

KESZEG ANNA

MI VAN A TÉVÉ(M)BEN?

Narratíva és algoritmus a kortárs televízióban

*Milyen sorozattípusokat vezethetünk be? (...)
A sorozatoknak milyen sorozatát állíthatjuk fel?
(MICHEL FOUCAULT: A tudás archeológiája, 8.)*



Mire ez a cikk megjelenik, tudni fogjuk, ki lett az AEÁ 46. elnöke. Amikor ezt a cikket írom, hetvenkét órája zajlik a szavazatszámolás, és a két jelölt között zavarba ejtően szoros a verseny. Cikkem témája szempontjából nagyon szimbolikus az éppen kibontakozó helyzet: a 24 órás hírsugárzás koncepcióját elterjesztő csatorna, a CNN képernyőjét három napja uralják a régivágású, szolid politikai elemzők, akik a megfeszített munkaritmust, az idegörlő bizonytalanságot, az órákon keresztül gyakorlatilag változatlan állást lenyűgöző profizmussal és eleganciával kezelik. A CNN honlapján az egyik hír éppen az, hogy a TikTok közösségi oldal felfedezte a szavazatelemzőt mint sztárt.¹ A pandémia más példát is szolgáltatott a klasszikus kábeltelevízió és a közösségi audiovizuális tartalomgyártás összeolvadására: dr. Anthony Fauci, az Államok fő virológusa is közösségimédia-sztárrá vált. Ezek a példák elokvensen foglalják össze annak a médiakorszaknak a tanulságait, amikor értelmetlen már új és hagyományos média különbségéről beszélni, és elkezdődik a médiaplatformok összerendeződése a tartalomszolgáltatás nagy internetes ökoszisztémájában.²

A televízió státuszának átalakulása a jelen médiakorszak egyik legszembetűnőbb folyamata, melyet az bizonyít leginkább, hogy az elmúlt két évtizedben a televíziót egyszerre temették mint egy letűnt tartalomszolgáltatási modellt, a tömegmédia fenntartóját, és ünnepelték mint

A minőségi televíziózás fogalma a kulturális hatalomátvételt diagnosztizálta.

egy új demokratikus ízlésköztsaság letéteményesét. Mindkét állítás tünetértékű, s leginkább arra utal, hogy a televízió fogalmának jelentéstartománya változott meg: a korábbi kvázi egyértelmű jelentés, a kisképernyős tartalomgyártás és szolgáltatás technikai, materiális, tartalmi, produkciós és fogyasztói értelemben is megváltozott. Ennek ellenére a jelenség kutatói nagyrészt egyetértenek abban, hogy a televíziózás jelensége önmagában nem szenvedett radikális változást, inkább az iparág átrendeződése tűnt annyira radikálisnak, hogy könnyű volt tartalmi és formátumbeli forradalmat sejteni mögötte.

A televízió mindig is egy relacionális fogalom volt: a „távolsági látás” technikai lehetőségeként elképzelt médium egy olyan médiapiacra érkezik, ahol a mozi fontos kulturális felhajtóerővel rendelkezik, a rádió pedig létrehozza a családi tartalomfogyasztás modelljét. A televízió kulturális szerepe ötvözi a moziét és a rádióét.³ A médiakonvergencia folyamatainak beindulása, az internetes globalizáció pedig megsokszorozta a közvetítés technikai lehetőségeit, szinte végtelemül változatossá tette a privát és közösségi használat rítusait. Nem álltam meg a címbe nem bevenni azt a magyar kifejezést, mely nagyon jól mutatja, mennyire technológiafüggő a magyar televíziós kifejezőképességünk: amikor tévés tartalomról beszélünk, a kisképernyőn lokalizált tartalmat idézi fel a nyelv.

Televízió alatt ebben az írásban az audiovizuális tartalomszolgáltatás/forgalmazás és tartalomgyártás azon, általában szeriális (sorozatot képző) produktumait értem, melyek a televíziós szolgáltatások ma elérhető platformjain (kábeltelevíziók, hálózati televíziók, online videómegosztók) hozzáférhetők, és gyártásukban egy produceri igénnyel fellépő személy, társaság, intézmény stb. működik közre. Röviden: intézményes keretben rendszeresen továbbított mozgóképet értek alatta.⁴ Ugyanakkor azt az állítást, hogy a televízió relacionális médium, még azzal is szükséges kiegészíteni, hogy a tévé olyan értelemben is viszonyfogalom, hogy a meghatározásai szinte mindig értékítélettel járnak együtt. Lev Manovich adott jelenség megértésében kétféle episztemológiai modell létezését állítja: az egyik, amely a jelenségre magára és annak megértésére kíváncsi, a mi az? kérdést teszi fel, a másik, amely azokat a foucault-i diszpozitívumokat akarja megérteni, melyek a jelenség társadalmi dinamikáját modellezzik.⁵ A televízióval kapcsolatban ezt a distinkciót nagyon nehéz megtenni: Raymond Williams meghatározó monográfiája például a technológia és társadalom viszonyrendszeréből indul ki, és a televízió meghatározásait a technológiai determinizmus skáláján helyezi el. Vagyis a televízió meghatározásai annak függvényében fognak különbözni, hogy a kultúrát a technika által többé vagy kevésbé irányítottnak tételezem.⁶ Pierre Bourdieu pedig egyenesen kultúrmisszióknak tekinti a televízió tudományos megértésének feladatát, hiszen a televízió a kulturális termelés legjelentősebb területeit, a művészetet, az irodalmat, a tudományt, a filozófiát, a jogot sodorja veszélybe.⁷ A viszonylagos definíciók terepéről a kortárs televíziós beszédmódok sem tértek le, inkább csak megváltoztak azok a viszonyítási pontok, melyek a televízió betájolását segítik. A technológia és a magasművészetek mellett (vagy inkább azokon túl) megjelenik a közösségi tartalomszolgáltatás és a kreatív iparágak fogalmi modellezése.

