

SZABÁLYOZOTT  
VALÓSÁGKONSTRUKCIÓ –  
SZEREPEK, NORMÁK,  
STRATÉGIÁK A  
VALÓVILÁG 11-BEN



Szabályozott valóságkonstrukció – szerepek,  
normák, stratégiák a ValóVilág 11-ben

51.

Sorozatszerkesztő:

Koltay András – Nyakas Levente: 2012–2019

Nyakas Levente – Szadai Károly: 2020–

# **Szabályozott valóságkonstrukció – szerepek, normák, stratégiák a ValóVilág 11-ben**

Szerkesztette:

Szadai Károly

**Médiatudományi Intézet**

**2024**

A kutatást támogatta:



Minden jog fenntartva.

© Hulyák-Tomesz Tímea, Kelemen Linda, Komló Csaba, Korpics Márta, Lengyelne Molnár  
Tünde, Polonyi Gábor, Racsko Réka, Szadai Károly, Szűts Zoltán, Till Eszter, 2024  
© Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete, 2024

# Tartalom

## **Guld Ádám**

### **A „valóság” vonzásában 9**

Felhasznált irodalom .....21

## **Bódi Jenő**

### **„Furcsa lesz hazamenni a fehér falak közé” 23**

1. Hibrid műfaj, kevert valóság .....23

2. Megszólítási mód és ideológia a valóságtévében.....26

3. Az élő adás realitásának problémája.....27

4. Egy nap a ValóVilágban: tér és idő a villában .....29

5. A valóságtévé és az autentikus én performanszai.....33

6. Egy hét a ValóVilággal: szereplők, szerkesztők és alakítások .....35

7. Összegzés.....40

Források és irodalom ..... 46

## **Guld Ádám**

### **„A valóságshow-ról a diktatúra jut eszembe” 49**

1. Bevezetés.....49

2. Valóságshow-k, produkciós keretek, szerkesztési gyakorlatok.....50

3. Kutatási kérdés és módszertan, adatközlők.....56

4. Témakörök és eredmények .....58

4.1. Első gondolatok, asszociációk .....58

4.2. A reality műsorok története és fejlődése Magyarországon.....59

4.3. A ValóVilág brand jellemzői és a VV 11 egyedisége .....62

4.4. A VV11 szerkesztési gyakorlatainak általános megítélése .....65

4.5. Szerkesztettség és a casting folyamata .....67

4.6. Szerkesztettség és cselekmény .....70

4.7. Szerkesztési gyakorlatok hatása a közönségre .....73

4.8. Szerkesztési gyakorlatok önálló szakmai szempontok tükrében .....76

5. Összegzés .....79

Melléklet .....81

Források és irodalom .....83

## **Guld Ádám**

### **„Ami egy férfinál normálisnak számít, az egy nőnél nem feltétlenül az.” 87**

1. Bevezetés, előzmények.....87

2. Társadalmi nem, férfi és női szerepek a valóságshow-k világában .....88

3. Kutatási kérdések és módszertan .....91

4. A nemi szerepekre fókuszáló karakteranalízis eredményei .....92

4.1. Karakterek: a VV11 játékosai .....92

4.2. Nők .....93

4.3. Férfiak.....	100
5. A nemi szerepekre vonatkozó fókuszcsoportos kutatás eredményei.....	107
5.1. Nőképek .....	107
5.2. Férfiképek.....	109
5.3. Férfi–női kapcsolatok megítélése .....	111
6. Szintézis: nemi szerepek, férfi és női karakterek működése és megítélése az RTL ValóVilág 11 című műsorában .....	112
Források és irodalom.....	117

### **Kövecses Ágnes – Fogarasi Mihály**

#### **A ValóVilág 11. szériájának elemzése egy speciális szempont alapján**

##### **(NMHH barométer)**

**121**

1. Bevezetés.....	121
2. Trágár kifejezések.....	122
3. Dohányzás .....	124
4. Alkoholfogyasztás .....	125
5. Szex és meztelenség .....	126
6. A ValóVilág 11. megjelenése az online világban.....	128

### **Till Eszter**

#### **Leáldozóban a ValóVilág népszerűsége, de csak a televízióban? .....**

**135**

1. A ValóVilág 11 nézettsége.....	135
2. A ValóVilág 11 nézőtáborának profilja .....	139
3. A BeleValóVilág 11 nézettsége.....	141
4. ValóVilág az online térben.....	143
Források és irodalom.....	147

### **Kövecses Ágnes – Bognár Dóra – Bérci Kornélia**

#### **A lét a tét – luxusbörtönön innen és túl**

**149**

1. Demográfiai jellemzők – honnan hová?.....	150
2. Motivációs taktikák – pénz vagy ismertség? .....	152
3. Az ígéretes utóélet .....	153
4. Sírni csak a győztesnek szabad – Győztem! Nyertem?.....	154
5. Tragikus sorsok .....	154
6. Szexuális munkák: szex mindenhol.....	156
7. A valódi nyertesek .....	157
8. Nézettség .....	158
9. A bennfentesek.....	159
Források és irodalom.....	162



**Glózer Rita****Valóságtelevíziózás és közösségi média 163**

1. Bevezető.....	163
2. Televíziós produkcióból közösségimédia-tartalom.....	164
2.1. Műsorkészítés a kiterjesztés jegyében.....	164
2.2. A produkció hivatalos közösségimédia-kommunikációja.....	167
3. Összegzés és értelmezés.....	186
Források és irodalom.....	189
Mellékletek.....	190

**Lengyelne Molnár Tünde – Szűts-Novák Rita – Racsko Réka****ValóVilág 11, valamint a BeleValóVilág című műsorszámok szereplőkre és műsorvezetőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése 195**

Bevezetés.....	195
1. Elméleti háttér.....	195
1.1. A valóságshow-k nemzetközi előzményei.....	195
1.2. A valóságshow-k hazai előzményei.....	196
1.3. A valóságshow-k természete és típusai a szakirodalom tükrében.....	197
1.4. A valóságshow-k értékteremtése.....	201
1.5. A ValóVilág nőképe.....	204
2. A kvalitatív tartalomelemzés összefoglaló jellemzése.....	206
2.1. A kutatás módszertana.....	207
2.2. A kutatás objektivitása.....	207
2.3. A kutatás validitása.....	207
2.4. A kutatás megbízhatósága.....	208
2.5. Strukturált változórendszer.....	210
3. A ValóVilág 11 és BeleValóVilág 11 adásblokkjainak részletes statisztikai elemzése... 212	
3.1. Az 1. adásblokk elemzése.....	212
3.2. Az 2. adásblokk elemzése.....	260
3.3. A 3. adásblokk elemzése.....	304
4. Trendelemzés, a kvalitatív tartalomelemzés eredményeinek összegzése.....	340
4.1. Aktivitás.....	340
4.2. Háziasság (napi háztartási tevékenység).....	341
4.3. Együttműködésre törekvés.....	341
4.4. Motiváció a feladatvégrehajtásra.....	342
4.5. Dominancia, csoportban elfoglalt hely.....	343
4.6. Kritizálás (direkt, indirekt).....	343
4.7. Konfliktus.....	344
4.8. Felelősségvállalás.....	345
4.9. Segítségnyújtás és Ellenségesség.....	346
4.10. Megnyilvánulások.....	346
4.11. Dohányzás.....	347
4.12. Alkoholfogyasztás.....	348
4.13. Egészségtelen ételek.....	348
4.14. Agresszív megnyilvánulások.....	348

---

4.15. Olvasás – Egyéb intellektuális tevékenység .....	349
4.16. Testedzés .....	349
4.17. Szépségápolás.....	349
4.18. Nevetés, öröm .....	349
4.19. Sírás.....	350
4.20. Ölelés, kedvesség.....	350
4.21. Szexuális viselkedés .....	350
4.22. Meztelenség .....	351
4.23. Kommunikáció .....	352
4.24. Pozitív és negatív asszociációk .....	353
5. Műsorvezetők kvalitatív elemzése a ValóVilágban – alanyai vagy közvetítői a show-nak? .....	353
5.1. A kutatás módszertana .....	353
5.2. Eredmények .....	354
Források és irodalom.....	362

# A „valóság” vonzásában

## Bevezető tanulmány\*

GULD ÁDÁM

A valóságtelevíziózás csaknem egyidős a televíziózás történetével.<sup>1</sup> A műfaj hosszú élet-tartama alatt nemcsak sikeres tudott maradni, hanem az elmúlt évtizedek során az egyik legnépszerűbb és legnagyobb kulturális befolyással bíró televíziós formátummá is vált.<sup>2</sup> A valóságtelevízió ma is a „sztárcsinálás” egyik leggyakoribb eszköze,<sup>3</sup> a műsorok rendszeresen foglalkoznak tabutémákkal, illetve adnak hangot és láthatóságot olyan társadalmi csoportoknak, amelyek korábban teljesen kiszorultak a média látóteréből.<sup>4</sup> Mindeközben a programok rendszeresen élnek a botránykeltés eszközével is annak érdekében, hogy a nézők egyre nehezebben megragadható figyelmét a képernyőkre szegezzék. A valóságshow-k műfaja állandó változásban van, amikor már azt hinnénk, hogy mindent láttunk, a műsorkészítők újabb ötletekkel állnak elő, esetleg korábbi megoldásokat porolnak le, gondolnak újra.<sup>5</sup> A kortárs televíziós környezetben a reality-k világa az egyik legszínesebb, legdinamikusabban fejlődő terület, ami nézők millióinak kínál könnyed szórakozást, miközben a műfajra jellemző társadalom- és kultúrkritikai diskurzus változatlanul komoly kockázatokat és veszélyeket kapcsol a programokhoz.<sup>6</sup> Alapvetően az említett tényezőknek köszönhető, hogy a valóságshow-kra ma is jelentős szakmai figyelem hárul, s a műsorok társadalmi, gazdasági és kulturális funkcióinak pontosabb megértésére irányuló törekvések jelenleg is aktuálisak. A valóságshow-k a 2020-as években is hódítanak. 2023-ban a streaming szolgáltatók felfutásával és a csatornák számának exponenciális növekedésével párhuzamosan egyre több és egyre többféle reality program érhető el a kínálatban. Az iparági trendeket és a médiakultúra fejlődését vizsgálva öt olyan tényezőt azonosíthatunk, amelyek jelentősebb szerepet játszottak abban, hogy a reality műfaja ma is központi szerepet tölthet be a szórakoztatóiparban. Ezek a tényezők a következőképpen alakulnak: 1) *a valóságshow mint „sztárgyár”*; 2) *politikai szereplők*; 3) *megosztó közéleti kérdések*; 4) *nézettségi trendek alakulása*; 5) *a kortárs figyelemgazdaság működési elvei*; 6) *hatás és befogadás*.

Ahogy arról fent már szó esett, a valóságshow-k a kultúrpar keretei között továbbra is az egyik leghatékonyabb „sztárgyárnak” tekinthetők, amelyek képesek arra, hogy teljes ismeretlenségből érkező személyeket pillanatok alatt a láthatóság csúcsára repítsenek. Az úgynevezett „meteorit karrierrel” rendelkező hírességek népes taborára jellemző, hogy a pályájuk egy-egy valóságshow keretei között vett robbanásszerű kezdetet, majd az évek során ezt a pil-

---

\* A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült. A Kulturális és Innovációs Minisztérium ÚNKP-23-5- PTE-1985 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

1 CLISSOLD (2004), SILVERBLATT (2015)

2 CSÁSZI (2009)

3 KAVKA (2012)

4 CSÁSZI (2011)

5 POZNER (2010)

6 GIBSON (2016)

lanatnyi hírnevet sikerült eredményesen meglovagolniuk.<sup>7</sup> A nemzetközi példák között találjuk a ma már dollármilliárdos Kim Kardashiant, a popipar olyan fényesen ragyogó csillagait mint Harry Styles (az X Factor című műsor felfedezettje), Kelly Clarkson (az American Idol versenyzője), Cardi B (a Love & Hip Hop szereplője) vagy akár hollywoodi sztárokat is mint Jennifer Hudson (az I Want to Work for Diddy című műsorban tűnt fel) és Emma Stone (az In Search of the Partridge Family című műsorban kezdte a karrierjét).<sup>8</sup> A hazai hírességek közül ezt a pályáivet futotta be többek között az énekes Tóth Vera (a Csillag születik című műsor sztárja), a zenész és műsorvezető Majoros Péter (a VV1-ben vált ismertté) és a VV11 háziasszonya, Nádai Anikó (a VV4 versenyzője).<sup>9</sup>

Azonban a valóságshow-kban szerzett ismertséget az elmúlt évtizedekben sokan nem csupán a szórakoztatóiparban kamatoztatták hosszabb távon, hanem a könnyed műfajban szerzett jelentős láthatóságból politikai tőkét igyekeztek kovácsolni – a gyakorlat eklatáns példája Donald Trump televíziós karrierje lehet. Az Egyesült Államok 45. elnöke ma már elsősorban erősen megosztó online jelenlétéről ismert, miközben egyre inkább elhalványul az a tény, hogy Trump politikai felemelkedésében óriási szerepe volt a televíziós bulvárnak, azon belül is a reality műfajának.<sup>10</sup> Kezdetben Trump olyan televíziós produkciókban tűnt fel mellékszereplőként, mint a *The Jeffersons* (1985) és a *Szex és New York* (1999) című sitcomok, majd a valódi áttörést 2004-ben érte el a *The Apprentice* című üzleti reality-vel, ami a leendő amerikai elnök összes olyan képességét kidomborította, ami az üzleti világon kívül a sikeres politikai karrierhez is nélkülözhetetlen.<sup>11</sup> 2004 óta számos politikus próbálta ellesni Trump trükkjét. Így például Penny Mordaunt, a brit parlament alsóházának konzervatív képviselője 2014-ben fürdőruhára vetkőzött a *Splash!* című műugrás-vetélkedőben,<sup>12</sup> míg Sarah Palin, Alaszka Állam republikánus politikusa az Állarcos énekes című valóságshow-ban próbálta egy hétköznapi arcát is megmutatni.<sup>13</sup> Míg a külföldi politikai sikereket Magyarországon egyelőre nem sikerült reprodukálni, így is találhatunk arra vonatkozó hazai példákat, hogy egy politikai aspiráns a reality-k segítségével próbált karriert építeni, láthatóságot növelni. Itt említhetjük meg a hazai trash reality-k egykori állandó szereplőjét, Berki Krisztiánt, aki 2019-ben azzal az ötlettel borzolta a közvéleményt, hogy kampányt indított Budapest főpolgármesteri posztjáért,<sup>14</sup> míg a 2023-ban futó Sztárbox

7 TÖRŐCSIK (2017)

8 *Reality TV Has Reshaped Our World, Whether We Like It or Not.*  
time.com/collection/reality-tv-most-influential-seasons/6199108/reality-tv-influence-on-world/

9 *5 valóságshow-hős, aki ma is aranykanállal majszolja az életet.* life.hu/hirek/20160919-ok-jottek-killegjobban-a-valo-vilagbol-5-valosagshow-hos-aki-meg-ma-is-sikeres.html

10 CONSONNI–SALA (2021)

11 *How Trump became a TV star before The Apprentice.*  
www.bbc.com/culture/article/20170119-how-trump-became-a-tv-star-before-the-apprentice

12 *Making a Splash! The politicians who couldn't say no to reality TV.*  
www.theguardian.com/uk-news/2022/nov/01/making-a-splash-the-politicians-who-couldnt-say-no-to-reality-tv

13 *Reality stars jump from TV to politics.*  
www.politico.com/newsletters/weekly-score/2022/04/04/reality-stars-jump-from-tv-to-politics-00022641

14 *Budapesten nagy bajok vannak: interjú Berki Krisztiánnal, aki egy valóságshowban lenne polgármester.*  
egriugyek.hu/mindenki-ugye/budapesten-nagy-bajok-vannak-interju-berki-krisztiannal-aki-egy-valosagshowban-akar-fopolgarmester-lenni

című műsor körüli érdeklődést egyes vélemények szerint Nagy Ervin és Molnár Áron igyekezett politikai célokra használni.<sup>15</sup>

A politika területén maradvá be kell látnunk, hogy a valóságtelevíziózás nemcsak egyes közéleti személyek felemelkedését segítheti elő, hanem a politikai agenda kijelölésében is komoly szerepet játszik. A valóság tematikával dolgozó programok kezdetben csak az önfeléd szórakozást célozták, minden különösebb politikai szándék nélkül. Erre lehet jó példa a proto-reality, vagyis a valóságshow-k legelső generációja, az úgynevezett „candid” formátum.<sup>16</sup> A műsortípussal először a rádiókban találkozhattak az amerikai hallgatók Candid Microphone címmel, a CBS adóján 1947-ben. Ezt követte 1948-ban a képernyős változat az ABC televíziós csatornán, Candid Camera címmel.<sup>17</sup> A szituációs humorra építő programok mit sem sejtő hétköznapi embereket mutattak be extrém helyzetekben, a komikum forrása pedig a szereplők autentikus reakcióiban rejlett. A változás szele az 1990-es években érkezett, amikor a valóságshow-kban olyan témák bukkantak fel, amelyek vagy erősen megosztották a közvéleményt (úgy mint a kisebbségekkel kapcsolatos kérdések, az abortusz, a hajléktalanság vagy a prostitúció), vagy amelyek olyannyira problémásnak tűntek, hogy ezek nyilvános kibeszélése gyakorlatilag elképzelhetetlen lett volna a korábbi évtizedekben. Ezek között említhetjük a LGBTQ+ jogokat vagy a HIV vírus terjedését.<sup>18</sup> Amellett, hogy a programok ezeket az egyszerre botrányos és izgalmas témákat a saját jól felfogott érdekükben, a nézettségért folytatott verseny eszközeként vetették be, vitathatatlan, hogy ezzel jelentős szerepet vállaltak a társadalmi valóságérzékelés formálásában, az általános véleményklíma befolyásolásában és a kulturális környezet alakításában. Azt is érdemes belátnunk, hogy az 1990-es évek óta generációk nőttek fel egy olyan televíziós környezetben, ahol a valóságshow a progresszív identitáspolitikák reprezentációjának kulturális értelemben vett egyik legnagyobb hatású tényezőjévé válhatott. Hazánkban a valóságshow-kat hasonló politikai funkciókkal feleltethetjük meg azzal a különbséggel, hogy a témák feltűnésének trendjében bő tíz éves elcsúszást tapasztalunk.

A valóságshow-k nézettségét tárgyaló szerzők két jelentősebb népszerűségi hullámot azonosítanak a műfaj kapcsán 1990 és 2023 között. Az első periódus 1990 és 2010 közé tehető, ezt az időszakot tekinthetjük a későmodern valóságtelevíziózás első aranykorának.<sup>19</sup> Az említett évek a csatornák számának jelentős bővülésével, illetve a kereskedelmi média hangsúlyos térhódításával jellemezhető, amely részben a műsoridő kitöltésének kényszere okán szívesen nyúlt a viszonylag alacsony költségvetéssel megvalósítható reality formátumhoz. Ez a változás egybeesett a televíziót körülbelül tíz évente jellemző tartalmi és műfaji megújulással is, melynek során a valóság tematika előretörése bizonyos mértékig a legtöbb televíziós megoldásra rányomta a bélyegét. Nemzetközi viszonylatban a műfaj hanyatlása a 2010-es években már jól érzékelhető, ekkora a legtöbb korábban népszerű formátum kifulladás, és rövid időre újra előtérbe kerültek a magasabb minőségű és jelentősebb költségvetéssel mű-

15 *Mindent a nézettségért: Molnár Áron politikai aktivista és a Márki-Zaynak kampányoló Nagy Ervin bunyózott a RTL új műsorában – elrajtolt a Sztárbox.* mandiner.hu/sport/2023/10/kiutethik-noart-es-nagy-ervint-is-vasarnap-este-vagy-eppen-oriasi-gyozelmet-arathat-a-ket-hiresseg-elrajtolt-a-sztarbox

16 Hazánkban leginkább a kandi kamera vagy kíváncsi kamera típusú műsorokkal feleltethető meg.

17 *Candid Camera.* time.com/collection/reality-tv-most-influential-seasons/6197699/candid-camera/

18 *Reality TV Has Reshaped Our World, Whether We Like It or Not.* time.com/collection/reality-tv-most-influential-seasons/6199108/reality-tv-influence-on-world/

19 LOVELOCK (2019)

ködő fikciós formátumok. A piaci előrejelzések akkor azt sugallták, hogy a prémium szolgáltatásokat nyújtó fizetős platformok és a trash televíziózás kategóriájába sorolt valóságshow-k nem férnek meg egymás mellett.<sup>20</sup>

Azonban a médiapiac szakértői sem tévedhetetlenek, a 2010-es évek végére világossá vált, hogy a tartalmi és formai megújuláson átesett valóságshow-k a streaming csatornákon is jelentősebb számú közönség érdeklődésére tartanak számot. A jelenségre adott magyarázatok egyike azzal érvel, hogy hasonlóan a klasszikus kereskedelmi csatornákhöz, a streaming szolgáltatók esetében is érvényesül az „adásidő kitöltésének kényszere”, pontosabban az online felületek esetében az a nézői nyomás, hogy a tartalmi kínálatot jelentős számú friss programmal töltsék fel.<sup>21</sup> Az újabb generációs valóságshow-k, amelyek még extrémebb, még megbotránkoztatóbb, még inkább az ösztönökre és érzelmekre ható megoldásokkal élnek, ugyanúgy költséghatékony módon tudják teljesíteni ezt a feladatot, mint az elődeik, így ezek a stream szolgáltatók tartalmi között is gyorsan megtalálták a helyüket. A másik magyarázat szerint, a 2010-es évek végétől, sajátos módon, a társadalmi és gazdasági környezet is a valóságműfajok újabb felfutásának kedvezett.<sup>22</sup> Ezek között a tényezők között említhetjük a COVID-19 járványt, amely a lezárások miatt problémássá tette a komolyabb infrastruktúrát és népes stábokat igénylő produkciók forgatását, ellenben kedvezett a kisebb humán erőforrással és egyébként is jellemzően izolált környezetben készülő reality programoknak.<sup>23</sup> A források a járványt követő gazdasági visszaesést is azok között a körülmények között említik, amelyek a szolgáltatóknál lecsapódó alacsonyabb reklámköltségek miatt szintén az olcsóbban előállítható tartalmaknak kedveztek.<sup>24</sup> Végül, de nem utolsósorban kell megemlítenünk a hollywoodi alkotók sztrájkját, ami 2023. május 2. és szeptember 27. között gyakorlatilag megbénította az amerikai televíziós és filmipart.<sup>25</sup>

A fent említett hatások összességében a reality második aranykorához vezettek 2023-ra. A trend úttörőjének a Netflix tekinthető, ami az elmúlt három évben a műfaj szinte összes szegmensében kínálni tudott valami újdonságot az előfizetőinek.<sup>26</sup> A szolgáltató portfóliójában a süteménysütő versenyektől kezdve (The Great British Bake Off – magyarul Sütimester címmel) a legrafináltabb párkereső műsorokon át (Too Hot to Handle – magyarul Ellenálthatatlan kísértés címmel) olyan újrahazsnósított kreatív ötletek is feltűnnek, mint a 2021-ben taroló Squid Game (magyarul Nyerd meg az életed) című koreai sorozat valóságshow verziója.<sup>27</sup> A versenyben természetesen a konkurencia sem maradhat

---

20 *Reality TV Has Reshaped Our World, Whether We Like It or Not.* [time.com/collection/reality-tv-most-influential-seasons/6199108/reality-tv-influence-on-world/](https://www.time.com/collection/reality-tv-most-influential-seasons/6199108/reality-tv-influence-on-world/)

21 GÁLIK (2005)

22 *MIPTV 2023 Takeaways: Drama Boom Is Bust But Reality TV Offers a Lifeline.* [www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/miptv-2023-analysis-drama-boom-over-reality-tv-coming-back-1235392105/](https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/miptv-2023-analysis-drama-boom-over-reality-tv-coming-back-1235392105/)

23 *Reality TV's New Reality in the COVID Era.* [www.vanityfair.com/hollywood/2020/09/reality-tvs-new-reality-in-the-covid-era](https://www.vanityfair.com/hollywood/2020/09/reality-tvs-new-reality-in-the-covid-era)

24 *Coronavirus crisis: Why television industry is bleeding despite record consumption.* [www.businessday.in/opinion/columns/story/coronavirus-outbreak-covid-19-television-industry-bleeding-despite-record-consumption-257407-2020-05-05](https://www.businessday.in/opinion/columns/story/coronavirus-outbreak-covid-19-television-industry-bleeding-despite-record-consumption-257407-2020-05-05)

25 *Writers Guild Strike to End Wednesday: Leadership Votes to Conclude Historic Work Stoppage.* [www.hollywoodreporter.com/business/business-news/writers-guild-strike-end-1235600992/amp/](https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/writers-guild-strike-end-1235600992/amp/)

26 *The 20 best reality shows on Netflix.* <https://ew.com/tv/best-netflix-reality-shows/>

27 *The 'Squid Game' Reality Show Is as Dystopian as It Sounds – and Impossible to Stop Watching: TV Review.* [variety.com/2023/tv/tv-reviews/squid-game-the-challenge-reality-show-review-1235789759/](https://www.variety.com/2023/tv/tv-reviews/squid-game-the-challenge-reality-show-review-1235789759/)

le. A Hulu a Kardashian család valóságshow-jában lát fantáziát, a HBO Max pedig többek között egy botrányos táskeresővel szállt a ringbe, F-Boy Island címmel. Eközben a hagyományos kábeltelevíziós csatornák is igyekeznek megragadni a reality-kben rejlő kiaknázatlan lehetőségeket, például a TLC 2023-ban indította útjára a MILF Manor (magyar fordításban: Szingli anyák paradicsoma) című műsort, amelyben középkorú asszonyok ismerkednek egymás huszonéves fiaival.<sup>28</sup>

Azonban a fent említett jelenségről nem is beszélhetnénk, ha a valóságshow-k nem lennének sikeresek, nem teljesítenék a kereskedelmi média legfontosabb feladatát. Ez pedig nem más, mint a nézők figyelmének megragadása és megtartása. A kortárs médiakörnyezet alakulásának egyik legmeghatározóbb folyamata a *figyelemgazdaság* kiépülése, intézményesülése és professzionálódása – annak a gazdasági környezetnek a megjelenéséről van szó, amelyben az információ és a médiafogyasztók figyelmé válik a legértékesebb árucikké.<sup>29</sup> Ebben a gazdasági paradigmában az emberek jelentős időt és energiát fordítanak a médiából származó tartalmak fogyasztására, miközben a piac szereplői ezt arra használják fel, hogy a tartalmakon keresztül a saját termékeiket vagy szolgáltatásaikat népszerűsítsék. Azonban ennek a piaci célnak a megvalósítása a kortárs mediális viszonyok között egyre jelentősebb kihívást jelent, hiszen egyre több csatornán keresztül, egyre több tartalom verseng a fogyasztók figyelméért, miközben az is nyilvánvaló, hogy mind a fogyasztók szabadideje, mind pedig azok figyelmé korlátos erőforrásnak számít. Az egyre élesedő versenyt és a kialakult helyzet természetét kitűnően példázzák azok a napjainkban felkapott szakmai kifejezések, mint a „figyelemmérnök”,<sup>30</sup> a „figyelemgyarmatosítás”<sup>31</sup> vagy a „figyelembányászat”.<sup>32</sup>

Összességében azt látjuk, hogy a valóságshow derekasan helytáll a fogyasztók figyelméért folytatott versenyben, hiszen a nézettségi adatok alapján a reality programok iránt ma is jelentős számú közönség érdeklődik. Az egyik legfrissebb nemzetközi iparági jelentés szerint 2022-re a Netflix tíz leggyakrabban streamelt programja közül öt valóságshow volt. Eközben az amerikai tévé nézők 68%-a követett valóságshow-kat, míg 44% azt állította, hogy bár tisztában van a műfaj negatív hatásaival és veszélyeivel, ennek ellenére is szívesen nézi a műsorokat.<sup>33</sup> A valóságshow-k második aranykorát olyan impresszív adatok fémjelzik, mint az America’s Got Talent 2019-es évada, amit átlagosan 41,6 millió néző követett hetente, az Állarcos énekes, amit 2020-ban 11,57 millióan néztek az Egyesült Államokban, vagy akár a trash reality-k zászlóshajójának számító Jersey Shore, ami a népszerűsége csúcsán 6,7 millió nézőt ültetett a képernyők elé. A kutatásban megkérdezettek 28%-a azért néz valóságshow-kat, mert kíváncsi arra, hogy a versenyzők hogyan birkóznak meg az eléjük tornyosuló kihívásokkal, míg a 18–49 éves nézők 60%-a egyszerűen csak azért követi a műsorokat, mert „izgalmasnak” tartja őket. Az itt idézett adatok is egyértelműen bizonyítják, hogy a valóság tematika nem csupán egy a gyorsan lecsengő divathullámok közül a televíziós tartalomgyártás világában, hanem olyan műfajról van szó, ami a kortárs szórakoztatóipar stabil szegmen-

28 [www.imdb.com/title/tt25375242/](http://www.imdb.com/title/tt25375242/)

29 MCQUAIL (2020)

30 *A former Google executive reveals the tricks tech companies use to grab your attention.* [www.businessinsider.com/why-phones-are-addicting-according-to-former-google-exec-2017-8](http://www.businessinsider.com/why-phones-are-addicting-according-to-former-google-exec-2017-8)

31 DAHLBERG (2005)

32 *Mining for attention: how to grab and hold the customer’s mind and wallet.* [whatagraph.com/blog/articles/mining-for-attention](http://whatagraph.com/blog/articles/mining-for-attention)

33 A nézettségi adatok forrása: *Essential Reality Tv Statistics In 2023.* [zipdo.co/statistics/reality-tv/](http://zipdo.co/statistics/reality-tv/)

sévé nőtte ki magát az elmúlt évtizedekben. Az eredményekből ugyanakkor az is kiolvasható, hogy a nézők egyre nagyobb érdeklődéssel fordulnak az olyan autentikusnak tűnő, hétköznapi emberek által bemutatott helyzetek, ösztönös érzelmi reakciók felé, amelyek jelentős mértékben térnek el az előre megírt, fikciós műfajokban megszokott karakterábrázolástól és cselekményformálástól.

Azonban a teljes képhez az is hozzá tartozik, hogy a valóságshow-k máig meggyőző nézettségi adatai mögött gyakran ugyanolyan elkeseredett harc zajlik a fogyasztók figyelméért, mint ami a média más szegmenseiben is egyre jellemzőbb. Azt látjuk, hogy a figyelem megragadásának érdekében a valóságshow-k szerkesztői jellemzően három megoldást alkalmaznak: a niche tartalmak gyártását, a technikai invenciók kreatív felhasználását és az egyre extrémebb alapszituációk bemutatását.<sup>34</sup> Példaként említhető a Netflix *Sexy Beasts*<sup>35</sup> (Szexi dögök) című műsora, amelyben a cosplay<sup>36</sup> szubkultúra követői keresik az igaz szerelmet. A legújabb médiatechnológiák alkalmazása kerül fókuszba a *Too Shy to Date*<sup>37</sup> (Túl félénk a randizáshoz) című dán show-ban, amelyben az introvertált pákeresők nem a valóságban találkoznak, hanem a virtuális térben megjelenített avatárokon keresztül ismerkedhetnek egymással. Végül a szokatlan kerettörténetet alkalmazó műsorok sorát erősíti a brit Channel 5 adó *The Great British Urine Test: The National Health Check* (A nagy brit vizeletvizsgálat: a nemzeti egészségügyi felmérés) című program, ami a megdöbbentő témaválasztáson keresztül a britek egészségtudatos magatartását igyekszik erősíteni.

Míg az utóbbi példa kapcsán említést érdemel, hogy egyes valóságshow-k hasznos tudást közvetíthetnek a nézők felé, az elmúlt évtizedek során a legtöbb témával foglalkozó kutatás arra a megállapításra jutott, hogy a reality-k kifejezetten káros hatást gyakorolnak a nézőkre.<sup>38</sup> A leggyakrabban említett problémák között jelenik meg a műsorok testképre gyakorolt hatása, a patriarchális értékrendre jellemző nemi különbségek felerősítése, a nők alávett szerepben történő ábrázolása, a kapcsolati dinamikák torzítása, valamint a verbális és fizikai agresszió öncélú bemutatása. A kritikusok véleménye szerint a valóságshow-k egyik legkockázatosabb kulturális hatása az lehet, hogy a szerkesztési gyakorlatok eredményeként negatív sztereotípiák megerősítése zajlik a műsorokban, s ez kedvezőtlen következményekkel jár olyan társadalmi csoportok esetében, amelyek a hétköznapiakban éppen ezeknek a sztereotípiáknak a lebontásában érdekeltek. Jennifer L. Pozner, a téma szakértője ezek között a sztereotípiák között említi az esetlenkedő szőke nő karakterét, a dühös fekete férfit vagy a feminin módon viselkedő meleg férfiakat. Jellegzetes torzítása a műsoroknak, hogy a nők hiúak, rivalizálnak egymással és képtelenek az együttműködésre, a férfiak pedig nárcisztikusak, agresszív dominanciát gyakorolnak a nők felett, és gyakran fizikai erővel próbálják megoldani a konfliktusokat.

Más szerzők szerint komoly probléma a show-k által bemutatott materialista értékrend, a teljesen öncélú, hedonista fogyasztás propagálása, a gazdagság és a luxus fetiszizálása, valamint a testileg vagy lelkileg sérült emberek vásári látványosságként történő mutogatása

34 *Reality Shows Become More Niche, Personal, Extreme.* variety.com/2020/tv/global/miptv-reality-shows-trends-1203550241/

35 [www.imdb.com/title/tt14916746/](http://www.imdb.com/title/tt14916746/)

36 Nagy műgonddal elkészített, a populáris kultúrából ismert karaktereket megelevenítő és gyakran a teljes testet eltakaró jelmezek készítésével foglalkozó irányzat.

37 [www.ji-hlava.com/filmy/too-shy-to-date](http://www.ji-hlava.com/filmy/too-shy-to-date)

38 POZNER (2010)



egy televíziós freak show-k keretében.<sup>39</sup> A gyakorlat együtt jár azzal, hogy a valóságshow-k gyakran olyan karaktereket, viselkedést és normarendszereket tüntetnek fel átlagosként, sokszor egyenesen kívánatosként, amelyek egyértelműen deviáns magatartásformákkal azonosíthatók, úgymint a prostitúció vagy az alkohol- és drogfogyasztás. A problémával foglalkozó szakemberek abban is egyetértenek, hogy a műsorok káros hatásai azokra a fiatal nézőkre jelentik a legnagyobb kockázatot, akik kellő élettapasztalat hiányában nem képesek józanul megítélni a képernyőn látottak valóságtartalmát, illetve akik a személyiségfejlődés egy szenzitív szakaszában találkoznak az említett programokkal. Végül mi sem sejteti jobban azt, hogy a nézőkhöz már eljutottak a reality programok lehetséges kockázatairól szóló hírek, mint egy 2021-ben végzett ausztrál közönségvizsgálat. A kutatás azt az eredményt hozta, hogy a rendszeres nézők 34%-a letagadja, hogy követi a műsorokat, a csoport 74%-a pedig azért tesz így, mert szégyenli ezt a tevékenységet. A vizsgálat arra is rávilágított, hogy az említett okok miatt a megkérdezettek 66%-a inkább titokban, egyedül tekinti meg a tartalmakat, hiszen tisztában van a műsorok negatív megítélésével és azok alacsony kulturális értékével.<sup>40</sup>

A fentiek tükrében joggal kijelenthető, hogy az RTL legutóbbi ValóVilág szériája egy olyan időszakban érkezett meg a televíziós piacra, ahol amellet, hogy a valóságshow-k iránti érdeklődés ismét felfutóban van, a nézettségért folytatott verseny nemcsak nemzetközi, hanem hazai viszonylatban is jelentős. A show műsorra tűzésének éráját (2022. december 20. – 2023. március 5.) olyan magyar gyártású programok fémjelzik, mint a kritikusok által is sokat méltatott Híd az HBO Max kínálatában, amiben a versenyzőknek egy hidat kellett felépíteniük a 30 millió forintos nyeremény reményében, a Viasat3 Szingli vagy svindli című műsora, amiben társkereső hölgyek próbáltak leleplezni szélhámós udvarlókat, vagy a Kőgazdag fiatalok – Rich Kids Hungary a TV2 csatornáján, ahol a nézők betekintést nyerhettek nyolc jómódú, a vagyonával nyíltan kérkedő magyar fiatal hétköznapijaiba.<sup>41</sup> Míg a lista csak a magyar gyártású műsorokkal is folytatható lenne, ebből a felsorolásból is leszűrhető, hogy a hazai gyártók igyekeznek felzárkózni a nemzetközi versenyben, többek között a niche tartalmak alkalmazásával, és az egyre extrémebb alapszituációk bemutatásával. Ugyanakkor joggal merül fel a kérdés, hogy mindezek mellett vajon milyen izgalmakat nyújthat egy, a ValóVilághoz hasonló, klasszikus formátumot követő trash reality 2023-ban? Milyen tartalmi és műfaji jellemzői vannak az RTL legrégebbi ideje futó valóságshow-jának? Mit tudhatunk a ValóVilág szereplőiről, cselekményéről és közönségéről? A kötetben szereplő tanulmányok alapvetően ezekre a problémákra keresik a válaszokat.

A gyűjtemény első szövege azzal a kérdéssel foglalkozik, hogy a ValóVilág 11 hogyan kezelte a „valóság” bemutatásának problematikáját, illetve ezzel együtt milyen szerkesztési elveket követtek a műsor készítői. Bódi Jenő *„Furcsa lesz hazamenni a fehér falak közé” – Valóságteremtés a ValóVilág 11. évadában* című írása az említett témák mellett jelentős hangsúlyt fektet arra a kérdésre is, hogy milyen mértékben következnek a valóságtelevíziózás műfaji logikájából azok a problematikus tartalmak, amelyekben a nézők rendszeresen találkozhattak a hétköznapi viselkedési normákat sértő magatartással, a fizikai és verbális agresszió legkülönbözőbb

39 *Reality TV Has Reshaped Our World, Whether We Like It or Not.*  
time.com/collection/reality-tv-most-influential-seasons/6199108/reality-tv-influence-on-world/

40 [www.social.com/reality-tv-statistics/](http://www.social.com/reality-tv-statistics/)

41 *Legjobb valóságshow sorozatok 2023-tól 2023-ig – Magyarország.* [www.mafab.hu/sorozatok/sorozatok/1/?yrf=2023&yrt=2023&genre=10764&country=34](http://www.mafab.hu/sorozatok/sorozatok/1/?yrf=2023&yrt=2023&genre=10764&country=34)

formáival, és olyan szituációkkal, amelyekben a szereplőket súlyosan megalázó helyzeteknek tették ki. Bódi tanulmányának elméleti bevezetője alapos áttekintés nyújt a témával foglalkozó jelentősebb szerzők munkásságából, miközben az értekezés olyan kulcsfogalmak kiemelésére fókuszál, mint a műfaji hibriditás, a kevert valóság, a valóságtelevíziózásra jellemző megszólítási módok és az élő adások realitásának problémája. A tanulmány háttérül szolgáló empirikus vizsgálat egy héten keresztül követte a széria adásait azzal a céllal, hogy feltárja a valóságábrázolás és a műsor megszerkesztettségének kapcsolatát. Bódi az eredmények alapján rámutat, hogy a valóságshow-knak, így a VV11-nek is alapvető jellemzője a „megalkotott valóság”, vagyis az ilyen jellegű műsorok olyan posztdokumentarista tartalmaknak tekinthetők, amelyekben a valóság a fikcióval, a játékosággal és a szórakoztatással keveredik. A szerző az internetes élő közvetítés esetében azzal foglalkozik, hogy a tévés produkció hogyan alakítja ki a képernyőn látható eseményt a villában uralkodó időbeli és térbeli viszonyok megszerkesztésével, míg a szerkesztett adásokkal összefüggésben arra mutat rá, hogy a valóságtelevíziózás az autentikus én feltárására tett kísérletként fogható fel. Vagyis a valóságshow-k a játékosok személyiségét, a reakciók hitelességét értékelik, miközben a szerkesztők által előállított szituációk különböző performanszokra készítetik a versenyzőket – ezeket a konfliktus, a vallomás, a humor, valamint a taktikázás performanszaiként azonosítja a kutató.

Más megközelítésben, de szintén a valóságshow-k szerkesztési sajátosságaival foglalkozik a tanulmánykötet második írása is, „*A valóságshow-ról a diktatúra jut eszembe*” – *A VV11 produkciós kereteinek és szerkesztési gyakorlatainak vizsgálata indirekt megközelítésben* címmel. A tanulmány abból a kérdésből indul ki, hogy vajon mennyiben reprezentálják a valóságshow-k a „valóságot”, és milyen mértékig nyúlnak bele a szerkesztők a tartalomba. A probléma relevanciáját ebben az esetben is az adja, hogy bár a műsorformátum a leplezetlen valóság bemutatását ígéri, a valóságshow-k esetében erősen szerkesztett televíziós tartalmakról van szó. Mivel a valóságshow-k a kereskedelmi média jellegzetes termékei, az értelmezés során az írás központi helyen foglalkozik médiagazdaságtani szempontokkal. A szöveg egyik alapvetése, hogy részben a gazdasági motivációk okán, a valóságshow-k erősen szerkesztett tartalmak. Így a „valóság” bemutatása egyre kevésbé hangsúlyos törekvés, a reality-k egy fiktív keretrendszerként kezelik a valóságot, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a műsorok csak a valóságosság látszatának próbálnak megfelelni. A szöveg rávilágít, hogy a valóságshow-k gyártásának egyik tipikus gyakorlata, hogy a műsorok igyekeznek elfedni a tartalmak televíziúisan konstruált jellegét, ugyanakkor például a szereplők bemutatásának gyakorlata, a történetmesélés jellegzetességei, bizonyos karakterek és helyzetek tudatos dekontextualizálása és rekontextualizálása, a jelentéskonstruálás nyilvánvaló folyamata a programok minden pillanatában leleplezik a készítőik szándékait. A kutatáshoz kapcsolódó empirikus vizsgálat keretében szakértői mélyinterjúk készültek országosan ismert kutatók és szakértők részvételével. A beszélgetések segítségével elsősorban a kérdés kulturális, jogi, etikai, szociálpszichológiai és médiagazdaságtani aspektusai kerülnek az értekezés fókuszába. A vizsgálat azokat a műsorral kapcsolatos problémás területeket tárja fel, amelyek különösen nagy hangsúllyal jelentek meg a közbeszédben és a programra reflektáló szakmai párbeszédben – így például a fizikai és verbális agresszió kérdése, a szexualitás és nemi szerepek ábrázolása, vagy a villalokók mentális és lelki állapota. A tanulmány végül arra a megállapításra jut, hogy a csatorna a nézettség érdekében a műsort egyre extrémebb személyiségek beválogatásával igyekezett vonzóbbá tenni, ez pedig a diszfunkcionális magatartásformák eluralkodását, az individualizmus túlbujánzását, a kooperációs készségek leértékelődését, a verbális és fizikai agresszió

általánossá válását eredményezte. A végkövetkeztetés szerint a mindent felülíró gazdasági érdek világosan kiolvasható abból a döntésből, hogy az RTL annak ellenére is ezt a stratégiát választotta, hogy ezzel a gyakorlattal egyértelműen beazonosítható negatív hatást gyakorolt a közönségre, elsősorban a fiatalokra.

A kötetben szereplő harmadik tanulmány a szokatlan karakterválasztások hátterét és következményeit igyekszik bemutatni *„Ami egy férfinál normálisnak számít, az egy nőnél nem feltétlenül az.” Nemi szerepek, férfi és női karakterek megjelenése és megítélése az RTL ValóVilág 11 című műsorában* címmel. A szöveg a téma feltárásához nélkülözhetetlen alapfogalmak (*gender* és *valóságtelevíziózás*) értelmezése során egyfelől arra a megállapításra jut, hogy a társadalmi nem kérdése olyannyira forró témává vált a 2020-as években, hogy ennek a valóságshow-kban történő hangsúlyos feldolgozása szükségszerűen következett be a figyelemért küzdő kereskedelmi média világában. Másfelől a legfrissebb befogadásvizsgálatok tárgyalása alapján egyértelművé válik az is, hogy a televíziós programok tényleges hatással lehetnek bizonyos társadalmi kérdésekre, kulturális trendekre és attitűdökre. Az írás kiemeli, hogy a téma kutatói úgy vélekednek, a George Gerbner modelljében megjelenő kultivációs hatás továbbra is működik, és az ismétlődő mintázatot követő, televízió által közvetített, tömegtermelésben létrehozott üzenetek és képek változatlanul óriási hatást gyakorolnak a szimbolikus környezetünkre, s ebből a valóságtelevíziózás is jelentős mértékben kiveszi a részét. A fentiek tükrében a tanulmány empirikus kutatásának fókuszában az a kérdés áll, hogy a ValóVilág 11 milyen férfi és női szerepeket mutat be a nézőknek, ezek a szerepek mennyiben igazodnak a Magyarországon hagyományosnak tekinthető, férfiakhoz és nőkhoz rendelt társadalmi normákhoz és értékrendekhez, illetve milyen újszerűnek tekinthető szerepkonstrukciókat tematizál a műsor. A vizsgálat emellett központi helyen foglalkozik azzal is, hogy a program által bemutatott férfi és női képeket hogyan értelmezi a befogadói oldal, és ezek a karakterek hogyan hatnak a közönségre. A kutatás kvalitatív megközelítésen alapuló, kevert módszereket alkalmaz, amelyek az érvelés szerint egyszerre alkalmasak a műsor mint médiaszöveg tartalmi vizsgálatára, illetve a közönség befogadói attitűdjeinek feltárására. A tartalomvizsgálat kontextusában a nemi szerepekre fókuszáló karakteranalízis módszere jelenik meg, a közönség befogadói attitűdjeinek vizsgálata pedig fókuszcsoportos interjúk segítségével valósult meg. A tanulmány összességében arra a következtetésre jut, hogy a ValóVilág 11-ben olyan nőkkel és férfakkal találkozhattak a nézők, akik nem felelnek meg a nemekkel szemben támasztott tradicionális elvárásoknak és normarendszereknek, illetve akikkel a befogadók nehezen tudnak azonosulni. Az érvelés szerint a ValóVilág 11 által bemutatott női és férfi karakterek jelentősen torzított identitáskonstrukciókat állítanak a nézők elé, ami előállhat egyfelől a beválogatott szereplők természetes tulajdonságaiból, másfelől a szerkesztési folyamat során alkalmazott gyakorlatokból. Azonban a karakteranalízis és a nézői attitűdök alapján is az derült ki, hogy a férfi és női karakterek egyaránt olyan szélsőséges viselkedésmintákat személyesítenek meg, amelyekkel a befogadók nem tudnak és nem is szeretnének azonosulni.

Kövecses Ágnes és Fogarasi Mihály *A ValóVilág 11. szériájának elemzése egy speciális szempont alapján* című tanulmánya alapvetően az előző kutatás által is azonosított normaszegő és deviáns magatartásformák beazonosításával, és kvantitatív vizsgálatával foglalkozik. A cím-ben is említett speciális szempont ebben az esetben azt jelöli, hogy a vizsgálat a ValóVilág barométer alkalmazásával történt, amit a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság hozott létre 2010-ben. A szövegből kiderül, hogy a Hivatal elsődleges célja az volt, hogy a megszokott elemzéseken túlmutató módszerekkel vizsgálja és szemléltesse a valóságshow-ban előforduló

veszélyesnek ítélt tartalmakat. A szerzők kifejtik, hogy az előző szériák tapasztalataiból kiindulva a vizsgálat a szexualitás, a szexuális kontextusban megjelenő meztelenség, a trágár kifejezések gyakorisága, valamint deviáns magatartásmintaként a dohányzás és az alkoholfogyasztás bemutatása mentén történt. Az összefoglalóból az is kiderül, hogy a vizsgálatban használt elemzési egység a káros viselkedésmintákat közvetítő jelenet volt, és a jelenetek annyiszor kerültek felvételre, ahány alkalommal azokat a műsorszerkesztő az összefoglalóban megjelenítette, míg a trágár beszéd esetében a trágár szavak előfordulását vizsgálták a kutatók. A szöveg az este 10-kor adásba kerülő összefoglaló adások elemzésével, és az online felületekre kihelyezett tartalmakkal egyaránt foglalkozik, az adatgyűjtés pedig 2022. november 20-tól 2023. március 5-ig, azaz a műsor teljes időtartama alatt zajlott. A szerzők végül arra a megállapításra jutnak, hogy a műsor kiemelkedő számban közvetített problémásnak tekinthető jeleneteket: trendinek állította be a trágár beszédet, az alkoholos italok és a dohánytermékek fogyasztását, valamint a meztelenséget és a nyílt szexuális megnyilvánulásokat. Az eredmények szerint az adásokban átlagosan 34-szer hangoztak el trágár kifejezések, ötször dohányoztak, hatszor fogyasztottak alkoholt és a szexualitás ábrázolása minden adásban hangsúlyosan jelent meg. A kutatók arra is felhívják a figyelmet, hogy míg a műsor televíziós nézettsége nem volt átütő, az online felületekre kihelyezett tartalmak kifejezetten jól teljesítettek, különösen a fiatalok körében. A kitűnően megtervezett és kivitelezett online tartalom-terjesztési stratégia eredményeként tehát a tartalmak olyan célcsoportokhoz is könnyedén eljuthattak, amelyek saját elhatározásuk alapján valószínűleg nem kerültek volna kapcsolatba a valóságshow-val.

Till Eszter a *Leáldozóban a ValóVilág népszerűsége, de csak a televízióban?* című írásában annak a kérdésnek jár utána, hogy hogyan alakult az évek során a műsor nézettsége, illetve milyen változásokat eredményezett az a stratégiai döntés, hogy a 2022–2023-as széria esetében a tartalmak egy jelentős része az online térben került kihelyezésre. A kutatás alapvetően a Nielsen Közönségmérés Kft. adatainak felhasználásával készült, az eredmények pedig arra utalnak, hogy a műsor televíziós nézettsége óriási mértékben beszakadt, a 2002-es indulás óta a milliós nézőtábor százezer fő alá csökkent napi szinten. A vizsgálat feltárta, hogy a reality követőtáborának döntő többsége nő, felét pedig inaktív, eltartott társadalmi rétegek, a három vagy több fős háztartásban élők, alapfokú végzettséggel rendelkezők, többnyire vidéki városok lakói, foglalkozásukat tekintve fizikai dolgozók és nyugdíjasok adják – ilyen tekintetben nem tapasztalhatunk jelentős változást az előző szériákhoz képest. Elgondolkodtató eredmény, hogy bár a tizenévesek részesedése alacsony volt a műsor közönségében, a 13–17 évesek mégis gyakran kapcsolak az esti televíziós összefoglalókra, így gyakran előfordult, hogy a közönség legnagyobb csoportját éppen ez a korosztály alkotta. Till Eszter tanulmánya külön alfejezetben érinti a BeleValóVilág című későesti kísérőműsor nézettségi adatait is, amiből az szűrhető le, hogy a közönség még az extrémebb tartalmak ellenére sem mutatott komolyabb érdeklődést a program iránt. Így nem meglepő módon, a BeleValóVilág sem teljesített jól a 11-es szériában. A tanulmányt záró utolsó tematikus blokk a nézettség csökkenő tendenciáit alapul véve arra keresi a választ, hogy volt-e valamilyen hatása a 15–17 évesek online tartalomfogyasztására a ValóVilág 11-nek – a kutatók az RTL+ és az rtl.hu online médiumok látogatottsági adatait elemezték. Az adatok alapján a show kilencedik hetéig az online tartalmak jelentős érdeklődésre tarthattak számot a vizsgált korosztályban, majd a látogatói számok jelentős beszakadását figyelhetjük meg lényegében az összes online felületen. A Neticle online médiafigyelő- és elemző rendszer segítségével a vizsgálat kitér a műsorral

kapcsolatos bejegyzésekre érkezett interakciók számának elemzésére is, ebből az derül ki, hogy a műsor az indulásakor, a lezáráskor, illetve az azt követő napon generálta a legtöbb interakciót az online térben.

Kövecses Ágnes, Bognár Dóra és Bérci Kornélia tanulmánya *A lét a tét – Luxusbörtönön innen és túl* címmel arra az újszerű vállalkozásra tesz kísérletet, hogy egy nagyobb perspektívából, a szereplők életének, sorsának alakulásának szemszögéből is képet alkothassunk a valóságshow-k hatásairól. A szerzők a szöveg első felében megpróbálják megrajzolni a valóságshow-kban feltűnő szereplők jellegzetes karakterét, felmérni azok lehetőségeit és motivációit. A kutatás arra jutott, hogy a hazai valóságshow-k résztvevői között a 21–25 év közötti fiatal felnőttek voltak túlsúlyban, a játékosok döntő többsége a fővárosban vagy annak vonzáskörzetében élt, tíz játékosból átlagosan mindössze egynek volt felsőfokú végzettsége, többségük vendéglátósként dolgozott, rendszeresen dohányzott, illetve 95,6% heteroszexuálisnak vallotta magát. A szereplők motivációja kezdetben jellemzően a média világának kipróbálása volt, később egyre többen próbálták tudatosan felhasználni a televízió által nyújtott láthatóságot annak érdekében, hogy ismert előadók, műsorvezetők vagy influenszerek legyenek, valódi és tartós sikert azonban alig 3%-uk ért el. A szereplők utóéletének vizsgálata azt mutatja, hogy ez a kiugrás csak keveseknek sikerült, a legtöbb szereplő a műsor után ugyanabba az ismeretlenségbe vonul vissza, amelyből a show elején megérkezett. Azonban a szerencsétlenebb sorsú versenyzők esetében, akik akár a műsor nyertesei is lehettek, arra is találhatunk példát, hogy a szereplők élete teljesen kisiklott, mivel nem tudták feldolgozni a műsorral járó médiafigyelmet – ezzel a témával külön is foglalkozik a szerző a Tragikus sorsok alcím alatt. A szereplők életútjával foglalkozó tanulmány is rámutat arra, hogy a műsor erősen épít a szexuális tematikára. Ez abból is lászik, hogy a műsor szereplői között kifejezetten magas az erotika- és szexiparban dolgozó személyek aránya, s úgy tűnik, erre minden szériában tudatosan építenek a szerkesztők is. A villában alapvetően ezek a szereplők felelősek azért, hogy az első pillanattól fogva forró legyen a hangulat.

Glózer Rita a *Valóságtelevíziózás és közösségi média* című szövegében annak jár utána, hogy a hangsúlyos online jelenléttel rendelkező VV11-es tartalmak hogyan jelentek meg párhuzamosan a lineáris televíziózásban, a streaming felületeken és a közösségi platformokon. A szerző érvelése szerint a multiplatformos tartalomkihelyezés eredményeként a VV11 egyfajta hibrid médiaterméknek tekinthető, a vizsgálat pedig ennek létrejöttét, fontosabb színtereit, a résztvevő aktorok tevékenységeit igyekszik feltérképezni. A beszámoló szerint az adatgyűjtés a műsor teljes időszakát lefedte, ennek során a televíziós tartalmak, a produkció hivatalos közösségimédia-fiókjai, valamint a felhasználók által létrehozott közösségimédia-csatornák és -tartalmak vizsgálatára került sor. A kutató kevert módszerekkel dolgozott, a közösségi megosztások metaadatainak kigyűjtésére a Crowdtangle alkalmazást használta, a médiaszövegek feldolgozása pedig manuális kódoláson alapuló kvalitatív tartalomelemzéssel történt. A vizsgálat egyik legfontosabb megállapítása, hogy a VV11 esetében a tartalomgyártás egyik kulcsfontosságú eleme lett az *újrahasznosítás* és *újracsomagolás*. A gyakorlat lényege az, hogy az eredeti tartalmi egységeket a csatorna munkatársai különböző technikák segítségével új formai vagy műfaji keretbe helyezték, ezen keresztül alkalmassá téve a tartalmakat arra, hogy azok autentikus formában jelenjenek meg a televíziótól különböző egyéb médiakörnyezetekben is. A folyamat lényege az egyes tartalmi mozzanatok dekontextualizálása és rekontextualizálása, amire a szerző szerint többen között a humoros, bizarr, drámai, szenvedélyes témájú jelenetek a legalkalmasabbak. Glózer Rita a jelenség értelmezése során azt is leleplezi, hogy a megoldás

mögött egyértelmű gazdasági funkciókat fedezhetünk fel, hiszen az új köntösbe öltöztetett tartalmak nemcsak a műsort övező érdeklődést növelik, hanem eredményesen csatornázzák be a nézőket a lineáris és streaming felületekre is. Végső megállapításként az rajzolódik ki a szövegből, hogy ez a stratégia a tartalomgyártás területén egyre nagyobb mértékben számít a fogyasztók aktív részvételére is, így a valóságtelevíziózás egyre inkább közösségi(média) televíziózássá válik.

A kötet utolsó fejezete Lengyelné Molnár Tünde, Szűts-Novák Rita és Racsko Réka közös tanulmányával zárul *ValóVilág 11, valamint a BeleValóVilág című műsorszámok szereplőkre és műsorvezetőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése* címmel. A vizsgálat ugyanazt a módszertant alkalmazta, amit a kutatócsoport a VV10 szériájával kapcsolatban dolgozott ki, így a műsorszámokat kvalitatív kritériumkatalógus alkalmazásával elemezték. A strukturált változórendszer összesen négy területet vizsgált: 1) *feladathoz/munkához való hozzáállás*, 2) *társakkal való viszony*, 3) *viselkedés*, 4) *kommunikáció*. A címben jelölt módon a vizsgálat a ValóVilág 11 és a BeleValóVilág 11 adásait tárta fel, mintavétel pedig három alkalommal történt. Az eredmények alapján a szerzők egészen pontos képet festenek a villa lakóinak karakteréről, a villaélet során bemutatott aktivitásukról. Ennek legelőremutatóbb haszna az lehet, hogy egyértelműen beazonosíthatóvá válnak azok a problémás magatartásformák (például a dohányzás, az alkoholfogyasztás vagy az agresszív viselkedés), amelyek a vizsgálat alapján folyamatosan jelen voltak az adásokban. Az előző években elvégzett kutatáshoz képest a szerzők legfrissebb írása a műsorvezetők karakterét is górcső alá vette, melynek során a televíziósok 1) *verbális megnyilvánulásait*, 2) *nonverbális kommunikációját*, 3) *cselekvéseit* és 4) *műsorvezetői kvalitásait* elemezték. Az eredmények alapján az derül ki, hogy az illetlen viselkedés korántsem csak a villalakókra jellemző, a műsorvezetők között is találkozunk olyan karakterrel, aki rendszeresen használt szleng kifejezéseket, kiabált, vagy egyszerűen csak kiesett a saját szakmai szerepéből.

Már jelen bevezető fejezetből is kiderülhet, hogy az olvasó egy olyan kötetet tart a kezében, amely változatos kérdésfeltevéssel, és hasonlóan diverz módszertani megközelítésekkel keresztül alkot komplex képet napjaink egyik legvitatottabb műsorformátumáról. Az itt közölt szövegeken keresztül az érdeklődő betekintést nyerhet a valóságshow-k gyártásának világába, megismerkedhet a műfaj médiagazdaságtani funkcióival, közönségpercepciójával, ahogyan jelentősebb veszélyeivel és kockázataival is. A kötet újdonságosságát emeli az a tényező is, hogy számos szöveg olyan fontos kérdéseket boncolgat, amelyeket célirányosan még nem válaszolt meg hazai vizsgálat. Mindezek tükrében a kötet nem csak a médiával és kommunikációval foglalkozó szakemberek számára lehet érdekes, hanem mindazoknak, akik közelebbről szeretnék megismerni a kortárs médiakultúra és médiatársadalom gazdasági és kulturális jogikáját, aktuálisan zajló változásait.

## Felhasznált irodalom

- CLISSOLD (2004) = Bradley CLISSOLD: Candid Camera and the origins of reality TV. Contextualizing a historical precedent. In: Su Holmes - Deborah Jermyn (eds.): *Understanding Reality Television*. London: Routledge, 2004. 33–53.
- CONSONNI-SALA (2021) = Stefania CONSONNI - Michele SALA: Taboo, tabloids and Trump. The rise and twilight of a US President in digital mainstream news media. *ESP Across Cultures*, 2021/37. 37–56.
- CsÁSZI (2009) = CsÁSZI Lajos: A valóságtelevíziózás társadalmi szerepe a késő modernitásban. *Médiakutató*, 2009/nyár, 53–62.
- CsÁSZI (2011) = CsÁSZI Lajos: *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. Pécs, Gondolat, 2011.
- DAHLBERG (2005) = Lincoln DAHLBERG: The Corporate Colonization of Online Attention and the Marginalization of Critical Communication? *Journal of Communication Inquiry*, 2005/2., 160–180.
- GÁLIK (2006) = GÁLIK Mihály: *Médiagazdaságtan*. Budapest, Aula, 2005.
- GIBSON (2016) = Bryan GIBSON: Just “harmless entertainment”? Effects of surveillance reality TV on physical aggression. *Psychology of Popular Media Culture* 5.1, 2016/1. 66–73.
- KAVKA (2012) = Misha KAVKA: *Reality Tv*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 2012.
- LOVELOCK (2019) = Michael LOVELOCK: *Reality TV and Queer. Identities Sexuality, Authenticity, Celebrity*. Ho Chi Minh City, Macmillan, 2019.
- MCQUAIL (2020) = Denis MCQUAIL: *Media & Mass Communication Theory*. London, Sage, 2020.
- POZNER (2010) = Jennifer POZNER: *Reality Bites Back. The Troubling Truth About Guilty Pleasure TV*. Berkeley, Seal Press, 2010.
- SILVERBLATT (2015) = Art SILVERBLATT: *Genre Studies in Mass Media: A Handbook*. London, Routledge, 2015.
- TÖRÖCSIK (2017) = TÖRÖCSIK Mária: *Self-marketing - Személy és marketing kapcsolatok*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2017.





# „Furcsa lesz hazamenni a fehér falak közé”

## Valóságteremtés a ValóVilág 11. évadában

BÓDI JENŐ

2022–23 telén élénk visszhangot váltott ki a nyilvánosságban az RTL – kettes csatornájának – valóságtelevíziós sorozata, a ValóVilág 11. évada,<sup>1</sup> amelynek több epizódjában is agresszív, a résztvevőket megalázó jeleneteket láthattak a nézők. A műsort emiatt az online sajtóban<sup>2</sup> és a közösségi média terében egyaránt bírálták újságírók, médiakutató, nőjogi aktivista vagy egyébként a műsorszolgáltatóval kapcsolatban lévő internetes véleményvezér is, akik a szerkesztők felelősségének kérdését is felvetették. 2023 februárjában a Médiatanács azt állapította<sup>3</sup> meg a ValóVilág aktuális évadának 24 órás élő közvetítéséről, hogy a „reality-műfaji eszközök és képi hatások sértik az emberi méltóságot, emellett megvalósul az öncélú sérelmes bemutatás is”. Az RTL szerint<sup>4</sup> a szerkesztők a műsorban látható eseményeket azok megvalósulásának pillanatában nem tudják befolyásolni, a csatorna célja pedig „nem a provokáció, hanem a valóság bemutatása – annak sokszínűségével és visszás jelenségeivel együtt, hiszen az RTL műsorai és annak szereplői és nézői is sokfélék”. Mindezek tükrében érdekes megvizsgálni, vajon a hétköznapi viselkedési normákat sértő, gyakran agresszív, a szereplőket megalázó események milyen mértékben következnek a valóságtelevíziózás műfaji logikájából, s egyáltalán hogyan értelmezhető a ‘valóság’ bemutatásának problémája, s ezzel együtt a szerkesztői beavatkozás kérdése a ValóVilág műsorfolyamában.

### 1. Hibrid műfaj, kevert valóság

John Corner, a dokumentumfilm műfaját kutató médiatudós 2002-ben, a Big Brother megjelenése után fogalmazta meg<sup>5</sup> a ‘posztdokumentáris televízió’ gondolatát, amely szerinte része annak az ún. ‘posztdok kultúrának’, amelyben a szórakozás és a performatív játékoság szándéka összezavarta a ‘valóság’, a ‘társadalmi’ vagy akár a ‘nyilvánosság’ kategóriáit, amelyek korábban egyértelműen meghatározták a valóságábrázoló dokumentumfilmes műfajt. Az ezredfordulón a valóságtelevíziós műfaj megjelenése kapcsán gyakori érv volt, hogy a valóság érzetének – a digitális média okozta – elbizonytalanodása<sup>6</sup> a hitelesség, valószerűség új formáinak keresésére vezetett a fikciós műfajok által uralt szórakoztatóiparban. A dán média-

---

1 2022. november 20. és 2023. március 5. között került adásba.

2 L. például az Index.hu rövid összefoglalóját a műsort ért kritikákról: –PN–: *Osváth Zsolt szerződést bontott az RTL-lel a Való Világban látottak miatt.* [index.hu/fomo/2022/12/07/osvath-zsolt-rtl-szerzodesbontas-valo-vilag-eroszak-mero-vera-dr-ragany-zoltan-reakcio/](https://index.hu/fomo/2022/12/07/osvath-zsolt-rtl-szerzodesbontas-valo-vilag-eroszak-mero-vera-dr-ragany-zoltan-reakcio/)

3 *Médiatanács: jogsértő a ValóVilág 24 órás online közvetítése.* [nmhh.hu/cikk/236370/Mediatanacs\\_jogserto\\_a\\_ValoVilag\\_24\\_oras\\_online\\_kozvetitese](https://nmhh.hu/cikk/236370/Mediatanacs_jogserto_a_ValoVilag_24_oras_online_kozvetitese)

4 SZALAY Dániel: *RTL: csak véleményként értelmezhető a Médiatanács „határozata” a VV11 élő közvetítéséről és a Showder Klubban elhangzott tréfáról.* [media1.hu/2023/02/17/rtl-csak-velemenykent-ertelmezhető-a-mediatanacs-hatarozata-a-vv11-elo-kozvetitesrol-es-a-showder-klubban-elhangzott-trefarol/](https://media1.hu/2023/02/17/rtl-csak-velemenykent-ertelmezhető-a-mediatanacs-hatarozata-a-vv11-elo-kozvetitesrol-es-a-showder-klubban-elhangzott-trefarol/)

5 CORNER (2002)

6 FETVEIT (1999), ROSE–WOOD (2005)

kutató, Ib Bondebjerg az előző médiaesztétikai okokkal szemben inkább a ‘mindennapi élet politikáját’ azonosította<sup>7</sup> az újfajta tényszerű televíziós műsorok és a megfigyelésen alapuló dokumentumfilmek – mint a globális médiakultúra termékeinek – egyik fő témájaként. Szerinte a valóságtevés műfajok segítségével a világ minden táján a közönség azt követi, hogy egy globális formátum alapján hogyan mutatják be a mindennapi élet valós vagy megrendezett eseményeit lokális szinten.

Ahogy a média ekkoriban kezdődő ‘démotikus fordulatát’ elemző ausztrál médiatudós, Graeme Turner is megállapította,<sup>8</sup> a valóságtevés kapcsán rögtön élénk viták kezdődtek a nyilvánosságban a műfaj kulturális szerepéről. A valóságtevés jelenségét üdvözlők szerint az ilyen típusú műsorok új résztvevőket, hétköznapi embereket vonnak be a média nyilvános terébe, és ezzel hozzájárulhatnak annak demokratizálásához. Ezzel szemben a kritikusok a valóságtevés ellenőrzött jellegét hangsúlyozták: azt, hogy a médiaipar célja a hétköznapi emberek szerepeltetésével tisztán üzleti, ami nem más, mint a nyilvánosságban rövid életű celebek előállítására. A médiához való hozzáférést, s ebben az esetben a nyilvánosság előtt ‘hétköznapi emberként’ való megjelenést, továbbra is médiaszakemberek irányítják.<sup>9</sup>

Richard Kilborn műfaji jellegű meghatározása szerint<sup>10</sup> a reality-műsorok jellemzője, hogy a szereplők életét a történelem közben (gyakran mesterséges megvilágítással) rögzítik, vagy a ‘valós’ eseményeket dramatizált formában rekonstruálják, szimulálják és szerkesztett formában olyan televíziós műsorként kínálják, amelyet éppen ‘valóságghűsége’ alapján reklámozhatnak – tehát a formátum eleve a ‘megalkotott valóság’ ellentmondását rejt magában. A műfaj valóságosságának és egyúttal annak közönség általi elfogadásának kérdése éppen ezért a témával foglalkozó kutatások egyik fontos problémája. Egy korai közönségkutatás szerint<sup>11</sup> azok a nézők, akik a valóságshow-t leginkább a szórakoztató, kikapcsolódást nyújtó értéke miatt élvezték, hajlamosak voltak műfaji tartalmát is valóságghűnek tekinteni. Anette Hill viszont – kvalitatív interjúkon alapuló – kutatásaiban<sup>12</sup> azt találta, hogy a művelt nézők abban rejlik örömeiket, hogy felismerik az ilyen típusú műsorokban a hiteles és az eljátszott történelem határát. A 2000-es évek elején német Big Brother-nézők között végzett kutatás<sup>13</sup> pedig azt állapította meg, hogy a formátumot a közönség határozottan a szappanopera műfajába sorolta.

Éppen ezért a valóságtevésével foglalkozó elemzések gyakori témája annak hibrid, kevert jellege. Legszorosabb értelemben véve ez műfaji hibridizációként értelmezhető, hiszen a formátum szándékosan keveri a szórakoztató, fikcionális és a realista dokumentumműfajok stílusjegyeit. Mint Graeme Turner is megállapítja,<sup>14</sup> a valóságtelevíziós formátumok viszonya meglehetősen változatos a ‘valósággal’: vannak köztük erősen narrativizált és közvetített műsorok, némelyikük valójában csak átalakított játékműsor, amelyek esetében a ‘valóság’ kifejezése inkább csak egy formai elem, címke, s nem a valós életet akarják bemutatni; viszont léteznek alapvetően dokumentarista jellegű formátumok, amelyek etikusan dolgozzák

7 BONDEBJERG (2002): 159–165.

8 TURNER (2010)

9 CARPENTIER (2014): 350.

10 Idézi COULDRY (2003): 102.

11 PAPACHARISSI–MENDELSON (2007)

12 HILL (2005)

13 BONDEBJERG (2002): 185.

14 TURNER (2010): 33.

fel a témájukat. Bondenbjerg szerint<sup>15</sup> a hibriditás diszkurzív értelemben is megragadható: a műfajban a hétköznapi élet nagyon sokféle nyelvi regisztere, diskurzusa megtalálható a privát és nyilvános közti skálán, az önvallomástól kezdve a szakértői beszédig. Az előbbiekből következően pedig a hibriditás harmadik, ‘meta-esztétikai’ értelmezése a valóságtevés megrendezett, színpadias jellegére utal.

A valóságtevés formátumok konstruált jellegét emelik ki azon szerzők munkái, akik általában a műfaj ‘transzreális’ jellegével,<sup>16</sup>vagy egyenesen a valóságtevés műfajokban megjelenített túlzásokkal, a hétköznapi élet normáinak határait feszegető történésekkel foglalkoznak. Ehhez társul, hogy a műfaj hétköznapi szereplőit nagyon sokszor meglehetősen negatívan ábrázolják, vagy éppen extrém helyzetekben való részvétellel kényszerítik az ilyen műsorokban: bizonyos valóságtevés alműfajokat ‘freak show-ként’ vagy a ‘megszégyenítés látványosságaként’ is értelmeztek.<sup>17</sup> Hill közönségelemzése szerint<sup>18</sup> is a megaláztatás sokszor fontos szerepet játszik a valóságtevésben, hiszen a közönség vonzódik a szégyen és a megalázás látványához. Mindehhez a témával előszeretettel foglalkozó tabloid sajtó képmutatása is társul,<sup>19</sup> amely írásaiban sokszor lenézi a műfajt és az abban megjelenő hétköznapi embereket. Pedig a hasonló újságírás jelentős részben tévés celebekkel kapcsolatos híreken alapul; például a valóságshowkban megjelenített szélsőséges eseteken való moralizáláson.

A valóságtevéssel a diskurzuselemzés felől foglalkozó kutatók amellet érvelnek, hogy ez a formátum elsősorban nem csak műfajként érthető meg, hanem a műsorok stilisztikai elemeivel együtt a különböző valóságtevés műfajok olyan ‘diskurzus-rendszer’ részei,<sup>20</sup> amelyet a televízió mint műsorszolgáltató intézmény hoz létre a jelenség körül. A tagok szocializációja a diskurzus-rendszerbe a termelők, a résztvevők vagy a nézők esetében is eltér; például a résztvevők bevonódása a korábbi valóságtevés tapasztalatokon és a műsorok forgatását megelőző kiválasztáson keresztül zajlik. A valóságtevés diskurzusok rendszerének alapját pedig egy olyan egalitáriusnak, demokratikusnak látszó ideológia jelenti, amely látszólag ‘hétköznapi’ – Beverley Skeggs és Helen Wood szerint<sup>21</sup> viszont gyakran csak adott társadalmi csoportokhoz tartozó – emberekre összpontosít és a ‘valós életet’ igyekszik szimulálni. Ez az ideológia a nézők számára pedig nemcsak azt ígéri, hogy korlátlanul beláthatnak a résztvevők privát életébe, s közben paraszociális kapcsolatokat alakíthatnak ki velük, hanem a műsorszolgáltató biztosította interaktív lehetőségeknek köszönhetően az események alakítói is lehetnek.

A valóságtevés diskurzusa tehát a nyilvános és a privát szférák határának tudatos elmosásán alapul, miközben a résztvevők magánéletét – annak baráti, családi vagy akár szexuális aspektusaival együtt – nyilvánosan mutatja be. Ennek egyik következménye, hogy a valóságtevés műfajokban hangsúlyos szerepet kapnak a konfliktusokhoz kapcsolódó érzelmek, mint például a veszély vagy a féltékenység. Az ilyen műsorokban a valóságghoz, azaz a mindennapi élet privát – azaz a goffmani értelemben<sup>22</sup> vett – hátsó régiójához való hozzáférés illúzióját pedig az intimitás bemutatása mellett éppen az udvariatlanság, a különféle sértések, inzultu-

15 BONDEBJERG (2002)

16 VAN BAUWEL–CARPENTIER (2010)

17 CARPENTIER (2014): 348.

18 HILL (2007): 197.

19 TURNER (2010): 30.

20 GARCÉS–CONEJOS BLITVICH–LORENZO-DUS (2013): 14–15.

21 SKEGGS–WOOD (2012)

22 GOFFMAN (2000)

sok, a nyelvi agresszió és a konfrontáció gyakorisága biztosítja. A valóságshow műfajának e hibridizációi, azaz a ‘valóság’ és a fikció, valamint a magánélet és a nyilvánosság keveredése azonban nehezítheti a formátum etikai megítélését. A témával foglalkozó Hill szerint<sup>23</sup> a műfaj kétértelmősége miatt abból „hiányzik egy olyan erkölcsi központ,” amely a nézők ‘erkölcsi iránytűjeként’ szolgálhatna. A témáról tanulmányt író Jelle Mast szerint ez indokolja a valóságshow-résztevőkkel kapcsolatos etikai problémák vizsgálatát is.<sup>24</sup>

## 2. Megszólítási mód és ideológia a valóságtévében

David Morley a televíziós közönség kvalitatív kutatásának korai alapművében, a Nationwide című BBC műsor nézőiről készített elemzésében<sup>25</sup> a megszólítási mód fogalmát használta annak megragadására, hogy minden tévés produkció az explicit tartalma mögött hallgatólagos feltételezésekkel rendelkezik a nézőivel kapcsolatban is. A tévés műsorok nyilvánvalóan tartalmi szempontból is keretezik önmagukat, támpontokat nyújtanak a nézőknek, hogy milyen elvárásai legyenek vele szemben; mondjuk, hogy céljuk elsősorban a tájékoztatás vagy a szórakoztatás. Morley szerint a televíziós műsorok kutatása során azonban annak módjait is fontos megvizsgálni, ahogy megszólítják nézőiket. A ‘megszólítási mód’ befolyásolja a műsor tartalmához való viszonyt is, hiszen a nézők különböző pozíciókat foglalhatnak el a tévés műfajokkal szemben. Például a közönséget egy politikai műsor a nemzeti politikai közösség polgáraként, a családi vetélkedők családtagokként, más műsorok fogyasztóként vagy különféle hobbik iránt érdeklődő egyénként szólítják meg. Azaz a tévéműsorok hallgatólagosan a nézők velük szembeni pozícióját is megalkotják; a közönség pedig elfogadhatja a műsor megszólításmódját anélkül, hogy elfogadná annak ideológiai feltevését, vagy éppen fordítva.

A megszólalási módok vizsgálata pedig Morley szerint közelebb vihet a tévéműsorok elemzése során ahhoz, hogy feltárjuk a társadalomról szóló üzeneteiket. Hiszen még a legtriviálisabb jellegű szórakoztató műsorok is különféle társadalmi attitűdöket, értékeket és ideológiai előfeltevéseket közvetítenek. A valóságtévézés – akkoriban új jelenségnek számító – kritikai értelmezései az ezredforduló után elsősorban a neoliberális kapitalizmus ideológiáját vélték felfedezni a hétköznapi embereket bemutató – és első látásra demokratikusnak látszó – műfaj kulisszái mögött. Laurie Oullette szerint<sup>26</sup> a valóságtévé szerepe (foucault-i fogalommal) az ‘én kormányzása’, azaz olyan önfegyelműző, önellátó és kockázatvállaló szubjektivitások létrehozása, akik hasznosak a neoliberális kapitalizmus számára, ahol az egyének önmagukra utaltak az állami felelősségvállalás visszaszorulása miatt, és kénytelenek alkalmazkodni a rugalmas munkaerőpiachoz. Ahogy Anne McCarthy fogalmazott<sup>27</sup> ugyanerről a problémáról: „a műfaj affektív dimenziói jelenetről jelenetre produkálják a fájdalmas állampolgári pedagógiát, amelyet könnyek, düh és sértések hatnak át, és az én határait a mentális és fizikai végletekig feszegetik.” Ezért szerinte a valóságtévében megjelenő szubjektumok fegyelműzése nem az erényre, hanem a szégyenre és szidásra alapul – a valóságtévé a „szenvadás neoliberális színháza”.

23 HILL (2007): 220–211.

24 MAST (2016)

25 MORLEY (1992): 77.

26 L. erről: CSÁSZI (2009)

27 MCCARTHY (2007): 19.

E kritikai nézőpont szerint a műfaj jól beleilleszthető a közszféra visszaszorulásának és a nyilvános kultúra pszichologizálásának folyamatába is, amely az én intim tapasztalatain és érzelmi megnyilvánulásain alapul, és amit a neoliborális ideológia kisajátít.<sup>28</sup>

Nick Couldry ekkoriban írt egyik tanulmánya<sup>29</sup> a valóságtevés, a Big Brotherhez hasonló ‘game-doc’ alműfajának ideológiai szerepét mutatja be. Azt elemzi, hogy a műsorban megjelenő olyan értékek, mint a közönség láthatatlan és abszolút külső tekintélyének elfogadása, a konformitás, a hiteles, azaz igazi én prezentálásának szándéka, a pozitív személyiség képének felmutatása a kortárs kapitalizmusra jellemző ‘érzelmi munkák’ végzése során szükségesek. Ugyanakkor más írásaiban éppen azzal foglalkozott, hogy a televízióban az élőbeliség egyáltalán nem természetes, hanem konstruált fogalma<sup>30</sup> hogyan járul hozzá annak az ideológiának a fenntartásához, hogy „a televízió »élőben« kapcsol minket a fontos eseményekhez, így a dolgokat akkor látjuk, amikor azok megtörténnek”.<sup>31</sup> A Big Brother esetében ez egy olyan médiaeseményt jelent, amelynek Couldry szerint a központi állítása, hasonlóan a valóságshow műfajához általában, hogy „fontosat mutat meg az emberi interakciók kamerák nélküli valóságáról”.<sup>32</sup>

A Morley és Couldry által elmondottakat jól összekapcsolhatjuk és alkalmazhatjuk a ValóVilág 11. évadának elemzése során is. Az alábbiakban először egyrészt azt mutatom be, hogy az RTL műsorának megszólítási módját az ‘élőbeliség’ közvetlensége jelenti, amely a közönséget mint a valódi, hiteles tapasztalatokra kíváncsi nézőket szólítja meg, akik számára nemcsak azt ígéri, hogy hozzáférhetnek a szereplők mindennapi világához és ezzel együtt személyiségéhez, hanem a műsor interaktív lehetőségeinek köszönhetően befolyásolhatják is. Ugyanakkor az adások megszerkesztettségének elemzése során majd azt látjuk, hogy ValóVilág típusú műsorok ideológiai mögöttese az autentikus én feltételezése és prezentálása. A műsorban a formátum erőteljesen szabályozott és kompetitív jellege, és a szerkesztői beavatkozások olyan társas helyzeteket, performanszokat hoznak létre, amelyek célja az érzelmfeltárás, konfliktusok kialakítása, azaz mintegy a személyiség próbára tétele.

### 3. Az élő adás realitásának problémája

Jane Feuer, amerikai médiakutató 1983-as tanulmányában<sup>33</sup> az ABC „Good Morning, America” című, reggeli beszélgetős tévéműsorát elemezve mutatta be egy élő televíziós műsor megszólítási módjának ideológiai szerepét. Ez Feuer szerint az egységesség érzetének megteremtése volt; akár a műsorokban – egymástól távoli földrajzi helyekről – bejelentkező családok egysége, vagy éppen a politikai különbségek, azaz „mindkét oldal megmutatása” során létrejövő nemzeti egység értelmében. A műsor ezt a közvetlen élőbeliség érzetének megteremtésével igyekezett elérni: a műsorvezető, David Hartman egy fiktív nappalinak berendezett stúdióban elhelyezett monitorral szemben, a nézőktől ilyenkor félig elfordulva beszélgetett a „vendégeivel”, akik legtöbbször az ország különböző helyeiről kapcsolódtak be

28 Uo., 17.

29 COULDRY (2008)

30 COULDRY (2002): 286., COULDRY (2004): 356.

31 COULDRY (2004): 354.

32 COULDRY (2002): 288.

33 FEUER (1983)

a műsorba. A műsorvezető és beszélgetőtársainak helyzete éppen a tévéadás közönségének a tévés műsorvezetőhöz való viszonyát<sup>34</sup> szimulálta. Feuer ezzel kapcsolatban részletesebben azzal foglalkozott, hogy a vágás és a képkivágások, és hol a nézőhöz, hol vendégeihez forduló műsorvezető segítségével a televíziós ‘élő’ közvetítés hogyan teremtette meg a közvetlenség és a jelenlét illúzióját, ahogy „az »élőbeliség« fogalma olyan áramlásérzetet kölcsönöz, amely felülkerekedik a tér szélsőséges fragmentáltságán”.<sup>35</sup>

Feuer megközelítése annak első példája volt, hogy a médiatudomány hogyan igyekezett túllépni az élőbeliség technológiai és ontológiai felfogásán. Ez az élőbeliséget a televíziós technika magától értetődő tulajdonságaként kezelte, ahogy például az internetes platformok hatására újra egyre fontosabbá váló élő közvetítésekről tanulmány jegyző Sørensen a közelmúltban definiálta: „egy esemény élő, széleskörű közvetítése, amelyet a nézők és a felhasználók számára valós időben közvetítenek, amint az esemény kibontakozik.”<sup>36</sup> Az élőbeliség e technológiai és ontológiai felfogásának kritikusai rámutatnak, hogy ez az értelmezés leginkább a(z) állandóan fix képet sugárzó) valós idejű kamerákra érvényes,<sup>37</sup> s nem vet számot azzal, hogy az élő közvetítés egyszerre a televízió intézményes diskurzusa, másrészt a közönség tapasztalata, amelyhez olyan fogalmak és feltételezések kapcsolódnak, mint a közvetlenség, jelenlét, hitelesség.<sup>38</sup>

Feuerhez hasonlóan az ‘élőbeliség’ fogalmának sokféle lehetséges konnotációját vizsgálta Jérôme Bourdon, aki szerint<sup>39</sup> az élő televíziós közvetítést hajlamosak vagyunk a rögzített felvételek ellentétéként értelmezni, amelyekből éppen a közvetlenség, az étellel telítettség hiányzik. Szerinte azonban az élő és a rögzített, szerkesztett műsorok nem egymás ellentétei, hanem az élőbeliség a különféle tévés műfajokban fokozatosan érvényesül. A műfajok spektrumának egyik végletét e szempontból nyilvánvalóan a színészek által játszott és rögzített fikciós műsorok jelentik, szemben a teljesen ‘élő’ adásokkal – közöttük pedig a szerkesztett műsorokkal, vagy az ‘előben’ rögzített és később sugárzott eseményekkel. Azonban teljesen nyilvánvaló, hogy mindegyik élő televíziós adás forgatókönyvvel rendelkezik, tehát valamilyen mértékben szintén szerkesztett.<sup>40</sup> Az élőbeliség tehát nemcsak a televízió technológiai vagy intézményi problémája, hanem a közönség hallgatólagos egyetértését is feltételezi, mintegy „szerződés van a képernyőn látható személyek és az otthoni nézők között”.<sup>41</sup> Az élőbeliség és valószerűség tulajdonképpen a televíziós műsor ígérete, amelyet a közönséggel el kell fogadtatnia, hogy azt feltételezze, hogy a tévé hiteles, azaz nem megrendezett történéseket közvetít. Ez más tévés műfajok befogadásához hasonlóan a produkció és a nézők által is állandóan végzett ‘munkát’ igényel, amelyet a tévéműsor különféle paratextusai (amelyek közül legfontosabb a képernyőn elhelyezett ‘élő’ felirat), valamint a műfajjal kapcsolatos feltételezések segítenek. Ahogy Karin Van Es szellemesen megfogalmazta: „egy térfigyelő kamera élettelen videofelvételei kevésbé kötik össze a közönséget az eseménnyel; ezt meg kell dolgozni”.<sup>42</sup>

34 Ahogy az alábbi videón láthatjuk: [youtu.be/BvwQtpCjXQU](https://youtu.be/BvwQtpCjXQU)

35 FEUER (2003): 19.

36 SØRENSEN (2016): 3.

37 WHITE (2004): 88–89.

38 VAN ES (2017): 1246–1250.

39 BOURDON (2000)

40 Uo., 538.

41 Uo., 537.

42 VAN ES (2017): 6.

A televíziózás fenomenológiai megközelítését képviselő Paddy Scannell a televíziós élőbeliséggel kapcsolatban a tévés produkció ‘gondozási struktúráiról’ beszél,<sup>43</sup> amelyek feladata a nézők műsor iránti elkötelezettségének, érzelmi bevonódásának megteremtése. Az élő televíziózás ezt a közvetlenség nézői élményének megteremtésével éri el. A műsorszórás fenomenológiájával foglalkozva amellet érvel, hogy a rádió és a televízió a média történetében egyedülálló tér- és időbeliséget hozott létre, amelynek lényege, hogy kiterjesztette az otthonosság érzését: a nézők a készülék bekapcsolásával egy megkettőzött világba léphetnek be, egyszerre két időben és térben lehetnek jelen. A közvetlenség érzetét pedig a televízió nagyon sajátos proxemikájával teremti meg szerinte. A televízióval úgy ‘találkozunk’ otthonunkban, ahogy a mindennapi élet társadalmi tereiben az emberek személyesen találkoznak egymással: „a rádió és a televízió kommunikatív ethosza az emberek közötti hétköznapi beszélgetés normáihoz igazodik”.<sup>44</sup> Miközben a televíziós (élő) műsorok szinte végtelenítve termelik a köztük és a nézők között létrejövő hétköznapi személyközi kommunikáció, beszélgetések helyzetének tereit, Scannell szerint a(z) (élő) közvetlenség a televízióban megjelenő események és beszéd tér- és időbeli szerveződésének vizsgálatával tárható fel.

#### 4. Egy nap a ValóVilágban: tér és idő a villában

A ValóVilág 11. évadának interneten sugárzott élő közvetítését egy tetszőleges hétvégén (február 18–19.) követve hasonló érzésünk lehet, mint az internetes újságírónak, aki az egyik decemberi napon figyelte a stream-et és megállapította: „a kontrollálatlanul hőmpölygő 0–24-es élő közvetítés messze nem olyan érdekes”.<sup>45</sup> Felületesen és rövid ideig szemlélve a ValóVilág villa élő történéseit, elsősorban a mindennapi élet olyan banális eseményeinek sorozatát vehetjük észre, amelyet a testi szükségletekhez kapcsolódó tevékenységek, a házban való takarítás, rendrakás, valamint az ezekkel párhuzamosan zajló könnyed csevegések alkotnak. Például az általam követett napokon a játékosok reggeli ébredése után az élő adás nézői hosszú percekön át többször azt láthatták, ahogy Kriszti, a verseny későbbi győztese, a tükör előtt – egyedül vagy valamelyik játékos társnőjével közösen – szépítkeznek. Február 19-én, vasárnap ezután az adás negyedórán keresztül azt mutatta, hogy ugyanő a konyhában mosogatott és rendet tett, míg játékos társnője, Lissza tükörtojást készített, a háttérben pedig időnként feltűnt a reggeliző Rico. Dél és 13 óra között a ValóVilág női játékosai a fürdőszobát és a konyhát takarították, majd később a villa udvarában Kriszti és Reni, egy-egy szendvics társaságában, „piknikezni” kezdtek, miközben a nappaliban Lissza levágta Márió haját. Vasárnap – és másnap hétfőn is – délután többször percekön át az élő közvetítés tartalmát a nappaliban alvó Rico jelentette.

A ValóVilág 24 órás élő közvetítésének realitása, megszerkesztettsége kapcsán elsőként az vetődhet fel az elemzés problémájaként, hogy a műsor aktuális szerkesztője, rendezője hogyan választja ki a villát állandóan pásztázó kamerák közül az élő adásba kerül képet. Azaz észrevehetünk különféle szelekciós eljárásokat az élő adásba kerülő események kapcsán?

43 SCANNELL (2014)

44 SCANNELL (2014): 7. fejezet.

45 PÉTER DÁVID: *Mi történik valójában a villában? – Megnéztük a VV11 live streamet.* port.hu/cikk/tv/mitortenik-valojaban-a-villaban-megneztuk-a-vv11-live-streamet/article-89456

Nyilván ez a kérdés az ‘élő’ televíziós közvetítés technológiai felfogására vezethető vissza; a megválaszolásához pedig ismerünk kellene a ValóVilág villa ‘ontológiáját’, azaz az ott zajló összes eseményt és dialógust. Február közepén egy hétvégén a villában zajló történések végtelennek tűnő áramlását követve egyetlen ilyen elvet véltünk felfedezni, amelynek szerepe vélhetően „a teljes izoláción alapuló” játék – ahogy a műsor kreatív producere megfogalmazta<sup>46</sup> – illúziójának megteremtése. Vasárnap, nem sokkal 13 óra után a villa udvarán pihenő Kriszti a közeli vasútvonal felől beszűrődő szerelvény hangjára figyelt fel, majd arról beszélt: „ha erre felszálnék (...) akkor látnám a lakásnak az ablakát, ahol anya lakik”. Ezután két percen át az édesanyja kutyáiról beszélgettek, majd mielőtt Ákos kérdésére válaszolva beszélhetett volna a macskákhoz való viszonyáról, a közvetítés a haját igazító Márióra váltott. Hasonlóan kapcsolt el a rendező este háromnegyed 6 előtt a jakuzziban társalgó Ákosról, aki éppen az albérletének kifizetéséről diskurált; ehelyett a nézők a tükör előtt szépítkező Kriszti láthatták, majd pár perc múlva visszaváltott a jakuzziba az élő adás, amikor már a villalakók a játék taktikájáról, kiválasztásról és esélyekről értekeztek.

Az élő televíziós események hitelességével foglalkozó rövid írásában<sup>47</sup> jegyezte meg Paddy Scannell, hogy a médiakritika gyakori jellemzője, hogy állandóan a televízió szelektált és konstruált jellegével foglalkozik, mintha az a médium valamiféle sajátossága lenne. Ezzel szemben elfelejtkezünk arról, hogy a tévé által közvetített történések – hasonlóan olyan társadalmi eseményekhez, mint egy születésnapi parti vagy éppen egy királyi esküvő – maguk is konstruáltak, hiszen „minden esemény egyfajta színház, amelyet menedzselni, előadni és játszani kell”.<sup>48</sup> E nézőpontból pedig a televízió konstruált jellege nem eltorzítja a médiaeseményt, hanem megvalósítja annak ‘gondozási struktúráját’. E gondolat alapján a ValóVilág internetes élő közvetítésében éppen azt érdemes vizsgálni, amivel a Big Brothert mint médiaeseményt értelmező szerzők is foglalkoznak az élő valóságtévés közvetítésről szóló írásaikban:<sup>49</sup> annak idő- és térbeli szerveződését.

Scannell Big Brotherről írott elemzése szerint a valóságtévés sorozatban érvényesülő időbeliség egyik fontos jellemzője, hogy teljesen elszakad a külvilágban zajló társadalmi időstrukturáltságától. Ennek egyik jele a játékosok és a villa megfosztása az időmérő szerkezetektől: érdekes, hogy a műsor producere és egykori játékos<sup>50</sup> ennek kapcsán egyaránt azt hangsúlyozták, hogy még a villában lévő sütő óráját is lenullázták, elállították. Ennek eredménye a játékosok bioritmusának és alvási ciklusának felborulása, a normális alvási szokásaik megsemmisülése,<sup>51</sup> amely részben feltűnő volt a ValóVilág lakóinak esetében is. Az általam megfigyelt mindkét hétvégi napon a játékosok éjfél után bulit tartottak a villában, a férfiak négy óra előtt nem sokkal még a jakuzziban ülve beszélgettek és iszogattak, miközben a nők a nappaliban eszegettek, és a többségük fél 5 után kezdett lefeküdni – legtovább Rico tartott ki, aki ekkor még teljesen ruhátlanul, csak a mikroportját viselve falatozott, majd nyugovóra tért a nappaliban. Több nap élő közvetítésébe belenézve is azt láthattuk, hogy a villában

46 HAMBERGER Dávid – SZALAI Roland – KISPÁL Tímea – JENEI Brigitta: *Ő az egyetlen ember, aki mindennap beszélhet a villalakókkal*. rtl.hu/valovilag/2023/03/03/extra-werk-kulissza-video-villanover-izolacio-kapcsolat-villalakok

47 SCANNELL (2001)

48 Uo., 408.

49 COULDRY (2002), SCANNELL (2002)

50 [www.youtube.com/watch?v=dtakgYz9Iuo](http://www.youtube.com/watch?v=dtakgYz9Iuo)

51 SCANNELL (2002): 275.



teljesen általánossá vált a hajnali 3 óra körüli lefekvés. A változó időpontokban, nagyjából 10 óra előtt lezajló közös zenés ébresztő miatt pedig szinte megszokott volt az élő adásban, hogy több villalakót délutánonként hosszasan szunyókálni láttunk.

A VV11 játékosainak másféle időbeli dezorientációjára utalt az, amikor szombat este, nem sokkal háromnegyed 9 után, miközben az élő közvetítés és a párbaj kezdetét várták, arról beszélgettek, éppen hány napja tartózkodnak a villában. Az erről szóló diskurzus kiindulópontját az a probléma jelentette, hogy a szerkesztők aznapi levelükben a játék 91. napját említették, míg a játékosok, és különösen Ákos szerint „elszámolták, 90 napnál tartunk”. Melina szerint viszont az eltérést az magyarázhatta, hogy „ha a holnapiban leadják, azért annyi” – majd azzal folytatták, hogy a játék felidejében, az 52. nap körül is hasonlóan összekeveredtek a játékokban eltelt idő kapcsán. Mindez arra is rámutat, hogy a játék és a produkció, vagy általában a média időbeliségének logikája hogyan strukturálja újra a résztvevők időérzetét.

Scannell ezzel kapcsolatban azt állapította meg,<sup>52</sup> hogy a műsorban zajló események egyrészt egy olyan időbeli horizonttal rendelkeznek, amelyet a játékosok számára a produkció, a szerkesztők által naponta meghatározott különböző feladatok hoznak létre. Szerepük, hogy a villában zajló mindennapok – a banális elfoglaltságokon túli – tulajdonképpen üres idejét különféle elfoglaltságokkal töltsék fel, és a műsor számára szórakoztató tartalmakat biztosítsanak. Ezt elsősorban az ismétlődő tematikus hetek – akár napi többszöri – feladatai jelentették: a ValóVilág 11. évadában többek közt rendeztek ‘technikum’ hetet, ‘tanya’ hetet, ‘fitt’ hetet, ‘önfejlesztő’ napokat, vagy a nagy visszhangot és sok kritikát kiváltó ‘nélkülözés’ hetet. Különösen érdekes, hogy ezek közül több is a médiához kapcsolódott: több mint három hónap alatt nemcsak ‘médiá’ hét volt a villában, hanem ‘influenzser’ hét és ‘sorozat’ napok is. Az általam elemzett február közepi hét pedig ún. ‘visszavágó’ hét volt, amikor a korábbi vagy a jelenlegi ValóVilág széria egykori játékosai vendégszerkesztőként érkezve a villába adtak feladatokat a bent maradt játékosoknak.

A Big Brotherhez hasonló műsorok másik időbeli horizontja a program és a közönség számára is egyformán közös: lendületét pedig a játék szabályai biztosítják, ahogy a műsor lineárisan előrehalad a kezdetétől a befejezésig. A hét napjait a ValóVilág résztvevői és állandó nézői számára egyaránt a műsorban lezajló, a játék szabályai által meghatározott kiválasztások és párbajok ismétlődése helyezi új időbeli keretbe. Nagyjából ahhoz hasonlóan, ahogy a hétköznapi élet folyamatát a munkahét eseményei – és az ezekhez kapcsolódó „apró várakozások és mindennapi remények”<sup>53</sup> – szervezik értelmes időrendbe. A valóságtelevíziós műsorok esetében pedig éppen a heti párbajok és kiválasztások ideje – miközben a tévécsatorna esti összefoglaló adása is élőben kapcsolja a villát – az, amikor a kétféle időbeliség találkozik: azaz a ValóVilág villa és az azon kívüli társadalmi valóság, és ezzel együtt a média ideje is.

Érdekes volt figyelni február 18-án, ahogy a ValóVilág szereplői az aznapi párbajra és az élő kapcsolásra készülődtek és viselkedtek. Már az esti adás előtt egy órával laza otthoni viseletről „ünnepi”, azaz elegánsabb öltözetre váltottak, majd az élő bejelentkezés helyszínét jelentő nappaliban lévő kanapén körben ülve beszélgettek, s talán kissé feszengve is várták, hogy 22 óra után 2 perccel az RTL2 adása kapcsolja a ValóVilág villáját, amelynek lakói ezután valódi interakcióba kezdtek a falon lévő nagyképernyős televízió megjelenő műsorvezetővel, Schumacher Vandával. Azaz ekkor nemcsak a villa és a szereplők ideje, hanem az általuk belakott

52 Uo., 272–273.

53 Uo., 273.

tér is összeolvadt néhány percre a villán kívüli világ – ami ez esetben szintén a médiát jelenti – terével. Ahogy említettük, a média eseményeivel és etnográfijával egyaránt foglalkozó médiateoretikusok előszeretettel vizsgálták azt, hogy a valóság és a tér hogyan kettőződik meg a média(események) élő közvetítésének segítségével. Tulajdonképpen az elektronikus műsorszórás egyik geográfiai következménye a hely megkettőzése és „dupla valóság” kialakulása.<sup>54</sup> Ennek legjobb példái a média nyilvános eseményei, amelyek párhuzamosan két helyen is zajlanak: egyrészt önmagukban a valódi földrajzi térben, másrészt a televízióban és rádióban követve, azaz az átlagos médiafogyasztók számára többnyire otthoni fogyasztásuk közben. A műsorszórás szerepe valójában e kétféle térbeliség összekapcsolása, közvetítés közöttük.

Nick Couldry médiarítus elmélete alapján<sup>55</sup> ez a térbeli kettőség egyben egy szimbolikus határátlépést is jelent, hiszen a (késő) modern társadalomban szerinte a hétköznapi élet és a média között egy szimbolikus határ is húzódik. Ahogy a média egyre jobban áthatja a társadalmat, a szimbolikus szerepe is egyre fontosabb: szerinte a média annak kulturális keretét, mítoszáit nyújtja számunkra, hogy segítségével hozzáférünk a társadalomhoz.<sup>56</sup> Ez a médiakeret azonban sajátos szimbolikus hierarchiával rendelkezik, ahogy a média teremtése elválasztott a társadalomtól: a média világa az átlagember számára megkülönböztetett jelentőségű, szimbolikus hatalommal bír. A ValóVilág játékosai számára a műsorban való részvétel, a villába való beköltözés éppen e szimbolikus határ átlépését is szolgálja. A villában zajló szombat esti történéseket figyelve azonban azt is megállapíthatjuk, hogy ez a határátlépés fokozatos: a villa élőben közvetített izolált világa és a műsorszóró média, esetünkben a ValóVilág RTL2-es esti közvetítésének helyet adó stúdió között egy ugyanilyen szimbolikus határ húzódik, amelyet csak a párbaj résztvevői léphetnek át, akik a hétvégi esti élő tévéadás szereplői lehetnek. Miközben szombat este a villa többi lakója előbb a nappaliban, majd az udvaron majdnem 50 percen át egyre izgatottabban várta azt, hogy mi történik odakint a tévéstúdióban, azaz a média valóságában, és a közönség hogyan dönt arról, hogy a két párbajozó, Lissza és Barna közül ki az, aki kiesik a játékból, és ki az, aki ismét visszatérhet a média szimbolikus valóságába.

Meyrowitznak a médiában megjelenő szerepek és színpadok megsokszorozódásáról szóló elméletét<sup>57</sup> továbbgondolva a dán médiakutató, Ib Bondebjerg a Big Brother házról fogalmazott<sup>58</sup> úgy, hogy az a privát szférának a nyilvánosságban való megjelenítése szempontjából egy többszörösen rétegzett színpad. Ez magában foglal egy „előlső színpadot”, egy „hátsó színpadot” és egy „mély hátsó színpadot” – utóbbit egyrészt a riportszoba „elszigetelt gyóntatószéke” jelenti, másrészt az éjszaka is mindent látó infravörös kamerák használata a villában. Scannell a Big Brother térbelisége kapcsán a szereplőknek a privát helyektől való megfosztását hangsúlyozta, amit nemcsak az állandóan figyelő kamerák jelenléte, hanem a saját egyéni terek hiánya is okoz. A ValóVilág villához hasonló terek szerinte tulajdonképpen a goffmanni értelemben vett totális intézmények megfelelői, ahol lehetetlen, hogy a ‘foglyok’ egyedül és önmagukban legyenek.<sup>59</sup>

---

54 MOORES (2004)

55 COULDRY (2003)

56 Uo., 16.

57 MEYROWITZ (1985)

58 BONDEBJERG (2002): 193.

59 SCANNELL (2002): 277.

Az élő közvetítés követése során érdekes volt megfigyelni, hogy a játék szereplői az előbbiekhöz képest egészen eltérő tapasztalataikat fejezték ki a villa terei kapcsán. A ValóVilág résztvevői a 10. évad óta lebutított okostelefonokat kapnak, amelyek segítségével üzenetet küldhetnek a követőiknek a közösségi médiában. Február 18-án, szombaton délután az aznap este párbajozó Barna a telefon kamerájával a villában vezette végig közönségét, akiknek a különböző helyekhez kötődő „szép emlékeiről” és „élményeiről” beszélt. „Ha véletlenül nem jönnek vissza a párbajról, biztos piszok mód hiányozna minden, és nehéz lenne feldolgozni” – mondta, s a villa helyeihez kötődő érzelmes vallomása őszinteségének elfogadása – hiszen játékosársai is többször vádolták taktikázással – nyilván már a nézők feladata volt. Ugyanakkor azt már a telefon kameráján kívül, játékosársainak említette: „amúgy annyi minden történt, hogy holnap délig lehetne erről beszélni”. Ehhez hasonló üzenetet másnap délután Melina a jakuzziból küldte a közönségének: ebben többek közt a villabeli magányosságáról beszélt, elszigeteltségéről a többi játékosársától, de kitért arra is, hogy életében még nem volt sok lehetősége jakuzzizni, majd szembeállította a villa valóságát az azon kívüli és utáni otthoni világgal: „Minden színes a villában, és furcsa lesz hazamenni a fehér falak közé”.

Míg a ValóVilág 24 órás élő közvetítésébe véletlenszerűen bekapcsolódó nézők gyakran unalmas és érdektelen eseményeket láthattak a villában, addig e példák arra mutathatnak rá, hogy a játék szereplői a villában zajló mindennapjaik terét és idejét olyan intenzív eseményekként élték meg, amelyek kontrasztba állíthatók a ‘kinti élethez’ képest. Erről a benyomásáról beszélt a játék győztese, Kriszti 2023 májusának elején, azaz nagyjából a műsor befejeződése után két hónappal az RTL honlapján megjelent interjújában: „Bent volt egy nagy közegünk, amely olyan volt, mint egy nagy család. Hiányzik, hogy körül vegyenek emberek. Senki nem mondja az arcomba, senki nem világosít fel, senki nem tesz elem akadályt, senki nem ad nekem úgy feladatot, hogy így ott legyek, és ebből sikerüljön tanulnom”.<sup>60</sup>

Scannell a Big Brother-ről azt állapította meg, hogy a műsor ‘gondozási struktúrájának’, azaz az események időbeli megszervezésének, és a szereplők privát tértől való megfosztottságának célja az, hogy a produkció a játék résztvevőit minél több párbeszédre bírja, és aktív társas életet kényszerítsen ki közöttük, amely a közönség tagjaiban is különféle diskurzusokat képes elindítani. „A Big Brother a szociabilitás kényszerháza volt, ahol a »másokkal való kijövés« (vagy nem kijövés) volt a program tétje és díja”.<sup>61</sup> A következő részben az egyik február közepi műsorhét szerkesztett adásainak elemzése során azt mutatom be, hogy a produkció hogyan hoz létre az élő adás – mint láttuk, térben és időben alaposan megszervezett – nyersanyagából egy akár a szappanoperákhoz, vagy a talkshow-khoz hasonlító műsort, amely az autentikus én megjelenítése köré szerveződik.

## 5. A valóságtévé és az autentikus én performanszai

A valóságtévés műsorok közönségének kutatásával már az ezredforduló óta foglalkozó médiakutató, Anette Hill 2015-ben megjelent könyvében fogalmazott így a valóság bemutatásáról és a szórakoztatást végletesen összekeverő Big Brother megjelenése kapcsán: „amikor a szóra-

60 VV Kriszti: *A legdurvább bántó üzenet egy édesanyától jött*. rtl.hu/video/2023/05/03/vv-kriszti-interju-valovilag-utan-barna

61 SCANNELL (2002): 277.

koztatás, a dráma és a performansz került a középpontba: a valóságshow kifejezés senkit sem tévesztett meg.”<sup>62</sup> Ennek ellenére a Big Brother elemzésének korai és (társadalom)kritikus képviselői a műsor kapcsán például a megfigyelés és a mediatisált voyeurizmus problémáját hangsúlyozták,<sup>63</sup> miközben elutasították a hétköznapi emberek televíziós jelenlétének demokratikus vonását, a valóságtévét a megfigyelésen és felügyeleten alapuló kortárs kultúra termékének látták.<sup>64</sup> Úgy vélték, hogy a műfaj nemcsak a privátszféra határait veszélyezteti, hanem a megfigyelés jelenségét és a fogyasztók felügyeletét<sup>65</sup> teszi természetessé.

A megfigyelés veszélyeiről, a kortárs kultúra voyeurisztikus vonásairól nemcsak médiakutatók, hanem újságírók és egyéb szakértők is előszeretettel beszélnek a valóságshow-k kapcsán. A Big Brother nézői között végzett kutatásai alapján Hill arra is utalt,<sup>66</sup> hogy e negatív álláspontot a közönség azon része is visszhangozta, akik az intim helyzetek megfigyelése miatt fejezték ki aggodalmaikat. Ezek szerint egy olyan, a köz- és a magánélet határait figyelmen kívül hagyó hibrid műfajjal kapcsolatban, mint a valóság show-k, mindig jogosak – a megfigyelés társadalmi gyakorlata mellett viszonylag kevés pozitív érvet sorolhatunk fel. Hill azonban azt is bemutatja, hogy már a Big Brother megjelenése utáni első közönségkutatásokban felfedezhető a műfaj voyeurisztikus és exhibicionista jellege kapcsán egy olyan elméleti keret, amely pozitívan értelmezi át azt – ezt a valóságtévét és a Big Brother performatív megközelítése képviseli.

A valóságtévét performanszként való értelmezésének talán legjobb példája az, amit Hill a közönség reakciói kapcsán a ‘láttad ezt!’ momentumáról állapít meg.<sup>67</sup> A televíziónézők számára ezek az emlékezetes pillanatok jelentik, amelyek képesek arra, hogy megragadják a befogadók figyelmét, és a műsor után mindennapos beszédtemává válnak. A résztvevők versengésén alapuló formátumok előtt a valóságtévés műfajokban a közönség figyelmét még többnyire hétköznapi emberek szokatlan cselekedetei vagy közismert szereplők emlékezetes alakításai ragadták meg. A versengésén alapuló valóságtévés műfajok közönségének kutatásaiból az derült ki, hogy az ilyen műsorokban ezek a pillanatok leginkább az igazi, a színpalán mögül feltáruuló, hitelesnek vélt „én” megjelenítéseikhez kötődtek. Például a Big Brother első angol évadának ilyen nehezen felejthető pillanata volt a „Csúnya Nick” gúnynevű figura kizárása a sorozatból,<sup>68</sup> aki ekkor bevallotta a versenytársai számára, amit a nézők a szerkesztők jóvoltából mindig is tudtak: a többiek előtt barátságosan mutatta be önmagát a játékban, de a hátuk mögött egyenként manipulálta, és kijátszotta egymás ellen őket.

A Big Brother és a valóságtévés műfajok gyártásának egyik fontos célja Hill szerint<sup>69</sup> éppen a hasonló emlékezetes pillanatok előállítását a nézők számára: amikor a szereplők „önmagukat” adják elő, a társadalmi szerepek, a goffmani értelemben<sup>70</sup> vett ‘homlokzat’, a felszín mögött vélt valóságba engedik betekinteni a közönséget. Akik éppen azért is könnyen azonosulhatnak a Big Brotherhez hasonló valóságtévés műsorok tartalmait meghatározó önfeltáró

62 HILL (2015): 39.

63 CSÁSZI (2009)

64 HILL (2015): 65.

65 COULDRY (2008)

66 HILL (2015): 65.

67 HILL (2015): 70–72.

68 CORNER (2002): 264.

69 HILL (2015): 53–57.

70 GOFFMAN (2000)

performanszokkal, mert a hasonló ‘előadások’ nemcsak a mindennapi élettől elzárt olyan helyszíneken, mint színpadokon és tévéstudiókban zajlanak, hanem – mint Goffmann szociálpszichológiai munkássága rámutatott – a performativitás a mindennapi társas életben állandóan zajló tevékenység. A hétköznapi performatív cselekvéseit mások figyelmétől kísérvé hajtjuk végre, hiszen a hasonló benyomáskeltés szerves része az identitásunk és a társadalmi kapcsolataink kifejezésének és befolyásolásának.

A valóságtevés műfajban megjelenített ‘valósággal’ kapcsolatban több kutató is hangsúlyozta, hogy a hitelesség performálása alapvető fontosságú az ilyen formátumokban. John Corner a szórakoztató jellegű dokumentumfilmek megjelenése kapcsán állapította meg, hogy a korábban elsősorban a tényszerűsége alapult műfajt is egyre jobban a játékos performativitás szervezi. Ez a Big Brother előre megrendezett színpadának esetében pedig már a személyiség versenyszerű bemutatását jelenti, ahol „a riportszoba bensőséges, kameráknak szóló tanúvallomása az egyik kiváltságos pillanat”.<sup>71</sup> A műsor tulajdonképpen azt ígéri a nézőknek, hogy a szereplők önmegjelenítésének folyamatát mutatja be, amelynek során az ‘valódi én’ az ‘eljátszott én’ mögül emelkedik ki és fejlődik. A valóságtevés műfajokban tulajdonképpen az autentikusság és a performansz közötti bonyolult játékot figyelhetjük meg.<sup>72</sup> A Big Brotherben nem mást követhetünk nyomon, ahogy Corner fogalmazott,<sup>73</sup> mint a valódi, hitelesnek gondolt én és a megjelenített én közötti kialakuló, „töményen ítélkező és spekulatív diskurzust a résztvevők indítékai, tettei és valószínű jövőbeli viselkedése körül”.

Hill szerint a Big Brotherhez hasonló valóságtevés műsorokat – médiaeseményként való megközelítésük mellett – a szereplők alakításai, performanszai és a villában tanúsított autentikus viselkedésük közötti feszültségek és ellentmondások felől lehet megérteni.<sup>74</sup> A műsorban a résztvevők hitelessége és performanszai között egyfajta állandó játék zajlik. Egy performansz hiteles pillanatai azonban a műsorkészítők, a résztvevők és a közönség közötti bonyolult kapcsolatok eredménye. A valóságtevésben egy hiteles pillanat lehet az „igazi én” „valódi” önkifejeződése, de a hitelesség lehet túlzó, vagy éppen a valóságshow-producerek által tudatosan kiválasztott pillanat, esetleg éppen a játékosársak vagy a közönség által megkérdőjelezett.

## 6. Egy hét a ValóVilággal: szereplők, szerkesztők és alakítások

A ValóVilág 11. évadának befejeződése körüli napokban az RTL a holnapján több olyan videót is publikált, amelyben a műsor készítői a produkció kulisszái mögötti világot mutatták be a nézőknek. Az egyik ilyen anyagban<sup>75</sup> a VV kreatív producere arról beszélt, hogy egy átlagos munkanapon 70–75 fő, a párbajok idején pedig nagyjából 100–110 ember dolgozik az adás számára azon, hogy a „nézők fogyasztható, szappanoperaszerű tartalmat kapjanak”.

71 CORNER (2002): 263–264.

72 Hill (2015): 70.

73 CORNER (2002): 262.

74 Hill (2005): 67.

75 HAMBERGER Dávid – SZALAI Roland – KISPÁL Tímea – JENEI Brigitta: *Így szól rá a „nagytestvér” a villalalókra, ha hibáznak – ők figyelik a villalalók életét 0-24 órában.* rtl.hu/valovilag/2023/03/04/extra-video-werkulissza-nagytestver-villalakok-elete-0-24-ora-interju

Ez jól egybevág azzal, amiről Bondebjerg is írt a Big Brother két évtizeddel ezelőtti dániai megjelenése kapcsán, ahol egy szemináriumon a műsor egy holland producere elismerte, hogy egy olyan virtuális forgatókönyvvel rendelkeztek, amely számos konfliktust, szereplők fejlődésének lehetőségeit és egymás közti kapcsolataikat tartalmazta.<sup>76</sup>

A műsor február 18. és 24. közötti szerkesztett, az RTL2-n bemutatott adásain egy nagyon egyszerű kvalitatív tartalomelemzést végeztem, amelynek eredményeit az 1. táblázat mutatja be. Az elemzés egyik célja az volt, hogy könnyen áttekinthessük az adások menetének folyamatát, szerkezetét. Vagyis azokat a ValóVilág villában lezajlott történéseket, helyzeteket, amelyeket a szerkesztők a műsor RTL2-n futó esti adásában is bemutattak. Ennek érdekében a műsor folyamatát szegmensekre bontottam a műsorvezetői bejelentkezések, felkonferálások alapján – vagyis a táblázatban látott elemzés nagyrészt a szerkesztői logika rekonstruálásának kísérlete. A televíziós műsorfolyam hasonló szegmentálásának problémája jól köthető ahhoz, amivel Raymond Williams is foglalkozott a televíziózásról szóló klasszikus könyvének egyik fejezetében, amelyben brit és amerikai tévécsatornák műsorfolyamának megszerkesztettségét elemezte.<sup>77</sup> A brit kultúrakutató ennek során azt mutatta be, hogy a televíziós adás áramlása három különböző szinten is szegmentálható.<sup>78</sup> A műsorfolyam 'hosszú távú' szegmentáltóságának vizsgálata a műsor- vagy programszerkesztés vizsgálatát jelenti, vagyis azt, hogy adott műsortípusok hogyan helyezkednek el egy bizonyos időszakon belül. A műsorfolyam szerkesztettségének 'rövidtávú' vizsgálata pedig az egymásra következő konkrét szavak és képek folyamatának közeli és részletes elemzése. Az általam végzett szegmentálás értelemszerűen az előbbi kettő között elhelyezkedő 'középtávú' szintet képviseli. Williams szerint a műsor-szerkesztés ezen vizsgálata éppen azt mutatja be, hogy egy adott műsor az egymástól egészen elkülönülő tartalmi elemekből hogyan válik mégis egységesé: az általa elemzett hírműsorok esetében ezeket az egységeket a bemondó, műsorvezető megjelenése, és az általa felvezetett bejátszás jelentette.

Az 1. táblázatból jól láthatjuk, hogy a ValóVilág szerkesztett adásában megjelenő jeleneteket felvezető műsorvezetői felkonferálás milyen társas helyzeteket, alakításokat/performanszokat emelt ki a villa történései közül, és ezek vajon mennyire szerkesztői szándékok, beavatkozások, vagy éppen a játék versengő szabályainak következményei, esetleg a villában spontán lezajlott történések. Azt is észrevehetjük, hogy e performanszok jelentős mértékben a tematikus hetekhez kapcsolódó szerkesztői feladatok következményei, amelyek az élő adás idejét, a játékosok mindennapjait is szervezték. Tulajdonképpen a műsorban a szerkesztők és az élő bejelentkezések műsorvezetőinek szerepe kapcsán azt vizsgálhatjuk a ValóVilághoz hasonló populáris tévés műfajok esetében, hogy azok a nézők szórakoztatása és emlékezetes pillanatok létrehozása érdekében hogyan veszik rá a játék szereplőit különféle alakításokra. Ahogy a táblázatban látható, a játékosok performanszait a műsorvezetői felkonferálások alapján négyféle típusba soroltam. Ezek olyan kiinduló társas helyzetek, amelyek lehetnek a szereplők közti *konfliktusok*, egy vagy több szereplő *vallomása*, a játék menetével, s így a szereplők egymás közti viszonyával kapcsolatos *taktikai* fejtegetések, vagy éppen egy *humoros* helyzet, ugratás.

A hét adás 40 szegmensének, jelenetének a kiindulóhelyzetét legtöbbször (18 alkalommal) valamilyen önfeltáró jellegű vallomás határozta meg, amiket főleg a játék menete és szabályai

76 BONDEBJERG (2002): 180.

77 WILLIAMS (1976): 85–133.

78 Uo., 106.

váltottak ki. A műsor folyamatát strukturáló két legfontosabb esemény, a kiválasztás és a párbaj tulajdonképpen önfeltáró vallomások sorozatára épül. A szombat esti párbaj előtt a résztvevők egyik feladata volt, hogy egymásról és villabeli viszonyaikról beszéljenek. A párbaj előtt elbúcsúztak a többi játékosuktól, majd miután az élő közvetítés stúdiójába érkeztek, egymáshoz való viszonyukról beszélgettek, hogy utána meghallgassák a mellettük agitáló kortesbeszédet, amire szintén reagálhattak. A párbaj után a műsorvezető a vesztes játékost, Barnát faggatta érzéseiről, hogy utána élőben közvetítse a műsor, ahogy a villában lévő szereplők fogadják a visszaérkező Lissza győzelmét. A párbajt követő vasárnap szerkesztett adása ugyanezen témák variálódásaként értelmezhető. Ebben a műsorban a villa lakói beszéltek a párbajozókhöz fűződő viszonyukról, majd Lissza és Barna külön-külön elbúcsúzatott a számukra kedves társaiktól.

Az adás melodramatikus csúcspontján az egymással gyakran civakodó Lissza és Márió kibékülését láthatták a nézők, akik romantikus háttérzene mellett kicserélték a villába behozott személyes, családjukhoz kötődő tárgyaikat. Ezután Márió a riportszobában megvallotta: „erre szokták azt mondani: hashtag, egy család lettünk”. Ez az adás már a többi játékos reakcióját – például a riportszobában tett vallomásaik segítségével – is bemutatta Barna kieseése és Lissza győzelme kapcsán. A hétfői műsor nagyrészt ugyanezt a témát dolgozta fel: a szerkesztők arra kérték a játékosokat, hogy tárják fel Barnához való viszonyukat, aki üzenetet is küldött a villába, amelyre szintén reagálhattak, majd Lissza feladata azt volt, „hogy mindenkiről mondja el őszintén a véleményét”. Apró, de jellemző adaléka volt a szombati párbaj utáni internetes közvetítésnek és a másnapi szerkesztett műsornak egyaránt, amikor a győztes Lissza elmesélte Máriónak, hogy aznap a párbaj közben egy új szót tanult: „reflektálni”. „Nem vagy okos, de nagyon szeretlek” – válaszolta neki Márió.

A hasonló privát érzések és cselekvések nyilvánosságra hozatalán alapuló ‘vallomások’ talkshow-k megjelenését olyan műsorokhoz kötik, mint például Oprah Winfrey, majd Jerry Springer show-ja, amelyek az 1990-es évek amerikai televíziózásában jelentek meg. Jellemzőjük volt, hogy a társadalmi témák – azaz például igazságtalanságok elszenvedésével kapcsolatos – kérdések helyett egyre inkább személyes drámák és traumák, a személyközi konfliktusok megjelenítése érdekelte őket, amelyek képesek voltak vitákat, érzelmeket és izgalmat generálni az ilyen műsorokban. Ahogy Jane Shattuc megjegyzi, „minden műsor a konfliktus, a válság és a megoldás ötperces sound bite-jainak forgószerű egymásutánja lett”.<sup>79</sup> Császi Lajos a Mónika show-val foglalkozó könyvében<sup>80</sup> az egykori műsor szerkesztője arról beszélt, hogy szerinte a sikeres talkshow dramaturgiai alapelvét a szereplők vitái és ütközései jelentik.

Ezek tükrében talán nem is meglepő, hogy a február 18. és 25. közötti hét adásainak 40 jelenete közül 9-et a ValóVilág szereplői közötti konfliktushelyzet vezetett be. A párbaj és a kiválasztások állandó eleme volt az a bejátszás, amelyben a szerkesztők bemutatták a játékosoknak és a nézőknek a szereplők addigi konfliktusait. A ‘visszavágás hetén’, szerdán a stúdióba érkező vendégszerkesztők, Robi és Vivi azt a feladatot adta a többieknek, hogy a nevezzék meg a „számukra leggonoszabb személyt”. Eközben a villalakók nagyon hamar vitatkozni kezdtek, korábbi sérelmeiket hozták fel egymás ellen – a feladat során Melina, Kriszti és Márió is megbántódott, majd sírtak. A villában berendezett alkalmi vezérlő szobájukból mindent a két vendég egyszerre a szerkesztő és a tévénéző pozíciójából kommentálta. Az események

79 SHATTUC (2015): 198.

80 CSÁSZI (2011): 123.

közben Vivi azt jegyezte meg, hogy „három embert sirattatunk meg”; míg Robi úgy vélte, „Úristen, ez jobb, mint a Balázs-show régebben”. Talán nem is volt véletlen, hogy a következő nap Melina már egyenesen azt a feladatot kapta a vendégszerkesztőktől, Barnától és Pirostól, hogy a valósítsa meg a „Melina talkshow-t”. Ennek során Melina első két vendégét, Ákost és Ricot rögtön a kapcsolatuk „megromlásáról” kérdezte.

E konfliktushelyzetek közül az általam vizsgált héten néhányat olyan spontán történések alakítottak, amelyek a szereplők között a villában nagyjából 90 nap alatt létrejött társas viszonyok eredménye. Ezt a február közepi adásokban elsősorban Lissza és Márió állandó vitái és kibékülései jelentették. Ugyanakkor a műsor nézői ekkor már kiismerhették a villában maradt mind a hét játékos közti viszonyokat, amelyeket a műsor bemutatott: így nemcsak Lissza és Márió viharos kapcsolatát, hanem Melina viszonylagos kívülállását a csoportból, és ellentétét Krisztivel és Márióval, vagy az Ákos és Rico közti csendes ellenszenvet. A ValóVilág is jól példázza, hogy a műfaj hogyan kölcsönöz a fikciós televíziós műfajokból történetmesélési eszközöket, a villában zajló eseményeket hogyan fűzi össze sztorikká adásról adásra a produkció – hasonlóan a ValóVilág 10. évada kapcsán elemzett<sup>81</sup> narratívákhoz. A műsor szappanoperaszerű sorozatszerűségét éppen az biztosítja, hogy a szerkesztők által adott feladatok minden nap felszínre hozzák a szereplők közti konfliktusokat, érzelmeket, és ezekkel kapcsolatos – sokszor önisméltó – vallomásokot generálnak.

A valóságtévés műfaji hibriditását jellemezheti, hogy a ValóVilág 11. évadának február 18-i párbaját bemutató élő adást tulajdonképpen értelmezhetjük egy szappanoperaszerű történéseket bemutató műsorba beágyazott talkshow-ként is. Ennek tartalmát egy stúdióban, nézők előtt megrendezett vita alkotja, amelyet egy önkéntesen összejárt és a külvilágtól elszeparált társaság két tagja között mesterségesen generálnak egy szórakoztató tévés produkció kedvéért. Az aznap este Barna és Lissza között nagyjából 10 percen át zajló vita közben azt érezhettük, személyiségük teljes különbsége ellenére valójában nincsenek is köztük a villában mély konfliktusok: a vitába a játék által kialakított versengő helyzet, a műsorvezető kérdései és a stúdió hangulata hajszolták bele őket – különösen Lisszát. A párbaj nézőiként tudtuk, Barna elsősorban taktikai megfontolásokból hívta ki őt, akivel sokáig kifejezetten jó viszonya volt, azonban a villalakók meggyőződése szerint viszonylag „gyenge”, mert a villában kevésbé aktív játékos. A vitában azonban Barna nem igazán talált fogást a személyiségén, a rendtelenségét próbálta számonkérni rajta, mire a párbajt megnyerő lány szellemesen ríposztzott: „Azért hívtál ki, mert sok flakon van a nyugiszobában?”. A szombat esti párbaj személyiségek küzdelme volt: a villa macsója, akiről a nézők megtudhatták három hónap alatt, hogy esz-közként kezeli a nőket és gyakran lenézi, kihasználja őket, a játékát pedig a taktikázás vezérli, csapott össze a kissé butácska, legtöbbször az érzelmei által vezérelt, hisztisnek látszó, ami a „szívén, az a száján” típusú, nála 4 évvel fiatalabb lánnyal. S kettejük közül Lissza győzte meg jobban a nézőket személyisége hitelességéről.

Az általam követett hét ValóVilág adásaiban az autentikus, hiteles személyiségről szóló diskurzus szinte mindennap megjelent a játékosok közti vitákban. A hét elején, miközben elbúcsúztak a szombati párbajban kiesett Barnától, Ákos ezt a „túltaktikázott” játékával magyarázta, míg Reni Barnát „taktikmatyinak” hívta. Barna a kiesése utáni üzenetében viszont éppen Renivel foglalkozott legtöbbször, akiről elmondta, hogy korábban butának gondolta a lányt, de amikor meghallotta tőle a ValóVilág kapcsán, „hogyan ez egy játék”, rájött, hogy



szerinte Reni csak megjátssza ezt a szerepet, s valójában okos. „Mi vagyok én, színész?” kérdezte ezután a lány Melinával beszélgetve, majd sírni kezdett: „így vélekedik rólam?”. Kedden a villa vendégszerkesztői a játékosoknak adott egyik feladatban az egymást nem kedvelő villalakókat rendezték párokba, akiket a „Miért vagyok jobb nálad?” kérdés kifejtésére kértek. Ennek során Rico saját személyiségének hitelességét Ákos általa vélt szerepjátszásával állította szembe: „több közöm van a ValóVilág fogalomhoz, mint neked, mert szerintem én jobban átélem ezt a stílust és ezt a ValóVilágot, mint a való életben. Szerintem egy ilyen játékban nem előnyös, hogy kint vagy valaki, bent pedig egy teljesen másik embert akarok hozni.” Ákos ezzel szemben éppen a saját őszinteségével érvelt: „én nem akartam más embert játszani, mint amilyen vagyok, ez is én vagyok, csak nem tudtam, hogy bennem van”.

Ehhez képest pénteken Ákos már lelkileg teljesen összeroppant és kiborult a párbaj előtt, mert Melina egy paródiában azzal vádolta őt, hogy azért próbált barátkozni a kiválasztás előtti napokban Márióval, hogy az ne őt jelölje majd meg harmadik emberként a hétvégi párbajra. Ákos a villalakók és a nézők előtti vallomásában arról beszélt, gyerekkorában nem voltak barátai, s ezért egyszerűen csak szeret jó viszonyt ápolni emberekkel: „nagyon jólesett, hogy azt láttad belőlem, hogy ezek szerint egy megjátszott ember vagyok, aki azért barátkozik emberekkel, hogy itt maradjon a játék végéig”. Ezután a riportszobában feltárta, hogy ez volt a legnagyobb csalódása a villában, majd később a síró Ákost Kriszti – afféle terapeutaként – éppen személyiségének hitelességével, őszinteségével vigasztalta: „Nagyon okésan reagáltál, nagyon összeszedett voltál, elmondtad nagyon szépen, nem éreztük belőle, hogy tényleg támadsz. Elfogadod, befogadod, és tényleg elmondod a saját érzéseidet. Nagyon büszke vagyok Ákos, nagyon szépen beszéltél most”.

Ez az utóbbi jelenet mutat rá arra, hogy a ValóVilág szerkesztett adásaiban látható tartalom tulajdonképpen nem más, mint konfliktusok és azokat követő érzelmi vallomások sorozatos áramlása, állandó egymásba alakulása. Az általam (az 1. táblázatban) azonosított két további performansz mintegy kiegészíti ezeket, és oldják a műsor melodramatikus, érzélgős és viszályokkal teli jellegét. Egyrészt a műsor szabályai, a kihívások előtti és utáni helyzetek – olykor élő adásban is – taktikai fejtegetésekre készítették a játékosokat (7 esetben). Ennek során elsősorban nem saját érzéseiket tárták fel a nézőknek, hanem azt, hogy mennyire képesek átlátni, mérlegelni a villa lakói közti csoportközi viszonyokat, saját helyüket ebben, esetleg a közönség általuk vélelmezett reakcióit is – azaz esélyüket a játékban. A vendégszerkesztők által adott humoros feladatok (6 alkalommal) a hét során olyan helyzeteket hoztak létre, amelyek olykor ironikus, parodisztikus keretbe helyezték a valóságshow érzelmeken és konfliktusokon alapuló, szappanoperaszerű jellegét, néha azonban arra is alkalmasak voltak, hogy újabb viszályokat, érzelmeket, majd önfeltáró vallomásokat generáljanak a villa lakói között. Ennek legjobb példája az előbb említett jelenet volt, amikor a hétvégi párbaj előtt a villán belül kialakult „szövetségek” tagjai azt a feladatot kapták, hogy készítsenek „ellenkampány videókat” a másik csapatról. Melina róla szóló paródiáján azonban Ákos megsértődött, ez konfliktust alakított ki köztük, majd Ákos a villalakók, a riportszoba és játékosársai, Kriszti előtt is terapeutikus jellegű önfeltáró vallomást folytatott saját személyisége hitelességéről és őszinteségéről.

Beverley Skeggs és Helen Wood azt hangsúlyozza,<sup>82</sup> hogy a valóságtévében az önmegjelenítés hasonló technikai olyan eszközök, amelyekkel a résztvevőknek a szórakoztatás érdekében állandóan meg kell mutatniuk különféle képességeik hiányát is – ahogy ez leg-

szembetűnőbb volt a ValóVilág 11. évadának „technikum hetén”, ahol a villalakók általános műveltségének hiányát leplezték le a szerkesztők. Az ilyen műsorok jelentős részben folyamatosan arról szólnak, hogy az egyének teljesítményét új tapasztalatokkal kapcsolatban teszteljük. Emögött szerintük egyrészt az húzódik, amit a műfaj mögötti ideológiát bíráló szerzők korábban hangsúlyoztak: a kortárs, érzelmi munkán alapuló kapitalizmusban a megfelelő érzelmi diszpozíciók, „érzelmi menedzsment” technikák alkalmazásával lehet sikereket elérni a szervezetekben vagy az ügyfelekkel való munka során. Skeggs és Wood szerint azonban ez egy osztálypozíciót is kifejez a valóságtévés műfajokban: az autentikus belső én reflexív feltárása elsősorban a középosztályi beállítódásokra jellemző. Ezért a valóságtévés, vagy éppen a személyiség átalakításán alapuló – ún. ‘makeover’ – műsorok a középosztálybeli én és normák modelljét kínálják fel a műsorokban megjelenő – és a szereplők toborzása során gyakran tudatosan kiválasztott – munkásosztálybeli alanyok számára. Nyilván egy újabb kutatás témája lehetne, hogy az általam elemzett februári héten milyen jelentős mértékben hatotta át a szereplők közti diskurzusokat a műsorban való szereplésnek nemcsak önfeltárásként, hanem önfeljesztésként való értelmezése – amit legtöbbször és legtudatosabban éppen a játékot végül megnyerő szereplő, Kriszti képviselt.

## 7. Összegzés

Tanulmányomban a ValóVilág 11. évadának egyik 2023. február közepi hetének adásait, valamint egy hétvégi internetes élő közvetítését elemeztem a valóságábrázolás és a műsor megszerkesztettségének problémája kapcsán. Mint bemutattam, a valóságtévés műfajok megjelenését az ezredfordulón egy olyan ‘posztdokumentáris’ televíziós korszakhoz köthetjük, amelyben a szórakozás és a performatív játékoság keveredik a valóságábrázolás igényével. A valóságtévés műsorok vizsgálhatók abból a szempontból, hogyan vegyülnek bennük szándékosan a szórakoztató, fikciós és a realista, dokumentumműfajok jellemzői – alapvető jellemzőjük a „megalkotott valóság” paradoxona.

Az élő televíziós közvetítéssel kapcsolatban foglalkoztam az azt jellemző ‘megszólítási mód’ kritikáival: az élő adások a nézők számára a valósághoz való hozzáférés közvetlenségét és hitelességét ígérik. Az élőbeliség e technológiai/ontológiai felfogásán túllépve, a valóságtelevíziózást (média)eseményként értelmezve, Paddy Scannell nyomán az ilyen műsorok ‘gondozási struktúráit’ vizsgálhatjuk. A ValóVilág internetes élő közvetítése esetében bemutattam, hogy a tévés produkció hogyan alakítja ki a képernyőn látható eseményt a villában zajló időbeli és térbeli viszonyok megszervezésével. A résztvevők időérzetét a média időbeliségének logikája strukturálja: egyrészt a műsor hosszú távú folyamata, amelyet a formátum versengésen alapuló szabályai alakítanak, másrészt a mindennapok szintjén a szerkesztők által a játékosoknak adott feladatok teljesítése. A ValóVilág villa a műsor szereplői számára a privát tértől való megfosztás helye is. Ennek célja, hogy társalgásra, konfrontációra kényszerítse őket – a műsor szereplői gyakran beszéltek a villában zajló sűrű és intenzív élet tapasztalatáról, amely éppen szembeállítható korábbi mindennapjaikkal, illetve az internetes élő közvetítés során legtöbbször látható banális eseményekkel.

