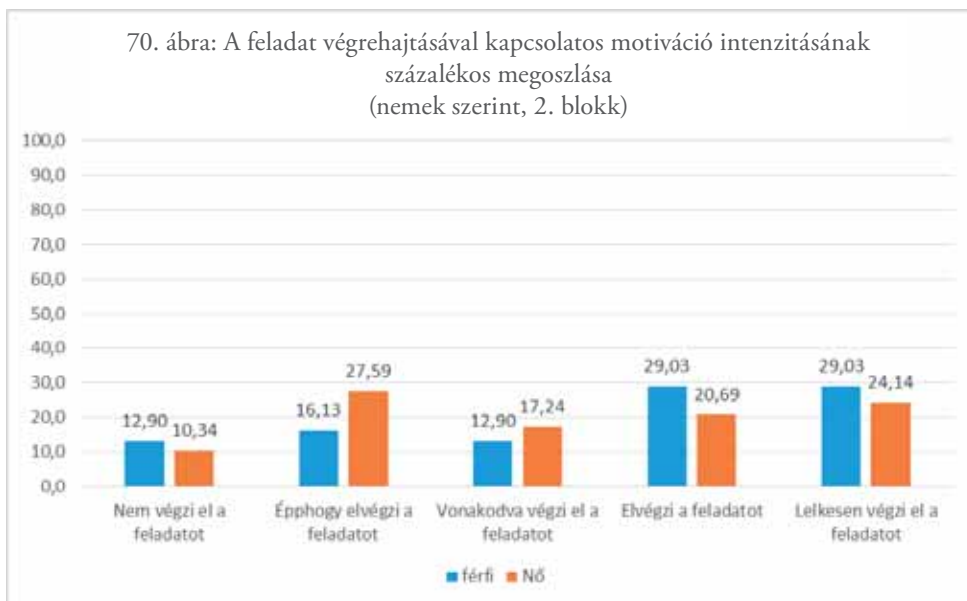
A feladat végrehajtása kapcsán kíváncsiak voltunk arra, hogy az adott szereplő – nemek szerinti bontásban –, hogyan áll egyes feladat, munka elvégzéséhez. A Likert-skála kategóriáit az alábbiak szerint hoztuk létre: 1 azt jelentette, hogy nem végzi el a feladatot; 2 épphogy elvégzi a feladatát; 3 vonakodva végzi el a feladatot; 4 elvégzi a feladatot; 5 lelkesen végzi el az adott munkát.

A férfiak inkább aktívabb, lelkesebb attitűdöt mutattak az e változó tekintetében vizsgált 2. adásblokkban.

Bár a nőknél a megnyilvánulások alapján e tevékenység többször megjelenik, de alacsonyabb átlagértéket értek el. A nőknél a legtöbb szereplőnél megállapítható, hogy inkább vonakodva végzik el a kapott feladatot.

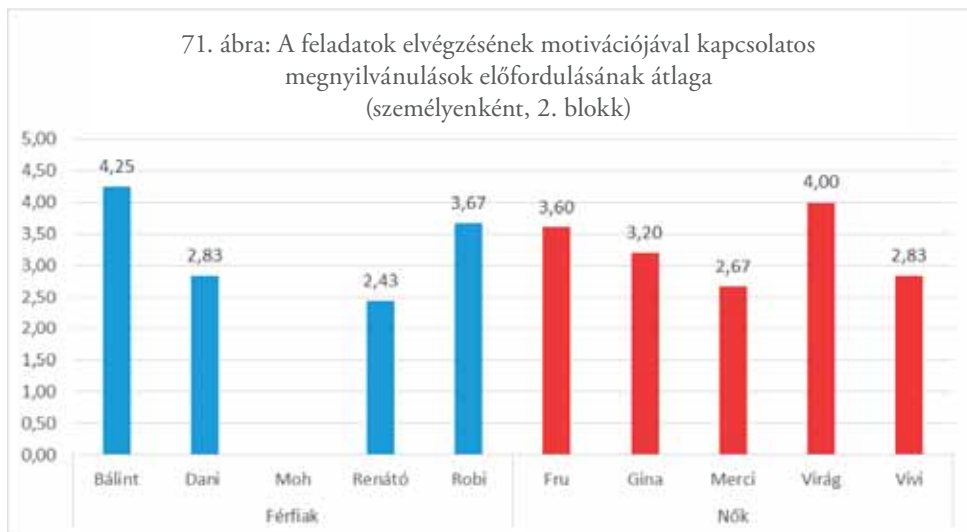


A motiváció kategóriáinak nemek szerinti átlaga alapján azt mondhatjuk, hogy a férfiak a lelkesebbek, hiszen az „elvégzi és lelkesen elvégzi a feladatot” náluk nagyobb százalékban figyelhető meg a 2. adásblokkban.



Ha a feladatok elvégzésével kapcsolatos motiváció intenzitását vizsgáljuk a skálák átlaga alapján, kijelenthetjük, hogy a férfiak között Bálint, míg a nők között Virág a leginkább lelkes szereplő, aki hajlandóságot mutat a kapott munkák megvalósítására.

A férfiaknál jóval nagyobb szórást mutatnak a megfigyelések eredményei, hiszen Bálinton és Robin kívül, Dani és Renátó inkább passzív szereplőként viselkednek, Moh pedig egyáltalán nem jelenik meg ilyen kontextusban.



Érdekes jelenség, hogy a Spearman-féle korrelációs együttható vizsgálatánál az „Aktivitás, kívülről kapott feladatok” változó erős pozitív korrelációs összefüggést mutat a többi munkával kapcsolatos tevékenységgel, azaz a Háziassággal, az Együttműködésre törekvéssel, a Motiváció a feladat végrehajtására és a Dominancia, csoportban elfoglalt hely változókkal.

Ez azt jelenti, hogy valaki minél aktívabb a kívülről kapott feladatok megvalósításában, annál nagyobb hajlandóságot mutat a többi tevékenység elvégzésére is.

Korrelációs mátrix (Spearman-féle együttható)		
		Aktivitás (kívülről kapott feladatok)
Háziasság (Napi háztartási tevékenység)	Korrelációs együttható	,539**
	Szignifikancia szint	,001
	N	36
Együttműködésre törekvés	Korrelációs együttható	,533**
	Szignifikancia szint	,000
	N	59
Motiváció a feladat-végrehajtásra	Korrelációs együttható	,763**
	Szignifikancia szint	,000
	N	53
Dominancia, csoportban elfoglalt hely	Korrelációs együttható	,697**
	Szignifikancia szint	,000
	N	56
**. p<0,01		

## 8.2. Társakkal való viszony

A társakkal való viszony fő kategória esetében arra kerestük a választ, hogy az egyes, vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók, ezeket többnyire gyakorlati vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, és ezek kerültek elemzésre.

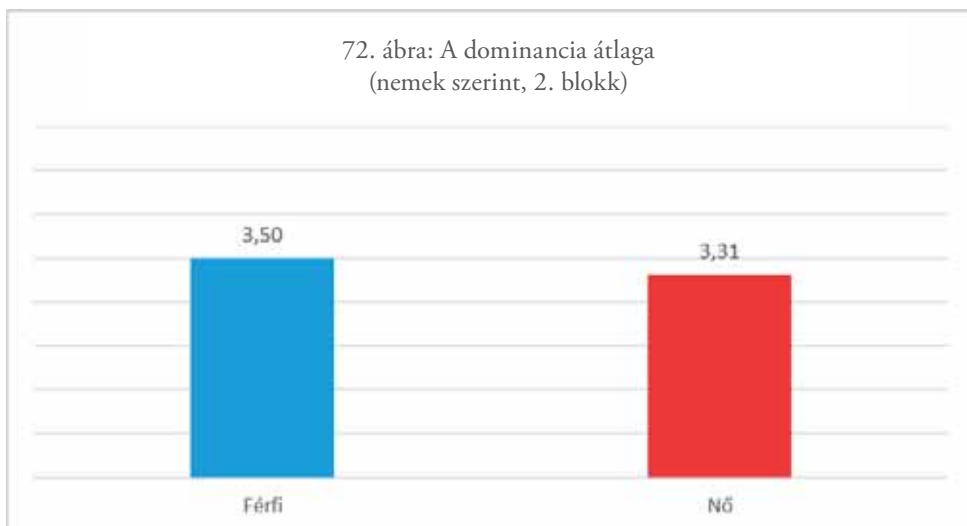
### 8.2.1. Dominancia, csoportban elfoglalt hely

A feladatok elvégzésében a hozzáállás mellett a szerepeket is vizsgáltuk, azt, hogy egy feladat megoldásában és összességében a csoportban, milyen mértékben vesz részt a játékos. Ez alapján az alábbi kategóriákat különítettük el, amelyek alapján a szereplőket értékeltük:

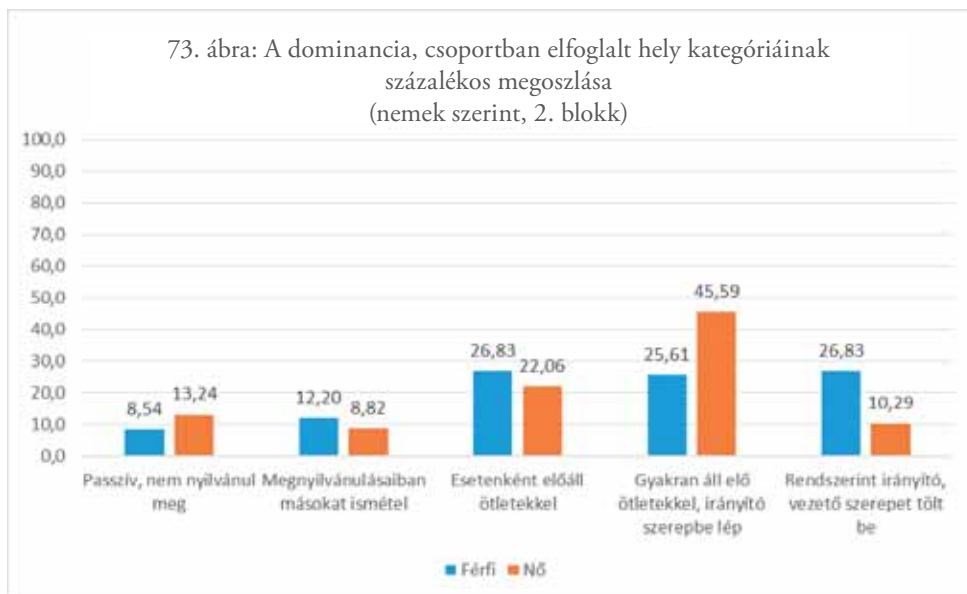
- Passzív, nem nyilvánul meg;
- Megnyilvánulásaiban másokat ismételi;
- Esetenként előáll ötletekkel;
- Gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepbe lép;
- Rendszerint irányító, vezető szerepet tölt be.

A skála két végpontját, tehát a 'passzív feladatvégrehajtástól' az 'aktív-dominánsig' fokozatokat különítettük el.

A dominancia nemek szerinti bontása alapján kijelenthetjük, hogy inkább a férfiakra jellemző az irányító szerep, a nők az adásokban inkább háttérbe vonulnak.



A kategóriák intenzitásának vizsgálata során azt látjuk, hogy a nemek közötti százalékos megoszlás alapján a férfiak az inkább kezdeményezők, bár az időnként előálló ötletek a nők majdnem felére jellemzők.

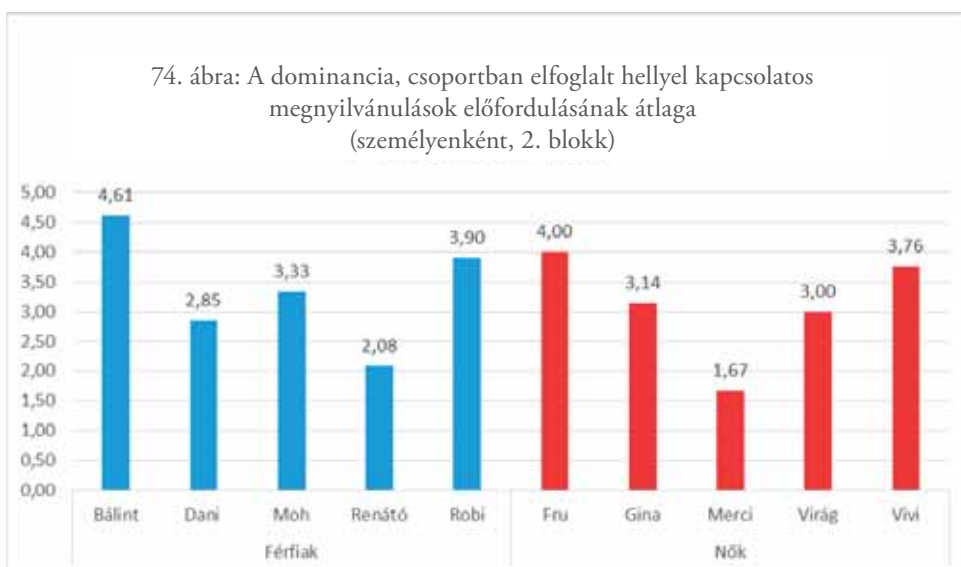


A szereplők szerinti aktivitás vizsgálata során azt látjuk, hogy az összes szereplő közül a legaktívabb Bálint volt, aki rendszerirányító vezető szerepben tűnik fel, a nők között pedig Fru az, aki gyakran előállt új ötletekkel és irányító szerepben lépett elő. A többi nő közül még hasonló értéket mutat Vivi, a férfiak között Robi.



A többi szereplőre az esetenként előálló ötletek, valamint a megnyilvánulásaiban másokat ismétlő viselkedés a leginkább jellemző.

Merci a vizsgált adásintervallumokban inkább passzív, nem nyilvánul meg, vagy ha igen, akkor másokat ismételi. A férfiak között Renátóra jellemző ez a viselkedés.

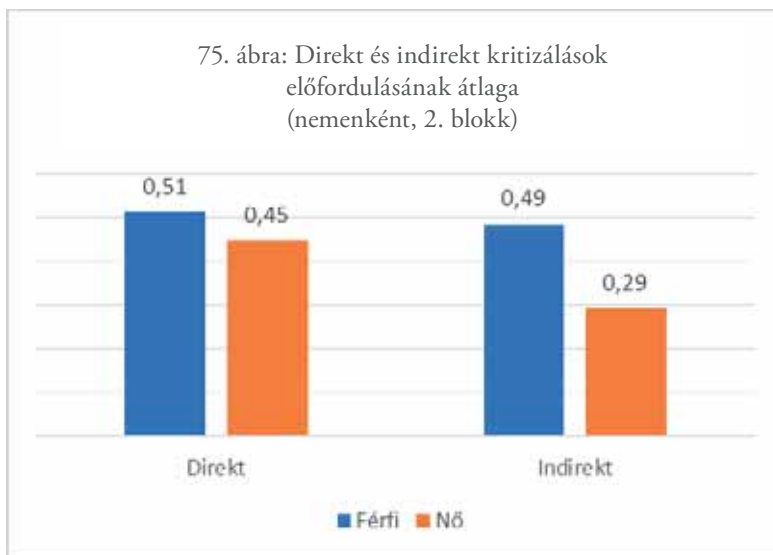


A Spearman-féle korrelációs együttható vizsgálata alapján a két változó között nincs szignifikáns statisztikai összefüggés.

### 8.2.2. Kritizálás (direkt, indirekt)

Ahogy az első gyorsjelentésnél már említésre került, az intrika fontos szerepet játszik szinte minden olyan valóságshow-ban, amelynek dinamikáját jelentős mértékben a résztvevők csökkenő száma határozza meg, és különösen fontos azokban a változatokban, ahol a műsor szereplőinek befolyása van arra, hogy kinek legyen esélye kiesni a játékból. A második adásblokk megfigyelése során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a kritizált személy jelenléte nélküli) intrika számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

A vizsgált adásblokkban a kritikus megnyilvánulások adásonkénti átlagos megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy a férfiak mind a direkt, mind az indirekt kritizálás esetében magasabb értéket mutatnak, illetve mind a férfiak, mind a nők esetében gyakoribb a szemtől szembeni kritikus megnyilvánulás, mint az indirekt.



Az értékeket összehasonlítva az első blokkal szembevetően, hogy az első blokkban – a másodikkal ellentétben – a nők mind a direkt, mind az indirekt kritizálás esetében magasabb arányt mutattak, mint az első blokkban. Ha az értékeket vizsgáljuk, akkor a férfiak esetén 65%-kal nőtt a direkt és 89%-kal az indirekt kritizálás. A nőknél csak 7%-kal nőtt a direkt kritizálás értéke, viszont az indirekt kritizálás 36%-kal csökkent. A második adásblokkban mind a direkt, mind az indirekt kritikái megnyilvánulások a férfiakra voltak jellemzőbbek. Az általunk vizsgált korrelációs együtthatók<sup>181</sup> alapján a nemek és a direkt vagy indirekt kritizálás között nincs szignifikáns statisztikai összefüggés.

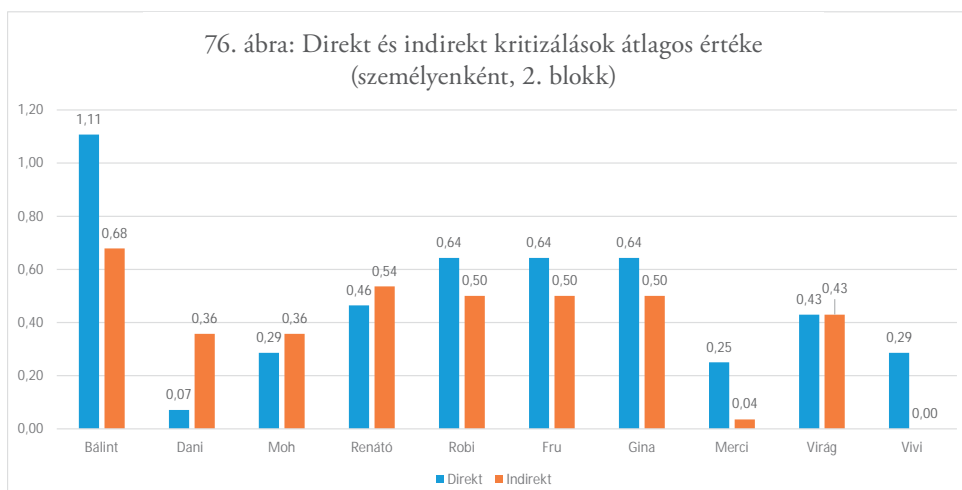
A direkt kritizálások átlaga a férfiaknál Bálint esetében a legmagasabb és legkevésbé Danira jellemző ez a viselkedés, a nőknél Fru és Gina vezet a sort, és Mercire volt a legkevésbé jellemző a vizsgált adásblokkban.

Az indirekt kritizálások átlagát a férfiaknál szintén Bálint vezet, és legkevésbé Danira és Mohra jellemző ez a magatartás, míg a nőknél Fru és Gina vezet a sort, Vivire pedig egyáltalán nem volt jellemző a vizsgált adásblokkban.

Ahogy az első gyorsjelentésnél már volt szó róla, a vizsgált elemeknél bizonyos esetekben fontos figyelembe venni azokat a tényezőket, amelyek jelentős hatással vannak a vizsgált időintervallumban a kutatás eredményére. Ezeket az eseményeket generálhatják tudatos cselekvések (például a műsor szerkesztői által kiadott feladatok), de okozhatják véletlen történések is (például heves reakció a szereplők közötti spontán beszélgetésre vagy viselkedésre).

Ebben az esetben a direkt és indirekt kritikához köthető megnyilvánulások egyrészt a műsornak ahhoz az eleméhez köthetők, amikor a játékosoknak – a többi játékos előtt – érvelniük kellett a két párbajra készülő szereplő egyike mellett, illetve amikor a két párbajozó (Bálint és Gina) a párbaj előtt véleményt nyilvánít egymásról. A feladat jellegéből adódóan a játékosoknak kritizálniuk kell egymást, ami megosztottsághoz és konfliktusokhoz vezet. Nem véletlen, hogy a vizsgált adásblokkban a két párbajozó (Bálint és Gina) vezet mind a direkt, mind az indirekt kritikái megnyilvánulások adásonkénti átlagos előfordulási gyakoriságát.

181 Pearsons-féle korrelációs együttható



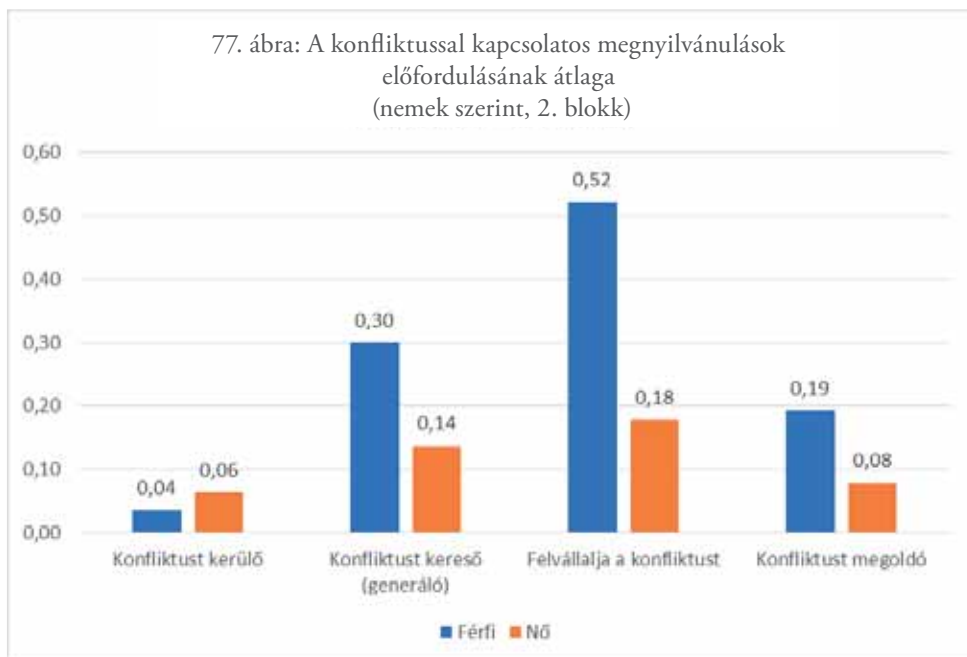
### 8.2.3. Konfliktus

A konfliktus a valóságshow-k egyik legfontosabb eleme, amely fontos szerepet játszik a nézettségben, ezért a szereplőválogatástól kezdve, a feladatokon át, a végső cél eléréséig (csak egy játékos nyerhet) áthatja a műsort.

A konfliktusok műsoron belüli előfordulását tekintve arra voltunk kíváncsiak a kutatás keretei között, hogy a szereplők a vizsgált adásblokkokban hányszor mutatnak olyan magatartást, amely konfliktuskereső, konfliktusfelvállaló vagy éppen ellenkezőleg: elkerülni vagy megoldani kívánja a konfliktust.

A nemeket összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy amíg – az átlagot tekintve – a férfiak a konfliktusok generálásában, felvállalásában és megoldásában töltenek be aktív szerepet, addig a nőkre inkább a konfliktuskerülés a jellemző.

Az előző blokk értékeivel összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy jelentős változást figyelhetünk meg a férfiaknál, ahol 136%-kal nőtt a konfliktusok felvállalása és 50%-kal nőtt a konfliktusok generálása, míg a nőknél a felére csökkent a konfliktuskerülés, és közel a felére a konfliktusmegoldás értéke.

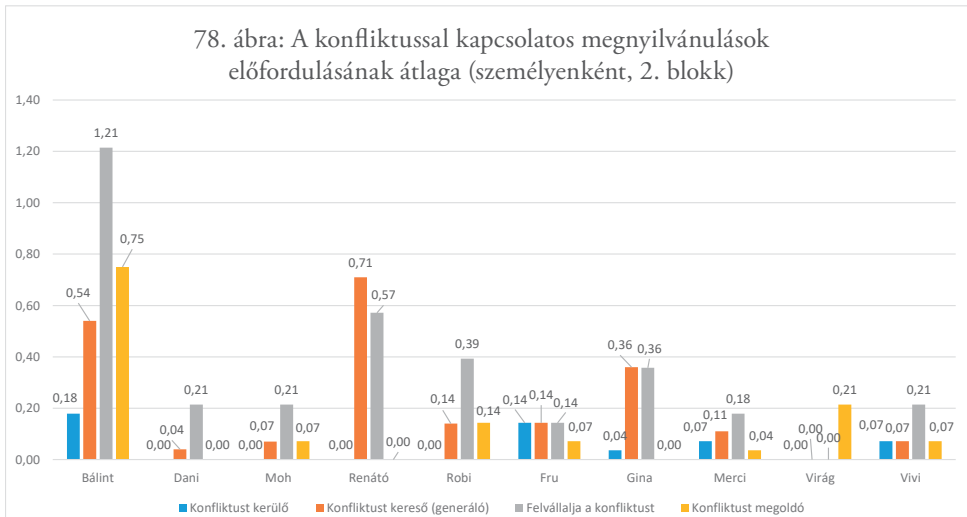


Az átlagok szereplőnkénti vizsgálata során azt látjuk, hogy Renátó generálja a legtöbb konfliktust a műsorban, őt követi Bálint és Gina. Hármuk konfliktusa a már említett feladatra vezethető vissza, amikor a játékosoknak – a többi játékos előtt – érvelniük kellett a két párbajra készülő szereplő egyike mellett. Ők hárman majdnem háromszor annyi konfliktust generálnak, mint az összes többi szereplő együttesen. (Ebben természetesen szerepet játszik az is, hogy a két párbajozó – Bálint és Gina – a párbaj előtt véleményt nyilvánít egymásról.) Csak egyetlen játékos van, aki egyáltalán nem generál konfliktust: Virág.

A konfliktusok kerülésénél Bálint és Fru a sorrend, kifejezetten érdekes, hogy Bálint egyaránt benne van a legtöbb konfliktust generálók és a megoldók között is, holott azt feltételezhetnénk, hogy aki hajlamos a konfliktusok generálására, az talán kevésbé kívánja elkerülni azokat. Erre a viselkedésformára jó példa Renátó, aki a legmagasabb konfliktusgeneráló értékkel rendelkezik, ugyanakkor a 14 adás alatt egyetlen egy alkalommal sem próbálta meg elkerülni a konfliktusokat.

A konfliktusok felvállalásánál is azt feltételezhetjük, hogy aki konfliktust generál, az szívesebben vállalja a vitákat, mint aki nem. Ezt alátámasztják a vizsgálat eredményei, hiszen Bálint, Renátó és Gina valóban az első három között vannak (a sorrend: Bálint, Renátó és Gina).

A konfliktusok megoldásánál Bálint, Virág és Robi a sorrend, közülük Bálint viselkedése a legösszetettebb, aki a legtöbb konfliktust vállalta fel, ugyanakkor a konfliktusok generálásában és megoldásában is jelentős szerepet játszott.

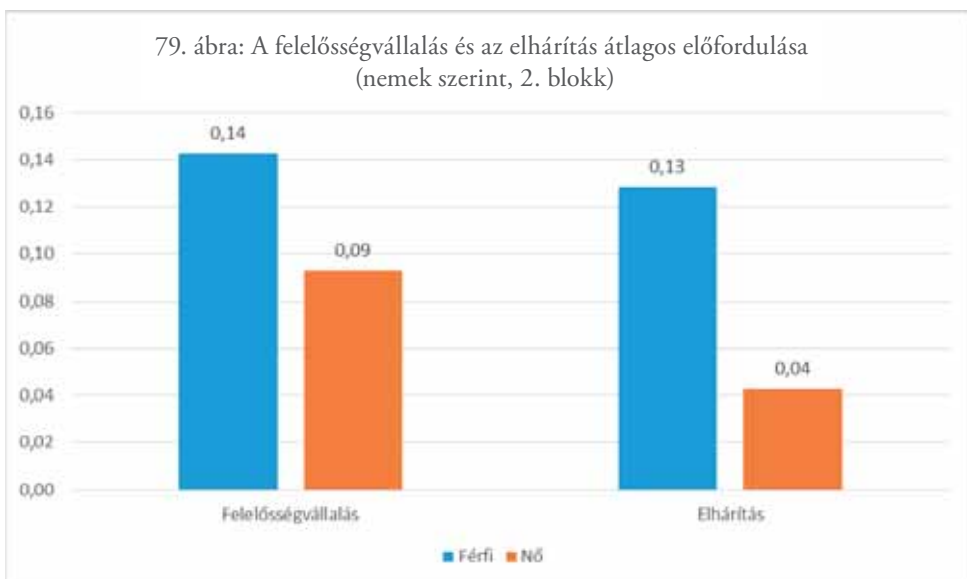


A vizsgálatunk alapján a szereplők neme és a konfliktus felvállalása között rendkívül erős negatív korreláció és szignifikáns összefüggés mutatható ki.

#### 8.2.4. Felelősségvállalás

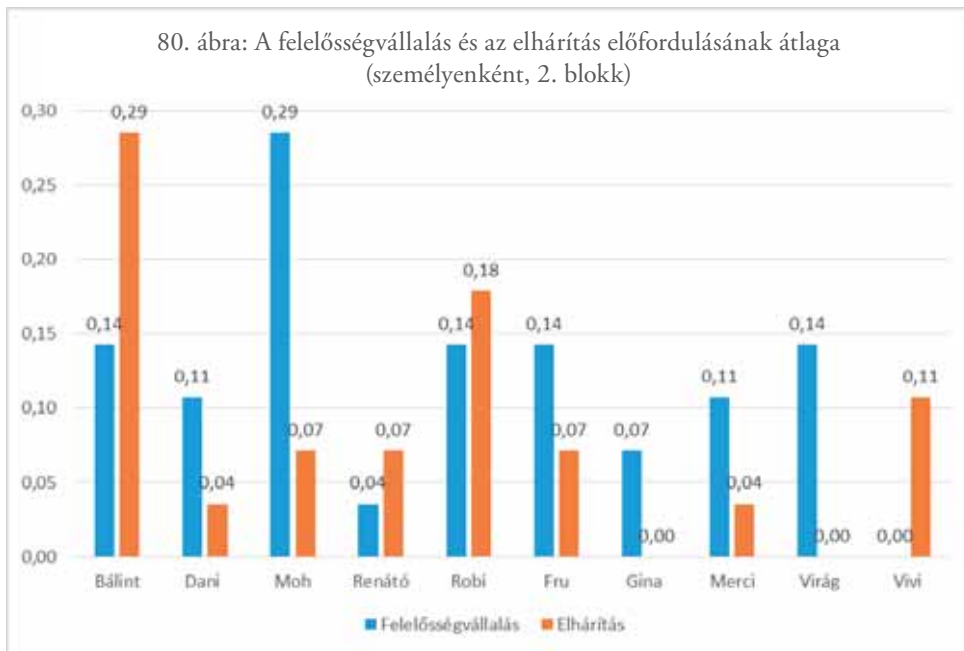
Felelősségvállalás és elhárítás kategóriák vizsgálatakor arra voltunk kíváncsiak, hogy a 2. adásblokkban a szereplők hány alkalommal vállalnak tetteikért felelőséget, valamint az esetleges számonkérés esetében hányszor hárítják azt el.

A felelősségvállalás és elhárítás előfordulása nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy mindkét változó esetében a férfiaknál fordul elő többször.



Szereplők szerinti bontás alapján azt mondhatjuk, hogy a felelősségvállalás a legtöbbször Mohnál fordult elő, valamint Robinál.

Az elhárítás Bálintnál fordult elő átlagosan a legtöbbször, a nőknél ilyen kiugró értékeket nem láttunk, Vivi mutatta ebben a legnagyobb aktivitást, de összességében jóval elmaradtak a férfiaktól. Virágra és Ginára egyáltalán nem jellemző a 2. adásblokkban az elhárítás.



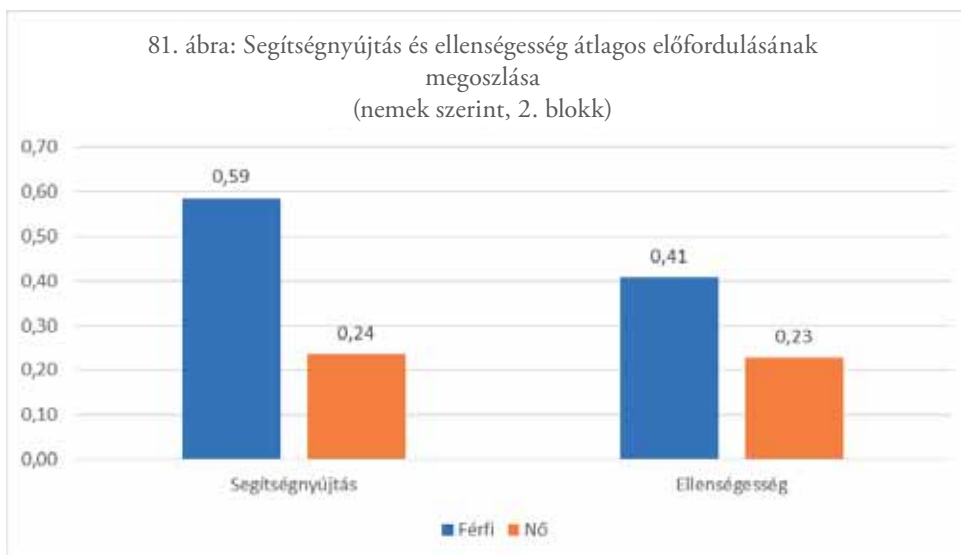
### 8.2.5. Segítségnyújtás és Ellenségesség

A segítségnyújtás változó alatt azt értettük, hogy a résztvevők a társaikkal való kapcsolatuk során mennyire segítik egymást egy probléma felmerülése kapcsán, az ellenségesség alatt pedig azt, hogy adott szituációban mennyire viselkednek ellenségesen egymással.

A villában a segítségnyújtásnak rendszerint három oka van: a személyes szimpátia, a csoporthoz tartozás és a közös feladatok elvégzésének támogatása. Az ellenséges viselkedés részben az unszimpátián alapul, de a stresszhatások növekedése és a kialakuló érdekcsoportok az idő múlásával egyre jelentősebb szerepet kapnak a játékosok viselkedésének formálásában.

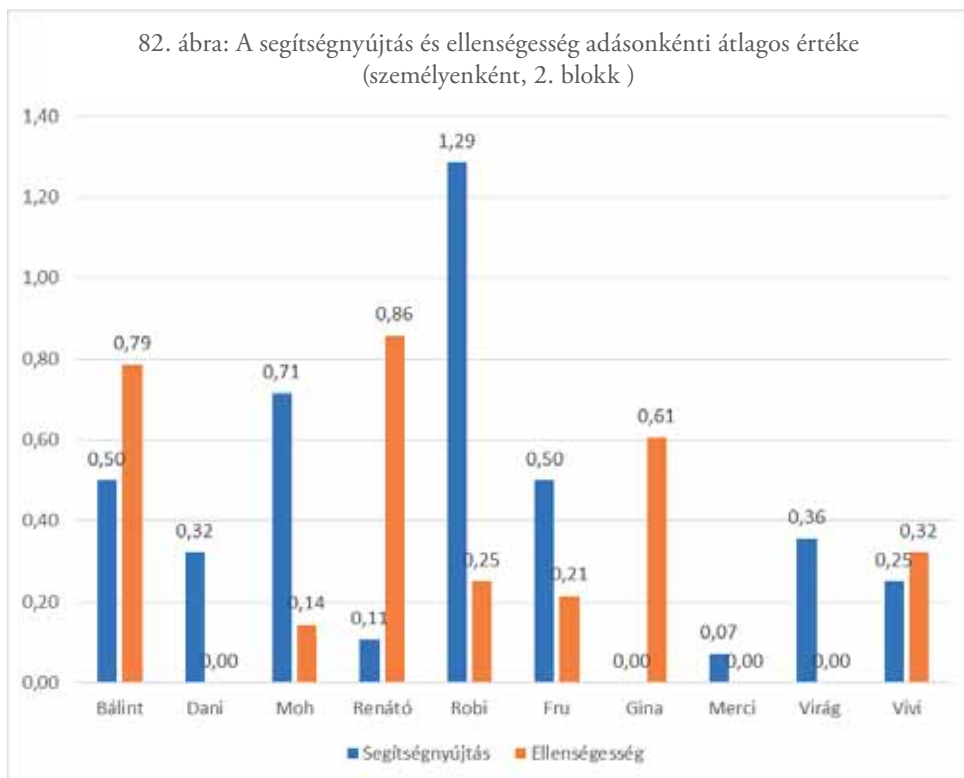
A vizsgálataink során azt tapasztaltuk, hogy a segítségnyújtás terén a férfiak átlaga a magasabb, több mint duplája a nőkének, és több mint duplája az első blokkban a férfiakra vonatkoztatott értéknek.

