

# Televízió és sztárság – ismerősök a képernyőről

## James Bennett *Television Personalities: Stardom and the Small Screen* című könyvéről

A kötet szerzője, James Bennett a londoni Royal Holloway Egyetem Médiatanszékének vezetője; érdeklődési területébe a celebek és a digitális kultúra kapcsolata, a televíziózás és az általa előállított kulturális formációk vizsgálata tartozik. Eddig két könyve és számos cikke jelent meg a témában, emellett a *Celebrity Studies Journal* egyik alapítója, és a *Television & New Media* szerkesztőbizottságának tagja.

A *Television Personalities: Stardom and the Small Screen* című kötetben a szerző két okot említ témaválasztásának indoklásaként. Először is úgy látja, hogy a hírességek manapság már mindenhol jelen vannak a médiában, ennek ellenére elenyésző az a tudományos munka, amely célzottan velük foglalkozik. A filmsztárok vizsgálatának több évtizedes hagyománya van, ezzel szemben a televízió által létrehozott hírességekkel nem nagyon foglalkoznak a kutatók. Másodszor, ehhez szorosan kapcsolódva felmerül annak problémája, hogy a témában használatos terminusok is többnyire a filmes sztárság leírásához kapcsolódnak, így Bennett szükségesnek érezte egy saját fogalomrendszer létrehozását, és a televíziós személyiségek formációjának más fényben való megvilágítását. Úgy érzi, érdemtelenül nem foglalkoznak a kutatók a televízióval és az általa kialakított hírnévtípusokkal, így fontos küldetésének tartja bebizonyítani, hogy sokkal nagyobb jelentőségük van a modern társadalmi és kulturális életben, mint gondolnánk.

James Bennett könyve bemutatja a televíziós személyiségek kialakulásának főbb állomásait az Egyesült Királyságban, és példákkal illusztrálva elemzi három altípusukat. Munkájának ívét a televízió elterjedésétől egészen a digitális médiumok megjelenéséig követhetjük, miközben arra a kérdésre is választ kaphatunk, hogy miért érdemes a televíziós személyiségekkel behatóan foglalkozni. Ennek bemutatására a szerző két jelentős kutatási trendet emel ki, amelyeknek hiányosságai jelentették a motivációt saját kutatása lefolytatásához: az elsőbe sorolja John Ellis és John Langer munkásságát, akik a hírnév kutatásának keretében inkább a filmsztárok vizsgálatával foglalkoztak, és a televíziós személyiségeket az előbbiekhöz viszonyítva alacsonyabb rendűnek tartották, alakjukat egy „hiány” meglétével jellemezték. Bennett nem ért egyet ezzel az elképzeléssel, hiszen úgy gondolja, hogy a televíziós személyiségeket a televízió speciális jellemzői alapján kell vizsgálni, mivel éppen ezek teszik őket különlegessé és a filmsztároktól különbözővé. A második trend esetében már inkább a média és a hírességek kapcsolatára irányult a kutatás fókuszsa, a hírességek múlandóságára és társadalomban betöltött egyre jelentősebb szerepére koncentráltak. Azonban ebben az esetben éppen a televíziós hírnév sokféle megjelenési formájával nem foglalkoztak részletesen. James Bennett ezeket a hiányosságokat igyekszik pótolni könyvében. Legfontosabb törekvése az, hogy bemutassa: a televíziós személyiségek nem csupán a sztárok ellentétének tekinthetők, hanem éppen azok a tulajdonságok (intimitás, hitelesség, hétköznapiság, készségek és erőfeszítés) alakítják kiemelkedő szerepüket, amelyek megalapozzák ideológiai, textuális, gazdasági és kulturális jelentőségüket.

