Imre Anikó

A posztszocialista valóság(-show), avagy mit tanulhatunk Győzikétől?

A dolgozat célja az, hogy összekapcsolja a valóságtelevízió-jelenség egyre növekvő, bár kitartóan Nyugat-centrikus szakirodalmát és az egyik leghevesebben fogadott magyarországi valóság-show-t, a Győzikét. A fő kérdés az, hogy a Győzike-show-n és fogadtatásán keresztül működő neoliberális mechanizmusok miként világítanak rá a műsor – és általában a valóság-show-k – magyarországi, illetve tágabban a posztszocialista demokratikus nyilvánosságban betöltött szerepére. Az érvelés a műsor ambivalens fogadtatását annak tartalmi és esztétikai hibriditásával magyarázza, amely Győzikét – és általában a valóságtelevíziót, vagy még tágabban a szórakoztató kereskedelmi tévét – a neoliberális globalizáció fenyegetése miatt jogosan megnyilvánuló nemzeti aggodalom célpontjává teszi.*

Bevezető: Valóság-show és nemzeti nyilvánosság a Győzike-show tükrében

Győzikétől semmit nem tanulhatunk. Semmi jót. A reakciók szinte egyöntetű kicsengése legalábbis az, hogy a Győzike-show ártalmas termék és nemzeti szégyen. Az RTL Klub, a TV2 és más kereskedelmi csatornák eleve aláássák a demokratikus-racionális diskurzust, és veszélyeztetik a következő generáció egészséges fejlődését. Még a népszerű fogyasztói kultúrának is a lehető legalacsonyabb rendű megnyilvánulása a Győzike-jelenség. Infantilis, felelőtlen magatartásformákat példáz, mohó fogyasztásra ösztönöz, és nem utolsósorban még jobban lejáratja az amúgy is nehéz sorsú roma kisebbséget. Nehéz ezzel az általános véleménnyel vitatkoznia annak, aki valamennyit is látott a sorozatból, amelynek első epizódjában a családfő a vécén ülve „gondolkodik", míg felesége és idősebb lánya ordítva követeli, hogy hagyja el a budit, fiatalabb lánya pedig cowgirlnek öltözve az amerikai zászló színeiben ringatja magát egy hintalovon.

De éppen a vélemények negativitása és hevessége állítja meg az embert az egyetértésben, és készteti elgondolkodásra. A valóság-show-k az 1980-as évek óta árasztják el a globális televíziópiacot. A különböző nemzeti variációk néhány laza narratív kaptafára, *format*ra vezethetők vissza, amelyek mind hasonló esztétikai és ideológiai szerkezetre épülnek. Ami a megítélésüket illeti, sehol sem emelkednek túl magasan a „kulturális szemét" kategóriája fölé. De nehéz lenne olyan sorozatot találni a műfaj történetében, amely annyira elítélő reakciókat váltott volna ki, mint a Győzike-show. Az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Európában többnyire semleges beletörődéssel fogadja őket a közönség, mint a globális médiakultúra nem túl lélekderítő, de olcsó, élvezetes és ezért méltán népszerű alkotóelemeit.

A másik dolog, amely elgondolkodásra késztet, nem más, mint a műsor óriási népszerűsége. A Győzike-gyűlölet másik oldala az, hogy bár nyilvánosan talán egyetlen rajongója sincs, nézettsége rendkívül magas. 2005-ben, amikor elindult, a show kilencszer szerepelt a 20 legnépszerűbb magyarországi műsor között.[2] Átlagos nézettsége 46,1 százalékos volt a hirdetőpiac számára legfontosabb, 18–49 év közti korosztály körében.[3] De a statisztikai adatok nélkül is nyilvánvaló, hogy Győzike és családja nemzeti sztárok, akik állandó szereplői a népszerű magazinok címoldalainak (Munk, 2009). Úgy tűnik, a magyar közönség nem egyszerűen utálja, hanem imádja utálni Győzikét. Mi magyarázza ezt az ambivalenciát? Mi a jelentősége a nyilvános lenézés és privát élvezet kettősségének?

---

* valóságtelevíziózásról lásd még a *Médiakutató* és a *Metropolis* 2001-ben kiadott közös különszámát, a lapunk 2002. téli számában közölt összeállítást, valamint Császi Lajos "A valóságtelevíziózás szerepe a késő modernitásban" című tanulmányát lapunk 2009. nyári számában - a szerk.