Az ellenségesség tekintetében is hasonló a helyzet, a férfiak átlaga a magasabb, majdnem duplája a nőkének, és több mint négyszerese az első blokkban a férfiakra vonatkoztatott értéknek.



Ha szereplők szerinti bontásban vizsgáljuk a segítségnyújtást és az ellenségességet, akkor azt mondhatjuk, hogy hasonlóan az előző blokkhoz, magasan Robi vezeti a sort a segítségnyújtás terén, ráadásul 175%-kal növelte az előfordulások átlagos értékét. Robit követi Moh és Bálint. A 2. blokkban Gina volt az egyetlen, akinél nem volt megfigyelhető segítségnyújtás.

Az ellenségesség terén Renátó, Bálint és Gina a sorrend. Itt is visszaköszön a már említett feladat, amikor a játékosoknak érvelniük kellett a két párbajra készülő szereplő egyike mellett. Az ellenséges megnyilvánulásokat tekintve is érdemes megfigyelni, hogy az első blokkhoz képest mindhárom játékosnál nőttek az értékek, Renátónál ez az érték 682%, Bálintnál 216%, Ginánál 239%. A 2. blokkban Dani, Merci és Virág volt az a három szereplő, akiknél nem volt megfigyelhető ellenséges viselkedés.

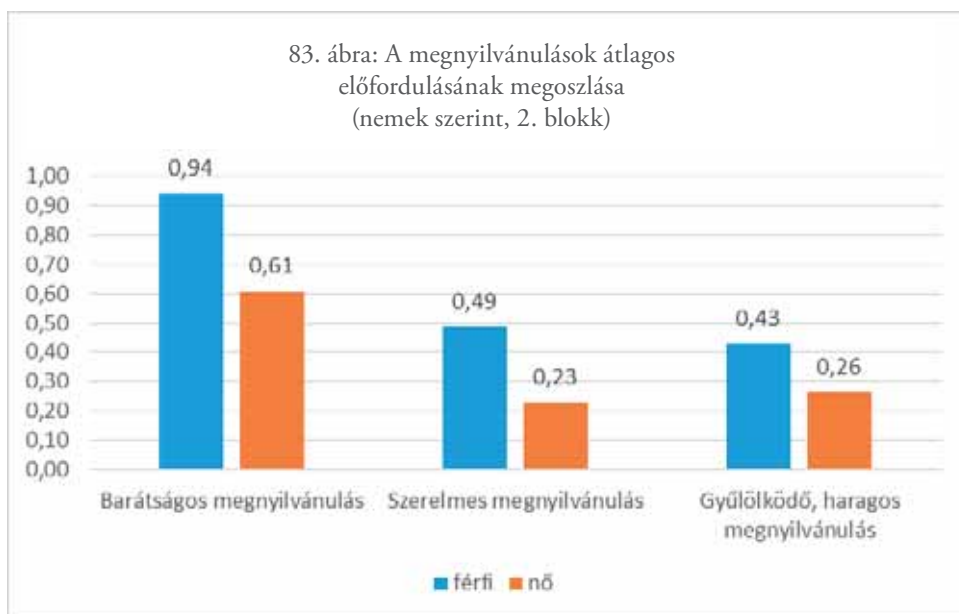


### 8.3. Megnyilvánulások

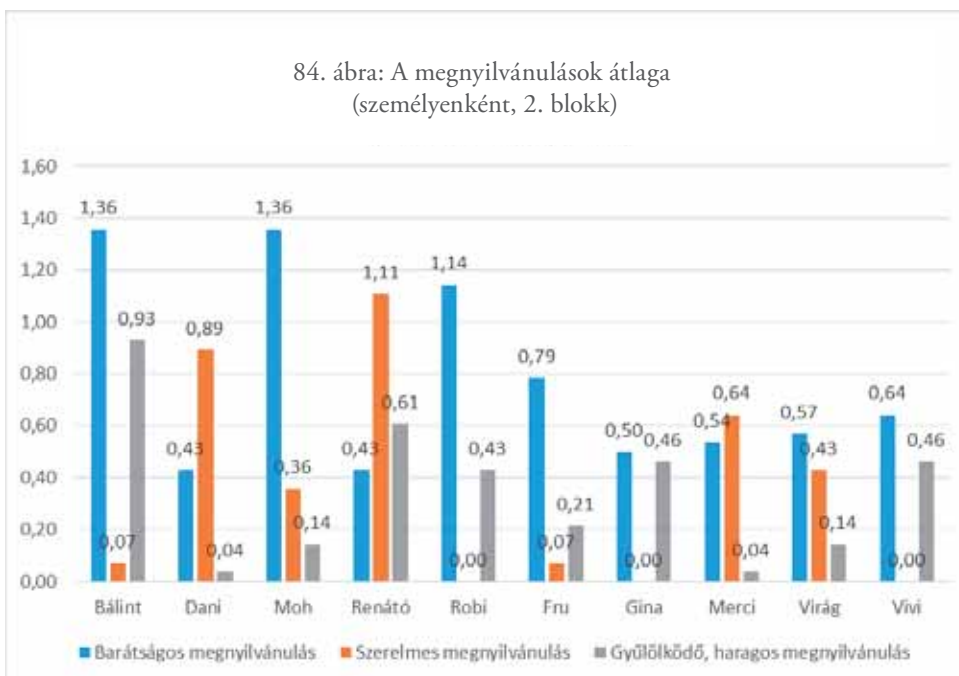
A megnyilvánulásokról három fő kategóriát vizsgáltunk, ennek keretében azt néztük meg, hogy a szereplők az egyes adások alatt hányszor viselkednek barátságosan, hányszor van valamilyen szerelmes megnyilvánulásuk, illetve gyűlölködő és haragos hangulatban másokkal szemben hányszor nyilvánulnak meg.

A megnyilvánulások átlagos előfordulásának nemenkénti megoszlása esetében a barátságos megnyilvánulás, valamint a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás közel hasonló arányt mutat, a szerelmes megnyilvánulásnál azonban a nők jóval kisebb arányban jelentek meg ilyen jellegű szerepkörben.





A szereplők szerinti megnyilvánulások számának megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy kiemelkedő volt a szerelmes megnyilvánulások terén Renátó és Dani, míg a nők esetében Mercsi és Virág. A barátságos megnyilvánulások Bálintot, Mohot, Robit, Vivit, Frut és Mercit jellemezték. A gyűlölködő, haragos megnyilvánulások átlagos megoszlása tekintetében Bálint, Renátó, Gina és Vivi átlaga a legkiemelkedőbb a versenyben lévő szereplők közül.



Szintén érdekes jelenség, hogy ha a Pearson-féle korrelációs együttható vizsgálatok során összehasonlítjuk, hogy milyen kapcsolatban áll egymással mások kritizálása és a konfliktusokhoz való hozzáállás, illetve a megnyilvánulás, akkor azt mondhatjuk, hogy ezek között erős korrelációs összefüggés van, amelynek iránya pozitív.

Ez a kapcsolat fennáll a 'felvállalja a konfliktust', a 'konfliktust kereső', a 'konfliktust megoldó', az 'elhárítás', az 'ellenségesség', a 'barátságos', valamint a 'gyűlölködő, haragos' megnyilvánulások esetében.

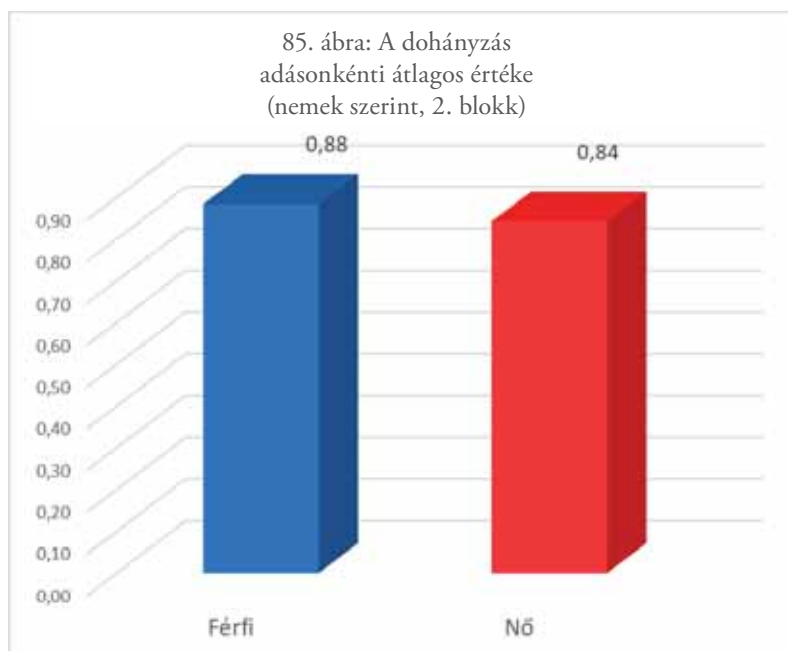
		Mások kritizálása (direkt /szembe/)
Konfliktust kerülő	Korrelációs együttható	,122*
	Szignifikancia szint	,042
	N	280
Konfliktust kereső (generáló)	Korrelációs együttható	,331**
	Szignifikancia szint	,000
	N	280
Felvállalja a konfliktust	Korrelációs együttható	,442**
	Szignifikancia szint	,000
	N	280
Konfliktust megoldó	Korrelációs együttható	,547**
	Szignifikancia szint	,000
	N	280
Elhárítás	Korrelációs együttható	,186**
	Szignifikancia szint	,002
	N	280
Ellenségesség	Korrelációs együttható	,302**
	Szignifikancia szint	,000
	N	280
Barátságos megnyilvánulás	Korrelációs együttható	,412**
	Szignifikancia szint	,000
	N	280
Gyűlölködő, haragos megnyilvánulás	Korrelációs együttható	,378**
	Szignifikancia szint	,000
	N	280

## 8.4. Viselkedési kategóriák

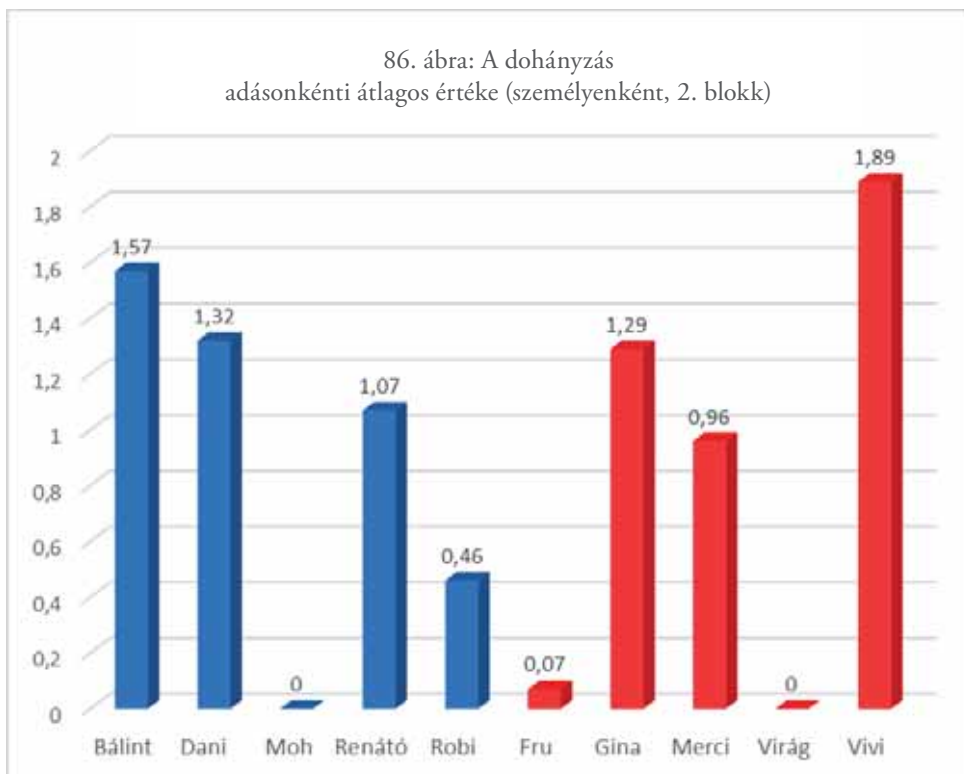
### 8.4.1. A dohányzás

A dohányzás megfigyelésénél a vizsgálat során az előfordulások számát vettük alapul. Egy előfordulásnak tekintjük a két képváltás közötti megjelenítést.

A második adásblokkban a nemek szerinti összehasonlításban a férfiak minimálisan többször dohányoztak (0,88), mint a nők (0,84). Mindkét érték növekedett az első adásblokkhoz viszonyítva, a férfiaknál 87%-kal, a nőknél 71%-kal.



A dohányzás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Vivi dohányzott a legtöbb alkalommal, őt követte Bálint és Dani.

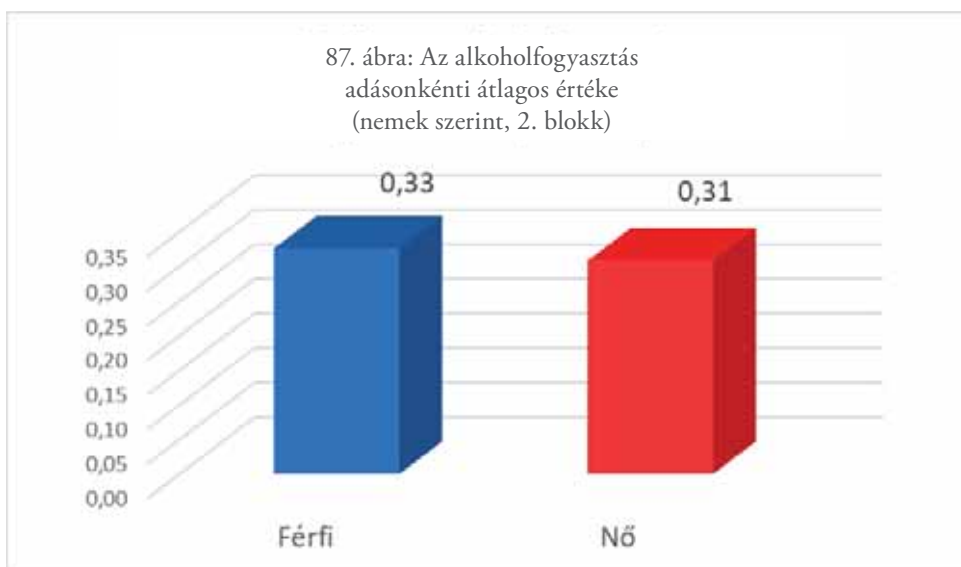


Ha nemek szerint vizsgáljuk az összefüggéseket, akkor azt tapasztaljuk, hogy a dohányzás és az alkoholfogyasztás között erős pozitív összefüggés mutatható ki, mind a férfiaknál, mind a nőknél.

#### 8.4.2. Alkoholfogyasztás

Kutatásunkban a viselkedés vizsgálatának részét képezi az alkoholfogyasztás gyakoriságának áttekintése is. Alkoholfogyasztásnak azt tekintettük, amikor a műsor szereplője belekortyolt az italába, és nem vettük figyelembe, amikor csak tartotta az italt, vagy a beszélgetésekben alkoholfogyasztáshoz köthető motívumok jelentek meg.

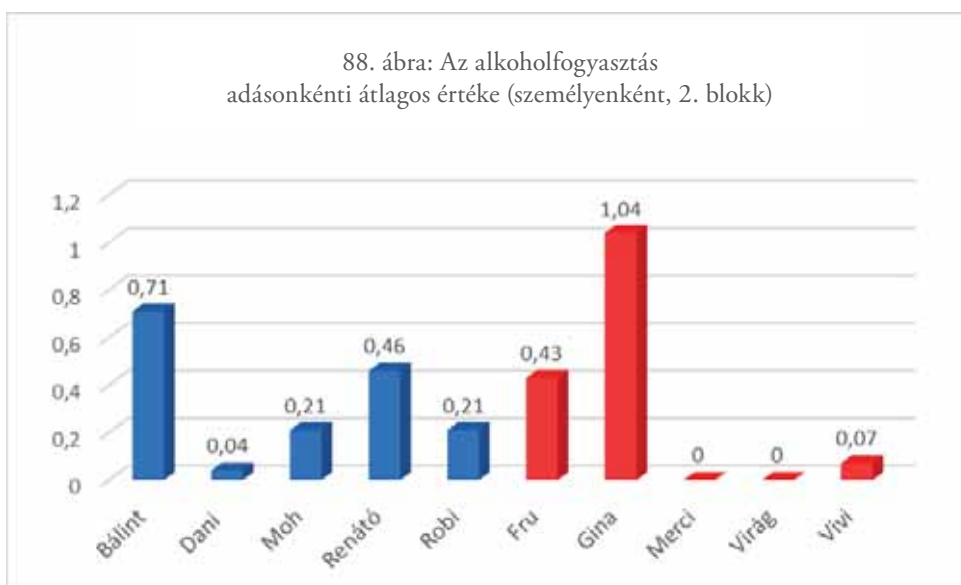
Nemek szerinti összehasonlításban a férfiak fogyasztottak többször alkoholt, adásonként 0,33 alkalommal, a nők pedig 0,31 alkalommal. Az első blokkhoz képest a férfiaknál ez 22%-os, a nőknél 55%-os növekedést jelent.



Ha nemek szerint vizsgáljuk az összefüggéseket, akkor azt tapasztaljuk, hogy a férfiaknál az 'alkoholfogyasztás' és az 'ölelés, kedvesség más neművel'; a 'meztelenség'; és az 'ölelés, kedvesség azonos neművel' kategóriák között összefüggés mutatható ki (természetesen a dohányzáson kívül).

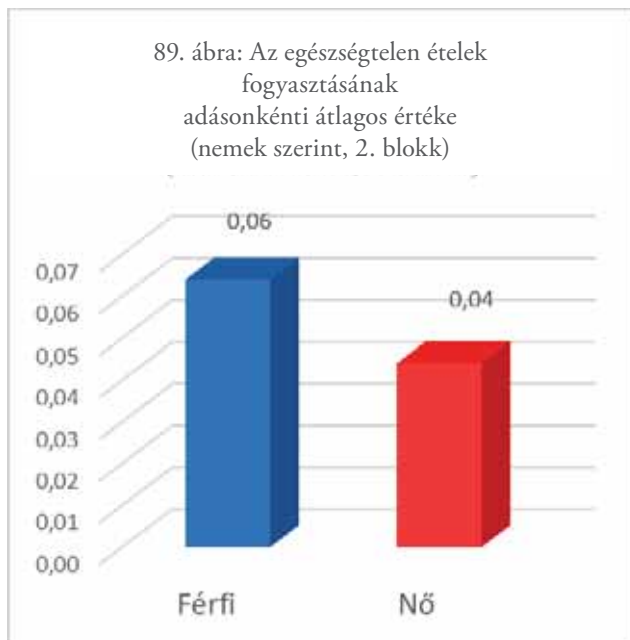
A nőknél az 'alkoholfogyasztás' és a 'nevetés'; a 'meztelenség'; az 'ölelés, kedvesség azonos neművel' kategóriák között összefüggés mutatható ki (természetesen a dohányzáson kívül).

Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Gina, Bálint és Renátó fogyasztott alkoholt (Gina közel 15-ször annyit, Renátó kb. 6,5-ször annyit, Bálint 10%-kal kevesebbet, mint az első adásblokkban). Merczi és Virág egyáltalán nem fogyasztott alkoholt a vizsgált időszakban.

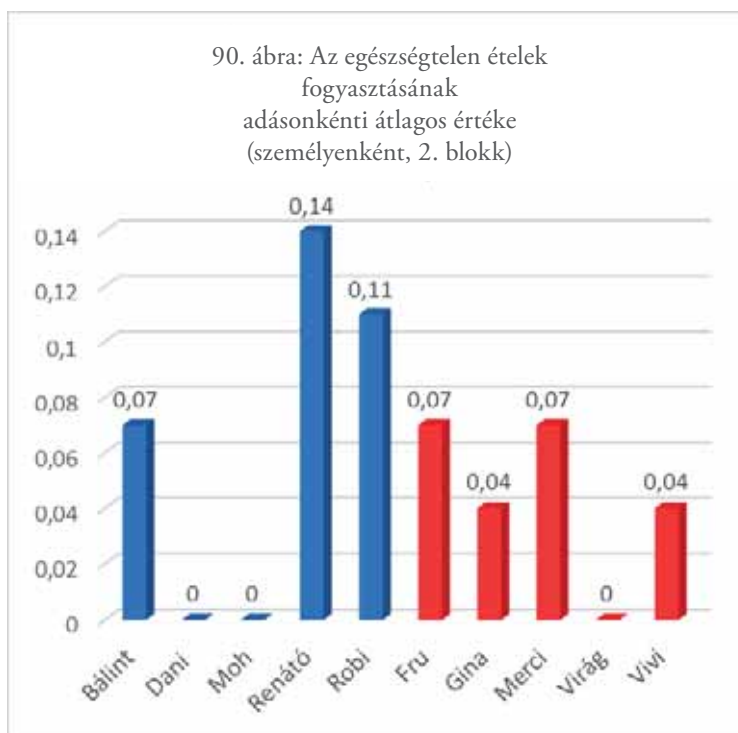


### 8.4.3. Egészségtelen ételek

A vizsgálat során kódolásra került, hogy hány esetben fogyasztanak egészségtelen ételeket (chipset, csokoládét stb.) a villa lakói. A második adásblokk során alig volt megfigyelhető ez a tevékenység, a nemek szerinti megoszlás hasonlóan alacsony értéket mutat mind a férfiaknál (0,06), mind a nőknél (0,04).



Az egészségtelen ételek fogyasztásának adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Renátó és Robi végezte ezt a tevékenységet.



#### 8.4.4. Agresszív megnyilvánulások

Míg az agresszív megnyilvánulások az első adásblokkban nem jellemezték a műsort (1-1 megnyilvánulástól eltekintve nem kaptunk mérhető értéket), addig a második műsorblokkban már 12 előfordulást rögzítettek a kódolók, jellemzően adásonként 1–3 előfordulással. A férfiakra jellemzőbbek az agresszív megnyilvánulások (például Bálint és Dani, max. 3 előfordulás/adás), de a nőknél is előfordul (Vivi, max. 3 előfordulás/adás). Érdekes megfigyelni, hogy a konfliktuskeresés és ellenséges viselkedés magas értéke (például Renátó és Gina) nem jár feltétlenül agresszív viselkedéssel (a vizsgált adásblokkban egyetlen adásban sem mutatott agresszív viselkedést sem Renátó, sem Gina).

A vizsgálataink eredményeképpen kijelenthetjük, hogy az agresszív megnyilvánulás egyetlen tevékenységgel sem mutat összefüggést egyik nem esetén sem.

#### 8.4. 5. Olvasás – Egyéb intellektuális tevékenység

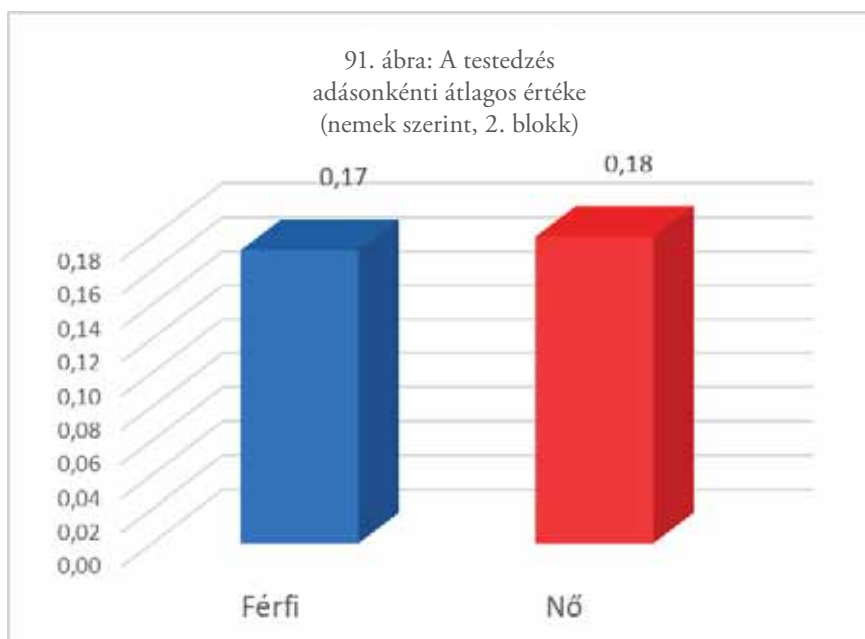
Elemzésünk szempontjainak kialakításakor próbáltunk a társadalom számára pozitív példaként állítható cselekményeket is keresni a műsorban, ezért olyan kategóriák, mint az olvasás és egyéb intellektuális tevékenység is részét képezte a megfigyelésünknek. Azonban az olvasás egyáltalán nem jelenik meg, és egyéb intellektuális tevékenységet sem sikerült a megfigyelőknek feltárni.

#### 8.4.6. *Testedzés*

A testedzésnek fontos szerepe van a villalakók életében, hiszen a műsor sajátosságai miatt a szereplőknek – néhány kivételtől eltekintve – kevés lehetőségük van a mozgásra. A mozgás pozitív élettani hatásai, a testsúlykontroll és a stresszoldás különösen fontos funkciót tölthetnek be a szereplők életében.

A testedzés nemek szerinti vizsgálata során azt az eredményt kaptuk, hogy a második adásblokkban az edzés a férfiakra és a nőkre szinte ugyanolyan mértékben jellemző (férfiak: 0,17, nők: 0,18). Az első adásblokkal összehasonlítva mindkét nemnél nőtt az előfordulás gyakorisága: a férfiaknál 21%-kal, a nőknél 500%-kal.

Érdeemes összevetni nemek szerinti bontásban a testedzés, az alkoholfogyasztás és a dohányzás arányait. A férfiaknál és a nőknél a második adásblokkban a testedzés átlagos gyakoriságának közel kétszerese az alkoholfogyasztás és közel ötszöröse a dohányzás.



A testedzés adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Bálint, Vivi és Fru edzett. A férfiaknál és a nőknél is 2-2 fő volt, aki egyetlen alkalommal sem edzett.

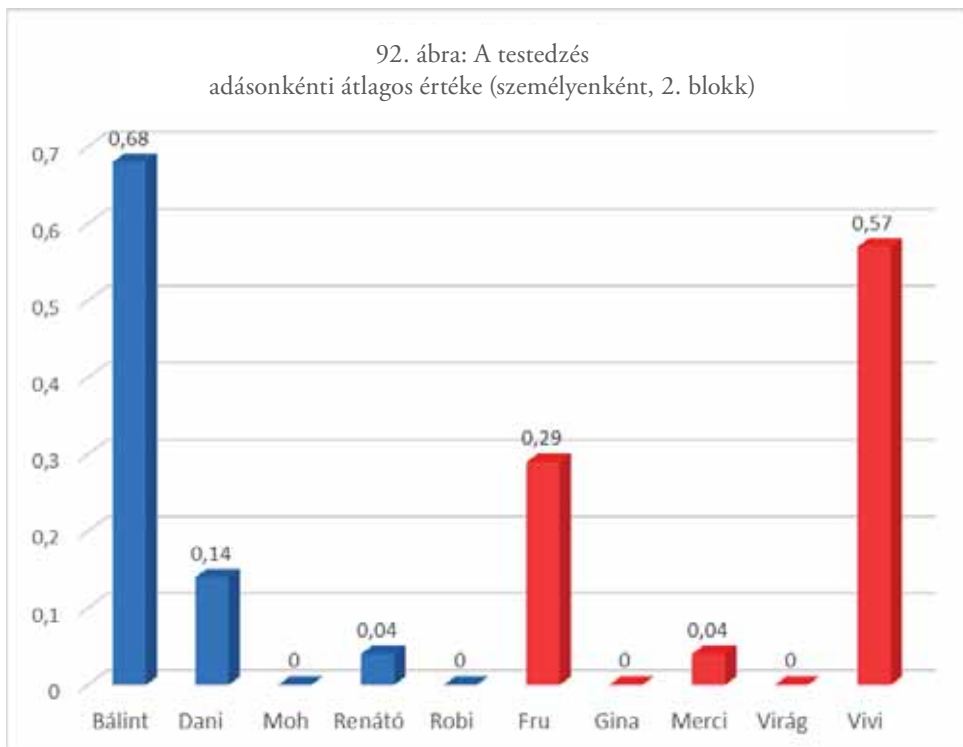
Ahogy korábban már említettük, a vizsgált elemeknél bizonyos esetekben fontos figyelembe venni azokat a tényezőket, amelyek jelentős hatással vannak a vizsgált időintervallumban a kutatás eredményére. A testedzést illetően meg kell említeni, hogy a vizsgált adásblokk ideje alatt zajlott a villában a világrekordok hete és Bálint ennek köszönhetően szerepelt magas előfordulási értékkel, illetve Vivi elhatározta, hogy életmódot változtat és edzeni fog, ennek a realizálása jelent meg a képernyőn (az első blokkban Vivi egyetlen alkalommal sem edzett).

Ha nemek szerint vizsgáljuk az összefüggéseket, akkor azt tapasztaljuk, hogy a szereplők neme és a testedzés között nem mutatható ki szignifikáns összefüggés, ugyanakkor összefüg-



gést találtunk a 'testedzés' és a 'nevetés', illetve az 'ölelés, kedvesség azonos neművel' kategóriák között.

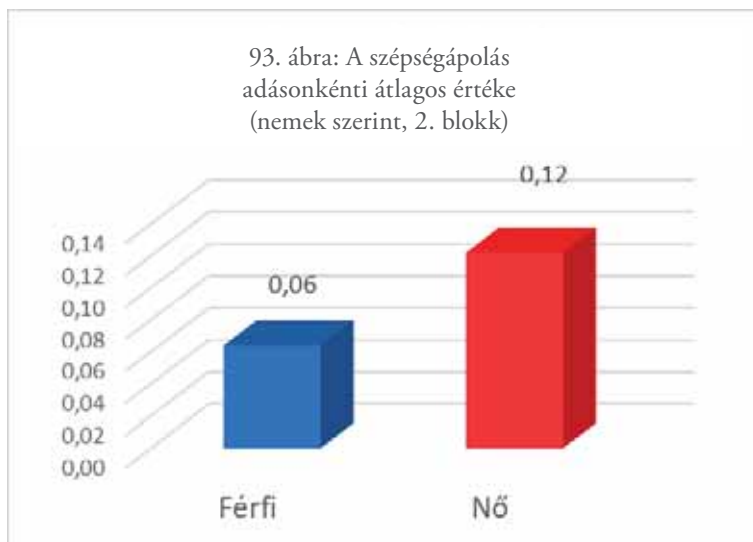
Amennyiben férfiakra és nőkre külön-külön vizsgáljuk az összefüggéseket, akkor azt az eredményt kapjuk, hogy mind a férfiaknál, mind a nőknél a 'testedzés' és a 'nevetés', illetve az 'ölelés, kedvesség azonos neművel' kategóriák között összefüggés mutatható ki.



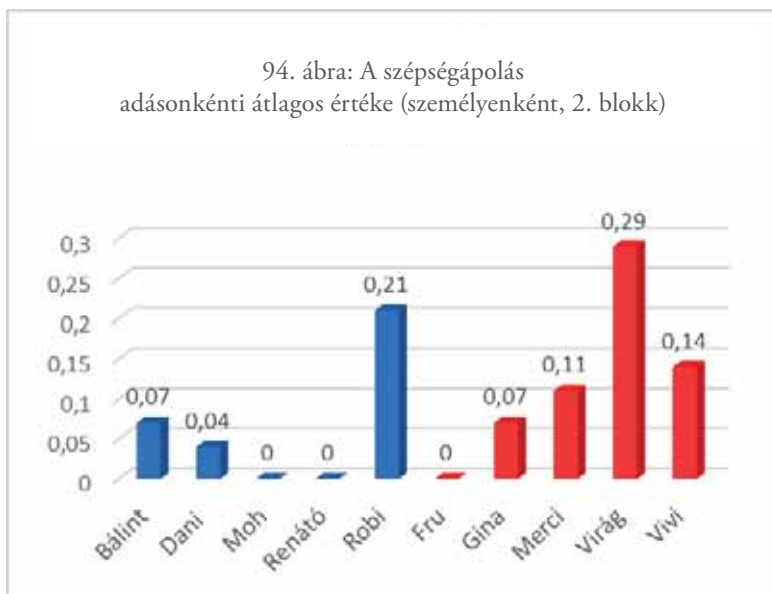
#### 8.4.7. Szépségápolás

A szépségápolás kategóriába soroltunk be minden olyan tevékenységet, amely túlmutat a mindennapos higiéniai tevékenységeken (például kézmosás, zuhanyzás stb.), és a külső megjelenést pozitívan befolyásolja (például körömfestés, sminkelés) stb.

Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy a nők kétszer annyi alkalommal végzik ezt a tevékenységet, mint a férfiak.

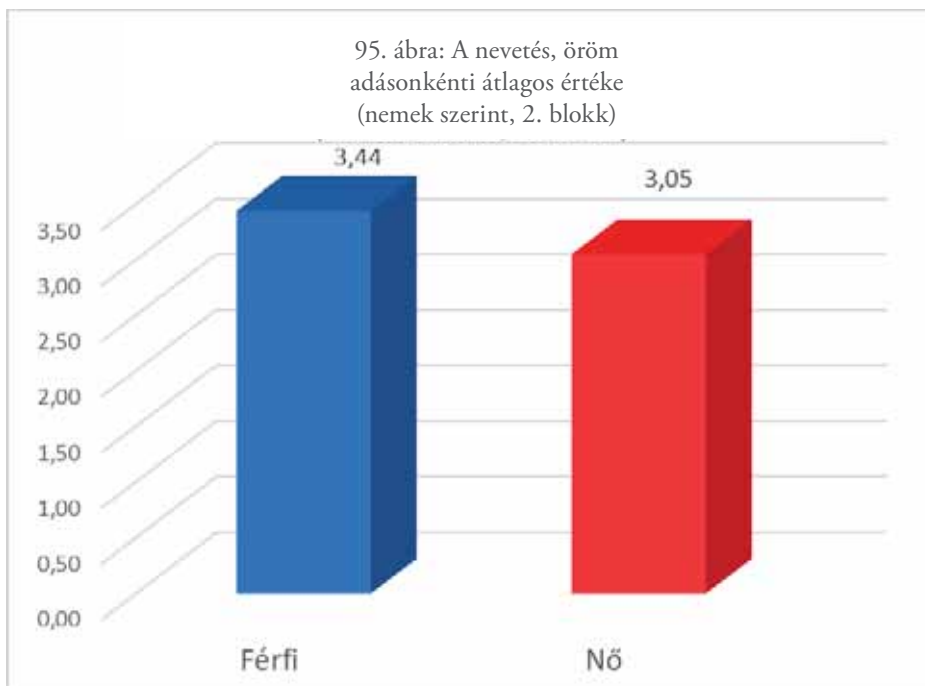


A tevékenység személyenkénti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy Fru kivételével a nők mindegyikénél megjelenik a szépségápolás, míg a 7 férfi szereplő közül három személy esetén figyelhetjük ezt meg. A nőknél Virág és Vivi, míg a férfiaknál Robi és Bálint végezték a leggyakrabban ezt a tevékenységet.