A szerkesztett adás kapcsán azt mutattam be, hogy a valóságtelevíziózás értelmezhető, mint az ‘autentikus én’ feltárásának szándéka: az ilyen műsorok voltaképpen a játékosok személyiségét teszik állandóan próbára, céljuk az őszinte, hiteles személyiség keresése. A valóság-

tévészés műfaját a performatív megközelítés felől értelmező Anette Hill nyomán a ValóVilág adásaiban azt láthatjuk, hogy a szerkesztők által kialakított helyzetek a szereplőket hogyan készítetik állandóan különféle alakításokra, performanszokra, amelyek a nézők számára a műsorok emlékezetes pillanatait jelenthetik. Ezeket a konfliktus, a vallomás, a humor, valamint a taktikázás performanszainak hívtam. Tulajdonképpen a szerkesztett adások konfliktusok és ezekhez kapcsolódó önfeltáró vallomások folyamatos áramlásaként értelmezhetők. Ennek során megfigyelhető, hogy a valóságtévé logikája olyan szórakoztató műfajokból táplálkozik, mint a konfliktusok esetén a szappanopera, a vallomások kapcsán pedig a talkshow.

A ValóVilág 11. évadának február közepi adásai is jól megerősítik Hill jellemzését<sup>83</sup> a valóságtévéről mint „elvadult műfajról”. Az ilyen formátumok erőssége nemcsak abból származik, hogy átlépik a tényszerű és szórakoztató tartalmak határait, hanem ‘elvadultságának’ metaforája műfaji szempontokra utal. A különféle valóságtévés alműfajok – a docusoap-tól a tehetségkutató valóságshow-kon át a Big Brotherig – állandóan felülírják a műfaji határokat, bomlasztják a meglévő műfajok termelését és szerkesztését, ellenállnak a műfaji elszigetelésnek, és állandóan képesek önmagukat újraalkotni a szórakoztatóiparon belül. Szerinte éppen ezért a valóságtévés műfajokhoz tartozó műsorokat a „televíziós valóság számára gyártottnak” nevezhetnénk. Az érzelmeken, konfliktusokon és önfeltáró vallomások sorozatán alapuló műsor realizmusát jellemezhetjük, ahogy Anne McCarthy javasolja<sup>84</sup> – Ien Ang Dallas kutatása nyomán – a szappanoperákról írt rövid műfaji összefoglalójában, akár érzelmi realizmusként is.

### 1. táblázat A ValóVilág 2023 február 18. és 24. közötti adásainak szegmensei a szerkesztői szándékok és a szereplők alakításai szempontjából

Február 18., szombat			
ÉLŐ ADÁS - Párbaj			
Vallomás → Taktikázás	6 perc	A napi összefoglaló azt mutatja be, hogy az esti párbajozók otthoni falatokat kapnak a családtagjaiktól, amelyet a villában, egy-egy társukkal közösen fogyasztanak el, miközben elérzékenyülnek. Utána az esélyeikről beszélgetnek.	A párbajozók ebédet kapnak otthonról, amely nyilvánvalóan szerkesztői ötlet.
Vallomás	11 perc	Melina videóüzenetet kap a játékból kiesett párjától, Danitól, amit csak egyvalakivel nézhet meg. Ő Ákost választotta. Dani az üzenetben elmondja, hogy csalódott benne, mert az utóbbi időben elkezdte közel engedni magához a villában Barnát. Majd felnyílik a villa kapuja, ahol Melina megtalál két emléktárgyat, amit korábban Daninak adott. Melina sírni kezd, majd később dühös lesz. Ezután Ákosnak, majd a riportszobában is Dani iránti érzelmeiről beszél. A többiek találgatják az üzenet témáját, és értelmezni kezdik a helyzetet. Melina vitatkozni kezd Renivel.	Melina üzenetet kap a villába – a műsorban való megjelenítése nyilván szerkesztői döntés eredménye.

83 HILL (2015b): 162.

84 MCCARTHY (2015): 76.

Vallomás	5 perc	A párbajozó Lissza és Barna azt a feladatot kapja, hogy egy podcastban beszéljenek a villabeli viszonyaikról és a párbajról. Barna beszélgetése alatt Kriszti elalszik a kanapén, amiért Barna neheztel rá.	Szerkesztői feladat hozza létre ezt a helyzetet.
Vallomás → Konfliktus	7 perc	A műsor összefoglalja, hogy a két párbajozó hogyan töltötte az utolsó este buliját. A villalakók koccintás közben egymás iránti érzéseikről beszélnek. A nap végén a Dani üzenete miatt meglehetősen frusztrált Melina Ákossal és Renivel is összevesz. Renit Kriszti vigasztalja. Márió is elérékenyül barátnője párbaja előtt. Melina Dani miatt sír.	Látszólag spontán helyzetek, amelyeket erőteljesen formál a játék menete, a közeledő párbaj.
Vallomás	15 perc	Az élő adás a villát kapcsolja, ahol a párbajozók egyenként egy percet kapnak a búcsúzásra a többiektől. Miközben egymást követően a stúdióba érkeznek, az adás a „legszebb pillanataikat” mutatja be a villában. A stúdióba érkezésük után a műsorvezető az érzéseikről kérdezi őket.	Az eseményeket a játék formái szervezik.
Konfliktus	12 perc	Egy rövid bejátszás a párbajozók konfliktusait mutatja be, majd a műsorvezető kérdésére a viszonyukról beszélnek, amely kezdetben baráti volt a villában. Barna és Lissza hevesen vitatkoznak.	Az eseményeket a műsorvezető kérdései alakítják.
Vallomás	12 perc	A műsor ismét a villát kapcsolja, ahol Kriszti és Márió elmondják a kortesbeszédeiket. A párbajozók reagálnak erre. A párbajt Lissza nyerte, aki heves érzelemkitörést tanúsít. A műsorvezető a vesztes Barnát kérdezi érzéseiről, majd megmutatják a „legjobb pillanatait” a villában. A műsor végén azt látjuk, hogyan fogadják a többiek a visszatérő Lisszát a villában.	A történéseket a játék szabályai szervezik.
<b>Február 19., vasárnap</b>			
Konfliktus → Önfeltárás	10 perc	A műsor az előző napi párbaj előtti történéseket mutatja be a villában, ahol kisebb konfliktus volt Melina és Ákos, illetve Kriszti és Barna között. Utóbbi egy vitába torkollik, majd Kriszti kiborulásába, aki sírni kezd és drámaian önmagát ostromozza.	Spontán alakuló események a villában.
Vallomás	8 perc	A játékosok arról beszélnek, hogy milyen lenne a villában az élet, ha az esti párbajról Lissza vagy Barna térne vissza: ennek során a két játékoshoz való viszonyukat tárják fel.	Szerkesztői kérdés hozza létre ezt a helyzetet.
Vallomás	6 perc	A két párbajozó azt a feladatot kapja, hogy elbúcsúzzanak a számukra fontos társaktól. Ennek során a játékosok kölcsönösen arról beszélnek, mit jelentenek egymásnak.	A játék menete és a szerkesztők alakítják a történéseket.
Vallomás	13 perc	A nézők azt láthatják, a párbaj után hogyan reagáltak a villalakók Lissza visszatérésére és Barna kiesésére. Erről egyaránt beszéltek az egymás közti diskurzusaik során, a riportszobában, illetve vallomásukat Barna portréjához intézve.	A játék menete és a szerkesztők alakítják a történéseket.
<b>Február 20., hétfő</b>			
Vallomás	5 perc	A villalakók feltárják a szombat esti párbajban kiesett Barnához való viszonyukat.	A szerkesztőktől érkezik üzenetben a feladat.

Vallomás	13 perc	A műsor a villalakók reakcióját mutatja be Barna üzenetére, amelyben elsősorban Renivel foglalkozik, aki az üzenet egyik fő témája volt.	Barna korábban videóüzenetet küldött a villába.
Vallomás	5 perc	Az előző esti párbajt megnyerő Lissza feltárja a többi villalakóhoz való viszonyát.	Lissza feladatot kap a szerkesztőktől, „hogymindenkiről mondja el őszintén a véleményét.”
Humor, ugratás	6 perc	A műsor bemutatja a villalakók paródiáját egymásról.	A játékosok azt a feladatot kapják, hogy rögtönözzenek egy „stand-up comedy-t.”
Konfliktus	10 perc	A játékosok az előző feladat után a jakuzziban lazítanak és italoznak, miközben Lissza összevesz párjával, Márióval.	Spontán események a villában.
<b>ÉLŐ ADÁS - Kiválasztás</b>			
Taktikázás	13 perc	Miközben elkezdődik a kiválasztás ceremóniája, és a játékosok felírják egyenként, hogy kit küldenek párbajra, a műsorvezető az esélyekről beszél velük, valamint megnézik egy bejátszást a piros kendő kapcsán.	A játék szabályai és a műsorvezető kérdései hozzák létre ezt a helyzetet.
Vallomás	8 perc	A kiválasztás ceremóniája: a villalakók egyenként indokolják a választásukat. A legtöbb jelölést és így a zöld kendőt Melina kapta, akit a műsorvezető az érzéseiről kérdez.	A játék szabályai és a műsorvezető kérdései hozzák létre ezt a helyzetet.
Taktikázás	4 perc	A műsorvezető a kiválasztás után a kihívásról, egyéni esélyeiről kérdezi a játékosokat.	A játék szabályai és a műsorvezető kérdései hozzák létre ezt a helyzetet.
Konfliktus	5 perc	Egy bejátszást látunk a villalakók korábbi egymás közti konfliktusairól.	Szerkesztői összefoglaló.
Vallomás	12 perc	A műsorvezető először Melinát kérdezi a villalakóhoz való viszonyáról, majd a többieket Melináról. Kétpernyi indoklás után Melina Máriót hívja ki. Az adás végén a műsorvezető elárulja, hogy a hétvégi következő párbaj rendkívüli, azaz hármas párbaj lesz, tehát szerdán Márió is kihívhat valakit.	A játék szabályai és a műsorvezető kérdései hozzák létre ezt a helyzetet.
<b>Február 21., kedd</b>			
Konfliktus → Vallomás	8 perc	Az adás Lissza és Márió előző esti civakodásának másnap reggeli folytatását mutatja be. A pár tagjai a riportszobában is értelmezik a helyzetet.	Spontán történet, amelyet a riportszoba vallomásai kereteznek.
Humor, ugratás → Konfliktus	11 perc	A villába vendégszerkesztők érkeznek; két kiesett játékos, Bibi és Anita, akik humoros feladatokat adnak a villalakóknak. A „Ki a leghaszontalanabb a villában?” kérdésre adott válaszaik konfliktust generálnak. A legtöbben Ákost jelölték meg, aki hisztizni kezdett, és a takarítási szokásai kapcsán összeveszett Renivel.	A villa vendégszerkesztőinek provokatív feladata vizályt szít a tagok között.
Humor, ugratás → Konfliktus	9 perc	Folytatódik a vendégszerkesztők tevékenysége, akik kisebb „szívatós”, ügyességi feladatok után az egymást nem kedvelő villalakókat rendezik párokba, akiket a „Miért vagyok jobb nálad?” kérdés megválaszolására kérnek. Ez ismét felszínre hozza a tagok közötti ellenszenvet és konfliktusokat.	A villa vendégszerkesztőinek feladata vitát generál a játékosok között.

Taktikázás	9 perc	A műsor bemutatja, hogy az előző esti kiválasztás és kihívás után a játékosok hogyan dolgozták fel, beszéltek ki egymás között az eseményeket, miközben az esélyeket latolgatták a párbaj előtt, és kifejezték, kiket támogatnak.	A játék kompetitív szabályai befolyásolták az eseményeket.
<b>Február 22., szerda</b>			
Taktikázás	6 perc	Az adás a műsorvezető videóüzenetével kezdődik, aki elmondja, hogy a következő párbaj hármas párbaj lesz, Márió, a kihívott is kihívhat valakit párbajozni. A játékosok a meglepődés után találgatni kezdik az esélyeiket, miközben kitérgetik a viszonyaikat.	A játékszabályok szerkesztői módosítása alakítja a történéseket.
Konfliktus	13 perc	Újabb vendégszerkesztők érkeznek a villába, Robi és Vivi, akik feladatként arra kérik a játékosokat, hogy nevezzék meg a számukra leggonoszabb személyt. A feladat során a villalalok vitatkoznak, majd hárman pedig sírni kezdenek.	A villa vendégszerkesztőinek provokatív feladata vizslyt szít a tagok között.
Vallomás	11 perc	A napi összefoglaló folytatódik, a műsor Ákosra koncentrálnak, aki az újabb és váratlan kihívás közeledtével lelkileg összeroppanni látszik. A vendégszerkesztők újabb feladata során a villalalok egymást a hét főbűnhöz kötik: elmondják mit gondolnak egymásról, de ezúttal a játék nyugodt mederben marad.	Spontán történés zajlik, másrészt vendégszerkesztők befolyásolják az eseményeket.
Taktikázás	9 perc	A hármas párbaj kihívása előtt a játékosok az esélyeiket elemzik.	A játék kompetitív szabályai befolyásolták az eseményeket.
<b>ÉLŐ ADÁS</b>			
Konfliktus	12 perc	Az élő adás a kihívás ceremóniáját közvetíti, majd egy bejátszást láthatunk a kihívó fél, Márió villabeli konfliktusairól, akit a műsorvezető is erről kérdez.	A játék kompetitív szabályai és a szerkesztők összefoglalója, a műsorvezető kérdései határozzák meg a látott eseményeket.
Vallomás	3 perc	A műsor nézői egy bejátszásban Máriót látják, aki a döntését mérlegeli, miközben egy monológban egyenként ismerteti a többi játékoshoz való viszonyát.	Szerkesztői kérdés, feladat alakítja a műsort.
Vallomás	4 perc	Lezajlik a kihívás, Márió indokolja, hogy miért Ákost hívta ki. A műsorvezető a párbaj két másik résztvevőjét, Melinát és Ákost kérdezi röviden.	A játék szabályai és a műsorvezető kérdései hozzák létre ezt a helyzetet.
<b>Február 23., csütörtök</b>			
Vallomás	6 perc	Az összefoglaló a kihívott Ákosra összpontosít, aki már a kihívás előtt „végig szorongta a reggelt.” A lelkileg összeomló Ákos a riportszobában és a többieknek is saját gyengeségéről beszél, miközben elsírja magát.	A játék versengő jellegére adott lelki, érzelmi reakció befolyásolja a történéseket.
Humor, ugratás	12 perc	A villába új vendégszerkesztők érkeznek, a korábban kiesett Barna és Piros, akik különféle szivatós feladatokat adnak a lakóknak: például szerenád írása és előadása; a káromkodó játékosoknak csípős ételek fogyasztása.	A vendégszerkesztők feladatai humoros helyzeteket hoznak létre a villában.
Konfliktus	8 perc	Melina feladatot kap a vendégszerkesztőktől: ez a „Melina talkshow” megvalósítása. Ennek során Melina a játékosokat konfliktusairól és kapcsolatuk „megromlásáról” kérdezi.	Direkt szerkesztői feladat alakítja az eseményeket.

Taktikázás	10 perc	Az összefoglaló bemutatja a kihívás után a villán belüli szövetségeket, a játékosok egymás között az esélyeiket latolgatják.	A játék kompetitív szabályai befolyásolták az eseményeket.
<b>Február 24., péntek</b>			
Taktikázás → Konfliktus	10 perc	A hármas párbaj előtt a támogatók csoportjai közösen reggeliznek, miközben az esélyeket és a társas viszonyokat elemzik. Eközben Lissza és párja, Márió között vita robban ki.	A játék kompetitív szabályai alakítják ki a helyzetet, amit egy spontán történés befolyásol.
Konfliktus	7 perc	A párbaj előtt kialakult támogatói szövetségek azt a feladatot kapták, hogy elmondják, miért erősebbek a többieknél. Közben Márió és Lissza vitája tovább folyik, a többiek is megbeszélik ezt.	A szereplők szerkesztői feladatot oldanak meg.
Humor, ugratás	11 perc	A villalakók több feladatot is kaptak. Először egy ellenkampány videót kell készíteniük a rivális csapatról. A műsor ennek előkészületeit mutatja be, miközben megbeszélik, hogyan parodizálnák ki a többieket. A többi játékos feladat is egymás parodizálásán alapul.	A szerkesztők által kitalált játékos feladatokat láthatjuk.
Humor, ugratás → Konfliktus → Vallomás	9 perc	Az elkészült ellenkampány videókat és a vetélytársak reakcióit láthatjuk. Ákos és Melina megsértődik ezen. Ákos lelkileg összeroppan, és hosszasán beszél az őt parodizáló Melinában való csalódásáról. Az adás végén Lissza és Márió is megbeszéli aznapi viszályukat és kibékülnek.	A szerkesztők által kitalált feladat érzelmeket és konfliktust generál a résztvevők között.

## Források és irodalom

BONDEBJERG (2002) = Ib BONDEBJERG: The Mediation of Everyday Life. Genre, Discourse and Spectacle in Reality TV. In: Anne JERSLEV (szerk.): *Realism and 'Reality' in Film and Media. Northern Lights. Film and Media Yearbook 2002*. København, Museum Tusulanum Press, 2002. 159–193.

BOURDON (2000) = Jérôme BOURDON: Live television is still alive. On television as an unfulfilled promise. *Media, Culture & Society*, 2020/5. 531–556.

CARPENTIER (2014): Nico CARPENTIER: Reality Television's Construction of Ordinary People. Class-Based and Nonelitist Articulations of Ordinary People and Their Discursive Affordances. In: Laurie OUELLETTE (szerk.): *A Companion to Reality Television*. Malden, MA, Wiley Blackwell, 2014. 345–366.

CORNER (2002) = John CORNER: Performing the Real. Documentary Diversions. *Television & New Media*, 2002/3. 255–269.

COULDRY (2002) = Nick, COULDRY: Playing for Celebrity. Big Brother as Ritual Event. *Television & New Media*, 2002/3. 283–293.

COULDRY (2003) = Nick COULDRY: *Media Rituals. A critical approach*. London–New York, Routledge, 2003.

COULDRY (2004) = Nick, COULDRY: Liveness, „Reality”, and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone. *The Communication Review*, 2004/4. 353–361.

COULDRY (2008) = Nick COULDRY: Reality TV, or the secret theater of neoliberalism. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 30/3. 3–13.

CsÁSZI (2009) = CsÁSZI Lajos: A valóságtelevíziózás szerepe a késő modernitásban. *Média-kutató*, 2009/nyár. 53–62.

CsÁSZI (2011) = CsÁSZI Lajos: *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. Budapest–Pécs, Gondolat–PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 2011.

FETVEIT (1999) = Arild FETVEIT: Reality TV in the digital era. A paradox in visual culture? *Media, Culture & Society*, 1999/6. 787–804.

FEUER (1983) = Jane FEUER: The Concept of Live TV. Ontology as Ideology. In: E. Ann KAPLAN (szerk.): *Regarding Television: Critical Approaches, An Anthology*, Los Angeles, CA, The American Film Institute, 1983. 12–22.

GARCÉS-CONEJOS BLITVICH–LORENZO-DUS (2013) = Pilar GARCÉS-CONEJOS BLITVICH – Nuria LORENZO-DUS: Reality television. A discourse- analytical perspective. In: Pilar



GARCÉS-CONEJOS BLITVICH – Nuria LORENZO-DUS (szerk.): *Real talk. Reality television and discourse analysis in action*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire–New York, Palgrave Macmillan, 2003.

HILL (2005) = Annette HILL: *Reality TV. Audiences and popular factual television*. Abingdon, Oxon–New York, Routledge, 2005.

HILL (2007) = Annette HILL: *Restyling Factual TV. Audiences and News, Documentary and Reality Genres*. Abingdon, Oxon–New York, Routledge, 2007.

HILL (2015) = Annette HILL: *Reality Tv*. Abingdon, Oxon–New York, Routledge, 2015.

HILL (2015b) = Annette HILL: Studying Reality TV. In: Glen CREEBER (szerk.): *The Television Genre Book. 3rd edition*. Palgrave–British Film Institute, London. 159–175.

HOMMER–KORPICS (2022) = HOMMER Anna – KORPICS Márta: Jöttek, láttak... úgy maradtak. A ValóVilág powered by Big Brother 10 és a BeleValóVilág című műsorszámok médiaszövegeinek elemzése. In: SZADAI Károly (szerk.): *VV10 – egy valóságshow valósága*. Budapest, Médiatudományi Intézet, 2022. 61–100. (Médiatudományi Könyvtár, 45.)

GOFFMAN (2000) = Erving GOFFMAN: *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Budapest, Thalassa Alapítvány–Pólya Kiadó, 2000.

MAST (2016) = Jelle MAST: The Dark Side of Reality TV. Professional Ethics and the Treatment of Reality Show Participants. *International Journal of Communication*, 2016/10. 2179–2200.

MCCARTHY (2007) = Anne MCCARTHY: Reality Television. A Neoliberal Theater of Suffering. *Social Text*, 2007/4. 17–41.

MCCARTHY (2015) = Anne MCCARTHY: Realism and Soap Opera. In: Glen CREEBER (szerk.): *The Television Genre Book. 3rd edition*. Palgrave–British Film Institute, London, 2015. 73–80.

MORLEY (1992) = David MORLEY: Interpreting television. The Nationwide audience. In: David MORLEY: *Television, Audiences and Cultural Studies*. London, Routledge, 1992. 69–110.

MEYROWITZ (1985) = Joshua MEYROWITZ: *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York–Oxford, Oxford University Press, 1985.

MOORES (2004) = Shaun MOORES: The doubling of space. Electronic media, time-space arrangements and social relationships. In: Nick COULDRY – Anna MCCARTHY (szerk.): *MediaSpace. Place, Scale and Culture in a Media Age*. London, New York, Routledge, 2004. 21–36.

ROSE–WOOD (2005) = Randall L. ROSE – Stacey L. WOOD: Paradox and the Consumption of Authenticity through Reality Television. *Journal of Consumer Research*, 2005/September. 284–296.

PAPACHARISSI–MENDELSON (2007) = Zizi PAPACHARISSI – Andrew L. MENDELSON: An Exploratory Study of Reality Appeal. Uses and Gratifications of Reality TV Shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2007/2. 355–370.

SCANNELL (2001) = Paddy SCANNELL: Authenticity and experience. *Discourse Studies*, 2001/4. 405–411.

SCANNELL (2002) = Paddy SCANNELL: Big Brother as a Television Event. *Television & New Media*, 2002/3. 271–282.

SCANNELL (2014) = Paddy SCANNELL: *Television and the Meaning of 'Live'. An Enquiry into Human Situation*. Cambridge, Polity Press, 2014. Elektronikus kiadás.

SHATTUC (2015) = Jane SHATTUC: The Confessional Talk Show. In: Glen CREEBER (szerk.): *The Television Genre Book. 3rd edition*. London, Palgrave – British Film Institute, 2015. 189–211.

SKEGGS–WOOD (2012) = Beverley SKEGGS – Helen WOOD: *Reacting to Reality Television. Performance, Audience and Value*. London–New York, Routledge, 2012.

SØRENSEN (2016) = Inge SØRENSEN: The revival of live TV. Liveness in a multiplatform context. *Media, Culture & Society*, 2015/December. 1–19.

TURNER (2010) = Graeme TURNER: *Ordinary People and the Media. The Demotic Turn*. London, Sage, 2010.

VAN BAUWEL–CARPENTIER (2010) = Sofie VAN BAUWEL–Nico CARPENTIER (szerk.): *Trans-Reality Television. The Transgression of Reality, Genre, Politics, and Audience*. Plymouth, Lexington Books, 2010.

VAN ES (2017) = Karin VAN ES: Liveness redux. On media and their claim to be live. *Media, Culture & Society*, 2017/8. 1245–1256.

WHITE (2004) = Mimi WHITE: The attractions of television. Reconsidering liveness. In: Nick COULDRY – Anna MCCARTHY (szerk.): *Mediaspace. Place, scale and culture in a media age*. Abingdon–New York, Routledge, 2004. 75–91.

WILLIAMS (1976) = Raymond WILLIAMS: *A televízió – technika és kulturális forma*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 1976.

# „A valóságshow-ról a diktatúra jut eszembe”

## A VV11 produkciós kereteinek és szerkesztési gyakorlatainak vizsgálata indirekt megközelítésben\*

GULD ÁDÁM

### 1. Bevezetés

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

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

---

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

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

2 CSÁSZI (2009)

3 CSÁSZI (2002)

Jelen tanulmány elsősorban ezzel a kérdéssel, a valóságshow-k produkciós kereteinek és szerkesztési sajátosságainak problémájával foglalkozik. A kutatás relevanciáját az adja, hogy a ValóVilág 11-hez hasonló programok esetében különösen nagy hangsúlyt kapnak a produkciós keretek, a műsor előállításának feltételei és körülményei, illetve az abban megnyilvánuló szerkesztési elvek. Ezeknek a termelői döntéseknek és gyakorlatoknak a vizsgálata számos összefüggést képes megvilágítani kulturális, jogi, etikai vagy akár médiagazdaságtani szempontból, amelyek együttes vizsgálatára tesztek kísérletet az alábbi szövegben, szakértőkkel készült interjúk segítségével. A tanulmány első felében összefoglalom a valóságshow-k produkciós kereteivel és szerkesztési gyakorlataival kapcsolatos fontosabb nemzetközi irodalmakat, majd ezek után ismertetem a kutatás pontos kérdéseit és módszertanát, valamint eredményeit.

## 2. Valóságshow-k, produkciós keretek, szerkesztési gyakorlatok

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

Az 1980-as éveket a televíziós sorozatok uralták, olyan elsöprő népszerűségnek örvendő tartalmakkal, mint a *Cheers*, a *The Cosby Show*, a *The Golden Girls*, a *Magnum, P.I.* vagy akár a Magyarországon is nagy sikerrel vetített *Dallas* című sorozatok.<sup>5</sup> Az 1990-es éveket a talkshow-k uralták, s ebben a műfajban rövid idő alatt a legkülönbözőbb formátumok terjedtek el a hétköznapi kibeszélő műsoroktól kezdve az A-listás sztárokat felvonultató későesti show műsorokig. Ehhez az korszakhoz olyan ikonikus programok megjelenése és felfutása kötődik, mint a *The Oprah Winfrey Show*, a *The Rosie O'Donnell Show*, vagy a botrányai okán hazánkban is jól ismert *The Jerry Springer Show*.<sup>6</sup> Az említett sorozatba illeszkedik a valóságtelevíziózás megjelenése és felfutása az 1990-es évek végén és a 2000-es évek során – ez a korszak, ami olyan klasszikusokat teremtett, mint a *The Real Housewives*, a *Jersey Shore*, az *America's Next Top Model* vagy a *The Bachelor*.<sup>7</sup> Mindebből az következik, hogy a műfaji invenciók területén máig a reality számít az egyik legújabb fejleménynek, amit azóta

---

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

5 BIANCULLI (2017)

6 CSÁSZI (2011)

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

sem követett hasonló horderejű változás. Ezt igazolja az is, hogy a 2010-es, de még a 2020-as években sem láttunk önálló újítást a televíziós formátumok piacán, ehelyett részben egy újabb sorozatkorszak kibontakozása figyelhető meg, részben pedig a reality műfaj további térnyerése tapasztalható olyan hibrid megoldásokban, amelyek korábban önálló formátumokat ötvöznek a valóságtelevíziózás világával. Itt említhetjük az újgenerációs tehetségkutatókat, kvízműsorokat, ismeretterjesztő programokat vagy a szappanoperák világához köthető dokureality megjelenését.<sup>8</sup>

A valóságtelevíziózás megjelenése az amerikai, majd később az európai médiapiacokon szorosan összefügg a korszakban zajló technológiai átállással. A televíziózás piacát ugyanis egészen az 1980-as évek végéig csatornaszűkösség jellemezte, ami az országosan elérhető, mainstream adók számát erősen lekorlátozta, így például az Egyesült Államokban az ABC, CBS és NCS, míg az Egyesült Királyságban a BBC és az ITV uralta ezt a média szegmenst. Ezek a csatornák nagyszámú közönség általános televíziózási igényeit szolgálták ki, lényegében az összes célcsoportnak kínáltak valamit, miközben egyszerre feleltek meg a tájékoztatás, az oktatás és a szórakoztatás követelményeinek. A helyzetben a műholdas és kábeltechnológiák megjelenése hozta el a valódi áttörést az 1990-es évek elején, s ezzel együtt elérkezett a csatornabőség korszaka is. Az ezzel együtt megjelenő új technológiai rendszerek új versenyfeltételeket teremtettek a szolgáltatók piacán, ami a specializálódás, a pontosabb célcsoportválasztás és a tematikus tartalomgyártás irányába mozdította el a televíziózást.<sup>9</sup> A robbanásszerűen növekvő csatornakinálat ezenfelül két irányban is kifejtette a hatását. Egyfelől a növekvő kínálat kielezte a nézők figyelméért folytatott versenyt, a gyártók és a szolgáltatók egyre feljebb tolták a közönség ingerküszöbét. Így a képernyőkön olyan tartalmak is feltűnhettek, amelyek például a szexualitás vagy az erőszak bemutatásának tekintetében korábban elképzelhetetlenek lettek volna a televíziózás világában. Másfelől a folyamat lehetőséget adott az alacsonyabb kulturális értékkel bíró populáris tartalmak térhódításának, amelyek korábban nem férhettek bele a szűkösebb kínálatba.

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

8 SLADE–NARRO (2013), LOVELOCK (2019)

9 LOTZ (2014)

10 LOVELOCK (2019)

lőket foglalkoztató műsorokat rövid idő alatt, költséghatékony módon lehetett legyártani, s a nézők mégis egy izgalmas, új terméket láthattak, amelyhez hasonlóval korábban nem találkoztak a műsorkínálatban.

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

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

A fenti gondolatmenethez csatlakozva ebben a tanulmányban amellet érvelek, hogy napjainkban a valóságshow-kat elsősorban nem konkrét formai vagy műfaji jellemzők, hanem sokkal inkább a produkciós keretek és a szerkesztési sajátosságok alapján tudjuk beazonosítani.<sup>16</sup> A valóságshow-k a kereskedelmi média jellegzetes termékei, amelyek termelését alapvetően gazdasági érdekeket kielégítő szempontrendszer határoznak

11 MURRAY–OUELLETTE (2009)

12 KAVKA (2012)

13 GULD (2021)

14 CORNER (2002)

15 DEERY (2015)

16 ESSANY (2013)

meg. Éppen ezért a műsorok elsődleges funkciója a közönség figyelmének megragadása és megtartása, a programok gyártása és szerkesztése pedig e célnak van alárendelve.<sup>17</sup> A műsorok hangsúlyos gazdasági funkciójából következik, hogy a valóságshow-k minden esetben erősen szerkesztett tartalmak, amelyekben a „valóság” bemutatása egyre kevésbé hangsúlyos törekvés, s ezzel a tényezővel ma már a közönség is tisztában van. Ezzel párhuzamosan a reality-k egy fiktív keretrendszerként kezelik a valóságot, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a műsorok csak a valóságosság látszatának próbálnak megfelelni.<sup>18</sup> Így a valóságshow-k gyártásának egyik tipikus gyakorlata, hogy a műsorok igyekeznek elfedni a tartalmak televíziúisan konstruált jellegét, például többnyire nem vagyunk beavatva a szereplők kiválasztásának folyamatába, nem ismerjük meg a stáb tagjait, soha nem látjuk a felvételt készítő kamerákat vagy a technikai munkatársakat.<sup>19</sup> Ugyanakkor például a szereplők bemutatásának gyakorlata, a történetmesélés jellegzetességei, bizonyos karakterek és helyzetek tudatos dekontextualizálása és rekontextualizálása, a tudatos jelentéskonstruálás nyilvánvaló folyamata a programok minden pillanatában leleplezik a készítők szándékait.<sup>20</sup>

A valóságshow-k gyártási körülményeinek és szerkesztési sajátosságainak tekintetében az itt említett megközelítések tehát hangsúlyosan foglalkoznak a „valóság” problematikájával. Bár az idézett szerzők nyilvánvaló tényként kezelik, hogy a reality műfajok az elnevezéssel ellentétben nem a „valóságot” ábrázolják, de elfogadják, hogy a formátum más műsортípusokhoz képest több „esetlegességi” tényezővel rendelkezik.<sup>21</sup> Ez abból adódik, hogy a műsorokban bemutatott szituációk nagy része ugyan előre eltervezett, de nem forgatókönyv szerint zajlik, illetve a fikciómentes (*non-fictional*) cselekményt amatőr szereplők mutatják be. Ugyanakkor a különböző valóságshow típusok között még ebben a tekintetben is jelentős különbségeket találunk, így például a tehetségkutatók, főzőműsorok, táncos vetélkedők és az egyszerű *trash reality*-k a profi/amatőr, fikciós/nem fikciós, szerkesztett/szerkesztetlen spektrum széles skáláján mozoghatnak. Ennek megfelelően az alábbiakban azt tekintem át, hogy a jellegzetes reality formátumok e tekintetben milyen jellemzőkkel bírnak.

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

---

17 HILL (2005)

18 SHARP (2005)

19 LOVELOCK (2019)

20 ESSANY (2013)

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

22 LOVELOCK (2019), KAVKA (2012)

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

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

A reality-k negyedik kategóriájába a szappanoperák és valóságshow-k házasságából született *dokureality*-k, vagy *scripted valóságshow*-k tartoznak, amelyek a 2000-es évek második felében jelentek meg.<sup>25</sup> A reality műfaján belül ezek a műsorok szakadnak el leginkább a valóság mint „objektív realitás” bemutatásától. Ez a produkció és a szerkesztés vonatkozásában megnyilvánul egyfelől a szereplők kiválasztásában (a cselekményt gyakran hivatásos színészek vagy ismert emberek mutatják be), másfelől a programok műfaji keretezésében (szappanoperákra jellemző dramaturgiai megoldások, archetipikus karakterformázás stb.). A formátum bár magán viseli a reality megnevezést, a kategóriába tartozó műsorok sokkal közelebb esnek a hagyományos szappanoperákhoz, mint a valóságshow-khoz. A dokureality-k a valóság illúzióját jobbra csak a tematikaválasztás és a vizuális szerkesztés szintjén őrzik meg, míg a történetészövés gyakorlata lényegében megegyezik a szappanoperákban megszokott megoldásokkal. Ez utóbbira lehet példa az aláfestő zenei elemek alkalmazása, a televíziós drámákra

23 LOVELOCK (2019)

24 HAY-OUELLETTE (2008)

25 HUFF (2006)



jellemző textuális stílus és a „reaktív helyett a konstruktív szerkesztési elvek”<sup>26</sup> alkalmazása.<sup>27</sup> A programok további jellemzője, hogy a szerkesztők tudatosan építenek a nézők médiajáratosságára és műfaji ismereteire, akik így a korábbi tapasztalataik alapján pontosan tisztában vannak azzal, hogy a dokureality-k fikciós elemekkel erősen gazdagított televíziós műsorok.

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

A szerkesztők által bevethető másik csali a médiaerőszak kontextusában értelmezhető. Császi Lajos témával foglalkozó írásaiban úgy fogalmaz, hogy az erőszak alapvetően az élet normális menetének hirtelen, váratlan megszakítását jelenti, ami a testi vagy lelki épségünket fenyegeti.<sup>31</sup> A jelen vizsgálat szempontjából azért érdemes ezt az általános definíciót alkalmaznunk, mert az elmúlt években az erőszak legkülönbözőbb megnyilvánulási formáival találkozhattunk a tárgyalt műsorokban. Ezeknek egy része a konkrét fizikai agresszióval azonosítható, például amikor a szereplők összeverekedtek vagy más egyéb módokon kockáztatták egymás testi épségét.<sup>32</sup> Mivel azonban a fizikai agresszió bemutatásának a nyugati világban komoly, sőt egyre szigorúbb szabályai vannak, leggyakrabban az erőszakos magatartásformák szimbolikus alakzataival találkozunk, ezek közül is leggyakrabban a verbális agresszió megjelenésével. Végül érdemes említést tennünk az erőszak egy harmadik típusáról is, amikor a veszély forrása az embertől független természeti tényezőkben található, például

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

27 LOVELOCK (2019): 11

28 GULD (2022)

29 ANDREJEVIC (2002)

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

31 CSÁSZI (2003)

32 *Verekedés a villában. VV Piros megütötte és megdobálta VV Anitát, tettéért ki is zárhatják – Videó.* [noizz.hu/szines/tettegess-g-a-villaban-vv-piros-megutotte-es-megdobalta-vv-anitattetteert-ki-is/3ht90sb](http://noizz.hu/szines/tettegess-g-a-villaban-vv-piros-megutotte-es-megdobalta-vv-anitattetteert-ki-is/3ht90sb)

egy őserdőben, veszélyes tengeri állatokban vagy éppen az extrém klimatikus viszonyokban. Ez utóbbi példákkal jellemzően a túlélő show-k között találkozunk.<sup>33</sup>

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

### 3. Kutatási kérdés és módszertan, adatközlők

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

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

33 SMITH–WOOD (2013)

34 STOKES (2002)

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

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

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

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

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

*Dr. Tari Annamária* klinikai pszichológus, pszichoterapeuta, szűkebb szakterülete az onkopszichológia, a pszichoanalízis, pszichoanalitikus kandidátus. A hazai médiumok rendszeres szereplője, sikerkönyvek szerzője, nagysikerű nyilvános előadásokat tart. Első könyve

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

36 [www.facebook.com/internetjogasz/?locale=hu\\_HU](https://www.facebook.com/internetjogasz/?locale=hu_HU)

37 [www.digitalhungary.hu/ki-kicsoda/Forgacs-Mariann/218/](https://www.digitalhungary.hu/ki-kicsoda/Forgacs-Mariann/218/)

38 [mertek.eu/magunkrol/kutatok/](https://mertek.eu/magunkrol/kutatok/)

*Intim szféra* címmel jelent meg 2003-ban, a kötet a kamaszkor pszichológiájára fókuszál. Több éve rendszeresen foglalkozik a fogyasztói társadalom hatásaival, a média és az emberi tényezők összefüggéseivel, a társadalmi változások egyénekre ható vonásaival. A témában eddig megjelent önálló kötetei: *Y generáció, Z generáció* (2023), *Ki a fontos: Én vagy Én?* (2013), *Generációk online* (2015), *Bátor generációk* (2017), *Online illúziók offline valóság* (2019), *Pillanatszerű boldogságok* (2021). A médiával foglalkozó írásaiban kiemelt figyelmet szentel a televíziós kultúrának, illetve azon belül a valóságshow-k szerepének is.<sup>39</sup>

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

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

## 4. Témakörök és eredmények

### 4.1. Első gondolatok, asszociációk

Az interjúk során összesen nyolc témakör érintésével jártuk körbe az előzőekben vázolt problémát. A válaszadók a vizsgálat első részében szabad asszociációs kérdések segítségével beszélhettek a valóságshow-khoz kapcsolódó benyomásairól, attitűdjeikről, ezeket öt kulcsfogalom említésével hívtam elő, úgymint a *mediatudatosság, televíziós bulvár, reality show, valóságshow celebek, ValóVilág*. A kategóriák alapján felidézett gondolatok azt tükrözik, hogy a szakértők alapvetően negatív véleményt alkotnak a televíziós bulvár kategóriájába tartozó reality-kről, s bár elfogadják, hogy ezek a műsorok nagyobb számú közönség érdeklődését köztöltték le a múltban, az újabb szériákkal kapcsolatban úgy vélekednek, hogy azok idejétmúlt, elavult formátumok. A téma kapcsán többek között a „kihalásra ítélt állatfajta”, a „trash” és az „ősdi” kifejezések kerültek elő, miközben a válaszokban az is megjelent, hogy a formátum

39 [hvgkonyvek.hu/szerzok/tari-annamaria](http://hvgkonyvek.hu/szerzok/tari-annamaria)

40 [www.trendinspiracio.hu/dr-torocsik-maria/](http://www.trendinspiracio.hu/dr-torocsik-maria/)

41 [nyitottakademia.hu/eloadok/zsolt-peter-69](http://nyitottakademia.hu/eloadok/zsolt-peter-69)

a hazugsággal, a manipulációval és az emberek kihasználásával is kapcsolatba hozható. Az egyik legradikálisabb vélemény szerint a valóságshow-k leginkább a diktatórikus rendszerekre hasonlítanak, ahol a szabadság megszűnik, és az élet szinte minden apró mozzanatát szigorú szabályrendszerek rögzítik.

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

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

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

#### **4.2. A reality műsorok története és fejlődése Magyarországon**

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

„Minél jobban belemásztam a dologba, egyrészt annál jobban megértettem, hogy miért tudja ez behúzni a nézőket. Külső értelmiségi attitűddel felfedezve azt, hogy ez a diktatúrának a leképezése, és hogy itt kiszolgáltatott helyzetben vannak ezek a fiatalok, és nem is tudják, hogy mibe mentek bele, ez egy dolog. Nem osztottam azokat a rendkívül aggasztó és félelemmel teli értelmiségi megnyilvánulásokat, amit a mi szakmánkban morális pániknak szoktak említeni. Végigsöpört a morális pánik az értelmiségen. Spirót tudnám

kiemelni ebből a körből, de tulajdonképpen bárkit, akár a MÚOSZ akkori elnökét is, akik már akkor a brazil szappanoperákat is szörnyűnek tartották és mindenféle tömegkultúrának a megnyilvánulásától rettegetek.” (Szociálpszichológus)

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

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

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

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

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

„Az első benyomásom az, hogy emelni kellett az ingerküszöböt és a tétet. A Big Brother-ben nem kellett különösebben nagy dolgokat csinálni, a fene sem emlékszik, hogy az első mellvillantásra ott hány hét múlva került sor. Miután nem vagyok a műsorok fogyasztója, csak ha valamilyen okom van rá, ezért nem merem azt mondani, hogy bezzeg ma a ValóVilágnak az ötödik percében ez megtörténik, de van egy olyan benyomásom, hogy elveszti azt a

fajta intimitását, hogy egy kicsi felkészülési időt adjon, hogy felizgassa a néző fantáziáját. (...) Most itt élünk, a közösségi médiás térben, iszonyú nehéz ebben emelni a tétet, bármelyikünk kiteheti a magánéletét mindenféle szerkesztés és komoly koreográfia nélkül is. Ebben a közegben versenyezni egészen extrém dolgokkal lehet, az egzotikus helyszín, a sztárok, a szexualitás egészen nyers megjelenési formái adhatnak még valami pluszt, de nehéz ebben a mai médiakörnyezetben ezzel a műfajjal jól menni.” (Médiaírogász)

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

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

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

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

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

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

### 4.3. A ValóVilág brand jellemzői és a VV 11 egyedisége

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

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

Az újítások, a formátum evolúciójának kérdéseire rátérve az interjúalanyok számos változást tudtak említeni. A válaszok alapvetően két irányba mutatnak, az első megközelítésből a médiakörnyezet változásaiból adódó szerkesztési újítások olvashatók ki, míg a második megközelítésben a műsor tartalmi jellemzőinek átalakulása került terítékre. A ValóVilágot az elmúlt 20 évben fokozatos technikai megújulás jellemezte, ami az online eszközök megjelenésével és széles körű elterjedésével párhuzamosan azt eredményezte, hogy a műsor egyre több interaktív elemmel gazdagodott. Az említett fejlődés a mai napig a 11-es szériával érte el a csúcspontját, amelyben minden korábbinál nagyobb szerepet kaptak az okoseszközök, a közösségi portálok



és a felhasználói tartalmak. Mindennek az volt a magyarázata, hogy a csatorna tudatosan a Z generációt választotta célcsoportnak, amely különösen fogékony az online megoldásokra és a hibrid formátumokra.<sup>42</sup> A folyamatról így beszélt a megkérdezett közösségi-médiaszakértő:

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

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

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

Ugyancsak az agresszióra kifutó helyzetek elszaporodását emelte ki a témában nyilatkozó pszichológus is, aki nem csak az erőszakos helyzetek térhódítását látja problémásnak, hanem azt is, hogy ezek gyakorlatilag már az első epizódtól fogva kiemelt figyelmet kaphattak a műsorra jellemző szerkesztési gyakorlatok eredményeként. Súlyos problémaként beszélt arról is, hogy az agresszív cselekedeteket a játékmesterek szabadjára engedték, vagyis alig-alig szankcionálták, erre tényleg csak a legdurvább esetekben láthattunk példát. Ennek elsősorban az a kockázata, hogy a műsor normalizálja, elfogadhatóvá teszi az erőszak nyílt megnyilvánulási formáit, ami teljesen világosan látszik a verbális agresszió esetében, de időnként még a fizikai erőszak kapcsán is előfordult a 11-es szériában. Az interjúalany így beszélt erről:

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

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

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

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

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

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

„Egyiket sem engedtem volna élő adásban. Ez káros tartalom. Egy tizenéves, de még egy huszonéves sem tudja dekódolni, hogy ez csak a játék, a hülyeség rész, vagy komolyan veszélyeztetjük. A büntetőjogban létezik egy olyan bűncselekmény, amit közlekedési balesetek alkalmával lehet elkövetni: cserbenhagyás, segítségnyújtás elmulasztása, de amikor ezeket a képsorokat néztem, konkrétan azt éreztem, hogy a másik nyolc-kilenc ember, aki

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

44 Való Világ: Guinness-rekordokat próbáltak újraalkotni a villalakók, de csak szenvedés lett belőle. [24.hu/szorakozas/2023/01/04/valovilag-vv11-guinness-rekordok-video/](http://24.hu/szorakozas/2023/01/04/valovilag-vv11-guinness-rekordok-video/)

ott van, nem segít annak, aki ezt a helyzetet elszenvedi. Azért döbbsent arcok voltak a szereplőkön, de senki nem szólt, hogy álljunk le, ezt ne csináljuk.” (Internetjogász)

#### 4.4. A VV11 szerkesztési gyakorlatainak általános megítélése

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

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

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

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

„Ez nyilván egy komoly gazdasági érdeknek a leképeződése. Szponzorokról, hirdetéséről, esetleg eladható karakterekről beszélünk itt. Azt gondolom, hogy a szerkesztettség egyre növekvő arányú a szériákban. Egyre inkább nem a spontaneitás érhető tetten, hanem hogy a számunkra nem látható, de létező igényeket kiszolgálják, ami nézettség-növeke-

déshez, platformok elnyeréséhez kapcsolódik. Azt gondolom, hogy ez a szerkesztettség egyre komolyabb munka is, mert ahogy említettem, az érdeklődés csökkenő. Ahhoz, hogy fennmaradjon, ahhoz, hogy mindig lehessen valamiről beszélni, komoly háttérmunka kell szerintem.” (Közgazdász, marketing szakértő)

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

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

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

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

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

látunk, tulajdonképpen normális vagy egész egyszerűen érdektelen. Igaz lehet ez a szereplők társadalmi és kulturális helyzetéből fakadó problémákra, a megjelenített személyiségtípusokból származó egyre durvább konfliktusokra vagy éppen a cselekményben megjelenő szélsőségekre.

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

#### 4.5. Szerkesztettség és a casting folyamata

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

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

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

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

„Sosem volt egyik valóságshow sem reprezentatív abból a szempontból, hogy valóban az adott korosztály legsokszínűbb választékát mutassa fel. Eleve, aki egy ilyen műsorba jelentkezik, az már egy olyan komoly szűrő, ami az adott korcsoportnak, és ez teljesen hasraütésszerű, 70%-át minimum félreteresi. A 70%-át nem lehet reprezentálni, mert sose menne be egy ilyen műsorba különböző okokból. Ez biztosan nem egy generáció teljes felmutatása, ez a generáció legextrovertáltabb tagjai közül valamilyen szempontok mentén kiválasztott csoport, akiről lehet sok mindent mondani, aki alapján lehet az adott korosztályra vonatkozó következtetéseket levonni, de a következtetések levonása sohasem ugyanazt a mennyiségű és minőségű figyelmet fogja kapni, mint maga a műsorszám.” (Médiajogász)

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

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

A kérdés kapcsán az is felmerült, hogy a szerkesztők gyakran téves megközelítést alkalmaznak a kiválasztás folyamatában. Az alábbi beszámoló alapján a félreértés abból származik, hogy a kiválasztás során olyan embereket is beválogatnak a játékba, akik önmagukat adják, vagyis nem „játszmáznak”. A szociálpszichológus szerint ez azért jelent óriási kockázatot, mert ezek

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

a karakterek a villára jellemző extrém körülményeket rosszul viselik, illetve nagyobb eséllyel szenvednek el maradandó lelki sérüléseket a játékban, esetleg azt követően a villalét után. A hazai valóságshow-k történetéből tudjuk, hogy ez a megoldás akár egy egész élet kisiklásához is vezethet.<sup>47</sup> A médiaipar pedig ennek ellenére is olyan szerződéseket kényszerít rá gyakran lelkileg sérült fiatalokra, amelyek lehetséges következményeit egyes szereplők aligha képesek felmérni:

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

A szakértő az alábbiak szerint pontosította véleményét:

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

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

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

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

48 HILL (2005)

típusú jó érzések átélése, amik a látott személyek leértékelése mentén jöhetnek létre. Mind a kettő agresszív kategória.” (Psziológus)

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

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

#### 4.6. Szerkesztettség és cselekmény

Ahogy az a tanulmány elméleti bevezetőjéből kiderült, különböző valóságshow-k különböző szerkesztési gyakorlatokat követnek, és a műsorokban a profi/amatőr, fikciós/nem fikciós, szerkesztett/szerkesztetlen kategóriájú tartalmak legkülönbözőbb változataival találkozhatunk.<sup>49</sup> Azonban mivel a valóságshow-k a kereskedelmi tömegmédiá jellegzetes termékei, ezért a programok szerkesztési megoldásai elsősorban a piaci igények kielégítését szolgálják – ez a műfaj 20 éves hazai történetét vizsgálva az ingerküszöb egyértelmű emelkedését eredményezte. Összességében mégis nagyon izgalmas kérdés, hogy a megkérdezett szakértők mit gondolnak arról, hogy a VV11 esetében mekkora hatást gyakorolt a szerkesztettség a cselekményre, illetve a fogyasztók elé kerülő produktumban vajon mennyire ismerhetők fel tudatos szerkesztői stratégiák vagy az ezzel kapcsolatos szándékok. Az interjúk hatodik szakaszában arra is kitértünk, hogy a válaszadók emlékeznek-e a műsorral kapcsolatos nagyobb botrányokra vagy leleplezésekre, illetve arra, hogy ezeknek milyen szerepe lehetett a közönség figyelmének irányításában. Az interjú a kérdéssel összefüggésben azt a problémát is tematizálta, hogy az említésre kerülő esetek hogyan csapódhatnak le egy átlagos nézőben, és mindez mit árulhat el a műsor szerkesztési evolúciójáról.

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

„Mindenképpen, mert e nélkül nem is tudna fennmaradni egy ilyen produkció. Az, ahogy működött a legelső, szerintem ma viszonylag hamar elvérezne. Szerintem kevesen vagyunk olyanok, akik a nosztalgia kedvéért megnéznék azt, hogy hogy működik ez az egész. Nyilván érdekes azt látni, hogy az aktuális kor elvárásait hogyan tudják beleépí-teni a szerkesztők, hogy tudják használni a formátumnál a szereplőknél ezt az érdeklődés fenntartására. (...) Azon gondolkodtam, amikor a botrányok napvilágot láttak, hogy va-

49 NUNN–BIRESSI (2005)



jon ez benne van a forgatókönyvben, és azért kell, mert hogy egyébként nem néznék, folyamatosan kell valami iszonyú erős inger, ami ugye a Z generációra jellemző. Nem elég, hogy történik valami, hanem valami olyannak kell történnie, amitől lerepül a hajad.” (Közösségimédia-szakértő)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

„Az biztos, hogy ezeknél a típusú jeleneteknél mindig benne van a pakliban, hogy ezek szerkesztett adások. Ha ezek bekerülnek, ezeknek van egy legitimációs ereje. Ez nem egy reflektált bemutatása a nők elleni erőszaknak, ez azt mondja, hogy ez megtörténik, és ha megtörténik, mi adásba adjuk, ahelyett, hogy valamilyen módon megpróbálnánk azonnal keretezni, és átkeretezni. Nyilván nehéz ezt jól csinálni, hogy ne legyen nagyon didaktikus, de pusztán bemutatni, hogy ez meg tud történni, emberek ilyen kiszolgáltatott helyzetbe kerülhetnek egy erőszakos fellépés miatt.” (Média jogász)

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

50 MOORTI–ROSS (2004)

51 Z-GENERÁCIÓ: exkluzív műsor a Való Világ 11 nemzedékéről. rtl.hu/valovilag/2022/12/22/z-generacio-exkluziv-musor-valovilag11-nemzedek-beszelgetes-szakerto-puskas-dallos-peti

egy olyan rövidtávú gazdasági stratégiát, amelyben a „közjót” a pillanatnyi haszonszerzés funkciójának rendelik alá.

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

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

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

#### **4.7. Szerkesztési gyakorlatok hatása a közönségre**

A kutatás hetedik fázisában arra törekedtem, hogy a szakértői vélemények alapján még pontosabb képet alkossak arról, hogy a VV11-re jellemző szerkesztői megoldások milyen hatást fejthetnek ki a közönségre. A probléma kapcsán azzal is foglalkoztunk, hogy a nézők vajon miért követik a műsort, egyáltalán kik lehetnek 2023-ban a ValóVilág állandó követői, és mennyiben változhatott ez a korábbiakhoz képest. Az interjú során itt arra is kitértünk, hogy a program közönségén belül milyen nézői típusokat lehet elkülöníteni, ezek közül kire fejthet ki nagyobb befolyást a tartalom, illetve a negatív következmények mellett vajon beszélhetünk-e pozitív hatásokról. Az elhangzottak alapján úgy tűnik, hogy a műsorban bemutatott tartalmak bizonyos jelenségekkel kapcsolatban képesek lehetnek a közönség percepciójának megváltoztatására, de ez a hatás különböző nézői csoportokban különböző mértékű lehet.<sup>52</sup> Abban viszont mindenki egyetértett, hogy 2023-ban egy hazai gyártású valóságshow már nem tud átütő hatást elérni pusztán abból kifolyólag, hogy ma már olyan sok csatornán keresztül érhető el olyan sok tartalom, hogy az adott műsor nézettsége még akkor sem lehet igazán magas, ha a szerkesztők egyre extrémebb megoldásokkal próbálják megragadni a figyelmet.

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

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

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

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

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

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

„Alapvetően mégiscsak azt lehet látni, hogy ez a generáció jóval tudatosabb, jóval kritikusabban gondolkodik, a menők korlátozzák a saját közösségi médiahasználatukat napi fél órára. Azt is tudják, hogy a napi fél óra az a maximum idő, amit mentális egészségkárosító hatás nélkül el lehet tölteni online a közösségi médiában. Ők ezt a fél órát is célzott tartalmakra fordítják, amik az érdeklődési körükbe tartoznak. Van az a kiszolgáltatott, kevésbé edukált, alulszocializált réteg, aki nem így működik. Mindig is lesz ilyen réteg, hacsak nem válunk Finnországgá.” (Kommunikációs szakember)

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

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

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

53 Z-GENERÁCIÓ: *exkluzív műsor a Való Világ11 nemzedékéről*. rtl.hu/valovilag/2022/12/22/z-generacio-exkluziv-musor-valovilag11-nemzedek-beszelgetes-szakerto-puskas-dallos-peti

54 HETSRONI (2011), KAVKA (2017)

„Haladva a 2020-as évek felé, az a fajta agresszívabbá váló érzelmi viszony, ahogy viszonyulnak az emberek is általában egymáshoz, annak egy érdekes esetvignettája is volt. (...) Azzal, ahogy a szexualitás alakul, azt gondolom, hogy annak az evolúciója is tükrözi azt a fajta leértékelődést, amit leírnak a kutatók általában, az online tér vagy közösségi média térnyerése, az élet gyorsasága kapcsán. Az érzelmek gyors átélése elvárás lesz, a valóságuk mintha megkérdőjelezhetetlen lenne, így sem mélységük, sem valódi megtartó erejük nincsen, csak növekszik alatta az a tudattalan bizalmatlanság, ami elvezet odáig, amit néha látunk, hogy a Z generációnak a szexualitás egy dolog, amin túl kell esni, amit lehet művelni, de ha nem muszáj, nem kell vele érzelmeket átélni, egy ilyen szükséglet.” (Pszichológus)

Mindezt így fejtegette tovább az interjúalany:

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

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

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

#### **4.8. Szerkesztési gyakorlatok önálló szakmai szempontok tükrében**

Az interjúk utolsó szakaszában igyekeztem teret adni annak, hogy az interjúalanyok a saját szakterületük szempontrendszerai alapján összegezzék a VV11 szerkesztési sajátosságai-val kapcsolatos benyomásaikat. A témakonstrukcióval összefüggésben arra kérdeztem rá,

hogy az elhangzottak alapján hogyan látják a valóságshow-k korábbi, jelenlegi és jövőbeli szerepét, szakmai szempontok alapján mit tartanak leginkább problémásnak a szerkesztői gyakorlatokban. Kitértünk arra, hogy mit gondolnak a csatorna és a fogyasztó felelősségének viszonyáról, és milyen javaslatokat tennének arra vonatkozóan, hogy hogyan kellene kezelni a jelenlegi szerkesztési gyakorlatokból származó problémákat. Végül azt szerettem volna megtudni, hogy vajon milyen szerkesztési elveket kellene követni ahhoz, hogy biztonságosabbá tegyünk a valóságshow-k világát.

A valóságshow-k jövőjével kapcsolatban a szakértők egyelőre nem számítanak nagyobb horderejű változásokra. Érvelésük szerint a hagyományos reality-k ideje lejárt, a formátum elfáradt, a nézők már mindent láttak, ami érdekes lehet. A válaszok között az is elhangzik, hogy az elmúlt 20 év során jelentős változások történtek abban a mediális térben, amiben a valóságshow-k más tartalmakkal versenyeznek. Nemcsak a csatornák és az azokon elérhető tartalmak száma nőtt robbanásszerűen, hanem a közösségi média és a felhasználói tartalmak térhódításával ma már mindenki képes arra, hogy a „saját valóságshow-jának főszereplője legyen” – a hétköznapi témákkal foglalkozó privát posztokban éppen ezt látjuk megvalósulni. Ezzel együtt a valóságshow-k elveszítették a különlegességüket, mások életének kukkolása ma már nem egy bizsergetően izgalmas újdonság, hanem a mindennapok része.

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

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

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

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

Amikor egy formátum elkezd kimerülni, akkor (...) már nem tud újat mondani. A divat, ha az egyre nagyobb gallér a divat, akkor nem azt szokta csinálni, hogy még nagyobb lesz (...),

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

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

„Megpróbálnék jó példát mutatni. Időről-időre azért lehet látni a social térben olyan tartalmakat, amik mindenkinek megmelengetik a szívét, lelkét. Amikor mondjuk azt látod, hogy egy hajléktalannak szendvicset visz valaki. Vagy egy támogató kommentet ír egy bejegyzés alá. Milyen jó lett volna, ha lett volna egy olyan tematikus hét, ami jó példát mutat. Például, hogy milyen hatása van annak, ha mondjuk a kommenteknél pozitív dolgokat írsz és nem a negatívát, a vitát keresed. Mindenhol a fröcsögés, a negatív komment van, minősíthetetlen stílusban és az a baj, hogy ezt látják a gyerekek a szülőktől, és utána ezt tekintik példának, hogy így kell kommunikálni a másikkal.” (Közösségimédia-szakértő)

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

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

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



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

## 5. Összegzés

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

Először is le kell szögeznünk, hogy a műsor 11-es évadában tapasztalható változásoknak ugyan voltak előjelei a korábbi szériákban is, de a VV11 produkció olyan szélsőséges szerkesztési megoldásokat alkalmazott, amelyekkel eddig nem találkozhattak a hazai fogyasztók. A szakértők ezzel összefüggésben számos problémát azonosítottak, ezek pedig egyszerre érintenek a szereplők kiválasztásával, a cselekmény bemutatásával és a közönség manipulálásával kapcsolatos praxisokat. A szereplők kapcsán mindenki egyetért abban, hogy a műsort egyre extrémebb személyiségek beáloztatásával igyekeztek vonzóbbá tenni a szerkesztők, ez pedig a diszfunkcionális magatartásformák eluralkodását, az individualizmus túlbujánzását, a kooperációs készségek leértékelődését, a verbális és fizikai agresszió általánossá válását eredményezte. Általános vélemény, hogy a szerkesztési gyakorlatokon keresztül a VV11 normalizálta, elfogadhatóvá tette az erőszak nyílt megnyilvánulási formáit, mindezt úgy, hogy közben a műsor készítői rendszeresen megalázó helyzetekben mutatták be a játékosokat. A képernyőre kerülő jelenetek mögött világosan kirajzolódnak azok a szerkesztői szándékok, amelyek az egyre megbotránkozottabb tartalmak bemutatásában érdekeltek, s melynek eredményeként általánossá válik a cselekmény tudatos torzítása és átkeretezése, ezen keresztül pedig a közönség manipulációja.

A vélemények szintén egybevágnak azzal összefüggésben, hogy a VV11 készítőinek tisztában kell lenniük a műsor közönségre gyakorolt hatásával, azzal, hogy a szerkesztés eredményeként a programba bekerülő káros tartalmaknak hosszabb távon komoly negatív hatása lehet. Ezek mögött a gyakorlatok mögött egyértelműen a tudatos manipuláció szándéka húzódik meg, vagyis a problémás jelenetek csakis szándékosan kerülhetnek be például a napi összefoglalókba akkor is, ha ezekről a program készítői nyilvánvalóan tudták, hogy azok jogszabályokat sértenek, és kifejezetten káros hatást gyakorolhatnak a nézőkre. A műsor lehetséges negatív hatásai között többek között szóba került az elidegenedés, a közöny, az empátia hiánya, az áldozathibáztatás, az emberek tárgyiasítása, a verbális és fizikai agresszió normalizálása, a manipuláció és a sexualitás kiüresedése, áruba bocsátása. A válaszadók

egyértelmű aggodalmukat fejezték ki amiatt is, hogy miközben a produkció kifejezetten a Z generációt tekintette célcsoportnak, a csatorna teljesen figyelmen kívül hagyta a korosztály igényeit, ignorálta azt a tényt, hogy a korcsoport és a lehetséges nézők egy része 18 év alatti, a másik része pedig még mindig olyan érzékeny életkorban van, amelyben zavart okozhatnak a műsorban megjelenő káros tartalmak.

A beszámolókból kiderült, hogy a fent vázolt változások okát a szakértők elsősorban a formátum kifáradásában és a fokozódó piaci versenyben látják. A 2020-as években érezhetően kisebb az érdeklődés egy 20 éves formátum iránt, a nézők gyakorlatilag már mindent láthatnak abból, ami szabályozott keretek között megtörténhetett egy valóságshow-ban. Az újdonság varázsa elszállt, a figyelem megragadása pedig ma már egyre nehezebb. Különösen azt figyelembe véve, hogy a még mindig erősen szabályozott televíziós piac egy olyan online piaccal kényszerül versenyre, ahol bármilyen igény egy kattintással kielégíthető, és ahol mások életének, intim pillanatainak leleplezése hétköznapi gyakorlattá vált a közösségi médiában.

Ezek a körülmények a piaci érdekek mentén abba az irányba terelték a szerkesztőket, hogy minden eddiginél problémásabb szereplők kerüljenek a villába, és azok egyre extrémebb szituációkba keveredjenek akkor is, ha ezzel a csatorna szabálysértéseket követett el. Azonban ez a szakértők véleménye alapján csak vesztes játszma lehet, mivel a gazdasági haszonszerzés érdekében elkövetett visszaélések és az ingerküszöb emelése nem folytatható a végtelenségig. Ráadásul amellet, hogy a csatorna ezzel a gyakorlattal egyértelműen beazonosítható negatív hatást gyakorol a közönségre, elsősorban a fiatalokra, a saját imázsán is foltot ejt. Ugyanakkor a gyakran elhangzott végkövetkeztetés nem fest derűs képet a jövőről: az eddigi logika alapján a folytatás sorsa nem jogi vagy etikai elvek, hanem a nyers gazdasági érdek mentén fog eldőlni.

## Melléklet

1. számú melléklet: a szakértői interjúk vezérfonala

### SZAKÉRTŐI INTERJÚ – FORGATÓKÖNYV

#### A VV11 produkciós kereteinek és szerkesztési gyakorlatainak vizsgálata

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

#### 1. Bemutatkozás

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

#### 2. Asszociációk

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

#### 3. A VV 11 szerkesztési sajátosságai

Kulcskérdés	Segítő kérdések
<i>Reality műsorok története, fejlődése Magyarországon</i>	Mikor találkozott először a reality műsorokkal? Mi volt a benyomása ezekről a műsorokról akkoriban? Milyen különböző reality show-kat ismer? Régi és jelenleg is futó lehet. Milyen fejlődési ívet lát a hazai reality show-kban az elmúlt 20 év során?
<i>A VV márka jellemzői, VV11 egyedisége</i>	Mi volt és mi a jelenlegi benyomása az RTL ValóVilág című műsora kapcsán? Mit gondol, van egyedi jellege a VV-nek? Ha igen, mi lenne az? Miben más? Változott a sorozat egyedisége az elmúlt szériákban? Milyen újításokat érzékelt a VV szériákban? Ezek közül mi az, ami Önnek a leginkább izgalmas szakmai szempontból? Miért érdemes követni a történéseket?

<p><i>A szerkesztettségéről általában</i></p>	<p>Hogyan ítéli meg a valóságshow-k szerkesztési gyakorlatát?  Hogyan vélekedik a VV11 szerkesztési gyakorlatáról?  Ön szerint mennyire reális a villalakók által reprezentált társadalmi, kulturális valóság?  Mennyire reális az, hogy a résztvevők magukat adják?  Mit gondol, mennyire játszanak olyan szerepeket, amelyeket a műsor szerkesztői találnak ki?  Mit gondol, egy átlagos néző mennyire látja át ezeket a szerkesztési gyakorlatokat?  Milyen távolabbra mutató következményei lehetnek ezeknek a szerkesztési gyakorlatoknak?</p>
<p><i>Szerkesztettség és szereplők</i></p>	<p>Mit gondol, kik kerülnek be a műsorba?  Mit gondol, ez milyen üzenetet közvetít a nézők felé?  Mennyire reprezentálhatják a szereplők a mai fiatalságot?  Lehet-e a szereplők jellemének, viselkedésének hatása a nézőkre?  Tekinthezik őket példaképnek a fiatalabb nézők?</p>
<p><i>Szerkesztettség és cselekmény</i></p>	<p>Mit gondol, mennyiben hat a szerkesztettség a cselekményre?  Emlékszik-e korábbi botrányokra vagy leleplezésekre a hazai reality-k világából?  Emlékszik-e ilyen esetre a VV11 kapcsán?  Milyen ValóVilág történetre kapta fel a fejét legutóbb?  Mit gondol arról, hogy ez az eset hogyan csapódhat le egy átlagos nézőben?  Mit gondol, mit árul el ez az eset a műsor evolúciójáról?</p>
<p><i>Szerkesztettség és közönség</i></p>	<p>Ön szerint miért nézik az emberek a valóságshow-kat?  Ön szerint kik nézik/követik a ValóVilág reality show-t?  Változott ez a korábbiakhoz képest?  Hogyan írná le a nézőközönséget? Vannak ezen belül jellemző típusok?  Mit gondol, milyen hatással van a VV a nézőire?  Kikre fejtheti ki a legnagyobb befolyást?  Mik lehetnek a műsor pozitív és negatív hatásai a nézőkre?</p>
<p><i>Szerkesztési gyakorlatok és önálló szakmai szempontok</i></p>	<p>Saját szakmai szempontjai szerint hogyan látja a valóságshow-k korábbi és jelenlegi szerepét?  Szakmai szempontok alapján mit tart problémásnak a szerkesztői gyakorlatokban?  Mit gondol, a csatorna és a fogyasztó felelősségének viszonyáról ebben a tekintetben?  Milyen javaslatokat tenne arra vonatkozóan, hogy hogyan kellene kezelni a szerkesztési gyakorlatokból származó problémákat?  Ön szerint milyen szerkesztési elveket kellene követni ahhoz, hogy biztonságosabbá tegyünk a valóságshow-k világát?</p>

## Források és irodalom

### Felhasznált irodalom

ANDREJEVIC (2004) = Mark ANDREJEVIC: *Reality TV. The Work of Being Watched*. New York, Rowman & Littlefield Publishers, 2004.

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

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

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

CsÁSZI (2002) = CsÁSZI Lajos: *A média rítusai*. Budapest, Osiris Kiadó, 2002.

CsÁSZI (2003) = CsÁSZI Lajos: *Tévéerőszak és morális pánik*. Budapest, Új Mandátum, 2003.

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

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

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

ESSANY (2013) = Michael ESSANY: Reality check. The business and art of producing reality TV. London, Taylor & Francis, 2013.

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

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

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

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

HILL (2005) = Annette HILL: *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. London, Routledge, 2005.

- HUFF (2006) = Richard M. HUFF: *Reality television*. London, Bloomsbury Publishing, 2006.
- JENEI (2002) = JENEI Ágnes: Több, mint kukkolás, Dr. Buda Béla pszichiáter a valóságshow-król, *Médiakutató*, 2002/tél. [www.mediakutato.hu/cikk/2002\\_04\\_tel/03\\_tobb\\_mint\\_kukkolas](http://www.mediakutato.hu/cikk/2002_04_tel/03_tobb_mint_kukkolas)
- KAVKA (2012) = Misha KAVKA: *Reality TV*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 2012.
- KAVKA (2012) = Misha Kavka: *Sex and reality TV. The pornography of intimate exposure. In The Routledge companion to media, sex and sexuality*. London, Routledge, 2012.
- KOTTAK–KOZAITIS (2003) = Conrad Phillip KOTTAK – Kathryn A. KOZAITIS: *Prime-Time Society. An Anthropological Analysis of Television and Culture*. Belmont, Wadsworth Publishing, 2003.
- LOTZ (2014) = Amanda D. LOTZ: *The Television Will Be Revolutionized*. Second Edition. New York, New York University Press, 2014.
- LOVELOCK (2019) = Michael LOVELOCK: *Reality TV and Queer. Identities Sexuality, Authenticity, Celebrity*. Ho Chi Minh City, Macmillan, 2019.
- MAYER (2013) = Vicki MAYER: *Cast-aways. The plights and pleasures of reality casting and production studies. A companion to reality television*. [www.academia.edu/5811970/Cast\\_aways\\_The\\_Plights\\_and\\_Pleasures\\_of\\_Reality\\_Casting\\_and\\_Production\\_Studies](http://www.academia.edu/5811970/Cast_aways_The_Plights_and_Pleasures_of_Reality_Casting_and_Production_Studies)
- MURRAY–OUELLETTE (2009) = Susan MURRAY – Laurie OUELLETTE: *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York, New York University Press, 2009.
- MOORTI–ROSS (2004) = Sujata MOORTI – Karen ROSS: Reality television. Fairy tale or feminist nightmare? *Feminist Media Studies*, 2004/2. 203–231.
- NUNN–BIRESSI (2005) = Heather NUNN – Anita BIRESSI: *Reality TV. Realism and revelation*. New York, Columbia University Press, 2005.
- HAY–OUELLETTE (2008) = James HAY, Laurie OUELLETTE: *Better living through reality TV. Television and post-welfare citizenship*. Hoboken, Wiley-Blackwell, 2008.
- SHARP (2005) = Matthew J. SHARP: *The Reality of Reality Television: Understanding the Unique Nature of the Reality Genre in Copyright Infringement Cases*. Vand. J. Ent. & Tech. L., 2005. [www.scholarship.law.vanderbilt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1410&context=jetlaw](http://www.scholarship.law.vanderbilt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1410&context=jetlaw)
- SLADE–NARRO (2013) = Alison F. SLADE – Amber. J. NARRO: *Reality Television: Oddities of Culture*. Lanham, Lexington Books, 2013.
- SMITH–WOOD (2013) = Matthew J. SMITH – Andrew F. WOOD: *Survivor Lessons. Essays on Communication and Reality Television*. Jefferson, McFarland & Company, 2013.

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

## **Források**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





# „Ami egy férfinál normálisnak számít, az egy nőnél nem feltétlenül az.”

Nemi szerepek, férfi és női karakterek megjelenése és megítélése az  
RTL ValóVilág 11 című műsorában\*

GULD ÁDÁM

## 1. Bevezetés, előzmények

A ValóVilágot 2002-ben kezdte el sugározni az RTL Klub, válaszként a TV2 csatornán futó Big Brother című valóságshowra. A kereskedelmi csatornák közötti kielezett verseny okán a két műsor jelentős mértékben hasonlított egymásra. A játék lényege, hogy a résztvevők a külvilágtól elzárva élnek egy házban, és bizonyos időközönként az egyik szereplőt kiszavazzák, míg a játék végén egy nyertest hirdetnek, aki megnyeri a főnyereményt. A két műsorban a bekerülés és a kiesés módjában volt csak némi különbség, a ValóVilág esetében ugyanis a nézők dönthették el, hogy több játékos jelölt közül ki kerülhessen be a villába, ahogyan azt is, hogy a szereplők által párbajra küldött játékosnak vagy az általa párbajra hívott társának kell-e távoznia a villából. A műsor készítői a nyolcadik évadban újjáértékelték a Big Brother licencét, így egy hibrid műsor jött létre, azonban a játékmenet szempontjából megtartották a ValóVilág alapjait. A ValóVilág széria az indulásakor kiugróan magas nézettségnek örvendett, az első show-t 1,5 millió néző követte, és az érdeklődés folyamatosan fokozódott, míg a legnépszerűbb adás a negyedik évad fináléja lett, amit már 2,3 millió néző tekintett meg. Ezt követően a program nézettsége fokozatosan csökkent, míg az RTL II csatornán futó évadokat már csak néhány százezer néző kísérte figyelemmel.

A ValóVilág 11 (gyakran használt rövidítéssel VV11) a ValóVilág reality műsor tizenegyedik szériája, amelyet az előző öt évadhoz hasonlóan ismét az RTL II csatornán került bemutatásra. A műsor 2022 novemberében vette kezdetét, amely a korábbi években már jól megszokott ValóVilág és a Big Brother reality sorozatok keveréke helyett már csak a ValóVilág formációját vitte tovább. A műsor első ajánlója 2022. június 22-én került képernyőre, ugyanazon a napon indult a jelentkezés a leendő villalakóknak. A bulvármédiában és a közösségi felületeken 2022 októberétől kezdve folyamatosan feltűntek a műsor promóciójával kapcsolatos tartalmak, míg az első rész 2022. november 20-án került adásba.

---

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

## 2. Társadalmi nem, férfi és női szerepek a valóságshow-k világában

Az elmúlt bő egy évtizedben különösen nagy figyelem hárul a társadalmi nem kérdéskörére, s ezzel összefüggésben arra, hogy a televíziók népszerű szórakoztató műsoraiban hogyan konstruálódnak meg egyes férfi és női szerepek. A feminista alapokon nyugvó nőkutatások (Women's Studies), illetve az 1980-es években megjelenő férfikutatások (Men's Studies vagy Masculinities Studies) rendszeres kutatási témája, hogy a tömegkommunikációs médiumokban megjelenő tartalmak milyen képet közvetítenek a társadalmi nemekkel kapcsolatos aktuális elvárásokról és normákról.<sup>1</sup> Az említett kutatások elsősorban arra kérdeznak rá, milyen attribútumai vannak a nőiességnek és a férfiaságnak, mindez milyen módon kerül bemutatásra a programokban, illetve hogy a tartalmak hogyan rezonálnak a közönséggel.<sup>2</sup>

A korai kutatások megállapították, hogy a televíziós tartalmakban látható női és férfi karaktereket rendszerint jól beazonosítható gender sztereotípiák szerint alkották meg, amelyekre jellemző az aktív és domináns férfi, valamint a passzív és szubmisszív nő megjelenése. Emellett szintén a korai vizsgálatok világították meg azt a tényt, hogy a televíziós műsorokban szám szerint is több férfi jelent meg, mint nő, s ez a különbség a főbb szerepekben még hangsúlyosabban jelentkezik.<sup>3</sup> A változás első nagyobb hulláma az 1990-es években érkezett meg, amikor részben éppen a témában végzett kutatások hatására egyre nagyobb hangsúly került a korábbi gyakorlatok megreformálására, ami együtt járt a diverzebb szerepkonstrukciók bemutatásával és a társadalmi nemmel kapcsolatos kérdések széles körű tematizációjával.<sup>4</sup> Ebben a folyamatban jelentős szerepet kaptak a valóságshow-k is, így a kérdés alaposabb vizsgálata is indokolt.

A kutatási probléma konceptualizálásához ugyanakkor mindenekelőtt elengedhetetlen két alapfogalom tisztázása, a gender vagyis társadalmi nem, illetve a reality show vagy valóságtelevíziózás kategóriáinak meghatározása. Watson és Hill nyomán a társadalmi nemet a továbbiakban olyan kulturális fogalomként használom, amely azt a folyamatot írja le, ahogyan az egyén egy adott nemhez társítható viselkedésre, attitűdökre és hiedelmekre reflektál. A társadalmi nemmel kapcsolatos koncepciók gyakran a nemi sztereotípiákon keresztül működnek, amelyek a nemekkel általánosan társított jellemzők szűken meghatározott halmaza. Továbbá a társadalmi nem fontos jellemzője, hogy mindig egy adott nemi szerep társadalmi normáihoz igazodik, így a férfiakhoz, nőkhöz vagy transzgender személyekhez kapcsolódó elvárások korszakonként és egyazon időszakban kultúránként is eltérőek lehetnek.<sup>5</sup> A valóságtelevíziózáson pedig azokat a műsorokat értem, amelynek a szereplői hétköznapi emberek, vagyis nem professzionális színészek, viszont egy professzionális produkciós keretek között megvalósuló szórakoztatóműsorban szerepelnek.<sup>6</sup> A valóságshow-k szereplői nem előre megírt párbeszédet folytatnak egymással, viszont a felvétel körülményei és maga a végtermékként létrejövő műsor is jelentősen manipulált, mivel a szerkesztők és műsorkészítők szakmai döntések mentén folyamatosan torzítják a karaktereket és a cselekményt.<sup>7</sup>

1 HEARN–MORGAN (1990), WIEGMAN (2002)

2 FERRIS et al. (2007)

3 DOWNS (1981), DAVIS (1990)

4 AUBREY et al. (2020)

5 WATSON–HILL (2003)

6 HALL (2009), JENEI (2002)

7 ANDERSON–FERRIS (2016)

A fent említettek alapján, a valóságshow-k megjelenésüktől fogva hozzájárultak a társadalmi nemmel kapcsolatos problémák tematizálásához, így a 2000-es évek elejétől kezdve a reality műsorokkal kapcsolatos kutatások is rendszeresen foglalkoztak az említett kérdéskörrel. Ebben az is szerepet játszott, hogy a jellemzően kereskedelmi környezetben futó programok a nézettségért folytatott versenyben gyakran figyelemfelkeltő eszközként használják a nemiség legkülönbözőbb megnyilvánulási formáit, úgymint a hiper-maszkulin és hiper-feminin karaktereket, az alternatív nemi szerepek bemutatását vagy akár a nemi aktus leleplezését. A növekvő akadémiai figyelem bizonyítékai azok a publikációk, amelyek főleg az elmúlt évtizedben születtek ezen a területen, így például Webner 2014-ben publikált könyve, ami *Reality Gendervision: Sexuality and Gender on Transatlantic Reality Television* címmel jelent meg.<sup>8</sup> Hasonlóan meghatározó korai szöveggyűjtemény a *Canadian Journal of Communication* című folyóiratban 2009-ben megjelent tematikus valóságshow szám, vagy a *Television and New Media* című kiadvány, ami 2013-ban *Gender and Reality TV* címmel közölt a témába vágó szövegeket. A kutatások döntő többsége főleg a női karakterekre fókuszált, ezek a vizsgálatok pedig azt találták, hogy a reality műsorok általános gyakorlata, hogy a nőket szexuális tárgyként kezelik, illetve a hagyományos nőies értékeket jelenítik meg.<sup>9</sup>

A fent idézett elemzések feltárták, hogy a reality programok különösen érzékenyen reagálnak az aktuális kulturális és társadalmi trendekre vagy attitűdökre, így a nemi szerepekkel kapcsolatos elvárások alakulása is jól nyomon követhető ezek segítségével. Ugyanakkor számos vizsgálat rámutatott arra is, hogy a valóságshow-k a nemekkel összefüggésben is előszeretettel mutatnak be negatív karakterjegyeket, ami általánosságban nem riasztja el a nézőket, éppen ellenkezőleg, felcsigázza az érdeklődésüket.<sup>10</sup> Más kutatók ugyanebben a kontextusban a nemi szerepek speciális aspektusaival foglalkoztak, úgymint a megszólalások időtartama, családi állapot, foglalkozás és megjelenés. Ezek a vizsgálatok arra a megállapításra jutottak, hogy a férfiak személyes identitásában a hivatás nagyobb szerepet játszik, a nők esetében az életkor nagyobb jelentőséggel bír, a nők viselkedését jobban befolyásolja a kapcsolati vagy családi állapot, s végül a nők a valóságshow-kban kevesebb figyelmet és tiszteletet kapnak, mint a férfiak.<sup>11</sup> Az utóbbi megállapítás különösen annak a 2013-as vizsgálatnak a fényében elgondolkodtató, amely szerint a reality műsorokban a dominánsabb női karakterek gyakran rendelkeznek férfias karakterjegyekkel, illetve a nézők gyakrabban tartják férfiasnak azokat a női szereplőket, akik idősebbek, fizikailag erősebbek, illetve a megjelenésük kevésbé vonzó.<sup>12</sup>

A társadalmi nemmel kapcsolatos kérdéseket vizsgálva azt is látjuk, hogy különösen az elmúlt évtized során a valóságshow-k általános gyakorlatává vált az alternatív nemi identitások bemutatása.<sup>13</sup> A bulvárműfajként is értelmezhető reality a megjelenésétől fogva kedvezett a marginális helyzetű csoportok ábrázolásának, úgymint az etnikai kisebbségek, az alacsony társadalmi státusszal rendelkezők vagy az LMBTQ+ csoport képviselői.<sup>14</sup> Lovelock kifejti, hogy a 2000-es évek elejétől kezdve a valóságtelevíziózás egyre bátrabban nyúlt a különböző szexuális identitások témájához, s ebben a kontextusban említi a Real World, a BigBrother,

---

8 Uo.

9 CATO–CARPENTIER (2010)

10 LEONE–PEEK–BISSELL (2006)

11 SIGNORIELLI–BACUE (1999)

12 ANDERSON–FERRIS (2016)

13 LOVELOCK (2019)

14 CSÁSZI (2009), CSÁSZI (2011)

a Survivor és a The Amazing Race című amerikai műsorokat. Ezekben a programokban az évek előrehaladtával egyre nagyobb szerepet kaptak a meleg, lesbikus, majd a transzgender karakterek, ami Lovelock szerint jól igazodott a nézők figyelmének megragadásáért folytatott stratégiákhoz. A szerző rávilágít, hogy a 2000-es években a televíziós piacon végig söprő tematizációs hullám eszközként használta az LMBTQ+ karaktereket is. Ezekkel alapvetően a fiatalabb korcsoportokat célozták meg, miközben a műsorok egy olyan világképet tükröztek, amelyben a fiatalokat nagyfokú nyitottság és a diverzitás elfogadása jellemzi.<sup>15</sup>

A fenti gyakorlat több összefüggést is megvilágít. Egyfelől rámutat arra, hogy a valóságtelevíziózás más televíziós műfajokhoz képest nagyobb szerepet vállal a társadalmi nemmel kapcsolatos kérdések tematizálásában, részben azért, hogy más televíziós formátumokhoz képest korábban nyúl a témához, részben pedig azért, hogy a jelenséggel kapcsolatos kérdéseket széles közönségrétegekkel ismerteti meg.<sup>16</sup> Másfelől a vizsgálatokból az is kiderül, hogy a reality programok jellemzően olyan társadalmi diskurzusokat generálnak a szexualitásról, a társadalmi nem kérdéséről vagy akár a személyes identitásról, amelyek megkérdőjelezik vagy akár meg is változtathatják a fennálló normatív rendszereket. Ez utóbbi folyamat megítélése még a téma szakértői és a társadalmi nemek kérdése köré szerveződő aktivisták körében is kettős. Az egyik diskurzus szerint az 1990-es és 2000-es évek valóságshow-it progresszív fejleményként értékelhetjük, mert olyan a társadalmi nemmel kapcsolatos identitáskonstrukcióknak biztosítottak láthatóságot, gyakorlatilag elsőként, amelyek korábban nem jelenhettek meg a mainstream televíziós csatornákon. Ezzel a véleménnyel éppen ellentétes az az álláspont, miszerint az említett műsorok kereskedelmi termékként kezelik a társadalmi nem alternatív formáit, s ezzel a többségében tradíciópárti, heteronormatív közönség kíváncsiságát elégítik ki.<sup>17</sup>

A problémával összefüggésben felmerülő leggyakoribb kérdés máig az, hogy az említett műsorok férfi és női képei milyen hatást gyakorolnak a közönségre, azon belül is elsősorban a fiatalokra. Ezek a kutatások tehát azt próbálják feltárni, hogy a reality programok mennyiben járulhatnak hozzá a társadalmi nemről szóló hétköznapi diskurzusok formálásához, a tradicionálisnak tekinthető normarendszerek dekonstruálásához és rekonstruálásához, vagyis tulajdonképpen az érzékelt társadalmi valóság viszonyrendszerének alakításához. A témával összefüggésben készült közönségvizsgálatok többnyire arra az eredményre jutottak, hogy a nézők nem azonos módon dekódolják a műsorokban bemutatott nemi sztereotípiákat, így bár az értelmezésben lehetnek jelentős átfedések, a mélyebb jelentés-konstrukciókat mindig az egyén szintjén érdemes vizsgálni.<sup>18</sup> A vizsgálatok másik általános következtetése, hogy a reality műsorok szerep-konstrukciói nem direkt módon hatnak, vagyis nem a nézők viselkedését befolyásolják, hanem a szemléletmódjukra és az attitűdjeikre hatnak a kultivációs elméletben leírtak szerint.<sup>19</sup>

Míg az utóbbi évtizedekben a média gyenge hatásairól hallhattunk többet, a közelmúlt eseményei, úgymint az influencer jelenség vagy akár az álhírek elszaporodása, újra reflektor-

15 LOVELOCK (2019)

16 Lovelock ebben az összefüggésben a dokumentarista műfajt helyezi szembe a reality formátumokkal, miközben azzal érvel, hogy az előbbi jellegéből adódóan sokkal kisebb számú közönség figyelmére tarthat csak igényt, következésképpen az elérése és a hatása is korlátos.

17 GROSS (2001)

18 ATWOOD–ZAHN–WEBBER (1986)

19 GERBNER et al. (1986)

fénybe állította a közvetlen hatásokkal kapcsolatos koncepciókat is. A reality témával foglalkozó szakirodalmak is egyre gyakrabban hangsúlyozzák, hogy továbbra is érdemes a televíziós műsorok viselkedésre és kulturális normákra gyakorolt hatásával foglalkozni.<sup>20</sup> Ezekben a szövegekben Gerbner kultivációs modelljére utalva a kutatók kifejtik, hogy a televíziós programok hatással lehetnek bizonyos társadalmi kérdésekre, kulturális trendekre és attitűdökre. Gerbner modelljének megfelelően a probléma kutatói úgy látják, hogy a kultivációs hatás továbbra is működik, és az ismétlődő mintázatot mutató, televízió által közvetített tömegtermelésben létrehozott üzenetek és képek változatlanul óriási hatást gyakorolnak a szimbolikus környezetünkre, s ebből a valóságtelevíziózás is jelentős mértékben kiveszi a részét.<sup>21</sup>

### 3. Kutatási kérdések és módszertan

A fentieknek megfelelően a kutatás fókuszában az a kérdés áll, hogy a ValóVilág 11 milyen férfi és női szerepeket mutat be a nézőknek. Ezzel összefüggésben kíváncsiak vagyunk arra, hogy ezek a szerepek mennyiben igazodnak a Magyarországon hagyományosnak tekinthető, férfiakhoz és nőkhoz rendelt társadalmi normákhoz és értékrendekhez, és milyen újszerűnek tekinthető szerepkonstrukciókat tematizál a műsor. Mindezek mellett hangsúlyosan szeretnénk foglalkozni azzal a kérdéssel is, hogy a program által bemutatott férfi és női képeket hogyan értelmezi a befogadói oldal, illetve hogy a karakterek hogyan hatnak a közönségre. A kutatás újszerűségét egyfelől az adja, hogy a vizsgálat során nemcsak a férfi és női szerepek leírására törekszünk, hanem arra is, hogy a nemekhez rendelhető szerepkonstrukciók dinamikus kölcsönhatását is megvilágítsuk. Másfelől a kutatás jelentősége azzal magyarázható, hogy hasonló, kifejezetten a férfi és női képek működésére vonatkozó kutatás még nem készült a hazai valóságshow-k vonatkozásában. A fent említett kérdések vizsgálatához kvalitatív megközelítésen alapuló, kevert módszerek (mixed methods) alkalmazása a legcélszerűbb, amelyek egyszerre alkalmasak a műsor mint médiaszöveg tartalmi vizsgálatára, illetve a közönség befogadói attitűdjeinek feltárására.

A tartalomvizsgálat kontextusában a nemi szerepekre fókuszáló karakteranalízis módszert használjuk, mivel ez egyszerre képes feltárni a játékosok társadalmi nemmel összefüggésben értelmezhető személyiségjegyeit, valamint a szereplők funkcióját és azok egymáshoz való viszonyát. A vizsgálat során három analitikus kategória alapján értelmeztük a karakterek férfias és nőies jellemzőit, ezek a *fizikai megjelenés*<sup>22</sup> (vonzó megjelenés, taszító megjelenés, szexualizált megjelenés, semleges megjelenés), *nemi jellemzők által befolyásolt társadalmi szerepek*<sup>23</sup> (vezető, követő, áldozat, hős<sup>24</sup>) és viselkedés<sup>25</sup> (függetlenség, függés, harag, szomorúság, boldogság, agresszió).<sup>26</sup> A tartalmi vizsgálat kétféle korpuszon történt, egyfelől a karakterek

20 WARD (2002), WRIGHT (2011)

21 ANDERSON–FERRIS (2016)

22 A játékosok által beazonosított és verbalizált kategóriák.

23 Az összefoglalókban tanúsított magatartás alapján.

24 A vizsgálatban Anderson és Ferris alapján hős alatt azt a karaktert értem, aki képes kiállni a saját vagy mások igazáért a saját meggyőződésének megfelelően. L. ANDERSON–FERRIS (2016)

25 Az összefoglalókban tanúsított magatartás alapján.

26 A kutatásban alkalmazott kategóriák kialakítása Anderson és Ferris 2016-ban elvégzett, hasonló kutatási kérdéssel dolgozó vizsgálatához igazodik. L. ANDERSON–FERRIS (2016)

hivatalos bemutatkozó videói, másfelől a műsor 2022. november 20. és december 31. között sugárzott összefoglalói szolgáltak az elemzés alapjául. E módszertani döntés háttérében az a megfontolás áll, hogy mindkét esetben erősen szerkesztett tartalmakról van szó, amelyekben közvetlenül tetten érhető az, hogy a műsor készítői milyen szerepekben szeretnék bemutatni a játék női és férfi résztvevőit.<sup>27</sup>

A közönség befogadói attitűdjeinek vizsgálatához fókuszcsoportos interjúkat szerveztünk, ahol a résztvevőket megfelelő szempontrendszerek szerint kor, nem, foglalkozás és lakóhely szerint válogattuk be a csoportokba azzal a megszorítással, hogy az adatközlők minden esetben a ValóVilág 11 rendszeres nézői legyenek. Összesen három darab online fókuszcsoportos vitát szerveztünk és bonyolítottunk le 2023 januárjában a műsort rendszeresen követő nézőkkel, csoportonként 6–8 fővel. A résztvevőket szűrőkérdőív segítségével toboroztuk és szűrtük a kiválasztás során. A beszélgetések a Zoom felületén kerültek lebonyolításra a célcsoport paramétereinek megfelelő résztvevőkkel. A beszélgetések 2023. január harmadik hetében, vagyis a ValóVilág 11 félidejekor kerültek lebonyolításra. A résztvevők szervezési és kiválasztási paramétereit: budapesti, miskolci és veszprémi lakosok; lakóhelyük szerint homogén csoportokkal; 18–45 évesek, életkor szerint vegyes csoportok; férfiak és nők kiegyenlített aránya; a résztvevők rendszeresen követik a VV11 reality showt a televízióban, és/vagy streaming platformon; a résztvevők többsége rendszeresen követi a VV11 híreit, történéseit a közösségi médiában, illetve a villalakók Instagram oldalát; a résztvevők kommunikatívak, környezetük véleményére hatással bíró, érdeklődő fogyasztók.

## 4. A nemi szerepekre fókuszáló karakteranalízis eredményei

### 4.1. Karakterek: a VV11 játékosai

A ValóVilág 11 műsorába több hullámban érkeztek a játékosok. A villa első nyolc lakója, négy férfi és négy nő, 2022. november 20-án költözött be: Bibi (Szabados Bianka), Melina (Böszörményi Melina) Lissza (Szabó Melissza), Reni (Kreutzer Renáta), Ákos (Károly Ákos), Barna (Fenyvesi Barna), Lamin (Lamin Mboob) és Sajti (Sajtos Arnold). A következő napokban újabb versenyzők csatlakoztak a csapathoz: november 21-én Rico (Dicati Riccardo), november 22-én Piros (Varga Piroska) és Henrik (Demendi Henrik), november 23-án Kriszti (Kamics Kriszta), november 24-én pedig Anita (Krakovszki Anita). A műsor hetedik adásában a nézőknek lehetőségük volt arra, hogy párbaj nélkül hazaküldjék a villa legkevésbé szimpatikus lakóját. Az úgynevezett „unszimpatia szavazáson” a legtöbb szavazatot Lamin kapta, ezzel ő lett a játék első kiesője, s a helyére rögtön két új játékos is érkezett november 26-án: Márió (Deli Márió János) és Dani (Dénes Dániel). A villába ezt követően már nem költöztek be új játékosok, így az első kiesővel együtt véglegessé vált a tizenöt főből álló csa-

<sup>27</sup> A korpuszkijelölés emellett annak a belátásnak felel meg, hogy a valóságshow-k adásai sohasem a „valóságot” mutatják be, hanem a szerkesztés eredményeként bizonyos elemeket kiemelnek, másokat háttérbe szorítanak. Következésképpen a kutatás a műsorban megjelenő reprezentációkat vizsgálja, nem pedig az „objektív valóságot”, vagyis a szereplők megkonstruálása nem a véletlen műve, hanem a társadalmi nemre jellemző tulajdonságok konstrukciója egy tudatos szerkesztési szándék eredménye. L. GREGOR–LŐRINCZ (2013)

pat, hét nő és nyolc férfi részvételével. Az alábbiakban azt tekintjük át, hogy a bemutatkozó kisfilmekben milyen karakterjegyekkel ruházták fel a szerkesztők a női és férfi résztvevőket.

## 4.2 Nők

### 4.2.1. Anita, a „magabiztos és taktikus”

VV Anita, vagyis Krakovszki Anita, a ValóVilág 11 sugárzásakor 28 éves, a várpalotai lakos kozmetikusként és műszempillásként dolgozik.<sup>28</sup> A játékos videója „kisfilmem” címmel került megosztásra, ebben a szereplő „Boss Bitch-ként”, vagyis „főnök ribanckét” hivatkozik magára, majd kifejti, hogy a villában mindenki úgy táncol majd, ahogy ő fütyül. A bemutatkozó első feléből azt is megtudhatjuk, hogy Anita a szépségiparban dolgozik, majd kijelenti, hogy a „villában ő lesz a főnök” – a videó második fele lényegében ezt az állítást hivatott alátámasztani. Megtudhatjuk, hogy Anita egyedülálló, de „nincs szüksége arra, hogy bárki megpróbálja betörni”, bár hisz abban, hogy „a szőke hercege még várja valahol, és hamarosan el fog érkezni”. Fontosnak tartja kihangsúlyozni, hogy az elmúlt tíz évben a ValóVilág összes részét látta, és most lett „elég érett és elég okos ahhoz, hogy végig játssza a saját játékát”. A barátai szerint Anita a társaság központi figurája, saját elmondása szerint ő egy igazi „méhkirálynő”, amit azzal igazol, hogy „mindig az ő viccei a legjobbak, illetve neki vannak a legjobb és legdurvább sztorijai”. A kisfilm vizuális megoldásai színes, vibráló filterekkel dolgoznak, a játékos főbb jellemvonásait pedig matricákkal is kiemelik a szerkesztők, úgymint „magabiztos”, „taktikus”, „szingli”, „érett”, „okos”, „méhkirálynő”. A felvételen Anita először egy nőies, testhezállós, vöröses ruhában látható, majd egy bikiniben lejt csábító táncot, miközben a testét borító tetoválásokat is jól kivehetők. A kisfilm utolsó részében méhkirálynőnek öltözve ábrázolják a szereplőt, miközben Anita önfeledten táncol a kamera előtt, végül csókot dob a nézőknek.

A szerkesztett összefoglalók alapján Anita külseje megosztja a villalakókat, a beköltözése idején rengeteg kritikát kap a női és férfi játékosoktól egyaránt. Társai sokkal idősebbnek gondolják a koránál, s bár az alakjáról elismerően beszélnek, az arcát ráncosnak, idősnek, megviseltnek látják, „kiéltnek” és „leharcoltnak” írják le, ezért azonnal a MILF<sup>29</sup> jelzőt ragasztják rá. Anita a játék során vezető szerepre törekszik, ehhez sokszor eszközként használja a szexualitást, számos kalandba bonyolódik a villa férfi játékosaival, az influencer héten pedig egy pornófilmre emlékeztető kisfilmet forgat Lisszával. A műsor során többször mutatkozik hiányos ruházatban, számos alkalommal lejt kihívó és erotikus táncot a férfiaknak, időnként nőkkel is. A játékos nőkhöz és férfiakhoz fűződő kapcsolata is problémás, rendszeres összetűzései során a verbális agresszió legdurvább formáinak használatától sem riad vissza, melyek során gyakran dehumanizálja, vagy nőiességükben és férfiasságukban alázza meg vitapartnereit. Pirossal zajló rendszeres összetűzései során egy alkalommal a fizikai agresszió határát súrolja, amikor egy nyers tojással támad vetélytársára, majd étellel dobálódik a konyhában. Anita karakterében az agresszió túl a harag és a függetlenség is megjelenik, rendszeresen

28 [www.instagram.com/p/ClZpw2oIMuG/](https://www.instagram.com/p/ClZpw2oIMuG/)

29 A kifejezés az amerikai szlengben a szexuálisan vonzó, érett családost nőkre vonatkozik.

kiáll a saját véleményéért, más játékosoknál ritkábban látjuk szomorúnak vagy kifejezetten boldognak.

#### 4.2.2. Bibi, a „vad és akaratos”

VV Bibi, vagyis Szabados Bianka, a játék idején 21 éves esztergomi lakos, munkanélküli.<sup>30</sup> Az Instagramon található bemutatkozó videója a „Nem vagyok virágszál!” címet viseli, ami önmagában is azt sejteti, hogy a karakter szembe helyezkedik a hagyományos női értékekkel. A videóban a játékos elmeséli, hogy évekig Hollandiában élt, viszont most visszaköltözött Magyarországra, majd rögtön azzal folytatja, hogy nem virágszál típus. Mint azt elmondja, nagyon balhész csaj, szereti a veszekedést, szereti, ha mások veszekednek. Ha úgy alakul, akkor szívesen bele is avatkozik mások veszekedésébe, akkor is, ha az nem rá tartozik. Bibi egyik legjellemzőbb tulajdonságának a macacsságot érzi, elmondása szerint, ha a dolgok nem az ő kedve szerint alakulnak, akkor „ordibál, veszekszik, csapkod és csúnyán beszél”. A játékos a pozitív tulajdonságai között említi, hogy „nagyon megbízható”, „nagyon őszinte”, „nem szokott hazudni”. Azt is megtudhatjuk, hogy Bibi szeretet kockázatosan élni, szereti az olyan helyzeteket, amikor „már nagyon rezeg a lécs, de még nem kerül bajba”, s emellett „adrenalinfüggőnek” is érzi magát, emiatt nagyon szereti az „extrém dolgokat”. Megerősítve a videó címében szereplő állítást, a versenyző azt is megosztja a nézőkkel, hogy évekig kajakozott és kézilabdázott, így „a versenysportban megismerte a siker ízét, és a villába is ezért jött: nyerni”. A képi megfogalmazás lehangsúlyosabb eleme a virág metafora kibontása. A játékos a klip elején egy csokor tulipánnal látható, ábrándos tekintettel, míg a következő pillanatban leharapja az egyik tulipán fejét, majd agresszív arckifejezéssel széttépi az egész csokrot. A montázszerű videó képein különböző szituációkban tűnik fel a szereplő, egyes képeken motorversenyzőként látható, máshol kihívóan táncol egy flitteres bikiniben. A videó vizuális elemei a verbálisan megfogalmazott üzeneteket támogatják. A játékos jellemének főbb sajátosságai vignetteken is megjelennek a képernyőn, ezek között az „akaratos” és „vad” jelzők tűnnek fel először, ezeket követik a „veszekedés”, „balhé”, „makacs”, „veszekszem”, „csapkodok”, „ordibálok”, „csúnyán beszélek”, „megbízható”, „őszinte”, „adrenalinfüggő” kifejezések.

A szerkesztett tartalmak alapján Bibi a villa egyik ledominánsabb személyisége, a karakter különösen a program első hónapjában kap jelentős adásidőt. Bibi fizikai megjelenése megosztja a villalakókat, a külsejét alapvetően érdekesnek vagy különlegesnek tartják, vonzónak kevésbé, Lamin például „medúzalánynak” nevezi fonott tincsei miatt. Bibi a műsor során számos alkalommal mutatja meg a testét, még az összefoglalókba is több olyan jelenet került be, ahol hiányos öltözetben látható, többek között a zuhanyzóban vagy a WC-n ülve, ahogyan éppen másokkal társalog. A játék során ő is eszközként él a sexualitásával, intim kapcsolatba kerül többek között Laminnal, ennek kapcsán még egy nem kívánt terhesség lehetősége is felmerül. Később a konfliktusok egyik legfőbb forrása, hogy többször nem hajlandó a férfit kielégíteni. Bibi az első pillanattól kezdve vezető szerepre pályázik, a műsor során rendszeresen megpróbálja ledominálni vagy durván befolyásolni játékosársait, ennek eredménye, hogy a játék november 28-ai adásában a társai megválasztják a villa „alfa nő-



jének”. A nyers őszinteségnek álcázott, durván agresszív és trágár megnyilvánulásai az öszszefoglalók visszatérő elemei, ezekben a végletekig kiélezett konfrontációk sem ritkák. Bibi a verbális agresszió legváltozatosabb formáit használja, s emellett egy túlfűtött vita hevében kétszer arcon köpi Ákost. Bibi viselkedését leginkább a harag, az agresszió és a szomorúság határozza meg, ritkán látjuk felhőtlenül boldognak, és látszólagos függetlensége inkább a viselkedéséből adódó kitaszíttottsággal, elutasíttottsággal és magánnyal függ össze. Bibi karakterének lényeges sajátossága, hogy az összefoglalókból egy súlyosan traumatizált gyermekkor és egy hasonlóan turbulens ifjúság képe bontakozik ki, aminek az abúzus, a szexuális erőszak és a vetélések is a részét képezték.

#### 4.2.3. *Kriszti, a „lázkodó és kiszámíthatatlan”*

VV Kriszti, vagyis Karnics Kriszta, Budapesten született, 23 éves, pincér.<sup>31</sup> A bemutatkozó kisfilm első mondatából kiderül, hogy Kriszti legjellemzőbb tulajdonsága, hogy lázkodó, ezt elsőként a megjelenésével hozza összefüggésbe, amikor így fogalmaz: „nézzetek rám, szeretem magam mindenféle hülye kacattal felaggatni”. A játékos ezenkívül „szeret hülyéskedni, énekelni, szereti a jó bort, a jó zenét, a mámort, a szellőt az arcán, imád élni, imádja az embereket, és imád adni és visszakapni”. Kriszti elmeséli, hogy korábban szerepelt az *Éjjel-nappal Budapest* című műsorban is, de ott egy szerepet kellett játszania, nem tudta magát adni, nem volt lehetősége bemutatni, hogy „mennyire színes személyisége” van. A lendületes és alapvetően pozitív hangulatú felvezetés után a negatív tulajdonságok is felszínre kerülnek. Kriszti elmondja, hogy „kurvára kiszámíthatatlan”, az egyik percben még sír, a másik pillanatban már örjögve táncol és imádja az életet. Ez saját bevallása szerint is problémássá teszi vele a közös életet, de „nem érdekli más emberek véleménye”. A szereplő azt is megosztja a nézőkkel, hogy igazi emocionális alkat, szeret sírni, átadni magát az érzelmeinek, s mindebből kifolyólag meglehetősen megosztó személyiségnek tartja saját magát. Krisztának a műsor indulásakor nincs párkapcsolata, ahogy megfogalmazza, „szingli vagyok, de tudni kell rólam, hogy nagyon szeretem a férfiakat és a szép embereket”. Az előzőekben bemutatott szereplőkhöz képest Kriszti bemutatkozó kisfilmje vizuálisan visszafogottabb, a játékos nem mutat magából sokat, a mozdulatai, a gesztusai nem kihívóak vagy megbotránkoztatóak. A képen többségén a játékos a kamerával szemben ül, miközben magáról mesél, egyes képeken pedig önfeledten táncol. A szerkesztők Kriszti esetében is matricákon jelölték a játékos főbb tulajdonságait, úgymint „lázkodó”, „kiszámíthatatlan”, „színes személyiség”, „érzékeny”, „szereti a férfiakat”.

Kriszti a villa egyik legextrémebb megjelenésű lakója, az egész testét tetoválások borítják, raszta frizurája van és piercingeket visel. A játék első felében a megjelenése inkább semleges reakciókat vált ki a környezetéből, majd először Barna figyel fel rá, hogy a lánynak jó alakja van, amikor férfiruhába öltözik. Más női játékosokhoz képest Kriszta viselkedése visszafogottabb, ezért a társai közül sokan unalmasnak és passzívnak gondolják, olyan embernek, aki „nem meri megmutatni a valódi énjét”. Kriszta szerepe a játék első felében kettős, az áldozat és a hős között ingadozik, eleinte ritkán vállal aktív szerepet a konfliktusokban, majd egyre

31 „Nagyon szeretek sírni” – VV Kriszti szerint nem könnyű vele együtt élni. rtl.hu/valovilag/2022/11/23/nagyon-szeretek-sirni-vv-kriszti-szerint-nem-konnyu-vele-egyutt-elni

határozottabban áll ki mások igazáért is. Időnként teljesen a többi játékos befolyása alá kerül érzelmileg, sokszor a mások által előállított problémákat próbálja kezelni: békít, tanácsot ad, megnyugtat, magyaráz. Kriszta személyisége és viselkedése sok szempontból a klasszikus feminin értékeket tükrözi, a játékos gondoskodó, szenzitív, empatikus, segítő szándékú, ugyanakkor időnként szeszélyes és túlérzékeny, érdeklik a művészetek, a színház és a zene. Kriszti viselkedése saját állítása szerint is szélsőséges, a hangulata gyakran ingadozik az euforikus öröm és a kétségbeesett szomorúság között, s más női játékosokhoz képest ritkábban mutat agresszivitást vagy haragot. A karaktert egy bizonyos fokú függetlenség is jellemzi, amit részben a közösségbe való beilleszkedés nehézségei is indokolnak.

#### 4.2.4. *Lissza, a „cuki és naiv”*

VV Lissza, vagyis Szabó Melissza 21 éves szigethalmi lakos, aki irodai asszisztensként és hostessként dolgozik, a játékos bemutatkozó videója „Hello, itt Lissza” címmel került megosztásra az Instagramon.<sup>32</sup> A kisfilm első feléből kiderül, hogy Lissza lemezlovasnak tanul, már tanfolyamot is elvégzett ezen a területen, de a legjellemzőbb tulajdonságának mégis azt gondolja, hogy „egy igazi Barbie baba” – ezt a játékos a kislánys megjelenésével és a helyenként infantilis hanghordozásával is igyekszik megerősíteni. A szereplőt a környezete „cuki és szende lánynak” tartja, de saját bevallása szerint a személyiségének van egy másik oldala is. Mint kiderül, Lissza „borzasztóan lobbanékony és hirtelen haragú, mindenben azonnal felkapja a vizet, amin csak lehet”. Szabadidejében szeret edzeni, mert „imád jól kinézni”, és fontos számára az is, hogy „megnézzék a pasik, és irigykedjenek a csajok”. Ezzel összefüggésben azt is elmeséli, hogy egyik kedvelt szituációja akkor áll elő, amikor „egy csávó a barátnőjével sétál, és még úgyis utána fordul”. Ugyanakkor a játékos arra is kitér, hogy még soha nem volt valódi párkapcsolata, mert a párjai mindig „kihasználták és átverték”, ezenkívül „még sohasem volt szerelmes”. A villában való tartózkodása során Lissza rengeteg „bolondozásra, örülségre, veszekedésre és hisztire” számít, és azt sem tartja kizártnak, hogy ott „fog rátalálni a szerelem is”. A vignettek szerint Lissza személyiségére leginkább az jellemző, hogy „cuki”, „naiv” és „szende”. A videó képi megfogalmazása is részben ezt az imázst hivatott felépíteni, a felvételeken a szereplő több helyen gyerekként ábrázolva tűnik fel, kislánys gesztusokat használ, labdával játszik, színes nyalókat nyalogat, a haja pedig két copfba van fogva. Ugyanakkor a felvételek több helyen egyértelmű szexuális utalásokat tartalmaznak, amelyek az úgynevezett Lolita effektusból építkeznek.<sup>33</sup> Az említett tartalmak vizuális ellenpontozását azok a felvételek adják, amelyek akkor jelennek meg, amikor Lissza személyiségének problémásabb oldaláról esik szó a kisfilmben. Ebben az estében a szereplő a felnőttekre jellemző, időnként agresszív gesztusokat használ, miközben a háttérben lángnyelvek csapnak fel a kivetítőn.

Lissza karakterének a külső megjelenés az egyik leghangsúlyosabb eleme, a fiatal nő rengeteg időt tölt a villában edzéssel, hogy formában tartsa magát. A játékos számos alkalommal használja a testét arra, hogy a figyelmet magára irányítsa, rendszeresen mutatkozik hiányos öltözetben, rap-twerk kihívásban vesz részt Renivel, erotikus fehérenműkben fényképezi magát a konyhában. Lissza ugyanakkor nem elégedett a megjelenésével, a tervei között szerepel

32 [www.instagram.com/p/CIO2QaUjae2/](http://www.instagram.com/p/CIO2QaUjae2/)

33 DURHAM (2009)

a mellnagyobbítás és a szájfeltöltés. A játékos változatos erotikus szituációkba keveredik a műsor folyamán, kalandokba bocsátkozik Sajtival, Márióval, Barnával, érzéki csókot vált Bibivel a WC-ben. Viselkedésével a játékos nem arat egyöntetű sikert a villatársai között, többen „kurváknak” minősítik az akciókat, mások „ribancnak” titulálják. Lissza karaktere a követői szereppel azonosítható, inkább sodródik az eseményekkel, mintsem befolyásolja azokat, a társai manipulálhatónak és könnyen megteveszthetőnek tartják. Viselkedése ennek megfelelően nem kifejezetten karakteres, egyaránt tartalmaz boldogságra, szomorúságra, haragra és agresszióra jellemző elemeket. Utóbbi egy erősen alkoholos állapotban, Reni felé intézett kirohanásban nyilvánul meg a legvilágosabban, amikor Lissza „lotyónak” és „kurvának” nevezi vetélytársát.

#### 4.2.5. Melina, a „flegma és kíméletlen”

VV Melina, azaz Böszörményi Melina 28 éves nő, aki Miskolcon született, hat éve pedig Budapesten él, pincérként dolgozik.<sup>34</sup> Melina a bemutatkozó kisfilmje „Ez vagyok Én, ha tetszik, ha nem” címmel került megosztásra az Instagramon. A videó első mondatában elmondja, hogy az emberek elsöre nagyképűnek és flegmának tartják, amivel viszont ő nem ért egyet. Pozitív tulajdonságának gondolja, hogy nagy az igazságérzete, ebből kifolyólag „nagyon nyers, őszinte és szókimondó”, illetve akkor is elmondja a véleményét, ha valaki azzal nem ért egyet, vagy megsértődik, „mert ő ilyen”. A játékos okosnak és jó emberismerőnek tartja magát, aki képes túljárni mások eszén, és aki „taktikus játékot fog játszani a villában”. A többi női résztvevőhöz hasonlóan Melina is egyedülálló, három éve „szingli, nem is keres kapcsolatot, mert nem hisz a szerelemben”. Saját bevallása szerint a „csajokkal nem jön ki jól, a pasik pedig nem érdeklik”, de ettől függetlenül törekedni fog arra, hogy jobban legyen a többi játékosal, ha az érdekei úgy diktálják. Ezt a kijelentést azzal is megerősíti, hogy „törtetőnek” gondolja magát, aki „nem barátkozni jött a villába, hanem a főnyereményért”. Melina videója a vizuális megfogalmazás tekintetében a karakter lobbanékonyosságát és veszélyességét sugallja. A játékos rögtön a kisfilm első képkockáin egy lángszóróként használt aeroszolos flakonnal látható, amiből méretes lángok csapnak fel, ez a kép a videó több pontján visszaköszön. Ugyancsak a karakter szeszélyességét, kiszámíthatatlanságát és veszélyes jellegét sugallja, hogy Melina később a képregényből ismert macskanő fekete jelmezében látható, miközben agresszív fizikai és szexuális magatartásra emlékeztető mozdulatokat tesz. A képernyőn megjelenő matricák szerint a karakter legjellegzetesebb tulajdonságai, hogy „flegma”, „kíméletlen”, „nagyképű”, nagy az „igazságérzete”, „nyers”, „őszinte”, „szókimondó”, „okos”, „jó emberismerő”, „rafinált”, „nem hisz a szerelemben” és „törtető”.

Melina megjelenése az összefoglalók alapján vonzó és kevésbé vonzó jellemzőkkel is bír. A játékos rengeteg tetoválassal rendelkezik, ami nem mindenkinek tetszik, egyesek a szemüvege miatt tesznek rá bántó megjegyzéseket. A műsor folyamán többször felmerül, hogy a lány túlsúlyos, emiatt komoly konfliktusba is keveredik Pirossal, akire tökéletesen illik az a menyasszonyi ruha, amit Melinán nem lehet összegombolni. Melina a kisfilmben elhangzottaknak megfelelően többnyire határozott és erős karakternek mutatja magát, aki „mint egy amazon, kiáll, és küzd az igazáért”. A vizsgált időszakban komoly konfliktusai vannak

Pirossal és Bibivel is, ezekben mindig következetesen védi a saját véleményét, ugyanakkor több játékos szerint is visszahúzó és inaktív karakter, akit ezért „szobanövénynek” csúfolnak – így a hősré és követőre jellemző elemek is azonosíthatók a viselkedésében. A játék elején a karakter helyzetét jól mutatja, hogy a lakók őt küldik elsőként párbajozni, ahonnan viszont győztesként tér vissza Henrikkal szemben. Melinát zavaros szálak fűzik a villában lakó férfiakhoz, közülük Danival kerül közelebbi kapcsolatba, majd kiderül, hogy otthon is várja a partnere. A lány magatartása és hangulata erősen hullámzó, a boldogság, a szomorúság, a függetlenség és a harag is megjelenik a viselkedésében, de sok más nőhöz képest kevesebb agresszivitást mutat.

#### 4.2.6. *Piros, az „udvarias és kétarcú”*

VV Piros, vagyis Varga Piroska 27 éves debreceni születésű fiatal nő, aki személyzetisként dolgozik Budapesten.<sup>35</sup> A játékos bemutatkozó videója „Szia Villa, megjöttem” címen került megosztásra az Instagramon. A villalakó azzal kezdi, hogy szerinte a környezete szereti a kétarcúságát, mert amellet, hogy „szeret udvarias és jószívű” lenni, van egy „vadabb énje” is, ahogy fogalmaz: „Tudok szende is lenni, meg egy igazi vadállat”. Piros szintén független, a magánéletéről annyit árul el, hogy „nemrég lett vége egy nagyon toxikus kapcsolatának”. Piros a villaléttől többek között azt várja, hogy odabent találkozhat egy kedves férfival, aki megkönnyíti számára a játékban eltöltött időt. Pozitív tulajdonságaként említi, hogy rendkívül türelmes, de ehhez azt is hozzáfűzi, hogy ha egyszer valamit megeléged, akkor „rohadt nagyot robban”. A kisfilm leghangsúlyosabb részében Piros a kígyókhöz hasonlítja a természetét, így fogalmaz: „Pont olyan vagyok, mint a kígyóim, ha úgy tartja kedvem, akkor simulok, bújok, oda tekergek. De ha úgy tartja célo, akkor megmarlak és megfojtalak”. A videó vizuális megoldásai Piros személyiségének kettősségét hangsúlyozzák, egyes képeken bájosan mosolyog a kamerába, majd az arckifejezése hirtelen haragossá és agresszívvé válik, miközben a háttérben egy atomrobbanás gombafelhője látható. Az erőszakos magatartásjegyek képi reprezentációját erősítik azok a jelenetek, amikor a játékos teljes erőből püföl egy boxzsákot, amibe a felvétel végén bele is rúg egyet. A kisfilm utolsó részében a kígyó metafora vizuális megjelenítése kerül fókuszba, amint a játékos egy fekete csúszómászóval játszik a kamera előtt. A szerkesztők ebben a videóban is matricák segítségével jelenítették meg a karakter főbb jellemvonásait, ezek a „kétarcú”, „udvarias”, „jószívű”, „szende”, „igazi állat”, „szingli”, „türelmes”.

Kiesésig Piros a villa második legmeghatározóbb női karaktere Bibi mellett, az összefoglalók jelentős része foglalkozik a lány villában töltött napjaival. Piros megjelenése a játékos társaihoz képest jóval visszafogottabb, a testén csak néhány tetoválást visel, hétköznapiak mondható frizurája van, legtöbbször nem sminkeli magát feltűnően. Alkata átlagosnak tekinthető, de a játék során több női résztvevő kritizálja a megjelenését, Anita például nem találja elég nőiesnek, s egy vita hevében „rosszul sikerült kisfiúhoz” és egy „felszerzethez” hasonlítja. Piros szerepét tekintve összetett karakter, a játék során az egyik legaktívabb résztvevőnek tűnik az összefoglalók alapján, akivel mindig történik valami. Barnához fűződő ellentmondásos viszonya okán a vezetői szerep sem állna tőle távol, ugyanakkor sok szem-

35 [www.instagram.com/p/CITaLMZjBc3/](https://www.instagram.com/p/CITaLMZjBc3/)

pontból ő is csak az eseményekkel sodródik. A cselekedeteit jelentős mértékben Barna döntései befolyásolják, s mivel a férfi több alkalommal megalázza és lekezelően viszonyul hozzá, áldozatokra és követőkre jellemző tulajdonságokkal is rendelkezik. Piros viselkedése hasonló módon sokszínű, miközben igyekszik eszközként használni a társait, s köztük elsősorban Barnát, sokszor ő csúszik bele a kihasznált ember szerepébe. A villában való tartózkodása alatt a megtevesztés állarca mögé igyekszik bújni, a nézők felé erősnek és függetlennek mutatná a karakterét, miközben rendszeresen kiszolgáltatja magát másoknak. A viselkedésében ezzel együtt megjelenik a mély szomorúság, például az abortuszról szóló beszámolója során, valamint a harag és az agresszió is. Piros számos alkalommal él a verbális agresszió legdurvább eszközeivel, mint amikor egy Melinával folytatott vita során így fogalmaz: „Mindjárt fejbe baszom egy ásóval, hogy megszépüljön”. Játéktársai között kifejezetten népszerűtlen, a legtöbben kétszínűnek és manipulatívnek tartják, Barna egy alkalommal a villa „leggusztustalanabb” lakójának nevezi.

#### 4.2.7. *Reni, a „bujá és csábító”*

VV Reni, azaz Kreutzer Renáta 27 éves hartai lakos, aki pincérként dolgozik Kalocsán.<sup>36</sup> Reni bemutatkozó videója „Ez lennék én” címmel került fel az Instagramra. Reni kisfilmje valamivel rövidebb, mint a többi szereplőé, ennek az állhat a hátterében, hogy a szerkesztők mindössze néhány fontosabb jellemzőt emelnek ki a személyiségéből. A játékos természetének fő jellemvonása a szexuális túlfűtöttség, ami a videó verbális és vizuális megfogalmazásában is erősen hangsúlyos szerepet kap. Reni a klip első felében elmondja, hogy egy kis faluból származik, de már „kurvára unja a vidéki életet”, így elhatározta, hogy Budapestre költözik, hogy „nagyvárosi lány” legyen. A bemutatkozás második felében már az intim kapcsolatok kerülnek fókuszba, a lány elmeséli, hogy szereti „bármilyen áron megszerezni a férfiakat”, még akkor is, ha azok eleinte ellenkeznek. Az állítását a következő rövid történettel támasztja alá: „Legutóbb az edzőteremben kinéztem magamnak egy srácot. Direkt úgy nyújtottam, hogy félreérthető legyen. Bementem az öltözőbe, öt perc után már faltuk egymást. Menyasszonya volt. De csak volt”. A versenyző megosztja a nézőkkel, hogy az állandó rivalizálás miatt a nőkkel nincs jó kapcsolata, mert féltékenyek rá, majd hozzáteszi, „egy ilyen nőre ő is féltékeny lenne a helyükben”. A néző némi ellentmondást érezhet a jellemrajzban, amikor Reni a pozitív tulajdonságainak felsorolását azzal kezdi, hogy „őszinte”, „nem szúrja hátba a másikat”, és „mindig megmondja a véleményét”. A felsorolást azzal egészíti ki, hogy még „humorosnak” is gondolja magát. A videó vizuális nyelve egyszerű, lényegretörő, a képeken vagy a szereplőt látjuk a kamerával szemben, amint magáról beszél, vagy csábító erotikus táncot mutat be. Az operatőr a felvételeken Reni telt idomaira fókuszál, miközben jól kivehető a lány extrém tetoválásai is. A felvétel közben felvillanó vignettek szerint Reni legjellemzőbb tulajdonságai így alakulnak: „bujá”, „csábító”, „rivalizáló”, „igaz ember”, „őszinte”, „humoros”.

Reni megjelenése összességében nőies, az alacsony termetű lány kinézetét erősen meghatározzák a testét borító tetoválások, valamint a szájfeltöltése – utóbbi többször élcélődések tárgya a férfiak között, és támadásoké a nők részéről. Reni a játék elejétől fogva testi adottságaira épít, rendszeresen szerepel hiányos öltözékben, nőiességét eszközként próbálja használni, s a

beköltözés utáni első éjszakán intim kapcsolatot létesít Barnával. A játékos a szerepét tekintve sok szempontból Pirossal hozható párhuzamba, amennyiben teljesen kiszolgáltatja magát Barnának. Ennek bizonyítéka, hogy Barna még a játék elején közli vele, hogy „ha jobb csaj érkezik a villába, le fogja cserélni”, s a lány ezzel is azonnal megbékél. Ugyanígy hajlandó bizarr szerelmi háromszögbe keveredni Pirossal és Barnával, miközben azt is kifejti, hogy az sem zavarná, ha Barna Anitaival is viszonyt kezdene. A játékos egészen pontosan így fogalmaz: „Baszni lehet érzések nélkül is bárkivel, Anita amúgy egy jó baszás lenne neked”. Reni viselkedésére jellemző a vidámság és boldogság, de a mélyen lehangolt állapotok sem kerülnek el. Renire az agresszió és a harag valamivel kevésbé jellemző, azonban a Bibivel, Pirossal és Ákossal folytatott vitái során ő sem fogja magát vissza.

### 4.3. Férfiak

#### 4.3.1. Ákos, a „nyers manipulátor”

VV Ákos, vagyis Károly Ákos 24 éves budapesti egyetemista, a bemutatkozása „Tényleg vicces vagyok egyébként” mottóval került megosztásra az Instagramon.<sup>37</sup> A bevezető szerint Ákos „életének középpontjában az öltözködés áll”, fontosnak tartja, hogy magabiztosan, szexisen jelenjünk meg az utcán, hogy „az emberek felfigyeljenek ránk”. Ákos egy ellenséges világ képét festi meg a beszámolójában, amikor arról beszél, hogy „az emberek egész életében megpróbálták elnyomni és eltiporni, csak azért, mert nem olyan, mint ők”. A szereplő azt is megosztja, hogy az élete akkor változott meg, amikor elhatározta, hogy felvállalja magát, azóta pedig „ő tipor el másokat”. A játékos úgy gondolja, hogy jól tudja manipulálni az embereket, mert átlát rajtuk, és megérzi a gyengeségeiket. Ákosnak is az a benyomása, hogy az emberek nem igazán kedvelik, ennek okát pedig abban látja, hogy „nyers”, mindenkinek megmondja a véleményét és „görbe tükröt tart az embereknek”. További jellemvonásai közt tartja számon, hogy „beképzelt”, „felszínes”, „egoista”, „önimádó” és „nagyképű”, a szerethető tulajdonságaként pedig csak egyetlen sajátosságot tud említeni, hogy „vicces”. Ákos rövidfilmje egyszerű vizuális megoldásokkal dolgozik, a képeken a szereplő többféle feltűnő öltözetben látható, a mozdulatai és a gesztusai pedig a szöveggel összhangban felsőbbrendűséget és lekicsinylést sugallnak. A kisfilmben megjelenő matricák szerint az Ákosra leghíresebb jellemvonások a következők: „manipulátor”, „nyers”, „beképzelt”, „felszínes”, „egoista”, „önimádó”, „nagyképű” és „vicces”.

Ákos fizikai megjelenése nem tükrözi az aktuális, férfikkal szemben támasztott elvárásokat. A fiú a magasságához képest kifejezetten vékony, törekény testalkatú, szemüveget visel. A villatársai nem kifejezetten tartják vonzónak, többnyire semleges reakciókat kap, azonban az egyik korai összefoglalóban Lamin az Addams Family egyik ijesztő karakteréhez, Lurch-höz hasonlítja a játékosát. Más férfiakkal hasonlóan Ákos is gyakran látható hiányos öltözékekben, időnként meztelenül is szerepel még az összefoglalókban is. Ákos szerepe szerint inkább követő, de gyakran az áldozat szerepe is belecsúszik, például amikor Bibi egy vita alkalmával kétszer is arcon köpi. A játék során komoly kritikák érik a társai részéről, miszerint unalmas, visszahúzódo, nem

37 [www.instagram.com/p/ClO14IRMyQz/](https://www.instagram.com/p/ClO14IRMyQz/)

adja önmagát, nem túl színes vagy izgalmas személyiség, viszont „állandóan sír és hisztizik”. Viselkedését tekintve Ákosra gyakran jellemző a szomorúság és harag, az összefoglalókból egy bántalmazott karakter képe bontakozik ki, akit számos sérelem ért az élete során. A negatív élmények jelentős része abból adódik, hogy Ákos a saját neméhez vonzódik, s emiatt a külvilágban is kívülállónak érzi magát, de a villában is nehezen tud beilleszkedni. Ákos kapcsolata a többi játékoskal hullámváz, s bár inkább nők a szövetségesei, nőekkel és férfiakkal is komoly konfliktusokba keveredik, különösen Bibivel, Renivel, Laminnal és Barnával. Ezeket a helyzeteket a játékos nehezen dolgozza fel, gyakran látjuk felfokozott érzelmi állapotban, rendszeresen sír.

#### 4.3.2. *Barna, a „jóképű csajmágnés”*

VV Barna, azaz Fenyvesi Barna, 25 éves komlói születésű rendezvényszervező, jelenleg Svájcban él.<sup>38</sup> Barna kisfilmje a „Szerintem jól nézek ki itt is” címmel került megosztásra az Instagramon, s ahogy a cím sugallja, a fiatal férfi elsősorban a megjelenésével szeretne érvényesülni. A játékos a videó első felében kijelenti, hogy „pontosan tudja, hogy baromi jóképű”, illetve büszke a szüleine, amiért „összehoztak egy ilyen arcot”. Barna egy vallomásában beismeri, hogy „egyetlen függősége van, az pedig a nők”, amit a jellemének esszenciális részeként értelmez. A videóból az is kiderül, hogy Barna telefonjában van egy külön lista azokkal a lányokkal, akikkel intim viszonyt folytat, viszont a lista hosszát nem árulja el, mert az „túl proli lenne”. Barna a karakterének domináns jellegét azzal is hangsúlyozza, hogy megmutatja a teljes hátát befedő, hím oroszlánt ábrázoló tetoválását, miközben arról beszél, hogy míg az oroszlán az állatok királya, addig ő a férfiaké. A férfi a bemutatkozást azzal zárja, hogy „csak egy dologhoz ért az életben, a nőkhöz, de ahhoz nagyon”. Barna kisfilmje a vizuális megfogalmazást tekintve egyszerű, nem találunk a képekbe kódolt komplexebb üzeneteket. A felvételeken maga a szereplő látható, aki különböző férfias pózokban mutatja be az arcát és a testét, helyenként ruhában, máshol felső öltözet nélkül. A videóba bevágott vignettek szerint Barna legfőbb tulajdonságai így alakulnak: „jóképű”, „csajmágnés”, „csibészes mosoly”, „baromi jóképű”, „függőségem a nők”, „lista”, „szingli”.

Barna sok szempontból a villa legdominánsabb játékos, a férfiak közül a legtöbb játékidő kapja az összefoglalókban, és az ő karaktere áll a legközelebb a heteronormatív hegemon maszkulinitás kategóriájához.<sup>39</sup> Barna megjelenése tükrözi leginkább a férfiakra vonatkozó aktuális szépségideákat, szimmetrikus arccal, arányos, bár nem kifejezetten sportos testalkattal rendelkezik. Barna karaktere erősen szexualizált, ami helyenként a hiperszexuális magatartásra jellemző jegyeket is mutat. A villában lakó férfiak és nők egyaránt jóképűnek és vonzóknak tartják, az összefoglalókban ő is rendszeresen látható hiányos öltözékben, időnként meztelenül is. Szerepét tekintve Barna a vezető és a hős között ingadozik, egyszerre több nő is küzd a figyelméért, miközben a férfiak a szexuális teljesítménye, illetve a nők körében elért sikerei miatt csodálják. Viselkedésében domináns elem a függetlenség, s bár több nővel is intim kapcsolatba kerül a játék során, valójában egyik mellett sem kötelezi el magát. A játékos viselkedésének egyik alapvető mozgatórugója, hogy eszközként kezeli a nőket, miközben számos alkalommal és a legdurvább eszközökkel ledominálja, megalázza, kihasználja a társait.

38 [www.instagram.com/p/CIO2s9MjILz/](https://www.instagram.com/p/CIO2s9MjILz/)

39 CONNELL–MESSERSCHMIDT (2005)

Ennek egyértelmű bizonyítéka, hogy a férfikkal folytatott beszélgetései során rendszeresen a lehető legrosszabb színben tünteti fel az intim partnereit. A 2022. november 26-ai összefoglalóban például így fogalmaz: „Ezek tetves kurvák, ezek nem nők, ezért más ember fizet. Mi meg idejöttünk ebbe a ValóVilág villájába, és ingyen csinálják nekünk a produkciót. Ezek nem is nők, nem nők ezek”.

#### 4.3.3. Dani, „a normális jóképű”

VV Dani, azaz Dénes Dániel 28 éves budapesti lakos, feldolgozóként dolgozik, bemutatkozó kisfilmje „Hoppá@valovilag” címmel került megosztásra az Instagramon.<sup>40</sup> Dani azzal indokolja a játékban való részvételt, hogy kiégett, ellaposodott az élete, ezért „többre vágynak, egy olyan kalandra, ami fenekestül felforgatja az életét”. A játékos úgy érzi, hogy mindig „filozofikus szemmel tekint a világra”, és mindig a „válaszokat keresi mindenre”. Dani önazonosnak érzi magát, elítéli azokat az embereket, akik céltalanul mutogatják és megjártsszák magukat. Más játékosokhoz hasonlóan a környezete Daniról is azt gondolja, hogy beképzelt, flegma és nagyképű, pedig a „végén mindig kiderül, hogy tök normális”. A versenyző szerint ő „megérdemli, hogy megnyerje a ValóVilágot”. A kisfilm látványvilága egyszerű, a felvételeken a karakter mindössze két összeállításban látható, az egyikén munka közben, fekete felszolgáló öltözetben, a másikon pedig divatos zakókban és ingben. Dani az egyik azok közül a férfi karakterek közül, akit egyszer sem látunk félmeztelenül, és aki nem hangsúlyozza tudatosan a kinézet jelentőségét. A szereplő képi ábrázolásának másik tipikus eleme, hogy bár a felvételen a férfi magabiztosnak és határozottnak tűnik, a testbeszéde és a gesztusai nem tolaakodóak vagy agresszívek. Dani vizuális effektusokkal kiemelt tulajdonságai a következők: „normális”, „jóképű”, „többre vágynak”, „filozofikus”, „válaszok keresése”, „önazonos”, „beképzelt”, „flegma”, „nagyképű”, „megérdemli, hogy nyerjen”.

A férfiak közül Barna mellett Dani a villa másik, vonzó fizikummal rendelkező játékosa, aki szintén megfelel a fizikai megjelenéssel kapcsolatos aktuális elvárásoknak. Dani a többi játékoshoz hasonlóan gyakran látható hiányos öltözékben, de sok más szereplőhöz képest visszafogottabb és szemérmesebb. Szerepkonstrukcióját tekintve Dani követőnek számít, ritkán alakítja aktívan az eseményeket, éppen ezért a villán belül többen őt is unalmasnak és „pupcsnak” tartják. A karakter érdekességét a Melinával folytatott viszony adja, amelyben a férfi a klasszikusabb értékrendeket tükröző magatartásmintákat követi, s ebbe az állhatatosság, a gyengédség és a romantika is belefér. Dani személyisége stabilnak mondható, a viselkedése kiegyensúlyozott és megbízható, a boldogság és a függetlenség kategóriájával is azonosítható. Dani ritkán keveredik konfliktusokba, így a harag és az agresszió távolabb áll tőle.