2 RTL Group Annual Report 2005, lásd az RTL Group honlapját: http://www.rtlgroup.com/files/AR2005_RTLGroup_COMPLETE.pdf.

3 Lásd http://www.rtlgroup.com/files/Full_Audited_Results_Doc_15032006doc.pdf.

Ha a műsor ilyen intenzív skizofrén indulatokat provokál – talán ugyanazokban a nézőkben is –, akkor valamilyen szerepet játszania kell a magyar – vagy tágabban a posztszocialista – médianyilvánosságban. Ezt a feltételezést bontom ki a továbbiakban. Segítségül szolgál ehhez a valóság-show mára már elég jelentős szakirodalma, különös tekintettel arra a visszatérő gondolatmenetre, amely ezt a globális televíziós műfajt a neoliberalizmus gazdasági és ideológiai folyamataival hozza kölcsönös kapcsolatba. A fő kérdésem az, hogy a Győzike-show-n és fogadtatásán keresztül működő neoliberális mechanizmusok miként világítanak rá a műsor – és általában a valóság-show-k – magyarországi, illetve tágabban a posztszocialista demokratikus nyilvánosságban betöltött szerepére.

Kétirányú tanulságot kívánok mindebből levonni. Egyrészt azt, hogy az olyan, univerzálisan és kategorikusan elítélt, komoly elemzésre érdemtelennek minősített, szórakoztató tévéműsorok, mint a Győzike-show, egyre fontosabb szerepet játszanak egyfajta jellegzetesen posztszocialista neoliberális nyilvánosság kiépülésében. Másrészt azt, hogy egy ennyire lokális, nemzethez és régióhoz kötött televíziós jelenség, mint a Győzike-show, hasznos lehet abban, hogy megtörje a többnyire angol-amerikai televíziós kutatások gyakran köldöknéző általánosításait. Mindkét javaslat azt kívánja, hogy komolyan vegyük a Győzike-show-t és a körülötte formálódó heves értékítéleteket.

Valóság-show és neoliberalizmus

A valóság-show-k nemzetközi népszerűsége igazán az 1990-es évek elején lendült föl. Bár korábban is léteztek olyan műsorok, amelyek sikeresen vegyítettek fikciós és dokumentarista elemeket, az 1980-as évek végétől a televíziózás nagyléptékű technológiai átalakulása, a média globalizációja és deregulációja, azaz a nemzeti és nemzetközi szabályozás radikális csökkenése, olyan körülményeket teremtett, amelyek az „olcsó, népszerű és szórakoztató" programoknak kedveztek világszerte (Murray & Oullette, 2004). A dokumentarista és a fiktív ábrázolásmód keveredése azóta túlnőtt a valóság-show keretein, és a mai konvergáló médiarendszer egyik fő jellemzőjévé vált. Ez az új, fiktív realizmus sok figyelmet keltett a főleg angol nyelvű *television studies*, valamint a média- és kommunikációtudomány berkeiben. Különösen fontos elemzések születtek a valóság-show esztétikai, gazdaságpolitikai és ideológiai vonatkozásairól. Engem itt leginkább azok a megközelítések érdekelnek, amelyek a valóság-show-t úgy nézik, mint a demokratikus állampolgári nyilvánosság egyre szűkülő hagyományos tereinek alternatíváját vagy gyakorló színpadát, amely fontos szerepet játszik az egyén és a nemzet kapcsolatának átalakulásában a neoliberális gazdasági és politikai globalizáció viszonyai között.

Kelet- és Közép-Európa azon államaiban, ahol az elmúlt néhány évtized politikai és gazdasági változásai sokkterápiaként indultak, nem pedig viszonylag fokozatos, évtizedeken át kibontakozó gazdaságpolitika eredményeként, a valóság-show is egyfajta kulturális sokként jelentkezett. Ha a Győzike-show elleni reakciókról lehámozzuk a sokk által kiváltott intenzív érzelmeket, könnyen kiderülhet, hogy a műsor maga helyettes színtere más, fenyegető jelenségeknek, amelyek miatt egyfajta bűnbakszerepbe kerül. A valóság-show, mint neoliberális műfaj, elemzése segíthet megvizsgálni olyan kérdéseket, hogy mi a kapcsolat a roma kisebbség változó nemzeti és európai szerepe és az általános európai Amerika-ellenesség közt; hogy milyen ritkán kimondott etnikai, osztály- és szexuális összetevői vannak a kulturális nacionalizmusnak; hogy miért nem talált termékeny talajra a televíziótudomány és a *cultural studies* Kelet- és Közép-Európában; és hogy mi köze mindehhez a szórakoztató és művészi kultúra közti hierarchiának és az értelmiség presztízscsökkenésének.