A szerző a hírességeket árucikknek tekinti, akiknek személyisége jelenti a legnagyobb vonzerőt a közönség számára, ráadásul mivel napi szinten jelennek meg a televízióban, egyfajta ismerősként tekintünk rájuk. A televíziós személyiség fogalmát Richard Dyer gondolatait felhasználva határozza meg: míg a tévésztár karaktert játszik, és különféle személyiségek megkonstruált reprezentációiként értelmezhető, a televíziós személyiség önmagát adja a képernyőn és azon kívül is, és állandóan hangsúlyt fektet személyiségének folytonosságára és hétköznapiságára (2. o.). Bennett értelmezésében a televíziós személyiségek a tévé által létrehozott hírnévformációknak csak egyik csoportját alkotják, és jelentőségük, jellegzetességeik csak a sztárokkal, a celebekkel, a műsorvezetőkkel fennálló

kapcsolatuk alapján határozhatók meg. A televíziós személyiségeket az intimitás, a hétköznapiság és a hitelesség konstrukcióin keresztül elemzi, miközben amellet érvel, hogy ezek a figurák képük fenntartása érdekében jelentős befektetett munkát is felvonultatnak, illetve szakmai készségek is szükségesek a hosszú távú karrier kiépítéséhez. Mindezek mellett a televíziós személyiségek gazdasági, kulturális és ideológiai szerepét is igyekszik feltárni könyvében annak alátámasztására, hogy ez a terület érdemes a kutatók figyelmére. A szerző legfőbb célja az, hogy bemutassa, a televíziós személyiségek fontos szerepet töltenek be a hírességek kultúrájában. Fel kívánja tárni azokat a jelentéseket és szerepeket, amelyeket a televízióban és azzal együtt mindennapi életünkben betöltenek, továbbá le szeretné leplezni, hogy a közönség miért érdeklődik irántuk, miféle élvezetet lel bennük.

Bennett úgy látja, a televíziós személyiségekkel szembeni ellenállás elsősorban abban gyökerezik, hogy az általános vélekedés szerint ők nem tesznek semmit a hírnévért, csak önmagukat adják, amihez semmiféle erőfeszítésre nincs szükség. Így aztán nehéz őket komolyan venni, hiszen a nézők és gyakran a kutatók is úgy vélik, nincs mit vizsgálni velük kapcsolatban. Bennett egyik legfontosabb törekvése az, hogy ezt a vélekedést megváltoztassa, ehhez pedig legelőször is a sokszor meglehetősen kusza fogalmak tisztázását tűzi ki célul. John Langer gondolatainak felhasználásával húzza meg a határvonalat a sztár és a televíziós személyiség között: míg az előbbi speciális, megközelíthetetlen, kivételes, idealizált, vágyott és imitált, addig az utóbbi az élet részének tekinthető, intim és közvetlen, ismerős, tipikus, normalizált (7. o.). A szerző úgy utal a televíziós személyiségekre, mint akik „rendkívüli módon hétköznapiak” (17. o.) és olyan egyénekként határozza meg őket, mint akik – bár létrehoznak egy televíziós képet – mégsem csak a televízióban jelennek meg, hanem szerepelnek az újságokban, az interneten, a könyvekben is; emellett pedig hírnevük kiépítésében fontos szerepet kap a befektetett munka, illetve az előadásmód. Bennett szerint éppen ez a befektetett munka és készség különbözteti meg a televíziós személyiséget a tévésztártól és a tévécelebtől. A készségek terén három típust különböztet meg: a televízióval képzett személyiséget (*televisually skilled* – a televíziós technikák és praktikák avatott ismerője, képes a könnyed szórakoztatásra, például Benny Hill, Cilla Black), a szakmailag képzett személyiséget (*vocationally skilled* – olyan szakmai tudással rendelkező egyének, például kertészek vagy szakácsok, akik televíziós személyiséggé nőnek ki magukat, dokumentumszerű/életmódszerű bemutatásra törekkenek – például Jamie Oliver), és a köznyelvi készséggel (*vernacularly skilled* – ezt olyan hétköznapi személyek birtokolják, akik a többiek közül kiemelkedve lesznek híresek, például Kevin Rose) rendelkező személyiségeket. A televíziós képzettség minden esetben követelmény, de a másik két készség attól függően határozza meg egy személy munkásságát, hogy pontosan mivel foglalkozik.

