

„A valóságshow-ról a diktatúra jut eszembe”

*A VII. produkciós kereteinek és szerkesztési gyakorlatainak vizsgálata indirekt megközelítésben**

GULD ÁDÁM

1. Bevezetés

Vajon mennyiben reprezentálják a valóságshow-k a „valóságot”, és milyen mértékig nyúlnak bele a szerkesztők a tartalomba? Ez a kérdés a reality műsorok megjelenése óta élénken foglalkoztatja a nézőket és a téma kutatóit, nem véletlenül. A valóságshow-k, ahogyan azt az elnevezésük ígéri, valóságos emberekkel történő valós eseményeket dolgoznának fel. Azonban a műsorformátum megjelenése óta nyilvánvaló, s ezzel ma már a nézők többsége is tisztában van, hogy a valóságshow-k esetében erősen szerkesztett televíziós tartalmakról van szó. Ez a műfaji jellemző a témában született szakirodalomban is hangsúlyosan megjelenik, hiszen a szerzők kifejtik, a valóságtelevíziózáson azokat a műsorokat értjük, amelyeknek a szereplői jellemzően hétköznapi emberek, vagyis nem professzionális színészek, viszont egy professzionális produkciós keretek között megvalósuló szórakoztató műsorban szerepelnek.¹ A valóságshow-k további jellemzője, hogy a szereplők nem előre megírt párbeszédet folytatnak egymással, viszont a felvétel körülményei és maga a végtermékként létrejövő műsor is jelentősen manipulált, mivel a szerkesztők és műsorkészítők szakmai döntések mentén folyamatosan torzítják a karakterek és a cselekmény reprezentációját. Mindebből világosan kiderül, hogy a reality-k világa nem sokban különbözik más televíziós formátumoktól, lényegében csak a termék csomagolása az, ami sajátos jelleget kölcsönöz a műsoroknak.

A fentiek alapján az is könnyen belátható, hogy a valóságshow-kat a dramatizált szerepjátékok speciális formájának is tekinthetjük, amelyekben a valóság és a fikció elemei sajátos módon keverednek.² Az erős szerkesztettség okán a valóságshow-k eseményeinek gyakran önálló szimbolikus jelentéstartalmuk van, ami abból adódik, hogy a produkciós folyamat során a szerkesztők átalakítják és átértelmezik a valós eseményeket. A programok másik jellemző sajátossága, hogy a műsor alapvetően nem interpretál – bár a felvezető és levezető műsorvezetők összefoglalókban erre is akad példa –, csupán a „valóságot” akarja bemutatni úgy, amilyenek a „valóságot a nézőnek látnia kellene” a szerkesztők szerint. Mindeközben a reality-k általános gyakorlata, hogy a műsorok egyes karaktereket és eseményeket dekontextualizálnak (kiemelnek) és rekontextualizálnak (visszahelyeznek, újra értelmezik), miközben a televíziós termék a jelentéstartalom újabb szintjeivel gazdagodik.³

Jelen tanulmány elsősorban ezzel a kérdéssel, a valóságshow-k produkciós kereteinek és szerkesztési sajátosságainak problémájával foglalkozik. A kutatás relevanciáját az adja, hogy a Való Világ 11-hez hasonló programok esetében különösen nagy hangsúlyt kapnak a produkciós keretek, a műsor előállításának feltételei és körülményei, illetve az abban megnyilvánuló

* A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával és a Kulturális és Innovációs Minisztérium ÚNKP-22-5- PTE-1729 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.



¹ ANDREJEVIC (2004), DEERY (2015), JENEI (2002)

² CSÁSZI (2009)

³ CSÁSZI (2002)

szerkesztési elvek. Ezeknek a termelői döntéseknek és gyakorlatoknak a vizsgálata számos összefüggést képes megvilágítani kulturális, jogi, etikai vagy akár médiagazdaságtani szempontból, amelyek együttes vizsgálatára teszek kísérletet az alábbi szövegben, szakértőkkel készült interjúk segítségével. A tanulmány első felében összefoglalom a valóságshow-k produkciós kereteivel és szerkesztési gyakorlataival kapcsolatos fontosabb nemzetközi irodalmakat, majd ezek után ismertetem a kutatás pontos kérdéseit és módszertanát, valamint eredményeit.

2. Valóságshow-k, produkciós keretek, szerkesztési gyakorlatok

Abban az esetben, ha szeretnénk megfejteni a valóságshow-k produkciós kereteinek és szerkesztési sajátosságainak működését, érdemes áttekintenünk a formátum eredetét és fejlődéstörténetét. Ezzel összefüggésben először is azt kell látnunk, hogy a valóságtelevíziózás megjelenése jól elhelyezhető abban a fejlődési folyamatban, ami általánosságban a televíziós platform műfaji evolúcióját jellemzi. A televízió a 20. század második felétől számít uralkodó tömegmédiumnak, s az újságokkal vagy a rádióval ellentétben ezt a pozíciót viszonylag stabilan sikerült megőriznie még a 2020-as években is. Ennek egyik oka az, hogy a televízió körülbelül tíz évente képes volt egy olyan, részben technológiai, részben tartalmi megújulásra, ami fenntartotta a közönség érdeklődését, figyelmét.⁴ Ha a televíziós műfajok fejlődését, az újabb formátumok megjelenését vizsgáljuk az ezredfordulót megelőző évtizedek során, és a trendszetternek számító amerikai televíziós piacra koncentrálunk, akkor valóban jól kirajzolódik a tartalmi invenciók ritmusa.

Az 1980-as éveket a televíziós sorozatok uralták, olyan elsöprő népszerűségnek örvendő tartalmakkal, mint a *Cheers*, a *The Cosby Show*, a *The Golden Girls*, a *Magnum, P.I.* vagy akár a Magyarországon is nagy sikerrel vetített *Dallas* című sorozatok.⁵ Az 1990-es éveket a talkshow-k uralták, s ebben a műfajban rövid idő alatt a legkülönbözőbb formátumok terjedtek el a hétköznapi kibeszélő műsoroktól kezdve az A-listás sztárokat felvonultató késő esti show műsorokig. Ehhez az korszakhoz olyan ikonikus programok megjelenése és felfutása kötődik, mint a *The Oprah Winfrey Show*, a *The Rosie O'Donnell Show*, vagy a botrányai okán hazánkban is jól ismert *The Jerry Springer Show*.⁶ Az említett sorozatba illeszkedik a valóságtelevíziózás megjelenése és felfutása az 1990-es évek végén és a 2000-es évek során – ez a korszak, ami olyan klasszikusokat teremtett, mint a *The Real Housewives*, a *Jersey Shore*, az *America's Next Top Model* vagy a *The Bachelor*.⁷ Mindebből az következik, hogy a műfaji invenciók területén máig a reality számít az egyik legújabb fejleménynek, amit azóta sem követett hasonló horderejű változás. Ezt igazolja az is, hogy a 2010-es, de még a 2020-as években sem láttunk önálló újítást a televíziós formátumok piacán, helyett részben egy újabb sorozatkorszak kibontakozása figyelhető meg, részben pedig a reality műfaj további térnyerése tapasztalható olyan hibrid megoldásokban, amelyek korábban önálló formátumokat ötvöznek a valóságtelevíziózás világával. Itt említhetjük az újgenerációs tehetségkutatókat, kvízműsorokat, ismeretterjesztő programokat vagy a szappanoperák világához köthető dokureality megjelenését.⁸

A valóságtelevíziózás megjelenése az amerikai, majd később az európai médiapiacokon szorososan összefügg a korszakban zajló technológiai átállással. A televíziózás piacát ugyanis egészen az 1980-as évek végéig csatornaszűkösség jellemezte, ami az országosan elérhető,

⁴ KOTTAK–KOZAITIS (2003), GÁLIK–URBÁN (2020)

⁵ BIANCULLI (2017)

⁶ CSÁSZI (2011)

⁷ Nathan P. GIBSON: *The Best Reality TV Shows Of The 2000s Ranked*. www.looper.com/940736/the-best-reality-tv-shows-of-the-2000s-ranked/

⁸ SLADE–NARRO (2013), LOVELOCK (2019)

mainstream adók számát erősen lekorlátozta, így például az Egyesült Államokban az ABC, CBS és NCS, míg az Egyesült Királyságban a BBC és az ITV uralta ezt a média szegmenst. Ezek a csatornák nagyszámú közönség általános televíziózási igényeit szolgálták ki, lényegében az összes célcsoportnak kínáltak valamit, miközben egyszerre feleltek meg a tájékoztatás, az oktatás és a szórakoztatás követelményeinek. A helyzetben a műholdas és kábeltechnológiák megjelenése hozta el a valódi áttörést az 1990-es évek elején, s ezzel együtt elérkezett a csatornabőség korszaka is. Az ezzel együtt megjelenő új technológiai rendszerek új versenyfeltételeket teremtettek a szolgáltatók piacán, ami a specializálódás, a pontosabb célcsoportválasztás és a tematikus tartalomgyártás irányába mozdította el a televíziózást.⁹ A robbanásszerűen növekvő csatornakinálat ezenfelül két irányban is kifejtette a hatását. Egyfelől a növekvő kínálat kiélezte a nézők figyelméért folytatott versenyt, a gyártók és a szolgáltatók egyre feljebb tolták a közönség ingerküszöbét. Így a képernyőkön olyan tartalmak is feltűnhettek, amelyek például a szexualitás vagy az erőszak bemutatásának tekintetében korábban elképzelhetetlenek lettek volna a televíziózás világában. Másfelől a folyamat lehetőséget adott az alacsonyabb kulturális értékkel bíró populáris tartalmak térhódításának, amelyek korábban nem férhettek bele a szűkösebb kínálatba.

A reality-k megjelenése és felemelkedése jól illeszkedik a fent vázolt trendekhez, de ezek mellett egy harmadik, nem kevésbé lényeges körülmény is hozzájárult ahhoz, hogy a formátum a 2000-es évek uralkodó műfajává váljon. A valóságshow médiagazdaságtani háttere a harmadik olyan tényező, ami közvetve jelentős hatást gyakorolt a műfaj fejlődésére, ezen keresztül pedig a produkciós keretek és szerkesztési gyakorlatok alakulására. A probléma megértéséhez azt kell látnunk, hogy a reklámköltségek nagysága nem követte a televíziós csatornák számának ugrásszerű növekedését az 1990-es és 2000-es években, így ugyanabból a reklámtortából egyre vékonyabb szelet jutott a piac egyre népesebb számú képviselőinek. Mindez olyan irányba mozdította el az iparági szereplőket, hogy azok a lehető legkisebb befektetéssel érik el a lehető legnagyobb közönséget. Ez az igény egy olyan olcsó, populáris szórakoztató műfaj felfutását feltételezi, amely újdonságszerűségével, frissességével, esetenként meglepő vagy extrém tartalmaival jelentősebb számú néző érdeklődését tudja kielégíteni. A korai valóságshow-k ennek a követelménynek is eleget tettek.¹⁰ A néhány fős stábbal dolgozó, többnyire egy hétköznapi helyszínen forgatott, amatőr szereplőket foglalkoztató műsorokat rövid idő alatt, költséghatékony módon lehetett legyártani, s a nézők mégis egy izgalmas, új terméket láthattak, amelyhez hasonlóval korábban nem találkoztak a műsorkínálatban.

Bár a formátum kimagasló eredményeket hozott a gyártóknak és forgalmazóknak a 2000-es évek elején, a fokozódó piaci verseny a valóságshow-k gyors evolúcióját eredményezte az évtized második felében.¹¹ A közönséget elkényeztette a széles kínálat és az újdonság varázsa, így a nézők egyre nagyobb lelkesedéssel követték az újabb és újabb formációkat. Ennek eredményeként a hétköznapi embereket hétköznapi környezetben bemutató proto-reality-knek már a 2000-es évek első harmadában leáldozott. Helyettük megjelentek egyrésről azok a nagyobb ráfordítással készülő programok, amelyek még mindig hétköznapi embereket mutattak be, de már nem hétköznapi körülmények között, ezek közé a műsorok közé sorolható a *Big Brother*, a *Survivor Island* vagy a *Britain's Got Talent*.¹² Másrésről a kínálatban feltűntek azok a formátumok is, amelyek ismert emberek életébe engedtek bepillantást, miközben azzal az ígérettel csábították a nézőket, hogy megleshetik a híresek és gazdagok hétköznapi titkait.¹³ Az említett kategóriában többek között az Ozzy Osbourne családját bemutató *The Osbournes*, a

⁹ LOTZ (2014)

¹⁰ LOVELOCK (2019)

¹¹ MURRAY–OUELLETTE (2009)

¹² KAVKA (2012)

¹³ GULD (2021)

Paris Hilton és Nicole Richie vidéki kalandjairól szóló *Simple Life*, valamint a Kardashian klán életét feldolgozó, máig népszerű *Keeping Up With the Kardashians* érdemel említést.

A valóságshow-k világa a 2000-es években a tudományos élet képviselőinek érdeklődését is felkeltette, így egyre több tanulmány született a témában. Az írások közös sajátossága, hogy igyekeznek egy jól körülhatárolt definícióval leírni a műfaj jellemzőit, mely definíciók között az eltérő nézőpontokból kifolyólag időnként alig találunk párhuzamot. Éppen ezért, a témával foglalkozó Lovelock az egyik legelőreutatóbb meghatározást John Cornernek tulajdonítja, aki valóságshow-t nem önálló műfajként, hanem olyan „műfajközi térként” írja le, amiben a dokumentumfilm, a vetélkedő, a szappanopera, a melodráma, a talk show, a tehetségkutató és a sportközvetítés jellemzői fuzionálnak.¹⁴ Ugyancsak Lovelock hívja fel a figyelmet June Deery koncepciójára, aki a műfaji kérdést más szemszögből közelítette meg, és a valóságshow-k műfajspecifikus jellemzőit a produkció, vagyis a gyártás sajátos feltételeire vezette vissza. Deery azzal érvel, hogy a valóságshow-k nem szöveges vagy esztétikai jellemzőkkel rendelkező *tartaloként* ragadhatók meg a legjobban, hanem egy olyan sajátos *kapcsolatként*, ami szövegek, ágensek és technikai eszközök között jön létre. A szerző a hangsúlyt tehát a műfajiságról a televíziózás egyik újszerű gyakorlatára helyezi át, amelyben a témák és konkrét formátumok gyorsan cserélődhetnek, miközben az alapvető termelési gyakorlatok lényegében változatlanok maradnak.¹⁵

A fenti gondolatmenethez csatlakozva ebben a tanulmányban amellet érvelek, hogy napjainkban a valóságshow-kat elsősorban nem konkrét formai vagy műfaji jellemzők, hanem sokkal inkább a produkciós keretek és a szerkesztési sajátosságok alapján tudjuk beazonosítani.¹⁶ A valóságshow-k a kereskedelmi média jellegzetes termékei, amelyek termelését alapvetően gazdasági érdekeket kielégítő szempontrendszerek határoznak meg. Éppen ezért a műsorok elsődleges funkciója a közönség figyelmének megragadása és megtartása, a programok gyártása és szerkesztése pedig e célnak van alárendelve.¹⁷ A műsorok hangsúlyos gazdasági funkciójából következik, hogy a valóságshow-k minden esetben erősen szerkesztett tartalmak, amelyekben a „valóság” bemutatása egyre kevésbé hangsúlyos törekvés, s ezzel a tényezővel ma már a közönség is tisztában van. Ezzel párhuzamosan a reality-k egy fiktív keretrendszerként kezelik a valóságot, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a műsorok csak a valóságosság látszatának próbálnak megfelelni.¹⁸ Így a valóságshow-k gyártásának egyik tipikus gyakorlata, hogy a műsorok igyekeznek elfedni a tartalmak televíziúisan konstruált jellegét, például többnyire nem vagyunk beavatva a szereplők kiválasztásának folyamatába, nem ismerjük meg a stáb tagjait, soha nem látjuk a felvételt készítő kamerákat vagy a technikai munkatársakat.¹⁹ Ugyanakkor például a szereplők bemutatásának gyakorlata, a történetmesélés jellegzetességei, bizonyos karakterek és helyzetek tudatos dekontextualizálása és rekontextualizálása, a tudatos jelentéskonstruálás nyilvánvaló folyamata a programok minden pillanatában leleplezik a készítők szándékait.²⁰

A valóságshow-k gyártási körülményeinek és szerkesztési sajátosságainak tekintetében az itt említett megközelítések tehát hangsúlyosan foglalkoznak a „valóság” problematikájával. Bár az idézett szerzők nyilvánvaló tényként kezelik, hogy a reality műfajok az elnevezéssel ellentétben nem a „valóságot” ábrázolják, de elfogadják, hogy a formátum más műsортípusokhoz képest több „esetlegességi” tényezővel rendelkezik.²¹ Ez abból adódik, hogy

¹⁴ CORNER (2002)

¹⁵ DEERY (2015)

¹⁶ ESSANY (2013)

¹⁷ HILL (2005)

¹⁸ SHARP (2005)

¹⁹ LOVELOCK (2019)

²⁰ ESSANY (2013)

²¹ CORNER (2002), DEERY (2015), LOVELOCK (2019)

a műsorokban bemutatott szituációk nagy része ugyan előre eltervezett, de nem forgatókönyv szerint zajlik, illetve a fikciómentes (*non-fictional*) cselekményt amatőr szereplők mutatják be. Ugyanakkor a különböző valóságshow típusok között még ebben a tekintetben is jelentős különbségeket találunk, így például a tehetségkutatók, főzőműsorok, táncos vetélkedők és az egyszerű *trash reality*-k a profi/amatőr, fikciós/nem fikciós, szerkesztett/szerkesztetlen spektrum széles skáláján mozoghatnak. Ennek megfelelően az alábbiakban azt tekintem át, hogy a jellegzetes reality formátumok e tekintetben milyen jellemzőkkel bírnak.