Magát Győzikét és a műsort nem kell bemutatni. Mint *format*, a valóság-show egyik alfajának, a celeb doku-szappanoperának *(celebrity docusoap)* a mintáját követi, amelynek legismertebb megnyilvánulása a Music Television (MTV) The Osbournes című sorozata (2002–2004). A doku-szappanopera fő vonzereje, hogy a sztárok a szokásos fényüket levetkőzve, „valódi" személyükben, igazi, otthoni környezetükben mutatkoznak. Mint közönséges állampolgárok – és általában mint pocakos férjek – sztár-külsőségek nélkül botladoznak a családjuk körében, ahol a szabályok szerint a feleség az úr. A modell Európában is sok követőre talált. Az egyik fő különbség a tengerentúli és az európai változatok közt az, hogy Európában a sztár és családja a legtöbbször sokkal nyilvánvalóbban a nemzet megtestesítőjeként, nemzeti sztárcsaládként szerepel. Kitűnik ez például a népszerű De Pfaffs (Pfaffék, 2004–) sorozatból, amelyet a flamand kereskedelmi csatorna, a VTM sugároz. A sorozat a kedvelt, már nyugdíjas futballkapus, Jean-Marie Pfaff és

népes családja körül forog. Ozzy Osbourne rongyrázó és excentrikus Beverly Hills-i életmódjával ellentétben Pfaffék az olyan hagyományos flamand nemzeti értékeket erősítik meg, mint a polgári egyszerűség, a családközpontúság és az őszinteség (Dhoest, 2004). Bár a műfaj európai interpretációs szabályai úgy kívánnák, képzeljük el, milyen közfelhördülést váltana ki, ha valaki Győzikét és családját a nemzeti értékek megtestesítőjének nevezné.

A nemzeti család és a „felelősítés"

Bev Skeggs, Helen Wood és Nancy Thumim etnográfiai munkája azt mutatja, hogy a valóság-show-k Angliában a középosztály hagyományos erkölcseit támasztják alá mint normatív nemzeti értékrendet (Skeggs et al., 2008). A középosztály polgári erkölcsrendszerének normalizálása jellemzi a műfaj egyéb nyugat-európai és észak-amerikai megnyilvánulásait is. Ennek megfelelően a valóság-show egyfajta neoliberális moralitásjáték, amelyben a jók – azaz középosztályba illő egyének – megkülönböztetnek azoktól, akik nem felelnek meg bizonyos erkölcsi kívánalmaknak. A jó egyén önátalakító munkával bizonyítja magát a színpadon. A másképp nem látható értékeket kell megmutatnia, elő kell adnia látványos érzelmi megnyilvánulásokkal és/vagy látványos fizikai átalakulás során.

Akár a csaló házastársat leplezi le a rejtett kamera, akár ítélőbíró előtt kell megvédenie az egyénnek a döntéseit, akár rendőrök fegyelmezik gumibottal, akár a fölösleges és a társadalom számára költséges kilókat veri le róla a televíziós társaság edzője a nyilvános kínzókamrában, akár a Nagy Testvér figyeli, ahogy megosztja legrejtettebb titkait, akár egy felújított házzal lepi meg a szerencsétlenségbe szakadt családot a jótékony tévétársaság, a valóságjáték kétféle kívánatos eredményt hozhat. Az egyik az, hogy a rossz vagy tökéletlen egyénből jó válik. Ezt onnan tudjuk, hogy megváltozik a teste, és látható érzelmi reakciókat vált ki belőle az átalakulás. A hihetőség biztosítékát az érzelemkitörés, a sírás, a nevetés, a káromkodás, az ölelkezés jelenti. A jó egyén, aki a közösségnek ezen túl felelős tagja lesz, ezennel megfelel a középosztály erkölcsi normáinak. A reakciók fordulópontokat jelentenek, amelyek az egyéni erkölcsi javulás kezdőpontjait mutatják a nézőnek.

A valóság-show-k másik lehetséges kimenetele az, hogy akik nem képesek vagy hajlandók megváltozni, azokat méltán ítéli másnak, idegennek, a normáknak nem megfelelőnek, vagyis felelőtlennek a közvélemény szerepében tetszelgő rendőr, pszichológus, edző, műsorvezető vagy más hivatalos személy. Ha az egyén nem is változik meg – hiszen egyes műsorok csak a felelőtlen egyének és csoportok szabályozására specializálódnak –, a középosztálybeli, felelős nézőnek katartikus önigazolást nyújt a látvány. Legalábbis időlegesen, csak annyira, hogy ne kelljen szembenéznie a traumával, amelyet a neoliberális önigazgatás és önépítés jelentőségének illúziója okozna.