A könyvben részletes ismertetést olvashatunk arról, hogy a szerző mit ért a televíziós személyiségek nélkülözhetetlen tulajdonságain, majd könyve későbbi fejezeteiben példákkal illusztrálva elemzi a három alapvető készséggel rendelkező televíziós személyiségeket. A *hétköznapiságot* nagyon fontos ismertetőjegynek tartja, mivel úgy látja, a televíziós személyiségek egybeolvadnak a tévé hétköznapiságával, és úgy jelennek meg benne, mint ahogy a valódi életben is találkozhatnánk velük. A *hitelesség* fogalmán azt érti, hogy bár a néző úgy érzékeli, a televíziós személyiség önmagát adja a képernyőn, azonban ennek hiteles megjelenítése kemény munkán alapul, hiszen az egyének folyamatosan fejlődnie kell szakmailag, miközben úgy kell előadnia magát, hogy a néző elhiggye, a magánéletben is pontosan ilyen. A következő tulajdonságot, az *intimitást* a televízió egyik alapvető sajátosságának tartja, mivel benne van a néző otthonába való behatolás, a gyakori ismétlődés, ráadásul a televízióban megjelenő szereplők sokszor alkalmazzák a kamerába tekintés (*direct address*) módszerét, amivel még szorosabb kapcsolatot alakítanak ki a nézővel. A befektetett munka/erőfeszítés kiemelkedően fontos szerepet kap Bennett elméletében, mivel úgy látja, a televíziós személyiségek kifelé mutatott „személyisége” megkonstruált performansz, s véleménye szerint csak azok válhatnak igazi televíziós személyiségekké, akik elsajátítják a spontaneitás, az azonnalosság és az intimitás előállításához szükséges technikákat. Mindez alapvető fontosságú a hosszú időn keresztül fennálló hírnév kiépítéséhez. Miközben úgy tűnik, hogy a televíziós személyiség semmit sem csinál, csak önmagát adja, rá kell döbbernünk, hogy a háttérben alapos és körültekintő szakmai munka zajlik, és a könnyedség fenntartása valójában erőfeszítésbe kerül. És ha mindez nem lenne éppen elég, James Bennett úgy véli, hogy a televíziós személyiségnek még a képernyőn és a valóságban megjelenő személyiségei közti folytonosságot is hangsúlyoznia kell.

A szerző felhívja figyelmünket, hogy manapság a hírnév kiterjed a hétköznapi emberekre is; a valóságshow-szereplők, a popsztárok, az internetes hírességek mind-mind keverednek a magazinokban, online fórumokon, közösségi portálokon, és köztük akarva-akaratlanul hierarchikus rendszert kívánunk létrehozni. Utal azonban arra is, hogy

amennyiben Graeme Turner fogalmával élve a hírességeket „representációs mód”-ként (97. o.) kezeljük, akkor lehetetlen köztük alá- és fölérendelt viszonyt létrehozni, hiszen nem lehet őket összehasonlítani, mindannyian ugyanolyan fontossággal bírnak. Véleményem szerint ez a megállapítás lényeges a hírességek kutatásának szempontjából, hiszen amint arra Bennett már könyve kezdetén rámutat, éppen az egymáshoz való viszonyítás, a „jó” és a „rossz” hírességek megkülönböztetése eredményezi, hogy olyan keveset tudunk a televízióban megjelenő celebekről, hírességekről, pedig alapvető hatással bírnak a közönség életére és mindennapjaira, a világról és saját magáról alkotott elképzeléseikre.

