

George Gerbner: Az agresszivitás kifizetődik

Fájdalommentes, vidám erőszak

A mesélő ember feladta álmait, és áruba bocsátotta történeteit. A globális médiapiacra olyan termékek jelentek meg, amelyek mindenkihez és senkihez sem szólnak. Az az ország, amely nem támogatja nemzeti produkcióit, a saját szuverenitását és identitását veszélyezteti – vélekedett lapunknak adott interjújában a médiakutató egyik élő klasszikusa, George Gerbner.



DR. DOMORÁNYI KRISZTIÁN

A jobb fennmarad, a gyengébb elbukik – ez a darwini jelmondat szolgáltatta a *Túlélő* (Survivor) című, az Egyesült Államokban nagy sikerrel bemutatott sorozat alap gondolatát. A nyolcszáz önként jelentkezéssel kiválasztott hízenhat résztvevőnek Pulau Tiga trópusi szigetén kellett bizonyítania rátermettségét. A tét nem volt kisebb, mint a győztesnek szánt egymillió dollár. A sorozat, amely kezdetben 15, később már 20-25 millió nézőt szerezett a képernyők elé, a CBS-t – hogy a darwini szóhasználatnál maradjunk – a „csúcsragadozók” közé emelte: a nézőkért folytatott küzdelemben a televíziós társaság favoritja lépett elő, és olyanok hirdették a műsört megelőző (egyre dráguló) reklámsávjában, mint például az amerikai hadsereg.

Az Egyesült Államokban 1996-ban létrehozott Kulturális Környezeti Mozgalom (CEM) alapítója, George Gerbner professzor szerint az amerikaiak látszatdemokráciában élnek, hazájukban ugyanis kulturális és médiamonopólium uralkodik, amely megfosztja az embereket alapvető joguktól, a szabad választás lehetőségétől.

– A széles körű demokráciába vetett hit az Egyesült Államokban nem más, mint önámítás. A televíziós produkciókat a piaci igények szerint alakítják, amelyek, ha nézetek, fennmaradnak, ha nem, eltűnnek. A Kulturális Környezeti Mozgalom azt a célt tűzte ki maga elé, hogy megkíséreljen ellenállni az Egyesült Államokban uralkodó kulturális és médiadominanciának.

– Az országhatárokat átívelve pedig segítse azokat a kezdeményezéseket, amelyek a médiabirodalmak agresszív terjeszkedésének kívánják gátat szabni. A sokféleségért, végső soron pedig a demokráciáért harcolnak.

– Nem túlzottan optimista az az álláspont, hogy a kereskedelmi csatornák ellenében sikereket érhet el egy civil mozgalom?

– Mindenképpen az, sőt kijelenthetem, nem is várható el, hogy a CEM valódi eredményeket érjen el. Viszont ez minden, amit tehetünk. Ha mégis megteremtődnének a feltételek a változáshez, egy önálló kezdeményezés már készen áll arra, hogy kijelölje a követendő utat.

– A *Túlélő* című nagy sikertű sorozat alapján úgy tűnik, hogy a nézők a határozott, már-már agresszív szereplőkhez vonzódnak.

– Ez annak tudható be, hogy a nézők szerint az agresszivitás kifizetődik, azt is mondhatnánk, úgy vélik, az erőszak leggyorsabban hűvös endzselévé válik. A vidám erőszak gyors, hatékony és fájdalommentes. Ha kellőképpen magával ragadó, a néző kitaratja a következő reklámrészre, és ez a legfontosabb. Az igazi erőszak megjelenése ezzel szemben nem kifizetődik. A fájdalom bemutatása ugyanis sokkoló hatású. A határozott személyiség ugyancsak kedvelt az Egyesült Államokban. Ez olvasható ki a legtöbb reklámból, így a Fortune magazin egyik hirdetéséből is, amely úgy toboroz reklámozókat, hogy kijelenti: a lapot a yuppiek és a gazdag városiak olvassák. A média öszkeaprosója a határozott egyéniséget a gazdasági sikerességgel, propagandájában eközben teljesen megfeledkezik a szegényekről és kiszolgáltatottakról, noha ők alkotják a társadalom láthatatlan többségét.

– A *Túlélő* producerei minden show előtt azt hangoztatták, hogy a bemutatott képsorok a való világot ábrázolják, ugyanis a szereplők nem színészek, és forgatókönyv sincs. Mégsem a valódi életről szól a sorozat?

– A valóság nem létező fogalom. Nem is az a kérdés, hogy egy-egy mozzanat igaz-e vagy sem, hanem az, hogy a sorozat tárgyilagosan válogatott-e a valóságból. Az úgynevezett „reality soap”-okban a producerek elvetik a konfliktusok magvát, ezáltal manipulálják a történetet. Ebből következik, hogy a képernyőn látoitak és a tévézés személyes tapasztalatai nem egyeznek meg, ezért belső konfliktus alakul ki: az ember elbizonytalanodhat, kéjelnye támadhatnak személyes élményei igazát illetően.

– Magyarországon mindkét kereskedelmi csatorna tervezi, hogy az Egyesült Államokban nemrég elindított Big Brotherhez hasonló sorozattal jelentkezzen. Lát-e lényeges különbséget a magyar és az amerikai közönség között?

– A különbség egyre csökken, és ha tovább növekszik a máshol már bevált műsorok importja, mind kevésbé lesz érzékelhető. Az erőszakra alapozó filmek és a szappanoperák olcsók: a „reality soap”-ok esetében a színészi gázsit és a díszletre fordítható kiadásokat is megspórolják. Magas nézettség esetén pedig a reklámozók újabb segítséget nyújtanak a továbbéléshez. Abban az esetben, ha a nemzeti kormányzatok nem támogatják kiemelten a hazai produkciókat – biztosítva ezzel a műsorválasztás lehetőségét –, a nemzeti öntudatot és szuverenitást teszik kockára. Túlzás nélkül állítható, hogy a média gazdasági alapon történő kiszolgáltatása hasonló károkat okozhat egy nemzetnek, mint az oktatás vagy a hadsereg fel-

FOTO: BURGER ZSOLT