Ebben az írásban amellest érvelek, hogy a televízióról szóló munkák ma két versengő beszédmódot alkalmaznak, s az adott beszédmódnak normatív következményei vannak – vagyis a tartalomgyártás szabályozásának vagy támogatási rendszerének átalakítását, illetve a televízióra irányuló tudományos kutatások irányelveit hivatottak előírni.

■ Az egyik beszédmód a kortárs televízióban egy minőségi fordulat bekövetkeztét veszi észre, s a minőségi tartalomgyártás, a tartalmi komplexitás és valamiféle felnőttkor beköszöntét látja. Ennek a beszédmódnak a kulcsfogalmai a szabad választás, a kínálat és ízlésdemokrácia, illetve a komplex narratíva. E beszédmód szószólói emancipatorikus narratívában szemlélik a televíziózás elmúlt három évtizedét, és a szerzői audiovizuális tartalomgyártás meghonosodását ünneplik. Az ehhez a beszédmódhoz kapcsolódó munkák általában nem a televíziós kultúra teljességének a minősítésére vállalkoznak, hanem a televíziós (főként fikcionális) sorozat példájából indulnak ki.⁸ A minőségi televízió kifejezés konceptualizálásában Robert J. Thompson,⁹ illetve az ő fogalmát továbbgörgető Janet McCabe és Kim Akass monográfiája játszott kiemelt szerepet.¹⁰ Munkájuk a kilencvenes évek iparági fejleményeit elemezve állítja, hogy a digitális technológiáknak, a fogyasztói választás szabadságának, illetve a televíziós termékek tudatos márkázásának köszönhetően a televíziós sorozat fokozatosan a film kulturális babérrajra tört. Ebben az időszakban a fikciós sorozatnak köszönhetően a televízió egyik igen fontos kulturális áttörést sikerült elérnie azzal, hogy a hozzá kapcsolódó értékítéleteket megváltoztatta, és ezzel a populáris kultúra élmezőnyébe került. E folyamatnak egyik élharcosa az HBO volt, a kábeltelevíziózásban a prémium minőség képviselőjeként számon tartott cég.¹¹ A minőségi televízió fogalma olyan kérdéseket vezetett be, mint a kulturális hegemonia és az ízlésklaszterek megkérdőjelezése, a televíziós sorozatok magaskulturális láthatósága, a minőség fogalmának kultúrpolitikai háttere, a televízió és a nemek identitáspolitikai diskurzusai, a versengő piacok és a lokális piacok tartalomgyártási és forgalmazási elvárásai. A minőségi televíziózás fogalma a kulturális hatalomátvételt diagnosztizálta.

E hagyomány másik fontos diszkurzív rétege a komplex televízió fogalmához kapcsolódik: Jason Mittell 2015-ben bevezetett fogalma megtévesztő:¹² a televíziós komplexitás állítását Mittell ugyanis már nemcsak hogy a televíziós (főként fikcionális) sorozat példájára alapozva dolgozza ki, hanem azon belül is poétikai kérdésekre, a televíziós sorozat narratív komplexitására összpontosít. Mittell kötetének központi üzenete, hogy a fikciós sorozat olyan poétikai arzenállal lép elének, hogy az irodalom és a film poétikájából kölcsönzött fogalmak kevésnek bizonyulnak leírására. A tévésorozatok Arisztotelésze abból indul ki, hogy a komplexitás elsősorban narratív természetű, és sajátosságát a szerializálás szükségessége adja: az epizód-évad szerkezet dinamikája az az összetevő, mely sem az irodalmi, sem a nagyjátékfilmes történetmondásnak nem sajátja. A szerializálás négy alapeleméből (a történet univerzuma, karakterek, események, időbeliség) kiindulva Mittell azt igazolja, hogy még a leginkább antológiaszerű sorozat¹³ is rendelkezik szerializáló elemekkel. Minden sorozat poétikáját az határozza meg leginkább, hogy az epizód-széria-évad dinamikát hogyan építi fel. A szerializálás mellett a sorozatok médiumspecifikus poétikai összetevői, a kezdés (a sorozatnak úgy kell a dolgok elevevébe vágni, hogy a nézőt hosszú időre érdekeltté tegye az események követésében); a szerzőség (az együttműködés-alapú szerzőség fogalma); a karakterek (morálisan komplex karakterek, akik moduláris szerepet játszanak a történet alakulásában, lásd a *Game of Thrones*-beli Ned Stark esetét); a nyomolvasó, megértési erőfeszítést igénylő befogadás; az értékelő, ítéletmondó befogadás; a melodramatikus érzelmi dimenzió; a befogadói uni-