Kavka nyomán Lovelock az „intim idegenek” formátumot tartja a reality-k legkorábbi, legjellemzőbb, máig uralkodó típusának.²² Az intim idegenek formátum szerkesztési alapelve szerint egymást nem ismerő emberek kerülnek a műsorba, akik a tematikától függően kénytelenek egymással kooperálni, együtt élni vagy dolgozni, egy speciális feladatot teljesíteni, akár párt találni. A műsorok mesterséges környezetben játszódnak, amit kifejezetten a program igényeinek megfelelően alakítanak ki, ez lehet a játék céljaira felépített villa, mint a Big Brother esetében, vagy egy hétköznapi ház, de akár egy sziget is. A formátum további jellemzője, hogy a résztvevőket elszigetelik a külvilágtól, és a nap 24 órájában kamerák veszik minden mozdulatukat, míg a nézők a bemutatott valóság „valóságát” elsősorban a játékosok személyének és érzelmi reakcióinak hitelességén keresztül tapasztalhatják meg.

A valóságshow-k további típusai már a hibrid műfajok kategóriájába tartoznak. Az ilyen típusú programok esetében egy korábban önálló műfaj kontextusában jelennek meg a reality-kre jellemző gyártási és szerkesztési gyakorlatok. Ezek közül a legsikeresebb formátumnak az úgynevezett *talent show*-k, magyarul tehetségkutató műsorok számítanak. A tehetségkutató-típusú reality-k megjelenése viszonylag korai fejleménynek számít a valóságshow-k fejlődésében, az első ilyen műsorok a 2000-es évek első felében jelentek meg az amerikai és brit televíziós piacon (Kavka 2012). A korai tehetségkutatók jellemzően valamilyen művészeti tevékenység, előadói képesség bemutatására épültek, úgymint az ének, a zene vagy a tánc. A későbbiekben ez kiegészült valamivel hétköznapi tünő képességek és tehetségek versenyeztetésével, úgymint a főzés, a modellkedés vagy a kertészkedés. Lovelock úgy látja, hogy ezekben a műsorokban a „valóság” kettős formában nyilvánul meg, egyfelől a résztvevők valódi tehetsége és képességei lepleződnek le, másfelől a verseny által generált hiteles emocionális megnyilvánulások kerülnek bemutatásra.²³

A reality műsorok harmadik csoportjába *make over* vagy átalakító show-k tartoznak. Ezekben a tematika szempontjából közös vonás, hogy valamiféle hiányosság beazonosítása történik a műsor elején, ami lehet testi, lelki vagy az anyagi környezetre jellemző hiány, a programban pedig ennek kezelésére, pótlására tesznek kísérletet a résztvevők. Az átalakító show-k gyakori témája ennek megfelelően a fizikai megjelenés (hízás, fogyás, új ruhatár, esetleg plasztikai beavatkozás stb.), a spirituális megújulás (lelki problémák leküzdése, családi konfliktus megoldása, függőségek kezelése stb.) és a lakókörnyezet, élettér fejlesztése (kertfelújítás, lakásátalakítás, költözés városból vidékre, vidékről városba stb.). Az átalakító show-kban a valóság minden esetben egy új realitás megteremtését jelenti, ami a szereplők életkörülményeinek, életminőségének javulásával, testi, lelki, anyagi megújulásával jár együtt.²⁴ A következményeket tekintve ezekben a programokban is jelentős hangsúlyt kap az érzelmi turbulenciák ábrázolása, ami szimbolikus kapcsolatot teremt a néző és a szereplők között, továbbá lehetőséget ad az identitásjátékra, azonosulásra.

A reality-k negyedik kategóriájába a szappanoperák és valóságshow-k házasságából született *dokureality*-k, vagy *scripted valóságshow*-k tartoznak, amelyek a 2000-es évek második felében jelentek meg.²⁵ A reality műfaján belül ezek a műsorok szakadnak el leginkább

²² LOVELOCK (2019), KAVKA (2012)

²³ LOVELOCK (2019)

²⁴ REDHEAD (2010)

²⁵ HUFF (2006)

a valóság mint „objektív realitás” bemutatásától. Ez a produkció és a szerkesztés vonatkozásában megnyilvánul egyfelől a szereplők kiválasztásában (a cselekményt gyakran hivatásos színészek vagy ismert emberek mutatják be), másfelől a programok műfaji keretezésében (szappanoperákra jellemző dramaturgiai megoldások, archetipikus karakterformázás stb.). A formátum bár magán viseli a reality megnevezést, a kategóriába tartozó műsorok sokkal közelebb esnek a hagyományos szappanoperákhoz, mint a valóságshow-khoz. A dokureality-k a valóság illúzióját jobbra csak a tematikaválasztás és a vizuális szerkesztés szintjén őrzik meg, míg a történetészítés gyakorlata lényegében megegyezik a szappanoperákban megszokott megoldásokkal. Ez utóbbira lehet példa az aláfestő zenei elemek alkalmazása, a televíziós drámákra jellemző textuális stílus és a „reaktív helyett a konstruktív szerkesztési elvek”²⁶ alkalmazása.²⁷ A programok további jellemzője, hogy a szerkesztők tudatosan építenek a nézők médiajártasságára és műfaji ismereteire, akik így a korábbi tapasztalataik alapján pontosan tisztában vannak azzal, hogy a dokureality-k fikciós elemekkel erősen gazdagított televíziós műsorok.

Korábban már ejtettünk szót a valóságshow-k médiagazdaságtani jellemzőiről, illetve arról, hogy a televíziós piacon tapasztalható fokozódó verseny a formátum gyors evolúciójához vezetett. Amennyiben a valóságshow-k produkciós kereteinek és szerkesztési sajátosságainak pontosabb megértése a célunk, szükségeszerű megemlítenünk a reality-k gyors fejlődése és a klasszikus figyelemgazdaság működése közötti kapcsolatot is.²⁸ Ezzel összefüggésben azt látjuk, hogy a közönség figyelméért folytatott versenyben a reality-k világában elképesztő sebességgel emelkedett a tét a mögöttünk álló két évtized során, s ez évről-évre egyre magasabbra tolta a közönség ingerküszöbét. Míg a korai műsorokban a kukkolás titkos élvezete, más emberek privát pillanatainak meglesése is izgalommal töltötte el a nézőket, a 2000-es évek közepétől fogva egyre extrémebb megoldásokkal találkozhattak a programok követői.²⁹ A nézettségért folytatott küzdelemben a média kétféle csalit tűzött a horogra. Az egyik megoldást az intim szférába történő egyre agresszívebb benyomulás jelentette. Ennek legjellemzőbb lenyomatai az érzelmek kiárusítása, a női test leleplezése, majd a férfi test leleplezése, végül a szexuális aktus kendőzetlen, gyakran pornográfiába hajló bemutatása. Ez a folyamat azonban 2023-ra lényegében kifulladt, a nézők már gyakorlatilag mindent láthattak, például olyan programokat is, amelyekben a szereplők a műsor első pillanatától fogva meztelenek, és a cselekmény kizárólag a lehetséges szexuális aktusok körül bonyolódik.³⁰

A szerkesztők által bevethető másik csali a médiaerőszak kontextusában értelmezhető. Császi Lajos témával foglalkozó írásaiban úgy fogalmaz, hogy az erőszak alapvetően az élet normális menetének hirtelen, váratlan megszakítását jelenti, ami a testi vagy lelki épségünket fenyegeti.³¹ A jelen vizsgálat szempontjából azért érdemes ezt az általános definíciót alkalmaznunk, mert az elmúlt években az erőszak legkülönbözőbb megnyilvánulási formáival találkozhattunk a tárgyalt műsorokban. Ezeknek egy része a konkrét fizikai agresszióval azonosítható, például amikor a szereplők összeverekedtek vagy más egyéb módokon

²⁶ A szerző ez alatt azt érti, hogy a szerkesztés alapvető törekvése nem egy valós esemény objektív, dokumentarista ábrázolása, hanem egy fikciós alapok nyugvó cselekmény megkonstruálása, illetve ennek bemutatása a valóságshow-kra jellemző vizuális megoldások alkalmazásával.

²⁷ LOVELOCK (2019): 11

²⁸ GULD (2022)

²⁹ ANDREJEVIC (2002)

³⁰ Ebbe a kategóriába tartozott a Magyarországon bemutatott *Ádám keresi Évát* című műsor a Viasat3 csatorna kínálatában. www.viasat3.hu/musorok/adam-keresi-evat/videos

³¹ CSÁSZI (2003)

kockáztatták egymás testi épségét.³² Mivel azonban a fizikai agresszió bemutatásának a nyugati világban komoly, sőt egyre szigorúbb szabályai vannak, leggyakrabban az erőszakos magatartásformák szimbolikus alakzataival találkozunk, ezek közül is leggyakrabban a verbális agresszió megjelenésével. Végül érdemes említést tennünk az erőszak egy harmadik típusáról is, amikor a veszély forrása az embertől független természeti tényezőkben található, például egy őserdőben, veszélyes tengeri állatokban vagy éppen az extrém klimatikus viszonyokban. Ez utóbbi példákkal jellemzően a túlélő show-k között találkozunk.³³

A fent tárgyalt produkciós keretek és szerkesztési gyakorlatok vizsgálata közelebb vihet bennünket a Való Világ 11-es szériájának pontosabb megértéséhez. A megközelítés azért is érdekes, mert a 2022-ben indult műsorfolym egyes epizódjaival olyan problémás tartalmak kerültek a képernyőre, amelyek jelentős szakmai vitákat generáltak a nyilvánosságban, s ezekben neves szakemberek is megszólaltak a médiajog képviselőitől kezdve, pszichológusokon át, kommunikációs szakemberekig. Naiv feltételezés lenne azt gondolni, hogy a csatorna vezetése, vagy a műsor készítői és szerkesztői nem sejtették előre, hogy a valóságshow-ban bemutatott helyzetek ilyen jellegű hullámokat vetnek majd. A problémás epizódok számának felfutásával együtt vált egyre relevánsabbá a kérdés, hogy vajon miben és hogyan változott meg 2022-re a műsor gyártásának és szerkesztésének gyakorlata, milyen produkciós megfontolások vezethettek egyértelműen káros és veszélyesnek tekinthető műsorelemek programra tűzéséhez, és mindez milyen üzenetet hordozhat többek között a szabályozásra, a televíziós szakmára, a közönségre vagy akár a kortárs médiakultúrára, médiatársadalomra vonatkozóan. Az alábbi kutatás alapján ebben a tanulmányban ezeket a kérdéseket igyekszem megválaszolni.

3. Kutatási kérdés és módszertan, adatközlők

A produkciós keretek vizsgálatának direkt és indirekt módszereit ismerjük. A legelterjedtebb megoldások közül az előbbibe soroljuk a résztvevő megfigyelést, míg az utóbbiba az archív anyagok vizsgálatát és a személyes adatközlők bevonását, például szakértői interjúk formájában.³⁴ A résztvevő megfigyelés az egyik legcélravezetőbb módszer, ami azonban csak abban az esetben működőképes megoldás, ha alkalmunk van hosszabb ideig betekintést nyerni a médiaipar valamely szegmensébe – ez a lehetőség a téma érzékenysége okán a VV11 esetében nem valósítható meg. Ennek megfelelően csak a vizsgálat indirekt módszerrel történő megvalósítása bizonyult járható útnak, erre pedig az alábbiak szerint került sor.

A VV11 produkciós kereteinek vizsgálatára szakértői mélyinterjúkat készítettem olyan országosan ismert kutatók és szakértők részvételével, akik különböző szakmai nézőpontok segítségével tudnak véleményt alkotni arról a műsorkészítési és szerkesztési gyakorlatról, amelynek eredményeként a VV11 mint médiapiaci termék létrejött. A szakértői interjúk segítségével elsősorban a kérdés kulturális, jogi, etikai, szociálpszichológiai és médiagazdaságtani aspektusait szeretném megvilágítani, s ezzel feltárni azokat a műsorral kapcsolatos problémás területeket, amelyek különösen nagy hangsúllyal jelennek meg az aktuális szériával összefüggésben a közbeszédben és a programra reflektáló szakmai párbeszédben – így például a fizikai és verbális agresszió kérdése, a szexualitás és nemi szerepek ábrázolása vagy a villalakók mentális és lelki állapota. A kutatás keretei között hét darab szakértői mélyinterjú készült el 2023. április 10–14. között az alábbi szakterületek résztvevőivel: internetjogász, médiajogász, médiakutató, közösségimédia-szakértő, közgazdász

³² Verekedés a villában. VV Piros megütötte és megdobálta VV Anitát, tetteért ki is zárhatják – Videó. noizz.hu/szines/tettlegesség-a-villaban-vv-piros-megutotte-es-megdobalta-vv-anitat-tetteert-ki-is/3ht90sb

³³ SMITH–WOOD (2013)

³⁴ STOKES (2002)

és marketing szakértő, pszichológus és szociálpszichológus.³⁵ Az interjúalanyok kiválasztásában fontos szempont volt, hogy a résztvevők szakértőként rendszeresen nyilatkoznak különböző médiumokban. Többen közülük kitüntetett figyelmet szenteltek a hazai valóságshow-k fejlődésének is, így a megszólalók olyan értelmiségi véleményvezérnek tekinthetők, akiknek a megszólalásai jelentős hatást gyakorolnak a témában zajló szakmai diskurzusokra. A kutatásban a következő szakértők véleménye jelenik meg.

Dr. Baracsi Katalin családjogi szakjogász, internetjogász, közösségi média tréner. Több mint tíz éve tart internetbiztonság témájú foglalkozásokat, interaktív tréningeket országhatáron belül és kívül, gyerekeknek, szülőknek, pedagógusoknak és szakembereknek. Tagja az NMHH Gyermekvédelmi Internet Kerekasztalnak, a No Hate Kampánybizottság képviselője. Jelenleg szabadúszó szakértőként segít állami, civil és egyházi szervezeteket hazai és nemzetközi projektekből egyaránt.³⁶

Forgács Mariann közösségimédia-szakértő, a Be Social elnevezésű ügynökség ügyvezetője, társalapítója. 2010 óta csapatával az egyik első hazai social media ügynökségben segít eligazodni a közösségi kommunikáció folyamatosan változó világában. Az elmúlt évek szakmai tapasztalatának és a változatos ügyfélkörnek köszönhetően mára a legnagyobb hazai és nemzetközi partnerekkel dolgozik együtt (RTL, Tesco, MediaMarkt, Coca-Cola, Fanta, Naturaqua, Nestea, Cappy, Renault, Dacia, IKEA, Nestlé, Sága stb.). Szakértőként rendszeresen szerepel hazai médiumokban, szakmai blogok (besocial.hu/blog, marketingmorzsak.hu) írója, konferenciák és szakmai rendezvények előadója.³⁷

Mérő Vera kommunikációs szakember, újságíró, író, emberi jogi aktivista. A Budapesti Műszaki egyetemen kommunikáció szakot, a Moholy-Nagy Művészeti Egyetemen média dizájnér és tanár szakot végzett. Számos folyóiratban jelentek meg publicisztikái, az utóbbi években pedig három könyvet publikált szerzőként és szerkesztőként *Pornográfia – Pornó és női szexualitás* (2012), *Abortusztörténetek* (2022) és *Lúg* (2022) címmel. Évek óta foglalkozik a valóságshow-kban szereplő személyek helyzetével, kiszolgáltatottságával, a témában megjelent nyilatkozatai jelentős visszhangot keltettek a nyilvánosságban, szakértőként maga is szerepelt a ValóVilág 10 egyik háttérműsorában.

