

FODOR PÉTER

Mennyben köttetett frigy

A televízió és a versenysport kapcsolata

A professzionális látványsportok a múlt század második felében sokrétű és szoros kapcsolatot építettek ki a korszak első számú technikai médiumával – tanulmányomban ennek a viszonynak a föltérképezésére vállalkozom. Részletesen foglalkozom azzal a kérdéssel, hogyan lehetséges egyszerre megtölteni a stadionok lelátóit és nézők millióit leültetni a televíziókészülék elé. Bemutatom, milyen feltételeknek kell megfelelnie egy sportágnak ahhoz, hogy tartósan a képernyőn maradhasson; példákat hozok arra, hogy egyes sportágak milyen szabálmódosítások révén igyekeztek saját médiaképességüket növelni. A kérdésirányt megfordítva kitérek arra is, miért a sportközvetítések a mai napig a legnézettebb műsorok, s miért mondhatjuk: a televízió éhes a sporteseményekre.

1. Élősködés vagy szimbiózis?

Amit ma a professzionális látványsportokról¹ tudunk, azt túlnyomórészt a nyomtatott sajtó, az elektronikus médiumok és a világháló révén tudjuk. A 19. század végén indult el, de igazán a televízió elterjedésével gyorsult fel az a folyamat, amelynek következtében létrejött a sport és a média szimbiózisa. Az angol nyelvből elterjedt kifejezés, a *mediasport* pontosan fejezi ki ezt az együttélést: manapság alig tudunk valamit mondani a globálissá vált sportesemények valóságáról, ha nem vesszük figyelembe, hogy ezek olyan látványosságok, amelyek forgatókönyvének írói között ott vannak a technikai médiumok is.

A televízió és a versenysport kölcsönhatásával foglalkozó kutatók következtetései két, egymással jórészt ellentétes álláspontot rajzolnak ki. Az elsőbe a médiapesszimista vélemények tartoznak, amelyek a televízió hatását romboló erejűnek bélyegzik. Például az amerikai társadalomtörténész, Christopher Lasch már az 1970-es években közreadott írásaiban egyfelől síkra szállt a sport belső értékeinek védelmében, másfelől viszont bírálta azt a folyamatot, amely a 20. század közepétől átalakította a legnagyobb népszerűségnek örvendő amerikai sportágakat. Vélekedése szerint a sporttal elsősorban nem az a baj, hogy sokan túlzottan komolyan veszik; éppen ellenkezőleg, a sport lealacsonyodásáért a televízió megnövelte hozzáértés nélküli érdeklődés, valamint az ezzel összekapcsolódó bulvárosodás, vagyis a komolyan nem vétel tehető felelőssé. Mindezek hatására az a konvenciórendszer tűnik el, amely korábban erősen szabályozta mind a játékosok, mind a nézők viselkedését, továbbá lehetővé tette, hogy a nagyszerű teljesítményre képes sportoló egy közösség valódi képviselőjének legyen tekinthető. Látható: ebben az érvelésben a sport eredetileg az elvilágiasodott, kollektív értékek nélküli, önimádó és önző társadalom ellenpólusának, de legalábbis az abból való ideiglenes kiszakadás lehetőségének tetszett, s csak később fokozta le önmagát a piac felosztásáért folytatott harc szintjére. A demisztifikálódás, a szórakoztatóiparba való beépülés lesz a legfőbb bűn, amelyet a 20. század második felében a modern sport a televízió nyomására elkövetett – legalábbis a médiapesszimista, konzervatív értelmezés szerint (Lasch 1984).

A vélemények másik csoportja inkább olyan szimbiózisnak látja a sport és a televízió kölcsönhatását, amelyben mindketten kölcsönös előnyökhöz jutnak. A neves kutató, Ellis Cashmore egyenesen úgy fogalmaz: e két fél házassága a mennyben köttetett, legalábbis abban az értelemben, hogy az 1940-es évektől kezdődően nagyrészt egymásnak

¹ Látványsporton olyan sporteseményeket szokás érteni, amelyek esetében a csere tárgyát az a lehetőség jelenti, hogy mások sporttevékenységét figyelemmel követhetjük (Dénes 1998).

köszönhetik anyagi sikerüket és népszerűségük fölívelését (Cashmore 2010). Mivel a professzionális sport által létrehozott és eladásra kínált „csomagban” a látvány az elsődleges faktor, a kép- és hangsávot egyaránt használó televízióban megtalálta ideális médiumát, így a sportban rejlő gazdasági és kulturális lehetőségek új tárházát teremtette meg.

2. Elvándorló nézők, elsötétülő képernyők

Mai szemmel akár furcsának is tűnhet az az aggodalom, amely a legnépszerűbb észak-amerikai sportágak menedzsmentjében keletkezett, amikor a televíziócsatornák saját boldogulásuk egyik legfontosabb kulcsát a sportközvetítésekben találták meg.² A félelmek nem is bizonyultak megalapozatlannak: több olyan baseballklub is működött ebben a korszakban, amely a pályán elért sikereivel tévészerződéshez jutott, viszont az addig a stadionba kilátogató közönsége egy részét elvesztette. Ugyanebben az időszakban hasonlóan járt az amerikai egyetemi futball, amely azáltal tudta közönsége elvándorlását megakadályozni, hogy csökkentette a közvetített mérkőzések számát. A televízió történetének korai szakaszában a profi ökölvívás kiemelt fontosságú sportág volt, ennek köszönhetően az ide áramló televíziós bevételek is egyre nőttek. Persze, ahogy az ma is van, főként a nagy nevek keltették föl a csatornák érdeklődését, s így ők, illetve az őket képviselő menedzserek tudtak ebből a kapcsolatból profitálni. Miközben az 1950-es években a készülékkel rendelkező háztartások egyharmadában néztek rendszeresen bokszmeccseket az Amerikai Egyesült Államokban, a kisebb klubok sorra veszítették el egyetlen bevételi forrásukat, az összecsapásokra jegyet váltó közönséget, s így nagy részük csődbe ment és bezárta kapuit (Cashmore 2010).³

Kétségtelen, hogy a stadionba kilátogató nézők száma az adott mérkőzés médiaértékére is hatást gyakorol. Ki akar ugyanis olyan sporteseményt órákon át figyelemmel követni a televízióban, amely a helyi közönség érdeklődésére sem tart számot? Akár egy atlétikai világbajnokság imázsát is ronthatja, ha szellős lelátók előtt rendezik a versenyeket – ahogy ez történt például 2013-ban Moszkvában. A helyi nézők és a médiaérték közötti összefüggés alapos értelmezéséből származik a leginkább az NFL-ből (National Football League) ismert blackout-szabály. A képernyő elsötétítésére utaló szabály története meglehetősen régre nyúlik vissza. A tojás alakú labdával játszott professzionális amerikai futball ligája tulajdonképpen a kezdetektől fogva tiltotta azt, hogy a mérkőzés városában a tévékészüléken keresztül élőben követhető legyen a meccs. Ezen a nagyon szigorú rendelkezésen 1973-ban változtattak, amikor fölismerték, hogy a helyi televíziós piacban rejlő lehetőségek így kihasználatlanul maradnak, hiszen egy nagyvárosban és vonzaskörzetében a mérkőzés iránt érdeklődő közönség száma meghaladja a stadionba beférők számát. Azóta a szabály lényege az, hogy amennyiben a kezdő rúgás előtt 72 órával a jegyek túlnyomó többségét (ez csapatoktól függ, de nem lehet kevesebb 85 százaléknál) nem értékesítették, az adott régióban a mérkőzést a televízió nem közvetítheti.

3. A médiaképesség kritériumai

Bármennyire is igaz, hogy a televízióban a sportműsorok mennyisége az elmúlt évtizedekben jóformán folyamatosan növekedett, mint minden piacon, a sport piacán is vannak kelendő és kevésbé népszerű termékek – a média saját érdekeit szem előtt tartva vásárol a kínálatból. Urbán Ágnes fontos tanulmányában a klasszikus sportágak esetében a médiaképesség négyes feltételrendszeréről ír: „Azt a sportot tekinthetjük a média számára eladhatónak, amely érthető, tehát egyszerű szabályrendszerrel rendelkezik, látványos, extra szakértelem és felszerelés nélkül közvetíthető, valamint sok nézőt vonz” (Urbán 1997: 19). Ezeket a kritériumokat érdemes lesz konkrét sportágak példáin keresztül részletesebben megvizsgálni, más szerzők vonatkozó megállapításait is tekintetbe véve, s ahol a médiatechnológiai fejlesztések szükségessé teszik, némileg módosítani.