E televíziós moralitásjáték jelentősége jóval túlmutat a szórakoztatáson és a fogyasztáson. Az egyén kínos, izzadó, véres önfelfedése az egyik végpontja a modernitás hosszú folyamatának, amelynek során a nyilvános és az intim szférákban végzett munka egyre inkább összefonódik, hogy végül a munka fogalma maga is az egyén önépítésére korlátozódjon. Anna McCarthy olvasata szerint a neoliberalizmus traumatikus gazdasági és politikai hatásai az egyén végletes érzelmi megnyilvánulásain keresztül semlegesítődnek a valóság-show-kban (McCarthy, 2007). A nemzetállamok az 1980-as évek óta fokozatosan kivonták magukat a gazdaság szabályozásából és az állampolgárok szociális gondozásából. Ez különösen az Egyesült Államokban és az Egyesült Királyságban nyilvánvaló, ahol a Reagan–Thatcher-korszak az oktatást, az egészségügyi és a szociális ellátást, az infrastruktúrát és természetesen a médiát egyre koncentráltabb magántulajdonba helyezte, és a globális piac állítólagosan önszabályozó mechanizmusainak engedte át. A felelősség, amely hagyományosan az államot terhelte mindezekért a feladatokért, fokozatosan az egyénre, azaz a magánszemélyek és a társaságok jótékonyságára, illetve a saját sorsáért felelős állampolgárra hárult. Nikolas Rose, a neoliberalizmus egyik legismertebb elméletírója ezt a folyamatot úgy nevezi, hogy *responsibilization,* azaz – nagyjából – „felelősítés" (Rose, 1999). Ezt a felelősítési folyamatot dramatizálja és egyben semlegesíti a valóság-show.

Az Osbournes – mint a legtöbb MTV-valóság-show – nem rest, hogy leleplezze Ozzyt és családját a maga megszégyenítő, fizikai valóságában. A cél nemcsak az, hogy a show megdöbbentse és a helyes, normatív magatartásra emlékeztesse a *voyeur* nézőt, hanem az is, hogy a középosztály családi értékeit megerősítse – amit maguk Osbourne-ék is eljátszanak a családi összetartás ritka pillanataiban. Ahogy Derek Kompare írja:

> „Az Osbournes vonzereje abban rejlik, hogy vagyonuk és a viselkedésük végletei ellenére a család valahogy mégis működik mint normatív, szerető egység. A végletes viselkedés és a normativitás kettősségének elsőrendű műfaji megnyilvánulása a család feltűnő, bűntudat nélküli testisége. A sorozat kendőzetlenül megmutatja, ahogy Osbourne-ék – számtalan háziállatukkal együtt – ölelkeznek, csókolóznak, birkóznak, esznek, isznak, vakaróznak, böfögnek, finganak, hugyoznak és szarnak. Elbeszélgetnek hüvelyekről, zacskókról és mellekről, és fölszedik a kutyaszart a szőnyegről. A saját testüket a takarás különböző fokozataiban tárják elénk. Kiabálnak a szomszédjaikra, ordítoznak egymással, és híresen többet használják a »fuck« szót, mint Tony Soprano" (Kompare, 2004:109).

A Győzike-show nagyjából követi a játékszabályokat. Mégis úgy tűnik, hogy – szemben az Osbournes-zal és a műfaj más nyugati megnyilvánulásival – inkább felfedi, mint elfedi a „felelősítés" traumáját. Elsősorban azért van ez, mert a roma főszereplő nem a cigányok szokásos társadalmi helyén, a kitaszítottak és lesüllyedtek közt jelenik meg, ahogy ez például a Mónika show-ban történne. Bár Győzike hűségesen adja elő azokat az etnikai és osztálysztereotípiákat, amelyek a cigányellenes érzelmeket fűtik – ilyen az irracionalitás, a láthatóan alacsony érzelmi és értelmi intelligencia, az állandó veszekedési késztetés, a felelőtlenség, a pazarlás – ezt a műsor nem nevelő célú, fegyelmező, tanító formában tálalja, hanem a sztár doku-szappanopera keretében. Nem lehet egyszerűen lesöpörni az asztalról mint nemkívánatos, alsóbbrendű viselkedésmintát, hiszen Győzike a neoliberalizmus gazdasági sikersztorija, aki ráadásul nagyon is tudatosan, profi módon adja elő a roma giccset, amelyből az RTL Klub ügyesen egyfajta márkát (*brand*et) kovácsolt. Ha a látványosan el(ő)adott etnikai elemeket lehántjuk a műsorról, egy tehetős, de közönséges magyar család ismerős képét kapjuk. Ez magyarázhatja, hogy a show miért annyira népszerű a gyerekek között. Annabel Tremlett etnográfiai kutatásai szerint a serdülőkor alatti közönség azonosul a „magyar család" portréjával, anélkül, hogy automatikusan etnikai bélyegzőt nyomna a műsorra (Tremlett, 2008).