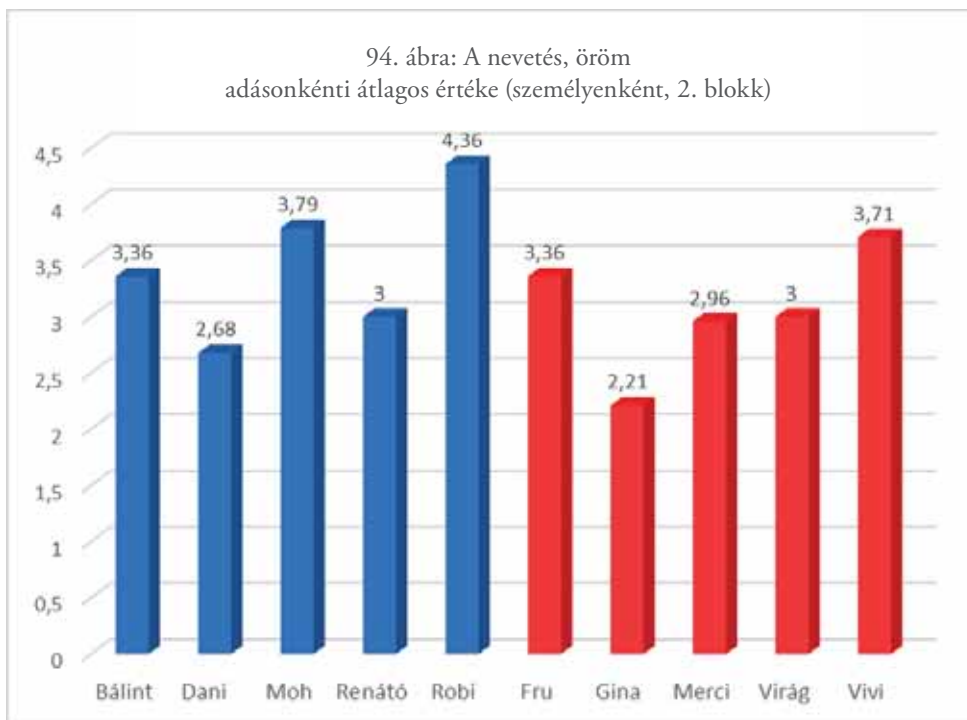


#### 8.4.8. Nevetés, öröm

A nevetés és öröm megnyilvánulásait nemek szerint vizsgálva elmondhatjuk, hogy ez a tevékenység az adásonkénti átlagos értéket tekintve mindkét nemre és közel azonos mértékben jellemző.

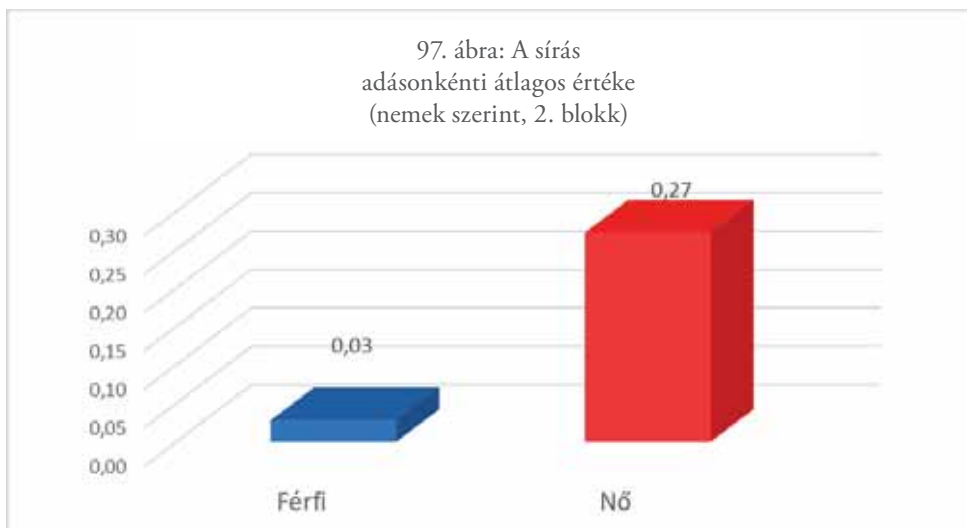


A tevékenység személyenkénti vizsgálatába alapján arra az eredményre jutottunk, hogy mind a nők, mind a férfiak mindegyikénél megjelenik a nevetés és az öröm kifejezése. A nőknél Vivi és Fru, míg a férfiaknál Robi és Moh nevettek a legtöbbször.

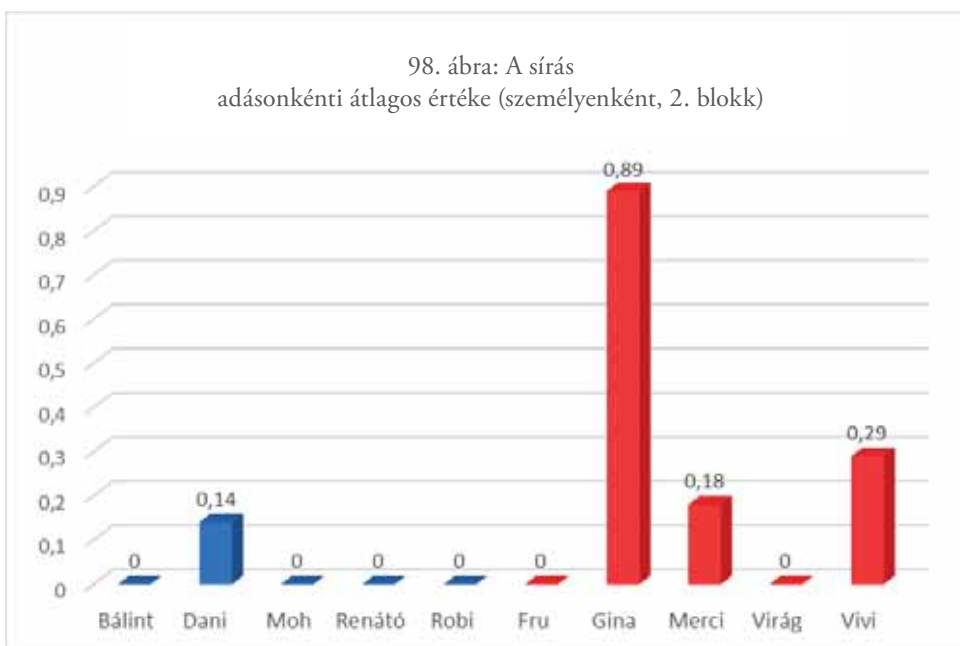


#### 8.4.9. Sírás

A sírás egyértelműen a nőkre jellemző tevékenység a műsorban látott események alapján. Az öt női szereplőből három esetén tapasztalhattuk a jelenséget, és csupán egyetlen férfinál jelent meg a vizsgált időszakban.

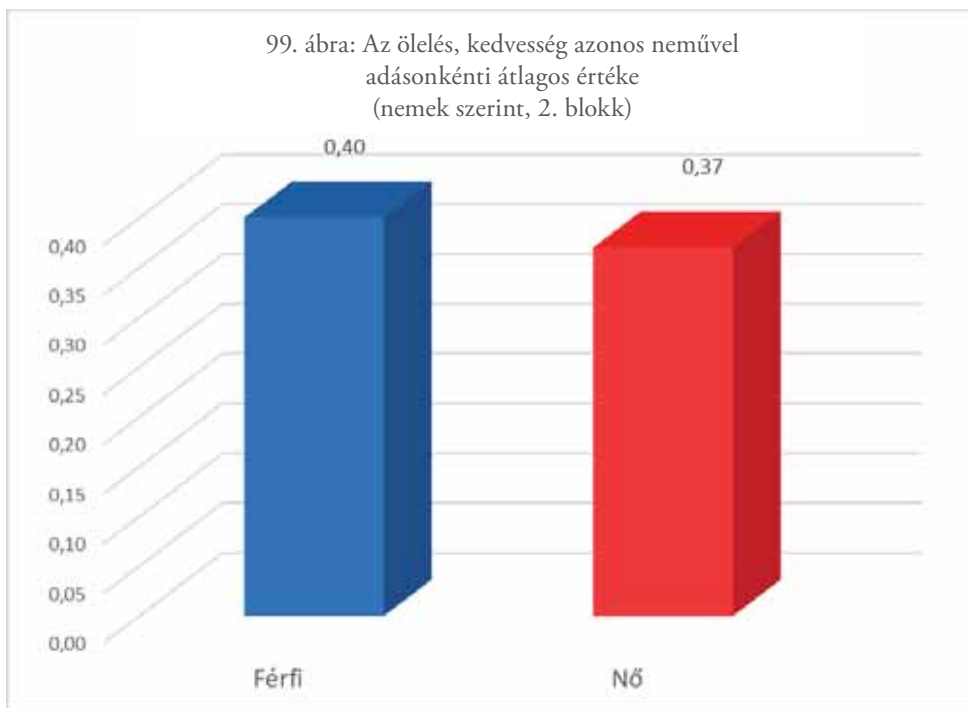


A sírás személyenkénti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy a nők közül Gina és Vivi sírtak a legtöbbször, a férfiaknál pedig egyedül Dani esetében fordult elő.

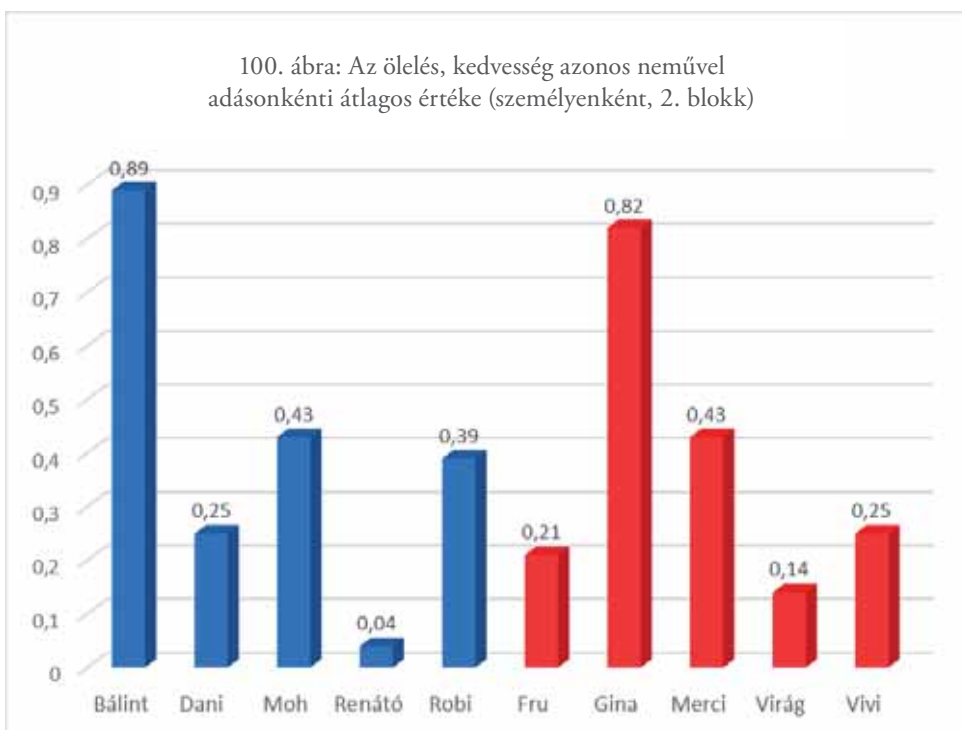


#### 8.4.10. Ölelés, kedvesség azonos neművel

Az 'ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel' kategória minden résztvevő esetén megjelenik. Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy közel azonos mértékben jellemző mindkét nemre ez a tevékenység.

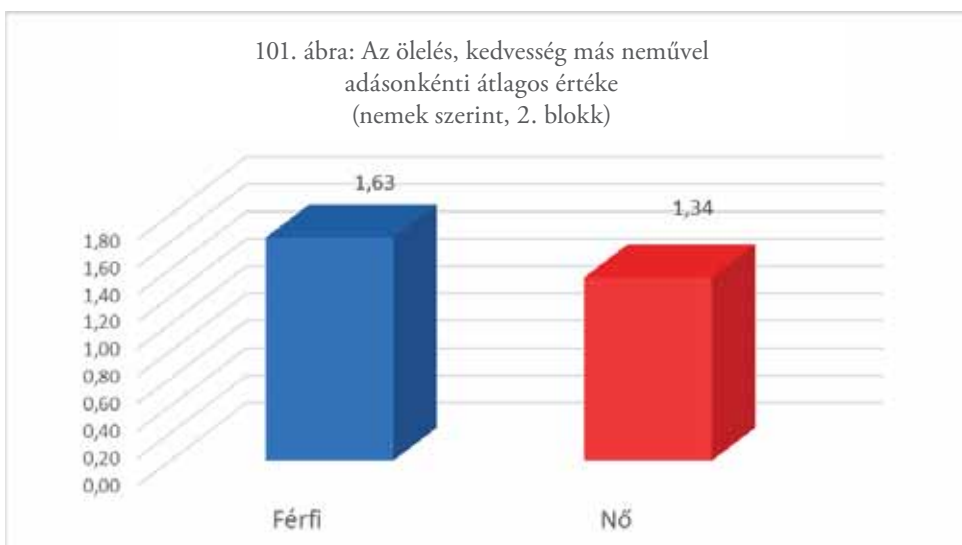


Az 'ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel' kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Gina és Bálint végezte ezt a tevékenységet.



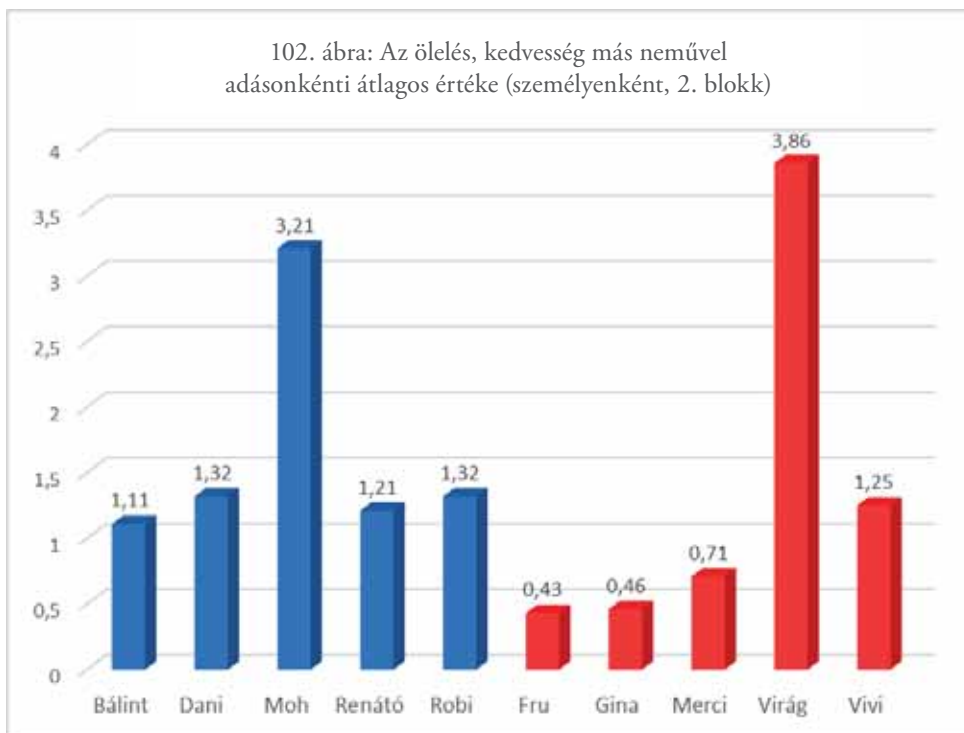
#### 8.4.11. Ölelés, kedvesség más neművel

A másik nem tagjainak ölelgetése egyenletesen fordul elő mindkét nem képviselője esetén, a konkrét értékek a férfiak esetén mutatnak magasabb előfordulást.



Az 'ölelés, kedvesség más nemű személlyel' kategória adásonkénti gyakoriságát személyek

szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Virág és Moh végezte ezt a tevékenységet.

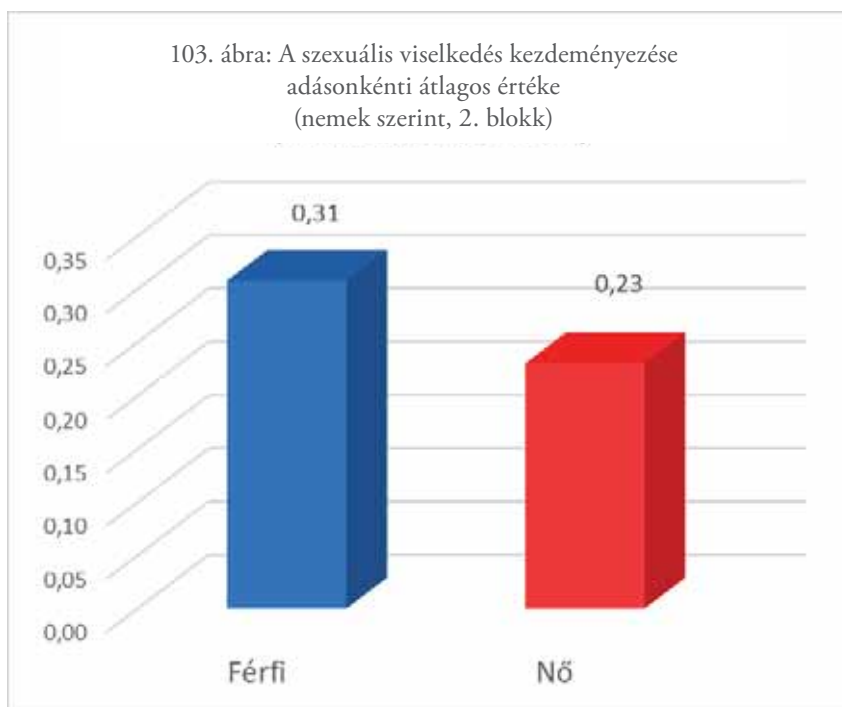


#### 8.4.12. Szexuális viselkedés kezdeményezése

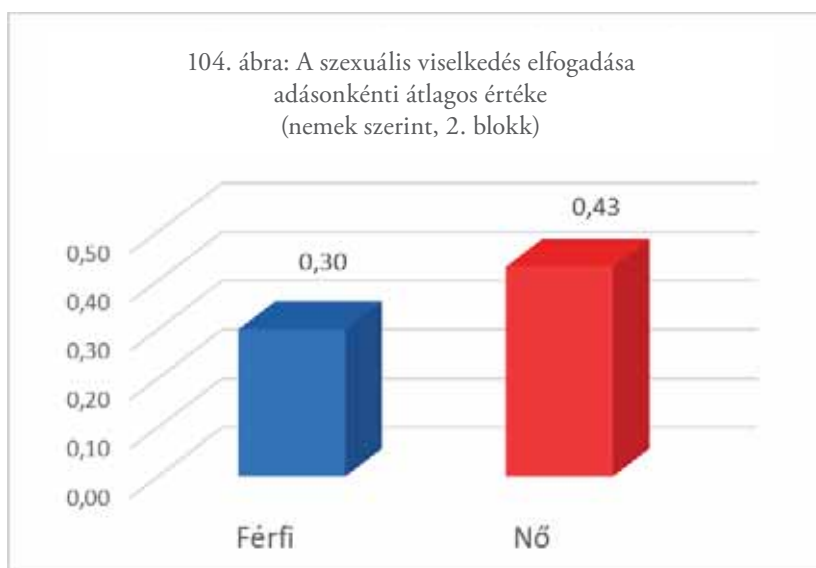
A valóságshow-k nézettségére – a konfliktusok mellett – rendszerint a szexuális jellegű tevékenységek is jelentős hatással vannak. A kutatásban külön kategóriába soroltuk a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezőjét és annak elfogadját.

A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása a nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy a férfiak 34%-kal több alkalommal kezdeményeztek, mint a nők. A kezdeményezések nemek szerinti gyakoriságát összehasonlítva az első adásblokkal azt az eredményt kapjuk, hogy a férfiaknál 63%-kal, a nőknél 156%-kal nőttek az értékek.



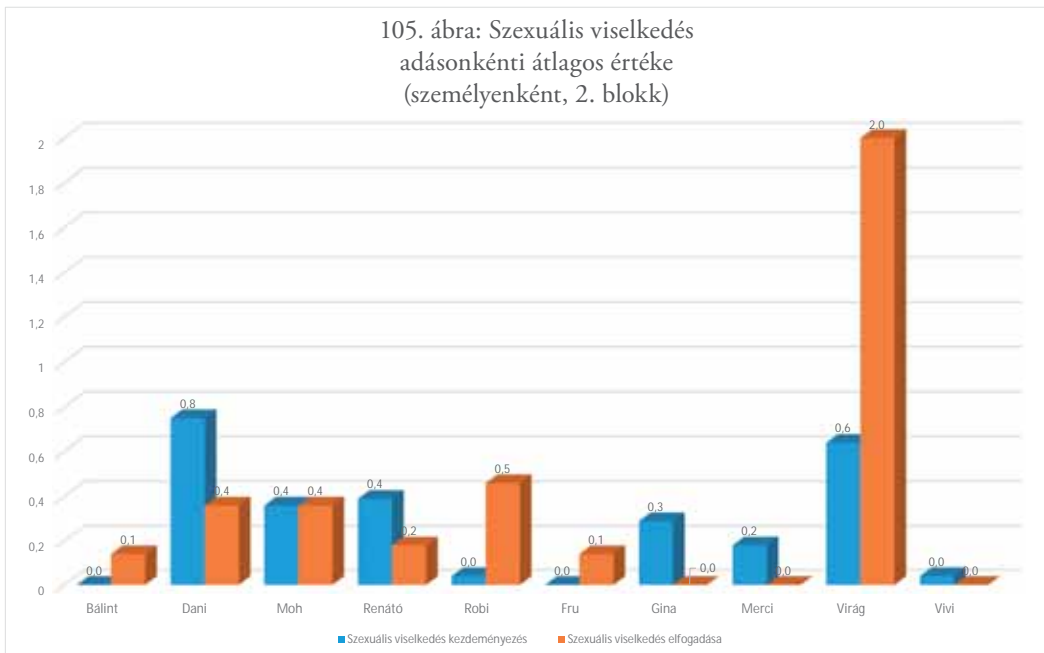


A kezdeményezés elfogadása – hasonlóan az első adásblokkhoz – a második adásblokkban is a nőknél gyakoribb, ha összehasonlítjuk a kapott értékeket az első adásblokk értékeivel, akkor mind a férfiaknál (200%), mind a nőknél (230%) jelentős növekedést figyelhetünk meg.



Ha a szexuális jellegű viselkedések gyakoriságát személyenként vizsgáljuk, akkor a kezdeményezésben Dani (0,75), Virág (0,64) és Renátó (0,39), a kezdeményezés elfogadásában Virág (2), Robi (0,46), Dani (0,36) és Moh (0,36) a sorrend. Az értékek személyenkénti vizsgálatá-

nál a legnagyobb változás az első adásblokkhoz képest Virágnál figyelhető meg, aki 156%-kal többször kezdeményezett, és hússzor több alkalommal fogadta el a kezdeményezést, aminek oka a Virág és Dani közötti kialakult kapcsolat.



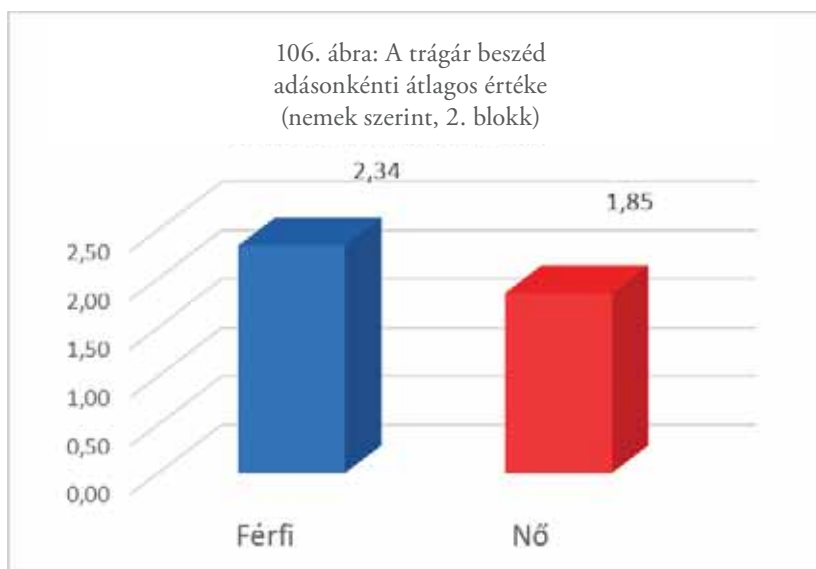
Ha nemek szerint vizsgáljuk az összefüggéseket, akkor azt tapasztaljuk, hogy sem a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezése, sem az elfogadása között nem mutatható ki összefüggés a szereplők nemével.

## 8.5. Kommunikáció

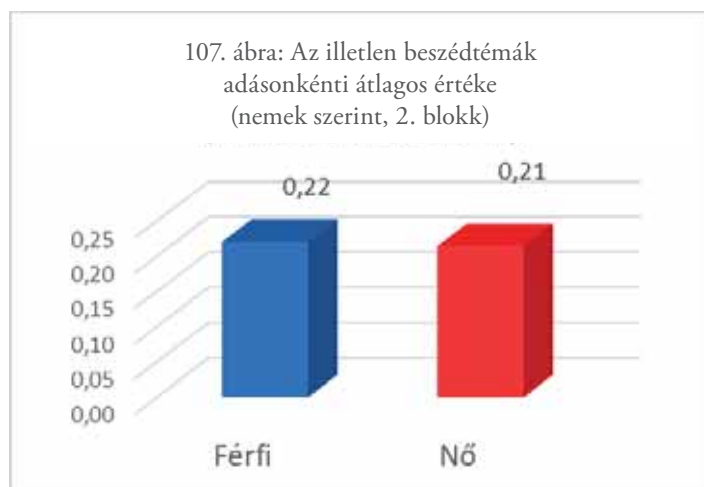
A kommunikáció kategórián belül vizsgáltuk a verbális megnyilvánulások tartalmát és módját, és megfigyeltünk néhány nonverbális elemet is. A gyorsjelentés terjedelmi korlátai miatt most csak a verbális kommunikáció eredményeit mutatjuk be. A verbális kommunikáció elemzése során az alábbi kategóriák kerültek megfigyelésre:

- Trágár beszéd;
- Illetlen beszédtemák;
- Kiabálás;
- Verbális bántalmazás.

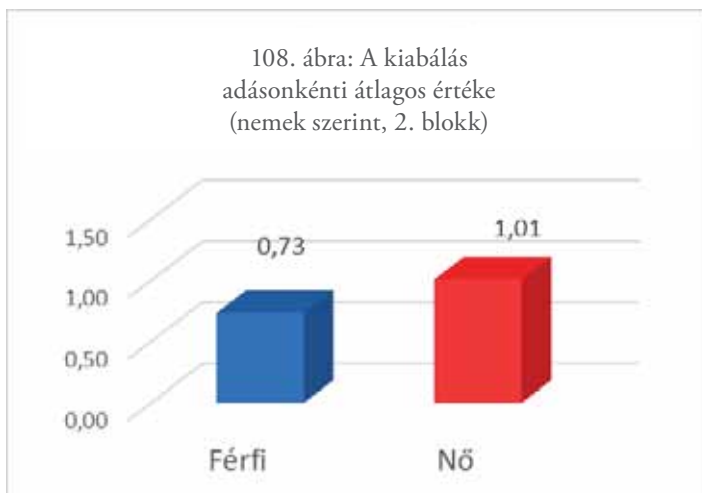
A kommunikáció szóbeli megnyilvánulási formáit vizsgálva látható, hogy a trágár beszéd minden szereplőnél megjelenik. Ha a nemek szerinti bontást megvizsgáljuk, a férfiak esetén magasabb átlagos értéket láthatunk. Az első adásblokkal összehasonlítva mind a férfiaknál (6,4%-kal), mind a nőknél (7,5%-kal) csökkent a trágár megnyilvánulások előfordulásának gyakorisága.



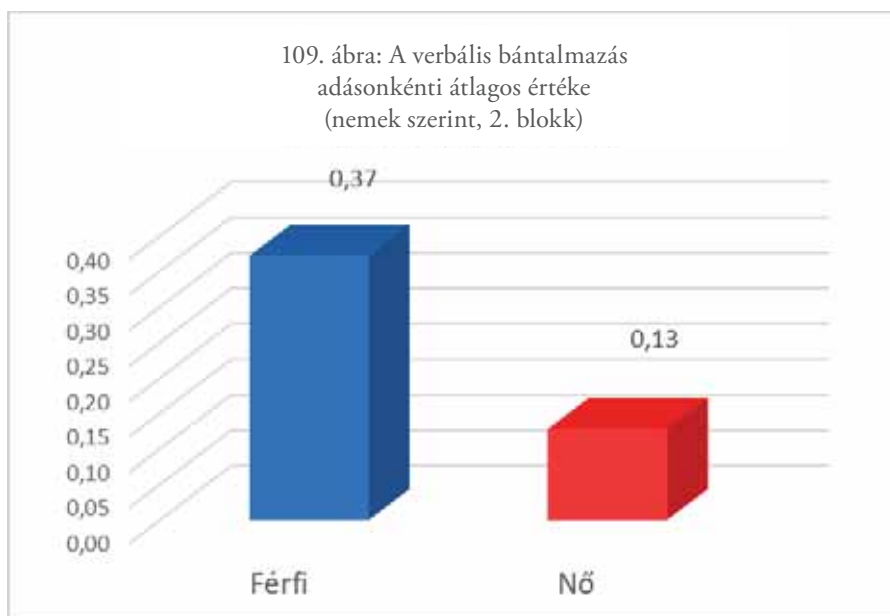
Ha a nemek szerinti bontásban vizsgáljuk az illetlen beszéd témákat, akkor a különbség a két nem között szinte elhanyagolható. Az első adásblokkal összehasonlítva mind a férfiaknál (68%-kal), mind a nőknél (56%-kal) csökkent a trágár megnyilvánulások előfordulásának gyakorisága.

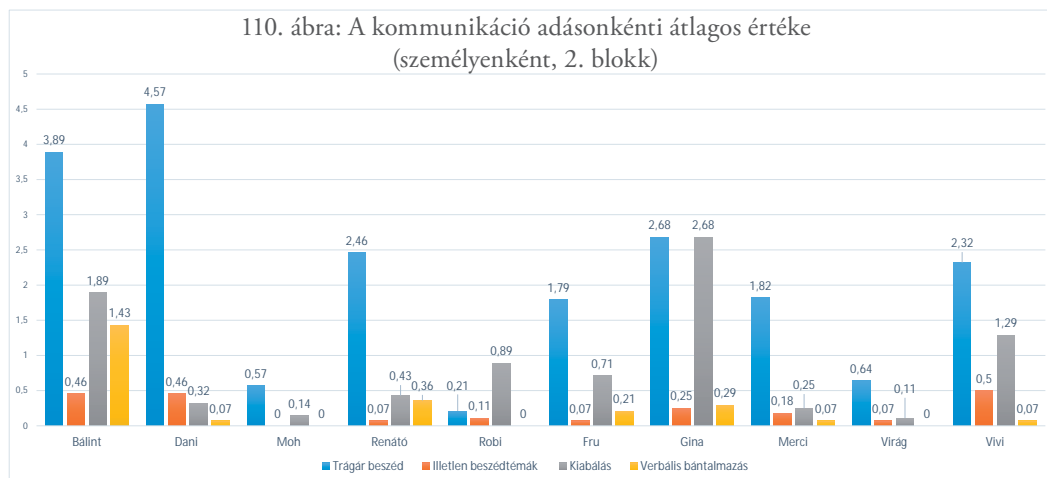


A kiabálás minden szereplő esetén előfordult a második adásblokkban. Az adásonkénti átlagos értékeket tekintve kiabálás a nőkre jobban jellemző, mint a férfiakra. Az első adásblokkal összehasonlítva a férfiaknál csökkent (4%-kal), míg a nőknél (7%-kal) nőtt a kiabálás előfordulásának gyakorisága.



A verbális bántalmazás a férfiakra jóval jellemzőbb, mint a nőkre, ráadásul ezt a korrelációs elemzés is alátámasztja: szignifikáns összefüggést találtunk a verbális bántalmazó neme és a verbális bántalmazás gyakorisága között. Az első adásblokkal összehasonlítva mind a férfiaknál (208%-kal), mind a nőknél (63%-kal) nőtt a verbális bántalmazás előfordulásának gyakorisága.





Trágár beszéd tekintetében a három legmagasabb értéket Dani, Bálint és Gina kapta. A trágár beszéd kategóriánál nincs olyan szereplő, aki 0 értékkel szerepelt volna a vizsgált adásblokk során és nincs olyan adás, ahol ne hangzott volna el trágár beszéd.

Illetlen beszédtemák tekintetében a három legmagasabb értéket Vivi, Dani és Bálint, a kiabálást vizsgálva pedig Gina, Bálint és Vivi a dobogós. A verbális bántalmazást vizsgálva Bálint, Renátó és Gina a sorrend, azonban Virágnál, Robinál és Mohnál a 2. adásblokk során egyszer sem figyelhető meg ez az elem.

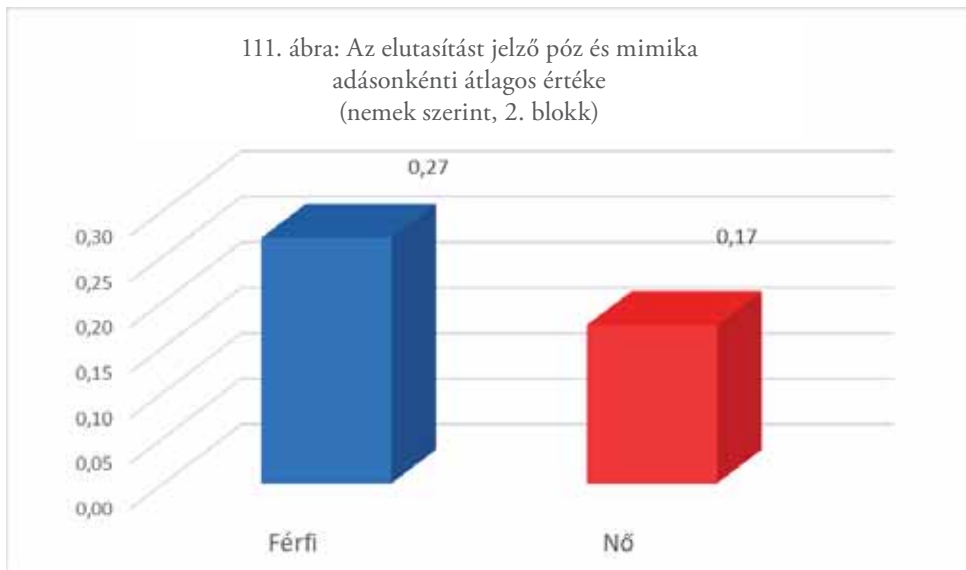
## 8.6. Testbeszéd

A testbeszéd vizsgálata során az alábbi pózokat vizsgálták a kódolók:

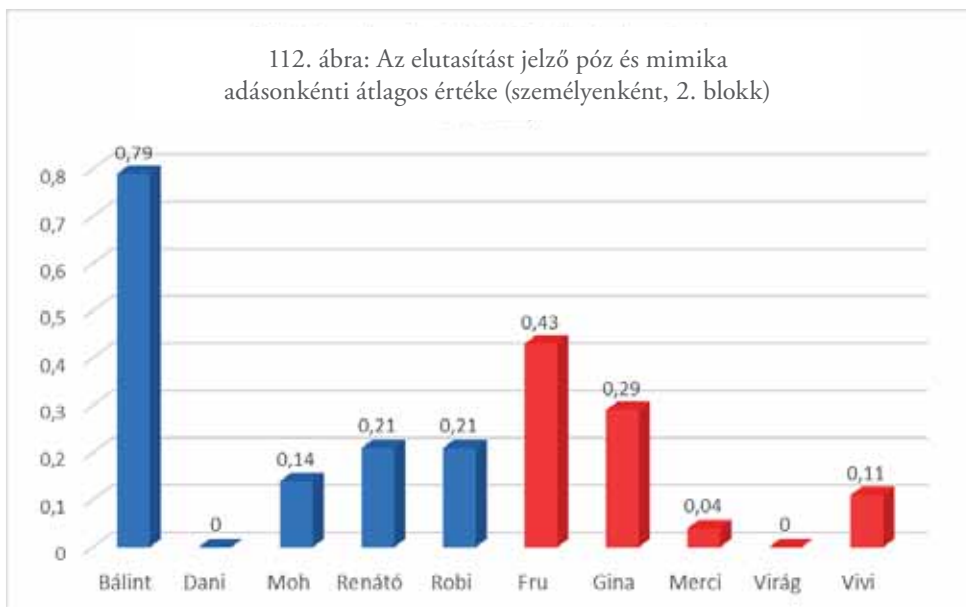
- Elutasítást jelző póz;
- Szorongást jelző póz;
- Nyitottságot jelző póz.

