

Televíziós vetélkedők és szerepük a szellemi rekreációban

Television Quiz Shows and their role in the mental-cultural recreation

Összefoglalás:



Habár a televíziót általában a passzív szórakozás témakörébe soroljuk, a vetélkedők kapcsán érdemes megemlíteni az aktív kikapcsolódás jelentős szerepét is. Vonatkozik ez a játékosok aktív szellemi munkájára is, valamint a nézőközönség aktivizálására, akik saját maguk is próbálják kitalálni a megfejtéseket; újabban pedig, különböző applikációk segítségével interaktív módon játszhatnak és nyerhetnek is. Jelen tanulmány egy áttekintést próbál adni a vetélkedők rövid történetéről, fajtáiról, illetve jelentőségéről a résztvevők szemszögéből. **KULCSSZAVAK:** vetélkedők, játék, intelligencia, interaktivitás, érzelmek

Abstract:



Although watching television is defined as passive entertainment, by the examples of quiz and game shows also the active pastime function can be defined. This refers to the contestants' active head-work, and also to activation of audience, which members themselves also try to find solutions; even send their tips and win by interactive applications online. This study tries to give a short overview about history & types of these shows, their importance among players. **KEYWORDS:** quizzes, game, intelligence, interactivity, emotions

Bevezetés

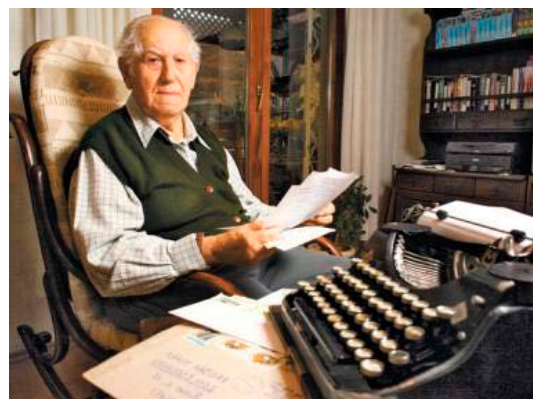
1963-ban az első időmérleg-vizsgálatkor a 18–60 éves férfiak és nők 24 percet, szabadidejük 13 / 15%-át töltötték tévénésszel, majd ugrásszerűen megnöttek az időtartamok:

1993-ban már 159 perc (56%), és 139 perc (57%) (Falussy–Vukovics, 1996), s tovább emelkedtek napjainkig. Legfrissebb felmérés szerint a magyarok átlag napi 4 óra 16 percet tévéznek (Nielsen, 2016b).

A tv-műfajok közé sorolja Horvát (2000) az információs, film-, kulturális és oktató-, gyermek-, sport- és szórakoztató műsorok csoportját. Mellette Kolosi (2006) is szórakoztató / show-műsoroként említi a vetélkedőket, mint nem fiktív műfajt.

A tv-vetélkedők a kulturális-oktató műfaj részét is képezhetik, mivel fontos szerepük van a szórakoztató ismeretterjesztésben. Ilyen volt a 12 szék, vagy az Elmebajnokság.

Ám az oktató műsorok szerepe az utóbbi időben csökkent, s inkább tematikus csatornákon van szórakoztató tudományos ismeretterjesztés (Horvát, 2000).



1 Padiák Mihály, „Miska bácsi”, a rádiós vetélkedők úttörője (1930–2014) Mihály Padiák, Hungarian pioneer of radio quiz shows
Forrása: Onagy, Z. (2011): Miska bácsi.
From: <http://www.irodalmijelen.hu/05242013-1017/miska-bacsi>

Szerzők:



BUKTA ZSUZSANNA PhD
Munkahelye: ELTE Egészségfejlesztési és Sporttudományi Intézet
Beosztás: egyetemi adjunktus
Levelezési cím: 1117 Budapest, Bogdánfy u. 10/B.
E-mail: bukta.zsuzsanna@ppk.elte.hu
Kutatási területei: sportegyesületek, egyéb nonprofit szervezetek, önkormányzati sportfinanszírozás
Fotó: Hámosi Zsófia



MAGYAR MÁRTON rovatvezető
Munkahelye: ELTE Egészségfejlesztési és Sporttudományi Intézet
Beosztás: egyetemi tanársegéd
Levelezési cím: 1117 Budapest, Bogdánfy u. 10/B.
Telefon: +36-1/209-0619
E-mail: magyar.marton@ppk.elte.hu
Érdeklődési kör: animáció, turizmus, zene, tánc, úszás
Fotó: Hámosi Zsófia

Ezek a műsorok angolul: game / quiz show. Magyarítása „vetélkedőre” Padiák Mihály (1930–2014), a „legendás Miska bácsi” nevéhez fűződik, aki 1952–2001 között a Magyar Rádió szerkesztő-riportere, játékmestere, műsorvezetője, dramaturgja volt. Ő rendezte az első rádióvetélkedőt (1957. április 4., 106 perc), melyben szerepelt Törőcsik Mari, akkori főiskolai hallgató is (Padiák, 1970). 1