2 A látványsportok médiagazdaságtani modelljének alakításában a döntő szerepet a kezdetektől fogva az Amerikai Egyesült Államok kereskedelmi televíziócsatornái játszották – ez indokolja, hogy írásomban gyakran utalok az észak-amerikai médiásport működésére.

3 Arról, hogy milyen az élet a médiaérdeklődésre számot nem tartó látványsportok alsó szintjein, sokat elárul Darren Aronofsky 2008-ban bemutatott filmje, *A pankrátor*.

3.1. Egyszerű szabályrendszer

Azt szokás mondani, nincs annál egyértelműbb vereség, mint amikor egy bokszoló a földre kerül, és a mérkőzésvezető kiszámolja. Minél egyszerűbbek a szabályok, annál könnyebben képes a néző bevonódni a versengésbe, ugyanis nem lesznek értelmezési problémái, amelyek kizökkentenék vagy épp elkedvetlenítenék. Nagyon kevesen szeretnek olyan dolgokkal foglalkozni, amelyeket nem értenek; ha egyszerűek a szabályok, a laikus néző is érti, ki és miért győzött.

„Ebből a szempontból a legkönnyebben értelmezhető az az egyéni kvalitásversenyek (futás, úszás, evezés stb.), amelyek során az egyik sportolónak az azonos időben zajló küzdelmek során egyszerűen meg kell előznie a másikat. Problematikusabb, de viszonylag könnyen megoldható az az egyéni kvalitásversenyek értelmezhetősége is, amelyek során az azonos időben zajlanak ugyan a küzdelmek, ám a teljesítendő feladat jellege (nagyobbat dobni vagy ugrani, pontosabban lőni stb.) egyértelműen mérhető. Ugyanakkor jelentősen csökkentheti egy sportesemény értelmezhetőségét, [...] ha az értékelés/pontozás szempontjai olyan szakértői tudást hordoznak, amelyek rejtve maradnak a laikusok többsége előtt (mint például a szinkronugrás, a vívás, a torna vagy a birkózás esetében. A vízilabda e tekintetben [...] hátrányos helyzetben van, hiszen a nézők túlnyomó többsége nincs tisztában például azzal, hogy a bíró éppen miért állított ki egy-egy játékost” (Hadas 2011: 119–120).

Ismerünk persze bonyolult szabályrendszerrel rendelkező, mégis nagy nézettségnek örvendő sportágakat. Ilyen például az amerikai futball, amelynél a játékvezető nem csupán minden egyes megítélt szabálytalanságot követően a testére szerelt mikrofonba bemondva közli a szabálytalanság típusát, az elkövető mezszámát és a kirótt büntetést (erre nyilván azért is van szükség, mert sem a helyszínen, sem a televízióban nem érzékelhető minden történés), hanem a bonyolultabb esetekben szabálymagyarázatot is tart. A sportág magyarországi népszerűsége az elmúlt évtizedben a Sport Televízió közvetítései révén jelentős mértékben megugrott, ehhez szükséges volt arra a jól átgondolt „nevelő” tevékenységre is, amely révén a televíziócsatorna kommentátorai szisztematikusan bevezették a honi közönséget a játék rejtelmeibe.

3.2. Igazságosság

Lehetnek természetesen bármennyire könnyen átláthatóak egy sportág szabályai, ha nem következetesen alkalmazzák őket. A sport abban az értelemben minden formájában játék, hogy kizárólag akkor működhet, ha konszenzus övezi a szabályait – szabály nélkül emberi játék nem létezik.

„A verseny olyan – bizonyos imaginárius, mesterséges életelv körül felépített – életforma, melyet a versenyző felek együttesen, akként hoznak létre, hogy mindegyikük az önmaga tevékenysége által mértéket szolgáltat a többieknek, azok hasonló elvű tevékenysége számára. A küzdő felek nemcsak egymás ellen, hanem elsősorban együtt küzdenek: a küzdelemért” (Révay gróf 2005: 434).

Miközben a sport kétségtelenül felszítja az ellenfelek közötti versenyszellemet, igyekszik biztosítani a versengés ideális és demokratikus kereteit: az önkéntességet, valamint az egyenlő feltételeket. Amint ezek a feltételek sérülnek, a sport értéke, a belé vetett hit csökken. Az a labdarúgó-mérkőzés, amelynek az eredményét döntően befolyásolja egy kézzel szerzett vagy épp egy meg nem adott szabályos gól, nem csupán az adott meccs értékét szállítja le,

hanem a sportág imázsát is rontja. Ebből az összefüggésből érthető meg, hogy a horrorilis televíziós összegeket vonzó amerikai bajnokságokban bátran alkalmazzák a játékevezetők a technika nyújtotta lehetőségeket, s ma már az európai labdarúgás sem zárkózik el tőlük.

3.3. Megfelelő lebonyolítási rendszer

A televíziócsatornák nagyon szigorúan beosztott időrendben működnek, a műsorstruktúrát (másod)percre pontosan tervezik meg. Kulcsfontosságú számukra, hogy sportközvetítéseik időpontjaival és időtartamával már jó előre kalkulálni tudjanak. Előnyt élveznek tehát azok a sportágak, amelyekben a versenynaptár jól összeállított és nem változékony, és amelyek esetében megszabott a játékidő – ilyenek például az Európában népszerű labdás csapatsportok. A szabadban játszott sportágak között vannak időjárás-érzékenyek (a tenisz a legszemléletesebb példa, az eső miatt órákat, olykor napokat csúsznak mérkőzések például a Roland Garros salakpályáin), míg mondjuk az NFL téli mérkőzéseinek hangulatához olykor a zord körülmények és a velük való dacolás heroizmusa is nagyban hozzájárul.⁴ A tenisz esetében az arisztokratikus hagyományokból következő viszonylag laza időkezelés (a mérkőzések hossza éppen úgy nem szavatolható előre pontosan,⁵ mint egy hosszabb, szabadban játszott versenysorozat beosztása) és a televízió elvárásai közötti feszültség nem látszik teljes mértékben föloldhatónak, a csatornák a megoldást az élőben eredetileg nem közvetített „párhuzamos” mérkőzések fölvetelről való sugárzásával szokták megtalálni.

A Grand Slam tornák történeti presztízse egyelőre kitart, a BBC első sportközvetítései között már 1937-ben ott volt a wimbledoni bajnokság, mint ahogy máig kitüntetett helyen szerepel a brit közszolgálati csatorna műsorrendjében (az USA-ban hagyományosan az NBC és/vagy az ESPN közvetíti) – a tenisz jóformán kivételnek tekinthető példa arra, hogy létezik olyan tradicionális sportág, amely annak ellenére kelendő árucikk a médiapiacra, hogy televíziókompatibilissé szabná át magát.⁶ Az más kérdés, hogy a professzionális tenisz naptárába az elmúlt években számos olyan verseny került be, amely ennek az átfazonírozásnak a jeleit mutatja – ilyen például a férfiak számára kiírt ATP World Tour Finals, amelyet 2009 óta csarnokban, csupán két nyert játszmaig rendeznek meg.

Arra is találni példát, hogy az azonos ország(ok)ban működő ligák „fölosztják” egymás között az évnek azokat az ünnepnapjait, amikor a szabadság miatt a megszokottnál is több nézőre lehet a televíziókészülékek előtt számítani: az Amerikai Egyesült Államokban a hálaadás az NFL, a karácsony az NBA (National Basketball Association), az újév az NHL (National Hockey League) kiemelt időszaka.

3.4. Láthatóság-látványosság

A jól medializálható látványsportok jellegzetességeit így foglalja össze Hadas Miklós olimpiatörténeti tanulmányában:

„Azok a sportok vannak e szempontból előnyösebb helyzetben, amelyek jelentős szimbólumalkotási potenciállal rendelkeznek, s emellett drámai változékony és komplexitás jellemzi őket. Előny, ha a küzdők teste egészében látható (labdarúgás kontra vízilabda), ha nagyobb (test)felület vesz részt a küzdelemben (cselgáncs kontra vívás), ha a versenyter jár jól áttekinthető (rövidtávfutás kontra evezés), ha a sport jól elkülönülő mozgásokat, helyváltozásokat tartalmaz

4 Mindmáig a legnagyobb meccsek között tartják számon az 1967-es Ice Bowlt, amikor is a Dallas Cowboys vendégeskedett a Green Bay Packers otthonában, s a Lambeau Fielden a hőmérő higanyszála -25 °C alá süllyedt, de a jelenlévők a jeges szél miatt még ennél is jóval hidegebbnek érezték a hőmérsékletet. Az, hogy egyre több csapattulajdonos épített az NFL-ben fedett vagy befedhető csarnokot, egyfelől megváltoztatja a játék jellegét (futás- helyett passzcentrikus lesz, ami kétségtelenül látványosabb úgy a helyszínen, mint a képernyőn), másfelől még inkább a kényelmes szórakozás helyzetét és érzését kínálja a nézőknek.