Dr. Polyák Gábor médiajogász, kommunikációs szakember. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem (ELTE) Bölcsészettudományi Kar Média- és Kommunikáció Tanszékének tanszékvezető egyetemi tanára, a Társadalomtudományi Kutatóközpont Jogtudományi Intézetének tudományos főmunkatársa, továbbá a Mérték Médiaelemző Műhely nevű civil szervezet vezetője. Korábban a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének vezetője volt. 2020-ban elnyerte a Potsdami Egyetem Voltaire-díját a toleranciáért, a népek közötti megértésért és a különbözőségek tiszteletéért végzett munka elismeréseként. Legutóbbi könyve *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog – A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása* címmel jelent meg (2020).³⁸

Dr. Tari Annamária klinikai pszichológus, pszichoterapeuta, szűkebb szakterülete az onkopszichológia, a pszichoanalízis, pszichoanalitikus kandidátus. A hazai médiumok rendszeres szereplője, publikált szerző, nagysikerű nyilvános előadásokat tart. Első könyve *Intim szféra* címmel jelent meg 2003-ban, a kötet a kamaszkor pszichológiájára fókuszál. Több éve rendszeresen foglalkozik a fogyasztói társadalom hatásaival, a média és az emberi tényezők összefüggéseivel, a társadalmi változások egyénekre ható vonásaival. A témában eddig megjelent önálló kötetei: *Y generáció, Z generáció* (2023), *Ki a fontos: Én vagy Én?* (2013), *Generációk online* (2015), *Bátor generációk* (2017), *Online illúziók offline valóság* (2019),

³⁵ Az interjúk vezérfonalát ld. az 1. számú mellékletben.

³⁶ www.kife.hu/hu/maganszemely-tag/dr-baracsi-katalin

³⁷ www.digitalhungary.hu/ki-kicsoda/Forgacs-Mariann/218/

³⁸ mertek.eu/magunkrol/kutatok/

Pillanatnyi boldogságok (2021). A médiával foglalkozó írásaiban kiemelt figyelmet szentel a televíziós kultúrának, illetve azon belül a valóságshow-k szerepének is.³⁹

Dr. Töröcsik Mária közgazdász, marketing szakértő, a Pécsi Tudományegyetem egyetemi tanára, marketinget, marketingstratégiát, vásárlói és fogyasztói magatartást, márkasztratégiát oktat. Számos publikációja is megjelent ezen témakörökben, az elmúlt tíz évben több szakkönyvet írt, melyek a marketing szerteágazó területeit járják körül. A tudományos igényű munkái, az egyetemi oktatói feladatai mellett konferenciák népszerű előadója. A Dr. Töröcsik Marketing Inspiráció – Fogyasztói Magatartás Kutató Intézet tulajdonosa, vezetője, csapatával marketing tanácsadással és kutatással is foglalkozik. Kutatásai fókuszában a vásárlói és fogyasztói magatartás, a különböző életstílusok és a generációk állnak. Tagja a Magyar Marketing Szövetségnek, a Magyar Reklámszövetségnek és a Magyar Tudományos Akadémia Marketingtudományi Albizottságának.⁴⁰

Dr. Zsolt Péter szociológus, tanulmányait az ELTE kulturális antropológia és szociológia szakán folytatta. 1992–1994 között a *Valóság* című folyóirat szerkesztőjeként dolgozott, majd számos felsőoktatási intézményben oktatott. Elsősorban szociológia-, kommunikáció szakos, újságíróképző és politológus hallgatókat tanít. Szakterülete a médiaetika és a szociálpszichológia. A 2000-es években behatóan tanulmányozta a hazai valóságshow-k világát. A témában született írásai a *Hírnév! Jólét! VV! (Képernyő- és valóságshow-kutatás)* című kötetben jelentek meg az NMHH gondozásában 2013-ban.⁴¹

4. Témakörök és eredmények

4.1. Első gondolatok, asszociációk

Az interjúk során összesen nyolc témakör érintésével jártuk körbe az előzőekben vázolt problémát. A válaszadók a vizsgálat első részében szabad asszociációs kérdések segítségével beszélhettek a valóságshow-khoz kapcsolódó benyomásaikról, attitűdjeikről, ezeket öt kulcsfogalom említésével hívtam elő, úgymint a *mediatudatosság, televíziós bulvár, reality show, valóságshow celebek, Való Világ*. A kategóriák alapján felidézett gondolatok azt tükrözik, hogy a szakértők alapvetően negatív véleményt alkotnak a televíziós bulvár kategóriájába tartozó reality-kről, s bár elfogadják, hogy ezek a műsorok nagyobb számú közönség érdeklődését kötötték le a múltban, az újabb szériákkal kapcsolatban úgy vélekednek, hogy azok idejétmúlt, elavult formátumok. A téma kapcsán többek között a „kihálásra ítélt állatfajta”, a „trash” és az „ósvi” kifejezések kerültek elő, miközben a válaszokban az is megjelent, hogy a formátum a hazugsággal, a manipulációval és az emberek kihasználásával is kapcsolatba hozható. Az egyik legradikálisabb vélemény szerint a valóságshow-k leginkább a diktatórikus rendszerekre hasonlítanak, ahol a szabadság megszűnik, és az élet szinte minden apró mozzanatát szigorú szabályrendszerek rögzítik.

A valóságshow-ról a diktatúra jut eszembe. Kezdem megérteni, hogy másoknak miért nem annyira egyértelmű ez, mert hogy azt látják, hogy a fiatalok azt csinálnak a házban, amit akarnak, csak verekedniük nem szabad. Ettől úgy tűnik, hogy ez nem diktatúra, mert a diktatúrában minden szabályozva van. De ha úgy vesszük, még rosszabb, mert a „laissez faire” van összekombinálva a diktatúrával. Ez a legrosszabb szociálpszichológiai struktúra. (Szociálpszichológus)

³⁹ hvgkonyvek.hu/szerzok/tari-annamaria

⁴⁰ www.trendinspiracio.hu/dr-torocsik-maria/

⁴¹ nyitottakademia.hu/eloadok/zsolt-peter-69

A válaszadók a ValóVilág formátummal kapcsolatban sem megengedőbbek. Elismerik ugyan, hogy a műsor a nézettségi adatokat tekintve sikeres volt, ami abból is látszik, hogy a Való Világ két évad után nemcsak maga mögé tudta utasítani a konkurens csatornán futó BigBrother produkciót, hanem ki is szorította azt a piacról. Ugyanakkor ezt az eredményt kétes dicsőségnek tekintik, hiszen az RTL mindezt egy olyan műsorszámmal érte el, amit az adatközlők a „megrendezett életek”, a „hazugság” és a „tragédia” kifejezésekkel írnak le. Az említett gondolatokat az alábbi idézet foglalja össze a legérzékletesebben:

Fejlődés. Régóta itt van és nagyon sokat alakult az egész, de ugyanakkor közben eléggé a szórakoztatóiparnak az alja. (Közösségimédia-szakértő)

4.2. A reality műsorok története és fejlődése Magyarországon

Az interjúk második szakasza a hazai valóságshow-k fejlődéstörténetére koncentrált. A kérdéseken keresztül itt arra kerestem a választ, hogy az interjúalanyok mikor találkoztak először a reality műsorokkal, mi volt a benyomásuk ezekről a műsorokról, milyen különböző reality show-kat ismernek, illetve milyen fejlődési ívet látnak a hazai reality show-kban az elmúlt 20 év során. A témák megvitatása során ebben az esetben is arra kértem az alanyokat, hogy a válaszaikban reflektáljanak a műsorokban megjelenő produkciós és szerkesztési gyakorlatok változásaira. A válaszadók elmondták, hogy a valóságshow-k a megjelenésük pillanatától fogva felkeltették a szakmai érdeklődésüket. Egyesek még fiatal fogyasztóként találkoztak a reality-ekkel a 2000-es évek elején, mások elsősorban a szakmai érdeklődés okán kapcsolódtak be a műsorfolyamokba. Arra viszont mindenki emlékszik, hogy a formátum megjelenése óriási érdeklődést generált a közönség és a témával foglalkozó értelmiségi körökben is. Ezt az időszakot így idézte fel az egyik szakértő:

Minél jobban belemásztam a dologba, egyrészt annál jobban megértettem, hogy miért tudja ez behúzni a nézőket. Külső értelmiségi attitűddel felfedezve azt, hogy ez a diktatúrának a leképezése, és hogy itt kiszolgáltatott helyzetben vannak ezek a fiatalok, és nem is tudják, hogy mibe mentek bele, ez egy dolog. Nem osztottam azokat a rendkívül aggasztó és félelemmel teli értelmiségi megnyilvánulásokat, amit a mi szakmánkban morális pániknak szoktak említeni. Végigsöpört a morális pánik az értelmiségen. Spirót tudnám kiemelni ebből a körből, de tulajdonképpen bárkit, akár a MÚOSZ akkori elnökét is, akik már akkor a brazil szappanoperákat is szörnyűnek tartották és mindenféle tömegkultúrának a megnyilvánulásától rettegetek. (Szociálpszichológus)

A kérdésre adott válaszok alapján az is kiderül, hogy a szakértők gyakran már az első ilyen jellegű műsorok megjelenésének pillanatában, sőt esetleg még azt megelőzően tisztában voltak a formátumban rejlő kockázatokkal. A témával kapcsolatban megkérdezett pszichológus például megosztotta, hogy a műsorra tűzést megelőzően lehetősége volt megismerkedni az első hazai Big Brother show forgatókönyvével. Ennek kapcsán ő elsősorban a műsorban szereplő emberek helyzetét ítélte kifogásolhatónak, mivel a játékosok teljesen kiszolgáltatott helyzetbe kerültek anélkül, hogy ezzel tisztában lehettek volna.

Legelőször akkor találkoztam vele, amikor a Big Brother egyik korai forgatókönyvét végigolvastam, mert kikérték a véleményemet. Már akkor sem szerettem volna ebben részt venni, mert az teljesen világosan látszott, hogy ez a nézők számára, a nézettség növelése érdekében kialakított szociálpszichológiai laborhelyzet, amiben kiszolgáltatott emberek vesznek részt, akik erről nem tudnak, mármint a saját pozíciójukról. (Pszichológus)

Hasonló véleménnyel találkozhatunk egy másik szakértő válaszában is, aki a show-ban előállított mesterséges körülményeket a kezdetektől fogva embertelennek gondolta:

Az első valóságshow-k megjelenésekor is figyeltem már ezeket az eseményeket, tehát van emlékem erről. Távolságtartással gondoltam erre az egész formációra. Kicsit embertelennek gondoltam, még ma is annak gondolom, viszont az érdekelt, hogy miért ilyen nagy a kedveltsége, hogy mit látnak ebben az emberek és kik azok az emberek, akikben ez nagyon mély kötődést alakít ki. (Közgazdász, marketing szakértő)

A válaszok alapján médiajogi szempontból a műsorformátum a kezdetektől fogva komoly kérdéseket vetett fel, de mivel a probléma kapcsán született egy adatbiztosítási határozat arról, hogy a valóságshow-k gyakorlata nem jogsértő, semmi sem akadályozta meg a kereskedelmi csatornákat abban, hogy elindítsák vagy tovább folytassák az ilyen jellegű műsorokat. A jogalkotók ugyanis úgy döntöttek, hogy nem jogsértő az, hogy valakinek az egész élete a nyilvánosság előtt zajlik, ha ezt önként teszi és ezt egy szerződésben is rögzítik. A téma kapcsán nyilatkozó médiajogász ennél is súlyosabb problémának látja, hogy a korai, mai szemmel szinte ártatlannak tűnő próbálkozások után a műsorok egyre provokatívabb tartalmakkal jelentkeztek, egyre erősebben feszegetve azokat a szabályokat, amelyek a műsorok „normális” működési környezetét kijelölték. A szakértő a programokban tapasztalható átalakulást a piaci versennyel és az ingerküszöb folyamatos emelésével magyarázza, ami gyakran tudatos szabálysértéseket eredményezett a nézettségért folytatott egyre kiélezettebb versenyben.

Az első benyomásom az, hogy emelni kellett az ingerküszöböt és a tétet. A Big Brother-ben nem kellett különösebben nagy dolgokat csinálni, a fene sem emlékszik, hogy az első mellvillantásra ott hány hét múlva került sor. Miután nem vagyok a műsorok fogyasztója, csak ha valamilyen okom van rá, ezért nem merem azt mondani, hogy bezzeg ma a Való Világ-nak az ötödik percében ez megtörténik, de van egy olyan benyomásom, hogy elveszti azt a fajta intimitását, hogy egy kicsi felkészülési időt adjon, hogy felizgassa a néző fantáziáját. (...) Most itt élünk, a közösségi médiás térben, iszonyú nehéz ebben emelni a tétet, bármelyikünk kiteheti a magánéletét mindenféle szerkesztés és komoly koreográfia nélkül is. Ebben a közegben versenyezni egészen extrém dolgokkal lehet, az egzotikus helyszín, a sztárok, a szexualitás egészen nyers megjelenési formái adhatnak még valami pluszt, de nehéz ebben a mai médiakörnyezetben ezzel a műfajjal jól menni. (Média jogász)

A szakadatlanul emelkedő ingerküszöb problematikája a másik jogi szakértőnek is feltűnt, aki válaszában a folyamat gyermekekre gyakorolt hatását emelte ki. Az interjúalany arra hívta fel a figyelmet, a kereskedelmi csatornákon futó valóságshow-k bevett gyakorlatává vált, hogy a fokozódó versenyben ignorálják a 18 év alatti fogyasztókat, és olyan formában, illetve olyan helyeken is népszerűsítnek kifejezetten felnőtteknek szánt tartalmakat, amelyek gyermekek számára is könnyen elérhetőek. Példájaként az internetjogász a *Love Island* című programot említette, ami erősen átszexualizált beharangozóival és leplezetlenül erotikus óriásplakátokkal hirdette a műsor indulását.

Volt a Love Island nevű valóságshow, ami abszolút a munkámhoz kapcsolódott, hiszen amikor ez a típusú valóságshow megjelent, valódi plakátokkal hirdették, egyrészt a jelentkezést, és hogy mi fog történni ebben a showban. Akkor az én már kisgyerekes barátaim aggódva hívtak fel, hogy mégis mit mondjanak erről az X éves gyereküknek, mert az a plakát eléggé nyíltan jelezte ennek a show-nak a szexuális indíttatását. (Internetjogász)

A szerkesztési gyakorlatok változásával kapcsolatban nyilatkozó kommunikációs szakember egészen konkrét példákat tudott említeni. A szakértő a beszámolója alapján az utóbbi években kiemelt figyelmet szentelt a ValóVilág legújabb szériáinak, s ezzel összefüggésben számos interjút készített a műsor egykori munkatásaival, szereplőivel, illetve a szereplők hozzátartozóival. Az adatgyűjtés során pedig teljesen nyilvánvalóvá vált számára, hogy a csatorna egyre etikátlanabb megoldásokat alkalmaz a magasabb nézettség érdekében, miközben szándékosan manipulálja a szereplők kiválasztását, a villában zajló eseményeket és a nézők reakcióit. Az elhangzottakból egyértelműen lezűrhető, hogy a csatorna mindeközben tudatosan ignorálja a megoldás játékosokra és közönségre gyakorolt negatív hatásait.

Nemcsak érzekelem, hanem tényszerűen tudok arról, hogy ezen változások kapcsán milyen tendenciákról beszélhetünk. Talán nem disznóság, ha elmondom, hogy valaha a csatornánál dolgozott forrásaim révén tudom azt is, hogy az egy nagyon is létező szerkesztési elv, hogyha kicsit esik a nézettség, pontosan tudják, hogy mi az a feladat, amiből konfliktus lesz, és azt is tudják, hogy amikor egy kiélezett konfliktusos feladatkiadás után beküldenek egy láda vodkát, akkor mire lehet számítani. Ezek nagyon is tudatos dolgok. (Kommunikációs szakember)

Az adatközlő által említett egyik legkirívóbb eset a ValóVilág 10-es szériájához kapcsolódik, ahol egy korábban többször elutasított, pszichológiailag instabil játékost keresett meg a csatorna a műsorban való szereplés ajánlatával. Ugyanez a probléma más interjúalanyok véleményében is visszaköszönt a 11-es széria kapcsán is, ahol több nyilvánvalóan labilis, sérült személy került a villába.