### 8.6.1. Elutasítást jelző póz

Az elutasítást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a férfiakra jellemzőbb, mint a nőkre.

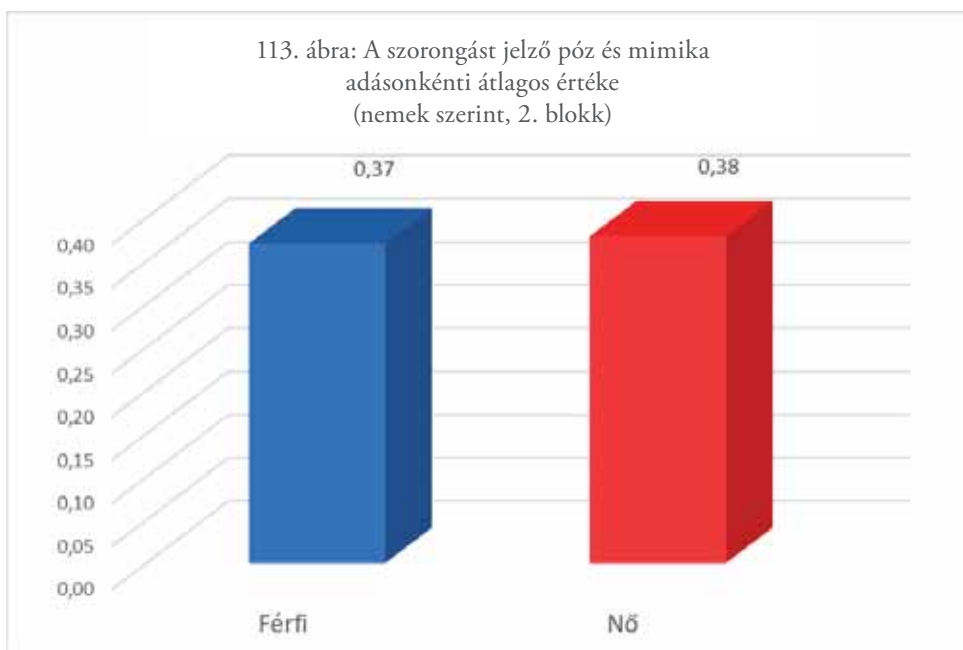


Ha személyenként vizsgáljuk az elutasítást jelző testbeszédet és mimikát, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Bálintra és Frura a legjellemzőbb ez a viselkedés.

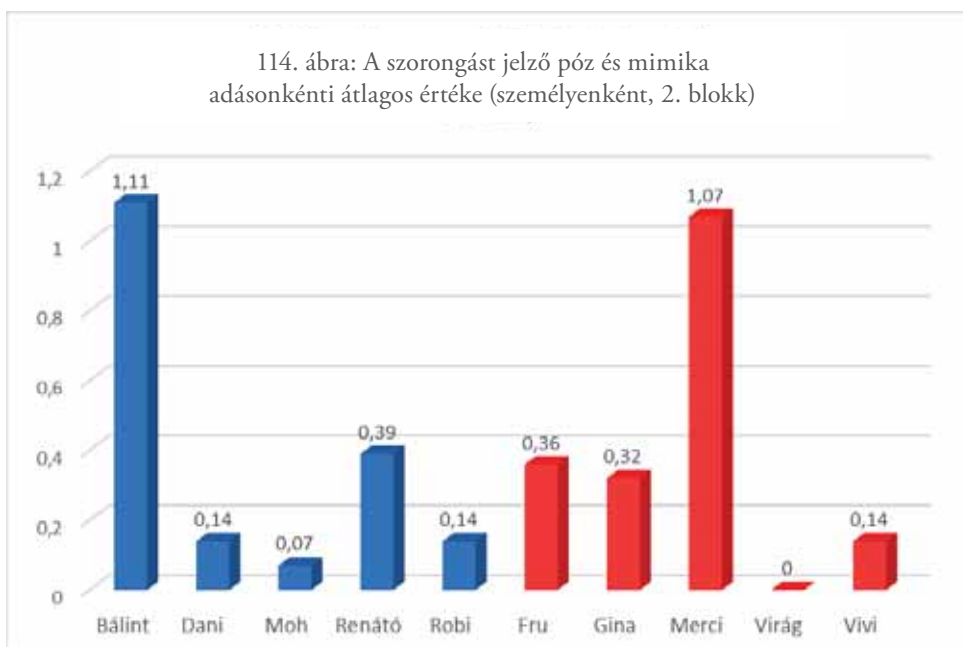


### 8.6.2. Szorongást jelző póz

A szorongást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre a férfiakra közel azonos mértékben jellemző.

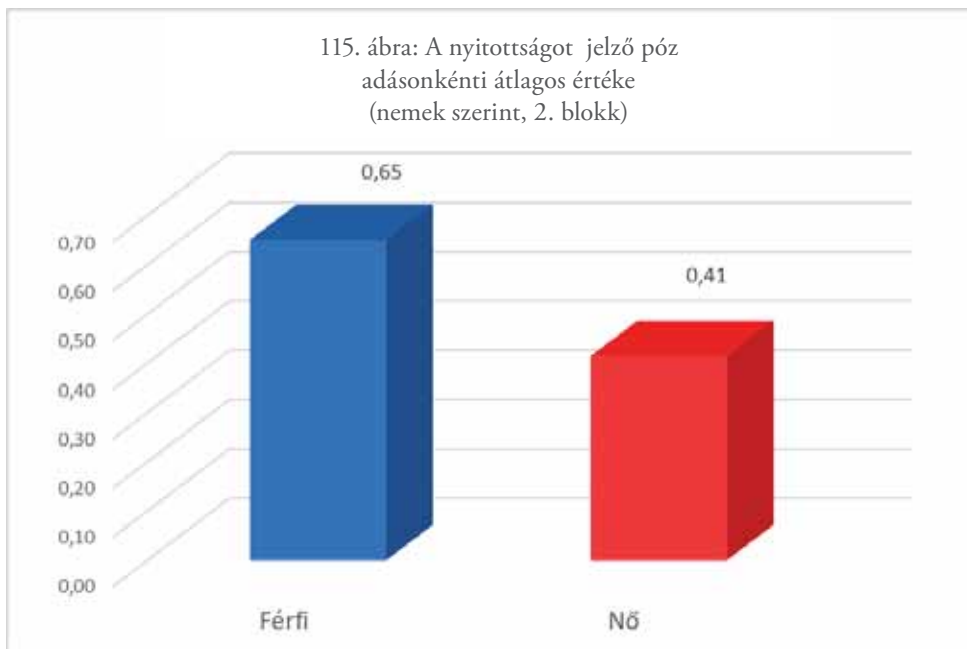


Ha személyenként vizsgáljuk a szorongást jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Bálintra és Mercire a legjellemzőbb.

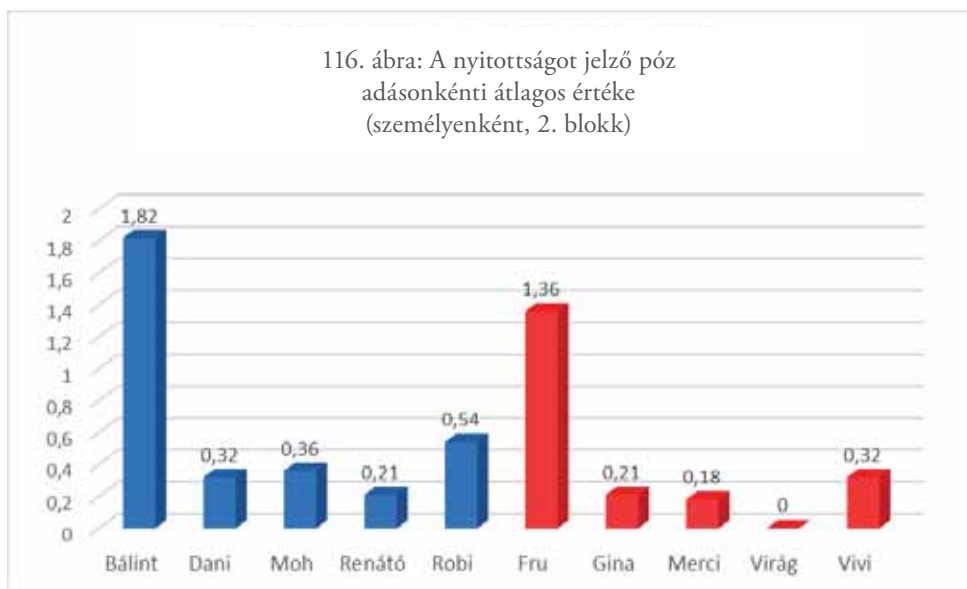


### 8.6.3. Nyitottságot jelző póz

A nyitottságot jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a férfiakra közel 50%-kal jellemzőbb, mint a nőkre.



Ha személyenként vizsgáljuk a nyitottságot jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Bálintra és Fruira a legjellemzőbb ez a viselkedés.

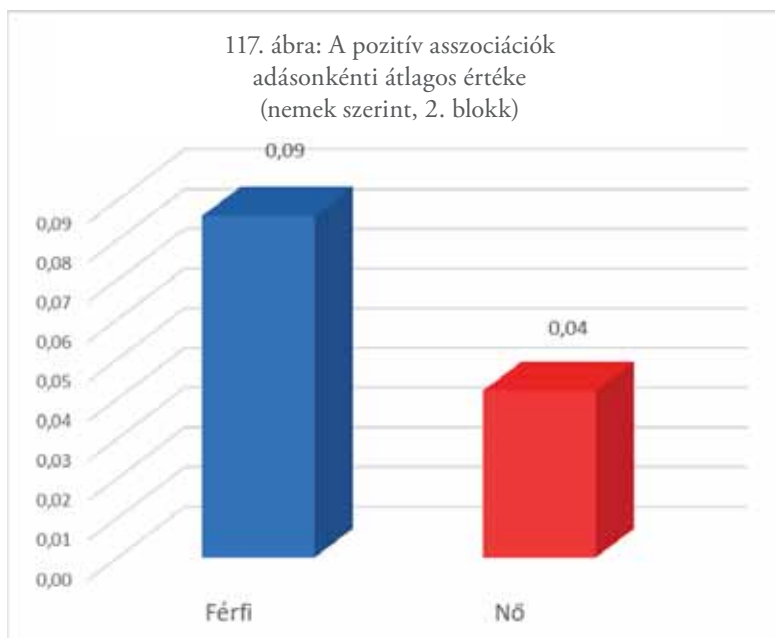


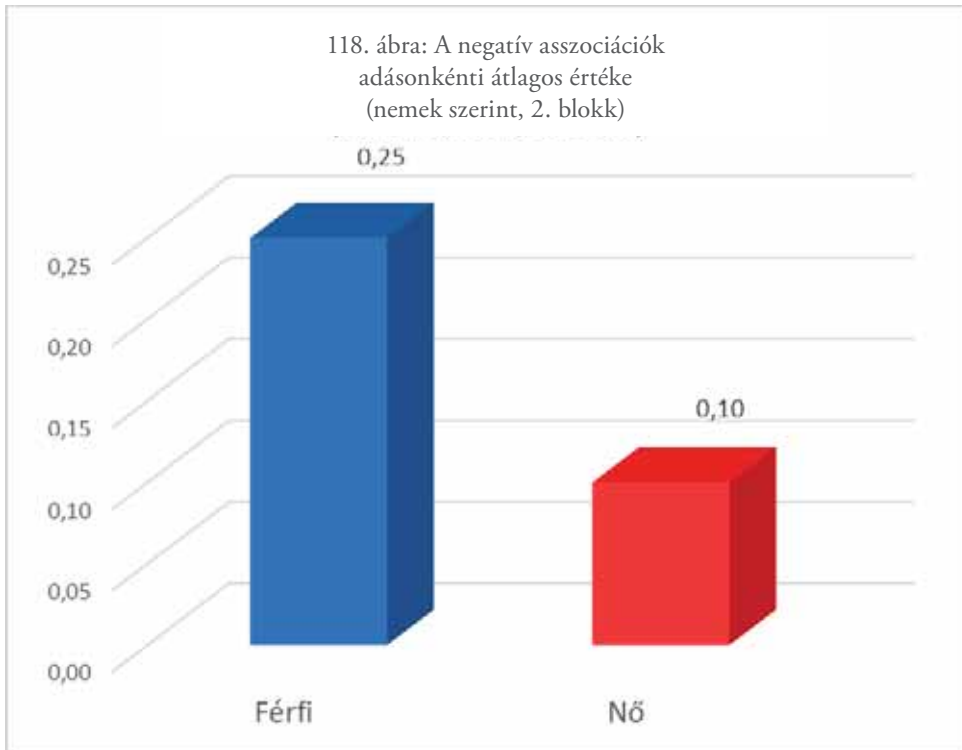


## 8.7. Pozitív és negatív asszociációk

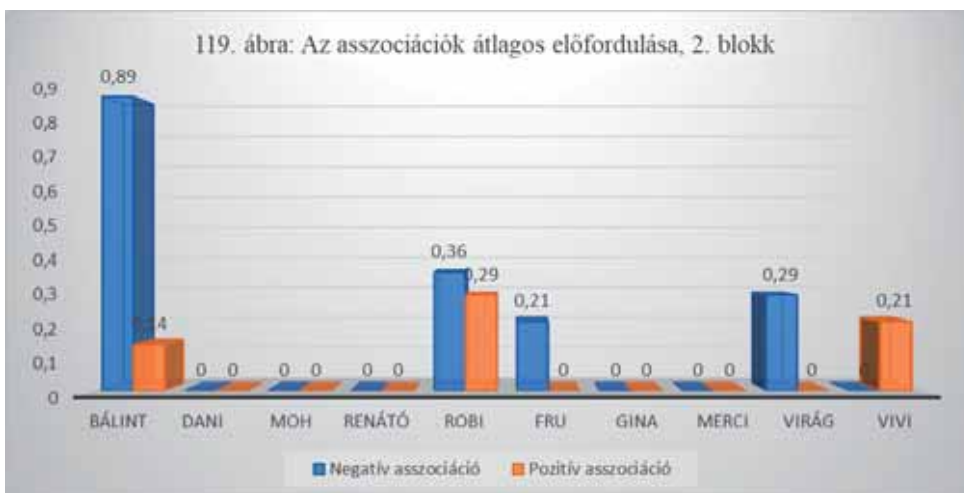
A kommunikációhoz köthető megfigyelések utolsó szempontja a pozitív és negatív asszociációk feltárására irányult, azaz a sugárzott műsorok során megfigyelhető volt-e, hogy a szereplők pozitívan, vagy elutasítóan állnak-e egy-egy feladathoz.

Nemenként vizsgálva a kérdést elmondhatjuk, hogy mind a pozitív, mind a negatív asszociációk a férfiakra voltak a jellemzőbbek.





Személyenként vizsgálva az értékeket elmondhatjuk, hogy a pozitív asszociáció Robira volt a legjellemzőbb, a negatív pedig Bálintra.



## 9. A 3. adásblokk vizsgálatának eredményei

A vizsgált időszak: 2021. 02. 18. – 2021. 02. 24.<sup>182</sup>

Vizsgált műsorok: *ValóVilág* powered by Big Brother 10 (röviden: *VV10*), *BeleValóVilág10*

Szereplők: Bálint, Dani, Moh, Robi, Merci, Vivi.

### 9.1. Munkához való hozzáállás

A 'munkához való hozzáállás' főkategória során azt vizsgáltuk, hogy az egyes, elemzett adás-intervallumokban a szereplők viselkedése hogyan értékelhető az aktivitás, a háziasság és a motiváció tekintetében.

A főkategória alkategóriáit vizsgálva kijelenthetjük, hogy az aktivitás, kívülről kapott feladatok, háziasság tekintetében nincs jelentős eltérés a férfiak és a nők között.

Az együttműködésre törekvés, valamint a motiváció a feladat végrehajtására alkategóriák esetében a férfiak aránya magasabb a tevékenységeket tekintve, mint a nőké.

Az alkategóriák egyes skálái az alábbiak szerint alakultak:

Aktivitás:

- 1=erősen passzív,
- 2=inkább passzív,
- 3=semleges,
- 4=inkább aktív,
- 5=nagyon aktív.

Háziasság (napi háztartási tevékenység):

- 1= nem házias,
- 2=kevésbé házias,
- 3=semleges,
- 4=részben házias,
- 5=házias.

Együttműködésre törekvés:

- 1= teljes mértéken önállóan,
- 2=inkább önállóan,
- 3= semleges,
- 4=együttműködésre nyitott,
- 5= csapatban végzi.

Motiváció a feladat végrehajtásra:

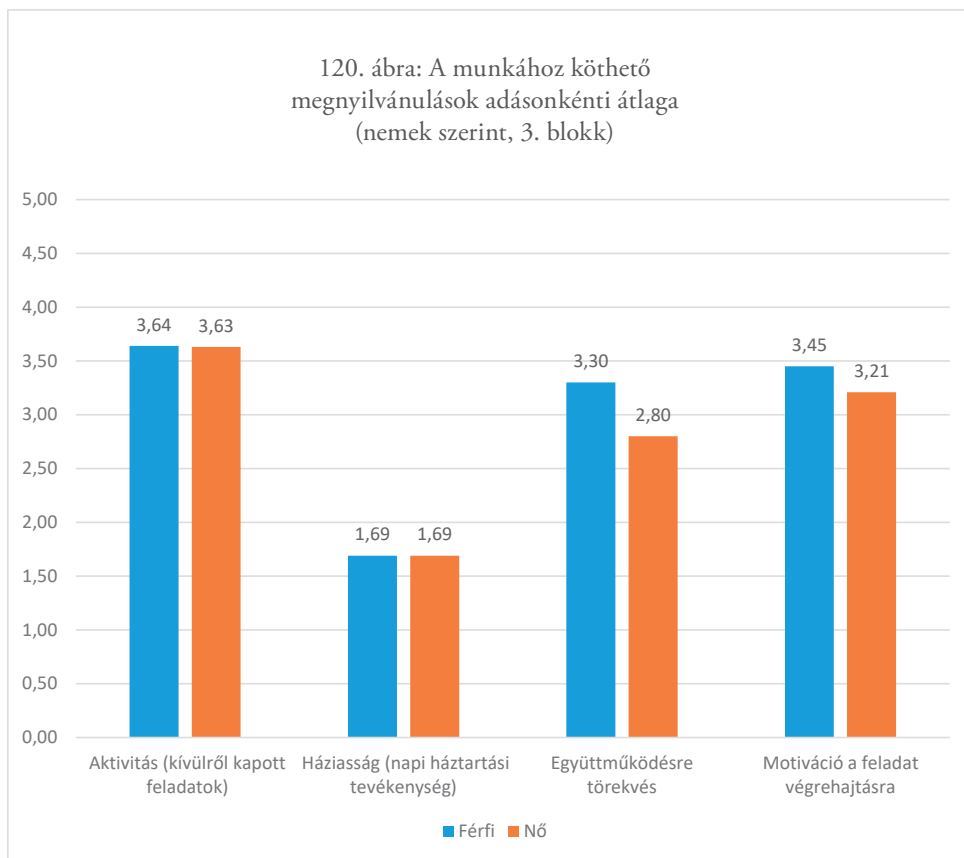
- 1= nem végzi el a feladatot,

---

182 A vizsgálat 3. időszakának kiválasztásánál fontos szempont volt, hogy lehetőleg a műsor utolsó hetei közül válasszunk, ugyanakkor figyelembe kellett venni azt is, hogy a résztvevők nemek szerinti megoszlása még értékelhető vizsgálati eredményeket adjon.

- 2=épphogy elvégzi a feladatot,  
 3=vonakodva végzi el a feladatot,  
 4= elvégzi a feladatot,  
 5=lelkesen végzi el az adott feladatot.

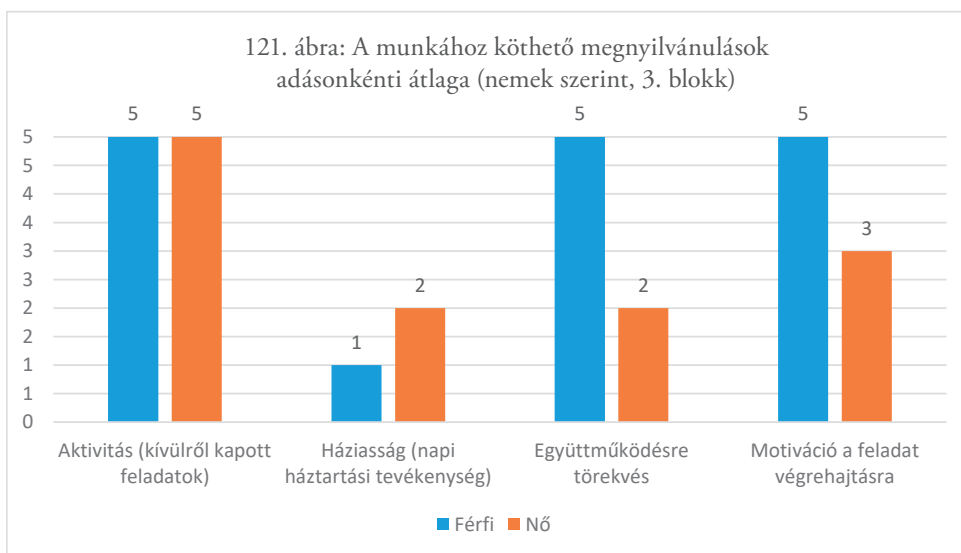
Az együttműködésre törekvés és a motiváció a feladat végrehajtása esetében a nők kicsivel alacsonyabb értéket értek el.



A munkához való hozzáállást a Likert-skála 5 fokának módusz értékei alapján vizsgáljuk. Kijelenthetjük, hogy az aktivitás kívülről kapott feladatok esetében a férfiakra és a nőkre jellemző az 5-ös érték. A háziasság terén a férfiak nem jeleskedtek, a tipikus érték az 1-es, azaz a 'nem háziasság', bár a nőknél sem sokkal jobb a helyzet, náluk a 'kevésbé háziasság' a jellemző.

Az együttműködésre törekvésnél a férfiaknál kiemelkedő az 5-ös érték, azaz a csapatmunka, míg a nőknél a 2-es kategória fordul elő legtöbbször, ami az „inkább önállóan”-t jelenti. Meg kell azonban jegyezni, hogy a női szereplők száma 2-re csökkent a vizsgált időszakban.

A férfiak a feladatokat többnyire motiváltan végzik, hiszen az 5-ös a tipikus érték, ellenben a 3-assal, azaz a nők vonakodva végzik a feladatok nagy részét.



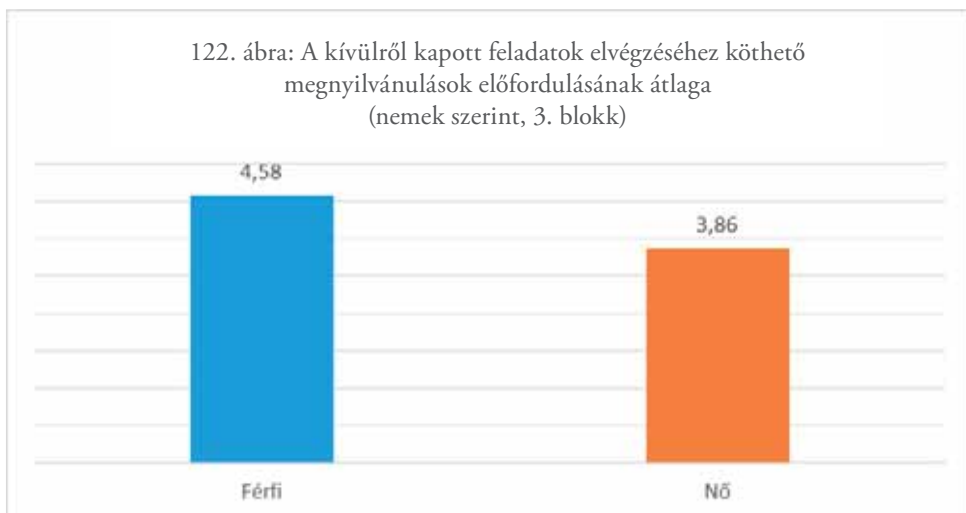
### 9.1.1. Aktivitás

Az Aktivitás (kívülről kapott feladatok) alatt azt értjük, hogy a szereplők milyen mértékben vettek részt az olyan feladatokban, amelyeket a műsor készítői találtak ki számukra, például a Villahét játék formájában.

Az elemzés során egy 5 fokú skálát használtunk, amelyben:

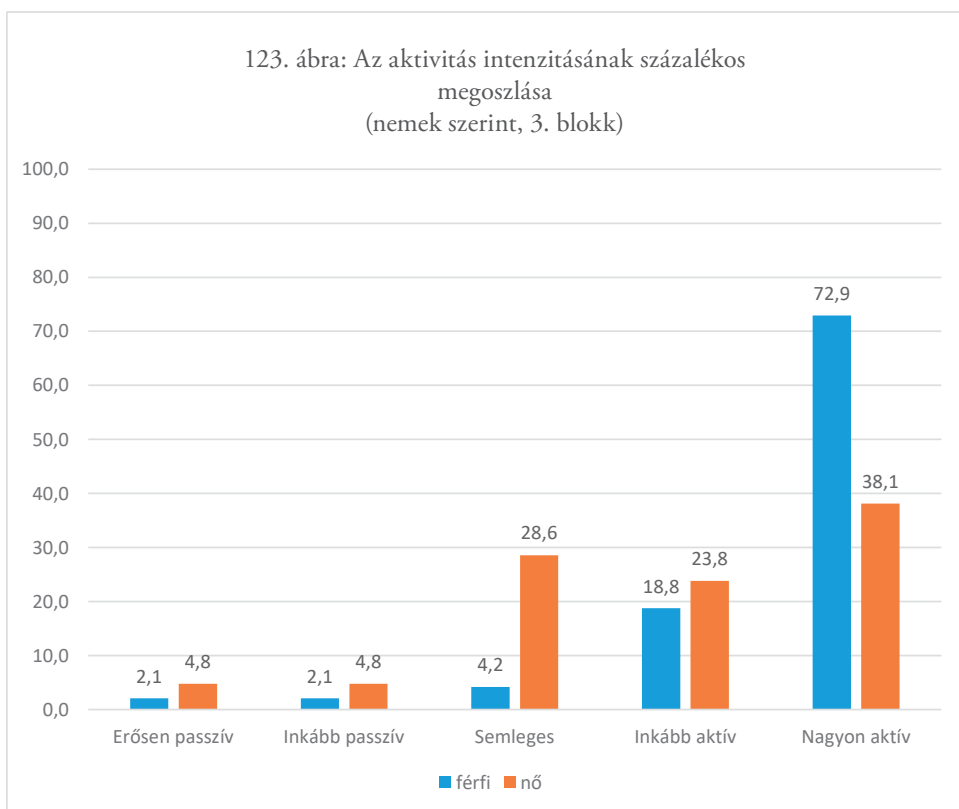
- 1=erősen passzív,
- 2=inkább passzív,
- 3=semleges,
- 4=inkább aktív,
- 5=nagyon aktív.

A 3. adásblokkban a kívülről kapott feladatokhoz köthető megnyilvánulások előfordulása esetében a férfiak aránya magasabb volt.

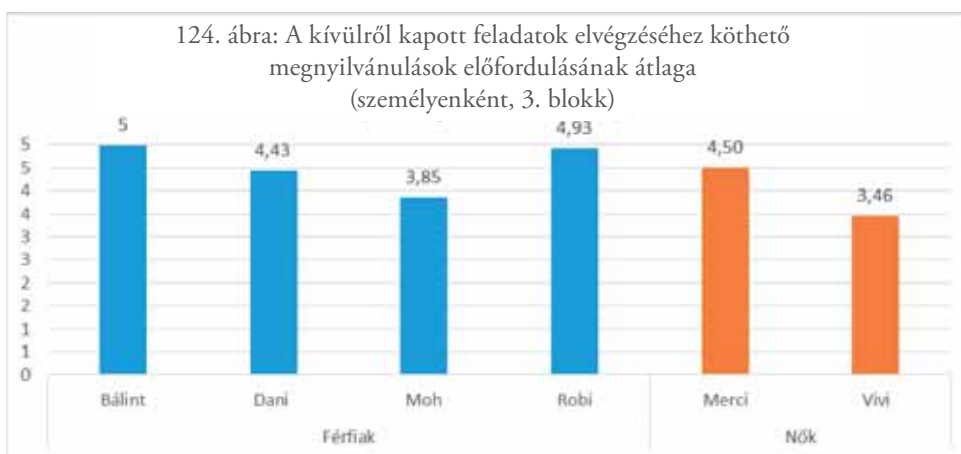


A nemek szerinti megoszlást vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a férfiak pozitívabban és nyitottabb, aktívabb attitűddel álltak a feladatokhoz, ami a nagyon aktív kategória esetében igencsak szembetűnő.

A kapott eredményeket a nemek szerinti bontásban végzett intenzitást mutató kiértékelés is alátámasztja.



Ha a gyakoriságon túl az elvégzett tevékenység Likert-skála szerinti értékelését nézzük,<sup>183</sup> kijelenthetjük, hogy Bálint és Robi voltak a legaktívabbak, közel hasonló arányt mutatva. A nők között pedig Merci emelkedik ki, de elmarad a fiúk átlagától. Vivi mutatta az összes versenyző közül a legkisebb aktivitást.



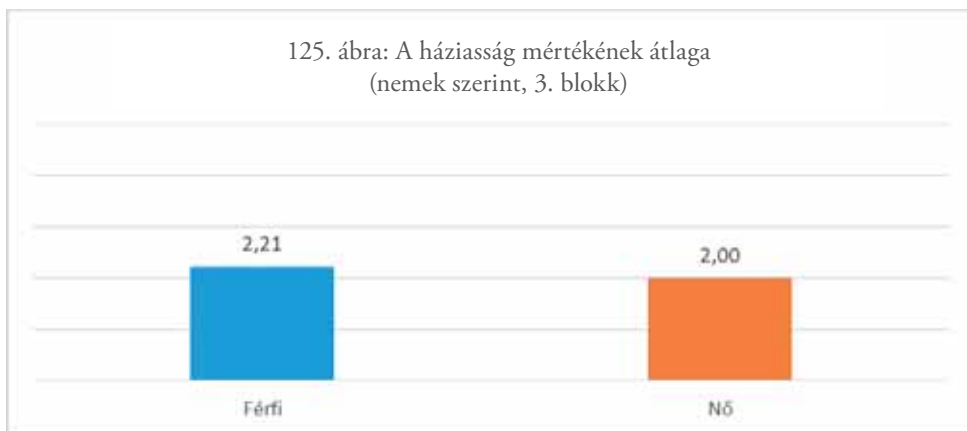
A Spearmann-féle korrelációs együttható eredményei alapján a Nemek és a kívülről kapott feladatokkal kapcsolatos aktivitás között erős szignifikáns összefüggés tapasztalható és egy negatív korrelációs viszony ( $r=-0,36$ ,  $p=0,02$ ).

Korrelációs mátrix (Spearman-féle együttható)		
		Nemek
Aktivitás (kívülről kapott feladatok)	Korrelációs együttható	-,361**
	Szignifikancia szint	,002
	N	69
**: $p<0,01$		

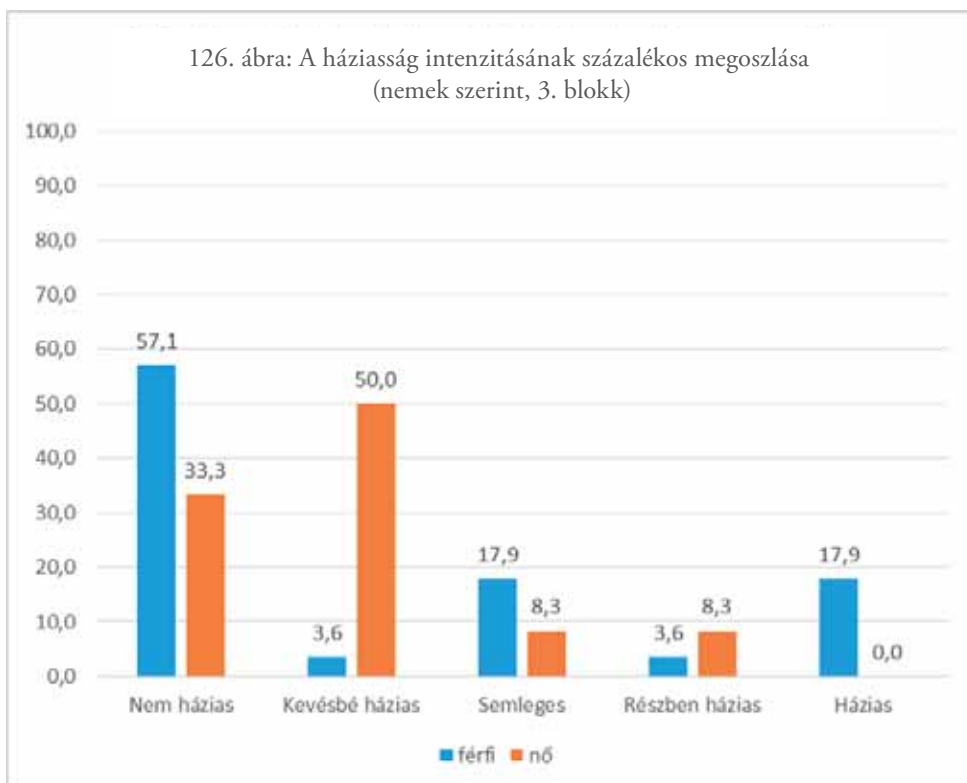
### 9.1.2. Háziasság (napi háztartási tevékenység)

Háziasság alatt a napi háztartási tevékenységek során mutatott aktivitást értjük, amelyet a megfigyelés során mértünk Likert-skálával, ahol az 1 a nem háziast jelentette, míg az 5-ös a háziast. A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulások előfordulási gyakorisága nagy szórást mutat a férfiak esetében.

Az átlagok alapján a férfiak egy kicsit jobb eredményt értek el, de igazolva az előző megfigyeléseket, a kevésbé háziasság irányába mutat itt a tendencia. Összességében azt mondhatjuk, hogy a nők alacsonyabb aktivitást mutattak e téren a férfiakhoz képest.

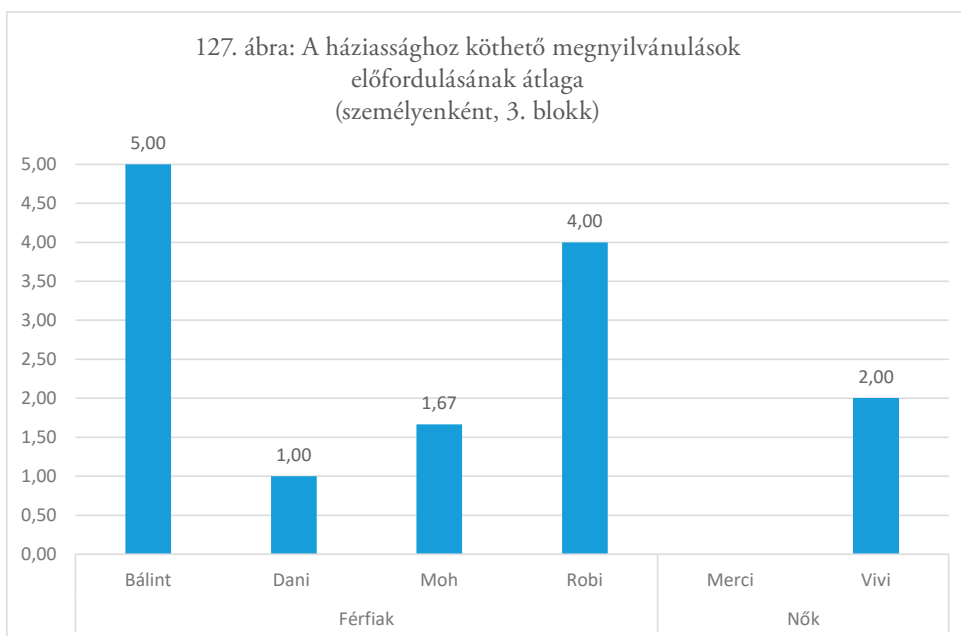


Összességében elmondható a 3. adásblokkról, hogy a háziasság nem jellemző a szereplőkre, nagyobb arányban jelentek meg az olyan jellegű megfigyelések, ahol a szereplők nem, vagy kevésbé háziasság magatartást mutattak.