5 Az 1970-es évek elején elterjedő tiebreak-szabály hivatott „kordában” tartani a mérkőzések hosszát, de ez a döntő szettben nincs érvényben, s a játékok (game) és a játszmák (set) száma ezzel együtt sem megjósolható.

6 2016-ban Wimbledonban a hivatalos tájékoztatás szerint a verseny megkezdése előtt 3250 darab médiaakkreditációt osztottak ki.

(tornászat kontra lövészet), és ha a játékszer jól beazonosítható (strandröplabda kontra asztalitenisz). Példaértékű e tekintetben a strandröplabda, melynek már pusztán elnevezése is jelzi, hogy a globalizálódó élménytársadalom fontos, libidinózus örömeiket kínáló színterét és tartozékait igyekeznek a közös játék meghatározó elemévé tenni" (Hadas 2011: 119).

A játék intenzitása is fontos tényező, a játéktér „semleges” zónájában folydogáló mérkőzés nem kifejezetten vonzó. Köztudott, hogy az észak-amerikai profi ligában kisebb pályán zajlanak a jégkorongmérkőzések, mint Európában. Bár ennek oka (részben esetleges) sportágtörténeti tényezőkre vezethető vissza, és eredetileg nem volt szoros kapcsolatban a média igényeivel, kétségtelen, hogy az NHL-mérkőzések magasabb intenzitása (több ütközés és helyzet, gyorsabb tempó) a pálya méretéből is következik.

Feltűnő jelensége a látványsportok alakulástörténete legújabb fejezetének, hogy maguk a sportolók is egyre inkább szembeötlővé teszik saját teljesítményüket örömeik vagy éppen fájdalomuk gyakorta teátrális színrevitelével. A televízióközvetítések a stadion népének is módot adnak arra, hogy látványosságot csináljon magából. Míg az európai futballstadionokban az ultrák körében a tömegkoreográfiák dívának, addig az amerikai futballban a szurkolók egyénenként igyekeznek fölhívni magukra az operatőrök figyelmét (gondoljunk például az Oakland Raidersnek szurkoló „pokolfajzatok” maskaráira).

3.5. Közvetíthetőség

Ennek a kritériumnak a jelentősége fokozatosan csökken a televíziós technika fejlődésével párhuzamosan. Míg a médium hőskorában kulcsfontosságú volt, hogy egy kamera is átfogassa a játékteret, a könnyen, akár távirányítással mozgatható és egyre jobb minőségű kamerák korszakában ez már kevésbé fajsúlyos szempont. Az európai sportközvetítések éllovasának számító labdarúgás esetében például az átlagos technikai apparátus így épül fel:

- az összes kamera a pálya egyik oldalán és a kapuk mögé van helyezve, hogy a nézőket a megfordított nézőpont ne zavarja meg;
- két rögzített főkamerát a középvonal magasságában helyeznek el: az egyik az átfogó képeket, a másik a ráközelítéseket szolgáltatja;
- ezen kívül vannak a leskamerák, a kapuk mögé, valamint a kispadok mellé helyezettek;
- arról, hogy mikor melyik kamera képe kerül adásba, a rendező dönt, aki az operatőröket is utasíthatja;
- mellette dolgozik az ismétlésekért felelős szakember (az azonnali ismétlés technikáját az amerikai CBS csatornánál használták először 1963-ban).

A sok szempontból rendkívül médiaképes jégkorong esetében a játékszer követhetősége jelent a mai napig nehézséget a televízióközvetítés számára. A láthatóságot javíthatná a korong méretének növelése, ez viszont tovább csökkentené a mérkőzéseken elért gólok számát. Azok a kísérletek, amelyek médiatechnikai „szimulációval” igyekeztek segíteni a készülők előtt ülők percepcióját, mind ez ideig nem voltak képesek huzamosabb ideig fönmaradni.⁷

⁷ „Az eddigi leglátványosabb megoldást a Fox csatorna fejlesztette ki. 1995 őszén ez a társaság szerezte meg az NHL közvetítési jogait, így az 1996-os All-Star gála is (tét nélküli mérkőzés a jégkorongszezon közepén) a Fox Sports-on volt látható, legalábbis Amerikában. Erre az alkalomra fejlesztették ki az ún. FoxTrax rendszert, aminek a lényege, hogy a korong belsejébe infravörös érzékelőket helyeztek, amik a csarnok különböző pontjain elhelyezett szenzoroknak küldtek jeleket. Ezeket a jeleket számítógépek segítségével átdolgozták, így a televízióban a korongot állandóan egy kék folt vette körül, míg a 70 mérföld/óra sebességet meghaladó korongmozgások során vörös csík követte a pakkot. Az újítás egy ideig megmaradt a ligában, hiszen alapvető célját elérte (nőtt a televíziós nézettség), ám 1998 tavaszán utoljára láthattuk a technikát. Ennek alapvetően két oka volt. Egyrészt a Fox és a liga közötti szerződés lejárt, így a további fejlesztések megszakadtak, másrészt a fanatikus NHL-rajongók körében hatalmas ellenállást váltott ki a rendszer. Az ún. hardcore-szurkolók viccként tekintettek a technikára, mintha a Fox videójátékot csinált volna kedvenc sportágukból. Való igaz, az 1990-es évek végén azért még nem volt meg az a technikai fejlettség, ami komolyan elgondolkodtatta volna a sportág és a liga vezetőit erről az újításról, ám ma talán érdemes lenne újragondolni az ötletet, hiszen a technika ma már fényévekkel előrébb jár, mint 15–20 éve. Szerencsére a televízió fejlődése segíti a hokit, hiszen a HD tű élés képet ad vissza, ugyanakkor ez a probléma még ezzel együtt sincs megoldva” (Horváth 2014: 7). Mindehhez hozzá lehet tenni, hogy a jégkorongban engedélyezett a jégfelület szponzori értékesítése, ami szintén nem kedvez a korong követhetőségének.

3.6. Népszerűség és társadalmi elfogadottság

Nyilván nincs abban semmi meglepő, hogy a televízió, amint technikai fejlődése azt lehetővé tette, elsősorban azokra a sportágakra kezdett összpontosítani, amelyek tőle függetlenül is nagy közönséget vonzottak: Európában a labdarúgásra, az Amerikai Egyesült Államokban az amerikai futballra. Mind a mai napig ezekbe a sportágakba áramlik a televíziós közvetítési díjak legnagyobb hányada. Minél nagyobb azonban a bevétel, annál nagyobb a tét is, úgy is fogalmazhatunk: magasról lehet nagyot esni. Tudják ezt jól minden olyan professzionális sportszervezetben, amely nagy hangsúlyt fektet a public relations tevékenységre – arra, hogy a szervezet támogató társadalmi környezetben működhessen. Ehhez az szükséges, hogy a szervezet és az általa képviselt sportág imázsát folyamatosan menedzseljék. Remek példát mutat erre az NFL-ben a Walter Payton-Díj, amellyel az év emberét jutalmazzák, vagyis azt a játékost, aki az adott esztendőben a pályán nyújtott teljesítménye mellett élen járt a jótékony és a humanitárius tevékenység egyéb formáiban. Mivel az NFL gyakran súlyos botrányoktól (leginkább a civil életben elkövetett erőszakos bűntettektől) hangos, különösen rá is van szorulva az ezeket ellensúlyozó, pozitív üzeneteket hordozó akciókra (a gyermekek fittségét szolgáló programok indításától az egészségügyi kampányokban való részvételen át a veterán katonák szervezeteinek anyagi támogatásáig).

Mindehhez érdemes azt is tudni, hogy a sportújságírók abban a tekintetben különleges viszonyt ápolnak tárgyukkal, hogy nem áll érdekükben annak rossz hírért kelteni. Amíg egy közéleti újságírónak nem kell attól tartania, hogy ha rendszeresen kritikával illeti a politikai döntéshozókat, akkor olvasói elfordulnak a közélet kérdéseitől (legföljebb a szavazáskor majd más párt vagy politikus neve mellé teszik az ikszet), addig a sportújságíróknak mérlegelniük kell, mi lenne annak hatása, ha folyton a versenysport árnyoldalát mutatnák be. Milyen népszerűség-vesztést okoznának a sportnak, és hogyan veszítenék el saját olvasóikat, nézőiket? Bizonyára az sem véletlen, hogy az Amerikai Egyesült Államokban az NFL-közvetítések során ha sérülés történik a pályán, gyorsan reklámra kapcsolnak, mint ahogy meglehetősen kevés szó esik arról is, miképp járulnak hozzá a teljesítményfokozó szerek és a fájdalomcsillapítók a liga működéséhez.