Ha jól tudom, ez úgy történt, hogy az a srác legalább hat alkalommal jelentkezett a műsorba az évek során, de a pszichológiai vizsgálaton fennakadt rendre, és hosszú évek után a tavalyi széria volt az első, amikor ő nem jelentkezett, de felhívták. Ha a pszichológiai vizsgálatkor valaki kiesik a rostán, akkor azt nem kell magyarázni, hogy annak mi lehet az oka. Ennél azért kevés aljasabb dologról hallottam életemben. (...) Az idei évadra eljutottunk addig, hogy egy VV Ricoról nem lehetett sejteni, hogy egy erőszakos vadállat. Vagy a győztesről, Krisztiről nem lehetett sejteni, hogy lehetnek ott mentális problémák, amilyen videó járta be a magyar internetet erről a lányról, hogy nem tudni, milyen tudatmódosító szerek hatása alatt sikítózva, önkívületi állapotban üvöltözött rendőrökkel, és talán meg is dobálta őket valamivel. (Kommunikációs szakember)

4.3. A Való Világ brand jellemzői és a VV 11 egyedisége

Az interjúk harmadik szakaszában a Való Világ brand került a beszélgetés középpontjába. Ebben a témakörben elsősorban a műsor egyedi sajátosságai és a formátum fejlődése érdekelt, továbbá kíváncsi voltam arra, hogy mi az interjúalanyok egykori és jelenlegi benyomása az RTL ValóVilág című műsora kapcsán. A beszélgetés során itt kérdeztem rá arra is, hogy vajon volt-e, van-e egyedi jellege a műsornak, ha igen, miben látják azt, esetleg változott-e a sorozat egyedisége az elmúlt szériák során. Többféle szempontból vitattuk meg azt a kérdést is, hogy milyen újításokat érzékeltek a különböző szériákban, illetve milyen szakmai szempontok alapján értékelik ezeket a változásokat. A válaszok alapján úgy tűnik, hogy a szakértők kezdetben nem láttak jelentős különbségeket a ValóVilág és a hasonló formátumú trash reality-k között. Néhányan a műsorok arculatában megmutatkozó különbségeket emelték ki, többen említették, hogy a Big Brotherhez képest a ValóVilág színesebb, lendületesebb képi világa vonzóbb volt a versenytárshoz képest. Ugyancsak többen felidéztek az első széria kapcsán népszerűvé vált főcímdalt, amit Király Linda énekelt. Jelentősebb különbségeket a későbbiek

során sem érzékelték a válaszadók, tapasztalataik alapján a különböző csatornákon futó valóságshow-k közel azonos utat jártak be a Való Világgal.

Szerintem nagyon együtt mozog a többivel. Volt egyedi karaktere a kezdetekben, de ez elmosódott. A mai fiatal generáció, ha nézi, szerintem ide-oda kattintgat, a hasonló jellegű műsorokat ugyanúgy megnézi. Tehát nyilván veszített maga a formátum is a jelentőségéből és maga a VV is az ő nagyon meghatározó karakteréből. Kicsit olyan, mintha kifulladásban lenne, a végét járná, nyilván az életgörbéjének a vége felé járunk. (Közgazdász, marketing szakértő)

Az újítások, a formátum evolúciójának kérdéseire rátérve az interjúalanyok számos változást tudtak említeni. A válaszok alapvetően két irányba mutatnak, az első megközelítésből a médiakörnyezet változásaiból adódó szerkesztési újítások olvashatók ki, míg a második megközelítésben a műsor tartalmi jellemzőinek átalakulása került terítékre. A Való Világot az elmúlt 20 évben fokozatos technikai megújulás jellemezte, ami az online eszközök megjelenésével és széles körű elterjedésével párhuzamosan azt eredményezte, hogy a műsor egyre több interaktív elemmel gazdagodott. Az említett fejlődés a mai napig a 11-es szériával érte el a csúcst, amelyben minden korábbinál nagyobb szerepet kaptak az okoseszközök, a közösségi portálok és a felhasználói tartalmak. Mindennek az volt a magyarázata, hogy a csatorna tudatosan a Z generációt választotta célcsoportnak, amely különösen fogékony az online megoldásokra és a hibrid formátumokra.⁴² A folyamatról így beszélt a megkérdezett közösségi-médiaszakértő:

A folyamatos nyomon követhetőség, ami benne volt ebben az évadban. Ez szintén csak az üzleti okokra vezethető vissza, hogy megvolt az a platform, ahol mindenki tudta követni, hogy éppen mit csinálnak a szereplők, akinek erre volt igénye. Másrészt a social média által átítatott hétköznapiak, amik mellett nem tudtak elmenni a szerkesztők sem és a szereplőknek az életéből nem vonták ki ezeket a dolgokat, hiába voltak elzárva valamilyen szinten a külvilágtól és az onnan érkező infóktól. Ha jól emlékszem az volt, hogy az elején használhattak telefont, mármint úgy, hogy gyárthattak tartalmakat, aztán utána tematikus hét volt, ahol ténylegesen ez volt a feladatuk. (Közösségimédia-szakértő)

A műsor tartalmi változásaival összefüggésben elsősorban az emberi kapcsolatokat, a játékosok egymáshoz való viszonyának, kommunikációs stílusának változását emelték ki az adatközlők. A jelenség a vélemények alapján kapcsolatba hozható az egyre extrémebb személyiségek beválogatásával, az individualizmus eluralkodásával, a kooperációs készségek leépülésével és az egyre agresszívebb magatartásformák (fizikai és verbális) megjelenésével. A válaszokból az is kiderül, hogy a folyamatok mögött tudatos szerkesztői döntéseket látnak a szakértők.

Azt látom, hogy az egymás iránti tisztelet teljesen eltűnt. Mindenki azon dolgozott, hogy minél inkább különleges, feltűnő legyen, akár úgy is, hogy megalázza a másikat, hogy azzal tudjon eredményt elérni. Én ezt a szóhasználatban is látom, abban, ahogy beszélnek egymással a szereplők. Azt gondolom, hogy a szerkesztők belenyúlnak ezekbe a műsorokba és nagyon nagy felelősségük van abban, hogy milyen szituációkat alakítanak ki és hogy vélhetően milyen instrukciókat adnak a szereplőknek. (Közgazdász, marketing szakértő)

Ugyancsak az agresszióra kifutó helyzetek elszaporodását emelte ki a témában nyilatkozó pszichológus is, aki nem csak az erőszakos helyzetek térhódítását látja problémásnak, hanem azt is, hogy ezek gyakorlatilag már az első epizódtól fogva kiemelt figyelmet kaphattak a

⁴² GULD (2022)

műsorra jellemző szerkesztési gyakorlatok eredményeként. Súlyos problémaként beszélt arról is, hogy az agresszív cselekedeteket a játékmesterek szabadjára engedték, vagyis alig-alig szankcionálták, erre tényleg csak a legdurvább esetekben láthattunk példát. Ennek elsősorban az a kockázata, hogy a műsor normalizálja, elfogadhatóvá teszi az erőszak nyílt megnyilvánulási formáit, ami teljesen világosan látszik a verbális agresszió esetében, de időnként még a fizikai erőszak kapcsán is előfordult a 11-es szériában. Az interjúalany így beszélt erről:

Belekukkantva a mostani évadba, úgy gondolom, hogy a kezdet kezdetén lökdösődés, majdnem verekedés, nyíltszíni agresszív reakciók annyira nem voltak jellemzőek, mint amennyire most. Az agresszióknak van egy nyílt formája, ami már jobban látszik talán, sőt megengedett, elfogadottá vált. Ami a stílust illeti, abban a kommunikáció agresszivitása exponenciálisan emelkedik, és egyenes arányosságban áll a szereplők iskolai végzettségével és intelligenciahányadosával. (Pszichológus)

Nagyon hasonló véleményt fogalmazott meg a téma kapcsán a kommunikációs szakember is:

Talán az, hogy egyrészt sohasem látott mértékű erőszakot tapasztalhattunk, mintha megszűntek volna az erőszak határai. Ami nekem különösen szemet szúrt, hogy mindig is voltak szexista, megalázó, emberi méltóságot sértő feladatok és játékok, de azt a két esetet emelném ki az idei évadból, az egyiket letagadta a csatorna – de nekem jelezték olvasóim. (Kommunikációs szakember)

A játékosok megalázása és az agresszív viselkedés egy sajátos formájának konkrét példája egy másik véleményben is megfogalmazódott, az internetjogász a játékosok önmaguk ellen elkövetett erőszakos cselekedeteire hívta fel a figyelmet két eset kapcsán is. Az egyikben egy szereplő saját magát hozta megalázó, viszolygást keltő helyzetbe csak azért, hogy a „Nélkülözés hete” címen futó feladatsorozatban az alapvető szükségleteit ki tudja elégíteni, például ételhez és melegvízhez jusson.⁴³ A másik incidenst egy Guinness rekord inspirálta, ekkor az egyik játékos nyers tojásokat tört szét a homlokán, ami végül komolyabb sérülést, egy vérző sebet okozott a homlokán.⁴⁴ Nyilvánvaló, hogy ezek az esetek egy felnőtt fogyasztó felé is rossz üzeneteket közvetítenek, de ahogyan erre a szakértő felhívta a figyelmet, különösen rossz példát állítanak a kiskorú nézők elé.

Megnéztem a Guinness rekordos jeleneteket. Ott biztos, hogy nem embereket láttam. Senki nem mondta azt, hogy köszi, de én ezt nem akarom csinálni. Többfajta feladat volt, mindenki kipróbálhatott mindent. Én kettőt néztem meg, az egyik a tojástöréses volt, amikor a homlokán eltörte a tojást, a másik meg amikor az egyik srác zselét evett. (...) Amikor a srác azt a zselét ette, azt lehetett látni, hogy rosszul van attól, hogy ezt ennie kell, konkrétan fizikai rosszullete van. Ez milyen üzenetet közvetíthet az emberek felé, hogy de, hát ezt akkor is meg kell csinálni. Ugyanezt gondolom a tojás fejhez csapásáról is. Ha a homlokodhoz kell verni, ami egy érzékeny része a fejünknek, ha ezt folyamatos ütéseknek teszem ki, az komoly károsodást is okozhat. Ha ezt, vagy akár csak egy 10 másodperces ajánlót is lát belőle a gyerek, akkor azt fogja gondolni, hogy neki is ezt kell kipróbálnia, hogy nő legyen. (Internetjogász)

⁴³ „Itt a vége” – elindult a villában a Nélkülözés Hete. rtl.hu/valovilag/2023/01/03/itt-a-vege-nelkulozes-hete-etel-csengo

⁴⁴ ValóVilág: Guinness-rekordokat próbáltak újraalkotni a villalakók, de csak szenvedés lett belőle. 24.hu/szorakozas/2023/01/04/valovilag-vv11-guinness-rekordok-video/

A vélemény második felében a szakértő a konkrét jogsértés lehetőségét is felvetette, továbbra is arra hivatkozva, hogy a példában említett tartalmak kifejezetten károsak lehetnek a kiskorú nézőkre.

Egyiket sem engedtem volna élő adásban. Ez káros tartalom. Egy tizenéves, de még egy huszonéves sem tudja dekódolni, hogy ez csak a játék, a hülyeség rész, vagy komolyan veszélyeztetjük. A büntetőjogban létezik egy olyan bűncselekmény, amit közlekedési balesetek alkalmával lehet elkövetni: cserbenhagyás, segítségnyújtás elmulasztása, de amikor ezeket a képsorokat néztem, konkrétan azt éreztem, hogy a másik nyolc-kilenc ember, aki ott van, nem segít annak, aki ezt a helyzetet elszenvedi. Azért döbrent arcok voltak a szereplőkön, de senki nem szólt, hogy álljunk le, ezt ne csináljuk. (Internetjogász)

4.4. A VV11 szerkesztési gyakorlatainak általános megítélése

Az interjúk negyedik szakaszában a Való Világ 11 szerkesztési gyakorlata került fókuszba. Az itt megjelenő kérdések azt a célt szolgálták, hogy az adatközlők saját szakmai szempontrendszeik alapján értékeljék a műsorra jellemző általános szerkesztési elveket és gyakorlatokat. A probléma kapcsán szóba került, hogy vajon mennyire lehet reális a villalások által reprezentált társadalmi, kulturális „valóság”, mennyire reális az, ahogyan a résztvevők karaktere a műsorban bemutatásra kerül, mekkora teret kaphat a szerepjátszás, ez mennyiben igazodhat a szerkesztői elvárásokhoz, illetve egy átlagos néző mennyire láthatja át a műsor szerkesztettségét. Végül arra is kíváncsi voltam, hogy a szakértők megítélése szerint milyen távolabbi mutató következményei lehetnek ezeknek a szerkesztési gyakorlatoknak. A válaszok alapján a VV11 szerkesztési elvei olyan határokat feszegetnek, amire korábban nem láthattunk példát a hazai reality-kben, ez pedig komoly jogi és etikai kérdéseket is felvet:

A szerkesztésről nekem inkább etikai jellegű gondolataim vannak, hogy hogyan kell úgy szerkeszteni, hogy utána én mint szerkesztő a tükörbe tudjak nézni. Ez itt a kérdés. Minden egyes fázisnak megvan a maga felelőse és sajnos ezek még egymásra is rakódnak, nem egy ember alkotja ezt a valóságshow-t, ennek a szerkesztését, hanem mindenki csak még egy kicsi rohadékságot tesz hozzá. Az operatőr elkap egy olyan pillanatot, amikor valaki állatiasnak tűnően viselkedik, a következő szerkesztő meg már eljut addig, hogy a TikTok-ban már csak ez van. Many hands probléma. Így mindenki csak egy picit tesz hozzá, a végeredmény pedig egy morálisan már elfogadhatatlan dolog. (Szociálpszichológus)

Azt hittem, nem lesz 11. évad, borzasztóan meglepődtem, hogy mégis lett aztán. Ennek megfelelően a teljes falig elmenést láthattuk ebben az évadban. Az, hogy ez a társadalom azon rétegében, ami nem feltétlenül a kritikai gondolkodás fegyvertárával fogadja be ezeket a tartalmakat, mit okozhat, az ebben a legsúlyosabb. Nekem az a személyes meggyőződés, ezt nem tényszerűen állítom, hanem ezt gondolom, hogy ezzel is tökéletesen képből van a csatorna. (Kommunikációs szakember)

Lévn, hogy a VV11 egy kereskedelmi csatorna terméke, az interjúalanyok egyetértenek abban, hogy a szerkesztési elveket alapvetően az RTL gazdasági érdekei irányítják. A válaszokban felmerült, hogy a szerkesztettségnek a növekvő ingerküszöb, illetve a formátummal összefüggésben tapasztalható csökkenő érdeklődés miatt egyre nagyobb szerep jut, hiszen nagyobb erőfeszítést jelent, hogy a nézők figyelmét megragadják és megtartsák, illetve hogy ezen keresztül kiszolgálják a hirdető érdekeit.

Ez nyilván egy komoly gazdasági érdeknek a leképeződése. Szponzorokról, hirdetésekről, esetleg eladható karakterekről beszélünk itt. Azt gondolom, hogy a szerkesztettség egyre növekvő arányú a szériákban. Egyre inkább nem a spontaneitás érhető tetten, hanem hogy a számunkra nem látható, de létező igényeket kiszolgálják, ami nézettség-növekedéshez, platformok elnyeréséhez kapcsolódik. Azt gondolom, hogy ez a szerkesztettség egyre komolyabb munka is, mert ahogy említettem, az érdeklődés csökkenő. Ahhoz, hogy fennmaradjon, ahhoz, hogy mindig lehessen valamiről beszélni, komoly háttérmunka kell szerintem. (Közgazdász, marketing szakértő)

A téma kapcsán a szakértők egyetértettek abban, hogy a műsor legutóbbi szériája olyan szerkesztési eszközökkel élt, amelyek minden korábbi évadnál agresszívebben próbálták megragadni a nézők figyelmét. Ennek eredményeként az erősen szerkesztett tartalmakban, úgymint a beharangozókban, napi összefoglalókban, online felületekre feltöltött videókban, feltűnően megugrott az erőszakos és szexuálisan túlfűtött jelenetek aránya. Az egyik szakértő arra is rámutatott, hogy az ilyen és ehhez hasonló esetek kapcsán az egyik legnagyobb probléma az volt, hogy a kockázatos tartalmak az esti műsorsávon kívül is megjelentek a csatornán, időként kifejezetten gyerekeknek szánt műsorok előtt is.