#### 4.3.4. Henrik, a „szerethető rock sztár”

VV Henrik, vagyis Demendi Henrik, 23 éves budapesti lakos, a játék idején munkanélküli.<sup>41</sup> Henrik a bemutatkozó videó első másodperceiben megosztja a nézőkkel, hogy az átlagos nap-

40 [www.instagram.com/p/CleNE5yA2p9/?hl=hu](https://www.instagram.com/p/CleNE5yA2p9/?hl=hu)

41 BESENYEI Balázs: „Az ingyen kaja vonz a legjobban” – VV Henriknek nincs hivatása és munkája sem, így kapóra jött a ValóVilág. 24.hu/szorakozas/2022/11/23/vv11-valovilag11-vv-henrik/



jai azzal telnek, hogy „nem csinál semmit”, majd kifejti, hogy „nincs munkája, nincs hivatása és a csaja is lelépett”.<sup>42</sup> Az önvallomás azzal folytatódik, hogy a játékost az „ingyen kaja vonzza a legjobban a villában”. Saját állítása szerint Henrik célja, hogy „minél több nőhöz legyen köze” az élete során, ehhez pedig jó alapnak érzi, hogy az édesanyja modellként dolgozott, így egészen fiatal kora óta ő is gyönyörű nők társaságában töltötte az idejét. A megjelenése alapján Henrik úgy gondolja, hogy a legtöbben egy gitáros srácot, egy feltörekvő rockszótárt látnak benne, pedig az igazság az, hogy „borzasztóan szarul gitározik”, csak három akkordot tud eljátszani, de ez is elég ahhoz, hogy „csajokat tudjon összeszedni”. A kisfilmből lesűrhető, hogy a játékos sokat foglalkozik a megjelenésével, a kedvenc „csajozós szettje” a farmer és a fehér ing, amin három gomb ki van gombolva, illetve a fekete bőrkabát, ami „mindig be szokott válni” – az összeállítását Henrik „milf hunter szettnek” nevezi. Pozitív tulajdonságként említi, hogy „kitartó”, amit azzal igazol, hogy már tíz éve bokszol, illetve a listát kiegészíti az „okos”, a „szép”, az „elbűvölő személyiség”, a „vicces”, a „vidám”, az „arany szívű rosszfű”, egy „szerethető ingyenélő” jelzőkkel. Henrik kisfilmjének látványvilága a férfi fizikai megjelenését helyezi előtérbe, a jelenetek jelentős részében a karakter félmeztelenül látható, amint öltözködik, vetkőzik, az izmait mutogatja vagy egy boksz edzésen vesz részt. A videó vizuális elemei egyszerre domborítják ki a játékos személyiségének agresszív és szenzitív jellemzőit, utóbbi a romantikus gitárjátékot imitáló képeken érhető tetten. A videóban feltűnő matricák száma alapján Henrik számít az egyik legsokoldalúbb versenyzőnek, legjellemzőbb tulajdonságai, hogy „szerethető”, „rockszótár”, „nem csinál semmit”, „nincs hivatása”, „nincs munkája”, „nincs pénze”, „nincs barátnője”, „ingyen kaja”, „3 akkord = nők”, „milf hunter”, „kitartó”, „okos”, „szép”, „elbűvölő személyiség”, „vicces”, „vidám”, „arany szívű rosszfű”, „szerethető ingyenélő”.

Az összefoglalók alapján Henrik vonzó, de nem kiemelkedően jóképű férfi, aki kisportolt testtel rendelkezik, s a fizikai erőnlétét tekintve a villa legaktívabb lakója. Henrik a jó megjelenését aktívan kihasználja a villában töltött rövid idő alatt is, rendszeresen látható hiányos öltözékekben, számos alkalommal pedig teljesen meztelenül. Szerepét tekintve Henrik teljes mértékben passzív, egyértelműen követő, de még inkább kimaradó. A villában eltöltött 12 nap alatt szinte semmi sem történik vele, de amellett, hogy nem aktív irányítója az eseményeknek, nem is keveredik komolyabb konfliktusokba. Talán éppen ezért a társai unalmasnak és kiszámíthatónak tartják, főleg ez az oka annak, hogy Melina őt választja ellenfélnek az első párbajhoz. Henrik viselkedése semlegesnek tekinthető, részben az elégedettségéből adódó boldogság, valamint a függetlenség jeleit mutatja, míg a harag, az agresszió és a szomorúság egyáltalán nem jelennek meg a karakterében.

#### 4.3.5. *Lamin, „a nagyszájú és laza”*

VV Lamin, vagyis Lamin Mboob, 27 éves fiatalember, aki Győrben dolgozik séfként.<sup>43</sup> A férfi viedója „Lamin in the house” címmel került megosztásra az Instagramon. Lamin beszámolója azzal indul, hogy 17 éves koráig Győrben élt, majd a tanulmányai miatt Londonba költözött. Édesanyja magyar, édesapja gambiai származású, így „félvérként” határozza meg az etnikai

42 Uo.

43 [www.instagram.com/p/CIO3x8Qjxu3/](https://www.instagram.com/p/CIO3x8Qjxu3/)

identitását, majd ezt kiegészíti azzal, hogy ez a „csajoknak és a spanoknak is nagyon tetszik”, illetve „bárhova megy, egyértelmű, hogy ő van a középpontban”. A szereplő arról is beszél, hogy korábban számos sportágban jeleskedett, de az utóbbi években már nem aktív, így „csak a pici poci maradt meg”. Lamin az egyike azoknak a villalakóknak, aki már szülő, egy egyéves kisgyermek édesapja, viszont nem él együtt az édesanyával, ennek ellenére meggyőződése, hogy ő lesz a „az egyik legjobb apuka”. Ennek némileg ellentmond, hogy saját bevallása szerint is szereti piszkálni az embereket, és ha valaki nem tetszik neki, akkor „odaszúr, mint egy fekete mamba”. Lamin videója nem tartalmaz speciális vizuális elemeket, a felvételen egy színesbőrű játékos tűnik fel, a férfi megjelenésének szembetűnő sajátossága, hogy nem csak a karját és a kézfejét, hanem az arcát is méretes tetoválások díszítik. A villalakó a klipben határozottan és magabiztosan viselkedik, a gesztusnyelve a hip-hop szubkultúrára jellemző sztereotíp, maszkulin férfiképnek megfelelő. A szerkesztők a vizuális információk között Lamin következő tulajdonságait emelik ki: „nagyszájú”, „laza”, „atlétika”, „thai box”, „kosár”.

Lamin színesbőrű férfiként egzotikus kinézetű karakternek számít a villában, s bár a túlsúlya és az extrém tetoválásai miatt a megjelenése a klasszikus, mainstream elvárásoknak nem felel meg, mégis jól igazodik egyes speciális szubkultúrák nemzetközi sztenderdjeihez. A férfi gyakran látható hiányos öltözetben, és többször tűnik fel meztelenül is. Lamin karaktere a marginalizált maszkulinitás, illetve a toxikus maszkulinitás kategóriáival hozható összefüggésbe, s mindemellett nárcisztikus jegyeket is mutat.<sup>44</sup> Előbbi bizonyítéka, hogy Lamin kezdettől fogva domináns, vezető szerepre törekszik a villában, de sikertelenül, a játékosok rendre szembefordulnak vele és nem veszik komolyan. Lamin toxikus viselkedésére a villában töltött rövid idő alatt is számtalan példát láthatunk. A játékos rendszeresen próbálja dominálni a női résztvevőket, az egyik ilyen alkalom hajszál híján fizikai erőszakba torkollik, de a legdurvább verbális agresszióval támad a férfiakra is. A játék ideje alatt gyakran kerül erősen alkoholos állapotba, ilyenkor pedig kontroll nélküli ámokfutásba kezd, mialatt a játék szabályait is több alkalommal megszegi. Tűrhetetlen viselkedése miatt a férfit előbb egy napra elzárják a társaitól a játékvezetők, majd a közönség az úgynevezett „unszimpatia szavazáson” elsőként ejti ki a villából.

#### 4.3.6. *Márió, a „hiú focista”*

VV Márió, vagyis Deli Márió János, 24 éves gyöngyösi születésű férfi, jelenleg Budapesten él, labdarúgó.<sup>45</sup> Márió bemutatkozó kisfilmje „Na mit szóltok??” címmel került megosztásra az Instagramon. A játékos alig egyperces klipje azzal a kijelentéssel indul, miszerint Márió „igazi győztes típus”, annak ellenére, hogy már nem válogatott focista egy korábbi térdsérülés miatt. A villalakó benyomása szerint a környezete azt gondolja róla, hogy „bunkó, beképzelt, nagyképu focista, miközben egyik sem igaz, mert csak vicces és jóképű”. Ténylegesen rossz tulajdonságaként említi, hogy „hisztis és forrófejű”, s amikor elveszíti a türelmét, akkor úgy viselkedik, mint egy 14 éves. A szereplő azért jelentkezett a ValóVilágba, hogy még több követője legyen, még többen felismerjék, illetve hogy „jó csajokat lehessen megismerni, meg hát a főnyeremény”. A videó képein Márió fizikai megjelenésére esik a fő hangsúly, a férfi a

44 LŐRINCZ–GREGOR (2013)

45 [www.instagram.com/p/CleLgAqAyOM/](http://www.instagram.com/p/CleLgAqAyOM/)

felvételek egy jelentős részén félmeztelenül pózol. A játékos a ValóVilágot megelőzően is aktív volt a közösségi médiában, erre utalnak azok a beállítások is, amelyeken a versenyző egy körlámpa előtt igazgatja a haját, miközben egy előnyös képet próbál készíteni a mobiltelefonjával. Márió több beállításon is sportmezben látható, megjelenésének feltűnő kiegészítői az ékszerek és a karjait borító tetoválások. A vignetteken megjelenő jelzők szerint Márió „hiú”, „focista”, „bunkó”, „beképzelt”, „nagyképű”, „vicces”.

Márió zömök megjelenésű, alacsony férfi, aki nem kifejezetten sportos, inkább átlagos testalkattal rendelkezik, azonban társai vonzónak látják. A férfi óriási gondot fordít a kinézetére, rengeteget foglalkozik a frizurájával, az öltözkéssel, hosszú időt tölt szépségápolással. Ebbe időnként a villa többi férfi játékosát is bevonja, egy alkalommal ő készíti új frizurát Ricónak, majd le is gyantázza a testét. Márió gyakran látható ruha nélkül az összefoglalókban, helyenként meztelenül is feltűnik, miközben arról beszél, hogy „gyönyörűnek” látja magát. Piperkőc magatartása miatt többen feminin férfinak tartják, egy alkalommal azzal is megvádolják, hogy valójában a saját neméhez vonzódik. Márió szerepét tekintve a műsor első részében a követőkhöz áll közelebb, ritkán kerül az események középpontjába, nem alakítja aktívan a cselekményt. Márió gyakran jókedvű, igyekszik vicces és humoros lenni, gyakran eszel ki csíntevéseket, illetve rövidítésekben és hashtagekben beszél. Viselkedésében gyakori elem a boldogság, ugyanakkor a szomorúság és a bánat sem áll távol tőle. A játék során kiderül, hogy egy éve veszítette el az édesapját, amit máig nem dolgozott fel, emiatt többször láthatjuk sírni. A férfi taktikus játékot játszik, Lisszával kölcsönösen kihasználják egymást annak érdekében, hogy a romantikus kapcsolat álcája mögött figyelmet generáljanak maguk körül. A harag és az agresszív megnyilvánulások a korai összefoglalók alapján nem jellemzőek a karaktere, de a játék során Márió komolyabb konfliktusba keveredik többek között Sajtival és Krisztivel is.

#### 4.3.7. Rico, a „pimasz amorózó”

VV Rico, vagyis Dicati Riccardo 25 éves, Olaszországban született, magyar és olasz szülők gyermeke, a civil életében sofőrként dolgozik.<sup>46</sup> A férfi bemutatkozó videója „Ciao!! Ha eddig nem láttad volna” címmel került megosztásra az Instagramon. A játékos a „szerelem csodagyerekeként” és a „világon egyedüli Dicati Riccardóként” hivatkozik magára, miközben elmeséli, hogy sokan „pimasznak” tartják az ismerősei közül. A szereplő szerint ennek az az oka, hogy szeret „kíváncsiskodni”, „csipkelődni” és „piszkálódni”. Rico úgy érzi, hogy egy dologban különbözik igazán a magyaroktól, abban, hogy hangos, ezt pedig annak tudja be, hogy „forr a vére”. A fiatal férfi szintén a hódító szerepében tetszeleg, kifejti, hogy a villában minden nő szerencsés, hiszen megismerkedhet „A Ricóval”. A videó utolsó részében Rico megosztja a nézőkkel, hogy taktikus játékot akar játszani, akik kedvesek vele, azokkal ő is jól fog bánni, de akik megpróbálnak keresztbe tenni neki, azokkal „sunyi és tudatos” lesz. A videó vizuális nyelve egyszerű, könnyen érthető, a felvétel célja az, hogy Riccardo latinus megjelenésén keresztül emelje ki a karakter fő tulajdonságait, a mediterrán emberekre jellemző lazaságot, érzelmességet és vitalitást. A film egyetlen speciális effektet tartalmaz, ami a felvétel végén látható: a bemutató képkockái egy óriási szív alakú szimbólummal zárulnak.

A vignettek szerint Rico legfontosabb tulajdonságai így alakulnak: „pimasz”, „amorózó”, „kíváncsiskodó”, „csipkelődő”, „piszkálódó”, „forr a vér”, „sunyi”, „tudatos”.

Rico átlagos megjelenésű férfi, aki jelentősebb túlsúllyal érkezett a játékba, s ezen a villában töltött, tétlenségben eltelt napok csak rontottak. Ricót a társai nem tartják vonzónak, a nők sem tekintenek rá kívánatos férfiként, ennek megfelelően nem is arat sikereket az ellenkező nemnél. A férfi kifejezetten sokszor mutatkozik ruha nélkül, a műsor első heteiben gyakran látható teljesen csupaszon is, egy alkalommal az étkezőasztalon „fetrengett” meztelenül. Ricót a társai nem tartják férfiasnak, a játékos rendszeresen élcelődések és kritikák célpontjává válik kisméretű péniszre, a folytonos magamutogatása miatt, s amiért rendszeresen magához nyúl társaságban is. Rico mindezt azzal magyarázza, hogy kicsi az önbizalma, a férfi így fogalmaz: „Azt gondoltam, hogy ezzel tudom növelni az önbizalmam, hogy megmutatom a pöcsömet, és akkor háta nagyobb az önbizalmam”. Szerepe szerint Rico követőnek számít, jelentős befolyást gyakorol rá Sajti és Barna is. A társai szerint nincsenek önálló megnyilvánulásai, egy figyelemre éhes, infantilis karakternek írják le, akire nem lehet férfiként tekinteni. Rico viselkedésében gyakran jelenik meg az önfeladott szórakozás felett érzett boldogság, ugyanakkor az agresszió és a harag sem áll távol tőle, ilyenkor kifejezetten tiszteletlenül és trágár módon beszél a női játékosokkal is. A férfinél több durva és agresszív megnyilvánulás is köthető, egy alkalommal erősen megrángatta Renit, majd a lábát fenyegetően a falhoz emelte, miközben trágár kifejezésekkel illette a nőt, akit teljesen sarokba szorított. Egy másik esetben azért rúgta állon Pirost, ha nem is erősen, hogy a lány szájában összetörjön egy nyers tojás.

#### 4.3.8. Sajti, a „dumagép rosszfiú”

VV Sajti, azaz Sajtos Arnold a villa legidősebb játékosa, a 31 éves férfi Budapesten dolgozik szakácsként, a bemutatkozó kisfilmje pedig „Hello! Újpesti Sajti megérkezett” címmel került megosztásra az Instagramon.<sup>47</sup> A játékos ismert emberként mutatja be magát a videóban, állítása szerint ő „Újpest arca”, amit azzal a történettel igazol, miszerint ha „valaki elmegy Újpestre, és elordítja magát, hogy »Sajti«, mindenki tudja, hogy kiről van szó, legyen az egy betondzsungel vagy egy kóternegyed”. Személyiségjegyei közül a „nagy egoját” emeli ki a szereplő, saját meglátása szerint is „túl nagy az arca, túl bunkó és túl nagy paraszt” – amivel úgy érzi, hogy semmi probléma nincs, mert ő „ilyen alapjáraton”. Jó tulajdonságként hivatkozik az őszinteségére, ami ugyanakkor időnként kegyetlenségbe is átfordul. Sajti az egyetlen szereplő a villában, akiről már a műsor kezdetekor is tudjuk, hogy párkapcsolatban él, a párjával 17 éve ismerkedett meg, és a kapcsolatot „kaotikusnak” írja le, elsősorban a saját hűtlenkedései miatt. A videó képein a szereplő egy sztereotipikus focidrukker bőrébe bújlik, a kedvenc csapata iránti rajongását egy lila trikóval is kifejezi. A férfi durva megjelenésű, a testének látható részét mindenhol tetoválások borítják. A mozdulatai és a gesztusnyelve dominanciát és agressziót sugallnak, a felvétel alatt a szereplő kétszer is beleköp a kamerába: egyszer szurkolást imitálva napraforgómagot eszik, majd azokkal az emberekkel kapcsolatban használja a gesztust, akik sértődötten reagálnak az őszinteségére. A videóban a játékos következő jellemvonásait emelik ki vizuális elemekkel: „dumagép”, „rosszfiú”, „Újpest arca”, „nagy ego”, „nagy arc”, „bunkó”, „paraszt”, „őszinte” és „hűtlen”.

47 [www.instagram.com/p/CIO3CnbDtuz/](https://www.instagram.com/p/CIO3CnbDtuz/)

Sajti a villa legidősebb játékosa, bár még így is csak a harmincas évei elején jár, a társai jóval idősebbnek gondolják. A férfi átlagos testalkatú, nem kifejezetten sportos, erősen kopaszodik, a testét tetoválások borítják. A férfi rendszeresen látható hiányos öltözetben, többször feltűnik meztelenül is. Fizikai megjelenése nem kifejezetten vonzó, ennek ellenére a nők körében népszerű, különösen a játék első szakaszában. Ennek részben az a magyarázata, hogy Sajtit a legidősebb férfiként egy érett apafigurával azonosítják társai, ami tisztelettel és tekintéllyel párosul. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint hogy a férfit a 2022. november 28-ai adásban alfahímnek választják a szereplők. Szerepe szerint a férfi a vezető és a hős karakterével is azonosítható a játék első szakaszában, később ez jelentősebben átalakul. Sajti viselkedésében más férfiakkhoz képest kisebb szerepet kap a boldogság vagy a vidámság, gyakran aggódik és szomorú amiatt, hogy a gyermeke édesanyja mit gondol róla. A férfi igyekszik elhárítani a nők közeledését a villában, de így is félreérthető helyzetekbe keveredik, rendszeresen hazugságon kapják, míg végül a társa szakít vele, ezért sírni is láthatjuk. Viselkedésében agresszióra és haragra utaló elemek is keverednek, ezek jellemzően durva verbális kirohanásokban nyilvánulnak meg, többek között Lamin és Mária irányába.

## 5. A nemi szerepekre vonatkozó fókuszcsoporthoz tartozó kutatás eredményei

### 5.1. Nőképek

Az interjúk résztvevőit először arról kérdeztük, hogy milyen vonzó és nem vonzó tulajdonságokat vélnek felfedezni a női játékosokban. A válaszokból kiderül, hogy a kutatás résztvevői nem igazán látják vonzó, vagy pozitív tulajdonságot a női játékosok körében. Ebben a kérdésben nincs különbség a fiatalabb és idősebb megkérdezettek között. A résztvevők megfogalmazásaikban meglehetősen kritikusan és szókimondóan beszéltek a játékosokról (nőkről és férfiakról egyaránt). A téma hosszas tárgyalása során végül a következő pozitív és vonzó tulajdonságok merültek fel a VV11 nőképeivel kapcsolatban: őszinték és elmondják, hogy mivel van problémájuk; van, aki viccesnek mondható (Reni); szórakoztatóak. A többség ugyanakkor határozottan kijelentette, hogy egyáltalán nincs pozitív/vonzó tulajdonságuk a női karaktereknek.

A beszámolókból sokkal nagyobb hangsúly került a negatív vagy problémás tulajdonságokra, a résztvevők ezek között a következő megállapításokat tették: nincs bennük semmi nőies; vulgárisak és kiteszik magukat mindennek; buták; hisztisek; hamar magukra vesznek mindent; mindenben kiborulnak; kétszínűek; közönségesek; alpáriak; könnyűvérűek; nincs önértékelésük; inkább lejáratják a nőiességet; konfliktuskezelés hiánya; nem tudnak viselkedni. Az itt felsorolt véleményeket is jól tükrözik az alábbi idézetek:

„Hát, nem sok nőiesség van bennük, mert nincsen tartásuk, egyiknek sem. Vagy vulgárisan viselkedik, vagy kiteszi magát mindennek.” (József, 39 éves, Veszprém)

„Szerintem az, ahogy bent rázzák a feneküket, az nem túl nőies.” (Eszter, 22 éves, Veszprém)

„Inkább lejáratják a nőiességet.” (Patrik, 26 éves, Veszprém)

A nézők felé közvetített nőképekkel és azok megítélésével összefüggésben a megkérdezettek szerint szinte csak negatív példát lehet látni a mostani játékosoktól. Egyetértettek abban, hogy a műsorban a szerkesztők nem mutatnak követendő példákat és nőképeket. Itt érdemes megjegyezni, hogy arra a kérdésre, hogy a nőkkel összefüggésben említett tulajdonságok mennyire női tulajdonságok, azt válaszolta egy fiatal résztvevő, hogy manapság a női és férfi tulajdonságok sokszor összemosódnak, és ez a bemutatott karakterek esetében is tetten érhető. Vagyis lehet, hogy hisztisnek tartjuk a nőket, de a férfiakra ez ugyanúgy igaz lehet. Az adatközlők úgy érzékelik, hogy a VV11 női résztvevőire a következő nőképek jellemzőek: buta nő; céltalanság; közönségesség; magamutogatás; könnyűvérű; egyszerűek; nem igazi nők; nemcsak szépnek kellene lennie egy nőnek, értelmesnek is, valamint tartásnak is kellene benne lenni, de bennük nincs semmi ilyesmi; nem mutatnak értelmet és kevés érzelm szorult beléjük. Az alábbi idézetek jól tükrözik az itt megfogalmazott attitűdöket:

„Mostanában egyre inkább összemosódnak a női, férfi tulajdonságok, nem tudnék nagyon olyat mondani, ami csak férfiakra, vagy csak nőkre jellemző.” (Balázs, 21 éves, Miskolc)

„Én nem tudok nőies tulajdonságot mondani senkire, hanem közönségesek. Borzasztó, mert ha a fiatalok ezt látják a tv-ben, azt gondolhatják, hogy ez a normális.” (Tina, 45 éves, Veszprém)

Az interjú egy következő szakaszában azt is megkérdeztük a résztvevőktől, hogy mennyiben lehet trendinek tekinteni a villában látható nőképeket, és azt is, hogy mennyire tudnak azokkal azonosulni a nézők, illetve a fiatalok. A válaszok alapján kiderül, hogy az interjúalanyok nem gondolják trendinek a látott nőképeket, illetve remélik, hogy azok nem számítanak trendinek a fiatalok között. Néhányan úgy vélekednek, hogy a bemutatott nők bizonyos társadalmi rétegekben akár trendinek is tűnhetnek, de ha azok is, akkor sem követendő példaképek. Megint mások úgy vélekednek, hogy a VV11 női szereplői nem trendi karakterek, de ezek a típusok előfordulnak a mai nők között.

A jellemzően negatív benyomásokkal szembesülve nem okozott különösebb meglepetést, hogy a nézők nehezen tudnak azonosulni a női karakterekkel. Egyesek úgy vélik, hogy azok a 16–18 évesek, akik folyamatosan az Instagramon lógnak, lehetséges, hogy tudnak azonosulni a játékosokkal, hiszen folyamatosan ilyen képet látnak a közösségi médiában és a tévében is. Mások úgy vélekednek, hogy van olyan játékos, akivel jobban lehet azonosulni, de nem mindegyikkel. Az idősebb adatközlők szerint a villában tanúsított „nagyon laza stílus” és a „butulás” igenis jellemző a mai fiatalokra, míg van, aki nem lát ilyen viselkedést a fiatalok körében. Végül mások a szerkesztési elveket látják érvényesülni az extrém karakterekben, így van, aki szerint nem ez a normális, a műsorba szándékosan válogattak szélsőséges személyiségeket, mert „normális emberek nem lennének kaphatóak egy ilyen műsorra”. Egy fiatal férfi így vélekedik ezekről a kérdésekről:

„Szerintem férfiszemmel sem trendiek. Az, hogy kihívóak akarnak lenni, és mindegyikben ezt látjuk, ez nem trendi. Hogy mutogatja magát, úgy viselkedik, lefekszik xy-nal, attól nem lesz trendi és nőies. Ez egy nagyon rossz megközelítés, rossz üzenet a nőiességgel kapcsolatban.” (Ricsi, 35 éves, Veszprém)

A résztvevőktől azt is megkérdeztük, hogy érzékelnek-e hiányzó karaktereket a műsorból. A felvetés kapcsán az interjúalanyok számos kritikával illették a jelenlegi szereplőket. A nők között hiányolják az okos, a sportos vagy természetes karaktereket, és azt, aki idősebbként anyáskodna a többiek felett. A kapcsolódó említések így alakultak: egy idősebb, anyáskodó nő, aki példát mutat a fiataloknak; egy okos nő; aki normális; aki tud egybefüggően beszélni, és nem keveredik önmagával is ellentmondásba; olyan nő, aki sportol; a teltebb nők hiányoznak; egy idősebb karakter; aki anyáskodik, és rendbe teszi a többieket; egy művészlélek; egy természetesebb külsejű nő; többféle karakter azért lenne jó, hogy többféle vélemény jelenjen meg. A fenti vélemények közé illeszthető az alábbi két megszólalás is:

„Egy okos nőt berakhatnának. Legalább egyet, aki normális, egybefüggő mondatokban tud beszélni és nem totál ellentétes az egyik mondata a másikkal.” (Dávid, 28 éves, Miskolc)

„Lehetne bent még egy elvont művészlélek, kicsit természetesebb külsejű nő, de az valószínűleg elég sok konfliktust szülne.” (Kata, 31 éves, Veszprém)

## 5.2. Férfiképek

A kutatás férfiképekre vonatkozó része ugyancsak a szereplők vonzó és problémás tulajdonságainak a feltárásával indult. A fókuszcsoportok résztvevői a következő pozitív vagy vonzó tulajdonságokat társították a program férfi szereplőjéhez: taktika; összetartás; próbálják pozitívan látni a dolgokat. A résztvevők ebben az esetben is sokkal bőbeszédűbbek voltak akkor, amikor a negatív vagy problémás tulajdonságok említésére kértük őket, amit azzal indokoltak, hogy a karakterekben sokkal több a negatív tulajdonság, mint a pozitív, vonzó pedig egyáltalán nem tudtak mondani. Az adatközlők a következő ellenszenves tulajdonságokat vélik felfedezni a férfi játékosokban: agresszívek; manipulatívak; nagyképűek; prolik; egoisták; nem mutatnak tiszteletet a nők felé; botrányosak; kihasználják a nőket; eltapossák a nőket; gátlástalanok; nekimennek a nőknek; hazudnak; úgy beszél valaki, mint az online térben szokás, hashtagekkel és rövidítésekkel; az Isten őrizzen tőlük; ők azok a típusok, akikkel szóba sem állna semmilyen körülmények között. Az említett attitűdöket a következőképpen fogalmazzák meg az adatközlők:

„Én azt mondanám, hogy az összetartásuk. Ez nem mindenkire jellemző a férfiak közül, de jó néhányra igen.” (Balázs, 21 éves, Miskolc)

„Én is ezeket mondanám: tiszteletlenség, gátlástalanság. Azt hiszik, hogy bármit megtehetnek ők ott bárkivel. Folyamatosan hazudnak még egymásnak is.” (Vanessza, 20 éves, Budapest)

„Ők azok, akikkel nem állnék szóba, soha, semmilyen körülmények között, sem utcán, sem diszkóban, sehol.” (Kata, 31 éves, Veszprém)

Az adatközlők véleménye alapján a férfi karakterek nézők felé közvetített képe és megítélése is problémás. A beszámolók szerint a műsor a következő férfiképeket próbálja közvetíteni a

játékosokról: macsók, alfabírek, legalábbis ezt szeretnék mutatni magukról, de valójában nem azok; a való életben is jellemző a fiatal férfiakra, hogy törekszenek arra, hogy macsók legyenek, de nem sikerül, vagy nem mindenkinek; atyáskodó volt Sajti, de inkább korábban; gusztustalanul meztelenkednek; nem mindig az agyukkal gondolkoznak; a férfiakban kevesebb a visszataszító tulajdonság a nőkhöz képest; tudatosabban játszanak, ezért szimpatikusabbak. A témával kapcsolatban így fogalmaztak a résztvevők:

„Szerintem kevésbé nagy a szórás, mint a nőknél. Itt le lehet egyszerűsíteni, hogy vannak köztük »normálisak« meg »nem azok«. Azért a nőknél sokkal színesebbek, mármint úgy, hogy mint egy darab faék, annyi értelem van bennük itt a villában, de azért ők sokkal több olyan tulajdonsággal rendelkeznek, ami sokkal visszataszítóbb, mint ami a férfiaknál van.” (István, 34 éves, Budapest)

„A mostani szériában a Rico a meztelenkedésével már gusztustalan. Míg régen Alekosz a fecskében vicces volt, azon tudtam nevetni. Nem azért, mert jobban néz ki, hanem vicces volt. Ricón nem tudok nevetni, az már gusztustalan, amit ő csinál.” (Kata, 31 éves, Veszprém)

Az interjúk során a férfiakkal kapcsolatban is feltettük a kérdést, hogy a nézők milyen férfítípust hiányolnak a műsorból. A résztvevők számos kritikával illették már a jelenlegi szereplőket, köztük a férfiakat is, de a nőkkel ellentétben nem az okos típust hiányolják a férfiak körében, hanem az olyan személyiségeket, karaktereket, mint amilyen Majka (Majoros Péter) volt egy korábbi szériában. Ezt azzal indokolták, hogy a korábbi programokban többször lehetett olyan férfiakat látni, akik fel tudtak valamit mutatni, volt valamilyen területen ügyességük, kompetenciájuk, egyéniségük. A témához a következő említések kapcsolódnak: az okos férfi; őt biztosan hamar kiejtenék, mert nem érezné jól magát ebben a társaságban; az egyedüli, színes és érdekes karakterek hiányoznak. Ugyanez a vélemény köszön vissza az alábbi idézetben is:

„Én is a Majkára gondoltam. Régen tök jó volt, hogy bent volt a Majka, bement hozzá a Dopeman, reppeltek, írtak dalszövegeket. A Maya Gold is bement hozzá, az is jó volt. (...) Igen, hogy értettek valamihez. Ott volt a VV Péter, aki fodrász volt és mindenkinek nyírta a haját. És volt, akinek volt ikertesója, egyszer ki is cserélték őket.” (István, 34 éves, Budapest)

Megkérdeztük a résztvevőket arról is, hogy mennyiben lehet trendinek tekinteni a villában látható férfiképeket, és azt is, hogy vajon mennyire tudnak azokkal azonosulni a nézők, illetve a fiatalok. A nőkhöz képest többen voltak azok, aki úgy gondolták, hogy a műsorban bemutatott macsós férfikép trendi lehet a fiatalok körében, de úgy vélik, hogy inkább a 20 évesek tudnak ezzel azonosulni, az idősebbek már nem. Ugyanakkor azt is megjegyezték, hogy ez a vágy leginkább a fiatalok esetében is csak egy ideál, hogy igyekeznek magukat férfiasnak mutatni, de valójában nem azok. Néhány megkérdezett a férfiakkal elnézőbb, mint a nőkkel, illetve a nők viselkedését botrányosabbnak tartja. Van, aki azt is megfogalmazta, hogy egy nő a felét sem teheti meg annak, amit egy férfi megtesz, már akkor is rossz színben fog feltűnni. Olyan vélemény is elhangzott egy fiatal férfitől, hogy mindkét nem nagyon „gáz”.

A férfiakkal társított trendi viselkedésmód problémája a következő említéseket hívta elő: a macsós férfikép trendinek mondható; trendibb ez a macsós kép, mint a női játékosokra



jellemző képek; csak rossz képet mutatnak magukról, nincs bennük semmi trendi. Az azonosulás kérdéskörével kapcsolatban a következő említések születtek: a macsóság nem feltétlen jellemző a mai fiatalokra, de az igen, hogy azok akarnak lenni, látszani; a férfiképekkel tudnak a mai fiatal férfiak azonosulni; a harmincasok már nem, de a húszasok biztosan tudnak ezekkel a férfiakkal azonosulni; egyik sem ideál, egyik sem példakép; a férfiakkal könnyebb azonosulni; a nők botrányosabban viselkednek; ha a nők ugyanazt megcsinálják, mint a férfiak, az már nem elfogadott; a férfiokban több a tartás; a férfiakhoz képest, ha csak feleannyit csinálnak meg a nők, az már rossz színben tünteti fel őket; van, aki a férfiakat is ugyanolyan „gáznak” tartja, mint a nőket. Jól tükrözik az itt említett véleményeket a következő idézetek:

„Inkább nyilván a férfiakkal (lehet azonosulni), de ez mindig is így volt. Ha egy nő ugyanazt csinálta, mint a férfi, akkor a nőt lenézték. Ami egy férfinál normálisnak számít, az egy nőnél nem feltétlenül az.” (Attila, 36 éves, Miskolc)

„Szerintem nagyon gázak a nők, de szerintem a férfiak is. Ez a Barna is rátérdel a Reninek a kabátjára, mert nem akar a földre térdelni. Meg amiket megengednek maguknak a nőkkel szemben. Ez a kiabálás, meg beleáll az arcába. Így nem beszélek férfival, nem, hogy nővel. Szerintem a férfiak is nagyon gázak.” (Dominik, 20 éves, Budapest)

### 5.3. Férfi–női kapcsolatok megítélése

A megkérdezettek a villában látott férfi–női kapcsolatokról inkább rossz véleménnyel vannak. Van, aki e téren sem lát követendő példát, míg van, aki szerint a való életben is vannak hasonló kapcsolatok, ebben a játékban azonban felnagyítódik minden, ezért több a konfliktus is. Az interjúk résztvevői felszínesnek és viharosnak gondolják a férfi–női kapcsolatokat, és furcsának látják a kialakult szerelmeket és szerelmi háromszögeket. Ugyanakkor a barátságokat sem gondolják igazán őszintének, nem erősek a szövetségek sem. A témához a következő gondolatok kapcsolódnak: viharosak, sok a konfliktus; érthető, hogy feszültek a játékosok, de ennek ellenére „nagyon durván” viselkednek egymással; a villában felnagyítódik minden, mert hosszú időn keresztül össze vannak zárva egymással az emberek; gerjesztettek a konfliktusok, de legalábbis sokszor nem életszerűek; nem őszinték a kapcsolatok, felszínesek az érzelmek; talán Melina és Dani kapcsolata a leginkább harmonikus, bár az sem tökéletes; Melina kapcsolata is hamis, mert kint párja volt; előtérbe helyezik a testiséget; kihasználja egyik fél a másikat; ezek kerülendő példák; felszínesek a barátságok is; nincsenek igazi szövetségek, nincs összetartás; hosszú távú barátságok sem fognak kialakulni. Mindezzel kapcsolatban így fogalmaznak az adatközlők:

„Én Melina és Dani kapcsolatát említeném a legharmonikusabbnak. Ez sem tökéletes, de a bentiek közül messze a legjobb. A többiekénél sok a konfliktus a női–férfi karakterek között. Például Barna kapcsolatai, mielőtt Piros kiesett, ott csak a veszekedés ment, akár egy részen keresztül is.” (Nikolett, 33 éves, Miskolc)

„Felszínesek az érzelmek, nincsenek valódi kapcsolatok, se barátiak, se szerelmiek. Napi szinten változik minden.” (Rita, 35 éves, Veszprém)

A fentiek alapján nem meglepő, hogy a résztvevőink nem tudnak azonosulni a bemutatott női és férfi karakterekkel. Ezek közül is kiemelik Barnát, mert ő egyáltalán nem tiszteli a nőket, valamint Piros karakterét, mert befolyásolható volt és mindent megengedett a férfinak. Az interjúalanyok a rendkívüli konfliktusok között említették Bibi és Ákost vitáját, miután Bibi leköpte Ákost, azt az esetet, amikor az egyik villalako éhezett a többiek a császárság hetén, illetve azt a brutális magatartást, amit Rico tanúsított, amikor leüvöltötte és prostituálnak nevezte Renit. Ugyancsak végtelenül unszimpatikusnak látták Sajti karakterét is, aki a gyereke életére felesküdvé állított valótlanúságot. A résztvevők szerint jellemző lehet a fiatalokra, hogy

tipikusnak gondolják ezeket a kapcsolatokat, azzal együtt, hogy a villában minden felnagyódik. Mások szerint a valóságban is előfordul, hogy valaki könnyen váltogatja a partnereit, és olyan ember is akad, aki agresszív és dominánsabb egy kapcsolatban.

A férfi-női kapcsolatokat összességében is kerülendő példának értékeli a megkérdezettek, ebben a fiatalabbak és az idősebbek is egyetértenek. Elmondásuk szerint van arra esély, hogy a fiatalok, a 15–18 éves kamaszok számára mintaképként jelennek meg ezek a kapcsolatok a tévén keresztül és az online térben, és azt gondolhatják, hogy ezeket ők is megtehetik, de remélik, hogy nem így tekintenek rájuk. A résztvevők káros, nem követendő kapcsolati példák között a következő eseteket említik: egy férfi könnyen váltogatja a partnereit; egy nő könnyen odaadja magát egy férfinak; egy nő azt sugallhatja, normális, ha valakit egy férfi kihasznál; a férfi nem tiszteli a nőket; agresszív férfi. Az adatközlők végül megfogalmazták, hogy nem mindegy, milyen férfi-női kapcsolatokat mutatnak a VV11-hez hasonló műsorokban, mert a közösségi médiába minden kikerül, és az egészen fiatalokat is elérhetik ezeket a tartalmak. Sajnos más műsorokból is ugyanezt a magatartásformát látják – még a színvonalasabb vetélkedőkben is látni olyat, amikor „leordítják egymás fejét”, vagy tiszteletlenül beszélnek egy nővel. Az említett témákra reflektálnak a következő idézetek is:

„Én is a Barna–Pirost mondanám. Barna nyilván hitegette csak a Pirost, ő pedig megengedte, hogy bármit megcsináljon vele. Akárhányszor átverte, mindig visszament hozzá. Ezek után már őt sem tudom sajnálni. Mert így Barna nyilván csinálni fogja.” (Balázs, 21 éves, Miskolc)

„Ha a kamasz fiúk azt látják, és azt gondolják, hogy az jó, amit például Barna csinál, hogy egyszer egyik, máskor a másik lány ágyában fekszik, az nem jó. De ugyanezt elmondhatom Reni oldaláról is, hogy a lányok felől nézve akkor elmondhatjuk, hogy az a normális, ha rögtön odaadja magát? Szerintem nincs jó hatással a 15–20 évesekre.” (Nikolett, 33 éves, Miskolc)

„A bent látható férfiak közül nagyon sokan egyáltalán nem tisztelik a nőket, lenézik őket. Ez nem egy egészséges kép.” (Balázs, 21 éves, Miskolc)

## **6. Szintézis: nemi szerepek, férfi és női karakterek működése és megítélése az RTL ValóVilág 11 című műsorában**

A vizsgálat összességében arra jutott, hogy a ValóVilág11-ben olyan nőkkel és férfakkal találkozhatnak a nézők, akik sok esetben nem felelnek meg a nemekkel szemben támasztott tra-

dicionális elvárásoknak és normarendszereknek, illetve akikkel a befogadók nehezen tudnak azonosulni.<sup>48</sup> Ennek egyik legszembetűnőbb oka az lehet, s ez az interjúkból is egyértelműen kiderül, hogy a szereplők negatív jellemvonásai kerülnek kiemelésre a bemutatkozásokban, és ugyanezt látjuk visszaköszönni a szerkesztett összefoglalókban is. Példának okáért vessünk egy pillantást a bemutatkozó kisfilmekben a férfi és női karakterekhez társított inkább pozitív, inkább negatív és semleges kifejezésekre azt is figyelembe véve, hogy milyen konkrét kontextusban kerülnek elő az alábbi szófordulatok:

NŐK			FÉRFIAK		
POZITÍV	SEMLEGES	NEGATÍV	POZITÍV	SEMLEGES	NEGATÍV
cuki	érzékeny	adrenalinfüggő	amorózó	aranyszívű rosszfiú	beképzelt
érett	szende	akaratos	csajmágnés	dumagép	bunkó
humoros	szingli	balhé	csibészes	rocksztár	csipkelődő
igaz ember		buja	elbűvölő	szerethető ingyenélő	egoista
igazságérzet		csábító	filozofikus		felszínes
jó emberismerő		csúnya beszéd	forróvérű		flegma
jószívű		flegma	jóképű		hiú
magabiztos		igazi állat	kitartó		hűtlen
megbízható		kétarcú	laza		ingyen kaja
méhkirálynő		kíméletlen	normális		kíváncsiskodó
okos		kiszámíthatatlan	okos		manipulátor
őszinte		lázas	önazonos		nagy arc
színes		makacs	őszinte		nagy ego
szókimondó		nagyképű	szép		nagyképű
taktikus		naív	szerethető		nem csinál semmit
türelmes		nem hisz a szerelemben	többre vágyik		nincs barátnője
udvarias		nyers	tudatos		nincs hivatása
		ordibál	tudatos		nincs pénze
		refinált	válaszokat keres		nyers
		rivalizáló	vicces		önimádó
		törtető	vidám		paraszt
		vad	milf hunter		pimasz
					piszkálódó
					rosszfiú
					sunyi

1. táblázat. Forrás: saját szerkesztés

A táblázatból is jól látszik, hogy mindkét nem esetében a negatív kifejezések túlsúlya dominál, de ha alaposabban szemügyre vesszük a jelzőket, az is kiderül, hogy ezek különösen a nők esetében jelölnek atipikusnak tekinthető, a tradicionális, normakövető magatartástól jelentősen eltérő karakterjegyeket.<sup>49</sup> Ezek egy része a szerkesztett tartalmakban is megerősítésre kerül, míg más tulajdonságokat a játékosok személyisége nem tükröz vissza egyértelműen, de összességében a női karakterek érzelmileg és társadalmilag is kiszolgáltatottabbnak tűnnek, ami egybevág Signorielli és Bacue megállapításaival.<sup>50</sup>

A fizikai megjelenéssel összefüggésben elmondható, hogy mindkét nem gyakran látható hiányos öltözékben vagy teljesen meztelenül, a nőkre egyes szituációkban kifejezetten jellemző az erotikus ruházat viselete, s ezzel párhuzamosan a karakterek túlszexualizált bemutatása. A fizikai megjelenés jelentősége a nők esetében egyértelműen nagyobb, a női testtel kapcsolatos megnyilvánulások gyakoribbak, durvábbak és kritikusabbak, mint a férfiak esetében, a legsértőbb megjegyzések pedig főleg nőkre vonatkozóan hangzanak el. A férfiak is gyakran szerepelnek hiányos öltözetben vagy meztelenül, egyes karakterek szintén túlszexualizáltak, de a fizikai megjelenés fontossága a férfiak esetében kisebb. Ugyanakkor ez alól is vannak kivételek, például Máriaó esetében a játékosok nagy jelentőséget tulajdonítanak a férfi vonzó megjelenésének, míg Rico többször kap durván kritikus megjegyzéseket a túlsúlya és férfiaságának mérete miatt.

A társadalmi szerepekkel összefüggésben az elemzés azt mutatja, hogy a játékban megjelenő férfiak többsége a nőknél stabilabbnak tűnik érzelmileg és társadalmilag is, viszont egyes karakterek, mint például Ákos, ettől jelentősebben eltérnek. A villában több férfinak van vezető szerepe, mint nőnek, de a férfiak között is vannak teljesen passzív karakterek, mint például Henrik, aki éppen az inaktív magatartása miatt esett ki elsőként a játékból. A nők között is találunk olyan karaktereket, akik agresszívan próbálnak befolyást szerezni a társaik felett, azonban ezek a megnyilvánulások sok esetben csak verbális szinten működnek, más esetekben pedig éppen az ellenkező hatást érik el, ahogyan ez korábban vizsgált műsorok esetében is látható volt.<sup>51</sup> Jó példa erre Bibi, aki kezdettől fogva igyekszik domináns pozícióba kerülni, de ezzel a magatartással rövid idő alatt a villa egyik legnépszerűtlenebb lakójává válik.

Az előzőek alapján az is megállapítható, hogy a nemi szerepek közötti szakadék a szexualizált ábrázolásmód területén csökkent, de a műsor még mindig többször szolgálja ki a tradicionális férfi tekintet (male gaze), mint a nőit.<sup>52</sup> A műsorban a tradicionális nemi szerepek közti különbségek más területen is inkább közelítenek egymáshoz. Itt említhetjük a házimunkákat, amiben mindkét nem szereplői közel azonos mértékben veszik ki, vagy éppen nem veszik ki a részüket, vagyis ugyanúgy találkozhatunk házias férfiakkal, mint háziasnak jóindulattal sem nevezhető nőkkel. A kérdés egy másik vetülete a test- és szépségápolás kérdése, amit hagyományosan feminin gyakorlatnak tartunk, ugyanakkor például Máriaó rengeteg energiát és figyelmet fordít a megjelenésére.

A villalakók viselkedését tanulmányozva azt látjuk, hogy összességében a férfiak függetlenebbnek tűnnek, mint a nők. A nők valamivel több esetben mutattak dühöt és agressziót, bár Lamin személyében a férfiak között is találunk kifejezetten agresszív karaktert. A nők

49 CHUMBOW (2020)

50 SIGNORIELLI–BACUE (1999)

51 ANDERSON–FERRIS (2016)

52 KAPLAN (1983)

többet sírnak, mint a férfiak, de a férfiak között is találunk olyan karaktert, aki rendszeresen sírás közben látható az összefoglalókban, így például Ákos és Márió kifejezetten emocionális személyiségeknek tűnnek. A villában lakó férfiak összességében többször elégedettek és boldogok, mint a nők, míg a nők többször adják jelét a szomorúságnak vagy a kétségbeesésnek.

A fókuszcsoportos kutatás azt bizonyítja, hogy a nézők a játékosokról alapvetően rossz véleménnyel vannak. Nem tartják őket példaképnek sem általában, sem a férfi és női képek tekintetében, de még az ábrázolt férfi-női kapcsolatokat is több kritikával illették. Nincs egyetlen igazán kedvenc játékosuk, inkább csak időlegesen valaki, „ha nagyon muszáj”, vagy „talán” tudtak ilyet megnevezni. A női szereplőkkel kapcsolatban számos problémás tulajdonságot említettek, ezek között leggyakrabban a hisztéria, a könnyűvérűség, az értelem és a nőiség hiánya jelent meg. A férfiaknál is többségben vannak a rossz tulajdonságok, többen tiszteletlenek a nőkkel, agresszívok, és van, aki verbális erőszakot alkalmazott egy női villatársával szemben, a megítélésük mégis kedvezőbb.<sup>53</sup> A férfi játékosok leginkább csak szeretnének macsók lenni, azonban körükben van olyan játékos, akinek jónak látják a játékát, aki szerintük jól taktikázik.

Összességében a női játékosokat problémásabbnak gondolják, azért is, mert őket már kevesebb negatívum is rossz színben tünteti fel. A férfiak esetében is sok kivetni valót látnak, ugyanakkor azt valószínűsítik, hogy velük jobban tudnak azonosulni a fiatalok, mert a macsóság alapvetően trendi manapság. A résztvevők a női játékosok köréből az értelmes karaktert, illetve az anyáskodó karaktert hiányolják leginkább, a férfiak köréből pedig az érdekes, valamilyen területen tudással rendelkező karaktert. Meglepő módon olyan férfi játékost tartanak esélyesnek a győzelemre többen is, akit többször kritikával illettek amiatt, ahogyan a nőkkel bánik, és amilyen kapcsolatai voltak eddig a villában.

Mind a férfi és női képekről, mind a férfi-női kapcsolatokról úgy vélik, hogy a felmutatott minták a fiatalokra kifejezetten rossz hatással lehetnek, ha komolyan veszik a műsorban látottakat. Felszínesebbnek, őszintétlenebbnek és konfliktusokkal terheltnek látják a barátságokat és a kialakult szerelmeket is. Van, aki szerint más műsorokban is hasonlóan rossz mintákat látnak a fiatalok, ugyanakkor a többség úgy gondolja, hogy jobban kellene szabályozni a műsor tartalmait: a médianak jelentős a befolyásoló ereje, ezért színvonalasabb műsorra kellene törekedni, és arra, hogy legyen következménye a nem megfelelő magatartásnak.

Általános vélemény, hogy a műsor egyre megbotránkoztatóbb: sokkal több a szexualitás és a játékosok közötti konfliktus. Nagyon meglepő volt a résztvevők számára, hogy ebben a szériában már az első részben volt szexuális aktus, ami minden évadban megtörténik, de ebben nem sokat vártak a játékosok. A 11-es szériát a többség a legrosszabbnak tartja, leginkább azért, mert színvonal alattiak a játékosok, és nem látnak közöttük egyéniséget. A program kevésbé a játékról és taktikáról szól, inkább arról, hogy ki kivel van együtt, ivászatról és veszekedésekről. A nők és a férfiak is sokkal több trágár beszédet és durvább dolgokat engednek meg maguknak, mint az előző műsorokban, és óriási probléma, semmiért sincs büntetés. A kritikák központi témája, hogy a játékosok megnyilvánulásai visszataszítóak, van, aki szerint a műsor „kretének gyülekezete”, mások azzal példálózhatnak, hogy olyan alacsony a játékosok értelmi szintje, hogy „azt sem tudják, hol van Budapest”.

A résztvevők egyetértenek azzal, hogy a női és a férfi szereplők esetén is ugyanolyan fontos, hogy milyen képet közvetítenek a nézők felé. Mindkét nem rossz példát mutat, amit eltanul-

hatnak, trendinek vélhetnek a fiatalok. Néhányan úgy gondolják, hogy ez a műsor nem azt a célt szolgálja, hogy a nézők számára példaképeket mutasson be, így a játékosok sok mindent be is vetnek azért, hogy elnyerjék a fődíjat. Van, aki riasztónak tartja azt, hogy ezt úgy is megnyerheti valaki, hogy negatív példát mutat.

Összegezve a fentieket megállapítható, hogy a ValóVilág 11 által bemutatott női és férfi karakterek jelentősen torzított identitáskonstrukciókat állítanak a nézők elé, ami előállhat egyfelől a beválogatott szereplők természetes tulajdonságaiból, másfelől a szerkesztési folyamat során alkalmazott gyakorlatokból. A karakteranalízis és a nézői attitűdök alapján is azt látjuk, hogy a férfi és női karakterek olyan szélsőséges viselkedésmintákat személyesítenek meg, amelyekkel a befogadók nem tudnak és nem is szeretnének azonosulni. Ez a férfiak esetében egyfelől a hipermaszkulin magatartásmintára jellemző dominanciaharcokkal és agresszióval, másfelől a hagyományos maszkulin értékrenddel ellentétes passzivitással vagy instabilitással függ össze. A női karakterek esetében a probléma háttérben a tradicionális női értékek szinte teljes hiánya áll. Egyfelől a női szereplők számos olyan domináns és agresszív viselkedésmintát igyekeznek prezentálni, amit hagyományosan inkább a férfiakkal azonosítunk, és ami visszatetszést generál a nézőkben.<sup>54</sup> Másfelől több olyan megnyilvánulásukkal találkozunk a műsor folyamán, amelyek kiszolgáltatott vagy alávetett pozícióba sodorják őket, ami ugyancsak a nézők negatív megítélése alá esik. Mindent összevetve a vizsgált probléma szempontjából a műsor egyik legnagyobb hiányossága az lehet, hogy nem, vagy csak részben ábrázol olyan női vagy férfi személyeket, amelyek megfelelnek a tradicionális értékrendeknek, amelyek megfelelően rezonálnak a nézők elvárásaival. Ahogyan az interjúalanyok megfogalmazták, a „normális” férfiak és nők hiányoznak a ValóVilág 11-ből.

## Források és irodalom

- ANDERSON–FERRIS (2016) = Jacqueline S. ANDERSON – Sharmila Pixy FERRIS: Gender stereotyping and the Jersey Shore. A content analysis. *KOME. An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 2016/1. 1–19.
- ATWOOD–ZAHN–WEBBER (1986) = Rita A. ATWOOD – Susan Brown ZAHN – Gail WEBBER: Perceptions of the traits of women on television. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 1986/1. 95–101.
- AUBREY et al. (2020) = Jennifer Stevens AUBREY – Kun YAN – Larissa TERÁN – Lindsay ROBERTS: The heterosexual script on tween, teen, and young-adult television programs. A content analytic update and extension. *The Journal of Sex Research*, 2020/9. 1134–1145.
- BEHM–MORAWITZ–LEWALLEN–MILLER (2015) = Elizabeth BEHM–MORAWITZ – Jennifer LEWALLEN – Brandon MILLER: Real mean girls? Reality television viewing, social aggression, and gender-related beliefs among female emerging adults. *Psychology of Popular Media Culture*, 2015/4. 340–355.
- CATO–CARPENTIER (2010) = Mackenzie CATO – Francesca Renee Dillman CARPENTIER: Conceptualizations of female empowerment and enjoyment of sexualized characters in reality television. *Mass Communication & Society*, 2010/3. 270–288.
- CONNELL–MESSERSCHMIDT (2005) = Raewyn W. CONNELL – James W. MESSERSCHMIDT: Hegemonic Masculinity. Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 2005/6. 829–859.
- CsÁSZI (2009) = CsÁSZI Lajos: A valóságtelevíziózás társadalmi szerepe a késő modernitásban. *Médiakutató*, 2009/nyár. 53–62.
- CsÁSZI (2011) = CsÁSZI Lajos: *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. Pécs, Gondolat, 2011.
- CHUMBOW (2020) = Mary-Magdalene CHUMBOW: Colada Sweet Like Mercy. Gender Stereotyping in Twitter Conversations by Big Brother Naija 2019 Viewers. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 2020/10. 959–965.
- DAVIS (1990) = Donald M. DAVIS: Portrayals of women in prime-time network television. Some demographic characteristics. *Sex Roles*, 1990/5–6. 325–332.
- DOWNES (1981) = Chris A. DOWNES: Sex-role stereotyping on prime-time television. *Journal Of Genetic Psychology*, 1981/2. 253–258.
- DURHAM (2009) = Meenakshi Gigi DURHAM: *The Lolita effect. The media sexualization of young girls and what we can do about it*. London, Gerald Duckworth & Co., 2009.

FERRIS et al. (2007) = Amber L. FERRIS – Sandi W. SMITH – Bradley S. GREENBERG – Stacy L. SMITH: The content of reality dating shows and viewer perceptions of dating. *Journal of Communication*, 2007/3. 490–510.

GERBNER et al. (1986) = George GERBNER – Larry GROSS – Michael MORGAN – Nancy SIGNORIELLI: „Living with television. The dynamics of the cultivation process”. In: J. BRYANT – D. ZILLMAN (szerk.): *Perspectives on media effects*. Hilldale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 1986. 17–40.

GROSS (2001) = Larry GROSS: *Up from Invisibility: Lesbians, Gay Men, and the Media in America*. New York, Columbia University Press, 2001.

HALL (2009) = Alice HALL: Perceptions of media realism and reality TV. In: Robin L. NABI – Mary B. OLIVER (szerk.): *The SAGE handbook of media processes and effects* London, Sage, 2009. 423–438.

HEARN–MORGAN (1990) = Jeff HEARN – David MORGAN: *Men, masculinities & social theory*. London, Unwin Hyman, 1990.

JENEI (2002) = JENEI Ágnes: Több, mint kukkolás. Dr.Buda Béla pszichiáter a valóságshow-król. *Médiakutató*, 2002/tél. 29–36.

KAPLAN (1983) = Ann E. KAPLAN: Is the Gaze Male? In: Ann SNITOW – Christine STANSELL – Sharon THOMPSON (szerk.): *Powers of Desire. The Politics of Sexuality*. New York, NYU Press, 1983. 309–327.

LEONE–PEEK–BISSELL (2006) = Ron LEONE – Wendy C. PEEK – Kimberly L. BISSELL: Reality television and third-person perception. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 2006/2. 253–269.

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

LŐRINCZ–GREGOR (2013) = LŐRINCZ Dalma – GREGOR Anikó: Az etnikai maszkulinitás konstruálásának egyik példája, avagy Fecó esete a ValóVilággal. In: BOGDÁN Mária – FEISCHMIDT Margit – GULD Ádám (szerk.): „Csak másban”. *Roma reprezentáció a magyar médiában*. Pécs, Gondolat, 2013. 45–65.

PAPP–WARD–MARSHALL (2022) = Leanna J. PAPP – Lewis M. WARD – Riley. A. MARSHALL: Contributions of Reality TV Consumption to College Women’s Endorsement of the Heterosexual Script and Acceptance of Sexualized Aggression. *Psychology of Women Quarterly*, 2022/1. 50–65.

PLECK–SONENSTEIN–KU (1994) = Joseph H. PLECK – Freya L. SONENSTEIN – Leighton C. KU: Attitudes toward male roles among adolescent males. A discriminant validity analysis. *Sex Roles*, 1994/7–8. 481–501.



SIGNORIELLI–BACUE (1999) = Nancy SIGNORIELLI – Aaron BACUE: Recognition and respect. A content analysis of primetime television characters across three decades. *Sex Roles*, 1999/7–8. 527–544.

SNELL (1998) = William E. SNELL Jr.: The stereotypes about male sexuality scale. In: C. M. DAVIS – W. L. YARBER – R. BAURERMAN – G. SCHREER – S. L. DAVIS (szerk.): *Handbook of sexuality-related measures. A compendium*. 2nd ed. London, Sage, 1998. 463–465.

SUNG (2013) = Chit Cheung Matthew SUNG: Language and gender in a US reality TV show. An analysis of leadership discourse in single-sex interactions. *Nordic Journal Of English Studies*, 2013/2. 25–51.

WARD (2002) = Lewis M. WARD: Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation. *Journal of Youth and Adolescence*, 2002/1. 1–15.

WATSON–HILL (2003) = James WATSON – Ann HILL: *Dictionary of media and communication studies*. 6th ed. London, Arnold, 2003.

WIEGMAN (2002) = Robyn WIEGMAN: *Women's studies on its own: a next wave reader in institutional change*. Durham, Duke University Press, 2002.

WRIGHT (2011) = Paul J. WRIGHT: Mass media effects on youth sexual behavior assessing the claim for causality. *Annals of the International Communication Association*, 2011/1. 343–385.



# A ValóVilág 11. szériájának elemzése egy speciális szempont alapján (NMHH barométer)

KÖVECSES ÁGNES – FOGARASI MIHÁLY

## 1. Bevezetés

A valóságshow-k lényegi elemeinek minél jobb megismerése érdekében a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (továbbiakban NMHH) létrehozott egy úgynevezett barométert a problémás, elsősorban a kiskorúak számára feltehetően káros médiaüzenetek regisztrálására, amikor hosszú kihagyás után, 2010-ben az RTL Klub újra műsorára tűzte a ValóVilág című formátumot. Az ekkor induló negyedik szériát a médiaszolgáltató az esti főműsoridőben (19 órás kezdettel) kívánta sugározni, 12 éven aluliak számára nem ajánlott figyelmeztető jelzés mellett. Az új évad műsorra tűzésének bejelentésekor felmerült a kérdés: egy valóságshow alapú műsorformátumnak van-e létjogosultsága a 12-es korhatár-kategória kereteiben? Elképzelhető-e olyan módon megszerkeszteni az adásokat, hogy a trágárság ne legyen hallható, a szexuális tartalmak háttérbe szoruljanak, kulturált mederbe terelődhet-e a korábbi szériákban tapasztalt mértéktelen alkoholfogyasztás? A programtervezettel kapcsolatban a médiaszolgáltató konzultációt kezdeményezett a Hatósággal a normakövető szerkesztési elvek kialakításának érdekében. Az egyeztetések során a Hivatal munkatársai ismertették a ValóVilág megelőző szériáiban problémásnak ítélt eseteket, valamint felhívták a figyelmet arra, hogy a műsorok kialakítása során kiemelt fontosságot kell kapnia a kiskorúak védelmének, az emberi méltóság tiszteletben tartásának. A „kódex” végleges formába öntését követően egyértelművé vált, hogy a médiaszolgáltatónak a valóságshow-formátumról alkotott elképzelései és a hatósági szempontok nehezen hozhatók közös nevezőre. Részben ez az igény hívta életre a barométert, hogy ne csak zárt ajtók mögött zajló, valamiféle erkölcsi piedesztálról intézett filozofikus mérlegelések eredményének tűnjön az egyes adások esetleges elmarasztalása, hanem megragadható módon, számszerűsítve is nyilvánosságra kerüljön a káros magatartásminták jelenléte. A ValóVilág barométer kialakításával a Hivatal elsődleges célja tehát az volt, hogy a hatósági vizsgálatokon túlmutató módszerekkel megragadja és szemléltesse a műsorban megjelenő aggályos tartalmak változásait. A programban előforduló káros motívumokat kvantitatív módszerekkel tárta fel a Hatóság, amelyek egyúttal lehetőséget biztosítottak az időbeli változások kimutatására is.

A valóságshow-kban a szexuális utalások, a szexualitással átítatott helyzeteket teremtő kötelező feladatok és a nem megfelelő magatartásminták permanens jelenléte mellett problematikusnak bizonyult, hogy a műsor azt a benyomást keltette, miszerint az emberek eszközöké silányíthatók. A Hatóság tapasztalatai alapján a formátumban hangsúlyosan jelentek meg az olyan, kiskorúak személyiségfejlődésére negatív hatást kifejtő minták, mint a túlzott és minden felelősséget nélkülöző alkoholfogyasztás, az erős mértékű trágár kifejezések mindennapos használata, valamint a dohányzás és az elmérgesedő emberi konfliktusok. Ezek mellett a valóságshow-k elengedhetetlen részét képezi az ellenséges, kirekesztő magatartás, amelynek túlhangsúlyozott jelenléte egyrészt nem megfelelő irányba befolyásolhatja a ser-

dülők közösségi együttélésre alkalmas személyiséggé válását, másrészt a fiatalok a még labilis érzelmi állapotuk eredményeképpen a kirekesztettség érzésével szemben sérülékenyebbek. A korábbi szériák vizsgálata során az NMHH minden esetben jelezte a médiaszolgáltató felé a törvénytörtő tartalmak jelenlétét. A negyedik évad tanulságai után (a példátlanul magas hatósági büntetések következtében) a ValóVilág későbbi szériái már áttértek a 16-os korhatár-kategória alkalmazására a napi összefoglaló adások sugárzásánál.

Az adatgyűjtés 2022. november 20-tól a záró epizódig (2023. március 5.) követte a ValóVilág 11. szériájának műsorait, amely mind az RTL Kettő napi rendszerességgel közzétett 22 órás összefoglalóira, mind az éjjeli kísérőműsorokra kiterjedt. A Hivatal által aggályosnak ítélt tartalmakat heti periodicitással, diagramok útján hozta nyilvánosságra a Média-tanács a honlapján.<sup>1</sup> Az előző szériák tapasztalataiból kiindulva, a szexualitás, a szexuális kontextusban megjelenő meztelenség, a trágár kifejezések gyakorisága, valamint deviáns magatartásmintaként a dohányzás és az alkoholfogyasztás bemutatása mentén tanulmányoztuk az adásokat. A vizsgálatban használt elemzési egység a káros viselkedésmintákat közvetítő jelenet volt. A jelenetek annyiszor kerültek felvételre, ahány alkalommal azokat a műsorszerkesztő az összefoglalóban megjelenítette. A problémás tartalmak közül egyedül a trágársággal kapcsolatban alkalmaztunk eltérő módszertant, mivel a durva, trágár kifejezések gyakorisága könnyen számszerűsíthető. Ebben az esetben nem a jelenetek, hanem a trágár szavak előfordulása képezte az elemzési egységet. A továbbiakban a 22 órás kezdettel sugárzott összefoglaló adások elemzésével foglalkozunk, az éjszakai kísérőműsor ugyanis 18-as korhatár kategóriával került közzétételre.

## 2. Trágár kifejezések

A trágárság, obszcén kifejezések használata jól definiálható határvonalat képez a különböző korhatár-kategóriák között. A III-as besorolásban – 12 éven aluliak számára nem ajánlott műsorszámok – a sértő kifejezések hatványozott előfordulása, valamint a nemi szervek említése, a szexuális töltetű káromkodások nem megengedettek. Az eggyel magasabb IV-es korhatár-besorolásban -16 éven aluliak számára nem ajánlott műsorszámok – pedig „a nemi szervekkel, illetve a szexuális aktussal kapcsolatos trágár szavak különösen agresszív módon történő használata nem elfogadott.”<sup>2</sup> A Média-tanács által kiadott Klasszifikációs ajánláshoz is igazodva, megkülönböztetünk enyhe, közepesen erős, illetve erős mértékű trágár kifejezéseket. A 12-es korhatár-kategóriában erős mértékű trágár kifejezéseket csak akkor lehet szerepeltetni, amennyiben azokat a szerkesztői utómunkálatok során érthetlenné teszik. A szerkesztői utómunkálatok során a trágár szavak elnémításával, kisípolásával vagy kitakarásával oldható meg az obszcén kifejezések értelmezhetlenné tétele. A ValóVilág 11. 22 óra után kezdődő napi összefoglaló adásait a médiaszolgáltató a IV-es korhatár-kategóriába sorolta. Ez a korcsoport már képes a trágárságot kellő távolságtartással kezelni és elkülöníteni, ugyanakkor az erős kifejezések halmozottan megjelenő, agresszív kifejeződése kerülendőnek minősül.

1 ValóVilág 11 barométer. nmhh.hu/cikk/233992/ValoVilag\_11barometer\_2022\_november\_2227\_kozott

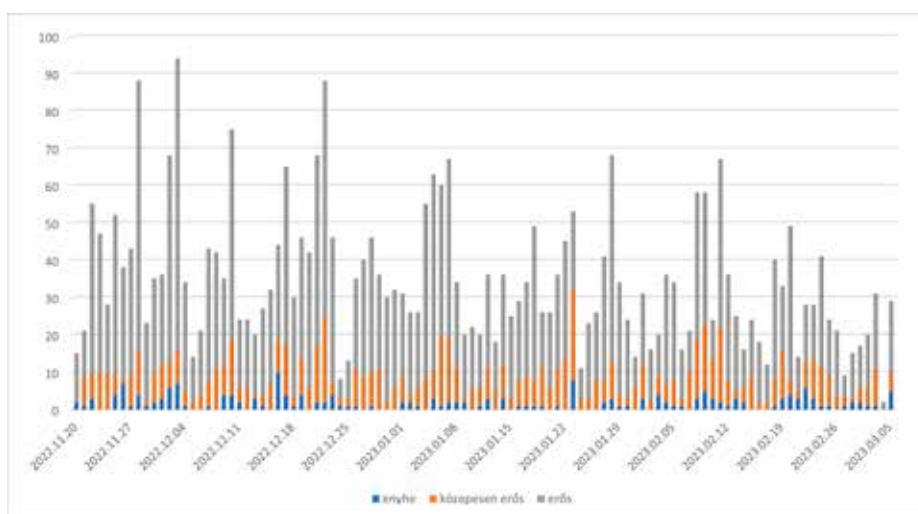
2 A Média-tanács klasszifikációs ajánlása (korhatár-besorolás) és a képernyőre illeszthető piktogramok. nmhh.hu/cikk/180154/A\_Mediatanacs\_klasszifikacios\_ajanlasi\_korhatarbesorolas\_es\_a\_kepernyore\_illesztheto\_piktogramok

	Trágár kifejezések száma	Enyhe és közepesen erős mértékű kifejezések (db, %)	Erős mértékű trágár kifejezések (db, %)	Egy adásra jutó trágár kifejezések száma
november	445	96 (21,6%)	349 (78,4%)	40,5
december	1 258	293 (23,3%)	965 (76,7%)	40,6
január	1 078	282 (26,2%)	796 (73,8%)	34,8
február	814	257 (31,6%)	557 (68,4%)	29,1
március	99	33 (33,3%)	66 (66,6%)	14,1
összesen	3 694	961 (26,0%)	2 733 (74,0%)	34,2

1. táblázat: A ValóVilág 11. napi összefoglalóiban megjelenő káromkodások mennyisége és erőssége<sup>3</sup>

A ValóVilág 11. szériában jelentős mértékű volt az egy adásra jutó trágár kifejezések előfordulása. Ezt egyrészt az előzetes kiválasztás is determinálta, hiszen sok játékos már eleve úgy érkezett a villába, hogy figyelemreméltó „választékossággal” használt obszcén kifejezéseket. Másrészt a villalét a többiekre is hatást gyakorolt, és azok, akik korábban kevésbé, vagy egyáltalán nem éltek durva kifejezésekkel, egyre többször használták ezeket a szófordulatokat – mintegy a közösségi élet hatásaként.

A villában számos olyan tevékenység zajlott, ami a trágár kifejezések megnövekedését eredményezte. Így például az alkoholfogyasztás, a nézeteltérések, a nagy feszültséggel járó versenyhelyzetek és a hangos összecsordulások mind-mind a durva kifejezések halmozott előfordulását generálták. A műsor vége felé megfigyelhető káromkodás-csökkenés a játékosok erodálásának, a villa felhígulásának, valamint a „ballhés” arcok kiesésének együttes következménye volt.



1. ábra: A trágárság napi megjelenése a ValóVilág 11. összefoglaló adataiban

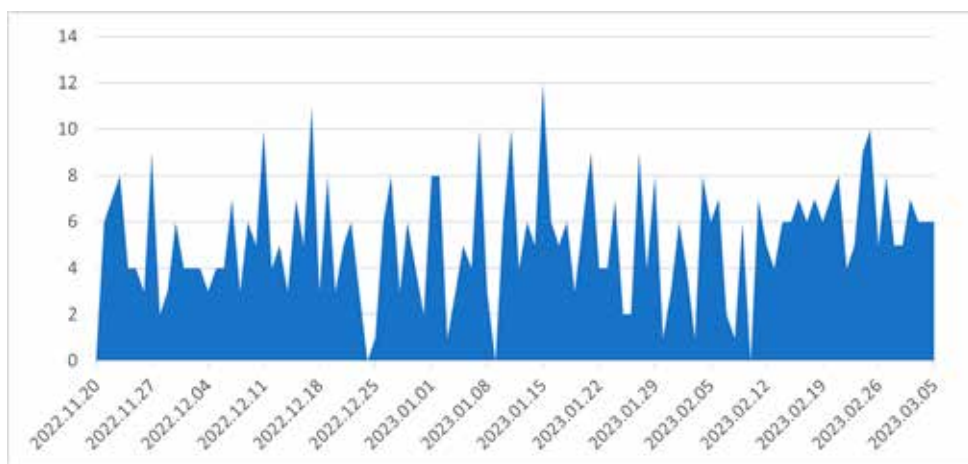
3 A cikkben szereplő táblázatok és ábrák az NMHH Műsorfigyelő és -elemző Igazgatóságának saját adatgyűjtéséből származó eredményeit szemléltetik.

A vizsgált produkcióban is előfordultak gyenge kezdeményezések, amelyek a trágár kifejezések számát igyekeztek visszaszorítani. Ilyenkor a szereplők büntetést kaptak az obszcén kifejezések használatáért. Jelzésértékű, hogy a jelen évadban a korábbi káromkodásmentes hét, illetve nap után, ezúttal csupán káromkodásmentes óra megrendezésére tettek kísérletet. Sajnos még ez a rövid időintervallum is meghaladta a szereplők képességét, amiért fantázia-dús büntetéseket kaptak, például egy tojást kellett hosszabb időn át a szájukban tartani. E szankciót elnézve nem teljesen egyértelmű, hogy a valódi cél a trágár kifejezések visszaszorítása, vagy a szereplők kellemetlen, megalázó helyzetbe hozása volt.

### 3. Dohányzás

A műsorfolyam során aggályos tartalomnak számított a villalakók részéről folyamatosan tapasztalható dohányzás, valamint a tevékenység „reklámértékű” megjelenítése. Ezen kategóriában azok a jelenetek kerültek felvételre a barométerben, amelyek egyértelműen bemutattak dohányzást. A káros magatartásminta megjelenését jelenetszinten rögzítettük.

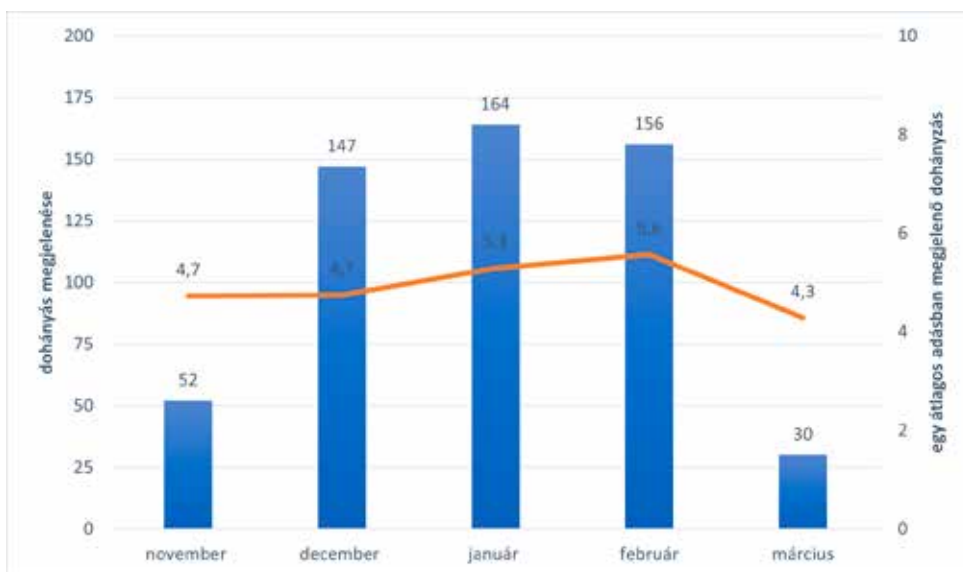
A dohányzás megjelenésének számszerű elemzését a valóságshow különböző szériáira érkező panaszok megnövekedett száma indokolta. A nézők rendszeresen kifejezték ellenérzéseiket a dohányzás állandó bemutatásával, alkalmanként annak reklámértékű megjelenésével kapcsolatban. A lakók dohányzása gyakran jelent meg az összefoglalókban, amelyek során a tevékenység önnyugtató funkciója került kiemelésre. A nagyobb veszekedések után – vagy közben – a lakók gyakran választották ezt a kísérő tevékenységet.



2. ábra: A dohányzás napi megjelenése a ValóVilág 11. összefoglaló adataiban

A dohányzás egyfelől azon prózai okból jelent meg gyakran a képernyőn, mivel a villalakók döntő többsége rendszeresen cigarettázott, másfelől a dohányzásra kijelölt helyiség a többi-ektől szeparáltan (hallótávolságon kívül) került kijelölésre, aminek következtében a kónspiráció, a kibeszélés és a viszálykodás egyik melegágyává vált. Az itt tartott beszélgetések során gyakran olyanok is rágyújtottak, akik amúgy nem tartoztak a „törzsgárdához”, csak a társaság miatt váltak alkalmi dohányossá. Egy átlagos adásban 5,2 jelenetben voltak látha-

tóak cigarettázó szereplők, ugyanakkor a jelenetek hossza jelentős eltérést mutatott. Némely adásban a dohányzóban rögzített beszélgetések és bejátszások a teljes adás 60 százalékát fedték le, tehát a műsor nagyobb részében látható volt pöfékelő játékos a képernyőn. Átlagosan egy műsorszám 7,7 százalékában jelent meg a cigarettázás mint tevékenység. A havi átlagok viszonylagos kiegyenlítetttsége arra világít rá, hogy a dohányzás nem mutatott együttmozgást a bentlakók számának változásával.



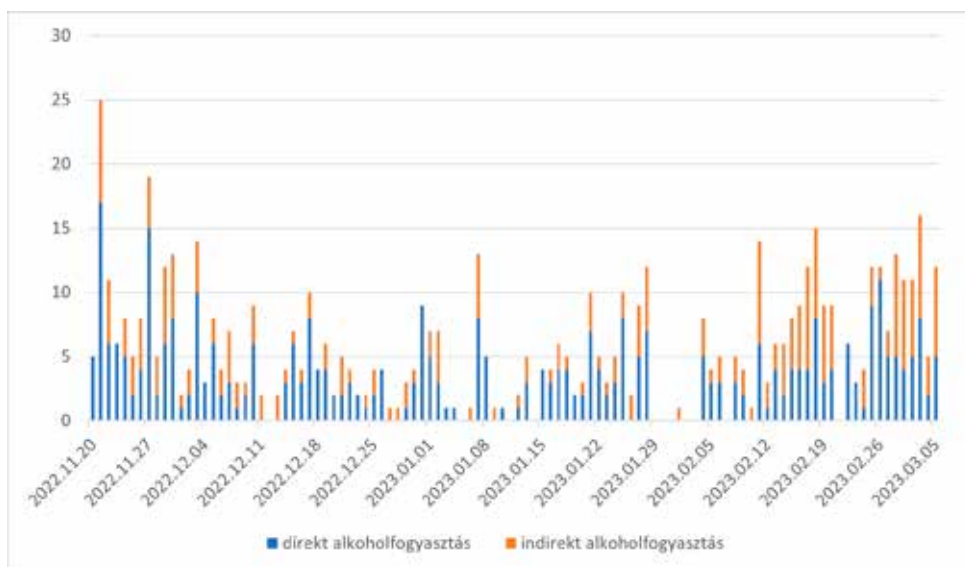
3. ábra: A dohányzás havi szintű és egy adásra jutó átlagos megjelenése

#### 4. Alkoholfogyasztás

Az alkoholfogyasztás gyakorisága a műsor elejétől kezdve hangsúlyos volt. A nézők számára az italozás mennyisége azt a hatást kelthette, mintha végtelen italkészletek álltak volna a lakók rendelkezésére. A beszavazó show-k alkalmával a jelöltek kisfilmjeiben is gyakran a részegség domborodott ki, mint a barátokkal töltött minőségi szórakozás szükséges és nélkülözhetetlen velejárója. Az alkoholfogyasztásnak azonban most jelent meg először olyan arca, amely a szerkesztők felé való engedetlenségben öltött testet. Az egyik lakó többször is „kezelhetetlenné” vált illuminált állapotában. Nem tartotta be a szerződésben lefektetett kötelezettségeket, többször is levette a mikroportját, amin a szerkesztők felszólítása ellenére sem volt hajlandó változtatni. A sorozatos szabályszegés miatt büntetést kapott, amiért alkoholmegvonással és teljes elzárással fizetett. A megvonásos állapotot a férfi nagyon nehezen viselte, majd alig egy hét után távozott is a villából.

A túlzásba vitt italozás számos esetben elmérgesedett szituációkhoz, illetve az önkontroll teljes megszűnéséhez vezetett. A villában látott nagy veszekedések, sértő megjegyzések és túlreagált konfrontációk minden esetben alkoholos befolyásoltságra voltak visszavezethetők. Az alkoholfogyasztás tekintetében megkülönböztettünk direkt és indirekt megjelenési formát. Direkt formának számított az alkoholt fogyasztó játékos, míg indirektnek vettük, amennyi-

ben egyértelműen ittas szereplő tűnt fel, vagy témaszinten jelent meg a lerészegedés. Egy átlagos adásban 5,7 alkalommal jelent meg alkoholfogyasztás vagy ittas állapotban lévő szereplő. Az alkoholfogyasztás megjelenésével kapcsolatban elvétve figyelhettünk meg tendenciákat, sokkal inkább hektikusabb változásokat regisztráltunk. A villalások napi gyakorisággal fogyasztottak alkoholos italokat, szinte minden kínálkozó lehetőséget megragadtak a lerészegedésre. Az alkoholfogyasztást több alkalommal (például nomád hét, nélkülözésen alapuló tematikus hetek) próbálták visszaszorítani a szerkesztők, ám a műsor vége felé haladva sem bontakozott ki csökkenő tendencia.



4. ábra: A direkt és indirekt alkoholfogyasztás napi megjelenése a ValóVilág 11. összefoglaló adásaiban

## 5. Szex és meztelenség

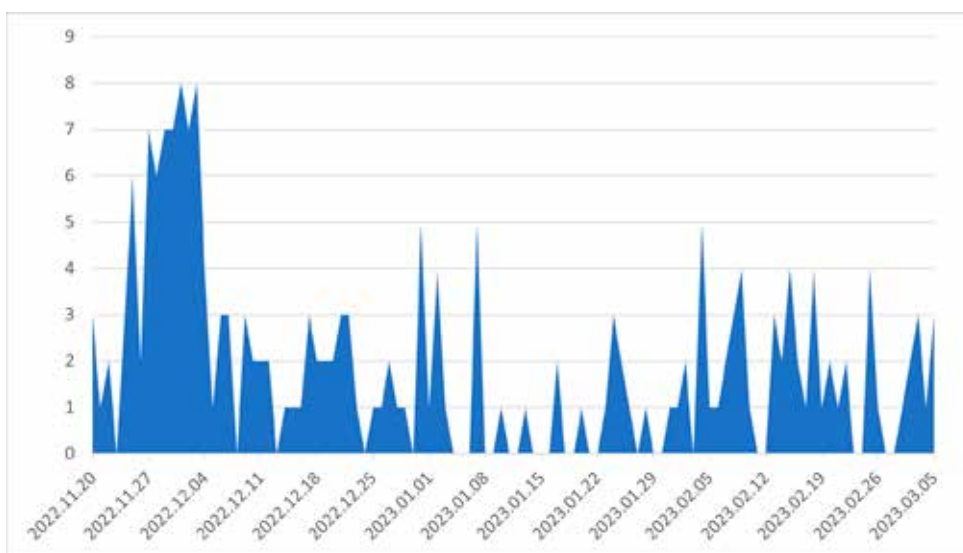
A szexualitás és a meztelenség megjelenését – szoros korrelációjukra tekintettel – összevontuk, így a két tartalom egy kategóriában került ábrázolásra. Általában a meztelenség természetes környezetben, zuhanyzás vagy öltözködés közben jelent meg, de előfordult kifejezetten vágykeltő céllal való vetkőzés is. A szexualitás megjelenése során annak vizuális és verbális szinten történő reprezentációját is figyelembe vettük, így a szexualitásra vagy a szexuális tevékenység részletezésére vonatkozó szóbeli utalások is megjelenítésre kerültek a jelenetszámokban.

A műsor tematikájában rendszeresen felbukkantak olyan programok, amelyek az erotikus tartalmak fokozott jelenlétét voltak hivatottak előmozdítani, valamint a játékosoknak adott feladatokban is direkt formában került előtérbe a szexualitás (például vetkőzés feladatok, árnyjáték, erotikus fotózás). A korábbi évadoktól eltérően a szexuális tartalmak képernyőre kerülésekor nem kellett arra várni, hogy a szereplők megismerjék egymást, hiszen már az első villában töltött éjszakán két pár között is létrejött szexuális aktus. A korábbi szériákhoz képest ezúttal sokkal könnyűvérűbb szereplők sokkal nyitottabb módon álltak a szexualitáshoz. A promiszkuitás, az éjszakai kalandok éltetése és a testi vonzódás megélése minden erkölcsi tartást felülírt.



A szexualitás túlfűtött jelenlétét Barna és a „háremként” felsorakozott hölgyek interakciói biztosították. A férfi sokszor hangsúlyozta alfahím státuszát a csoportban, amely a természetfilmekben látott mintához hasonlóan abban merült ki, hogy minél több nővel közösüljön a viláiban. Így előfordult olyan eset is, amikor közvetlenül az egyik hölgygel folytatott aktusa után egy másik nőt próbált orális kényeztetésre rávenni. A szexuális szabadosság megjelenése abban is kitapintható volt, hogy a párok nem egyszer a közös helyiségekben (például a nappaliban), nagy társaságban folytattak a takaró alatt szexuális aktust, de olyan szereplő is akadt, aki rendszeresen a közös helyiségben végzett önkielégítést. Újszerű fejlemény volt, hogy míg korábban azonos nemű szereplők között nem alakult ki szexuális töltetű érintkezés, ebben az évadban 24 olyan jelenetet regisztrálhattunk, amikor azonos neműek között alakult ki és vált láthatóvá szexuális aktivitás. Ez minden esetben lányok között valósult meg, akik a féktelen bulizások hevében (részben a fiúk figyelmének felkeltésére) csókolóztak vagy egymás mellét nyalogatták.

A szexualitás a napi összefoglaló adásokban nem pornográf módon jelent meg. A szexuális tartalom feltűnésekor emoji fejekkel takarták el az aktusra jellemző mozgásokat, és a lányok között látható szexuális tevékenységek bemutatása is főleg az éjszakai kísérőműsorok tematikáját szolgáltatta. A szexuális együttlétek bemutatása során azonban gyakran szólt fülledt hangulatú, nyögésekkel tarkított zene. Összességében kijelenthető, hogy a műsorkészítők mind a játékosok kiválasztásakor, mind a feladatok meghatározásán keresztül minden eddig megismert és elfogadott erkölcsi határt túllépve igyekeztek erotikus tartalmat generálni, és ezáltal megfelelő nézettséget biztosítani a produkciójuknak.

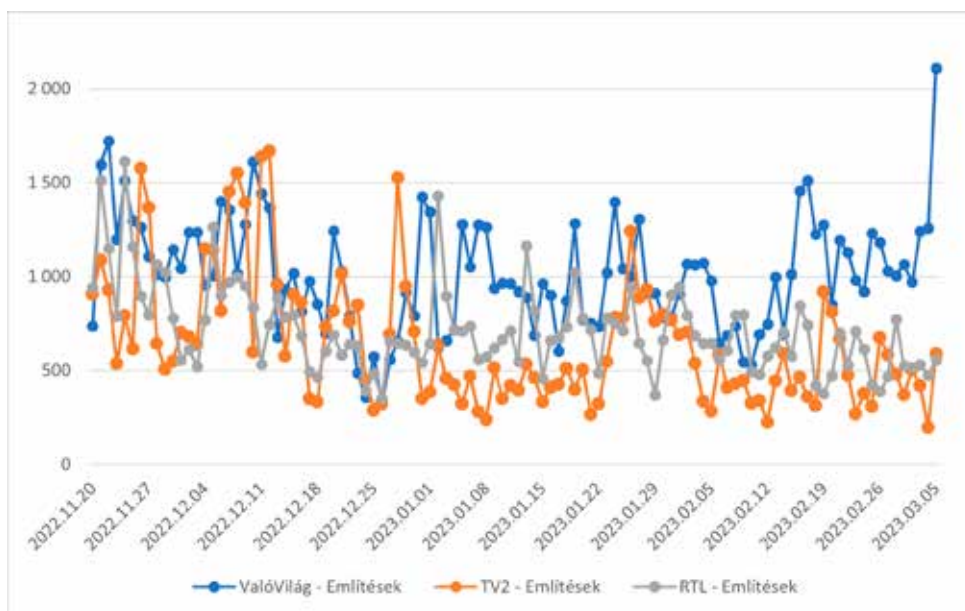


5. ábra: A szexualitás napi megjelenése a ValóVilág 11. összefoglaló adásaiban

## 6. A ValóVilág 11. megjelenése az online világban

A televíziós adatok mellett a ValóVilág 11. online megjelenéseit is regisztrálta az NMHH. A Neticle Media Intelligence által kifejlesztett adatgyűjtő rendszer automatikus keresőrobotok segítségével, 5–40 perces reakcióidővel monitorozza a publikus internetes médiafelületeket – a hírportálok, a blogbejegyzések, a fórumok, a közösségimédia-felületek (Facebook, Twitter, Instagram) és a videómegosztók szöveges tartalmait. A valóságshow ideje alatt a Hatóság figyelemmel kísérte a műsor és a szereplők online említéseinek számát, valamint az ezekre érkező reakciókat. A vizsgálat bemutatta a közösségi médiában megjelenő bejegyzésekre érkező interakciók számát (megosztások, hozzászólások, lájkok és különböző reakciók), valamint a hozzájuk kapcsolható legnépszerűbb bejegyzéseket.

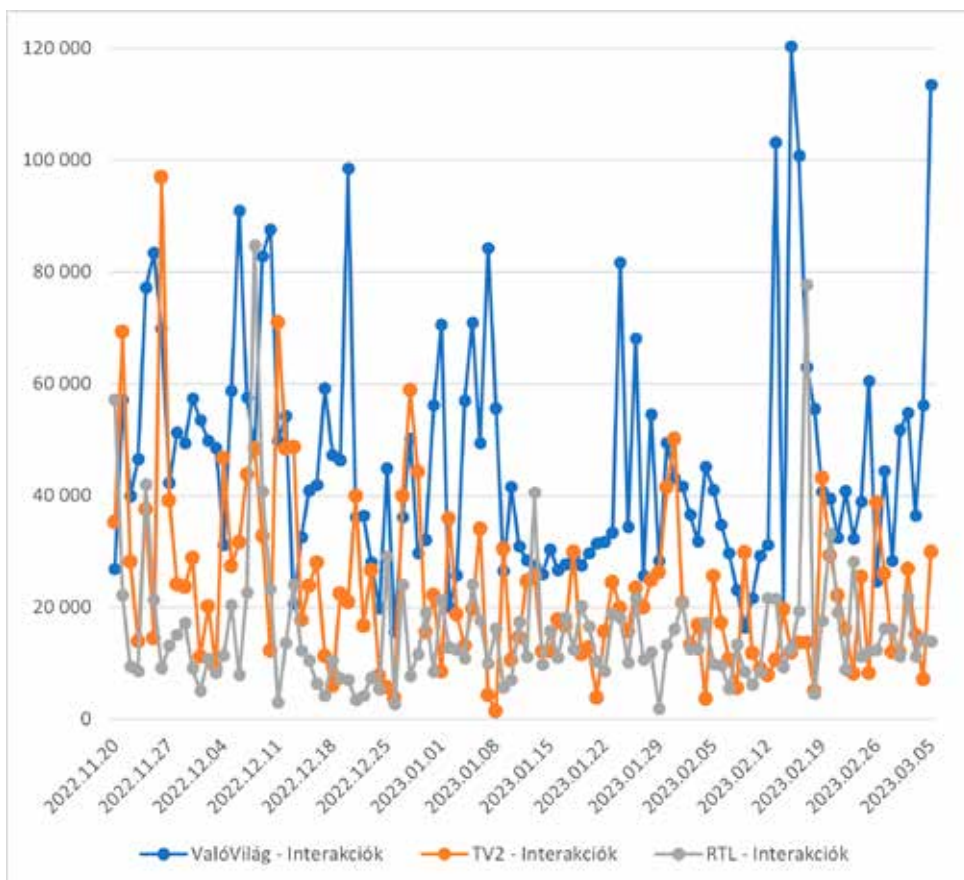
A nagyságrendek érzékelése érdekében az RTL és a TV2 csatornák említettsége is feltüntetésre került az elemzésben. A műsor online említettsége már az első adástól kezdve többé-kevésbé együtt mozgott a legnézettebb kereskedelmi csatornákkal, de a műsor utolsó két hetében látványosan maga mögé utasította őket. A műsor neve napi szinten legalább 321 alkalommal (legfeljebb 2 110 alkalommal), átlagosan 1 012 alkalommal került említésre az online térben. A felhasználók, a közösségi oldalak szerkesztői és az újságírók legtöbbször az utolsó epizód vetítésének napján említették a ValóVilágot, majdnem négyszer annyiszor, mint az RTL-t vagy a TV2-t.



6. ábra: A ValóVilág 11., a TV2 és az RTL online említéseinek száma (2022. november 20. – 2023. március 5.)

A közösségi médiafogyasztó interakciókkal jutalmazta azokat a bejegyzéseket, melyek felkeltették a figyelmét, vagy érzéseket váltottak ki belőle. Ilyenkor megosztással, hozzászólással, lájkkal, vagy különböző reakcióval fejezte ki tetszését vagy éppen megbotránkozását, meglepettségét. Ebben a tekintetben jóval nagyobb ívet járt be a ValóVilág, mint a tévécsa-

tornák. A valóságshow sugárzása során legalább napi 15 ezer interakciót ért el a műsorcím, de megesett, hogy ez az érték 120 ezer fölé szökött. (Átlagosan napi 46 ezer interakciót rögzítettünk.) A kiugró értékek egy-egy, a közönség számára különösen érdekes eseményt jeleztek, így például egy új játékos beköltözését, a szerelmespárok táncelőadásait, vagy a végső győztes bejelentését.



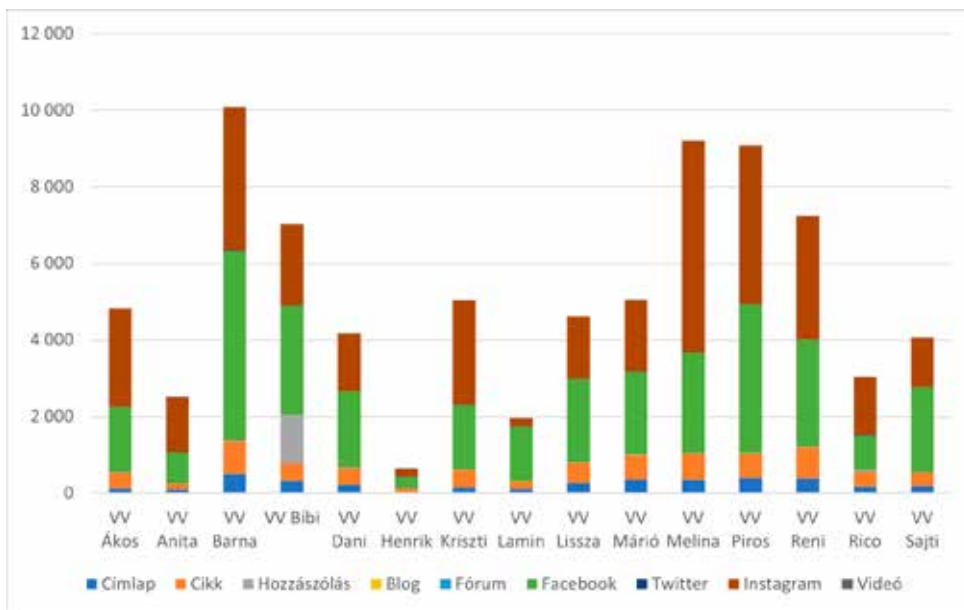
7. ábra: A ValóVilággal, a TV2-vel és az RTL-lel kapcsolatos bejegyzésekre érkezett interakciók száma (2022. november 20. – 2023. március 5.)

Megfigyeléseink szerint a bejegyzések a TikTok-on szerepeltek a legjobban. Ha ott felkaptak egy posztot a felhasználók, akkor akár 40 ezer felé is ugorhatott a velük kapcsolatos interakciók száma, de az Instagramon is egy-egy jól megválasztott kép 15 ezer fölé repítette a bejegyzéseket.

	Bejegyzés szövege	Platform	Interakciók száma
1.	Bibinek nem tetszett Péter beköltözése 🤖... #valovilag #valovilag11	TikTok	43 901
2.	Melina és Barna 🧑🧑 #valovilag	TikTok	40 129
3.	🍪🍪🍰	TikTok	22 831
4.	Ma este Reni Piros párbaj! 🗨️⚡🗨️ 21:00-kor kezdünk! #valovilag #valovilag11	TikTok	20 317
5.	Kriszti és Rico 🧑🧑 Duettezz a kedvenceddel! #valovilag	TikTok	20 270
6.	Melina és Barna gyakorlata 🤝	TikTok	19 407
7.	Bamm! 🍷... Vagyis DOING 🌐	TikTok	19 322
8.	Lissza és Máriaó 🧑🧑 #valovilag	TikTok	18 196
9.	Gratulálunk Krisztinek, a #valovilag 11. szériájának a győztesének! 😊❤️	Instagram	18 070
10.	A hír igaz. Ma vezetem utoljára a ValóVilágot. Be kellett lássam, bármennyire is nehéz volt, hogy nem állok készen még a visszatérésre, a gyerekeknek szükségük van rám.	Instagram	16 027

2. táblázat: a ValóVilággal kapcsolatban megjelent tíz legtöbb interakciót generáló bejegyzés  
(A szövegre kattintva megnyílik a poszt/video)

A szereplők említettsége terén a legmeghatározóbb platformnak az Instagram bizonyult, ahol a műsor sugárzása alatt a 15 szereplő összesen 33.668 alkalommal, míg a Facebookon 32.343 alkalommal került említésre. Legtöbbször VV Barna neve merült fel az online térben, aki leginkább a szexuális kicsapongásaival hívta fel magára a figyelmet. A show időtartama alatt VV Melinának és VV Pirosnak sikerült még 9 ezer feletti említést elérnie. Érdekes módon a vetélkedő nyertese, VV Kriszti csupán a középmezőnybe tudta beverekedni magát az online megjelenések tekintetében.

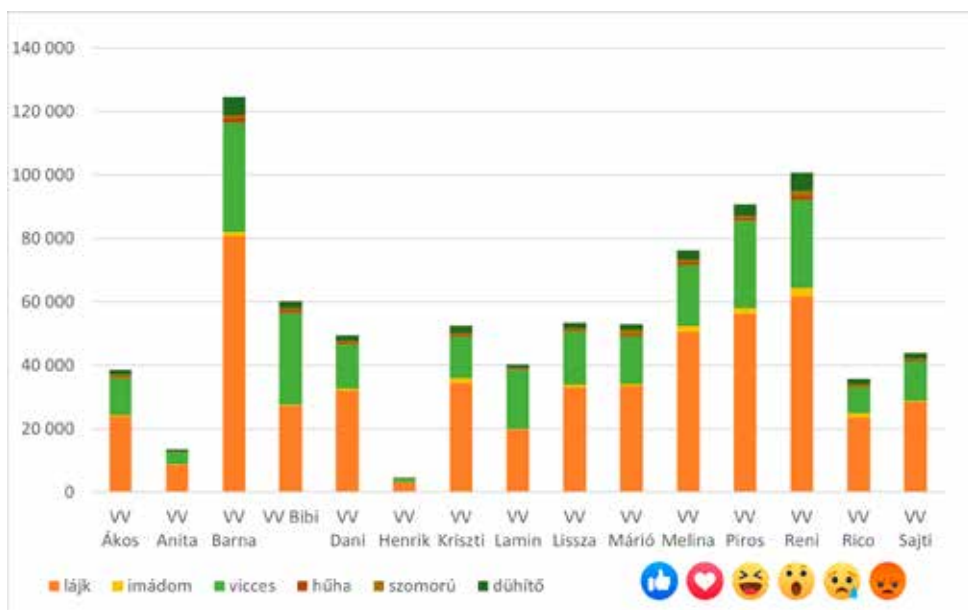


8. ábra: A szereplők említettsége a különböző platformokon (esetszám) (2022. november 20. – 2023. március 5.)

A toplistákkal ellentétben az említéseknel a TikTok-ról nem rendelkezünk információkkal, mivel a Neticle nem méri a platformot.

2022. november 26-án VV Lamin, december 3-án VV Henrik, december 17-én VV Anita, december 31-én VV Bibi, 2023. január 7-én VV Piros, január 21-én VV Sajti, február 4-én VV Dani, február 18-án VV Barna, február 25-én VV Ákos, illetve VV Máriaó, március 3-án pedig VV Lissza esett ki a műsorból. A nézői szimpátiaszavazás alapján március 4-én VV Reni, március 5-én pedig VV Rico illetve VV Melina estek ki a játékból, amit így végül VV Kriszti nyert meg.

A ValóVilág eseményeit konzekvensen figyelemmel követő felhasználók a műsor szereplőivel kapcsolatban leginkább a lájk reakciót használták véleményük kifejezése céljából a Facebookon. A műsor időtartama alatt a szereplőkkel kapcsolatos bejegyzésekre összesen 518 ezer lájk érkezett. A második legkedveltebb visszajelzésnek a vicces emoji számított 253 ezer alkalommal. A szereplők említettsége és a velük kapcsolatos hírekre érkezett reakciók száma hasonló mintázatot követett, így a reakciók tekintetében is VV Barna végzett az első helyen.



9. ábra: A szereplőkkel kapcsolatban megjelent Facebook-bejegyzésekre érkező reakciók száma (2022. november 20. – 2023. március 5.)

Az egyes szereplőkhöz fűződő legnépszerűbb bejegyzések gyakran a párbajokhoz kapcsolódtak, de a felhasználók tetszését igencsak elnyerték a táncos, énekes videók és a szerelmi kapcsolatok alakulásáról készült rövid összeállítások is.

	Bejegyzés szövege	Platform	Interakciók száma
VV Ákos	Reni és Ákos 🤖🤖 Duettezz a kedvenceddel! #valovilag	TikTok	14 344
VV Anita	Piros Anitát nevezte meg párbaj ellenfelének. Szerinted mennyire lesz kiélezett a küzdelem? #valovilag @vv11piros @vv11anita	Instagram	4 489
VV Barna	Melina és Barna 🤖🤖 #valovilag	TikTok	46 101
VV Bibi	Bibinek nem tetszett Péter beköltözése👤... #valovilag #valovilag11	TikTok	47 039
VV Dani	Mennyit is lehet ott keresni?💰 #vvakos #vvakos #valovilag #valovilag #valovilag11 #vv11 #vvmelina #vvmario #vvmárió #vvpiros #vvbarna #vvdani #vvrobi #ollarirobi	TikTok	10 132
VV Henrik	Henriknek mindegy 🤖 #valovilag #valovilag11	TikTok	20 198
VV Kriszti	Bibinek nem tetszett Péter beköltözése👤... #valovilag #valovilag11	TikTok	47 039
VV Lamin	Vajon Bibi megbocsájt Laminnak, ha lejár a büntetése és elhagyhatja a nyugiszobát? 🤔👉 #valovilag #valovilag11”Az a szerencséje, hogy oda-vissza vagyok érte”	TikTok	15 207
VV Lissza	Lissza és Márió 🤖🤖 #valovilag	TikTok	19 205
VV Márió	Lissza és Márió 🤖🤖 #valovilag	TikTok	19 205
VV Melina	Melina és Barna 🤖🤖 #valovilag	TikTok	46 101

VV Piros	Ma este Reni Piros párbaj! 🗨️⚡🗨️ 21:00-kor kezdünk! #valovilag #valovilag11	TikTok	25 901
VV Reni	Ma este Reni Piros párbaj! 🗨️⚡🗨️ 21:00-kor kezdünk! #valovilag #valovilag11	TikTok	25 901
VV Rico	Kriszti és Rico 🧑🧑 Duettezz a kedvenceddel! #valovilag	TikTok	21 163
VV Sajti	Tanulj Sajtival 🤪 #valovilag #valovilag11	TikTok	6 037

3. táblázat: A szereplőkkel kapcsolatban megjelent legtöbb interakciót generáló bejegyzések (2022. november 20. – 2023. március 5.) (A szövegre kattintva megnyílik a poszt/video)

Ez már a 11. széria volt, amelyben a ValóVilág töretlenül trendinek állította be a trágárságot, az alkoholos italok és a dohánytermékek fogyasztását, valamint a szabados életet és szemérmelenséget. A szereplők egy adás során átlagosan 34 alkalommal használtak trágár kifejezéseket, ötször dohányoztak, hatszor fogyasztottak alkoholt és nem volt olyan adás, amelyben ne jelent volna meg szexuális tartalom. A szériák televíziós nézettsége ugyan az elmúlt években jelentősen csökkent, azonban a szerkesztők egyre nagyobb hangsúlyt fektettek az online világban való terjedésnek. A villalét alatt soha nem látott módon szaporodtak meg az online tartalomgyártást forszírozó feladatok, TikTok videók és kihívások teljesítése, valamint ezek közzététele. A szereplők a rendelkezésükre bocsátott telefonok segítségével fényképeket és videókat készíthettek, amelyeket a külső stáb segítségével el is juttattak a rajongók számára. A követői bázis építése kiemelt jelentőséggel bírt az évad során, amely a népszerűség és a siker egyetlen fokmérőjévé vált. A ValóVilág-os táncos videók, mély dekoltázsos, csücsörítő képek és a farmert viselőket „leprolicsövesező” szlogenek olyan népszerűsége tettek szert a neten, mint amilyen egykor maga a műsor volt. A csatorna kommunikációs csapata olyan leleményesen válogatta meg a közzétett üzeneteket, hogy azt a hírportálok és a Facebook-oldalak is átvették. Így az adás üzeneteit és főbb történéseit olyan, más értékrendű és intellektuális kvalitású felhasználókhoz is eljuttatták, akik soha nem kapcsolnának önszántukból a ValóVilág adására a televízióban.





# Leáldozóban a ValóVilág népszerűsége, de csak a televízióban?

TILL ESZTER

## 1. A ValóVilág 11 nézettsége

Az RTL Magyarország csatornacsoport az elmúlt tíz évben igyekezett két évente műsorrendjébe iktatni a saját gyártású valóságshow-ját, így 2022-ben ismét újtárá indította a ValóVilág-ot és annak késő esti kísérő programját, a BeleValóVilág-ot. A hatodik évad óta a nézők azonban már nem az RTL-en, hanem annak leánycsatornáin kísérhették figyelemmel a villalakók hét-köznapjait, a tizenegyedik vetélkedő az RTL Kettőn került adásba. Elemzésünk a legutolsó széria adásainak nézettségi sikerét, vagy inkább kudarcát tekinti át a Nielsen Közönségmérés Kft. adatainak felhasználásával.

A reality show elvesztette kezdeti népszerűségét, az első két évad szériazáró epizódja egyenként több mint kétmillió nézőt ültetett le a képernyők elé, 2002-ben és 2003-ban is a tévé néző lakosság 54–56 százaléka nézett bele az adásokba legalább egy percre,<sup>1</sup> ám ettől a kiemelkedő eredménytől az utolsó kiadás már jelentősen elmaradt. Az RTL-en sugárzott első három széria diadala után a valóságshow komoly veszteséget könyvelhetett el, a 2003/2004-es sorozat esti kiadásainak<sup>2</sup> közel 1,9 milliós nézőszáma pár éven belül 1,2 millióra esett vissza, így elmondhatjuk, hogy a teljes népesség körében közel hétszáz ezer néző fordult el a ValóVilág-tól (1. ábra). A műsor 2014-ben a kisebb lefedettségű és még újnak számító RTL leánycsatornára, az akkori RTL II-re került át,<sup>3</sup> ahol jóval kevesebb néző követte figyelemmel, a nézőszáma így ötödére csökkent. A 18–49 évesek körében valamivel kisebb volt a veszteség a csatornaváltással, de a hatodik szériára a közel félmillió szurkolótábor 132 ezer főre zsugorodott. A műsor ezután is folyamatosan veszített népszerűségéből, és bár a tizedik széria még tudott némi fellendülést hozni, a tizenegyedik kiadás esti adásai már a 100 ezer nézőszámküszöböt sem lépték át a teljes népesség körében.

Az RTL Kettő csatorna életében 2014 januárjában jelentős változást hozott a valóságshow indulása, hiszen a korábbi ötven–hatvanezres havi átlagos nézettség megduplázódott, és az esti kiadások ideje alatt 107–130 ezer néző is leült a képernyők elé. A sikert a televízió igyekezett megismételni az év végén is, ám a hetedik széria novemberi indulása már nem ért el ilyen magas nézőszámokat. 2015 januárjában ez az időszak közel 84 ezer nézőt vonzott, ám ha az átlagos, nyári hónapokhoz viszonyítunk, akkor az RTL Kettő nem panaszkodhatott, hiszen ismét megduplázódott a nézői kör.<sup>4</sup> A ValóVilág 8-nak is sikerült még ezt az ered-

---

1 TILL (2022): 43.

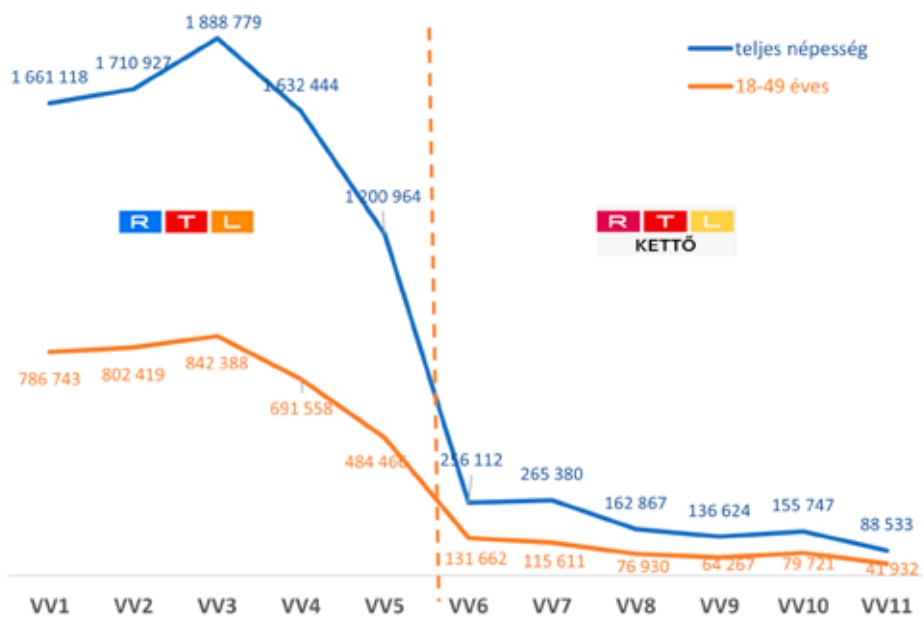
2 Esti kiadás: 19:00–21:30 között kezdődő műsorok, napi összefoglalók.

3 Televíziók technikai lefedettsége a televízóval rendelkező háztartásokban – RTL Kettő: 2014.02.02.: 53,8% – 2014.05.04.: 56,9%, 2018.01.01.: 84,6% – 2018.12.31.: 89,2%. forrás: [www.nielsenkozonsegmeres.hu/clients/clients/fedkab/Technical\\_coverage\\_2014.pdf](http://www.nielsenkozonsegmeres.hu/clients/clients/fedkab/Technical_coverage_2014.pdf)

[www.nielsenkozonsegmeres.hu/clients/clients/fedkab/Technical\\_coverage\\_2018.pdf](http://www.nielsenkozonsegmeres.hu/clients/clients/fedkab/Technical_coverage_2018.pdf)

4 2014. június–október. AMR abs. teljes népesség körében: 28 392–34 354 (fő) vs. 2014. november – 2015. február. AMR abs. teljes népesség körében: 55 877–83 538 (fő), live.

ményt elérnie 2016 végén, ám 2018-tól a kilencedik széria már nem lendített ekkorát a csatorna nézettségén, még húszezernél több nézőt sem tudott felmutatni. Ugyanakkor azt sem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy a lefedettség növekedésével (2018-ban maximum 89%) az RTL Kettőnek már átlagosan 84 ezer nézője volt az évben a teljes népesség körében, szemben a 2014-es 61 ezres értékkel. Az egyre magasabb csatornalefedettség ellenére is, az RTL Kettő 2019 után folyamatosan veszítette el követőit a 19:00–21:30 közötti időszakban, az elmúlt négy évben több mint negyven százalékkal esett vissza a befogadói kör. Az utolsó, tizenegyedik ValóVilág széria pedig csak 5–10 ezer fős „plusz” tábor tudott toborozni a szerényebb nézettségű hónapokhoz képest.



1. ábra: A ValóVilág szériák nézettsége az esti időszámban (AMR fő,<sup>5</sup> teljes népesség, live)

Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

A műsor 2014-es csatornaváltásával a készítőik igyekeztek minél jobban kiszolgálni a nézői igényeket és a hatodik/hetedik széria idején az RTL Kettő teljes műsoridejének tizenkét százalékában a VV-szereplők életét követhettük figyelemmel. Az utolsó évadra a szerkesztők drasztikusan, harmadára csökkentették a műsoridőt (1. táblázat), és naponta már csak egyszer jelentkeztek be a villából este háromnegyed tíz körüli kezdéssel, átlag egy órában, ami a műsoridő csupán négy százalékát jelentette. Az adásrend változása miatt tizennégy alkalommal este tíz után kapcsolódhattak be a nézők a villalukók életébe, jellemzően még a show indulásakor és karácsonykor.

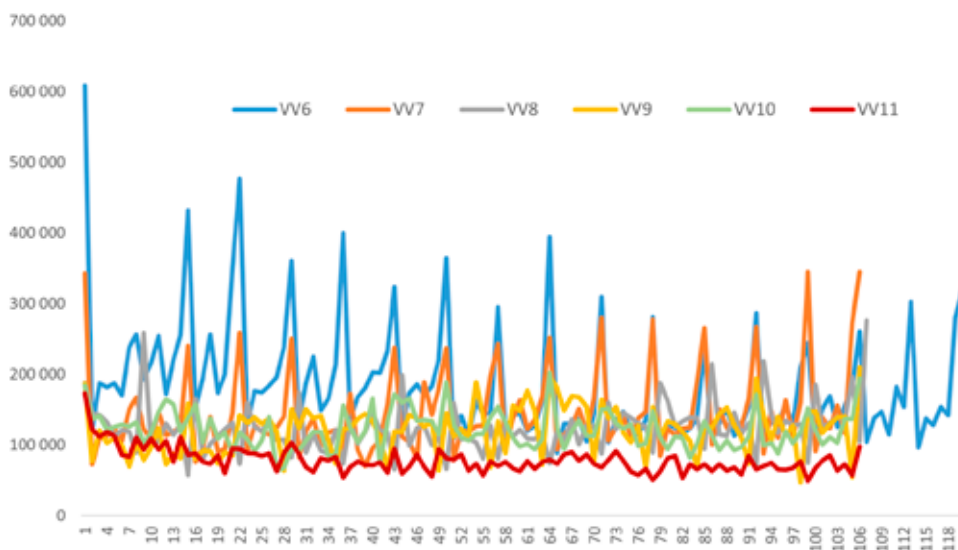
5 AMR: Average Minute Rating – Egy műsor vagy időszámban közönségének egy percre jutó átlagos száma

széria	csatorna	dátum	összes időtartam (óra:perc:mp)	átlagos adáshossz (óra:perc)	adásnapok száma (db)	napi bejelentkezések száma (db)	napi VV "dózis" (óra:perc:mp)
VV1	RTL	2002. szeptember 11.–2002. december 22.	251:05:23	0:17:45	101	8	2:26:16
VV2	RTL	2003. január 1.–2003. június 1.	307:11:09	0:19:48	152	6	2:01:15
VV3	RTL	2003. december 28.–2004. június 4.	220:29:34	0:20:34	160	4	1:22:41
VV4	RTL	2010. november 20.–2011. május 8.	215:03:58	1:07:34	169	11	1:16:21
VV5	RTL	2011. szeptember 12.–2012. február 26.	232:52:26	0:47:12	168	7	1:23:10
VV6	RTL KETTŐ	2014. január 12.–2014. május 11.	258:39:26	1:06:25	120	3	2:59:20
VV7	RTL KETTŐ	2014. november 16.–2015. március 1.	311:50:50	1:05:25	100	3	2:56:31
VV8	RTL KETTŐ	2016. augusztus 27.–2016. december 11.	280:43:15	1:04:03	107	7	2:37:25
VV9	RTL KETTŐ	2018. november 4.–2019. február 17.	220:46:22	1:02:47	106	7	2:04:58
VV10	RTL KETTŐ	2020. november 14.–2021. február 27.	116:04:12	1:05:42	106	11	1:05:42
VV11	RTL KETTŐ	2022. november 20.–2023. március 5.	113:42:21	1:04:23	106	11	1:04:23

1. táblázat: A ValóVilág-szériák műsorsztatistikája.

Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Az RTL Kettőn sugárzott tizenegyedik széria nézettsége igencsak szerénynek nevezhető, a kezdő és egyben legkedveltebb adás 173 ezer fős követői tábora a teljes népesség körében messze elmaradt a hatodik és hetedik sorozat sikerétől. Ám nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy a Beköltözés napján közvetítette az M4 Sport a Magyarország–Görögország futballmérkőzést, és akkor minden ötödik tévéző ezt a rangadót választotta. Az első héten a nézők még némi érdeklődést mutattak a VV11 iránt, kíváncsiságuk a vasárnapi kezdéstől egészen csütörtökig csak kis mértékben csökkent, a pénteki és szombati adásnapra azonban közel kilencvenezer nézőt veszített a műsor. Amennyiben a teljes sorozaton tekintünk végig (2. ábra), a 11. ValóVilág szinte végig alulmarad az előző évaddal szemben, csupán négy alkalommal, hétfői napokon sikerült versenyre kelnie a korábbi szériákkal. Ilyen eset volt például a villa második Kiválasztása, de a nézők figyelmét az is felkelthette, hogy VV Rico elnyerte méltó büntetését egy korábbi szabályszegése miatt (dobálta a ruhaszárítót). Az első két hét után a reality nehezen érte el a 100 ezer feletti nézőszámot a teljes népesség körében, csupán egy alkalommal sikerült átlépnie ezt a küszöböt, amikor az ominózus összefoglalóban VV Anita és VV Barna közti intim együttlétnek lehettünk szemtanúi. Általában a versenyek záró adásai jobban felkeltették a nézők érdeklődését, ám a 2022/2023-as Finálé, VV Kriszti győzelme ismét alulmaradt a korábbi szériákkal szemben, mindösszesen 98 ezer érdeklődőt hozott a műsornak szemben az addigi 200–300 ezres nézőtáborral.



2. ábra: A ValóVilág-szériák nézettsége adásnapokra bontva (AMR fő, teljes népesség, live).

*Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH*

Az RTL Kettő műsorainak versenyét tekintve 2022-ben a VV11 Beköltöző-show-ja volt az év legnézettebb adása, közel 559 ezer fő volt legalább egy percre kíváncsi a villalakók életére, a hetedik legnézettebb műsor pedig ugyancsak a beköltözés napját bemutató BeleValóVilág volt.<sup>6</sup> 2023 első félévében a csatorna műsorainak toplistájáról a ValóVilág Fináléja már lecsúszott a dobogó harmadik helyére, a Showder Klub egy februári kiadása és A gyanú árnyékában magyar készítésű doku-reality egy áprilisi adása is népszerűbb volt a nézők körében, mint a tizenöt hétig tartó vetélkedés végkimenetele.<sup>7</sup>

A ValóVilág 11 nézettségi eredményeit összesítve elmondható, hogy a teljes népesség körében a magyar tévéző lakosság 38 százalékát érte el, összesen 3,2 millió tévézőt, és gyengébben szerepelt, mint az előző évadok. Az RTL Kettőn a 2016-os VV8 volt a legnépszerűbb, összesen 5,2 millió fő elérésével, míg 2014-ben a nézők átlagosan huszonhárom adást láttak a több mint 300 epizódból, az utolsó sorozat alkalmával csupán hét műsorba néztek bele a 106-ból.

6 2022. november 20. ValóVilág AMR abs.: 173 085 (fő), 2022. november 20. BeleValóVilág AMR abs.: 125 121 (fő), teljes népesség, live.

7 2023. február 12. Showder Klub AMR abs.: 118 274 (fő), 2023. április 16. A gyanú árnyékában AMR abs.: 107 051 (fő), 2023. március 5. VV11 Finálé AMR abs.: 97 885 (fő), teljes népesség, live.



3. ábra: A ValóVilág-szériák kumulált elérése (Coverage abs.,<sup>8</sup> teljes népesség, live)

Forrás: Nielsen Közönségmérés - NMHH

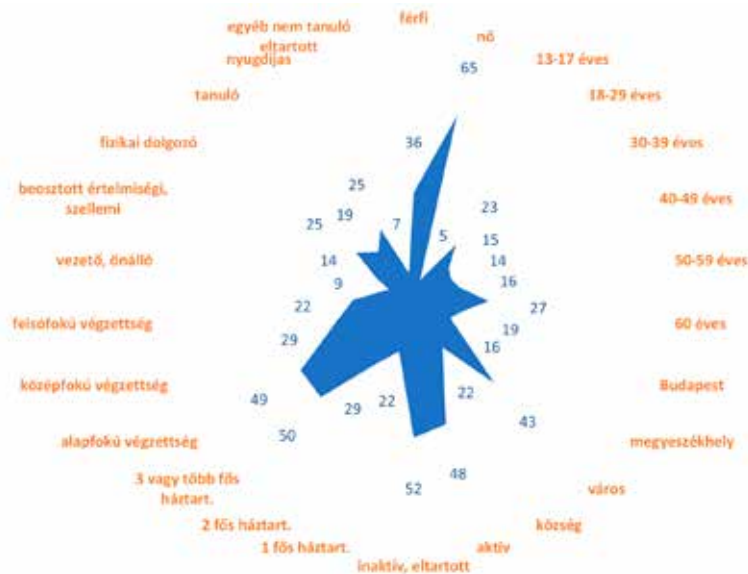
## 2. A ValóVilág 11 nézőtáborának profilja

Ahogy általánosságban a tévézés mint szórakozási forma iránt, a reality műfaj iránt is inkább a nők érdeklődnek, így nem meglepő, hogy a program közönségében túlsúlyban voltak a nők, igazából a nézők majd' kétharmadát ők adták (ADH: 65%). A reality követőtáborának felét az inaktív, eltartott társadalmi rétegek, a három vagy több fős háztartásban élők, alacsony végzettséggel rendelkezők, többnyire vidéki, de elsősorban városokban élők, foglalkozásukat tekintve pedig fizikai dolgozók és nyugdíjasok adták. Ez a nézői összetétel azonban nem igazán meglepő a korábbi évadok tükrében. A korosztályi megoszlást nézve az idősebbek, a legalább hatvanévesek erősebb jelenléte várható volt (ADH: 25%), hiszen minden negyedik néző nyugdíjas, így ők alkották az egyik legerősebb tábort. Jelentős csoport még a program közönségében a 18–29 éves korosztály, majdnem minden negyedik néző e korcsoportból került ki (ADH: 23%). Azért is érdekesek a fiatalok, mivel az RTL Kettőn sugárzott kilencedik szériát követően egyre nagyobb lett a jelenlétük.<sup>9</sup> Meglepő jelenség még, hogy az utolsó évadra a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, a tanulók és a vezetők, illetve az önfoglalkoztatók aránya is emelkedett.<sup>10</sup> A műsor utolsó szériájának a 30–49 évesek, az elsősorban megyeszékhelyen, egyedül élők, fizikai dolgozók, alacsony végzettséggel rendelkezők, magasabb és közepes vásárlóerővel, társadalmi státusszal rendelkezők (ESOMAR ABC1,C2) fordítottak hátat.

8 Coverage (COV), kumulált elérés: azon személyek száma, akik a felsorolt eseményekből legalább egyet láttak. FRQ (gyakoriság): egy nézőre jutó megtekintett események száma.

9 18–29 évesek ADH VV9: 14%, VV10: 19%, VV11: 23%.

10 Felsőfokú végzettségűek ADH VV9: 11%, VV10: 15%, VV11: 22%. Vezető vagy önálló ADH VV10: 4%, VV11: 9%. Tanuló ADH VV9: 9%, VV10: 14%, VV11: 19%.



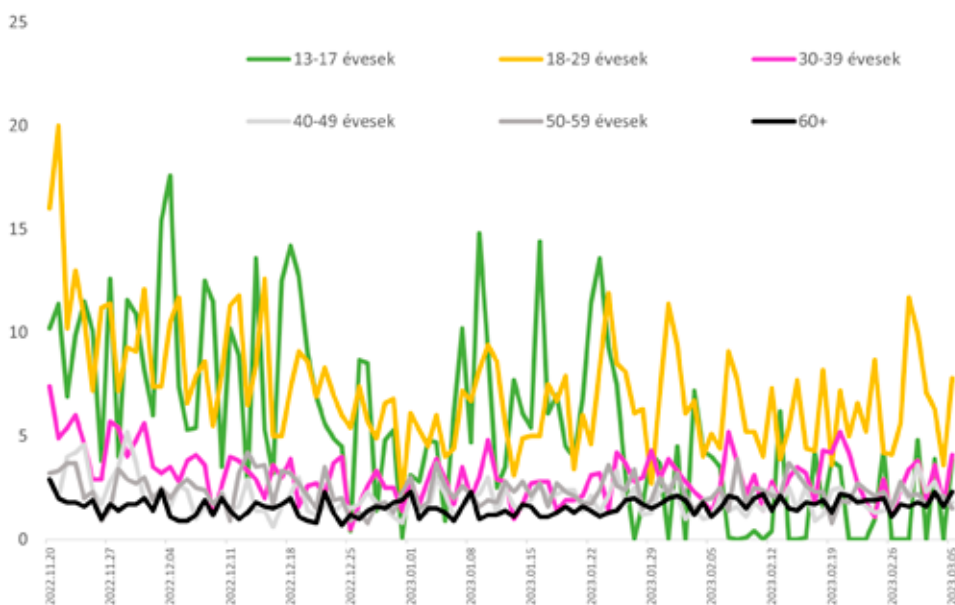
4. ábra: A ValóVilág 11 közönségösszetétele (ADH %, live)

Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

A ValóVilág 11 leginkább az ország észak- és dél-alföldi részén élőket érte el, átlagosan 33–35 ezren néztek bele a közvetítésekbe (RCH abs.), a villalások hétköznapijai iránt a legalacsonyabb érdeklődést a közép- és nyugat-dunántúli lakosok mutatták. Átlag felettinek mondható még a budapestiek kíváncsisága is, a fővárosiak közül közel 32 ezren láttak legalább egy percet a show-ból.<sup>11</sup> Bár a tinédzserek részesedése alacsony volt a műsor közönségében, mégis a 13–17 évesek az aktuális, esti televíziós kínálatból előszeretettel választották a reality-show-t, érdeklődésük számos alkalommal minden más korosztályon túltett (5. ábra). Ilyen erősen közönségvonzó adás volt a körükben például a 2022. december 4-i kiadás, amikor is VV Barna és VV Reni intim együttlétének lehettünk a szemtanúi. Ezen a napon este tíz órától a tévéző tinédzserek 18 százaléka választotta az RTL Kettőn a ValóVilág-ot, versenyre kelve ezzel a TV2 Sztárban sztár leszek! zenés show-jával is. 2023. január 23-a után azonban elfordultak a tinik a szereplőktől,<sup>12</sup> tizenöt adás esetén nem volt kimutatható az érdeklődésük, és még a fináléra is alig tértek vissza, a műsor utolsó epizódja sem tudott versenyre kelni körükben a Sztárban Sztárral. A gyermekközönség, elsősorban a tinik, többnyire egyedül vagy kortárssal nézték a történéseket, a 106 bejelentkezésből mindösszesen 39 esetben volt mellettük felnőtt a tartalom megtekintésekor.

11 RCH abs., Reach – A vizsgált eseményt legalább egy percig nézők száma.

12 VV Mária kiborulása és veszekedése VV Lisszával, VV Ákos is sírva fakadt. VV Sajti vasárnap kiesett, hétfőre VV Mária fel akarta adni a versenyt, de végül bent maradt.



5. ábra: A ValóVilág 11 közönségaránya (SHR %, <sup>13</sup> live). Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Egy műsor népszerűségét jelzi az is, hogy nézői mennyi ideig tartanak ki mellette, a reklámblokk után visszatérnek-e a villalakók életéhez. Nem meglepő, hogy az egyik legnagyobb részesedéssel bíró nézői csoport, a tanulók voltak a leghűségesebbek a műsorhoz, átlagosan az epizódok műsoridejének 65 százalékát látták. A második legkitartóbb szegmens a 18–29 éves korosztály volt, ők a sugárzott tartalom 58 százalékát nézték meg, és csak ezután következtek a 13–17 évesek (ATS: 53%).<sup>14</sup> A szereplők hétköznapijairól készült összefoglalók megtekintését legkorábban a tizenkét év alattiak, a legalább hatvanéves, férfi és nyugdíjasközönség adta fel.<sup>15</sup> A 2023. március 5-i Finálé nézettsége azonban már más képet mutatott: a harmincas, magasabb vásárlóerejű és vezető beosztású nézők követték figyelemmel hosszabban a végső szavazást.

### 3. A BeleValóVilág 11 nézettsége

A legutolsó ValóVilág széria esetében sem mondtak le az RTL Kettő szerkesztői a közel huszonöt perces, késő esti összefoglalókról, és az este tíz utáni műsorsávba a kiskorúak védelme szempontjából kevésbé „képernyőképes” történeteket igyekeztek tömöríteni. A BeleValóVilág-ot ezúttal is kevesebben követték figyelemmel, mint az esti fő adást, átlagosan 18 ezer fős különbséget mértünk. Ám éppen a késői közvetítésnek köszönhetően már nem kellett magyar

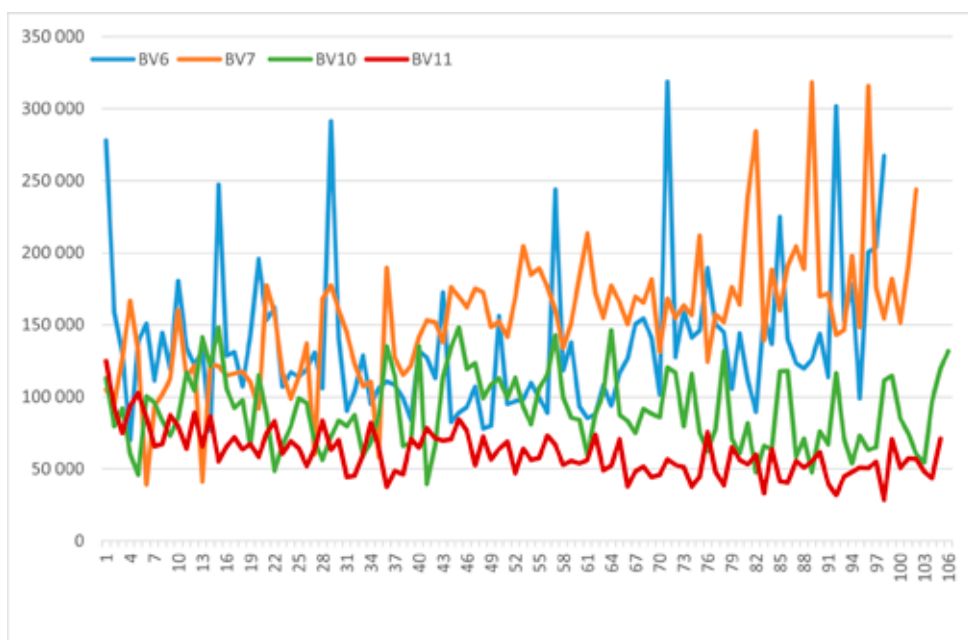
13 SHR% – Share: közönségarány: ez az arányszám mutatja, hogy az esemény ideje alatt az összes tévénézéssel töltött időnek mekkora részét fordították a nézők a vizsgált esemény nézésére.

14 ATS% (average time spent): Az egy tévénézőre jutó idő százalékos aránya a műsor adásidejéhez viszonyítva.

15 ATS%: 4–12éves 9%, nyugdíjas 29%, 60+ 30%, férfi 31%.



gyártású „nagy produkciókkal” versenyeznie a műsornak (pl. Sztárban sztár), így az aktuális televíziós kínálatból valamivel többen választották (SHR%: 2,4 vs. 2,7). A kísérő műsor történetének legnézettebb szériája a 2014/2015-ös BeleValóVilág 7 volt, a műsor népszerűsége azonban párhuzamosan a ValóVilág-szériákkal rohamosan esett, és az utolsó sorozatra majd’ százezer fővel, hatvan százalékkal mérséklődött a nézőszám a teljes népesség körében. A 11. évad csupán csak két alkalommal lépte át a 100 ezer fős küszöböt, a Beköltözést 125 ezren látták, az éppen tévénező közönség hat százaléka, a második legnépszerűbb esemény pedig a 2022. november 24-i VV Anita („Boss Bitch”) érkezése volt. A következő epizódok nézettsége azonban már nem tudta megközelíteni a műsor indulásakor mért értékeket. A 13–17 évesek körében a reality első, késő esti kiadása maga mögé utasította az anyacsatorna és a konkurens nagy adók, rajzfilmcsatornák kínálatát is, hiszen minden ötödik képernyő előtt ülő tini a Beköltözést választotta (SHR%: 21,7). A Finálé azonban már körükben sem volt túl sikeres, csak minden huszadik tévénező serdülő kapcsolta az RTL Kettő szavazására (SHR%: 4,8).



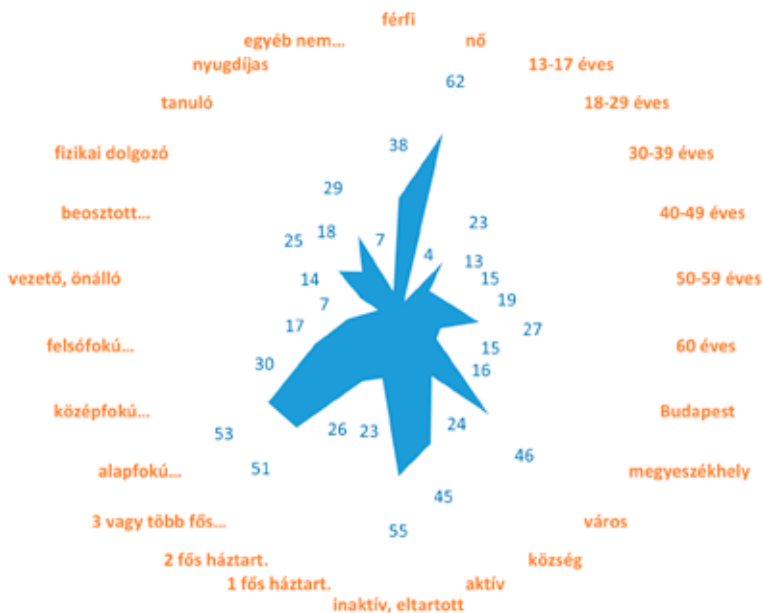
6. ábra: A BeleValóVilág-szériák nézettsége adásnapokra bontva (AMR fő, teljes népesség, live). Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

Bár a BeleValóVilág 11 kisebb nézőtábort tudhatott magáénak, mégis a teljes népesség ötödét elérte (Coverage 21,2%), összesen 1,8 millió főt. Az utolsó széria több mint száz adásából átlagosan hatot láttak az érdeklődők. A 11. évad során a tévénező közönség hatvan százaléka nem találkozott egyik késő esti műsorról sem. Amennyiben a ValóVilág-szériák összes eddigi adását és kísérőműsorait tekintjük (BeleValóVilág, NokedValó) a reality show 2002-es indulása óta, elmondhatjuk, hogy televízióon keresztül a magyar tévénező lakosság 88 százaléka értesült a villában történekről.