3.7. Sztárok jelenléte

Noha minden professzionális versenysport rendelkezik kiemelkedő képességű, az átlagember számára elérhetetlennek tűnő teljesítményt nyújtani tudó atlétákkal, olyan hírességek, akiknek az ismertsége messze meghaladja a sportág szerelmeseinek körét, csak néhány esetében találhatóak.

3.8. Tradíciók

A hosszú és (túl)nyomórészt) dicső múlttal rendelkező versenysorozatok előnyt élveznek, mivel a sportban a patina (a folytonosság) és a divat (a változékonyság) kölcsönösen kiegészítheti egymást. Gondoljunk az El Classicókra, a Real Madrid és az FC Barcelona csapatainak mérkőzéseire, amelyek esetében egyfelől médiaértékként jelenik meg a két klub messze nyúló és politikatörténeti összefüggéseket is magában rejtő rivalizálása (vagyis nagy jelentőségű médiaeseményről van szó), másfelől főleg a „királyiagnál” része a brandnek, hogy mindig legyenek olyan friss, trendi csillagok is a csapatban, akiknek a máshol létrejött, fölfelé ívelő hírnevét meg lehet vásárolni (a braziliai világbajnokság után aligha lehetett volna sokkal „divatosabb” játékosokat találni a torna gólkirályánál és a győztes német csapat egyik pillérével).⁸

A hagyományápolás, a saját múlt fölidézésének gesztusai maguk is látványossággá válhatnak a médiaspportok világában. Az NFL egyes mérkőzésein az elmúlt években feltűntek a retromezek, míg az NHL-ben 2003-ban indították útjára a beszédes nevű Heritage Classic sorozatot, valamint 2008 óta az év első napján mindig megrendezik a Winter Classic nevű mérkőzést, a régi idők emlékére mindkettőt szabadtéren.

⁸ Vagyis James Rodrigueznél és Toni Kroosnál.

4. A média igényei

Az 1940-es és az 1950-es években még a televízió volt rászorulva a sport segítségére abban az értelemben, hogy az utóbbi népszerűsége nagyban hozzájárult az akkor technikai szempontból új és ismeretlen médium elterjedéséhez, az 1960-as évektől a sportba befolyó összegekben egyre nagyobb hányadot tett ki a közvetítési díjakból származó bevétel. A kezdeti hierarchia átalakult, s a „párkapcsolat” alakításában egyre dominánsabbá váltak a televízió igényei, tehát

„...a média határozza meg – a jogdíjakon, illetve a publicitás biztosításán keresztül –, hogy mely sportágakba áramlik a pénz, és melyekbe nem. Ez ahhoz vezet, hogy napjainkban a legtöbb sportág verseny- és szabályrendszere próbál a média igényeihez igazodni, sokszor évtizedes tradíciók ellenére is” (Urbán 1997: 21).

A továbbiakban néhány példával fogjuk ezt az állítást alátámasztani. A legnépszerűbb sportágak esetében a magasabb médiabevételek érdekében a legkézenfekvőbb a „műsoridő” megnövelése. Európában a legnagyobb nézettségnek örvendő nemzetközi kupasorozat az UEFA Bajnokok Ligája. Köztudott, hogy elődjéhez, az 1955 és 1992 között megrendezett Bajnokcsapatok Európa-kupájához képest jelentős mértékben földuzzasztották az induló csapatok számát, ráadásul a csoportmérkőzések bevezetésével tovább szaporították a mérkőzésszámot. Az NFL-ben 1990-ben a rájátszásban résztvevő csapatok számát emelték föl, miután a korábbinál kedvezőbb áron sikerült a közvetítési jogokat értékesíteni. Az elmúlt években is sokat lehetett arról hallani, hogy a liga vezetői gondolkodnak az alapszakasz meghosszabbításán, ez a tervük azonban egyelőre a játékosok jogos ellenállása miatt nem került át a gyakorlatba.

A profi ökölvívás hőskorában 15 meneten keresztül zajlott a küzdelem, amelyet 12-re csökkentettek. Ellis Cashmore (2010) vitatja, hogy ebben pusztán egészségügyi megfontolások, vagyis a küzdők védelme motiválta volna a szabálymódosítókat. Ő inkább arra gyanakszik, hogy a bokszt így jobban illeszkedett a televízió igényeihez: míg a hagyományos forma a 15 három perces menettel, a köztük lévő egy perces szünetekkel, a fölvezetővel és a meccs utáni interjúkkal hozzávetőlegesen 70–75 percnyi műsoridőt jelentett, addig a menetek számának csökkentésével ezt a televízió műsorstruktúrájához jobban illeszkedő 60 perces „csomagga” lehetett alakítani. Az asztaliteniszben az egy szettben elérendő pontok számának 21-ről 11-re való csökkentése izgalmasabbá tette a játékot, amennyiben nem kell már az eldölt játszmákat hosszan nézni. A labda méretének megnövelése szintén a médiaképesség érdekében történt.

Az amerikai tömegmédiát sportátalakító hatásának valószínűleg legtöbbet kifogásolt jelensége a televíziós időkéres. Az NFL-ben már 1958-tól létezik, de használják az NBA-ben és az NHL-ben, sőt az egyetemi bajnokságokban is a mérkőzés mesterséges megszakításának technikáját, ami azt az egyetlen célt szolgálja, hogy a meccset közvetítő csatorna fogyasztásra serkentő hirdetéseket sugározhasson, miközben a játék áll (így növelve a vállalati szférából áramló bevételeit). Az európai labdás csapatsportokon szocializálódott nézők számára ezért tűnhet gyakran úgy, hogy az eredeti amerikai közvetítések jóformán apropóként használják a mérkőzéseket a végeláthatatlan hosszúságú és gyakoriságú reklámblokkok között. Ráadásul ennek eredményeképpen főként az amerikai futball és a kosárlabda esetében a helyszíni élmény is hosszú és vontatott lesz. Az NFL-mérkőzések átlagos hossza a televíziós időkéres korszaka előtt két és fél óra volt, ez az időtartam az 1970-es évek végére 2 óra 57 percre nőtt, míg egy bő évtizeddel később már 3 óra 11 perc volt, miközben a tiszta játékidő átlagosan alig haladja meg a 10 percet (Sundem 2011). Az üresjáratok kitöltését szolgálják a cheerleaderek, illetve különféle zenés-táncos show-elemek. Az utóbbiak ma már a kézilabdában sem ismeretlenek, az előbbiekről viszont érdemes megjegyezni, hogy bájos külsejüket a stadionban ülőknél a közeli felvételek által jobban szemrevételezhetik a tévénézők. Az is igaz persze, hogy az óriáskivetítők korszakában a lelátókon helyet foglalók is felváltva követik az eseményeket közvetlenül és a kamerák által közvetített képek által. Az európai labdarúgásban a két félidő közötti pihenőidő 10 percről 15 percre való növelésében is közrejátszott a reklámok szempontja.

Arra is találni példát, hogy egy sportág akkor válik médiaképessé, ha módosít azokon a társadalmi jelentéseken, amelyek hozzá kötődnek. A darts mai szabályainak alapja a 19. század végén jött létre; akkoriban ez a játék kifejezetten kocsmái időöltésnek számított. Nem meglepő módon ahhoz, hogy a brit televíziócsatornák az 1970-es évektől

fokozott érdeklődést mutassanak iránta, ettől a környezettől és az ott megszokott viselkedési szokásoktól – ha a nézőknek nem is, de legalább a játékosoknak – részben búcsút kellett venniük.

Nyilván a példák még bőségesen szaporíthatóak volnának, de az eddigiekben érintettekből is jól kirajzolódnak azok a trendek, amelyek szerint a televízió formálta és formálja ma is a különféle sportágakat: legyenek minél izgalmasabbak az összecsapások; kerülendő, hogy az eldőlt mérkőzések sokáig tartsanak; föl kell gyorsítani az eseményeket; figyelembe kell venni a televízió időrendjét és hirdetési igényeit.