Nekem már a kezdetektől óriási problémát jelentett, hogy tartalmilag mit állítanak össze. Például amikor az első, szexuális aktusra utaló mozdulatok megjelentek. Ezek lementek délután 3-kor, 5-kor, főműsoridőben, a gyerekeknek szóló esti mese előtt. Ezt végtelenül károsnak tartom. A gyerekeket nem lehet kitenni ilyenfajta médiaszennynek, mert az adott pillanatban nincs ott mellette egy felnőtt, aki meg fogja magyarázni, hogy azok a nénik és bácsik most ebben a helyzetben vannak, játszanak valamit, versengenek az emberek szimpátiájáért, és hogy mi az, amit el lehet hinni ebből. (Internetjogász)

Azt is érdekes látni, hogy míg a műsorral kapcsolatos problémák egyik része nagyon is tudatosan alakított szerkesztési gyakorlatokkal függenek össze, addig a káros tartalmak egy másik részéért éppen a szerkesztés hiánya okolható. A közösségimédia-szakértő rámutatott, hogy a VV11 minden korábbinál erősebben épített a social media jelenlétre, aminek az az oka, hogy a szerkesztők a Z generációt tekintették elsődleges célközönségnek. Viszont míg az online tartalmak előállítására és kihelyezésére óriási erőket fordítottak, a kommentszekciókban zajló felhasználói vitákat teljesen szabadjára engedték, vagyis a szövegeket nem moderálták. Ennek eredményeként a felületeken a legdurvább megszólalások olvashatók a mai napig is, hiszen ezeket a hozzászólásokat a műsor lezárása után sem távolították el.

Nagyon érdekes, hogy az Instagramon, ahol elkezdtek kommunikálni a produkció munkatársai, ott például a komment kezelésre nem fordítottak erőforrást. Ott vannak azok a nagyon durva mondatok, a szereplőket bántó kommentek, amik egyébként mindenhol máshol ott vannak, és attól félek, hogy talán a műsornak, meg a célcsoportnak a sajátossága. Ezek továbbra is ott vannak, több héttel a műsor vége után. (...) De semmi ilyen nem történt. Ki vannak rakva a tartalmak, ott egyik másik szereplőnek a halálát kívánják, vagy az anyját szidják, és ott van. (Közösségimédia-szakértő)

Végül a témával kapcsolatban a pszichológus kifejtette, hogy a való Világ szériákra, de különösen a 11-es évadra jellemző szerkesztési gyakorlatoknak hosszabb távon jelentősebb hatást tulajdoníthatunk. Azáltal ugyanis, hogy a nézők a tartalmakon keresztül már hosszabb ideje és egyre fokozódó mértékben vannak kitéve extrémításoknak, elindult egy elfogadási, belenyugvási folyamat. Megjelenik egy megfásult, rezignált attitűd, miszerint mindaz, amit látunk, tulajdonképpen normális vagy egész egyszerűen érdektelen. Igaz lehet ez a szereplők

társadalmi és kulturális helyzetéből fakadó problémákra, a megjelenített személyiségtípusokból származó egyre durvább konfliktusokra vagy éppen a cselekményben megjelenő szélsőségekre.

Ugyanakkor milyen kár, hogy a műveletlenségnek ez a fajta láttatása bizonyos szempontból így vált legitimé. Eljutunk odáig, mostanra meg pláne, hogy mindenki azt mondja, hogy egyébként meg nem tök mindegy? Ez a folyamat, amiben az agresszió filozófiai értelemben is jelen van, értéktelenítése megy az élet fontos részeinek, tartalmának, ha a kommunikációt nézzük, vagy az egymással való viselkedést, vagy a kulturális szignálokat, szabályokat, azokban is ott lesz valahogy a kulturálatlanság agressziója, hogy nem tök mindegy? (Pszichológus)

4.5. Szerkesztettség és a casting folyamata

Az interjúk ötödik kérdéscsoportja a szereplők kiválasztásával kapcsolatos szerkesztői elvek feltárását célozta.⁴⁵ A beszélgetésben itt érintettük azt a témát, hogy ki és mit gondol arról, hogy kik kerülnek be a műsorba, ez milyen üzenetet közvetít a nézők felé, illetve mennyire reprezentálhatják a szereplők a mai fiatalságot, pontosabban a Z generációt. A kérdések arra is kitértek, hogy a szereplők jellemének, viselkedésének lehet-e hatása a nézőkre, vagy tekinthetik-e őket példaképnek a fiatalabb nézők.

A kutatásban megszólaló szakértők egyetértettek abban, hogy a szerkesztési elvek folyamatos változása a szereplők kiválasztásában nyilvánul meg a legegységesebben. Az interjúalanyok felidéztek, hogy a hazai valóságshow-k húsz éves történetében úgy változott a casting gyakorlata, hogy a műsorba egyre extrémebb karakterjegyekkel rendelkező szereplők kerültek be, illetve olyan játékosok, akikről nyilvánvalóan látszott, hogy instabil személyiséggel rendelkeznek. A változás abban is tetten érhető, hogy a korai szériákban még több átlagosnak tűnő fiatal jelent meg, akik lassan bontakoztak ki a villában, ahogyan az egyik adatközlő fogalmazott, volt idejük „rácsozódkozni a világra”. Mára ezek a „hamvas karakterek” idejétmúlttá váltak, a 11. évadban már a huszonéves fiatalok is súlyos élettapasztalatokkal, komoly traumákkal és elakadásokkal kerültek a játékba. A szakértők további megfigyelése szerint a játékosok karakterével szemben támasztott egyre szélsőségesebb elvárások miatt a szereplők egy egyre szűkebb társadalmi csoportból érkeznek. S míg például a 11. évad kapcsán a csatorna többször hangsúlyozta, hogy a ValóVilág 11 a Z generációra jellemző karaktertípusokat, problémákat és élethelyzeteket mutat be, addig a valóság az, hogy a játékosokat egy jól körülírható, egészen szűk szocioökonómiai és szociokulturális háttérrel azonosíthatjuk, ami egyértelműen az alsóbb társadalmi osztályokhoz kötődik.

Nagyon érdekes, hogy a Wikipedián megtaláltam a szócikket a ValóVilág 11-gyel kapcsolatban, és egy kis táblázatban ott van, hogy a szereplőknek mi a foglalkozása. Hát, beszédes, érdemes megnézni. Nagy részük a vendéglátásban dolgozik, vagy munkanélküli. (Közösségimédia-szakértő)

A célcsoport kiegyensúlyozott vagy reprezentatív bemutatásával kapcsolatban erősen kritikus attitűdök köszönnek vissza a médiajogász válaszában is:

Sosem volt egyik valóságshow sem reprezentatív abból a szempontból, hogy valóban az adott korosztály legsokszínűbb választékát mutassa fel. Eleve, aki egy ilyen műsorba jelentkezik, az már egy olyan komoly szűrő, ami az adott korcsoportnak, és ez teljesen hasraütésszerű, 70%-át minimum félreteszi. A 70%-át nem lehet reprezentálni, mert sose menne be egy ilyen műsorba különböző okokból. Ez biztosan nem egy generáció teljes felmutatása, ez a generáció

⁴⁵ MAYER (2013)

legextrovertáltabb tagjai közül valamilyen szempontok mentén kiválasztott csoport, akiről lehet sok mindent mondani, aki alapján lehet az adott korosztályra vonatkozó következtetéseket levonni, de a következtetések levonása sohasem ugyanazt a mennyiségű és minőségű figyelmet fogja kapni, mint maga a műsorszám. (Médiajogász)

A beszélgetések során a szereplők pszichológiai állapotára került a legnagyobb hangsúly. A terület szakértői kifejtették, hogy a szerkesztési gyakorlatok kapcsán éppen a kiválasztás az egyik legproblémásabb kérdéskör, s ezzel összefüggésben számos durván manipulatív, etikai vagy akár jogi értelemben is erősen kifogásolható esettel találkoztak. Az interjúalanyok komoly ellentmondást érzékelnek abban a tekintetben is, hogy a csatorna kommunikációja szerint a szereplők alapos pszichológiai vizsgálatok után vesznek részt a játékban, ugyanakkor a 11-es szériában egyes karakterek már a beköltözés pillanatától fogva diszfunkcionálisan működtek, s ez a műsor későbbi adásaiban csak egyre nyilvánvalóbbá vált. A téma kapcsán több beszámolóban találkozunk Lamin említésével, akiről szinte mindenki „időzített bombaként” tett említést. Ugyanígy gyakori példa a győztes VV Kriszti, aki problémás viselkedése miatt már a műsort megelőzően is téma volt a nyilvánosságban, majd a villában tanúsított magatartása egyértelművé tette, hogy esetében egy kifejezetten instabil, sérülékeny személyiségről van szó.⁴⁶ A hozzá hasonló karakterek számára a szakértő szerint nem csak a villában eltöltött idő lehet problémás, az is óriási kérdés, hogy vajon a műsort követően vissza tudnak-e találni a hétköznapokba.

Azon gondolkodtam, a hírekből megismert győztes, VV Kriszti, akivel láttam riportokat, interjúkat, vajon mit kezd majd magával, hogy tud majd élni, helyre tudja-e tenni ezt az élményt. (...) Látva ezt a lányt, aki megnyerte, pár cikket végigfutottam, hogy hogyan érzi magát, mennyire instabil, mennyire gondolja azt, hogy meg kell találnia önmagát, mit gondol az összegekről, lehet-e vele valamit kezdeni. Ahhoz ez a 30 milliós összeg pont sok, hogy elkötyavetyéljük, és kevés, hogy valami olyat lehessen belőle venni, pl. lakást. (Pszichológus)

A kérdés kapcsán az is felmerült, hogy a szerkesztők gyakran téves megközelítést alkalmaznak a kiválasztás folyamatában. Az alábbi beszámoló alapján a félreértés abból származik, hogy a kiválasztás során olyan embereket is beválogatnak a játékba, akik önmagukat adják, vagyis nem „játszmáznak”. A szociálpszichológus szerint ez azért jelent óriási kockázatot, mert ezek a karakterek a villára jellemző extrém körülményeket rosszul viselik, illetve nagyobb eséllyel szenvednek el maradandó lelki sérüléseket a játékban, esetleg azt követően a villalét után. A hazai valóságshow-k történetéből tudjuk, hogy ez a megoldás akár egy egész élet kisiklásához is vezethet.⁴⁷ A médiaipar pedig ennek ellenére is olyan szerződéseket kényszerít rá gyakran lelkiileg sérült fiatalokra, amelyek lehetséges következményeit egyes szereplők aligha képesek felmérni:

Sokkal inkább ezeket a fiatalokat kellene védeni egy olyan szerződéssel szemben, amelyet egy multinacionális cég, egy globális vállalat a háttérjogásaival kikényszerít egy 19 évesből, vagy akár idősebből. (...) A legabszurdabb számomra az volt, amikor egy pszichológus, aki ezekben a kiválogatásokban részt vett, azt mondta, hogy X.Y-t azért választottuk be, mert nem játszmázott. Hát, basszus, ennek a műfajnak épp az a lényege, hogy az marad életben, aki játszmázik. Aki meg nem játszmázik, lehet, hogy akár meg is nyeri a műsort, csak utána a

⁴⁶ Részegen balhézott a rendőrökkel, most a Való Világban parádézhat a botrányos színésznő. promotions.hu/orszagos/szines/2022/11/27/valo-vilag-vv-kriszti-ejjel-nappal-budapest-karnics-krisztina-botrany

⁴⁷ Új videóban üzent BB Évi, aki soha nem jöhet ki a pszichiátriáról. www.origo.hu/teve/20221108-friss-videon-uzent-bb-evi-aki-soha-nem-johet-ki-a-pszichiatriarol-tv.html

diliházban kell majd kezelni, mert ő nem olyan karakter, aki játszázni tudna.
(Szociálpszichológus)

A szakértő az alábbiak szerint pontosította véleményét:

Még a pszichológusok is mekkora tévedésben voltak ezek szerint, mert ők egy egészséges személyiséget kerestek, mert az gondolták, hogy akkor tisztességesek, ha egy egészséges személyiséget engednek be. De nem. Ide sérült, zavaros személyiségek kellenek, akik túl tudják élni a saját önigazoláson keresztül. Akikben már van annyi gonoszság, annyi harc, az addig szerzett traumáikon keresztül, amiben ez a trauma nekik már nem oszt, nem szoroz, vagy akár jól is jönnek ki belőle. Az egészséges személyiségekkel nagyon vigyázzunk, ne engedjük ilyen helyzetbe őket. (Szociálpszichológus)

A karakterek nézőkre gyakorolt hatásával kapcsolatban kifejezetten pesszimista válaszokkal találkozhatunk.⁴⁸ A tartalommal kapcsolatos befogadói attitűdök közül ugyanis általánosnak tűnik az empátia hiánya és az áldozathibáztatás gyakorlata. A nézők egy jelentős része valószínűleg már nem érzi át a játék által teremtett extrém szituáció egyénekre gyakorolt hosszabb távú negatív hatásait, s végül megjelennek a „minek jelentkezett”, „minek ment oda” típusú vélemények. Összességében mindez párhuzamba állítható a szereplők tárgyiasításával és azzal a szerkesztői gyakorlattal, ami mindennek egyre szélesebb teret enged.

Nagy a veszélye annak, hogy ez nem feltétlenül vált ki rokonszenvet vagy együttérzést belőlük. (...) Ez a társadalmi elidegenedés mentén is leírható, de a személyiség életében is megjelenő távolodás a többiektől, amiben az énes célok sokkal erősebbek, ami mentén törvényszerűen elkezd csökkenni az empátia szintje. Azonosulni valamivel csak akkor tudok, ha empátiát is átélhetek. Ha nem tudok, akkor az illetővel nem fogok. Mi lehet az eredménye egy ilyen műsor megnézésének? Vagy az agresszív impulzusok átélése, vagy olyan típusú jó érzések átélése, amik a látott személyek leértékelése mentén jöhetnek létre. Mind a kettő agresszív kategória.
(Pszichológus)

Ennél is nagyobb problémának tűnik, ha a csatorna ezeket az üzeneteket tudatosan a Z generáció felé közvetíti:

Az, hogy a Z generációt célozza meg ez a műsor, az nagyon szomorú. Azt vélelmezik, hogy őket már csak ilyen agresszív impulzusokkal lehet elérni, amiről én, és nagyon sok más kutató szeretnénk azt gondolni, hogy nem így van. Közben agresszív a világ, mohók a cégek, az se lenne igaz, ha azt mondanánk, hogy ebbe a gyönyörű és barátságos világba miért kell ilyen csúnya műsort készíteni. (Pszichológus)

4.6. Szerkesztettség és cselekmény

Ahogy az a tanulmány elméleti bevezetőjéből kiderült, különböző valóságshow-k különböző szerkesztési gyakorlatokat követnek, és a műsorokban a profi/amatőr, fikciós/nem fikciós, szerkesztett/szerkesztetlen kategóriájú tartalmak legkülönbözőbb változataival találkozhatunk.⁴⁹ Azonban mivel a valóságshow-k a kereskedelmi tömegmédiá jellegzetes termékei, ezért a programok szerkesztési megoldásai elsősorban a piaci igények kielégítését szolgálják – ez a műfaj 20 éves hazai történetét vizsgálva az ingerküszöb egyértelmű

⁴⁸ HILL (2005)

⁴⁹ NUNN–BIRESSI (2005)

emelkedését eredményezte. Összességében mégis nagyon izgalmas kérdés, hogy a megkérdezett szakértők mit gondolnak arról, hogy a VV11 esetében mekkora hatást gyakorolt a szerkesztettség a cselekményre, illetve a fogyasztók elé kerülő produktumban vajon mennyire ismerhetők fel tudatos szerkesztői stratégiák vagy az ezzel kapcsolatos szándékok. Az interjúk hatodik szakaszában arra is kitértünk, hogy a válaszadók emlékeznek-e a műsorral kapcsolatos nagyobb botrányokra vagy leleplezésekre, illetve arra, hogy ezeknek milyen szerepe lehetett a közönség figyelmének irányításában. Az interjú a kérdéssel összefüggésben azt a problémát is tematizálta, hogy az említésre kerülő esetek hogyan csapódhatnak le egy átlagos nézőben, és mindez mit árulhat el a műsor szerkesztési evolúciójáról.