Ahogy a korábbi évadoknál, most sem tért el sokban a késő esti kiadások közönsége az esti epizódokétól. A férfiak jelenléte valamivel magasabb volt ebben az időszakban, de dominánsan



a nők nézték a pikánsabb összefoglalókat is (7. ábra), a 40–59 éves, városokban, községekben élő, alapfokú végzettséggel rendelkező, nyugdíjas réteg jobban kedvelte a BeleValóVilág-ot, mint az elsődleges összefoglalókat. A kiskorú nézők jelenléte a 10. szériához képest tovább csökkent, körükben a legsikeresebb a 7. sorozat volt, akkoriban a 4–17 évesek adták a közönség 11 százalékát, ám fokozatosan elfordultak a műsortól és az utolsó BeleValóVilág nézői közt már csak négy százalék volt a részesedésük. Ezzel szemben a fiatal felnőttek egyre inkább képviseltették magukat, és az utolsó évadra részesedésük már elérte a 23 százalékot. A késő esti adások kitartó közönsége a 18–29 éves, nő és tanuló rétegből került ki, ők az egyes epizódok 68-81 százalékát végignézték.



7. ábra: A BeleValóVilág 11 közönségösszetétele (ADH %, live).

Forrás: Nielsen Közönségmérés – NMHH

#### 4. ValóVilág az online térben

A 11. ValóVilág-eseményeket az RTL Magyarország több online felületén is figyelemmel követhették a kíváncsi tekintetek, az RTL+ streaming szolgáltatás keretében napi huszonnégy órában, a verseny első hónapjában ingyenesen is megtehetők ezt az érdeklődők. A nézettség csökkenő trendjét alapul véve elsősorban arra voltunk kíváncsiak, volt-e valamilyen hatással a 15–17 évesek online tartalomfogyasztására a ValóVilág-közvetítések megjelenése, e kérdés megválaszolása érdekében a tévécsatorna két internetes felülete, az RTL+ és az rtl.hu online médiumok látogatottsági adatait elemeztük. A műsor indulása előtti átlagértékekhez viszonyítva elmondható, hogy a tinédzserek körében jelentős kiugrást mértünk az rtl.hu esetében

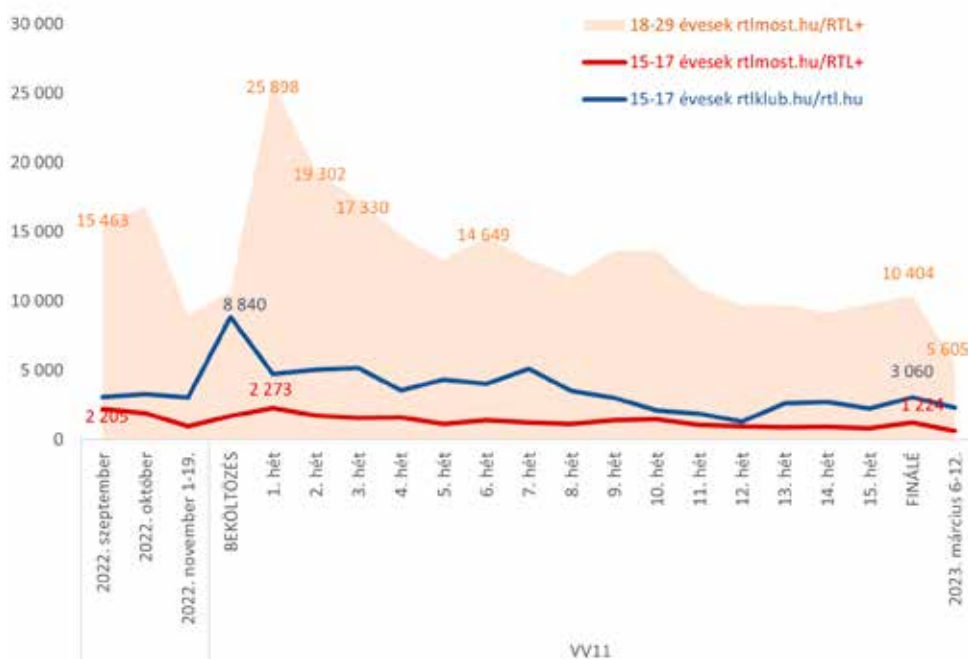
(8. ábra), a 2022. szeptember–októberi háromezer körüli látogatószám<sup>16</sup> majd' háromszorosára nőtt a Beköltözés napján (RU 15–17 évesek: 3 074 vs. 8 840). A magas, háromezer fő feletti elérés kisebb-nagyobb kiugrásokkal egészen a show 9. hetéig<sup>17</sup> kitartott, ahogy a televíziós közvetítés, úgy a show online történetében is innen mértük az érdeklődők számának megcsappanását. A reality közvetítése alatt a második leglátogatottabb nap az rtl.hu online felületén 2013. január 13-a volt, a 13–17 évesek közül 7 888 fő kattintott a honlapra, ekkor a villalakókat a korábbi évadban megismert két szereplővel lepték meg, VV Robi és VV Merci színesítette a szereplők technikum hetét és mutatták be a fodrászat és asztalosság szakmáját. A 9. és 12. hét között azonban szép lassan elfordultak a tinédzserek az online felület követésétől, és csak 2023. február 19–21. között tértek vissza nagyobb számban, amikor is VV Barna kiesett, és egy rendhagyó kiválasztásra és kihívásra is sor került a villában<sup>18</sup> azzal a céllal, hogy felpörgessék a történéseket, ugyanekkor két korábban kiesett játékos is visszakerült szerkesztőként a műsorba. A tinédzserek ezt követően csak az utolsó adásnapokra, majd végül a Fináléra tértek vissza. Az rtl.hu látogatottsága a 18–29 éveseknél hasonló trendet mutatott, bár esetükben nem a Beköltözés napján volt a leglátogatottabb az oldal, hanem 2023. január 13-án, VV Robi és VV Merci visszatérésekor.

Az RTL+ streaming oldal látogatottsága a 13–17 évesek körében nem ugrott meg a műsor ideje alatt (8. ábra), a 18–29 éveseknél azonban jelentős elmozdulást láttunk. A 2022. szeptemberi–októberi napi átlagos 15–17 ezer látogatószám a Beköltözés hetében 26 ezerre nőtt a fiatal felnőttek körében. A második és harmadik játékheten még a korábbi átlagok felett teljesített a streaming oldal, ám az egyhónapos ingyenes hozzáférés megszűnésével szép lassan csökkent az érdeklődés, és a szolgáltató a 11. héttől újabb mélypontra jutott, melyen a Finálé sem tudott sokat lendíteni. A 18–29 évesek az RTL+ oldalát a show ideje alatt nem a Beköltözéskor, hanem az első hét péntekén, 2022. november 25-én keresték fel a legtöbben, ezen a napon 31 280 látogatója volt az oldalnak, ami nem véletlen, hiszen VV Piros és VV Barna újabb intim pillanatait leshették meg az érdeklődők.

16 Real users (RU): belföldi internetezők, azon internetezők száma, akik meglátogatták az adott tartalmat a vizsgált időszakban.

17 2023. január 23–24-ig. VV Sajti vasárnap, 2023. január 22-én kiesett, VV Márió pedig lelki válságba került és fel akarta adni a versenyt, de társai meggyőzték, hogy maradjon. Ezen a hétfőn kezdődött az Interaktív hét, melynek keretében a nézők beleszólhattak a lakók életébe és feladatokat, büntetéseket is kiszabhattak rájuk.

18 VV Melina VV Máriót hívta ki párbajra, a Visszavágó hét alkalmából VV Anita és VV Bibi szerkesztőként tértek vissza a villába, VV Lissza pedig a játék feladását fontolgatta.



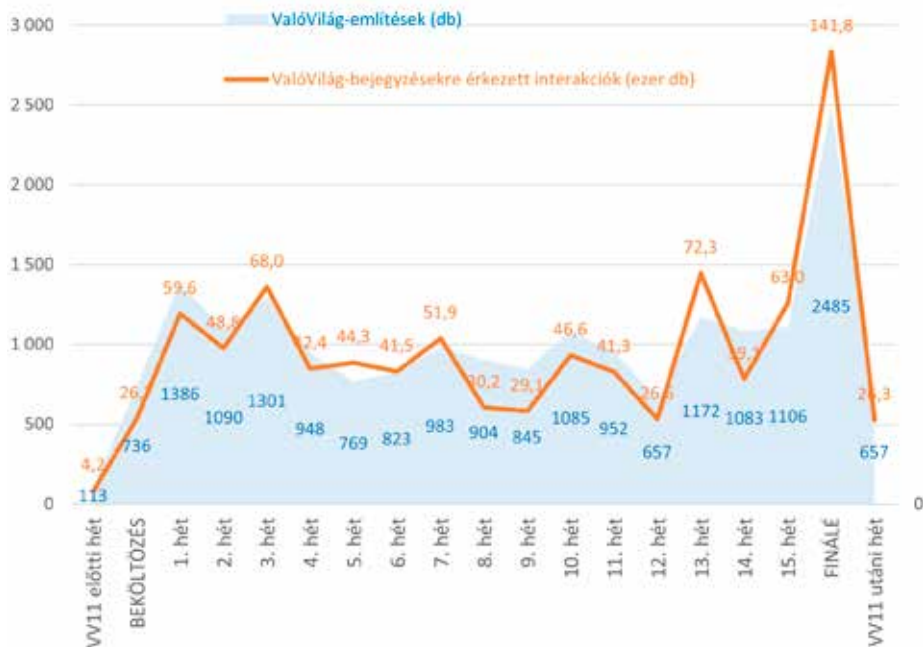
8. ábra: Az RTL Magyarország online felületeinek látogatottsága a 15–17 évesek körében (Real users). Forrás: EDME-Gemius – NMHH

A műsor online sikerének további mérőszöke lehet az interneten fellelhető említések, továbbá a műsorral kapcsolatos bejegyzésekre érkezett interakciók száma,<sup>19</sup> melyek megjelenését a Neticle online médiafigyelő- és elemző rendszer segítségével követtük nyomon. A műsor indulása előtt napról-napra duplázódott meg a reality említésének gyakorisága a vizsgált online felületeken, az első csúcst a Beköltözés utáni második napon mértük, ekkor 1 723 megjelenéssel találkozhattak a rajongók (9. ábra). A legtöbb hivatkozás mégis a záró adás és az azt követő napon történt (2 485 és 1 867 db), ugyancsak a Finálé kapcsán regisztráltuk a legtöbb ValóVilág-bejegyzésre tett interakciót, szám szerint több mint 141 ezret. A valóságshow 8. és 12. adáshete között bár nem csökkent jelentősen az említések száma, mégis kevesebb interakciót regisztráltunk, és csak a 13. héten mértünk növekvő trendet, amikor is a vetélkedő teljes ideje alatt a legtöbbször nevesített<sup>20</sup> és a Facebook-bejegyzéseknél leggyakrabban like-olt szereplőt, VV Barnát jelölték párbajra, továbbá a hét során a villában komolyabb veszekedéseknek, megalázó helyzeteknek

19 Az NMHH a ValóVilág 11 online megjelenéseit a Neticle Media Intelligence által kifejlesztett adatgyűjtő rendszer segítségével regisztrálta a következő médiafelületeken: 2 583 magyar hírportál írott tartalma és a cikkek alatt megjelenő hozzászólások, blogbejegyzések, fórumok beszélgetésfolyamai, magyar nyelvű nyilvános posztok és kommentek a Facebook-on, magyar nyelvű Twitter-bejegyzések és az alattuk található hozzászólások, a YouTube-on és a hazai videómosztó oldalakon megjelenő szöveges tartalmak, magyar nyelvű publikus Instagram-bejegyzések és a hozzájuk tartozó hozzászólások. 2023. június 22-ei adatfuttatás, VV11 és Belevilág keresőszavak, illetve ezek 71 szinonimája.

20 VV Barna 10 077 említés és 80 726 Facebook-bejegyzésre érkező „like” reakció.

lehattunk szemtanúi.<sup>21</sup> Nem meglepő módon az online térben is a Finálé hozta a legmagasabb számokat, és a közel 2 500 online ValóVilág-ementés mellett majdnem 142 ezer ValóVilág-bejegyzésre érkezett interakciót számolhattunk össze.



9. ábra: A ValóVilág online ementések (heti átlag – db) és a műsorral kapcsolatos bejegyzésekre érkezett interakciók száma (heti átlag – ezer db) Forrás: Neticle – NMHH

21 Az NMHH Médiateanácsa a 2023. február 12-ei és 16-ai ValóVilág 11 összefoglalókat a kiskorúak védelme és az emberi méltóság megsértése szempontjából törvénytörőnek találta.

## **Források és irodalom**

TILL (2022) = TILL Eszter: A valóságshow-k közönsége. In: SZADAI Károly (szerk.): *VV10 – egy valóságshow valósága*. Budapest, Médiatudomány Intézet, 2022. 43–59. (Médiatudományi Könyvtár, 45.)



# A lét a tét – luxusbörtönön innen és túl

KÖVECSES ÁGNES – BOGNÁR DÓRA – BÉRCI KORNÉLIA

A valóságshow műfaja olyan, mint egy vírus, nem akar eltűnni az életünkben, újból és újból feltámad. A műsorformátum lényegét képező kukkolás és leskelődés olyan ősi emberi tulajdonság, amely életben tartja és táplálja az újabb és újabb szériákat. A műsor gerincét adó konfliktusok, meztelenség, botrány és pornográfia hosszú távon is fenntartják a nézők érdeklődését. A műsortípus velejárója, hogy középpontjába hétköznapi karakterek kerülhetnek, akik egy rövid időre kiemelkedhetnek az ismeretlenség homályából, s a tapasztalatok szerint oda is térnek vissza a műsor végeztével – kivéve néhányakat. A valóságshow-k nézettségének, törvény iránti megfelelésének vizsgálata része a hatósági kontrollnak, azonban ezidáig még nem kíséreltük meg, hogy egy nagyobb perspektívából, a szereplők életének, sorsának alakulásának szemszögéből vizsgáljuk meg a reality show-k hatásait.

A dolgozat első felében megpróbáljuk felvázolni a potenciális valóságshow szereplő karakterét, felmérni lehetőségeit és motivációit. A televíziós szereplés a mainstream média megjelenése óta a népszerűség, az ismertté válás sarokköve. Sokan úgy képzelik, hogy amennyiben átlépik a stúdió varázslatos küszöbét, szűknek vélt életük egyszerre kitágul, megnyílnak a lehetőségek kapui, és az ország szeretete jótékony takaróként borul rájuk. A valóság azonban egészen más képet fest, és gyakran a várva várt happy end is elmarad.

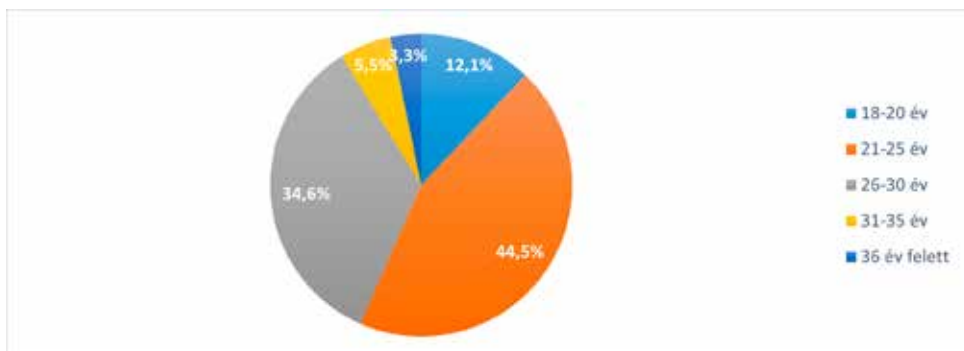
A valóságshow – mint műfaj – az ezredfordulót követően vetette meg lábát hazánkban, az első próbálkozás a TV2 – még nem beköltözős – A téglá című műsora volt, amit 2001 tavaszán a Viasat3 Bár című programja követett. Ez utóbbiban már jelen volt a beköltözős jelleg, a folyamatos megfigyelés, azonban a szereplők mindennapjait még teljesen kitöltötte a bár működtetése, így a külvilágtól való elzárttság nem igazán valósulhatott meg. 2002-ben aztán mindent felülírt, különösen népszerűségben, a párhuzamos futó Big Brother és ValóVilág. A Big Brother a John de Mol-féle eredeti holland licencet követte, a ValóVilág ezzel szemben az RTL Klub saját fejlesztésű műsora volt.<sup>1</sup> A Nagy Testvér a hatalmas sikerre való tekintettel a következő évben elindította a második szériáját, ám a műsor nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, mivel addigra a ValóVilág 2 megerősödött, idővel pedig Magyarország legnézettebb reality-jévé nőtte ki magát. A ValóVilág széria azóta kisebb-nagyobb kihagyásokkal, de folytatódott, idővel magába olvasztotta a Big Brother formátumot is, mostanra azonban már kikopott a közös megnevezés (ValóVilág powered by Big Brother), és a ValóVilág formátuma hivatalosan is piacvezetővé vált. A VV menetelését nem nézte tétlenül a Viasat3 sem, amely időről időre elindította a saját versenytársait. Az ÉdenHotel és az Aranypart párkeresésre épülő ismerkedős reality-je után az RTL is előállt a Love Island című formátumával. A párválasztást sürgető játékok még több lehetőséget biztosítottak a szereplők számára, hogy közel kerüljenek egymáshoz, randizhassanak és egymásra találjanak. Ezeket általában fülfedtebb hangulat és kevésbé izgalmas tematika jellemezte.

---

1 *Majkáknak bejött, de ki emlékszik már Tigrerre a Bárból?* [kreativ.hu/cikk/majkanak\\_bejott\\_\\_de\\_ki\\_emlekszik\\_mar\\_tigrerre\\_a\\_barbol](http://kreativ.hu/cikk/majkanak_bejott__de_ki_emlekszik_mar_tigrerre_a_barbol)

## 1. Demográfiai jellemzők – honnan hová?

Nem rendelkezünk pontos ismeretekkel azzal kapcsolatban, hogy milyen élethelyzetben vagy életkörülmények között élő emberek érzik elsősorban megszólítva magukat a toborzás időszakában a valóságshow-ban történő szereplésre. A bejutottak alapján azonban – amelyet nyilván megrostált a szerkesztői elképzelés - megkísérelhetjük megrajzolni a valóságshow résztvevők tulajdonságait. Elsősorban a két nagy kereskedelmi televízió hozta nyilvánosságra a versenyzőinek hátterét. A továbbiakban ezért a Big Brother két szériájának (27 fő) és a ValóVilág 11 évadának szereplőivel (155 fő) foglalkozunk. Tapasztalataink szerint a szerkesztők nagyon ügyeltek a nemi arányokra. A formátum megjelenése óta gyakorlatilag tökéletesen kiegyenlített a férfiak és a nők jelenléte a szereplők között. A Big Brother két évadában 14 nő és 13 férfi versenyző kapott lehetőséget, míg a ValóVilág szereplői között 77 nő és 78 férfi vetélkedését követhettük nyomon az évadok során. Az átlagéletkor alapján nem tapasztalunk jelentős eltérést az idők során. A VV hatodik szériájának aktorai voltak a legfiatalabbak (átlagosan 23,6 évesek), míg a legmagasabb átlagéletkort (26,5 év) a Big Brother második évadában mértük. Az átlag elfedi az egyéni különbségeket, így a korcsoportba sorolásnál jobban kitűnik, hogy egyértelműen a 21-25 év közöttiek voltak túlsúlyban, majdnem minden második valóságshow szereplő ebből a generációból került ki (1.ábra).

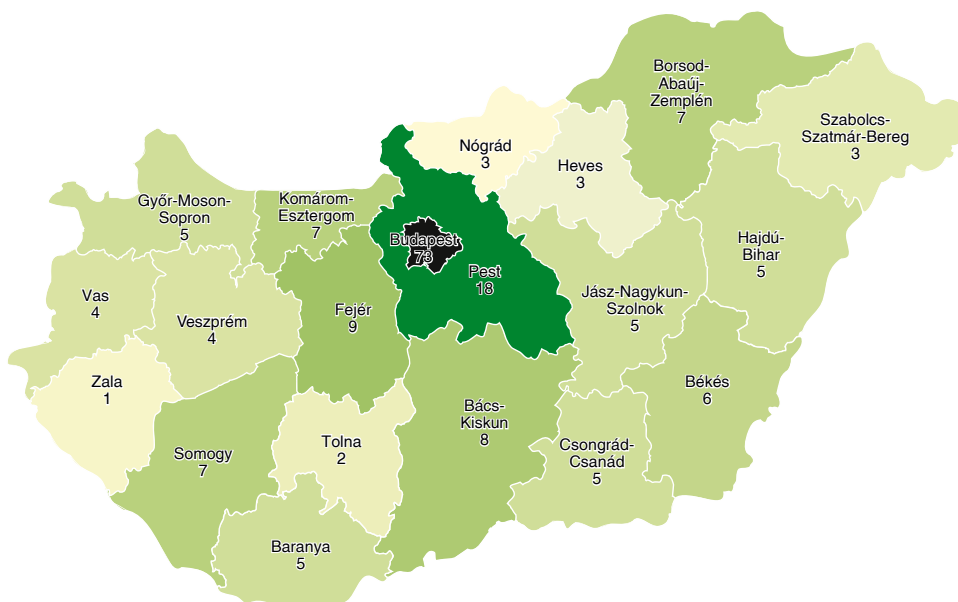


1. ábra: A valóságshow szereplők életkori összetétele (BB1–2, VV1–11)<sup>2</sup>

Érdekes adalék, hogy milyen mintázatot rajzol ki a játékosok lakóhelyének területi megoszlása (2. ábra). A versenyzők által megadott lakóhelyek alapján a 13 széria aktorai közül minden második a fővárosból és Pest vármegyéből érkezett (91 fő, 50%). Ezzel szemben Nógrád vármegyéből senki sem vált ily módon ismertté, de Zalából is csak egy szereplő. Összességében elmondható, hogy a főváros és vonzáskörzete „bocsátotta ki” a reality sztárok nagy részét.

2 A cikkben szereplő táblázatok és ábrák az NMHH Műsorfigyelő és -elemző Igazgatóságának saját adatgyűjtéséből származó eredményeit szemléltetik.



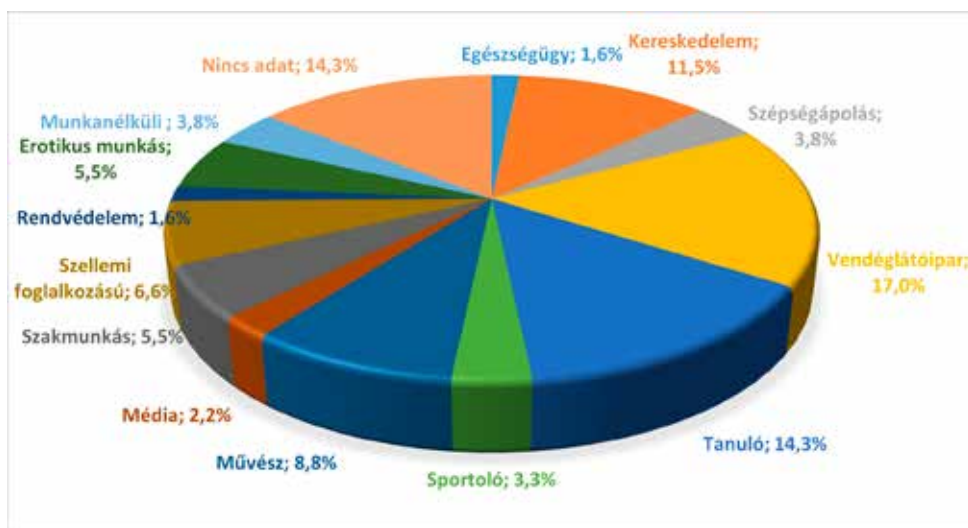


2. ábra: A szereplők lakóhely szerinti megoszlása

A játékosok iskolai végzettsége csak abban a ritka esetben került szóba, amikor felsőfokú végzettséggel büszkélkedhetett valaki. Húsz játékos, tehát minden tizedik rendelkezett egyetemi vagy főiskolai diplomával. Sokan szakiskolából, néhányan érettségivel érkeztek.

A szereplő foglalkozását a csatorna a jelölt bemutatásakor feltüntette. Előfordult azonban, hogy a bevallott munkakör nem pontosan egyezett meg a valós pénzkereseti forrással, így például volt chippendale fiú, aki pultosnak vallotta magát, míg egy másik hasonló foglalkozást űző férfi a dokumentációban táncosként szerepelt. A top három ágazatnak a vendéglátás (17,0%), a tanulói státusz (14,3%) és a kereskedelem<sup>3</sup> (11,5%) számított (3. ábra). A vendéglátóiparon belül is felülreprezentáltak volt a pincérek és pultosok, 22 jelentkező jelölt meg ezt a foglalkozást, tehát közel minden nyolcadik játékos pultosként/felszolgálóként dolgozott az ismertté válás előtt. A tanulói státusz igen érdekes koreloszlást mutatott, mert bár a magát tanulónak vallók többsége 18 és 22 év közötti volt, akadtak 28 éves tanulók is a szereplők között.

3 A kereskedelem kategóriába a vállalkozók, értékesítéssel foglalkozók, valamint területi képviselők és logisztikai területen tevékenykedők kerültek besorolásra.



3. ábra: A szereplők eredeti foglalkozásának megoszlása

Ugyan nem nyilvános információ, hogy a szereplő dohányzott-e a reality-be való kerülése előtt, de általánosságban elmondható: a játékosok nagy része rendszeresen dohányzott vagy alkalmanként rágyújtott a társaival folytatott beszélgetések során. A VV negyedik szériájával kapcsolatban érkezett a legtöbb állampolgári panasz a szereplők állandó dohányzása és a tevékenység reklámizú megjelenítésével kapcsolatban. Az említett évadban a 16 szereplő közül 12 rendszeresen dohányzott. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (továbbiakban Hatóság) által készített ValóVilág „barométer” számszerűsítette a káros magatartásminta megjelenését. A negyedik évadban volt olyan adás, amelyben 26 alkalommal volt látható cigarettázó szereplő, míg a legutolsó (11.) szériában öt jelenet volt a maximum. A szexuális irányultsággal kapcsolatban a vizsgált 13 széria szereplőinek meghatározó része (95,6%) heteroszexuális volt.

A valóságshow szereplő archetípusával kapcsolatban elmondható, hogy a legjellemzőbb tulajdonságok szerint haladva: budapesti lakos, 21–25 év közötti, pultosként vagy pincérként dolgozik, heteroszexuális és dohányzik.

## 2. Motivációs taktikák – pénz vagy ismertség?

Az első szériák alkalmával a jelentkezőknek aligha lehetett valós képük arról, hogy mivel jár egy országos kereskedelmi csatorna főműsoridős „attrakciójának” szereplőjévé válni. Akkor még nem volt megfigyelhető az a fajta tudatosság, amely a legutolsó széria szereplőinél már tetten érhető volt. A 11. évadban volt olyan, aki kijelentette, hogy a profi sportolókat idéző módon végignézte a korábbi szériákat, kidolgozta a karaktere működési mechanizmusát, majd tíz évig próbálkozott, mire bekerült a műsorba, hogy előadja a patikamérlegen kiszámított szereplését. (Erőfeszítéseit siker koronázta, végül a második helyen zárta a versenyt.) Többen bevallottan a vágyott népszerűség elérése, vagy kezdő influenszerként a követőtáboruk növelése érdekében jelentkeztek. Sokan a médiában terveztek elhelyezkedni, vagy induló vál-

lalkozásuk/zenei karrierjük iránt próbálták felkelteni az érdeklődést. Az első szériákban motivációként a kalandvágy is megjelent, de sokak érdeklődését az akkori szemmel hatalmasnak számító főnyeremény generálta (4. ábra). Később is vonzónak tűnt a főnyeremény, ugyanakkor a jelentkezők a korábbi évadok ismeretében már pontosan tudták, hogy nem kell győztesként elhagyniuk a villát ahhoz, hogy a szereplésből profitálhassanak. (Összesen 92 esetben találtunk ilyen dedikált célt, amit maga a szereplő fogalmazott meg a bekerülése idején.)



4. ábra: A szereplők motivációi

### 3. Az ígéretes utóélet

Általános jelenség, hogy a nagyobb kereskedelmi csatornák előszeretettel foglalkoztatják a „felfedezettjeiket” más műsorszámaikban is. Szélsőségesebb esetben a csatorna olyan szinten hagyatkozik egy szereplőre, hogy kész akár egy önálló formátumot is építeni köré. Ez történt Molnár Anikóval, aki 2003-ban került be a ValóVilág harmadik szériájába, amelyben a második helyen zárt, majd később, 2004-ben ő lett a „Nagy Ő” a TV2 műsorában. Nagy Alekosz is hasonló utat járt be a negyedik szériában, ahol magát „görög csődörnek” aposztrofálva igyekezett meghódítani a női szíveket szerény eredménnyel. A kezdeményezőkéz férfire könnyen fel lehetett építeni egy társkereső reality-t Alekosz menyasszonyt keres címmel. Mivel ez a széria sem hozta meg a kellő eredményt, a férfi a konkurens csatornához, a TV2-höz pártolt át, ahol az Összeesküvők című párkereső reality-ben vállalt szerepet. Az RTL esetében visszatérő elem volt, hogy a megelőző széria ígéretes/szórakoztató karaktereit felkérték a következő valóságshow kísérőműsorának vezetésére. Ez nem minden esetben jelentette azt, hogy a csatorna egyéb műsorvezetői szerepekkel is megtalálta őket (lásd Aurelio), de kétségtelenül jó ugródeszkának bizonyult például Náda Anikó vagy Majka esetében. Azóta a két kereskedelmi televízió között folyamatos mozgásban vannak a sztárok, így nem mindenki az „anyacsatornán” szerepel, de a valóságshow-kban felfedezett arcok aligha tudnak kikopni a „celebekre” építő formátumokból. Így rendszerint kell egy „valóvilágos” karakter a Konyhafőnök VIP, a Celeb vagyok, ments ki innen szériájába, de a páros műsorokban (Nyerő páros/

Párharc) is előfordulnak. A kifejezetten csak a szórakoztatásra szánt műsorokban, mint a Balázs által vezetett Gyertek át! című produktumban, pedig egyenesen elvárt volt legalább egy extravagáns, alpári poénokat szolgáltató szereplő alkalmazása (például Aurelio).

#### 4. Sírni csak a győztesnek szabad – Győztem! Nyertem?

A ValóVilág tizenegy és a Big Brother két évadának nyertesei közül hatan teljesen eltűntek a rivaldafényből, jelenleg civil életet élnek, dolgoznak és gyermeket nevelnek. Van közöttük nyomozó, filmrendező, sikeres vállalkozó és felszolgáló is. Mások (például Soma) még kitartóan próbálkoznak a médiakarrierrel, közösségi média tartalmakat gyártanak, vagy a YouTube-on próbálkoznak vloggerként érvényesülni. A VV tizedik évadának győztese, Vivien jelenleg az OnlyFans-en próbál pikáns képeiből meggazdagodni. Az első helyen végzettek közül egyedül Nagy Alekosz (a VV 4. szériájának győztese) tudott tartósan megmaradni a média közelében. Megosztó személyisége, a különböző médiafelületeken való aktivitása garantálja számára, hogy ne váljon unalmassá.

A győzelem, a hónapokig tartó elzártság olyan mértékű mentális megterheléssel jár, aminek révén a szereplők nem minden esetben tudnak visszailleszkedni a társadalomba. Például a Big Brother első nyertese, Párkányi Éva súlyos egészségügyi problémái miatt évek óta otthonban él, két kislány született, akiket nevelőszülők nevelnek. Orvosai szerint mentális betegségei miatt nincs arra esélye, hogy valaha is visszatérhessen a „való életbe”. A hatodik széria győztese, Aurelio szintén nem a vonzó életutat bejárók sorát erősíti. Az olasz származású bajai fiatal 23 évesen került a villába, amit extravagáns viselkedésének és erősen extrovertált megmozdulásainak hála, meg is nyert. A nyereményét azonban hamar elherdálta, szakításaitól és bűnügyi botrányaitól volt hangos a sajtó. A győzelme után számos műsorában szerepeltette a csatorna, majd drogterjesztés és kokainfogyasztás miatt került összetűzésbe a törvénnyel. Később meglopták, ő pedig a barátjával többször is megverte a tolvajt, akinek az elrablása miatt most a börtönbüntetését tölti.

#### 5. Tragikus sorsok

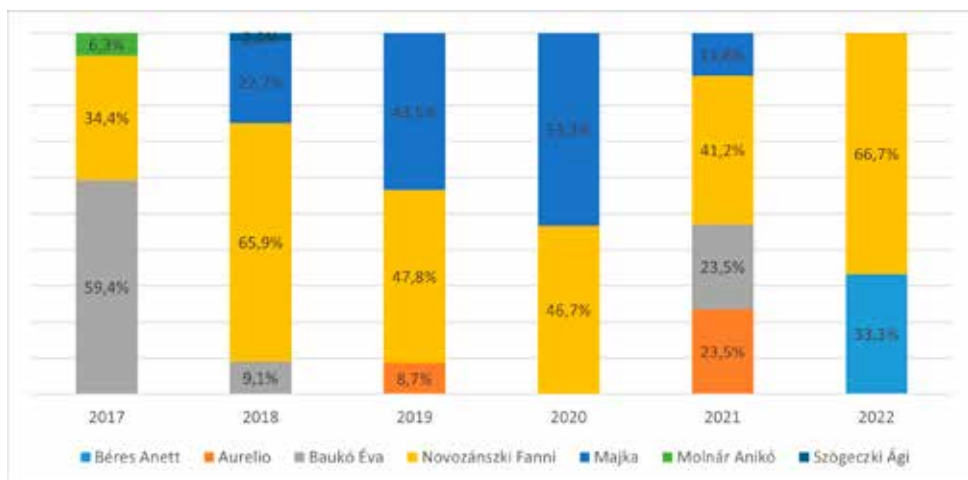
Nem ritkán olyan szereplők is bekerültek a műsorokba, akik súlyos traumáik elől próbáltak menekülni. Ezeket a gondokat vagy már a villában megosztották a társaikkal és így a nézőkkel is, vagy csak később merték a nagyközönség elé tárni. Több szereplőről is kiderült, hogy gyermekkorában molesztálták vagy fizikailag bántalmazták, másokkal szemben pedig a társuk alkalmazott fizikai erőszakot. Az agresszió két, a villában kialakult párral összefüggésben is megjelent. A harmadik szériában megismert Frenki és Szilvi kapcsolatában a villa elhagyása után jelent meg a kölcsönös erőszak. Az ötödik évadban szereplő Cristofer pedig visszatérően bántalmazta a műsorban megismert barátnőjét, amiért később közmunkára ítélték.

Gyakori traumának számított, hogy több szereplő is korán elveszítette egy vagy akár mindkét szülőjét, ezért legtöbbször a nagymama vagy valamely más családtag nevelte. Két szereplőt állami gondozás alá is vettek. Többen is elmesélték, hogy a szexuális orientációjuk miatt éltek át súlyos elutasítást a családjuk vagy a kortársaik részéről (nyolc szereplő vallotta homo- vagy biszexuálisnak magát). Sokaknak a villából való kikerülés után vett

igazán negatív fordulatot a sorsa. A korábban említett két győztes, Éva és Aurelio mellett többeknek került lejtmenetbe az életük. A ValóVilág első szériájának Lorenzója 2012-ben motorbalesetben halt meg, a hatodik szériából ismert Krisztián pedig önkézevel vetett véget életének 2022-ben. A legnagyobb médiavisszhangot egyértelműen Novozánszki Fanni halálesete váltotta ki. A hetedik széria játékosának eltűnését 2017 novemberében jelentették szülei a rendőrségen, majd nagy médiafigyelemmel kísért nyomozás vette kezdetét. A lány rejtélyes eltűnése, a gyanúsítottak viselkedése és a holttest utáni hajsza rendszeresen szerepelt a híradásokban, csakúgy, mint Fanni életének és sorsának egyéb aspektusai, férfiügyei, konzumlányként való tevékenykedése. Holtteste azóta sem került elő, a megölésével vádolt férfi életfogytig tartó börtönbüntetést kapott, amit másodfokon húsz év börtönbüntetésre mérsékeltek 2023 májusában.

A szereplők közül többeknek (3,2%) is meggyűlt a baja a hatóságokkal, ugyanis tiltott szerek használatával buktak le. A harmadik szériából megismert VV Segal hét évet ült drogcsempészetért, míg villatársa, VV Indián drogbirtoklásért felfüggesztett börtönbüntetést kapott. A nyolcadik évadból megismert VV Lóri csoportos garázdaságért 2020-ban börtönbe került, míg a kilencedik évad szereplőjét, Hunort 2022 év végén tartóztatták le droggereszkedelem vádjával, ám a hírek szerint 2023 márciusa óta szabadlábon van. A népszerűség tehát nem minden esetben jelenti a felemelkedést, a könnyebb megélhetést, hiszen sokan éppen ennek hiányában dönthettek a törvénytelen út mellett. A ValóVilág negyedik évadából erőszak miatt kitiltott Zsuzsi életében ugyancsak komoly mélyponthoz vezetett a szereplés, amelynek következtében a lány a Bazilika lépcsőin vágta fel az ereit. (Életét végül sikerült megmenteni és rendezni is.) 2022 nyarán pedig VV Anett ayahuasca-szeánsz miatt bekövetkezett balesete kavarta fel a kedélyeket. A lány a szertartás keretében bódító hatású teakeveréket fogyasztott, aminek hatására pánikrohamot kapott és öntudatlan állapotban eltűnt. Órákkal később találtak rá meztelenül az erdőben, ahol életveszélyes sérüléseket szenvedett. Több helyreállító műtét után, újra teljes életet élhet, de az eset nagyon megrázta a családját és a közvéleményt is.

Mindezek után érdekes lehet, hogy az elmúlt öt évben milyen összefüggésben és mely szereplők jelentek meg az RTL és a TV2 hírműsoraiban. A 2017 és 2022 közötti időszakot tekintve összesen 137 híregység foglalkozott valóságshow-kban ismertté vált szereplőkkel. Az RTL alacsonyabb intenzitással tűzte műsorára a velük kapcsolatos híreket (30 hír – 21,9%), s a hírek ötven százaléka Novozánszki Fanni halálával foglalkozott, míg a második leggyakrabban megjelent celeb (21,9%) Majka volt (5. ábra). A hírneves előadó főleg Curtis drogügyei miatt bekövetkezett „szakítás” kapcsán került a tudósítások középpontjába, illetve nem bűnügyi hírekkel összefüggésben tűnt fel (mint például a Covid után újrainduló koncertezés). Az alábbi ábrán azt szemléltetjük, hogy évekre bontva mely szereplők jelentek meg a hírekben.



5. ábra: A valóságshow szereplőkkel foglalkozó hírek személyek szerinti megoszlása

## 6. Szexuális munkák: szex mindenhol

A valóságshow-k résztvevői között számos olyan akadt, aki vállaltan (vagy nem vállaltan), de szexuális jellegű munkából tartotta fenn magát. A jelentkezők ezen jellemzőit a szerkesztők előszeretettel használták fel a szereplők bemutatkozó videóiban, ahol a rúdtáncolástól kezdve a pornószínésznő meztelen fürdőzéséig sok minden megjelent a nézettség növelésének érdekében. A szereplők különleges képességeit a villába érve azonnal ki is használták, így a chippendale fiúk – szerkesztőktől kapott feladatként – vetköztek, míg az erotikus jellegű munkát végző lányok öltanccot mutattak be, a transzvesztita előadó pedig minden szükséges eszközt megkapott, hogy drag queen-ként szórakoztathassa társait. A szereplők közül tízen végeztek – bevallottan – kereső tevékenységként erotikus jellegű munkát (5,5%), azonban később többekről kiderült, hogy szerepeltek már felnőttfilmes videókban, vállaltak erotikus fotózást, vagy nyújtottak pénzért szexuális jellegű szolgáltatást.

A műsorok során összesen 42 ember folytatott intim együttlétet, azaz megközelítőleg minden negyedik szereplő szexelt a ValóVilág vagy a Big Brother adásaiban. (A vizsgálatba nem vontunk be a kifejezetten párválasztásra építő formátumokat, ahol ketten vihetik el a fődíjat [Love Island, Éden Hotel], hiszen azokban nyilvánvalóan gyakrabban fordul elő szexuális együttlét, sőt a koncepció része ezek elősegítése.) A legtöbb szereplő állandó partnerrel folytatott rendszeres kapcsolatot a villában, de az évadok során öt szereplő is eljutott odáig, hogy ugyanabban az évadban több társal is közösült. A villában kialakult kapcsolatok egyik esetben sem bizonyultak tartósnak, az elzárás szülte összekapaszkodás és egymásra hangolódás a külvilág nyomására legtöbbször tisztavirág életűnek bizonyult.

A ValóVilágból kikerülve nem ritkán felmerül a játékosokban, hogy a frissen szerzett népszerűségüket szívesen meglovagolják. Néhányan ezt a közösségi média felületein próbálják elérni, de állandó mondanivaló híján nehéz tartalomgyártóként talpon maradni. Marad a szponzori megbízásokban való reménykedés és a hakni, amely a legtöbb esetben nem kecsegtet állandó bevétellel. Ezért is vált nagyon hamar népszerűvé a volt villalakók körében az OnlyFans nevű erotikus oldal. Az előfizetéses erotikus platformon való boldogulás jóval

egyszerűbb ismert emberként, főleg, ha a szereplő a megjelenésének megfelelő reklámot generál a bulvármédiában, ahová a bejutás nem nagy kihívás a trash reality szereplőinek. Molnár Anikó például nem olyan régen vetette bele magát a pikáns képek gyártásába, amelyet a médiában is alaposan előkészített, így nem nagy meglepetés, hogy kihagyva a felfutási időt, berobbant és nagyon hamar a tartalomgyártók felső egy százalékába került. A 10. évadból hárman is tevékenykednek az oldalon, és a legutóbbi szériából is már ketten kezdtek erotikus tartalomszolgáltatásba. A megfelelő médiafigyelem generálása nem jelenthet kihívást a valóságshow karaktereknek, akiknek utóéletével amúgy is előszeretettel foglalkozik a bulvársajtó. Az első pikáns képek nagyközönség elé tárása szintén jó taktikának bizonyult, hiszen az ismertség könnyen bevonzza a feliratkozókat, így a szereplők már az oldal indítása után jelentős árbevételt realizálhatnak az előfizetői díjakból. Mindez azt a hamis képzetet keltheti a követőkben, hogy a pornóoldalon való megjelenés könnyű bevételi forrást és ízléses képek kommunikációját jelenti, holott a valóság egészen más képet fest. A tizedik széria játékos a és a 11. széria BeleValó című adásának műsorvezetője, Mercedes például úgy van jelen az OnlyFans oldalon, hogy a barátja is tartalomgyártó. Véleménye szerint ez semmilyen negatív hatással nincs a kapcsolatukra. Ezen felbuzdulva nemrég a VV11 szerelmespárja, Lissza és Márió is elhatározták, hogy páros oldalt indítanak. A próbálkozás azonban hamvába holt, amikor a naiv páros a regisztráció után észlelte, hogy az OnlyFans oldalon való megjelenés az esetek többségében pornográf tartalmak megosztását jelenti, vagy rövid úton ahhoz vezet. Úgy tűnik, a valóságshow karakterek szerepe nem elhanyagolható az oldal magyarországi felfutásában, a platform vonzó és könnyű pénzkereseti lehetőségként való feltüntetésében. A kezdeti siker azonban csalóka, hiszen a „pikáns” és „ízlésesen szexi” képek csak az induláskor jelenthetnek elégséges alapot az előfizetők figyelmének felkeltésére, az érdeklődés fenntartása érdekében előbb-utóbb „keményebb” tartalmat kell nyújtani.

## 7. A valódi nyertesek

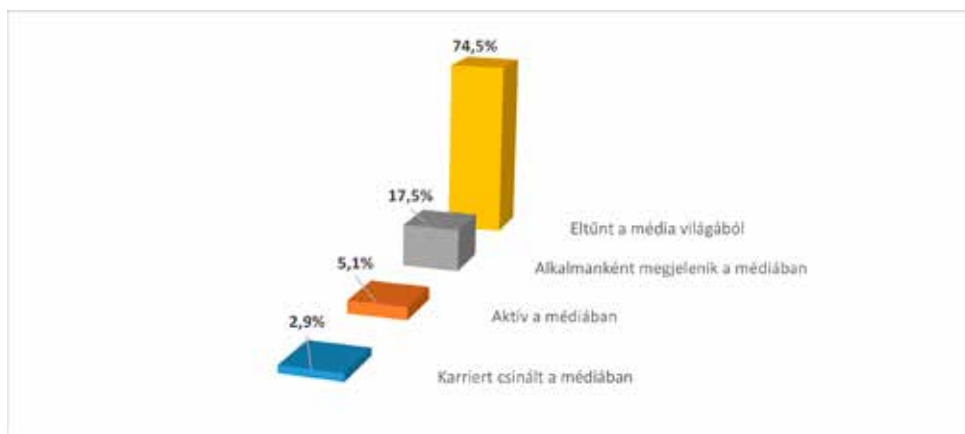
A valóságshow-ban való szereplés vagy győzelem önmagában még nem elegendő a karrierhez. Ahhoz a körülmények olyan együttállása szükséges, amely csak kevesek számára adatik meg. Kell hozzá mindenekelőtt egy képernyőképes arc és oldott személyiség, exhibicionista beállítódás, egy olyan jól felépített kapcsolati háló, amely felkarolja és egyengetni tudja az érintett későbbi boldogulását. Nem jelenthető ki, hogy minden évadban volt valaki, aki alkalmasnak bizonyult erre, hiszen komplett évadok sztárjai tűntek el szép lassan, vagy szinte azonnal a köztudatból. Akadtak azonban olyan szereplők, akiknek vonzó pályája és eredményei újra és újra kalandra csábították a jelentkezőket. Minden valamikori széria legnagyobb nyertese egyértelműen Majka. A ValóVilág első adásának második helyezettje már a villában is nagy népszerűsége tett szert. A valóságshow-ban találkozott először Dopeman-nel, akivel a show után közös lemezt készített. 2003-ban debütált bemutatkozó kislemeze, Az ózdi hős címmel. Majka zenei karrierje inentől meredeken ívelt felfelé, számos zenei díja mellett a televíziós sikerek sem maradtak el. Az RTL Klub a program végeztével rögtön felkérte a következő széria BeleValóVilág című műsorának vezetésére. A Cool TV után a Viasat 3-nál vezetett műsorokat, majd a konkurens TV2-höz igazolt. Az elmúlt években a csatorna egyik legtöbbit foglalkoztatott műsorvezetőjévé avanszált. Majka az, akinek igazán „bejött az élet”, egy számos területen tehetséges, szerethető karakter, aki nem csak olcsó celebkedéssel, hanem

valós teljesítménnyel küzdötte fel magát. A tavalyi Forbes-lista szerint ő hazánk legértékesebb közismert személyisége. Mivel sikertörténete sok szempontból páratlannak számít, számos fiatal inspirálhat akár a valóságshow-kban való elindulásra.

Nádai Anikó a ValóVilág 4. szériájában próbált szerencsét, ahol a rosszkislányok kategóriájának jelöltjeként szavazták be a villába. Nem titkolt szándéka volt a médiában elhelyezkedni, amelynek a játék során többször is hangot adott. A műsor után számára is kapóra jött a Szerelem a legfelsőbb szinteken – Alekosz menyasszonyt keres című program, amelynek kísérőműsorát, az AlekosznakValó-t vezette. Majd 2013–15 között az Éjjel-nappal Budapest című sorozat állandó szereplője volt, első kisfia születése után pedig műsorvezetőként tért vissza a képernyőre. 2016-tól a Farm című reality és a ValóVilág 8. évadának műsorvezetőjeként dolgozott, majd 2017-ben önálló műsorral debütált az RTL Gold csatornáján Anikó #show címmel. Később házigazdaként dolgozott a Házasadna a gazda, a Reggeli, valamint a ValóVilág későbbi szériáiban. Anikó magánéleti és munkahelyi szempontból sem távolodott el az anyacsatornától, máig az RTL egyik fő sztárjának számít.

Az újabb évadok közül Osváth Zsolti emelhető ki, aki a VV 8. szériájában szerepelt. A játék után az RTL Klub szerkesztője lett, néhány éve azonban saját YouTube-csatornát indított, aminek jelenleg 222 ezer feliratkozója van, és két éve megnyitotta Magyarország első Unikornis Bisztróját.

Csalóka, hogy a nagy karriert befutott szereplők – bár sokszor találkozunk velük – szám szerint milyen kevesen vannak: igazi karriert csak a szereplők 2,9 százalékának sikerült elérnie a médiában (6. ábra). A játékosok 5,1 százalékát hívták vagy hívják jelenleg is különböző műsorokba, a szereplők döntő többsége (74,5%) azonban önként vagy sem, de teljesen kivont a média világából.



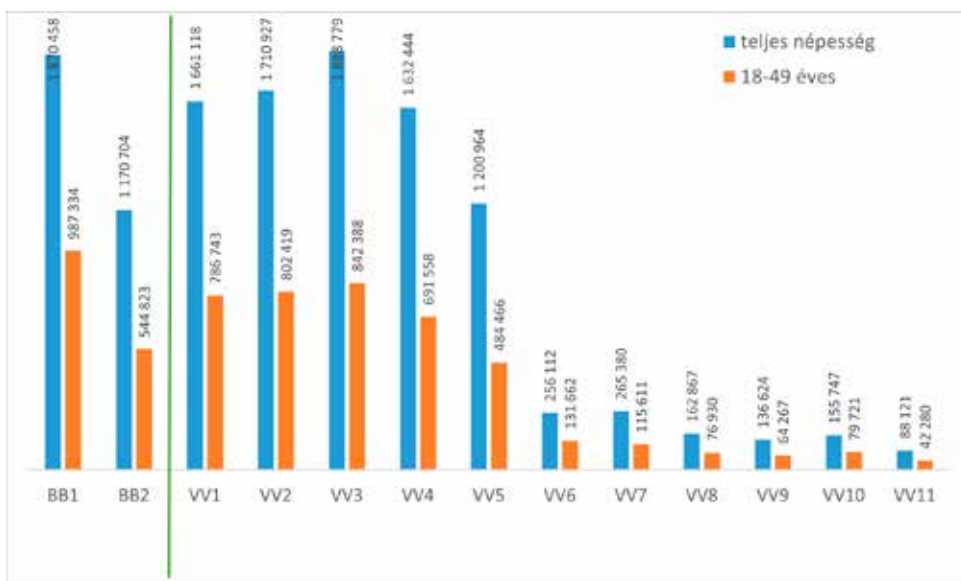
6. ábra: A ValóVilág szereplőinek utóélete a médiában

## 8. Nézettség

A valóságshow-k nézettsége az elmúlt években jelentős változásokon ment keresztül. A korai évadok olyan kiugró érdeklődést váltottak ki, amire azóta sem volt példa. A ValóVilág történetének legnézettebb adásai az első két évad záró epizódjai voltak, amelyek egyenként



majdnem 2,5 millió nézőt ültettek a képernyő elé.<sup>4</sup> Az első évad alkalmával a Big Brother volt lépéselőnyben, hiszen tíz nappal korábban kezdte meg a sugárzást, mint a konkurens csatorna a ValóVilág műsorát. A hátrány a széria végéig fennmaradt, egyértelműen jelezve a nézők választását. A második évadra azonban fordult a kocka, az RTL korábban kezdett, a Big Brother nézettsége a harmadik adásnapról meredeken esett, míg végül a főműsoridőből is kiszorult. Nem csoda, hogy a TV2 nem számolt már a továbbiakban ezzel a formátummal. A harmadik VV-t már kihívó nélkül sugározták, amely ennek következtében igen nagy népszerűségnek és nézettségnek örvendett (7. ábra). A következő, negyedik szériára hat év kihagyás után került sor. Az állandó botrányok, szélsőséges karakterek és a negatív magatartásminták megjelenése miatt a formátummal kapcsolatban erős kézzel és rekordmértékű büntetéssel lépett fel a Hatóság, amelynek hatására az ötödik évad a főműsoridőből kiszorulva, este 21 órai kezdettel jelentkezett. Ez a nézettséget tekintve is érezhető volt, így a következő (hatodik) széria már lekerült az anyacsatorna műsoráról, és az RTL Kettő kezdte sugározni lényegesen alacsonyabb közönségszámok mellett.



7. ábra: A különböző szériák napi összefoglalóinak átlagos nézettsége (AMR fő)

## 9. A bennfentesek

A valóságshow-k „életrajzának” színesebbé tétele érdekében felkerestünk két szereplőt, akiket megkérdeztünk, miként látják a korábbi szereplésüket, mennyit profitáltak belőle és újra így tennének-e. Kérdéseinkre a Big Brother első szériájának veteránja, Pongó (Lassan Zoltán) és az Éden Hotel 3. szériájának győztese, Loki (Titz Dániel) válaszolt. Pongó 38 éves volt, amikor a valóságshow-ban szerepelt, tehát egyértelműen érettebben és tudatosabban vágott neki a kalandnak, és azóta sem tűnt el teljesen a közéletből. A másik megkérdeztünk Éden

4 TILL (2022): 43.

Loki, aki 26 évesen vett részt a Viasat 3 reality-jében, amit meg is nyert műsorbeli párjával. Médiaszerepléseket azóta nem vállal, jelenleg civil foglalkozást folytat és családjával él.

*Tartja a kapcsolatot a szereplőtársaival?*

BB Pongó: Igen, Renátóval rendszeresen beszélek telefonon. Szabival is, vele csak néha. Megfogadtuk, hogy tartjuk a kapcsolatot, de mindenki elment a saját dolgai felé.

Éden Loki: Nem, senkivel nem beszéltem évek óta.

*Tapasztalta az előnyeit, előmozdította a karrierjét a valóságshow-ban való szereplés?*

BB Pongó: A mai napig profitálok a szereplésből. Bárhova megyek üzleti tárgyalásra, úgy fogadnak, mintha családtag lennék, mert ott voltam velük a TV-ben.

Éden Loki: A nyereség volt az egyetlen előnye a műsornak, semmilyen más téren nem profitáltam belőle.

*Érte negatív megkülönböztetés a szereplése miatt?*

BB Pongó: Nem, és azért nem, mert próbáltam normális lenni és végig az maradni.

Éden Loki: Semmi ilyesmi nem történt.

*Mit gondol az újabb évadokról? Miben hasonlít, miben különbözik ahhoz képest, amiben Ön is szerepelt?*

BB Pongó: Árpa Attilát idézném, hogy „Addig megy lefelé, amíg tragédia nem történik”. Az egyéni, személyes tragédiákat beleértve. Amikor mi mentünk be, még volt színvonal. Ahogy most hallok, mert nem nézem ezeket a műsorokat, egyre kevésbé lehet ezt elmondani.

Éden Loki: A miénk volt a legidiótább gárda, a többi csak puding.

*Tisztában volt a szereplés későbbi következményeivel?*

BB Pongó: Igen, tisztában voltam. Nem lehet ködösen bemenni. Jó, én már 38 éves voltam akkor. Az ember arra gondol, hogy talán előrébb tudja vinni a vállalkozását is, ha kicsit ismertebbé válik.

Éden Loki: Nem gondoltam erre soha. A jövő mindig talány, ki görcsöl ezen már előre?

*Megkeresték az anyacsatorna részéről más lehetőségekkel?*

BB Pongó: A Big Brother után átmentem az RTL Klubra. Na, az volt médiatörténeti esemény. A TV2 szerződészegésért beperelt.

Éden Loki: Nem.

*Foglalkoztatta Önt a csatorna később valamilyen szerepkörben?*

BB Pongó: A VV2-ben is szerepeltem pár napig mint vendég. A további szerepléseim a dagados megbetegedésem miatt ugrottak. Két év alatt kúráltam ki magam. Később jelent-

keztem a VV5-be. Akkor már 46 éves voltam. Nem jutottam be, mert a korhatár 45 év volt.  
Éden Loki: Nem.

*Maguk mögött hagyták a szereplés előtti életüket?*

BB Pongó: Nem. Ugyanazt az életet folytatom, mielőtt beköltöztem a villába. A feleséggel vagyok. A lányom időközben felnőtt, férjhez ment. Vezetjük a fehérneműboltot és az edzőtermet is viszem. 1983 óta van súlyemelő szakedzői képesítésem, és '86 óta tartok testépítő edzéseket (akkor még a testépítés nem volt hivatalos sport Magyarországon, így testépítő edzők sem voltak).

Éden Loki: Nem, ugyanúgy melós vagyok, mint azelőtt voltam.

*Összességében megbánta a szereplést?*

BB Pongó: Nem, mert úgy mentem oda, ha sikerül, sikerül, ha nem, nem. Legalább van egy kis reklámja az üzletnek, nem nekem. Engem nem érdekel, hogy ismernek-e vagy sem, szeretnek-e vagy nem.

Éden Loki: Jó buli volt, könnyű lóvé keresettel, nem bánom.

*Segítették a műsor után?*

BB Pongó: Igen, voltak szereplések, egy levezetést csináltak a műsor után. Pszichológus nem foglalkozott velünk.

Éden Loki: Nem.

*Mit gondol, meg lehet élni a valóságshow szereplés következtében tapasztalható népszerűségből?*

BB Pongó: Az, aki odamegy, nem csinál semmit, és hagyja a gravitációra a dolgokat, szerintem nem. Bekerül egy fiatal, tapasztalatlan 20–22 éves, el van varázsolva, és az egész helyzet felviszi az egóját. Azt gondolja, hogy ő most élete végéig ebből fog megélni. Így az a munkához való hozzáállása, hogy neki nem kell dolgoznia. De ez nem így van.

Éden Loki: Van, akiknek bejött. Egy ideig oké is, de a nyugdíjuk rohadt kevés lesz.

Zárásként azt mondhatjuk, hogy a villalakók közül csak keveseknek adatott meg a valódi felemelkedés lehetősége, a legtöbbben a forgatás után visszatértek az eredeti életükhöz. Véleményünk szerint azon kevesek, akik profitáltak a ValóVilág-os szereplésükből, azok egyéb kvalitásaik miatt előbb-utóbb amúgy is ki tudtak volna emelkedni. A reality-be való bekerülés nem oldja meg az élet nagy problémáit, sőt néhány szereplő sorsában csak meredekebbé teszi a lejtőt. A szereplést követő népszerűséggel jól és rosszul is lehet gazdálkodni, és az önmagában nem garancia sem a győzelemre, sem a bukásra.

## **Források és irodalom**

TILL (2022) = TILL Eszter: A valóságshow-k közönsége. In: SZADAI Károly (szerk.): *VV10 – egy valóságshow valósága*. Budapest, Médiatudomány Intézet, 2022. 43–59. (Médiatudományi Könyvtár, 45.)

# Valóságtelevíziózás és közösségi média

GLÓZER RITA

## 1. Bevezető

A ValóVilág televíziós valóságshow 11. szériájának egyik meghatározó strukturális jellemzője a televíziós produkciónak az online média terében, különösen a közösségi oldalakon történő terjeszkedése. Bár a közösségi oldalak bevonása a produkció működésébe már a korábbi szériák idején megkezdődött, a 2022–2023 fordulóján vetített legutóbbi sorozat kapcsán a televíziós, a streaming és a közösségi média platformok összefonódását, és egy sokféleképpen átjárható, komplex és hibrid média-ökoszisztéma kialakulását figyelhettük meg. A jelen tanulmány alapjául szolgáló kutatás során ennek a hibrid médiatérnek a létrejöttét, fontosabb színtereit, a résztvevő aktorok tevékenységeit igyekeztem feltérképezni. Az adatok gyűjtésére a produkció bejelentésétől a győztes kihirdetését követő napokig<sup>1</sup> került sor a televíziós tartalmak, a produkció hivatalos közösségimédia-fiókjai, valamint a felhasználók által létrehozott közösségimédia-csatornák és -tartalmak vizsgálatával. A közösségimédia-tartalmak metaadatainak kigyűjtése a Crowdtangle<sup>2</sup> alkalmazás segítségével történt, a médiaszövegek feldolgozása során manuális kódoláson alapuló kvalitatív tartalomelemzést végeztem.

A hazai televíziózásban a ValóVilág 4. szériájának vetítése, vagyis 2010 óta figyelhető meg a közösségi oldalak egyre intenzívebb és tudatosabb felhasználása a produkció népszerűsítése és a közönség elköteleződésének növelése érdekében. Azonban míg a korábbi időszakokban a kapcsolódó közösségimédia-tartalmak minősége, kidolgozottsága eleinte kifejezetten gyenge, amatőr jellegű volt, a legutóbbi, 2020–2021-es 10. szériához kapcsolódva már egységes arculatú, professzionálisan kidolgozott tartalmak szisztematikus közzétételét láthattuk. Az évek során tehát a ValóVilág közösségimédia-jelenléte egyre fontosabbá vált a produkció egésze szempontjából, és a mostani széria során a készítők már kifejezetten a különféle platformok használatának szinergiáira és a nézők, követők elköteleződésének ezen a módon való erősítésére alapozták produkciós stratégiájukat. Emellett a közösségi oldalakon és tartalommegosztó platformokon a felhasználói tartalom-előállítás spontán megnyilvánulásaiként, rajongói aktivitások eredményeképpen is keletkeztek képi, videós és szöveges tartalmak a ValóVilág 11-hez kapcsolódva, illetve a felhasználók megtekintéssel, kedveléssel, hozzászólással és megosztással maguk is hozzájárultak a brand és a produkció láthatóságának növeléséhez. A televíziós produkciónak a közösségi médiában való népszerűsítése és közönség általi kitárgyalása következtében összességében a televízió és a streaming platform tartalmait megtekintőknél jóval szélesebb körben vált ismertté a műsor.

---

1 2022. június 22. – 2023. március 12.

2 [www.crowdtangle.com/](http://www.crowdtangle.com/)

## 2. Televíziós produkcióból közösségimédia-tartalom

A ValóVilág 11 televíziós produkció készítése során a műsorkészítők számos olyan elemet iktattak be magába a műsorba, illetőleg olyan körülményeket alakítottak ki a villában, úgy irányították a játékosok benti életét és tevékenységeit, hogy azzal biztosítsák és ösztönözzék a televíziós tartalom egyes elemeinek online tartalommal válását és online terekben történő terjedését. Az online kiterjesztés a televízióétól eltérő, a produkció szempontjából létfontosságú közönségzsemelek<sup>3</sup> elérését biztosítja. Ezekre a tudatos törekvésekre, stratégiákra a műsorfolyam elemzésével számos meggyőző bizonyítékot találunk, melyek jól mutatják, hogy a műsor koncepciójának a kezdetektől alapvető része volt az online jelenlét, mely magában foglalja egyfelől a produkció saját tartalomgyártó tevékenységét (az RTL weboldalának a produkcióval foglalkozó aloldalán,<sup>4</sup> hivatalos Facebook-<sup>5</sup> Instagram-<sup>6</sup> és TikTok-fiókjában<sup>7</sup>), másrészt a játékosoknak a produkció idején és annak keretében folytatott tartalomgyártó tevékenységét, valamint a nézők, rajongók tartalomgyártó és interakciós teljesítményét a produkcióhoz kapcsolódóan. A komplex gyártói stratégia egyik célja azonosítható módon az online térben jelenlévő közönségnek a TV és a fizetős streaming szolgáltatás felé terelése és a műsorhoz kapcsolódó interaktív eseményekbe, tevékenységekbe (szavazás, ‘kibeszélés’) való bevonása volt, mely kiemelkedően alkalmas a csatorna, a produkció, a brand és a műfaj iránti elköteleződés növelésére. Az alábbiakban elsőként a műsorfolyam elemzése során tett megfigyeléseket foglalom össze, melyek tudatos szerkesztői és műsorkészítői stratégiák meglétéről tanúskodnak.

### 2.1. Műsorkészítés a kiterjesztés jegyében

A produkció idején a műsorvezetők a napi televíziós összefoglaló végén minden alkalommal felsorolták a produkció közösségimédia-felületeit, és biztatták a nézőket ezek követésére. A képernyő meghatározott helyén eközben nemcsak a korábbi szériákból megszokott telefonszámok voltak láthatóak, hanem a produkció hivatalos közösségimédia fiókjainak elnevezései, logóik, és közben élőszóban is elhangzottak a szavazással kapcsolatos információk. Emellett – különösen a széria elején – a műsorvezetők többször javasolták VV11 ‘kibeszélőcsoportok’ létrehozását a Messenger üzenetküldő szolgáltatás felületén, illetve mémek készítésére biztatták a nézőket.<sup>8</sup> Ezek a gesztusok egy átfogó szerkesztői törekvés részei voltak, hiszen a műsorkészítők minden lehetséges módon igyekeztek ösztönözni a nézőket a műsorban látottak ‘ki-

3 A csatorna kommunikációja arra enged következtetni, hogy a produkció elsődleges célcsoportja a Z-generáció, melynek tagjai az Instagram és a TikTok felhasználóinak többségét teszik ki. *Z-GENERÁCIÓ: exkluzív műsor a ValóVilág11 nemzedekéről*. [rtl.hu/valovilag/2022/12/22/z-generacio-exkluziv-musor-valovilag11-nemzedek-beszelgetes-szakerto-puskas-dallos-peti](http://rtl.hu/valovilag/2022/12/22/z-generacio-exkluziv-musor-valovilag11-nemzedek-beszelgetes-szakerto-puskas-dallos-peti)

4 [rtl.hu/valovilag](http://rtl.hu/valovilag)

5 [www.facebook.com/ValoVilag](https://www.facebook.com/ValoVilag)

6 [www.instagram.com/valovilag/?hl=hu](https://www.instagram.com/valovilag/?hl=hu)

7 [www.tiktok.com/@valovilagrtl](https://www.tiktok.com/@valovilagrtl)

8 Amikor a szerkesztők mémek készítésére biztadják a nézőket, akkor ezzel olyan tartalmak keletkezését ösztönzik, melyek autentikus (nem a professzionális médiaipar által előállított), és így sokak által kedvelt módon terjesztik a produkció hírét a közösség média terében. A mémek jelentőségének megértéséhez l. SHIFMAN (2014), GLÓZER (2016)

beszélésére.<sup>9</sup> Ez a kifejezés a cselekmény, a karakterek, esetleg a produkció egyéb elemeinek kapcsán folytatott latolgató, vitatkozó, elemző diskurzus megnevezése, amely különösen a televíziós és streaming sorozatfogyasztás világában már jól ismert és elterjedt nézői tevékenység. A jelenség szoros kapcsolatban áll mind a televíziós tartalmak befogadásának korábbról ismert diszkurzív gyakorlataival,<sup>10</sup> mind a rajongói kultúrák működésével,<sup>11</sup> mind pedig az amatőr felhasználók médiabeli szerepének hibridizációjával, azaz a fogyasztás és az amatőr tartalomgyártás (UGC) összekapcsolódásával.<sup>12</sup>

A széria során a játékosok különféle közösségimédia-platformokra készítettek és osztottak meg tartalmakat a produkció készítőinek irányítása, ellenőrzése és minden bizonnyal közreműködése mellett. Bizonyos fokú közösségi médiabeli ismertség már a játékosok kiválasztása során szerepet játszhatott, hiszen két olyan szereplő is bekerült a produkcióba, akinek volt számottevő közösségi médiabeli előélete, tartalomelőállítási tapasztalata és ismertsége. VV Piros például többször is említette a villában való tartózkodása során, hogy ő a „TikTokra gyárt minőségi tartalmat”, és a közösségi médiabeli kommentekben is többen hivatkoznak rá, mint „a kigyós tiktokerre”. A másik már eleve jelentős közösségi médiás követőtáborral érkező játékos VV Márió volt, aki több esetben is Instagram követőinek számával büszkélkedett a többiek előtt, sőt egy ízben úgy fogalmazott, ő „felépítette magát mint brand(et)”. Az ilyesfajta tapasztalat, affinitás és nem utolsó sorban a meglévő követőtábor megkönnyíthette a produkcióval összefüggő amatőr tartalmak gyártásának és terjedésének beindítását.

Az aktív tartalomgyártást a játékosok által a villában használt, korlátozott funkciókkal működő (telefonálásra, szabad internetezésre nem használható) okostelefonok tették lehetővé. A játékosok a televíziós összefoglalókban is követhetően többször említik közösségimédia-aktivitásaikat, így a televízió nézők figyelmét még sikeresebben irányíthatták rá ezekre a felületekre, segítve a televíziós tartalom online kiterjesztését. Máskor az általuk a produkció keretében készített közösségimédia-tartalmakban bíztatták arra a nézőket, hogy nézzék a Való Világ 11 televíziós produkciót, ezzel pedig a TV-s tartalom online promótereiként viselkedtek. Emellett a nézők közvetlenül is értesülhettek a VV11-hez kapcsolódó közösségimédia-aktivitásokról, például a televíziós összefoglalók révén, melyekbe (a szerkesztők jóvoltából) gyakran kerültek be olyan felvételek, melyek a játékosokat közösségimédia-tartalmak készítése közben mutatják.<sup>13</sup> Amikor televíziós tartalomban a közösségimédia-sztori (Instagram story) és a televíziós felvétel képe váltakozva látszik, illetve amikor a közösségimédia-tartalom készítése látható a televíziós felvételen, majd maga a közösségimédia-tartalom kerül sugárzásra a te-

9 A sorrendben 5. televíziós összefoglaló elején például a műsorvezető (Puskás Peti) arra bíztatja a nézőket, hogy hívják fel családtagjaikat és „beszéljék ki” a látottakat. Megemlíti, hogy ő is létrehozott egy Messenger-csoportot a barátaival, ahol kibeszélik az eseményeket, mert ha nem beszélnek ki, az szerintük „súlyos mentális károsodást fog okozni” (írónia). Arra buzdítja a nézőket, hogy „beszéljék ki magukból azt, amit láttak, az érzéseket, hogy miket okozott önökben az összefoglaló”.

10 HALL (1973), ANG (1985), MORLEY (1999) és mások műveiben

11 JENKINS (1992), JENKINS (2006)

12 BRUNS (2008)

13 Az 5. összefoglalóban például látható, amint VV Barna és VV Piros egy rövid koccintós videót készítenek, a 8. részben pedig először a televíziós összefoglaló műsorban látjuk, hogy VV Rico élő bejelentkezést tart Instagramon, később magát a közösségimédia-sztorit látjuk az összefoglaló műsorban, a felvételt készítő telefon kameráján keresztül.

levíziós tartalom részeként, a *mise an abyme*<sup>14</sup> technika alkalmazását figyelhetjük meg egy merőben új mediális kontextusban. Az ilyen beágyazás és nézőpontváltás révén a televízió és a hálózati közösségi média összemosódása és hibridizációja, azaz konvergenciája valósul meg.

A játkosok villabeli feladatainak és a különféle tematikus heteknek a megtervezése és megvalósítása kapcsán is a közösségi médiában rejlő potenciál kiaknázásának tudatos szerkesztői koncepciói rajzolódnak ki. Rögtön a játék második hete, az úgynevezett Influenzser hét a közösségimédia-használatot állította fókuszba. Miután valamennyi játkos beköltözött a villába, feladatul kapták, hogy toborozzanak követőket Instagram-oldalaikon. A résztvevők meglévő Instagram-fiókjait a játék idejére egységes megnevezéssel látták el (például VV Piros, VV Melina, VV Reni), aki pedig előzőleg nem rendelkezett Instagram-fiókkal, annak újonnan létrehozta egyet (például VV Rico, VV Sajti). A feladat kapcsán a műsorvezetők által is hangsúlyozott cél, hogy a játékosok ismertté váljanak, felépítsék imázsukat és egyben követőtáborukat.<sup>15</sup> Ennek érdekében minél szórakoztatóbb és kreatívabb tartalmakat igyekeztek készíteni, a szerkesztők pedig ösztönzéseként rendszeresen megmutatták nekik a követőtáborok adatainak változását. Ez egyfelől visszajelzés volt a játékosok és az általuk készített tartalmak népszerűségét, sikerességét illetően, másrészt ezeknek az adatoknak az egymás közti összehasonlításával a játékosok közötti versengés is éleződött, a játék dinamizálódott.

A játékosok egymás közötti beszélgetéseiben is gyakori téma volt közösségimédia-aktivitásaik értékelése, megvitatása. Ők maguk is elemezték a saját és egymás eredményeit, tanakodnak a népszerűség változásának okairól, vagyis lényegében social media managerként dolgoztak a produkciónak. A szereplők a náluk lévő telefonok segítségével a közzétett tartalmakban maguk is gyakran 'kiszóltak' a követőknek, megköszönték és kérték a további követést, tehát promóciós tevékenységet is végeztek a produkció javára, és persze saját maguk mint közösségimédia-influenszerek javára.

A közösségimédia-tartalmak iránti érdeklődés felkeltése és fokozása érdekében ezeket a csatornákat a szerkesztők végig igyekeztek speciális exkluzív funkciókkal is felruházni. Ennek egyik formája a játék szempontjából különösen fontos információknak (például kiválasztással kapcsolatos indoklás) a játékosok Instagram-tartalmain keresztül történő közreadása. A 9. összefoglaló adásban látható, hogy a szerkesztők azt a feladatot adják a versenyzőknek, hogy azok név nélkül, anonim módon írjanak kommenteket egymás Instagram-oldalára, majd ezeket együtt megnézik és megbeszélik, reagálnak rájuk. Itt a résztvevők lényegében a villa falai között imitálják a közösségi média sokszor nagyon abuzív működését. A szerkesztői szándék valóra is vált, a sok esetben bántó megjegyzések felszították az indulatokat a játékosok között.

A 14. résztől új elemmel bővült a közösségi média integrálása a televíziós produkcióba: az első párbaj végén a televízió képernyőjén megjelenő felirat jelezte, hogy mostantól a produkció Instagram-oldalának követői élőben nézhetik végig a párbajra tartó játékosok útját a villa és a stúdió között. Ezen a módon a közösségi média betekintést nyújtott a mainstream média kulisszái mögé, hiszen nem csupán a szokásos publikus belső tereket láthatták a nézők, hanem az egyéb-

14 A nyugati művészetben, különösen a filmművészetben ismert technika, amikor valamely kép vagy film önmagát tartalmazza (kép a képben vagy film a filmben). L. *Mise-en-abîme*. [oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100201557](https://oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100201557)

15 A 10. összefoglalóban Schumacher Vanda műsorvezető élő adásban mutatta meg a játékosoknak, kinek mennyivel nőtt a követőtábor, majd nyomatékosan felszólította őket, hogy még intenzívebben gyártsák a tartalmakat („toljátok”), mert úgymond „ez is beleszámít a játékba”. Ezt követően mindennap megmutatták a játékosoknak az aktuális állást.



ként nem nyilvános helyiségeket és részlegesen a produkció egyes közreműködőit, készítőit is. A ValóVilág 11 villája és a külső való világ közötti újabb kapcsolat, immár az eddigivel ellentétes irányban, kintről befelé, szintén a közösségi média használatával összefüggésben valósult meg.

A műsorfolyam középső szakaszában a 68. adással kezdetét vette az úgynevezett Interaktív hét, melynek során – a televíziós műsorvezető kommentárja szerint – „a nézők közvetlenül irányíthatják a játékot, a mindennapokat”. Ennek a tematikus hétnek a szervezőelve tehát a külvilág beavatkozása a produkció belső világába a közösségi média (Instagram) által biztosított csatornákon keresztül. Az ezt követő epizódokban kiderült, hogy a nézők Instagramon keresztül kommenteket írhatnak a szerkesztők által kiválasztott játékosnak, ezek a kommentek, üzenetek a játékosok számára a villában a nagy képernyőn jelennek meg, illetve a TV-nézők kis képernyőszerű szöveglapokban a saját képernyőjükön is láthatják ezeket. A játékosok feladata, hogy szóban reagáljanak ezekre a többnyire nem túl kedves megjegyzésekre. Itt tehát a mediális átjárás és összekapcsolódás, valamint keresztpromóció még komplexebbé válik. E tematikus hét során a játékosokkal kapcsolatos döntésekre is nagy hatással voltak a produkció Instagram-oldalának követői, hiszen ők szavazhattak és dönthettek arról, hogy ki vehet részt egy-egy tevékenységben, ki maradhat ki belőle, kinek mi legyen a feladata a háztartásban, kik aludhatnak külön az úgynevezett nyugiszobában.<sup>16</sup> Ezekben a kérdésekben tehát mind a nézők dönthettek szavazás útján, de fontos kiemelni, hogy a szavazásra feltett témákat és magukat a kérdéseket a szerkesztők fogalmazták meg, tehát az esemény végső irányítása a produkció készítőinek kezében maradt.

Azt, hogy a műsorkészítők nagyon tudatosan építettek a nézők és a villalukók médiahasználati szokásaira, az is mutatja, hogy egy harmadik tematikus héten is közösségi médiával kapcsolatos feladatokat kaptak a játékosok. A Média héten a villalukóknak egyfelől páros Tik Tok-videókat, úgynevezett challenge-eket kellett készítenünk, másfelől pedig szintén páros felállásban szerkesztett villa-híradót. A villa-híradókban a párok a többiekkel kapcsolatos kritikus, ironikus stílusú híreket készítettek, melyeket a többiek együtt hallgattak végig. A közösségi média használatának a villabeli tevékenységekbe való beillesztésének itt is volt egy dinamizáló, feszültségnövelő hatása, a létrehozott médiatartalmak ez esetben is a játékosok közötti konfliktusokhoz vezettek.

Az eddig kiemelt mozzanatok és példák jól mutatják, hogy a közösségimédia-tartalmak gyártása és az ezekre irányuló fogyasztói/rajongói aktivitások következtében a különféle valós és virtuális terek (a VV11 villa fizikai tere, a televíziós produkció médiatere, a felhasználók valóságos terei és a közösségi média virtuális tere) között sokféle átjárás jött létre, ezek egy sajátos hibrid térré kapcsolódtak össze. Másfelől a televíziós produkcióhoz kapcsolódó közösségimédia-tartalmak gyártásának meglehetősen kézenfekvő, gazdaságos és egyben hatékony (autentikus) módja a tartalomgyártásnak a produkcióba való integrálása, ennek többféle formáját is bemutattam az előzőekben.

## 2.2. A produkció hivatalos közösségimédia-kommunikációja

A VV11 televíziós produkció készítői nem bízták a véletlenre vagy kizárólag a játékosok iránti érdeklődésre a brand és a produkció közösségi médiabeli népszerűsítését. A produkció és a já-

---

16 Ez különleges privilégiumnak számított a játék során, hiszen minimális privát teret biztosított azoknak, aki elnyerték ezt a lehetőséget.

tékosok hivatalos közösségimédia-fiókjaiban szisztematikus és következetes, egyben nagyon gazdaságos tartalomgyártó és -terjesztő tevékenységet folytattak a produkció időtartama alatt. A VV11-témájú hivatalos tartalomgyártás minden esetben az adott felület közönségéhez, stílusához és használati módjaihoz illeszkedve zajlott, úgy, hogy a produkciót kiszolgáló közösségimédia-stáb sok esetben ugyanazoknak a tartalomdaraboknak az újraserkesztésével, újracsomagolásával nagyon gazdaságos módon látta el tartalommal ezeket a csatornákat és közönségüket. A következőkben ezeket tekintem át.

### 2.2.1. Facebook

A ValóVilág 11 produkcióval kapcsolatos hivatalos kommunikáció és tartalommegosztás a Facebook közösségi oldalon a @ValoVilag fiókban zajlott. Az oldalt a Névjegy adatai szerint 284 788 ember követi, ennél valamivel kevesebb, 279 070 felhasználó kedveli. Az oldalt a rendelkezésre álló lehetőségek közül Érdeklődési körként sorolták be a tulajdonosai, további elérhetőségi adatokként pedig a [www.valovilag.hu](http://www.valovilag.hu) hivatalos weboldalt és a [kozonsegszolgalat@rtl.hu](mailto:kozonsegszolgalat@rtl.hu) e-mail címet adták meg. Az oldal tehát hivatalosan is egyike az RTL produkcióihoz kapcsolódó kommunikációs csatornáinak. Az oldal névjegyében kiegészítő információként a műsor leírását („A ValóVilág az RTL KETTŐN futó reality, házigazdája Schumacher Vanda és Puskás Peti”), illetve Instagram- és TikTok-fiókjainak nevét, az [rtl.hu](http://rtl.hu) weboldal tematikus aloldalának és az RTL+ streaming platformjának elérhetőségét adták meg.

Az ezen a csatornán található, a produkcióhoz kapcsolódó első és utolsó 75–75, összesen 150 poszt elemzése alapján elmondható, hogy a fiók kezelői néhány jellemző tartalomtípus váltakozó közétételére építették tartalomgyártó tevékenységüket. Gyakori és jellegzetes tartalomtípust alkotnak az (1) [rtl.hu](http://rtl.hu) weboldalról megosztott, a produkcióval és a játékosokkal kapcsolatos *rövid bulvárcikkek*. Ugyancsak gyakran került sor olyan (2) *plakátszerű grafikus anyagok* közétételére, melyek a produkció arculati elemeit (logó, színek, formák) hordozzák, és amelyek a VV11 hivatalos Instagram-oldalán is megjelentek. Hasonlóképpen találunk itt olyan (3) *szerezett videótartalmakat*, illetve (4) a *televíziós összefoglaló műsor részleteit*, melyek a VV11 más platformjain, az Instagram- vagy TikTok-csatornákon is megosztásra kerültek. Ezek mellett láthatóak (5) a *villakamerák* bizonyos felvételei videók vagy fotók formájában, a (6) *produkciót promotáló* egyéb videók, és például (7) a játékosok *villabeli telefonjával* készített fotók. Mindezek váltakozva, összességében változatos tartalomfolyam formájában kerültek ki a fiókba.

A produkció indulását megelőző előkészítő időszakban, és az indulás napjaiban döntő többségben a produkció hivatalos arculatához igazodó grafikus tartalmak kerültek ki az oldalra, továbbá kisebb részben a villakamerák képei, melyek a beköltözés előtt bemutatták az érdeklődőknek a játék leendő helyszínét, kiegészítve néhány, a helyszínen készült fotóval. Az első 75 poszt 2022. november 2-től kezdve 18 nap alatt került ki az oldalra, így az egy napra jutó átlagos posztszám 4 volt, a legmagasabb napi érték 8, míg a legalacsonyabb 1 poszt volt. Ebben az időszakban mind a 75 poszt képi tartalmat foglalt magában, sem szöveg (megosztott cikk), sem videó ekkor még nem került ki a hivatalos Facebook-oldalra. A tartalmak 81%-a olyan grafikus anyag (plakát, egyéb grafika) volt, melyet a produkció más hivatalos közösségi média csatornáin is viszontláttunk, 12%-ban a villakamerák felvételei kerültek ki, és mindössze 7% egyéb tartalom. A posztolásnak ebben a kezdeti időszakában interaktivitás szempontjából egyértelműen az összes poszt 12%-át kitevő villakamera-felvételek szerepeltek

a legjobban, ezek érték el az interakciók több mint 20%-át. A tartalmak legnagyobb hányadát (81%) kitevő grafikus tartalmakhoz köthető az összes interakció több mint 73 %-a.

A valóságshow győztesének 2023. március 5-i kihirdetését követően a játékosokkal kapcsolatos bulvár jellegű hírek, kapcsolódó tartalmak megosztása a Facebook-oldalon tovább folytatódott, ezért a 2023. április 1-ig közreadott utolsó 75 poszt vizsgálatára is sor került. Ezek március 3. és március 29. között, 12 napra elosztva kerültek ki az oldalra. Az egy napra eső átlagos posztszám 2,77 (tehát a kezdő, beharangozó időszaknál alacsonyabb), a legmagasabb napi posztszám 28 (március 4.) és 20 (március 5.), ezek a showműsor két utolsó napjához kapcsolódtak. Egyértelműen látható, hogy az oldalon a finálé előtti napon és a finálé napján elárasztó típusú tartalmamegosztás zajlott, melynek során különféle jellegű posztokban változatos tartalmakkal igyekeztek felkelteni a felhasználók figyelmét. A produkció lezárulta után egyre inkább már csak az rtl.hu weboldalon megjelent rövid bulvárcikkek megosztására szorítkozott a kommunikáció. A teljes vizsgált időszakban ezeknek köszönhetően a tartalmak között a weboldalról megosztott bulvárcikkek voltak többségben (57%), kevesebb mint egyharmad arányban grafikus tartalmak és képek, 15%-ban pedig videók kerültek megosztásra.

A tartalmakra érkezett interakciókat tekintve elmondható, hogy bár az RTL weboldaláról megosztott szöveges tartalmak hozták az összes elért interakció több mint felét a vizsgált mintán belül, de ezt csak az ilyen tartalmak rendkívül magas száma miatt érték el. Az egy tartalomra jutó interakciók tekintetében az ilyen bulvárcikkek messze elmaradnak mind a plakátszerű szerkesztett grafikus tartalmak, mind a szerkesztett videó tartalmak interaktív potenciáljától, de még az egyéb fotó jellegű tartalmak átlagos interaktivitásánál is kevésbé hatékonyak. Ennek tükrében valószínűsíthető, hogy a weboldal cikkeinek facebookos megosztásával csak a posztolás, és ezzel a jelenlét intenzitása tartható fenn, az interaktivitáshoz, azaz a követők elköteleződésének érdemi növeléséhez ezek csak kis mértékben tudnak hozzájárulni. Az egyes tartalomtípusok sikerességét vizsgálva láthatjuk, hogy a weboldalról jövő megosztásokat kivéve a legtöbb interakciót a képi/grafikus tartalmak váltották ki (a különféle interakció típusok összesített értékét tekintve is), viszont a videókat valamivel gyakrabban osztották meg, mint a másik két típusú tartalmat. Ennek oka vélhetően abban áll, hogy a képi/grafikus tartalmak többsége a produkcióhoz kapcsolódva gyártott plakát, melyek gyakran eleve interakcióra, véleménynyilvánításra szólították fel a felhasználókat, vagy dilemmákat, provokatív állításokat, kérdéseket tartalmaztak a produkcióra vonatkozóan.

Összességében megállapítható, hogy a produkció hivatalos facebook-oldalán egyfajta „gazdaságos” tartalomgyártás zajlott a vizsgált időszakokban (és a nem reprezentatív megfigyelések szerint a produkció teljes időtartama alatt). Itt lényegében a más platformokra (weboldal, Instagram, TikTok, TV) gyártott tartalom újraosztása vagy átcsomagolása (azaz más formátumban való megosztása) zajlott, önálló tartalomgyártás nem (lásd 1. melléklet). Ezzel a stratégiával egy összehangolt és következetes tartalomgyártó tevékenység eredményei különböző platformokon oszthatóak meg, ami egy esztétikailag és kommunikációs szempontból szinergikus, gazdaságosságát tekintve pedig ésszerű és takarékos megoldás.

### 2.2.2. Instagram

A ValóVilág televíziós produkció hivatalos Instagram-fiókját 2016 júniusában hozták létre, rögtön aktívan el is kezdték a tartalomgyártást az éppen előkészítés alatt lévő VV8 szériához kapcsolódóan. Az ezt követő évek ValóVilág produkcióihoz kapcsolódva is folytatódott a

tartalmak közreadása és a kommunikáció ezen a felületen. Amikor tehát a VV11 előkészítéséhez kötődő első érdemi poszt (bejelentés a folytatásról 2022. június 22-én) megjelent a fiókban, már adott volt egy nagyságrendileg százezres követőtábor. Mivel ez a közönség az előző produkciókhoz kapcsolódva kezdte követni a fiókot, és a tagjai később sem követték ki azt (vagyis nem léptek vissza a követéstől), joggal feltételezhetjük, hogy kitarató és elkötelezett nézőkről, azaz a műfaj vagy a konkrét produkció *rajongóiról* van szó.

A fiók működését, használatának sajátosságait a VV11 szériához kapcsolódva az első előkészítő poszt megjelenésétől az utolsó, a szériával foglalkozó poszt megjelenéséig terjedő időszakban (2022. június 22. és 2023. március 6. között) vizsgáltam. Elsőként a fiók fontosabb adatait és jellemzőit tekintem át. Az Instagram-fiókok rövid bemutatkozását lehetővé tevő Bio a produkció nevét (ValóVilág), a televíziós sugárzás időpontját (Hétköznap 21.45-kor az RTL KETTŐN) valamint az újonnan elindított streaming szolgáltatás bejelentését (és 0–24 streamelhető az RTL+ felületén!) tartalmazza. Ezekon túlmenően egy link is szerepel a leírásban (rtl.hu/rtlplusz), mely közvetlenül az előfizetéses streaming platformra irányítja át a látogatót. Látható tehát, hogy a bióban kiemelkedő hangsúlyt kap a közösségimédia-oldal látogatóinak továbbirányítása részint a televíziós platformra, részint a streaming platformra.

A fiók kezelői a sztoriban<sup>17</sup> megosztott, maradandónak ítélt tartalmakat 3 highlightban archiválták, ezek a következők. A „Most a villában” című archívumban a villakamerák – előzőleg sztoriban megosztott – képeit láthatjuk, ezek pillanatnyi betekintést nyújtottak a villában zajló eseményekbe, a pillanatképek mindegyikén egy pecsétre emlékeztető logó látható a következő felirattal: „Éppen most a villában”, illetve a legtöbb képen egy-egy átirányító link is látható „Csatlakozz be” vagy „Ne maradj le” felirattal. Ezekre kattintva a látogató a streaming felületre jut el. Az Interaktív hét elnevezésű mappa tartalmát azok az eredetileg sztoriban meghirdetett szavazások, pontosabban azok eredményét mutató grafikák alkotják, amelyekkel az Interaktív hét során a közönség tagjai véleményt nyilváníthattak, és ezzel befolyásolhatták a villában történeteket. És végül az „RTL+” címet viselő archívum mindössze két elemből áll, melyek a streaming felületet promotálják, aktív linkkel közvetlenül is átirányítva a nézőket a nevezett oldalra. A highlightban elhelyezett tartalmak fő funkciója tehát egyrészt a közösségimédia-fiók követőinek bevonása a kiterjesztett televíziós produkció működésébe, amely az elköteleződés növelésének jól ismert módja. Másrészt cél a követők átirányítása a streaming felületre, azaz az előfizetéses szolgáltatás felhasználói táborának növelése.

A hivatalos Instagram-fiók követőinek száma az adatgyűjtés kezdetekor 106 345 fő, az adatgyűjtés lezárásakor pedig 127 830 fő volt. A vizsgált időszakban tehát a követők száma összességében 21 485 fővel, vagyis 20%-kal nőtt. A növekedés általában egyenletes volt, de ezen belül néhány rövidebb periódusban a követők száma átmenetileg csökkent, azaz olyan felhasználók, akik korábban beállították a Követem opciót, ezt visszavonták, vagyis ‘kikövették’ az oldalt. A jelenség a megfigyelések szerint általánosságban a tartalmak vagy a téma relevanciájának, érdekességének, szórakoztató voltának csökkenésével magyarázható. A követők számának növekedése a köztes időszakokban többnyire egyenletes volt, az esetenként megfigyelt hirtelen ugrásszerű növekedés minden esetben fordulatos, eseménydús, vagy új kommu-

17 Amint az közismert, az Instagram story funkciójában közzétett tartalmak mindössze 24 óráig érhetőek el, azonban a fiók tulajdonosának lehetősége van ezeket úgynevezett Highlightok, azaz címmel és borítóval ellátott, tartósan elérhető mappák formájában megőrizni. Ide általában a tartósan releváns tartalmakat szokás elhelyezni az egyébként jellemzően efemer sztoritartalmak közül.

nikációs lehetőségeket hozó időszakban következett be. Az ezekhez az ugrásokhoz köthető követőszám-növekedés összesen 9 304 fő, ami a teljes növekedésnek több mint 43%-a.

A vizsgált időszakban összesen 825 posztot osztottak meg a fiókban, ebből 118 poszt (14%) album, más néven carousel típusú, azaz több fotóból álló sorozat, 436 poszt (53%) egyetlen fotó és 271 (33%) valamilyen videós tartalom közzétételét foglalja magában. Összességében tehát a megosztott tartalmak kétharmada fotó(kból áll), és csak egyharmaduk tartalmaz videókat. Mindent egybevetve az albumok megtekintése váltotta ki leginkább a kedvelést, míg a megosztott önálló képek esetében a legmagasabb a kommentek száma. Interakciók (like-ok és kommentek) kiváltására a jelek szerint összességében is leginkább a több képet tartalmazó gyűjtemények, albumok voltak képesek, míg a fotók és videók ennél kisebb, egymáshoz nagyságrendileg hasonló mértékben voltak képesek a következőkből interakciót kiváltani.

A fotók és egyéb képek kivétel nélkül a produkció hivatalos közleményei, professzionálisan kidolgozott képi tartalmak, melyek gyakran egy vagy több játékosot ábrázoló fotót is magukban foglalnak. Ezeket a tartalmakat értelemszerűen nem maguk a játékosok, hanem a produkció munkatársai készítették, gyakran a játékosok nevében megszólalva. Mind a szólóban megosztott, mind a carousel formában, albumszerűen közzétett képek, mind a videók esetében sajátos *zsanerek* figyelhetők meg. A zsanereket elsődleges céljuk, funkciójuk alapján különíthetjük el az alábbiak szerint (a megnevezések tőlem származnak). A (1) *bejelentések* elsődleges funkciója a közönség tájékoztatása, például egy a szokottól eltérő kezdési időpont, új műsorvezető-páros, egy-egy játékos kiesése vagy új villabeli funkciója, új tematikus hét bejelentése kapcsán. Ezekben az esetekben a közösségimédia-fiók a különféle médiafelületekre kiterjesztett produkció egészén belül egyértelműen tájékoztató, információs funkciót tölt be.



1–3. kép: Bejelentés típusú képi tartalmak

A képi tartalmak egy másik csoportját a produkcióval kapcsolatos (2) *magyarázó, értelmező, informatív* anyagok alkotják. Ezek a játék menetével kapcsolatos olyan magyarázatokat adnak közre, melyek segítik a nézőket abban, hogy megértsék a játék szabályait, a játékosok helyzetét, és kialakíthassák saját álláspontjukat. Ezekben az esetekben a televíziós produkcióhoz fűzött olyan kommentárokkal, magyarázatokkal van dolgunk, melyeket magában a televíziós vagy streaming tartalomban nem lehetséges igazán jól elhelyezni, a közösségi oldalakon viszont egyfajta játékmesteri metadiskurzusként ezek jól működnek.



4–6. kép: Magyarázó, értelmező képi tartalmak

A (3) különféle játékok, kvízek egyik funkciója, hogy a növeljék a követők elköteleződését, bevonódását a produkcióba. A játék során a résztvevőknek, miközben megméri tájékozottságukat, tudásukat a játékkal kapcsolatban, még szorosabbá válik az ahhoz való kapcsolódásuk. Egy másik fontos funkció a sikerélmény eléréséhez való hozzásegítés és a szórakoztatás, amit a kvízekben felhasznált játékos elemek (például emoji) biztosítanak a résztvevőknek.







7–9. kép: Játék és kvíz típusú tartalmak

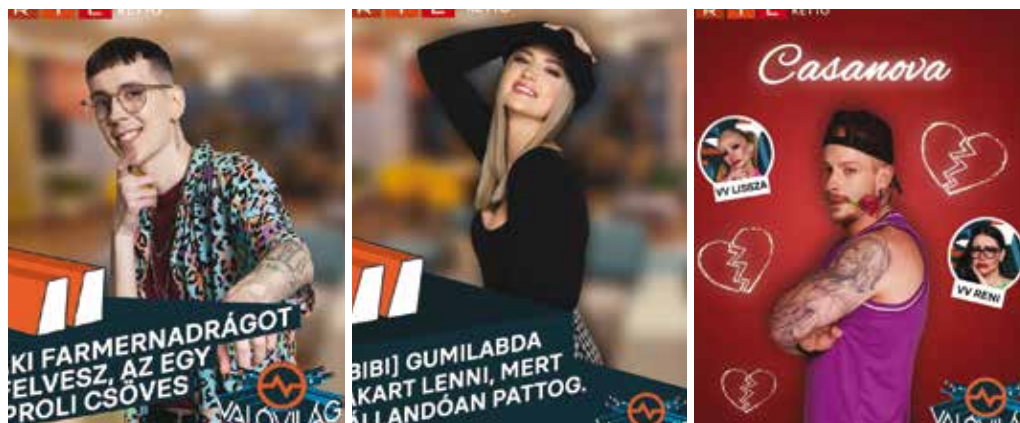
Az (4) interakcióra (főleg szavazásra) buzdító szerkesztett anyagok egyfelől az előző típushoz hasonlóan alkalmasak arra, hogy erősítsék a játékosoknak a produkcióval kapcsolatos elkötelezettségét, másrészt a véleménynyilvánítók száma és a kinyilvánított vélemények fontos visszajelzést adnak a szerkesztőknek a produkció közönség általi megítélésével, értékelésével kapcsolatban, harmadrészt pedig képesek dinamizálni a közönséget, azaz cselekvésre (szavazás stb.) ösztönözni, és ezzel tovább polarizálni a közösségi felületeken megfogalmazódó véleményeket. Ezek a felületek ugyanis jellemzően polarizált, többnyire vitatkozó véleményeket jelenítenek meg, hiszen az egyet nem értés nagyon erős ösztönző erő a vélemény megfogalmazására.



10–12. kép: Interakcióra buzdító tartalmak

A (5) játékosok tudatos pozicionálását, 'brandingjét' szolgáló anyagok is fontos részét képezik az instagramos tartalomgyártásnak. Ezekkel a szerkesztők egy-egy játékosról a játék általuk elgondolt, tervezett dinamikáját elősegítő, annak megfelelő képet igyekeznek kialakítani, vagyis lényegében felépítik a karaktereket. Ezekben az esetekben a közösségimédia-fiók a szerkesztők által a közönségnek sugallani kívánt értelmezéseket közvetíti, és ezen a módon szerves részét képezi a kiterjesztett produkciónak. A televíziós és streaming-tartalom adja a történetet, a közösségimédia-fiók pedig felkínál hozzá egy értelmezési módot, keretezést, persze nem teljesen átlátható módon, nem nyilvánva-

ló formában, hogy a túlzott befolyásolás, manipuláció látszatát elkerüljék. A közösségimédia-fiók a keretezés, értelmezés sugalmazásával így a cselekmény alakításának fontos eszköze ezen a módon is.



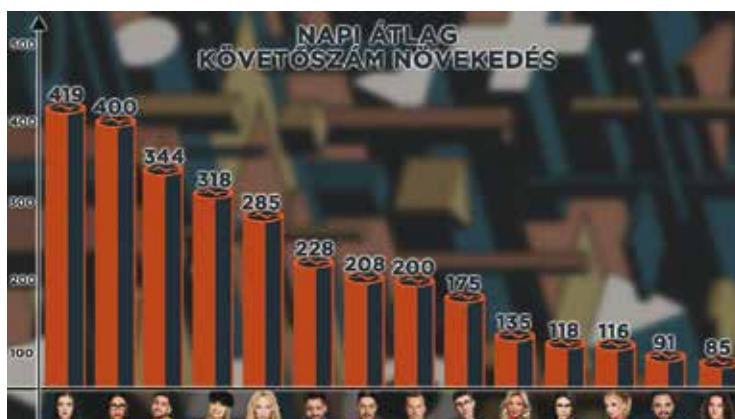
13–15. kép: Karakter-branding tartalmak

A közösségimédia-tartalomgyártás népszerű műfaja az (6) *infografika*,<sup>18</sup> melyet a VV11 hivatalos Instagram oldalának kezelői is előszeretettel használtak például a játékosok kapcsolatrendszerének, közösségi oldalaik adatainak ábrázolására. Ezek az infografikák vizuális megjelenésükben gyakran a társasjátékok, tábla- vagy kártyajátékok kellékeit idézik, így azt a hatást kelthetik a nézőkben, követőkben, hogy ők maguk is egy nagy társasjáték részesei.



18 Az infografika mint tartalomforma, illetve műfaj nagy előnye, hogy bonyolult, komplex összefüggéseket képes egyszerűen átlátható formában vizuálisan ábrázolni, ezért a vizuális médiaplatformokkal különösen kompatibilis. Hosszú narratív szövegek, nagy mennyiségű adat helyettesítésére alkalmas, ráadásul stílusjátékokra, popkulturális utalásként (film, sorozat, videójáték, kártyajáték, képregény, karikatúra vonatkozásában stb.) különösen sok lehetőséget kínál.





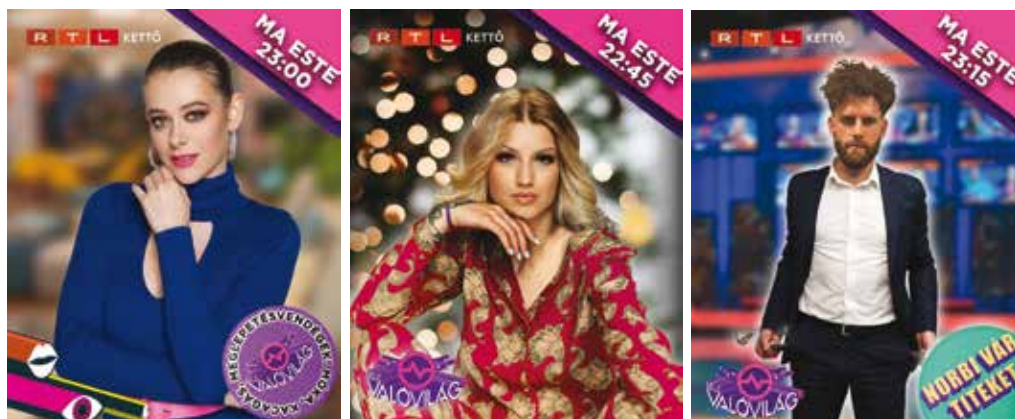
16–18. kép: Infografikák

Jól felismerhető, és a produkcioról való kommunikáció szempontjából nagyon fontos képi tartalomtípust jelentenek a (7) plakátok. Ezek révén hívták fel a követők, nézők figyelmét például a finálé sugárzásának időpontjára, a szavazásra, és buzdították a követőket a streaming szolgáltatás igénybevételére. Az alább bemutatott példákön is látható, hogy a plakátok a többi tartalomtípustól színvilágukat tekintve is megkülönböztethetőek, a színek használata a nézők számára egyértelművé teszi az adott tartalom, közlés státuszát.



19–21. kép: Plakátok

Az önálló arculattal rendelkező, a BeleValóVilágot és a műsorvezetőket népszerűsítő plakátoknak elsősorban márképítő funkciójuk van. A produkció brandjének részeként, ahhoz kapcsolódva a műsorvezetők brandjének erősítésére is nagy gondot fordítanak a csatorna közösségimédia-munkatársai – minden bizonnyal számolva azzal, hogy a műsorvezetők személyének kedveltsége meghatározó jelentőségű a műsor megítélésében és sikerességében.



22–24. kép: a BeleValóVilág promóciós plakátjai

Sajátos, kísérletező jellegű tartalmak azok az (8) *egyedi (művészi stílusú) grafikák, rajzok*, melyek nem teljesen szokványos részét képezik a fiókban zajló tartalom-publikálásnak, stílusukban kevésbé formálisak, inkább egyediek és kreatívak. Ezek feltételezhető szerepe a tartalmak változatosabbá tétele, esetleg új megoldásokkal való kísérletezés. A készítők vélhetően tesztelni próbálták, hogy milyen stílusú tartalmak nyerik el a nézők tetszését, ehhez hasonlót a TikTok-csatornán is láthattunk. Ezek a grafikus tartalmak főleg a játékosokat, valamint a műsorvezetőket ábrázolják sajátos megközelítésben. Van bennük valami karikatúra- illetve képregényszerű, esetenként pedig könyvillusztrációkra emlékeztetnek.



25–27. kép: Egyedi grafikák, rajzok

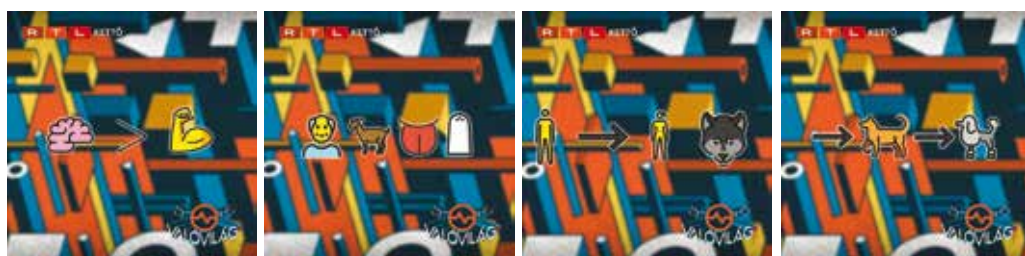
A *több képet tartalmazó, carousel* posztok olyan képi tartalmakból (grafikus anyagokból vagy fotókból, általában mindig csak egyféleből) álló kollekciók, melyek elsősorban témájukat és a megosztott tartalmak jellegét tekintve alkotnak valamiféle sorozatot. Ezeknek az albumoknak is többféle típusával találkozunk a produkció hivatalos Instagram fiókjában. Az egyik ilyen zsáner egy-egy (1) *időszakhoz vagy témához kapcsolódó* kamerafelvételeket vagy a játékosok által készített szelfiket fog össze egy albumba. Maguk a képek egyenként, külön-külön tartalomként nem biztos, hogy megállnák a helyüket, de így gyűjteményként egyfajta képet adnak a villabeli életéről, a játékosok közötti kapcsolatokról, még akkor is, ha a szereplők ter-

mészetellenes, beállított pózokban láthatók, és nyilvánvalóan nem spontán pillanatképekről van szó.



28–31. kép: Időszakhoz, témához kapcsolódó album

Ugyancsak ezt a formátumot használják a produkció közösségimédia-menedzserei a különböző (2) játékok, interaktív tartalmak megjelenítésére. Ezek esetében a több elemből álló sorozat komplexebb tartalom kifejtésére ad lehetőséget, ezeknél hosszabban elidőzhetnek a nézők.



32–35. kép: Játék tartalmait összefogó album

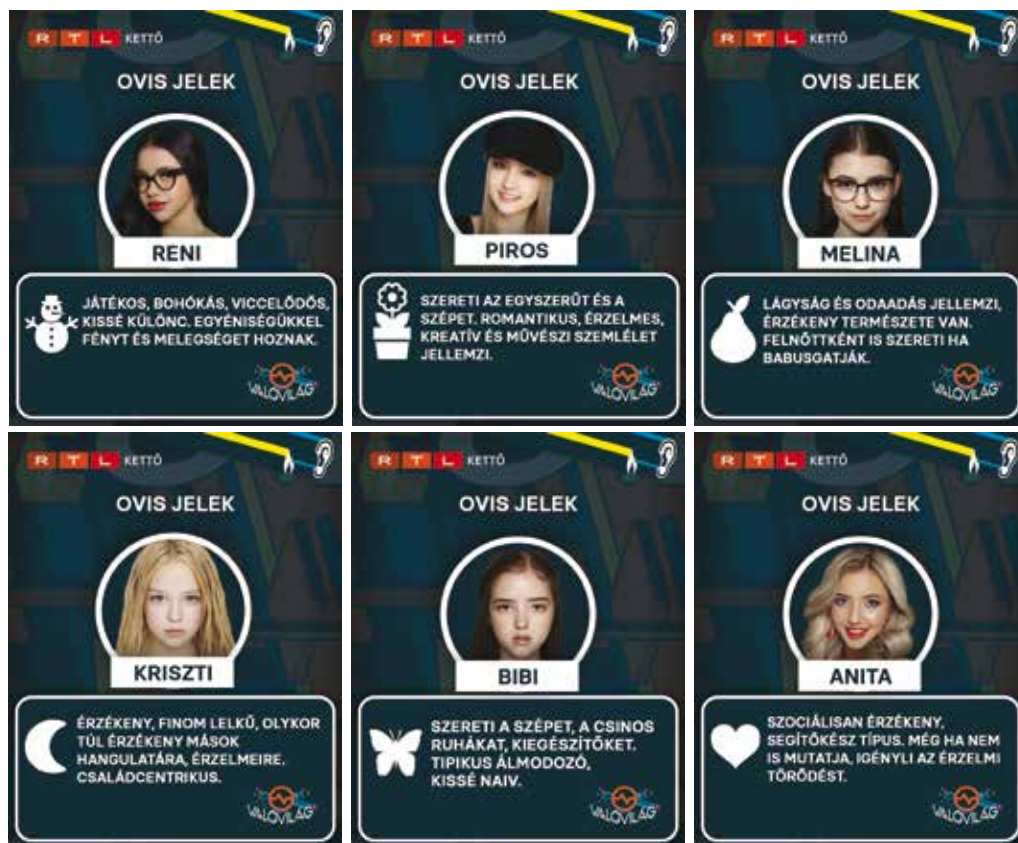
A carousel formátum ugyancsak alkalmas (3) informatív, tájékoztató tartalmak csoportosított közreadására. Az önálló képi tartalmakhoz hasonlóan ezek is egyfajta játékmesteri narratíva részeként hatnak, és azt az érzetet erősítik, hogy a közönség tagjai maguk is részt vesznek a játékban. Ez erősítheti a szavazási és egyéb részvételi hajlandóságot, ami a produkció üzleti modellje szempontjából fontos.



36–39. kép: Informatív album



A (4) tematikus hetekhez kapcsolódó kollektciók (például a játékosok óvodai jeleiről) szintén a kártyajátékokra emlékeztető vizuális megjelenéssel rendelkeznek, a nézők számára ezek is a játékban való részvétel hangulatát erősítik.



40–45. kép: Tematikus héthez kapcsolódó album

A képi tartalmak mellett, azokkal váltakozva különféle videós tartalmakat is közzétettek a szerkesztők a VV11 hivatalos Instagram-fiókjában. Ezek körében is felismerhetők jellegzetes mintázatok, zsánerek, melyek állandó formai jellemzőkkel rendelkeznek, és ezeket a készítők jellemzően azonos funkcióban, azonos célra használják. Az egyik ilyen zsáner a (1) *videóüzenet*.<sup>19</sup> Az ilyen formában kidolgozott tartalmak legtöbbször a direkt közlés, közvetlen megszólítás eszközei, amikor a játékosok, azaz a televíziós produkció szereplői a telefonjuk kamerájába nézve közvetlenül fordulnak a nézőkhöz, követőkhöz, tegezve, ismerősként szólítva meg őket. Ide sorolhatók a játék végső győztesének és a finalistáknak, valamint az éppen kiesett játékosoknak az üzenetei, illetve a játék folyamán a résztvevőknek a kiválasztással kapcsolatban tett megnyilvánulásai. Ez utóbbiak olyan bejelentkezések, melyekben az érintettek elmondják a nézőknek a kiválasztással kapcsolatos megfontolásaikat, helyzetértékelésüket, indokolják döntésüket.

19 [www.instagram.com/reel/C114AdwMt2d/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/C114AdwMt2d/?utm_source=ig_web_copy_link)  
[www.instagram.com/reel/C1wxMMtM7ud/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/C1wxMMtM7ud/?utm_source=ig_web_copy_link)  
[www.instagram.com/p/CmuXsSxNQyR/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CmuXsSxNQyR/?utm_source=ig_web_copy_link)

Hasonlóképpen önálló zsánert képeznek a különféle (2) *színpalak mögötti felvételek*<sup>20</sup> is. Ezekben a külvilág és a villa közötti átjárásról, a beköltözésről, a finalisták utolsó villába való visszatéréséről, a párbajra kimenőkről és visszatérőkről készült színpalak mögötti mozgóképeket láthatnak a nézők. Ezek révén tehát nemcsak a televíziós tartalmakon, a 'hivatalos' kamerán keresztül, hanem mintegy közvetlenül, a természetesség, vágatlanság látszatát keltve, egyfajta belső nézőpontból is betekinhetnek a villában zajló történésekbe. Az alkalmazott vizuális megoldások a spontaneitás és természetesség érzetét keltik, a bennfentesség illúzióját nyújthatják a nézőknek, és ekként ugyancsak alkalmasak az elköteleződés és bevonódás erősítésére.

A hivatalos Instagram-oldalon közzétett (3) *összefoglalók*<sup>21</sup> is fontos dramaturgiai funkciókat töltenek be, hiszen amikor egy párbaj vesztese kiesik, akkor a stúdióműsorban is és azután a közösségi oldalakon is megtekinthető a villabeli tartózkodásának legemlékezetesebb pillanatait összefoglaló rövidfilm. A nézők a cselekmény egy adott pontján biztosan számíthatnak egy ilyen médiatartalom megjelenésére.

A fentiek mellett a vizsgált fiókban számos a (4) televízióban korábban leadott (vágott) *kamerafelvételekből, stúdióműsorokból*<sup>22</sup> kiemelt részlet is látható, ezek is a videós tartalmak egy önálló csoportját képezik. A fiók kezelői tehát többféle módon hasznosítják újra az eredeti televíziós tartalom kisebb darabjait. Ezen a módon azokat is be tudják vonni a közönség körébe, akik a streaming és/vagy televíziós tartalmat nem tudják követni, az ő folyamatos tájékoztatásuk is megoldható ezen tartalmak révén. Az újracsomagolás egyúttal az alapvetően televízióra optimalizált tartalomnak a közösségi oldalak stílusához és formai jellemzőihez való igazítását is magában foglalja. Ez gyakran a videós tartalom vágásával és egyéb szerkesztésével valósul meg, és például klipszerű, zenei aláfestéssel ellátott rövid videókat, humoros remixeket, rekontextualizálásra épülő mashupokat, előzeteseket, tematikus válogatásokat eredményez, és ide sorolhatók a játékosok erősen megkomponált bemutatkozó videói is.

A közzétett videók egy további része (5) a *produkcióhoz kapcsolódó promóciós tartalom*<sup>23</sup>, ezek jellemzően a VV11 más hivatalos közösségimédia-felületeit, így a TikTok-csatornát és a BeleValóVilág című kísérő műsort, illetve az influenszer hetet népszerűsítik. Az ilyesfajta intertextuális referenciák az egész kiterjesztett produkció egyes elemei közötti szinergiákat erősítik, aggregálják a közönséget, építik és erősítik a brandet, dinamizálják a nézőket. A já-

20 Az úgynevezett 'behind the scenes' zsáner ismert és kedvelt nemcsak a videoblog-szcénán belül, de a filmkészítés világában is, a különféle előzetesek, ajánlók és werkfilmek kedvelt megoldása ez.

[www.instagram.com/p/ClMpPafDhJo/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/ClMpPafDhJo/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/p/ClMsO3njinn/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/ClMsO3njinn/?utm_source=ig_web_copy_link)

21 [www.instagram.com/reel/ClwO7CPKsp5/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/ClwO7CPKsp5/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/p/CmUS6q1tOIV/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/CmUS6q1tOIV/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/Cm3wgcNlId4/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/Cm3wgcNlId4/?utm_source=ig_web_copy_link)

22 [www.instagram.com/reel/ClZjWWkMayS/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/ClZjWWkMayS/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/Clj3Zx2sawS/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/Clj3Zx2sawS/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/CmevfKjPQF6/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/CmevfKjPQF6/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/p/CIUQ-SRroO0/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/CIUQ-SRroO0/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/CmrHCLarGdL/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/CmrHCLarGdL/?utm_source=ig_web_copy_link)

23 [www.instagram.com/p/CIUZEWasaUB/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/CIUZEWasaUB/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/p/CIWspzXsqjg/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/CIWspzXsqjg/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/Cljwp8psgpm/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/reel/Cljwp8psgpm/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/p/CmCqJlIrMT3W/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](http://www.instagram.com/p/CmCqJlIrMT3W/?utm_source=ig_web_copy_link)

tékosok által a (6) *tematikus heteken a feladatok*<sup>24</sup> részeként készített és saját Instagram oldalukon közzétett videós tartalmak újraosztása is megfigyelhető a hivatalos Instagram-fiókban, ez a produkcióhoz kötődő tartalmak ökonomikus újrahasznosításának és újracsomagolásának újabb jellegzetes példája. A képi tartalmakhoz hasonlóan a mozgóképek között is láthatunk (7)  *kreatív, kísérleti jellegű animációval*<sup>25</sup> kiegészített felvételeket.

Az itt leírt képi és mozgóképi zsánerek műfaji jegyeik alapján eligazítják a felhasználókat a várható tartalomra vonatkozóan, orientáló szerepet játszanak a közönség médiafogyasztásában, és az ismerősség, kiszámíthatóság érzetét keltik. Mivel a különféle zsánerek a fiókban váltakozva kerültek megosztásra, ami a kínálatot így változatosabbá és szórakoztatóbbá, a tartalomfogyasztást pedig minden bizonnyal élvezetesebbé tette. Továbbá a sokféle zsáner révén a közönség különféle igényű és beállítottságú tagjai is időről időre találtak számukra érdekes tartalmat a hírfolyamban. Tehát a változatosság a nagyobb létszámú, heterogén közönség megtartásában is szerepet játszik, hiszen a különféle feltételezett közönségsegmentumoknak különféle típusú tartalmakat tesz elérhetővé.

A tartalomtípusokkal összefüggésben érdemes áttekinteni a népszerűség alakulását. Ha megvizsgáljuk, hogy a *legtöbb interakciót* kiváltó posztokat mi jellemzi, akkor a top20-ban található tartalmak között 14 fotót, 5 albumot és mindössze egy videót találunk. Ebben a körben az egy posztra jutó interakciók száma 4 978 és 1 8611 között mozog. A követőket leginkább megmozgató tartalmak több mint fele a játék végső *nyertesét*, valamint az azt megelőző egyes párbajok *győzteseit* bejelentő (fotót is magában foglaló) grafikus tartalom. Mivel a játék legfőbb tétje a végső győzelem, ami a közties párbajok során elért győzelmekre épül, érthető, hogy a játéknak ezek a drámai csúcspontjai mozgatták meg leginkább a követőket. Körülbelül a tartalmak egynegyedét teszik ki a *kihívottak* személyéről szóló bejelentések, melyek a győztesek bejelentéséhez hasonlóan állandó arculati elemekből és az érintett személy fotójából állnak össze. Hasonlóképpen, nagyságrendileg a tartalmak negyedét olyan carousel albumok, azaz  *fotógyűjtemények* teszik ki, melyek a villa belső tereit és a játékosokat kisebb csoportokban pózolva mutatják.

A 20 legkevesebb interakciót kiváltó poszt esetében egyenként mindössze 142–358 interakciót látunk, ebben a csoportban 15 kép és 5 videó található. A legkevésbé megmozgató tartalmak között 2 az előkészítő időszakban közzétett *beharangozó videót*, valamint 3 kissé jellegtelen, a villalét egyes mozzanatait (tánc, villahíradó, földíj szemléltése) megmutató videófelvételt találunk. Ezen túl 8 olyan posztot, amelyet még a játék kezdete előtt, az előkészítő szakaszban az interakciók és a követés ösztönzésére készítettek, és amelyek *kérdésekre épülő grafikus tartalmat* foglalnak magukban. A fiók kezelői időnként megosztották ugyanazt a *szavazásra ösztönző plakátot* (lásd fent a 21. képet), a legnépszerűtlenebb 20 tartalom között 7 ennek a plakátnak a kiegészítéséhez kötődik. Ezt a meglehetősen direkt, felszólító stílusú tartalmat, ráadásul ilyen gyakran ismételve a követők láthatólag nem kedvelik túlzottan.

24 [www.instagram.com/p/ClmF92kMvI6/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/ClmF92kMvI6/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/ClrS\\_oho-zM/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/ClrS_oho-zM/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/Cly964aoRnC/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/Cly964aoRnC/?utm_source=ig_web_copy_link)

25 [www.instagram.com/p/CoFyr2ZNI1M/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CoFyr2ZNI1M/?utm_source=ig_web_copy_link)

[www.instagram.com/reel/CnSe3xLMmA1/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CnSe3xLMmA1/?utm_source=ig_web_copy_link)

Mivel a VV11 produkció közösségimédia-kommunikációjának szerves részét képezi a *játékosok Instagram-fiókjainak* tervezett és ellenőrzött használata, ezért ezekről is itt ejtek szót. Amint korábban említettem, a televíziós produkció részeként a villában a játékosok korlátozott és kontrollált formában használhatták okostelefonjaikat. A korlátozás és kontrollálás abban nyilvánult meg, hogy a játék időtartama alatt a telefonokat csak a produkcióhoz kapcsolódó tartalmak közzétételére használhatták. A magukról és egymásról készített fotókat a szerkesztők ellátták a produkció arculati elemeivel, ezeket posztként tették közzé, a sztori funkcióban pedig videókat osztottak meg. Minderre kifejezetten ösztönözték őket, például az Interaktív hét és az Influenzer hét tevékenységeinek keretében. Az alábbiakban a villában legtovább bennmaradt négy játékos Instagram-tartalmait elemzem, a produkció utolsó 30 napjára vonatkozóan.<sup>26</sup> A mintában egy férfi és három női játékos szerepel, így az utóbbiak Instagram-tartalmai egymással is összevethetőek (lásd a 2. mellékletet).

Az adatfelvételkor a játék nyertese, VV Kriszti<sup>27</sup> Instagram-oldala rendelkezett hármójuk közül a legtöbb követővel (40 500), és az ő fiókján találhattuk a legtöbb bejegyzést (786), ami nagyrészt a produkciót megelőző tartalomgyártásának intenzitásával magyarázható, hiszen a vizsgált időszakban mindössze 41 tartalmat (29 fotót és 12 carousel albumot) osztott meg. A későbbi győztes Instagram-fiókjában a játék időtartama alatt változatos képi tartalmakat posztolt, nem a platformon elterjedt, szokásos pózokban ábrázolva magát. Képei gyakran viccesek, humorosak, természetesek. Többnyire olyan helyzetekben fotózkodik, melyek villabeli magatartására, személyére jellemzőek. Hangsúlyozza testfestéseit, elsősorban mint kreatív alkotásokat – nemcsak saját magán, hanem játékosársain is –, gyakran fotózkodik plüss kabalájával, illetve szokatlan beállításokban (például oldalra fordított fejjel, vagyis félprofilból). Instagramos kommunikációja viszonylag *autentikusnak* és egyedinek tekinthető, de semmiképpen nem sablonos. A játék lezárultával fiókjában személyes gondolatait és pillanatképeket oszt meg, nem túlságosan gyakran. Semmiféle celeb-aspirációnak, hivatalos eseményeken való részvételnek vagy együttműködésnek itt nincs nyoma.

A másik finalista, VV Melina<sup>28</sup> oldalát 26 500 felhasználó követte az adatgyűjtéskor, az addig közzétett posztok száma 363, viszont ő ebből 109 tartalmat (86 fotót és 23 carousel albumot) a vizsgált időszakban osztott meg, ami VV Kriszti aktivitásával összehasonlítva sokkal intenzívebb jelenlétre utal. VV Melina Instagram-kommunikációját tehát kimagasló aktivitás jellemezte, a vizsgált időszakban ő osztotta meg a legtöbb képet a négy elemzett játékos közül. Tartalmairól általánosságban is elmondható, hogy a megosztott képek és albumok gyakran kapcsolódtak valamilyen villabeli eseményhez, tevékenységhez (tematikus hetek tevékenységei, aktuális események, mint születésnap, látogató a villában, reggeli stb.), és kevésbé az öncélú magamutogatás volt a célja. Ilyen módon informatív, érdekes és változatos témájú tartalmakat tett közzé. Bár törekedett arra, hogy a képek előnyösek legyenek, megjelenése nem mindig volt megtervezett, hagyott teret a természetességnek és a spontaneitásnak is. Instagram-kommunikációja jól illeszkedett villabeli játékának, viselkedésének egész stratégiájához. A tartalmaihoz kapcsolódó kommentek nagyon vegyesek, hiszen karaktere a játék során, különösen ebben a végső időszakban, rendkívül sok vitát generált, erősen megosztotta a közönséget. Kapott sok támadó, szidalmazó és kárörvendő megjegyzést, de

26 Az efemer (24 óráig látható) Instagram-sztorik utólagos elemzésére nincs lehetőség, de mivel ezek beépültek a produkció egészébe, a TikTok-csatornák, illetve egyéb tartalmak révén ezekről is képet alkothatunk.

27 [www.instagram.com/kincstina/](http://www.instagram.com/kincstina/)

28 [www.instagram.com/melina\\_hivatalos/](http://www.instagram.com/melina_hivatalos/)

ugyanígy sokan biztosították őt támogatásukról, szimpátiájukról. VV Melina a széria lezárulta után is folytatja a tartalommegosztást fiókjában. Eleinte a villában készült képeket és videókat osztott meg újra, majd részint magánjellegű fotókat (ismerőseivel, kuttyájával, programjaival kapcsolatban), részint hivatalos bulvár- és promóciós eseményeken történt megjelenéseiről készült felvételeket (filmpremier, Budapest Fashion Week), illetve különféle promóciós együttműködések (szépségápolási termékek promóciója) és a Miss Influencer kampány keretében készült képeket. Sztoriban gyakran promotálja saját műkörmös tevékenységét. Instagram-kommunikációjából kivethető, hogy a villában megszerzett ismertségét ezek révén is igyekszik fenntartani és különféle egyéb előnyökbe transzponálni. Ugyanakkor megjegyzendő, hogy mindezt egyéb egykori villalakókhoz (VV Máriaó, VV Lissza stb.) képest sokkal visszafogottabban teszi. Villabeli Instagram-használata összességében tudatosnak és *stratégiai jellegűnek* nevezhető (lásd 2. melléklet).

Az utolsó előttiként kiesett játékos, VV Reni<sup>29</sup> fiókját az első helyezettnél kevesebb, de a másodiknál több rajongó (33 400) követte az adatfelvételkor, és az ő fiókjában mindkettőjükénél több, összesen 377 tartalmat találunk. A vizsgált időszakban 47 fotót és 14 albumot, azaz összesen 61 tartalmat tett közzé. Az általa megosztott fotók kifejezetten jellemzőek a platformon szokásos *influenszer-típusú* kommunikációra: nem természetes pózok, erős smink, hangsúlyos frizura, illetve az ebben a körben szokásos mimika és gesztusok (oldalra döntött fej, ajakcsücsörítés, kézjelek stb.). Legnépszerűbb tartalmai részint az őt ábrázoló selfie-k, melyeken álló vagy (hason, háton) fekvő pozícióban látható. Ezeken a képeken semmilyen más érdemi tartalom nincs, a cél érzékelhetően saját maga minél előnyösebb ábrázolása. Másrészt egész alakos fotóira is sok elismerő interakció érkezett, ezeken csinosan felöltözve, gyakran fotómodellekhez hasonló pózokban áll (lásd 2. melléklet). A valóságshow-széria végeztével Instagram-aktivitása jelentősen csökkent. Az azóta eltelt közel 2 hónapban mindössze 9 posztot tett közzé, ezek kivétel nélkül mind őt ábrázolják a villában is alkalmazott jellegzetes oldalra döntött fejjel, selfie-pózban. Magas minőségű, szépen kidolgozott, professzionális hatású képek, amelyekben a megjelenése kifogástalan, fotómodellszerű. Több egykori villatársától eltérően ő nem vesz részt promóciós együttműködésekben és nyilvános eseményeken, Instagram-tartalmai azt tükrözik, hogy nem törekszik megőrizni, növelni és valamilyen más területre (média, üzleti élet) konvertálni a villában megszerzett ismertségét.

A villabeli helyét leghosszabb ideig megőrizni képes férfi játékos, VV Rico<sup>30</sup> a szériát megelőzően nem használta a platformot, ő egyike azoknak a játékosoknak, akik számára a produkció keretében hoztak létre Instagram-profilt. Követőinek száma így is elérte a 28 400-at, és a játék időtartama alatt 376 posztot tett közzé. Ebből a vizsgált időszakra eső 113 tartalom közül 94 egyedi fotó, 19 pedig több képet magában foglaló carousel tartalom. VV Rico Instagram-használati stratégiájában is megfigyelhető egy egyedi mintázat. Az általa megosztott képek többsége nem öncélú selfie, hanem a villabeli eseményekhez, tevékenységekhez kapcsolódik. Gyakran osztott meg ételfotókat, ami a résztvevők közül kifejezetten rá jellemző tartalomtípus. Az ő posztjaihoz – kevés kivételtől eltekintve – többnyire biztató, kedvelő megjegyzések kapcsolódnak az Instagramon. A játék lezárultával ugyan csökkent intenzitással, de időnként még oszt meg tartalmakat: posztokat ugyan ritkán, de a sztorik, videó bejelentkezések terén aktívabb. Ezekben életének alakulásáról (külföldre költözés, munkavállalás, utazás) számol be a követőknek. Bejelentkezéseiből egy civil életforma rajzolódik

29 [www.instagram.com/\\_krenike/](http://www.instagram.com/_krenike/)

30 [www.instagram.com/rico\\_spritze\\_6\\_x17/](http://www.instagram.com/rico_spritze_6_x17/)



ki, úgy tűnik, ő nem igyekszik ismertségét médiabeli megjelenésekre, médiával összefüggő munkák megnyerésére, celebkarrier kiépítésére fordítani.

A fenti áttekintés alapján elmondható, hogy a VV11 finalistáinak, illetve a játékban legtovább résztvevő szereplőknek a produkció utolsó hónapjában közzétett tartalmaiból eltérő Instagram-használati profilok rajzolódnak ki. A későbbi győztes, VV Kriszti sajátos, *eredeti és autentikus*, néha vicces, természetes stílusban készített képeket osztott meg, VV Melina a villaléttel összefüggő tartalmakkal volt jelen intenzíven, sokszínű, versengő (és ezért *stratégiainak* nevezhető) kommunikációval, VV Reni *influenzszer-jellegű*, a megjelenést, testi adottságokat előtérbe helyező tartalommegosztást folytatott, míg VV Rico esetében hangsúlyosan a *villabeli tevékenységekhez* kapcsolódóan ugyancsak természetes, autentikus és humoros tartalmak közzététele figyelhető meg.

Az alábbi összesítő táblázatban jól látszik, hogy a játék utolsó hónapjában a legtöbb követővel rendelkező Kriszti volt a legaktívabb, illetve az ő tartalmai esetében a legmagasabb az egy tartalomra jutó átlagos interakciószám csakúgy, mint a 15 legnépszerűbb tartalomra jutó interakciók maximális és átlagos értéke. Ez arra utal, hogy az ő követőtáborra volt (és jelenleg is) a legnagyobb, és ezzel összefüggésben az ő Instagram-kommunikációja váltotta ki leginkább a követők tetszését. Érdekes, de nehezen megválaszolható kérdés, hogy mi az összefüggés a villabeli viselkedése és játéka (ideértve közösségi médiabeli kommunikációját is) és aközött, hogy megnyerte a szériát. Az átlagos interakciók (kedvelések és hozzászólások) magas értéke ugyanakkor láthatóan nem áll egyenes arányban a posztolás intenzitásával, hiszen mindhárom másik játékos aktívabb volt a játék utolsó harmadában, mint a legtöbb interakciót kapott győztes, VV Kriszti. Az is látható, hogy a tartalommegosztás gyakorisága önmagában nem garancia az elérés és a követői reakciók számának növelésére, hiszen az utolsó hónapban Melina és Rico kétszer olyan intenzíven osztott meg tartalmakat, mint a másik két játékos, mégis Kriszti tartalmaira érkezett a legtöbb reakció.

Az összességében megállapítható, hogy az egyes játékosok instagramos eredményességében személyes karakterük, játékbeli 'alakításuk', viselkedésük és közösségi média-használati stratégiájuk egyaránt szerepet játszhat. A közösségi média tehát csupán egy faktor, egy eszköz az egyéb teljesítmény (személyiség, viselkedés) megmutatására, és nem egy döntő jelentőségű elem.

Név	Követők száma	Összes bejegyzés	02.05.- 03.05. közötti bejegyzés	F	A	átlagos interak- ciószám	TOP15-ből kép	TOP15-ből album	átlagos interak- ciószám	egmagasabb interakció szám
Kriszti	40500	786	41	29	12	1531	11	4	2647	4105
Melina	26500	363	109	86	23	706	7	8	1640	3123
Reni	33400	236	61	47	14	636	13	2	1274	2717
Rico	28400	376	113	94	19	320	10	5	906	1416

1. táblázat: A játékosok Instagram-aktivitása  
(saját szerkesztés)

### 2.2.3. TikTok

A vizsgált valóságshow-szériához kapcsolódva a TikTok közösségi oldalon is zajlott a szisztematikus tartalommegosztás. A produkció hivatalos fiókjának neve @valovilagrtl, melyet a kutatás idején nagyságrendileg 133 500 felhasználó követett, az addig megosztott tartalmakra 3,6 millió kedvelés érkezett. A fiók 2020 novemberében kezdte meg működését az akkor indult VV10 széria beharangozásával és a játék folyamán zajló aktív tartalomgyártással.

A VV11 szériához kapcsolódóan a 2023. március 11-ig feltöltött 182 videó elemzése alapján a következő megállapítások tehetők. A vizsgált videók átlagos hosszúsága 21,5 másodperc, a leghosszabb feltöltött videó 71 másodperc, a legrövidebb 6 másodperc hosszúságú. A készítőik általában napi gyakorisággal osztottak meg tartalmakat, de egyes időszakokban, különösen a tematikus hetek feladatai kapcsán ennél gyakrabban, naponta többször is. A fiók kezelői rendszeresen, de nem teljesen következetesen használták a #valovilag, #valovilag11 #rtlplusz címkéket, később a vizsgálati időszak vége felé ezek elmaradtak, illetve időnként az adott tartalomhoz kötődő egyedi hashtagek is megjelentek, mint például a #bihajnddöszkajn #hesteg #beköltözés. Hasonlóképpen gyakori volt az emoji használata például a videót kísérő címszerű szövegben. Megjegyzendő, hogy ez a célcsoport kommunikációjának generációs jellemzője, amit a szerkesztők is előszeretettel használtak. A megosztott tartalmak egy részében explicit interakcióra való felhívás jelent meg, ami fokozhatta a nézők elköteleződését.

A VV11 szériához kapcsolódóan feltöltött videók átlagos nézettségi értéke 186 890 megtekintés videónként, a produkció során közzétett legnagyobb nézettségű videó VV Melina és VV Barna páros táncos feladata<sup>31</sup> (TikTok challenge) volt, melyet 2023. február 13-án tettek közzé, és az adatfelvétel idejéig több mint egymillió alkalommal tekintettek meg. A legalacsonyabb nézettségű videót ezzel szemben 21 600 alkalommal nézték meg, ez a női játékosok párnacsatáját rögzítő február 28-i videó.<sup>32</sup> A legtöbb kedvelést kiváltó videók jelentős részben a TikTokon népszerű formátumok, az úgynevezett TikTok trendeket (zenéket) felhasználó tartalmak voltak. Vélhetően az algoritmus bizonyos keretek között ezeket preferálja, így ezek jutnak el a legtöbb potenciális nézőhöz, ezek kapják a legtöbb kedvelést, és ezek esetében magasabb a hozzászólások száma is. Azaz a szerkesztők a TikTok nyilvánosságában az ott jelenlévő felhasználók számára az ottani standardoknak és várakozásoknak megfelelő tartalmakat készítettek, azaz alkalmazkodtak a platform sajátosságaihoz.