5. A televíziósport átalakulása

5.1. A sport médiaértéke

Érdemes lehet emlékeznünk arra az összefüggésre, hogy a televíziós sportközvetítések *per definitionem* médiaeseménynek számítanak. Ez utóbbiakon a fogalmat leíró Daniel Dayan és Elihu Katz *Media Events: The Live Broadcasting of History* című 1992-es könyve nyomán olyan nagy jelentőségű, nemzeti vagy nemzetközi ceremoniális eseményeket értünk, amelyeket hosszas előkészület előz meg úgy a helyszíni szervezők, mint a média részéről, ráadásul a televízió nézők is készülnek rájuk. A médiaesemények „televíziós rítusok”, „kulturális performanszok”, amelyek „dicsfényt vonnak a televíziókészülék fölé, és transzformálják a nézési tapasztalatot” (Dayan & Katz 1992: 1), így gyakran afféle világi ünnepet jelentenek a családtagok és baráti társaságok számára. Az olimpiai játékok, a futball-világbajnokságok vagy az Amerikai Egyesült Államokban a Super Bowl kétségtelenül ilyen történésnek tekinthetők; a 2012-es londoni játékok megnyitó ünnepségét hozzávetőlegesen 900 millió néző követte figyelemmel a média segítségével. Amennyiben a médiaesemények hagyományos tipologizálását a sportesemények jellemvonásaira vonatkoztatjuk, a következő csoportosítást kapjuk:

- *Verseny*: Célja, hogy kiderüljön, ki nyert, ki a legjobb (egyéni vagy csapatban). A küzdelem során a teljesítmény dicsérete „zajlik” – aki a szabályoknak megfelelően a legjobban teljesít, elnyeri méltó jutalmát. A néző szurkol és ítélkezik.
- *Hódítás*: Jóval ritkábban következik be, következményeiben a legjelentősebb, utána a dolgok más mederben folynak, mert a status quo megváltoztatását célozza meg. A néző csodálattal adózik a hős teljesítménye előtt. A sporttörténeti jelentőségű világsúcsok elérését az emberi teljesítőképesség új szintre való jutásaként szokás ebbe a csoportba tartozónak tekinteni.
- *Koronázás*: A hagyományokról, a múlt és a jelen kapcsolatáról szól (ide tartoznak egyebek mellett a monarchikus esküvők, temetések, a történelmi megemlékezések), a nézőnek az alázatos részvétel lehetősége van fölajánlva. A sport területéről leginkább az olimpiák gigantikus látványossággá növesztett, a rendező ország tradícióját is színre vivő megnyitóünnepségei sorolhatóak ide.

A médiaesemények a nézőket arra invitálják, hogy adják fel hétköznapi rutinjaikat, eközben felkínálják a szimbolikus közösségi egyesülést, ezáltal identitásuknak nemegyszer katartikus élménnyel járó újraformálását is. A látványsportok legrangosabb összecsapásai iránti tömeges közönségérdeklődés részben ezzel az összefüggéssel magyarázható.

A televízió esetében arról is érdemes szólni, hogy ez a médium az elmúlt évtizedekben már nem pusztán arra törekszik, hogy minél hűségesebben közvetítse a sportvilág eseményeit:

„A sportműsorok ma sok tekintetben inkább hasonlítanak a szórakoztató műsorokra, a régebben egyeduralkodó dokumentatív megközelítés mellett egyre nagyobb szerephez jutnak bennük a szórakoztató és a drámai értékek. Ha [negyven-ötven] évvel ezelőtt azt mondhattuk, hogy a televíziós sport lényegét a »közvetítés«, a »bemutatás« szó adja vissza, akkor ma ugyannerre joggal használhatjuk az »átalakítás« kifejezést. A televízió által használt rögzítési, szerkesztési eszközök, a kommentárok, az eseményeket keretező beharangozók és visszatekintések eredményeként a valóságtól bizonyos tekintetben különböző, új élményt nyújtó, önálló életet élő »műsor« jön létre” (Misovicz 1997: 23).

A közvetítések a kommentátorok és a kamerák által a játék lehetséges befogadási módjait úgy integrálják és szintetizálják, hogy a néző folyamatosan tudatában legyen annak a különbségnek, amely aközött létesül, ami éppen történik, s ami ehelyett történhetne. Az elhangzó statisztikák és versenyzői életutak, a csapatok esélyeinek összevetései, a lassítások és az ismétlések elbeszélő és jelentéstermelő eszközöknek tekinthetők. Ugyanakkor az is igaz, hogy a nézők elé kerülő élő közvetítések a stáb számos szintjén meghozott gyors döntések eredményeként nyerik el formájukat – éppen ezért a televízió előre fölvetett műsoraihoz képest sokkal több esetlegességet, egyediséget és véletlenszerű (mert tervezhetetlen) elemet tartalmaznak. A történetmondás egyre kiemeltebb szerepére hívta föl a figyelmet az 1996-os atlantai nyári olimpiát közvetítő NBC Sport elnöke, amidőn így fogalmazott: „A storytelling a legfontosabb, akár még annál is fontosabb, hogy ki győz, ki veszít. El akarunk mondani egy történetet, jól akarjuk elmondani, és meggyünk tovább” (idézi Kinkema & Harris 2002: 32).

Ahhoz, hogy egy történet megragadja a figyelmet, a szereplőknek és az elbeszélte eseményeknek egyaránt érdekesnek, izgalmasnak kell lenniük. A sport esetében persze a legfontosabb történetképző mestertrópus a rivalizálás, amely folyhat helyi, nemzeti vagy nemzetközi szinten, történhet egyének, csapatok vagy országok között, s amelyből lehet egyszeri sztorit vagy akár olyan folytatásos „regényt” is írni, amely heteket, hónapokat, éveket vagy akár évtizedeket ölel föl (Nicholson 2007). Amióta technikailag lehetségessé vált a különböző látószögű kamerabeállítások váltakoztatása a sportközvetítések során, s egyre több közeli képet látunk a sportolókról, a képi történetmondás is egyre személyesebbé vált, amennyiben mód nyílik arra, hogy az „egyenruhába” öltöztetett sportolók egyenként is megmutatkozzanak, amit fölérősítenek a kommentátorok személyre szabott történetei.⁹

Megfigyelhető, hogy a sportmédia előszeretettel hegyezi ki csapatok összecsapását egyének közötti versengésre (így lett a spanyol El Clasico az elmúlt években Lionel Messi és Cristiano Ronaldo párharca), az egyéni versenyszámokat két-három sztár összecsapására vagy esetleg egyetlen sztárnak a rekordokkal való küzdelmére. Az eddigiekben említett perszonalifikáló technikákra főleg a nem szakavatott közönség figyelmének megragadása miatt van szükség – egy a nyomorból induló, tehetsége révén számos nehézséget leküzdő, majd fényes csillaggá váló személlyel sokkal könnyebb viszonyt kialakítani, mint egy adott csapat által képviselt (összetett és nehezen megfogható) stratégiával és taktikával.

A sportolókat individuumbként megjelenítő narratíváknak persze maguknak is vannak mestertrópusaik, amelyek lehetővé teszik, hogy a közönség tagjai affirmatíván, identifikáló módon viszonyuljanak a sztárhoz (a névvel ellátott mezek viselése épp ennek az azonosulásnak a tárgyi-habituális kivetülését jelenti), vagy épp ellenkezőleg, a sportoló megvetés tárgya legyen. A sportmédia történetei éppen ezért a leginkább hősi elbeszélések, amelyek gyakran az ellenpólust, a gazfickót is fölléptetik (Smart 2005). Ahogy az a kellően fordulatos történetekben lenni szokott, akár ugyanaz a személy is lehet egyszer hős, máskor csirkefogó: gondoljunk csak a Lance Armstrong pályafutását elbeszélő diskurzus átalakulására. Az ő bukása nyilvánvalóan sokkal mélyebben ágyazódott be a kerékpársport történetébe annál, semhogy pusztán egyéni vétkek miatti megérdemelt bűnhődést lássunk benne. Ugyanakkor a sportmédiának nem érdeke, hogy tartósan rossz hírbe keverjen egy kifejezetten nagy közönség érdeklődésére számot tartó sportágot, ezért Armstrong (és számos versenytársának) története inkább személyes, mint kollektív sztoriként reprezentálódott. A probléma ezáltal mintegy karanténba záródott, azt a hamis látszatot keltve, hogy a bukott versenyző eltűnésével a probléma is eltűnt. Az amerikai kerékpáros karrierje azt az összefüggést is élesen megvilágítja, hogy noha a hőst és a gazfickót egyaránt nagy médianyilvánosság veszi körül; ezt az érdeklődést marketingcélokra csak az első tudja fölhasználni.