Az első magyar tv-vetélkedőt Darvas Szilárd vezette 1958-ban (Vajh, ki ő?). További úttörők egyike Egri János: ő 1972-től vezette a Játék a betűkkel, majd 1981-től a Fele sem igaz c. kvíz. Ez a műsor később Vágó István műsorvezetésével vált ismertté, társasjátékban és könyvben is megjelent; mutatja a műfaj – utóbbi időben népszerű – „celebes” változatát is: a válaszlehetőségeket ismert színészek, művészek, tv-személyiségek adták elő. Későbbi, sokak által ismert műsorok egyike az 1976-tól Vágó vezette barkochbajáték, a Van benne valami (Kaposy, 1998), majd 1979-től a Kapcsoltam, melynek első műsorvezetője Vitray Tamás, 1 évvel később Rózsa György volt (Fröhlich – Rózsa, 1987). 2



2 Rózsa György, a Kapcsoltam c. műsor népszerű műsorvezetője György Rózsa, beloved moderator of Hungarian quiz show „Kapcsoltam” NAVA / Nemzeti Audiovizuális Archívum (2007): Kultúrház – Kultúrház Erdős Gáborral. From: <http://nava.hu/id/407934/>

Módszerek

A szakirodalmi feldolgozás mellett a vetélkedők sajátos hatásainak bemutatására is kísérletet teszünk, az ilyen jellegű műsorokban való részvétel alapján is.

Eredmények

A telefonos vetélkedők (Call TV/Participation TV) mint kezdeti műfajok feladványtípusai a nyelvi, képi, logikai és matematikai rejtvények (Koltai, 2010). A műsorok népszerűségét jelzi, fokozta, hogy ismert paródiák is készültek belőlük, a műsorvezetők tv-sztárokká váltak. Később, 1993-ban jött a Szerencsekerék és a Játék határok nélkül (1965-ben indult sorozat). Szintén sokak emlékezetében élhet a Mindent vagy semmit 1997-től és a Legyen Ön is milliomos 2000-től, melyeket már külföldről vásároltak a hazai csatornák – máig jellemző ez a gyakorlat (Pápai, 2007).

A tv-vetélkedők két csoportra bonthatók. Game show-ban a játékos/ok vagy csapatok ügyességi feladatokat, kvíz show-ban kvíz-kérdéseket oldanak meg (Kolosi, 2006). A Nielsen (2016a, 2015, 2014) felmérései szerint a 2016 évi 47. héten a legnézettebb műsor hazánkban game show kategóriában a Gyertek át! (579 976), kvíz show-k között a Bumm! (549 839); 1 évvel előtte a Gyertek át! (774 666) és a Maradj talpon! (541 793); míg 2014-ben a Bumm! (682 741). Ezekben nagy a szerepe az interaktivitásnak, amely utalhat a nézők sms-en vagy telefonhíváson keresztül bekapcsolódása (közönségsvavazás, vagy egy kérdésre sms-ben válaszadás) mellett a részvételre is: nézőként és játékosként.

Fenti tulajdonságok alapján a tv-vetélkedők a szellemi rekreáció aktív és passzív rendszerében (Fritz, 2015) a Társasági, egyéni tevékenységeken belüli Játékok alcsoportba tartoznak, másrészt mivel a játékosok és a nézők is bővíthetik ismereteiket, logikai rendszerismerletet kaphatnak, a Kulturális-Szellemi tevékenységek közé is besorolhatók, hiszen kellő olvasottságot is feltételeznek. Az interaktivitás hozzáadott érték a nézői vizuális élményhez, bevonva a közönséget (Sperring – Strandvall, 2008).

Kezdetben inkább elismert, magas társadalmi presztízzsel bíró, művelt emberek vettek részt. Az Elmebajnokság minimális show-elemekkel, kizárólag lexikális tudásra fókuszálva hasonló szerepet töltött be, mint a legendás Öveges professzor ismeretterjesztő műsorai. A kereskedelmi tv megjelenésével viszont már nem az „elitista” népművelés és oktatás fontos, hanem a minél több ember elérése, bevonása a történetekbe (Pápai, 2007). Tendencia, hogy a vetélkedők a nézőhöz minél közelebb kerüljenek olyan kérdésekkel, ismeretkörökkel, melyekre a hétköznapi ember is tud válaszolni, s a szereplőkkel könnyen azonosulnak.

A vetélkedők már nemcsak, sőt nem elsősorban az értelemre, hanem érzelmekre, ösztönökre igyekeznek hatni, kizárják az elitista gondolkodást, jelentős mértékben használnak interaktív eszközöket (Pápai, 2007). A szereplőválogatáskor a tudáson kívül a személyiség, kisugárzás, történeteik is fontosak. Előfordulhat, hogy egy unalmasnak tűnő átlagos könyvtáros helyett egy kisebb tudású, de a nézőnek érdekesebb, tudását tekintve hozzá hasonló játékos kerül be.