Ezen kívül nem is biztos, hogy létezik olyan működő, évszázadok során kiforrt polgári viselkedésmérce, amelyhez Győzikét mérni lehetne. Az államszocializmusból a globális neoliberalizmusba való sokkszerű átmenet eredménye inkább egy forrongó, összezavarodott értékítélet-halmaz, különösen, ami a társadalmi osztályok fogalmát és hierarchikus elkülönülését illeti. Ebben a zavarban az egyik viszonylag megbízható kapaszkodó az európai kultúra, amely a kelet-európai nemzeteknek a kezdetektől fogva irányt mutatott. Mint cél és modell, az európai nemzeti kultúra fogalma mindig valamennyire ideálként lebegett a valóság fölött, a nyelv és a vér által sorsszerűen összekötött, tiszta nemzet képében, amelynek meghatározó paraméterei Európa kiemelkedő szellemi és kulturális teljesítményei. Az effajta azonosulás – éppen, mert ideálon alapszik – keveredésellenes: nemcsak azt a tényt hagyja figyelmen kívül, hogy Európát mindig a népek és a kultúrák keveredése jellemezte, hanem azt is, hogy a jelenlegi konvergáló, globális médiavilágban lehetetlen felülről meghatározni, hol húzódnak a „magas" és a „tömegkultúra" vagy a kommersz és a művészet határai, mi értékes a „népnek" és mi nem. Ebben a megközelítésben szemet szúr a műsorban, hogy szinte minden szempontból hibrid családot mutat be, és hibrid nemzeti családot szólít meg. Nemcsak a roma kisebbséget és a nem roma többséget keveri össze, hanem a „magas" és a populáris kultúrát, a szegényeket és a gazdagokat is. Ez a keveredés aggodalmat kelt, és heves érzelmi válaszokat vált ki. Ezek a válaszok nagyjából két regiszterbe esnek; ezeket „ragadozó" és „kritikai" hozzáállásoknak nevezem.

A „ragadozó" válasz

A „ragadozó" válasz megnyilvánulása ez a – jobb híján rasszistának nevezhető – kommentár a Győzike-show saját honlapján:

> „Ezek nem emberek. Cigányundorom lett röpke két és fél év alatt, mióta itt élünk közöttük. Lopnak és hazudnak és várják a segélyt, amit egy fél nap alatt elköltenek. A retkességükről már nem is beszélek, igazi szar szaguk van. Állandóan szülnek, egy félóra múlva meg már szaladnak cigizni szülés után. Másnap meg már készítik az újabb fekete purdét. Primitívek, a fogamzásgátlás szót

> nem ismerik. Miért nem takarodnak már innen? Bűzlik tőlük az ország. Legszívesebben megfojtanám az összes fekete kölköt, a nőket meg el kéne kötni mind, akkor megállíthatnánk a szaporodásukat. Mert ezek olyanok, mint a csótányok. Még a nevük is gusztustalan: pusoma, lólé, csóka, vagy akármi, a »fekete rák egye ki a gyomrotokat«, a legkisebb újszülöttetektől, a legöregebb bűzlő gecis cigányig. Halál rájuk!!!!!!!!!!"[4]

A Győzike elleni gyakori internetes kirohanások alaphangját jól példázza ez az idézet. A félelmet itt a cigányok és a nem cigányok keveredése okozza. A romák bemocskolják és megfertőzik a különben tiszta nemzetet a szagukkal, a színükkel, a nevükkel és a felelőtlen viselkedésükkel. Arjun Appadurai indiai származású antropológus „a kis számoktól való félelem"-nek nevezi a kisebbségtől való rettegésnek ezt a formáját (Appadurai, 2006). Ezt a félelmet a neoliberális globalizáció folyamatai növelik, különösen az olyan helyeken, ahol az eddig szilárdnak vélt nemzetállam hatalma látványosan hanyatlik, határai pedig elmosódnak a nagymértékű bevándorlás, valamint az új gazdasági és kulturális hatások eredményeként. A nemzeti többség egy része – és gyakran a fenyegetett nemzetállam maga is – úgy válaszol a lakosság keveredésére és mobilitására, hogy támadó-védekező álláspontot vesz fel. Mivel „a globalizáció mint arc nélküli erő, nem lehet az etnikai tisztítás célpontja", a támadás célpontjába a látható, a megjelenésük által azonosítható kisebbségek kerülnek (Appadurai, 2006: 44–45). Appadurai ezt az agresszív önvédelmet a *predatory,* azaz „ragadozó" identitás megnyilvánulásának nevezi, és világszerte sok példáját említi. Nem véletlen, hogy Európában a politikai és a gazdasági átalakulás egyik első tünete az idegen- és cigány-ellenesség fellobbanása.