A háziasság terén a vizsgált 3. adásblokkban Bálint, majd Robi volt a legaktívabb, a nőknél Vivire a kevésbé háziasság volt a jellemző, Merci esetében nem volt értékelhető ilyen irányú tevékenység.



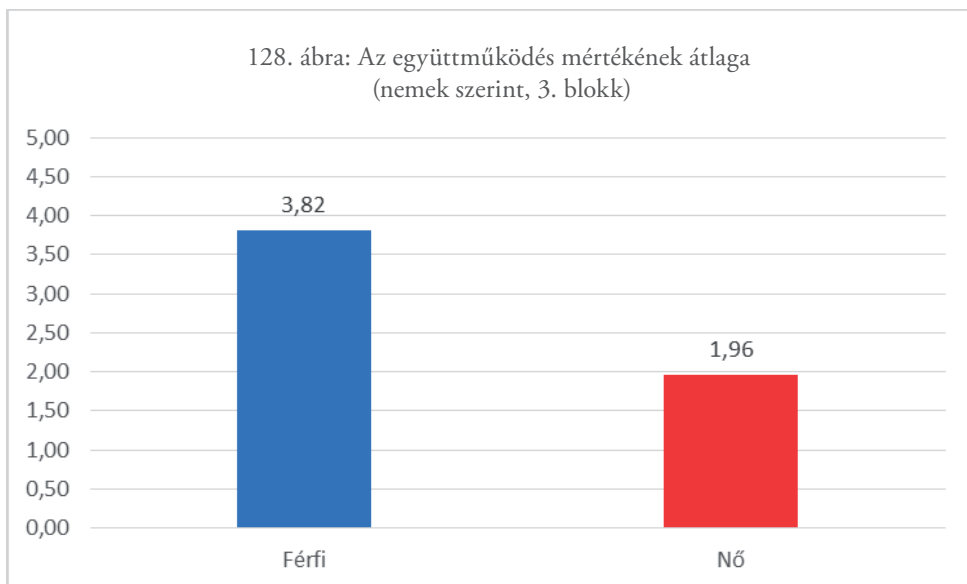


A nemek és a háziasság között nincs szignifikáns statisztikai összefüggés.

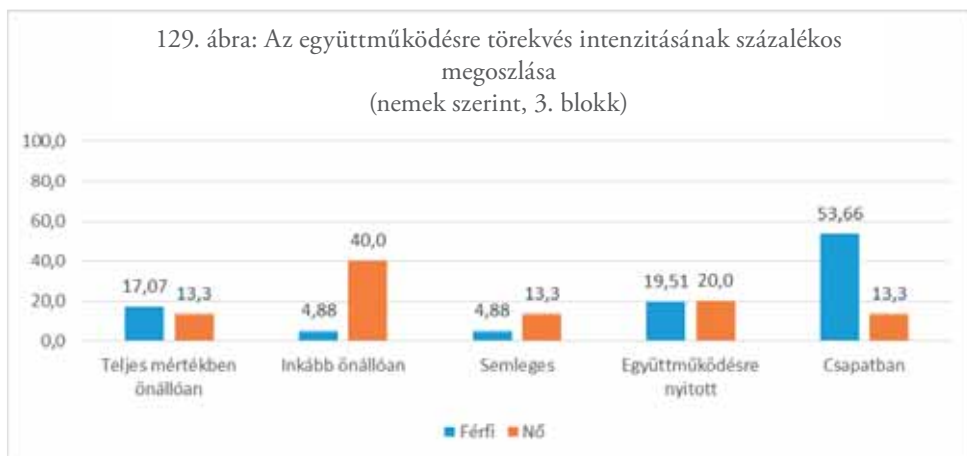
### 9.1.3. Együtműködésre törekvés

Az együtműködésre törekvés alatt azt értjük, hogy a szereplők egy-egy feladat elvégzése során mennyire nyitottak a másokkal együtt való munkára az eredmény elérése terén. Az 1 teljes mértéken önállóan, a 2 inkább önállóan, a 3 a semleges, a 4 az együtműködésre nyitott és az 5 a csapatban szinteket jelenti.

Az együtműködésre törekvéssel kapcsolatos megnyilvánulások átlaga alapján kijelenthetjük, hogy a férfiak esetében több alkalommal fordult elő ilyen jellegű tevékenység, a férfiak átlaga ugyanis 3,82, míg a nőké 1,96.

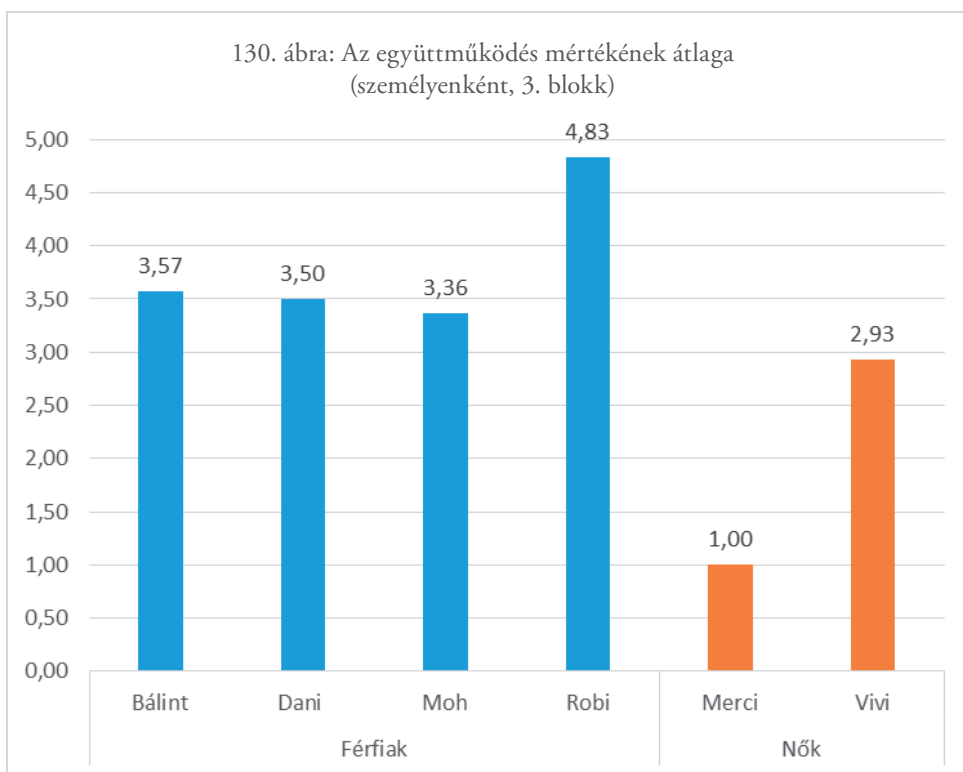


Ha az ötfokú skála értékeinek előfordulását vizsgáljuk, akkor a csapatban történő együttműködés terén a férfiak voltak az aktívabbak, a nőkre az inkább önállóan a jellemző.



Az együttműködés mértékének átlagait vizsgálva azt látjuk, hogy a sort Robi vezeti, majd őt követi Dani, a nőknél Vivi a kiemelkedő. Merci nem volt aktív ebben a tevékenységben a vizsgált 3. adásblokkban.

A férfiak közül Moh egyáltalán nem hozható összefüggésbe ilyen jellegű feladattal. A lányoknál Vivi érte el a legmagasabb értéket (2,93), a férfiaknál Robi, a többi férfi szereplő pedig hasonló értékeket ért el.



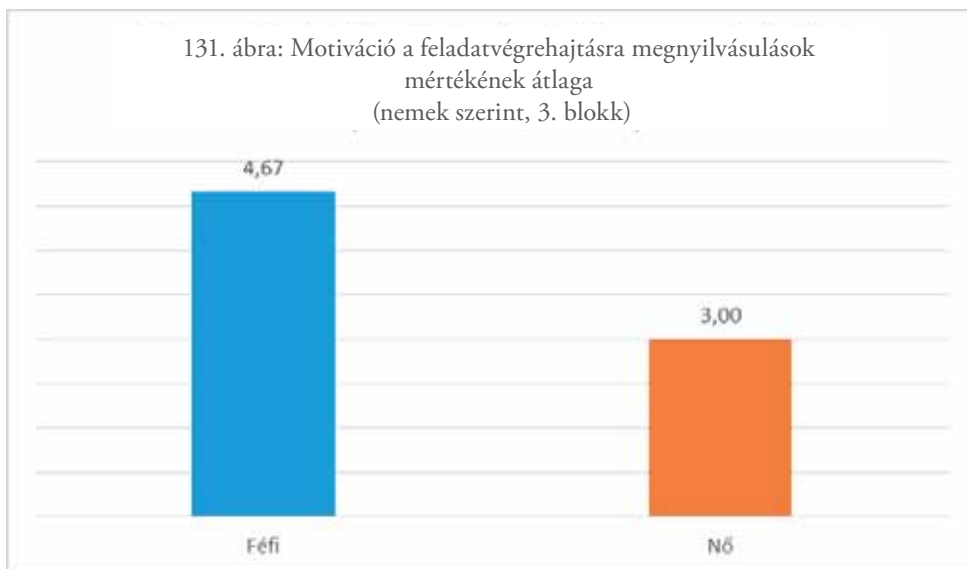
A nemek és az együttműködésre törekvés között egy negatív korrelációs összefüggés áll fenn, amelyek között erős szignifikáns összefüggés mutatkozik ( $r=-0,33$ ,  $p=0,012$ ).

Korrelációs mátrix (Spearman-féle együttható)		
		Nemek
Együttműködésre törekvés	Korrelációs együttható	-,334*
	Szignifikancia szint	,012
	N	56
**. $p<0,01$		

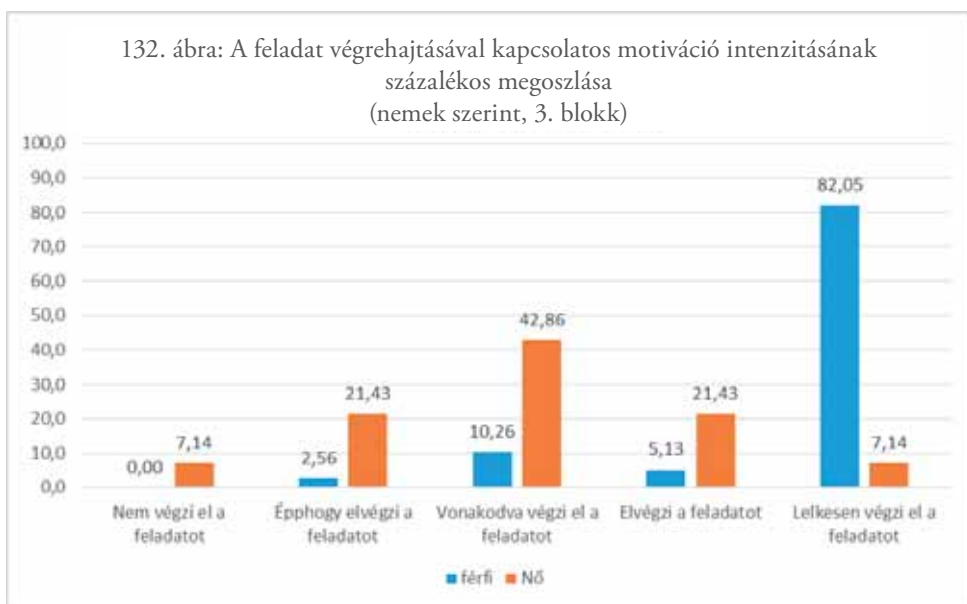
#### 9.1.4. Motiváció a feladatvégrehajtásra

A feladat végrehajtása kapcsán kíváncsiak voltunk arra, hogy az adott szereplő nemek szerinti bontásban hogyan áll az egyes feladat munka elvégzéséhez. A Likert-skála kategóriáit az alábbiak szerint hoztuk létre: 1 azt jelentette, nem végzi el a feladatot, 2 épphogy elvégzi a feladatot, 3 vonakodva végzi el a feladatot, 4 elvégzi a feladatot, 5 lelkesen végzi el az adott munkát.

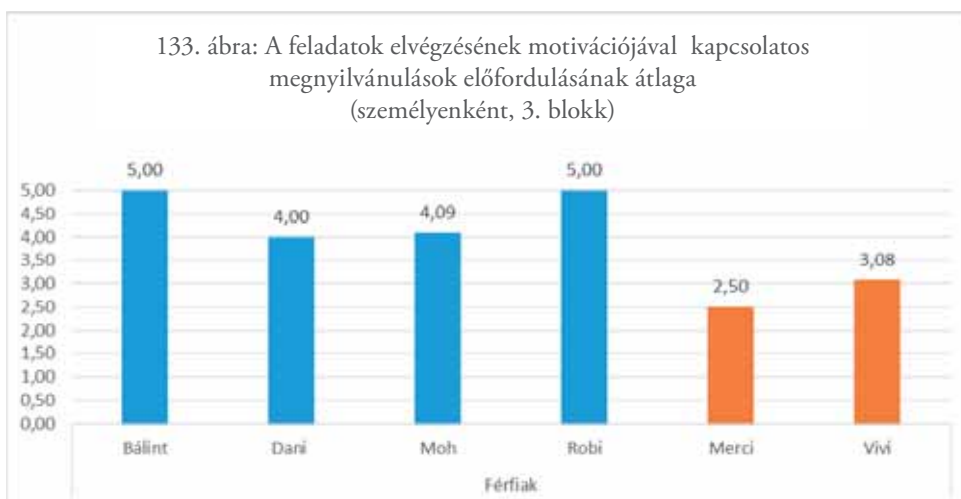
A 3. adásblokkban a férfiak inkább aktívabb, lelkesebb attitűdöt mutatnak e változót tekintve a vizsgált adásokban.



Ha a feladatok elvégzésével kapcsolatos motiváció intenzitását vizsgáljuk a skálák átlaga alapján, kijelenthetjük, hogy a férfiak kiemelkedően lelkesek, a nőkre a vonakodás és az épphogy elvégzett munka a jellemző. A férfiaknál a lelkesen elvégzi az abszolút jellemző hozzáállás.



A Likert-skála átlagait vizsgálva jól átszik az előbbi tendencia szereplők szerinti bontásban, amelyben Bálint és Robi a legkiemelkedőbbek. A nőknél a legtöbb szereplőnél megállapítható, hogy nem túl lelkesen vagy inkább vonakodva végzik el a kapott feladatot.



A nemek és a motiváció a feladat végrehajtása között a Spearman-féle korrelációs együttható eredményei alapján egy nagyon erős szignifikáns összefüggés és egy erős negatív korrelációs viszony áll fenn ( $r=-0,69$ ,  $p=0,00$ ).

Korrelációs mátrix (Spearman-féle együttható)		
		Nemek
Motiváció a feladatvégrehajtásra	Korrelációs együttható	-,686
	Szignifikancia szint	,000**
	N	53
**. $p<0,01$		

Érdekesjelenség, hogy a Spearman-féle korrelációs együttható vizsgálatánál az „Aktivitás külső kívülről kapott feladatok” változó nagyon erős pozitív korrelációs összefüggést mutat a többi munkával kapcsolatos tevékenység közül az „Együtműködésre törekvéssel”, a „Motiváció a feladat végrehajtására” változókkal.

Ez azt jelenti, hogy valaki minél aktívabb a kívülről kapott feladatok megvalósításában, annál nagyobb hajlandóságot mutat az együtműködésre és a tevékenység elvégzésére is.

Korrelációs mátrix (Spearman-féle együttható)		
		Aktivitás (kívülről kapott feladatok)
Együtműködésre törekvés	Korrelációs együttható	,518
	Szignifikancia szint	,000**
	N	55
Motiváció a feladatvégrehajtásra	Korrelációs együttható	,886
	Szignifikancia szint	,000**
	N	52
**. $p<0,01$		

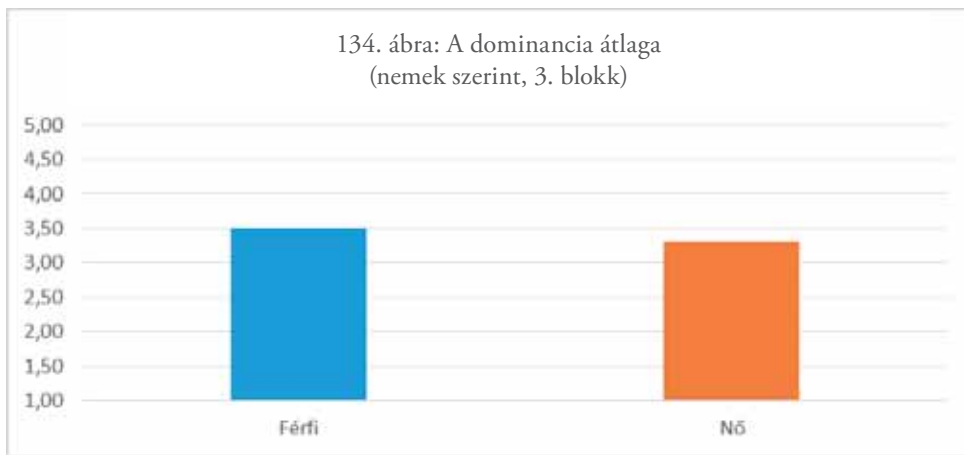
## 9.2. Társakkal való viszony

A társakkal való viszony főkategória esetében arra kerestük a választ, hogy az egyes vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók be, ezeket többnyire gyakorisági vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, és ezek kerültek elemzésre.

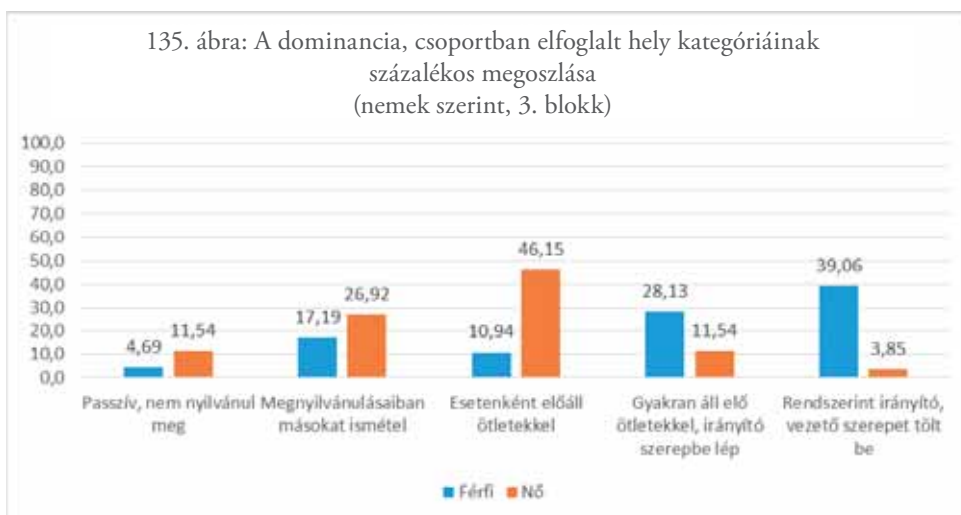
### 9.2.1. Dominancia, csoportban elfoglalt hely

A feladatok elvégzésében a hozzáállás mellett a szerepeket is vizsgáltuk, olyan tekintetben, hogy egy feladat megoldásában és összességében a csoportban milyen mértékben vesz részt a játékos. Ez alapján az alábbi kategóriákat különítettük el, amelyek alapján a szereplőket értékeltük: 'Passzív, nem nyilvánul meg', 'Megnyilvánulásaiban másokat ismételi', Esetenként előáll ötletekkel', 'Gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepbe lép', 'Rendszerint irányító, vezető szerepet tölt be'. A skála két végpontján tehát a passzív feladatvégrehajtástól az aktív-dominánsig fokozatokat különítettük el.

A dominancia nemek szerinti bontása alapján kijelenthetjük, hogy inkább a férfiakra jellemző az irányító szerep, a nők az adásokban inkább háttérbe vonulnak.

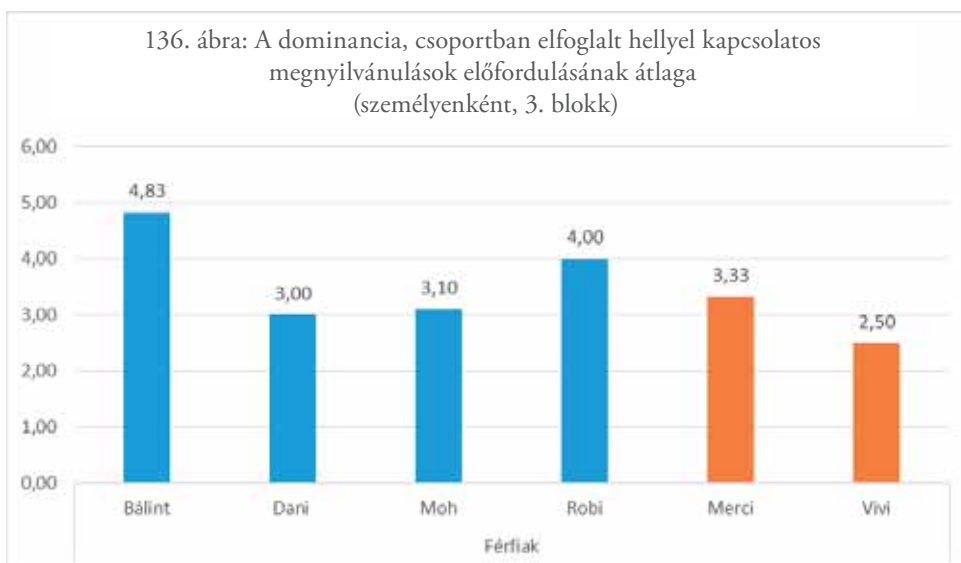


A tevékenységek intenzitását vizsgálva a férfiakra jellemző az irányító szerep, és ők állnak elő gyakrabban ötletekkel. A nőkre inkább a passzivitás irányába mutató tevékenységek a jellemzők a dominancia, a csoportban elfoglalt hely tekintetében.



A dominanciával kapcsolatos megnyilvánulások előfordulási gyakoriságát tekintve a harmadik adásblokk megfigyelése alapján azt mondhatjuk, hogy a férfiak között Bálint és Robi, míg a nők között Vivi esetében fordult elő a legtöbb ilyen jellegű kódolt tevékenység.

A többi szereplőre az 'esetenként előáll ötletekkel', valamint a 'megnyilvánulásaiban másokat ismételi' viselkedés a leginkább jellemző.



A Spearman-féle korrelációs együttható vizsgálata alapján a kódolt személy neme és a dominancia, csoportban elfoglalt hely között erős szignifikáns összefüggés és negatív korrelációs összefüggés figyelhető meg.

Korrelációs mátrix (Spearman-féle együtttható)		
		Nemek
Dominancia, csoportban elfoglalt hely	Korrelációs együtttható	-,404**
	Szignifikancia szint	,000**
	N	90
**. p<0,01		

### 9.3. A játékosok viszonya egymáshoz

Ebben a kategóriában arra kerestük a választ, hogy a vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók be. Ezeket többnyire gyakorisági vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, majd a kutatók megvizsgálták a kapott értékeket.

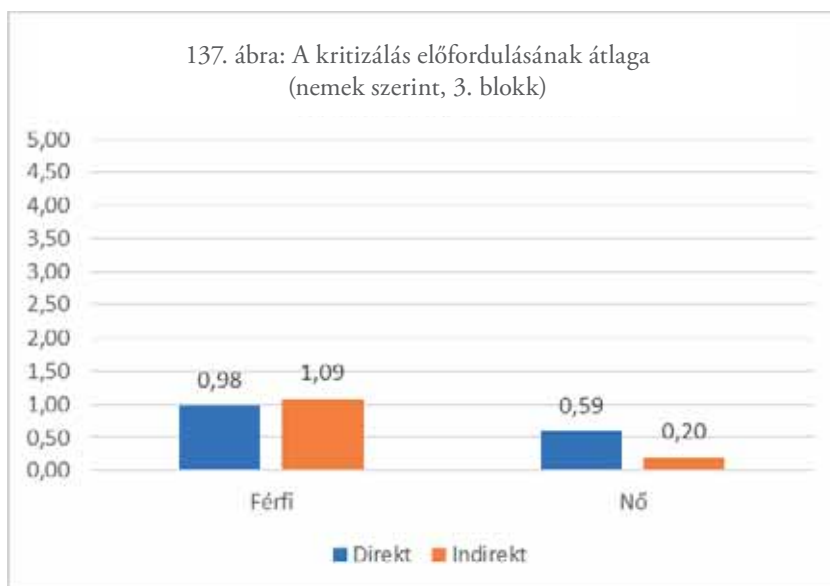
#### 9.3.1. Kritizálás (*direkt, indirekt*)

Ahogy az első gyorsjelentésnél már említettük, az intrika fontos szerepet játszik szinte minden olyan valóságshow-ban, amelynek dinamikáját jelentős mértékben a résztvevők csökkenő száma határozza meg, és különösen fontos azokban a változatokban, ahol a műsor szereplőinek befolyása van arra, hogy kinek legyen esélye kiesni a játékból. A harmadik adásblokk megfigyelése során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a kritizált személy jelenléte nélküli) intrika számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

A vizsgált adásblokkban a kritikus megnyilvánulások adásonkénti átlagos megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy a férfiak mind a direkt, mind az indirekt kritizálás esetében magasabb értéket mutatnak, illetve a férfiak esetében gyakoribb az indirekt, mint a szemtől szembeni kritikus megnyilvánulás.

A nőket vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy gyakoribb a szemtől szembeni kritikus megnyilvánulás (csaknem háromszorosa), mint az indirekt.





A férfiakat tekintve, a harmadik blokk értékeit összehasonlítva az első és a második blokkal, szembeűnő, hogy mind a direkt, mind az indirekt kritizálás előfordulási gyakorisága folyamatosan nő: a direkt kritizálás majdnem duplázódik (0,31, 0,51, 0,98), az indirekt kritizálás pedig a második és a harmadik blokk között több mint kétszeresésre nő (0,26, 0,49, 1,09).

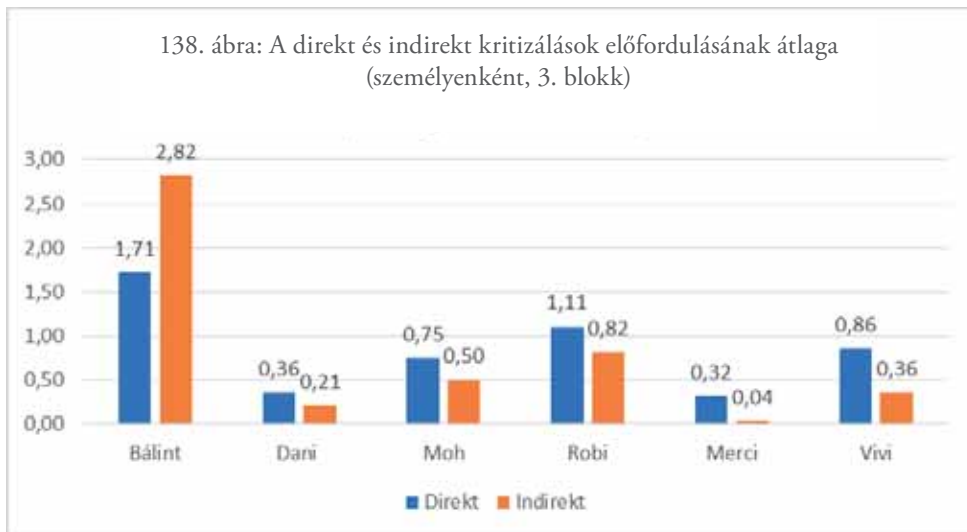
A nőket vizsgálva a harmadik blokk értékeit összehasonlítva az első és a második blokkal azt tapasztaljuk, hogy a direkt kritizálás előfordulási gyakorisága folyamatosan nő: (0,31, 0,51, 0,59), az indirekt kritizálás pedig folyamatosan csökken (0,80, 0,29, 0,20).

A Pearsons-féle korrelációs egyűttható vizsgálata alapján a nemek és az indirekt kritizálás között szignifikáns, negatív korrelációs összefűggés figyelhető meg.

A direkt kritizálások átlaga Bálint esetében a legmagasabb és legkevésbé Danira jellemző ez a viselkedés, az indirekt kritizálások átlagát szintén Bálint vezeti és legkevésbé Mercire jellemző.

Ahogy az első gyorsjelentésnél már volt szó róla, a vizsgált elemeknél bizonyos esetekben fontos figyelembe venni azokat a tényezőket, amelyek jelentős hatással vannak a vizsgált időintervallumban a kutatás eredményére. Ezeket az eseményeket generálhatják tudatos cselekvések (például a műsor szerkesztői által kiadott feladatok), de okozhatják véletlen történések is (például heves reakció a szereplők közötti spontán beszélgetésre vagy viselkedésre).

A BigBrother-féle, hasonló struktúrájú műsorok utolsó szakaszában rendszerint csökken az intrika szerepe: a játékosok már nem tartoznak klánokhoz és mivel az erőviszonyokkal is többnyire tisztában vannak, ezért nincs értelme intrikákat gyártani egymás ellen. Ebbe a viszonylag nyugodt periódusba avatkoztak be a műsor szerkesztői: felvetették annak a lehetőségét, hogy a játékosok azonnal kísétálhatnak egy általuk választott összeggel a villából, amelyet a főnyereményből vesznek el (ha a többiek ezt megszavazzák). A játékosok közül csupán Robi szeretett volna élni ezzel a lehetőséggel, de a többiek ezt nem szavazták meg, ráadásul Bálintból ez olyan dűhrohamot váltott ki (ami elsősorban Robira irányult), amely számos vizsgált értékre (így természetesen az intrikára is) jelentős befolyással volt.

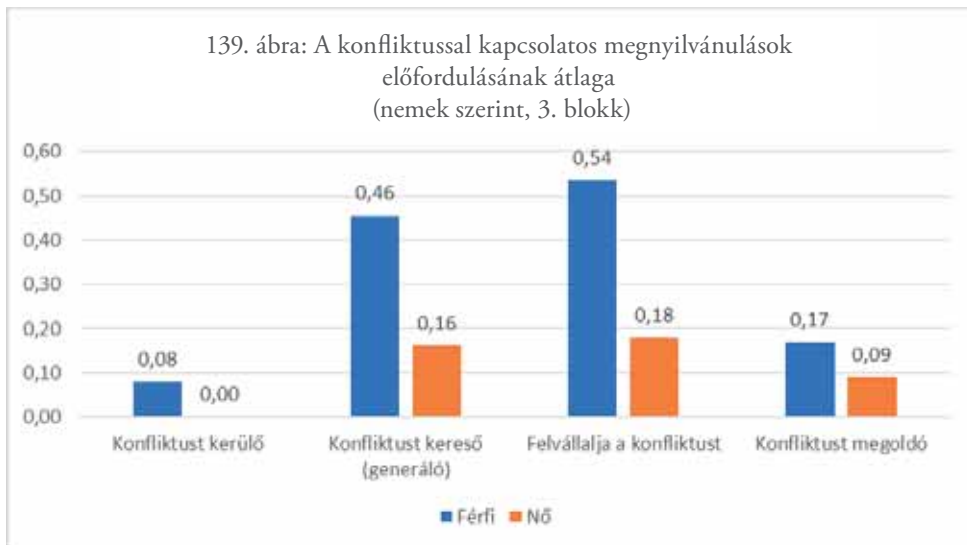


### 9.3.2. Konfliktus

A konfliktus a valóságshow-k egyik legfontosabb eleme, amely fontos szerepet játszik a nézettségben, ezért a szereplőválogatástól kezdve, a feladatokon át, a végső cél eléréséig (csak egy játékos nyerhet) áthatja a műsort.

A konfliktusok műsoron belüli előfordulása tekintetében arra voltunk kíváncsiak a kutatás keretei között, hogy a szereplők a vizsgált adásblokkokban hányszor mutatnak olyan magatartást, amely konfliktuskereső, konfliktusfelvállaló vagy éppen ellenkezőleg: elkerülni vagy megoldani kívánja a konfliktust.

A nemeket összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy a férfiak a konfliktusok kerülésében, generálásában, felvállalásában és megoldásában is nagyobb szerepet vállalnak a megfigyelt műsorblokkban, mint a nők.

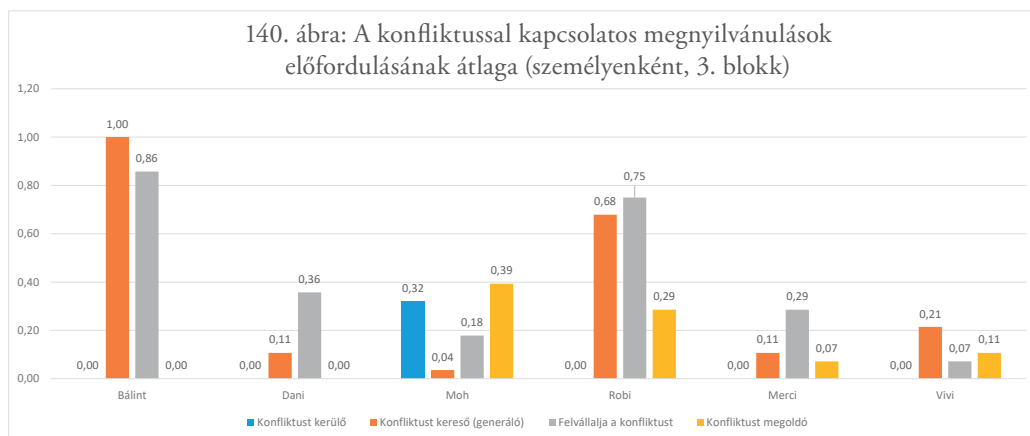


Az átlagok szereplőnkénti vizsgálata során azt látjuk, hogy Bálint generálja a legtöbb konfliktust a műsorban, őt követi Robi. Kettejük konfliktusa a már említett feladatra vezethető vissza, miszerint a játékosok azonnal kísérelhetik meg általuk választott összeggel a villából, amelyet a főnyereményből vesznek el. Ők ketten több mint háromszor annyi konfliktust generálnak, mint az összes többi szereplő együttesen. A megfigyelt adásblokkban egyetlen játékos sincs, aki egyáltalán nem generált konfliktust.

A konfliktusok kerülése az összes szereplő közül csak Mohra jellemző.

A konfliktusok felvállalásánál is azt feltételezhetjük, hogy aki konfliktust generál, az szívesebben vállalja a vitákat, mint aki nem. Ezt alátámasztják a vizsgálat eredményei, hiszen Bálint generálja és vállalja fel a legtöbb konfliktust. A vizsgálat eredményei a Bálint és Robi közötti konfliktusra is reflektálnak: Bálint dühkitöréseinek a céltáblája Robi, ennek megfelelően – ha csak a konfliktusok generálását és felvállalását vesszük figyelembe –, akkor Bálintnál a konfliktusok keresése, míg Robinál a konfliktusok felvállalása a magasabb érték.

A konfliktusok megoldása Mohra a legjellemzőbb, alátámasztva azt a logikus feltételezést, hogy aki kerül a konfliktusokat, az igyekszik meg is oldani azokat.