verzumot és a sorozatvalóságot összekapcsoló paratextusok; a transzmediális átkapcsolások, illetve a lezárás (mely a sorozatok esetében kontextuális tényező-kön múlik, nem minden sorozat juthat el ugyanis a fináléig, gyakoriak a leállítások, illetve a finálé maga is csak egy pontot jelöl ki egy végtelenített kontinuumban). A televíziós sorozatgyártás poétikailag nagy hatású (*The Sopranos*, *Mad Men*, *Breaking Bad*) vagy a rajongókat megosztó zárlatai (*Game of Thrones*, *How I Met Your Mother*, *Lost*)¹⁴ mind arra vonatkozó tanulságokat hordoznak, hogy a sorozat vége a megteremtett fikciós univerzum szabályainak van kiszolgáltatva, és amennyiben a zárlat ezekhez a szabályokhoz nem tud alkalmazkodni, a nézők szankcionálják a tartalomgyártót. Ugyanakkor az univerzum szabályai képlékenyek, és önálló életet élnek a rajongói befogadási gyakorlatokban.

A minőségi és a komplex televízió fogalmai mellett egy újabb tudásréteget képez a *cult TV* (kultusztelevízió) fogalma, mely enyhén fordít a perspektíván, és azt állítja, hogy a televízió kulturális jelentőségének megváltozása a televíziós tartalmakhoz való kultikus viszonyulásban, a rajongói gyakorlatok kialakulásában érhető tetten.¹⁵ Bár ez a megközelítés korántsem olyan radikális, mint a két előbbi, és nem állítja ezen televíziós tartalmak kulturális hegemoniára törését, a kultusztévő fogalma megmutatja, hogy a televíziós sorozat mennyire volt képes a *fandom* szerveződésének olyan formáit generálni, mint amilyenek a populáris zene vagy éppen az irodalom.

Algoritmus, adatbázis és formula

■ A másik beszédmód arra figyelmeztet, hogy a minőségi fordulat illuzórikus, a minőség egy opció lesz számos más választási lehetőség között, s a szabad választással az algoritmust, a kínálatot az adatbázist, a komplex narratívával a formulaszerűséget szegezi szembe. Fő kiindulópontja, hogy a streamingszolgáltatóknak köszönhetően elérhető kínálatot nem szabad az adatkapitalizmus fogyasztói gyakorlataitól elszigetelten szemlélni, és ugyanúgy a hálózatba kapcsolt kultúrafogyasztás jelenségeként kell megítélni, mint a közösségi médiahasználatunkat. Ez a megközelítés a televíziós térkép átrendeződését elsősorban kulturális és politikai gazdaságtani kérdésekhez kapcsolja, illetve a kulturális fogyasztás és globalizáció, az Európából szemlélve elsősorban észak-amerikai produkciós hegemonia, a kis fogyasztói piacokkal rendelkező Európa vagy a gazdaságilag hátrányos helyzetben levő földrajzi régiók önkolonizációját emeli ki. Vagyis, fogalmazhatnánk leegyszerűsítve: minden olyan helyzetet kritikával illet, ahol a diverzitással szemben az egyformaság érvényesül.

Az algoritmikus tartalomelérés kritikájának hátterében a filterbuborékok és visszhangkamra (*echo-chambers*) koncepciója áll, mely az internetes tartalomfogyasztás megosztó, elszigetelő és rögeszméinkben megerősítő jellegét emeli ki. „Az új technológiai determinizmus szerint az aktívan szelektáló és értelmező közönség helyett a hálózati technológia szelektál. Algoritmusok követik és szabályozzák, milyen információkkal találkozunk, a számítógépes propaganda pedig pszichológiai sajátosságainkat kihasználva zár be saját félelmeink buborékába, az online visszhangkamrák és filterbuborékok felerősítik a kirekesztő populista retorikákat és a gyűlöletbeszédet, mindez pedig fragmentálja és polarizálja társadalmainkat” – jellemzi ezt a megközelítést Vincze Hanna Orsolya, aki kiemeli, hogy mindezen állítások akkor lennének teljes mértékben megalapozottak, ha a „deliberatív nyilvánosság normatív ideálja” korábban bármikor mara-

déktalanul megvalósult volna.¹⁶ A szórakoztatóipar problémáira lefordítva a jelenséget, az algoritmus ízlésközösségekre tagol, korábbi minden területre kiterjedő fogyasztási mintázataink komfortzónájában tart, és ezeknek megfelelően alkotja meg a profilunkat. A neoliberalizmus fogalmi szerkezetének megfelelően ez a koncepció adat-behaviorizmust jelent, vagyis azt az elképzelést, melyt szerint nagyszámú adatnak köszönhetően az emberi viselkedés a szándékok és okok megértésének és megismerésének kizárásával megjósolható.¹⁷ Az algoritmus forradalma nemcsak tematikusan keretezi fogyasztási preferenciáinkat, hanem egy jóval addiktívabb elköteleződést is előír: a *binge* fogalma a sorozatnézésnek azt a formáját írja elő/igényli, melyben kontrollálhatatlanná válik a sorozat(ok) nézésével eltöltött idő, hiszen a bevonódás a pszichés jutalmazás és folyamatos ingerlés technikáira alapozva történik meg.¹⁸