James Bennett könyvének első részében a televíziós személyiség kialakulásának történeti áttekintését adja. Az Egyesült Királyságban az 1950-es években kezdődött el a folyamat, amely a televízió saját sztárjainak kialakulását eredményezte. Történeti áttekintését éppen azért kezdte ezzel az időszakkal, mert ekkor vált tömegmédiummá a televízió. Ahhoz, hogy a rádiózástól és a varietéműfajoktól elszakadva különálló médiumként jelenhessen meg, a televízióknak nemcsak saját sztárokat, de megkülönböztető jegyekre is szüksége volt. James Bennett Benny Hillt vizsgálja részletesen – őt tartja az első olyan televíziós személyiségnek, aki sikeresen lépett át a varieté világából a televíziózás műfajába, és képes volt fenntartani karrierjét 36 éven át. Kezdetben ugyan szakmai készségen alapult sikeressége, de képes volt elsajátítani a televíziós készségeket és technikákat, így lehetett a televíziózás műfajának egyik első képviselője. A televíziós bemondók alkalmazását is mérföldkönek tekinti a televíziós hírnév kialakulásában, mivel használatuk teljesen különválasztja a televíziót a rádiótól és filmtől – mivel egyszerre hangsúlyozzák a vizualitást, és a kamerába tekintés módszerének alkalmazásával a nézővel kialakított bensőséges kapcsolatot. A bemondók alkalmazása lehetővé tette a bűbáj diskurzusának megjelenését, ráadásul a bemondók a nő mint látványosság diskurzusát is erősítették, és egyúttal a fogyasztás idoljaivá váltak. A bemondók a közszolgálati televízió (BBC) megtestesítői voltak, ők nyitották és zárták a napi műsort, technikai problémák felmerülése esetén megnyugtatták a nézőt, és figurájuk egy idő után annyira népszerű lett, és olyan sok különféle médiumban szerepeltek, hogy maguk is televíziós személyiségekké váltak – ebben pedig jelentős szerepet játszott külső megjelenésük is. A televízióban megjelenő figurákat a nézők egy idő után ismerősként üdvözölték, és Bennett érvelése szerint a televíziós produkciós technikák alkalmazása (a közeli felvétel, a látványosság és az intimitás egyidejűsége, a kamerába tekintés) és a korai előadók intertextuális (egy időben többfajta médiumban) megjelenése együtt segített létrehozni a televíziós hírnevet, amely különbözik minden másfajta hírnévtípustól. Úgy gondolja, a bemondók vizsgálatán keresztül egyértelművé válik, hogy az ő személyükben érvényesülő diskurzusok és a különféle produkciós módok és televíziós technikák együttesen hozták létre a televíziós hírnevet, és ezek bemutatásával a szerző rávilágít arra is, hogy mennyire összetett azoknak a személyeknek a képe, akiket magától értetődően a tévé részeinek tekintünk – és akiknek tevékenységét esetleg nem is tartjuk túl sokra.

Bennett úgy látja, hogy a televíziócsatornák igyekeznek minél több személyiséget előállítani, és közülük a sikerebbeket a csatorna arcaiként, formátumként használják fel. A televíziós személyiségek intertextuális és televíziós képe kulcstermék a televíziózás berkein belül. Ahogy egyre több celeb és műsorvezető jelenik meg a tévében, egyre nehezebbé válik számukra annak a határvonalnak az átlépése, amely elválasztja őket a televíziós személyiség kategóriájától. Ezekkel a változásokkal egy időben maga a televíziós látkép is változik: a közönség egyre fragmentáltabb, sokféle új formátum jelenik meg, és a televíziós személyiségek sem csak kizárólag nemzeti szinten lesznek sikeresek – lehetővé válik számukra a nemzetközi hírnév elérése is (például Jamie Oliver, Gordon Ramsay).