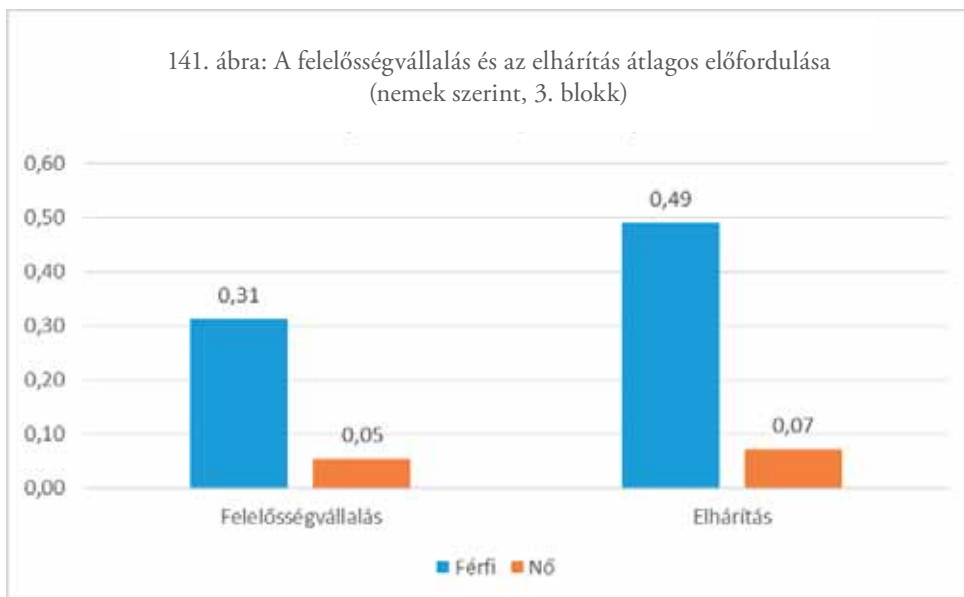


A nemek és a konfliktus felvállalása között rendkívül erős negatív korreláció és szignifikáns összefüggés mutatható ki.

### 9.3.3. Felelősségvállalás

Felelősségvállalás és elhárítás kategóriák vizsgálatakor arra voltunk kíváncsiak, hogy a 2. adásblokkban a szereplők hány alkalommal vállalnak tetteikért felelősséget, valamint az esetleges számonkérés esetében hány alkalommal hártják azt el.

A felelősségvállalás és elhárítás előfordulása nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy mindkét kategória a férfiaknál fordul elő többször.

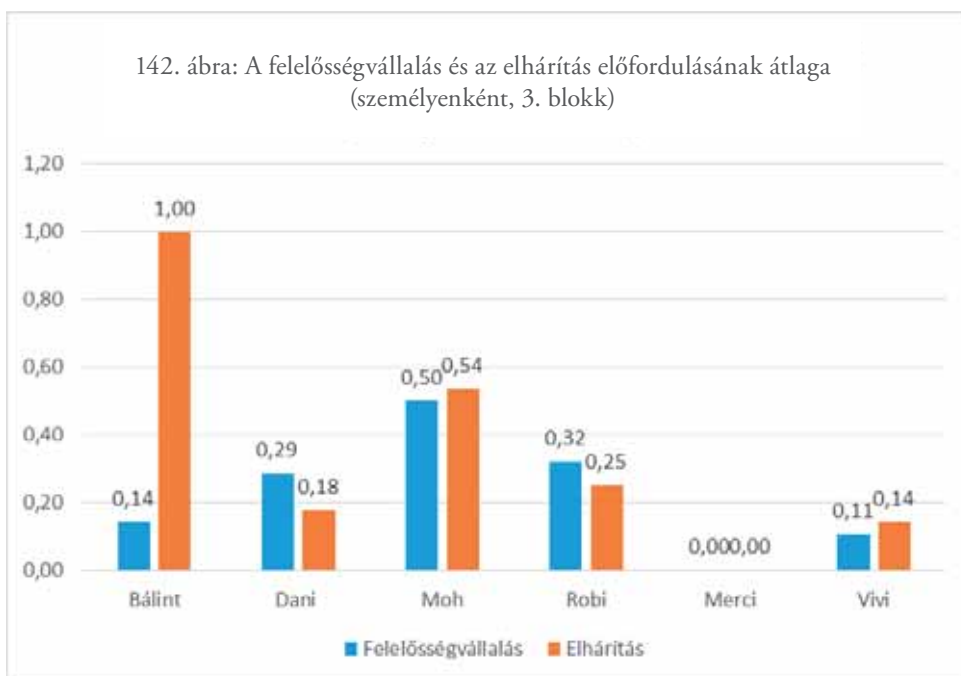


A két változó százalékos előfordulását nemek szerinti bontásban vizsgálva azt látjuk, hogy a 3. adásblokkban a nők esetében szinte nem jellemzők ezek a tevékenységek.

A férfiak esetében jobban szóródnak az értékek, az elhárítás legalább egyszer mindenkinél megjelenik, de gyakori a felelősségvállalás is.

Szereplők szerinti bontás alapján azt mondhatjuk, hogy a felelősségvállalás Bálint esetében jelenik meg a legtöbbször, míg az elhárítás Robi és Moh esetében.

A nőknél mindkét tevékenység csak Vivire volt jellemző, Mercire egyáltalán nem.



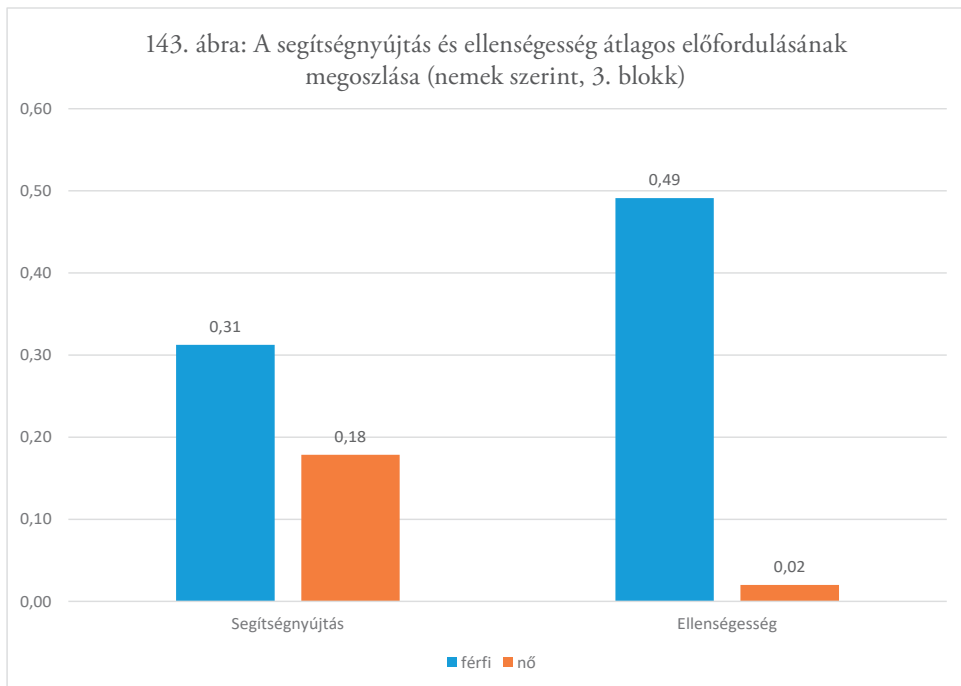
### 9.3.4. Segítségnyújtás és Ellenségesség

A segítségnyújtás változó alatt azt értettük, hogy a résztvevők a társaikkal való kapcsolatuk során mennyire segítik egymást egy probléma felmerülése kapcsán, az ellenségesség alatt pedig azt, hogy adott szituációban mennyire viselkednek ellenségesen egymással.

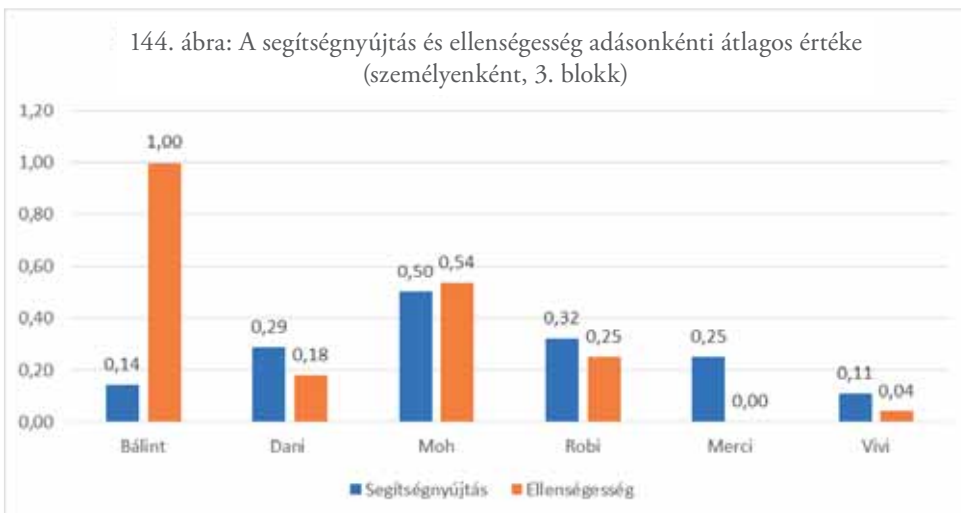
A villában a segítségnyújtásnak rendszerint három oka van: a személyes szimpátia, a csoporthoz tartozás és a közös feladatok elvégzésének támogatása. Az ellenséges viselkedés részben az unszimpátián alapul, de a stresszhatások növekedése és a kialakuló érdekcsoportok az idő múlásával egyre jelentősebb szerepet kapnak a játékosok viselkedésének formálásában.

A vizsgálataink során azt tapasztaltuk, hogy a segítségnyújtás terén a férfiak átlaga a magasabb, majdnem duplája a nőkének, és több mint duplája az első blokkban a férfiakra vonatkoztatott értéknek.

Az ellenségesség tekintetében a férfiak átlaga a vizsgált adásblokkok közül most a legmagasabb (0,49), a nőké pedig a legalacsonyabb (0,02).



Ha szereplőnkénti bontásban vizsgáljuk a segítségnyújtást és az ellenségességet, akkor azt mondhatjuk, hogy Moh vezet a sort a segítségnyújtás terén. Moht követi Robi és Dani. A 3. blokkban nem volt olyan szereplő, akinél nem volt megfigyelhető a segítségnyújtás.

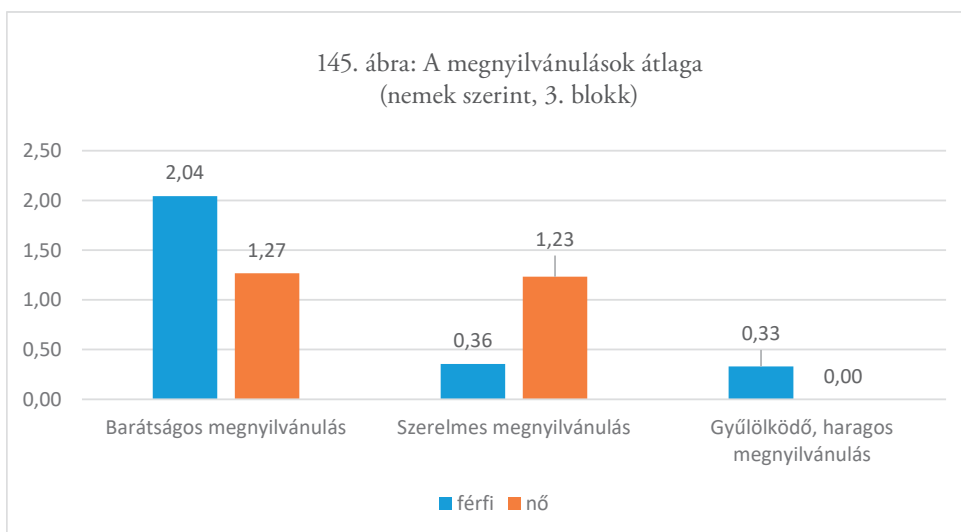


Az ellenségesség terén Renátó, Moh és Robi a sorrend. Itt is visszaköszön a már említett feladat, hogy a játékosok azonnal kísérelhetik meg általuk választott összeggel a villából, amelyet a főnyereményből vesznek el. A 3. blokkban csupán Mercinél nem volt megfigyelhető ellenség viselkedés.

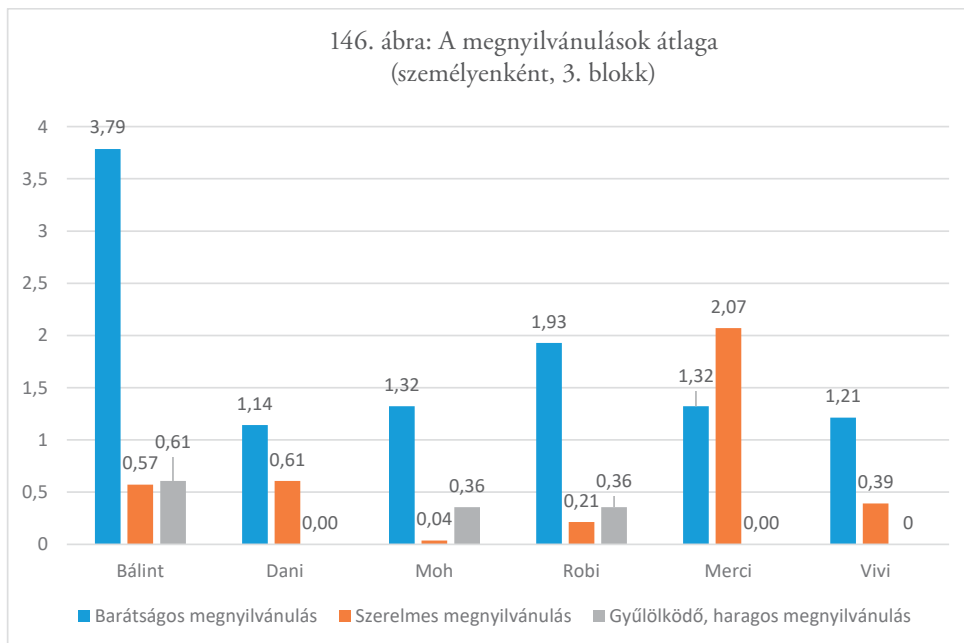
## 9.4. Megnyilvánulások

A megnyilvánulásoknál három fő kategóriát vizsgáltunk, ennek keretében azt néztük meg, hogy a szereplők az egyes adások alatt hányszor viselkednek barátságosan, hányszor van valamilyen szerelmes megnyilvánulásuk, illetve 'gyűlölködő és haragos hangulatban másokkal szemben hányszor nyilvánulnak meg.

A kódolt szegmensek nemek szerinti megoszlása alapján a barátságos megnyilvánulást a férfiaknál kódoltuk a legtöbbször, míg a szerelmes a nőkre jellemző. Gyűlölködésre utaló tevékenység a 3. adásblokkban nem volt a nők esetében.



A szereplőnkénti megnyilvánulások számának megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy kiemelkedő volt a szerelmes megnyilvánulások terén Merci átlaga. A barátságos megnyilvánulások Bálint és Robi esetében volt a legmagasabb.



A megnyilvánulások átlagos megoszlása alapján a gyűlölködő, haragos megnyilvánulásokban a férfiak nagyobb arányban vettek részt, kiemelkedően Bálint. A barátságos megnyilvánulások is inkább a férfiakra jellemzők, főként Bálintra. A szerelmes megnyilvánulások is főként a férfiakra igazak ebben az adásblokkban.

A nőkre – viszonylag kevés megnyilvánulásból – inkább a barátságosság és a szerelmes megnyilvánulás jellemző, az előbbi inkább Mercire, az utóbbi Vivire. A gyűlölködés a nőkre itt nem jellemző.

A nemek és a szerelmes megnyilvánulás között erős szignifikáns, negatív korrelációs összefüggés mutatható ki.

		Kódolt személy neve
Szerelmes megnyilvánulás	Pearson-féle korrelációs együttható	,314**
	Szignifikancia szint	,000
	N	198
**p<0,05		

Szintén érdekes jelenség, hogy ha a Pearson-féle korrelációs együttható vizsgálatok során összehasonlítjuk, hogy hogyan viszonyul mások kritizálása az indirekt kirtizáláshoz, a konfliktusok kereséséhez, a konfliktus felvállalásához, elhárításához, az ellenségességhez, gyűlölködő, haragos megnyilvánulásokhoz, akkor azt mondhatjuk, hogy ezek között erős korrelációs összefüggés van, amelynek iránya pozitív.



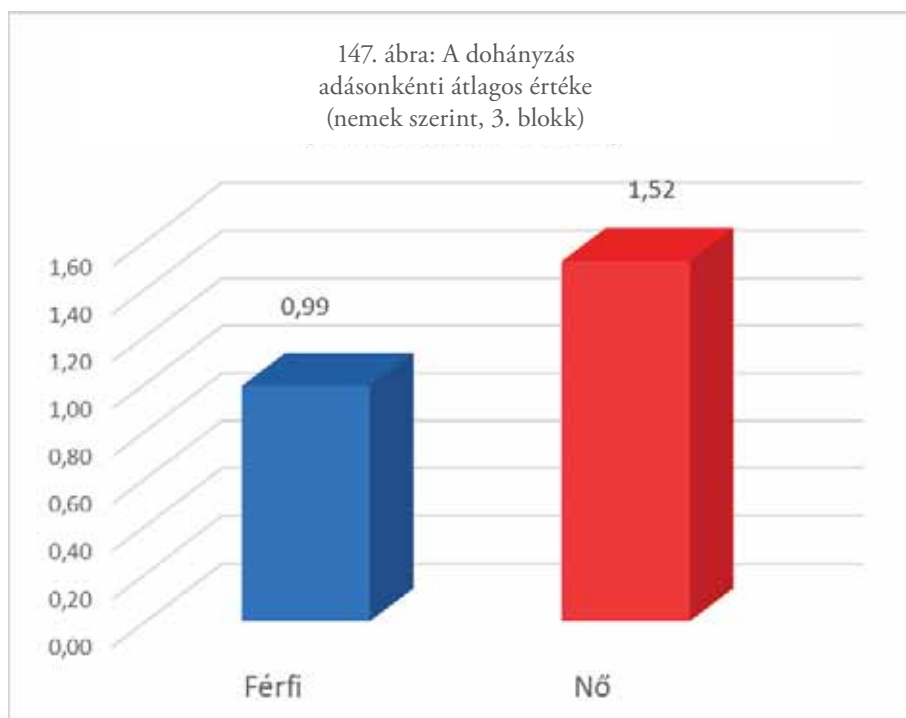
		Mások kritizálása (indirekt / háta mögött/)	Konfliktust kereső (generáló)	Felvállalja a konfliktust	Elhárítás	Ellenségesség	Gyűlölködő, haragos megnyilvánulás
Mások kritizálása (direkt / szemébe/)	Pearson-féle korrelációs együttható	,302**	,470**	,192*	,293**	,211**	,360**
	Szignifikancia szint	,000	,000	,013	,000	,006	,000
	N	168	168	168	168	168	168

## 9.5. Viselkedési kategóriák

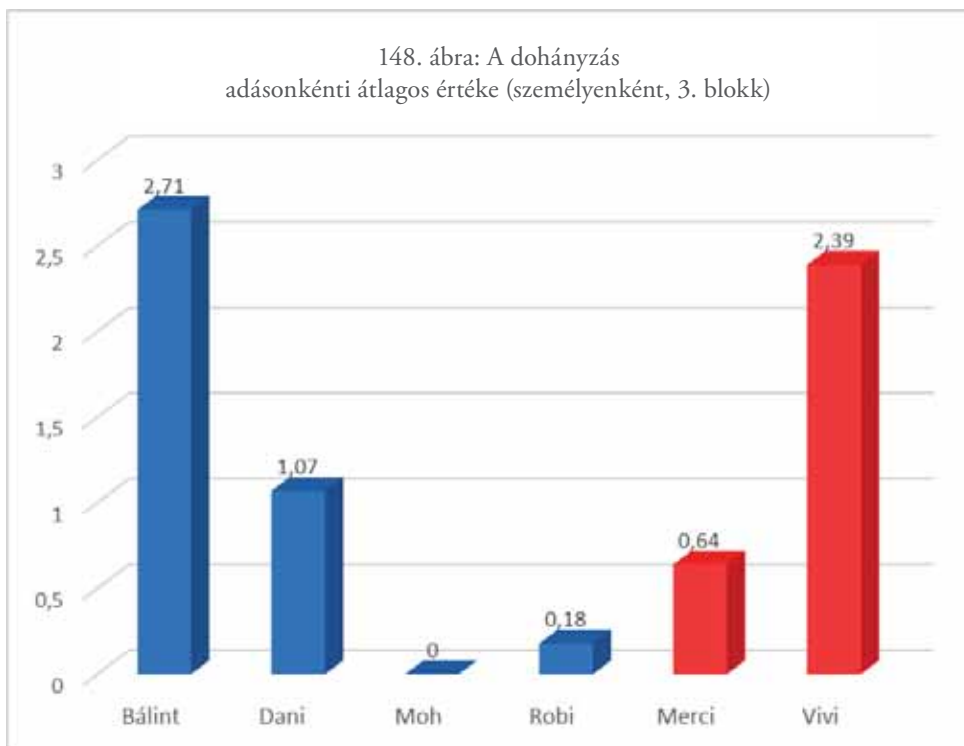
### 9.5.1. A dohányzás

A dohányzás megfigyelésénél a vizsgálat során az előfordulások számát vettük alapul. Egy előfordulásnak tekintjük a két képváltás közötti megjelenítést. A 3. adásblokk vizsgálatának szakaszában a 4 férfi szereplő közül Moh továbbra sem dohányzott, a két női szereplő viszont igen.

A harmadik adásblokkban a nemek szerinti összehasonlításban a nők többször dohányoztak (1,52), mint a férfiak (0,99). Mind a férfiak, mind a nők értékei növekedtek az első és a második adásblokkhoz viszonyítva is.



A dohányzás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Bálint dohányzott a legtöbb alkalommal, őt követte Vivi és Dani.



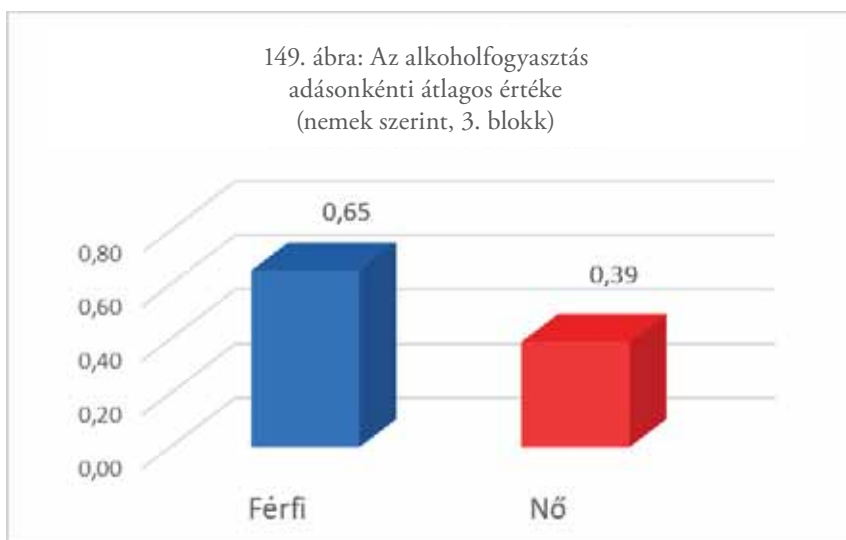
### 9.5.2. Alkoholfogyasztás

Kutatásunkban a viselkedés vizsgálatának részét képezi az alkoholfogyasztás gyakoriságának áttekintése is. Alkoholfogyasztásnak azt tekintettük, amikor a műsor szereplője belekortyolt az italába, és nem vettük figyelembe, amikor csak tartotta az italt, vagy a beszélgetésekben alkoholfogyasztáshoz köthető motívumok jelentek meg.

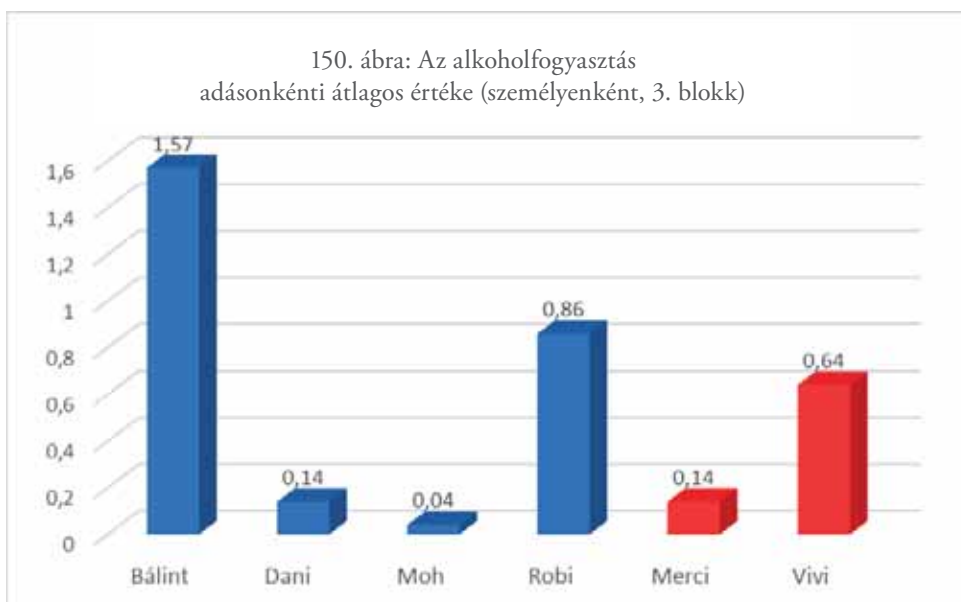
Nemek szerinti összehasonlításban a férfiak fogyasztottak többször alkoholt, adásonként 0,65 alkalommal, a nők pedig 0,39 alkalommal. Mind a férfiak, mind a nők értékei növekedtek az első és a második adásblokkhoz viszonyítva is.

A dohányzás és az alkoholfogyasztás között szignifikáns összefüggés mutatható ki, pozitív korrelációs viszonyal.<sup>184</sup>

184  $r=0,348$ ,  $p=0,0$ .

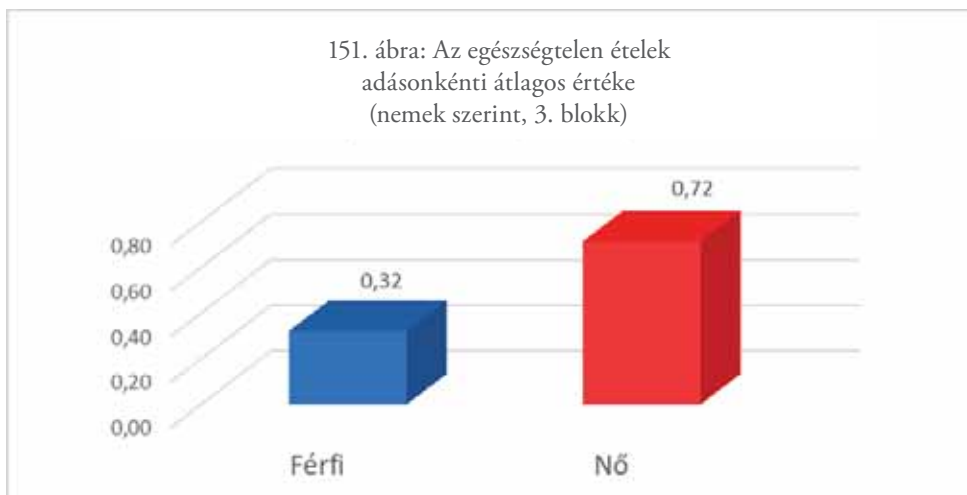


Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Bálint, Robi és Vivi fogyasztott alkoholt. A vizsgált időszakon belül nem volt olyan szereplő, aki egyáltalán nem fogyasztott alkoholt.

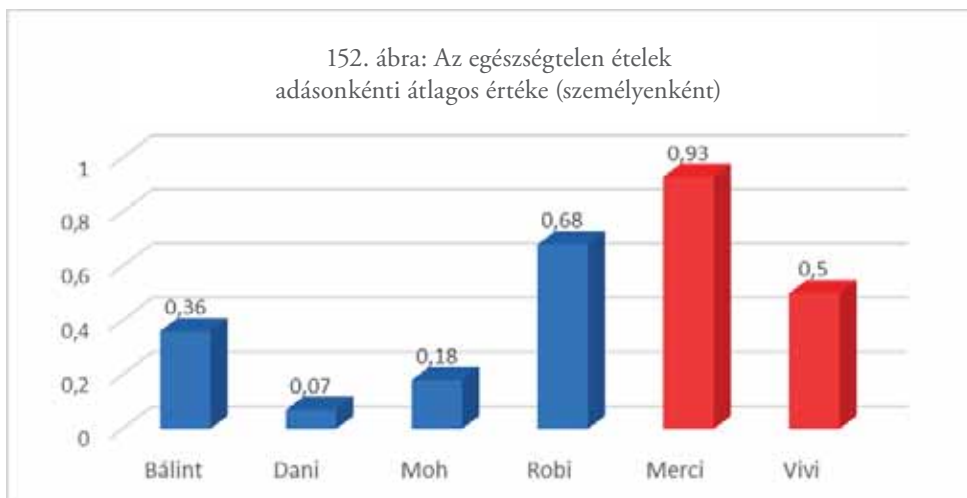


### 9.5.3. Egészségtelen ételek

A vizsgálat során kódolásra került, hogy hány esetben fogyasztanak egészségtelen ételeket (chipszet, csokoládét stb.) a villa lakói. A harmadik adásblokkban több mint tízszeresére nőtt ez a tevékenység, az előző adásblokkokhoz képest. A nemek szerinti megoszlás hasonlóan magas értéket mutat mind a férfiaknál (0,32), mind a nőknél (0,72).



Az egészségtelen ételek fogyasztásának adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Merci és Robi fogyasztott egészségtelen ételeket.



#### 9.5.4. Agresszív megnyilvánulások

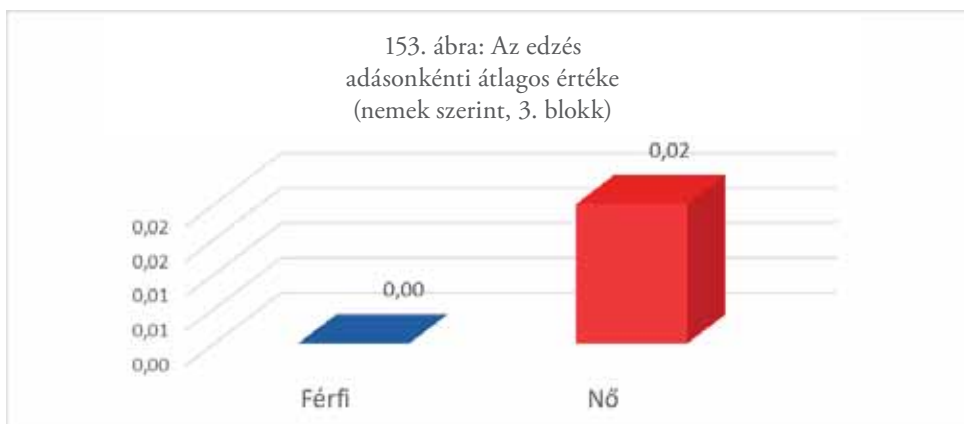
Míg az agresszív megnyilvánulások az első adásblokkban nem jellemezték a műsort (1-1 megnyilvánulástól eltekintve nem kaptunk mérhető értéket), addig a második műsorblokkban már 12 előfordulást rögzítettek a kódolók, jellemzően adásonként 1–3 előfordulással. A harmadik műsorblokkban négyszer fordult elő agresszív megnyilvánulás, minden esetben a férfiaknál (Bálint, Dani és Moh).

### 9.5.5. Olvasás – Egyéb intellektuális tevékenység

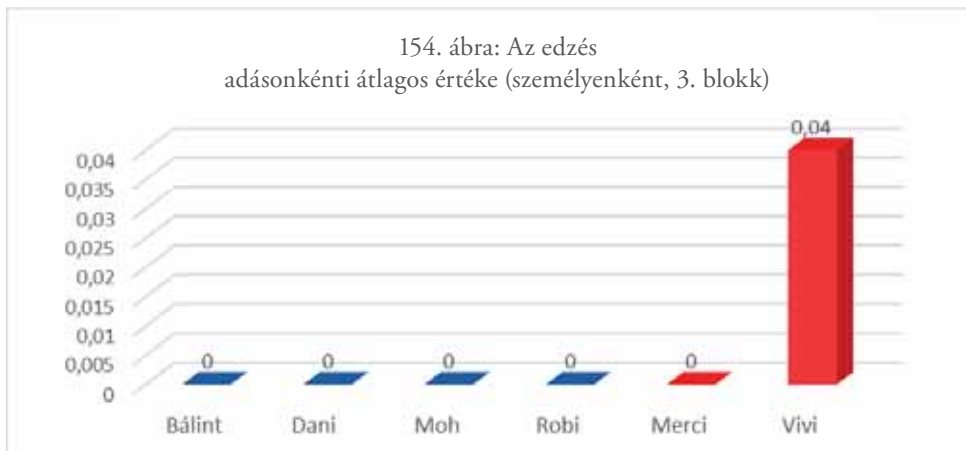
Elemzésünk szempontjainak kialakításakor próbáltunk a társadalom számára pozitív példaként állítható cselekményeket is keresni a műsorban, ezért olyan kategóriák, mint az olvasás és egyéb intellektuális tevékenység is részét képezte a megfigyelésünknek. Azonban az olvasás egyáltalán nem jelenik meg, és egyéb intellektuális tevékenységet sem sikerült a megfigyelőknek feltárni.

### 9.5.6. Testedzés

A testedzésnek fontos szerepe van a villalakók életében, hiszen a műsor sajátosságai miatt a szereplőknek – néhány kivételtől eltekintve – kevés lehetőségük van a mozgásra. A mozgás pozitív élettani hatásai, a testsúlykontroll és a stresszoldás különösen fontos funkciót tölthet be a szereplők életében.



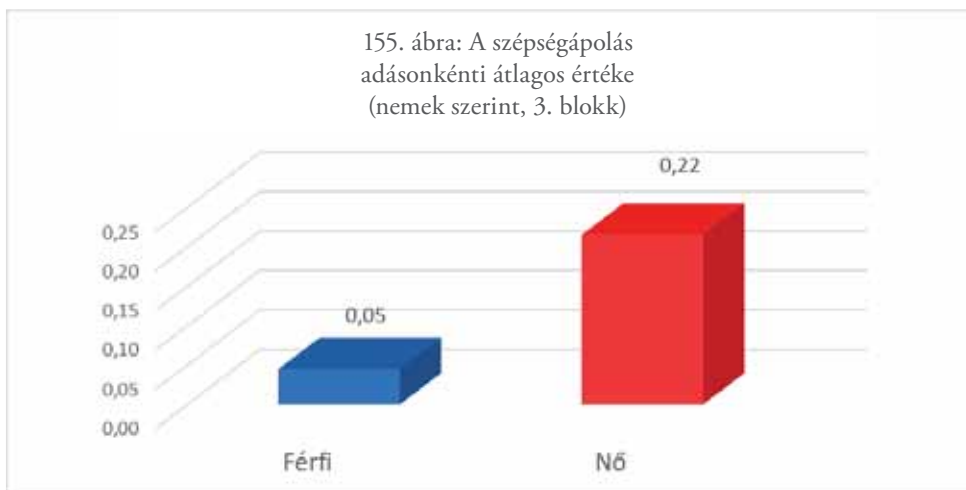
A testedzés adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kaptuk, hogy a vizsgált időszakban a testedzés csupán egyetlen alkalommal, Vivinél volt megfigyelhető.