Stephen Shapiro megközelítésében a televíziós és tágabban kulturális tartalomfogyasztás esetében az algoritmus azért szemléletfordító, mert a kulturális iparágak termékeivel szemben a tudományos megközelítés általában arra szocializál, hogy szemiotikai vizsgálatot alkalmazzunk, miközben a szemiózisnak ma már szinte egyáltalán nincs szerepe a tartalom forgalmazásában és a tartalomhoz való hozzáférésben, az algoritmus ugyanis nem szemiotikai természetű.¹⁹ Shapiro figyelmeztetése arra vonatkozik, hogy az algoritmikus tartalomelérésnek megfelelően át kell dolgozni a tartalomelemzés tudományos szempontrendszerét, hiszen a televíziós tartalmak fogyasztását már nem a műfaji struktúrák, a művészeti reprezentáció vagy a poétikai és esztétikai élvezet fogalmi szerint gyakoroljuk.

A Netflix tartalomajánló algoritmusával a televízió belépett a tömeges személyre szabás (*mass customization*) korába,²⁰ úgy tűnik, legalábbis Shapiro fentebbi fogalmaiból kiindulva, hogy ez a folyamat a Netflix-nézőt ízlésklaszterekbe rendezi. A kérdés tehát az, hogy ezeket a klasztereket hogyan tudjuk megérteni. Érdekes módon, az ízlés konceptualizálásában inkább az előző diszkurzív megközelítésbe illeszkedő stílus fogalmánál találjuk magunkat. A stílus pedig három jellemzővel rendelkezik: (1) nem közömbös, vagyis a stílus nem a köznapinak, a szokványosnak, a banálisnak, hanem az érdektelenségnek az ellentéte; (2) reakciós formaként működik, az elkülönülés dinamikájával rendelkezik: a valamilyen stílus mindig egy másik stílus tagadását, meghaladását, az azzal való vitát fejezi ki; (3) a stílus attól válik stílussá, hogy megnyilvánulásainak sokféleségében felismerhető: „egyénytett”, de nem feltétlenül egy személyre vonatkozóan, hanem úgy, hogy átjárja a személyt (példaként jól hivatkozható a például az „olyan XY”-os jellegű köznapi szófordulat vagy a különböző stíluskategóriák működése: skandináv, századközepi modernista, hippy, preppy stb.) A stílus tehát az életforma gondolata, az egyedi mobilissá, mediálissá válása.²¹ Vagyis az algoritmus konceptualizálásának kísérlete visszavisz az interaktív, cselekvő fogyasztó kategóriájához, mintha a vita logikája szükségszerűen írná elő a médiatudományokban a birminghami iskola megjelenésével végbe ment fogyasztócentrikus fordulatot.²² Egy egyéni Netflix-fiók példájára alkalmazva igaz ugyan, hogy a tartalmak ajánló követik az eddigi keresési és fogyasztási trendjeinket, és a tartalmakat ajánló vizuális hívóképek az egyéni ízléshez/stílushoz idomulnak, de olyan címkézési kategóriákkal is találkozunk, mint a műfajok, a földrajzi régiók, a szereplőtípusok, a megjelenített identitáspolitikai kérdések stb. Vagyis algoritmus és szemiotika mégiscsak szövetségre lépnek egymással.

A tartalomajánló algoritmus mellett az adatbázis, illetve annak határoltága e diskurzus másik komponense: az Európában jellemzően elérhető streaming-szolgáltatók kínálatába bekerülő tartalmak e szolgáltatók észak-amerikai eredete miatt zömmel észak-amerikaiak, vagyis még inkább felerősítik a szórakoztatóipar amerikanizálódásának tendenciáját. Ezzel a megközelítéssel szemben lépnek fel az olyan szabályozó kezdeményezések, mint az ez év nyarán az Európai Unió által meghirdetett Digital Services Act, melynek két vonatkozása van: egyrészt a felhasználók jogainak védelme, másrészt a platformok kínálatában érvényesülő esélyegyenlőség, vagy az európai szervezeti keretek kialakítása, mint a francia alapítású Salto streamingszolgáltató.²³ A tartalomszolgáltatás egyenlőségelvű szabályozása a transznacionális tartalomgyártás olyan, a korábbiakban már jelen levő tendenciáit artikulálja, mint a kulturális imperializmus, a folyamatszerű, fokozatos lokalizáció és hibridizáció.²⁴