A válaszok alapján az látszik, hogy a szakértők kivétel nélkül a tudatos manipuláció eszközének tekintik a szerkesztési gyakorlatokat, ahol az RTL esetében is mindent a nézettségnek vetnek alá a műsor gyártói. A megkérdezettek belátják, hogy a ma már szinte ártatlannak tűnő korai valóságshow formátumok nem kötnék le a kortárs fogyasztók figyelmét. A közösségimédia-szakértő például így válaszolt arra a kérdésre, hogy szerinte szükség van-e arra, hogy a szerkesztők folyamatosan emeljék az ingerküszöböt:

Mindenképpen, mert e nélkül nem is tudna fennmaradni egy ilyen produkció. Az, ahogy működött a legelső, szerintem ma viszonylag hamar elvérezne. Szerintem kevesen vagyunk olyanok, akik a nosztalgia kedvéért megnéznék azt, hogy hogy működik ez az egész. Nyilván érdekes azt látni, hogy az aktuális kor elvárásait hogyan tudják beleépíteni a szerkesztők, hogy tudják használni a formátumnál a szereplőknél ezt az érdeklődés fenntartására. (...) Azon gondolkodtam, amikor a botrányok napvilágot láttak, hogy vajon ez benne van a forgatókönyvben, és azért kell, mert hogy egyébként nem néznék, folyamatosan kell valami iszonyú erős inger, ami ugye a Z generációra jellemző. Nem elég, hogy történik valami, hanem valami olyannak kell történnie, amitől lerepül a hajad. (Közösségimédia-szakértő)

Hasonló szempontok szerint értelmezhetjük a műsorban megjelenő botrányos eseményeket a gazdasági nézőpont szerint is, ami az alábbiak szerint nemcsak jól illeszkedik a műsor stílusához, hanem azt a hatást is eléri, hogy minél többen, minél többet beszéljenek a programról:

De nekem ebbe az egész formátumba nagyon beleillenek ezek a kvázi botrányok. Nem csak azért, mert maga a formátum is ilyen, hanem azért, mert ez egy cél lehet, hogy minél többet beszéljünk róla. Ráadásul ezzel még az is a baj, hogy azt a célt próbálják elérni, amit az előbb megfogalmaztál, hogy majd ők a társadalmi felelősségvállalást is felvállalják, megmutatják a fiatal generációt. (Közgazdász, marketing szakértő)

A téma kapcsán nyilatkozó internetjogász azt is kifejtette, hogy a nézők figyelméért folytatott harcban az online tartalmak népszerűsítése is szempont volt. Ezért az erősen szerkesztett televíziós tartalmak részben azt a célt szolgálhatták, hogy ezeken keresztül húzzák be a nézőket a napi 24 órás streaming követésébe is:

Azt gondolom, hogy a szerkesztők úgy választották meg a tartalmakat, hogy ezek kattintásvadász tartalmak legyenek. Meglengették a mézesmadzagot a nézőközönség előtt és úgy vágták meg a tartalmakat, ami arra sarkallta az embereket, hogy még többet akarjon ebből nézni. Ez nyilván megvolt az első szériáknál is, de azt érzem, hogy a kattintásvadászat azzal, hogy a közösségi médium mennyire teret hódít az emberek életében, még jobban megjelent, még jobban beletolják az emberek arcába ezt a dolgot. (Internetjogász)

A szerkesztési stratégiák változása kapcsán a válaszadók elmondták, hogy a cselekmények bemutatása az évek során egyre extrémebb irányba tolódott el, egyre több lett az olyan meghökkenítő, megbotránkoztató jelenet, amelyet korábban el sem tudtak képzelni a televízió képernyőjén. Az egyik adatközlő szerint az igazi vízválasztót a VV10-es széria jelentette, ahol a szerkesztők olyan pillanatokot válogattak be a napi összefoglalókba, amelyek semmilyen lényeges elemet nem adtak hozzá a cselekményhez. Ezzel szemben a céljuk csak egy eltorzult kíváncsiság kielégítése lehetett, miközben a szereplőket súlyosan megalázták. A példában a következő eset jelent meg:

A csatorna szerintem tavaly lépett át egy olyan vörös vonalat szerkesztési elvben, ami után én őszintén nem lepődöm meg semmin. A tavalyi évadban Renátó volt a balhész figura, aki erőszakos volt, bántalmazott. Eleve a WC-be van kamerázva, az is sérti az emberi méltóságot, az is érdekes, hogy azt legálisan meg lehet csinálni. (...) Döbbenetes, hogy az a szerencsétlen fickó, aki be van zárva egy villába, önkielégítést végzett, utánament a kamera, leadták ezt a maszturbációt, és alávágták a csattogó hangot. Ez volt az a vörös vonal, ami után akármi is megtörténhet. (Kommunikációs szakember)

A 11-es széria kapcsán ugyancsak több olyan jelenetet, cselekményszálát sikerült felidézni a beszélgetések során, amelyek kifejezetten problémásnak tekinthetők. Ezek csak a tudatos manipuláció, vagyis az erős szerkesztettség okán kerülhettek be a napi összefoglalókba akkor is, ha az említett esetekről a program készítői pontosan tudhatták, hogy azok akár jogszabályokat sértenek, illetve kifejezetten káros hatást gyakorolhatnak a nézőkre, különösen a fiatalokra. A problémás esetek szinte kivétel nélkül a verbális vagy fizikai agresszió megjelenéséhez kapcsolódnak, nem egy esetben a jelenetek férfiak és nők között játszódnak, ahol egy domináns szerepben megjelenő férfi él vissza a fizikai erőfölényével.⁵⁰

Volt a villában egy komoly incidens, amikor az egyik szereplő alkoholos befolyásoltság alatt megrángatta, és egy ősi szakmát üzőhöz hasonlította az egyik lányt. Azt gondolom, hogy ekkor is nagyon érdekes helyzet valósult meg, ugyanis mindenki állt és hallgatott kb. 1–1,5 percig, mielőtt elkezdtek volna csitítani a játékost. Ez sem egy elfogadható helyzet. Itt is történt egy bűncselekmény. A hölgynek becsületsértésért, rágalmazásért joga lenne feljelenteni, hiszen nagy nyilvánosság előtt történt, láthatta az is, aki a streaminget nézte, vagy akár az élő adást ennél a jelenetnél. Milyen példát mutat ez? (Internetjogász)

Az interjúk során többen kitértek a fent említett gyakorlatok negatív hatásaira. A megszólalók úgy érzik, hogy az említett eseteknek távolabbra mutató hatásai is lehetnek, mint pusztán csak a nézők figyelmének megragadása. Különösen a fiatal fogyasztók esetében a tartalmak legitimációs hatást válthatnak ki, vagyis azt az üzenetet közvetíthetik a nézők felé, hogy a képernyőn megjelenő szélsőséges viselkedésmód tolerálható, beilleszthető a hétköznapi megnyilvánulásokba. Ezen érdemben az sem segít, hogy a csatorna számos törekvését láthattuk arra vonatkozóan, hogy ezeket a problémás adásokat megpróbálták átkeretezni, például azzal érveltek, hogy így próbálják felhívni a társadalom figyelmét a kapcsolaton belüli erőszak jelenségére, esetleg a Z generáció érzelmi labilitására.⁵¹

Az biztos, hogy ezeknél a típusú jeleneteknél mindig benne van a pakliban, hogy ezek szerkesztett adások. Ha ezek bekerülnek, ezeknek van egy legitimációs ereje. Ez nem egy

⁵⁰ MOORTI-ROSS (2004)

⁵¹ Z-GENERÁCIÓ: exkluzív műsor a ValóVilág11 nemzedékéről. rtl.hu/valovilag/2022/12/22/z-generacio-exkluziv-musor-valovilag11-nemzedek-beszalgetes-szakerto-puskas-dallos-peti

reflektált bemutatása a nők elleni erőszaknak, ez azt mondja, hogy ez megtörténik, és ha megtörténik, mi adásba adjuk, ahelyett, hogy valamilyen módon megpróbálnánk azonnal keretezni, és átkeretezni. Nyilván nehéz ezt jól csinálni, hogy ne legyen nagyon didaktikus, de pusztán bemutatni, hogy ez meg tud történni, emberek ilyen kiszolgáltatott helyzetbe kerülhetnek egy erőszakos fellépés miatt. (Média jogász)

Az adatközlő ezt a gondolatmenetet azzal folytatta, hogy a csatorna ezekkel a programelemekkel komoly önellentmondásba keveredik, ami a márka pozícióját instabillá teszi. Az érvelés alapján az RTL vezetése évek óta azon dolgozik, hogy egy olyan pozitív imázst alakítson ki a csatornáról a hazai nyilvánosságban, ami azt üzeni, hogy ez az a médium, ami a kiegyensúlyozott, demokratikus társadalom számára megfelelő kereteket tud biztosítani. Ugyanakkor az itt tárgyalt esetek ennek éppen az ellenkezőjét sugallják, egyértelműen lelepleznek egy olyan rövidtávú gazdasági stratégiát, amelyben a „közjót” a pillanatnyi haszonszerzés funkciójának rendelik alá.

Ez egy nagyon komoly felelősség a műsorszolgáltató oldalán, és ez az, ami miatt ez az egész mégiscsak más, mint egy YouTube-csatorna, vagy egy influencer, itt egy nagy, erőforrásokkal rendelkező, komoly profitérdekeltség mentén működő, egy intézményileg, jogilag jól körülbástyázott szervezetről van szó. (...) Ezt nagyon könnyű lerombolni azzal, hogy valamiféle képzelt versenyben továbbmegy ezekben a tabudöntőgetésekben, pláne, hogy nincsenek is már tabuk, nincs is mit ledönteni. Én ezt a szolgáltató szempontjából sem értem, hogy miért gondolja, hogy ez neki akárcsak rövidtávon valamiféle pluszt hoz, miközben azon dolgozik, hogy egy egészen másfajta brand-et építsen fel magáról. (Média jogász)

A hozzászólás utolsó részében újra felmerült a tartalmak nézőkre gyakorolt hatása is, ami a szakértő szerint sokféle lehet, de az igazán súlyos kérdés mégis az, hogy a jogsértő esetek sora milyen stratégiai döntések eredményeként és hogyan kerülhet a képernyőre.

Nekem fontosabb kérdés a társadalmi felelősség, hogy mit akar ezzel megmutatni? Mi a célja annak a szerkesztői döntésnek, amelyik bevág egy ilyen erőszakos jelenetet? Vagy én gondolok túl keveset a nézőkről, vagy ő túl sokat. Nincs olyan, hogy a néző, de biztosan lesz egy csomó olyan néző, aki ebben pusztán ilyen perverz élvezetet lát, mint egy pankrációban, és lesz olyan néző, aki megbotránkozik, és ilyen módon megerősítve érzi saját értékrendjét. Ez valójában nem a szolgáltatón múlik, ő egy dolgot tud eldönteni, hogy ezt beteszi adásba, vagy nem teszi be adásba. (Média jogász)

4.7. Szerkesztési gyakorlatok hatása a közönségre

A kutatás hetedik fázisában arra törekedtem, hogy a szakértői vélemények alapján még pontosabb képet alkossak arról, hogy a VV11-re jellemző szerkesztői megoldások milyen hatást fejthetnek ki a közönségre. A probléma kapcsán azzal is foglalkoztunk, hogy a nézők vajon miért követik a műsort, egyáltalán kik lehetnek 2023-ban a Való Világ állandó követői, és mennyiben változhatott ez a korábbiakhoz képest. Az interjú során itt arra is kitértünk, hogy a program közönségén belül milyen nézői típusokat lehet elkülöníteni, ezek közül kire fejthet ki nagyobb befolyást a tartalom, illetve a negatív következmények mellett vajon beszélhetünk-e pozitív hatásokról. Az elhangzottak alapján úgy tűnik, hogy a műsorban bemutatott tartalmak bizonyos jelenségekkel kapcsolatban képesek lehetnek a közönség percepciójának megváltoztatására, de ez a hatás különböző nézői csoportokban különböző mértékű lehet.⁵²

⁵² HILL (2005)

Abban viszont mindenki egyetértett, hogy 2023-ban egy hazai gyártású valóságshow már nem tud átütő hatást elérni pusztán abból kifolyólag, hogy ma már olyan sok csatornán keresztül érhető el olyan sok tartalom, hogy az adott műsor nézettsége még akkor sem lehet igazán magas, ha a szerkesztők egyre extrémebb megoldásokkal próbálják megragadni a figyelmet.

A Legyek urá-t. Azt mindenki ismeri, nagyon sok mindent nem tudunk ma már önmagával a helyzet bemutatásával elérni. A szerkesztő mindig jogi értelemben is felelős, de ami ennél fontosabb és nehezebben megfogható, az annak a végig gondolása, hogy milyen társadalmi következményei lehetnek ennek. Nem akarom túlértékelni, egy-egy műsorszám a mai nyilvánosságban sokkal kisebb hatást ér el, mint ért volna el 10–15 évvel ezelőtt. (Médiajogász)

Gyakorlatilag ugyanez a nézőpont jelenik meg egy másik véleményben is, miközben ebben az esetben a műsor fő célcsoportjának tartott Z generáció médiafogyasztási mintázataira kerül hangsúly:

Az egyik, amiről nem beszéltünk, de szerintem nagyon fontos jellemző, az, hogy a Z generáció már nem csak magyar tartalmakat fogyaszt. Globális lett a verseny közben. Ha más országokban, más platformon, más valami érdekes van, oda fognak menni. És bármennyire is magas a médiával töltött idő, akkor is van egy korlát, nem lehet tovább feszíteni. Egyrészt tehát ez az, ami szerintem még plusz nehézséget okoz a formátum megtartásának. (Közgazdász, marketing szakértő)

A beszélgetések során az is kiderült, hogy a szakértők párhuzamot vonnak a műsor hatásának mértéke és a nézők szociokulturális, szocioökonómiai státusza között. A megkérdezettek úgy vélekednek, hogy a magasabb pozíciót elfoglaló nézők 2023-ban már eleve kisebb arányban követik a műsort, ami részben azzal függ össze, hogy a formátumon már évek óta a kifáradás jelei mutatkoznak, részben pedig azzal, hogy a jelentősen szélesebb, nemzetközi tartalmi kínálatból ők más programokat részesítenek előnyben. Ezzel szemben a VV11 az alacsonyabb státuszú, kedvezőtlen körülmények között élő nézők között tarthat számot nagyobb figyelemre, ahol az sem ritkaság, hogy a közönség követendő példát lát a képernyőre kerülő, egyébként hozzávetőlegesen hasonló státuszban lévő szereplőkkel. Minderről így beszélt az egyik olyan szakértő, aki rendszeresen vezet médiatudatosság tematikájú workshopokat Z generációs fiatalok körében, és aki személyesen is találkozott a jelenséggel:

Nagyban befolyásolja az iskolázottság, a környezet, hogy hol élek, hol olvasom, hol találkozom ezzel a tartalommal, és hogy egyáltalán milyen személyes kötődésem van ehhez a tartalomhoz. Ha az ország hátrányosabb helyzetű régióit nézzük, ott komolyan lehet egy életcél is, a hírnév fokmérője az, hogy bekerülök egy ilyen műsorba. Azért nézem, fogyasztom tudatosan ezeket a tartalmakat, mert hogy el akarom lesni, hogy mit kell ahhoz csinálnom, hogy a következő szériában én legyek az, akiért drukkolnak. (Internetjogász)

Hasonló véleménnyel találkozhatunk egy másik beszámolóban is, ahol az is felszínre került, hogy a bedrótozott nemzedékként vagy digitális bennszülöttként jegyzett Z generáció bizonyos szempontból immunisabb lehet a káros tartalmakkal szemben, mert sokan közülük már felismerték a média káros hatásait. Ugyanakkor ebből az érvelésből is kitűnik, hogy mindez csak a szerencsésebb helyzetű, jó körülmények között élő fiatalokra lehet igaz, míg a társadalom perifériái felé haladva a problémás tartalmak negatív hatása jelentősen felerősödhet:

Alapvetően mégiscsak azt lehet látni, hogy ez a generáció jóval tudatosabb, jóval kritikusabban gondolkodik, a menők korlátozzák a saját közösségi médiahasználatukat napi fél órára. Azt is

tudják, hogy a napi fél óra az a maximum idő, amit mentális egészségkárosító hatás nélkül el lehet tölteni online a közösségi médiában. Ők ezt a fél órát is célzott tartalmakra fordítják, amik az érdeklődési körükbe tartoznak. Van az a kiszolgáltatott, kevésbé edukált, alulszocializált réteg, aki nem így működik. Mindig is lesz ilyen réteg, hacsak nem válunk Finnországgá. (Kommunikációs szakember)

Szintén a Z generációra gyakorolt hatásra mutatott rá az a vélemény is, ami azzal a felvetéssel összefüggésben merült fel, hogy a 11-es évadban a csatorna kifejezett szándéka volt, hogy a Z generációnak készítsen műsort a Z generációról. Az RTL hivatalos kommunikációjában is számos alkalommal megjelenő téma jellegzetessége volt, hogy a szerkesztők egy probléma központú megközelítést követtek, azaz tudatosan igyekeztek a generációt érintő tipikus problémákra irányítani a figyelmet, úgymint a szorongás, a pszichológiai problémák, a traumatizált gyermekkor vagy éppen a stabil párkapcsolatok hiánya.⁵³ Ezt a megkérdozett szakértők egy alapvetően álságos megoldásnak találták, amelyben az egyébként létező problémák szenzációhajhász bemutatása mellett a társadalmi edukáció funkciója nyomokban sem jelent meg. Az egyik interjúalany pedig úgy látta, hogy a súlyos problémákkal terhelt szereplők előtérbe állítása azt eredményezheti, hogy ez a modell válhat etalonná a fiatalabb nézők esetében:

Az a fő problémám, hogy ez inkább már szenzációhajhászassá ment át. A nézőkben azt erősítheti, hogy ha nekem nincs problémám, nincs valami traumám, akkor én nem is vagyok a társadalom tagja, kívülálló vagyok, furcsa vagyok. Ha Z generáció, aki alakul, fejlődik, keresi a határait, próbálgatja magát, azt látja, hogy csak akkor juthat előre, hogy ha tele van traumákkal, hogy ez az élet, és ez a forgatókönyv, szerintem ez nagyon bajos. (Internetjogász)

A témával összefüggésben megjelenő egyik lehangosabb diskurzuselem a hosszabb távú pszichológiai hatások problémáját tematizálta. A jelenségről nyilatkozó pszichológus kifejtette, hogy egy széria megtekintése még nem lenne óriási probléma, a baj azzal van, hogy a tartalmak fokozatosan egyre durvábbá váltak, a hatások pedig összeadódnak. Ahogyan erre korábban is utalt a szakértő, ez lecsapódhat abban, hogy a nézők közönyössé válnak a látottak kapcsán, szinte normálisnak látják azokat a súlyos visszaéléseket, agresszív megnyilvánulásokat, amelyeket a szereplők kénytelenek átélni a felvételek során. Ugyanígy súlyos kérdés lehet a szexualitás területe, ami hosszú ideje szintén problémás módon jelenik meg a tartalmakban.⁵⁴ Az aktus ma már azonnal megtörténik a beköltözést követő első éjszakán, az együttlét pedig kötelező jellegűvé, mechanikussá és instrumentálissá válik. Eközben a valódi érzelmek és a mély kapcsolódás élménye ellehetetlenül, s ez egy teljes generáció szexualitással kapcsolatos attitűdjét befolyásolhatja:

Haladva a 2020-as évek felé, az a fajta agresszívabbá váló érzelmi viszony, ahogy viszonyulnak az emberek is általában egymáshoz, annak egy érdekes esetvignettája is volt. (...) Azzal, ahogy a szexualitás alakul, azt gondolom, hogy annak az evolúciója is tükrözi azt a fajta leértékelődést, amit leírnak a kutatók általában, az online tér vagy közösségi média térnyerése, az élet gyorsasága kapcsán. Az érzelmek gyors átélése elvárás lesz, a valódiságuk mintha megkérdőjelezhetetlen lenne, így sem mélységük, sem valódi megtartó erejük nincsen, csak növekszik alatta az a tudattalan bizalmatlanság, ami elvezet odáig, amit néha látunk, hogy a Z

⁵³ Z-GENERÁCIÓ: exkluzív műsor a ValóVilág11 nemzedékéről. rtl.hu/valovilag/2022/12/22/z-generacio-exkluziv-musor-valovilag11-nemzedek-beszelgetes-szakerto-puskas-dallos-peti

⁵⁴ HETSRONI (2011), KAVKA 2017

generációnak a szexualitás egy dolog, amin túl kell esni, amit lehet művelni, de ha nem muszáj, nem kell vele érzelmeket átélni, egy ilyen szükséglet. (Pszichológus)

Mindezt így fejtegette tovább az interjúalany:

A szereplők szexualitásának a felvállalása, a játszása, a megmutatása, a műsorkészítők általi kihasználása annyit tesz, hogy a szexualitás is az intim zónából kikerül abba a transzparencia zónába, ahol megfosztódik egy csomó olyan tulajdonságától, vonásától, ami egyébként fontos lenne. Azt látjuk, hogy a szereplők, akik ott vannak, megfosztódnak nagyon sok olyan joguktól, ami egyébként természetes velejárója az emberi létnek. (Pszichológus)

A műsor pozitív hatásairól az adatközlők szűkszavúan nyilatkoztak, úgy tűnik, hogy már az értelmiség köreiből sem igazán népszerű az az elfogadó, liberális nézőpont, miszerint a ValóVilág 11-hez hasonló popkulturális tartalmak nemcsak, hogy nem veszélyesek, hanem a kereskedelmi szerepükön túl egyéb fontos funkciójuk is lehet. Vagyis ezek a műsorok ma már semmilyen kulturális vagy társadalmi missziót nem látnak el azáltal, hogy hangot és láthatóságot adtak olyan perifériális társadalmi rétegeknek, amelyek korábban a paleotelevízióra jellemző környezetben soha nem váltak láthatóvá, nem lehetett őket hallani. A beszámolók szerint az elmúlt 20 évben komoly változások történtek a műsorokban, éppen a szerkesztői gyakorlatok átalakulása kapcsán, így a kortárs médiakörnyezetben ez a fajta magyarázat szinte teljesen elveszítette a relevanciáját, s így a képernyőn látható tartalmak pozitív interpretációjának lehetősége is erősen beszűkült.

Nagyon sokat tanultam Császitól, viszonylag kevés olyan ember van, akire rá tudok mutatni, hogy formálta a gondolkodásom. Ő tényleg ilyen volt, hiszen én jogászként indultam, és ez nagyon más megközelítés. Mindig is volt valamiféle vitám vele, de elfogadom azt, hogy amikor ezek a műsorszámok megjelentek, akkor tényleg volt valamiféle demokratizáló erejük a nyilvánosságban, de az egy másik fajta nyilvánosság volt, mint a mai. (...) Az, hogy ma vannak-e olyan témák, amik nincsenek kitéve a nyilvánosság elé, illetve vannak-e olyan szereplők, akik nem tudnak felépíteni saját jogon valamiféle nyilvános elérést, ebben vannak kétségeim. (Média jogász)

4.8. Szerkesztési gyakorlatok önálló szakmai szempontok tükrében

Az interjúk utolsó szakaszában igyekeztem teret adni annak, hogy az interjúalanyok a saját szakterületük szempontrendszeri alapján összegezzék a VV11 szerkesztési sajátosságaival kapcsolatos benyomásaikat. A témakonstrukcióval összefüggésben arra kérdeztem rá, hogy az elhangzottak alapján hogyan látják a valóságshow-k korábbi, jelenlegi és jövőbeli szerepét, szakmai szempontok alapján mit tartanak leginkább problémásnak a szerkesztői gyakorlatokban. Kitértünk arra, hogy mit gondolnak a csatorna és a fogyasztó felelőségének viszonyáról, és milyen javaslatokat tennének arra vonatkozóan, hogy hogyan kellene kezelni a jelenlegi szerkesztési gyakorlatokból származó problémákat. Végül azt szerettem volna megtudni, hogy vajon milyen szerkesztési elveket kellene követni ahhoz, hogy biztonságosabbá tegyék a valóságshow-k világát.

A valóságshow-k jövőjével kapcsolatban a szakértők egyelőre nem számítanak nagyobb horderejű változásokra. Érvelésük szerint a hagyományos reality-k ideje lejárt, a formátum elfáradt, a nézők már mindent láttak, ami érdekes lehet. A válaszok között az is elhangzik, hogy az elmúlt 20 év során jelentős változások történtek abban a mediális térben, amiben a valóságshow-k más tartalmakkal versenyeznek. Nemcsak a csatornák és az azokon elérhető tartalmak száma nőtt robbanásszerűen, hanem a közösségi média és a felhasználói tartalmak

térhódításával ma már mindenki képes arra, hogy a „saját valóságshow-jának főszereplője legyen” – a hétköznapi témákkal foglalkozó privát posztokban éppen ezt látjuk megvalósulni. Ezzel együtt a valóságshow-k elveszítették a különlegességüket, mások életének kukkolása ma már nem egy bizsergetően izgalmas újdonság, hanem a mindennapok része.

Azt mondom, hogy megállt az a fejlődés, ami eddig volt. Az, hogy az elején volt az üstökösszerű felvonulás, hogy több millióan követték az eseményeket, ez megszűnt. Ez a termék is megkapta a maga konkurensait, így aztán nagyon nehéz előre lépni. Nem mondom, hogy akár maga a trash reality kategória megszűnik, mert biztos, hogy nem, csak mindig kell valami újdonság. (...) Nem gondolom tehát, hogy megszűnik, de ez a mostani, 11-es évad már nagy erőlködés volt. (Közgazdász, marketing-szakértő)

Én inkább azt mondanám, hogy szerintem a valóságshow-k ideje lejárt. Nyilván van az emberekben egyfajta ösztönös kíváncsiság, hogy kivel mi történik, meg hogy a másik hogyan csinálja, de én nagyon szeretnék abban hinni, hogy ez a fajta minőség már nem az, ami fogadóközönségre talál. Tudom, hogy ennek jócskán ellentmondanak a TikTok-on, az Instán összeszedett lájkok. (Közösségimédia-szakértő)

Én őszintén azt gondolom, ennek lejárt az ideje, de ez egy programing döntés, ha a számok azt mutatják, hogy a végeredmény pozitív bevételi szempontból, akkor nincsen igazam. Nem látom azt a rést, amit ezzel a műsorral be lehet tölteni. (Médiaajogász)

Az okfejtésből az is kiderül, hogy a valóságshow-knak egyre nagyobb versenyben kell hozniuk a megfelelő nézőszámokat, ami törvényszerűen ahhoz vezetett, hogy a szerkesztési gyakorlatok egyre szélsőségesebb irányba mozdultak el. Azonban a vélemények összecsengenek abból a szempontból, hogy a ValóVilág a 11-es szériával elment a falig, sőt talán még annál tovább is, de ez a stratégia a jövőben nem folytatható. Mindez abból is látszik, hogy a „valóságról” szóló műsorokra, a klasszikus reality-kre már most is kisebb a kereslet, s ezzel párhuzamosan megjelennek azok a műsorok, amelyekben egyre nagyobb szerepet kap a fikció.

Amikor egy formátum elkezd kimerülni, akkor (...) már nem tud újat mondani. A divat, ha az egyre nagyobb gallér a divat, akkor nem azt szokta csinálni, hogy még nagyobb lesz (...), hanem elindul a dolog visszafelé és elkezd a gallér egyre kisebb lenni, hogy aztán el is tűnjön a gallér, és aztán már az a divat, hogy nincs gallér. Van egy hullámvész, amikor elérte valami a végpontját, akkor elindul visszafelé. Mit tudnak a valóságshow-k ilyen szempontból csinálni? Elkezdik a reality-kbe beépíteni a fikciót, és a fikció egyre nagyobb szerepet kap benne. Van a dokureality és aztán van, ami teljesen fikció, de olyan érzésed van, mintha reality-t néznél. (Szociálpszichológus)

Az eredeti formátummal kapcsolatban az egyik szakember úgy vélekedett, hogy az rendelkezik azzal a potenciával, hogy a program értékeit is közvetítsen a közönség felé, de jelenleg ez a funkció nem tűnik profitábilisnak. S míg a korábbi szériákban sokkal több esetben láthatunk példákat arra vonatkozóan, hogy egy-egy tematikus héttel hogyan lehet egy nemes ügy mellé állni, a 11-es szériában ez csak halvány próbálkozásként jelent meg. Jellemzően ezek az esetek is botrányba fulladtak, végül pedig több problémát hoztak a felszínre, mint amennyit megoldottak.

Megpróbálnék jó példát mutatni. Időről-időre azért lehet látni a social térben olyan tartalmakat, amik mindenkinek megmelengetik a szívét, lelkét. Amikor mondjuk azt látod, hogy egy hajléktalannak szendvicset visz valaki. Vagy egy támogató kommentet ír egy bejegyzés alá.

Milyen jó lett volna, ha lett volna egy olyan tematikus hét, ami jó példát mutat. Például, hogy milyen hatása van annak, ha mondjuk a kommenteknél pozitív dolgokat írsz és nem a negatívát, a vitát keresed. Mindenhol a fröcsögés, a negatív komment van, minősíthetetlen stílusban és az a baj, hogy ezt látják a gyerekek a szülőktől, és utána ezt tekintik példának, hogy így kell kommunikálni a másikkal. (Közösségimédia-szakértő)

Az alapformátumba kódolható pozitív üzenetek lehetősége egy másik véleményben is előkerült, ami egyben arra is választ ad, hogy milyen szerkesztési elvek mentén lehetne újszerű színt vinni a műsorba:

Mindenféleképpen egyfajta pozitív reality-t csinálnék belőle, és valamilyen társadalmi problémát, kérdést vennék elő, vagy pedig valamilyen társadalmi tanítást. Nekem a családmódel, hogy hogyan működik egy család, mire kell odafigyelni, hogy nekem mint mondjuk tizenévesnek, vagy Z generációs fiatal felnőttnak mi a szerepem a családban, vagy hogy hogyan lehet nekem saját családom, szerintem ez nagyon vonzó koncepció lenne. Ilyenre Magyarországon nem látunk példát, mert ezt azzal söprik le, hogy erre biztos nem kattintának, meg hogy akkor az emberek ezt nem hinnék el, hogy ez a valóság. Merthogy sokkal inkább az a valóságos, amikor valaki üvöltözik, vagy kikel magából. (Internetjogász)

Az egyik utolsó hozzászólásban is felsejlik némi optimizmus. A szociálpszichológia szempontjából ugyanis a valóságshow-k olyan szeleprendszerként működhetnek, amelyek szabályozott keretek között adnak lehetőséget a felgyülemlett feszültség és agresszió szimbolikus levezetésére. Bár a téma kapcsán megszólaló szakember nem vitatja, hogy a VV11 többször is belecsúszott a szabályozatlanság szürke zónájába, a hasonló műsorok mégis kulturáltabb formái a szórakozásnak, mint például az ókori gladiátorjátékok:

Mondjunk egy pozitívumot a végére. A mi 21. századi civilizációnk arról szól, hogy hogyan lehet az agressziót ilyen körülmények közé korlátozva berakni. Nem gladiátorjátékokkal öletjük meg egymást, a nép meg ujjong. Itt is van ez, de az csak azt jelenti, hogy kiszavastuk, vagy nem szavastuk ki. Szóval a civilizáció ebbe az irányba megy. Ezt összehasonlítva az ukrán–oros háborúval, amiben a civilizáció éppen visszafelé kajtat, akkor azért örülhetünk, hogy elmentek ugyan itt a falig, de ez a mi civilizációnknak a fala, és ez egy sokkal élhetőbb civilizáció még így is, mint mondjuk a római. (Szociálpszichológus)

5. Összegzés

Jelen kutatással az volt a célom, hogy bemutassam, miben és hogyan változott meg 2023-ra a ValóVilág gyártásának és szerkesztésének gyakorlata, milyen produkciós megfontolások vezethettek egyértelműen káros és veszélyesnek tekinthető műsorelemek programra tűzéséhez, és mindez milyen üzenetet hordozhat többek között a szabályozásra, a televíziós szakmára, a közönségre vagy akár a kortárs médiakultúrára, médiatársadalomra vonatkozóan. A téma szakértőivel készített interjúk alapján azt láthatjuk, hogy a probléma gazdasági, kulturális és társadalmi változások indikátora is lehet, vagyis a jelenség alakulását egyszerre több, egymással szoros kölcsönhatásban álló tényező befolyásolja.