Nyugat-Európában a gyarmatosítás letagadhatatlan, tragikus története bizonyos kollektív önkritikát vagy legalábbis öncenzúrát eredményezett a gyarmatok felszabadulása óta eltelt időszakban. Így a ragadozó identitásokkal ritkaság olyan leplezetlen formájukban találkozni, mint a Győzike-ellenes cigányirtó retorika. Appadurai szerint a ragadozó identitások különösen jellemzőek az olyan térségekben, ahol két vagy több hasonló nép hosszú ideig egy területen élt, keveredett, és kölcsönösen sztereotipizálta egymást. Az a nemzet és nemzetállam elleni arctalan fenyegetés, amelyet a globalizáció jelent, így a többség megvédésének ügyeként tűnik fel az etnikai kisebbséggel szemben. Különösen illik a Győzike elleni rasszista támadásokra Appadurai Freudtól kölcsönzött kifejezése, a „kis különbségek nárcizmusa". A cigánygyűlölet ki nem mondott másik oldala a narcisztikus öngyűlölet. Amikor Győzike külföldre utazik például, egyszerre megszűnik roma lenni, és egyszerűen csetlő-botló magyar turistává válik a helyiek szemében, akikkel a magyar néző legalább részlegesen kényszerül azonosulni. Floridában a dühös amerikai sofőr szitkozódik az ügyetlen és tudatlan külföldi miatt, aki hátulról beleütközött, és akinek érthetetlen beszédét csak mi, bennfentes magyarok értjük. A strandon az amerikai lány a „magyar popsztár"-tól kér autogramot, nem a roma énekestől. A romaság csak belülről, a kollektív magyarság keretein belül mutatkozik meg, és csak mi, magyarok vesszük észre és nagyítjuk ki (vagy találjuk ki?) a jellegzetességeit. Kívülről Győzike a magyar nemzetet képviseli, amelyben romák és nem romák mások számára megkülönböztethetetlenek.

Kritikai reakciók

Ez persze a műveltebb és felvilágosultabb, nem rasszista, nem „ragadozó" olvasóknak nem újság. Mi elhatároljuk magunkat a műveletlen kirohanóktól, és ugyanúgy szégyenkezünk miattuk, mint Győzike miatt. Ezt az érzést fogalmazza meg például ez a hozzászóló, aki Győzike isztambuli utazását kommentálja:

> „Én csak ültem. Néztem ezt az embert, s arra gondoltam, nem bánom én, ha hozzá képest kevesebb vagyok, vagy több, csak egyenlőnek ne kelljen vele lennem semmilyen világrészen és semmilyen unióban. S ha a Boszporusz partján élőknek lesz egy kis esze, ehhez az Európához nem, vagy nem így fognak csatlakozni, mint mi. Az élő példa előttük. S egy másik kontinens mellettük. Számukra még van remény..." (Koncz, 2005).

4 Lásd http://forum.sg.hu/forum.php3?azonosito=gyozike. 2007. november 23.

Az Élet és Irodalomban, a Filmvilágban vagy a kifinomultabb blogokban nyoma sincs elkeseredett vagy öngyűlölő raszszizmusnak. Bár az elutasítás hőfoka hasonló, itt ez tipikusan maga a műsor, a műfaj vagy általában a kereskedelmi televízió ellen irányul. A nemzet európai tisztasága itt kevésbé etnikai, mint inkább kulturális tisztaságot jelent. Legalábbis első látásra. A visszatérő kifejezések, mint a „parazita", vagy az állati hasonlatok, mint a „csökkent értelmű medvebocs", kényelmetlen metaforikus közelségbe hozzák a két célpontot: a kereskedelmi televíziót mint hibrid, értéktelen fórumot és a roma kisebbséget mint a nemzetet hibridizáló etnikai elemet. Közös nevező körvonalazódik a kétfajta, látszólag gyökeresen különböző minőségű elutasítás közt. Valójában a kritikusabb, megfontoltabb, televízióellenes tiltakozások is ugyanazt a félelmet tükrözik, mint amit a ragadozó identitások meztelenül megmutatnak: a fenyegető keveredéstől való félelmet, amelyben a nemzetállamot és a nemzeti értékeket nem lehet egyszerűen behatárolni.

A kereskedelmi televízió kétségtelenül meghatározó tényező a hagyományos nemzeti értékrend posztszocialista összekavarodásában. A Viasat gazdasági és kulturális befolyása (a Disneyvel, az MTV-vel, a Nickelodeonnal és a többi, egy kézen megszámolható globális médiabirodalommal együtt) joggal vált ki aggodalmat. Ez különösen igaz a kisebb országokban, ahol nincs elég pénz jó minőségű tanító-szórakoztató műsorok előállítására, és ahol a közszolgálati televízió nem tudja felvenni a versenyt a nagy költségvetéssel készült szórakoztató importműsorok áradatával. A nemzeti értékek miatti aggodalom viszont könnyen normatív szemellenzővé merevedhet, és elhomályosíthatja a potenciális tanulságokat, amelyeket a kultúra változásaiból lehet levonni.