A leginkább kedvelt és legtöbb reakciót, valamint interakciót kiváltott videók között elsősorban olyanok fordulnak elő, melyek a televíziós produkció valamely fordulópontjának összefoglalását, valamilyen fontos bejelentést (kiválasztás stb.), illetve drámai, konfliktusos helyzetet vagy viszonyt, romantikus, szerelmi témát mutattak be, esetleg furcsa, szokatlan, megosztó vagy vicces, humoros viselkedést, illetve helyzetet. Mivel a szerkesztők a villakamerák 24 órás felvételéből szelektálhattak, amikor a TikTokra készítettek tartalmat, joggal feltételezhető, hogy nem véletlenül választottak ki reakcióra ösztönző és a véleményeket polarizáló mozzanatokot. Valószínűsíthető céljuk – mint általában a közösségi médiában – a felhasználói aktivitás és interaktivitás előidézése, ami az algoritmusok sajátosságai következtében további népszerűség-növekedést eredményez, jó esetben a tartalom virálissá válhat és az eredeti televíziós produkció ismertségét növelheti.

31 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7199562962334436613?lang=hu-HU](https://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7199562962334436613?lang=hu-HU)

32 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7205182697952562438?lang=hu-HU](https://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7205182697952562438?lang=hu-HU)

A videók tartalmi és formai sajátosságaival kapcsolatban kiemelendő néhány jellegzetes ‘nyersanyagtípus’, azaz olyan audiovizuális anyag, amelyet gyakran használtak fel TikTok-videók készítésére. Ilyenek voltak például a (1) a *villakamerák felvételeiből* vagy a *televíziós összefoglalókból*<sup>33</sup> kiemelt, legtöbbször humoros részletek. Ugyancsak gyakran használtak fel a készítők olyan rövid, néhány másodperces felvétel-részleteket, amelyek jellegükben a (2) *mémekhez*<sup>34</sup> hasonlítanak. Itt ismét csak feltételezhető a szerkesztők tudatos válogatása, akik virális, magától terjedő tartalmak létrehozásában voltak érdekeltek. A különféle (például romantikus kapcsolattal, a szereplők közti konfliktussal összefüggő) (3) *drámai események*<sup>35</sup> is gyakran váltak videók témájává a csatornán. A formátum története során általában véve is fontos katalizáló szerepet töltek be a játékosok között kialakuló érzelmek, vonzalmak és ellenszenvék. Ezek a TikTok videók esetében is gyakran a fókuszba kerültek, érzelmileg megérintve a nézőket, és ezáltal megnyilvánulásra, állásfoglalásra, reagálásra készítve őket, ami az egész műfaj egyik alapvető sajátossága, és egyben az üzleti modellnek is fontos eleme. Hasonlóan hangsúlyos jellemzője a beköltözős valóságshow-knak a szexualitás megjelenítése. A (4) *pajzán, erotikus, szexuális vonatkozású*<sup>36</sup> mozzanatok ugyancsak jellemző elemei a formátumnak, ám itt a TikTokon csak nagyon visszafogottan, lényegében csupán utalások formájában jelent meg ez a téma. Vélhetően a fiók üzemeltetői mindenképpen el akarták kerülni a platform közösségi irányelveinek megsértését és az ebből adódó esetleges komoly szankciókat, hiszen ez gazdasági szempontból nagyon súlyos csapás lett volna. Hasonlóan ügyeltek az erőszakos tartalmak közzétételének elkerülésére is (például amikor VV Lisszára véletlenül rádőlt a kiválasztó tábla, és az erről készült rövid videó kikerült ide a platformra, a videó leírásában hangsúlyozták, hogy személyi sérülés nem történt<sup>37</sup>). A felhasznált nyersanyagok között találunk még – a kamera helyzete alapján valószínűsíthetően – a (5) *résztrvevők által készített tartalmakat*,<sup>38</sup> különösen a TikTok-challenge videók esetében. Végül érdekesség, hogy az Instagramon megosztott képtípushoz hasonlóan a TikTokra is készültek (6) *kísérletező, kreatív videók anyagok*,<sup>39</sup> ezeket gyakran transzmediális határátlépés is jellemezte (anime elemek beiktatása stb.). Az ilyen kísérleti jellegű tartalmak elsősorban a vizsgálati időszak első harmadában voltak megfigyelhetőek, jellemzően úgy épültek fel, hogy a készítők a villakamerák felvételének valamely részletét animációval egészítették ki, vagy animációs tartalomba illesztettek bele egy-egy játékosokról készült felvételt. A remixek, mash-upok – például a villakamerák felvételeiből kiemelt részletek újrakeverve, sajátos zenei vagy hangalappal ellátva – később is megfigyelhetőek a VV11 TikTok csatornáján. Bár esetenként egészen kreatív,

33 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7201919341116329222?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7201919341116329222?lang=hu-HU)  
[www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7202349680502574341?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7202349680502574341?lang=hu-HU)

[www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7184868809461730565?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7184868809461730565?lang=hu-HU)

34 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7197912478108355845?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7197912478108355845?lang=hu-HU)

[www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7186749424071167237?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7186749424071167237?lang=hu-HU)

35 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7185191878050974982?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7185191878050974982?lang=hu-HU)

[www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7171141832171097349?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7171141832171097349?lang=hu-HU)

36 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7185285101008342278?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7185285101008342278?lang=hu-HU)

37 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7205499016384089350?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7205499016384089350?lang=hu-HU)

38 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7201138538488941830?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7201138538488941830?lang=hu-HU)

[www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7200383265163742469?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7200383265163742469?lang=hu-HU)

39 [www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7178974791360122117?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7178974791360122117?lang=hu-HU)

[www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7176680530212080902?lang=hu-HU](http://www.tiktok.com/@valovilagrtl/video/7176680530212080902?lang=hu-HU)

érdekes kísérletekről is beszélhetünk, a közönség körében nem voltak túlzottan népszerűek, így ezek készítésével egy idő után felhagytak.

### 3. Összegzés és értelmezés

A ValóVilág 11 produkció hivatalos Instagram-, TikTok- és Facebook-csatornáján zajló kommunikáció tudatos, összehangolt és egységes tartalomgyártásra enged következtetni. A különféle platformokon található tartalmak elemzése, összevetése alapján nyilvánvaló, hogy a produkcióhoz kapcsolódó hivatalos tartalomgyártás egy komplex stratégiát követ. Ennek központi célja egyrészt a (1) *televíziós tartalomnak az online térben történő kiterjesztése* és forgalmazása minden lehetséges platformon és formában, másrészt ennek a stratégiának (2) a *televíziós tartalom kisebb egységeinek, darabjainak, újracsomagolásával*<sup>40</sup> történő megvalósítása.

A televíziós tartalom darabjainak *újracsomagolása* nem egyszerűen a produkció során keletkező felvételekből (okostelefonok kameráival készült fotók és videók, a villakamerák felvételei, televíziós összefoglalók, stúdióműsorok) kiemelt darabok változatlan formában való terjesztését jelenti a közösségimédia-felületeken, hanem összehangolt, szinergikus tartalomgyártást. Ennek során az eredeti tartalom darabjait a készítők kreatívan újrahasznosították olyan technikák alkalmazásával, mint a humoros, bizarr, drámai, szenvedélyes témájú (például sírást, veszekedést, romantikus és erotikus jellegű momentumokat tartalmazó) jeleneteknek az eredeti felvételekből való kiemelése, rekontextualizálása és átszerkesztése a remix vagy mashup technikáinak alkalmazásával. Ezáltal formailag (terjedelmét, formátumát illetően) ugyan új, eredeti tartalom születik, ez azonban az eredeti televíziós vagy fotós, videós nyersanyag derivátuma. Így egy nyersanyagot a kiterjesztett produkcióban sokféleképpen, többszörösen hasznosítanak, egyúttal szélesebb közönséget elérve a több platformon, mintha csupán a televíziós platformra szorítkozna a tartalom terjesztése.

A televíziós produkció kiterjesztésének része a közösségimédia-fiók körül megjelenő felhasználók *átirányítása* egyrészt (1) a fizetős streaming platformra, másrészt a (2) televíziós platformra, illetve a tartalomfogyasztásra, szavazásra és véleménynyilvánításra való ösztönzésük. Mindezek az elemek a produkció üzleti modellje szempontjából kulcsfontosságúak, vagyis az Instagram-, TikTok- és Facebook-fiókoknak fontos szerepük van az üzleti modell hatékony működtetésében. A televíziós, a streaming és a közösségimédia-felületek közönsége aggregálható, illetve a többszörös (azonos témájú, de forma és stílus tekintetében részben eltérő jellegű) tartalmakkal ellátott közönség *elköteleződése és bevonódása* is növelhető ezzel a többszörös intenzív kommunikációval és tartalomszolgáltatással.

Az újrahasznosítás eredményeként létrejövő tartalomfolyam rendkívül változatos, különféle zsánerek alkalmazásával *komplex szórakozást* biztosít a követőknek, akik a közösségi applikációk affordanciái által kínált kereteken belül ritmikusan váltakozó (1) fotó, videó és grafikus jellegű, (2) vizuálisan is változatos, sokféle megoldást és szerkesztési technikát alkalmazó, többnyire (3) sorozatszerűen elrendezett, (4) infotainment jellegű, azaz a produkcióval kapcsolatos információkat szórakoztató elemekkel vegyítő tartalmakat fogyaszthatnak. Ezek között a produkció különféle elemeit (stream, BeleValóVilág) promotáló és a produkcióhoz

kapcsolódó márkákat – ideértve a játékosok és a műsorvezetők személyes brandjét is – építő tartalmak is gyakran megjelennek.

A VV11 szériához direkt módon kapcsolódó közösségimédia-tartalmakon kívül a hálózati nyilvánosság színterein spontán, azaz nem közvetlenül a produkció megbízásából is keletkeztek és keletkeznek médiatartalmak, interakciók és diskurzusok a ValóVilág legutóbbi sorozatáról. Ezek egyrészt kisebb és nagyobb elérésű pro-am (vagyis nem teljesen intézményes-professzionális, de nem is teljesen amatőr) tartalomgyártók révén jönnek létre, akik például a YouTube videoblog-szcénáján belül sajátos kapuőrökként megszűrrik a sokakat érdeklő híreket, és ezekre reagálva saját, szórakoztatva tájékoztató videótartalmakat készítenek. A VV11 kapcsán is számos ilyen tartalomgyártóval és tartalommal találkozhatunk a legnépszerűbb videómegosztón.<sup>41</sup>

Mind a fentebb bemutatott professzionális, mind a most említett amatőr tartalmakhoz kapcsolódva az online nyilvánosságban sokféle felhasználói reakció születik és járul hozzá a valóságshow ismertségéhez, annak nyilvános kitérgetéséhez. A közösségi oldalakon közzétett tartalmak körül gyakran eldurvuló, nyomdafestéket alig tűrő stílusban zajlik a vita, a felhasználók kinyilvánítják véleményüket a játékosok viselkedéséről, külsejéről, értelmi képességeiről, de a produkció készítőiről és a műsorvezetőkről is kritikus hozzászólások születnek. A konkrét események kapcsán sokszor olyan kérdésekről folyik a morális érveket is magában foglaló vita, mint a hűség, az őszinteség, a barátság vagy éppen a férfi-nő viszony. A hozzászólások erősen polarizáltak, rövidek, érzelmmel (sőt gyakran indulattal) telítettek. Az ilyesfajta kitérgetés jellegzetes helyszínei még a nyílt és zárt Facebook-csoportok<sup>42</sup> és a Reddit közösségi vitaoldal<sup>43</sup> is. A valóságtelevíziós produkció körül mintegy koncentrikus körökben különféle médiaplatformok eltérő összetételű közönségeinek részvételével, egy strukturált és szegmentált online nyilvánosságban zajlik a televíziós tartalom befogadása.

Az egész itt vázolt komplex jelenség előrehaladott példája annak, amit a média konvergenciájaként, szűkebben pedig a konvergens televízió jelenségeként ismerünk.<sup>44</sup> A konvergencia jelen esetben a platformok technikai és használatbeli összekapcsolódását, egymásba ágyazódását, a tartalmak transzmediális mozgását, és ezáltal gyakran magának a történetmeselésnek a transzmediálissá válását, továbbá a közönségnek e platformok közötti

41 A Videómánia nevű csatorna tulajdonosa, Dancsó Péter 5 videóból álló sorozatot szentelt a VV11-nek: Megindultak a Villalakók! 🗣️🗣️ Való Világ 11 #1,

Begerjedtek a Villalakók 🗣️ Való Világ 11 #2, Meg kell védeni a Villalakókat! 🗣️ Való Világ 11 #4, VV Reni egyetlenül lealázta a Piroskát 😞 Való Világ 11 #5, Valóságshow szakértő felfedi a Való Világ titkát! #🗣️, Osváth Zsolt ZShowtime nevű csatornáján szintén 3 videó foglalkozik részletesen a villában történt, főleg a problematikus eseményekkel: SZÉGYEN A KÖBÖN! Elindult a VALÓ VILÁG, Majka BEOLVASOTT, Orbán MEGÖRÜLT

ÍME AZ IGAZSÁG A VALÓ VILÁGRÓL! | Titoktartási szerződés utáni Q&A

BŰNCSELEKMÉNY TÖRTÉNT A VALÓ VILÁG 11-BEN | A büntetőjogász megszólalt!. Ezeken túl olyan kisebb elérésű vlogerek, mint Csízi Ági és Melcsa (aki mellesleg gamer vlogokat készít) is reagáltak a saját stílusukban a valóságshow fejleményeire.

Akkor kivered nekem? 🗣️ B@zdmegolos Lamin mindenkibe beleállt 😞 - ValóHányás #4

Bibi átvette Lamin stílusát? 🗣️ - ValóHányás #5

Miért?#11 - A Való Világ háttere

Miért?#16 - Újra ValóVilág, reagálva Osváth Zsolt videójára.

42 [www.facebook.com/groups/856254951826152/](https://www.facebook.com/groups/856254951826152/)

43 [www.reddit.com/r/VV11/](https://www.reddit.com/r/VV11/)

44 CSIGÓ (2019), BALBI–SCAGLIONI (2014)

mozgását jelentik. Ezek a mozzanatok a médiakonvergencia definíciójának régóta a részét képezik. Itt most ez a kép egy új elemmel bővült, hiszen láthattuk, hogy a televíziós tartalom újracsomagolt (konvergens és transzmediális) darabjai a közösségi média terében zajló médiafogyasztás és diszkurzív befogadói gyakorlatok részeivé is válnak. Mindez a valóságtelevíziózás történetének egy új szakaszát jelzi.

A valóságtelevíziós műfajok egyik újdonsága az ezredfordulón abban rejlett, hogy a hétköznapi emberek hétköznapi életét hozták be a televízió terébe.<sup>45</sup> Részint azáltal, hogy a talkshow-k, tehetségkutatók, beköltözős valóságshow-k szereplőiként átlagos hétköznapi karakterek lettek a műsorok szereplői és gyakran sztárjai is, részint pedig oly módon, hogy az interaktivitás egyre fejlettebb formáin<sup>46</sup> keresztül maguk a nézők is bekapcsolódhattak a produkciókba, részt vehettek a történetekben. A közösségi média elterjedésével a felhasználói részvétel új formái nyíltak meg,<sup>47</sup> a valóságtelevízió 'interaktív televízióból' egyre inkább 'közösségi(média) televízióvá' válik.<sup>48</sup> Jelen tanulmányban ennek médiagazdaságtani vonatkozásai épp csak felsejlettek, társadalmi-kulturális kontextusára és hatására sem volt mód részletesebben kitérni, holott mindkét terület fontos szerepet kap a valóságtelevíziózás jelenében és jövőjében.

---

45 CsÁSZI (2011)

46 Eleinte a távirányító 'piros gombjának' megnyomásával szavazhattak a nézők, később a telefonhívás, majd az SMS-küldés, illetve a digitális média és a 2.0-ás web megjelenésével a produkciókhoz fejlesztett mobilapplikációk révén tudtak és tudnak véleményt nyilvánítani, szavazni.

47 JENKINS (2006)

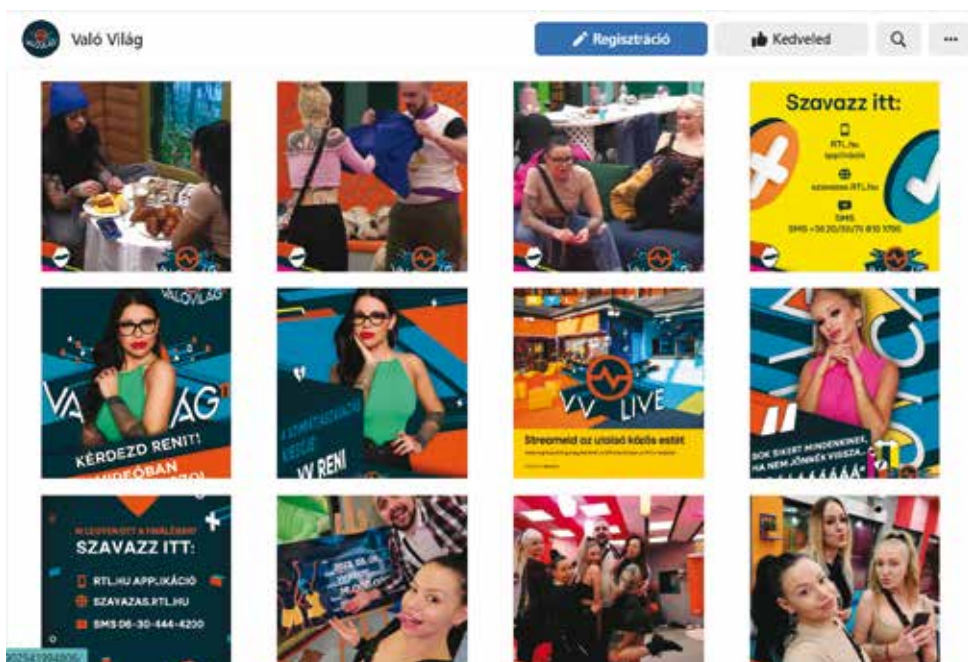
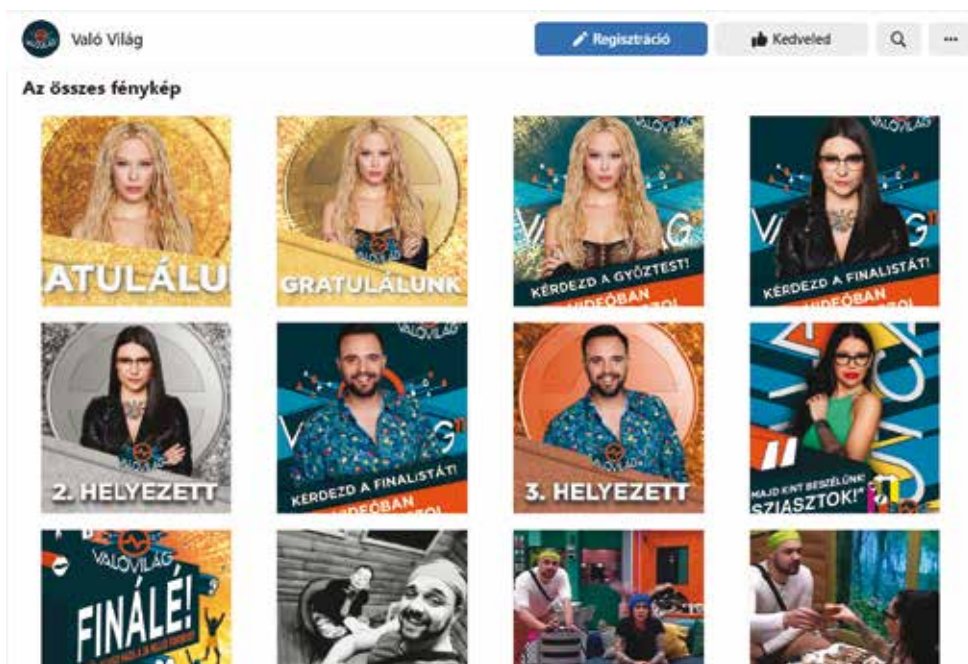
48 BLAKE (2017)

## Források és irodalom

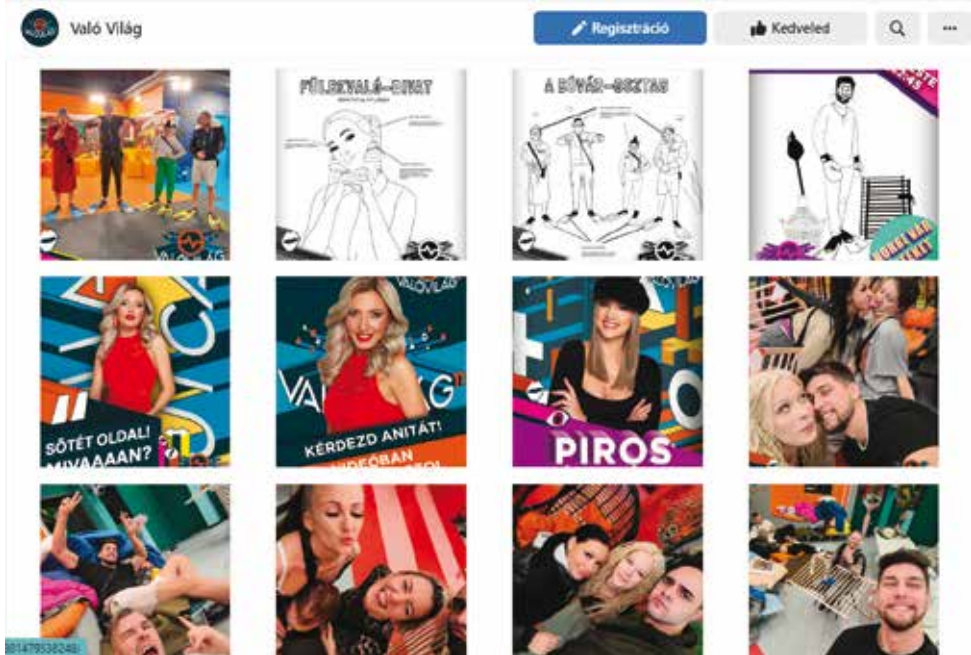
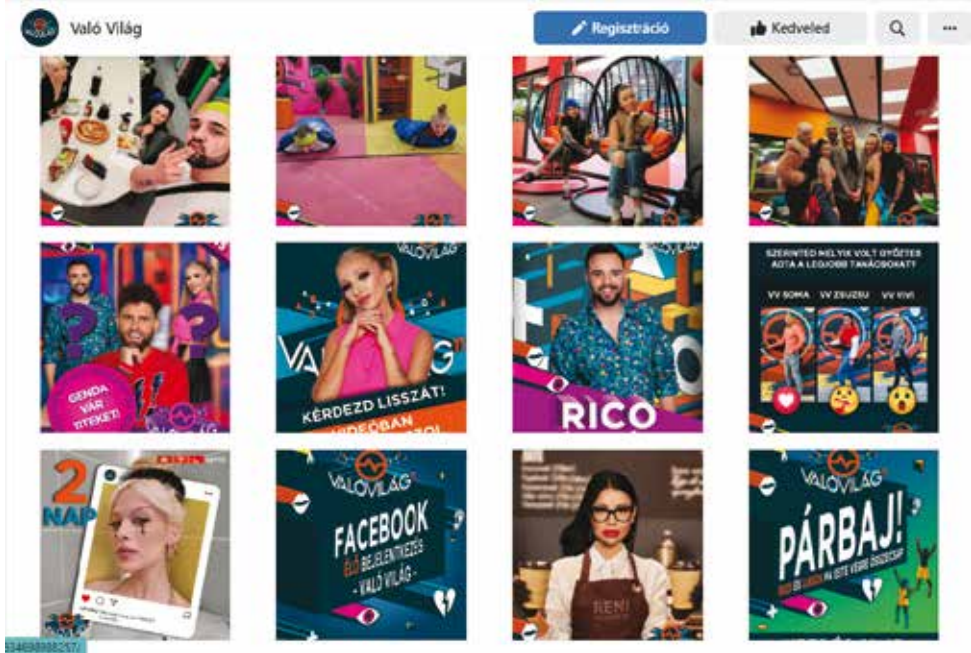
- ANG (1985) = Ien ANG: *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. News York, Routledge, 1985.
- BALBI–SCAGLIONI (2014) = Gabriele BALBI – Massimo SCAGLIONI (szerk.): *Convergent Television(s). Journal of European Television History and Culture*, 2014/6.
- BLAKE (2017) = James BLAKE: *Television and the Second Screen. Interactive TV in the age of social participation*. News York, Routledge, 2017.
- BRUNS (2008) = Axel BRUNS: *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond. From Production to Producers*. New York, Peter Lang, 2008.
- CSÁSZI (2011) = CsÁSZI Lajos: *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. Budapest–Pécs, Gondolat Kiadó, PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 2011
- CSIGÓ (2009) = CSIGÓ Péter: *Konvergens televíziózás. Web – TV – Közösség*. Budapest, L'Harmattan, 2009.
- GLÓZER (2016) = GLÓZER Rita: A mémelmélet helye az újmédia kutatásában. *Apertúra*, 2016/ősz. [www.apertura.hu/2016/osz/glozer-a-memelmélet-helye-az-ujmedia-kutatasaban/](http://www.apertura.hu/2016/osz/glozer-a-memelmélet-helye-az-ujmedia-kutatasaban/)
- HALL (1973) = Stuart HALL: „*Encoding and Decoding in the Television Discourse*”. *Discussion Paper*. Birmingham, University of Birmingham, 1973.
- JENKINS (1992) = Henry JENKINS: *Textual poachers. Television Fans & Participatory Culture*. News York, Routledge, 1992.
- JENKINS (2006) = Henry JENKINS: *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York, New York University Press, 2006.
- MORLEY (1999) = David MORLEY: A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást. *Replika*, 1999/december. 29–53.
- SHIFMAN (2014) = Limor SHIFMAN: *Memes in digital culture*. Cambridge, MIT Press, 2014

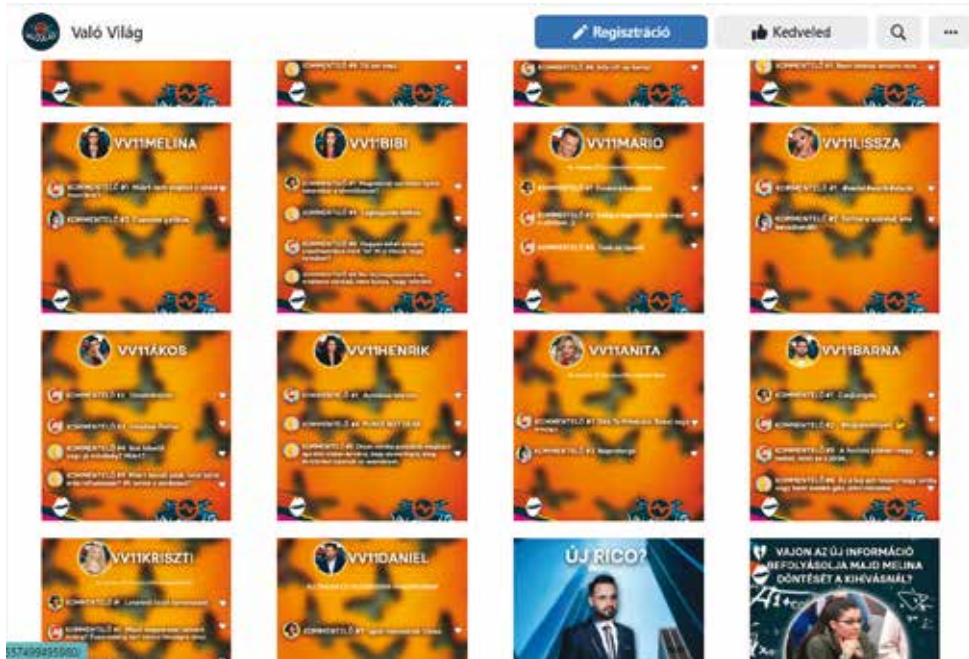
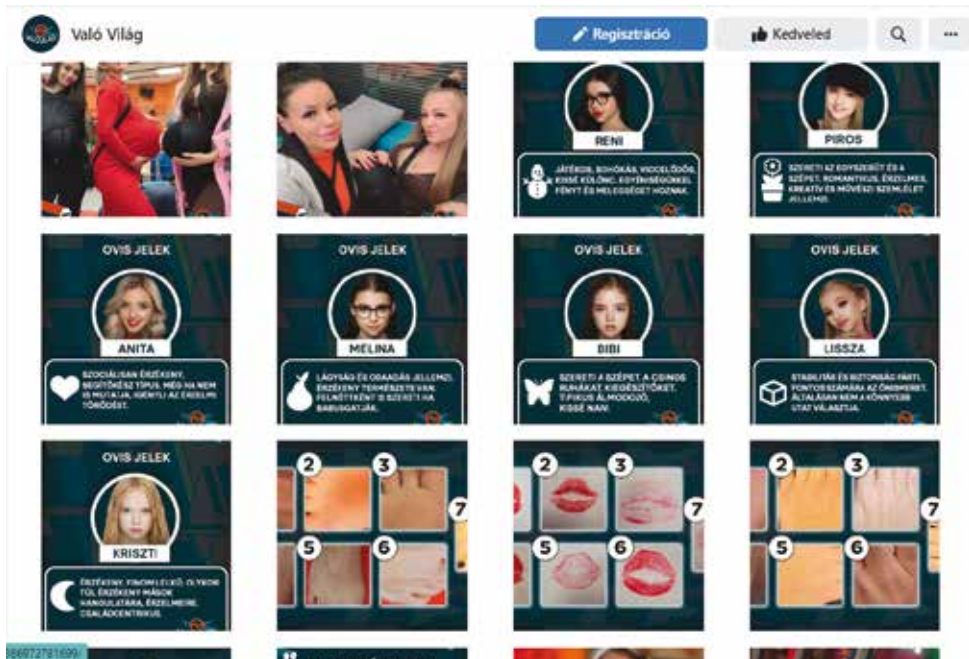
## Mellékletek

1. melléklet: Ízelítő a VV11 hivatalos Facebook-oldalán megosztott grafikus, képi tartalmakból





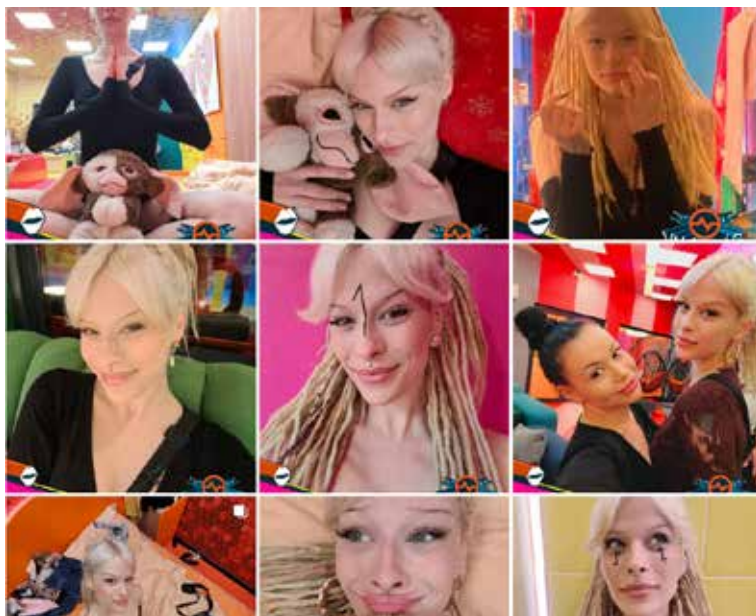






## 2. melléklet: A 4 legtovább a villában maradt játékos Instagram feed-je

## VV Kriszti



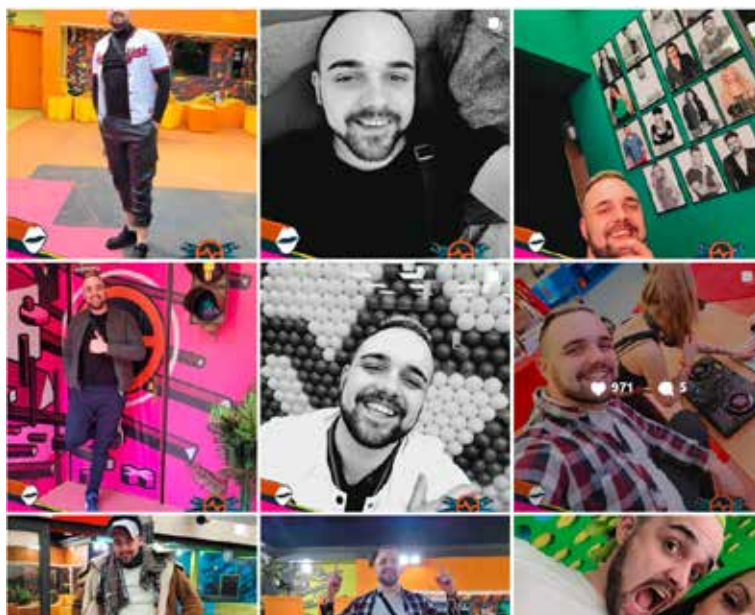
## VV Melina



## VV Reni



VV Rico



# ValóVilág 11, valamint a BeleValóVilág című műsorszámok szereplőkre és műsorvezetőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése

LENGYELNÉ MOLNÁR TÜNDE – SZŰTS-NOVÁK RITA – RACSKO RÉKA

## Bevezetés

Tanulmányunk határozott előzményének tekinthető a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatudományi Intézetének VV10 – egy valóságshow valósága című kötete. Írásunk azon belül is az említett könyv ötödik tanulmányának A ValóVilág powered by Big Brother 10, valamint a BeleValóVilág powered by Big Brother című műsorszámok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartalomelemzése című munkának<sup>1</sup> folytatása, amelynek célja a férfi és a női szereplők karakterének mélyelemzése, a műsorban látható viselkedésminták nemek szerinti feltérképezése volt. Ahhoz, hogy jelen esetben a VV11 kapcsán is ugyanezt az empirikus kutatást elvégezhessük, elemzésünket megelőzően szükséges áttekintenünk néhány, a hazai ValóVilág születését és népszerűségét megelőző, befolyásoló és magyarázó külföldi és magyar előzményt és jelenséget.

Összefoglaló tanulmányunkban a témához kapcsolódó elméleti háttér bemutatása után a három mintavételi blokkhoz<sup>2</sup> kapcsolódó kvalitatív, megfigyelésen alapuló elemzés statisztikai eredményeit közöljük. Ezt követően a VV11 összes megfigyelt adásából vonjuk le a trendjellegű megállapításokat. A tanulmányt a műsorvezetők kvalitatív elemzése zárja.

## 1. Elméleti háttér

### 1.1. A valóságshow-k nemzetközi előzményei

Kevesen tudják, hogy a valóságshow műfaja tulajdonképpen japán eredetű és Kitano Takeshi nevű színész, rendező nevéhez kötődik. A most 76 éves férfi egyébként munkáscsaládból származik, és félbehagyva a műszaki egyetemi tanulmányait került a szórakoztatóiparba, ahol az 1970-es években stand-up comedy-kben való közreműködésével vált ismertté.<sup>3</sup>

---

1 LENGYELNÉ MOLNÁR et al. (2022)

2 A tanulmányban a mintavételi blokk, időszak, adásblokk kifejezéseket szinonimaként használjuk és a fenti 3 időszakra vonatkoztatjuk a megállapításokat. A 3 mintavétel elemzési időszakai:

1. adásblokk vizsgált időszaka: 2022. november 25. – december 1.
2. adásblokk vizsgált időszaka: 2022. december 31. – 2023. január 6.
3. adásblokk vizsgált időszaka: 2023. február 4. – 2023.március 2.

3 European Film Awards Winners 1997. [members.europeanfilmacademy.org/European-Film-Awards-Winners-1997.76.0.html](https://members.europeanfilmacademy.org/European-Film-Awards-Winners-1997.76.0.html)

Beat Takeshi művésznéven számtalan kegyetlen kvíz show, vetélkedő és egyéb populáris műsor szellemi atyjaként tevékenykedett. A *Battle Royal* című filmje, amelynek főszereplője is volt, egy egészen bizarr, beteg és perverz világot mutat be. A film tulajdonképpen a 2021-es *Squid Game* (magyarul a Netflixen: *Nyerd meg az életed!*) korai előzményének is tekinthető. Koushun Takami azonos című, 1999-es regényét – és az abból készült filmváltozatot – a gyerekszereplők közötti véres összecsapások miatt méltán nevezik a japán „A legyek urának”. Az alternatív jövőben, egy autoriter távol-keleti országban (minden bizonnyal Japánban) véres harcra kárhóztatnak egy 21 lányból és 21 fiúból álló kilencedikes osztályt. A történet arról szól, hogy a kamaszokat egy szigetre viszik, ahol felszerelik őket fegyverekkel. A feladatuk egész egyszerűen az, hogy lemészárolják osztálytársaikat. Ha eltelik úgy egy nap, hogy senki nem hal meg, akkor mindannyiukkal végez rájuk rögzített robbanó nyakörv. A kegyetlen játéknak csak egyetlen túlélője lehet. A készítőik gyorsan megadják az alaphangulatot azzal, hogy a tanár már a film elején kést döf az egyet nem értő lány homlokába.

A következő állomása a valóságshow készítésnek a Music Television 1992-ben indult *The Real World*-jéhez (ValóVilág) kapcsolható. Ebben a műsorban 7 pályakezdő fiatal költözik be egy angol vagy amerikai lakásba. Az alapvető különbség ez és a mai ValóVilág között a médiaetika megléte és hiánya, amely a korábbi erkölcsi felsőbbrendűségét jelzi, hiszen a külföldi reality-ben ekkor még nem a meztelenség és trágárság volt a végső megoldás, hanem egy ideális állás megszerzése, ezzel párhuzamosan pedig emberi kapcsolatok építése.

A fentiekből látszik, hogy miszerint az Endemol készítette az első reality tartalmat a világon, az tévhit. A félreértés onnan ered, hogy a holland székhelyű médiavállalat – amely többplatformos szórakoztató műsorokat készített és terjesztett – neve fémjelezte az első, 1999 októberében készült *Big Brothert*. Miután ebben a 24 órás kamerás felügyelet szerepet kapott, a műsor struktúrája, dinamikája és tematikája már napjaink ValóVilágára hajaz, kerülve az emberi méltóság és intimitás megőrzését.<sup>4</sup>

## 1.2. A valóságshow-k hazai előzményei

Bár a sajtó – és az általános médiahisztéria – a *Big Brothert* és a ValóVilágot tartotta az első, jelentős magyar valóságshow-nak, valójában vannak a műfajnak hazai előzményei. A beköltözős valóságshow elnevezés önmagában is paradoxon, hiszen ez egy olyan interaktív televíziós műsor, amelyben a szereplők nem a valóságot élik meg, hanem mesterséges körülmények között, kényszerből kialakított közösségben visznek véghez egyéni és csoportos feladatokat, időnként konfliktusokat generálva, majd azokat is több-kevesebb sikerrel megoldva. A valóságshow általában kieséses, és mindent vagy semmit alapon működik, aki utolsóként marad bent a villában, az nyeri a pénzt, a kocsit, a lakást.

Az első reality műsor hazánkban a *Tégla* volt, ami belga licenz alapján készült, és nem költöztek össze a szereplők. A tíz versenyzőnek különböző feladatokat kellett megoldania világszerte, közösen gyarapítva a kasszát, ami később a nyeremény lesz. Azonban akadt köztük egy tégla, aki azon dolgozott, hogy szabotálja a feladatokat. A TV2 műsora sikeres is volt, mégsem folytatódott. Ezt követte a Viasat sorozata, az első beköltözős show a *Bár*, amelynek főszereplője tíz, főképp szegedi fiatal volt, akik egy Bárban dolgoztak pultosként, miközben

együtt is laktak egy bekamerázott lakásban. A fiatalok nagyon népszerűek lettek, ahogy a bár is, ami valóban szórakozóhelyként üzemelt, és bárki bemehetett az utcáról is. Már ekkor jellemző volt, hogy fiatal lányok ismerkedés céljából mentek esténként a bárba, ezzel egyszerre lettek híresek és hírhedtek a főként hasonló korú nézőközönség számára. Ugyancsak a Viasat nevéhez köthető a 2002-ben indult Farm című reality, aminek még szintén több köze volt a valósághoz, hiszen a bentlakók nem kaptak meg mindent ingyen, amire szükségük volt, hanem keményen megdolgoztak az egzisztenciájukért. A Bázis című vetélkedő egy katonai kiképzést szimulált, ahol ugyancsak tíz játékos volt versenyben, azonban, ha elrontottak egy feladatot, akkor a közös nyeremény értéke radikálisan csökkent.

A valóságshow-k térnyerése némi határeltolódást is eredményezett a televíziózásban, ugyanis észrevehető, hogy az álreality-k műfaja is egyre elterjedtebb lett. Ennek első jelentősebb vonala az angol és az amerikai Office című televíziós sorozatokhoz vezethető vissza, de ennek magyar változata – az M1-en játszott Munkaügyek – is ezt a koncepciót követte. És ha az áldokumentumfilmeknél maradunk, aktuális példa erre a műfajra a jelenleg, 2023-ban a Netflixen futó, szellemes Philomena Cunk szerint a világ című sorozat, ahol a civilizáció történetét kutató riporternő, Philomena megmutatja, milyen messzire jutott – vagy nem jutott – az emberiség.

### 1.3. A valóságshow-k természete és típusai a szakirodalom tükrében

A valóságshow-k valódi debütálása Magyarországon a 2002-es év egyik legjelentősebb médiapiaci eseménye volt. A négyévnyi piacvezető pozícióját ebben az évben elvesztő TV2 néhány hónap cselekvőképtelenség után, arculatmegújítást követően, hozzáfogott a nézőközönség visszanyeréséhez. A műsorstruktúra középpontjába a Nyugat-Európában néhány éve elképesztő sikert befutott, de már lecsengőben lévő Big Brother című műsor került. Nem sokat kellett várni a konkurencia válaszára sem: hamarosan az RTL Klub is jelentkezett saját fejlesztésű reality show-jával, a ValóVilággal. A konkrét nemzetközi és hazai példák után elengedhetetlen, hogy makrotérből is megvizsgáljuk a valóságshow-k létrejöttének mikéntjét.

A jelenség átütő sikere, és ezzel párhuzamos negatív visszhangja megkívánta, hogy már ebben az évben kutatások induljanak a témában. Antalóczy Tímea és Füstös László 2002 októberében kérdőíves kísérleti vizsgálatot (pilot study-t) végzett egy zempléni kisváros, Sátoraljaújhely gimnáziumában és szakközépiskolájában, valamint Budapest két gimnáziumában. A minták többsége a 14 és 18 éves korosztályból került ki.<sup>5</sup> A kutatók Giddens elmélete alapján úgy vélték, hogy a médiatartalmak megválasztása az egyén értékhierarchiájáról ad jelzéseket, ezért is lényeges megvizsgálni, hogy a fiatalok a valóságshow-k kapcsán milyen hatásokat érzékelnek, hogyan jellemeznék a szereplőket, milyen tulajdonságok megjelenését képesek azonosítani. A kutatás során kiderült, hogy a diákok többsége nézi a Big Brother-t és a ValóVilágot, de rendkívül kritikus véleményeket fogalmaztak meg a műsorokkal kapcsolatban.

Az adatok alapján megállapítást nyert, hogy szakmai okokból a pedagógusok is nyomon követik a programokat, ugyanis kötelességét érzi, hogy az osztályközösségekben rendszeresen felbukkanó témákról tájékozódjanak. A válaszok alapján kiderült, hogy a reality show

műfaját nagyon különböző módon értelmezik a nézők. A műfaj definiálása azért fontos, mert a közönség körében a nézett műfaj kiválasztását nagyban befolyásolja a kívánt tartalom pontos meghatározása. A megkérdezettek többsége jól ismeri az első szériák szereplőit, a történetet, naprakész információik vannak az RTL Klub és a TV2 műsorairól. A Farm című sorozatot a vizsgált személyek közül azonban kevesen nézik. A kutatásból kiderül, hogy mivel az internetnek 2002-ben még arányaiban jelentősen nagyobb volt a költségvonzata, ezért a diákok kizárólag a televízióban követték az eseményeket. A válaszadók majdnem fele nem tudná magát elképzelni a valóságshow világában, szeretnének outsiders maradni, és a kukkolást választják. Érdeklődnek a műfaj iránt, de nem tudnak azonosulni a szereplőkkel, és ha lehetőségük lenne, akkor sem szeretnék megismerni face to face ezeket a közösségeket. A válaszadók véleménye bizonyította a kutatók azon hipotézisét, amely szerint magas arányban vannak jelen azok a negatív tulajdonságok, amelyek a hedonisztikus és az etikai kérdéseket érintik. A negatív tulajdonságok összességükben megközelítik a pozitív tulajdonságok számát. Ennek némileg ellentmond, de egyben erősíti is az az adat, hogy bár érzékelik a fenti mutatók kiugrását, de a középiskolás korosztály képviselői közül a legtöbben – a társas kapcsolatok alakulásán kívül – éppen az erotikus jelenetek miatt várják a késő esti adásokat.

Felmerül a kérdés, hogy mi változott a 80-as és 90-es években, amely megteremtette az igényt ezen, kevés edukációs céllal rendelkező és morálisan gyakran megkérdőjelezhető, műsor forgalmazására. Nyilvánvalóan hosszasan lehetne sorolni azokat a tényezőket, amelyek befolyással voltak alakulásukra, de a lényeges események között feltétlenül említendő például a média kommercializálódása, az információs társadalom létrejötte, a politika mediatizálódása és a kommunikációs szektor gazdasági ágazattá válása. A média átalakulása és a társadalom befogadása kapcsán igazat kell adnunk Tardos Róbertnek, aki a VV1 berobbanása utáni évben egy tematikus konferencia-előadás anyagát publikálva, a kommunikációs forradalom története kapcsán, számos jelentős szerző aspektusára hívta fel a figyelmet.<sup>6</sup>

A kezdeti időszakot a „mindenható média” jelenségének nevezi, amelyet az 1950-es években felváltott egy társadalmilag kontrollált „gyenge média” konstrukció, amely elkerülhetetlen olyan jelenségek miatt, mint a Lazarsfeld, Katz, Klapper neve által fémjelzett kétlépcsős kommunikáció, szelektív befogadás és a megszürt kommunikációs folyamat. A következő évtizedben – egy kevésbé ismert fordulatnak köszönhetően – ismét a hatékony média ideája állt fel a napirend-kijelölés programjával (McCombs, Iyengar), de még inkább a Gerbner-féle kultivációs elmélettel.

Erre épült a Luhmann és Bourdieu nevéhez köthető erős-médiajelleg, amely változatokat a konstruktivizmus alaptételei jellemzik. Kettejük elméletében a legfőbb különbség, hogy míg Luhmann egy radikálisabb, addig Bourdieu egy mérsékeltabb irányt képviselt. A két szerző véleménye nagyrészt hasonló, de az értelmezéshez és magyarázathoz más-más utat választottak. Mindketten adottnak vették a valóságshow-k többségére is jellemző, „a média meglepetésre, sokkolásra orientáltságát, a botrányszerűség kiemelt tematizálását, a média-kommunikáció öngerjesztő jellegét”.<sup>7</sup> Azonban ez a megfigyelés a két szerzőnél más interpretációval bír.

Luhmann úgy látja, hogy erre azért van szüksége a tömegkommunikációnak, hogy impresszionálva a társadalmat, problémacentrikussá és innovációra éhessé tegye azt. Ezáltal

6 TARDOS (2003)

7 Uo., 6.



beteljesül „a társadalmi kommunikáció reprodukálása, önfenntartó jellegének (akár a mindennapi meglepetéseken keresztül) stabilizálása”.<sup>8</sup>

Luhmann elméletében a média autonómiát tűrő és nyilvánosságot adó szerepe nem csupán megfér egymás mellett, hanem közöttük mediatizál. Bourdieu-nél azonban Merton és Lazarsfeld narkotikus diszfunkciójára emlékeztető módon ugyanez a kép egyfajta társadalmat lebénító, passzivizáló, elidegenítő energiát rejt. Bourdieu pályája kései időszakában is kitüntetetten foglalkozott a tudomány médiaközeli torzulásaival, a szakmai hitelesség problémáival. A helyzet menthetőségét hirdette, de a tudomány képviselőit több alkalommal felkérte a médiával szembeni kiállásra, az objektivitás és moralitás melletti kinyilatkoztatásra. Luhmann szkeptikusabb álláspontot képviselt, szerinte az általa megfigyelt valóság valójában a média által előállított valóság, ami azt testesíti meg, amit tudunk a társadalomról, és ahogyan gondolunk rá.<sup>9</sup>

Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor ebben a kérdésben a két szerzőhöz képest valahol közepesen helyezkedett el. Véleményük szerint az ilyen típusú műsorok már nevükben is jelzik, hogy „egy darab valóságként” és/vagy „valóságmodellként” igyekeznek magukat elfogadtatni – ennek káros hatásairól később még szót ejtünk – és bár nézői számára a valóság csak egy, a televízió elé leültetni vágyó marketingszövegek közül, a hús-vér játékosok számára a cselekmények és párbeszédok spontaneitása miatt, a nézők többsége mégis az egyéb televíziós műsoroknál sokkal realisabbnak érzi, ekként is reagál rá.<sup>10</sup>

Természetesen a valóság nagyon relatív, és anélkül, hogy különösebb filozófiai tartalommal látnánk el az értelmezését, abban talán mindenki egyetért, hogy egy meghatározott aspektusból minden valóság, ami történik. Valójában a filmeket is valóságos emberek játsszák, valóságos helyszíneken, és alapvetően még a virtuális valóság elemei is egyfajta valóságot szolgálnak. Másrészt azonban az ember, ahogy gyerekből felnőtté válik, megkísérli a két (vagy több)-féle valóságot elkülöníteni és helyén kezelni. A gyermek még nem, vagy alig képes erre, és részben ezért is van vitathatatlan létjogosultsága a műsorok korhatár besorolásának. Hiszen a gyermek nem érti, és feldolgozni sem tudja, mi zajlik a televízióban, filmvásznon vagy akár egy felnőtteknek szóló előadáson. A felnőtt ember azonban már pontosan tudja, hogy ezeket a műsorokat nézve, az életvalóságból egy másik valóságba érkezett, a látvány kognitív és emocionális leképezése során képes transzportálni a két valóság között. A Kapitány szerzőpáros vonatkozó tanulmányában azt hangsúlyozza, hogy „ebben az értelemben csak fokozati a különbség a színpadra felkiabáló pásttor, vagy az Isaurának pénzt küldő néző, és az olvasottak fikciós jellegével teljesen tisztában lévő, de Anna Kareninával vagy Aureliano Buendíával lelkileg azonosuló tudatos olvasó között”.<sup>11</sup>

Világunk még sohasem volt olyan bizonytalan hely, mint napjainkban, amikor krízisek sora; háborúk, vírusok, természeti katasztrófák formájában követik egymást, és ezért a régi igazságok és módszerek rendre megdőlni látszanak. A politikai hatalom ezt felismerve igyekszik megteremteni egy stabil és „normális” világ látszatát, de ennek ellenére is vannak tényezők, amelyek belső feszültséghez, kognitív diszsonanciához vezethetnek. Ilyen például az IT-ban és a filmiparban megjelenő virtuálisvalóság-technikák megjelenése, amely nagyban

8 Uo., 6.

9 Uo.

10 KAPITÁNY–KAPITÁNY (2003)

11 Uo., 18.

fokozza a bizonytalanságot. Ebben a változó korban növekszik a kiszolgáltatottság, az ebből fakadó jogos vagy ok nélküli, de valós bizalmatlanság érzése, és ha valami valós(nak tűnő) tartalommal bír, az stabilitást hoz a manipulációval és nehézségekkel terhelt, hétköznapi emberek életébe. Ezen kívül még meg kell említeni a szomszéd lány effektust is, hisz a képernyőn látható személyek, akik pillanatok alatt válnak sokak példaképévé, divatos szóval élve ünnepelet celebbé, azok a nép gyermekei, akivel azonosulni tud az egyén.

A fentiek szerepet játszhatnak a vizsgált műfajok divatossá válásában. A kutató számára mindez azonban további kérdéseket jelöl ki. Tanulmányunk ValóVilág 11 és BeleValóVilág 11 kvalitatív tartalomelemzéssel készült részében eredményeket hozunk azzal kapcsolatban, hogy az emberek által igényelt „való világ” megteremtését ösztönösen milyen viselkedésmintákkal érik el a bentlakók. Felmerül a kérdés, hogy amennyiben az ilyen típusú műfajok közelebb vannak az emberek általános valóságához, mint a különböző fikciós történetek, és valóban kielégítik a megnövekedett realitás éhséget, ugyanakkor mégsem a valódi „valóság”, hanem annak módosított változatát mutatják, elképzelhető, hogy ezzel ismét érzelmi és gondolati labilitást érnek el. Mi ezen tanulmányon belül azonban azt kívánjuk mérni, hogy amennyiben elfogadjuk, hogy a nézők leülve a képernyők elé mégis a való világról kapnak képet, akkor ennek a világnak a megkonstruálása milyen emberi attitűddel, viselkedésmintákkal írható le.

Varga Balázs hívta fel a figyelmet arra, hogy a kultúraszociológusok, a kulturális antropológusok, a műkritikusok tökéletesen egyetértenek abban, hogy minden a lét megjelenítésére szánt emberi termék (mozi, tévéfilm, regény, zenemű stb.) arról ad teljes képet, hogy a készítő, az alkotók hogyan látják a világot. Ez alapján a művek világképének „az akaratlagos és szándéktalan hatások azon együttesét nevezzük, amelyekből pontosan kielemezhető létrehozójuk nézőpontja (s annak részeként az önkép, az emberkép, társadalomkép)”.<sup>12</sup> Ilyen műfaj a reality show, amelynek adásai több millió embert vonzanak a képernyő elé. A műsortípus óhatatlanul is jelentkezik egyfajta világkép-közvetítő szereppel, amelynek az emberi minta és példamutatás is részét képezi. Valójában a műsor tematikája, és hogy ezzel párhuzamosan fog-e értéket képviselni, attól is függ, hogy milyen típusú reality-ről beszélünk. A csoportosításukra több elmélet létezik, amelyet különböző kategóriák felállításával és elhatárolásával képeznek.

Varga szerint a klasszikus kategóriák a túlélőshow-k és a kukkolóshow-k.<sup>13</sup> Előzőek történetének lényege, hogy a szereplőknek nehéz fizikai kihívásokat kell teljesíteniük egy szigetre (Survivor), katonai bázisra (Boot camp) vagy az erdő mélyére (Farm) száműzve. A kukkolóshow-k legfőbb példái a Big Brother és a ValóVilág lettek, amelyek azonban ijesztő módon még csak a jéghegy csúcsát jelentették. A reality műfaj az évtizedek során, a felgyorsult világunknak és ingerküszöb emelkedésünknek ‘köszönhetően’ radikalizálódásnak indult. Sokkal erősebb hatásokkal kell élniük a készítőknél, hogy elnyerjék a közönség érdeklődését. Ennek következtében gyakran nagyon távol kerülnek a morális normáktól. Tematikájuk szerint természetesen még további csoportok is felállíthatók (a teljesség igénye nélkül néhány ilyen: egészségügyi, főzős, házfelújító, kertépítő, öltöztető stb.), illetve ha nem a témájukból, hanem szerkezetükből és felépítésükből indulunk ki, akkor e szerint be-

12 KAPITÁNY–KAPITÁNY (1995), idézi VARGA (2005): 128.

13 VARGA (2005)

szélhetünk még nyitott és zárt, mesterséges vagy dokumentarista, versenyzetető vagy beavatkozás-intervenciós és anti-, illetve proszociális műsorokról.

Létezik egy optimista látásmód, amely azt hangsúlyozza, hogy a kezdeti két kategória bővülésével, a reality-k már nemcsak szórakoztatnak, hanem átvesznek karitatív és közszolgálati funkciókat, még ha ezt nem is olyan látványos és népszerű módon teszik. Ilyen a hajléktalankat támogató Álruhás milliomosok, vagy az életünk menedzselésre biztató Jo Frost – Szuperdada és a Cesar Millan – Csodálatos kutyadoki.<sup>14</sup>

Nagyon tiszteltreméltó és örömteli, hogy a műsorkészítésben fejlődés tapasztalható, és a passzív szerepkört szánó „kukkolós” tartalmat olykor felváltják a személyiségfejlesztős, konfliktuskezelős, vállalkozást segítő személyiségfejlesztő műsorok. A realitás azonban mégiscsak az, hogy a valóságshow fogalomhoz napjainkban, hazánkban még nem az etikus reality-k erkölcsi képe és értékrendszere társul.

#### 1.4. A valóságshow-k értékteremtése

Húsz év tapasztalata bizonyítja, hogy a vége főcím után a valóságshow-k résztvevői közül – hosszú távon – szinte senki sem profitált igazán a tévés szereplésből. Azonban sokak, negatív példát képviselve a nézők számára, a bűnözés talajára, vagy a prostitúció útjára léptek, de volt, aki pszichiátriára került, de olyan is, akire meztelenül, öntudatlan állapotban bukkantak rá egy siklói szeánsz után. Egy másik szereplő fiatalon lett gyilkosság áldozata. Ha elfogadjuk Varga Balázs kijelentését az alkotók (való)világteremtéséről, amely mélybe taszítja a játékosait, és ha ez valóban a műsorkészítők sajátja, akkor ránk marad a feladat, hogy a szituációt elemezve eldöntsük, hogy akik létrehozói a valóságshow-nak, vagy naivok vagy kétes erkölcsűek. Azonban nem szabad megfeledkezni a tényről, hogy a producereket egy dolog hajtja: a profit, azt pedig a nézettség befolyásolja. És létezik egy harmadik értelmezés is, hogy mivel a résztvevők nem szerepet játszanak, hanem – többnyire – a folyamatos kamerajelenlét ellenére is önmagukat adják, ezért az is elképzelhető, hogy a benti valóságot nem a kintiek, hanem végül a szereplők teremtik. Teszik ezt nyilvánvaló külső irányvonalak, forgatókönyv mentén. Így eshet meg, hogy bár vannak erkölcsi értelemben ártatlan műsorfajták, például a főzőműsorok, kalandtúrák, de a legnézettebbek mégis azok, ahol a szereplők hamar eljutnak például a nyílt színi szexuális aktusig. És bár meglepő, de a ValóVilágnál akad a reality-történelemben a szexuális szabatosságnak még inkább helyet adó formátum is. Az Éden Hotelben például egy egzotikus tájra visznek ki 6-6 fiatal férfit és nőt, akik a klíma miatt eleve fürdőruhában kezdik a versenyt. Ennél extrémebb show, amikor a szereplők végig meztelenül vannak, illetve van olyan is, amikor a műsor lényege, hogy a másik versenyző párját elcsábítsák.<sup>15</sup>

A valóságshow-k trendje hazánkba is elért, és a külföldi előzményekhez hasonlóan nálunk is botrányok övezték. A Big Brother és a ValóVilág első szériái óta – a kereskedelmi csatornákra kapcsolva – a néző akarva-akaratlan meztelen testekkel és szexuális tartalmakkal találkozott. Szigeti Péter már az első évben reflektált a jelenségre, írásában „a vezető kereskedelmi televíziókban megjelenő pornográfia kapcsán” bemutatta „a pornográf tartalmak szabályozá-

14 ZSOLT (2013)

15 SZLAZSÁNSZKY Ferenc: *Senkinek sem való világ – Valóságshow-k és emberi tragédiák*. [www.hetek.hu/hatter/201712/senkinek\\_sem\\_valo\\_vilag](http://www.hetek.hu/hatter/201712/senkinek_sem_valo_vilag)

sának kezdeti, hazai és külföldi gyakorlatát, külön kitérve az amerikai és az európai gyakorlat közötti eltérésekre, majd felvázolta a jövőben a médiaipar szereplői előtt álló lehetőségeket.” Mindeközben igyekezett „megvilágítani a szolgáltatói gyakorlat, a fogyasztói igények és a társadalom egy részének jogos erkölcsi aggályai között feszülő számos ellentmondást”.<sup>16</sup>

Szigeti a *Médiakutatóban* megdöbbentő, de realiztikus képet fest a műsor koncepciójáról, amely nem igényel különösebb magyarázatot:

„Egy meztelen szőke nő falatnyi tangában, félmeztelenül táncol a képernyőn. Vágás. Ugyanő egy kéjesen mosolygó, széttetovált, ruhátlan férfi hátát masszírozza. Vágás. Egy kerti jakuzziban két lány és egy meztelen fiú birkózik egymással, fröcsköl a víz, meztelen testrészek kavalkádja villog a kamerába. Vágás. Párnacsata képei: a tetovált fiú továbbra is meztelen, nemi szerve időnként be-belóg a képbe. A tiltott szervet kitakaró technikai trükk rendre késik néhány másodpercet. Csatornaváltás. Enyhén pixeles, fekete-fehér, ipari kamerával rögzített felvételen egy ágyakkal telezsúfolt szobában, alvó emberek közt egy takaró alatt két egymásba gabalyodott test ütemesen mozog. Vágás. Egy lány lép a fürdőszobába, komótosan levetkőzik, láthatóan zuhanyozni készül. Mielőtt megnyitná a csapot, cinkosan a kamerába kacsint. A rendező érti a helyzetet: a néző hosszasan szemlélheti a víztől csillogó idomokat. A két országos vételkörzetű, földfelszíni sugárzású, magyar nyelvű kereskedelmi csatorna műsora között kapcsolgatunk főműsoridőben, 2002 őszén.”<sup>17</sup>

Felmerül a kérdés, hogy mi sarkallja arra a szereplőket sok évtized után is, hogy asszisztáljanak ehhez a sokaknak vállalhatatlan, etikai és esztétikai érzéket bántó műsor elkészítéséhez. Az egzisztenciális problémák érthető módon ugyan válasz nyújthatnak erre a felvetésre, de csak részben. Véleményünk szerint a válasz a 15 perc hírnév lényegében is keresendő. A fogalom használata Andy Warhol amerikai képzőművésztől származik, és a televízió elterjedése ihlette. Eredetileg így hangzik: „a jövőben mindenki világhírű lesz tizenöt percre”. Lényegében mindenki kaphatott 15 perc hírnevet, aki akart, elég volt szerepelni valamelyik valóságshow-ban, vagy valami különleges, botrányos dolgot tenni. A jóslat valóra vált, és egészen mostanáig érvényes, csak a körülmények módosultak kissé. Megérkezett az internet és az első online hírlevelek, majd 2004 körül már itthon is úton-útfélen blogot írtak. Ez gyökeres változásokat hozott, mert a blogger már a közösségi médiában szolgáltatva a műsort. A Facebook megjelenése újra módosította a kontextust. A Facebookon mindenki egyszerre médiakészítő és médiafogyasztó lett egy személyben. Elegendő lehet egy lájk, egy megosztás, és már kész is a tartalom, amit beállításától függően, bárki a világon láthat.

Az a tény, hogy egyre több platform biztosítja a hírnév elnyerésének lehetőségét, nem szorította vissza a VV-re jelentkezés népszerűségét: „A divatra épülő társadalom ma arról szól, hogy könnyed mintavétellel sikeres lehetsz, és hatalomra tehetsz szert”.<sup>18</sup> Zsolt Péter a *Hírnév!Jólét!VV!* című vonatkozó könyvében, a valóságshow vonzerejével kapcsolatban, érdekes analógiára hívja fel a figyelmet. A törekvés, hogy jelentősnek érezzük lényünket, egy sportközvetítésen is tetten érhető. Amikor a közvetítő kamerák végigpásztázva a szurkoló tömeget elidőznek egyes emberek arcán, és ez láthatóvá válik a stadionban jelenlévők számára

16 SZIGETI (2002)

17 Uo.

18 ZSOLT (2013): 9.

is, aki észreveszi saját magát, hasonló örömet érez. A szerző szerint ezzel nincs is probléma, sem itt, sem a VV szereplőinek esetében. Azzal sem, hogy bent tartózkodásuk alatt hasznos dolgot nagyon rendkívüli esetben csinálnak a villalakók. Az igazi probléma továbbra is az etikátlan és embertelen játék keretével van. Ahogy a gladiátorküzdelmekre átalakított ókori arénák, a VV és a Big Brother típusú valóságshow-k is erkölcsileg problémásak.

A műsor értékteremtésének vizsgálatával kapcsolatban megjegyzendő még, hogy a globalizáció intenzitásának növekedésével, így az emberi értékek háttérbeszorulásával párhuzamosan, az anyagi értékek és annak mértéktelen fogyasztása a műsor lényeges eleme lett. Az egészségtelen ételek és az alkohol fogyasztására vizsgálatunkban mi is kitérünk, azonban aggasztó tendencia, hogy maguk a reality-k készítésének folyamata is a megalomania és a pazarlás jegyeit hordozza, és egyre extrémebb körülmények között zajlik. A napokban jelent meg a hír, miszerint „Milliárdokba került az új, extrém valóságshow”. A Stars on Mars premierje 2023. június 5-én lesz látható az amerikai Fox csatornán, és a műsorban 12 világsztárt küldenek a vörös bolygóra. Valójában azonban egy dél- ausztráliai bányászfalu mellé költöznek, ahol a rozsdaszínű sivatagi táj adja majd a galaktikus misszió hátterét. A készítő kimerítő kihívásokat ígérnek, amelyek után kiderül, hogy ki lesz „a galaxis legfényesebb csillaga”. Ez esetben nem beszélhetünk a hétköznapi emberek harcáról, hiszen a fiktív Marsra küldött, amerikai celebek közt van amerikaifutball-játékost, színésznő, komikus, műkorcsolyázó, pankrátor, futballista, énekes, reality-sztár és színész is. A szereplők a vezérlőből kapják minden nap a parancsokat, felveszik a szakfandert és útra kelnek, hogy meghódítsák a bolygót. A versenyzők egy bázison laknak majd összezárva a hamis Marson való tartózkodásuk ideje alatt, ahol két közös hálószoba, egy bázisparancsnoki lakosztály, egy edzőterem és egy növényekkel díszített biodóm lesz. Napvilágra hozták azt az információt is, hogy a Stars on Mars díszletének megtervezése és felépítése körülbelül hat hónapig tartott.<sup>19</sup>

Felderítő kutatásként megvizsgáltuk azt is, hogy a VV11 tematikus heteinek megtervezésekor a készítő mennyi valódi értéket, valós célt csempészték bele a villalakók elfoglaltságába. A 15 tematikus hét a következőképpen alakult: 1. Beköltözés hete, 2. Influencer hét, 3. Páros hét, 4. Önfejlesztő napok, 5. Manó napok és Karácsony, 6. Sorozat hét, 7. Nélkülözés hete, 8. Technikum hét, 9. Császárság hete, 10. Interaktív hét, 11. Fitt hét, 12. Tanya hét, 13. Média hét, 14. Visszavágó hét, 15. Finálé hét.

A legtöbb értékkel bíró témának az Önfejlesztő napokat ítéljük, amikor a villába meghívták Gaál Viktor pszichológust, aki a teljesség igénye nélkül az első hetek konfliktusait és a mögöttük álló személyiségek belső, gyerekkori traumáit beszélte át a villalakókkal. A legmegrendítőbb helyzetek VV Márió édesapjának egy évvel ezelőtti halála, illetve Bibi és Ákos közti ellentét feldolgozása során felszínre került gyermek- és fiatalkori traumák voltak. A Tanya héten számos gyakorlati dolgot próbáltak ki és sajátítottak el a versenyzők, például Zsolt gazda önellátó életmódra tanította őket, hogyan kell az állatokról gondoskodni, kecskét fejni, tűzifát aprítani és olyan alapvető élelmiszereket készíteni, mint a kenyér, vaj, sajt, tészta. Jó kezdeményezés lehetett volna a Fitt hét, de Ákos az első megpróbáltatástól rosszul lett, Lisszát Melinához hasonlóan az edzői szigor viselte meg. Szintén tanulságos próbák sora lehetett volna a Nélkülözés hete, azonban a versenyzők olyan rekordok felállításával kívánták visszaszerezni az értékeiket, mint az egy órás twerkelés, amelyet Reni követett el.

19 *Milliárdokba került az új, extrém valóságshow.* [www.origo.hu/teve/20230515-milliardokba-kerult-az-uj-extrem-valosagshow-tv.html](http://www.origo.hu/teve/20230515-milliardokba-kerult-az-uj-extrem-valosagshow-tv.html)

## 1.5. A ValóVilág nőképe

A magyarok tévénézési szokásaikban nem igazán különböznek azoktól a környező európai országoktól, ahol a valóságshow-k már a 20. században megjelentek, ezért nem meglepő, hogy a TV2 a Big Brother-t akkor tűzte műsorra, amikor jelentős arculatváltásra készült. Míg külföldön monitorozva a visszajelzéseket és reakciókat nagyon óvatosan kezelték a kényes témák bevezetését, az itthoni gyakorlatban *in medias res* már az első napokban téma lett a szexualitás is. 2002-re ugyanis kiderült, hogy a megbotránkoztatást és izgalmat okozó elemekkel képes a műsor – szerte a világon – a nézők kíváncsiságát a leghosszabb távon fenntartani.

Pontosan nem bizonyított – a BB első szériájában látható, szexuális együttlétre szinte azonnal hajlandó – BB Évi népszerűségének oka, azonban valószínűsíthető, hogy nem az intellektuális teljesítménytől függött sem a műsorba történő beválogatása, sem annak megnyerése. Egyébként Európa más országaiban már a kezdetekben is komoly tudományos módszerekkel és körültekintőbben választották ki a szereplőket. A népszerű műsor egyik alappillére ugyanis az, hogy különböző habitusú, eltérő személyiségű és problémamegoldású emberek kerüljenek a játékba. Az első BB-be még számos nagyon hasonló karaktert válogattak be, a bekerültek közül öt lány (Tara, Zsanett, Évi, Judit, Angéla) sok egyforma jegyet hordozott. A kevés üde színfolt hiánya miatt idővel a játék is unalmassá vált. A VV esetében már az első válogatásnál jobban figyeltek, hogy a játékba kerülők minél több turbulenciát okozzanak a villában, és vonzó, kreatív személyek legyenek. Mindezek ellenére a TV2 első reality műsora mégis nézetesebb volt, és bizonyos esteiken még az RTL Klub aktuális sztársorozatát, a Barátok közt-et is túlszárnyalta. Ennek oka lehet, hogy az RTL Klub egy héttel később indította valóságshow-ját, és a nézők addigra már a BB mellett köteleződtek el. Pedig többen jóslták azt, hogy a nézők nem kapcsolnak majd át a legnézettebb sorozat, a Barátok közt után a Big Brother-re, hanem maradnak a csatornánál, és a ValóVilágot nézik majd. Ez a hipotézis azonban máig nem igazolódott be.<sup>20</sup>

Figyelemreméltó tény Zsolt Péter azon megfigyelése, hogy a nemzetközi adatokat is számításba véve, a valóságshow-kban sokkal gyakoribbak a férfi győzelemmel záruló szériák.<sup>21</sup> A jelenségnek többek között szociálpszichológiai oka is lehet, hiszen a férfiak általánosságban nagyobb stratégiai és kockázatvállalási hajlandóságot mutatnak a nőkhez képest. Mivel a cél az, hogy a szereplők kiszavazzák/kiszavaztassák egymást, az már a jellemeken és hozzáálláson múlik, hogy a készítők mennyire képesek manipulálni a résztvevőket. A műsorok etikailag gyenge pontja általában a kieséstől tartó szereplőknél érhető tetten, amikor hazugsággal próbálnak előnyökhöz jutni, vagy visszaélve egymás bizalmával, kibeszélik egymás hibáit. A villában megélt élethelyzetek hasonlítanak egy csoportterápiás foglalkozásra, ezáltal magukban hordozzák a csoportdinamika valamennyi jellemzőjét. Néhány hét után például klikkesedés és dominanciaharc kezdődik. Kiderül, kik a társaságban a hadvezér-típusok, akik befolyásolják az erőviszonyok alakulását, gyakran a konfliktuskeltésben, de a problémák megoldásában is nagy szerepük lehet. Azonban ez a versenyhez való hozzáállás fordítva is elsülhet, ugyanis ők a versengés következtében kevésbé kötnek szövetségeket, amelyek pedig megtartó hálóként működhetnének a villában. Tehát aki nem barátkozik, nagyobb eséllyel esik ki hamarabb, mint az, aki csapatjátékosként definiálja magát.

20 ANTALÓCZY–FÜSTÖS (2003): 36.

21 ZSOLT (2013)

Ez a kérdés komoly dilemmát okozhat a szereplőkben, amennyiben tudatosan állnak a helyzethez. Kellett hazánkban leforgatott 4–5 év, amikor valóban tudatosult a résztvevőkben, hogy érdemes stratégiát felépíteni a győzelem érdekében. Míg első években a fókusz a szórakozáson, network-építésen volt, a VV5-sorozatba kerülők már terveket szőttek és játzmákat folytattak.

Ergo a hozzáállás – mind a nők, mind a férfiak esetében – átment egy szocializációs folyamaton, ahol a kezdeti emberibb, valóságosabb világból már egy mesterségesebb, konstruált tartalom maradt, és a kizárólagos cél megnyerni a versenyt, illetve még inkább megkapni a pénznyereményt.

A 2019-es év nagy médiaszenzációi közé tartozott az a hír, hogy 106 nap után végre eljött a ValóVilágban az a pillanat, amikor kiderült, ki az, aki hazavihette a 36 millió forintos fődíjat. Az akkori bulvársajtó beszámolója szerint a villalakók lélegzet visszafojtva várták a végeredményt, amikor is kirajzolódott, hogy ugyan szoros versenyben, de megszületett a VV történetének első női győztese, VV Zsuzsu.

Ennek az eredménynek a hatására egy nem reprezentatív, de a VV-jelenségről sokat eláruló vizsgálattal azt kívánjuk áttekinteni, hogy az online médiában miként jelenik meg VV Zsuzsu karaktere. Egyszerű, névre irányuló keresést végeztünk a legnépszerűbb böngészőben, és megnéztük, hogy milyen kontextusban szerepel a VV9 női nyertese. Általánosan elmondható, hogy az eredmény lesújtó volt. A szalag- és interjúcímek többsége a villában vetkőzésről, veszekedésről és botrányokról árulkodik. Egy empátiát kiváltó hírt találtunk, amely egy régebbi történetet idéz fel a szereplő babájának elvesztéséről, továbbá két pozitív információt találtunk VV Zsuzsu későbbi családalapításáról. Ami azonban tudvalevő, hogy a VV-győztes a sorozat sugárzása során a közönség szimpátiáját nagyrészt azzal váltotta ki, hogy tartózkodott a villában a szexuális élettől. Ez mindenképpen értékteremtő viselkedésformaként határozható meg, hiszen az évek során sok szereplő éppen a sikeressé válás biztos receptjeként értelmezte (és a jövőben is sokan így járnak majd el) a villában folytatott szexuális együttlétet. Az ilyen típusú, intimitás nélküli kitérülködés azonban éppen a társadalom szexualitásról alkotott normális képének árt a legtöbbet, hiszen a VV fogyasztó fiatalság egy jelentős része könnyen a műsorban látottak alapján edukálódhat.

A sajtómegjelenések alapján megállapítható, hogy a szereplőnők egy része vágyik az elismerésre, és arra, hogy ne csak a külsőségek, hanem belső értékeik alapján ítéljék. Erre példa Anita esete. A közönség döntése alapján VV Anita távozott másodikként a ValóVilág 11. szériájából, akit VV Piros győzött le párbajban. Amíg bent maradt társai a győztest ünnepelték, Anita beszámolt a villában töltött közel egy hónapjáról, illetve értékelte a vereségét: „Ha egy ilyen ember ellen kiesek, az azt mutatja, hogy nincs helyem a ValóVilágban, és nincs helyem arra, hogy példát tudjak mutatni elnyomott nőknek”. Kifejtette, hogy „tróger, alpári” ruhaválasztását az indokolta, hogy a társai ezekkel a jelzőkkel illették őt bent. A vádakkal részben egyet is értett, és megosztotta a nézőkkel, hogy amennyiben újramezhetné a játékot, kicsit jobban moderálná a stílusát. Nyilatkozatában némi ambivalencia fedezhető fel, egyszerre van jelen énképében egy többre hivatott, meg nem értett női alak és az általa is elismert közönséges, másokat taszító viselkedésmód.<sup>22</sup>

22 –CGD–: VV Anita szerint kiesése azt mutatja, nincs helye a ValóVilágban, hogy példát tudjon mutatni az elnyomott nőknek. [index.hu/mindekozben/poszt/2022/12/18/vv-anita-szerint-kiesese-azt-mutatja-nincs-helye-a-valovilagban-hogy-peldat-mutatni-tudjon-mutatni-elnyomott-noknek/](http://index.hu/mindekozben/poszt/2022/12/18/vv-anita-szerint-kiesese-azt-mutatja-nincs-helye-a-valovilagban-hogy-peldat-mutatni-tudjon-mutatni-elnyomott-noknek/)

Tanulmányunk elkészülésének végére egyértelművé vált, hogy a VV11-et ismét egy nő, Kriszti nyerte meg. VV Kriszti szintén botránnyaival került az újságok hasábjára. Senki sem gondolta, hogy az Üvegtigris 3-ban is szereplő, cserfes tíz éves kislány nem elégszik meg az Éjjel-Nappal Budapest-ben betöltött szerepével, hanem ennél továbbmegy a 15 perc hírnév érdekében. Ha szükséges, látszólag módosult tudatállapotban, az utcán mezítláb, nyomdafestéket nem tűrő szavakat ordítva, rendőröket köpködve szólal fel 2022 júliusában a KATA igénybevételét módosító törvény ellen.

Ahogy már első pillanatban látjuk, az előítéletekkel szemben bizonyítható, hogy a nem megfelelő beszédmód és a trágár szavak előfordulása – amelyekre kutatásunkban statisztikával is kitérünk majd – a villában nem egyértelműen csak a férfiakat meghatározó attitűd. Az index.hu vonatkozó írásában Korcsmáros Felícia véletlenszerű videóból állította össze azt a válogatást, amelyből képet kapunk arról, hogy a tizenegyedik ValóVilág szereplői gyakran használnak jelentéstartalmilag nem odaillő terminológiát, vagy helytelenül idézik a szólásokat, közmondásokat. A cikk szerzője szarkasztikusan csak nyelvújítóként nevezi azon játékosokat, akik ezzel a gyakorlattal élnek, és akiknek természetesen semmi közük egy modern kori Kazinczy Ferenchez, annál több viszont a magyartalan beszédhez. Korcsmáros szerint a vizsgált hetek felhozatalából négy szereplő emelkedik ki: VV Barna, VV Márió, VV Rico és VV Reni. VV Márió szokása például, hogy hashtagekben beszél, VV Barna mondatai pedig azért értelmezhetetlenek a legtöbb esetben, mert bizonyos szituációkban kommunikációjával magasabb kultúrát próbál közvetíteni, láthatóan több-kevesebb sikerrel.

VV Reni, aki a műsorban arról lett híres, hogy a fenekét rázva táncol, vagy épp más altesti tornagyakorlatokat végez, VV Melinát így nyugtatta a hármas párbaj előtt a következő mondattal: „Az lehet, olyan sima libával jössz vissza, hogy pff.” Egy más alkalommal VV Reni azt találgatta, hogy VV Barna és VV Melina hogyan kedvelhették meg egymást, ha pár nappal előtte még gyűlölködtek: „Barna és Melina szerintem azért hetyizget így, meg susmutol, lehet, hogy egymással kapcsolatban is beszélnek olyan dolgokat, amiket nem szeretnék, hogy más halljon, azért megy így a susmurgás és az oda-odabujogálás. Jó, hogy nem lassan takaró alatt beszélgetnek, mint régen Danival.” Amikor VV Barnát kiválasztották, azon gondolkozott, kik ellen lenne esélye visszatérni a játékba: „Négy ember neve forgott meg a fejemben (...) Szívom egy-két embernek az agyát.” Továbbá néhány példát még kiemelünk az alábbiakban, amelyhez külön kommentárt és magyarázatot nem fűzünk: „Kiráz a libabőr” (VV Márió), „Annyira egy bánat, prikézsiafejed van, hogy az valami borzasztó.” (VV Rico)<sup>23</sup>

Az eddigiekből feltételezhető, hogy a női és férfi szereplők viselkedési mintája nemek alapján nem vagy alig különíthető el, de a továbbiakban különböző mutatók alapján a szereplőkre vonatkozó kvalitatív tartalomelemzést végzünk, amely egyéb más adatokkal gazdagítja vizsgálatunkat.

## 2. A kvalitatív tartalomelemzés összefoglaló jellemzése

A teljes vizsgált időszak: 2022. november 25. – 2023. március 2.

A 3 mintavétel elemzési időszakai:

---

23 KORCSMÁROS Felícia: „*Forogj meg a saját sírodba*” – a Való Világ szereplőit szótárral sem értjük. index.hu/kultur/2023/03/03/valo-vilag-11-rtl-video-vv-barna-mario-rico-lissza-nyelvezet-magyar-nyelvujitok/



- adásblokk vizsgált időszaka: 2022. november 25. – december 1.
- adásblokk vizsgált időszaka: 2022. december 31. – 2023. január 6.
- adásblokk vizsgált időszaka: 2023. február 4. – 2023.március 2.
- Vizsgált műsorok: ValóVilág 11 (röviden: VV11), BeleValóVilág 11
- Szereplők: Ákos, Lamin, Dani, Henrik, Rico, Barna, Sajti, Máriaó, Bibi, Lissza, Anita, Kriszti, Piros, Reni, Melina

A VV11 kvalitatív tartalomelemzésének módszertana döntő többségében megegyezik a VV10 kapcsán végzett kutatással, hiszen a kutatási eredmények összehasonlíthatósága így lehetséges.<sup>24</sup>

## 2.1. A kutatás módszertana

A kvalitatív kutatások esetében a kvalitatív kritériumkatalógus alkalmazásával és annak követésével a kutatási folyamatban lehetővé válik a megfelelés ezeknek a kritériumoknak, valamint az érvényesség és a megbízhatóság közötti összefüggések kifejezése.

## 2.2. A kutatás objektivitása

A kvalitatív vizsgálatoknál az objektivitás nehezen igazolható, a kutatás tárgya és a kutató nem független egymástól, folyamatos interakcióban állnak egymással, de ennek ellenére ebben a kutatásban az objektivitást a kódolás tárgyától (ValóVilág és a BeleValóVilág) való lehető legnagyobb függetlenedés alapján igyekeztünk megvalósítani. A kódrendszer kifejlesztői és a kódolást végző személyek között közel egyenlő eloszlás volt abban a tekintetben, hogy ki követte korábban a műsor egyes adásait, és ki az, aki nem ismerte ezt a műsortípust.

A kategóriák felállításánál a pszichológiai, kommunikációelméleti, szociológiai és pedagógiai elveket szem előtt tartva törekedtünk az objektivitás minél teljesebb és szélesebb körű megvalósítására.

## 2.3. A kutatás validitása

A kutatás validitása, azaz érvényessége az jelenti, hogy valóban azt mérjük, amit mérni szeretnénk – a kvalitatív kutatásokban számos módon meghatározható, még ha egzakt módon, számszerűen nem is mérhető. Ennek egyik eszköze a különféle technikák alkalmazása, azaz a trianguláció. A kutatás kezdetén végiggondoltuk, hogy a trianguláció típusai közül melyek alkalmazása lesz releváns és kivitelezhető:

A módszertrianguláció, azaz többféle módszer alkalmazása ugyanazon kérdés megválaszolására részben megvalósult, hiszen a megfigyelés mellett a tartalomelemzés módszerét is használtuk a szereplők viselkedésének és a nemek közötti különbségek felmérésének értelmezése során.

---

24 A korábbi kutatás részletes módszertanának leírása itt található: LENGYELNÉ et al. (2022): 173–176.

Az időbeli trianguláció érvényesítésre került, hiszen a mintavétel során a ValóVilág11 adásainak kiválasztásánál a műsor kezdete, a széria közepe, valamint vége mintavételi pontokat tekintettük elsődlegesnek, azon belül a péntektől csütörtökig tartó időintervallumot elemeztük. A vizsgálatot így egy longitudinális kutatásnak is tekinthetjük, de annak keresztmetszeti jellegét is érvényesíteni tudtuk.

A komprehenzív adatelemzés során a férfi és női szereplők összesített elemzésére, a nemek szerinti eltérések beazonosítására került sor, valamint a személyenkénti elemzést is vizsgáltuk, amelynek célja a viselkedéssjegyek függvényében történő analízisa.

Az alternatív értelmezések ellenőrzése a kódolási struktúra kialakítása, valamint az elemzés során is megvalósult.

A dokumentáció, az átláthatóság és a kutatás lépéseinek folyamatos dokumentálása maradéktalanul megvalósult, hiszen a kódolók minden adáshoz külön megfigyelési jegyzőkönyvet készítettek, valamint ehhez kapcsolódóan reflexiókat és egyéb kiegészítő adatokat is rögzítettek. Ezt követően a kapott adatokat statisztikai adattáblákban, változók formájában kódoltuk.

## 2.4. A kutatás megbízhatósága

A megbízhatóságot a kutatás folyamatos, részletes és pontos dokumentálása, valamint a kutatók reflektív hozzáállása biztosította.

A megbízhatóság kritériumai a kutatásban: a kvalitatív elemzéshez szükséges adatkorpusz előállításához szükséges videóanyagok rendelkezésre álltak az elemzés megkezdése előtt, hiszen televízióban sugárzott műsorról volt szó, azonban a megfigyelés miatt azok átírására nem került sor.

A következetes adatkezelés: a kódolási ismérvek és célok meghatározása több esetben is táblázatos formában valósult meg a tanulmányban. A kutatás teljes dokumentációja és az elemzés lépéseinek leírása részletesen megtörtént.

A megfigyelők közötti egyetértés: megvalósult a kódolók felkészítése folyamatos egyeztetések és a kódolási útmutató elkészítése révén.

A kódolás megbízhatóságának ellenőrzésére érdekében intrakódolást alkalmaztunk, amely során „ugyanazon kódoló két független kódolását végzi el ugyanannak a dokumentumnak”.<sup>25</sup> Tekintettel a vizsgált adások terjedelmére, ennek kivitelezése véletlenszerű kiválasztás alapján történik oly módon, hogy a két kódolás között bizonyos idő telik el.

$$k_m = \frac{n \cdot 2}{i + j}$$

n:= azon szituációk száma, ahol a kódolás megegyezik

i:= az első kódoló vagy ugyanazon kódoló először kapott kódjainak száma

j:= a második kódoló vagy ugyanazon kódoló másodszor kapott kódjainak száma

1. ábra: A megbízhatóság képlete és magyarázata. Forrás: SÁNTHA (2012): 68.

A belső megbízhatóság számszerű kifejezésére Dafinioiu és Longu 2003-ban publikált képletét alkalmaztuk (1. ábra). Meg kell jegyeznünk azonban, hogy a kvalitatív kutatómódszerben jelenleg nincs egyértelmű álláspont a megbízhatóság értékére<sup>26</sup> vonatkozóan, de a Cohen-kappa értékét irányadónak tekinthetjük, ami azt jelenti, hogy 0 és 1 közötti érték esetében – 0,6 felett – a kódolást megbízhatónak tekinthetjük.

Az alábbiakban két megfigyelési szempont alapján mutatjuk be a megbízhatósági próbák eredményét, amelyek mindkét esetben megfelelnek a kritériumoknak.

	1. adásblokk		2. adásblokk		3. adásblokk	
	1. kódolás	2. kódolás	1. kódolás	2. kódolás	1. kódolás	2. kódolás
kódok száma	51	46	48	45	44	46
azon esetek száma, ahol a kódolás megegyezik	40		41		43	
km	0,82		0,88		0,95	

*1. táblázat: Aktivitás (kívülről kapott feladatok) megfigyelési szempont kódolásának megbízhatósági próbája*

Az alábbiakban (1. táblázat) az aktivitás (kívülről kapott feladatok) megfigyelési szempont újrakódolását végeztük el, intrakódolással.

Az első adásblokk kódolásánál 51 darab, a másodikonál 46 darab megfigyelés került rögzítésre; a két kódrendszer között 40 egyezés volt. Ez alapján a megbízhatóság 0,82 ( $km=0,82$ ;  $km>0,6$ ), amely szerint a kódolás elfogadhatóan magas értéket és kódstruktúrát eredményez.

A második adásblokkban 48 darab, a másodikonál 45 darab kódolt eseményt figyeltek meg; a két kódrendszer eredményei között 41 egyezés volt. Ez alapján a megbízhatóság 0,88 ( $km=0,88$ ;  $km>0,6$ ), amely szerint a kódolás elfogadhatóan magas értéket és kódstruktúrát jelent.

A harmadik adásblokk első kódolásánál 44 darab, a másodikonál 46 darab megfigyelés történt; a két kódrendszer között 43 egyezés volt. Ez alapján a megbízhatóság 0,95 ( $km=0,95$ ;  $km>0,6$ ), amely szerint a kódolás elfogadható és megbízható.

	adásblokk		adásblokk		adásblokk	
	1. kódolás	2. kódolás	1. kódolás	2. kódolás	1. kódolás	2. kódolás
<b>kódok száma</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>22</b>	<b>25</b>
azon esetek száma, ahol a kódolás megegyezik	22		23		21	
km	0,81		0,85		0,89	

2. táblázat: Alkoholfogyasztás megjelenése megfigyelési szempont kódolásának megbízhatósági próbája

Az alkoholfogyasztás megfigyelési szempont esetében az alábbi adatokat kaptuk (2. táblázat):

- adásblokk: a kódok száma az 1. kódolásnál 29 db volt, a másodikonál 25 db, az egyezések száma 22; így a megbízhatóság 0,81 ( $km=0,81$ ;  $km>0,6$ ), megfelelő
- adásblokk: a kódok száma az 1. kódolásnál 26 db volt, a másodikonál 28 db, az egyezések száma 23; így a megbízhatóság 0,85 ( $km=0,85$ ;  $km>0,6$ ), megfelelő
- adásblokk: a kódok száma az 1. kódolásnál 22 db volt, a másodikonál 25 db, az egyezések száma 21; így a megbízhatóság 0,89 ( $km=0,89$ ;  $km>0,6$ ), megfelelő

## 2.5. Strukturált változórendszer

A kutatás során az adásblokkok megfigyelési szempontjaiban nem történt módosítás, a korábbi kutatáshoz hasonlóan 4 fő terület köré csoportosult, amelyeken belül változókat hoztunk létre.<sup>27</sup>

A változórendszer elemzése alapján kijelenthetjük, hogy a legdominánsabb terület a szereplők viselkedéscsoportjainak, valamint a társakkal való viszonyuk vizsgálata, ezt követi a kommunikáció és a munkához való hozzáállás.

	<b>Kódolt változók</b>	<b>Összesen hány változóval vizsgáltuk</b>
Feladathoz/Munkához való hozzáállás	Aktivitás Háziasság Együtműködésre törekvés Motiváció a feladat végrehajtására Egyéb észrevétel	4
Társakkal való viszony	Dominancia Mások kritizálása (direkt) Mások kritizálása (indirekt) Konfliktust kerülés Konfliktust keresés Konfliktust felvállaló Konfliktust megoldó Felelősségvállalás Elhárítás Segítségnyújtás Ellenségeség Barátságos megnyilvánulás Szerelmes megnyilvánulás Gyűlölködő, haragos megnyilvánulás	14
Viselkedés	Dohányzás Alkoholfogyasztás Egészségtelen ételek Agresszív megnyilvánulások Olvasás Egyéb intellektuális tevékenység Szépségápolás Edzés Nevetés, öröm Sírás Ölelés, kedvesség azonos neművel Ölelés, kedvesség más neművel Szexuális viselkedés kezdeményezése Szexuális viselkedés elfogadása Szexuális viselkedés elutasítása Meztelenség	16
Kommunikáció	Trágár beszéd Illetlen beszéd témák Kiabálás Bántalmazás Elutasítást jelző póz Szorongást jelző póz Nytottságot jelző póz Egyéb kiemelendő Negatív asszociáció Pozitív asszociáció	10

3. táblázat: Az elemzés strukturált változó rendszere

### 3. A ValóVilág 11 és BeleValóVilág 11 adásblokkjainak részletes statisztikai elemzése

#### 3.1. Az 1. adásblokk elemzése

##### 3.1.1. A kutatás jellemzése

- A vizsgált időszak: 2022. november 25. – 2023. március 2.
- Szereplők a vizsgált időszakban: Ákos, Lamin, Dani, Henrik, Rico, Barna, Sajti, Márió, Bibi, Lissza, Anita, Kriszti, Piros, Reni, Melina

##### 3.1.2. Az 1. adásblokk vizsgálatának eredményei

###### *A játékosok viszonya egymáshoz*

Ebben a kategóriában arra kerestük a választ, hogy a vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók be. Ezeket többnyire gyakorisági vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, majd a kutatók megvizsgálták a kapott értékeket.

###### *Munkához való hozzáállás*

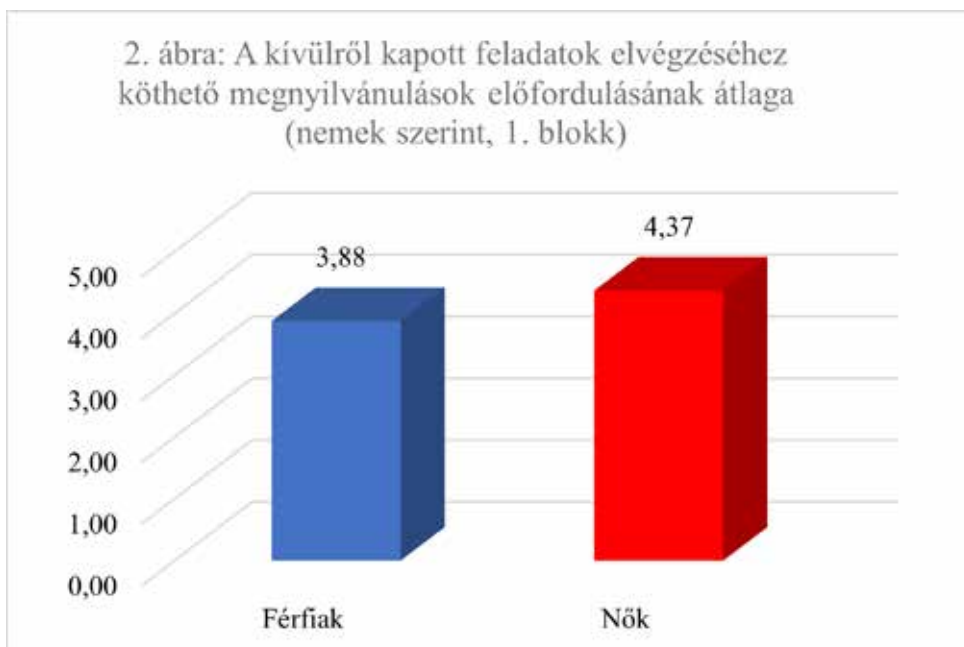
A munkához való hozzáállás főkategória során azt vizsgáltuk, hogy az egyes, elemzett adásintervallumokban a szereplők viselkedése hogyan értékelhető az aktivitás, a háziasság és a motiváció tekintetében.

###### *Aktivitás*

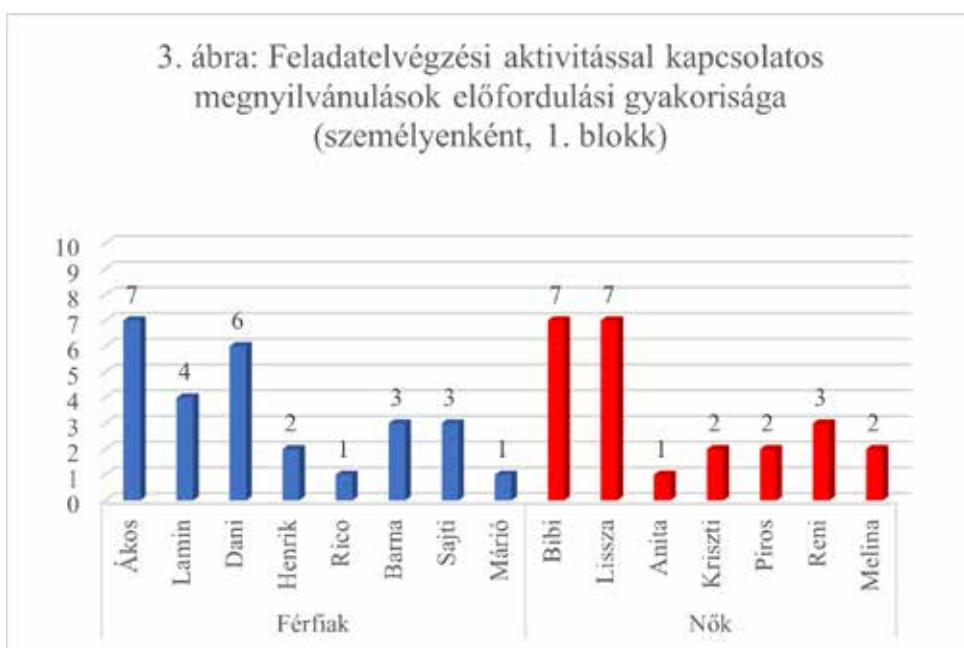
Az aktivitás alatt azt értjük, hogy a szereplők milyen mértékben vettek részt az olyan feladatokban, amelyeket a műsor készítői találtak ki számukra. Az elemzés során egy 5 fokú skálát használtunk, amelyben az:

- 1 = erősen passzív,
- 2 = inkább passzív,
- 3 = semleges,
- 4 = inkább aktív,
- 5 = nagyon aktív.

A tevékenységeket az alapján elemeztük, hogy a szereplők az adott feladattal kapcsolatban hányszor nyilvánultak meg valamely módon. A külső feladatok esetében mutatott aktivitás a férfiaknál adásonként 3,88, a nőknél 4,37 volt. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy a nők döntően az inkább aktív kategóriában teljesítettek a kívülről kapott feladatok során, de a férfiak is inkább e kategória felé mutatnak.

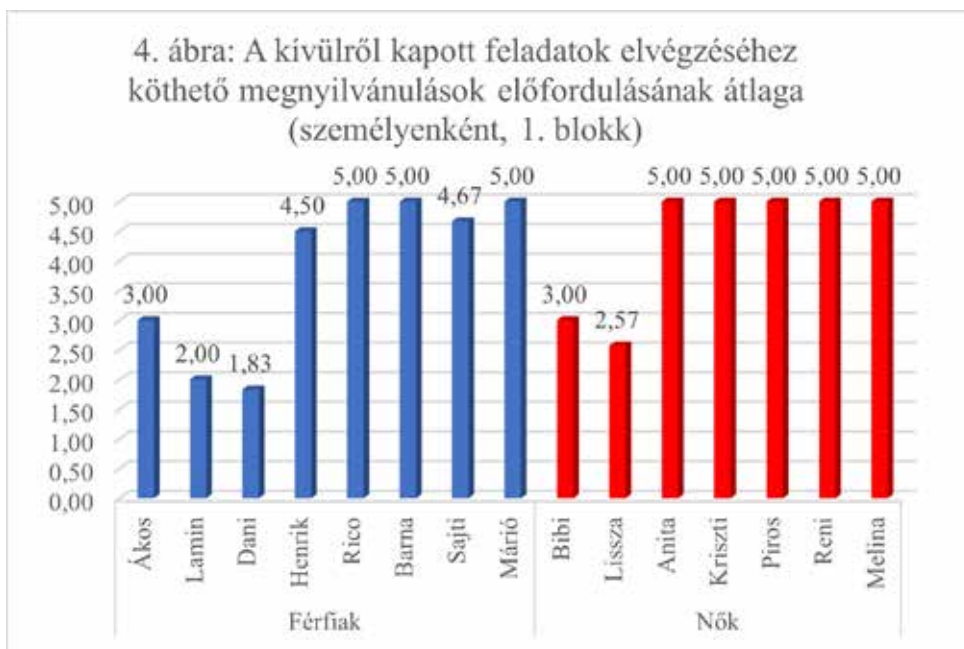


Azt is vizsgáltuk, hogy egy szereplő hányszor nyilvánult meg az adott feladattal kapcsolatban, ami alapján a férfiak közül Lamin esetében figyelhető meg legtöbbször (7 alkalommal) megnyilvánulás, öt követi Dani (6 alkalommal), míg a nők esetében Bibit és Lisszát mutatja a kamera ilyen kontextusban (7–7 alkalommal), a többiek mindkét nem esetében elmaradnak ettől az értéktől.



Ha szereplőkre lebontva vizsgáljuk a kívülről kapott feladattal kapcsolatos tevékenységek intenzitását, akkor megállapíthatjuk, hogy a nők közül szinte minden résztvevő maximális aktivitást mutatott, hiszen Anita, Kriszti, Piros, Reni és Melina nagyon lelkes volt, míg a férfiak között Rico, Barna és Márió esetében volt megfigyelhető hasonló attitűd.

Az előző elemzett évadban (VV10) hasonló tendenciát láthattunk, miszerint a nők aktívabbak voltak, de az aktivitás mértéke jelen évadban (VV11) sokkal nagyobb.



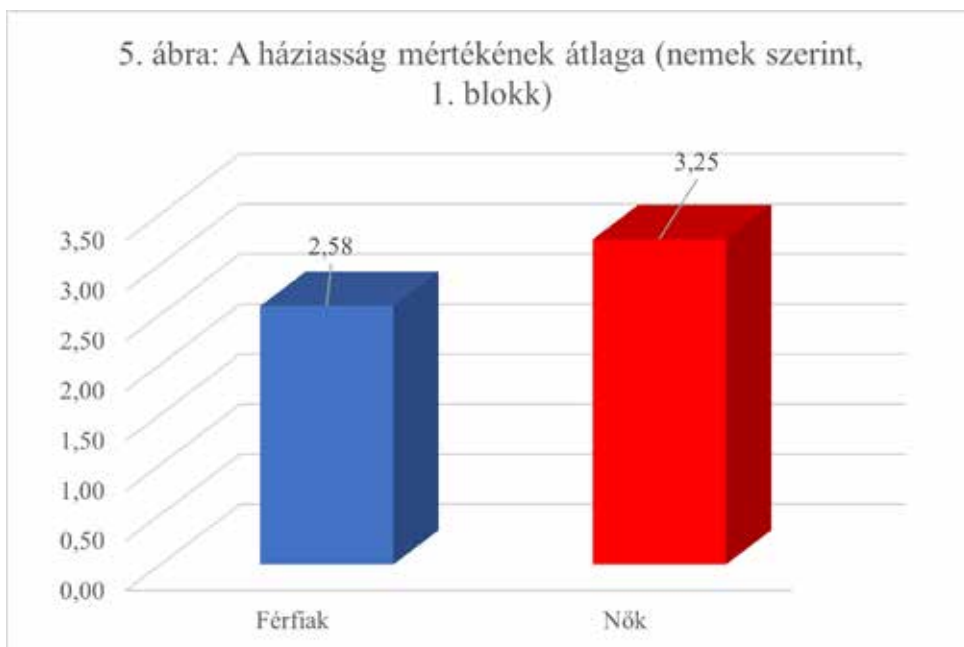
A BeleValóVilág elemzett adataiban egyedül Sajti jelent meg egy alkalommal, ezzel a feladattal kapcsolatban.

### *Háziasság (napi háztartási tevékenység)*

Háziasság alatt a napi háztartási tevékenységek során mutatott aktivitást értjük, amelyet a megfigyelés során mértünk Likert-skálával, ahol az 1 a nem háziast jelentette, míg az 5-ös a háziast.

A háztartási teendőkkel kapcsolatos tevékenységek kapcsán azt mondhatjuk, hogy a vizsgált adásblokkban a nők háziassabbak voltak, mint a férfiak. Az átlagok azt mutatják, hogy a nők az inkább háziast, míg a férfiak a kevésbé háziast kategóriába tartoznak. A két évad között nem volt jelentős különbség a háziasság tekintetében, mindkét esetben a nők bizonyultak háziassabbnak a végzett tevékenységek alapján.





A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulások előfordulási gyakorisága alapján Sajti (13 alkalommal) jelent meg a képernyőn ezzel a tevékenységgel kapcsolatban, őt követte Rico (9 alkalommal). A nőknél Bibi és Lissza (7–7 alkalommal) nyilvánul meg e tevékenységek kapcsán a vizsgált időszakban.



A kapott eredmények alapján kijelenthetjük, hogy a férfiak 70,3%-a egyáltalán nem háziás, a nők esetében ez az arány 50%.

A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulásokat személyenként vizsgálva a férfiak között Rico és Sajti mutatja a háziasság jellemzőit, a nőknél – a vizsgált időszakban – Melina vezet a sort, aki a legháziásabb volt az átlag alapján, őt követi Kriszti és Piros.



Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata alapján megállapítható, hogy a kívülről kapott feladatokhoz kapcsolódó aktivitás és a motiváció a feladat végrehajtására pozitív korrelációs viszonyt mutatnak ( $r=0,903$ ). Továbbá megállapítható, hogy az aktivitás, kívülről kapott feladatok és a háziasság között pozitív korrelációs viszony áll fenn ( $r=0,56$ ).

A BeleValóVilág adataiban azt láttuk, hogy a férfiak aktívabbak voltak a háziasság terén, itt a férfiak átlaga 3,67 volt, míg a nőké 3. A férfi szereplők közül Henrik volt a legkiemelkedőbb, őt követte Ákos és Barna. A nők között egyedül Krisztit mutatta a kamera ezzel a tevékenységgel kapcsolatban.

### *Együttműködésre törekvés*

Az együttműködésre törekvés alatt azt értjük, hogy a szereplők egy-egy feladat elvégzése során mennyire nyitottak a másokkal együtt végzett munkára a kívánt eredmény elérése érdekében:

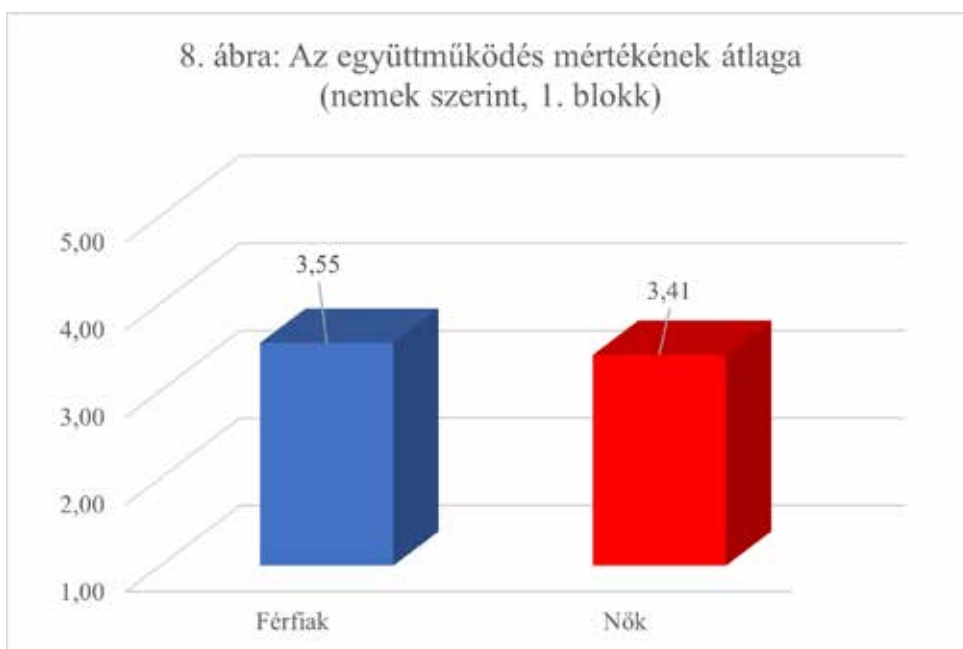
- 1 = teljes mértékben önállóan,
- 2 = inkább önállóan,
- 3 = a semleges,

4 = együttműködésre nyitott,

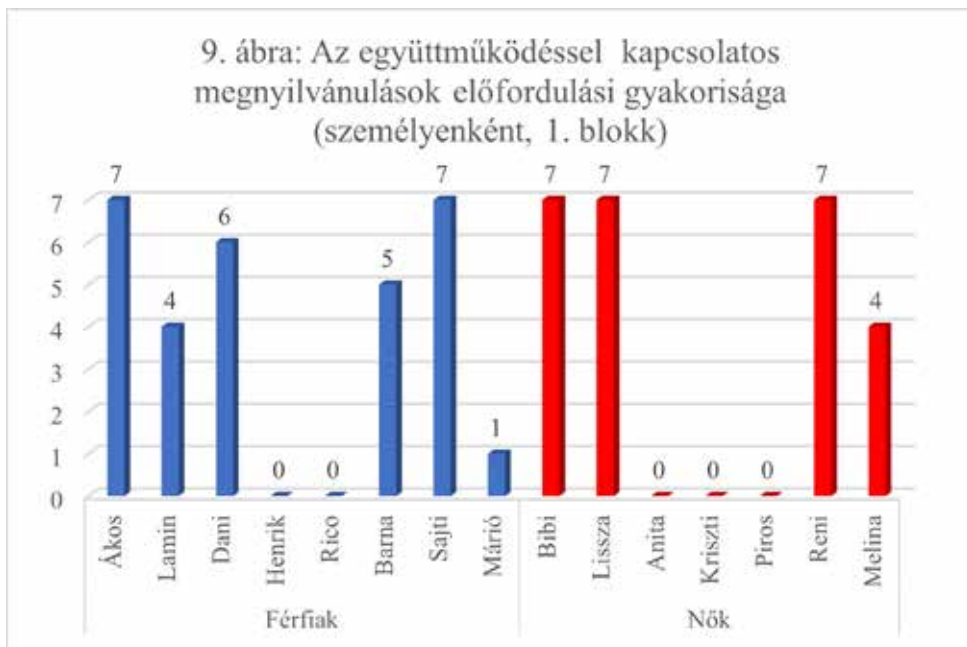
5 = csapatmunkára nyitott

Az együttműködésre törekvés kapcsán a nemek szerinti bontásban azt láthatjuk, hogy a férfiak többször mutattak a műsorban olyan megnyilvánulásokat, amelyek a csapatban való munkavégzésre, együttműködésre utalnak.

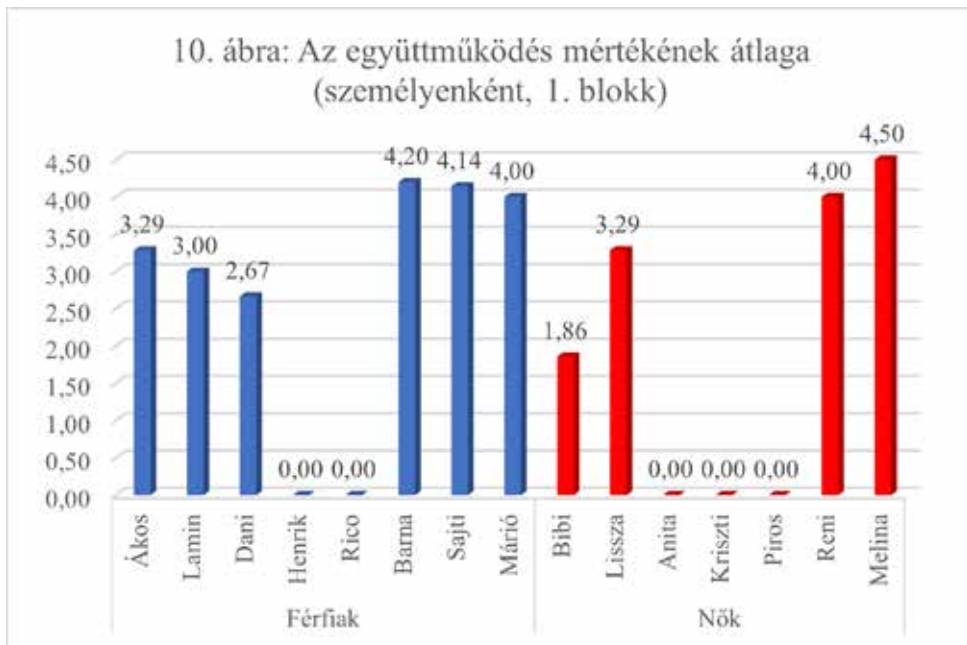
A korábbi VV10 évadban ez az arány eltérő volt, mert a nemek szerinti bontásban a nők valamelyest többször mutattak a műsorban olyan megnyilvánulást, amely a csapatban való munkavégzésre, együttműködésre utal. A VV11 évadban ez az arány megfordult a férfiak javára.



Az együttműködésre törekvéssel kapcsolatban a férfiak közül Ákos és Sajti, a nők közül Bibi, Lissza és Reni került be az adásba ilyen jellegű megnyilvánulással. Érdekes, hogy a kódolók Henrik, Rico, Anita, Kriszti és Piros esetében egy ilyen megnyilvánulást sem jelöltek meg a megfigyelés során.



Ha azt vizsgáljuk, hogy a szereplők milyen megnyilvánulást mutattak az együttműködéssel kapcsolatban, akkor azt mondhatjuk, hogy Barna, Sajti és Márió együttműködésre nyitott volt, hasonlóan a nők között Melina és Reni. Bibi és Dani inkább önállóan mutatkoztak. Reni esetében láttuk leginkább a csapatjátékos attitűdöt.



Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata alapján az aktivitás kívülről kapott feladatok elvégzése és az együttműködésre törekvés pozitív korrelációs viszonyt mutatnak ( $r=0,73$ ).

A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a férfiakat nem mutatták együttműködéssel kapcsolatos tevékenységben, csak a nőket, akik közül főként Lissza (2 alkalommal) és Bibi (1 alkalommal) jelent meg. Likert-skálán értékelt tevékenységük átlaga 2,25, tehát az önálló feladatmegoldás jellemezte villalakókat.

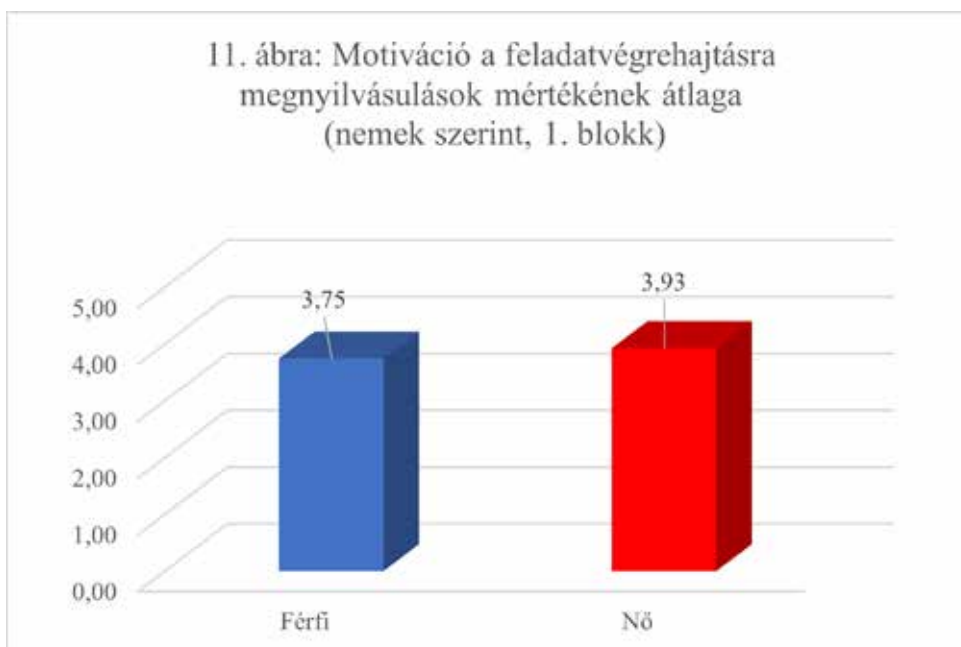
### *Motiváció a feladat végrehajtásra*

A feladat végrehajtás kapcsán kíváncsiak voltunk arra, hogy az adott szereplők nemek szerinti bontásban hogyan állnak az egyes feladat, munka elvégzéséhez. A Likert-skála kategóriáit az alábbiak szerint hoztuk létre:

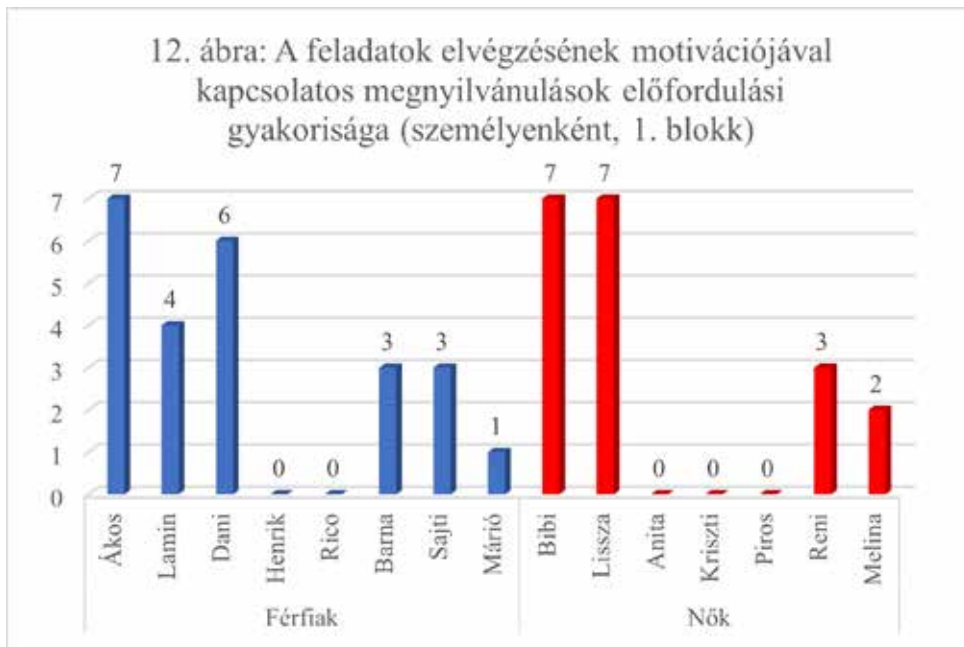
- 1 = nem végzi el a feladatot,
- 2 = épphogy elvégzi a feladatát,
- 3 = vonakodva végzi el a feladatot,
- 4 = elvégzi a feladatot,
- 5 = lelkesen végzi el az adott munkát.

A vizsgált adásblokkban azt láthatjuk, hogy a nőkre jellemzőbb a feladatok elvégzése, mint a férfiakra, bár a különbség nem számottevő, de a passzivitás egyik nemre sem volt jellemző.

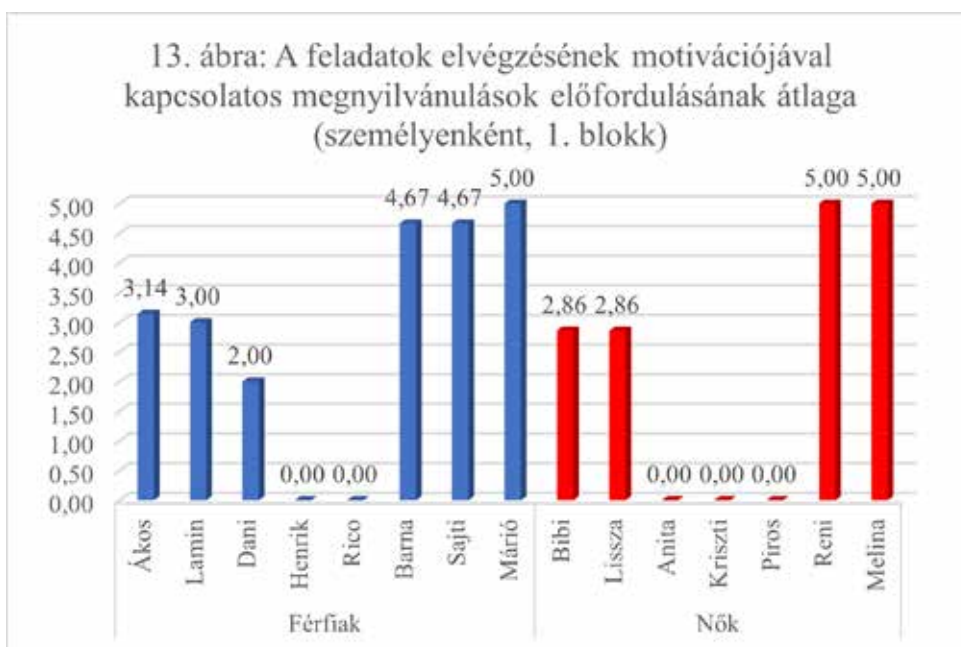
A VV10 a motiváció kapcsán sokkal magasabb átlagértékeket mutat, mint a VV11, de a tendencia hasonló, a nők pozitívabban és lelkesebben végezték a feladatokat.



A feladat végrehajtására vonatkozó motiváció kapcsán a férfiaknál legtöbbször Ákos (7 alkalommal), majd Dani (6 alkalommal) került adásba, míg a nőknél Bibi és Lissza (7–7 alkalommal).



Ha a tevékenységek Like rt-skála alapján vett átlagát vizsgáljuk személyenként, az látszik, hogy Márió, Barna és Sajti lelkesen végezték el a kapott feladatokat, a nőknél hasonló attitűdöt Reni és Melina mutatott.



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a feladatvégzésre vonatkozó motiváció nem jelent meg egyetlen alkalommal sem.

### *Társakkal való viszony*

A társakkal való viszony főkategória esetében arra kerestük a választ, hogy az egyes, vizsgált adásokban a résztvevők milyen viselkedési mintái azonosíthatók, ezeket többnyire gyakorisági vizsgálatok formájában rögzítették a megfigyelők, és ezeket elemeztük.

### *Dominancia, csoportban elfoglalt hely*

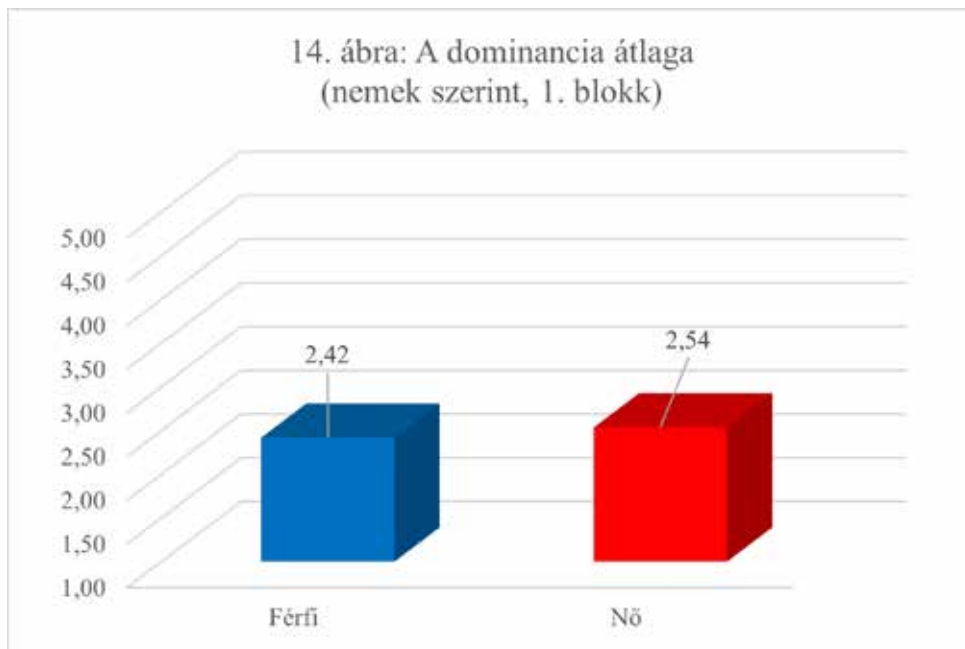
A feladatok elvégzésében – a hozzáállás mellett – a szerepeket is vizsgáltuk, azt, hogy egy feladat megoldásában, illetve összességében a csoportban milyen mértékben vesz részt a játékos. Ennek megfelelően az alábbi kategóriákat különítettük el, amelyek alapján a szereplőket értékeltük:

1. Passzív, nem nyilvánul meg
2. Megnyilvánulásaiban másokat ismétél
3. Esetenként előáll ötletekkel
4. Gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepet vállal
5. Rendszerint irányító, vezető szerepet tölt be

A skála két végpontja között, tehát a passzív feladat végrehajtástól az aktív-dominánsig fokozatokat különítettünk el.

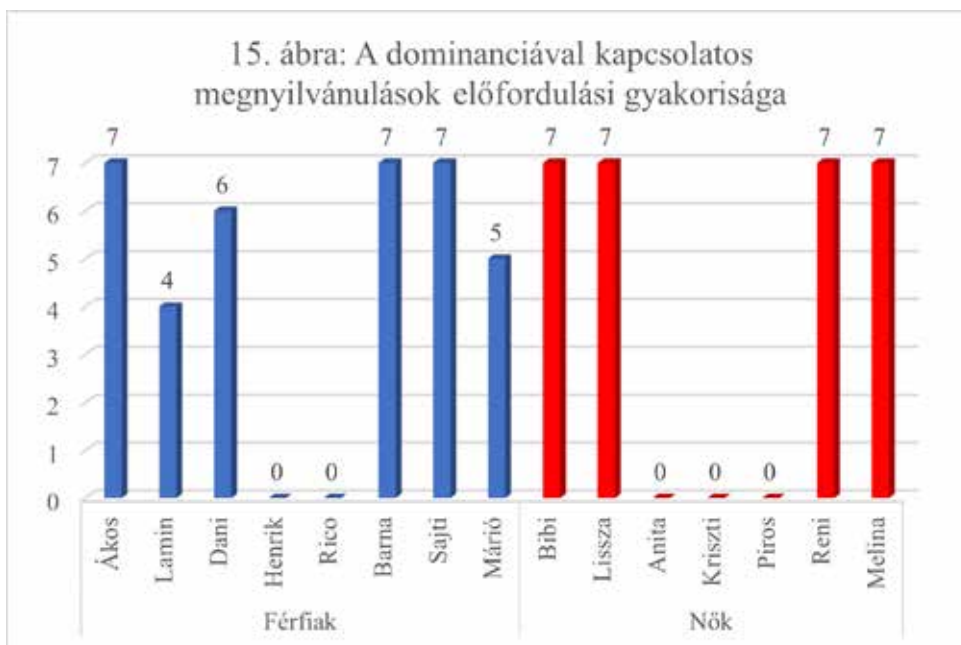
A VV10 és a VV11 adásblokkjainak elemzése alapján kijelenthetjük, hogy a mostani évadban sokkal inkább másokat ismételnék a szereplők, az önálló ötletek nem jellemzők. Jelen szériában a nők nagyon kis arányban, de dominánsabbak, mint a férfiak, a csoportban elfoglalt hely alapján.

A Likert-skála nemek szerinti átlagai azt mutatják, hogy a nők kis különbséggel, de dominánsabbak voltak, és jobban közelítettek az önálló ötletekkel való megnyilvánulások felé, mint a férfiak.

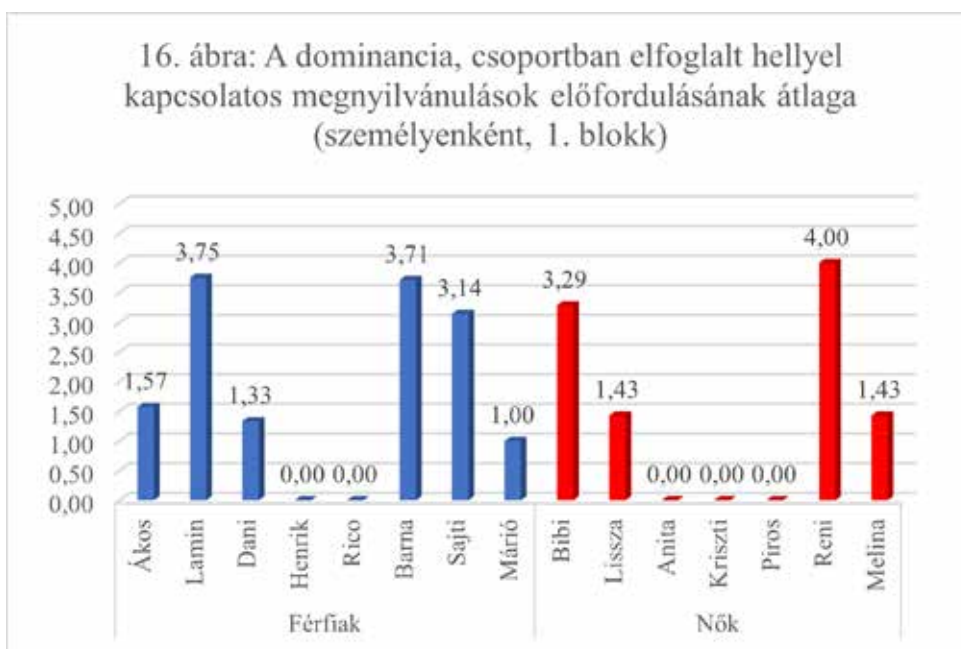


Az adásokban tapasztalható dominancia terén megfigyelt tevékenységek alapján hasonló értékeket látunk: a nők esetében Bibi, Lissza, Reni és Melina, valamint a férfiak közül Ákos, Barna és Sajti egyaránt 7–7 alkalommal nyilvánult meg ebben a kontextusban. Érdekes, hogy a férfiaknál Henrik és Rico, a nőknél Anita, Kriszti és Piros nem jelent meg az adásban ilyen tevékenységek kapcsán.





A nőknél a Likert-skála átlagai alapján Reni az, aki gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepbe lép. A férfiak közül Lamin és Barna esetenként áll elő ötletekkel, míg a lányoknál Bibiről mondható el hasonló. A többiekre a passzivitás jellemző.



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban hasonló arányokat láthatunk, bár az előfordulás gyakorisága alacsonyabb.

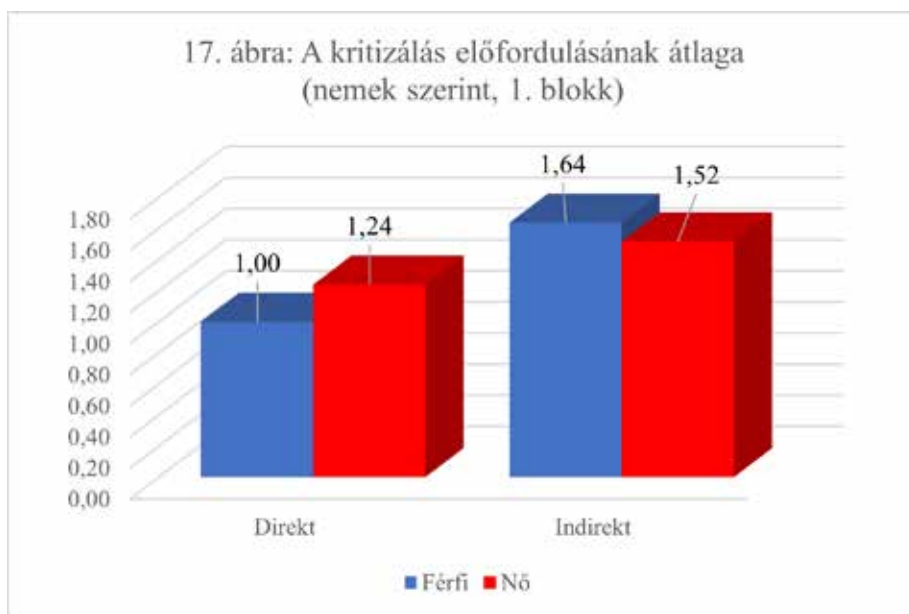
### Kritizálás (direkt, indirekt)

A mások kritizálását fontosnak tartottuk beemelni a kutatásba, hiszen a szereplők megítélését nagyban befolyásolja ez a viselkedés.

Az első adásblokk megfigyelése során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a bírált személy jelenléte nélküli) kritizálásának számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

Az 1. vizsgált mintavételi blokkban a kritikus megnyilvánulások adásonkénti átlagos megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy noha a nők mindannyian a direkt, míg a férfiak az indirekt kritizálás esetében mutattak magasabb arányt.

A VV10 és a VV11 kritizálás szerinti összehasonlítása nagyon eltérő képet mutat, sokkal nagyobb mértékben fordul elő ugyanis mind a direkt, mind az indirekt kritizálás a VV10-hez képest. Az indirekt kritizálás a férfiak esetében sokkal nagyobb arányt mutat, ami a korábbi évadban a nőkre volt jellemző.

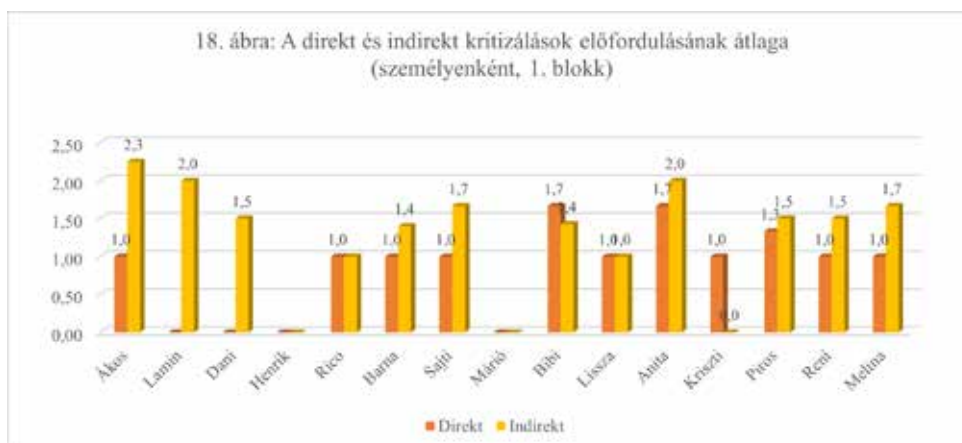


Ha szereplőkre bontva vizsgáljuk meg ezt a viselkedést, akkor azt látjuk, hogy a direkt, közvetlen, szemtől szembeni kritizálásban Bibi és Anita vezet, ez a férfiaknál viszonylag alacsony sőt, több szereplőnél nem is fordul elő.

Az indirekt kritizálásban a férfiak sokkal aktívabbak voltak a vizsgált időszakban, ahol Ákos, Lamin és Sajti vezet a ranglistát. Érdekes jelenség, hogy a női szereplők jelentős részénél mindkét tevékenység előfordul, bár arányuk alacsonyabb, egyedül Krisztinél figyelhető meg csak a kritizálás egyik formája. A férfiak esetében az indirekt kritizálás fordul elő – Henrik és Márió kivételével – mindenkinél, a szemtől-szemben történő megnyilvánulás ritkább.

Ezek elemzése azért lényeges, mert

„Az indirekt kritika — megfelelően alkalmazva — hatékony eszköz lehet a játékosok kezében, hiszen ha sikerül meggyőzni a játékosársakat egy szereplő vélt vagy valós negatív tulajdonságairól, akkor nagyobb eséllyel kerülhet a kiesés közelébe, különösen a játék elején, amikor a játékosok még nem ismerik igazán egymást, és a szövetségek még kevésbé befolyásolják azt, hogy ki kire szavaz a kiválasztásokon.”<sup>28</sup>



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban sokkal több esetben jelent meg az indirekt kritizálás, mint a VV11 adásában, a férfiaknál az átlag 2,83, míg a nőknél 1,5. A direkt kritizálás aránya azonban alacsonyabb volt. Lamin kiemelkedő, 6 alkalommal nyilvánult meg indirekt kritizálás formájában, a nőknél Bibi 2 alkalommal.