A sportmédia gazdaságtanának közismert ténye, hogy az 1950-es évektől kezdődően egyre több pénz áramlik a médiatársaságok és a hirdetőik felől a professzionális látványsportágakba, s ennek a folyamatnak a televíziós társaságok jelentik a motorját. Ennek okait tovább boncolgatva föl kell tennünk a kérdést, milyen összetevők határozzák meg a sport médiaértékét.

⁹ Közeliiket természetesen nemcsak a pályán lévőkről, hanem a lelátón helyet foglaló családtagokról is lehet mutatni, így írva akár egy egész családtörténetet az adott sportoló köré. Például a 2014–2015-ös NBA-nagydöntő közvetítésének állandó szereplői voltak a Golden State Warriors irányítójának, Stephen Currynek a szülei, felesége és gyermeke, akiket legalább annyit lehetett látni, mint a cserepadon ülő játékosokat. S ma már egyre gyakoribb, hogy a családtagok is ott vannak a nagy győzelmek utáni ünneplés során a pályán vagy a dobogón – az előbbire szolgáltatott emlékezetes példát, amikor a német futballválogatott 2014-es világbajnoki győzelme után néhány perccel a játékosok már feleségeikkel, barátnőikkel együtt örültek a zöld gyepen, az utóbbira a már említett kosárlabdázó, aki hároméves kislányával együtt állt a bajnoki emelvényen.

5.2. A televízió éhes a valódi eseményekre

A sport az emberi test képességeinek legnyíltabb színreviteli módja, amelyben valóságos emberek valóságos cselekedeteket visznek nyilvánosan végbe. Noha a televízió keresztül egy reális eseménynek a nem realiztikus, sokkal inkább művi, mediális reprezentációját kapjuk, magát a sportolót továbbra is a cselekvés központjának látjuk, olyasvalakinek, aki tehetsége, szorgalma, kitartása révén valódi teljesítményt képes elérni.

„A sport és az élet [...] különbözik egy-két dologban. A sport egyebek között éppen a kegyetlen egyértelmősége miatt olyan nagyszerű: nem létezik például olyan, hogy rossz, de mázlista százas futó vagy centerhalf: a sportban lelepleződik az ember. És olyan sincs, hogy egy zseniális góllövő csatár ismeretlenül sínylődjön valami kis eldugott helyen, mert tökéletes a tehetségkutató rendszer” (Hornby 2002: 256).

Egy sportverseny során valódi emberek valódi cselekedeteket hajtanak végre, érezhetnek valódi örömet és bánatot, de akár valódi sérülést is elszenvedhetnek. Kulturális ereje éppen ezáltal haladja meg a fikciós műsorokét, amelyekben mindezek csupán eljátszott változatban kerülnek a néző elé. Nincs az a fikciós tragédia, amelynek megrázó hatása összehasonlítható lenne azzal, amikor a szurkoló csapata egy igazán nagy jelentőségű mérkőzést az utolsó pillanatokban veszít el – a sport folyton olyan drámai szituációkat állít elő, amelyeknek – szemben a kitalált történetekkel – nincs előre megírt forgatókönyve.

Meggondolható jelenség, hogy az elmúlt években a honi televíziós csatornákon is azok a tehetségkutató műsorok voltak a legnépszerűbbek, amelyek annyiban a sport mintáját követik, hogy bennük valódi teljesítmények összemérése zajlik, illetve egyre-másra bukkannak föl a képernyőn a mesterségesen kreált valóság ígéretével kecsegtető reality show-k. Miközben a televízió több műsортípusát elorozták tőle az új médiumok (az internetes hírportálok sokkal gyorsabban és szélesebb merítéssel tudósítanak a világba zajló eseményekről; a fikciós sorozatokat főként a fiatal generáció a fájlcsere hálózatokról szerzi be; az eredetileg televízióra kitalált zenés kisfilmek átköltöztek a videómegosztó webhelyekre), az élő (sport)közvetítések piacán még nincsen igazán erős versenytársa. Azt is mondhatjuk: az új médiumokkal való versengés korszakában a televízióknak egyre nagyobb szüksége van a sportra.

A sport kultúr- és médiaértékére a bunda és a dopping azért hat romboló erővel, mert csökkenti vagy akár teljes mértékben elveszi valóságéffektusát. A bunda, az előre eltervezett csalás forgatókönyvet követő eseménysorrá változtatja a mérkőzést, amely ebben az esetben nem több egy rossz filmnél – csak hogy míg a filmnél természetesnek vesszük a fikciót, a sportban a színjátékot nem díjazzuk, sem csapat-, sem egyéni szinten. A dopping versenysportban betöltött szerepe oly bonyolult kérdés, amely messze meghaladja ennek az írásnak az illetékességi körét, így csak röviden tudunk rá kitérni. Az bizonyos, hogy számos sportág esetében a tiltott teljesítménynövelők használatával kapcsolatban annyira álságos módon viselkednek mind a közvetlen szereplők (a vezetők, az edzők, az orvosok, a versenyzők), mind a sporteseményben reklámfelületet látó hirdető, hogy az már komolyan veszélyezteti annak lehetőségét, hogy az érintett sportágak küzdelmeit ne pusztán biotechnológiai szimulakrumnak tekintsük. Van olyan példa, amikor ebből komoly konfliktus keletkezik a sport és a média kapcsolatában: a tekintélyes német közszolgálati televíziók (ARD, ZDF) az elmúlt években többször nem tűzték műsorukra a Tour de France-t a körversenyt körülvevő doppingbotrányok miatt.

A pankráció és a versenyszerű, nem natural testépítés ebből a szempontból átmenetet képez a színjáték és a sport között. A pankrációban az előzetes megállapodás szerint zajló és hangsúlyozottan teátrális „előadásmód” dominál (beleértve a művészneveket, a maszkokat, az állandó karakterjegyeket).¹⁰ Szokás mondani, hogy a testépítés az illúziók sportja, s ez a kitétel épp arra utal, hogy alacsony a realitásfoka: a színpadon a földkerekség legerősebbjeinek tűnnek a versenyzők, akik valójában akkor a diéta és a vízajtózás miatt nagyon rossz fizikai teljesítőképességgel

¹⁰ A pankráció kulturális és politikai „olvashatóságáról” lásd Roland Barthes esszéjét (1983).

rendelkeznek, ki vannak száradva, gyakran alig van annyi erejük, hogy megálljanak a színpadon, és bemutassák rövidke programjukat. Föltételezhetően ez az összefüggés is közrejátszik abban, hogy a testépítő versenyek meglehetősen alacsony közönségérdeklődés mellett szoktak zajlani még az abszolút fellegvárnak tekinthető Amerikai Egyesült Államokban is.

5.3. Romlandó áru

A német társadalomtudós, Niklas Luhmann (2011) rendszerelméleti megközelítése szerint a tömegmédiát az információ és a nem-információ közötti megkülönböztetés működteti. Az információ alapvető tulajdonsága, hogy amikor megismétlik, jelentését megtartja ugyan, információértékét viszont elveszíti. Ebből következően az információk folytonosan és szükségképpen nem-információkká alakulnak, s így a tömegmédiá mindig újratermeli az igényt arra, hogy a redundánssá vált információt újjal pótolja. Fokozottan így van ez a sportmédiá esetében: egy mérkőzés (médiá)értéke rendkívüli mód lecsökken az eredmény ismeretében. Sokan ismerjük azt a belső készletet, amellyel igyekszünk elkerülni, hogy megtudjuk a végkimenetelét annak az előző éjszaka rögzített mérkőzésnek, amelyet csak másnap tudunk fölvetelről megnézni. Ahhoz, hogy fény derüljön a győztes személyére, nem is mindig kell megvárni a mérkőzés végét – a még zajló, de már eldőlt mérkőzést közvetítő csatornának azzal a veszéllyel kell szembenéznie, hogy a televíziónéző átkapcsol egy másik csatornára. Ezt a veszély elhárítandó, az NFL-közvetítéseknél gyakorlat, hogy a csatorna átvált egy még izgalmakat tartogató meccsre. (Az Amerikai Egyesült Államokban bevett szokás, hogy a helyszíni szurkolók sem várják meg a lefújást, ha a végjáték már nem ígéri a fordulat esélyét, legyen szó a hazai csapat szempontjából akár nagyarányú győzelemre, akár egyértelmű vesztesre álló mérkőzésről.) A sportesemények tehát nagyon „mulandó termékek” és „romlandó árucikkek” (Nicholson 2007: 58), viszont amíg „élnek”, addig magas hírértékük és mulandóságuk (az itt és most történések végessége) miatt értékesek.