A szerző egyik fejezetében azzal foglalkozik, hogy az „önmagadat adni” (117. o.) leginkább performanszként értékelhető televíziós berkekben. Joshua Gamson szavait idézi, amikor arról beszél, hogy a „celebritás minden formája performanszként értelmezhető” (119. o.). Mindebből Bennett szerint az következik, hogy a képernyőn megjelenő Én bizony kemény munka eredménye, és értékelhető az élvezet és a siker alapján, amit elér vagy amit átad. Hozzáteszi, hogy „a híresség »Én«-je minden esetben egy mediatizált konstrukció és a szórakoztató ipar érték-cserekereskedelmének kulcsfontosságú formája” (119. o.). A televíziós személyiségek esetében az előadást magát sem vizsgálták a kutatók sokáig, mivel nem tulajdonítottak színészi képességeket olyasvalakiknek, akik csak önmagukat adják. Emiatt Bennett szükségesnek tartja a színészkedés és a performansz közti különbségtételt. Hozzáteszi: a televíziós személyiségek között még az is különbséget generál, hogy milyen időszámban jelennek meg a tévében.

Bennett további példákat is elemez, bemutatva a televíziós személyiségek különböző típusait. A televízióval képzett egyén Cilla Black, aki eredetileg énekesnő volt, és már közel 40 éve szerepel a tévében. Kezdetben énekesi

képességeit kamatoztatta, majd kíváncságműsort vezetett, amelyben hétköznapiságát munkásosztálybeli származása és a nézőkkel kialakított közvetlen viszonya alapozta meg. A szakmailag képzett személyiség kategóriájában Jamie Olivert hozza fel példának. Ennél a típusnál nagyon fontos, hogy a kérdéses személy szakmailag hiteles legyen, mivel ennek hiányában a nézőt nem lehet meggyőzni arról, hogy érdemes megtanulnia vagy utánoznia a képernyőn látottakat (például egy étel elkészítését). A szakmailag képzett televíziós személyiségekre így kettős nyomás hárul: egyrészt hitelesen kell tanítaniuk a nézőt, miközben előadásukkal szórakoztatnia kell, és érdeklődését folyamatosan fenn kell tartaniuk. A köznyelvi képzett személyiséget Kevin Rose alakján keresztül mutatja be, aki egy honlapnak (digg.com) köszönheti hírnevét: felhasználóból internetes vállalkozóvá nőtte ki magát. Figurája jól példázza, hogy miként alakul át a televíziós személyiség az újfajta digitális médiumfajoknak köszönhetően. Kevin Rose képes volt önreklámozással sikert elérni, és a közösségi oldalak megfelelő kiaknázásához kifejlesztette a köznyelvi készséget is. A közösségi oldalak felhasználása arra is lehetőséget ad, hogy a kérdéses személy követői személyes üzeneteket küldjenek, kérdéseket tegyenek fel. Mindez olyan fokú intimitást képes kialakítani, amely teljesen különbözik a televízióban és a mozivásznon megtapasztalt intimitástól. A közösségi oldalakon azonban minden hírességnek versenyeznie kell a többiekkel, hogy hallathassa hangját; itt kicsi a különbség a hírességek különféle típusai között, hiszen mindannyian megjelenhetnek, nem számít, ki miben sikeres vagy mennyire ismert.

A televíziós személyiségek ideológiai szerepének vizsgálatához az életmód-televízió elemzését tekinti tökéletes terepnek. Szerinte itt a középosztály ízlése és praktikái jelennek meg normaként. Az életmód-televíziózást alkalmasnak tekinti arra, hogy bemutassa a „mindennapi esztétiká”-t, vagyis a néző mindennapi életéhez kapcsolódó információt adjon, egyfajta életmód-útmutatót szolgáltatson számára (153. o.). Az ideológiai szerep megvilágítására Steve Irwin alakját is említi, akit az ausztrálság mintaképének tartottak, ezáltal az ausztrál identitás megtestesítőjeként is tekinthetünk rá. Az ideológiai olvasat Cilla Black figurájában is fellelhető, akit az általa felsorakoztatott értékek miatt több politikai párt is igyekezett a „magáénak vallani” annak érdekében, hogy az általa képviselt tulajdonságok előnyeit élvezhessék. Alan Titchmarsh figuráját is elemzi, aki kertészeti szaktudása miatt került be a televízióba, de az idők során valódi televíziós személyiséggé nőtte ki magát. Az életmód-tévé azt sugallja a nézőnek, hogy ő is képes ezeket a gyakorlatokat beépíteni az életébe, képes átalakítani saját életét és személyiségét is ennek megfelelően. James Bennett kapcsolatot vél felfedezni a kertészkedés és a brit nemzeti identitás között, Titchmarsh személye hétköznapivá teszi a kertészkedés elittudását, és bátorítja a nézőket a tevékenységbe való bekapcsolódásra is, emellett ideológiát reklámoz és a brit nemzeti identitást is erősíti.