A kelet-közép-európai régió vonatkozásában ez a folyamat különösen jól szemléltethető az HBO példáján, mely az 1990-es évektől beinduló terjeszkedésében az egyéni tartalomgyártáshoz több mint két évtized tapasztalatainak felhasználásával jutott el, és ebben a folyamatban a helyi kreatív tartalomfejlesztéstől a szabályozásig, majd a transznacionális formátum-logikától a helyi tartalomfejlesztésig vezető bumerángszerű utat járt be.²⁵ A kelet-európai piacok esetében az HBO terjeszkedése három szempontból jelenthet problémát. Egyrészt ezek az úgynevezett kis mozikkal²⁶ rendelkező kultúrák az HBO globális brandjének hatására egy új gyártási logikával találják szemben magukat, mely egyszerre működik a hegemonia és a heteronómia motorjaként: az előbbi azáltal érvényesül, hogy a brandidentitásnak meg kell felelni, vagyis HBO-kompatibilis tartalmat kell gyártani, másrészt pedig ezt a tartalmat helyi tartalomként kell felépíteni. A második problémafaktor a televízió helyi státusza, helyi hagyománya, a televízióval kapcsolatos helyi, az amerikaiánál jóval erősebb sztereotípiák, melyek az HBO-tartalom pozicionálását eleve az elitkulturális kánonban tartják lehetségesnek, ezzel pedig még inkább elmélyítve a helyi ízlésközösségek közötti különbségeket.²⁷ Harmadrészt pedig az HBO hozza a saját produkciós hagyományát, melynek helyi hibridizációi egyéb kulturális iparágak (például a filmgyártás, a színház) területéről irányítanak át kreatív energiát. Az adatbázis-algoritmus fogalmai ebben az esetben azokra az előíró tendenciákra utalnak, mellyel a helyi audiovizuális tartalomgyártás a felzárkóztatás és a márkahűség fogalmainak alárendelten szerveződik meg. A magyar HBO esetében különösen szembeeszkő ez a folyamat. A tény, hogy az HBO a kelet-európai kis piacok közül előbb Magyarországon terjeszkedett, eleve méretkorrekciós logikának felel meg, azonban a helyi tartalomgyártás tesztüzemmódja a 2007–2009 közötti időszakban azt a tanulságot szolgáltatta a gyártónak, hogy összehangoltabb, tudatosabb stratégiával érdemes a helyi televíziós kultúrában helyet keresni. Ezekben az években készült el ugyanis az HBO első önálló gyártású magyar sorozata, a *Született lúzer*, mely annyira nem bizonyult márkaidentitás-kompatibilisnek, hogy ma már nem érhető el az HBO adatbázisában. Ezt az első sikertelen kísérletet az utazó formátumok²⁸ stratégiája követte, előbb a *Társas játék* (2011–2013), majd a *Térápia* (2012–2017) magyar és a régió egyéb országiban történő adaptációival, hogy aztán egy következő, harmadik körben térjenek át az önálló tartalomgyártásra, legelőbb az utazó formátumba rejtett helyi tartalom koncepciójával kísérletezve.²⁹

Ugyanakkor az itt felvonultatott determinisztikus jellegű fogalmak közül nem szabad kihagynunk az előbbi diszkurzív modellben szereplő kifejezések inverzét: a sorozat poétikája éppúgy olvasható a narratív komplexitás, mint a formulaszerűség előíró megközelítése felől is. Kezdjük először a szerialitás fogalmában rejlő determinizmussal. A tömegkultúra nagy tartalomgyártási prototípusa³⁰ az ismételhetőség és a folytathatóság kettős mintázatából kiindulva a valóság tematizálásának egy olyan modelljét alakította ki, mely feltételezte a tartalmak algoritmikus szerveződését. Amit Mittell a komplex televízió modelljében leír, az előíró modellé válik, s ehhez érdemes felidézni a Netflix legutóbbi tartalomfejlesztésének néhány tendenciáját. A tartalomfejlesztő/cég egyik legnagyobb anyagi vonatkozással járó produkciós beruházása a Ryan Murphy-fejlesztések támogatása volt: a *showrunner* 2018-ban öt évre szóló, háromszáz millió dolláros exkluzív szerződést írt alá. Az idénre beérő szerződésnek köszönhetően 2020-ban Murphy három sorozata is elérhetővé vált (*A politikai, Hollywood, Ratched*), illetve azonosíthatóvá az a formula is, mely ezek mögött a tartalmak mögött áll: „stilizált véglelesség és durva humor, őszinteséggel ötvözött sokk és cirkuszi harsányságba csomagolt komoly témák”.³¹ A *showrunner* mint márkaérték tehát a szeriális logika működésének garanciája a sorozatgyártás fogalomrendszerében, s ezzel a tömegkultúra logikájának sztenderdizációként leírt folyamatát bizonyítja. Edgar Morin fogalomhasználatában a sztenderdizáció bevált eljárások ismétlését jelenti, azonban mindig együtt kell járnia az invenció összetevőjével.³²

Még továbbmenve, a narratív komplexitás megközelítései az adatbázis-szemléletet a komplex narratívák egyik modelljeként is felvillantják: Allan Cameron moduláris narratíva vagy adatbázis-narratíva fogalma olyan történetekre vonatkozik, „amelyek előtérbe helyezik a történet időbelisége és az események elbeszélésének sorrendje közötti viszonyt”.³³ A kortárs sorozatok formulaszerűsége a moduláris narratíva produkciós univerzumát jelenti: olyan formátumok kidolgozását, melyek képesek mintázatokat generálni, már elkezdett szériákba illeszthetők, és saját történeti modelljeikre reflektálnak.³⁴ A moduláris narratíva izgalmas példái azok a kamaradráma-sorozatok, mint az izraeli formátumú *BeTipul*³⁵ vagy a brit *Criminal*,³⁶ melyek zárt térben mozgatják szereplőiket, így kis gyártási költségek mellett kivitelezhetők, ugyanakkor a típushelyzetek különböző kulturális kontextusokba való átvitelével éppen a kulturális akkulturáció problémáira reflektálnak.