Először is le kell szögeznünk, hogy a műsor 11-es évadában tapasztalható változásoknak ugyan voltak előjelei a korábbi szériákban is, de a VV11 produkció olyan szélsőséges szerkesztési megoldásokat alkalmazott, amelyekkel eddig nem találkozhattak a hazai fogyasztók. A szakértők ezzel összefüggésben számos problémát azonosítottak, ezek pedig egyszerre érintenek a szereplők kiválasztásával, a cselekmény bemutatásával és a közönség manipulálásával kapcsolatos praxisokat. A szereplők kapcsán mindenki egyetért abban, hogy a

műsört egyre extrémebb személyiségek beválogatásával igyekeztek vonzóbbá tenni a szerkesztők, ez pedig a diszfunkcionális magatartásformák eluralkodását, az individualizmus túlbujánzását, a kooperációs készségek leértékelődését, a verbális és fizikai agresszió általánossá válását eredményezte. Általános vélemény, hogy a szerkesztési gyakorlatokon keresztül a VV11 normalizálta, elfogadhatóvá tette az erőszak nyílt megnyilvánulási formáit, mindezt úgy, hogy közben a műsor készítői rendszeresen megalázó helyzetekben mutatták be a játékosokat. A képernyőre kerülő jelenetek mögött világosan kirajzolódnak azok a szerkesztői szándékok, amelyek az egyre megbotránkoztatóbb tartalmak bemutatásában érdekeltek, s melynek eredményeként általánossá válik a cselekmény tudatos torzítása és átkeretezése, ezen keresztül pedig a közönség manipulációja.

A vélemények szintén egybevágnak azzal összefüggésben, hogy a VV11 készítőinek tisztában kell lenniük a műsor közönségre gyakorolt hatásával, azzal, hogy a szerkesztés eredményeként a programba bekerülő káros tartalmaknak hosszabb távon komoly negatív hatása lehet. Ezek mögött a gyakorlatok mögött egyértelműen a tudatos manipuláció szándéka húzódik meg, vagyis a problémás jelenetek csakis szándékosan kerülhettek be például a napi összefoglalókba akkor is, ha ezekről a program készítői nyilvánvalóan tudták, hogy azok jogszabályokat sértenek, és kifejezetten káros hatást gyakorolhatnak a nézőkre. A műsor lehetséges negatív hatásai között többek között szóba került az elidegenedés, a közöny, az empátia hiánya, az áldozathibáztatás, az emberek tárgyiasítása, a verbális és fizikai agresszió normalizálása, a manipuláció és a szexualitás kiüresedése, áruba bocsátása. A válaszadók egyértelmű aggodalmukat fejezték ki amiatt is, hogy miközben a produkció kifejezetten a Z generációt tekintette célcsoportnak, a csatorna teljesen figyelmen kívül hagyta a korosztály igényeit, ignorálta azt a tényt, hogy a korcsoport és a lehetséges nézők egy része 18 év alatti, a másik része pedig még mindig olyan érzékeny életkorban van, amelyben zavart okozhatnak a műsorban megjelenő káros tartalmak.

A beszámolókból kiderült, hogy a fent vázolt változások okát a szakértők elsősorban a formátum kifáradásában és a fokozódó piaci versenyben látják. A 2020-as években érezhetően kisebb az érdeklődés egy 20 éves formátum iránt, a nézők gyakorlatilag már mindent láthattak abból, ami szabályozott keretek között megtörténhetett egy valóságshow-ban. Az újdonság varázsa elszállt, a figyelem megragadása pedig ma már egyre nehezebb. Különösen azt figyelembe véve, hogy a még mindig erősen szabályozott televíziós piac egy olyan online piaccal kényszerül versenyre, ahol bármilyen igény egy kattintással kielégíthető, és ahol mások életének, intim pillanatainak leleplezése hétköznapi gyakorlattá vált a közösségi médiában. Ezek a körülmények a piaci érdekek mentén abba az irányba terelték a szerkesztőket, hogy minden eddiginél problémásabb szereplők kerüljenek a villába, és azok egyre extrémebb szituációkba keveredjenek akkor is, ha ezzel a csatorna szabálysértéseket követett el. Azonban ez a szakértők véleménye alapján csak vesztes játszma lehet, mivel a gazdasági haszonszerzés érdekében elkövetett visszaélések és az ingerküszöb emelése nem folytatható a végtelenségig. Ráadásul amellet, hogy a csatorna ezzel a gyakorlattal egyértelműen beazonosítható negatív hatást gyakorol a közönségre, elsősorban a fiatalokra, a saját imázsán is foltot ejt. Ugyanakkor a gyakran elhangzott végkövetkeztetés nem fest derűs képet a jövőről: az eddigi logika alapján a folytatás sorsa nem jogi vagy etikai elvek, hanem a nyers gazdasági érdek mentén fog eldőlni.

Melléklet

1. számú melléklet: a szakértői interjúk vezérfonala

SZAKÉRTŐI INTERJÚ – FORGATÓKÖNYV

A VV11 produkciós kereteinek és szerkesztési gyakorlatainak vizsgálata

KÖSZÖND MEG A RÉSZTVEVŐNEK, HOGY ELJÖTT A BESZÉLGETÉSRE. RÖVIDEN FOGLALD ÖSSZE, MI FOG TÖRTÉNNI, HANSÚLYOZD AZ ŐSZINTE VÁLASZOK FONTOSSÁGÁT. A BESZÉLGETÉSRŐL FELVÉTEL KÉSZÜL.

1. Bemutkozás

Röviden mutakozzon be, és mondja el, hogy mivel foglalkozik.

2. Asszociációk

Kulcskérdés	Kulcsszavak
<i>Első gondolatok</i>	médiatudatosság, televíziós bulvár, reality show, valóságshow celebek, Való Világ

3. A VV 11 szerkesztési sajátosságai

Kulcskérdés	Segítő kérdések
<i>Reality műsorok története, fejlődése Magyarországon</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Mikor találkozott először a reality műsorokkal?▪ Mi volt a benyomása ezekről a műsorokról akkoriban?▪ Milyen különböző reality show-kat ismer? Régi és jelenleg is futó lehet.▪ Milyen fejlődési ívet lát a hazai reality show-kban az elmúlt 20 év során?
<i>A VV márka jellemzői, VV11 egyedisége</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Mi volt és mi a jelenlegi benyomása az RTL ValóVilág című műsora kapcsán?▪ Mit gondol, van egyedi jellege a VV-nek? Ha igen, mi lenne az?▪ Miben más? Változott a sorozat egyedisége az elmúlt szériákban?▪ Milyen újításokat érzékelt a VV szériákban?▪ Ezek közül mi az, ami Önnek a leginkább izgalmas szakmai szempontból?▪ Miért érdemes követni a történéseket?

<p><i>A szerkesztettségéről általában</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hogyan ítéli meg a valóságshow-k szerkesztési gyakorlatát? ▪ Hogyan vélekedik a VV11 szerkesztési gyakorlatáról? ▪ Ön szerint mennyire reális a villalások által reprezentált társadalmi, kulturális valóság? ▪ Mennyire reális az, hogy a résztvevők magukat adják? ▪ Mit gondol, mennyire játszanak olyan szerepeket, amelyeket a műsor szerkesztői találnak ki? ▪ Mit gondol, egy átlagos néző mennyire látja át ezeket a szerkesztési gyakorlatokat? ▪ Milyen távolabbra mutató következményei lehetnek ezeknek a szerkesztési gyakorlatoknak?
<p><i>Szerkesztettség és szereplők</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mit gondol, kik kerülnek be a műsorba? ▪ Mit gondol, ez milyen üzenetet közvetít a nézők felé? ▪ Mennyire reprezentálhatják a szereplők a mai fiatalságot? ▪ Lehet-e a szereplők jellemének, viselkedésének hatása a nézőkre? ▪ Tekinthetik őket példaképnek a fiatalabb nézők?
<p><i>Szerkesztettség és cselekmény</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mit gondol, mennyiben hat a szerkesztettség a cselekményre? ▪ Emlékszik-e korábbi botrányokra vagy leleplezésekre a hazai reality-k világából? ▪ Emlékszik-e ilyen esetre a VV11 kapcsán? ▪ Milyen Való Világ történetre kapta fel a fejét legutóbb? ▪ Mit gondol arról, hogy ez az eset hogyan csapódhat le egy átlagos nézőben? ▪ Mit gondol, mit árul el ez az eset a műsor evolúciójáról?
<p><i>Szerkesztettség és közönség</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ön szerint miért nézik az emberek a valóságshow-kat? ▪ Ön szerint kik nézik/követik a Való Világ reality show-t? ▪ Változott ez a korábbiakhoz képest? ▪ Hogyan írná le a nézőközönséget? Vannak ezen belül jellemző típusok? ▪ Mit gondol, milyen hatással van a VV a nézőire? ▪ Kikre fejtheti ki a legnagyobb befolyást? ▪ Mik lehetnek a műsor pozitív és negatív hatásai a nézőkre?

<p><i>Szerkesztési gyakorlatok és önálló szakmai szempontok</i></p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Saját szakmai szempontjai szerint hogyan látja a valóságshow-k korábbi és jelenlegi szerepét?▪ Szakmai szempontok alapján mit tart problémásnak a szerkesztői gyakorlatokban?▪ Mit gondol, a csatorna és a fogyasztó felelőségének viszonyáról ebben a tekintetben?▪ Milyen javaslatokat tenne arra vonatkozóan, hogy hogyan kellene kezelni a szerkesztési gyakorlatokból származó problémákat?▪ Ön szerint milyen szerkesztési elveket kellene követni ahhoz, hogy biztonságosabbá tegyünk a valóságshow-k világát?
---	---

4. Lezárás

Források és irodalom

Felhasznált irodalom

ANDREJEVIC (2004) = M. ANDREJEVIC: *Reality TV. The Work of Being Watched*. KIADÁS HELYE, Rowman & Littlefield Publishers, 2004.

ANDREJEVIC (2002) = M. ANDREJEVIC: The Work of Being Watched: Interactive Media and the Exploitation of Self-Disclosure. *Critical Studies in Media Communication*, vol. 35/1. 61–76.

BIANCULLI (2017) = David BIANCULLI: *The Platinum Age of Television. From I Love Lucy to The Walking Dead, How TV Became Terrific*. New York, Anchor Books, 2017.

CORNER (2015) = J. CORNER: Television Studies and Reality TV. *Television & New Media*, 2015/3. 235–242.

CSÁSZI (2002) = CSÁSZI L.: *A média rítusai*. Budapest, Osiris Kiadó, 2002.

CSÁSZI (2003) = CSÁSZI L.: *Tévéerőszak és morális pánik*. Budapest, Új Mandátum, 2003.

CSÁSZI (2009) = CSÁSZI L.: A valóságtelevíziózás társadalmi szerepe a késő modernitásban. *Médiakutató*, 2009/nyár. 53–62.

CSÁSZI (2011) = CSÁSZI L.: *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. Pécs, Gondolat, 2011.

DEERY (2015) = J. DEERY: *Reality TV*. Cambridge, Polity, 2015.

ESSANY (2013) = M. ESSANY: *Reality check. The business and art of producing reality TV*. KIADÁS HELYE, Taylor & Francis, 2013.

GÁLIK–URBÁN (2020) = GÁLIK M. – URBÁN Á.: *A média gazdaságtanának kézikönyve*. Budapest, Médiatudományi Intézet, 2020.

GULD (2021) = GULD Ádám: *Sztárok, celebek, influencerek*. Kolozsvár, Erdélyi Múzeum Egyesület, 2021.

GULD (2022) = GULD Ádám: *A Z generáció médiahasználata*. Budapest, Libri, 2022.

HETSRONI (2011) = A. HETSRONI: *Reality Television: Merging the Global and the Local*. New York, Nova Science Publisher's, 2011.

HILL (2005) = A. HILL: *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. KIADÁS HELYE, Routledge, 2005.

HUFF (2006) = R. M. HUFF: *Reality television*. KIADÁS HELYE, Bloomsbury Publishing, 2006.

JENEI (2002) = JENEI Á: Több, mint kukkolás, Dr. Buda Béla pszichiáter a valóságshow-król, *Médiakutató*, 2002/tél. OLDALSZÁM vagy URL

KAVKA (2012) = M. KAVKA: *Reality TV*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 2012.

KAVKA (2012) = M. Kavka: *Sex and reality TV. The pornography of intimate exposure. In The Routledge companion to media, sex and sexuality*. KIADÁS HELYE, Routledge, 2012.

KOTTAK–KOZAITIS (2003) = C. P. KOTTAK – K. A. KOZAITIS: *Prime-Time Society. An Anthropological Analysis of Television and Culture*. KIADÁS HELYE, Wadsworth Publishing, 2003.

LOTZ (2014) = A. D. LOTZ: *The Television Will Be Revolutionized*. Second Edition. New York, New York University Press, 2014.

LOVELOCK (2019) = M. LOVELOCK: *Reality TV and Queer. Identities Sexuality, Authenticity, Celebrity*. Ho Chi Minh City, Macmillan, 2019.

MAYER (2013) = V. MAYER: *Cast-aways. The plights and pleasures of reality casting and production studies. A companion to reality television*. KIADÁS HELYE, KIADÓ NEVE, 2013.

MURRAY–OUELLETTE (2009) = S. MURRAY – L. OUELLETTE: *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, New York University Press, 2009.

MOORTI–ROSS (2004) = S. MOORTI – K. ROSS: Reality television: Fairy tale or feminist nightmare? *Feminist Media Studies*, 2004/2. 203–231.

NUNN–BIRESSI (2005) = H. NUNN – A. BIRESSI: *Reality TV. Realism and revelation*. KIADÁS HELYE, Columbia University Press, 2005.

REDHEAD (2010) = S. REDHEAD: *Better living through reality TV. Television and post-welfare citizenship*. KIADÁS HELYE, KIADÓ NEVE, 2010.

SHARP (2005) = J. M. SHARP: *The Reality of Reality Television: Understanding the Unique Nature of the Reality Genre in Copyright Infringement Cases*. KIADÁS HELYE, Vand. J. Ent. & Tech. L., 2005.

SLADE–NARRO (2013) = A. F. SLADE – A. J. NARRO: *Reality Television: Oddities of Culture*. KIADÁS HELYE, Lexington Books, 2013.

SMITH–WOOD (2013) = M. J. SMITH – A. F. WOOD: *Survivor Lessons. Essays on Communication and Reality Television*. Jefferson, McFarland & Company, 2013.

STOKES (2002) = J. STOKES: *A média- és kultúrákutatók gyakorlata*. Budapest–Pécs, Gondolat, 2002.

Források

ERDŐDI-JUHÁSZ–MÉRŐ (2022) = ERDŐDI-JUHÁSZ Á. – MÉRŐ V.: *Abortusztörténetek*. Budapest, Felhő Café Könyvek Kft, 2022.

MÉRŐ (2012) = MÉRŐ V.: *Pornográfia – Pornó és női szexualitás*. Budapest, Kalligram Könyvkiadó, 2012.

MÉRŐ (2022). MÉRŐ V.: *Lúg*. Budapest, Felhő Café Könyvek Kft, 2022.

POLYÁK (2020) = POLYÁK G.: *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog – A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC, 2020.

TARI (2010) = TARI A.: *Y generáció*. Budapest, Antikvár Könyvek Kft., 2010.

TARI (2013) = TARI A.: *Ki a fontos: Én vagy Én?* Budapest, Tericum Kiadó, 2013.

TARI (2015) = TARI A.: *Generációk online*. Budapest, Tericum Kiadó, 2015.

TARI (2017) = TARI A.: *Bátor generációk*. Budapest, Tericum Kiadó, 2017.

TARI (2019) = TARI A.: *Online illúziók offline valóság*. Budapest, Tericum Kiadó, 2019.

TARI (2021) = TARI A.: *Pillanatnyi boldogságok*. Budapest, Tericum Kiadó, 2021.

TARI (2023) = TARI A.: *Z generáció*. Budapest, Tericum Kiadó, 2023.

ZSOLT (2013) = ZSOLT P.: *Hírnév! Jólét! VV! (Képernyő- és valóságshow-kutatás)*. Budapest, Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2013.