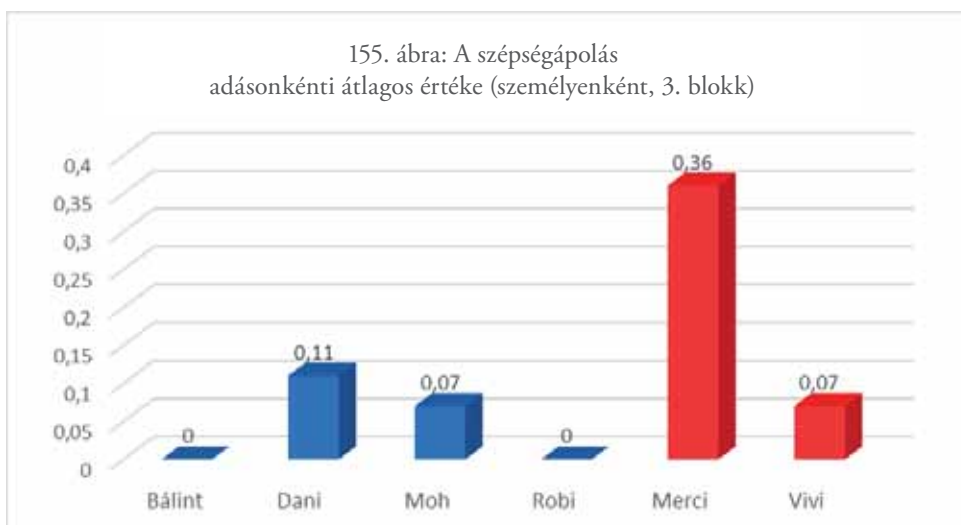
### 9.5.7. Szépségápolás

A szépségápolás kategóriába soroltunk be minden olyan tevékenységet, amely túlmutat a mindennapos higiéniai tevékenységeken (például kézmosás, zuhanyzás stb.), és a külső megjelenést pozitívan befolyásolja (például körömfestés, sminkelés stb.).

Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy a nők ötször több alkalommal végzik ezt a tevékenységet, mint a férfiak.

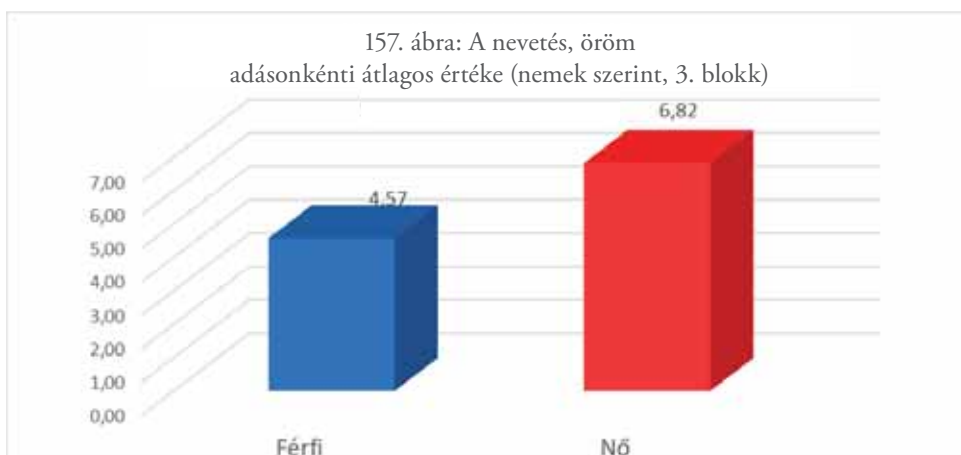


A tevékenység személyenkénti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy a nők mindegyikénél megjelenik a szépségápolás, míg a négy férfi szereplő közül kettő személy esetén figyelhetjük ezt meg. A nőknél Merci és Vivi, míg a férfiaknál Dani és Moh végezték a leggyakrabban ezt a tevékenységet.

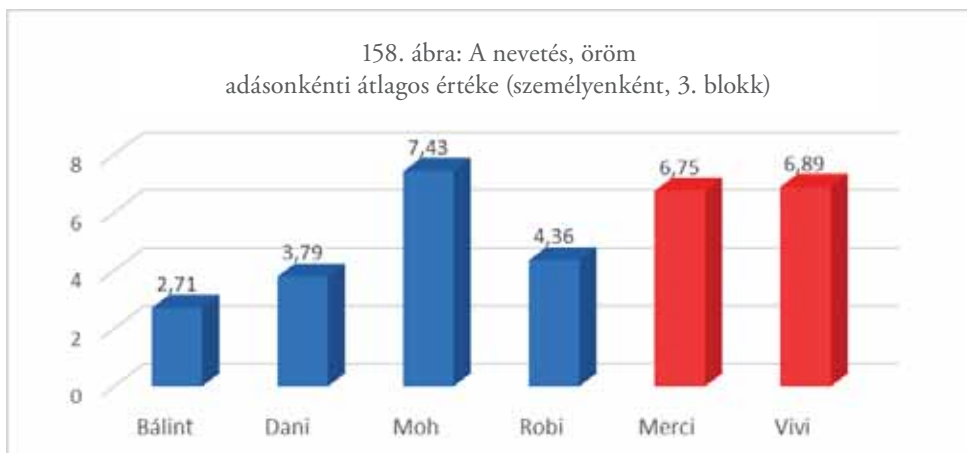


### 9.5.8. Nevetés, öröm

A diagramról leolvasható, hogy nemek közötti különbség nélkül mindenkire jellemző a jó hangulat megnyilvánulása.

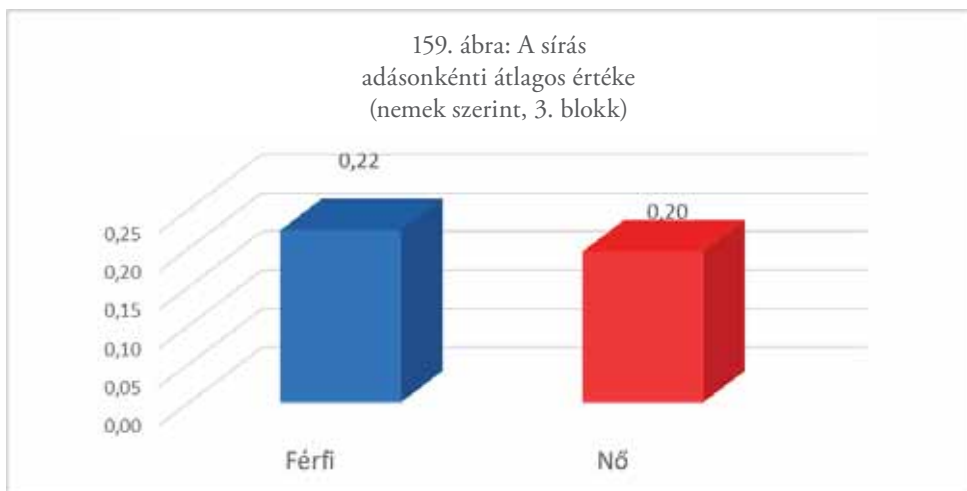


A tevékenység személyenkénti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy mind a nők, mind a férfiak mindegyikénél megjelenik a nevetés és az öröm kifejezése. A nőknél Vivi, a férfiaknál Moh nevetett a legtöbbször.



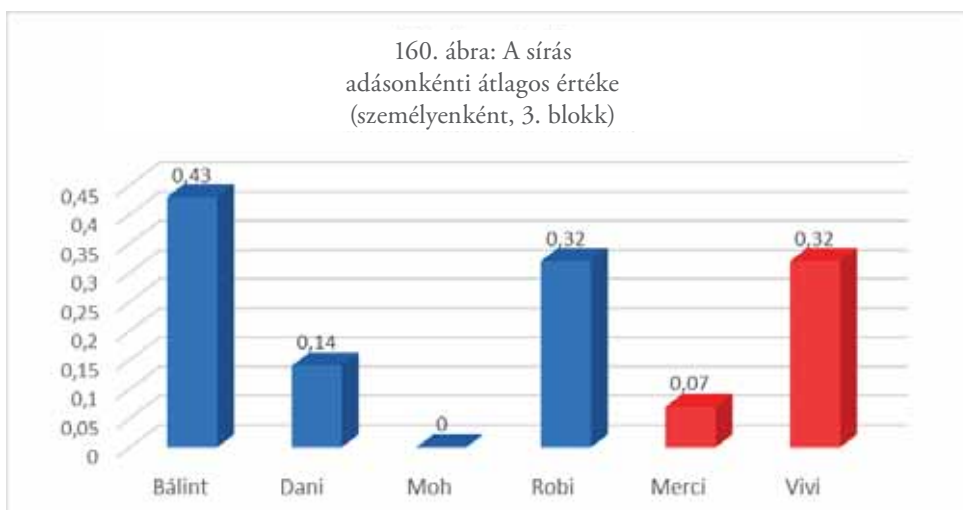
### 9.5.9. Sírás

A sírás a 3. adásblokkban (a megfigyelések során először) a férfiakra jellemzőbb, mint a nőkre.



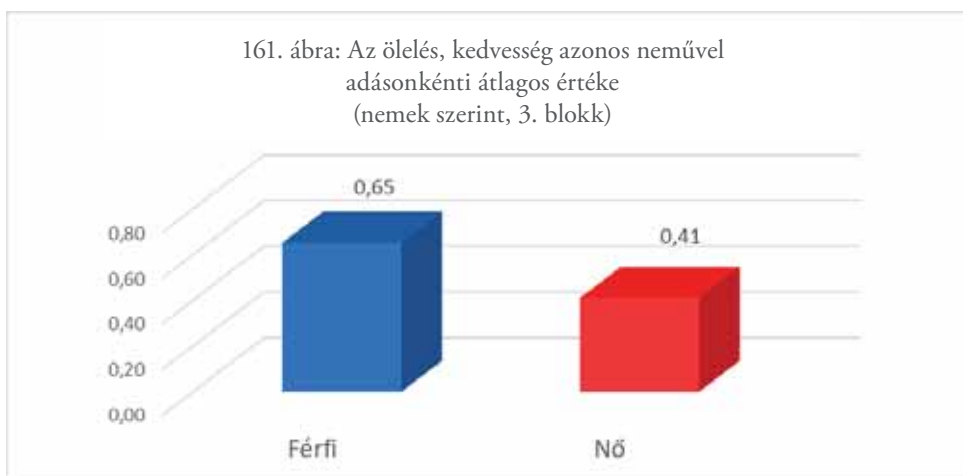
A tevékenység személyenkénti vizsgálata alapján arra az eredményre jutottunk, hogy Bálint, Robi és Vivi sírtak a legtöbbször.



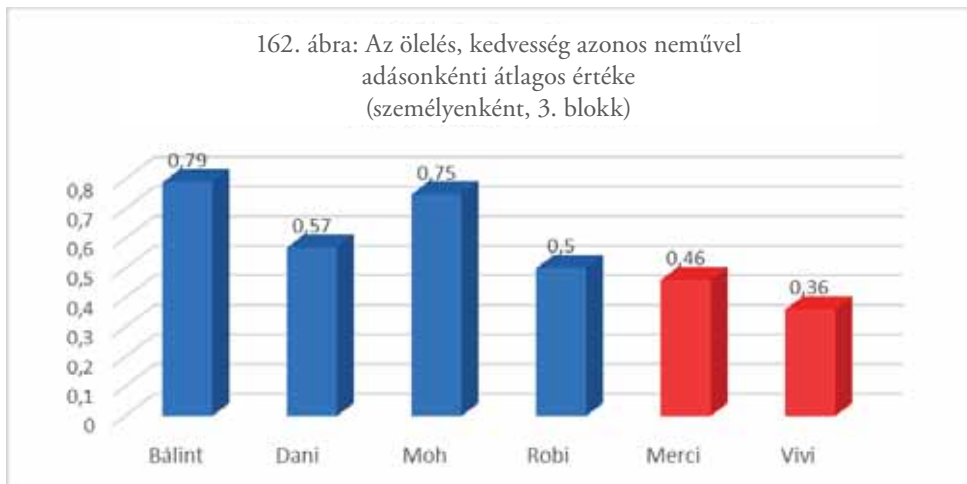


### 5.10. Ölelés, kedvesség azonos neművel

Az 'ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel' minden résztvevő esetén megjelenik. Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy a férfiakra több mint 50%-kal jellemzőbb ez a tevékenység, mint a nőkre.

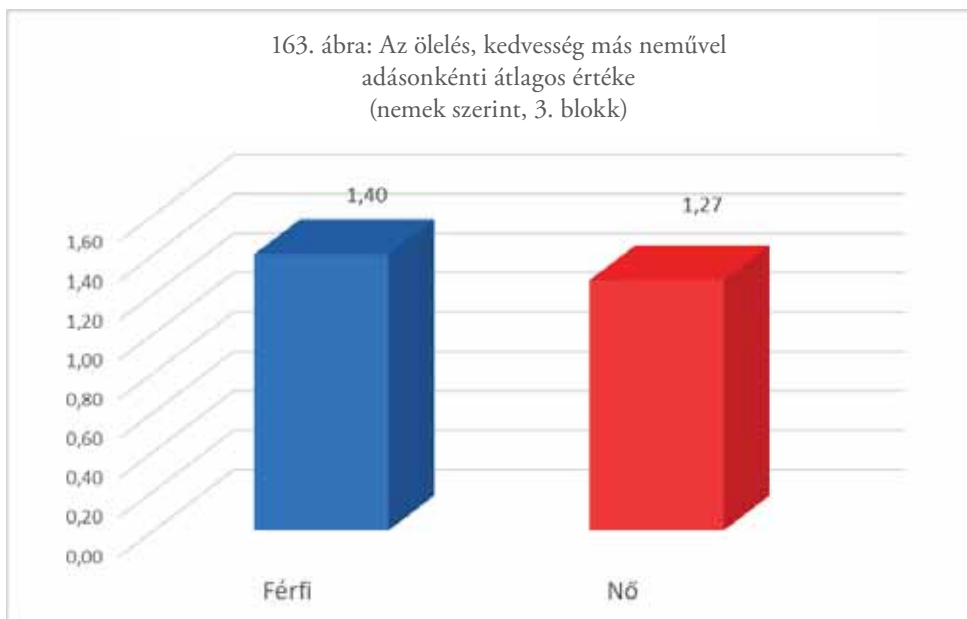


Az 'ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel' kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Bálintra és Mohra volt jellemző.

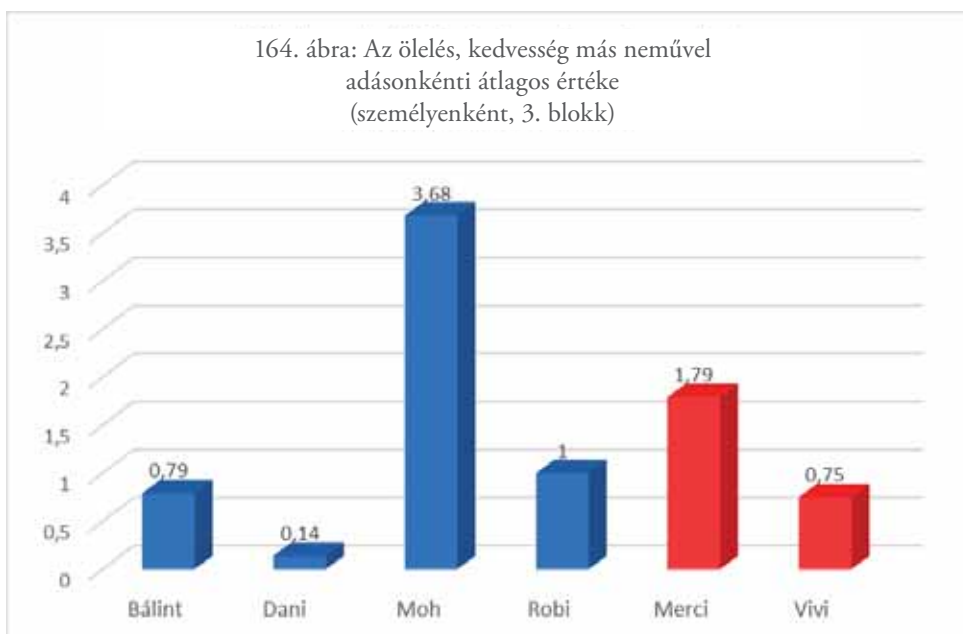


### 9.5.11. Ölelés, kedvesség más neművel

A másik nem tagjainak ölelgetése egyenletesen fordul elő mindkét nem képviselője esetén, a konkrét értékek a férfiak esetén mutatnak valamivel magasabb előfordulást.



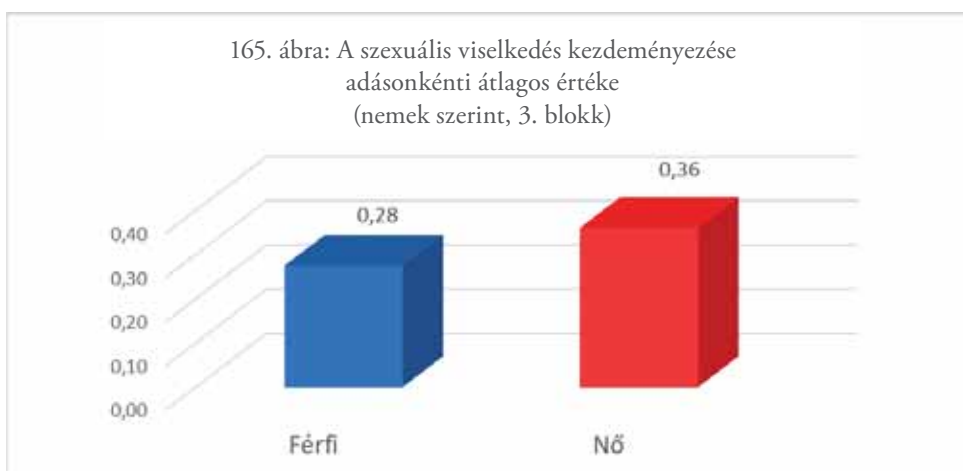
Az 'ölelés, kedvesség más nemű személlyel' kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Mohra és Mercire volt jellemző.



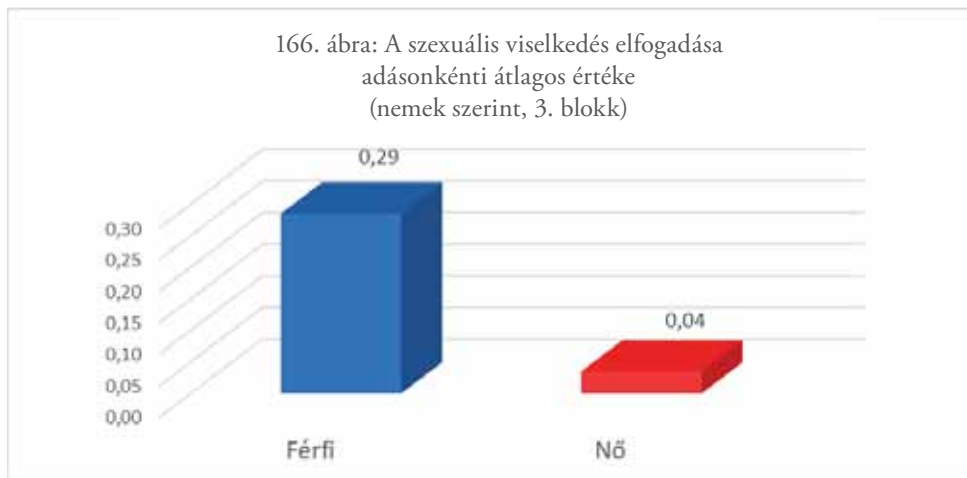
### 9.5.12. Szexuális viselkedés kezdeményezése

A valóságshow-k nézettségére – a konfliktusok mellett – rendszerint a szexuális jellegű tevékenységek is jelentős hatással vannak. A kutatásban külön kategóriába soroltuk a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezőjét és annak elfogadját.

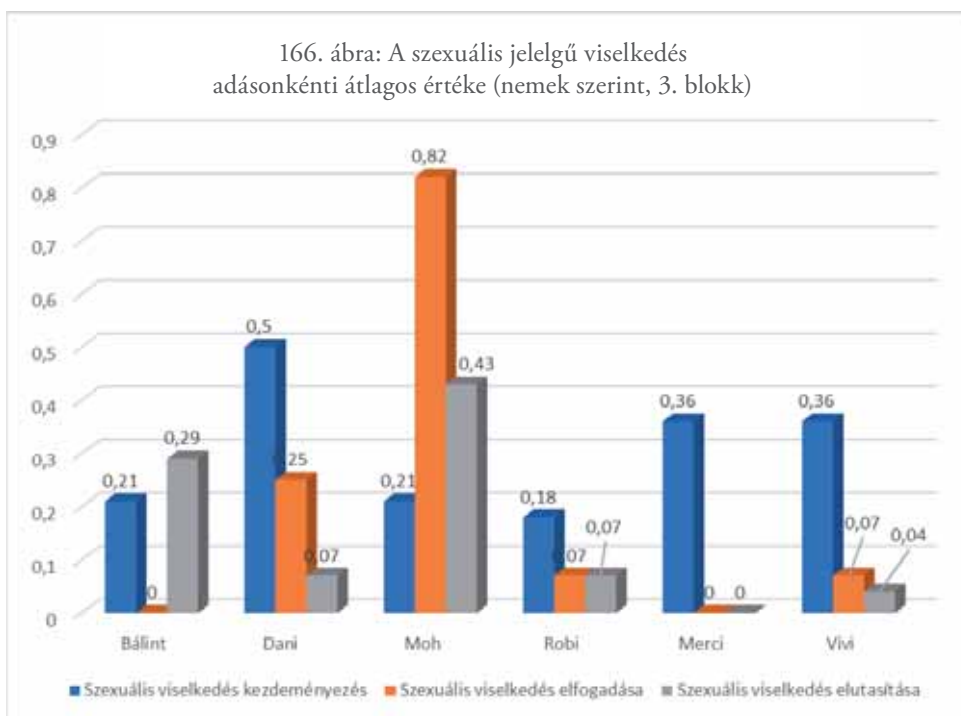
A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása a nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy ellentétben a korábbi eredményekkel, a 3. adásblokkban a nők több alkalommal kezdeményeztek (0,36), mint a férfiak (0,28).



A kezdeményezés elfogadását tekintve – az eddig vizsgált két adásblokkal ellentétben – a harmadik adásblokkban a férfiaknál gyakoribb (0,29), mint a nőknél (0,04).



Ha a szexuális jellegű viselkedések gyakoriságát személyenként vizsgáljuk, akkor a kezdeményezésben Dani (0,5), Merci (0,36) és Vivi (0,36), a kezdeményezés elfogadásában Moh (0,82), Dani (0,25), Robi (0,07) és Vivi (0,07) a sorrend. A férfiak esetén a szexuális jellegű viselkedést illetően az átlagos érték 0,29, nők esetén 0,04, amely összefüggést a Pearson-féle korrelációs együttható is megerősít és negatív korrelációs viszonyt mutat.<sup>185</sup>



A szexuális viselkedés elutasítása Merci kivételével minden szereplőnél megjelent, átlagosan a férfiak esetén jóval magasabb az érték (átlag =0,22), mint a nők esetén (átlag=0,02), amely összefüggést a Pearson-féle korrelációs együttható is megerősíti és negatív korrelációs viszonyt mutat<sup>186</sup>.

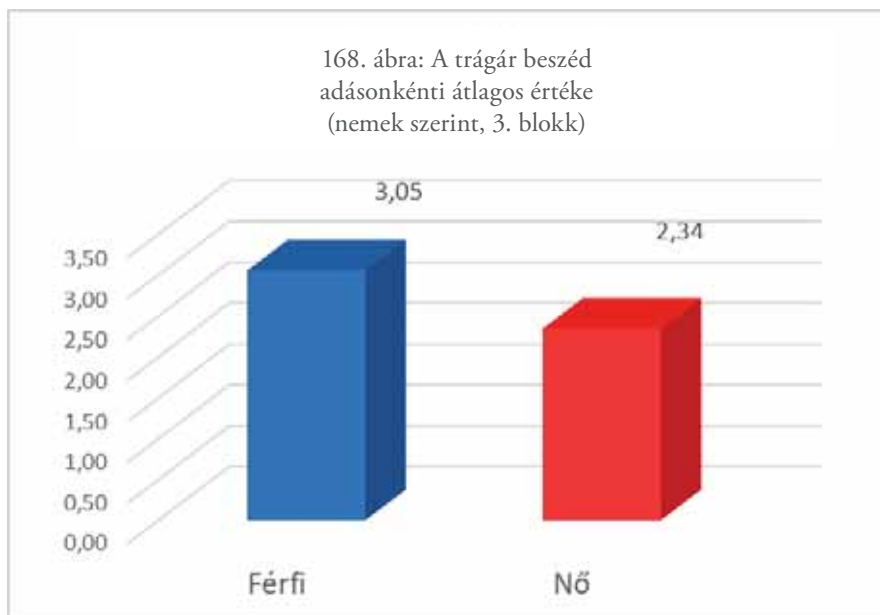
## 9.6. Kommunikáció

A kommunikáció kategórián belül vizsgáltuk a verbális megnyilvánulások tartalmát és módzatát, illetve megfigyeltünk néhány nonverbális elemet is. A gyorsjelentés terjedelmi korlátai miatt csak a verbális kommunikáció eredményei kerülnek bemutatásra. A verbális kommunikáció elemzése során az alábbi kategóriákat figyeltük meg:

- Trágár beszéd;
- Illetlen beszédtemák;
- Kiabálás;
- Verbális bántalmazás.

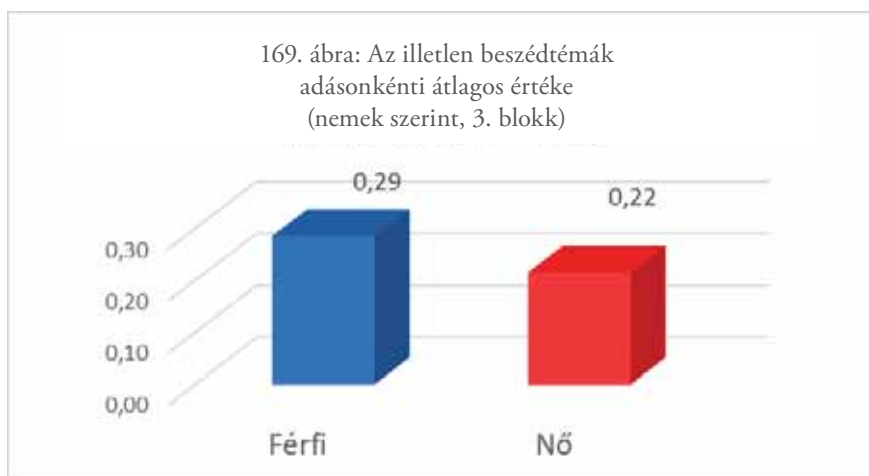
### 9.6.1. Trágár beszéd

A kommunikáció szóbeli megnyilvánulási formáit vizsgálva látható, hogy a trágár beszéd minden szereplőnél megjelenik. Ha a nemek szerinti bontást megvizsgáljuk, akkor a férfiak esetén magasabb átlagos értéket láthatunk (3,05), mint a nőknél (2,34). A vizsgált adásblokkok közül a harmadikban a legmagasabb az adásonkénti előfordulások átlagos értéke mind a férfiaknál, mind a nőknél. A nemek közötti különbséget a Pearson-féle korreláció nem erősíti meg, azaz nincs szignifikáns eltérés az adatsorok között.<sup>187</sup>



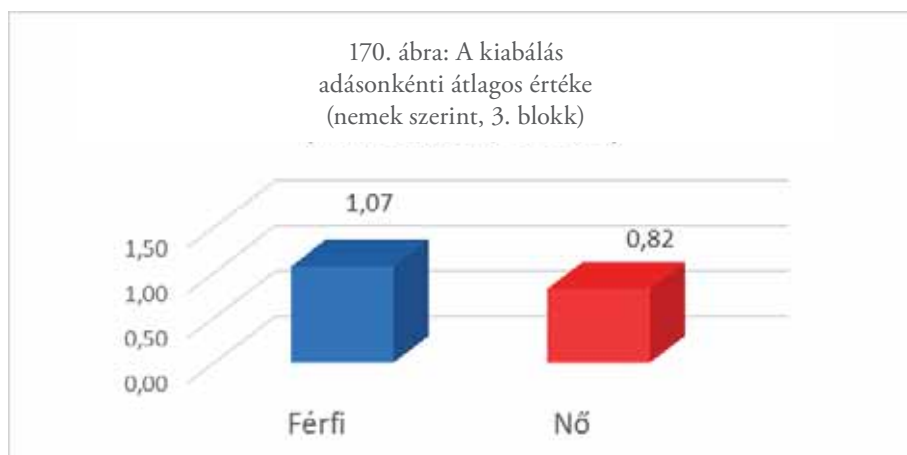
### 9.6.2. Illetlen beszédtemák

Nemek szerinti bontásban vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy a férfiakra jellemzőbb az illetlen beszédtemák említése (0,29), mint a nőkre (0,22).



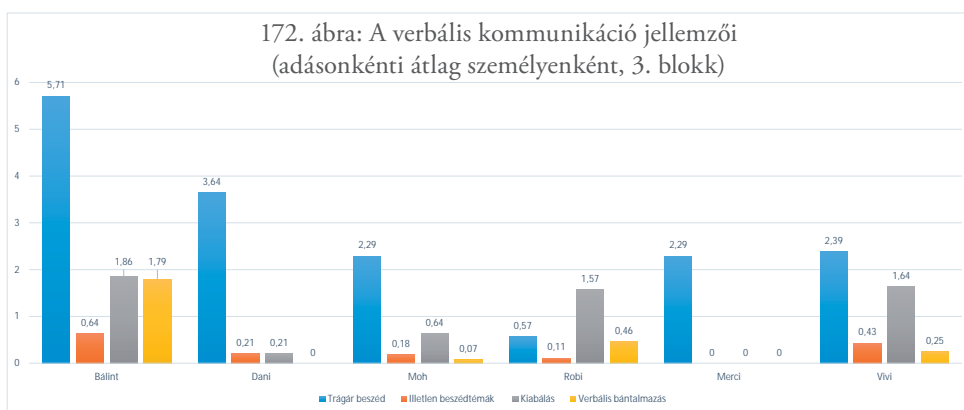
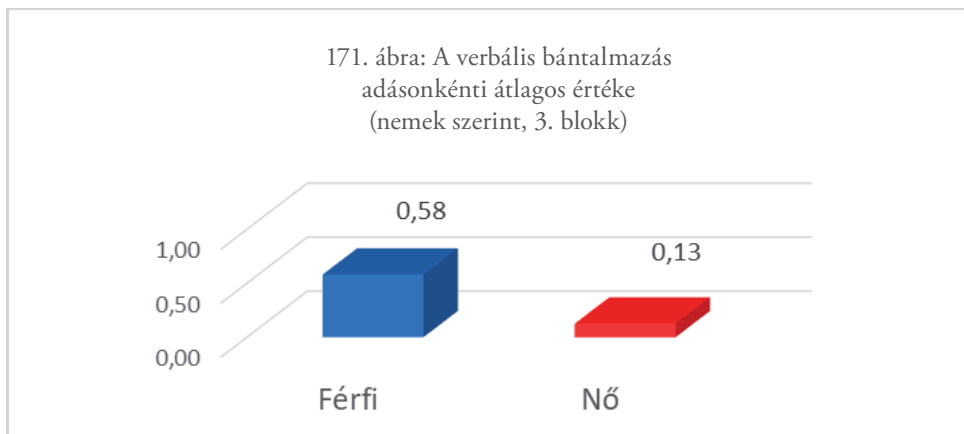
### 9.6.3. Kiabálás

A kiabálás Merci kivételével minden szereplő esetén előfordult a harmadik adásblokkban. Az adásonkénti átlagos értékeket tekintve a kiabálás a férfiakra jobban jellemző (1,07), mint a nőkre (0,82).



### 9.6.4. Verbális bántalmazás

A verbális bántalmazás a férfiakra (0,58) jóval jellemzőbb tevékenység, mint a nőkre (0,13).



Személyenként vizsgálva a verbális kommunikáció jellemzőit, a 'trágár beszéd' tekintetében a három legmagasabb értéket Bálint, Dani és Vivi kapta. A 'trágár beszéd' kategóriánál nincs olyan szereplő, aki 0 értékkel szerepelt volna a vizsgált adásblokk során.

Az illetlen beszédtemákat tekintve a három legmagasabb értéket Bálint, Vivi és Dani, a kiabálást vizsgálva pedig Bálint, Vivi és Robi a dobogós. A verbális bántalmazást vizsgálva Bálint, Robi és Vivi a sorrend. Mercinél sem az illetlen beszédtema, sem a kiabálás, sem a verbális bántalmazás nem figyelhető meg. A verbális kommunikáció témakörében a vizsgált összefüggések nem mutatnak szignifikáns kapcsolatot.



## 9.7. Testbeszéd

A testbeszéd vizsgálata során az alábbi pózokat vizsgálták a kódolók:

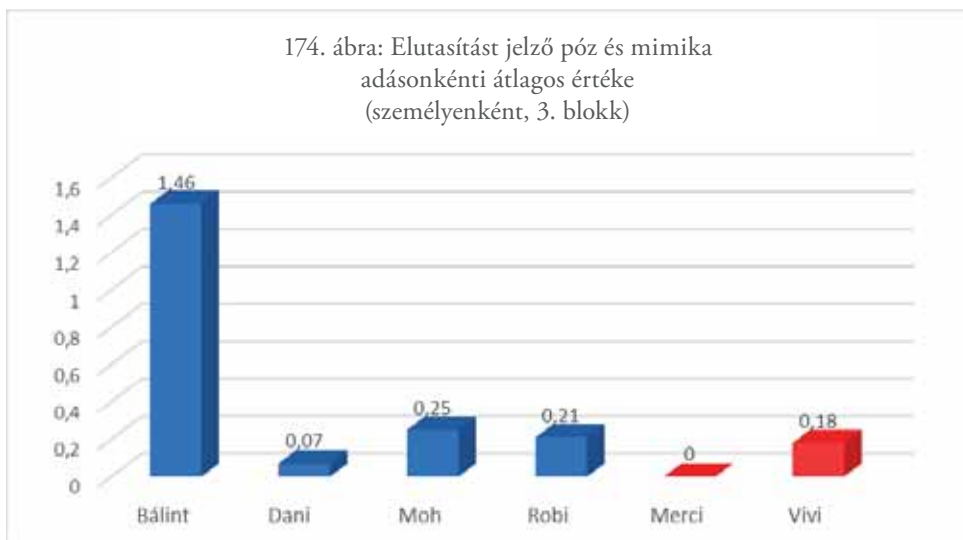
- Elutasítást jelző póz;
- Szorongást jelző póz;
- Nyitottságot jelző póz.

### 9.7.1. Elutasítást jelző póz

Az elutasítást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a férfiakra több mint ötször jellemzőbb, mint a nőkre.

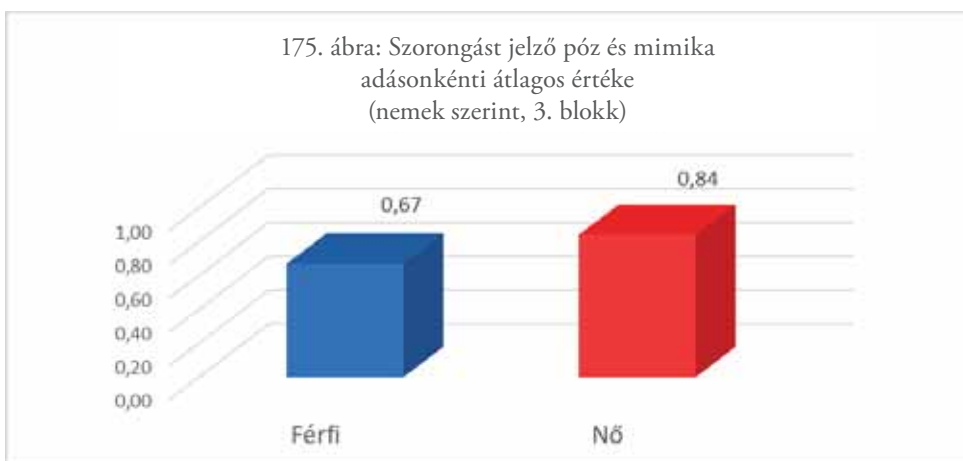


Ha személyenként vizsgáljuk az elutasítást jelző testbeszédet és mimikát, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Bálintra és Mohra a legjellemzőbb ez a viselkedés.