Ezzel az összefoglalóval azt szeretném hangsúlyozni, hogy e két, ugyan nem mindig tudatosan szétváló, de előíró tendenciaként kétségkívül jelen levő beszédmódnak érdemes szövetségre lépnie a kortárs televíziós jelenségek sokaságának megértésekor, hiszen e két alapelv egymás mellett érvényesülve formálja a kortárs televíziós ökoszisztémát. A narratíva és az algoritmus tehát végső soron ugyanolyan általános hívószó, mint a sztenderdizáció és az invenció alaplvként csak egymással dialektikus viszonyra lépve elképzelhetők.

■ JEGYZETEK

1. Giulia Heyward – Saba Hamedy: *TikTok is swooning over a new kind of celebrity: election analysts*. 2020. 11. 06. <https://edition.cnn.com/2020/11/06/media/tiktok-fancam-john-king-steve-kornacki-trnd/index.html>, utolsó letöltés: 2020. 11. 08.

2. A közösségi média és a tömegkommunikáció hibridizálódásáról lásd Vincze Hanna Orsolya: *Tömegkommunikációs logikák a közösségi médiában*. Korunk 2017. 28.8. sz. 34–41. A televízió internetes ökoszisztémában való megjelenését Catherine Johnson a következők szerint foglalja össze. A televízió van infrastruktúrája (földfelszíni műsorszórás, kábeltelevízió, online streaming); vannak eszközei (a különféle képernyők); vannak