Pápai (2007) megemlíti az extremitás jelentőségét is. Az ún. „extremitás hétköznapiasága” szerinti csoport (talk-, szórakoztató-, tehetségkutatóval mixelt show-k) mellett létezik a vetélkedőket is magában foglaló ún. „hétköznapi extremitás” témáját választó blokk. Erre példa a Legyen Ön is milliomos, melynek magyar címe is arra utal, egy hétköznapi embert ismerhetünk meg vágyai és álmiai közelében, vagy extrém helyzetben.

Az extremitásra jó példa a műsorvezető személyisége is. A 2000-ben, 68 napi epizóddal indult brit produkció, A leggyengébb láncszem egyedi volt a beszűrös, megalázó karaktere miatt, ellenében a standard show-kra (mint amilyen a Milliomos is) általában jellemző támogató funkcióval (Culpeper, 2005). Talán ezért sem válhatott hazánkban annyira kedvelté, mivel nem sikerült olyan

műsorvezetőt találni, akitől a nézők hitelesnek fogadták volna el a szigorú, gúnyolódó hangnemet, melyet az angol műsorvezető hölgy hazájában sikerre vitt.

A jelenlegi tv-vetélkedők sem mentesek az extrém elemektől: a választ nem tudó játékos lezuhan egy lyukon – a Maradj talpon! sava-borsát adják ezek a kilassított jelenetek, melyek kapcsán a műsor szerkesztői szigorú titoktartást kérnek a játékosoktól, így fokozva a nézői kíváncsiságot. A Bumm! a rossz válasza egy bombát robbant fel; míg az 50 milliós játszma elképesztő pénzkötegeinek zuhanása, eltűnése vonzza a nézőket az intellektuális élményen túl.



A pénz lezuhanásának hatása a játékosokra az 50 milliós játszma játékban
Effect of money-fall on the contestants in the Hungarian version of quiz show 'Million Dollar Money Drop'

Forrása: tv2 (2017): Az 50 milliós játszma – 1. adás 2. rész. From: http://tv2.hu/tv2klasszikusok/227185_az-50-millios-jatszma-1-adas-2-resz.html

Következtetések

Írásunk a tv-vetélkedők történetén, egyes műsorok típusain igyekezett bemutatni a műfaj fő változásait. Megállapítható, hogy a tudományosságot közelítő, oktató-nevelő célú műsorok folyamatosan a nézőkhöz közelebb álló, érdekesebb, érzelmekre és ösztönökre ható szórakoztató műsorokká váltak, melyek nem nélkülözik az extrém elemeket sem. Így a passzív entertainment helyett a bevonódás élményével járó aktív szellemi rekreáció területére léptek.

A vetélkedők a televíziózás során mindig jelen voltak, népszerűségük folyamatos, tartalmi, formai elemeik a vélt nézői igények szerint változnak.

Friedrich Schiller szavaival élve: „Az ember csak ott egészen ember, ahol játszik”.

Irodalomjegyzék

- Falussy, B. – Vukovics, Gy. (1996): Az idő mérlegén (1963–1993). Társadalmi riport. 4. 1. 70–103. o.
- Culpeper, J. (2005): Impoliteness and Entertainment in the Television Quiz Show: The Weakest Link. Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture. 1. 1. 35–72. DOI: 10.1515/jplr.2005.1.1.35
- Fritz, P. (szerk., 2015): Szellemi rekreáció. Dialóg Campus, Budapest–Pécs
- Fröhlich, M. – Rózsa, Gy. (1987): Kapcsolat. Pallas, Budapest
- Horvát, J. (2000): Televíziós ismeretek. Média Hungária, Budapest
- Kaposy, L. (1998) A magyar televíziózás műfajai. Vetélkedők. In: Kollega Tarsoly, I. (szerk.): Magyarország a XX. században. III. Kultúra, művészet, sport és szórakozás. Babits, Szekszárd, 491–493. o.
- Kolosi, P. (2006): A kereskedelmi televíziózás Magyarországon. Corvina, Budapest
- Koltai, A. (2010): InterActivity. A televíziós interaktivitás tipológiája. Média-kutató. 11. 3. 21–36. o.
- Nielsen Közönségmérés (2014): Nézettségi adatok 2014 47. hét. From: http://brandtrend.hu/media/2014/11/RATINGS_2014_w47.xls
- Nielsen Közönségmérés (2015): Nézettségi adatok 2015 47. hét. From: http://brandtrend.hu/media/2015/11/RATINGS_2015_w47.xls
- Nielsen Közönségmérés (2016a): Nézettségi adatok 2016 47. hét. From: http://brandtrend.hu/media/2016/11/RATINGS_2016_w47.xls
- Nielsen Közönségmérés (2016b): Tv piaci körkép a harmadik negyedévben. From: <http://nekem.hu/hirek-nekem/tv-piaci-korkep-a-harmadik-negyedevben>
- Padisák, M. (1970): Játékmesterek kis kézikönyve. NPI, Budapest
- Pápai, J. (2007): Áll az alku, avagy a televíziós műfajhatárok összemosódásáról. Média-kutató. 8. 4. 63–78.
- Sperring, S. – Strandvall, T. (2008): Viewers' Experiences of a TV Quiz Show with Integrated Interactivity. International Journal Of Human-Computer Interaction. 24. 2. 214–235. DOI: 10.1080/10447310701821590