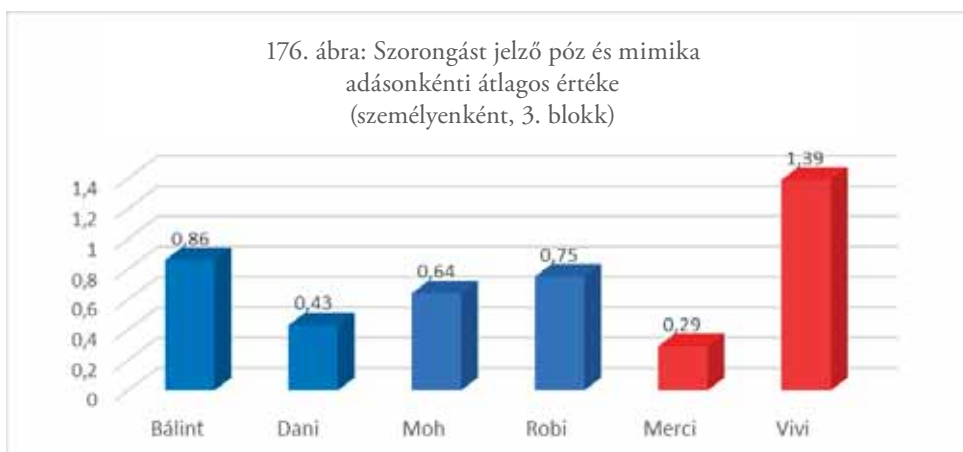


### 9.7.2 Szorongást jelző póz

A szorongást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre jellemzőbb magatartásforma, mint a férfiakra.

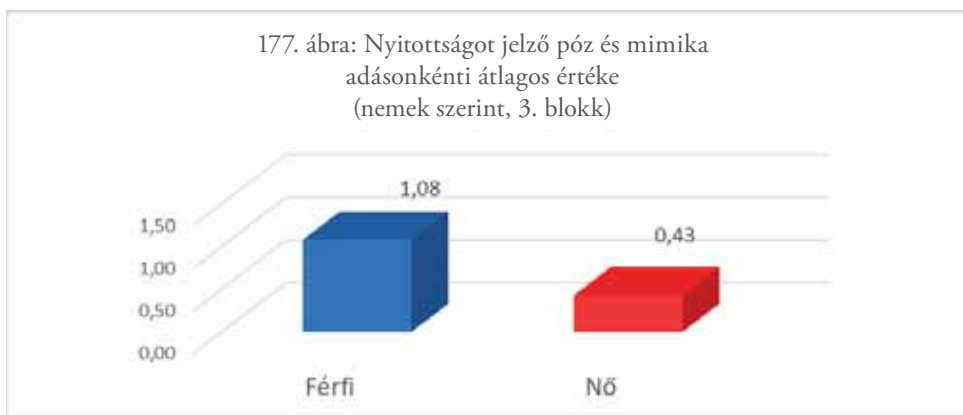


Ha személyenként vizsgáljuk a szorongást jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Vivire és Bálintra a legjellemzőbb.

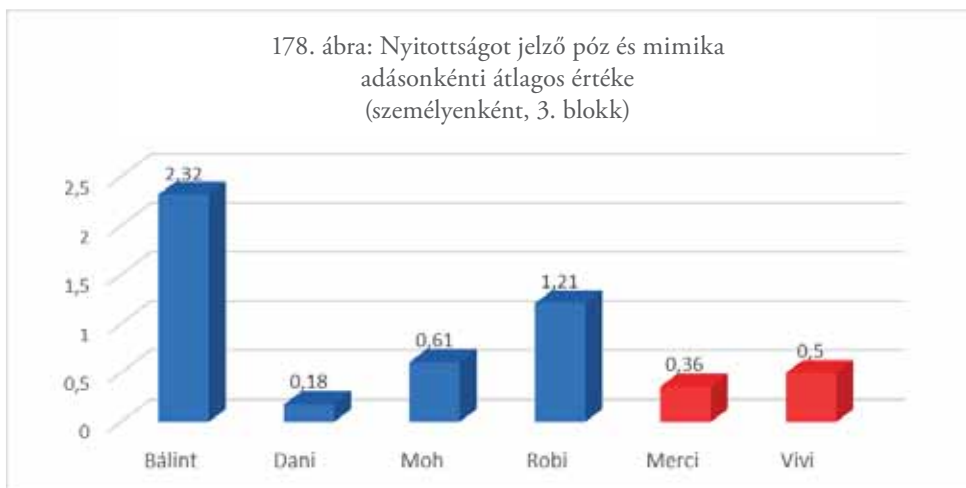


### 9.7.3. Nyitottságot jelző póz

A nyitottságot jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a férfiakra majdnem háromszor jellemzőbb, mint a nőkre.



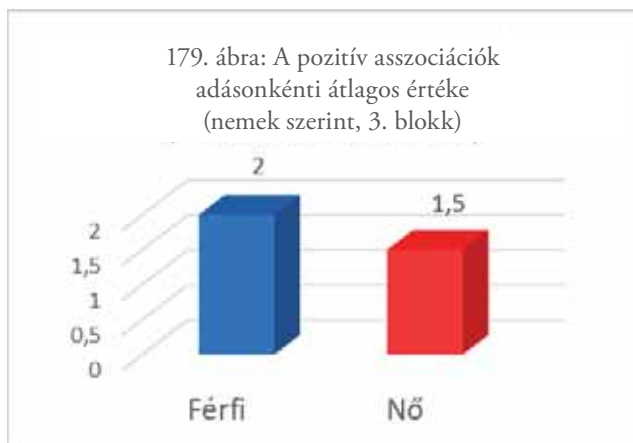
Ha személyenként vizsgáljuk a nyitottságot jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Bálintra és Robira a legjellemzőbb ez a viselkedés.

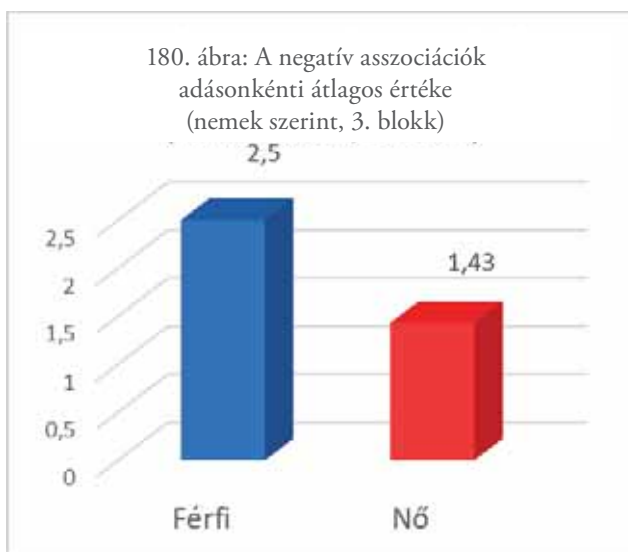


### 9.8. Pozitív és negatív asszociációk

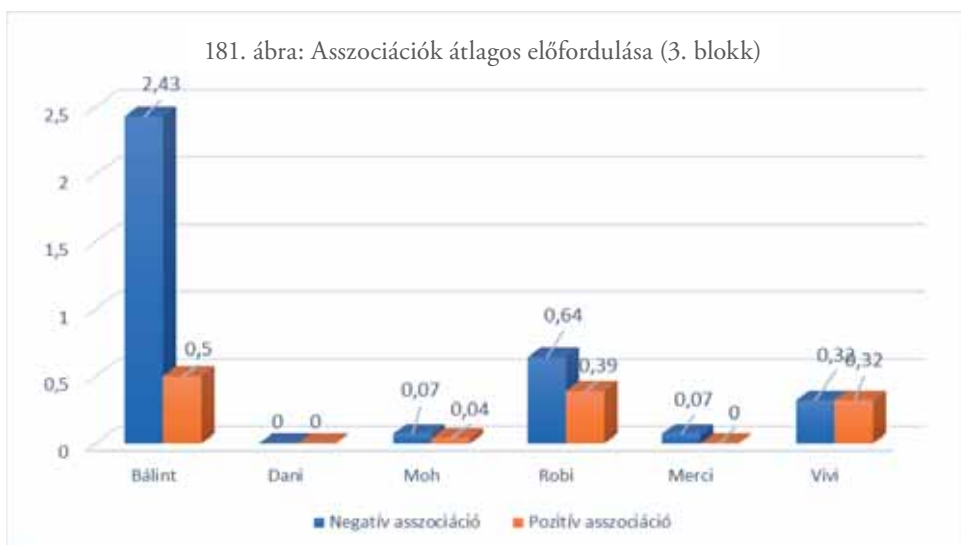
A kommunikációhoz köthető megfigyelések utolsó szempontja a pozitív és negatív asszociációk feltárására irányult, azaz a sugárzott műsorok során megfigyelhető volt-e, hogy a szereplők pozitívan, vagy elutasítóan állnak-e egy-egy feladathoz.

Nemenként vizsgálva a kérdést elmondhatjuk, hogy mind a pozitív, mind a negatív asszociációk a férfiakra volt jellemzőbb.





Személyenként vizsgálva az értékeket elmondhatjuk, hogy mind a pozitív, mind a negatív asszociáció Bálintra volt a legjellemzőbb.



## 10. Összegzés

Az általunk végzett kutatás célja a *ValóVilág* powered by Big Brother és a *BeleValóVilág* 10. szériájában a férfi és női szereplők összesített elemzése, a nemek szerinti eltérések feltérképezése, viselkedés-jegyek függvényében történő elemzés volt. A kutatómódszertani háttér tudományos bemutatásán túl érdemes megemlíteni, hogy annak ellenére, hogy 42 adást megvizsgáltunk, természetesen előfordulhattak olyan, a műsor megítélése szempontjából is jelentős

események, amelyek a mintavételezés metódusának sajátosságai miatt nem kerülhettek bele a vizsgálat látókörébe.

A kutatás négy fő terület köré csoportosult, amelyeken belül változókatagóriákat hoztunk létre. A változórendszer elemzése alapján kijelenthetjük, hogy a legdominánsabb terület a szereplők viselkedéssjegyeinek vizsgálata, valamint a társakkal való viszony vizsgálata, ezt követi a kommunikáció és a munkához való hozzáállás. A nemek szerinti eltérések feltérképezése során számos érdekes tendenciát figyelhettünk meg, amelyek közül érdemes külön megemlíteni néhányat.

### *Háziasság*

A háziasság a tradicionális társadalomszemléletben rendszerint inkább a nőkhöz köthető fogalom. A műsorblokkok vizsgálata során arra jutottunk, hogy a nők felülreprezentáltsága a háziasság tevékenységek végzésében csupán az első adásblokkban jelent meg (férfiak: 2,17; nők: 3,14). A második és a harmadik adásblokkban a férfiak gyakrabban végezték ezt a tevékenységet (második adásblokk: férfiak és nők egyaránt: 1,69; harmadik adásblokk: férfiak: 2,21; nők: 2,00).

### *Konfliktus*

Ahogy a tanulmányban korábban már utaltunk rá, a konfliktus a valóságshow-k egyik legfontosabb eleme, amely fontos szerepet játszik a nézettségben, ezért a szereplőválogatástól kezdve, a feladatokon át, a végső cél eléréséig áthatja a műsort. Ha a férfiak és a nők közötti különbségek tekintetében görcső alá vesszük a vizsgált 3 adásblokk eredményeit, akkor arra az eredményre jutunk, hogy a férfiaknál a konfliktuskerülés már az első blokkban is nagyon alacsony szinten (0,05) jelenik meg, majd ez az érték tovább csökken a második blokkban (0,04) és emelkedik ugyan a harmadikban, de még mindig nagyon alacsony szinten marad (0,08). Ezzel szemben a nőket az első blokkban egy viszonylag magas érték jellemzi (0,12), amely a férfiak értékének több mint hússzorosa. A második blokkra az érték feleződik (0,06), majd a harmadikra a konfliktuskerülés a 0 értéket veszi fel.

A konfliktusok generálását vizsgálva is szembetűnő különbségeket tapasztalunk a két nem között: a férfiaknál a konfliktusok generálása már az első blokkban is viszonylag magas értékről (0,2) indul, majd ez a második (0,3) és a harmadik blokkban is megduplázódik (0,46), míg a nőknél végig hasonló, a férfiakénál alacsonyabb értéket mutat (0,17; 0,14; 0,16).

### *Kritikus megnyilvánulások*

A szereplők kritikus megnyilvánulásai és az ebből fakadó konfliktusok szoros kapcsolatban vannak egymással. A férfiaknál a szemtől szembeni kritikus megnyilvánulások megfigyelési gyakorisága folyamatosan nő a három adásblokkban (első adásblokk: 0,31; második adásblokk: 0,51; harmadik adásblokk: 0,98), és ugyanezt a tendenciát figyelhetjük meg a nőknél is: (első adásblokk: 0,42; második adásblokk: 0,45; harmadik adásblokk: 1,09).

Az indirekt kritikát tekintve a férfiaknál a tevékenység megfigyelési gyakorisága folyamatosan nő a három adásblokkban (első adásblokk: 0,26; második adásblokk: 0,49; harmadik adásblokk: 0,59). A nőknél az értékek alakulása ellentétes, folyamatos csökkenés figyelhető meg, ami valószínűleg kapcsolatban áll a női szereplők létszámának csökkenésével: (első adásblokk: 0,8; második adásblokk: 0,29; harmadik adásblokk: 0,2).

### *Dohányzás*

A KSH adatai<sup>188</sup> alapján Magyarországon 2009 és 2019 között a dohányzó férfiak aránya folyamatosan csökken, míg a nőké folyamatosan nő. 2019-ben a férfiak 27,3%-a, a nők 22%-a dohányzott naponta. A vizsgált adásblokkokban mind a férfiaknál, mind a nőknél folyamatosan nő a dohányzás gyakorisága, azonban ez a növekedés a nőknél meredekebb. (Férfiak – első adásblokk: 0,47; második adásblokk: 0,88; harmadik adásblokk: 0,99; nők – első adásblokk: 0,49; második adásblokk: 0,84; harmadik adásblokk: 1,52). A megfigyelt adásblokkok összesítése alapján a nők többet dohányoztak, mint a férfiak.

### *Alkoholfogyasztás*

A *ValóVilág Powered by BigBrother* és a *BeleValóVilág 10* vizsgált adásblokkjaiban mind a férfiaknál, mind a nőknél – a dohányzáshoz hasonlóan – folyamatosan nő az alkoholfogyasztás gyakorisága, azonban ez a növekedés a férfiaknál meredekebb. (Férfiak – első adásblokk: 0,27; második adásblokk: 0,33; harmadik adásblokk: 0,65; nők – első adásblokk: 0,20; második adásblokk: 0,31; harmadik adásblokk: 0,39). A megfigyelt adásblokkok összesítése alapján a férfiak több alkoholt fogyasztottak, mint a nők.

### *Trágár beszéd*

A trágár beszédet tekintve mind a férfiaknál, mind a nőknél hasonló tendenciát figyelhetünk meg a műsorblokkok során: a férfiaknál és a nőknél is egy viszonylag magas értéket mértünk az első blokkban (férfiak: 2,5; nők: 2,00), amely valamelyest csökkent a második blokk során (férfiak: 2,34; nők: 1,85), majd az első blokk értékét meghaladó mértékben emelkedett (férfiak: 3,05; nők: 2,34). A megfigyelt adásblokkok összesítése alapján a férfiak többször használtak trágár kifejezéseket, mint a nők.

### *Verbális bántalmazás*

A verbális bántalmazást tekintve a férfiaknál és a nőknél közel hasonló tendenciát figyelhetünk meg a műsorblokkok során: mind a férfiaknál, mind a nőknél egy viszonylag alacsony értéket mértünk az első blokkban (férfiak: 0,12; nők: 0,08), amely a nőknél valamelyest nőtt,

a férfiaknál viszont megháromszorozódott a második blokk során (férfiak: 0,37; nők: 0,13). A harmadik blokk során az érték a nők esetén stagnált, a férfiaknál viszont több mint 50%-kal nőtt (férfiak: 0,58; nők: 0,13). A megfigyelt adásblokkok összesítése alapján a férfiak többször bántalmazták játékostársaikat verbálisan, mint a nők.

### *Sírás*

A sírás a tradicionális társadalomszemléletben rendszerint inkább a nőkhöz köthető fogalom. A műsorblokkok vizsgálata során arra jutottunk, hogy a nők felülreprezentáltsága a sírás tekintetében az első adásblokkban jelent meg (első adásblokk – férfiak: 0,00; nők: 0,11; második adásblokk – férfiak: 0,03; nők: 0,27). Meglepő módon a harmadik adásblokkban a férfiak több alkalommal sírtak, mint a nők (harmadik adásblokk – férfiak: 0,22; nők: 0,20). A megfigyelt adásblokkok összesítése alapján a nők többet sírtak, mint a férfiak.

### *Nevetés*

A nevetést tekintve a férfiaknál és a nőknél közel hasonló tendenciát figyelhetünk meg a vizsgált műsorblokkok során: mind a férfiaknál, mind a nőknél egy kifejezetten magas értéket mértünk az első blokkban (férfiak: 2,88; nők: 2,68), amely mind a férfiaknál, mind a nőknél tovább nőtt a második blokkban (férfiak: 3,44; nők: 3,05). A harmadik blokk során az értékek ismét nőttek mindkét nem esetében, de a nőknél ez a növekedés sokkal nagyobb mértékű volt (férfiak: 4,57; nők: 6,82). A megfigyelt adásblokkok összesítése alapján a nők többször nevettek, mint a férfiak.

A kutatás egészét tekintve meghatározhatók azok a tevékenységek, illetve tulajdonságok, amelyek nagymértékben, illetve azok is, amelyek egyáltalán nem voltak jellemzők a műsor szereplőire a megfigyelt intervallumok során. Ez utóbbira jó példa az agresszió és az intellektuális tevékenység, amelyet nem sikerült említést érdemlő számban rögzíteni a kódolók által. A kutatás során találtunk olyan tevékenységeket is, amelyeket csak az egyik nem esetében és csak bizonyos adásblokkban nem sikerült megfigyelni (például a sírás és az edzés a férfiaknál).

A megfigyelt intervallumok során bizonyos tevékenységek megfigyelésének gyakorisága kiemelkedik a többi közül. Meg kell említeni például a trágár beszédet, amely mind a férfiaknál, mind a nőknél a legjellemzőbb tevékenységek közé tartozik mindhárom megfigyelt adásblokkban. A legmagasabb átlagos értéket a férfiak produkálták a harmadik blokkban, az átlag 3,05-ös érték azt jelenti, hogy az adott héten 42 esetben rögzítettek a kódolók trágár megnyilvánulást, de az első blokkban is volt olyan női szereplő, aki egyetlen adáson belül megközelítette ezt az értéket.

Szerencsére nem a trágár beszéd volt az a tevékenység, amely a legjellemzőbb volt mindkét nem képviselőire. A megfigyelt három adásblokk során mindkét nemnél a harmadik adásblokkban a nevetés volt a kódolók által legnagyobb számban rögzített viselkedés.

Noha a kutatásnak nem része a szereplők egyéni teljesítményének vizsgálata, talán érdekes néhány gondolatot megemlíteni a VV10 győzteséről a kutatás kategóriáinak tükrében. Minden játékos a főnyeremény megszerzésének a reményében vesz részt a játékban, és vannak olyan szereplők, akiknél a kezdetektől fogva azonosíthatók tudatos stratégiai elemek, ame-



lyek optimális esetben elvezethetnek a végső cél eléréséig. Természetesen a legkiválóbb stratégia sem garancia a győzelemre, hiszen a növekvő stressz, a műsor szerkesztői által kitalált feladatok és a napi összefoglalókba bekerülő mozzanatok manipulálása, a villalakók között kialakuló csoportok hierarchiája és a nézők szimpátiája mind-mind olyan tényezők, amelyek jelentősen befolyásolják a műsor kimenetelét.

A játékosok sikerét támogató (a kisesés esélyét csökkentő) viselkedési stratégia lehet – főként a játék elején – például a konfliktusok kerülése. Ha megvizsgáljuk, hogy a 10. széria győztese élt-e ezzel, akkor az alábbi eredményt kapjuk: az első blokkban a konfliktusok kerülése Vivire volt a legjellemzőbb, ahogyan a felelősség elhárítása is, ráadásul ez utóbbi ötször magasabb érték a második legmagasabb értéknél. A széria győztesénél a kódolók – a fentiekén kívül is – több olyan kategóriában is a legmagasabb előfordulást rögzítették, amely támogathatta őt a nézők szimpátiájának elnyerésében, például testedzés, szépségápolás, sírás.

Természetesen nem állíthatjuk biztosan, hogy ez a viselkedés tudatos, előre megtervezett volt, erre utal a második blokk is, ahol a szereplő a dohányzás, az illetlen beszéd témák és a nevetés kategóriákban érte el a legmagasabb eredményt. A második blokkban a legjellemzőbb értékek mellett érdemes azt is megvizsgálunk, hogy melyek voltak azok a kategóriák, ahol a szereplőről a legkevesebb előfordulást jegyezték fel a kódolók és amelyek talán hozzájárulhattak a szereplő pozitív megítéléséhez: ilyen volt az indirekt kritizálás, a felelősségvállalás és a negatív asszociációk.

A harmadik adásblokkban egyetlen olyan kategória van, amely feltehetően hozzájárulhatott a győzelemhez: a kódolók Vivinél figyelték meg a legkevesebb gyűlölködő, haragos megnyilvánulást (pontosabban fogalmazva: egyetlen esetet sem rögzítettek). Azonban az említett adásblokkban számos olyan kategória van, amely valószínűleg nem támogatta a játékos győzelmét: például „ölelés, kedvesség azonos neművel” (legalacsonyabb érték), a kívülről kapott feladatok elvégzéséhez köthető megnyilvánulások (legalacsonyabb érték). A játékos győzelme tehát bizonyos szempontból meglepetés, különösen akkor, ha figyelembe vesszük, hogy a harmadik blokkban a dominancia kategóriában is a legalacsonyabb értéket, a szorongást jelző kategóriában viszont a legmagasabb értéket érte el. Arról sem szabad elfelejtkezni, hogy Vivi volt az egyetlen szereplő, aki fel akarta adni a játékot, és csak a kötelező, 24 órás gondolkodási idő után változtatta meg a véleményét.

A kutatás során számos kategóriát figyeltünk meg három adásblokkon keresztül. A viszonylag nagyszámú változórendszer sok esetben elegendő volt a férfi és női szereplők nemek szerinti eltéréseinek a feltérképezésére és a megfigyelési szempontokhoz köthető számos következtetés levonására. Azonban meg kell említenünk, hogy – bár ez nem is tartozott a kutatás céljai közé – a várható győztes személyére vonatkozóan a változórendszer néhány eleme adhat ugyan támpontot, de a győzelmet ezen túlmutató nagyszámú és komplex hatás befolyásolja.

## Felhasznált szakirodalom

BAKACSI (1996) = BAKACSI Gyula: *Szervezeti magatartás és vezetés*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1996.

BALÁZS (2013) = BALÁZS László: *A kommunikációs gyakorlatok vezetésének módszerei. Módszerek, eszközök, feladatok*. Eger, Gramma Kiadó 2013.

BARUH (2007) = BARUH, Lemi: *The Guilty Pleasure of Watching Like Big Brother: Privacy Attitudes, Voyeurism and Reality Programs* (2007). *Dissertations available from ProQuest*. <https://repository.upenn.edu/dissertations/AAI3260878>

CsÁSZI (2008) = CsÁSZI Lajos: A televíziós talk show története és műfaji sajátosságai. *Média-kutató*, 2008/tavaszi.

CsÁSZI (2009) = CsÁSZI Lajos: A valóságtelevíziózás szerepe a késő modernitásban. *Média-kutató*, 2009/nyár.

CSEPELI (2003) = CSEPELI György: Az én mediatizálása. *Kritika*, 2003/2. 12–13.

EAVES–SAVOIE (2005) = EAVES, M. H. – SAVOIE, M.: Big Brother: Merging Reality and Fiction: An Application of the Narrative Paradigm. *Texas Speech Communication Journal*, 2005/2. 91–97.

FOX (2018) = FOX, Ragan: *Inside Reality TV: Producing Race, Gender, and Sexuality on „Big Brother”*. London, Routledge, 2018. 140.

FRAU-MEIGS (2006) = FRAU-MEIGS, Divina: Big Brother and Reality TV in Europe: Towards a Theory of Situated Acculturation by the Media. *European Journal of Communication*, 2006/1. 33–56. <https://doi.org/10.1177/0267323106060988>

HILL (2002) = HILL, Annette: Big Brother: The Real Audience. *Television & New Media*, 2002/3. 323–340.

HERZOG Csilla – RACSKO Réka: A médiaműveltség metamorfózisa a hálózatok korában: helyzetelemzés a köznevelés szemszögéből. *Létünk* (Újvidék), 2020/5. 89–106.

*Hogy építik fel a Való Világot?* TÖLGYESSY D. Péter médiaelemző válaszol. [www.nyugat.hu/cikk/valo\\_vilag\\_4\\_tolgyessy\\_peter\\_elemzo\\_valaszol](http://www.nyugat.hu/cikk/valo_vilag_4_tolgyessy_peter_elemzo_valaszol)

JENEI (2002) = JENEI Ágnes: Több, mint kukkolás. (Interjú Buda Bélával.) *Médiakutató*, 2002/tél.

KAPITÁNY–KAPITÁNY (2006) = KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: A valóságshow szimbolikus üzenetei. Néhány szempont egy újabb média-jelenség elemzéséhez. In: Uő. *A tömegkommunikáció szimbolikus üzenetei*. Budapest, Dialóg Campus – Sajtóház Kiadó, 2006.

KEGYESNÉ SZEKERES (2000) = KEGYESNÉ SZEKERES Erika: A társadalmi nem és nyelvhasználat: a magyar nyelvre vonatkozó kutatások rövid története. In: KEGYESNÉ SZEKERES Erika – FENYŐNÉ SIMIGNÉ Fenyő Sarolta: *Sokszínű nyelvészet II. Alkalmazott nyelvészeti gender-kutatások*. Miskolc, Passzer, 2000. 61–80.

KENSBOCK–STÖCKMANN (2021) = KENSBOCK, Julia M. – STÖCKMANN, Christoph: 'Big Brother is Watching You': Surveillance via Technology Undermines Employees' Learning and Voice Behavior During Digital Transformation. *Journal of Business Economics*, 2021/4. 565–594. [www.springerprofessional.de/journal-of-business-economics-4-2021/19208682](http://www.springerprofessional.de/journal-of-business-economics-4-2021/19208682)

KOLOSI (2005) = KOLOSI Péter: *A kereskedelmi televíziózás Magyarországon*. Budapest, Színház- és Filmművészeti Egyetem, 2005.

KÓSA (2015) = KÓSA Éva: A médiaszocializáció kezdetei. In: KÓSA Éva – BERTA Judit: *Médiaszocializáció*. Budapest, Wolters Kluwer, 2015. 11–51.

LENGYELNÉ (2011) = LENGYELNÉ MOLNÁR Tünde: A pedagógiai mérés és értékelés feladataira való felkészítés az árnyalt tanulói értékelés módszertanának tükrében. In: ESTEFÁNNÉ VARGA Magdolna (szerk.): *Megújuló tananyagtartalmak, módszerek a kompetencialapú tanárképzésben*. Eger, Eszterházy Károly Főiskola, 2011. 83–105.

LENGYELNÉ (2014) = LENGYELNÉ MOLNÁR Tünde: Kulcsszó-meghatározási technikák. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 2014/61. 378—385.

MCQUAIL (2003) = MCQUAIL, Denis: *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, Osiris Kiadó, 2003.

MÉREI (1989) = MÉREI Ferenc: *Társ és csoport*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 1989.

NMHH (2016) = NMHH – Műsorfigyelő és -elemző Főosztály: *A nők megjelenése a médiában. A női szerepek megjelenítésének módjai a magyar rádiók és televíziók programjában*. Budapest, NMHH, 2016.

PÁL–SZABÓ (é. n.) = PÁL Dominika – SZABÓ Kitti: *Valóságshow(k), avagy, a valóságshow-k a magyar médiában* [Kézirat. Konzulens: Dr. Korpics Márta egyetemi adjunktus, é. n.]

PALMER (2002) = PALMER, Gareth: Big Brother: an Experiment in Governance. *Television & New Media*, 2002/3. 295–310.

PÁPAI (2007) = PÁPAI Júlia: Áll az alku, avagy a televíziós műfajhatárok összemosódásáról. *Média-kutató*, 2007/tél. [https://mediakutato.hu/cikk/2007\\_04\\_tel/04\\_mufajhatarok\\_osszemosodasa](https://mediakutato.hu/cikk/2007_04_tel/04_mufajhatarok_osszemosodasa)

PATAKI (1998) = PATAKI Ferenc: *A tömegek évszázada. Bevezetés a tömeglélektanba*. Budapest, Osiris Kiadó, 1998.

POVEDÁK (2011a) = POVEDÁK István: Zavaros határok: a hősöktől a sztárokig. In: BARNA Gábor (szerk.): *Vallások, határok, kölcsönhatások. Religions, borders, interferences*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2011. 45–56.

POVEDÁK (2011b) = POVEDÁK István: *Álhősök, hamis istenek?* Szeged, Gerhardus, 2011.

RACSKO (2017) = RACSKO Réka: *Digitális átállás az oktatásban*. Budapest, Iskolakultúra – Gondolat, 2017.

RUDDOK (2015) = RUDDOK, Andy: *Ifjúság és média*. Budapest, Wolters Kluwer, 2015.

SÁNTHA (2009) = SÁNTHA Kálmán: *Bevezetés a kvalitatív pedagógiai kutatás módszertanába*. Budapest, Eötvös József Kiadó, 2009.

SILVERSTONE (2008) = SILVERSTONE, Roger: *Miért van szükség a média tanulmányozására?* Budapest, Akadémia Kiadó, 2008.

SZEKERESNÉ (2007) = SZEKERESNÉ KEGYES Erika: A nőiség reprezentációi a sajtóban. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*, 2007/1. 59–69.

TARI (2006) = TARI Annamária: Új ikonok születnek? A valóságshow-k hatása a gyermekekre... In: GABOS Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra III.* Dobogókő, Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, 2006.

VAJDA (2002) = VAJDA Judit: Ketrebe zárt valóságok. *Filmvilág*, 2002/november. [https://filmvilag.hu/xista\\_frame.php?cikk\\_id=2739](https://filmvilag.hu/xista_frame.php?cikk_id=2739)

VÉGH [et al.] (2020) = VÉGH László – KIRÁLY Tamás – PAP Júlia: *Játékelmélet jegyzet* [Kézirat] [http://tkiraly.web.elte.hu/students/jatekelmelet\\_jegyzet.pdf](http://tkiraly.web.elte.hu/students/jatekelmelet_jegyzet.pdf)

ZILKA (2021) = ZILKA, Gila C. – DOLEV, Tohar – BEN-DAVID, Tal – ZILCHA-MANO, Sigal: From Risk to Advantage: The Role of Active Mediation in the Viewing of Big Brother by Children and Pre-adolescents. *Psychol Stud*, 2021/1. 73–84. <https://doi.org/10.1007/s12646-021-00596-w>

ZSOLT (2002) = ZSOLT Péter: A »Big Brother« szociálpszichológiája. *Médiakutató*, 2002/tél.  
ZSOLT (2013) = ZSOLT Péter: *Hírnév! Jólét! VV! Képernyő és valóságshow-kutatás*. Budapest, NMHH, 2013.





## A sorozatban eddig megjelent kötetek

1. Apró István (szerk.): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2010/2011* (2012)
2. Dobos Ferenc: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 1999–2011* (2012)
3. Csink Lóránt – Mayer Annamária: *Variációk a szabályozásra. Önszabályozás, társszabályozás és szabályozó hatóság a médiajogban* (2012)
4. Sarkady Ildikó – Grad-Gyenge Anikó: *A média-értéklánc szerzői jogi vonatkozásai* (2012)
5. Koltay András (szerk.): *A médiaszabályozás két éve (2011–2012)* (2013)
6. Paál Vince (szerk.): *Magyar sajtószabadság és -szabályozás 1914–1989* (2013)
7. Horváth Attila: *A magyar sajtó története a szovjet típusú diktatúra idején* (2013)
8. Koltay András – Nyakas Levente (szerk.): *Összehasonlító médiajogi tanulmányok. A „közös európai minimum” azonosítása felé* (2014)
9. Dobos Ferenc – Megyeri Klára: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 2.* (2014)
10. Grad-Gyenge Anikó – Sarkady Ildikó: *Közös jogkezelés az audiovizuális médiában* (2014)
11. Apró István (szerk.): *Média és identitás* (2014)
12. Pruzsinszky Sándor: *Halhatatlan cenzúra* (2014)
13. Kóczian Sándor: *Gyermekvédelem a médiajogban* (2014)
14. Apró István – Paál Vince (szerk.): *A határon túli magyar sajtó Trianontól a XX. század végéig* (2014)
15. Kiss Zoltán – Szivi Gabriella: *A közszolgálati médiaszolgáltatás és a szellemi tulajdonjogok kapcsolódási pontjai és szabályozási környezete* (2015)
16. Dobos Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2001–2014* (2015)
17. Grad-Gyenge Anikó: *Az audiovizuális archívumok szabályozási kerete – különös tekintettel a médiajogi és szerzői jogi rendelkezésekre* (2015)
18. Dobos Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2001–2014/2* (2015)
19. Apró István (szerk.): *Média és identitás 2.* (2016)
20. Mezei Péter : *Jogkimerülés a szerzői jogban* (2016)
21. Koltay András – Andrej Školkay (szerk.): *Comparative Research on the Approaches of Administrative Judiciaries to Sanctions Issued by Media Regulators in V–4 I.* (2016)
22. Koltay András – Andrej Školkay (szerk.): *Comparative Research on the Approaches of Administrative Judiciaries to Sanctions Issued by Media Regulators in V–4 II.* (2016)
23. Makkai Béla: *Határon túli magyar sajtó – Trianon előtt* (2016)
24. Grad-Gyenge Anikó: *Film és szerzői jog – A megfilmesítési szerződés* (2016)
25. Kőhidi Ákos: *Fájlcseré és felelősség* (2016)
26. Hajdú Dóra: *A törvény által előírt közös jogkezelés a magyar és a francia szerzői jogban* (2016)
27. Tóth J. Zoltán: *A büntetőjogi rágalalmazás és becsületsértés* (2017)
28. Kelemen Roland: *Az első világháború sajtójogi forrásai – Sajtójog a kivételes hatalom árnyékában* (2017)
29. Apró István (szerk.): *Határon túli magyar médiumok 2016* (2017)
30. Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia- és cyberjog néhány aktuális kérdéséről* (2018)

31. Kiss Zoltán Károly: *A kulturális tevékenységekre, valamint a médiaszolgáltatásra vonatkozó közteherviselési és jogdíjfizetési szabályok* (2018)
32. Merkovity Norbert: *A figyelemalapú politika a közösségi média korában* (2018)
33. Csapody Miklós: *Az „irányított nyilvánosság” és a „szerkezet megváltoztatása” Magyarországon* (2018)
  34. Apró István (szerk.): *Média és identitás 3.* (2019)
  35. Mák Ferenc: *Sajtó a Birodalom határán. Hírlapok és a nemzeti újjászületés a kiegyezés utáni Délvidéken* (2019)
36. Paál Vince: *Tanulmányok a magyar sajtószabadság történetéhez 1867–1944* (2019)
  37. Kiss Zoltán Károly – Kiss Dóra Bernadett: *A vizuális művészetek és a jog – 1. A képzőművészet szabályozása* (2019)
38. Gálik Mihály – Csordás Tamás (szerk.): *A média gazdaságtanának kézikönyve* (2020)
  39. Klestenitz Tibor: *Fejezetek az egyházi sajtó történetéből* (2020)
  40. Klestenitz Tibor – Paál Vince (szerk.): *Médiatörténeti tanulmányok 2020* (2020)
  41. Apró István (szerk.): *Média és identitás 4.* (2021)
42. Kiss Zoltán Károly: *A vizuális művészetek és a jog 2. Az építészet, a fotóművészet és az alkalmazott művészetek jogi szabályozása* (2021)
  43. Apró István (szerk.): *Magyar médiaműhelyek a Kárpát-medencében* (2021)
  44. Grad-Gyenge Anikó: *Egy modern szerzői jog* (2022) (Online kiadvány!)





Médiatudományi Intézet, Budapest  
A kiadásért felel Nyakas Levente  
Tördelő: Varga Ákos  
Megjelent 20 (B/5) ív terjedelemben, 400 példányban  
Médiatudományi Könyvtár: ISSN 2063-5222  
Médiatudományi Könyvtár 45.: ISBN 978-615-5302-41-1