- szolgáltatásai, illetve tartalmi. Ugyanakkor a tartalmakat a szolgáltatók keretezik. Ez az öt összetevő adja meg a kortárs televíziós jelenség mátrixát. Catherine Johnson: *Online TV*. Routledge, Abingdon – New York, 2019.
3. Frédéric Barbier – Catherine Bertho Lavenir: *A média története*. Osiris, Bp., 2004. 257–303, itt 260; Asa Briggs – Peter Burke: *A média társadalomtörténete*. Napvilág, Bp., 2012, 253–268.
4. Jonathan Gray és Amanda D. Lotz tudománytörténeti összefoglalójának bevezető fejezete felveti a kérdést, televízió-e még az a televízió, melynek *tartalmi, közvetítési mechanizmusai és nézési gyakorlatai* is megváltoztak. A szerzők éppen a kulturális funkciók megtartásával és a formátumkontinuitással érvelnek az azonosság mellett. Jonathan Gray – Amanda D. Lotz: *Television Studies. 2nd Edition*. Polity Press, Cambridge, 2019. 1. fejezet.
5. Lev Manovich: *Data*. In: Paul Heike (szerk): *Critical Terms in Future Studies*. Palgrave MacMillan, 2019. 61–67. Itt: 63.
6. Raymond Williams: *Television. Technology and Cultural Form*. Routledge, 2004 (1974).
7. Pierre Bourdieu: *Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme*. Liber – Raisons d'Agir. Paris, 1996. 6.
8. Ebben a szövegben nem térek ki a televíziós műfajok és a digitális televíziós tartalomszolgáltatás közötti viszonyokra: az azonban jól látható, hogy a streamingszolgáltatók a szórakoztatás modelljében kezdtek el mozogni, fikciós és reality tartalmakat gyártva. A digitális televíziós szolgáltatások jogi, piaci, médiapolitikai és tartalmi problémáiról lásd a Média kutató 2004-es őszi száma *Új média* rovatának tanulmányait. A közszolgálati és televízió megváltozó viszonyát a médiaszabályozás perspektívájából a Média kutató 2008 nyári számának *Jog* rovatában közölt írások taglalják.
9. Robert J. Thompson: *Television's Second Golden Age*. Syracuse University Press, 1996.
10. Janet McCabe – Kim Akass: *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*. I. B. Tauris, London – New York, 1996.
11. A prémium minőség az HBO márkaüzenetének központi pillére. Az HBO jelentőségéhez a kortárs sorozatgyártás tekintetében lásd Marc Leverette – Brian L. Ott – Cara Louise Buckley: *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*. Routledge, New York – London, 2009. Argumentációm szempontjából az HBO híres szlogenje, *It's not TV, it's HBO*, igencsak jelentős, hiszen arra mutat rá, hogy az HBO előbb elhatárolódott a televízióval való azonosítástól, majd kulturális modellje úgy alakította át a televízió fogalmát, hogy mára az a prémium jelentés kapcsolódik hozzá, amit az HBO tekintett sajátjának. Leverette a „not TV industry/”nem televízió iparág” kifejezést használja az HBO-s produkciós és forgalmazói gyakorlatok jellemzésére. Leverette szerint az HBO a média iparágak minőségszerkezetének megváltoztatását érte el azzal, hogy a márkázásban, a tartalomgyártásban, a politikai gazdaságban, a globalizációs mintázatokban egyszerre változtatott. Leverette 2009, *Introduction: The Not TV Industry*. A streamingszolgáltatók piacán a mai állás szerint az NBC Univerzalhoz tartozó Peacock streamingszolgáltató próbálkozik a prémiumszolgáltatás modelljének kialakításával. A klasszikus iparági háttér nélküli Netflix uralmát követően beszédes fejlemény, hogy a Peacock a három nagy, klasszikus amerikai tévétársaság egyikéhez tartozik.
12. Jason Mittell: *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. NY Press, New York, 2015.
13. Az antológiasorozat az a sorozattípus, melyet a *showrunner* (magyarul körülbelül kreatív producer) koncepciója tart egybe, de évadonként vagy akár részenként is különböző történetuniverzummal találkozhatunk.
14. A hivatkozott sorozatok gyártási adatai: *Game of Thrones / Trónok harca*, HBO, 2011–2019; *The Sopranos / Maffiózók*, HBO, 1997–2007; *Breaking Bad / Totál szívás*, AMC, 2008–2013; *Mad Men / Reklámőrültek*, AMC, 2007–2015; *How I Met Your Mother / Így jártam anyáttal*, CBS, 2005–2014; *Lost / Eltűntek*, ABC, 2004–2010.
15. David Lavery: *The Essential Cult TV Reader*. The University Press of Kentucky, 2010; Sara Gwenllian-Jones – Roberta E. Pearson (szerk): *Cult Television*. University of Minnesota Press, Minneapolis–London, 2004; Stacey Abbott: *The Cult TV Book*. I. B. Tauris, 2010.
16. Vincze Hanna Orsolya: *Hírközösségek és véleménybuborékok*. In: Bárány Tibor – Hamp Gábor – Hermann Veronika (szerk.): *Kulturális iparágak, kánonok és filterbuborékok*. Typotex, Bp., 2020, 13–25, itt: 13, 20.
17. Antoinette Rouvroy: *The End(s) of Critique: Data Behaviourism versus Due Process*. In: Mireille Hildebrandt – Katja De Vries (szerk): *Privacy, Due Process and the Computational Turn: The Philosophy of Law Meets the Philosophy of Technology*. Routledge, Abingdon, 2012. 143–167.
18. Magyarul a *binge* jelenséget többféleképpen nevezzük meg (miközben a *bindzsel* is bevett magyar kifejezés): darálás, sorozatdarálás, sorozatmaraton. A jelenség értelmezésében is megjelenik egy kétértelmű logika. A jelenséget a szabadidő felszámolásaként konceptualizálja Dennis Broe: *The Birth of the Binge. Serial TV and the End of Leisure*. Wayne State University Press, Detroit, 2019. A sorozatnézést viszont a flow jelenségének összefüggésében értelmezi Mészáros Ferencz ebben az összeállításban.
19. Shapiro, Steven: *Algorithmic Television in the Age of Large-Scale Customization*. Television & New Media 2020. 21.6. sz. 658–663. Az algoritmikusság fogalmát kiegészíti az applikáción keresztüli elérés és az aggregátorok hatása a tartalomfogyasztásra. Catherine Johnson egyenesen a televízió „elapposodásáról” beszél: Catherine Johnson: *The Appisation of Television: TV Apps, Discoverability and the Software, Device and Platform Ecologies of the Internet Era*. Critical Studies in Television 2020. 15. 2. sz. 165–182.
20. A Netflix algoritmusának működéséről lásd Makkai Júlia Anna tanulmányát ebben az összeállításban, illetve Era-litk: *Netflix Recommendation Algorithm*. 2019. 11. 08. <https://medium.com/@erailitk/netflix-recommendation-algorithm-a3190e97a3c>, utolsó letöltés 2020. 11. 10.
21. A stílusok fogalmi mintázatának kidolgozásához lásd Marielle Macé: *Styles, Critique de nos formes de vie*. NRF Essais, Gallimard, 2016, 18–20.
22. A birminghami iskola a médiatudomány kulturális fordulatának kieszközölője a hatvanas évek második felében. A televízió kutatására tett hatását Raymond Williams munkájára utalva Császi Lajos így összegzi: „Vagyis ahelyett, hogy a régi baloldallalhoz hasonlóan elátkozta volna a kereskedelmi televíziót, Williams a frissen szerzett tanulságok fényében hirtelen meglátta az állami közszolgálati média modernista-társadalomtudományi korlátait. Williams szerint ugyanis a kereskedelmi médiában megjelenő *flow* és a közönség igényeit kielégíteni hivatott plebejus érzés- és fantáziavilág olyan erő, amely aláássa a közszolgálati média által kiszolgált