### Konfliktus

A szélsőséges érzelmek bemutatása az ilyen típusú reality műsorok esetében elengedhetetlen narratívum, hiszen

„A konfliktus a valóságshow-k egyik legfontosabb eleme, amely fontos szerepet játszik a nézettségben, ezért a szereplőválogatástól kezdve, a feladatokon át, a végső cél eléréséig (csak egy játékos nyerhet) áthatja a műsort. A konfliktusok száma és intenzitása tehát nem növelhető a vélegletekig, a sajátos értékrenddel rendelkező szereplők viselkedése nem minden esetben fajul tettlegességig (rendszerint azért nem, mert az azonnali kizárással jár), de olyan megnyilvánulásokhoz vezethet, amelyet a társadalom többsége elutasít (például a nőkkel szembeni verbális erőszak stb.).”<sup>29</sup>

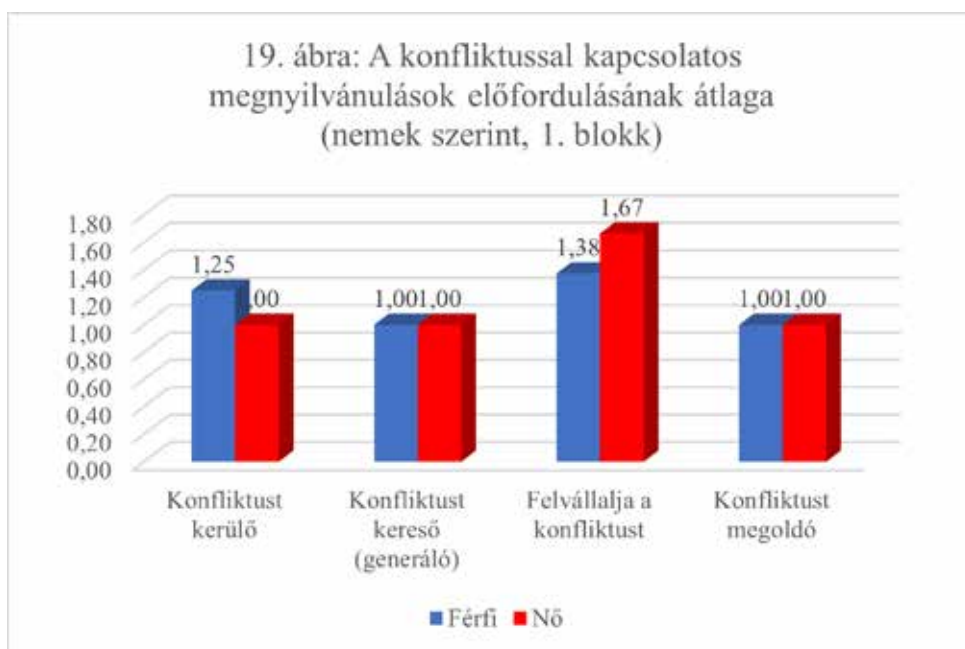
A konfliktusok műsoron belüli előfordulását tekintve arra voltunk kíváncsiak a kutatás kerekei között, hogy a szereplők a vizsgált adásblokkokban hányszor mutatnak olyan magatartást, amely konfliktuskereső, konfliktusfelvállaló, vagy éppen ellenkezőleg: elkerülni vagy megoldani kívánja a konfliktust.

28 LENGYELNÉ (2022): 188.

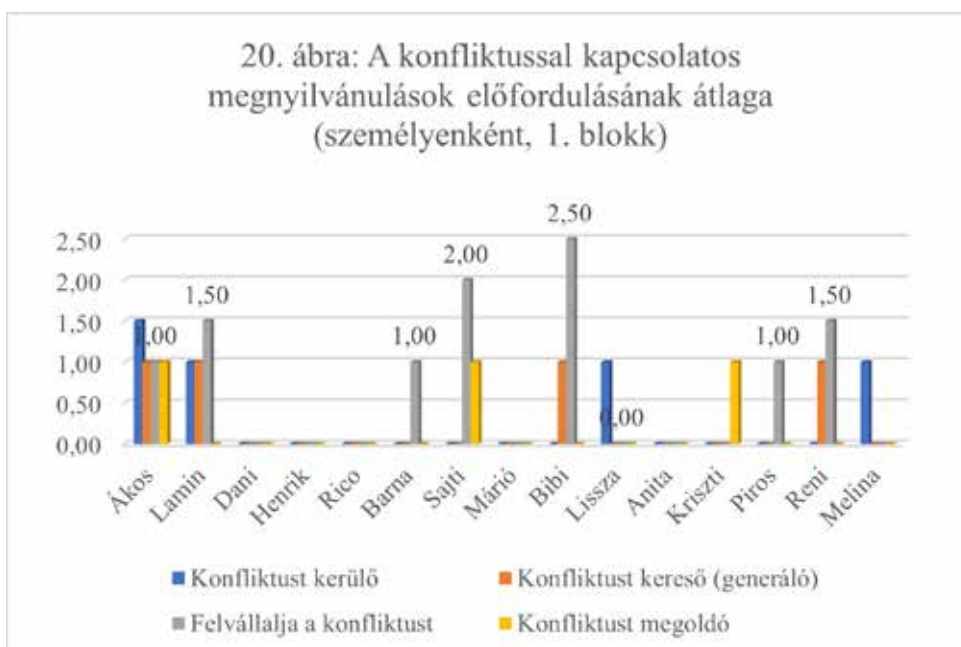
29 Uo., 189.

A nemeket összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy amíg — az átlagot tekintve — a férfiak a konfliktusok kerülésben töltenek be aktív szerepet, addig a nők a konfliktus felvállalásában. A konfrontációkeresésében és megoldásában egyenlő arányú átlagos előfordulást tapasztaltunk.

A VV10 vizsgált adásblokkjához képest sokkal nagyobb arányban figyelhető meg a konfliktusok száma ebben a műsorblokkban. A férfiaknál a konfliktust kerülők aránya magasabb a VV11-ben, a konfliktust generáló férfiak aránya azonban csökkent, ugyanakkor a konfliktust felvállaló és megoldó nők aránya nőtt. Érdekes az a jelenség, hogy sokkal kevesebb szereplővel kapcsolatban figyeltünk meg a VV11-ben konfliktussal kapcsolatos megnyilvánulást.



Az átlagok szereplőnkénti vizsgálata során azt látjuk, hogy Ákos, Lamin és Bibi generálja a legtöbb konfliktust a műsorban, a többiek ebben a tekintetben passzívak voltak. A konfliktusok kerülésénél hasonló szereplőknél látunk aktivitást, hiszen Ákos, Lamin, Lissza és Melina a sorrend, azaz ők hárman próbálták a legtöbb alkalommal elkerülni az összetűzést. Ebből is látszik, hogy a konfliktusokkal kapcsolatos megnyilvánulások összesen pár szereplőre korlátozódnak a vizsgált műsorblokkban. A konfliktusok felvállalásánál Bibi, Sajti, Lamin, Reni és Barna esetében figyelhető meg ez a tevékenység. A konfliktusok megoldására törekvést Ákos, Sajti és Kriszti esetében tapasztalhattuk. Érdekes, hogy több szereplő csupán egy-egy területen volt aktív, például Barba és Piros csak a konfliktusok felvállalásában vett részt, Lissza és Melina pedig csak kerültké a konfliktust.



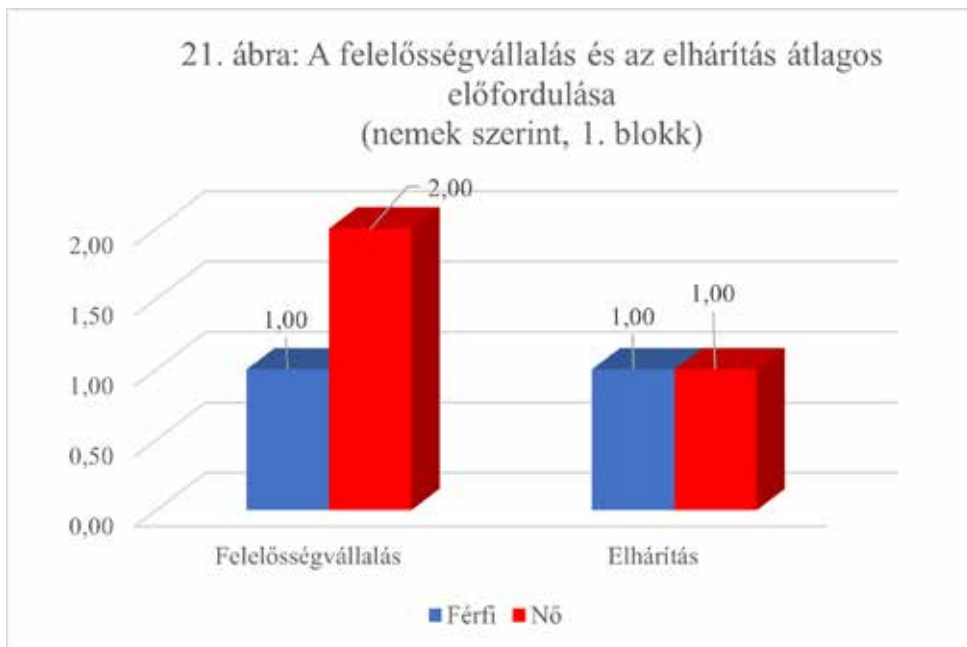
A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a konfliktussal kapcsolatos megnyilvánulások nem gyakoriak a szereplők részéről.

### *Felelősségvállalás*

Felelősségvállalás és elhárítás kategóriák vizsgálatakor arra voltunk kíváncsiak, hogy egy adásblokkban a szereplők hány alkalommal vállalnak tetteikért felelősséget, valamint az esetleges számonkérés során hány alkalommal hártják azt el.

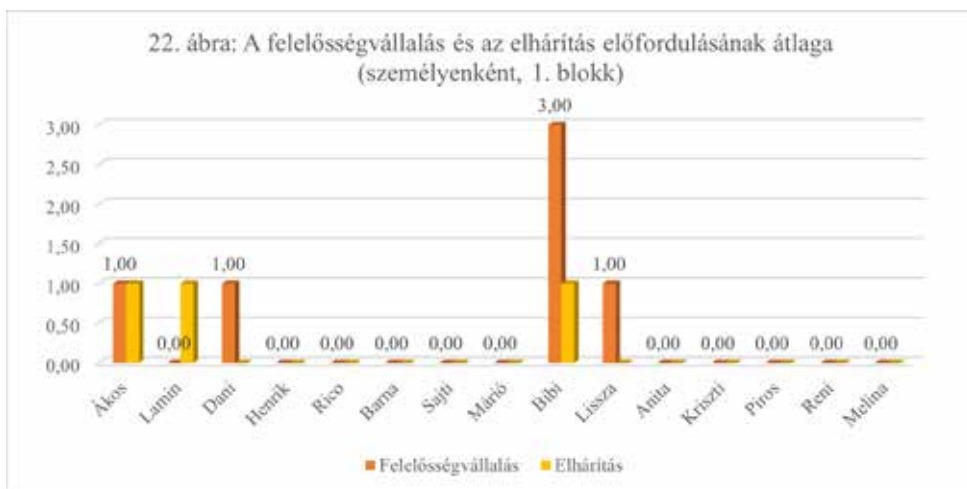
A nők és a férfiak viselkedését vizsgálva a két változó tekintetében azt látjuk, hogy a vizsgált időszakban a nőkre inkább a felelősségvállalás jellemző, az elhárításban ugyanolyan átlagot mutat mindkét nem.

A VV10 és VV11 adásait összehasonlítva megállapítható, hogy a jelen műsorban jelentősen nagyobb arányban jelenik meg mind a nők, mind a férfiak felelősségvállalása. Az elhárítás aránya is nőtt, de a nemek közötti korábbi férfi dominancia kiegyenlítődt. A korábbi évadban is pár szereplőre volt jellemző ez a viselkedés, ami a VV11-ben még szembetűnőbb a vizsgált műsorblokkban.



A felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat tekintve a férfiak közül Ákos és Dani esetében volt megfigyelhető ilyen viselkedés, a nők között Bibinél és Lisszánál láttunk ilyen tevékenységet, bár ezek átlagos előfordulása alacsony volt. A többi szereplő a vizsgált adásokban ezt a két tevékenységet – a kódolók megítélése alapján – nem végezte.

Az elhárítás megjelenését vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a férfiaknál Ákos és Lamin, a nőknél Bibi mutatott ilyen viselkedést.



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban megfigyelhető, hogy a férfiak a felelősségvállalás kapcsán magasabb átlagos előfordulást mutatnak (1,67), mint a VV11 adásában, az elhárítás terén pedig a nők jelennek meg többször (átlag 1,5). Ebben a műsorblokkban Lamin emelkedik ki,

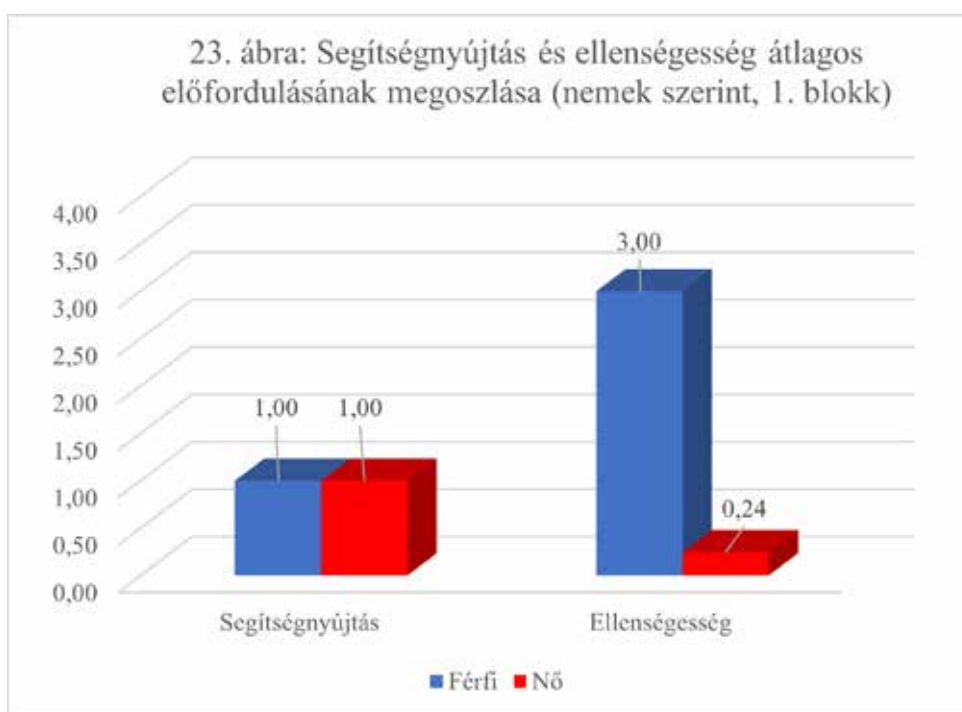
öt követi Ákos és Dani a felelősségvállalás előfordulásának átlaga terén, a nőknél Bibi a felelősségvállalás, Lissza az elhárítás terén mutat a többiekhez képest kiemelkedő megnyilvánulást.

### *Segítségnyújtás és Ellenségesség*

A segítségnyújtás változó alatt azt értettük, hogy a résztvevők a társaikkal való kapcsolatuk során mennyire segítik egymást egy probléma felmerülése kapcsán, az ellenségesség alatt pedig azt, hogy adott szituációban mennyire viselkednek ellenségesen egymással.

A vizsgálatunk során azt tapasztaltuk, hogy a segítségnyújtás terén a nők és a férfiak átlaga azonos, bár az előfordulások aránya is alacsony volt. Ellenségesen a férfiak jelentősen nagyobb arányban nyilvánultak meg.

A VV11 évadban a férfiak dominanciája jobban megfigyelhető, ami az ellenségesség arányán is látszik, hiszen míg a VV10-ben a nők átlagos előfordulása volt a jellemzőbb, most a férfiaké. A segítségnyújtás terén kiegyenlítődték az átlagos megjelenések.



A hasonló eredmények indokolták, hogy megvizsgáljuk: kimutatható-e összefüggés a kritizálás és az ellenségesség között, és az eredmények azt mutatják, hogy az összefüggés erősen szignifikáns pozitív, azaz aki a szereplők közül hajlamos mások kritizálására, az hajlamos az ellenséges viselkedésre is.

Megvizsgáltuk a nemek és az ellenségesség kapcsolatát is, amely szerint a kódolt személy neme és ellenségessége között erős szignifikáns összefüggés van.

A segítségnyújtást személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Ákos, Lamin, Dani, Barna, Sajti, Bibi, Lissza, Kriszti, Reni és Melina ugyanolyan arányban

mutatott ilyen viselkedést. Több játékos van, aki a vizsgált adásblokk során egyetlen alkalommal sem segített a társainak: Henrik, Rico, Márió, Anita, Piros.

Az ellenséges magatartás tekintetében Lamin vezet a sort, őt követi alacsonyabb előfordulással Ákos és Bibi. A nők közül Bibi volt egyedül ellenséges a vizsgált időszakban. Ennél a kategóriánál is több játékos van, aki a vizsgált adásblokk során egyetlen alkalommal sem viselkedett ellenségesen: Dani, Henrik, Rico, Barna, Sajti, Márió, Lissza, Anita, Kriszti, Piros, Reni és Melina.



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a segítségnyújtás és ellenségesség terén az arányok nem mutatnak eltérést a VV11-hez képest.

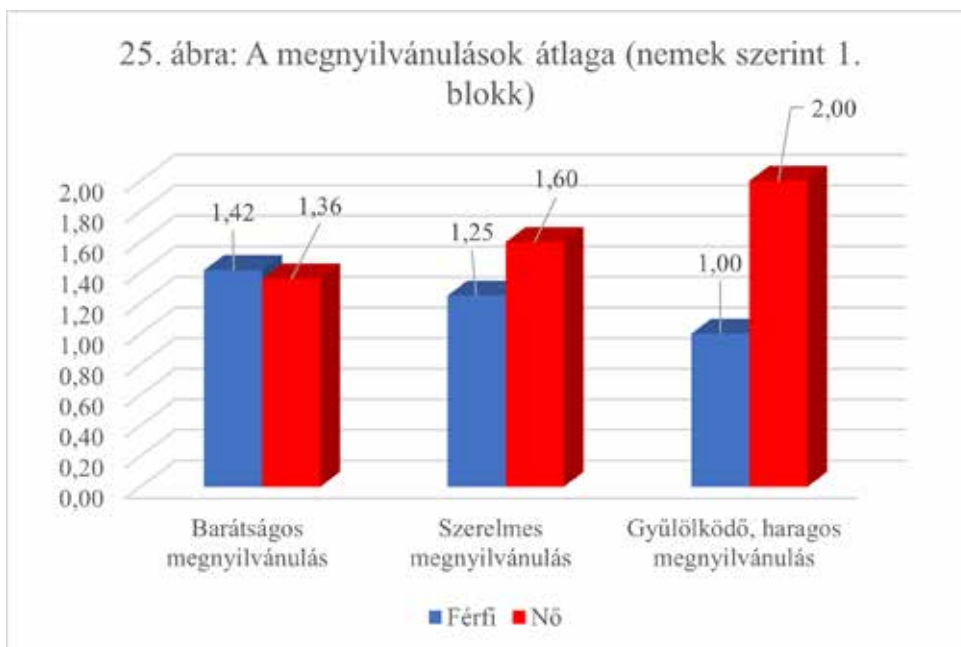
### Megnyilvánulások

A megnyilvánulásoknál három fő kategóriát vizsgáltunk, ennek keretében azt néztük meg, hogy a szereplők az egyes adások alatt hány alkalommal viselkednek barátságosan, hány alkalommal van valamilyen szerelmes megnyilvánulásuk, illetve gyűlölködő és haragos hangulatban másokkal szemben hány alkalommal nyilvánulnak meg.

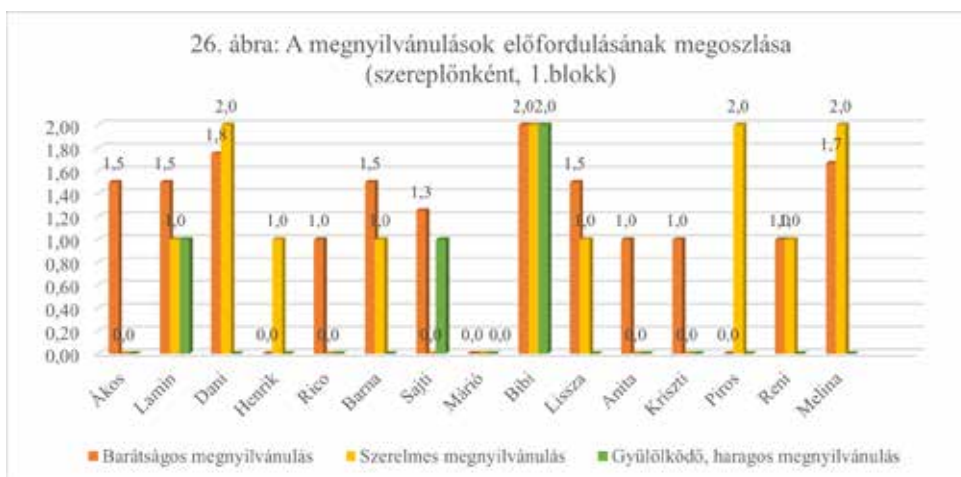
Az első adásblokkban a barátságos és a szerelmes megnyilvánulás hasonló arányt mutat, de a férfiak egy kicsit intenzívebbek ezen a téren, hasonlóan a gyűlölködő, haragos viselkedéshez, ami a nőknél nem is fordul elő.

A VV10 és VV11 évadok közötti különbségeket vizsgálva az első adásblokkra a sokkal gyakoribb és nagyobb arányú barátságos és szerelmes megnyilvánulás a jellemző, valamint érdekes jelenség az, hogy a nők gyűlölködő, haragos megnyilvánulása szinte egyáltalán jellemző.





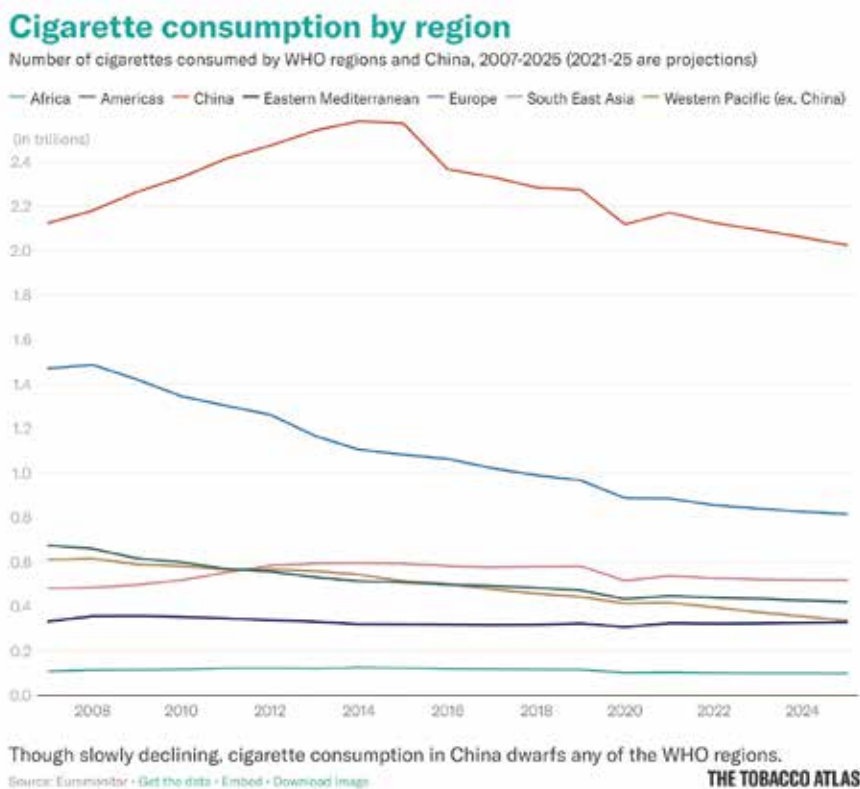
A szereplők szerinti elemzésnél Dani és Melina átlaga hasonlóan magas a barátságos megnyilvánulás esetében. A szerelmes megnyilvánulás Bibire, Melinára, Pirosra és Danira a leginkább jellemző, míg a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás a nők között egyedül Bibire, a férfiak között Sajtira és Laminra.



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a szerelmes megnyilvánulások átlagos előfordulása a férfiaknál magasabb (férfiak átlaga 1,5, a nők 1,3), továbbá a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás terén is van különbség a VV11-hez képest, mert ebben a blokkban nem jelenik meg a szereplők közül senki, ilyen jellegű tevékenységgel.

## Dohányzás

A dohányzás mértékének csökkentésére a leghatékonyabb mód a dohánytermékek árának emelése, becslések szerint egy 10%-os áremelés 3–5%-kal csökkenti a teljes cigarettafogyasztást.<sup>30</sup> A WHO régióiról és Kínáról készült kimutatáson látható, hogy Európában a legjelentősebb a dohányfogyasztás mértékének csökkenése (2007 és 2022 között 1,47 Trillióról 0,86-ra csökkent az érték), valamint Amerikában láthatunk csökkenést (ugyanezen intervallumban 0,67-ről 0,42-re), a többi ország esetén nagyjából stagnáló a helyzet, Kínában pedig egy emelkedés után 2022-re érték el újra a 2007-es szintet.<sup>31</sup> „A dohánytermékek magyarországi piaca hosszú távon csökkenő tendenciát mutat, a legfrissebb adatok szerint [2020] a volumen 2019-ben 11 235 tonna lesz, ami 45%-os csökkenést jelent a 2009-es szinthez képest.”<sup>32</sup>



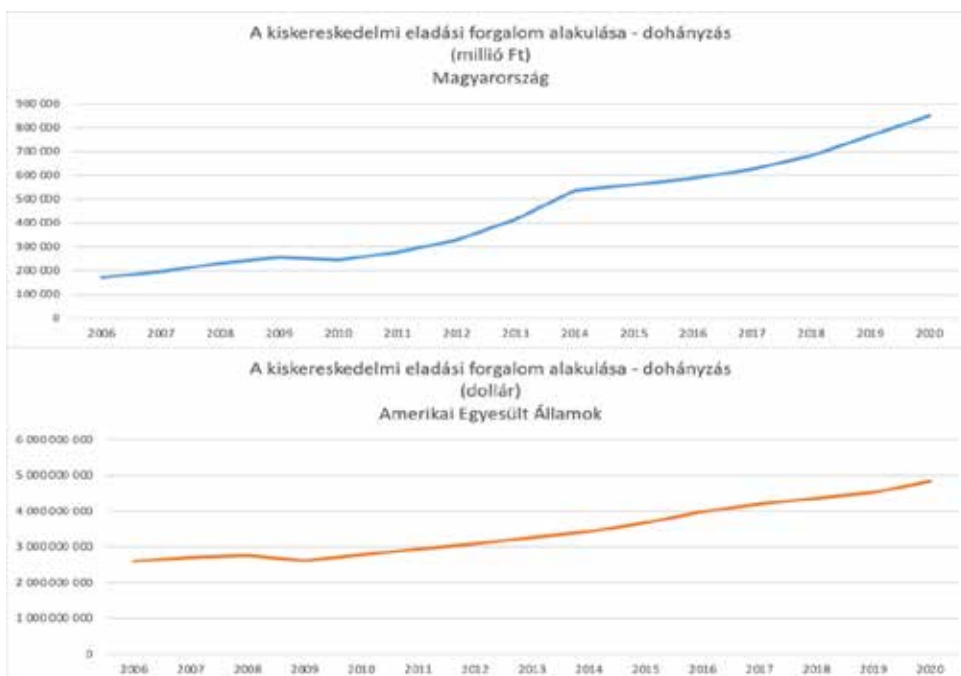
27. ábra: Cigarettafogyasztás régióként

30 *Economic Trends in Tobacco*. Centers for Disease Control and Prevention, 2022. július 26. [www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/fact\\_sheets/economics/econ\\_facts/index.htm#print](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/fact_sheets/economics/econ_facts/index.htm#print)

31 *Challenge. Product Sales*. 2022. május 18. [tobaccoatlas.org/challenges/product-sales/](http://tobaccoatlas.org/challenges/product-sales/)

32 *Smokeless Tobacco in Hungary, 2020*. [www.globaldata.com/store/report/smokeless-tobacco-in-hungary-2020/](http://www.globaldata.com/store/report/smokeless-tobacco-in-hungary-2020/)

Míg a dohányzás mértéke csökken Amerikában, addig az eladásból származó bevétel továbbra is emelkedik.<sup>33</sup> A dohányeladásból származó bevétel hazánkban is hasonló emelkedést mutat.

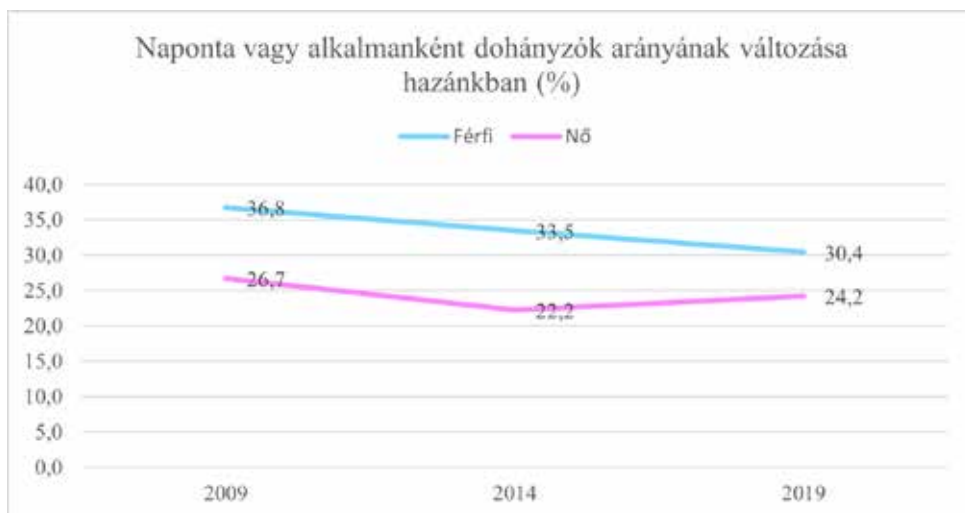


28. ábra: A dohánytermékek kiskereskedelmi eladási forgalmának alakulása Magyarországon és az Amerikai Egyesült Államokban<sup>34</sup>

Ha a naponta vagy alkalmanként dohányzók számára fókuszálunk Magyarországon, akkor, tíz éves viszonylatban, a férfiak esetén lineáris csökkenést láthatunk, míg a nők esetén jelentős csökkenés alakult ki 2014-re, azonban ezt követően kismértékű emelkedést tapasztalhatunk, de a 2009-es szintet már nem éri el. A férfiak-nők viszonyában a dohányzás minden vizsgált időszakban a férfiak esetében mutat magasabb értéket.

33 *Federal Trade Commission Smokeless Tobacco Report 2020. Issued 2021.* [www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-cigarette-report-2020-smokeless-tobacco-report-2020/p114508fy20smokelesstobacco.pdf](http://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-cigarette-report-2020-smokeless-tobacco-report-2020/p114508fy20smokelesstobacco.pdf)

34 *A kiskereskedelmi eladási forgalom főbb árucsoportonként.* Központi Statisztikai Hivatal. [www.ksh.hu/stadat\\_files/bel/hu/bel0005.html](http://www.ksh.hu/stadat_files/bel/hu/bel0005.html)



29. ábra: A dohányzás változásának aránya Magyarországon<sup>35</sup>

A dohányzás engedélyezésének kérdése a valóságshow-k esetén nemcsak hazánkban jelenik meg kérdésként, hanem nemzetközi szinten is befolyásolja az adások megszervezését.

„Az Endemol minden országban igyekszik maximálisan betartatni a dohányzással kapcsolatos előírásokat, így például az Egyesült Királyságban már 2007 óta nem lehet olyan munkahelyen dohányozni (a Big Brother forgatási helyszínét munkahellyel nyilvánították), amely felett tető van, és vannak falai, és ezt a szabályt a Big Brother szériáiban is be kell tartani. Annak ellenére, hogy egy 2017-es publikáció szerint az Egyesült Királyság mutatói (17% a dohányzók aránya) sokkal jobbak Magyarországnál (27%), a VV 10 Powered by Big Brother falai között megengedett a dohányzás, és a játékosok többsége él is ezzel a lehetőséggel.”<sup>36</sup>

2019-ben ez az adat még rosszabb volt. Egy reprezentatív országos felmérés szerint a felnőtt lakosság 28,9%-a dohányzik, ami a férfiak esetében a lakosság 33,62%-a, a nőknél pedig a lakosság 24,70%-a.<sup>37</sup>

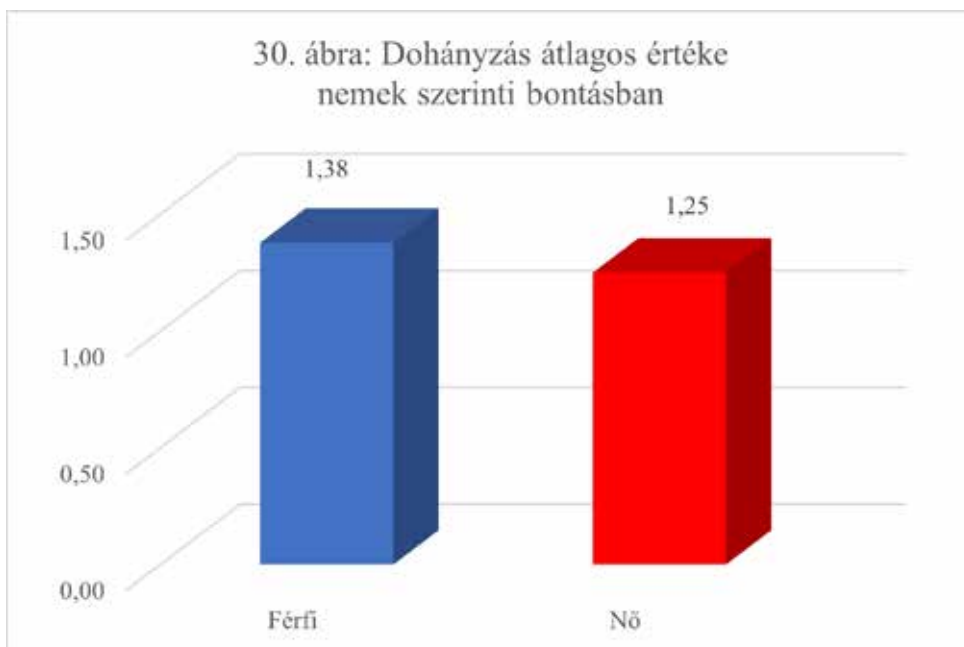
Jelen kutatásban a dohányzás megfigyelésénél az előfordulások számát vettük alapul. Egy előfordulásnak tekintjük a két képváltás közötti megjelenítést.

A VV 11. évadának első megfigyelési időszakában a dohányzás mint cselekmény (ahogy rágyújtanak, ahogy cigarettát fognak a kezükbe) alig fordul elő, pedig az előző szériában meghatározó viselkedése volt a szereplőknek. Így, az adásokban közreadott képsorok alapján a vizsgált mintavételi blokk 7 női szereplője közül 5 fő dohányzik, míg a 8 férfi közül csupán 3 fő. Azonban a férfiaknál több alkalommal figyelhető meg a dohányzás, így a három férfi adásonkénti átlagos dohányzásértéke kicsit magasabb (1,38), mint a nők esetében (1,25).

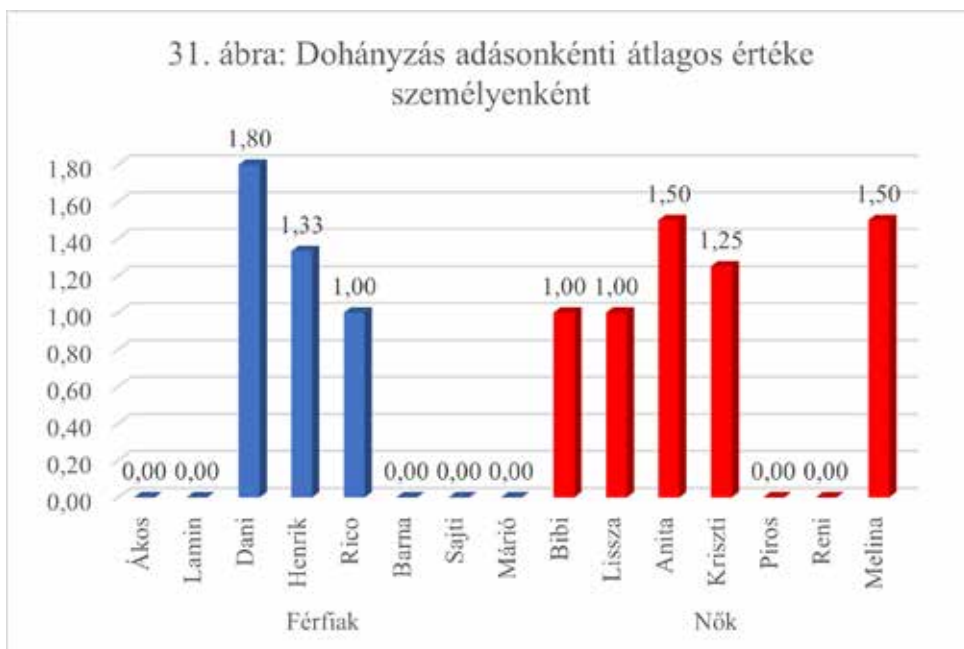
35 A népesség megoszlása dohányzási szokások szerint. Központi Statisztikai Hivatal. [www.ksh.hu/stadat\\_files/ege/hu/ege0040.html](http://www.ksh.hu/stadat_files/ege/hu/ege0040.html)

36 LENGYELNÉ (2022): 195.

37 Ács (2019)



A dohányzás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Lamin dohányzott a legtöbb alkalommal, őt követte Lissza és Reni azonos értékkel.



Mint ahogy említettük az előző bekezdésekben, az adás szerkesztésében nagy változást tapasztalhatunk, hiszen míg a korábbi évadokban láthatta a néző, amikor egy szereplő rágyújt, most ilyen bevágással nem találkozunk. Azt láthatjuk, hogy a szereplők cigarettával a kezükben mászkálnak, de ezen bevágások száma nincs összhangban a villában található hamutartók telítettségével, ami utal arra, hogy a sugárzott adásban tudatosan nem mutatják ezeket a jeleneteket. A BeleValóVilágban több alkalommal ki is takarták a szereplők arcának azt a részét, ahol látszik, hogy dohányoznak, azonban nem minden alkalommal. Összegezve, a sugárzott adás a készítőik által kiemelt momentumokat mutatja, és ennek egy érdekes következménye alakult ki: a vizsgált időszakban a VV11 adásaiban Sajti és Márió nem dohányzik, azonban ha a BeleValóVilág adásait is megvizsgáljuk, ott már mindketten megjelennek cigarettával a kezükben, így módosul a dohányzó férfiak száma 5 főre.

Ezt figyelembe véve, a dohányzó villalakók nemek szerinti összetétele jelentősen eltér az országos adatoktól. Egyrészt a villában a nőkre jellemzőbb a dohányzás, míg országosan a férfiaknál magasabb az érték, és az arányok is meglepőek, főleg a nők esetén. A villában a férfiak 62,5%-a dohányzik, ami jóval magasabb a 2019-ben mért országos adatoknál (férfiak esetén 33,62%), de azért nem éri el az érték kétszeresét, míg a nők esetén a 71,4%-os dohányzási arány közel háromszorosa az országos 24,70%-os értéknek.

### *Alkoholfogyasztás*

A Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján 2019-ben a magyar lakosság 25,4%-a fogyaszt mérsékelten vagy nagyobb mértékben alkoholt, ami a férfiak 40,2%-áról a esetén mondható el, a nőknél pedig 12,1%-ra jellemző.<sup>38</sup>

„Egy 2018-as vizsgálat szerint Magyarország az európai középmezőnybe tartozik a 15 év felettiek alkoholfogyasztását tekintve mind a nők (20,8 gramm tiszta alkohol naponta), mind a férfiak (51,7 gramm tiszta alkohol naponta) vonatkozásában, azonban egy 2016-os vizsgálat rámutatott arra, hogy az alkoholfogyasztásnak tulajdonítható, 100 000 lakosra jutó halálozási arány Európát tekintve Magyarországon a 4. legrosszabb.”<sup>39</sup>

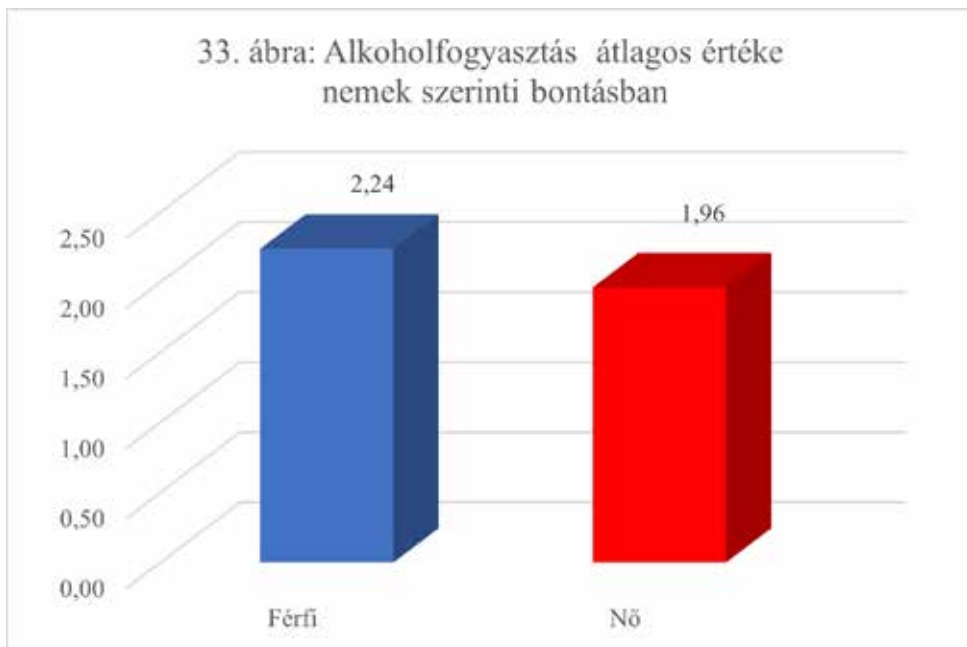
38 *A népesség megoszlása alkoholfogyasztási szokások szerint.* Központi Statisztikai Hivatal. [www.ksh.hu/stadat\\_files/ege/hu/ege0038.html](http://www.ksh.hu/stadat_files/ege/hu/ege0038.html)

39 Lengyelne (2022): 197.



Kutatásunkban a viselkedés elemzésének részét képezi az alkoholfogyasztás gyakoriságának áttekintése is. Jelen évad ValóVilág adásaiban jelentősen lecsökkent az alkoholfogyasztás fizikai megnyilvánulásának képernyőn történő közlése. Ritkán volt látható, hogy a műsor szereplője belekortyolt az italába, viszont az gyakori volt, amikor csak kezében tartotta az italt, vagy a beszélgetésekben alkoholfogyasztáshoz köthető motívumok jelentek meg, ezért kódolásunk során ezt is figyelembe vettük. Figyelmünk kívül hagytuk azonban azokat az eseteket, amikor egyértelműen látszott, hogy alkoholos befolyásolás alatt áll a szereplő, de az adásban nem jelenik meg, hogy alkoholos italt fogyasztana vagy tartana a kezében.

Nemek szerinti összehasonlításban a férfiak fogyasztottak többször alkoholt, adásonként 2,24 alkalommal, a nők pedig 1,96 alkalommal.



Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Barna és Sajti, valamint Lissza fogyasztott alkoholt, míg az előző évadban volt olyan szereplő, aki egyáltalán nem fogyasztott alkoholt a vizsgált adásblokkban, addig jelent évadban ilyen személlyel nem találkozhatunk.





A BeleValóVilág adásaiban is – a VV11 összefoglalóihoz – hasonló a nemek közti megoszlás, a férfiak esetén az átlagos alkoholfogyasztási érték 2,04, a nőknél pedig 1,92. A szereplőkén-ti helyzetkép viszont nagyon eltérő a BeleValóVilág adásainál. A vizsgált időszakban Lissza (átlag = 4,2) jelentősen kiemelkedik a többi szereplő közül a magasabb alkoholfogyasztási értékével, míg az őt követő Sajti esetén ez az átlagos érték 3,00.

Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata az alkoholfogyasztás és a dohányzás közötti pozitív korrelációs viszonyt mutatnak ( $r=0,365$ ).

### *Egészségtelen ételek*

A vizsgálat során kódolásra került, hogy hány esetben fogyasztanak egészségtelen ételeket (chipszet, csokoládét stb.) a villa lakói. Az első adásblokk során alig volt megfigyelhető ez a tevékenység, csak Barna, Bibi és Lissza esetén láthattunk 1–1 előfordulást az egy hét alatt, a BeleValóVilág adásrészeiben pedig nem jelenik meg a tevékenység.



### *Agresszív megnyilvánulások*

Az agresszív megnyilvánulás mint fizikai cselekmény az első adásblokkban számottevően nem jelenik meg a műsorban: Lamin egyetlen megnyilvánulásától eltekintve nem kaptunk mérhető értéket.

### *Olvasás – Egyéb intellektuális tevékenység*

Elemzésünk szempontjainak kialakításakor próbáltunk a társadalom számára pozitív példaként állítható cselekményeket is keresni a műsorban, ezért olyan kategóriák, mint olvasás és egyéb intellektuális tevékenység is részét képezte megfigyelésünknek. Azonban az olvasás csupán három szereplőnél jelenik meg, azonban az instrukciók felolvasásában kimerül ez a tevékenység. Bibi és Ákos mint villamesterek olvastak fel kívülről kapott utasításokat, Lissza pedig az influencer héten tette ugyanezt. Egyéb olvasási tevékenység előfordulását az is nehezíti, hogy a sugárzott képsorokon a villában egyetlen alkalommal sem tűnik fel könyv vagy egyéb nyomtatott anyag. Egyéb intellektuális tevékenységet pedig nem sikerült a megfigyelőknek feltárni.



### *Testedzés*

A vizsgált időszakban a testedzés nem képezte részét a villalakók életének. Csupán Máriónál találkozunk egyetlen adásban testedzéssel, míg az előző, VV10-es évadban a többségnél megjelent a tevékenység. A BeleValóVilág műsorrészeiben pedig Riconál jelenik meg az edzés.

### *Szépségápolás*

A szépségápolás kategóriába soroltunk be minden olyan mozzanatot, amely túlmutat a mindennapos higiéniai tevékenységeken (például kézmosás, zuhanyzás stb.), és a külső megjelenést pozitívan befolyásolja (például körömfestés, sminkelés stb.).

Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, azt az eredményt kapjuk, hogy csak a nőkhöz köthető ez a tevékenység, személyenként vizsgálva pedig látható, hogy a sugárzott adásokban csak három személy esetében (Bibi, Lissza, Kriszti) 1–1 alkalommal jelenik meg.



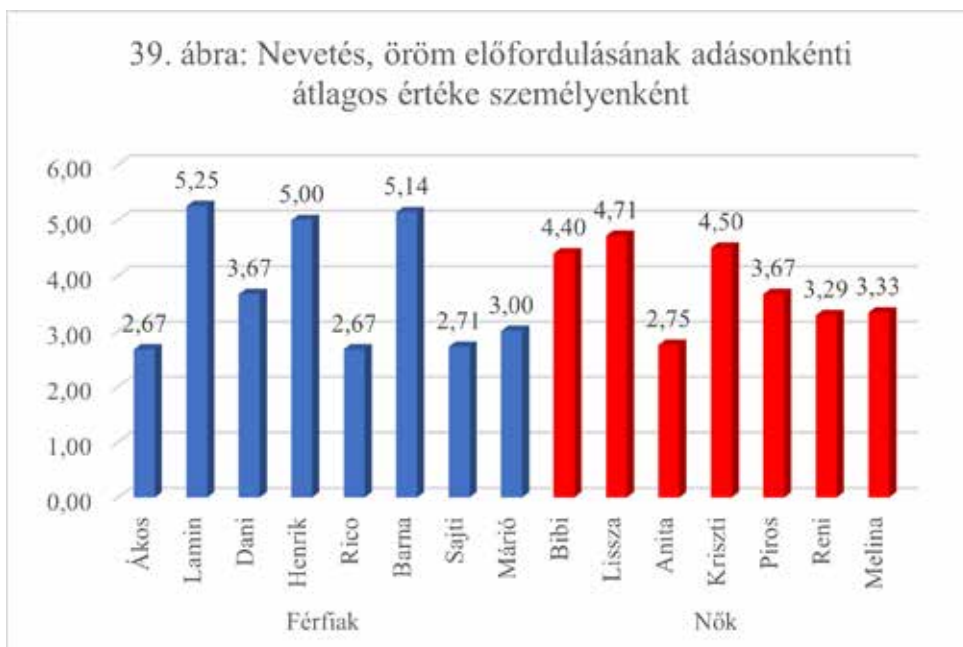
A BeleValóVilág adásrészeiben Lissza és Dani esetén tapasztalhatunk szépségápolási tevékenységet.

### *Nevetés, öröm*

A nevetés és öröm megnyilvánulása 76 esetben került megfigyelésre, adásonként 5 és 33 előfordulási érték között mozogva. A diagram kiválóan szemlélteti, hogy – csekély nemek közötti különbséggel – mindenkire jellemző a jó hangulat megnyilvánulása.



A tevékenység személy szerinti vizsgálata alapján azt láthatjuk, hogy mind a nők, mind a férfiak mindegyikénél megjelenik a nevetés és az öröm kifejezése. Barna és Lissza értékei kiemelendők, mivel a vizsgált időszak minden napján magas értékeket rögzíthettünk, de minden szereplőre jellemző a jó hangulat. Henrik és Kriszti jelentik a kivételt, mivel Henrik esetén egy, Krisztinél pedig csupán két adásban figyelhettük meg ezt az érzelmi megnyilvánulást, míg a többi szereplő esetén a vizsgált időszak nagyobb részében tapasztalható volt. Az alábbi táblázatban az átlagos érték azokra az adásokra vonatkozik, ahol az adott szereplő nevetett vagy egyéb módon kifejezte örömét.



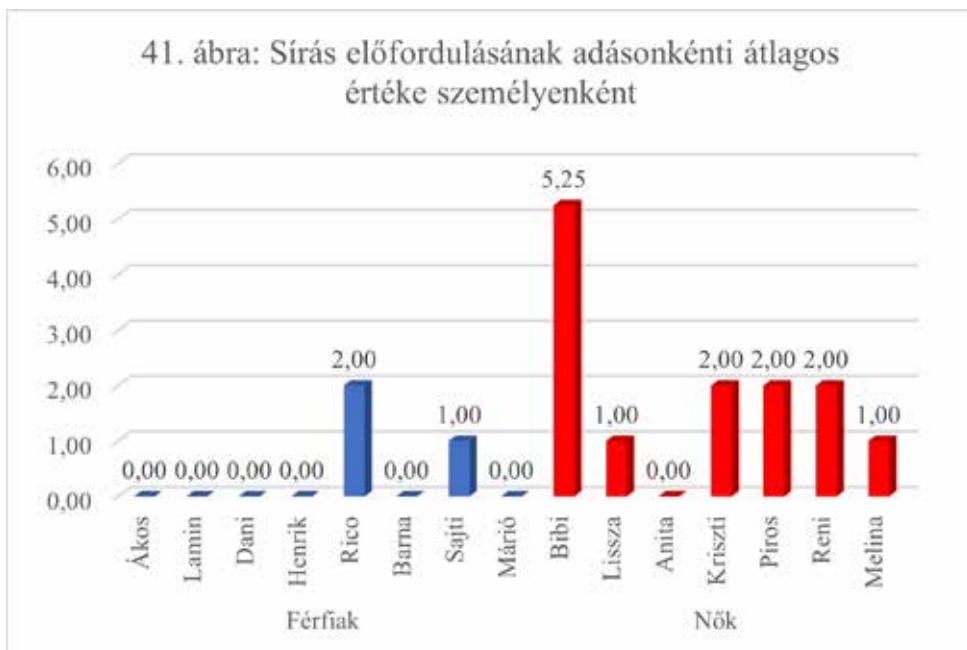
A BeleValóVilág adataiban Lissza, Barna és Lamin magas értékekkel jelenik meg, de minden szereplőről láthatunk nevetést, örömet mutató képkockákat.

### Sírás

Míg az előző évad műsoraiban a sírás egyértelműen a nőkre volt jellemző tevékenység a műsorban bejátszott események alapján, és csak az utolsó időszakban jelent meg a férfiaknál, addig a 11. évadban már az adás elején is tapasztalhatunk sírást mind a férfiak, mind a nők esetén, azonban a nőkre továbbra is jellemzőbb tevékenység.



A tevékenység személy szerinti vizsgálata alapján a férfiak közül Rico és Sajti 1–2 adásban sírt, míg a nőknél – Anitán kívül – mindenki elsírta magát a vizsgált időszakban, de Bibit ki kell emelni kiugró értékei miatt, hiszen négy adásban is sírt, adásonként többször is.

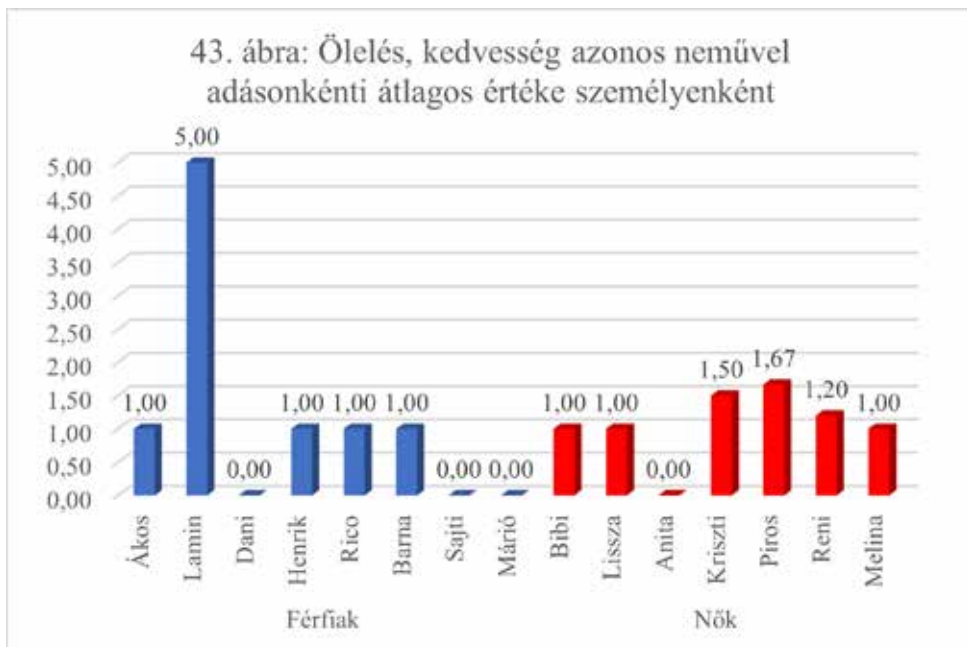


### Ölelés, kedvesség azonos neművel

A 11 évadban az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel átlagos előfordulásában a férfiakra jellemzőbb ez a megnyilvánulás, mint a nőkre. Bár 3 férfi és 1 nő esetén nem jelenik meg a cselekmény, de Lamin többszöri ilyen irányú megmozdulása a férfiak átlagos értékét jelentősen megemeli. A 10. évadnál egyértelműen inkább a nőkre volt jellemző a tevékenység.



Az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Lamin értékei kimagaslóak (első kiesőként szinte mindenkitől öleléssel búcsúzik), a többiek pedig közel azonos átlagos előfordulást mutatnak.

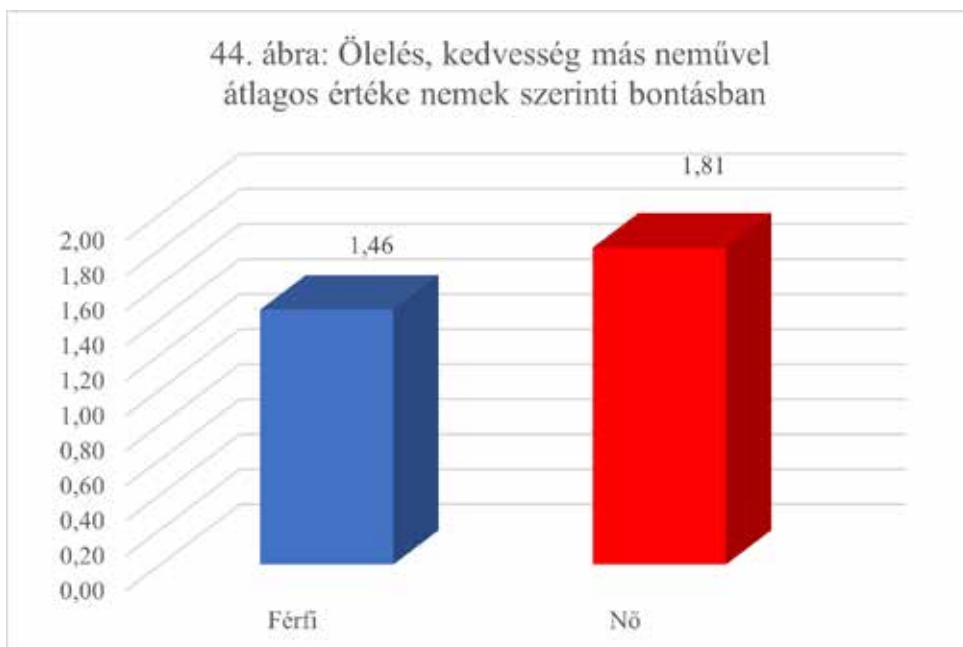


A BeleValóVilág adataiban ellenben teljesen más képet láthatunk. A férfiak közül Barna és Sajti esetén rögzítettünk előfordulást, a nők közül pedig Bibi, Lissza és Reni jelenik meg azonos nemű társát ölelgetve. Itt az átlagos előfordulás is a nők esetén magasabb (1,67), mint a férfiaknál (1,00).

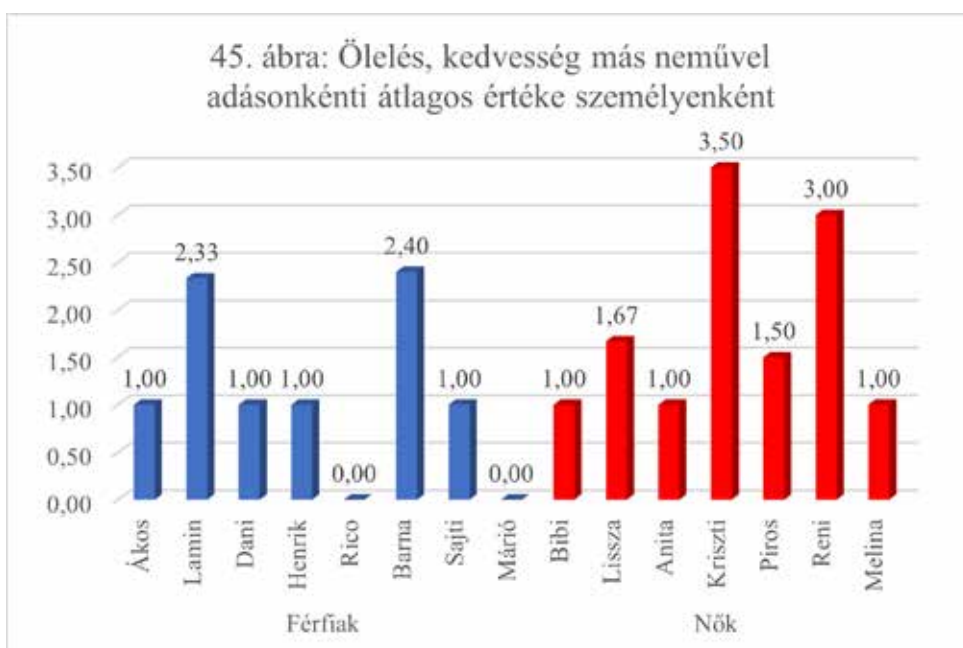
### *Ölelés, kedvesség más neművel*

A VV10-es szériájában minden szereplőnél megjelent ez a tevékenység, és inkább a férfiakra volt jellemző, addig jelen évad elején a másik nem tagjainak ölelgetése a nők esetén mutat magasabb értéket. A nőknél 1,81-es adásonkénti átlagos öleléssel találkozunk, míg a férfiak esetén 1,46 az átlagérték.





Az ölelés, kedvesség más nemű személlyel kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt láthatjuk, hogy Riconál és Máriónál nem jelenik meg a tevékenység, kimagasló értéket pedig Kriszti és Reni megnyilvánulásai mutatnak. Ki kell még emelnünk Barna és Sajti nevét, mivel esetükben öt adásban is megjelenik a tevékenység, míg a többiekre a hétből csak 2–3–4 adás jellemző.

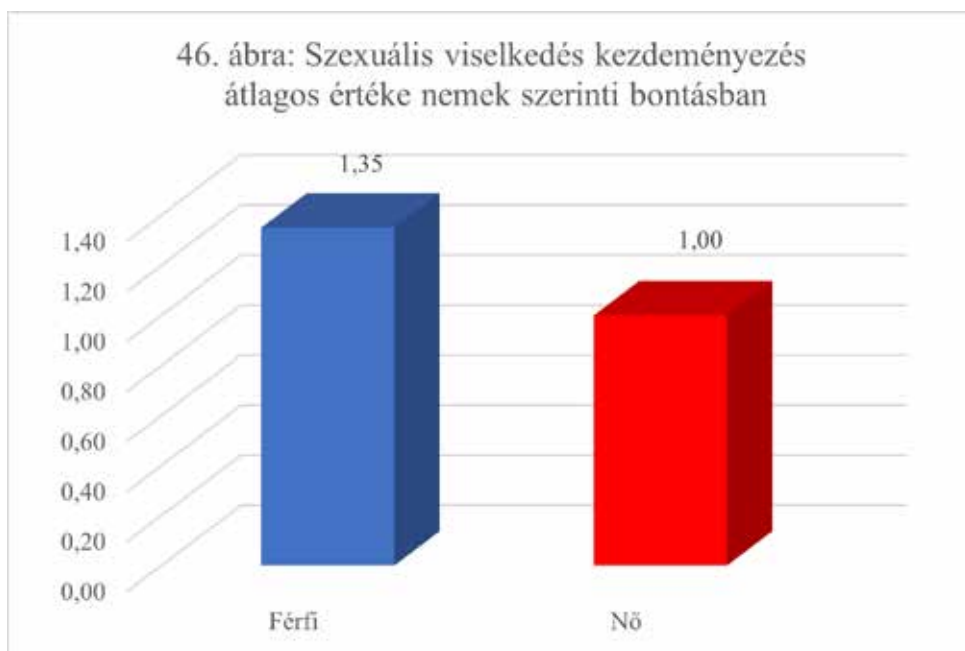


A BeleValóVilág adataiban a férfiak és a nők átlagos értéke a másik nem képviselőivel szemben mutatott kedvesség és ölelés terén tökéletesen egyforma, átlagosan 1,67–1,67-es előfordulást láthatunk, amit összesen 5 szereplő produkál: Barna, Sajti, illetve Reni, Lissza és Melina.

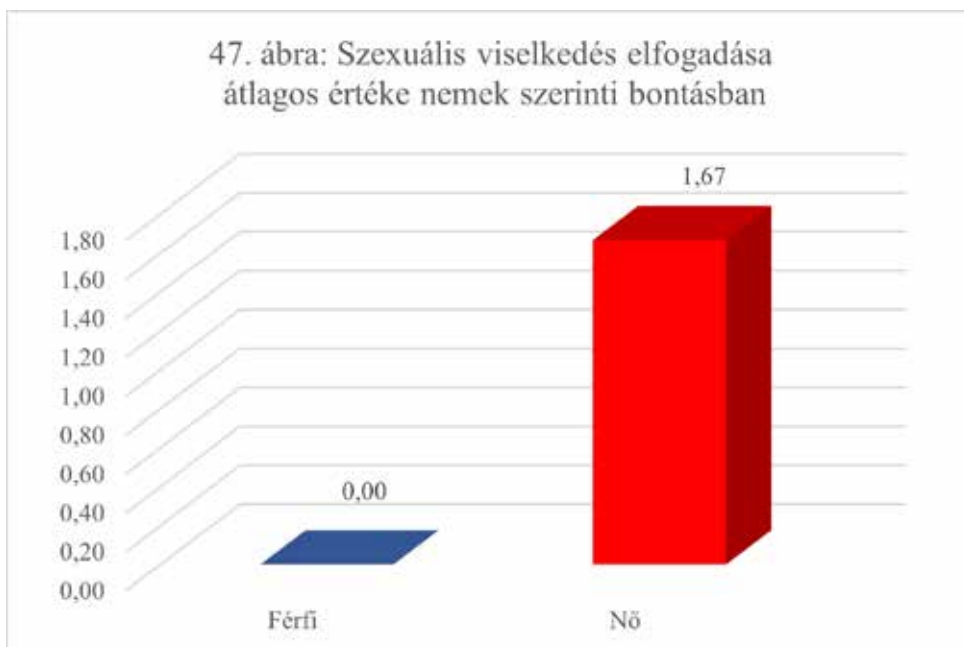
### *Szexuális viselkedés*

A valóságshow-k nézettségére – a konfliktusok mellett – rendszerint a szexuális jellegű tevékenységek vannak hatással. A kutatásban külön kategóriába soroltuk a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezőjét és annak elfogadját.

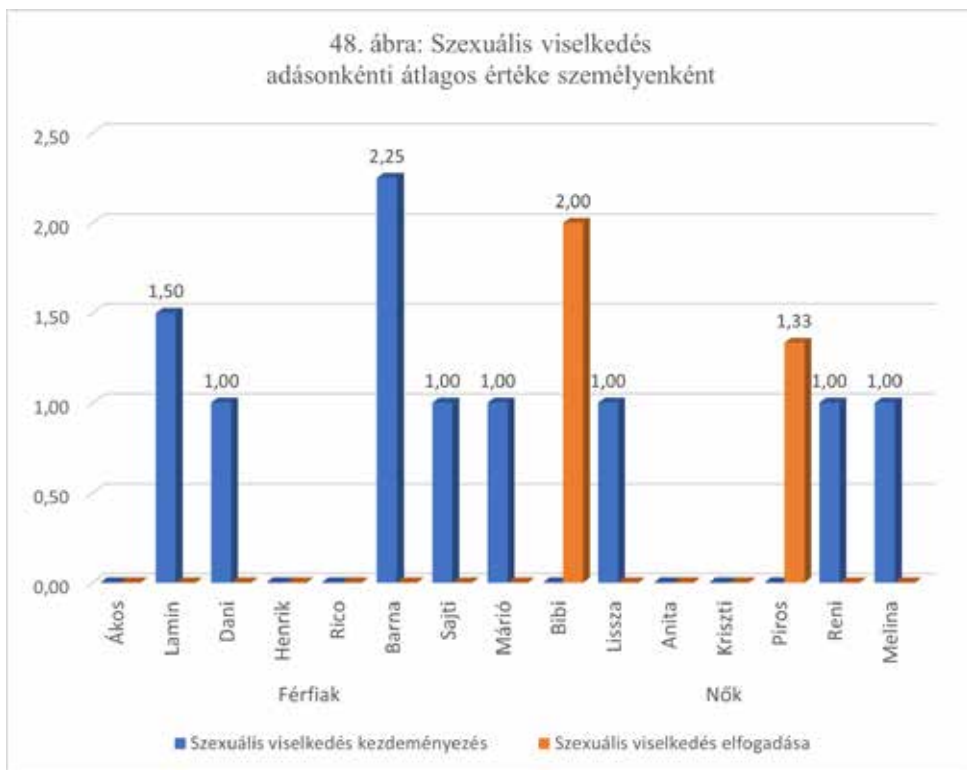
A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy a férfiak átlagosan többször kezdeményeztek, mint a nők.



A kezdeményezés elfogadása azonban nem jelent meg a férfiaknál a VV11 megfigyelt időszakban, csak a nők esetén tapasztalhatjuk:



Ha a szexuális jellegű viselkedés gyakoriságának átlagos értékét személyenként vizsgáljuk, akkor Barna és Bibi mutat kiugró értéket, illetve van öt szereplő, aki teljesen kimarad ebből a tevékenységből. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy a képernyőn sugárzott tevékenység egy erősen szelektált, a műsorkészítők által kiemelt tartalmat mutat, így nem jelenti azt, hogy minden, a villában zajló tevékenységre kapunk rálátást. Érdekesség, hogy a vizsgált időszakban a szereplők táncverseny feladatot kaptak, amelynek megvalósítása a legtöbb pár esetén az erotikus tánc kategóriájába sorolható, de a feladat nem volt hatással a szexuális jellegű viselkedés kezdeményezésére és annak elfogadására, az alább látható előfordulások nem ezzel függenek össze, míg a VV10-es évad esetén kimutatható kapcsolat volt az események között.



A szexuális viselkedésben az elutasítás Barna, Bibi és Piros esetén jelenik meg.

### *Meztelenség*

A meztelenség előfordulása a férfiak és nők esetén is a csapat felére jellemző, átlagosan a férfiaknál kicsit magasabb értékkel (1,57), mint a nők esetében (1,08).



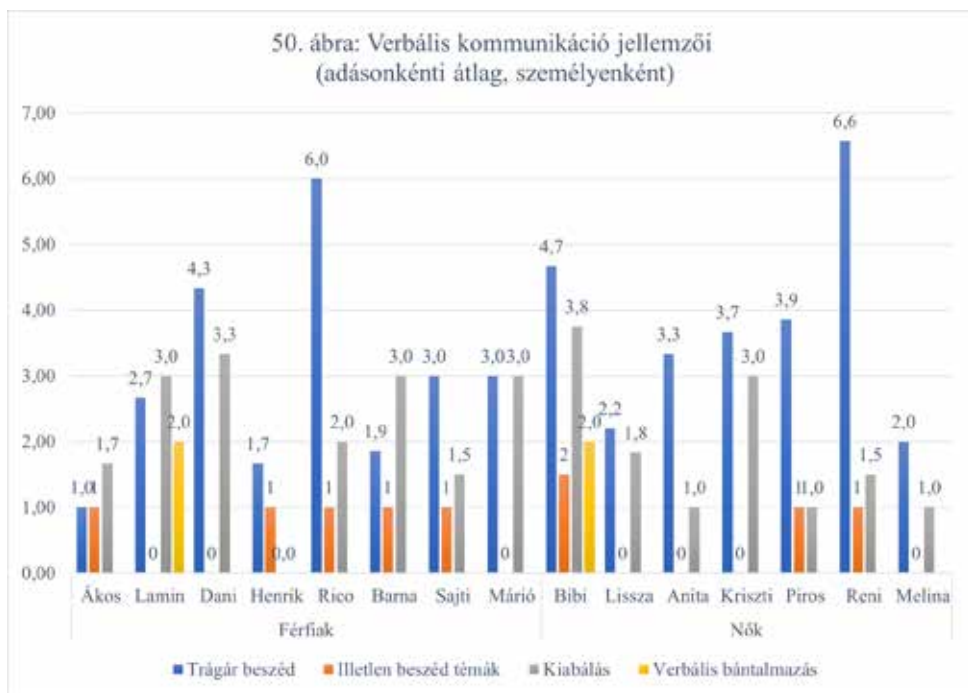
A BeleValóVilág adataiban viszont teljesen más kép fogad minket. Már a kezdeményezés is megjelenik 4 férfi esetén (Barna, Lamin, Sajti, Márió), és a nők esetén is másabb a jelenség (Reni, Melina, Anita, Bibi), az elfogadás pedig a BeleValóVilág adataiban egyetlen férfi esetén (Barna) látható, míg a nőknél Krisztin és Melinán kívül mindenkinél tapasztalható.

A szexuális viselkedés elutasítása a BeleValóVilág adataiban Sajti esetén kerül közvetítésre, a meztelenség pedig Danin és Henriken kívül minden férfinél megjelenik, Sajti esetében a legmagasabb értékkel, a nőknél pedig ugyanazt a képet láthatjuk, mint a VV11 adataiban.

### *Kommunikáció*

A kommunikáció kategórián belül vizsgáltuk a verbális megnyilvánulások tartalmát és módját, és megfigyeltünk néhány nonverbális elemet is. A verbális megnyilvánulások elemzése során az alábbi kategóriák kerültek megfigyelésre:

- Trágár beszéd
- Illetlen beszédtemák
- Kiabálás
- Verbális bántalmazás



A trágár beszédet tekintve a három legmagasabb értéket Rico, Bibi és Reni kapta. A trágár beszéd kategóriánál nincs olyan villalako, aki 0 értékkel szerepelt volna a vizsgált adásblokk során.

Illetlen beszéd témák tekintetében Bibi emelhető ki, míg Lamin, Dani, Márió és a nők közül 4 fő (Lissza, Anita, Kriszti, és Melina) esetén nem jellemző az illetlen beszéd téma. A kiabálás terén is Bibi vezet listát, ahogy az előző két kategóriánál is az élen szerepelt, de minden szereplő kiabál néhányszor. Egyetlen kivételként Henrik említhető, aki egyetlen alkalommal sem nyilvánult meg emelt hangerővel ebben a kategóriában.

A fenti kategóriák közül az illetlen beszéd témák, valamint a kiabálás között van szignifikáns összefüggés, a pozitív korrelációs értéke 0,792.

A verbális bántalmazás nem jellemző a vizsgált időszakra. Lamin és Bibi esetében rögzítettünk előfordulást, de amíg az előző évad szinte minden szereplőjére jellemző volt a verbális bántalmazás, e téren is nagyon más a mostani adások összetétele.

### Testbeszéd

A testbeszéd vizsgálata során az alábbi pózokat vizsgálták a kódolók:

- Elutasítást jelző póz
- Szorongást jelző póz
- Nyitottságot jelző póz

### *Elutasítást jelző póz*

Az elutasítást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre jellemző, a férfiak esetén nem jelenik meg.



Ha személyenként vizsgáljuk az elutasítást jelző testbeszédet és mimikát, akkor csak néhány szereplő esetén jelenik meg ez a viselkedés: Bibi, Anita, Kriszti és Melina esetében 1–1 előfordulással.



### Szorongást jelző póz

A szorongást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre sokkal jellemzőbb magatartásforma, mint a férfiakra.



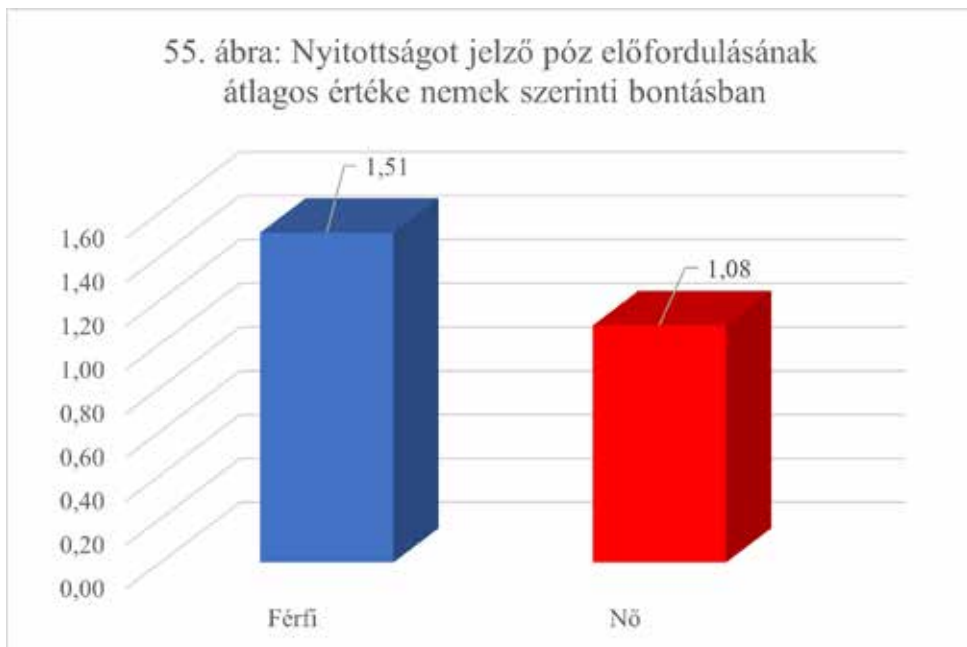


Ha személyenként vizsgáljuk a szorongást jelző testbeszédet, akkor azt láthatjuk, hogy a férfiak felénél (Ákos, Dani, Barna és Sajti) jelenik meg, míg a nőknél 4 fő esetén láthatjuk a szorongás jelét (Bibi, Lissza, Reni és Melina), azonban Melina esetén kiugróan magas előfordulást tapasztalunk több adásban.

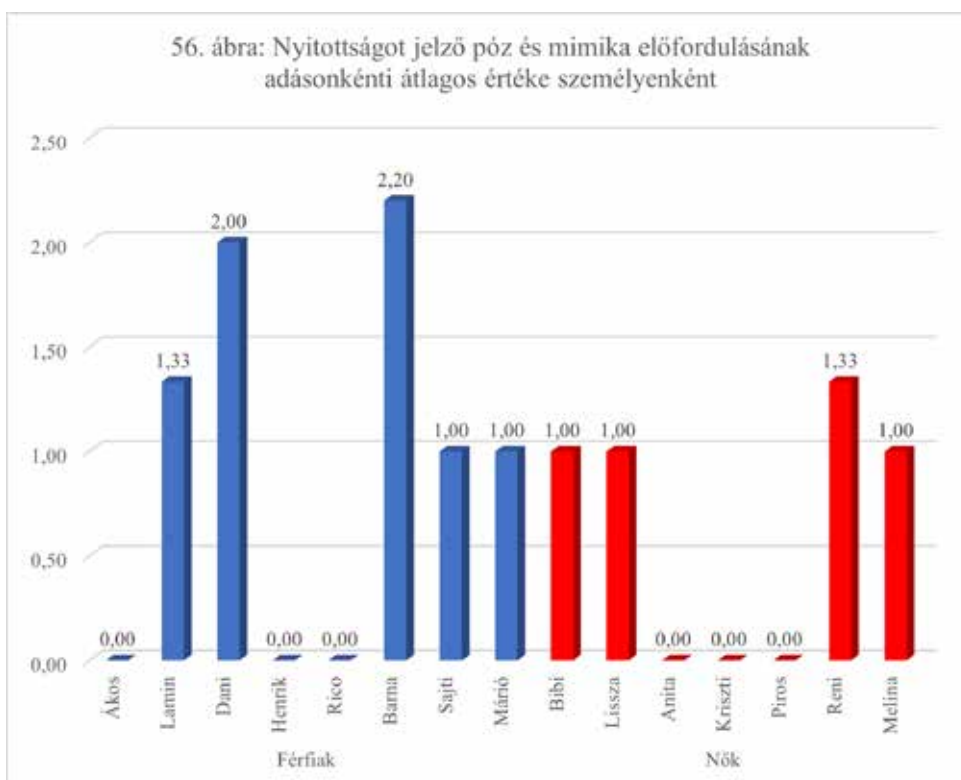


### *Nyitottságot jelző póz*

A nyitottságot jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a férfiakra másfélszer olyan jellemző, mint a nőkre.



Ha egyénenként vizsgáljuk a nyitottságot jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy Danira és Barnára a legjellemzőbb.

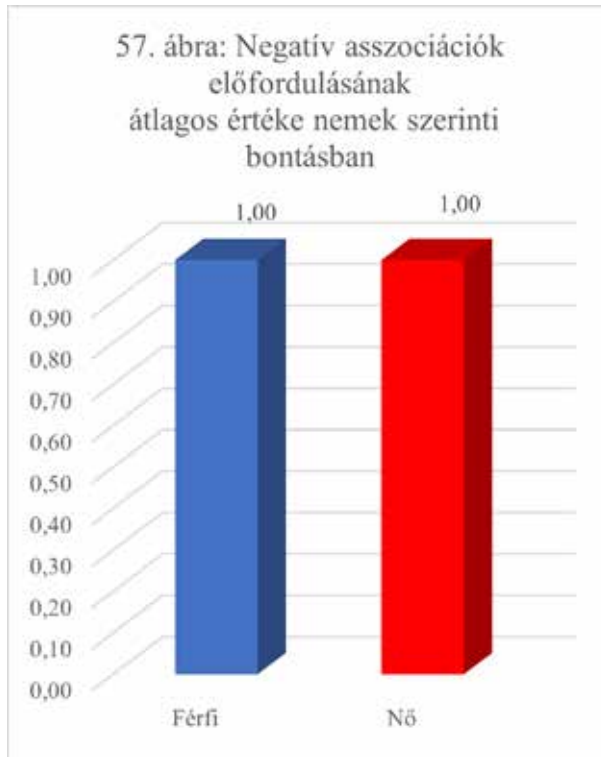


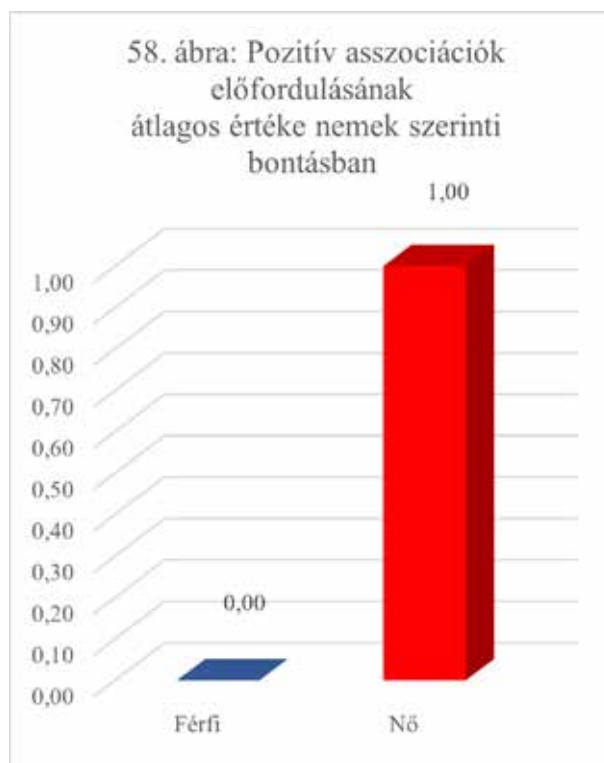
A testbeszéd terén a BeleValóVilág a fenti elemzésekhez hasonló képet mutat.

### *Pozitív és negatív asszociációk*

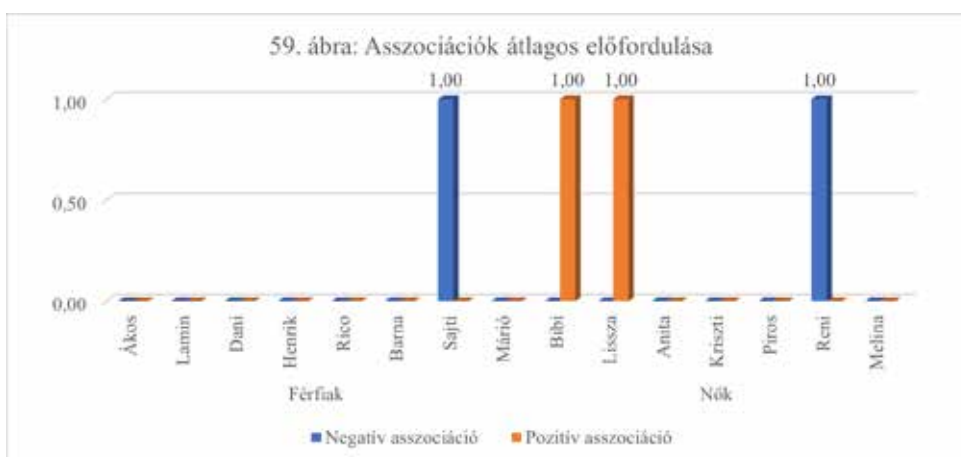
A kommunikációhoz köthető megfigyelések utolsó szempontja a pozitív és negatív asszociációk feltárására irányult, azaz a sugárzott műsorok során megfigyelhető volt-e, hogy a szereplők pozitívan, vagy elutasítóan állnak egy-egy feladathoz.

Nemenként vizsgálva a kérdést elmondhatjuk, hogy negatív asszociációk a két nem esetén egyenlően fordultak elő a vizsgált időszakban, míg a pozitív asszociáció csak a nőknél jelenik meg.





Személyenként vizsgálva az értékeket elmondhatjuk, hogy a pozitív asszociáció Bibire és Lisszára volt jellemző, a negatív pedig Sajtira és Renire.



A BeleValóVilág adataiban negatív megnyilvánulás Bibi esetén fordul elő, pozitív pedig több személynél is (Barna, Sajti, Lissza) tapasztalható.

## 3.2. Az 2. adásblokk elemzése

### 3.2.1. A kutatás jellemzése

A teljes vizsgált időszak: 2022. november 25. – 2023. március 2.

Mintavételek száma: 3 alkalom (1 hetes időintervallumokban)

Kódolt műsorok: VV11 és BeleValóVilág

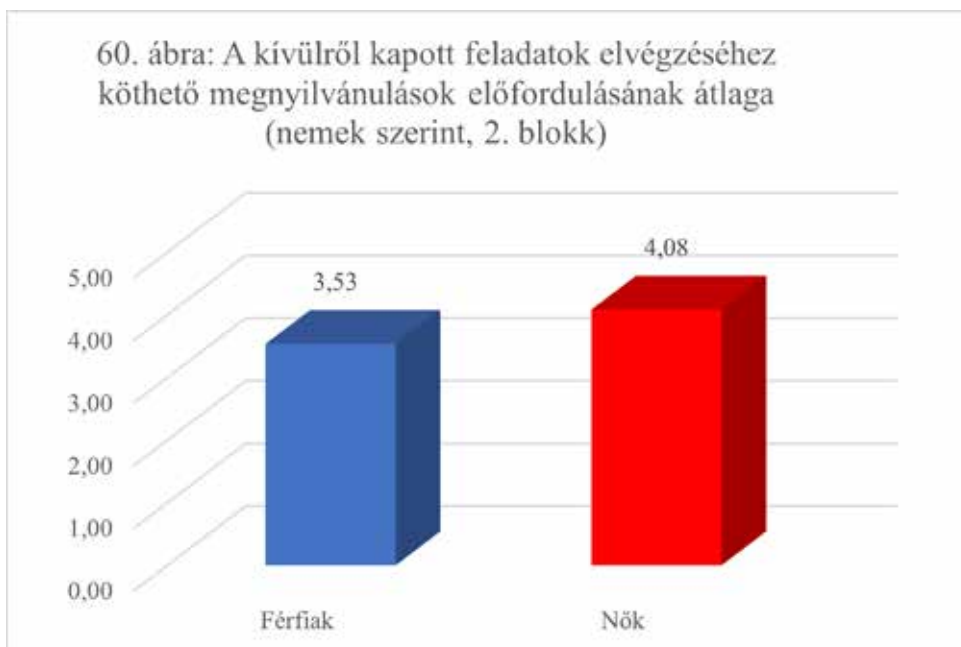
Szereplők a vizsgált időszakban: Ákos, Dani, Rico, Barna, Sajti, Márió, Lissza, Kriszti, Piros, Reni, Melina

### 3.2.2. A 2. adásblokk vizsgálatának eredményei

#### *A játékosok viszonya egymáshoz*

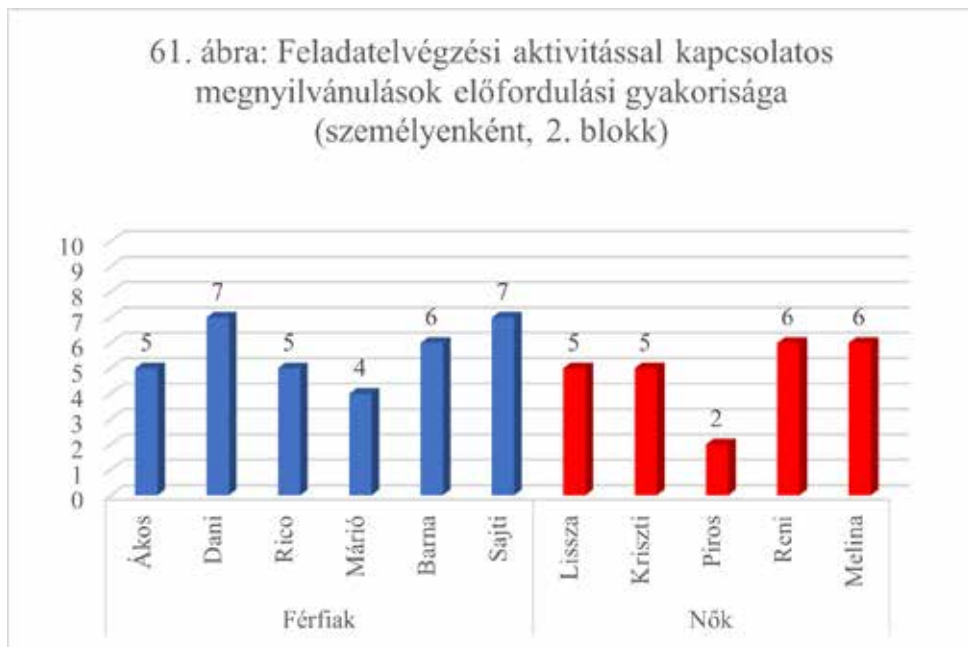
A tevékenységeket az alapján elemeztük, hogy a szereplők az adott feladattal kapcsolatban hányszor nyilvánultak meg valamely módon. A külső feladatok esetében mutatott aktivitás a férfiaknál adásonként 3,58, a nőknél 4,8 volt. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy a nők nagyon aktív hozzáállást mutattak ennél a tevékenységnél, míg a férfiak a semleges és az inkább aktív kategória között mozognak (eltolódva az inkább aktív felé) a kívülről kapott feladatok teljesítése során.

Meg kell jegyezni, hogy az első mintavétel vizsgált időszakában (2022. november 25. – december 1.) a férfiak esetében alacsonyabb arányú (férfiak adásonkénti átlaga 3,88) aktivitást mutattak a szereplők, míg a nők esetében nőtt az aktivitás (nők adásonkénti átlaga az 1. vizsgált időszakban 4,37) a kívülről kapott feladatok tekintetében.



Azt is vizsgáltuk, hogy egy szereplő hányszor nyilvánult meg az adott feladattal kapcsolatban, ami alapján a férfiak közül Dani és Sajti esetében figyelhető meg legtöbbször (7–7 alkalommal) aktivitás, őt követi Barna (6 alkalommal), Rico és Ákos (5–5 alkalommal). A nők esetében Renit és Melinát láthatjuk ilyen szerepben (6–6 alkalommal), őket követi Lissza és Kriszti (5–5 alkalommal).

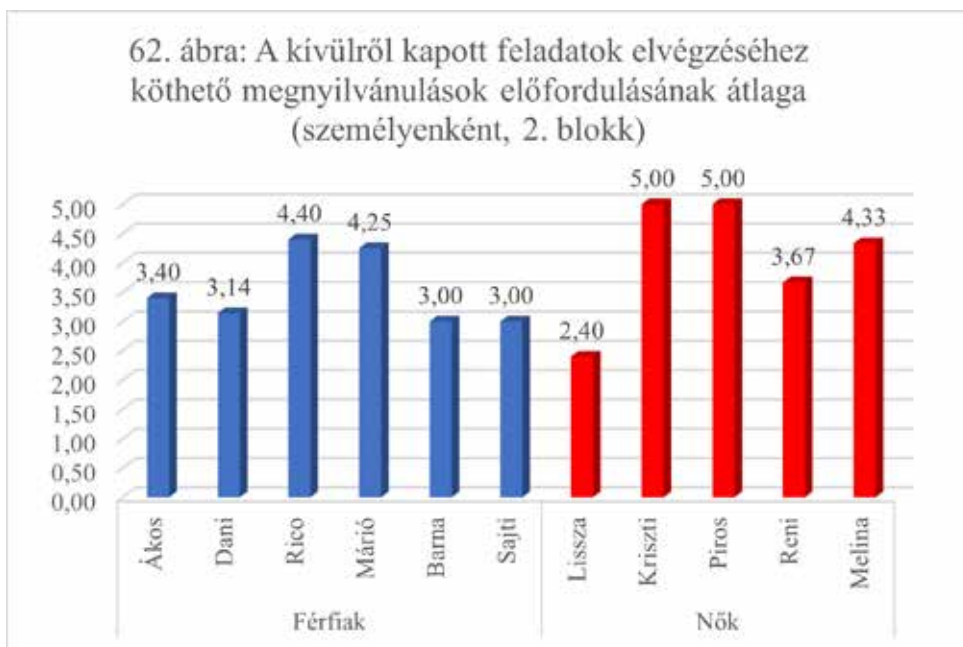
Az előző vizsgált időszakban aktív megnyilvánulást mutató szereplők közül ketten is kiestek a játékból, hiszen a jelenlegi megfigyelés ideje alatt Lamin és Bibi már nem éltek a villában, de a másik két játékban maradt szereplő közül Dani megőrizte a megnyilvánulások tekintetében kivívott vezető szerepét, míg Lissza kicsit alulmaradt a korábbi teljesítményéhez képest.



Ha szereplőkre lebontva vizsgáljuk a kívülről kapott feladattal kapcsolatos tevékenységek intenzitását, akkor megállapíthatjuk, hogy a nők közül szinte minden résztvevő maximális aktivitást mutatott, hiszen Kriszti, Piros, Melina nagyon lelkes volt, míg a férfiak között Rico, Márió esetében volt megfigyelhető hasonló attitűd.

Az előző vizsgálati blokkal összehasonlítva a nők teljes mértékben megőrizték aktivitásukat, a férfiak esetében – Barna kivételével – hasonló rangsort látunk, bár náluk az intenzitás kissé csökkent.



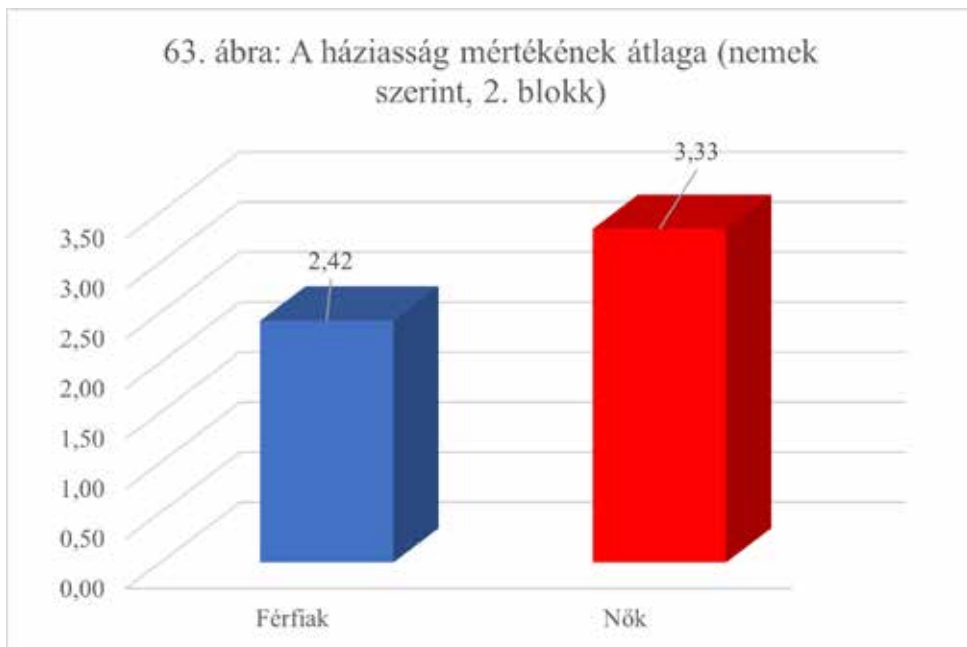


Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata alapján megállapítható, hogy a kívülről kapott feladatokhoz kapcsolódó aktivitás a motiváció tevékenységgel ( $r=0,49$ ), valamint a segítségnyújtással kapcsolatos megnyilvánulással ( $r=0,32$ ) korrelációs kapcsolatot mutat.

A BeleValóVilág ebben az időszakban végzett elemzése során a kívülről kapott feladatok aktivitása hasonló arányt mutat, azonban játékosonként vizsgálva eltérő, hiszen ebben a műsorban Rico, Márió és Piros nem jelent meg ezekben az adásokban, pedig a ValóVilág esetében ők voltak a legaktívabbak. Itt látszik, hogy a BeleValóVilág műsorszerkesztési elvei eltérőek lehetnek, hiszen akik a VV-ben sokat szerepelnek, a BeleValóVilágban kevésbé válnak hangsúlyossá.

### *Háziasság (napi háztartási tevékenység)*

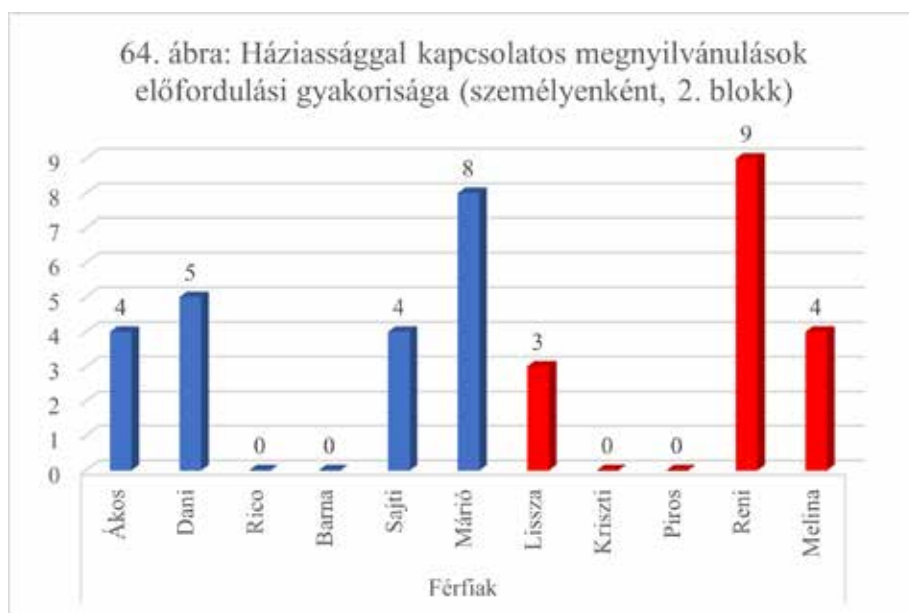
A háztartási teendőkkel kapcsolatos tevékenységek kapcsán azt mondhatjuk, hogy a vizsgált 2. adásblokkban a nők (átlag 3,33) háziassabbak voltak, mint a férfiak (átlag 2,42). Az átlagok azt mutatják, hogy a nők az inkább háziass, míg a férfiak a kevésbé háziass kategóriába tartoznak.



Az előző mintavételi időszak adatai hasonló tendenciát mutattak, azonban a férfiak esetében némiképp csökkent a háziasság mértéke (férfiak átlaga 2,58), a nők esetében pedig kis mértékben, de nőtt.

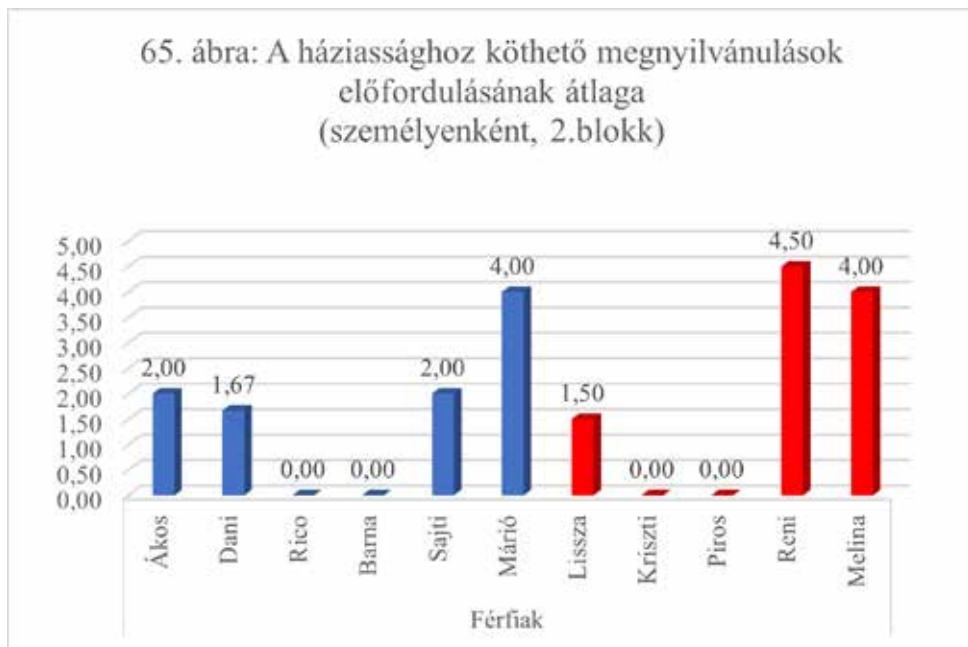
A 2. vizsgálati blokkban a férfiak között Márió (8 alkalommal), míg a nők között Reni (9 alkalommal) szerepelt háziassággal kapcsolatos kontextusban. A nők és a férfiak esetében ugyanolyan arányt mutat az egyszer sem szereplők hányada ebben a tekintetben: Rico, Bar-na, Kriszti és Piros nem nyilvánult meg a háziassággal kapcsolatban.

Az első vizsgálati időszakhoz képest a háziassággal kapcsolatos megnyilvánulások előfordulási gyakorisága csökkent, hiszen Sajti (13 alkalommal) csúcstartó teljesítményét nem tudta megismételni, Márió kapott a 2. blokkban – 8 alkalmas megjelenésével – a férfiak között legnagyobb teret. Érdekes, hogy ő az 1. vizsgálati időszakban egyáltalán nem jelent meg ennek kapcsán. A nőknél a már kiesett Bibi és a még játékban lévő Lissza (7–7 alkalommal) korábbi háziassággal kapcsolatos megnyilvánulását Reni múlta felül (9 alkalommal).



A háziassággal kapcsolatos megnyilvánulásokat személyenként vizsgálva a férfiak között Márió mutatja a háziasság jellemzőit, a nőknél – a vizsgált időszakban – Reni vezeti a sort, aki a legháziásabb volt az átlag alapján, őt Melina követi.

Az előző adásblokkhoz képest Rico és Sajti háttérbe került a háziasság terén, Reni átvette ebben a vezető szerepet Melinától, aki így a második helyre szorult. A passzív résztvevők száma a korábbi 2 főről (az azóta kiesett Anita és még játékban lévő Márió) 4 főre nőtt (Rico, Barna, Kriszti és Piros).



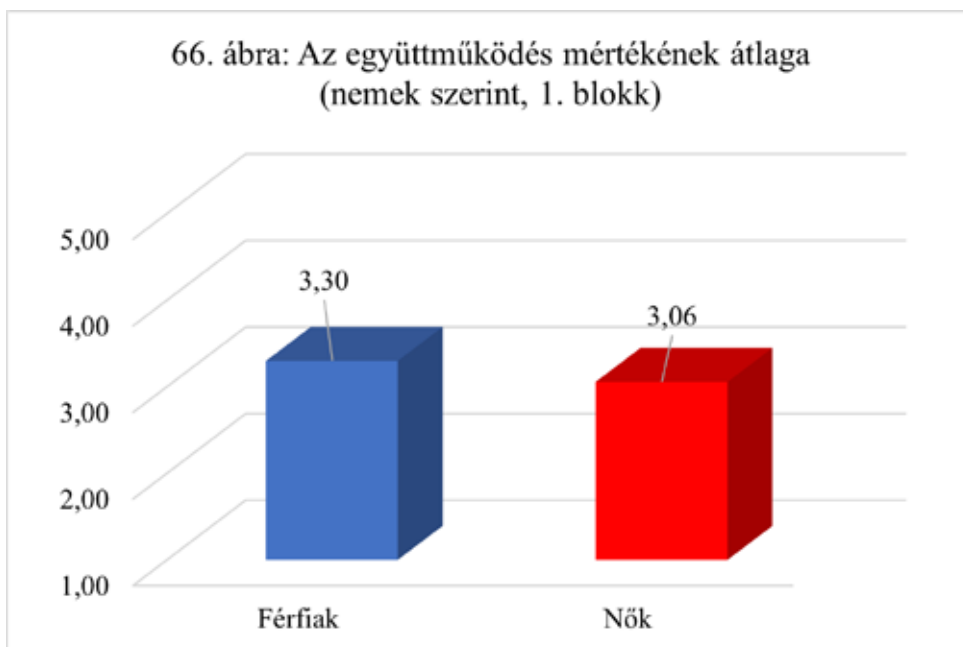
Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata alapján megállapítható, hogy a háziasság és az együttműködésre törekvés között pozitív korrelációs viszony áll fenn ( $r=0,40$ ), amely azt jelenti, hogy a két tevékenység erősíti egymást.

A BeleValóVilág adataiban azt láttuk, hogy a férfiak aktívabbak voltak a háziasság terén, itt a férfiak átlaga 4,00 volt, míg a nőké 3,63. A férfi szereplők közül Rico és Márió volt a legkiemelkedőbb, míg a nők között Krisztit és Renit mutatta legtöbbször a kamera ezzel a tevékenységgel kapcsolatban. Érdekes megfigyelés (bár nem feltétlenül tudatos műsorszerkesztési elem), hogy a háziasság tekintetében a ValóVilág és a BeleValóVilág 2. adásblokkjai fordított eredményt mutatnak, hiszen az előbbiben a nők, míg az utóbbiban a férfiak voltak aktívabbak. A legszembetűnőbb különbség, hogy a főműsorban néhány szereplő (pl. Rico) nem jelenik meg ilyen tevékenységgel, míg a BeleValóVilágban nagyon aktív szerepet vállal, és sokszor nyilvánul meg ilyen szerepben. Többször megfigyelhető az is, hogy bizonyos tevékenységek, párbeszédetek mindkét műsorban megjelennek.

### *Együttműködésre törekvés*

Az együttműködésre törekvés kapcsán a nemek szerinti bontásban azt láthatjuk, hogy a férfiak többször mutattak a műsorban olyan megnyilvánulásokat, amelyek a csapatban való munkavégzésre, együttműködésre utalnak, bár az átlag nem mutat nagy szórást a két nem között (férfiak 3,3; nők 3,06).

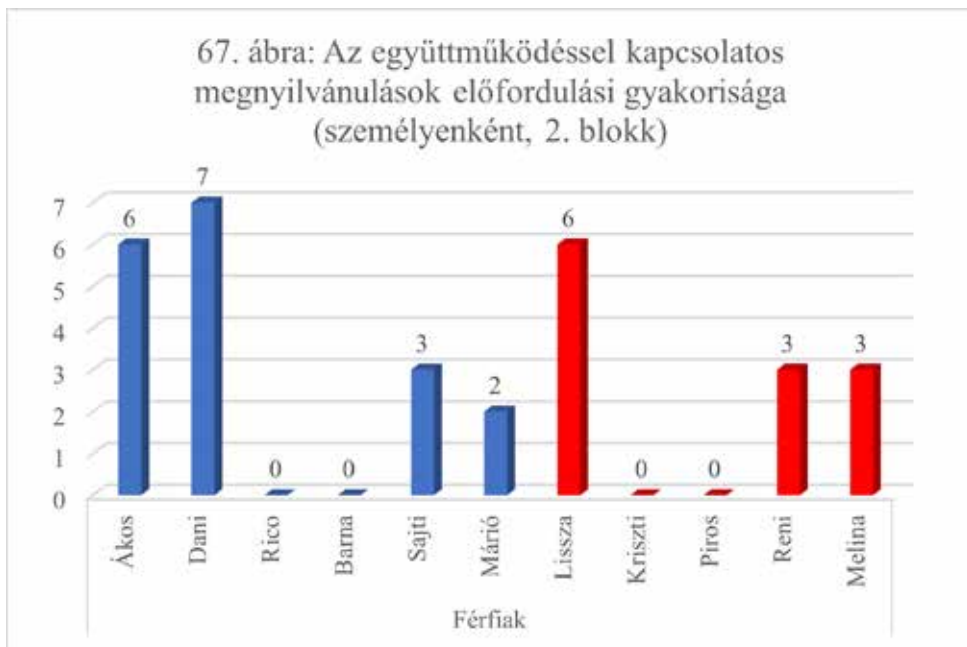
Az előző vizsgálati blokkhoz képest kijelenthetjük, hogy csökkent az együttműködések átlaga, amit befolyásolhat az is, hogy a versenyzők egyre jobban fókuszálnak az egyéni pozíciójukra, továbbá a feladatok típusai is hatással vannak erre az értékre.



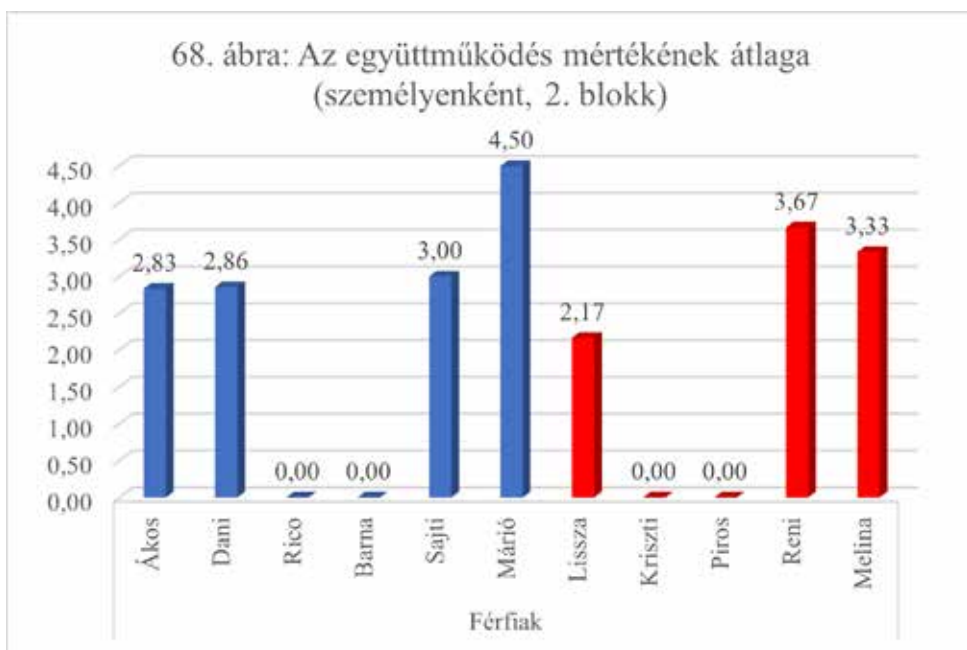
Az együttműködésre törekvéssel kapcsolatban a férfiak közül Dani jelent meg a legtöbbször, a nőknél pedig Lissza. Passzív volt Rico, Barna, Kriszti és Piros.

Az előző mintavételi blokkban Dani kevésbé volt aktív, viszont Ákos és Sajti sokszor megjelent a képernyőn együttműködés kontextusban. A nők közül a már kiesett Bibi és a még játékban lévő Lissza volt a domináns, amely esetben Lissza megőrizte ezt a helyezést.

A teljesen passzív szereplők körébe tartozik mindkét vizsgált időszak adatai alapján Rico, Kriszti és Piros, valamint a 2. mintavételi blokkban Barna bővíti a listát.



Ha azt vizsgáljuk, hogy a szereplők milyen megnyilvánulást mutattak az együttműködéssel kapcsolatban, akkor kijelenthetjük, hogy Márió (Likert-skála átlaga: 4,5) és Reni (Likert-skála átlaga: 3,67) vezet a listát. Márió esetében az együttműködésre való nyitottság a jellemző, míg Reni esetében az inkább semleges, de erősen közelít az együttműködésre nyitott attitűd felé. Lissza (Likert-skála átlaga: 2,17) mutatta a leginkább önálló attitűdöt.



Az 1. mintavételi időszakhoz képest átalakultak az erőviszonyok, hiszen akkor Barna, Sajti és Márió együttműködésre nyitott volt, ezt a szerepet a 2. blokkban csak Márió őrizte meg. Az 1. blokkban a nők között Melina, Reni és Bibi inkább önállóknak mutatkozott, csupán Reni esetében láttuk leginkább a csapatjátékos attitűdöt. A 2. blokkban Reni és Melina csapatjátékos lett, Bibi pedig azóta már kiesett a játékból. Lissza elindult az önálló feladatmegoldás útján.

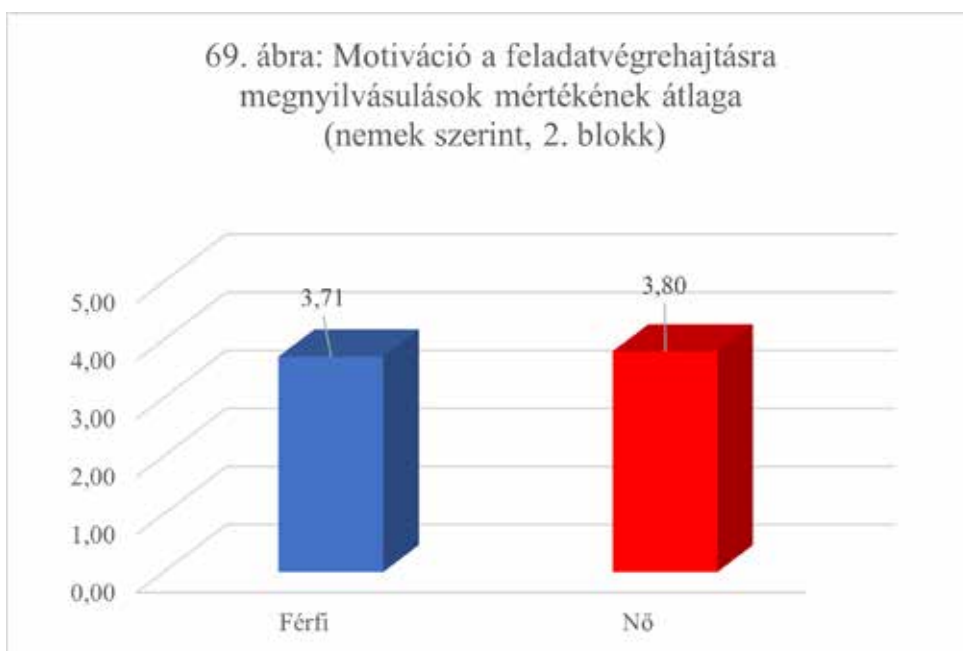
Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata alapján megállapítható, hogy az együttműködésre törekvés és a motiváció a feladat végrehajtására közepesen erős korrelációs összefüggést mutat ( $r=0,48$ ).

A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a nemek aránya megfordul az együttműködések átlaga alapján. Likert-skálán értékelt tevékenységük átlaga a VV11-ben 3,3 a férfiak és 3,06 a nők esetében, míg a BeleValóVilágban a férfiaké 3,15, a nőké 3,67. A nőket tehát sokkal többször mutatja a kamera együttműködő szerepben.

### *Motiváció a feladatvégrehajtásra*

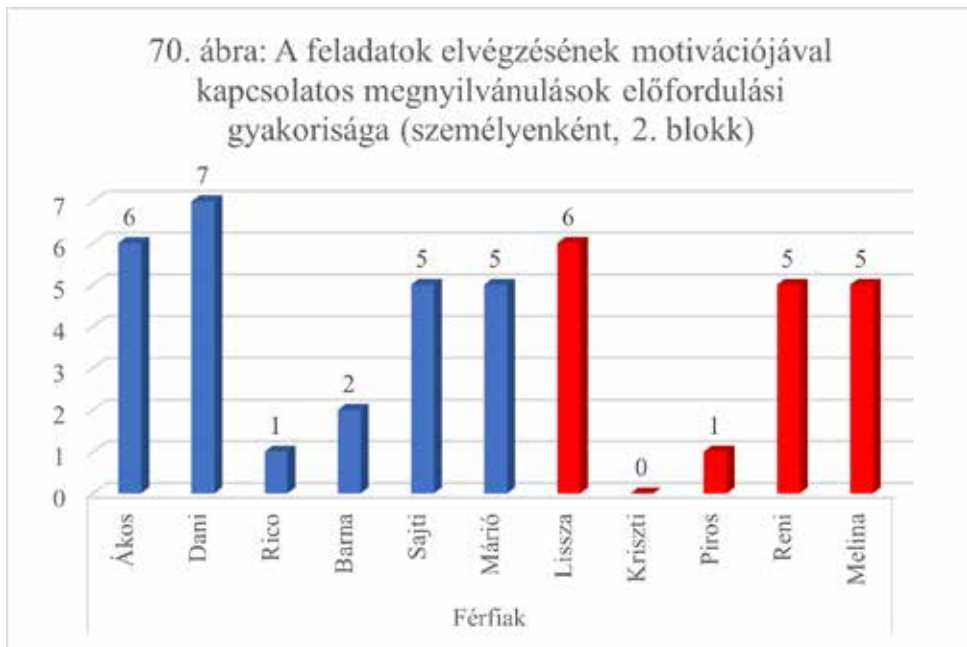
A vizsgált adásblokkban azt láthatjuk, hogy a nőkre jellemzőbb a feladatok elvégzése, mint a férfiakra, bár a különbség nem számottevő, de a passzivitás egyik nemre sem volt jellemző.

A feladatvégzés iránti motiváció az 1. adásblokkhoz képest kis mértékben, de csökkent.



A feladat végrehajtására vonatkozó motiváció kapcsán a férfiaknál legtöbbször Dani (7 alkalommal) és Ákos (6 alkalommal) jelent meg, a nőknél Lissza jelenik meg leginkább (6 alkalommal).

Az előző mintavételi egységhez képest Ákos és Dani helyet cseréltek, a ranglétra tetejére Dani (7 alkalom) került, a nőknél Lissza megtartotta a vezető pozíciót, Bibi pedig kiesett a játékból.

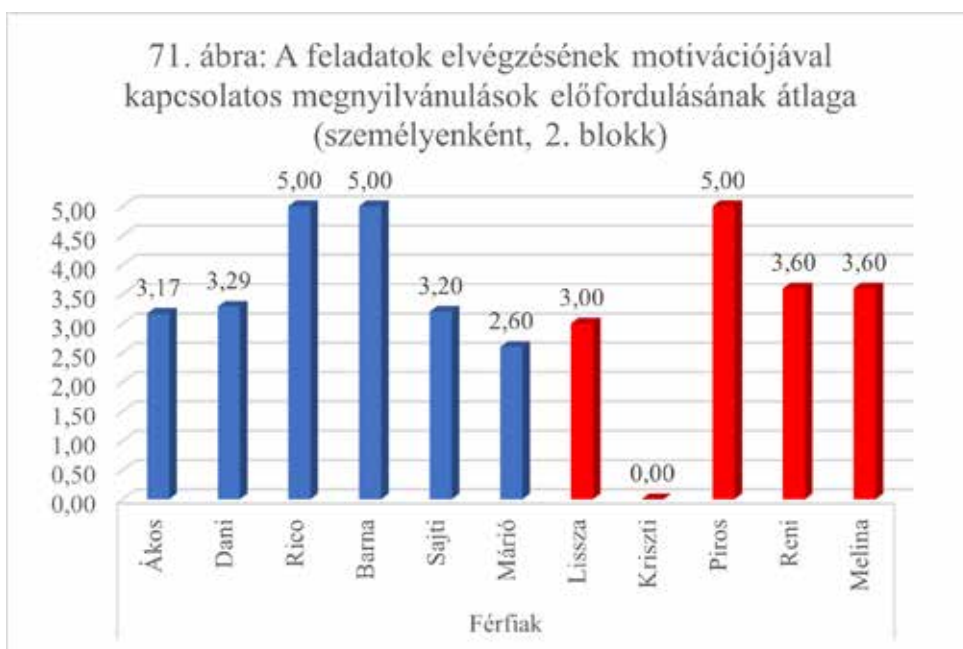


Ha a tevékenységek Likert-skála alapján vett átlagát vizsgáljuk személyenként, az látszik, hogy Rico és Barna nagyon lelkesen végezték el a kapott feladatokat, a nőknél hasonló attitűdöt Piros mutatott.

A motiváció a feladat végrehajtására és a dominancia pozitív korrelációs összefüggést mutat az adatsorok vizsgálata alapján ( $r=0,44$ ).

Ha az 1. adásblokkal összehasonlítva vizsgáljuk az intenzitások átlagát, az látszik, hogy a korábbi Márió, Barna és Sajti triumvirátusból egyedül Barna mutat hasonlóan lelkes attitűdöt, és felzárkózott mellé Rico. A nőknél – a hasonló attitűdöt tekintve – Reni és Melina helyét Piros vette át.





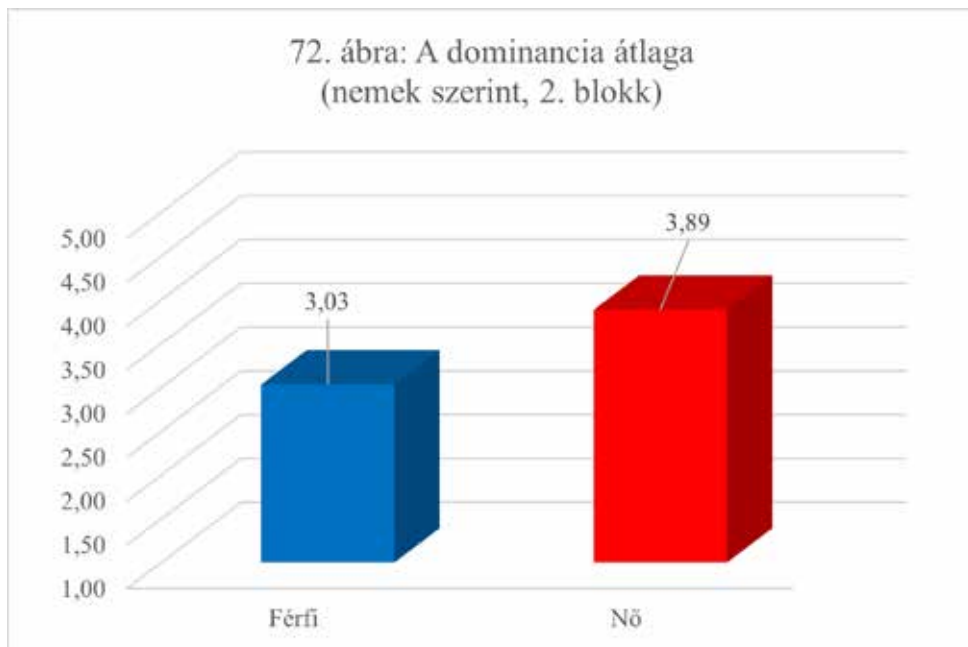
Míg a BeleValóVilág 1. adásblokkjának műsoraiban a feladtvégzésre vonatkozó motiváció nem jelent meg egyetlen alkalommal sem, addig a 2. adásblokkban több alkalommal is megfigyelhető volt. Lissza és Ákos jelent meg a legtöbbit és a legaktívabban ezen a téren a BeleValóVilágban.

### *Társakkal való viszony*

#### *Dominancia, csoportban elfoglalt hely*

A Likert-skála nemek szerinti átlagai azt mutatják, hogy a nők jelentős különbséggel dominánsabb szerepben jelentek meg, és jobban közelítettek az önálló ötletekkel való megnyilvánulások felé, mint a férfiak.

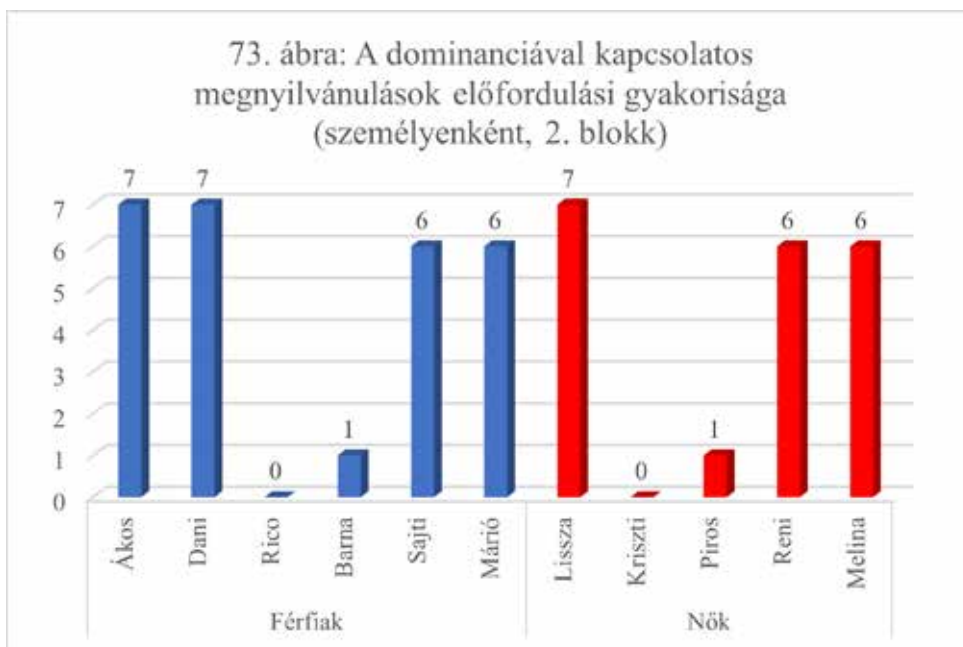
Az 1. vizsgált adásblokkhoz képest jelentősen nőtt a dominancia átlaga (1. blokk: férfiak átlaga 2,22, nők átlaga 2,54; 2. blokk: férfiak átlaga 3,03, nők átlaga 3,89). Ez mindkét nem esetében azt jelenti, hogy kezdik magabiztosabban érezni magukat a csoportban és egyre inkább kinyílik a személyiségük.



Az adásokban tapasztalható dominancia terén megfigyelt tevékenységek alapján hasonló értékeket látunk: a nők esetében Lissza 7, míg Piros és Melina 6–6 alkalommal jelent meg a műsorban ilyen megnyilvánulással. A férfiak közül Ákos és Dani 7–7 alkalommal, Sajti és Márió 6–6 alkalommal tűnt fel a dominanciával kapcsolatos megnyilvánulások kapcsán.

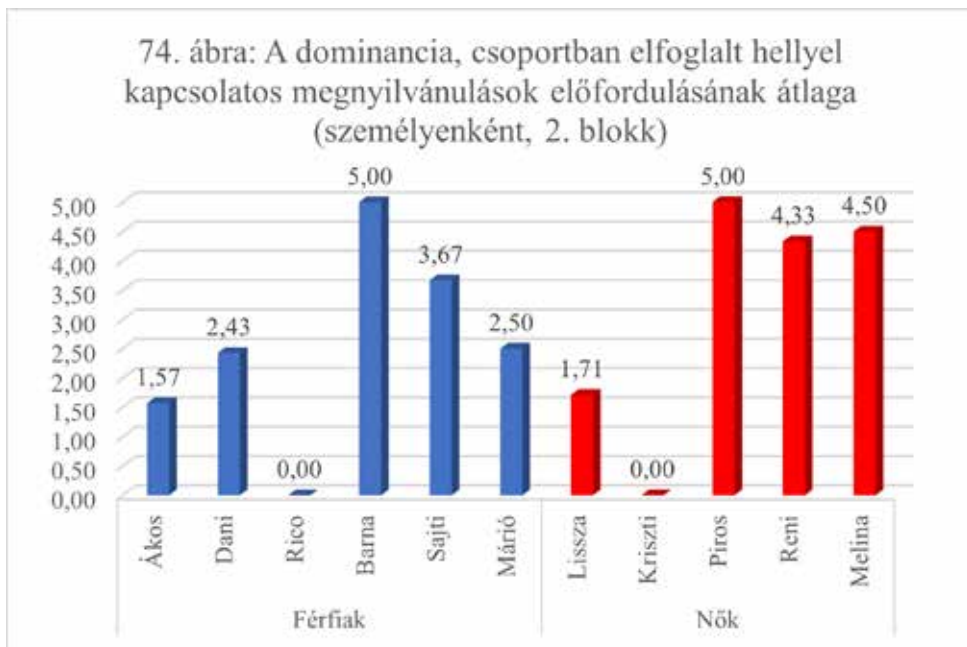
Voltak teljesen passzív szereplők is, hiszen a férfiaknál Rico, nőknél Kriszti nem jelent meg a műsorban ilyen tevékenységek kapcsán, illetve Barna és Piros is csak 1–1 alkalommal.

Az 1. adásblokkban sokkal nagyobb gyakorisággal fordultak elő dominanciával kapcsolatos tevékenységek, amelyek a 2. adásblokkra kissé változtak, több szereplő esetében.



A nőknél a Likert-skála átlagai alapján Piros, Melina és Reni az, aki gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepbe lép. A férfiak közül pedig Barna, őt követi elmaradva ugyan, de a férfiak között jelentős eredménnyel Sajtó.

Az 1. mintavételben a nőknél a Likert-skála átlagai alapján Reni vezetett, az ő helyét Piros vette át, akit Melina követ, míg Reni a 3. helyre szorult vissza az új ötletekkel való megjelenés és az irányító szerep tekintetében. A férfiak közül Barna erősítette meg pozícióját az új ötletek terén. A korábbi passzivitás aránya jelentősen csökkent.



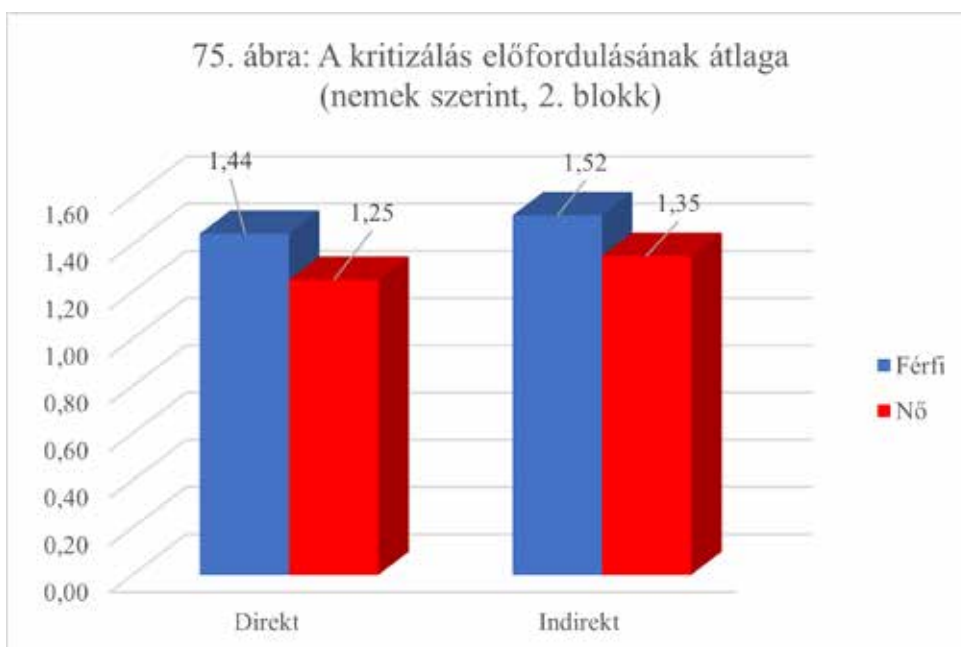
A BeleValóVilág 2. elemzett adásblokkjának műsoraiban hasonló arányokat láthatunk, mint az 1. adásblokkban, bár az előfordulás gyakorisága alacsonyabb. A BeleValóVilág 2. adásblokkjában Ákos, Dani és Lissza jelent meg legtöbbször (6–6–7 alkalommal), és az átlagok alapján a „Megnyilvánulásaiban másokat ismételi” tevékenység volt a jellemző rájuk (1,83; 1,83 és 1,57).

### *Kritizálás (direkt, indirekt)*

A második adásblokk megfigyelése során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a bíralt személy jelenléte nélküli) kritizálásának számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

A kritikus megnyilvánulások adásonkénti átlagos megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy férfiak a direkt és az indirekt kritizálás esetében is magasabb arányt mutattak.

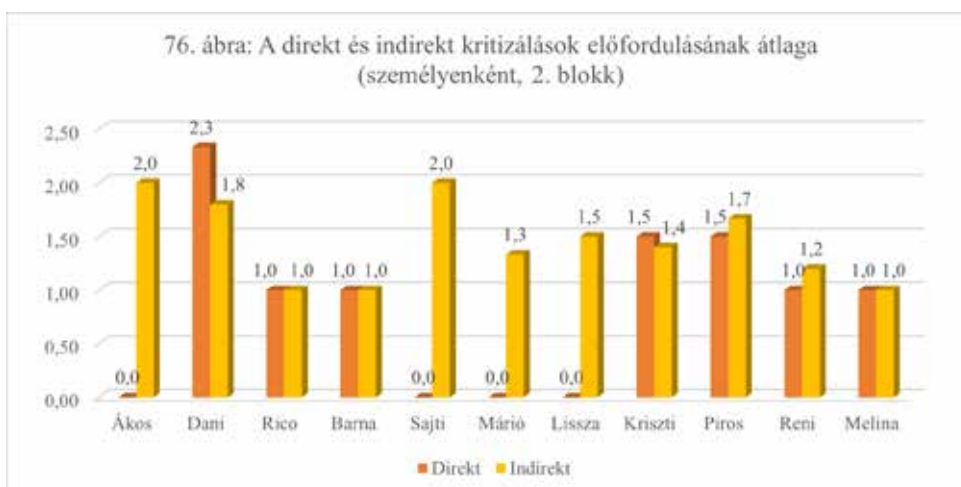
Az 1. mintavételi blokkhoz képest a férfiak a direkt kritizálásban átlagosan magasabb értéket értek el (korábbi átlag 1,0; jelenlegi 1,44), ami jelentős növekedést mutat. A nők átlaga az indirekt kritizálás terén csökkent.



Ha szereplőkre bontva vizsgáljuk meg ezt a viselkedést, akkor azt látjuk, hogy a direkt, közvetlen, szemtől szembeni kritizálásban Dani nagy különbséggel vezet, őt követi Kriszti és Piros.

Az indirekt kritizálásban a férfiak sokkal aktívabbak voltak a vizsgált időszakban, ahol Ákos, Sajti és Piros állnak a dobogón. Érdekes jelenség, hogy a férfi és női szereplőknél közel azonos arányban jelenik meg mindkét viselkedés. A férfiaknál arányaiban ritkább a direkt kritizálás, de ahol megjelenik, sokkal intenzívebb. Ákos, Sajti és Márió esetében nem jelenik meg a direkt kritizálás, a lányoknál mindkettő jellemző, Lissza kivételével.

Az 1. adásblokk eredményeivel összehasonlítva az látszik, hogy az idő és a műsor előrehaladtával sokkal inkább párhuzamossá válik mind a direkt, mind az indirekt kritizálás együttes megjelenése.