5.4. Nem helyettesíthető

Kizárólagos jogot szerezni egy mérkőzés közvetítésére egy adott régióban azt jelenti, hogy olyan árucikket vásárol a televíziócsatorna, amelynek nincs versenytársa a piacon. „A sportszeretők tábora olyan ragaszkodó közönség, amely egyfelől igényes, amikor a kedvenc műfajáról van szó, másfelől elég eltökélt abban, hogy az őt érdeklő tartalmat megnézze” (Török 2012). Aki kíváncsi a labdarúgó-világ bajnokság mérkőzéseire, az nem kíváncsi abban az időszakban másra; ezzel szemben mondjuk zenés tehetségkutató vagy amerikai bűnügyi sorozat nagyjából azonos időszámban látható több csatornán is – ráadásul ezek általában ugyanarra a rugóra járnak.

5.5. Kis mennyiség

Szemben a fikciós televíziós műfajokkal, a sportközvetítések esetében sokkal kevesebb a gyártási lehetőség: olyan férfi, aki képes egy atlétikai versenyen 10 másodperc alatt lefutni 100 métert, csupán néhány van a földkerekségen, olyan viszont, aki képes eljátszani egy rendőrt vagy egy tökfilkót, annál több. Jelen idő szerint a globális médiaesemények mezőnyében tulajdonképpen nincs riválisa a professzionális látványsportoknak, s ez az állapot egyelőre a digitális kommunikáció térnyerésével sem látszik változni.

Az igazsághoz ugyanakkor hozzátartozik, hogy a látványsportok különböző stratégiákat követnek saját televíziós és hirdetési bevételeik maximalizálása érdekében. A labdarúgásban vagy a rögbiben például csak négy évente rendeznek világ bajnokságot, így mindkettőnek nagyon magasán lehet tartani a piaci értékét – ritka, tehát drága. Ezzel szemben jégkorong-világ bajnokságot minden évben láthatunk, presztízse alatta is marad a téli olimpiai tornának, de az NHL nagydöntőjének is. Az Egyesült Államok ligáiban is létezik mindkét modell. Ahogy említettük, az NFL a kevés mérkőzésszámmal hozza a többi major ligával szemben is kiugróan magas médiabevételeket (a bajnok 19 vagy 20 meccset játszik összesen egy szezonban, a főlkészülési időszakot nem számítva). Ugyanakkor a másik három

bajnokság a hosszú és sűrű mérkőzésnapokban bízunk: az NHL alapszakasza október elején, az NBA alapszakasza október végén kezdődik, és mindkét bajnokságban júniusban avatnak bajnokot, s a két liga abban is hasonlít egymásra, hogy mindkettőben 82 meccset játszanak a csapatok az alapszakasz során. Ezek nagyon magas számok, de akkor milyen jelzőt használjunk a baseball-bajnokság 162 mérkőzéses alapszakaszára?!

5.6. Színvonal és izgalom

Mindezekén túl az egyes sportesemények piaci értékét egyéb összetevők is befolyásolják. A professzionális látványsportokban a mérkőzések magas színvonala médiagazdaságtani szempontból is elvárt. Az észak-amerikai kosárlabda példája azt tanítja nekünk, hogy nem csupán az adott csapatnak érdeke, hogy soraiban tudhassa a legjobb francia irányítót, spanyol centert vagy épp brazil bedobót, de a kiemelkedő képességekkel bíró játékosok az NBA mint liga és mint gazdasági vállalkozás értékét is növelik. Persze ez az összefüggés az európai futballban is ismert – az elmúlt években a spanyol bajnokság jelentőségét többek között a jelenkor két legnagyobb csillagának „alkalmazása” segítette, miközben az olasz Serie A hanyatlását egyebek mellett a nemzetközi klasszisok elvándorlásával is szokás magyarázni.

A színvonalról jóformán elválaszthatatlan az izgalmi faktor: játszhatott bármennyire tökéletesen a német válogatott a brazil futball-világbajnokságon a házigazdák ellen, a 7–1-re végződött elődöntő mérkőzést aligha nevezhetnénk színvonalas küzdelemnek. A két csapat közötti tudáskülönbség lehetetlenné tette, hogy nívós és kielezett meccset vívjanak, vagyis olyat, amelyet a hagyomány és a tét miatt joggal várhattunk. Kétségtelen tény, hogy a „néző nem szereti az előre lefutott mérkőzéseket” (Nagy 1995). Az európai labdarúgásban a nemzeti bajnokságok esetében sokkal kevesebb a bizonytalansági tényező abban a tekintetben, hogy mely csapat nyerheti az adott szezont: az aranyéremért jóformán minden évben (vagy legalábbis egy-egy korszakban) ugyanaz a két-három csapat verseng: a Bundesligában 1963 óta a Bayern München összesen 24 esetben lett bajnok, míg a spanyol pontvadászatban 1929 és 2016 között a Real Madrid és a Barcelona együttesen 56 alkalommal. A La Liga abból a szempontból is a korlátozott lehetőségek világának látszik, ha emlékeztetünk rá: a két óriáson kívül az elmúlt bő nyolc évtizedben összesen még hét csapat végzett az élen, ráadásul közülük háromnak ez csupán egy alkalommal sikerült. Az erők kiegyenlítésére az európai futballban tehát főként a nemzetközi kupasorozatokban van esély, mivel ezekben hasonló gazdasági erővel bíró csapatok találkoznak.

Azt a tényt, hogy akár egy-egy mérkőzést, akár a versenysorozat egészét nézve a végeredmény „bizonytalansága a keresletet meghatározó egyik legfontosabb tényező” (Nagy 1995), az amerikai ligák menedzsmentjénél valószínűleg senki nem veszi komolyabban. A franchise-rendszerben működő ligák olyan önálló rendszerekként működnek, amelyekből nem lehet kiesni egy alacsonyabb osztályba. A csapatok működésének pénzügyi és infrastrukturális feltételeit ugyanakkor nagyon szigorúan szabályozza a liga annak érdekében, hogy minden csapatnál biztosított legyen a magas színvonalú játék gazdasági háttere – elemi üzleti érdek, hogy ne alakulhassanak ki „szegény” csapatok gyenge játékosállománnyal. A ligák olyan üzleti vállalkozások, amelyek működésének legfontosabb célja, hogy az adott sportágban rejlő gazdasági lehetőségeket a lehető legjobban kihasználják. Ebből következően a liga és a csapatok érdekei részben azonosak, részben viszont különböznek: minél erősebb gazdaságilag egy liga, annál inkább érdemes benne franchise-ként részt venni, ugyanakkor míg a csapatoknak az eredményesség szempontjából érdekükben állna a többiek anyagilag és játékosállományban jelentősen felülmúlni, ez utóbbi helyzet csökkentené az izgalmi faktort, lefutottá tehetné a bajnokságot, ami viszont a liga médiaértékét és így bevételeit csökkentené.

A küzdelem kiegyenlítetttségét hivatott elősegíteni a „fizetési sapka” (*salary cap*) és a draft-rendszer. Míg Európában teljesen megszokott, hogy az azonos bajnokságban szereplő futball-csapatok anyagi lehetősége között sokszoros szorzó legyen, az észak-amerikai ligákban alkalmazott fizetési sapka az ilyen mértékű egyenlőtlenségeknek gátat szab. Röviden szólva a fizetési sapka határozza meg, hogy a csapatok mennyi pénzt költhetnek játékosaik fizetésére. Mivel az elkölthető összeg limitált, nem történhet meg, hogy afféle „világválogatottak” alakuljanak ki, mint az európai labdarúgás gigászainál – így egyfelől nincs lehetőség arra, hogy minden posztra sztárt vásároljanak a csapatok, másfelől minden csapatba jutnak csillagok. Minél kevesebb játékosból áll egy sportág esetében a kezdőcsapat, annál nagyobb az esélye a domináns csapatok kialakulásának. 2010 és 2014 között jó példát szolgáltatott erre a Miami Heat,

amelynek a sportdicsőséget a fizetésük nagysága elé rendelő három szupersztár (Dwayne Wade, LeBron James és Chris Bosh) társulása négy NBA-nagydöntő-részvételt és két bajnoki címet eredményezett (miközben a kispadra már alig jutott egy-két ligaelit-játékos). Az NBA-ben a ligának arra is van lehetősége, hogy átigazolási ügyekben vétőjoggal éljen, így akadályozva meg egyes klubok túlzott megerősödését. A több mint ötven fős csapatokat szerepeltető NFL-ben a szezonokon átívelő sikersorozatokra sokkal ritkábban van példa – érdemes lehet összevetni a La Liga győzteseinek fönt idézett számaival a Superbowl nyerők statisztikáival: 1967 januárja óta összesen 19 csapatnak sikerült elhódítania a bajnoki címet.