Ilyen szemellenző befolyásáról árulkodik a tény, hogy ha a Győzike kritikáiban a show etnikai vonatkozása felmerül, az legtöbbször a „jó" roma reprezentációkkal szembeállítva történik: míg a doku-szappanopera műfaj méltó szereplője a gazdag show-roma, aki hamis képet mutat a kisebbségről, a múlt művészi értékű cigány dokumentumfilmjei jó (megfelelő, autentikus) romákat mutatnak be: putriban élő, szegény szenvedőket. Ezeknek közös tulajdonsága, hogy kivétel nélkül jó érzésű, szociálisan érzékeny, de nem roma dokumentaristák készítették. Nyilvánvalóan mindkét kép igaz: Győzike, a roma popsztár-fogyasztó, aki a szórakoztatóipar átalakulásának nyertese, és a munkanélküli, üldözött roma, aki a rendszerváltás vesztese.

A nemzeti értékeket hagyományosan az értelmiség hordozza és gondozza. Nem elrugaszkodott tehát a feltételezés, hogy Győzike bűnbakszerű vesszőfuttatásában egyfajta osztályszorongás is szerepet játszik. Ahogy Császi Lajos mondja, a magyar (és tágíthatunk: posztszocialista) kultúrkritika ragaszkodik a hierarchikus és paternalisztikus hagyományaihoz (Jenei, 2006). Ez kitűnik számtalan megnyilvánulásból, amely igyekszik újrahúzni az elhalványuló határvonalat a jó és a rossz, az értékes és az értéktelen kultúra közt, illetve azok közt, akiknek megbízható az ízlésük és erkölcsi érzékük, illetve a nézők többsége közt, akik hajlandók az RTL Klub szennyfolyamában fürödni estéről estére. Például:

> „A kereskedelmi tévék magyarországi megjelenésével egyértelmű lett, hogy mire van szüksége a magyar nézőnek. […] A kereskedelmi tévéken nem kérhető számon a minőség, nem is gondolom azt, hogy egy kritikusnak, ha értelmiségi lapokba ír, írnia kell a kereskedelmi tévék borzalmas műsorairól; persze lehet feltáró tanulmányokat írni arról, hogy milyen a bulvárműsorok viszonya a halálhoz – de azt hiszem, felesleges a kereskedelmi tévék primitív műsorain elverni a port. A kritikaolvasók – egyáltalán: az olvasók – és a VV3 nézők érdeklődési köre nem esik egybe. Akik a kritikákat olvassák, azok tudják, ha este nyolckor a TV2-re kapcsolnak, mire számíthatnak; nem lepődnek meg: és nemtetszésüket leginkább azzal fejezhetik ki, hogy elkapcsolnak. Szeretném hinni, hogy nem olyanok vagyunk, mint amilyennek a látottak alapján gondolom magunkat: egykedvűek, szegények, s mindebből következően cinikusak; és megdöbbentően ízléstelenek. Szeretném hinni" (Kolozsi, 2005).

Konklúzió

Bármennyire is elriasztó a Győzike-jelenség, ha egyszerűen elítéljük, akkor elmulasztunk egy fontos lehetőséget, hogy nyomon kísérjük az értéktermelés és értékváltás kollektív folyamatait. Hogy ezeket a folyamatokat megértsük, szembe kell nézni ilyen kérdésekkel: Miért népszerű Győzike? Milyen hiányt pótol? Miért olyan fenyegető? Ha a kritikus vagy a kritikus néző elhatárolja magát attól, amit a honfitársai nagy többsége néz, akkor ez az álláspont nem külön-

bözik lényegében azokétól, akik rasszista alapon határolják el magukat a másképp viselkedő kisebbségtől. A ragadozó és a lenéző tagadás ugyanabból a szorongásból fakad, és ugyanúgy Győzikére mint bűnbakra irányul a neoliberális globalizáló kultúra és gazdaság helyett.