A kötet pozitívuma, hogy olyan területet vizsgál, amelyet a tudományos érdeklődés ezidáig többnyire érdemtelenül került, és kötelességének érzi, hogy felhívja a figyelmet a televíziós személyiségek komplex jelenségére. Egyik legnagyobb érdeme az, hogy friss szemmel tekint a televíziós személyiségek kutatásának problémás területeire, és azokat nézőpontváltással és újszerű fogalomrendszerrel igyekszik feltárni. Véleményem szerint megvan benne az az ötlet, amely a kutatás új irányát mutathatja meg; olyan keretet ad, amely a témával kapcsolatos gondolkodást új mederbe terelheti.

A könyv hiányosságai közé sorolható, hogy bár alapvető céljai között megfogalmazza a befogadás és a közönség televíziós személyiségekben fellelt élvezetének vizsgálatát, e kérdésekkel egyáltalán nem foglalkozik. Ezt a negatívumot azonban maga a szerző is elismeri, és a továbbiakban feltárandó területként jelöli ki. Emellett – bár a kötet tartalmaz részletes elemzéseket egyes televíziós személyiségekkel kapcsolatban – számomra ezek a vizsgálatok kicsit hiányosnak hatnak, éppen azért, mert a felsorolt tulajdonságok összehasonlítása meglehetősen esetleges. Sokszor nehéz eldönteni ugyanis, hogy egy adott személy képében mit tekinthetünk intimnek, hitelesnek vagy éppen hétköznapiak; így a róluk írt elemzések is szubjektívnek tűnnek. Bár a könyv íve jól követhető, mondanivalója gyakran csapongó, néha nehéz kibogozni, hogy mire is szeretne kilyukadni a szerző.

Összességében elmondható, hogy újszerű gondolatokat tartalmazó könyvről van szó, amely képes új mederbe terelni a hírességek és a televíziós személyiségek kutatásáról folyó diskurzust. Számtalan olyan lehetőséget vet fel, amely főként a digitális médiumok térnyerésével nyer értelmet. Bár a kötet egyelőre még csak angol nyelven érhető el, bátran ajánlható mindazoknak, akik érdeklődéssel szemlélik a televíziós hírességek világát, és megkérdőjelezzik azokat a sztereotípiákat, amelyek őket mindenáron negatív színben igyekeznek feltüntetni. (*James Bennett: Television Personalities – Stardom and the Small Screen, Routledge, London és New York, 2010, Kindle Edition, 240 oldal*)

**Sárdi-Bak Ivett** PhD-hallgató, tanár. A Pécsi Tudományegyetem angol-kommunikáció szakán végzett 2009-ben, jelenleg a Pécsi Tudományegyetem Irodalomtudományi Doktori Iskola Kultúratudományi Programjának hallgatója, főállásban gimnáziumi angoltanár. Kutatási témái: tabloidizáció és celeb kutatás. Legutóbbi írása a *Médiakutató*ban: „A média, amely átgyúr mindent. Marshall McLuhan és Quentin Fiore *Médiamasszás: egy rakás hatás* című könyvéről” (2014. tavasz). Email: bakivett@gmail.com