Az erőviszonyok kiegyenlítését szolgálja a draft-rendszer is. Míg Európában nap mint nap olvasni arról, hogy a nagy csapatok versenyeznek a legtehetségesebbnek mutatózó ifjú labdarúgókért, az Amerikai Egyesült Államokban ez a folyamat épp fordított logikára épül. Az egyetemről kikerülő, legmagasabban jegyzett fiatal sportolók közül az adott évben a bajnokságban rosszul szereplő csapatok választhatnak először – vagyis a tehetségek éppen azokba a klubokba kerülnek, ahol a legnagyobb szükség van rájuk, így néhány év alatt nem kizárt, hogy az utolsóból első válnak.

Mindezeket túl azt is figyelembe kell venni, hogy az izgalom mint médiafigyelem-generáló összetevő fönntartásáról a versenysorozat egészében érdemes gondoskodni. Ennek eszköze a *win or go home*-elvre épülő lebonyolítási rendszer: az európai labdás sportágakban a nemzetközi kupamérkőzések egyenes kieséses szakasza, az észak-amerikai ligákban a rájátszás (*play off*) a közismert példa. A sportban a sorozatelv működőképességéhez szükséges két alapvető összetevő adott: a főszereplők huzamosabb ideig való változatlansága (ez a velük kialakítható érzelmi-identifikációs viszony és a történet követhetősége érdekében fontos), valamint a változatos drámai helyzetek körforgása. Minden egyes mérkőzés önmagában is élvezhető egység, ugyanakkor a vonzerő egyre nő, ahogy emelkedik a tét, s egyre közelebb kerül a néző a tetőponthoz (a döntő meccshez) és a megoldáshoz. A klasszikus szónoklattanból és az amerikai akciófilmekből egyaránt ismert fokozáselv a sportban azt szolgálja, hogy amint halad előre a bajnokság, úgy lesz egyre nagyobb a mérkőzések tétje. Az egyes mérkőzések önmagukban zárt egészek, amelyek mindig megválaszolják a „ki a győztes” kérdését, ugyanakkor nyitva is hagyják a szezon hátralévő szakaszára, hiszen az, hogy ki a bajnok, csak az utolsó mérkőzés lefújásakor derül ki (ellenpéldaként utalhatunk az olykor már a szezon vége előtt hetekkel eldőlt európai labdarúgó-bajnokságokra).

Arról sem érdemes elfeledkezni, hogy egy mérkőzés izgalmi foka egyéni sajátosságoktól is függ, hiszen egy szurkolónak mindig kiemelt jelentőségű a saját csapatának mérkőzése. Közismert jelenség, hogy az olimpiai játékok alatt azok is feszült vagy épp lelkesült figyelemmel követik a magyar sportolók versenyeit (vagy legalább érdeklődést mutatnak az ezekről tájékoztató híradások iránt), akik a megelőző négy évben jóformán semmilyen sportműsort nem néztek.

6. Összegzés

A rádió esetében az 1920-as években bevált receptet hasznosítva a televízió is hamar nyitottá vált a sport világára. Az igazsághoz hozzátartozik, hogy a tévékészülék eleinte igazi luxuscikk volt – az Egyesült Államokban például a háború végéig alig néhány ezret tudtak belőle értékesíteni, azonban alig egy évtized elteltével az amerikai háztartások háromnegyede már rendelkezett vele. A médiatörténészek egybehangzó állítása szerint ebben a robbanásszerű növekedésben elvülhetetlen érdemeket szereztek a sportműsorok, s közülük is kiemelkedett az 1956-os melbourne-i olimpia. Az európai közszolgálati műsorszóró médiumok a sportban a nemzeti kultúra egyik fontos intézményét látták, ezért is tüntették ki figyelmükkel – így tett az 1957-ben induló Magyar Televízió is a kezdetektől fogva. Az észak-amerikai kereskedelmi csatornák reklámbevételeik maximalizálására törekedve mutattak fokozott érdeklődést a sportmérkőzések iránt – ehhez természetesen kellett azokat a nagyvállalatok is (például a Gillette és a Ford), amelyek az idők szavát meghallva már az 1940-es évek második felében, a televízió alacsony elterjedtségi szintjén komoly szponzori összegekkel szálltak be a közvetítésekbe. Amint a készülékek fogyasztói ára arra a szintre csökkent, amelyen már a középosztály és a munkásság is vásárlóvá válhatott, a hirdetők egyre nagyobb lehetőséget láttak a televízióban, s a csatornáknak egyre nagyobb szükségük volt a legnépszerűbb kulturális performanszra, a látványsportra. Mindezeknek köszönhetően az elmúlt évtizedekben a sportműsorok mennyisége folyamatosan nőtt – ebben a folyamatban nyilván a tematikus sportcsatornák térnyerésének (az Egyesült Államokban az 1970-es évek végétől, Európában a rá következő évtizedtől) is óriási szerepe volt.

Irodalom

- Barthes, Roland (1983): Üsd-vágd, nem apád. (Ford. Ádám Péter.) In: Uő: *Mitológiák*, 9–26. o. Budapest: Európa.
- Cashmore, Ellis (2010): *Making Sense of Sport*. London & New York: Routledge.
- Dayan, Daniel & Elihu Katz (1992): *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Massachusetts & London, England: Harvard University Press.
- Dénes Ferenc (1998): A futball eladásának közgazdasági alapjai. *Marketing & Management*, 32. évf. 3. sz. 9–17. o.
- Hadas Miklós (2003): *A modern férfi születése*. Budapest: Helikon.
- Hornby, Nick (2002): *Fociláz*. (Ford. M. Nagy Miklós.) Budapest: Európa.
- Horváth Zoltán (2014): *Pénz beszél, a korong csúszik. Az Észak-Amerikai Profi Jégkorongliga televíziós megjelenése az Egyesült Államokban és Kanadában*. Debreceni Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, nem publikált záródolgozat. <http://hdl.handle.net/2437/182042> (utolsó letöltés: 2016. VI. 15.).
- Kinkema, Kathleen M. & Janet C. Harris (2002): *MediaSport Studies: Key Research and Emerging Issues*. In: Lawrence A. Wenner (ed.): *MediaSport*, pp. 27-56. London & New York: Routledge.
- Lasch, Christopher (1984): A sport lealacsonyodása. (Ford. Békés Pál) In: Uő: *Az önimádat társadalma*, 126–153. o. Budapest: Európa.
- Luhmann, Niklas (2011): *A tömegmédiá valósága*. (Ford. Berényi Gábor.) Budapest: Gondolat & AKTI.
- Misovicz Tibor (1997): Mi megy a tévében? *Jel-Kép*, 17. évf. 1. sz., 23–33. o.
- Nagy Péter (1995): *Bevezetés a professzionális sport közgazdaságtanába*. <http://ebboks.gutenberg.cc/Wordtheque/hu/AAACJR.TXT> (utolsó letöltés: 2016. I. 20.).
- Nicholson, Matthew (2007): *Sport and the Media: Managing the Nexus*. Amsterdam: Elsevier.
- Révay József gróf (2005): A sport metafizikája. In: Bednics Gábor & Bónus Tibor (szerk.): *Kulturális közegek*, 432–435. o. Budapest: Ráció.
- Smart, Barry (2005): *The Sport Star. Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity*. London: Sage.
- Sundem, Garth (2011): 10 Ways Television Has Changed Sports. *HowStuffWorks.com*, 2011. 03. 11. <http://people.howstuffworks.com/culture-traditions/tv-and-culture/10-ways-television-has-changed-sports.htm> (utolsó letöltés: 2016. III. 20.).
- Török Diána (2012): Meccsben vannak. *Médiapiac*, 2012. 7–8. szám, <https://www.mediapiac.com/digitalis-lap/2012-7-8-szam/Meccsben-vannak/984/> (utolsó letöltés: 2016. VI. 7.).
- Urbán Ágnes (1997): Sportüzlet, média és társadalom. *Jel-Kép*, 17. évf. 1. sz. 15–21. o.

Fodor Péter a Debreceni Egyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének adjunktusa, az *Alföld* című folyóirat szerkesztője. Kutatási témája a médiasport, a sport emlékezetpolitikai szerepe és a népszerű kultúra.