Tekintve, hogy a szórakoztató valóságtelevízió nem fog egyhamar eltűnni, és nyilvánvalóan hatással van a posztszocialista állampolgárok identitására, döntéseire és értékrendjére, talán érdemes komolyan venni mint elemzési lencsét és a demokrácia egyfajta színterét. Ezt sugallják azok a médiakutatók, akik szerint a szórakoztatás és fogyasztás a neoliberális médiavilág minden intézményét áthatja, beleértve magát a nemzeti állampolgárságot. Ezért a kritikus-elemző fogyasztónak egyetlen választása van, hacsak nem akarja átengedni a politika színterét teljesen a médiatársaságoknak: hogy az állampolgári nevelés és a fogyasztás folyamatait egy politikai és társadalmi térben elemezze, ahogy léteznek, egymást keresztülfűzve és áthatva. Nick Couldry angol médiaszociológus ennek megfelelően „fogyasztói állampolgárságról" *(consumer citizenship)* beszél (Couldry, 2004). Liesbet van Zoonen holland médiakutató következetesen épít föl párhuzamokat az állampolgár politikai nyilvánosságban és televíziós nyilvánosságban való aktív szereplése közt (van Zoonen, 2004). John Hartley ezt az egybefonódó nyilvánosságot *democratainment*nek nevezi.

A jobb minőségű televíziós műsorok és a jobb minőségű demokratikus nyilvánosság tehát kölcsönösen összefüggenek egymással. Az, ha Győzikét – mint a nyilvánosság terét – komolyan vesszük, nem a műsor értékét növeli, hanem a demokratikus, pluralista nyilvánosságét – egy olyan nyilvánosságét, amely a roma közvéleményt és a romát mint fogyasztót is magában foglalja, nem pedig kirekeszti a kisebbséget mint áldozatot.

Hadd idézzem végszóként Hartleyt:

> „Ami a nézőket illeti, az, ha úgy kezeljük őket, mint akiknek nincsenek megfelelő értelmi képességeik, hogy a saját szórakozásukat irányítsák, nem csak megvetést jelent, de tudományos rosszindulat megnyilvánulása is. Ha a kísérletek és felmérések úgy mutatják be a nézőket, mint akik védtelenek a média hatásaival szemben, akkor »mi« mivel járulunk hozzá, hogy függetlenedjenek? Ha arra tanítunk másokat, hogy a médiát okolják, akkor ugyanazt termeljük ki, ami ellen tiltakozunk – hatalomvesztést, cinizmust, passzivitást, és a kockázat elkerülését" (Hartley, 2009: 69–70).

Felhasznált irodalom

Appadurai, Arjun (2006): *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham: Duke University Press.

Couldry, Nick (2004) The 'Productive Consumer' and the 'Dispersed Citizen.' In: *International Journal of Cultural Studies,* 7.1: 21–32.

Dhoest, Alexander (2004): "The Pfaffs Are Not Like the Osbournes." National Inflections of the Celebrity Docusoap. In: *Television and New Media,* 6.2, May 2004: 224–245.

Hartley, John (2004): Democratainment. In: Robert C. Allen & Hill, Annette (eds): *The Television Studies Reader*, London: Routledge: 524–533.

Hartley, John (2009): The History and Future of Ideas. In: *Television and New Media* 10.1, 69–70.

Jenei, Ágnes (2006): Neotelevízió: válság vagy megújulás? Beszélgetés Császi Lajossal és Síklaki Istvánnal. In: *Médiakutató,* tavasz.

Kolozsi, László (2005): Smink nélkül: kultúra a képernyőn. In: *Filmvilág* 2005/5. http://www.filmvilag.hu/xista_frame.php?cikk_id=8258

Kompare, Derek (2004): Extraordinarily Ordinary: *The Osbournes* as "An American Family." In: Murray, Susan & Oullette, Laurie (eds): *Reality TV*. New York: NYU Press: 97–118.

Koncz, Veronika (2005): Lapszél: Európa, országimázs, Győzike. In: *Új Ember,* 61(25) http://ujember.katolikus.hu/Archivum/2005.06.19/0305.html.

McCarthy, Anna (2007): Reality Television: A Neoliberal Theater of Suffering. In: *Social Text* 93, vol. 25, no. 4, winter 2007: 17–41.

Munk, Veronika (2009): Sztárság, elméletben. In: *Médiakutató*, tavasz.

Murray, Susan & Oullette, Laurie (2004): Introduction. In: Murray, Susan & Oullette, Laurie (eds): *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York University Press, 2004:6.

Rose, Nikolas (1999): *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge: Cambridge UP.

Bev Skeggs & Wood, Helen & Thumim, Nancy (2008): "Oh Goodness, I'm Watching Reality TV!" How Methods Make Class in Audience Research. In: *European Journal of Cultural Studies,* 11.5: 5–24.

Tremlett, Annabel (2008): Representations of Roma: Public Discourses and Local Practices. Doktori disszertació, *kézirat*.

Zoonen, Liesbet van (2004): Imagining the Fan Democracy. *European Journal of Communication,* 19 (1): 39–52.