Az adatsorok közötti összefüggés vizsgálata során azt láttuk, hogy mások kritizálása és a felelősségvállalás között erős, pozitív irányú korrelációs összefüggés mutatható ki ( $r=0,68$ ).

A BeleValóVilág 2. adásblokkjában megfigyelt műsorokban 1–1 alkalommal jelent meg Ákos és Lissza esetében a direkt és az indirekt kritizálás is.

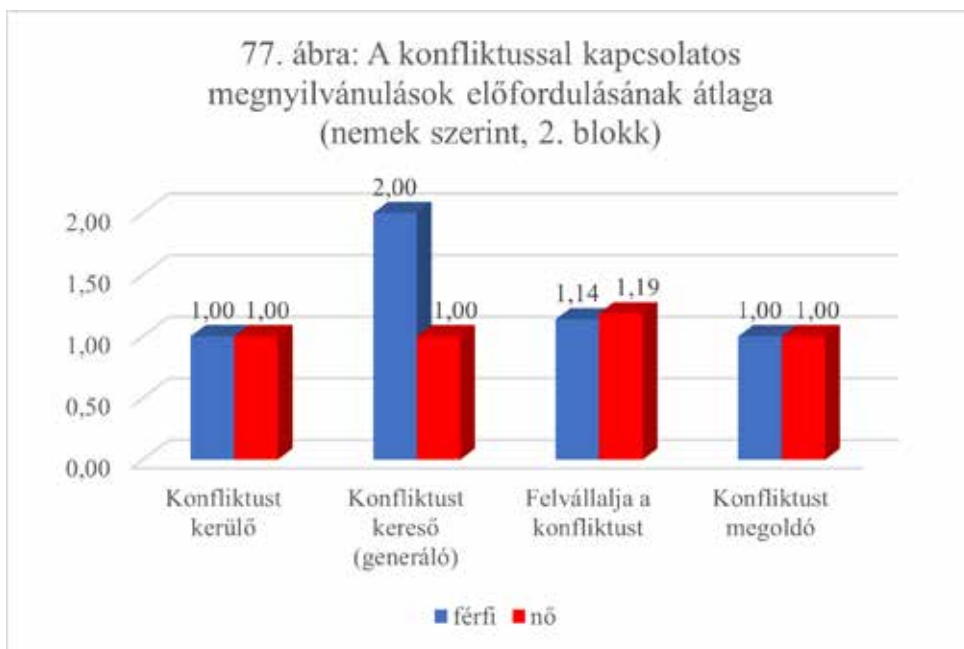
A BeleValóVilág 1. adásblokkjában megfigyelt műsorokban más arányt láttunk, ott főleg az indirekt kritizálás volt a jellemző, Lamin és Bibi jóvoltából.

### *Konfliktus*

A nemeket összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy amíg – az átlagot tekintve – a férfiak a konfliktusok kerülésben töltenek be aktív szerepet, addig a nők a konfliktus felvállalásában. A konfrontációkeresésében és megoldásában egyenlő arányú átlagos előfordulást tapasztaltunk.

A nemek tekintetében jól látszik, hogy a férfiak nagyobb arányban jelennek meg a konfliktust generálók között, a nők esetében a konfliktust felvállalók aránya nőtt.

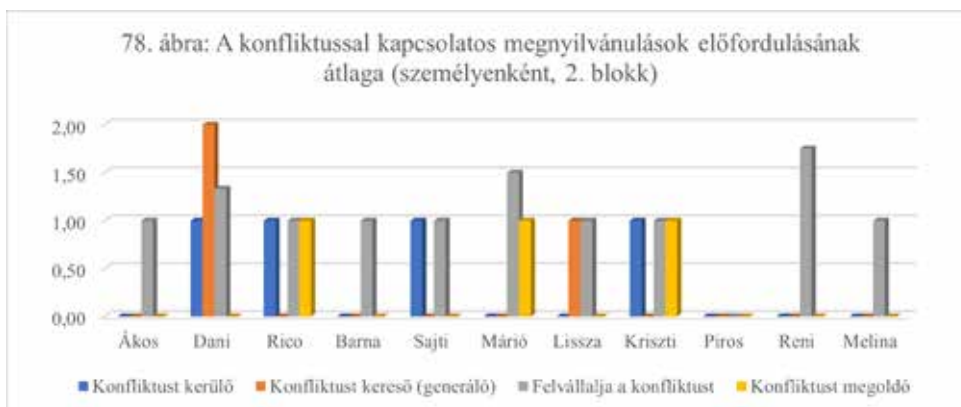
Az 1. vizsgált adásblokkhoz képest a konfliktuskerülő férfiak aránya kismértékben csökkent, a konfliktusgeneráló férfiak aránya viszont a 2. adásblokkban jelentősen nőtt, ugyanakkor a konfliktust felvállalók és az azt megoldók aránya nagyságrendileg nem változott a nemek szerinti bontás tekintetében.



Az átlagok szereplőnkénti vizsgálata során azt látjuk, hogy Dani és Lissza jár élen a konfliktus keresésénél, míg annak felvállalása terén Reni, Márió, Dani és Melina vezetnek.

A konfliktuskerülés Danira, Ricora, Sajtira és Krisztire volt jellemző. A konfliktusok megoldásában Rico, Márió és Kriszti vett részt leginkább. A konfliktusok terén Piros az abszolút passzív szereplő, akire egyik megnyilvánulás sem volt jellemző a jelen mintavétel során.

A 2. adásblokkban Dani, Rico és Kriszti jelent meg a legtöbb kontextusban a konfliktus megnyilvánulással kapcsolatban, ami az 1. adásblokkhoz képest jelentős változás, hiszen ott csak Kriszti esetében volt a konfliktus megoldással kapcsolatban kódolható megnyilvánulás. A korábbi három csúcstartó (Ákos, Lamin és Bibi) közül az utóbbi két szereplő itt már nem volt játékban, így a mezőny átrendeződött e tekintetben is. Ákos a 2. megfigyelési időszakban a konfliktus felvállalására fókuszált.

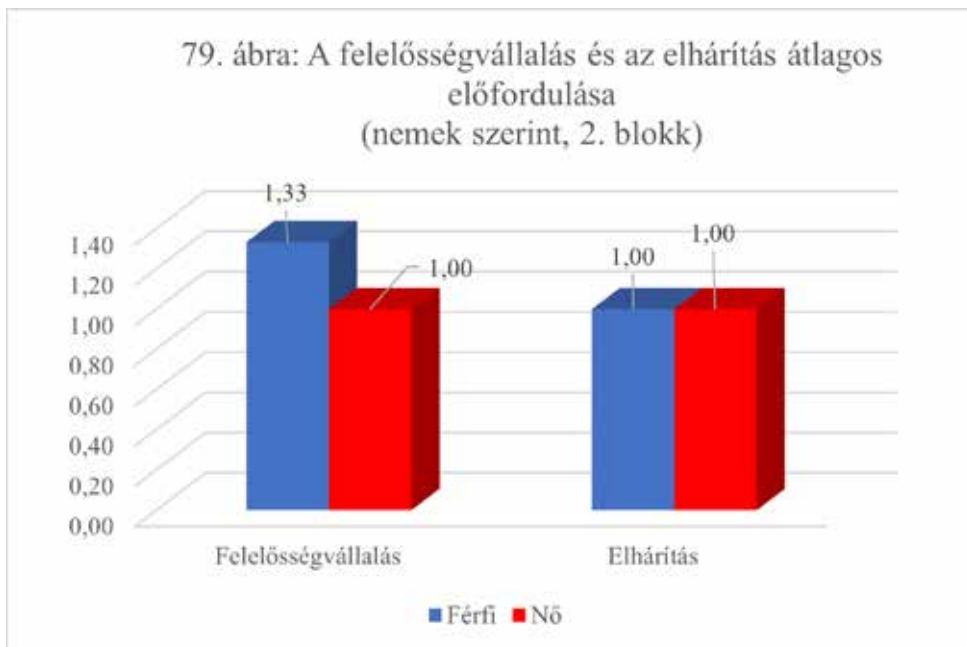


A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a konfliktussal kapcsolatos megnyilvánulások egy kivétellel (Lissza) nem jelennek meg.

### *Felelősvállalás*

A nők és a férfiak viselkedését vizsgálva – a két változó tekintetében – azt látjuk, hogy a vizsgált időszakban a férfiakra inkább a felelősvállalás volt jellemző, míg az elhárításban ugyanolyan átlagot mutat mindkét nem.

A VV11 műsor esetében a két mintavételi egységet összehasonlítva azt látjuk, hogy míg az 1. blokkban a nők, addig a 2. blokkban a férfiak felelősvállalása volt a dominánsabb, az elhárítás terén nem történt változás.



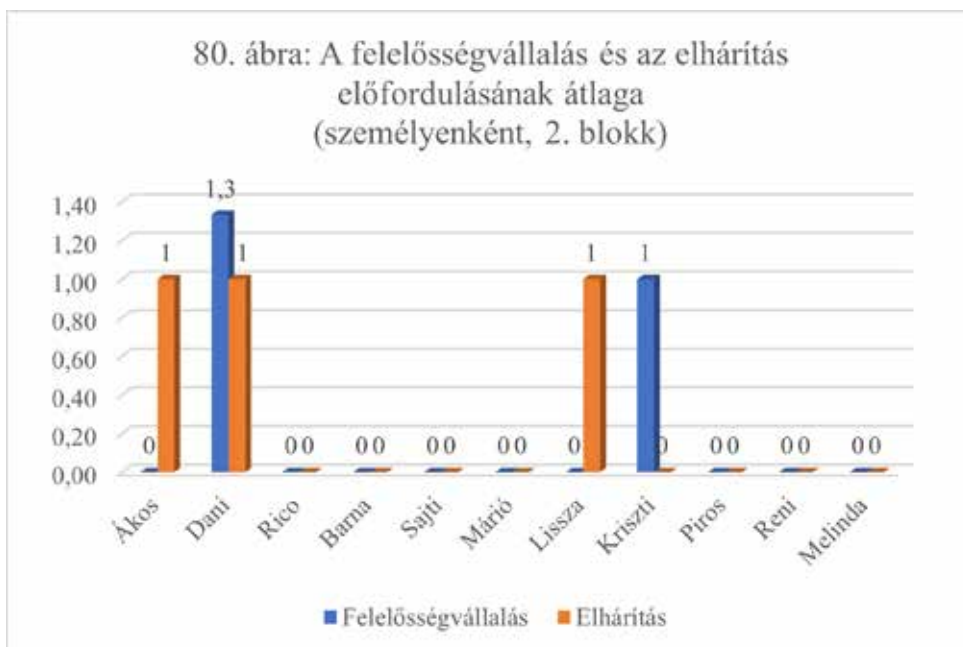
A felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat tekintve a férfiak közül Ákos és Dani esetében volt megfigyelhető ilyen viselkedés, a nők között Krisztinél és Lisszánál láttunk ilyen tevékenységet, bár ezek átlagos előfordulása alacsony volt. A többi szereplő a vizsgált adásokban ezt a két tevékenységet – a kódolók megítélése alapján – nem végezte.

A felelősségvállalás Daninál volt a legnagyobb arányban megfigyelhető, őt követi Kriszti.

Az elhárítás megjelenését vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a férfiaknál Ákos és Dani, a nőknél Lissza mutatott ilyen viselkedést.

Az 1. és a 2. kódolt adásblokk esetén megállapíthatjuk, hogy Bibi és Lamin kiesésével nagyjából hasonló maradt az arány e téren.



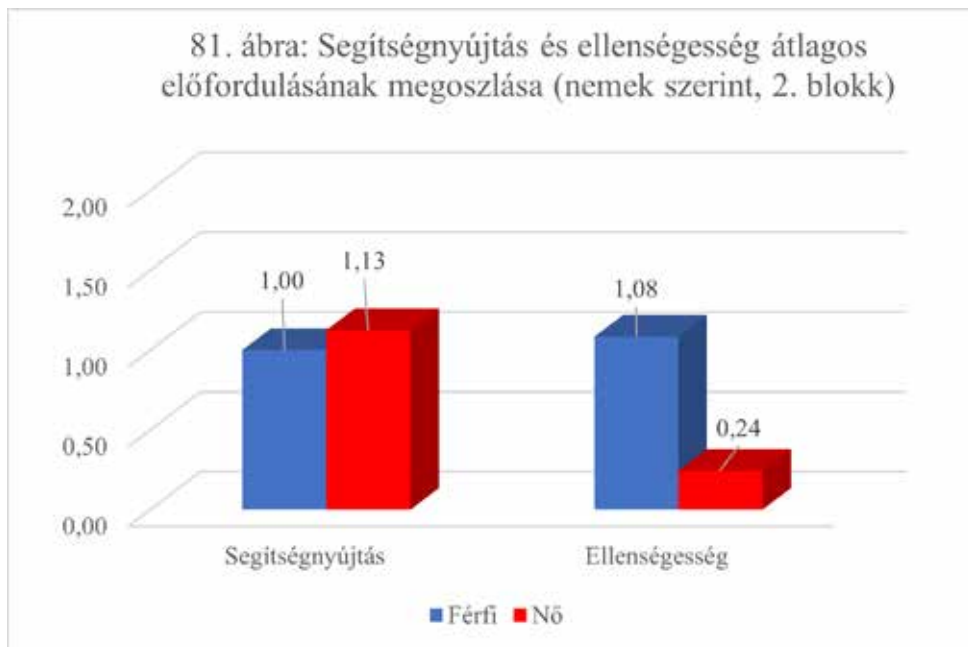


A BeleValóVilág elemzett műsoraiban megfigyelhető, hogy a férfiaknál alacsony arányban, de a megjelenik felelősségvállalás (Ákos esetében 1 alkalommal), a nőknél pedig az elhárítás (Lissza 3 alkalommal) kis arányban, de jellemző.

### *Segítségnyújtás és Ellenségesség*

A vizsgálataink során azt tapasztaltuk, hogy a segítségnyújtás terén a nők átlaga magasabb, bár az előfordulások aránya alacsony. Ellenségesen a férfiak jelentősen nagyobb arányban nyilvánultak meg, de az arány itt is kismértékű.

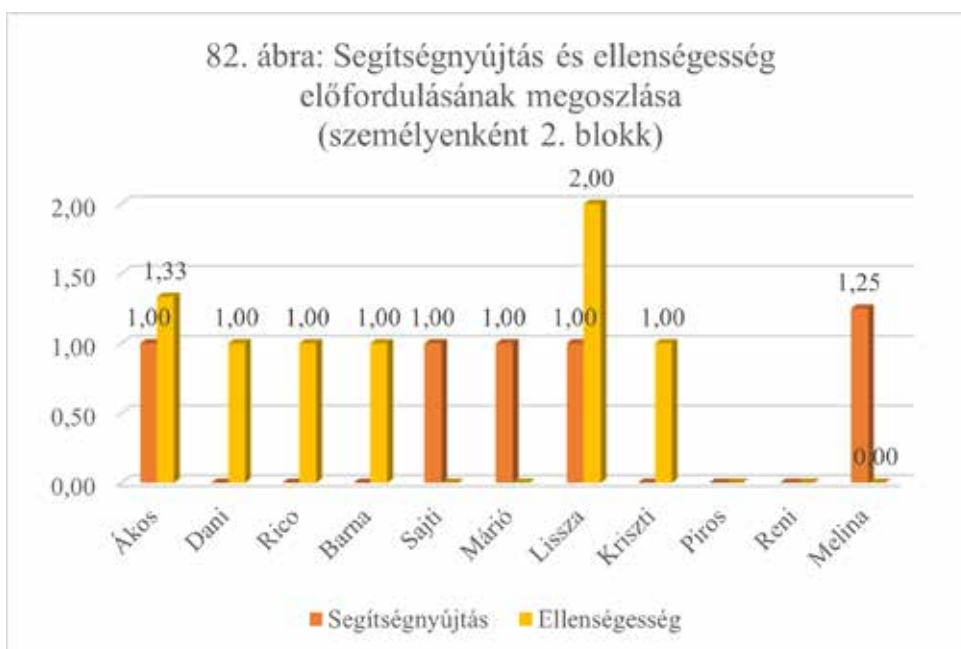
A ValóVilág 11. évadának 1. és a 2. kódolt adásblokkját vizsgálva jól látszik, hogy az ellenségesség aránya jelentősen csökkent a férfiaknál, a nőknél a segítségnyújtás átlagos mértéke kissé nőtt.



A segítségnyújtást személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Melina mutatta a leginkább segítségnyújtó megnyilvánulást, őt követi Ákos, Márió, Sajti és Lissza. A többi játékos a vizsgált adásblokk során egyetlen alkalommal sem segített a társainak.

Az ellenséges magatartás szinte mindenkire jellemző volt, leginkább Lisszára. Piros és Reni abszolút passzív volt mindkét megnyilvánulásban.

A két kódolt adásblokk kapcsán azt látjuk, hogy a 2. adásblokkban sokkal kiegyensúlyozottabb a segítségnyújtással és ellenségességgel kapcsolatos megnyilvánulások aránya.

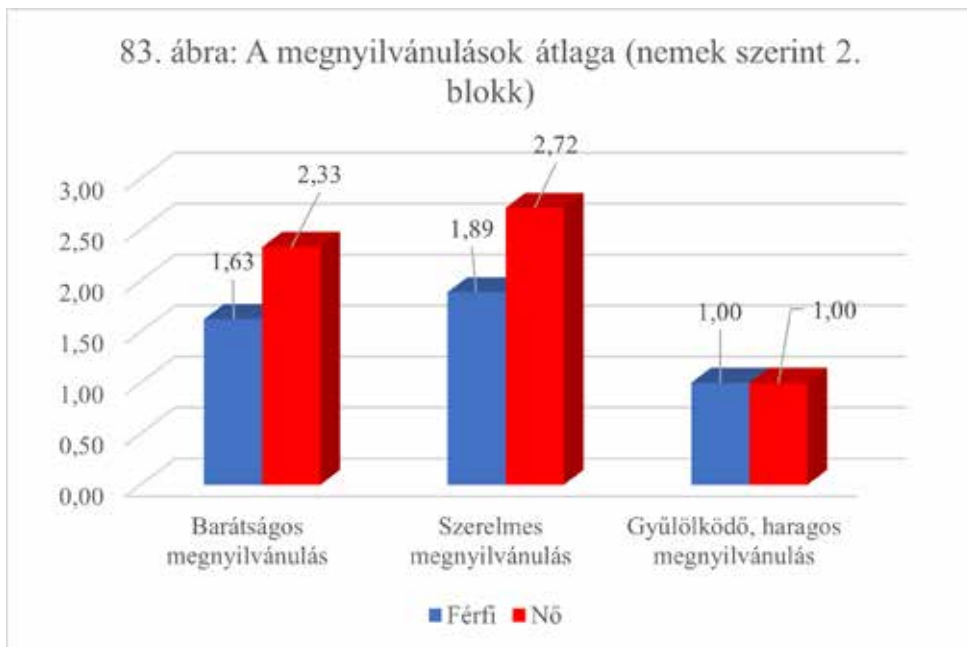


A BeleValóVilág 2. elemzett blokkjának műsoraiban a segítségnyújtás a férfiak esetében a ValóVilág 2. adásblokkjához képest nagyobb arányt mutat (1,25 átlag), amelyhez Ákos, Máriaó és Melina járult hozzá.

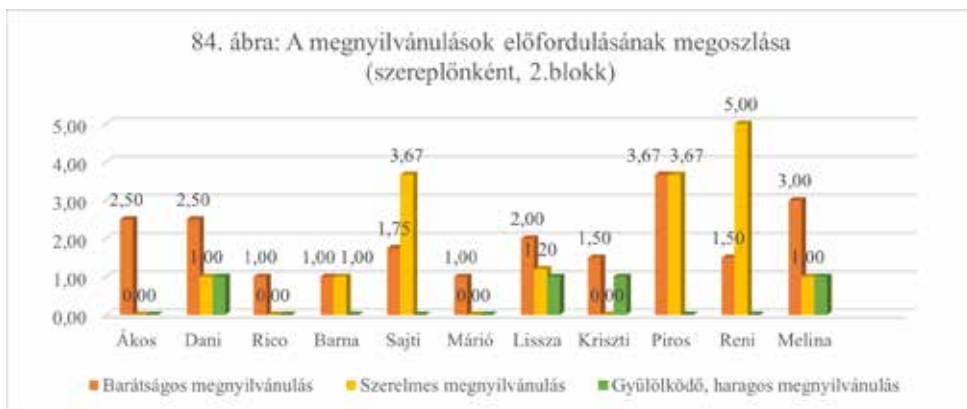
### *Megnyilvánulások*

A második adásblokkban a barátságos és a szerelmes megnyilvánulás a nőknél magasabb arányt, a gyűlölködő, haragos viselkedés mindkét nemnél ugyanolyan átlagos előfordulást mutat.

A VV11 1. és 2. adásblokkja esetében azt látjuk, hogy a 2. blokkban a barátságos megnyilvánulások aránya mindkét nem esetében nőtt, és a korábbi férfi dominancia átfordult női többséggé. A szerelmes megnyilvánulások száma a 2. blokkban jelentősen nőtt a nők esetében, míg a férfiaknál csökkent. A gyűlölködő, haragos megnyilvánulás női többsége visszaszorult a 2. blokkban, és aránya kiegyenlítődt.



A szereplők szerinti elemzésnél Dani és Ákos átlaga hasonlóan magas a barátságos megnyilvánulás esetében. A szerelmes megnyilvánulás Renire és Sajtira jellemző leginkább, míg a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás Danit, Lisszát, Krisztit és Melinát jellemzi.



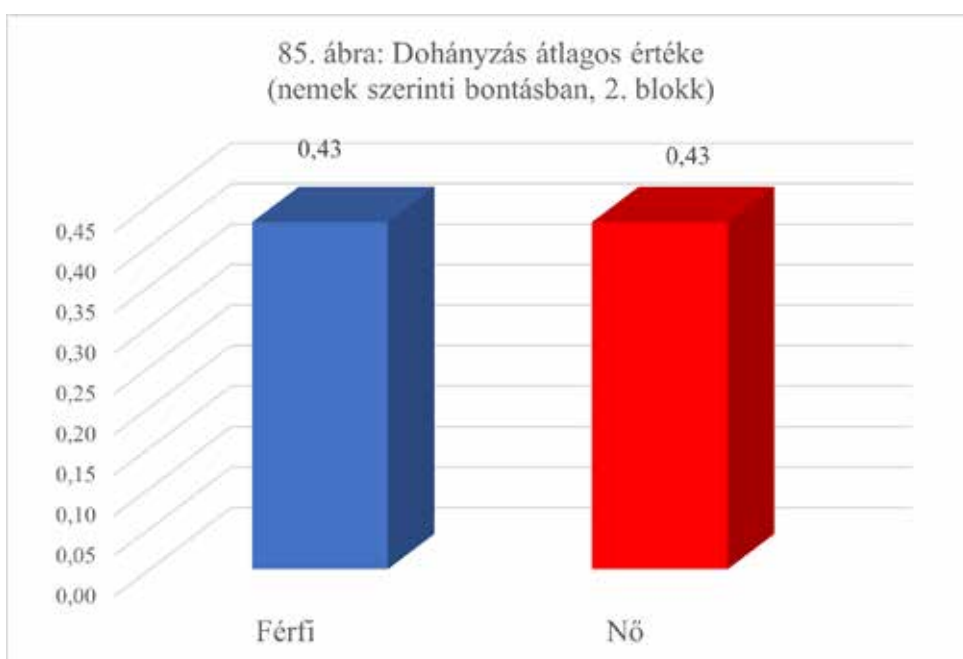
A BeleValóVilág 2. adásblokkjának elemzett műsoraiban a barátságos megnyilvánulások átlagos előfordulása a férfiaknál magasabb (férfiak: 1,25; nők: 1), amely arány a ValóVilág 2. adásblokkjához képest fordított arányt jelent.

Gyűlölködő, haragos megnyilvánulással ebben a blokkban nem jelenik meg a szereplők közül senki.

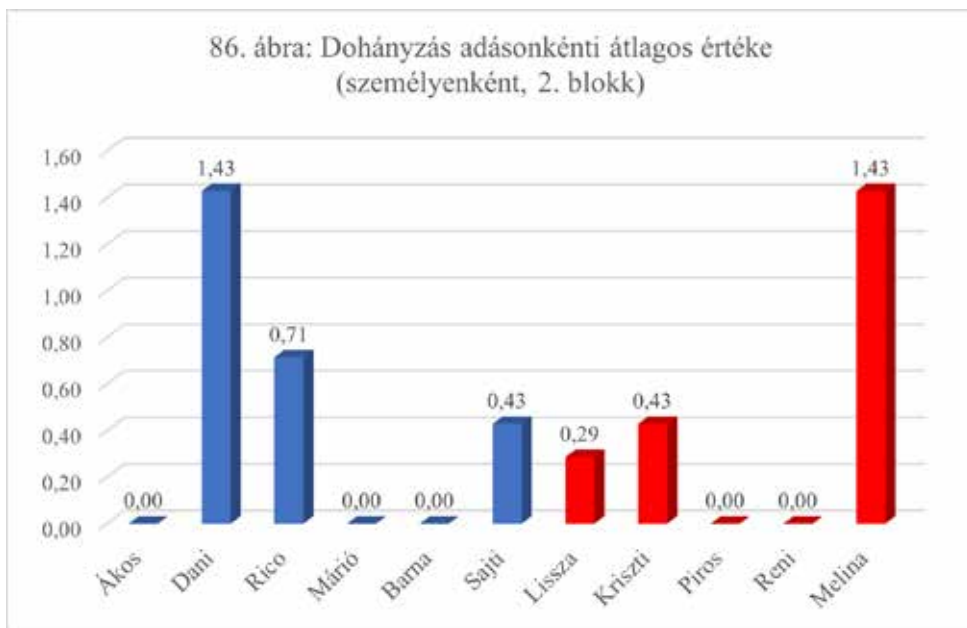
## Dohányzás

Jelen kutatásban – a dohányzás megfigyelésénél – az előfordulások számát vettük alapul. Egy előfordulásnak tekintjük a két képváltás közötti megjelenítést.

A VV 11. évadának második megfigyelési időszakában a dohányzás mint cselekmény (ahogy rágyújtanak, ahogy cigarettát fognak a kezükbe) alig fordul elő, pedig az előző szériában meghatározó viselkedése volt a szereplőknek. Így, az adásokban közreadott képsorok alapján a vizsgált mintavételi blokk 5 női szereplője közül 3 fő dohányzik, míg a 6 férfi közül csupán 3 fő. A dohányzás adásonkénti átlagos értéke szinte egyenlően alakul a két nem képviselői között (átlag = 0,43, szórás (férfiak)=0,57, szórás (nők)=0,45).



A dohányzás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva is hasonló adatokat láthatunk a férfiak és a nők között: Dani és Melina dohányzási értékei vezették a vizsgált időszakot.

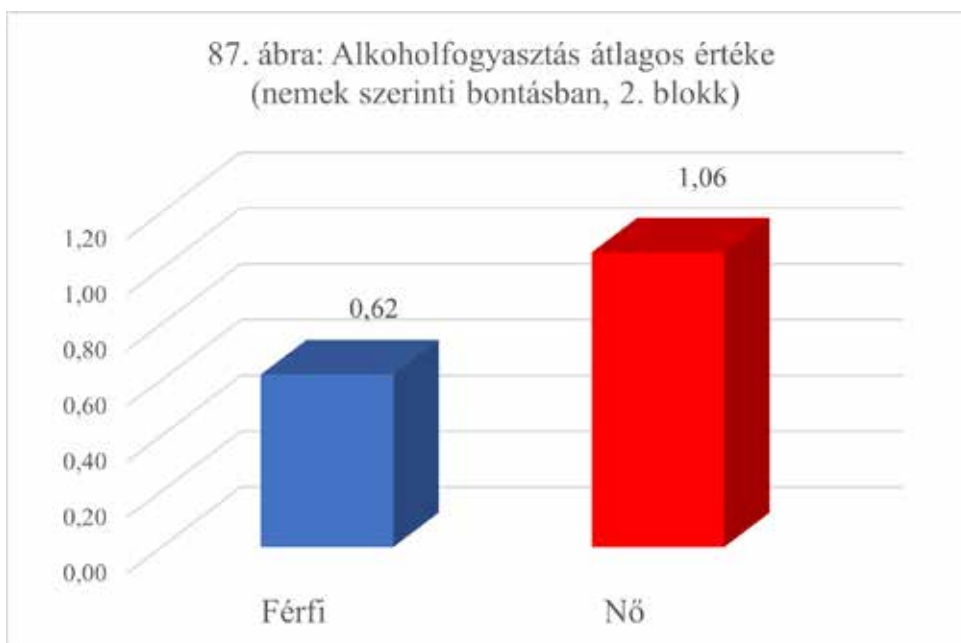


Mint ahogy az előző mintavétel elemzésénél már említettük, az adás szerkesztésében nagy változást tapasztalhatunk, hiszen míg a korábbi évadokban láthatta a néző, amikor egy szereplő rágyújt, most ilyen bevágással nem találkozunk. Azt láthatjuk, hogy a szereplők cigarettaival a kezükben mászkálnak, de e bevágások száma nincs összhangban a villában található hamutartók telítettségével, ami arra utal, hogy a sugárzott adásban tudatosan nem mutatják ezeket a jeleneteket. A BeleValóVilágban a dohányzás ugyanazon személyekre jellemző, mint a VV11 sugárzott adásában (kivéve Sajtót, akit nem mutattak).

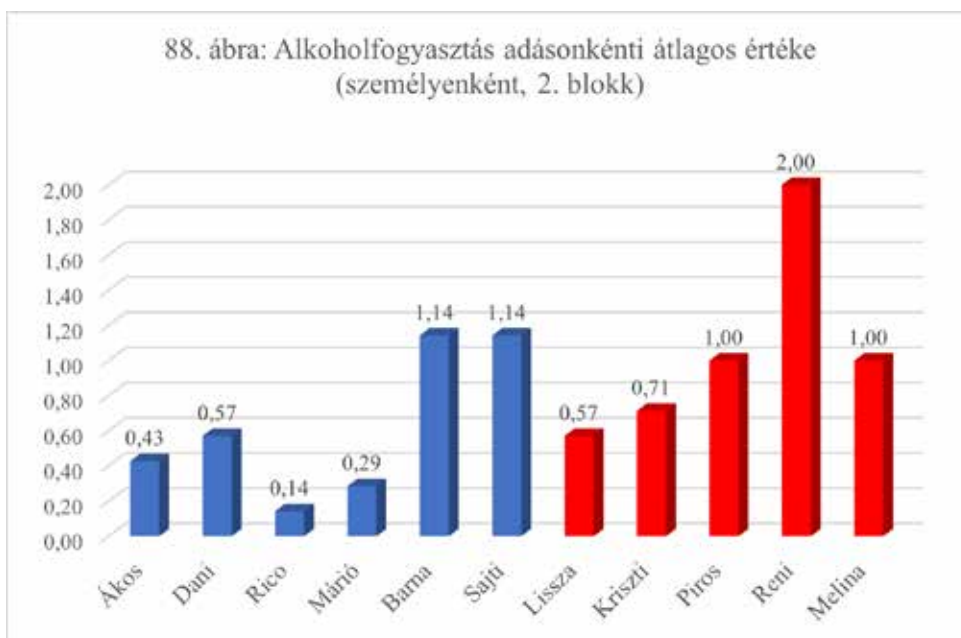
### *Alkoholfogyasztás*

Kutatásunkban a viselkedés elemzésének részét képezi az alkoholfogyasztás gyakoriságának áttekintése is. Jelen évad ValóVilág adásaiban jelentősen lecsökkent az alkoholfogyasztás fizikai megnyilvánulásának képernyőn történő közlése. A második mintavételi időszakban is elmondható, hogy ritkán volt látható, hogy a műsor szereplője belekörttyolt az italába, viszont az gyakori volt, amikor csak kezében tartotta az italt, vagy a beszélgetésekben alkoholfogyasztáshoz köthető motívumok jelentek meg, ezért kódolásunk során ezt is figyelembe vettük. Figyelmen kívül hagytuk azonban azokat az eseteket, amikor egyértelműen látszott, hogy alkoholos befolyásolás alatt áll a szereplő, de az adásban nem jelenik meg, hogy alkoholt italt fogyasztana vagy tartana a kezében.

A második mintavételi időszakban a nők többször fogyasztottak alkoholt, átlagosan 1,06 alkalommal (szórás=1,48), a férfiak pedig 0,62 alkalommal (szórás=0,88).



Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy a legtöbb alkalommal Reni, majd Barna és Sajti, valamint Melina fogyasztott alkoholt, egészen hasonlóan az első mintavételi egységhez.



A BeleValóVilág adataiban az átlagos alkoholfogyasztási érték szinte megegyezik a két kategória között, a férfiaknál 0,21, a nőknél 0,27. A szereplőnkénti helyzetkép viszont nagyon eltérő a BeleValóVilág adatainál. A vizsgált időszakban Dani (átlag=0,86) emelkedik ki a többi szereplő közül, illetve Lissza (átlag=0,57) és Piros (átlag=0,5) esetén láthatunk magasabb alkoholfogyasztási értékeket.

Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata alapján az alkoholfogyasztás pozitív korrelációs viszonyt mutat a nevetés, öröm értékével ( $r=0,505$ ), az ölelés, kedvesség azonos neművel ( $r=0,566$ ), ölelés, kedvesség más neművel ( $r=0,537$ ), valamint a szexuális viselkedés kezdeményezésével ( $r=0,718$ ).

### *Egészségtelen ételek*

A vizsgálat során kódolásra került, hogy hány esetben fogyasztanak egészségtelen ételt (chipset, csokoládét stb.) a villa lakói. Az első adásblokk során alig volt megfigyelhető ez a tevékenység, a második mintavétel során is csak Ákos esetén láthattuk az egy hét alatt, a BeleValóVilág adásrészeiben pedig nem jelenik meg a tevékenység.

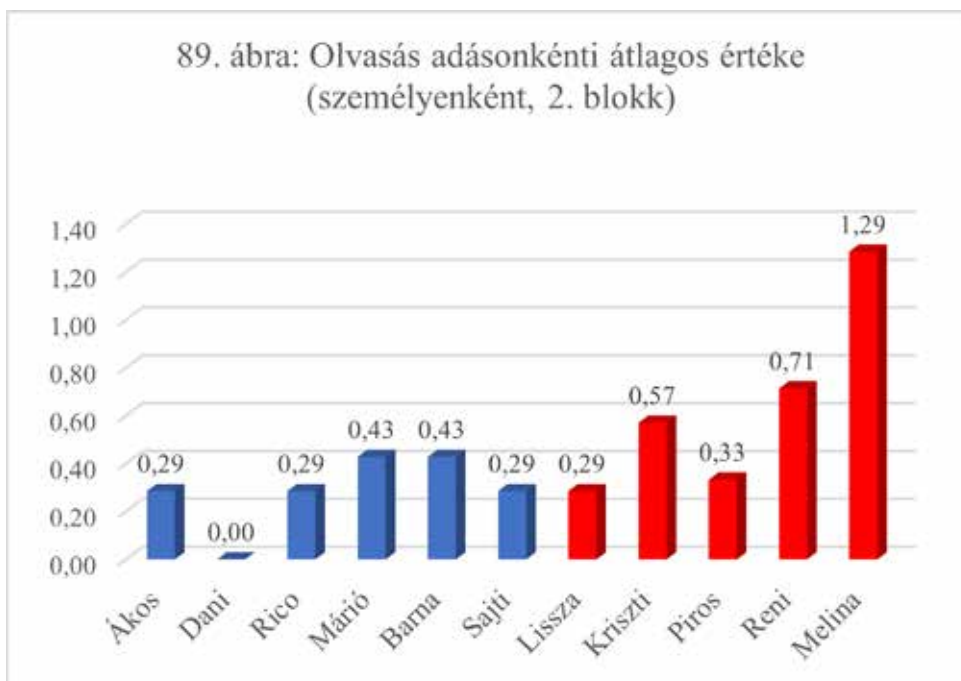
### *Agresszív megnyilvánulások*

Az agresszív megnyilvánulás mint fizikai cselekmény a második mintavételi időszakban sem jelenik meg, hasonlóan az első adásblokkhoz.

### *Olvásás – Egyéb intellektuális tevékenység*

Elemzésünk szempontjainak kialakításakor próbáltunk a társadalom számára pozitív példaként állítható cselekményeket is keresni a műsorban, ezért olyan kategóriák, mint olvasás és egyéb intellektuális tevékenység is részét képezte megfigyelésünknek. A második mintavételi egység része volt a Technikumi hét: közismereti oktatás témaköre, amelynek során az olvasás többször és több személynél is előfordult.



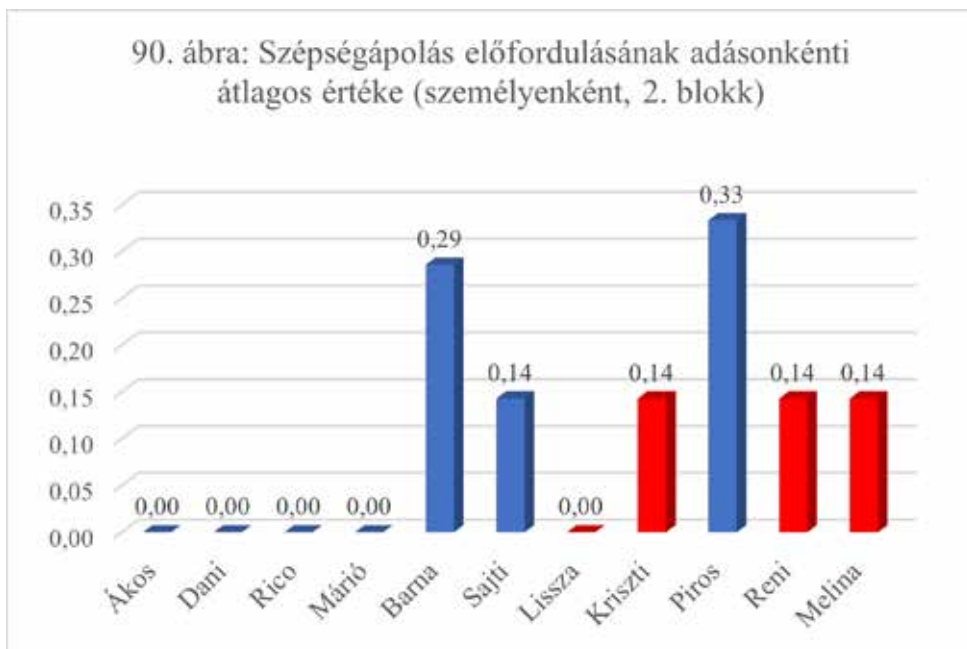


### *Testedzés*

A második mintavételi időszakban a testedzés Dani és Márió esetén volt megfigyelhető (kívülről kapott feladat eredményeként). A BeleValóVilág műsorrészeiben pedig Riconál jelenik meg az edzés.

### *Szépségápolás*

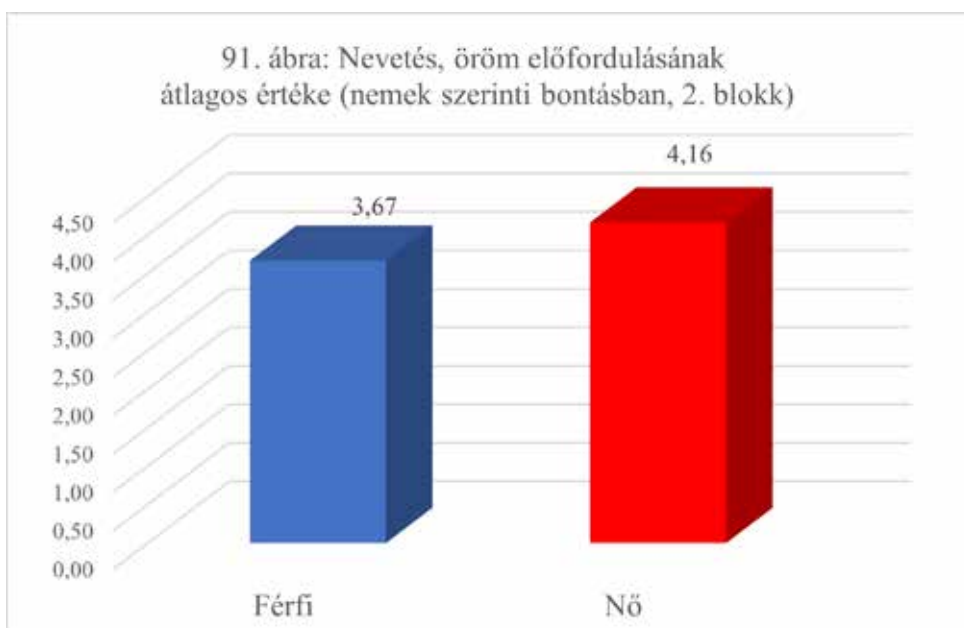
Nemek szerint vizsgálva a jelenséget, a férfiaknál Barna esetén láthattunk idetartozó mozzanatot, míg a nőknél, Lisszán kívül, mindenkinél megjelent.



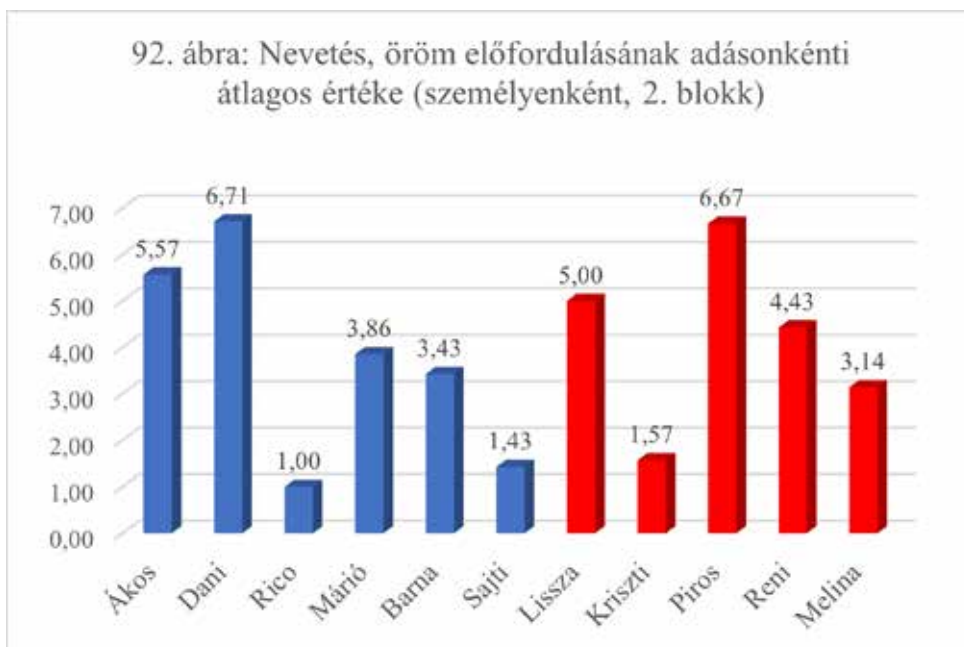
A BeleValóVilág adásrészeiben Márió és Kriszti esetén tapasztalhattunk szépségápolási tevékenységet.

### *Nevetés, öröm*

A nevetés és öröm megnyilvánulása 273 esetben került megfigyelésre, személyenként egy-egy adásban 0 és 15 előfordulási érték között mozogva. A diagramon láthatjuk, hogy a második megfigyelési időszakban a nőknél magasabb átlagos értéket mutat, de mindkét nemre jellemző a jó hangulat megnyilvánulása.



A tevékenység személy szerinti vizsgálata alapján azt láthatjuk, hogy mind a nők, mind a férfiak mindegyikénél megjelenik a nevetés és az öröm kifejezése. A második mintavételi egységnél Dani és Reni értékei kiemelendők, szemben Rico, Sajti és Kriszti alacsonyabb értékeivel.

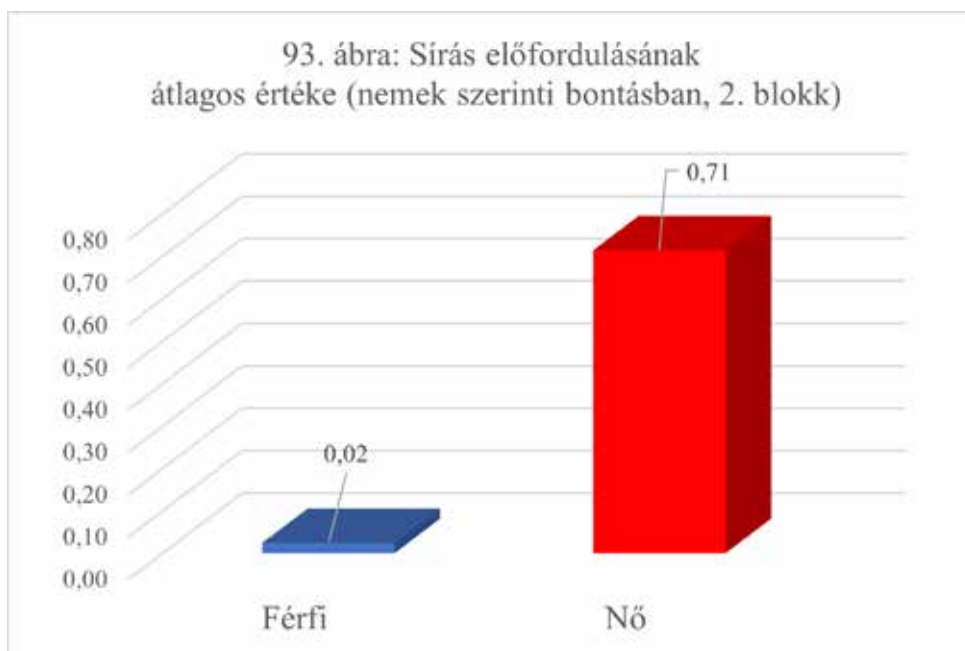


Az adatsorok közti összefüggések vizsgálata során a nevetés, öröm értékével – az alkoholfogyasztásnál már ismertetett pozitív korrelációs viszonyon túlmenően – pozitív korrelációs viszonyt mutat az ölelés, kedvesség azonos neművel ( $r=0,525$ ), ölelés, kedvesség más neművel ( $r=0,508$ ), valamint a szexuális viselkedés kezdeményezésével ( $r=0,393$ ).

A BeleValóVilág adásaiban Ákos, Lissza és Piros magas értékkel jelenik meg, de minden szereplőről láthatunk nevetést, örömet kifejező képkockákat.

### Sírás

Míg az előző évadban a sírás egyértelműen a nőkre volt jellemző tevékenység a műsorban bejátszott események alapján, és csak az utolsó időszakban jelent meg a férfiaknál, addig a 11. évadban már az adás elején is tapasztalhatunk sírást mind a férfiak, mind a nők esetén, a második mintavétel során azonban szinte csak a nőkre jellemző tevékenység.



Ennek az érzelmi megnyilvánulásnak személy szerinti vizsgálata alapján a férfiak közül Barna 1 adásban sírt, míg a nőknél – Lisszán kívül – mindenki elsírta magát a vizsgált időszakban. Most Pirost kell kiemelni kiugró értékei miatt, mivel a vizsgált időszakban – a kiszavazását követően – bejátszottak részleteket a villában addig történt életéről, és ezt az adást végigsírta. Ez a statisztikai értéket jelentősen megemelte.

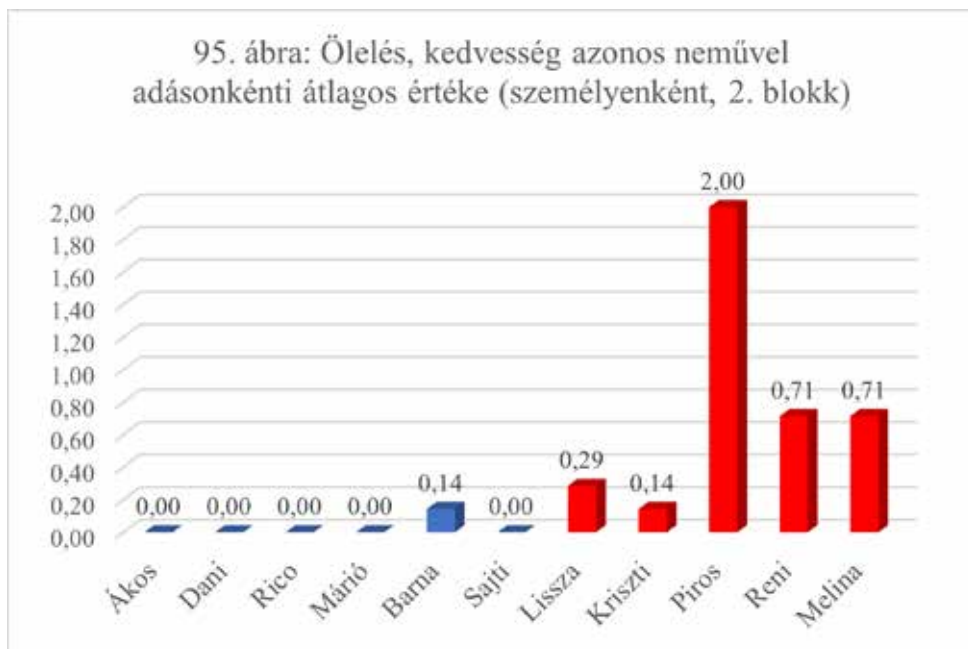


A Belevilág műsoraiban, Melinán kívül, minden női tagot láthattunk sírni, de férfiakat nem.

### *Ölelés, kedvesség azonos neművel*

A 11. évad első mintavételi szakaszában az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel átlagos előfordulásában a férfiakra jellemzőbb megnyilvánulás volt, mint a nőkre, addig a második mintavétel esetén a nőkre jellemző a tevékenység, hasonlóan a 10. évadhoz.

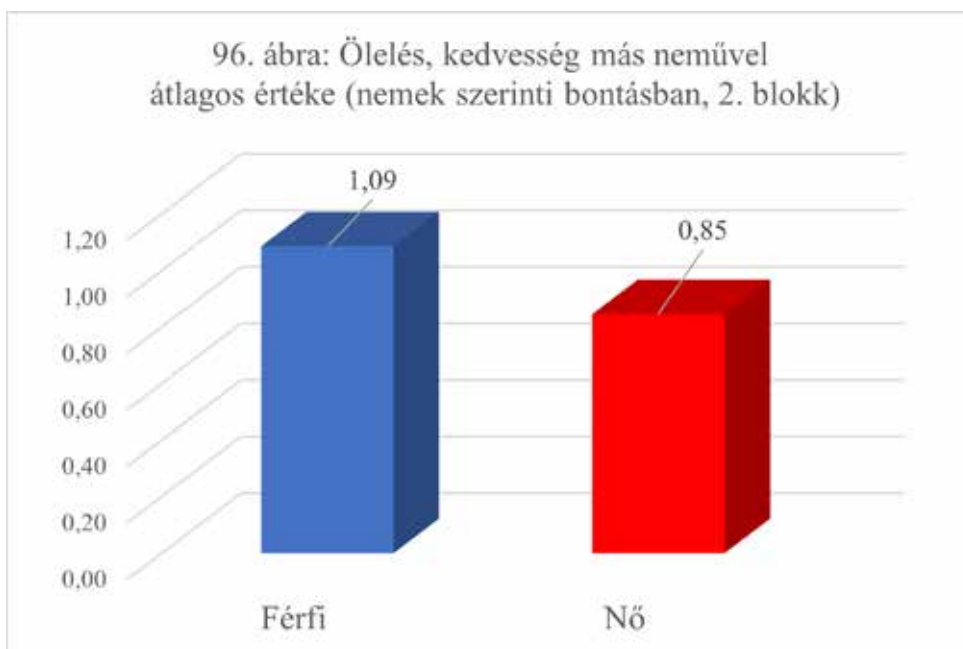
Az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Piros értékei kimagaslóak (kiesőként öleléssel búcsúzik).



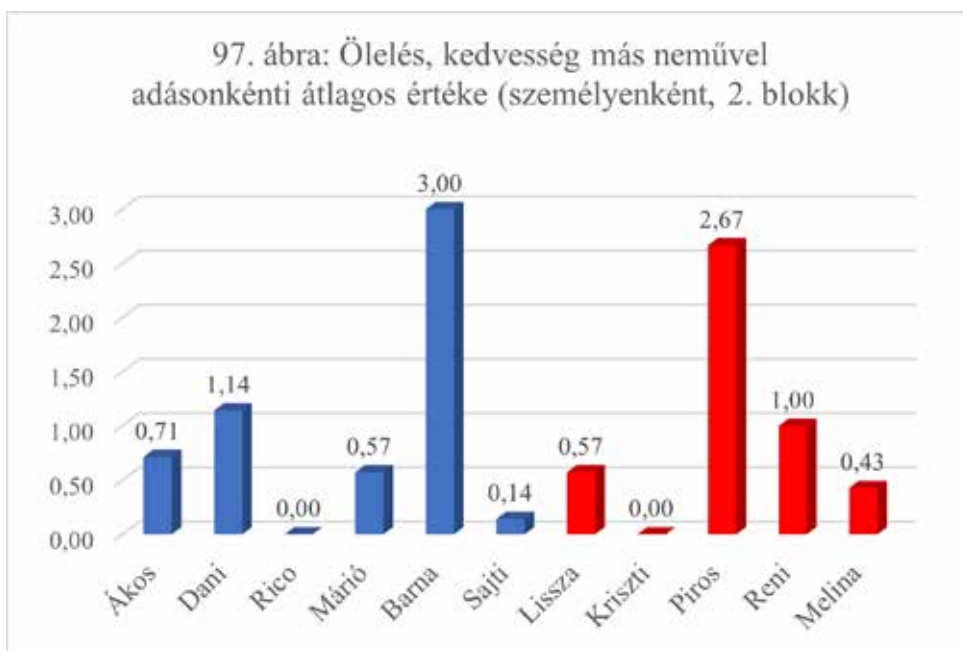
A BeleValóVilág adásaiban ellenben teljesen más képet láthattunk. A férfiak közül Barna, Dani és Rico esetén rögzítettünk előfordulást, a nők közül pedig Reni és Melina jelenik meg azonos nemű társát ölelgetve. Itt az átlagos előfordulás is a férfiak esetén magasabb (0,17), mint a nőknél (0,09).

### *Ölelés, kedvesség más neművel*

A VV10-es szériájában minden szereplőnél megjelent ez a tevékenység, és inkább a férfiakra volt jellemző, addig jelen évad első mintavétele során a másik nem tagjainak ölelgetése a nőknél mutatott magasabb értéket. A második mintavétel a korábbi adásévadhoz hasonlóan a férfiak esetén magasabb, 1,09-es adásonkénti átlagos öleléssel találkozunk, míg a nők esetén 0,85 az átlagérték.



Az ölelés, kedvesség más nemű személlyel kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt tapasztaljuk, hogy Barnánál és Pirosnál látunk magas értéket, és Ricora és Krisztire nem jellemző a tevékenység.

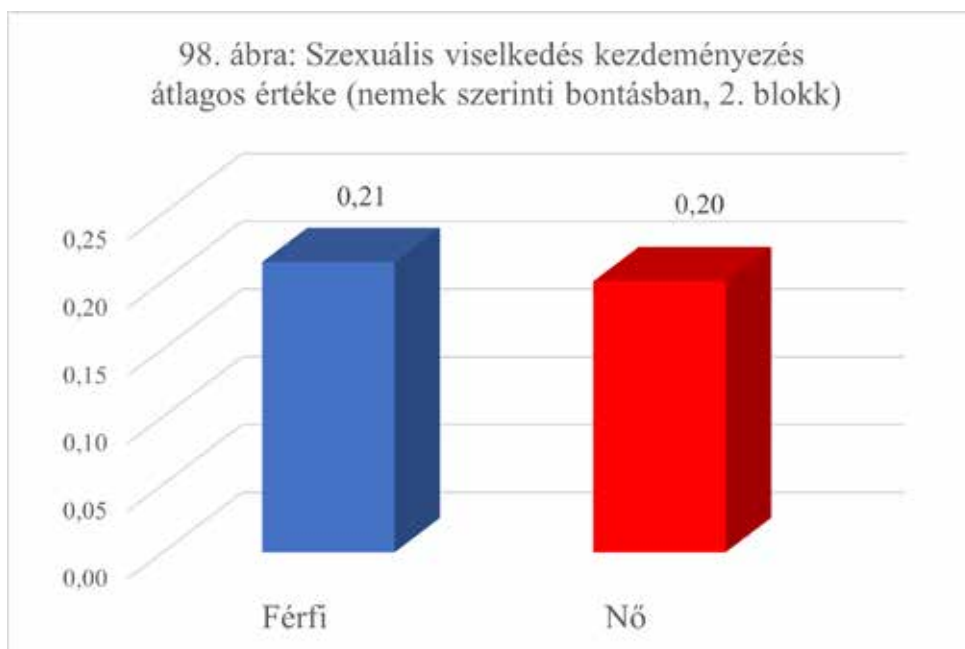


Az összefüggés-vizsgálatok pozitív korrelációs viszonyt mutatnak az ölelés, kedvesség azonos neművel és más neművel kategóriák között ( $r=0,362$ ).

A BeleValóVilág adataiban a másik nem képviselőivel szemben mutatott kedvesség és ölelés Dani és Barna, valamint Lissza esetén jelenik meg.

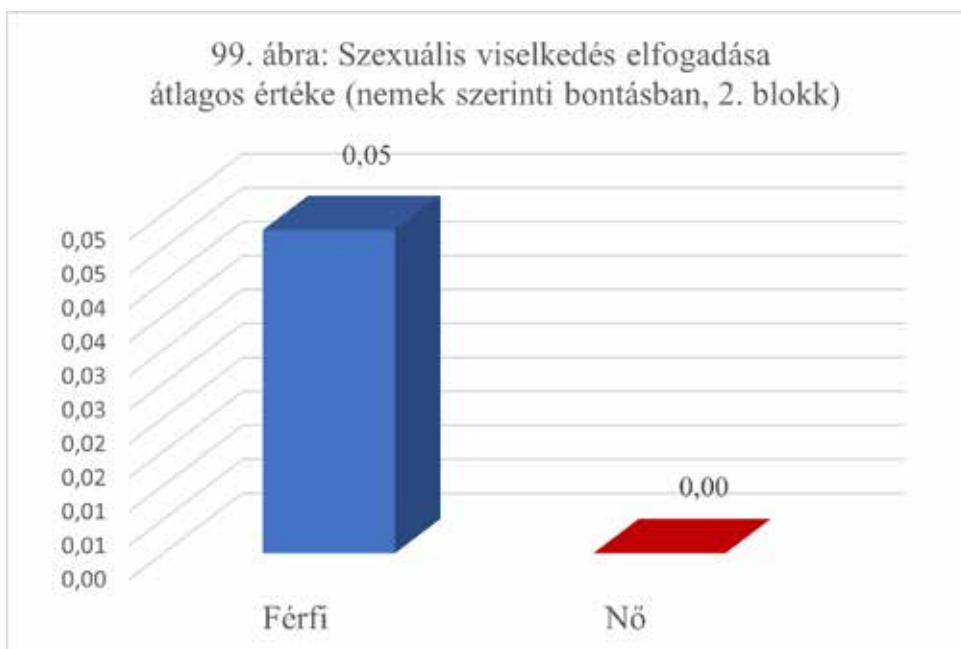
### *Szexuális viselkedés*

A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása nemek szerinti bontásban hasonló értéket mutat a két nem esetén.

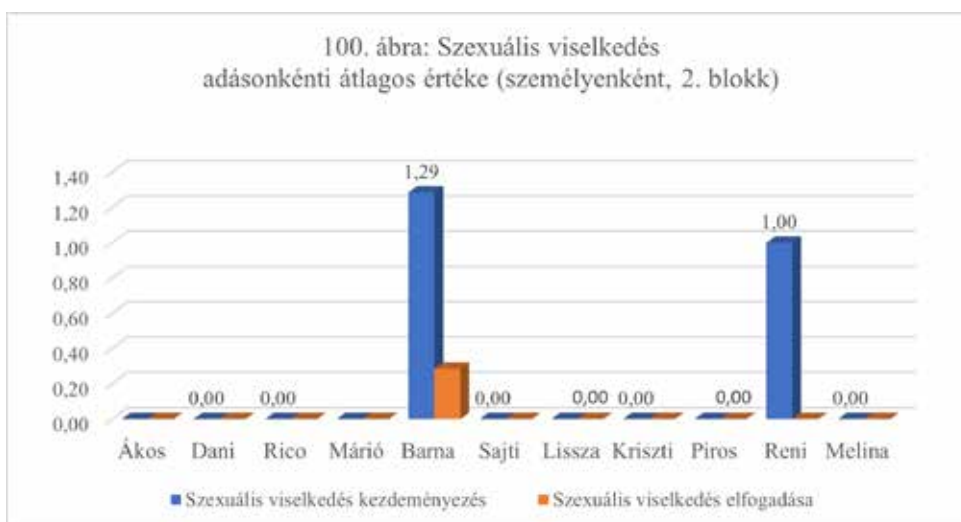


A kezdeményezés elfogadása azonban míg az első mintavételnél a férfiaknál nem jelent meg, a második mintavételnél fordított helyzetet láthatunk, Barnához köthetően.



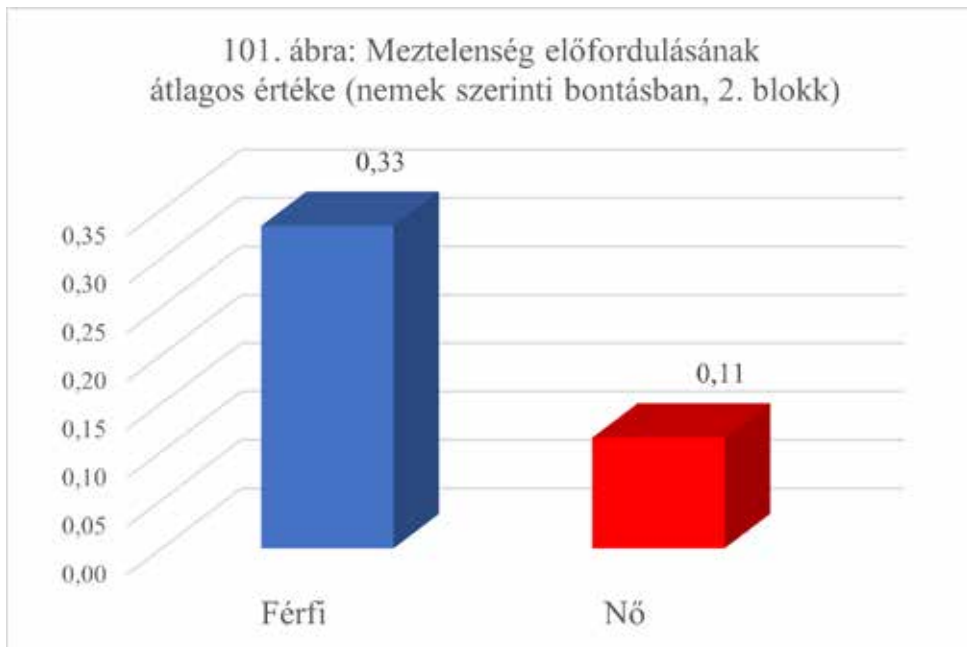


Ha a szexuális jellegű viselkedés gyakoriságának átlagos értékét személyenként vizsgáljuk, akkor látható, hogy Barna és Reni képezi az értékek alapját. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy a képernyőn sugárzott tevékenység egy erősen szelektált, a műsorkészítők által kiemelt tartalmat mutat, így nem jelenti azt, hogy minden, a villában zajló tevékenységre kapunk rálátást.

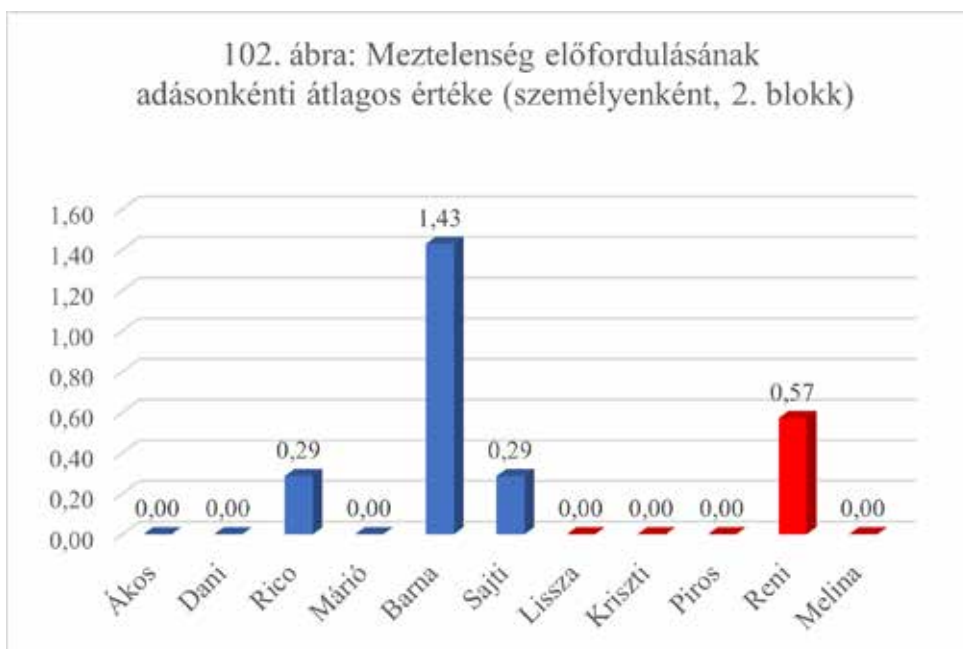


### *Meztelenség*

A meztelenség előfordulása jobbra a férfiakra jellemző (0,33), a nők esetében (0,11) egészen alacsony értéket láthatunk.

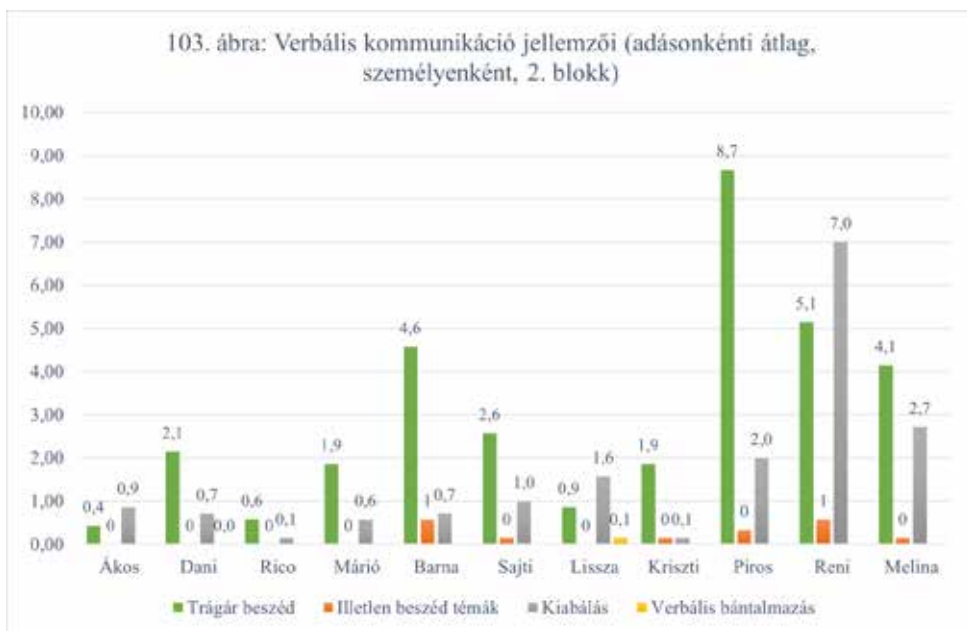


Név szerint vizsgálva a tevékenységet, Barna, Rico és Sajti nevéhez kötődik, a nők közül Reninél rögzíthettünk több előfordulást.



A BeleValóVilág adataiban teljesen hasonló képet láthatunk a szexuális jellegű viselkedés kapcsán. A kezdeményezésnél Dani, Barna, Reni és Melina esetén sugároztak olyan részeket, ahol rögzítettünk előfordulást, Reni értékei magasabbak a többiekénél. Az elfogadásnál pedig egyetlen előfordulás sem látható. A meztelenség Barna és Reni esetén került be a BeleValóVilág adataiba.

## Kommunikáció



A trágár beszédet tekintve Piros és Reni emelkedik ki a többiek közül, de Barna és Melina is megemlíthető.

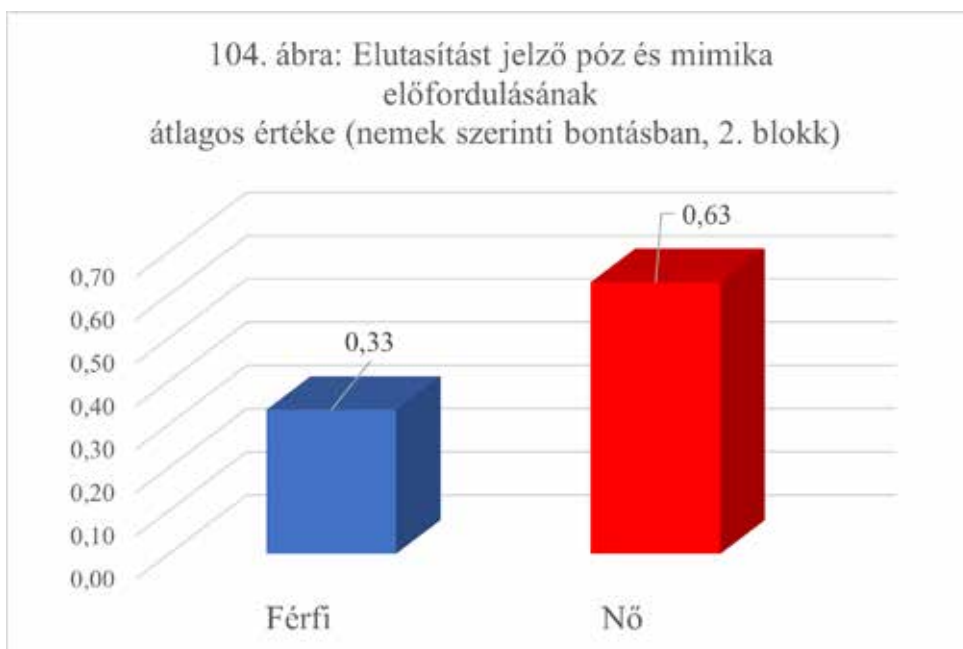
Illetlen beszéd témák kevésbé jellemezték ezt a mintavételt, 1–1 előfordulással találkozunk. A kiabálás terén Reni vezet listát, de Melina átlagos értéke is magas.

A fenti kategóriák közül az illetlen beszéd témák, valamint a trágár beszéd ( $r=0,575$ ) és a kiabálás között van szignifikáns összefüggés, a pozitív korrelációs értéke 0,584, továbbá a trágár beszéd és a kiabálás is szignifikánsan összefügg ( $r=0,545$ ).

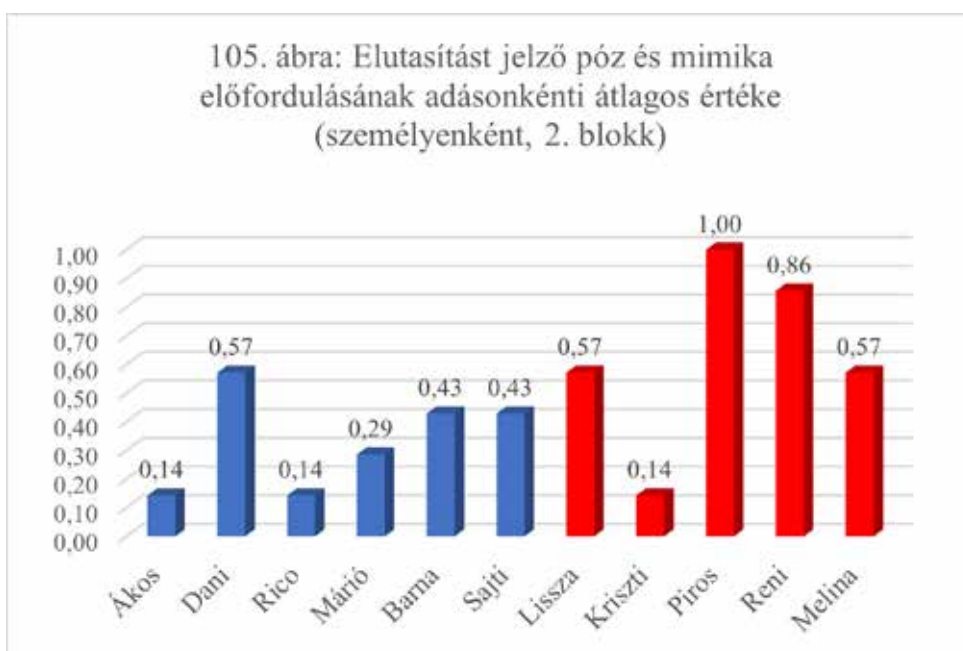
A verbális bántalmazás nem jellemző a második vizsgált időszakra sem.

## Testbeszéd

Az elutasítást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy ez a viselkedés a nőkre jellemző (0,63), a férfiak esetén alacsonyabb az érték (0,33).

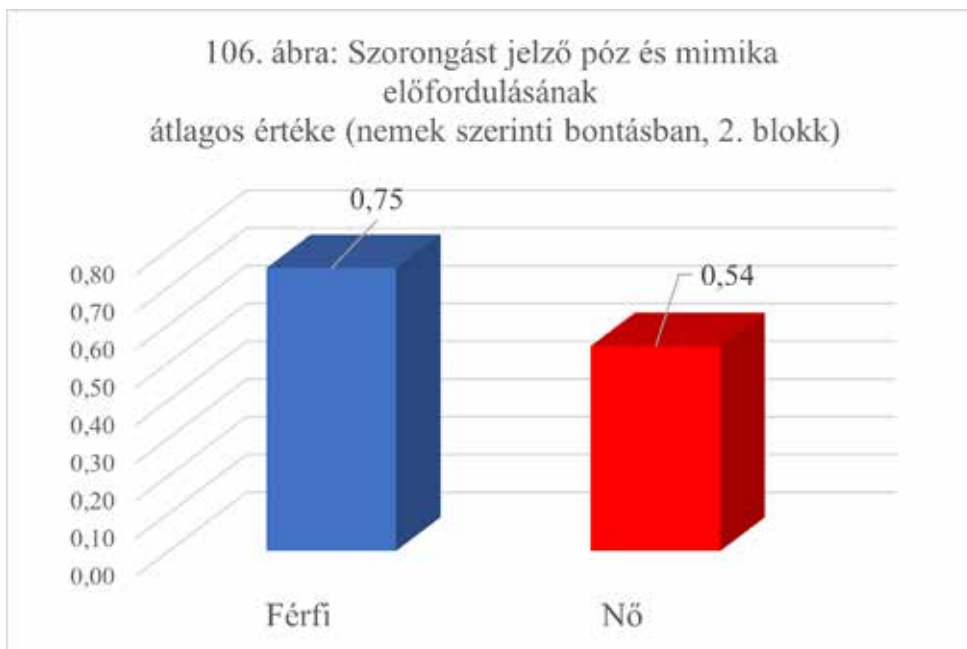


Ha személyenként vizsgáljuk az elutasítást jelző testbeszédet és mimikát, akkor minden szereplő esetében találkozunk 1–1 előfordulással.

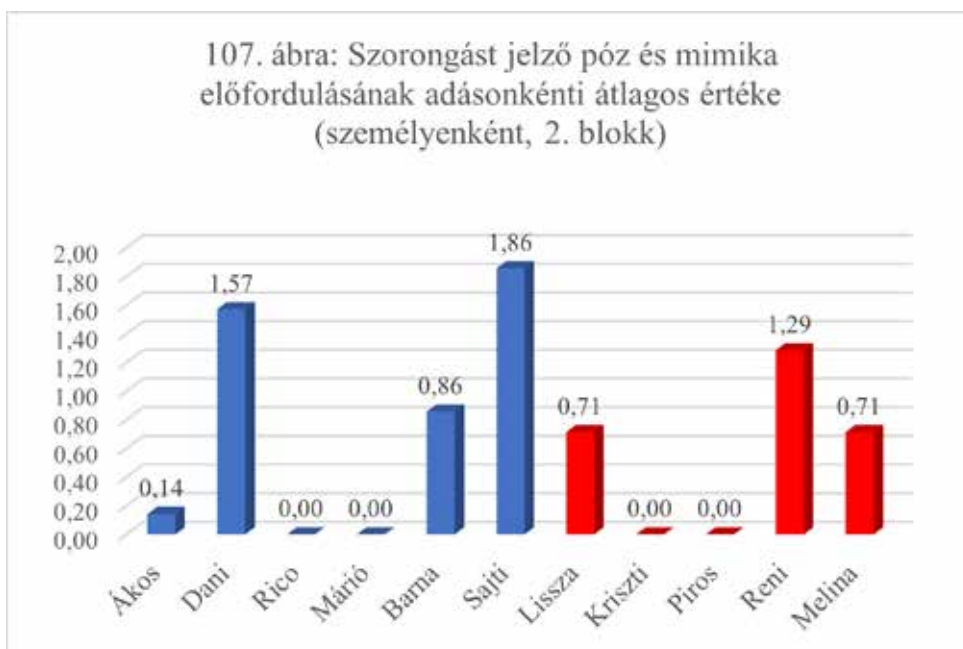


### Szorongást jelző póz

A szorongást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy a viselkedés az első mintavétellel ellentétben a férfiakra jellemzőbb (0,75), mint a nőkre (0,54).



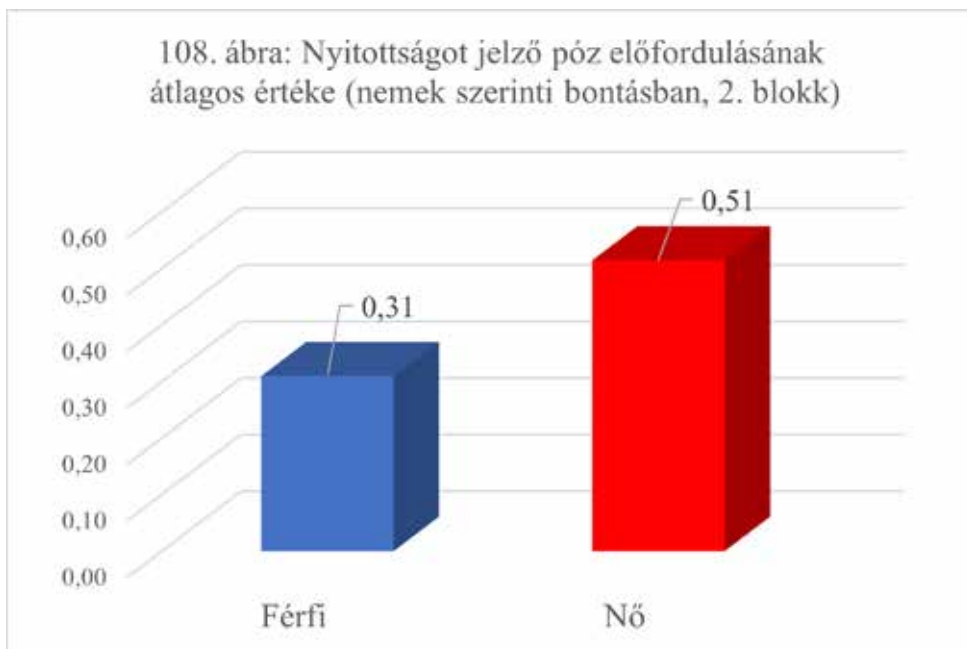
Ha személyenként vizsgáljuk a szorongást jelző testbeszédet, akkor azt láthatjuk, hogy a férfiak felénél (Sajti, Dani és Barna) jelenik meg, míg a nőknél 3 fő esetén láthatjuk a szorongás jelét (Lissza, Reni és Melina).



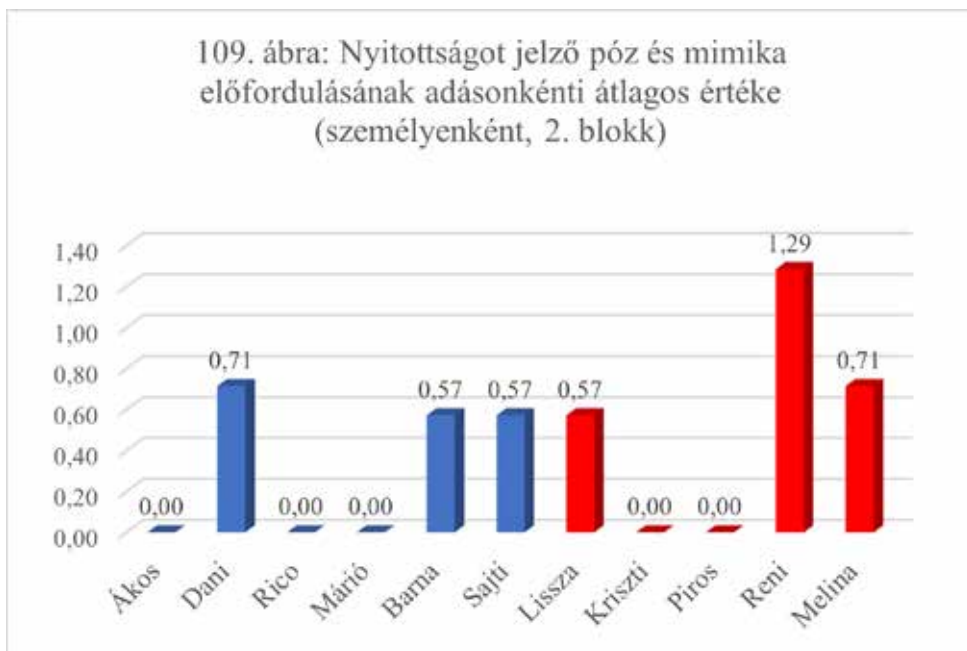
Az elutasítást és a szorongást jelző póz és mimika értéke is összefügg a trágár beszéd kategória adataival ( $r=0,566$  valamint  $r=0,337$ ).

### *Nyitottságot jelző póz*

A nyitottságot jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál elmondhatjuk, hogy a második mintavétel esetén a nőkre jellemzőbb viselkedés.

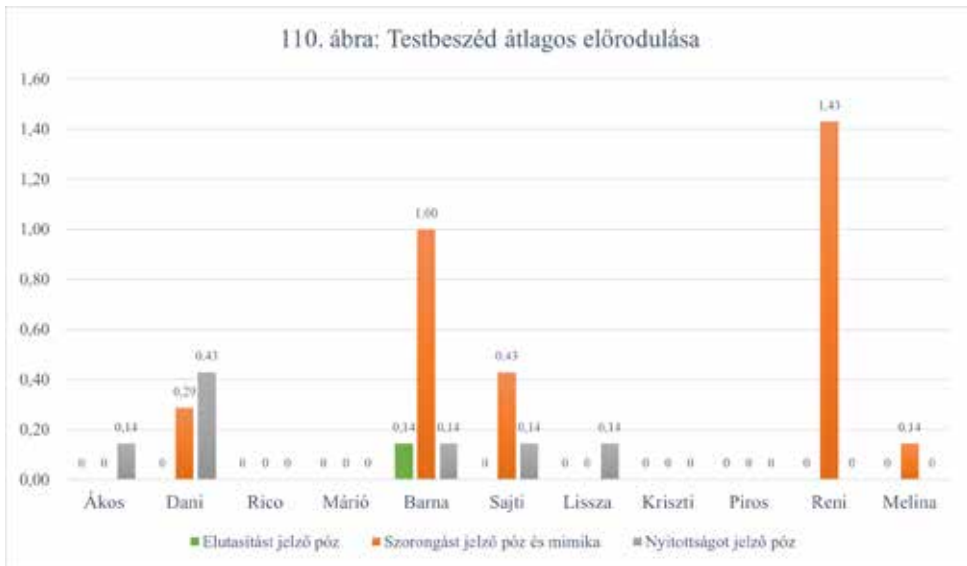


Ha egyénenként vizsgáljuk a nyitottságot jelző testbeszédet, akkor a vizsgálatok alapján azt állíthatjuk, hogy a férfiak felénél rögzíthettük (Daninál, Barnánál és Sajtinál), hasonlóan a nőkhez, ahol Reni, Melina és Lissza esetén.

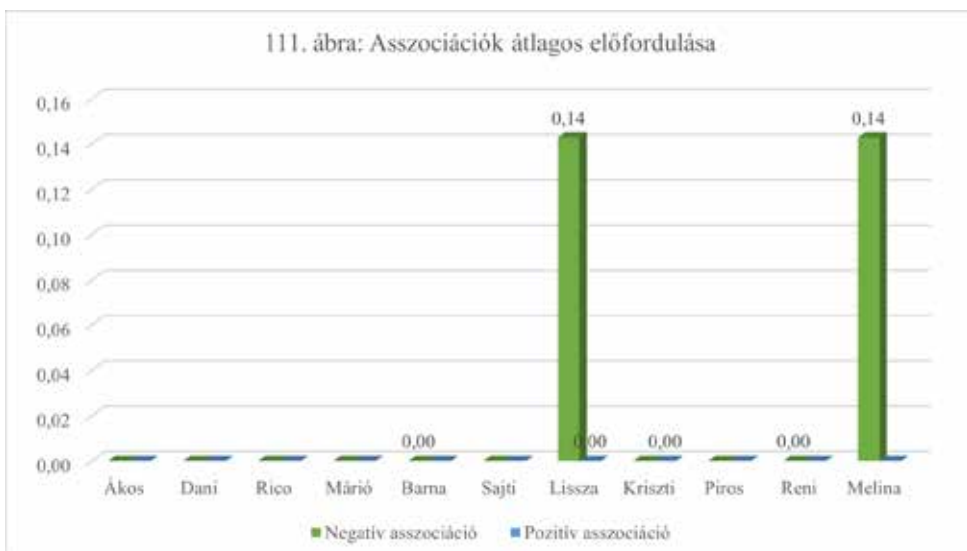




A BeleValóVilág adásaiban elutasítást jelző pózt Barnánál láthatunk. A szorongást jelző póz több szereplő esetén megfigyelhető (Reni, Barna, Sajti, Dani, Melina), ehhez hasonlóan a nyitottságot jelző póz is több szereplőre (Dani, Ákos, Barna, Sajti, Lissza) jellemző tevékenységként volt látható.



### *Pozitív és negatív asszociációk*



A vizsgált időszakban csak Lissza és Melina esetén tapasztalhattunk negatív asszociációra jellemző tevékenységet.

### **3.3. A 3. adásblokk elemzése**

#### *A kutatás jellemzése*

A teljes vizsgált időszak: 2022. november 25. – 2023. március 2.

Mintavételek száma: 3 alkalom (1 hetes időintervallumokban)

Szereplők: Ákos, Rico, Márió, Lissza, Kriszti, Reni, Melina

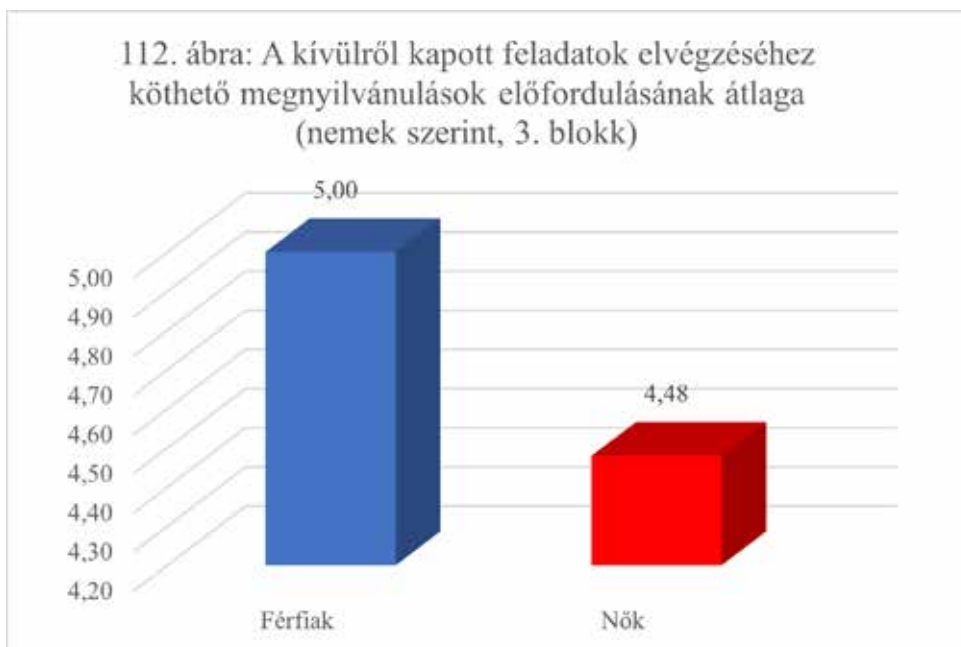
#### **3.3.1. A 3. adásblokk vizsgálatának eredményei**

##### *A játékosok viszonya egymáshoz*

A tevékenységeket az alapján elemeztük, hogy a szereplők az adott feladattal kapcsolatban hányszor nyilvánultak meg valamely módon. A külső feladatok esetében mutatott aktivitás a férfiaknál adásonként 5, a nőknél 4,48 volt. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy a férfiak nagyon aktív hozzáállást mutattak ennél a tevékenységnél, de a nők is igen aktívak voltak a kívülről kapott feladatok teljesítése során.

Meg kell jegyezni, hogy az első (2022. november 25. – december 1.) és második mintavétellel (2022. december 31. – 2023. január 6.) vizsgált időszakában mindkét nem alacsonyabb arányú aktivitást mutatott.

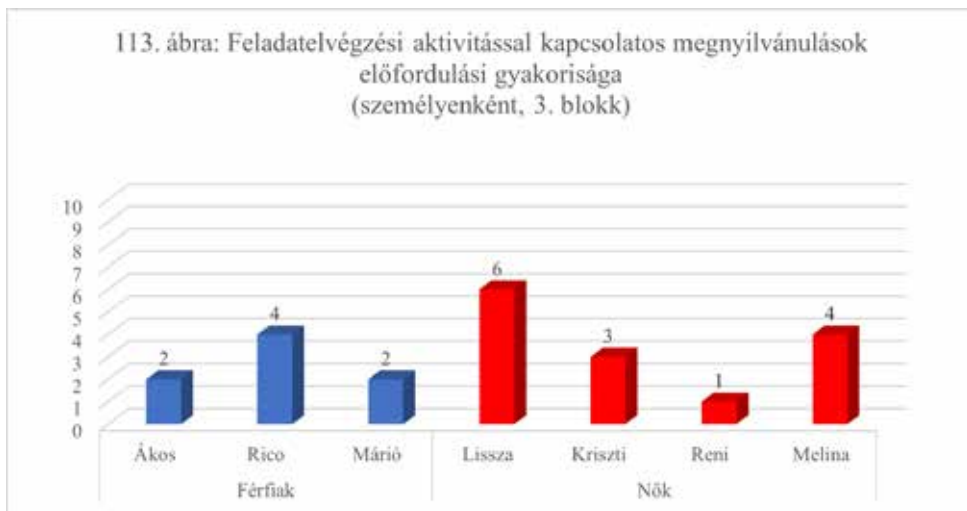
A férfiak esetében alacsonyabb arányú (férfiak adásonkénti átlaga 3,88 és 3,53) aktivitást mutattak a szereplők, de a nők esetében is nőtt az aktivitás (nők adásonkénti átlaga 4,37 és 4,08) a kívülről kapott feladatok tekintetében.



Azt is vizsgáltuk, hogy egy szereplő hányszor nyilvánult meg az adott feladattal kapcsolatban, ami alapján a férfiak közül Rico esetében figyelhető meg legtöbbször (4 alkalommal) aktivitás. A nők esetében Lissza vezeti a listát 6 alkalommal, őt követi Melina (6 alkalommal) és Kriszti, ilyen szerepben 3 alkalommal.

Az első vizsgált időszakban aktív megnyilvánulást mutató szereplők közül ketten is kiestek a játékból, hiszen a jelenlegi megfigyelés ideje alatt Lamin és Bibi már nem éltek a villában, de a másik két játékban maradt szereplő közül Dani megőrizte a megnyilvánulások tekintetében kivívott vezető szerepét, míg Lissza kicsit alulmaradt a korábbi teljesítményéhez képest.

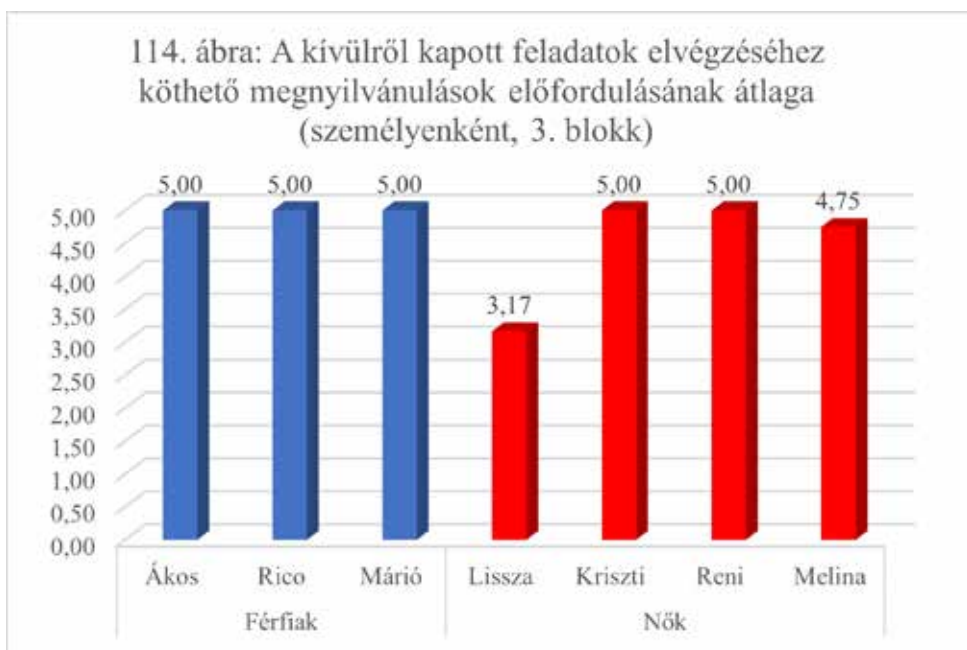
A második vizsgált időszakban a legaktívabbnak számító Sajti, Dani és Barna már kiestek, a többiek változtattak a korábbi passzív hozzáállásukon. A nők közül Reni és Melina aktivitása jelentősen visszaesett az előfordulási arány tekintetében, azonban a megnyilvánulások előfordulása terén nőtt az intenzitás.



Ha szereplőkre lebontva vizsgáljuk a kívülről kapott feladattal kapcsolatos tevékenységek intenzitását, akkor megállapíthatjuk, hogy a férfiak közül minden résztvevő maximális aktivitást mutatott, míg a nők között Kriszti és Reni esetében volt megfigyelhető hasonló attitűd.

Az első vizsgálati blokkal összehasonlítva a nők teljes mértékben megőrizték aktivitásukat, a férfiak esetében – Barna kivételével – hasonló rangsort látunk, bár náluk az intenzitás kissé csökkent.

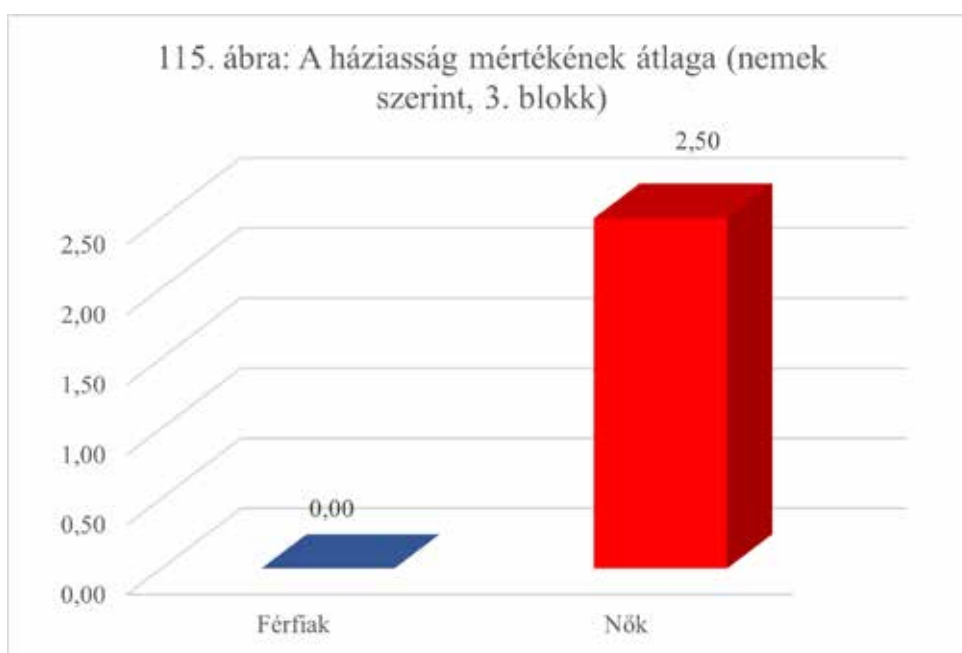
A második vizsgálati blokkal összehasonlítva az arány megfordult, a férfiak teljes csapata maximálisan aktív volt, a nők megtartották továbbra is a 2. blokkban tapasztalt arányt, amelyben Kriszti mindkét esetben maximálisan aktív volt, Reni pedig felzárkózott hozzá.



A BeleValóVilág ebben az időszakban végzett elemzése során a kívülről kapott feladatok aktivitása hasonló arányt mutat, azonban az átlagos előfordulás jóval alacsonyabb (férfiak 1,33, nők 0,5). Játékosonként vizsgálva Ákos és Lissza tűnik ki ezen megnyilvánulás terén, a többiek nem jelennek meg ebben a szerepben.

### *Háziasság (napi háztartási tevékenység)*

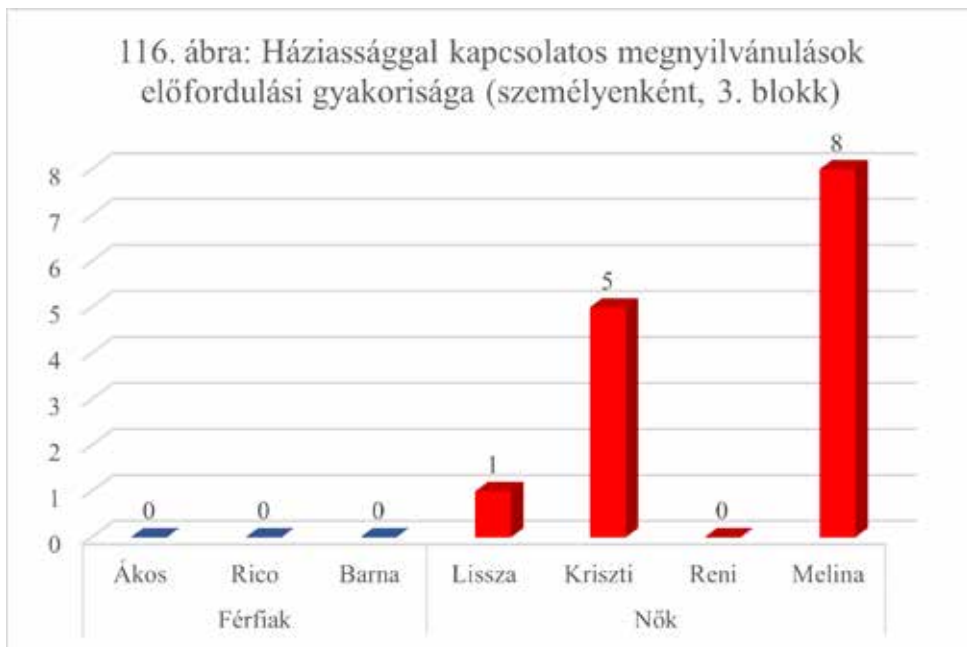
A háztartási teendőkkel kapcsolatos tevékenységek kapcsán azt mondhatjuk, hogy a vizsgált 3. adásblokkban csak a nők mutattak háziassággal kapcsolatos megnyilvánulásokat, bár ők is a kevésbé háziasság jelzőt érdemelték ki (nők átlaga 2,5).



Az első mintavételi időszakban a férfiak esetében a férfiak háziasságának átlaga közepes aktivitást mutatott (2,58), a nők esetében magasabb arányt láttunk (átlag: 3,25). A második mintavételi blokkban a nők voltak aktívabbak, rájuk az inkább háziasság volt a jellemző (nők átlaga 3,33), de a férfiaknál is megjelent ilyen irányú tevékenység (férfiak átlaga 2,42). Meglepő, hogy a 3. mintavétel idején a férfiak ilyen passzív hozzáállást mutatnak.

A személyenkénti aktivitás terén Melina (8 alkalom) és Kriszti (5 alkalom) mutat kiugró eredményt a megnyilvánulások előfordulási gyakorisága alapján.

A 2. vizsgálati blokkban érdekes, hogy a férfiak között Márió (8 alkalommal), míg a nők között Reni (9 alkalommal) szerepelt háziassággal kapcsolatos kontextusban, amely jelentősen átalakult a műsor vége felé.



A jelenlegi, 3. adásblokkban egyedül Melina tartotta meg valamelyest a korábbi aktivitását, a többiek eredménye jelentősen leromlott, sőt a férfiak teljesen passzívak lettek.

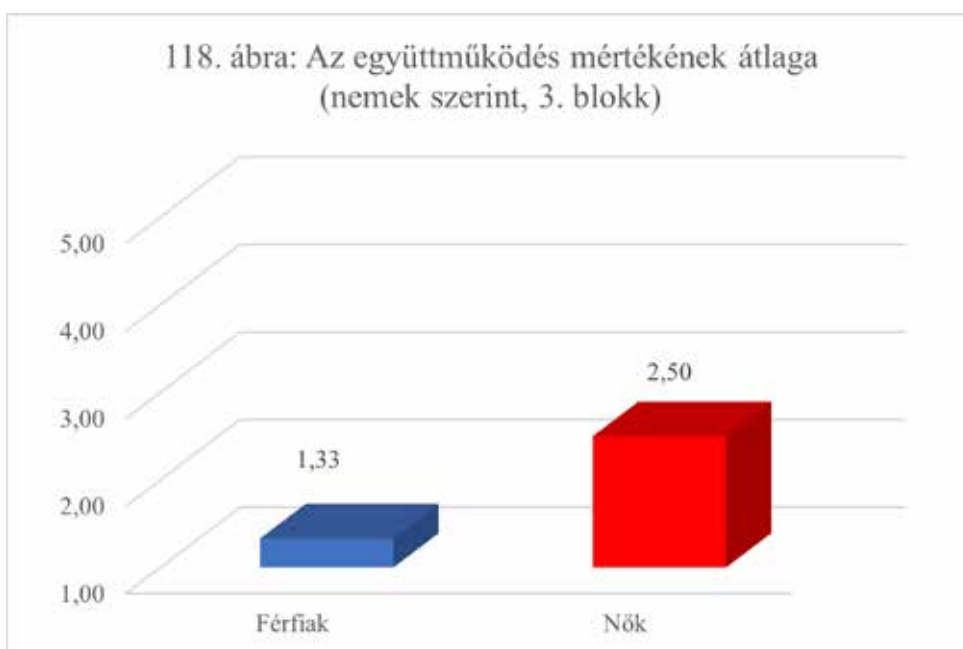


A BeleValóVilág adataiban azt láttuk, hogy a férfiak – a VV11 összefoglalókhöz hasonlóan – nem jelennek meg a háziasság terén, a nők aránya hasonló, de Reni és Melina a VV11 3.

műsorblokkjához képest helyet cseréltek a háziasság terén. A BeleValóVilág 2. műsorblokkjában ez az arány teljesen más képet mutatott, hiszen ott a férfiak aktivitása volt a jellemző.

### *Együttműködésre törekvés*

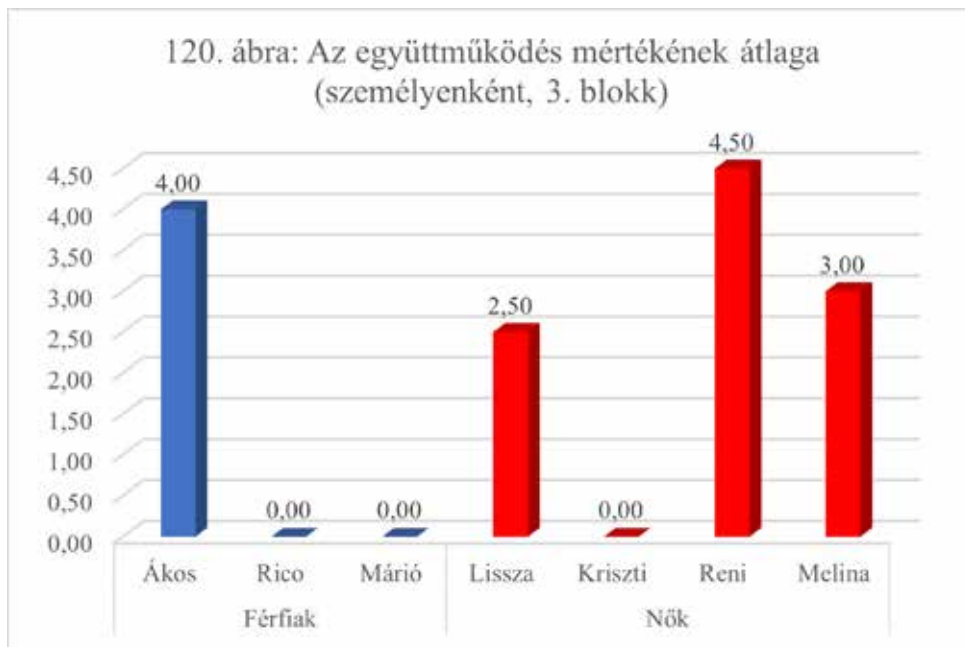
Az együttműködésre törekvés kapcsán nemek szerinti bontásban azt láthatjuk, hogy az önállóság jellemzi a férfiakat és a nőket egyaránt (férfiak 1,33; nők 2,5). A 2. adásblokkhoz képest (férfiak 3,3; nők 3,06) tapasztalt önállósodás oka lehet, a verseny végéhez közeledve, az egyéni erőviszonyok prioritizálása, és a nyeres iránti vágy felerősödése.



Az együttműködésre törekvéssel kapcsolatban azt látjuk, hogy alacsony a megnyilvánulások előfordulási gyakorisága, Lissza mutatja a legtöbb ilyen tevékenységet (6 alkalommal), a többiek egyszer-kétszer nyilvánultak meg a megfigyelések alapján ebben a kontextusban.



Ha azt vizsgáljuk, hogy a szereplők milyen megnyilvánulást mutattak az együttműködéssel kapcsolatban, akkor kijelenthetjük, hogy férfiak között Ákos (Likert-skála átlaga: 4) és nők közül Reni (Likert-skála átlaga: 4,5) vezeti a listát. A nők között még Melina és Lissza mutat meg ilyen megnyilvánulást.



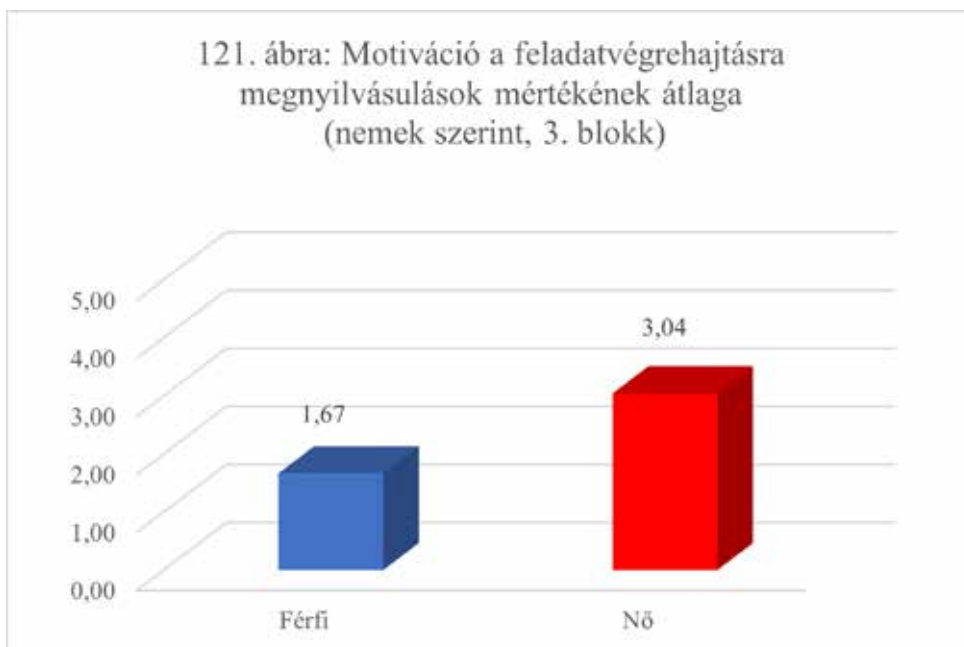
A BeleValóVilág elemzett műsoraiban az együttműködésre törekvés egyedül Ákos esetében jelenik meg.

### *Motiváció a feladatvégrehajtásra*

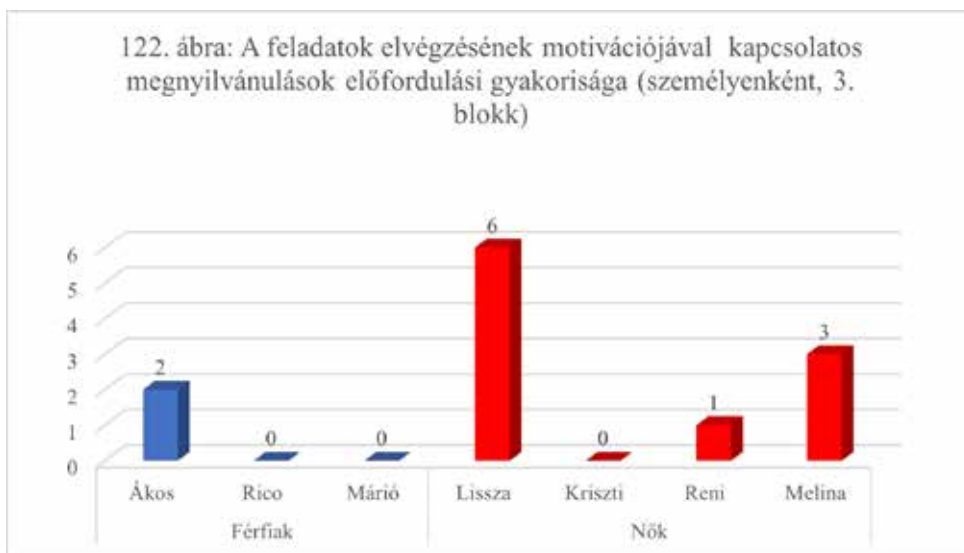
A vizsgált 3. adásblokkban azt láthatjuk, hogy a nőkre jellemzőbb a feladatok teljesítése, mint a férfiakra, a nemek közötti különbség ebben az esetben jelentős (nők átlaga 3,04; férfiak átlaga 1,67).

A feladatvégzés iránti motiváció az 2. adásblokkhoz képest kis mértékben, de tovább csökken, és nőtt a nemek közötti különbség, a férfiak egyre passzívabb attitűdöt mutatnak.

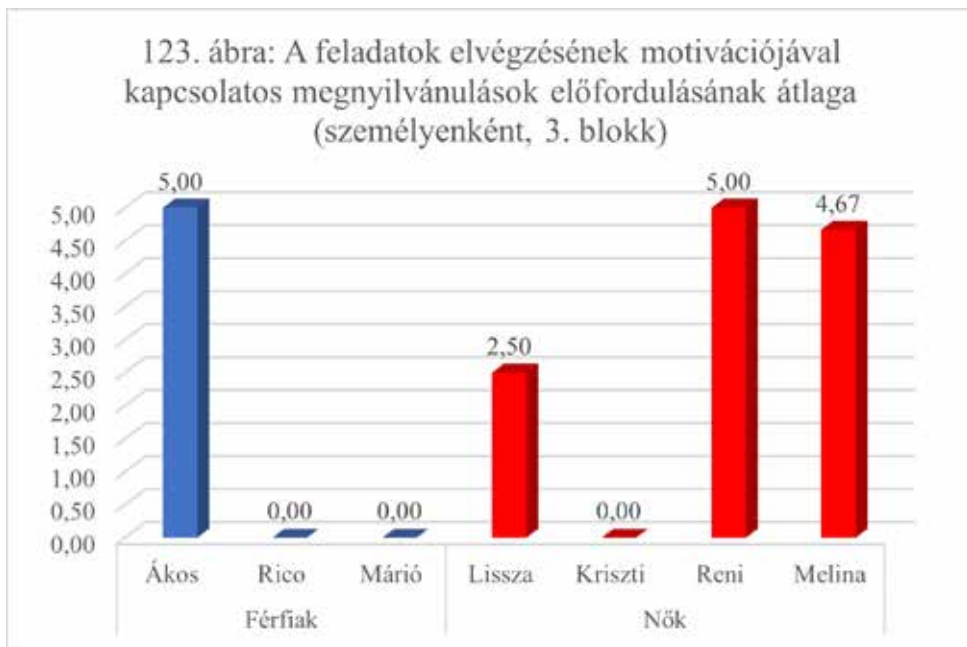




A feladat végrehajtására vonatkozó motiváció előfordulási gyakorisága csökkent. A férfiak között Ákosnál 2 megnyilvánulást figyeltünk meg, a nők esetében Lissza mutatja a legkimagaslóbb értékeket (6 alkalommal), a többiek csak ennél kevesebb (Melina 3-szor, Reni 1-szer) alkalommal vagy egyáltalán nem (Rico, Márió és Kriszti) jelentek meg a műsorban ilyen szerepben.



Ha a tevékenységek Likert-skála alapján vett átlagát vizsgáljuk személyenként, az látszik, hogy Ákos és Reni nagyon lelkesek, őket követi Melina és Lissza, Kriszti, Rico és Márió azonban nem tűntek fel a feladatvégzéssel kapcsolatos kontextusban.

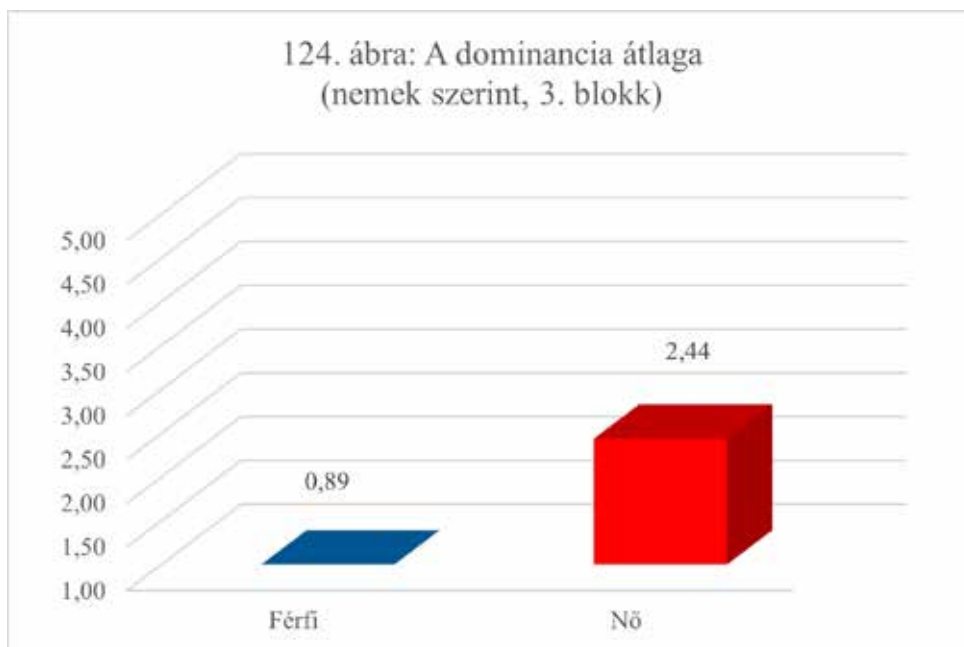


A BeleValóVilág 3. adásblokkjának elemzésekor azt láttuk, hogy a motiváció a feladat végrehajtása megnyilvánulás esetében csak Ákost mutatták a szerkesztők ilyen szerepben.

### *Társakkal való viszony*

A Likert-skála nemek szerinti átlagai azt mutatják, hogy a nők – jelentős különbséggel – dominánsabb szerepben jelentek meg, és jobban közelítettek az önálló ötletekkel való megnyilvánulások felé, mint a férfiak. A férfiak erősen közelítenek a passzív hozzáállás felé.

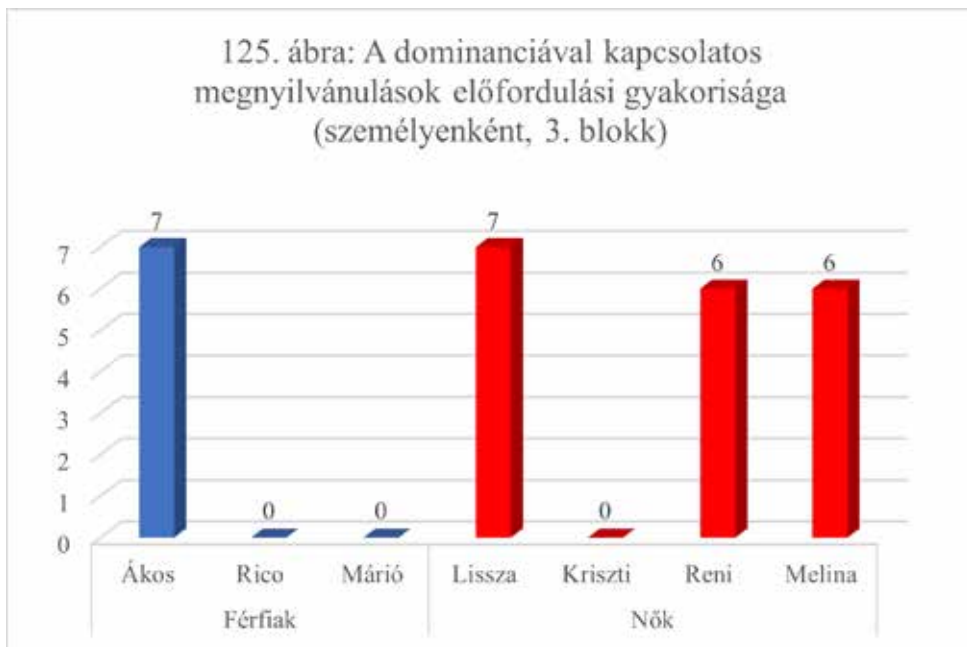
Ez a tendencia már a 2. adásblokkban is megfigyelhető volt, de tovább erősödött.



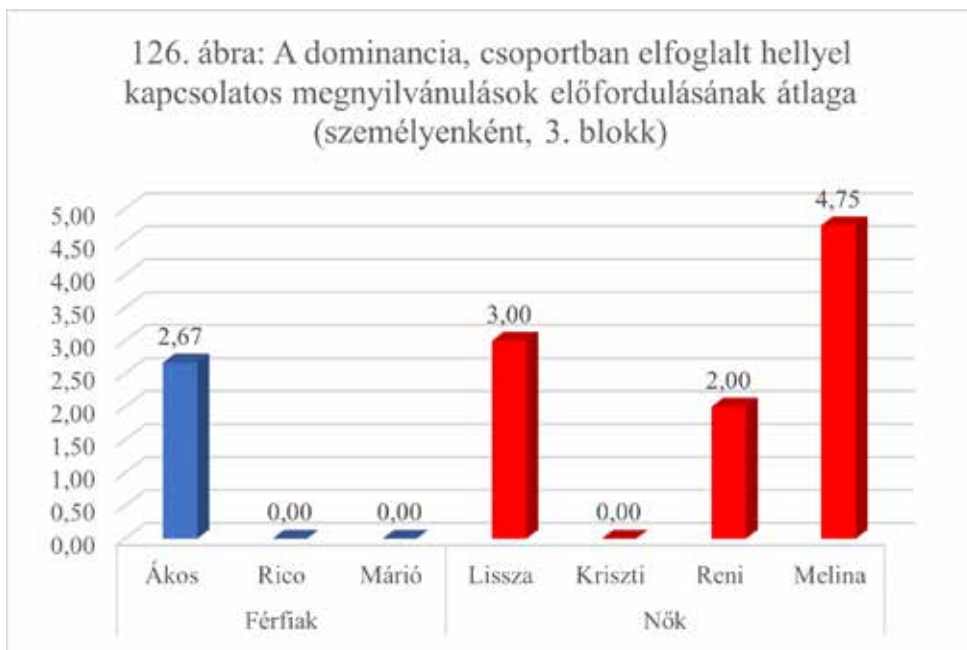
Az adásokban tapasztalható dominancia terén megfigyelt tevékenységek alapján hasonló értékeket látunk: a nők esetében Lissza 7, míg Reni és Melina 6–6 alkalommal jelent meg a műsorban ilyen megnyilvánulással. A férfiak közül Ákos 6 alkalommal tűnt fel a dominanciával kapcsolatos megnyilvánulások kapcsán.

Voltak teljesen passzív szereplők is, hiszen a férfiaknál Rico és Márió, a nőknél Kriszti nem jelent meg a műsorban ilyen tevékenységek kapcsán.

Ez az arány többnyire már az előzőleg vizsgált 2. adásblokkban is megjelent.



A nőknél a Likert-skála átlagai alapján Melina az, aki gyakran áll elő ötletekkel, irányító szerepbe lép, valamint esetenként Lissza is követi a példáját. A férfiak közül pedig Ákos, aki főként másokat ismétel, de néha vannak saját ötletei.



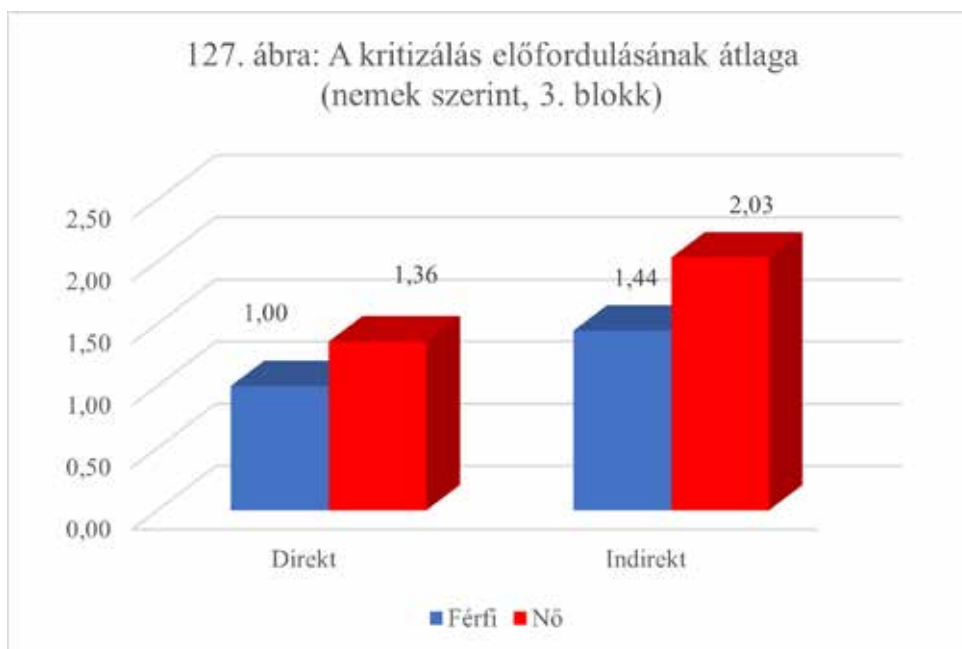
A BeleValóVilág 3. adásblokkjában a dominancia aránya alacsony mindkét nem esetében, azonban az arány megfordul, a férfiakra (férfiak átlaga 0,5; nők átlaga 0,38) egy kissé jellemzőbbé válik ez a viselkedés, amit Ákosnak köszönhetünk, a nők közül Lissza és Melina tűnik fel ezen megnyilvánulás kapcsán.

### *Kritizálás (direkt, indirekt)*

A harmadik adásblokk megfigyelése során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a bírált személy jelenléte nélküli) kritizálás számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

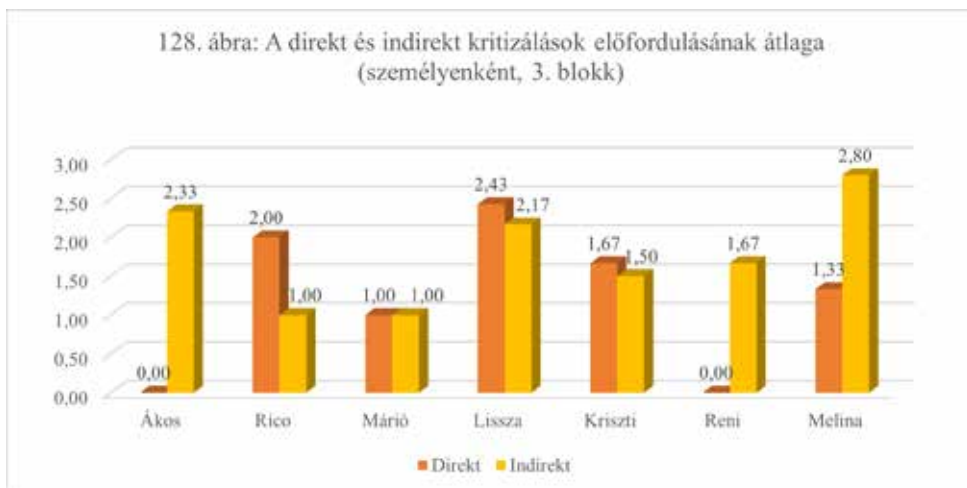
A 3. vizsgált mintavételi blokkban a kritikus megnyilvánulások adásonkénti átlagos megoszlását vizsgálva azt láthatjuk, hogy a nők a direkt és az indirekt kritizálás esetében is magasabb arányt mutattak.

A 2. mintavételi blokkhoz képest ez az arány megfordult.



Ha szereplőkre bontva vizsgáljuk meg ezt a viselkedést, akkor azt látjuk, hogy a direkt, közvetlen, szemtől szembeni kritizálásban Lissza és Rico vezetnek, míg az indirekt kritizálásban Melina (átlag 2,8) és Ákos (átlag 2,3) a dominánsok.

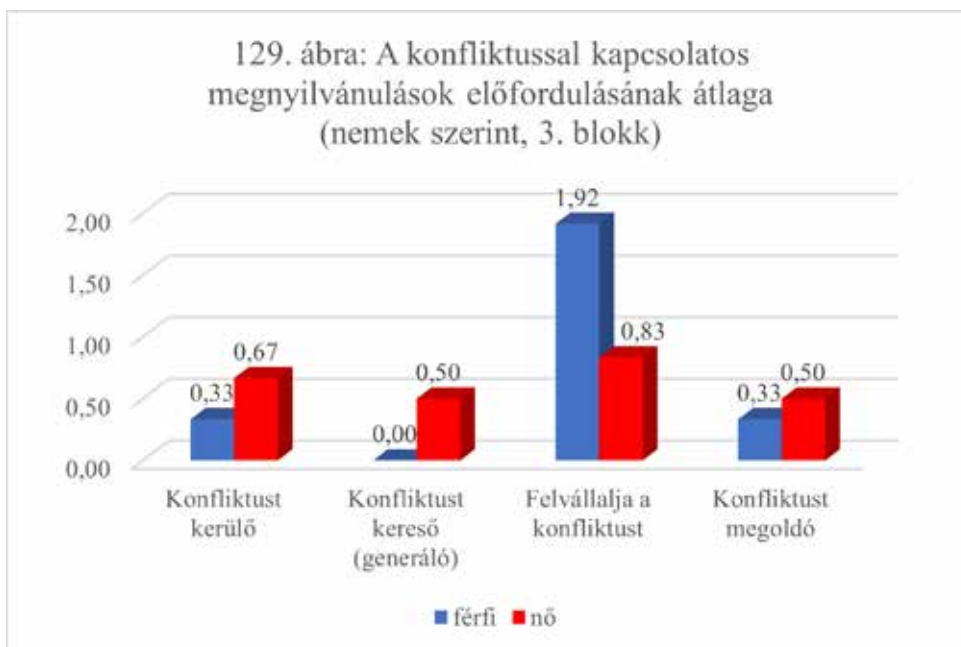
Azt mondhatjuk, hogy a legnagyobb kritizáló Lissza, valamint Melina, de Rico és Ákos is kiveszi a részét ebből a tevékenységből.



A BeleValóVilág 3. adásblokkjában megfigyelt műsorokban a direkt kritizálás a férfiaknál nem jellemző, az indirekt viszont igen (férfiak átlaga 1,33), a nők esetében mindkét megnyilvánulás elmarad a VV11 3. adásblokkjának átlagaitól (direkt 0,5; indirekt 0,25). Az indirekt kritizálás Ákos esetében volt megfigyelhető, nőknél pedig Lisszánál. A direkt kritizálás Lisszánál és Melinánál jelent meg.

### *Konfliktus*

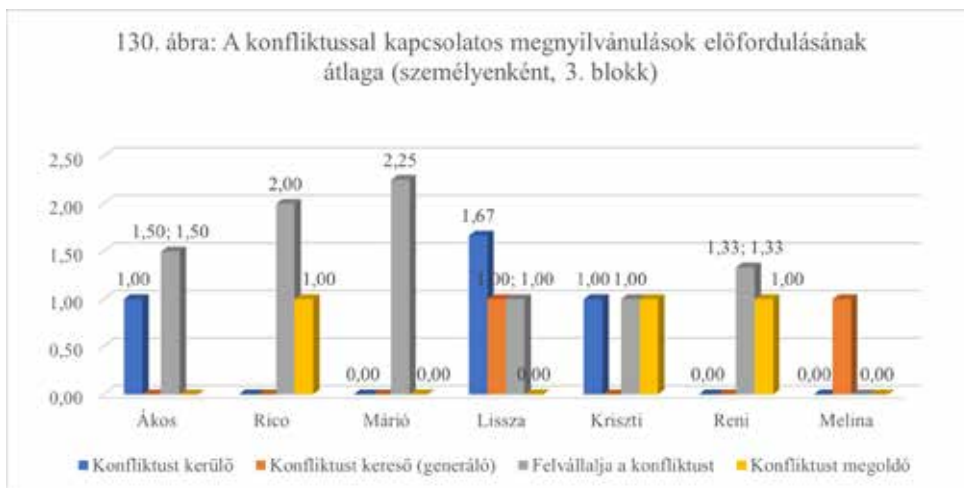
A nemeket összehasonlítva megállapíthatjuk, hogy amíg – az átlagot tekintve – a férfiak a konfliktusok felvállalásában töltenek be aktív szerepet, addig a nők a konfliktus kerülésében és azok generálásában. A konfliktusok megoldásában egyenlő arányú átlagos előfordulást tapasztaltunk a 3. adásblokk megfigyelései alapján.



Az átlagok szereplőnkénti vizsgálata során azt látjuk, hogy Máriaó és Rico járnak az élen a konfliktus felvállalása terén, míg Lissza, Kriszti és Ákos kerülnek el leginkább a konfliktust.

A konfliktus generálás terén Lissza és Kriszti aktivitása volt a leginkább jellemző. A konfliktusok megoldásában Rico, Kriszti és Reni vett részt leginkább.

A szereplők közül érdemes kicsit alaposabban megvizsgálni Lisszát, hiszen ő az, aki a konfliktuskerülő, a konfliktust felvállaló és a konfliktust generáló kategóriában is egyaránt megjelenik. Ő az a szereplő, akinek elég ellentmondásos a viselkedése, hiszen egyrészt ő kerül leginkább a konfliktust, de ő is vállalja fel legtöbbet, ugyanakkor ő is generálja a legtöbbet. Ez az adásokban úgy jelenik meg, hogy egyik esetben elhárított, más témában felvállalta az összetűzést, míg megint más esetben kirobbantotta azt.



A BeleValóVilág elemzett műsoraiban a konfliktussal kapcsolatos megnyilvánulások nem jelennek meg.

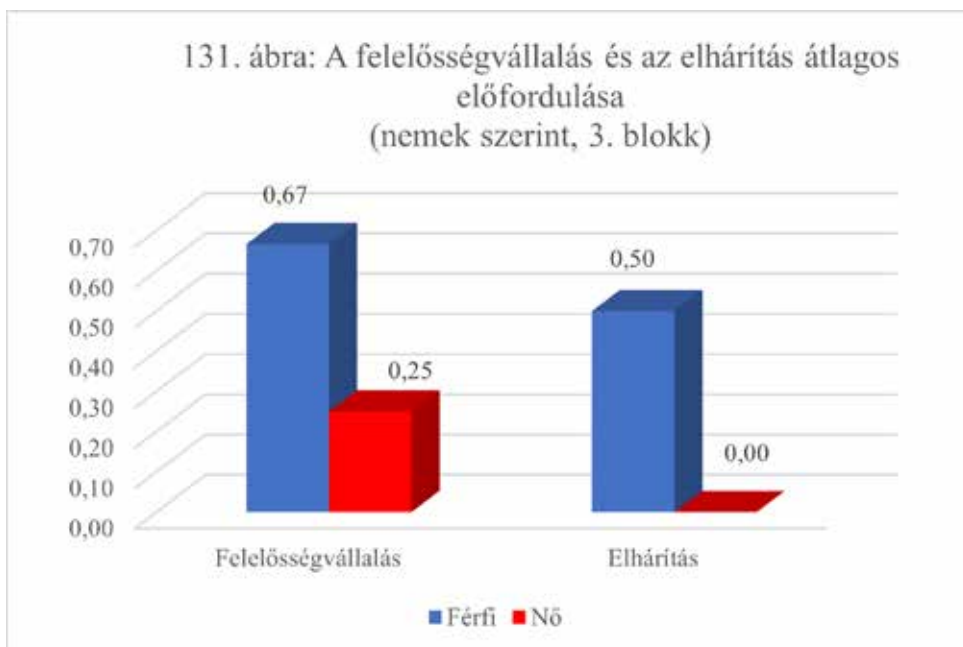
### *Felelősségvállalás*

A felelősségvállalás és elhárítás kategóriák vizsgálatakor arra voltunk kíváncsiak, hogy egy adásblokkban a szereplők hány alkalommal vállalnak tetteikért felelősséget, valamint az esetleges számonkérés során hány alkalommal hárítják azt el.