- domináns ideológiai – és politikai – centrumot, és ezért a társadalmi változás eszköze.” Császi Lajos: *Médiakutatás a kulturális fordulat után*. Médiakutató 2008 ősz. https://www.mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/07_mediakutatás_fordalom (utolsó letöltés 2020. 11. 10).
23. A Salto szolgáltatót 2020. október 20-án indította el a TF1, az M6 és a France TV. A francia Netflixként brandelt és emlegetett platformot egyfajta közszolgálati OTT (over-the-top)-szolgáltatóként lehetne jellemezni.
24. Ezekhez a folyamatokhoz lásd Joseph D. Straubhaar – Luiz G. Duarte: *Adapting US Transnational Television Channels to a Complex World: From Cultural Imperialism to Localization to Hybridization*. In: Jean K. Chalaby (szerk.): *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order*. I. B. Tauris, London, 2000. 216–254.
25. Az HBO kelet-európai terjeszkedése jól dokumentált folyamat. A következő összefoglaló az alábbi munkákon alapszik: Imre Anikó: *HBO's e-Europas*. Media Studies 2018. 5.2 sz. 50–68; Imre Anikó: *Streaming Freedom in Illiberal Eastern Europe*. Critical Studies in Television 2019. 2. sz. 170–186; Varga Balázs: *Familiar, much too familiar... HBO's Hungarian original productions and the questions of cultural proximity*. In: Luca Barra és Massimo Scaglione (szerk.): *A European Television Fiction Renaissance*, Routledge, 2021. 275–294; Kim Toft Hansen – Anna Keszeg – Sándor Kálai: *From Remade Drama to Original Crime – HBO Europe's Original Television Productions*. European Review 2020. augusztus; Petr Szczepanik: *HBO Europe's original programming in the era of streaming wars*. In: Luca Barra és Massimo Scaglione (szerk.): *A European Television Fiction Renaissance*, Routledge, 2021.
26. A kis mozik (*small cinemas*) fogalmát a dán Mette Hjört és a brit Duncan Petrie vezették be egy 2007-es tanulmánykötet címében: *The Cinema of Small Nations*. Szerk. Hjört Mette – Duncan Petrie, Edinburgh University Press, 2007. A magyar/román kontextusra való alkalmazhatóságáról lásd Virginás Andrea: *A kis mozik fogalma: román és magyar gyártási példák*. Filmszem 2014. IV/3. sz. 56–67. Virginás tanulmánya alapján használok a mérték- és méretkorrekciós folyamatok kifejezést a későbbiekben. 66.
27. Ezt a megközelítést Imre Anikó fentebbiekben idézett tanulmányai képviselik.
28. Az utazó formátumok és a transznacionális film fogalmáról lásd a Metropolis 2017/4-es *Transznacionális film* című számát. A kelet-európai HBO bűnügyi sorozatainak ilyen keretben történő elemzését adja Varga Balázs e lapszám *Honosítások. Transznacionalizmus és társadalmi képzelet az HBO kelet-európai bűnügyi sorozataiban* (Metropolis 2017. 4. sz.) című tanulmányában (<http://metropolis.org.hu/honositasok> - utolsó letöltés 2020. 11. 10).
29. Ebben a felsorolásban a magyar adaptációk elérhetővé válásának időkereteit adtam meg. Az utazóformátumok harmadik korszakát a *Terápia* utolsó két évada, illetve az *Aranyélet* (2015–2018) című sorozat jelentik, melyekben megvan ugyan az utazóformátum biztosította keret, de a forgatókönyv-fejlesztés, a történetmesélés, a karakterfejlesztés folyamatai egyaránt lokálisak.
30. A szerialitás fogalmának konceptualizálását és a médiakulturális univerzumra tett hatását végzi el Matthieu Letouneux: *Fictions à la chaîne: littératures sérielles et culture médiatique* című kötetében. Seuil, Paris 2017.
31. Inkei Bence: *Egyelőre befürdött a Netflix legnagyobb igazolásával*. 24.hu, 2020. 10. 06. <https://24.hu/kultura/2020/10/06/ryan-murphy-netflix-showrunner-gee-american-horror-story-hollywood-a-politikus-ratched/> (utolsó letöltés 2020. 11. 10); Sam Lansky: *How Ryan Murphy Became the King of the Streaming Boom*. time.com 2019. 09. 03. <https://time.com/5667752/ryan-murphy-netflix/> (utolsó letöltés 2020. 11.10).
32. A sztenderdizáció-invenció dialektikáját a tömegkultúra vonatkozásában Kálai Sándor Edgar Morinre hagyatkozva foglalja össze: „a tömegkultúra termékei a sztenderdizáció-invenció logikáján alapulnak: nem tekinthetők csupán bevált eljárások mechanikus ismétléseinek, mert mindig hordoznak valami olyan dinamikus elemet, amely túlmutat a már létezőnek való pusztá megfelelésen.” Kálai Sándor: *Irodalom és médiakultúra*. Erdélyi Múzeum-Egyesület, Kvár, 2019, 33.
33. Allan Cameron: *Moduláris narratívák a kortárs filmben*. Metropolis 2012. 1. sz. 12–26, itt 12.
34. A német netflixes produkció, a *Dark/Sötétség* (2017–2020) egyik iskolapéldája ennek a tendenciának. A sorozat időbeliségéről és kulturális vonatkozásairól lásd Bátor Anna tanulmányát ebben a lapszámomban.
35. Hagai Levi 2005-ben forgalmazásba került sorozatából tizennyolc helyi adaptáció készült.
36. A *Criminal: UK* egy 2019-ben bemutatott antológiasorozat, melynek párhuzamosan négy lokális verziója került forgalmazásba a Netflix hálózatában. Showrunnerei George Kay és Jim Field Smith.