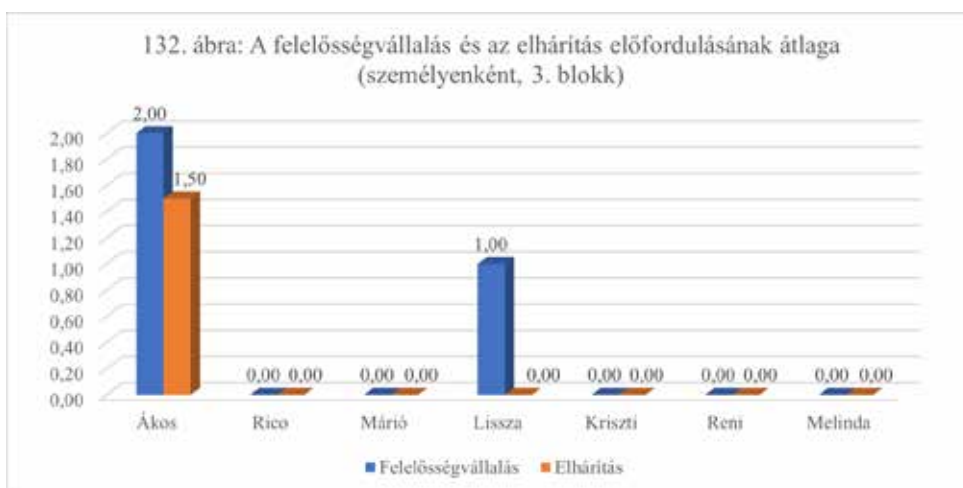
A harmadik adásblokk műsorainak megfigyelései alapján azt látjuk, hogy a férfiak a felelősségvállalással kapcsolatos megnyilvánulások terén aktívabbak voltak, ugyanígy az elhárítás terén, amelynél – érdekes módon – a nők ebben a vizsgált időintervallumban nem mutattak aktivitást.

A második adásblokkban nők és a férfiak viselkedését vizsgálva – a két változó tekintetében – azt látjuk, hogy a vizsgált időszakban a férfiakra inkább a felelősségvállalás (nők átlaga: 1; férfiak átlaga: 1,33) volt jellemző, míg az elhárításban ugyanolyan átlagot mutat mindkét nem (átlag: 1). Ezek az eredmények jelentős csökkenést mutatnak az átlagos előfordulás tekintetében a 3. adásblokkban (férfiak elhárítás 0,5; felelősségvállalás 0,67; nők elhárítás 0,00; felelősségvállalás 0,25).





A felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat tekintve a férfiak közül Ákos esetében volt megfigyelhető ilyen viselkedés. A nők között a felelősségvállalás jelent csak meg, az is csak Lisszánál, bár ezek átlagos előfordulása alacsony volt. A többi szereplő a vizsgált adásokban ezt a két tevékenységet – a kódolók megítélése alapján – nem végezte.

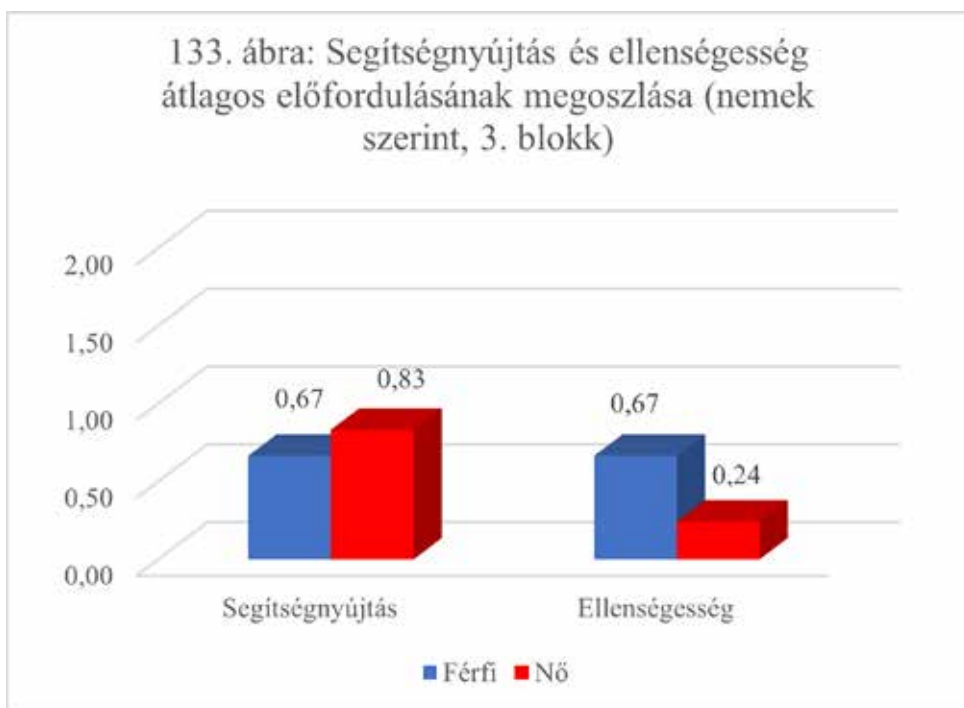


A BeleValóVilág elemzett műsoraiban megfigyelhető, hogy a felelősségvállalás és az elhárítás a VV11 3. műsorblokkjában megfigyeltekhez hasonló arányt mutat.

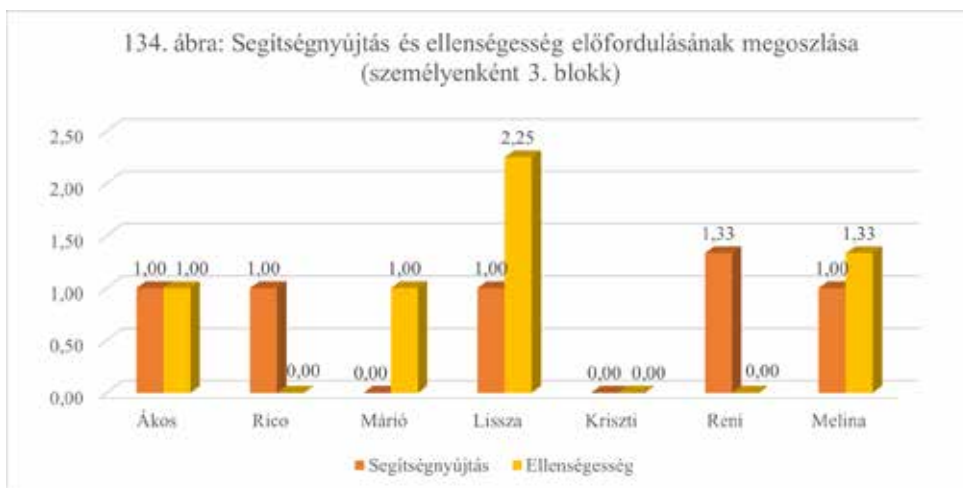
### *Segítségnyújtás és Ellenségesség*

A vizsgálataink során azt tapasztaltuk, hogy a segítségnyújtás terén a nők mutattak csak aktivitást, bár az előfordulások aránya alacsony. Az ellenségesség pedig a férfiaknál jelent meg a vizsgált adásblokkban, de átlagos előfordulása ennek is nagyon alacsony.

A ValóVilág 11. évadának 1. és a 2. kódolt adásblokkját vizsgálva jól látszik, hogy az ellenségesség aránya jelentősen csökkent a férfiaknál, amely tendencia a 3. kódolt adásblokkban is folytatódik, míg a nőknél a 2. és 3. adásblokkot vizsgálva a segítségnyújtás átlagos mértéke kissé csökkent, az ellenségesség viszont stagnál.



A szereplők aktivitásának csökkenése ezen a téren szembetűnő, hiszen a segítségnyújtás Kriszti és Márió kivételével mindenkire jellemző volt, míg az ellenségesség Lissza, Melina, Ákos és Márió esetében jelenik meg a 3. adásblokk vizsgált műsorai alapján.

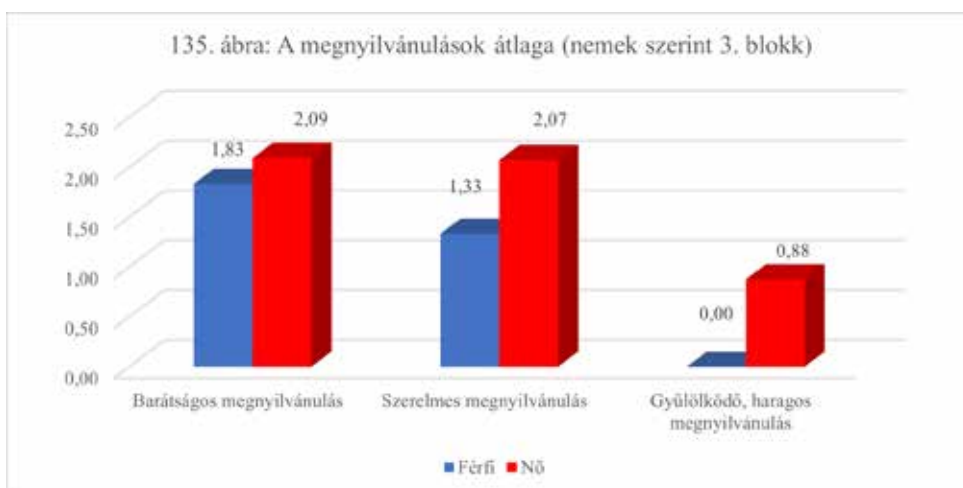


A BeleValóVilág 3. elemzett blokkjának műsoraiban a segítségnyújtás és az ellenségesség a VV11 3. adásblokkjában megfigyelttel szinte azonos arányt és tendenciát mutat, Ákos és Melina révén.

### Megnyilvánulások

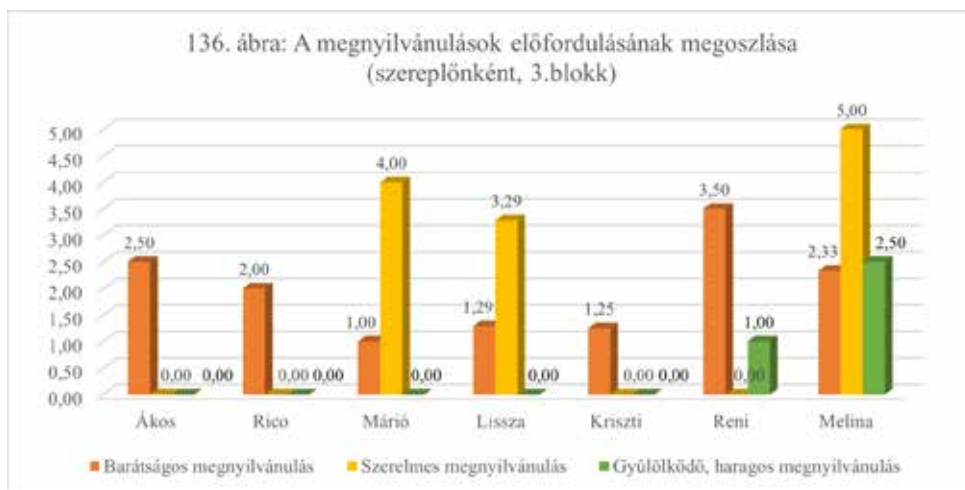
A harmadik adásblokkban a barátságos és a szerelmes megnyilvánulás a nőknél magasabb arányt mutat, a gyűlölködő, haragos viselkedés is a nőkre jellemző, a férfiaknál nem jelenik meg.

A VV11 2. és 3. adásblokkja esetében azt látjuk, a barátságos és a szerelmes megnyilvánulások aránya megmaradt. A gyűlölködő, haragos viselkedés a második adásblokkhoz hasonlóan alacsony arányt mutat, de csak a nőknél, a férfi szereplők esetében nem volt megfigyelhető ez a viselkedés.



A szereplők szerinti elemzésnél Melina, Márió és Lissza esetében jelenik meg a szerelmes megnyilvánulás, és minden szereplőre jellemző (bár eltérő mértékben) a barátságos megnyilvánulás.

A gyűlölködő, haragos megnyilvánulásban is Melina mutatta a legmagasabb aktivitást, őt követi ezen a területen Reni. A többieknél nem jelenik meg ez a viselkedés ebben az adásblokkban.

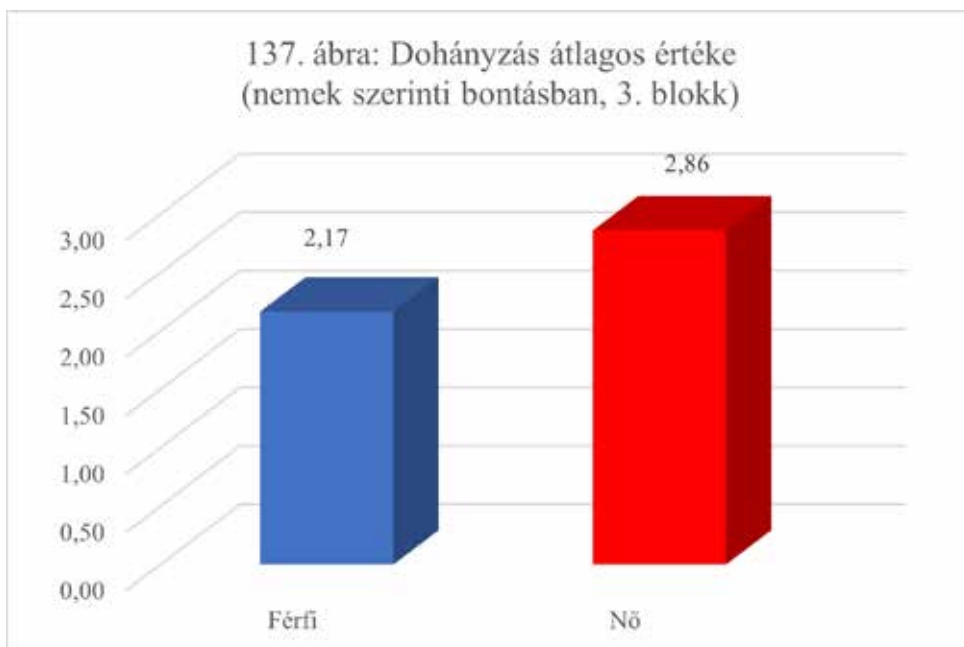


A BeleValóVilág 3. adásblokkjában a barátságos és a szerelmes megnyilvánulás a férfiaknál magasabb arányú, de átlagos előfordulása elmarad a VV11 3. adásblokkjától (BeleValóVilág barátságos megnyilvánulás átlaga: férfiak 1,83; nők 2,09; szerelmes megnyilvánulás: férfiak 1,33; nők 2,07; VV11 barátságos megnyilvánulás átlaga: férfiak 2,00; nők 1,00; szerelmes megnyilvánulás: férfiak 1,22; nők 0,33).

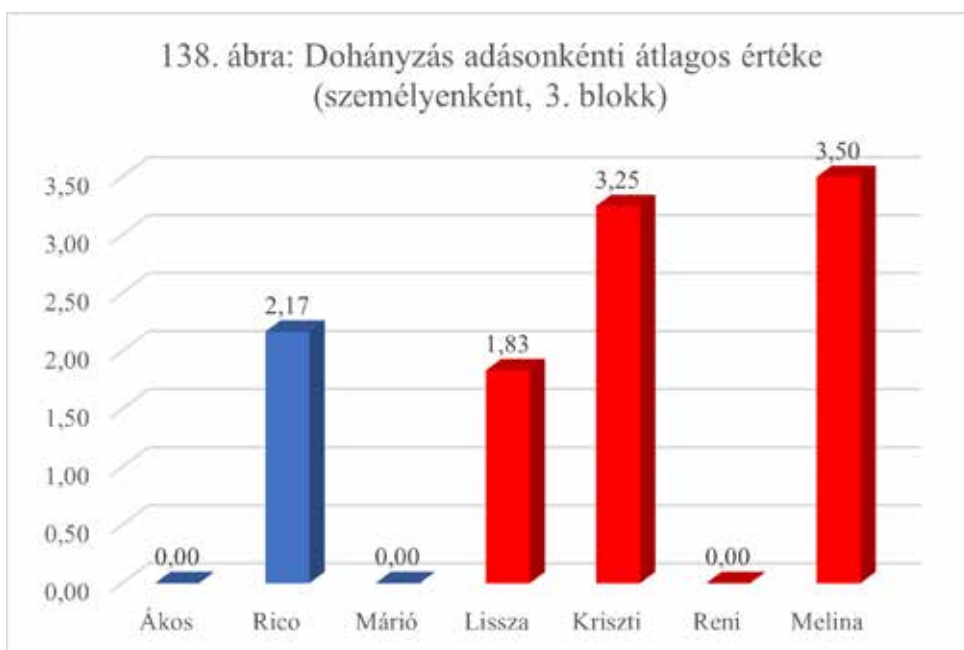
A gyűlölködő, haragos viselkedés viszont egyik nemnél sem jelenik meg a BeleValóVilág 3. adásblokkjában.

### *Dohányzás*

A VV 11. évadának harmadik megfigyelési időszakában a dohányzás mint cselekmény (ahogy rágyújtanak, ahogy cigarettát fognak a kezükbe) újra megjelenik, és gyakoribb, mint az első két mintavétel során. Mivel két nőre (Krisztire és Melinára) jellemző tevékenység, míg a férfiak közül csak Riconál rögzíthettünk előfordulást, ezért a dohányzás adásonkénti átlagos értéke magasabb a női nem képviselői között (átlag=2,86, szórás=1,32), mint a férfiak esetén (átlag=2,17, szórás=1,34).



Az összesen 22 előfordulás az alábbi ábrán látható módon oszlik el a szereplők között.

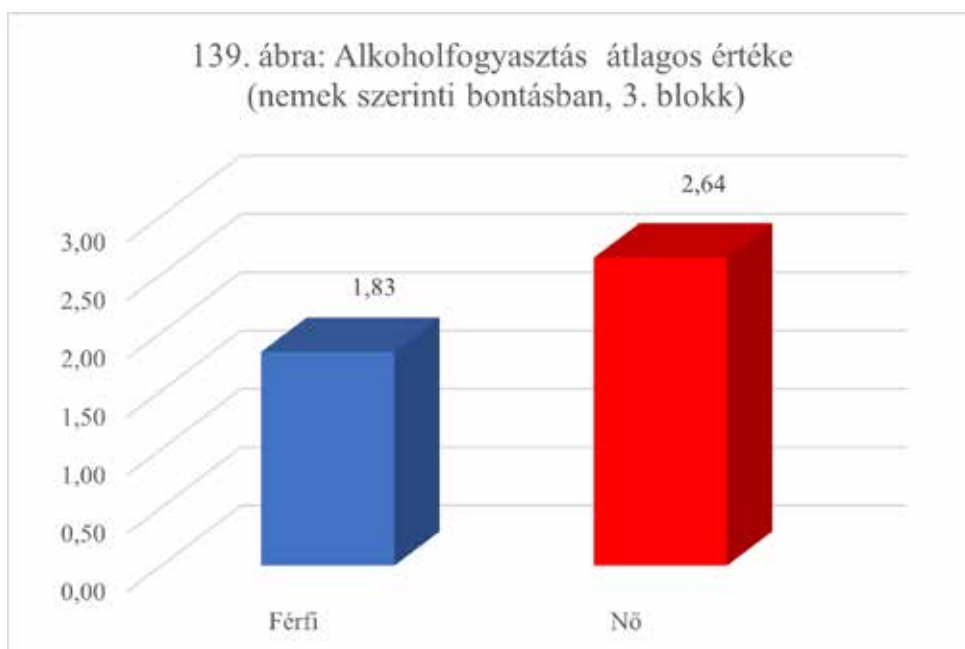


A BeleValóVilágban csak Kriszti és Melina esetén jelenik meg a dohányzás.

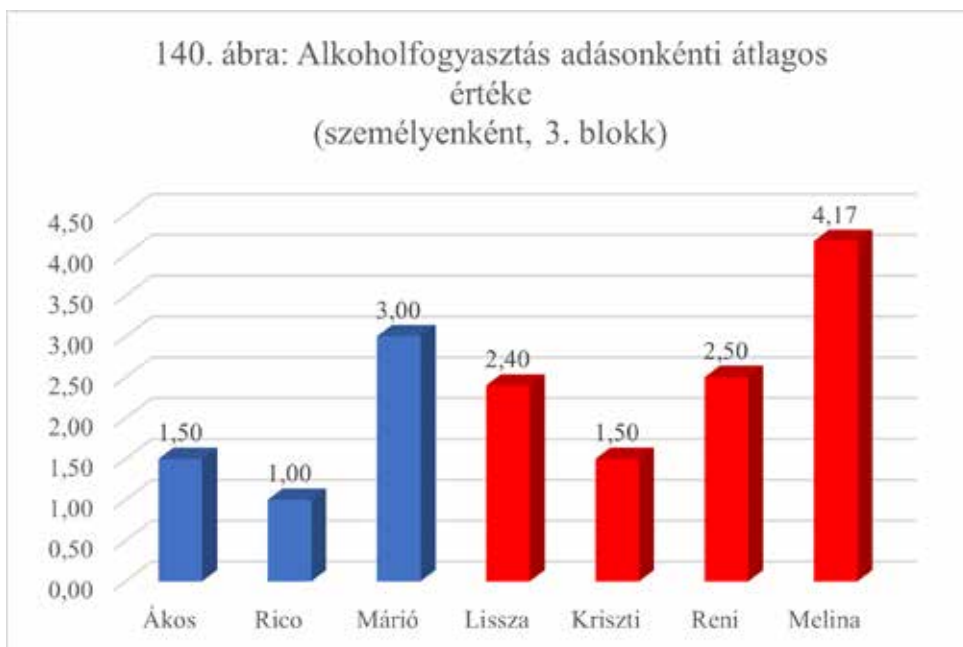
## Alkoholfogyasztás

Míg jelen évad első adásaiban jelentősen lecsökkent az alkoholfogyasztás fizikai megnyilvánulásának képernyőn történő közlése, addig az évad záráshoz közelítő mintavétel során jelentősen megnőtt az alkoholfogyasztás képernyőn történő szerepeltetése. Az első mintavételi egység esetén 15 szereplőnél 50 alkalommal rögzítettünk alkoholfogyasztást, ezzel szemben a harmadik mintavétel során a megmaradt 7–5 szereplő (kiesőket is figyelembe véve) 28 alkalommal fogyasztott alkoholt.

A harmadik mintavételi időszakban a nők többször fogyasztottak alkoholt, átlagosan 2,64 alkalommal (szórás=0,84), a férfiak pedig 1,83 esetben (szórás= 0,17).



Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy mindenkire jellemző, de a leginkább Melinára, Márióra, Renire és Lisszára.



A BeleValóVilág adásaiban a harmadik mintavétel esetén nem jelenik meg az alkoholfogyasztás tevékenysége.

### *Egészségtelen ételek*

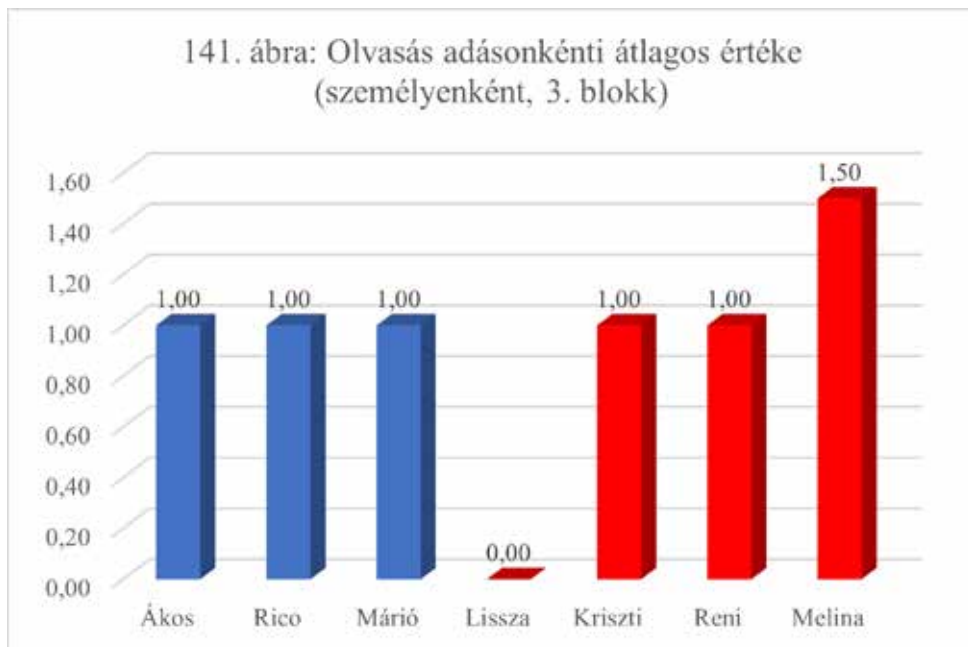
Az első adásblokk során alig volt megfigyelhető ez a tevékenység, a második mintavétel során is csak Lisszánál láthattuk és nincs ez másként a harmadik mintavétel esetén sem, csak Lisszára jellemző tevékenység, míg a BeleValóVilág adásrészeiben Ákos és Lissza esetén jelenik meg.

### *Agresszív megnyilvánulások*

Az agresszív megnyilvánulás mint fizikai cselekmény a harmadik mintavételi időszakban csak Lissza esetén jelenik meg.

### *Olvásás – Egyéb intellektuális tevékenység*

A harmadik mintavételi egység része volt rap szövegek írása, amit fel is olvastak, így ez a tevékenység megemelte az olvasáshoz rögzített egységek számát.



### *Testedzés*

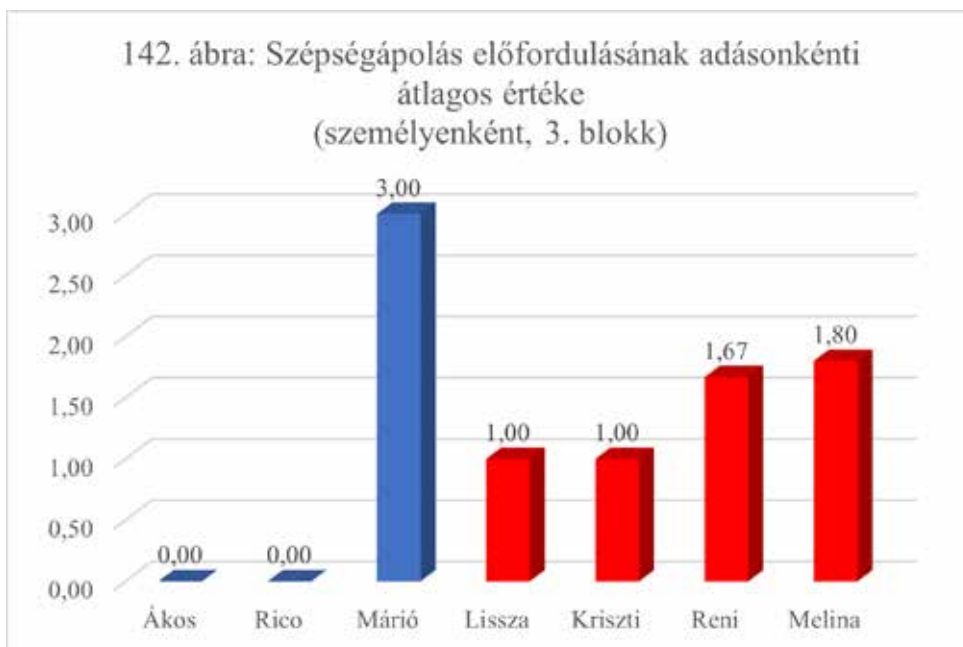
A harmadik mintavételi időszakban a testedzés szokásosan Márió esetében volt megfigyelhető, valamint a női résztvevők mindegyikénél megjelenik a mozgás, elsősorban mivel a villamester kiválasztásának feladata mozgáshoz kapcsolódott.

A BeleValóVilág műsorrészeiben a férfiak közül Riconál jelenik meg az edzés, valamint minden női résztvevőnél.

### *Szépségápolás*

A szépségápolás kategória Ákoson és Ricon kívül mindenkinél megfigyelhető volt.





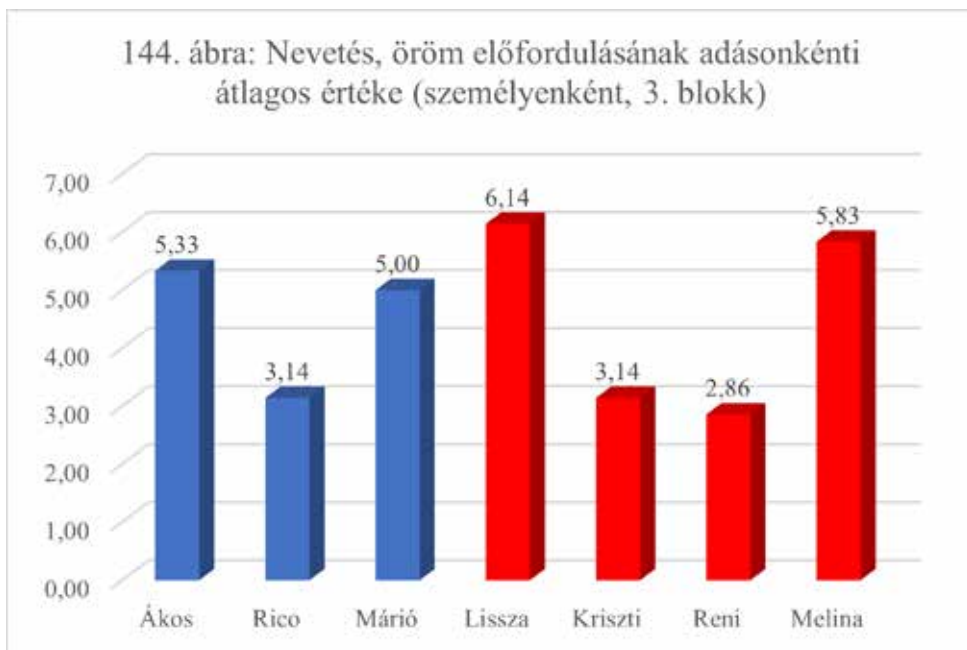
A BeleValóVilág adásrészeiben Ákoson és Márión kívül mindenkire jellemző volt ez a tevékenység.

### *Nevetés, öröm*

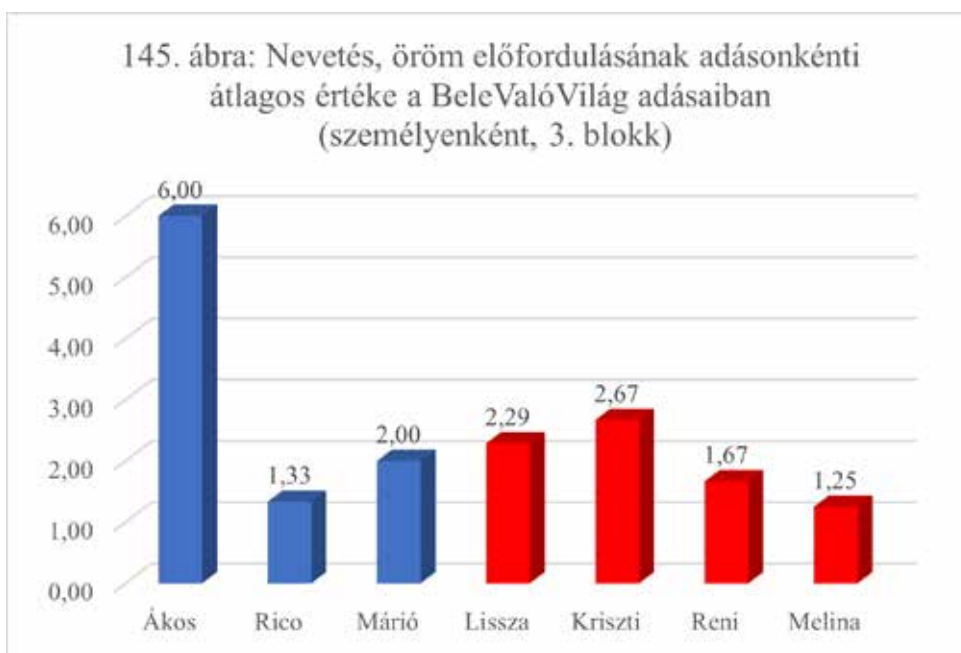
A nevetés és öröm megnyilvánulása a harmadik megfigyelési időszakban azonos értéket mutat a nőknél és a férfiaknál.



A tevékenység személy szerinti vizsgálata alapján azt láthatjuk, hogy mind a nők, mind a férfiak mindegyikénél megjelenik a nevetés és az öröm kifejezése. A harmadik mintavételi egységnél Lissza, Melina, Ákos és Márió értékei kiemelendők.



A BeleValóVilág adásaiban Ákos értékei kiugróak, de minden szereplőről láthatunk nevetést, örömet kifejező képkockákat.



### Sírás

Míg az előző évadban a sírás egyértelműen a nőkre jellemző tevékenység volt a műsorban bejátszott események alapján, és csak az utolsó időszakban jelent meg a férfiaknál, addig a 11. évadban már az adás elején is tapasztalhattunk sírást mind a férfiak, mind a nők részéről. A harmadik mintavétel során újra ezt a tendenciát láthatjuk, bár a nőknél magasabb az átlagos érték (átlag=3,10, szórás=1,72), mint a férfiaknál (átlag=2,00, szórás=0,63).



Ennek az érzelmi megnyilvánulásnak személy szerinti vizsgálata során Melina értékei kiugróak, ugyanakkor mindenkinél megjelenő tevékenység.

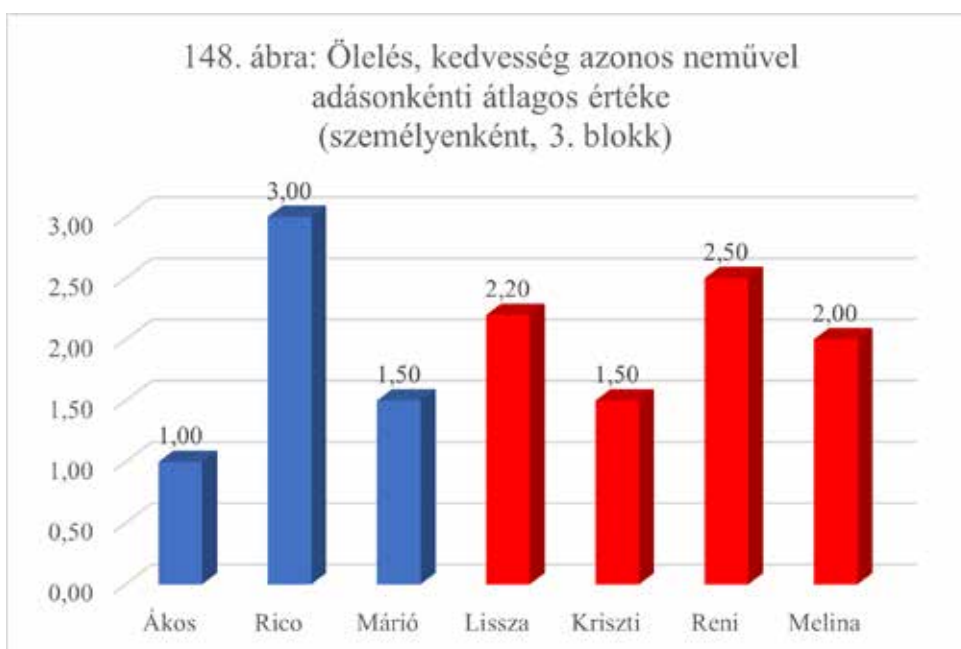


A BeleValóVilág műsoraiban Lisszára többször is jellemző a sírás, rajta kívül Krisztinél jelenik meg még, a többiekénél viszont nem.

### *Ölelés, kedvesség azonos neművel*

A 11. évad első mintavételi szakaszában az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel átlagos előfordulásában a két nemre közel azonos értékeket láthattunk, ami a nők esetén valamivel magasabb (átlag=2,05, szórás=1,14), jellemzőbb megnyilvánulás volt, mint a férfiaknál (átlag=1,83, szórás=0,17), hasonlóan a második mintavételi egységhez, illetve a 10. évadhoz.

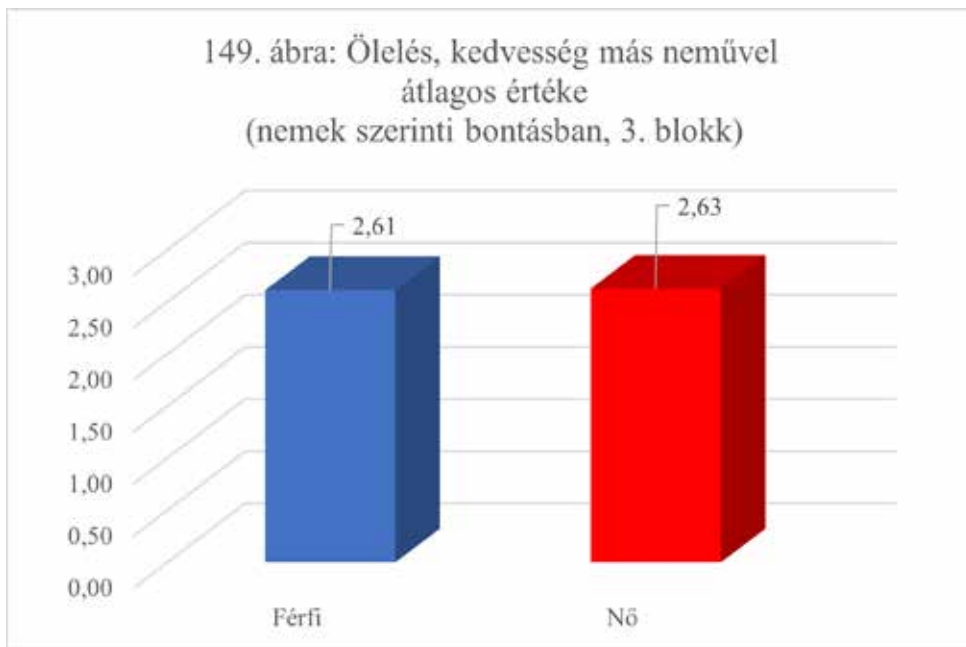
Az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy Rico értékei kimagaslóak, de mindenkinél megjelenik.



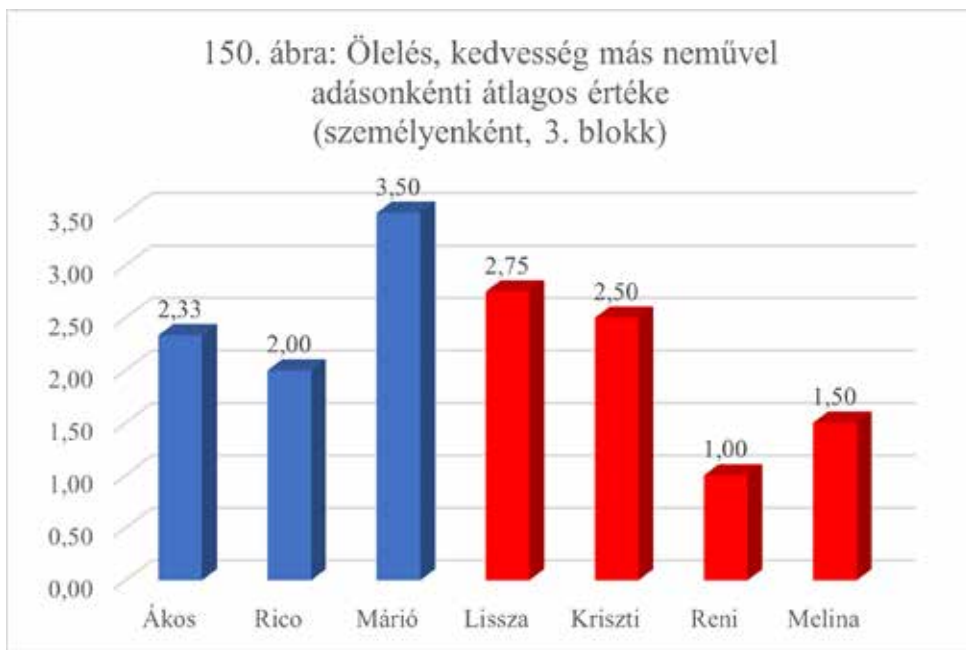
A BeleValóVilág adataiban csak Ákos és Márió esetén láthatunk ölelést, kedvességet azonos neművel.

### *Ölelés, kedvesség más neművel*

Az ölelés, kedvesség más neművel tevékenység a harmadik mintavételi egységben a férfiakra és a nőkre szinte teljesen azonosan jellemző.



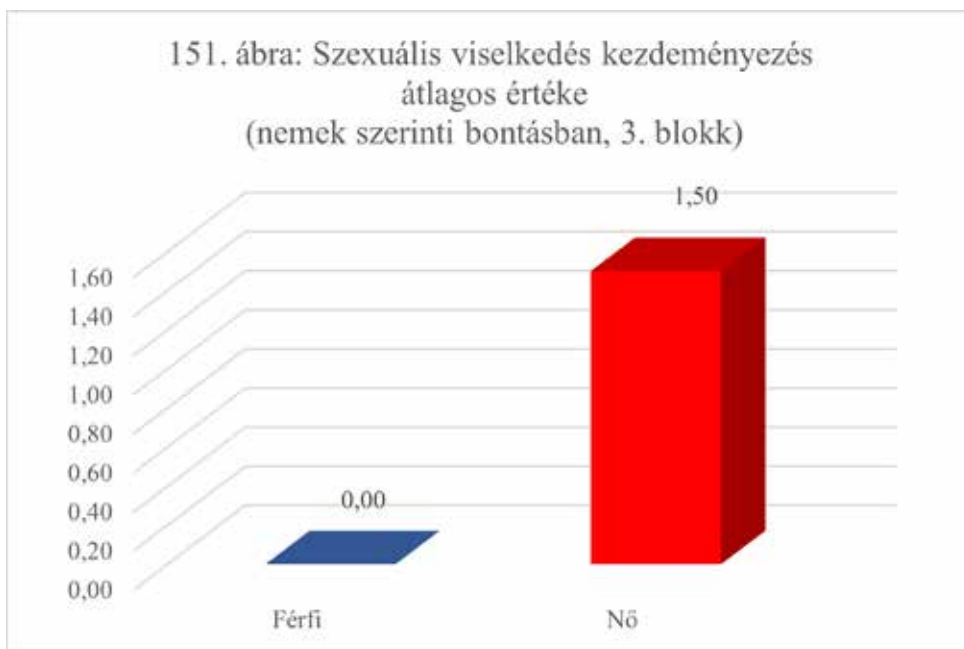
Az ölelés, kedvesség más nemű személlyel kategória adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt tapasztaljuk, hogy Márió esetén magasabb, mint a többieknél, de mindenkire jellemző a tevékenység.



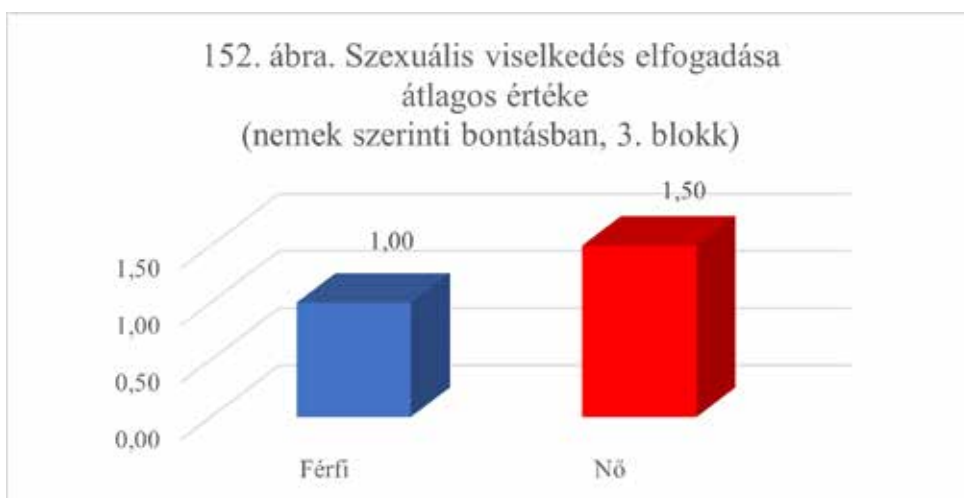
A BeleValóVilág adataiban csak Lissza és Kriszti esetén láthatunk ilyen részleteket.

### Szexuális viselkedés

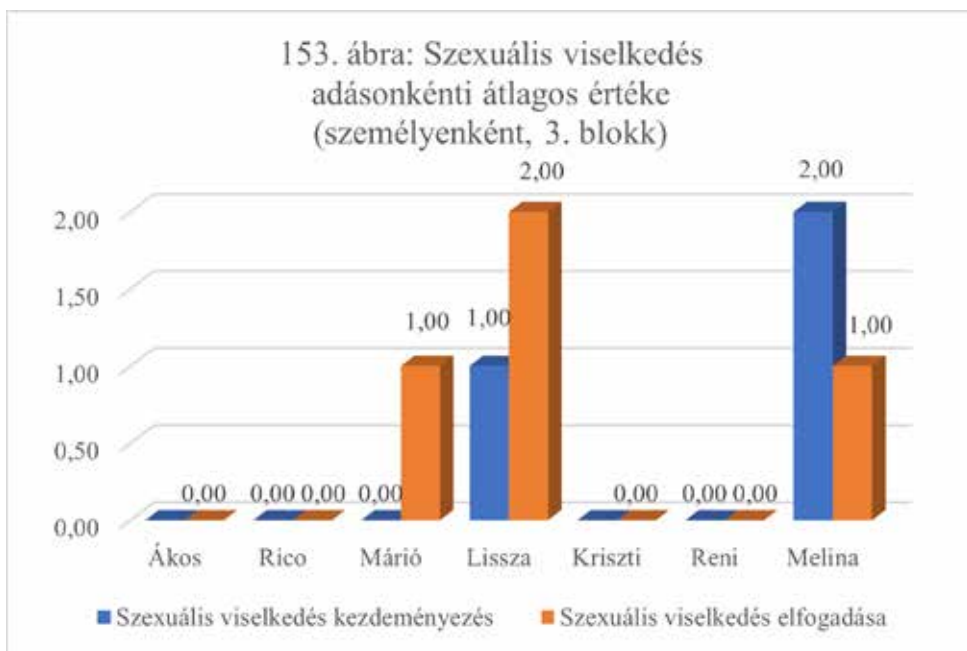
A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása nemek szerinti bontásban az előző mintavételekhez hasonló értéket mutatott, azonban jelen esetben csak a nőknél fordul elő (átlag=1,5, szórás=0,00), Kriszti és Melina tevékenységeként.



A kezdeményezés elfogadása azonban mindkét nem esetén megjelenik.



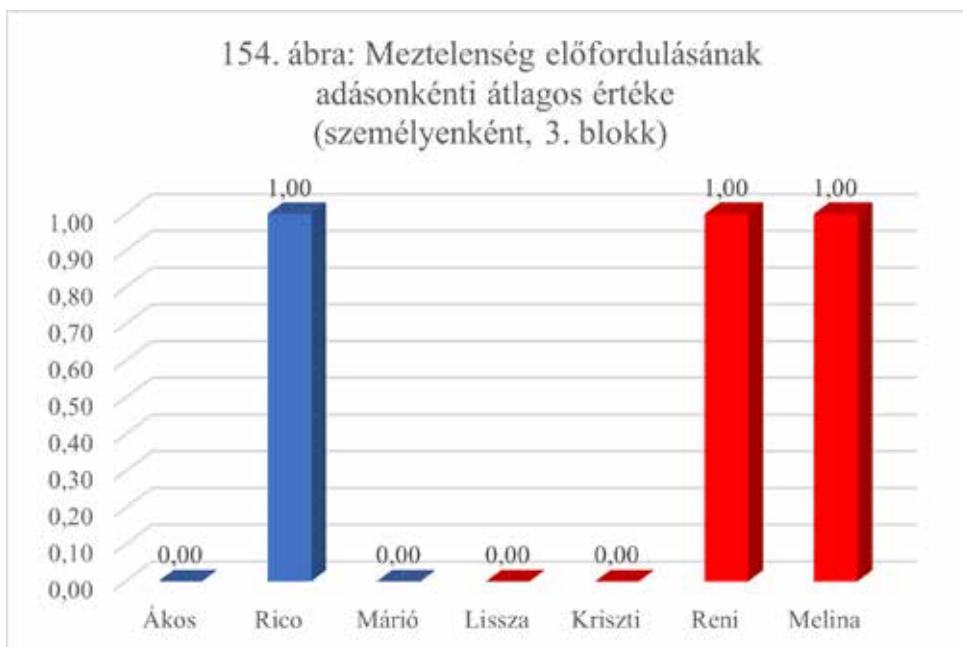
Ha a szexuális jellegű viselkedés elfogadása gyakoriságának átlagos értékét személyenként vizsgáljuk, az látható, hogy Kriszti, Melina és Márió képezi az értékek alapját.



### *Meztelenség*

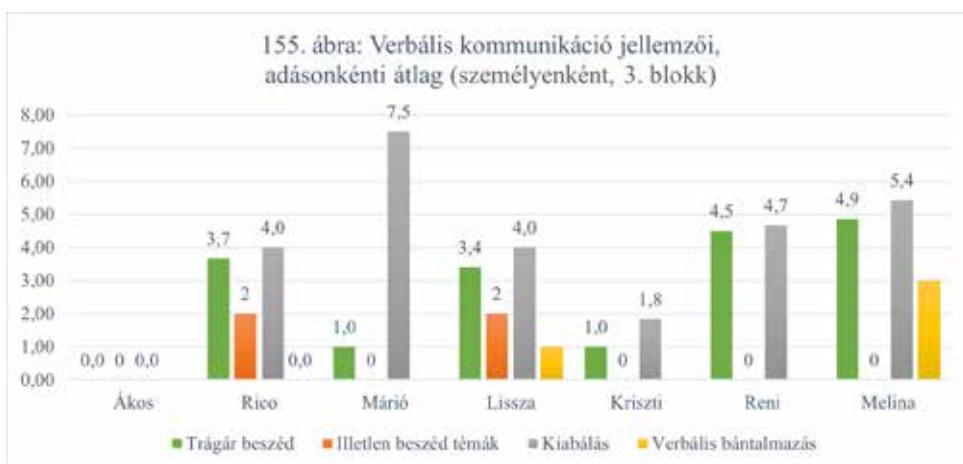
A meztelenség előfordulása Rico esetén több adásban is megjelenik 1–1 alkalommal, míg Reni és Melina esetén 1–1 alkalmat láthatunk, de ez azonos átlagos előfordulást jelent a két nemre vonatkozóan (átlag=1,00, szórás=0,0).





A BeleValóVilág adataiban a szexuális jellegű kezdeményezés csak Lisszára jellemző, elfogadást pedig Kriszti, Lissza és Márió esetén rögzítettünk. A meztelenség csak Rico esetén került be a BeleValóVilág adataiba.

### *Kommunikáció*

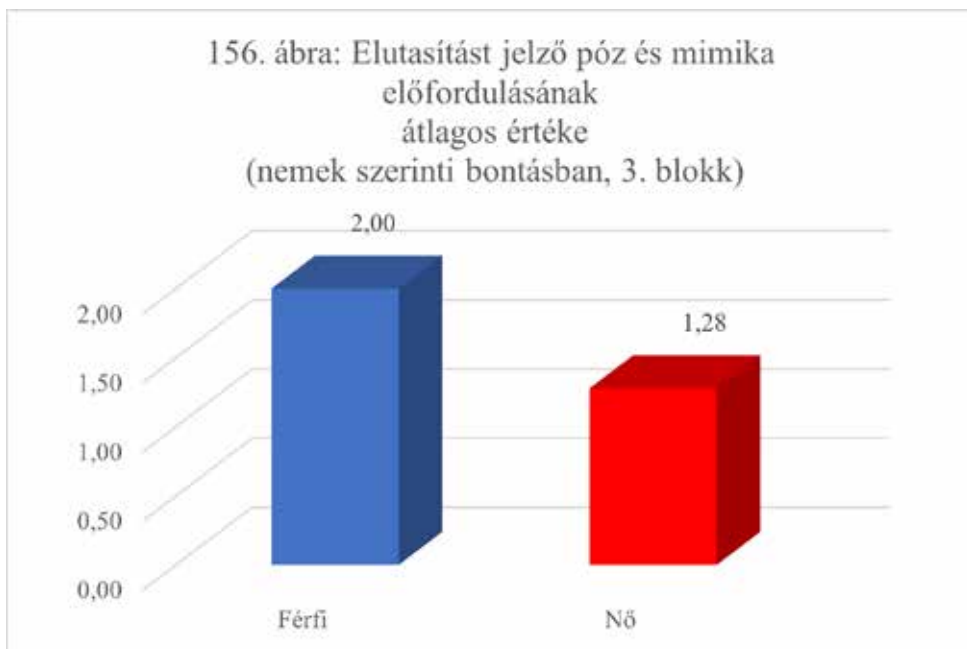


A trágár beszédet tekintve Melina és Reni emelkedik ki a többiek közül, de Riconál, Lisszánál is többször előfordul. Illetlen beszédtema Rico és Lissza esetén jelenik meg. A kiabálás terén Márió vezet listát, de Melina átlagos értéke is magas, aki a korábbi min-

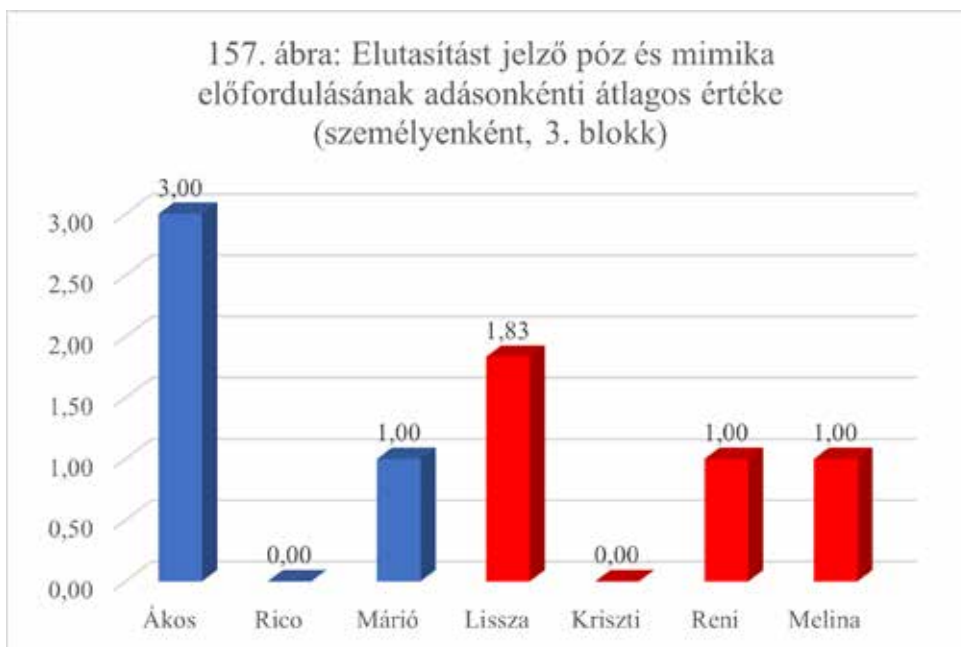
tavételnél is kitűnt e téren. A verbális bántalmazás Melina esetén jelenik meg az évad végén.

### *Testbeszéd*

Az elutasítást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál megfordul az előző mintavételnél látható arány, és most a férfiakra jellemzőbb (átlag=2,00, szórás=0,0), mint a nőkre (átlag=1,28, szórás=0,36).

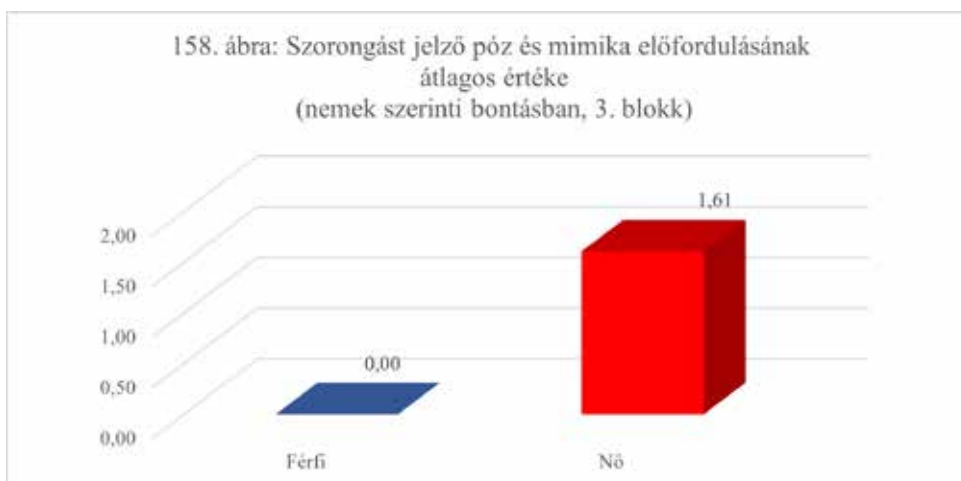


Ha személyenként vizsgáljuk az elutasítást jelző testbeszédet és mimikát, akkor Kriszti és Rico kivételével minden szereplő esetében találkozunk 1–1 előfordulással.

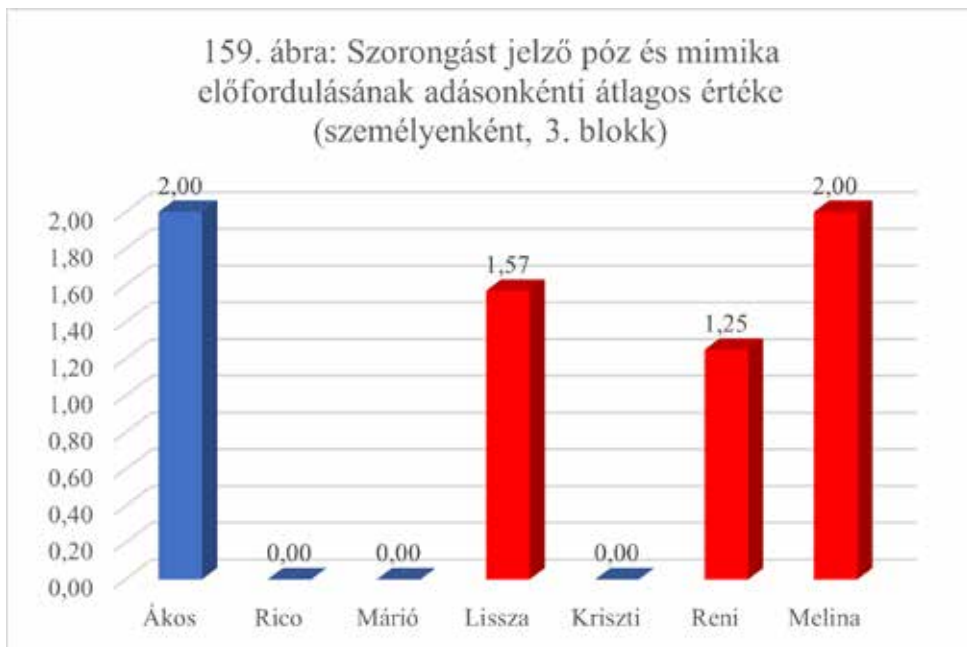


### *Szorongást jelző póz*

A szorongást jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál is ellentétes folyamatot láthatunk, mint az előző mintavételnél, mert, az első mintavételhez hasonlóan, újra a nőkre jellemzőbb ez a viselkedési forma (átlag=1,61, szórás=0,8), mint a férfiakra (átlag=0,00).



Ha személyenként vizsgáljuk a szorongást jelző testbeszédet, akkor Melina és Ákos magasabb értékein túl, Lissza és Reni esetében is megjelenik.

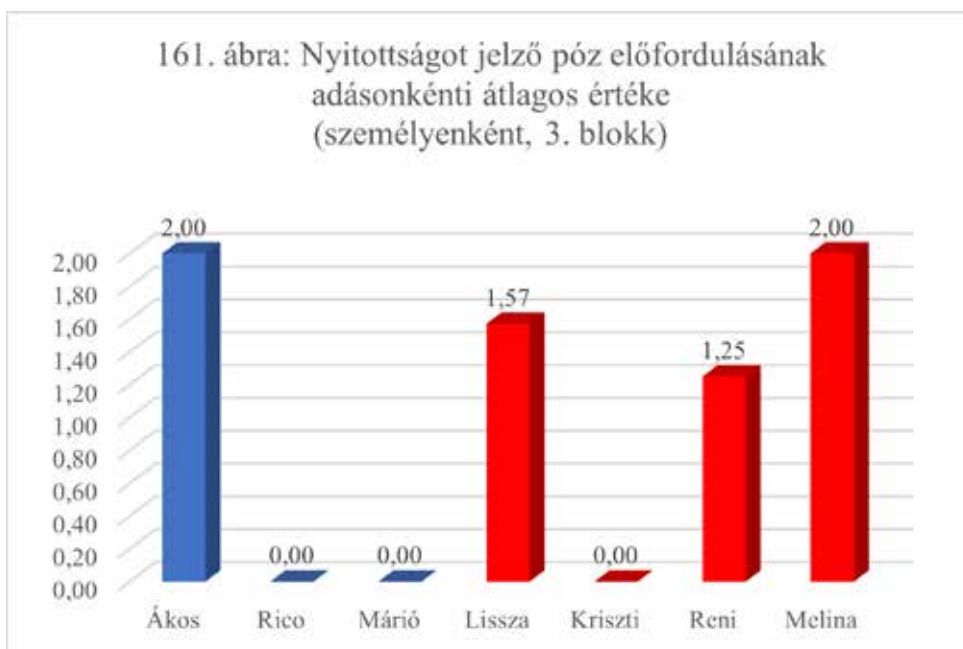


### *Nyitottságot jelző póz*

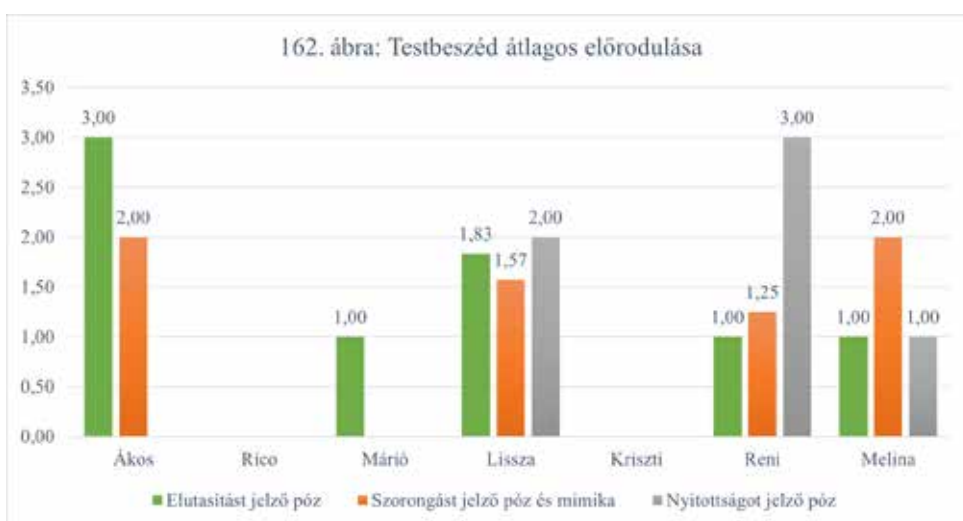
A nyitottságot jelző póz nemek szerinti vizsgálatánál megfigyelhető, hogy – a második mintavételhez hasonlóan – a nőkre jellemző(bb) viselkedés.



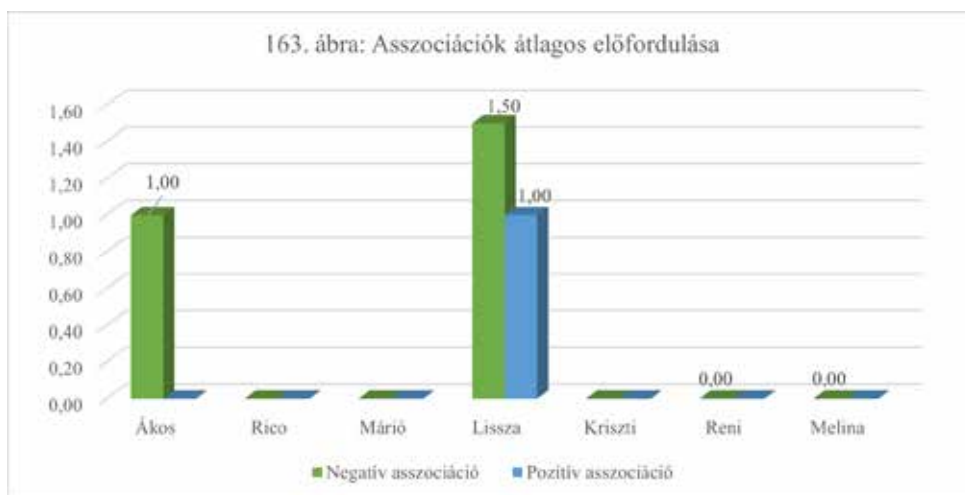
Ha egyénenként vizsgáljuk a nyitottságot jelző testbeszédet, akkor a megfigyelések alapján azt állíthatjuk, hogy a férfiaknál Ákos esetén, míg a nőknél – Krisztin kívül – mindenkinél előfordult.



A BeleValóVilág adataiban elutasítást jelző pózt Lisszánál láthatunk. A szorongást jelző póz több szereplő esetén megfigyelhető (Ákos, Lissza, Melina), ehhez hasonlóan a nyitottságot jelző póz is ugyanezen szereplőkre (Ákos, Lissza, Melina) jellemző tevékenységként volt látható.



### Pozitív és negatív asszociációk



Lisszát negatív és pozitív asszociáció is jellemezte a vizsgált időszakban, míg Ákos esetén csak negatív asszociációt rögzíthettünk.

## 4. Trendelemzés, a kvalitatív tartalomelemzés eredményeinek összegzése

### 4.1. Aktivitás

A tevékenységeket az alapján elemeztük, hogy a szereplők az adott feladattal kapcsolatban hányszor nyilvánultak meg valamely módon. Az első adásblokkban a külső feladatok esetében mutatott aktivitás a férfiaknál adásonként 3,88, a nőknél 4,37 volt. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy a nők döntően az inkább aktív kategóriában teljesítettek a kívülről kapott feladatok során, de a férfiak is inkább e kategória felé mutatnak.

A második adásblokkban a megnyilvánulások számának átlaga a férfiaknál adásonként 3,58, a nőknél 4,8 volt. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy a nők nagyon aktív hozzáállást mutattak ennél a tevékenységnél, míg a férfiak a semleges és az inkább aktív kategória között mozogtak (eltolódva az inkább aktív felé) a kívülről kapott feladatok teljesítése során.

A harmadik adásblokkban a külső feladatok esetében mutatott aktivitás átlaga a férfiaknál adásonként 5, a nőknél 4,48 volt. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy a férfiak nagyon aktív hozzáállást mutattak ennél a tevékenységnél, de a nők is igen aktívak voltak a kívülről kapott feladatok teljesítése során.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	3,88	4,37
2. adásblokk	3,53	4,08
3. adásblokk	5,00	4,48

4. táblázat: A kívülről kapott feladatok elvégzéséhez köthető megnyilvánulások előfordulásának átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Összességében azt mondhatjuk, hogy a férfiak és a nők esetében is a kívülről kapott feladatokkal kapcsolatos aktivitások átlaga nőtt a műsor vége felé közeledve, bár a 2. adásblokk egy kis megtorpanást mutat ebben. Az átlagok alapján egyértelműen a nők teljesítménye a kiegyensúlyozottabb, azonban a férfiaké változott nagyobb mértékben pozitív irányba.

Ha személyenként vizsgáljuk, azt látjuk, hogy a játék nyertese, Kriszti nyújtotta a 3. mintavételi blokk alatt a legkiegyensúlyozottabb teljesítményt, a két dobogós, Melina és Rico hasonló átlagokat produkált: a műsor elején nagyon aktívak voltak, a 2. adásblokkban kicsit passzívabbak lettek, majd a végére „rákapcsoltak.”

#### 4.2 Háziasság (napi háztartási tevékenység)

Az első mintavételi időszakban a férfiak háziasságának átlaga közepes aktivitást mutatott (2,58), a nők esetében magasabb arányt láttunk (átlag: 3,25). A második mintavételi blokkban a nők voltak aktívabbak, rájuk az inkább háziasság volt a jellemző (nők átlaga 3,33), de a férfiaknál is megjelent ilyen irányú tevékenység (férfiak átlaga 2,42). Meglepő, hogy a 3. mintavétel idején a férfiak igen passzív hozzáállást mutatnak. Ennek oka az lehet, hogy a bevágott adásrészletekben a férfiakat más jellegű tevékenységekben mutatták a szerkesztők.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	2,58	3,25
2. adásblokk	2,42	3,33
3. adásblokk	0,00	2,50

5. táblázat: A háziasság mértékének átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Ha személyenként vizsgáljuk, azt mondhatjuk, hogy Melina teljesítménye volt a legkiegyensúlyozottabb, Kriszti az 1. és a 3. adásblokkban mutatott kiemelkedő aktivitást a háziasság terén. A férfiakat a nagyon szélsőséges viselkedés jellemezte háziasság terén, hiszen például Márió és Rico, akik az 1. adásblokkban teljesen passzívok voltak e téren, a 2. adásblokkban nagyon aktívak lettek, míg Barnára éppen ennek fordítottja a jellemző.

#### 4.3. Együttműködésre törekvés

Az együttműködésre törekvés kapcsán azt mondhatjuk, hogy az műsor vége felé látványosan csökken mindkét nem esetében a csapatmunkára, közös összefogásra vonatkozó megnyilván-

nulások száma. Míg kezdetben a férfiak között erősebben, a nők között valamelyest kisebb mértékben, de jellemző az együttműködésre törekvés (bár meg kell jegyezni, hogy az átlagok alapján a semleges, azaz az önállóság és a közös munka közötti határmezsgyén mozog a szereplők viselkedése), a 3. mintavételi blokkban a férfiakra a teljes mértékben önálló, míg a nőkre az inkább önálló feladatmegoldás volt a jellemző.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	3,55	3,41
2. adásblokk	3,30	3,06
3. adásblokk	1,33	2,50

6. táblázat: A együttműködés mértékének átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Ha szereplők szerinti bontásban nézzük, akkor az első mintavételi blokkban a férfiak között Barna, Sajti és Márió nyitott volt az együttműködésre, hasonlóan a nők közül Melina és Reni (Likert-skála átlaga: 4-nél magasabb esetükben), a második blokkban Márió őrizte meg ezt a pozíciót, a többiek a semleges irányába mozdultak el e téren. A harmadik mintavételi blokkban a férfiaknál egyedül Márió, a nőknél Reni volt nyitott az együttműködésre.

#### 4.4. Motiváció a feladatvégrehajtásra

A három mintavételi blokk eredményei alapján jól látszik, hogy a férfiak esetében a műsor végére jelentősen csökkent az egyes feladatok megoldása iránti motiváció, hiszen míg a második mintavételi blokk idejére nőtt a motivációjuk, és a „vonakodva elvégzi a feladatát” kategóriából az „elvégzi a feladatát” lett a jellemző, addig a harmadik blokkra ez az átlag az „épphogy elvégzi a feladatát” kategóriához volt elegendő.

A nők esetében sokkal kiegyensúlyozottabbak voltak az ezzel kapcsolatos megnyilvánulások, bár folyamatosan csökkenő motivációt tapasztaltunk a műsor végéhez közeledve, hiszen a „vonakodva/elvégzi a feladatot” kategóriából egyértelműen a „kényszerből történő munka” felé mutat az átlag.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	3,55	3,93
2. adásblokk	3,71	3,80
3. adásblokk	1,67	3,04

7. táblázat: Motiváció a feladatvégrehajtásra mértékének átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Személyek szerinti bontásban nézve a tevékenységek Likert-skála alapján vett átlagát az látszik, hogy az első mintavételi blokkban Márió, Barna és Sajti lelkesen végezték el a kapott feladatokat, a nőknél hasonló attitűdöt Reni és Melina mutatott. A második mintavétel során Rico és Barna nagyon lelkesen végezték el a kapott feladatokat, a nőknél hasonló attitűdöt csak Piros mutatott. A harmadik mintavételi blokkban Ákos és Reni nagyon lelkesek voltak, őket követte Melina és Lissza, Kriszti, Rico és Márió azonban nem említhető a feladatvégzéssel kapcsolatos kontextusban.



Összességében az látszik, hogy a 2. helyezett Melina és a 3. helyezett Rico többször megnyilvánultak a 3 adásblokk alatt ebben a tekintetben. Érdekes, hogy a nyertes Kriszti szinte alig nyilvánul meg ebben a szerepben, főleg a műsor végéhez közeledve.

#### 4.5. Dominancia, csoportban elfoglalt hely

Nemek szerinti bontásban vizsgálva e szempontot azt látjuk, hogy a férfiak teljesítménye hullámzó volt, és egyértelműen passzív szerepben jelentek meg a műsor végéhez közeledve.

A 2. adásblokk mindkét nem számára egy aktívabb és ötletekben gazdagabb időszakot jelentett a villalét alatt, amelynek oka többek között a szerkesztők által kitalált feladatok és tevékenységek lehetnek. A nők viselkedése, csoportban elfoglalt helye, dominanciája sokkal kiegyensúlyozottabb volt, rájuk főként az esetenként ötletekkel előállítás és időnként az irányító szerep felé mutató viselkedés volt jellemző, kiemelten a 2. mintavételi blokkban.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	2,42	2,54
2. adásblokk	3,03	3,89
3. adásblokk	0,89	2,44

8. táblázat: Dominancia átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Szereplők szerinti bontásban érdekes, hogy a nyertes Kriszti a vizsgált 3 műsorblokkban nem jelent meg ilyen viselkedés kapcsán, Melina viszont egyértelműen aktívabbá vált a műsor vége felé, és a korábbi passzív szerepből a gyakran ötletekkel előálló, irányító szerepet vette fel. A férfiak között Ákos az, aki végig mutat olyan csoportban elfoglalt helyhez köthető megnyilvánulást, ami értékelhető volt. Márió az adások elején viszonylag aktív volt, de az utolsó adásblokkban nem tűnik fel ilyen minőségben.

#### 4.6. Kritizálás (direkt, indirekt)

A megfigyelések során a kódolók a direkt (szemtől szembeni) és az indirekt (a bírált személy jelenléte nélküli) kritizálás számszerű előfordulását vizsgálták az egyes adások alatt, szereplők szerinti bontásban.

A direkt és indirekt kritizálások átlagát összehasonlítva az látszik, hogy a nők sokkal aktívabbak voltak a direkt és az indirekt kritizálások terén is, náluk folyamatosan növekvő tendenciát láttunk, főként az indirekt kritizálás terén. A férfiak esetében a második mintavételi időszakban figyeltük meg a legtöbb direkt kritizálást, amelyek a feladatok elvégzése kapcsán ütköztek ki.

	Férfiak		Nők	
	Direkt	Indirekt	Direkt	Indirekt
1. adásblokk	1,00	1,64	1,24	1,52
2. adásblokk	1,44	1,52	1,25	1,35
3. adásblokk	1,00	1,36	1,44	2,03

9. táblázat: Direkt kritizálás átlaga a 3 vizsgálati blokkban

A műsor során szinte mindenkinél megfigyelhető volt a kritizálás, főként a 2. mintavételi időszaktól kezdődően.

A három dobogós helyezetre (Krisztire, Melinára, Ricora) végig jellemző volt a kritizálás valamely formája, Melina és Rico a műsor alatt végig elég intrikusak voltak, Kriszti az elején inkább az indirekt kritizálás kapcsán jelent meg, de ez később kiegészült direkt megnyilvánulásokkal is.

#### 4.7. Konfliktus

A konfliktusok műsoron belüli előfordulását tekintve arra voltunk kíváncsiak a kutatás kereite között, hogy a szereplők a vizsgált adásblokkokban hányszor mutatnak olyan magatartást, amely konfliktuskereső, konfliktusfelvállaló, vagy éppen ellenkezőleg, elkerülni vagy megoldani kívánja a konfliktust.

A három adásblokkot együttesen elemezve azt láthatjuk, hogy a konfliktuskerülés, -keresés és -megoldás terén egyértelmű csökkenés figyelhető meg a megnyilvánulások átlagát tekintve, a konfliktuskeresés terén is hasonló a tendencia, kivéve a 2. adásblokkot, ahol a férfiak esetén nőtt ezek száma.

A konfliktus felvállalása a férfiaknál növekvő tendenciát mutat (kis megtorpanás után a 2. adásblokkban), ugyanez a nőknél folyamatosan csökken.

	Férfi	Nő
<b>Konfliktus kerülő</b>		
1. adásblokk	1,25	1,00
2. adásblokk	1,00	1,00
3. adásblokk	0,33	0,67
<b>Konfliktust kereső</b>		
1. adásblokk	1,00	1,00
2. adásblokk	2,00	1,00
3. adásblokk	0,00	0,5
<b>Felvállalja a konfliktust</b>		
1. adásblokk	1,38	1,67
2. adásblokk	1,14	1,19
3. adásblokk	1,92	0,83

Konfliktust megoldó		
1. adásblokk	1,00	1,00
2. adásblokk	1,00	1,00
3. adásblokk	0,33	0,50

10. táblázat: A konfliktussal kapcsolatos megnyilvánulások átlaga a 3 vizsgálati blokkban

A szereplők szerinti elemzés során a nyertes Kriszti a konfliktuskeresés kivételével aktívan szerepelt e megnyilvánulások kapcsán, Melina 3 szerepben tűnt fel, az 1. adásblokkban konfliktuskerülő, a 2. adásblokkban konfliktusfelvállaló, a 3. adásblokkban konfliktuskereső. Ricot a konfliktusmegoldás, -felvállalás és -kerülés, a műsor vége felé pedig inkább az együttműködő, békés attitűd jellemzi.

#### 4.8. Felelősségvállalás

A felelősségvállalás és elhárítás viselkedésformák – az átlagos előfordulás alapján –mindkét nemnél csökkenő tendenciát mutat (bár a nőknél az első két adásblokkban stagnál az eredmény).

A VV11 műsor esetében a 3 mintavételi egységet összehasonlítva azt látjuk, hogy míg az 1. blokkban a nők, addig a 2. és 3. blokkban a férfiak felelősségvállalása volt a dominánsabb, az elhárítás terén a nőknél csökkent az átlagos előfordulás.

	Férfiak		Nők	
	Felelősségvállalás	Elhárítás	Felelősségvállalás	Elhárítás
1. adásblokk	1,00	2,00	1,00	1,00
2. adásblokk	1,33	1,00	1,00	1,00
3. adásblokk	0,67	0,50	0,25	0,00

11. táblázat: A felelősségvállalással és elhárítással kapcsolatos megnyilvánulások átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Az 1. adásblokkban a felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat tekintve a férfiak közül Ákos és Dani esetében volt megfigyelhető ilyen viselkedés, a nők között Bibinél és Lisszánál látunk ilyen tevékenységet, bár ezek átlagos előfordulása alacsony volt. A 2. adásblokkban a felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat tekintve a férfiak közül Ákos és Dani esetében volt megfigyelhető ilyen viselkedés, a nők között Krisztinél és Lisszánál látunk ilyen tevékenységet, bár ezek átlagos előfordulása alacsony volt. A felelősségvállalás Daninál volt a legnagyobb arányban tetten érhető, őt követte Kriszti. Az elhárítás megjelenését vizsgálva azt mondhatjuk, hogy a férfiaknál Ákos és Dani, a nőknél Lissza mutatott ilyen viselkedést. A 3. adásblokkban a felelősségvállalás és elhárítás kategóriákat tekintve a férfiak közül Ákosra volt jellemző ez a magatartás. A nők között a felelősségvállalás jelent csak meg, az is csak Lisszánál, bár ezek átlagos előfordulása alacsony volt.

#### 4.9. Segítségnyújtás és Ellenségesség

A segítségnyújtás terén, a műsor vége felé közeledve, folyamatosan csökken mindkét nemnél ennek a viselkedésnek az előfordulása, a férfiaknál az ellenségességre is ez a jellemző. A nőknél érdekes, hogy az ellenségesség alacsony átlaga azonban végig stagnál.

	Férfiak		Nők	
	Segítségnyújtás	Ellenségesség	Segítségnyújtás	Ellenségesség
1. adásblokk	1,00	1,00	1,00	0,24
2. adásblokk	1,00	1,13	1,00	0,24
3. adásblokk	0,67	0,67	0,83	0,24

12. táblázat: A segítségnyújtás és ellenségesség kapcsolatos megnyilvánulások átlaga a 3 vizsgálati blokkban

A három dobogós helyezett közül a 2. adásblokkban Ricora és Krisztire az ellenségesség, míg Melinára a segítségnyújtás volt a jellemző. Az 1. és 3. adásblokkban egyikük sem jelent meg ilyen szerepben.

#### 4.10. Megnyilvánulások

A megnyilvánulásoknál három fő kategóriát vizsgáltunk, ennek keretében azt néztük meg, hogy a szereplők az egyes adások alatt hányszor viselkednek barátságosan, hányszor van valamilyen szerelmes megnyilvánulásuk, illetve gyűlölködő és haragos hangulatban másokkal szemben hányszor lépnek fel.

Az első adásblokkban a barátságos és a szerelmes megnyilvánulás hasonló arányt mutat, de a férfiak egy kicsit intenzívebbek ezen a téren, hasonlóan a gyűlölködő, haragos viselkedéshez, ami a nőknél nem is fordul elő.

A VV11 1. és 2. adásblokkja esetében azt látjuk, hogy a 2. blokkban a barátságos megnyilvánulások aránya mindkét nem esetében nőtt, és a korábbi férfi dominancia átfordult női többséggé. A szerelmes megnyilvánulások száma a 2. blokkban jelentősen nőtt a nők esetében, a férfiaknál csökkent. A gyűlölködő, haragos megnyilvánulás női többsége visszaszorult a 2. blokkban és aránya kiegyenlítődött.

	Férfi	Nő
<b>Barátságos megnyilvánulás</b>		
1. adásblokk	1,42	1,36
2. adásblokk	1,25	1,60
3. adásblokk	1,00	2,00
<b>Szerelmes megnyilvánulás</b>		
1. adásblokk	1,63	2,33
2. adásblokk	1,89	2,72
3. adásblokk	1,00	1,00

Gyűlölködő, haragos megnyilvánulás		
1. adásblokk	1,83	2,09
2. adásblokk	1,33	2,07
3. adásblokk	0,00	0,88

13. táblázat: A megnyilvánulások előfordulásának átlaga a 3 vizsgálati blokkban

Az 1. adásblokknál a szereplők szerinti elemzésnél Dani és Melina átlaga hasonlóan magas a barátságos megnyilvánulás esetében. A szerelmes megnyilvánulás Bibire, Melindára, Pirosra és Danira a leginkább jellemző, míg a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás a nők között egyedül Bibire, a férfiak között Sajtira és Laminra. A 2. adásblokkban Dani és Ákos átlaga hasonlóan magas a barátságos megnyilvánulás esetében. A szerelmes megnyilvánulás Renire és Sajtira a leginkább jellemző, míg a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás Danit, Lisszát, Krisztit és Melinát jellemzi. A 3. adásblokkban a szereplők szerinti elemzésnél Melina, Máriaó és Lissza esetében jelenik meg a szerelmes megnyilvánulás, és minden szereplőre jellemző (bár eltérő mértékben) a barátságos viselkedés. A gyűlölködő, haragos megnyilvánulásban is Melina mutatta a legmagasabb aktivitást, őt követi ezen a területen Reni. A többiekénél nem jelenik meg ez a magatartás ebben az adásblokkban.

A nyertes Krisztire alapvetően a barátságos viselkedés, kis mértékben a gyűlölködő, haragos megnyilvánulás volt a jellemző, de többségében a vizsgált műsorok alatt inkább a háttérben maradt. A 2. helyezett Melina kezdetben a szerelmes, majd a barátságos megnyilvánulások kapcsán tűnt fel, később a gyűlölködő, haragos érzelmek jellemezték, amelyet újra a szerelmes viselkedés követett, de alapvetően minden szerepben megjelent. A 3. helyezett Ricora a barátságos megnyilvánulások voltak a jellemzők a vizsgált három műsorblokkban.

#### 4.11. Dohányzás

A VV 11. évadának első és harmadik megfigyelési időszakában a dohányzás mint cselekmény (ahogy rágyújtanak, ahogy cigarettát fognak a kezükbe) gyakran megjelenik, míg a 2. mintavétel során alig fordul elő.

Kezdetben a férfiak dohányzási átlaga volt a magasabb, ami a műsor végéhez közeledve megfordult és a nők vették át a vezetést ebben.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	1,38	1,25
2. adásblokk	0,43	0,43
3. adásblokk	2,17	2,86

14. táblázat: A dohányzás átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

A személyek szerinti bontásban – kieséséig – a férfiak közül Dani vezette a rangsort a dohányzás átlagos értéke terén, amelyet utána a nyertesek közül a 3. helyen végzett Rico vett át. A nőknél végig a műsor második helyezettje Melina vezette a sort, de a nyertes Kriszti is élen járt ebben a tevékenységben.

## 4.12. Alkoholfogyasztás

Míg jelen évad első adásaiban jelentősen lecsökkent az alkoholfogyasztás fizikai megnyilvánulásának képernyőn történő közlése, addig az évad zárásához közelítő mintavétel során jelentősen megnőtt az alkoholfogyasztás képernyőn történő szerepeltetése. Az első mintavételi egység esetén 15 szereplőnél 50 alkalommal rögzítettünk alkoholfogyasztást, ezzel szemben a harmadik mintavétel során a megmaradt 7–5 szereplő /kiesőket is figyelembe véve/ 28 alkalommal fogyasztott alkoholt.

Az első mintavételi időszakban a férfiak nyúltak többször alkoholhoz, adásonként 2,24 alkalommal, a nők pedig 1,96 alkalommal. A második mintavételi időszakban a nők többször fogyasztottak alkoholt, átlagosan 1,06 alkalommal (szórás=1,48), a férfiak pedig 0,62 alkalommal (szórás=0,88). A harmadik mintavételi időszakban a nőknél többször volt látható alkoholfogyasztás, átlagosan 2,64 alkalommal (szórás=0,84), míg a férfiaknál 1,83 esetben (szórás= 0,17).

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	2,24	1,96
2. adásblokk	0,62	1,06
3. adásblokk	1,83	2,64

15. táblázat: A alkoholfogyasztás átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

Az alkoholfogyasztás adásonkénti gyakoriságát személyek szerinti bontásban vizsgálva azt az eredményt kapjuk, hogy az első időszakban legtöbb esetben Barna és Sajti, valamint Lissza fogyasztott alkoholt. A második mintavételi időszakban ugyanez Renire, majd Barnára és Sajtira, valamint Melinára volt igaz. A harmadik mintavételi időszakban mindenkire jellemző ez a tevékenység, de a leginkább Melinára, Márióra, Renire és Lisszára.

## 4.13. Egészségtelen ételek

A vizsgálat során kódolásra került, hogy hány esetben fogyasztanak egészségtelen ételeket (chipszet, csokoládét stb.) a villa lakói.

Az első adásblokk során alig volt megfigyelhető ez a tevékenység, a második mintavétel során is csak Lisszánál láthattuk, és nincs ez másként a harmadik mintavétel esetén sem, ahol ez csak Lisszára jellemző tevékenység, míg a BeleValóVilág adásrészeiben Ákosnál és Lisszánál jelenik meg.

## 4.14. Agresszív megnyilvánulások

Az agresszív megnyilvánulás mint fizikai cselekmény, a harmadik mintavételi időszakban csak Lissza esetén fordul elő, valamint az első mintavételi blokkban Lamin jelenik meg egy képkocka erejéig ilyen szerepben.

#### 4.15. Olvasás – Egyéb intellektuális tevékenység

Az olvasás tevékenysége mindhárom mintavételi egységnél csak akkor jelent meg, amikor kívülről kapott utasításokat olvastak fel, illetve a második mintavételnél a témakör támogatta az olvasás tevékenységét, mivel a Technikumi hét: közismereti oktatás témaköre során az olvasás többször és több személynél is előfordult, hasonlóan a harmadik mintavételi időszakhoz, ahol a rap szövegek írását kaptak feladatként, amit természetesen fel is olvastak. Az olvasás, mint a szereplők saját időtöltése, belső készítésre történő tevékenységként nem jelenik meg a vizsgált időszakokban.

#### 4.16. Testedzés

A testedzés az első mintavételi időszakban egyáltalán nem jelenik meg, a második és harmadik mintavétel esetén pedig 1–1 előfordulással találkozhatunk, jobbra kívülről kapott feladatok teljesítése során.

#### 4.17. Szépségápolás

A szépségápolás az első vizsgált időszakban egy-egy alkalommal jelenik csak meg, majd a második és harmadik mintavétel során előfordult mérhető tevékenység, de nem olyan magas értékkel, ami nemek szerinti összehasonlítást megalapozna.

#### 4.18. Nevetés, öröm

A nevetés és öröm tevékenysége végig kísérte az adásokat az évad végére emelkedő átlagokkal.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	3,79	3,81
2. adásblokk	3,67	4,16
3. adásblokk	4,49	4,49

16. táblázat: A nevetés, öröm átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

A nők minden esetben többször, illetve a 3. adásblokkban a férfiakkal egyező mértékben mutatták a vidámság jelét.

A szereplőket elemezve érdekes képet láthatunk. Az évad nyertese, Kriszti, az első mintavételnél a legmagasabb értéket produkálta, a második mintavételnél Rico után a legkevesebbet nevető személy volt, míg a harmadik adásblokk esetén is a kevesebbet nevetők közé tartozott. Melina az első két adásblokk középmezőnye után a harmadik mintavétel kiugróan magas értékei közé tartozott. Ezzel szemben Rico volt az összes mintavételi egység legkevesebbet nevető személye. Így a nevetés és a valóságshow megnyerése között nem mutathatunk ki összefüggést.

#### 4.19. Sírás

A sírás helyzete egészen hektikus a három mintavételi időszak vonatkozásában. Az évad elején tapasztalható többszöri előfordulás szinte nullára csökken az évad közepén vett mintában, és a legmagasabb az évad végén.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	1,50	2,21
2. adásblokk	0,02	0,71
3. adásblokk	2,00	3,10

17. táblázat: A sírás átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

Szereplőkre vetítve is hasonló a helyzetkép: míg Melina az első és középső évadban alacsony értékkel jelent meg, az évad végén a legtöbbet síró személy.

#### 4.20. Ölelés, kedvesség

Az ölelés, kedvesség tevékenységet vizsgáltuk azonos nemű és más nemű társakkal is. A 11. évad első mintavételi szakaszában az ölelés, kedvesség azonos nemű személlyel átlagos előfordulásában a férfiakra jellemzőbb megnyilvánulás volt, mint a nőkre, addig a második mintavétel során a nőkre jellemzőbb a tevékenység, hasonlóan a harmadik mintavételhez, illetve a 10. évadhoz.

Személyek közül az első időszakban Lamin szerepelt kiugróan magas értékkel, a második mintavételnél Piros adatai voltak a többiekétől magasabbak, a harmadik adásblokkban pedig Rico értéke volt a legmagasabb.

Az ölelés, kedvesség más neművel az előző, VV10-es szériában minden szereplőnél megjelenő tevékenység, és inkább a férfiakra volt jellemző, addig jelen évad elején a másik nem tagjainak ölelgetése a nőknél mutatott magasabb értéket, a második mintavétel – a korábbi adásévadhoz hasonlóan – a férfiak esetén magasabb, a harmadik mintavételi egységben pedig a férfiakra és a nőkre szinte teljesen azonosan jellemző.

Személyeket tekintve az első mintavételnél a legmagasabb értéket Krisztinél tapasztaltunk, akinél a második mintavétel során nulla értéket láthatunk, a harmadik mintavételnél pedig a középmezőnyben, a többiekhez hasonló átlagos értéket mutat. Ugyanez fordítottan is elmondható, az évad végi mintavétel legmagasabb értéke Márióhoz kötődik, míg az első mintavétel során a legalacsonyabb értékeket mutatta.

Így az ölelés, kedvesség terén nem mutathattunk ki egyértelmű trendet, irányokat az évad előrehaladtával.

#### 4.21. Szexuális viselkedés

A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlása nemek szerinti bontásban azt mutatja, hogy gender alapon nem tehetünk megállapítást.



	Férfiak	Nők
1. adásblokk	1,35	1,00
2. adásblokk	0,21	0,20
3. adásblokk	0,00	1,50

18. táblázat: A szexuális jellegű viselkedésben a kezdeményező szerep megoszlásának átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

A kezdeményezés elfogadása azonban a nőkre jellemzőbb, mint a férfiakra.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	0,00	1,67
2. adásblokk	0,05	0,00
3. adásblokk	1,00	1,50

19. táblázat: A szexuális jellegű viselkedésben az elfogadás megoszlásának átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

Ha a szexuális jellegű viselkedés gyakoriságának átlagos értékét személyenként vizsgáljuk, akkor Kriszti és Rico esetén a vizsgált három mintavételi időszakban nem jelenik meg sem a szexuális jellegű kezdeményezés, sem az elfogadás tevékenysége.

#### 4.22. Meztelenség

A meztelenség előfordulása az évad előrehaladásával egyre ritkuló tevékenység volt. Míg az évad elején a csapat felére jellemző tevékenység, a középső mintavétel esetén már csak a szereplők harmadánál jelent meg, míg az utolsó, még a villában tartózkodó 7 fő esetén 3 személynél volt megfigyelhető.

Az átlagos előfordulást vizsgálva az első mintavétel során a férfiaknál kicsit magasabb az érték (1,57), mint a nőknél (1,08). A második mintavétel esetén is inkább a férfiakra jellemző (0,33) tevékenység, hiszen a nők esetében (0,11) egészen alacsony értéket láthatunk, ugyanakkor a harmadik mintavételnél azonos az átlagos előfordulás a két nemre vonatkozóan.

	Férfiak	Nők
1. adásblokk	1,57	1,08
2. adásblokk	0,33	0,11
3. adásblokk	1,00	1,00

20. táblázat: A meztelenség előfordulásának átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

### 4.23. Kommunikáció

A kommunikáció kategórián belül vizsgáltuk a verbális megnyilvánulások (trágár beszéd, illetlen beszédtemák, kiabálás, verbális bántalmazás) előfordulásait, és megfigyeltünk néhány nonverbális (testbeszédre jellemző) elemet is.

A verbális kommunikáció negatív előfordulásai minden esetben sokkal jellemzőbbek a nőkre, mint a férfiakra, mintavételi időszaktól függetlenül (egy-egy esetben láthatunk közel azonos értéket a lenti táblázatban), egyedüli kivételt a kiabálás jelent, mert ilyen megnyilvánulással kapcsolatban, az évad elején és végén, a férfiak átlagos előfordulása a magasabb.

	Trágár beszéd		Illetlen beszédtemák		Kiabálás		Verbális bántalmazás	
	Férfiak	Nők	Férfiak	Nők	Férfiak	Nők	Férfiak	Nők
1. adásblokk	2,94	3,76	1,00	1,17	2,50	1,87	2,00	2,00
2. adásblokk	3,01	4,72	1,50	1,35	1,50	3,82	0,00	1,00
3. adásblokk	2,33	3,44	2,00	2,00	5,75	3,98	0,00	1,00

21. táblázat: A verbális kommunikáció megnyilvánulásainak átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

A nonverbális megnyilvánulások közül az elutasítást jelző póz az évad elején inkább a nőkre volt jellemzőbb, míg az évad végén már inkább a férfi résztvevőkre. A nyitottságot jelző póz esetén ellentétes képet láthatunk: míg az évad elején a férfiak értéke magasabb, a közepére megfordul az arány, az évad végére pedig csak a nőknél jelenik meg. A szorongás minden mintavételi időszakban a nőkre jellemzőbb.

Személyeket tekintve azt láthattuk, hogy Melina az első mintavételnél még visszafogottan alkalmazta ezeket a kommunikációs elemeket, a második és harmadik mintavételeknél az egyik legaktívabb tagja volt a fenti adatok létrejöttének, míg Kriszti esetén fordított képet láthatunk: az első mintavétel magas értékeihez tartoznak, de más második és a harmadik mintavételre visszafogottabb a fent vizsgált kommunikációs viselkedése.

	Elutasítást jelző póz		Szorongást jelző póz		Nyitottságot jelző póz	
	Férfiak	Nők	Férfiak	Nők	Férfiak	Nők
1. adásblokk	0,00	1,00	0,25	2,13	1,51	1,08
2. adásblokk	1,64	1,77	0,81	2,39	1,53	2,28
3. adásblokk	2,00	1,28	0,00	1,61	0,00	2,00

22. táblázat: A nonverbális kommunikáció megnyilvánulásainak átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

A személyeket tekintve nincs kimutatható trend, a harmadik mintavétel esetén Rico és Kriszti kimarad a tevékenységekből, és kettejüknél a nonverbális kommunikáció egyetlen eleme sem jelenik meg, de a korábbi mintavételeknél is Kriszti esetén csak az elutasítást jelző póz fedezhető fel, a többi mért elem nem.

#### 4.24. Pozitív és negatív asszociációk

A pozitív asszociációk mindkét nem esetén megjelennek, az első két mintavétel során a nőkre jellemző, míg a harmadik mintavételre megfordulnak az értékek és a férfiakra jellemző a tevékenység.

A negatív asszociációs megnyilvánulások az első két mintavételnél szintén a nőkre jellemzőek, míg az utolsó megfigyelési szakaszban csak a férfiaknál jelenik meg.

	Pozitív asszociációk megnyilvánulásai		Negatív asszociációk megnyilvánulásai	
	Férfiak	Nők	Férfiak	Nők
1. adásblokk	0,00	1,00	0,00	1,00
2. adásblokk	0,00	1,00	0,00	0,00
3. adásblokk	0,00	1,00	1,00	1,50

23. táblázat: A Pozitív és negatív asszociációk megnyilvánulásainak átlagos értékei a 3 vizsgálati blokkban

A fenti értékeket mindegyik mintavételnél a résztvevők kicsiny köre állította elő. A negatív asszociációk az első mintavételi időszakban Sajti és Reni, a másodikban Lissza és Melina, a harmadik mintavétel során pedig Ákos és Lissza nevéhez fűződik. A pozitív asszociációk az első mintavételi időszakban Bibihez és Lisszához, a harmadik mintavétel esetén pedig csak Lisszához köthetők.

Elmondhatjuk, hogy a nyertes szereplők kerültek a pozitív és a negatív asszociációs megnyilvánulásokat is.

### 5. Műsorvezetők kvalitatív elemzése a ValóVilágban – alanyai vagy közvetítői a show-nak?

#### 5.1. A kutatás módszertana

A megfigyelésen alapuló kvalitatív elemzés során a három mintavételi időszakban összesen 21 adás (7–7–7) elemzése történt meg, deduktív kódolással egy előre meghatározott kódrendszer alapján.

A kutatásunk mintavételi időszakát az évad első napjai, a középső időtartalma, valamint az utolsó napjai képezték. Ez idő alatt három műsorvezető dolgozott a BeleValóVilág adásaiban:

- Schumacher Vandával csak az első mintavétel esetén találkozhattunk.
- Balázs Mercedesz (Szédesz) a középső és az utolsó mintavételünk műsorainak volt a része.
- Kamarás Norbert (Genda) viszont mind a három mintavételi időszak egy-egy hetes intervallumból 3-4 napnyi adást vezetett.

A megfigyelés során az egyes műsorvezetők verbális és non-verbális tevékenységeire fókuszáltunk, az alábbi kódolási egységek alapján, ahol az előfordulások száma került elemzésre.

Kód
Műsorvezető neve
Verbális megnyilvánulások
Cselekményről beszél
Szereplőkről beszél
Magáról beszél
Kiabálás
Vulgáris kifejezések
Szlenget használ
Non-verbális megnyilvánulások
Gesztikuláció
Nevetés
Sírás
Cselekvések
Játszik (eljátsszik egy jelenetet)
Kifigurázza a szereplőket
Cselekvésre buzdítja a nézőket
Műsorvezetői profizmus
Pozitív cselekmények megfigyelése: Frappáns megoldások előfordulása
Negatív cselekmények megfigyelése: Bakizik Olvassa a szöveget Zavarban van a műsorvezető

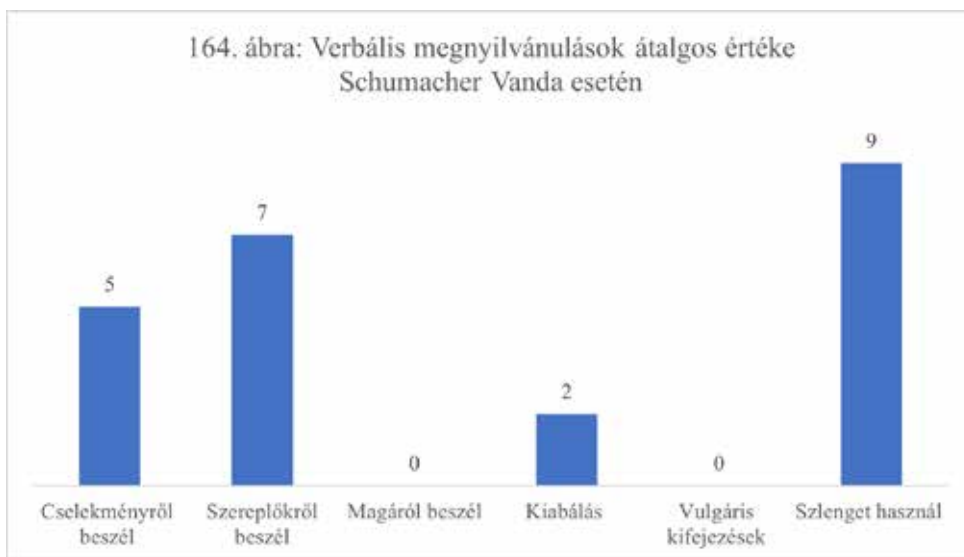
Az elemzési szempontok kidolgozásakor, és az elemzések során, arra kerestük a választ, hogy a laikus, nem profi műsorvezetők milyen sajátosságokkal rendelkeznek, és milyen megnyilvánulásaik (verbális, nem verbális) jelennek meg a műsorokban, valamint a cselekvéseik és a műsorvezetői profizmus terén mi jellemzi őket.

## 5.2. Eredmények

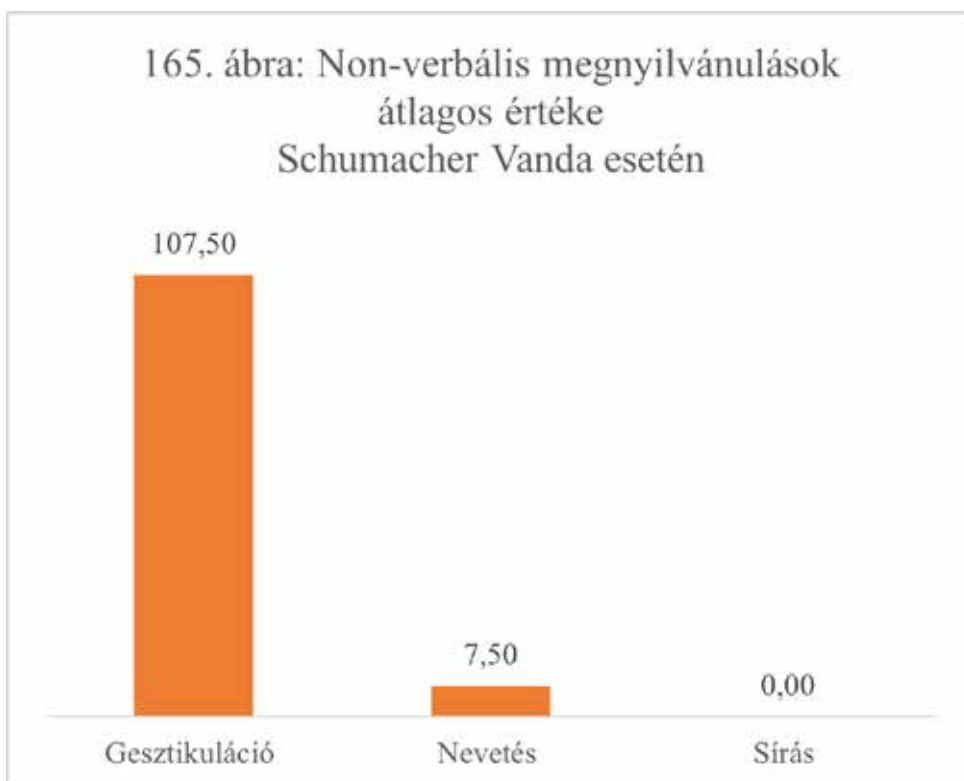
Az alábbiakban vizsgáljuk meg a megfigyelések alapján az egyes műsorvezetők verbális és non-verbális tevékenységeit.

### 5.2.1. Schumacher Vanda

Schumacher Vanda az első mintavételi időszakban 4 napon át közvetített. A verbális megnyilvánulások közül leginkább a szlenget használatát jellemezte, ritkán kiabált, és a vulgáris kifejezések használatát kerülte. Nem saját magát helyezte előtérbe, inkább a szereplőkről és a cselekményről beszélt.



A non-verbális megnyilvánulások közül a gesztikuláció rendkívül jellemző a műsorvezetőre, emellett a nevetés említésre méltó, ugyanakkor a sírás nem jelent meg a mintavételi időszakban.

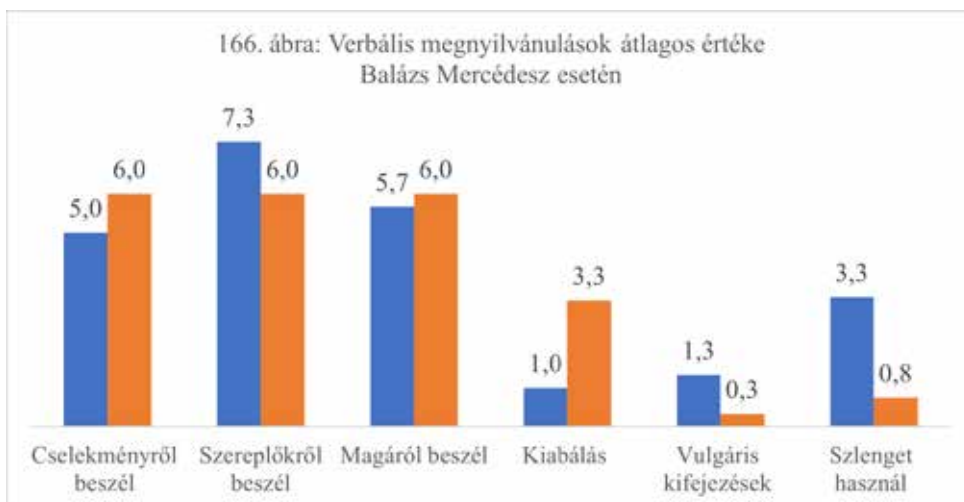


Minden adásban találkozhattunk 1–3 bakival, és a vasárnapi közvetítés során erősen zavarban volt a műsorvezető, ami a többi alkalommal nem jelent meg, továbbá egyszer rögzíthetünk frappáns megoldást, ami dicséri műsorvezetői munkáját.

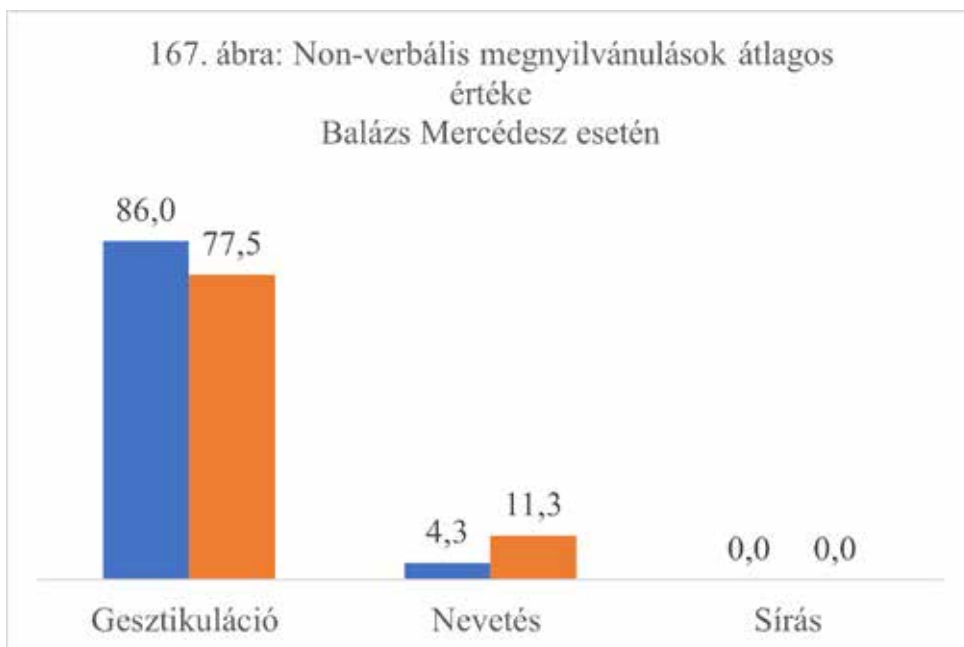
### 5.2.2. Balázs Mercédesz (Szédesz)

Balázs Mercédesz a második mintavételi egységénél három adást vezetett, míg az utolsó mintavételi egység hetében négy BeleValóVilág közvetítését valósította meg.

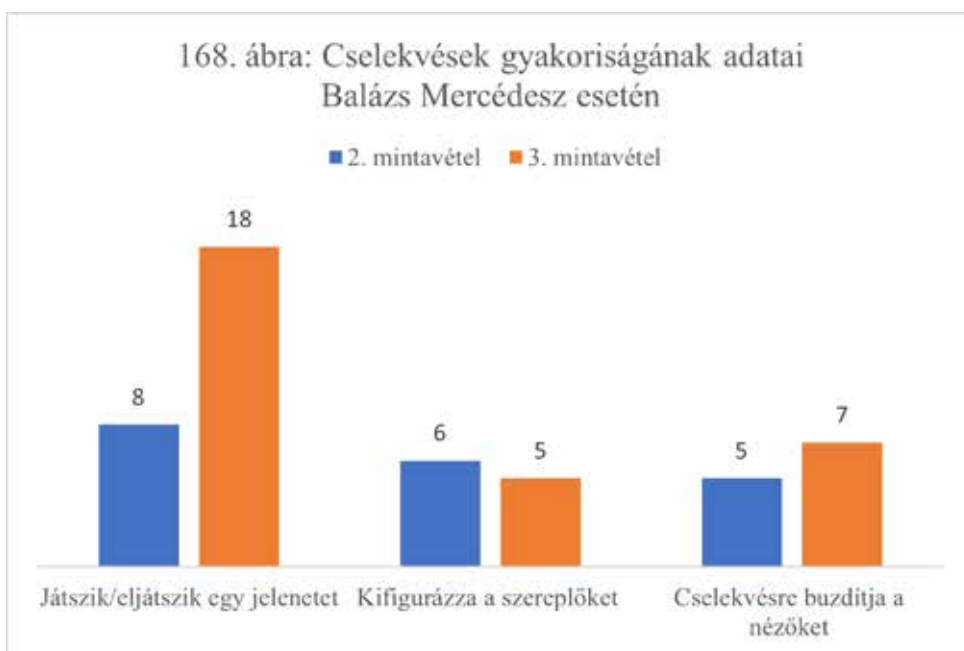
Mindkét megfigyelési időszakban találkozhatunk a verbális megnyilvánulások összes vizsgált elemével, és a heti átlagos előfordulás egészen hasonló értéket mutat a két mintavételi időszak esetén.



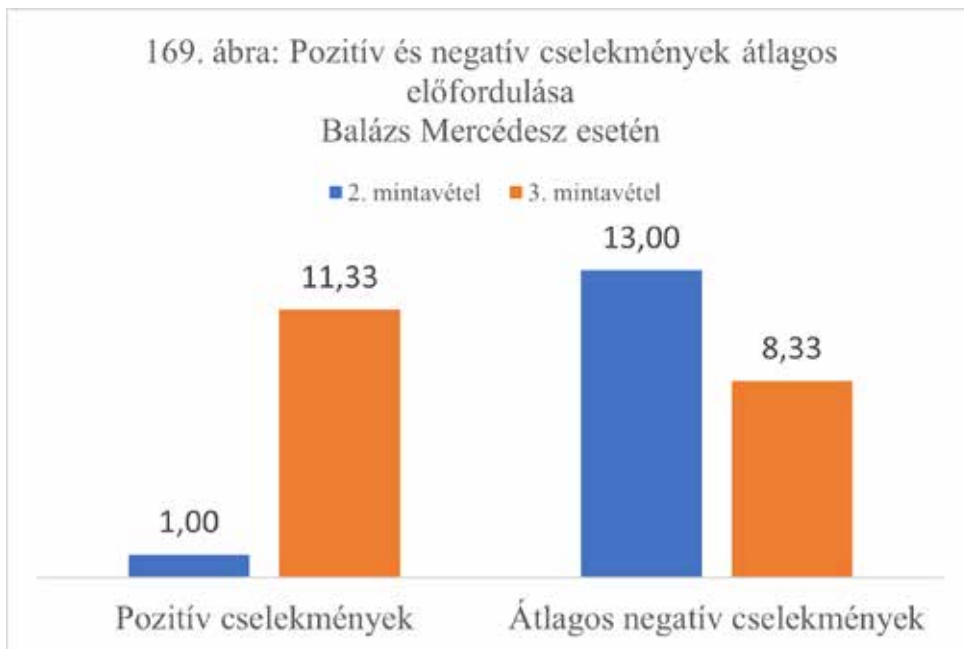
A non-verbális megnyilvánulások közül a gesztikulálást aktívan használja, ezenkívül a nevetés minden közvetítés során megjelenik, kivéve a február 26-ai adást.



A mérés során vizsgáltuk a műsorvezetők cselekvéseinek gyakoriságát. Balázs Mercédesznél minden vizsgált elem megjelenik, ő maga is eljátszik egy-egy szerepet, de a szereplőket is kifigurázza, és igyekszik a nézőket aktivizálni.



A pozitív cselekmények vizsgálata során arra fókuszáltunk, hogy alkalmaz-e a műsorvezető frappáns megoldást, átkötést két téma között, vagy intelligensen kivágja-e magát egy-egy szituációból, és vizsgáltuk a negatív cselekmények előfordulását is. Itt a bakizások száma, a műsorvezető szövegének felolvasás útján történő előfordulásai képezték a megfigyelés alapját, valamint annak előfordulása, hogy érzi-e magát zavarban a műsorvezető és hány alkalommal.

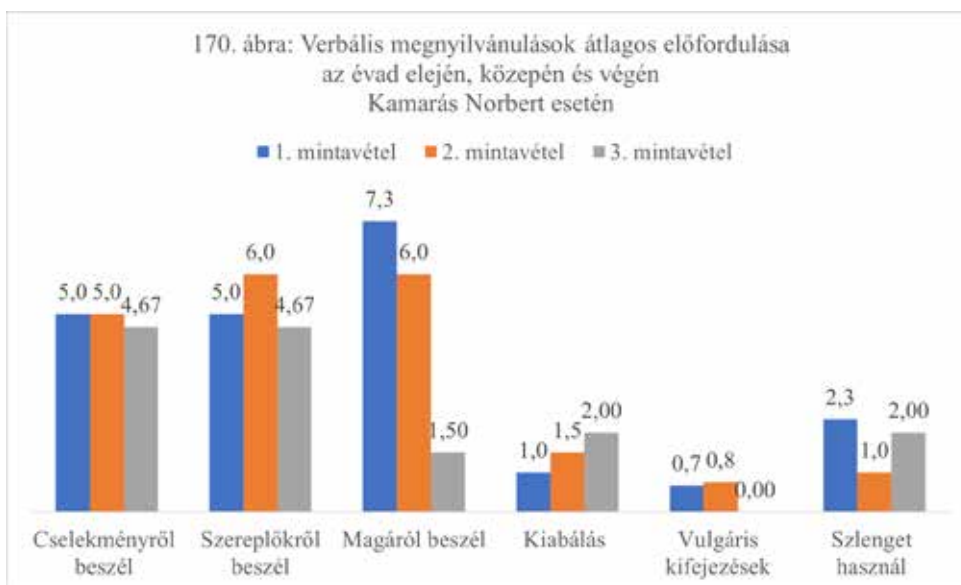


A második mintavételi egység esetén Balázs Mercédeszre a negatív cselekmények sokkal jellemzőbbek voltak, mint a pozitívak, és érdekes módon ez az arány teljesen megfordult az évad végén vizsgált műsorszámok idejére.

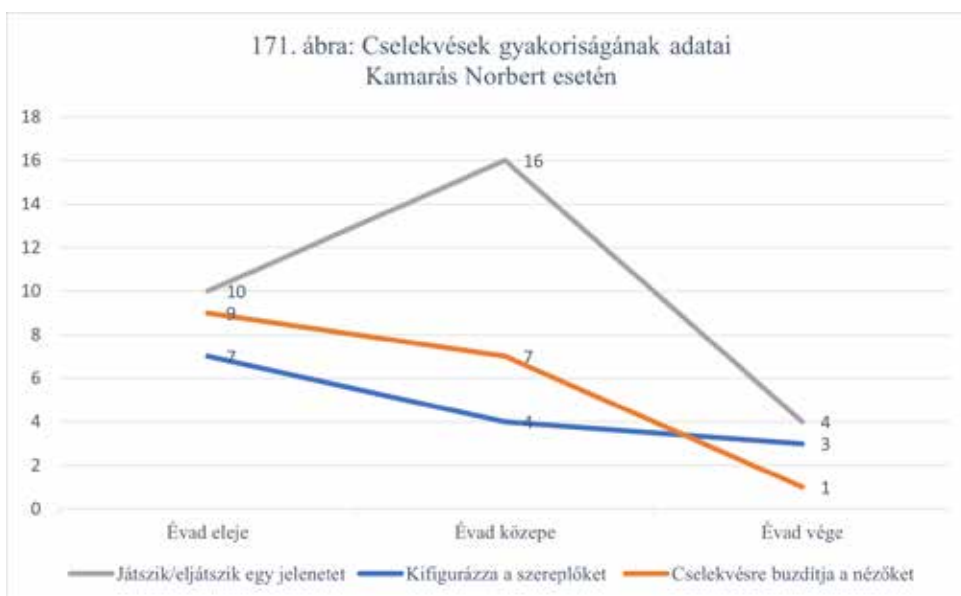
### 5.2.3. Kamarás Norbert (Genda)

Kamarás Norbert minden vizsgált mintavételi időszak aktív műsorvezetőjeként szerepelt. A verbális megnyilvánulásai minden mintavétel esetén egészen hasonló képet mutatnak. Talán az utolsó mintavétel során saját magáról kevesebbet beszélt, de a többi kategória esetén nem láthatunk különbséget.

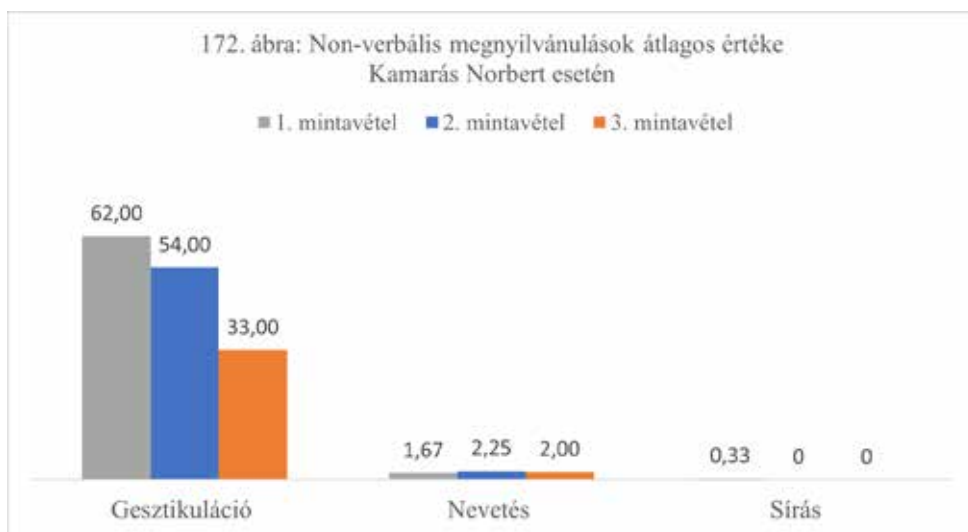




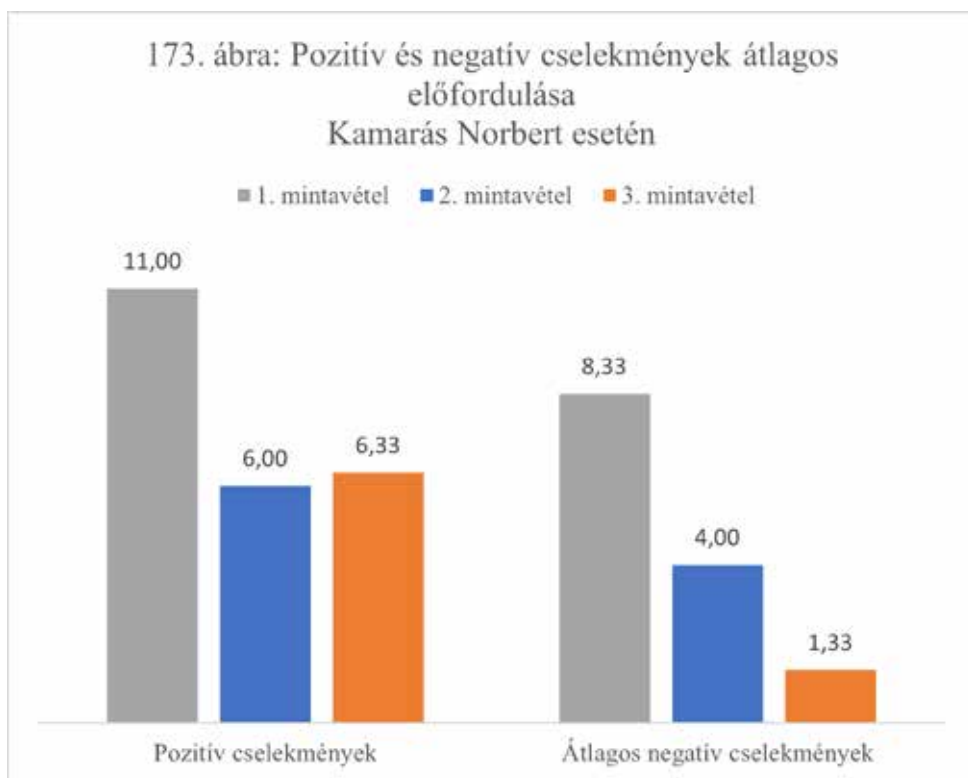
Kamarás Norbert esetében, mivel mindhárom vizsgált időszakban vezetett műsort, van lehetőség arra, hogy a cselekvések összes előfordulásának gyakoriságát megvizsgáljuk.



Látható, hogy a néző aktivitásra buzdítása folyamatosan csökkent az évad előrehaladtával. A középső időszakban gyakrabban játszott el egy-egy jelenetet, mint a másik két mintavétel során. A szereplő kifigurázás pedig az évad elején volt a legjellemzőbb.



A non-verbális megnyilvánulások Kamarás Norbertre is jellemzők. Nagyon sokat lépked ide-oda a műsorok alatt, és rengeteget gesztikulál. A nevetés sokkal kevésbé jellemző rá, mint a vizsgált női műsorvezetőkre. Viszont egy alkalommal megjelenik a sírás, amit máskor nem láthattunk a vizsgált időszakokban.



A pozitív és negatív cselekmények átlagos előfordulása folyamatosan csökkent Kamarás Norbert esetén, de leginkább a negatívumok elhagyása valósult meg, tehát kijelenthetjük, hogy van fejlődés a műsorvezetői tevékenységében, a BeleValóVilág 11. évadát alapul véve.

Összegezve: a három műsorvezető tevékenységei hasonló képet mutattak, de egyértelműen Kamarás Norbert esetén a legalacsonyabb a műsorvezetőkhez nem illő viselkedési formák (ne használjon szlenget, ne kiabáljon, ne vessen műsorvezetés közben) megnyilvánulásai, valamint Kamarás Norbert esetén látható a fejlődés az évad előrehaladtával.

## Források és irodalom

### Felhasznált szakirodalom

ANTALÓCZY–FÜSTÖS (2003) = ANTALÓCZY Tímea – FÜSTÖS László: A valóságshow világa, avagy korunk arénája. *Kultúra és Közösség*, 2003/1. 35–45.

ÁCS (2019) = ÁCS Ferenc (szerk.): *Felnőtt Dohányzás Felmérés 2019 (Összefoglaló)*. Budapest, M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság, 2019. [www.leszokastamogatas.hu/wp-content/uploads/2021/03/Osszefoglalo\\_Felnott\\_Dohanyzas\\_Felmeres\\_2019\\_1.4.pdf](http://www.leszokastamogatas.hu/wp-content/uploads/2021/03/Osszefoglalo_Felnott_Dohanyzas_Felmeres_2019_1.4.pdf)

KAPITÁNY–KAPITÁNY (1995) = KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: Szappanoperák és sikerfilmek világképe. *Filmkultúra*, 1995/7. 21–26.

KAPITÁNY–KAPITÁNY (2003) = KAPITÁNY Ágnes – KAPITÁNY Gábor: A valóságshow szimbolikus üzenetei. *Kultúra és Közösség*, 2003/1. 17–30.

LENGYELNÉ et al. (2022) = LENGYELNÉ Molnár Tünde – RACSKO Réka – KOMLÓ Csaba – HULYÁK-TOMESZ Tímea – SZŰTS Zoltán: A ValóVilág powered by Big Brother 10, valamint a BeleValóVilág powered by Big Brother című műsorszámok szereplőkre vonatkoztatott kvalitatív tartomelemzése. In: SZADAI Károly (szerk.): *VV10 – Egy valóságshow valósága*. Budapest, Médiatudományi Intézet, 153–310. (Médiatudományi Könyvtár, 45.)

SÁNTHA (2009) = SÁNTHA Kálmán: *Bevezetés a kvalitatív pedagógiai kutatás módszertanába*. Budapest, Eötvös József Kiadó, 2009.

SÁNTHA (2012) = SÁNTHA Kálmán: Numerikus problémák a kvalitatív megbízhatósági mutatók meghatározásánál. *Iskolakultúra*, 2012/3. 64–73.

SZIGETI (2002) = SZIGETI Péter: Big Brother. Valóságshow, pornográfia és tartalomszabályozás a konvergencia korában. *Médiakutató*, 2002/9. [epa.oszk.hu/03000/03056/00009/EPA03056\\_mediakutato\\_2002\\_tel\\_01.html](http://epa.oszk.hu/03000/03056/00009/EPA03056_mediakutato_2002_tel_01.html)

TARDOS (2003) = TARDOS Róbert: Média és valóság – valóság és média. Egy újfajta „média-valóság” felé? *Kultúra és Közösség*, 2003/1. 5–7.

VARGA (2005) = VARGA Balázs: A valóságshow jelenség. In: SZRETYKÓ György (szerk.): *Tömegkultúra és tömegmanipuláció a modern társadalomban. A média- és a művelődésszociológia új aspektusai*. Pécs, Comenius, 2005. 128–144.

ZSOLT (2023) = ZSOLT Péter: *Hírnév! Jólét! VV! (Képernyő- és valóságshow-kutatás)*. Budapest, Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, 2013.

## Statisztikai adatok

A kiskereskedelmi eladási forgalom főbb árucsoportonként. Központi Statisztikai Hivatal  
[www.ksh.hu/stadat\\_files/bel/hu/bel0005.html](http://www.ksh.hu/stadat_files/bel/hu/bel0005.html)

A népesség megoszlása alkoholfogyasztási szokások szerint. Központi Statisztikai Hivatal.  
[www.ksh.hu/stadat\\_files/ege/hu/ege0038.html](http://www.ksh.hu/stadat_files/ege/hu/ege0038.html)

Challenge. Product Sales. 2022. május 18. [tobaccoatlas.org/challenges/product-sales/](http://tobaccoatlas.org/challenges/product-sales/)

Economic Trends in Tobacco. Centers for Disease Control and Prevention, 2022. július 26.  
[www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/fact\\_sheets/economics/econ\\_facts/index.htm#print](http://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/fact_sheets/economics/econ_facts/index.htm#print)

Federal Trade Commission Smokeless Tobacco Report 2020. Issued 2021. [www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-cigarette-report-2020-smokeless-tobacco-report-2020/p114508fy20smokelesstobacco.pdf](http://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-cigarette-report-2020-smokeless-tobacco-report-2020/p114508fy20smokelesstobacco.pdf)

Smokeless Tobacco in Hungary, 2020. [www.globaldata.com/store/report/smokeless-tobacco-in-hungary-2020/](http://www.globaldata.com/store/report/smokeless-tobacco-in-hungary-2020/)

Status report on alcohol consumption, harm and policy responses in 30 European countries 2019. [www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0019/411418/Alcohol-consumption-harm-policy-responses-30-European-countries-2019.pdf](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0019/411418/Alcohol-consumption-harm-policy-responses-30-European-countries-2019.pdf)



## A sorozatban eddig megjelent kötetek

1. Apró István (szerk.): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2010/2011* (2012)
2. Dobos Ferenc: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 1999–2011* (2012)
3. Csink Lóránt – Mayer Annamária: *Variációk a szabályozásra. Önszabályozás, társszabályozás és szabályozó hatóság a médiajogban* (2012)
4. Sarkady Ildikó – Grad-Gyenge Anikó: *A média-értéklánc szerzői jogi vonatkozásai* (2012)
5. Koltay András (szerk.): *A médiaszabályozás két éve (2011–2012)* (2013)
6. Paál Vince (szerk.): *Magyar sajtószabadság és -szabályozás 1914–1989* (2013)
7. Horváth Attila: *A magyar sajtó története a szovjet típusú diktatúra idején* (2013)
8. Koltay András – Nyakas Levente (szerk.): *Összehasonlító médiajogi tanulmányok. A „közös európai minimum” azonosítása felé* (2014)
9. Dobos Ferenc – Megyeri Klára: *Nemzeti identitás, asszimiláció és médiahasználat a határon túli magyarság körében 2.* (2014)
10. Grad-Gyenge Anikó – Sarkady Ildikó: *Közös jogkezelés az audiovizuális médiában* (2014)
11. Apró István (szerk.): *Média és identitás* (2014)
12. Pruzsinszky Sándor: *Halhatatlan cenzúra* (2014)
13. Kóczian Sándor: *Gyermekvédelem a médiajogban* (2014)
14. Apró István – Paál Vince (szerk.): *A határon túli magyar sajtó Trianontól a XX. század végéig* (2014)
15. Kiss Zoltán – Szivi Gabriella: *A közszolgálati médiaszolgáltatás és a szellemi tulajdonjogok kapcsolódási pontjai és szabályozási környezete* (2015)
16. Dobos Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2001–2014* (2015)
17. Grad-Gyenge Anikó: *Az audiovizuális archívumok szabályozási kerete – különös tekintettel a médiajogi és szerzői jogi rendelkezésekre* (2015)
18. Dobos Ferenc: *A médiahasználat változása az erdélyi, felvidéki, kárpátaljai és vajdasági magyarság körében 2001–2014/2* (2015)
19. Apró István (szerk.): *Média és identitás 2.* (2016)
20. Mezei Péter : *Jogkimerülés a szerzői jogban* (2016)
21. Koltay András – Andrej Školkay (szerk.): *Comparative Research on the Approaches of Administrative Judiciaries to Sanctions Issued by Media Regulators in V–4 I.* (2016)
22. Koltay András – Andrej Školkay (szerk.): *Comparative Research on the Approaches of Administrative Judiciaries to Sanctions Issued by Media Regulators in V–4 II.* (2016)
23. Makkai Béla: *Határon túli magyar sajtó – Trianon előtt* (2016)
24. Grad-Gyenge Anikó: *Film és szerzői jog – A megfilmesítési szerződés* (2016)
25. Kőhidi Ákos: *Fájlcseré és felelősség* (2016)
26. Hajdú Dóra: *A törvény által előírt közös jogkezelés a magyar és a francia szerzői jogban* (2016)
27. Tóth J. Zoltán: *A büntetőjogi rágalalmazás és becsületsértés* (2017)
28. Kelemen Roland: *Az első világháború sajtójogi forrásai – Sajtójog a kivételes hatalom árnyékában* (2017)
29. Apró István (szerk.): *Határon túli magyar médiumok 2016* (2017)
30. Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia- és cyberjog néhány aktuális kérdéséről* (2018)

31. Kiss Zoltán Károly: *A kulturális tevékenységekre, valamint a médiaszolgáltatásra vonatkozó közteherviselési és jogdíjfizetési szabályok* (2018)
32. Merkovity Norbert: *A figyelemalapú politika a közösségi média korában* (2018)
33. Csapody Miklós: *Az „irányított nyilvánosság” és a „szerkezet megváltoztatása” Magyarországon* (2018)
  34. Apró István (szerk.): *Média és identitás 3.* (2019)
  35. Mák Ferenc: *Sajtó a Birodalom határán. Hírlapok és a nemzeti újjászületés a kiegyezés utáni Délvidéken* (2019)
36. Paál Vince: *Tanulmányok a magyar sajtószabadság történetéhez 1867–1944* (2019)
  37. Kiss Zoltán Károly – Kiss Dóra Bernadett: *A vizuális művészetek és a jog – 1. A képzőművészet szabályozása* (2019)
38. Gálik Mihály – Csordás Tamás (szerk.): *A média gazdaságtanának kézikönyve* (2020)
  39. Klestenitz Tibor: *Fejezetek az egyházi sajtó történetéből* (2020)
40. Klestenitz Tibor – Paál Vince (szerk.): *Médiatörténeti tanulmányok 2020* (2020)
  41. Apró István (szerk.): *Média és identitás 4.* (2021)
42. Kiss Zoltán Károly: *A vizuális művészetek és a jog 2. Az építészet, a fotóművészet és az alkalmazott művészetek jogi szabályozása* (2021)
  43. Apró István (szerk.): *Magyar médiaműhelyek a Kárpát-medencében* (2021)
  44. Grad-Gyenge Anikó: *Egy modern szerzői jog* (2022) (Online kiadvány!)
  45. Szadai Károly (szerk.): *VV10 – Egy valóságshow valósága* (2022)
46. Dobos Ferenc: *Isaurától az 5G-ig. (A médiahasználat változása 2001 és 2021 között a határon túli magyarság körében)* (2022)
47. Gyulay Dániel: *Becsület csorbitásának vizsgálata a tényállásszerű és jogelleneséget nélkülöző cselekmények körében* (2023)
  48. Paál Vince (szerk.): *Médiatörténeti mozaikok 2022* (2023)
49. Kiss Zoltán Károly: *A vizuális és az audiovizuális alkotók díjazása* (2023)
50. Farkas Ádám – Kelemen Roland: *Nemzeti biztonság és kibertér* (2024)





Médiatudományi Intézet, Budapest  
A kiadásért felel Nyakas Levente  
Tördelő: Varga Ákos  
Megjelent 23 (B/5) ív terjedelemben, 400 példányban  
Médiatudományi Könyvtár: ISSN 2063-5222  
Médiatudományi Könyvtár 51.: ISBN 978-615-5302-47-3