

Nemesi Attila László

## Nyelvi minták és viselkedésbeli hátterük a kereskedelmi televíziók magyar gyártású szappanoperáiban

Ha igaz, hogy a szappanoperák felnőtt mesék (Antalóczy 2001), közönségük hűsége, kitartása is a gyerekek mese iránti rajongásához hasonlítható: dacára a régen kiismert, panelszerűen beilleszthető cselekményelemeknek, a sematikus jellem-, szituáció- és társadalomábrázolásnak, a beszűkült tárgyi és életvilágnak, emberek miliói számára világszerte valamiféle rituális örömforrás és intimitásélmény nap mint nap a megszokott időben bekapcsolni a televíziót és önfeledten élvezni a futószalagon gyártott folytatást. A személyközi viszonyok (család, párkapcsolat, barátság, munkahelyi relációk) és érzelmek (vonzalom, gyűlölet, szeretet, harag, irigység stb.) mindenki által átélhető elemi formái köszönnek vissza ezekben a történetekben alig változó szereplőkkel, akikhez a néző úgy hozzászokik, hogy szinte együtt éli meg velük konfliktusait, dilemmáikat, boldogságukat és bánatukat, sikereiket és kudarcaikat. Az azonosulást (illetve elhatárolódást) nagyban megkönnyíti, hogy a karakterek alapján véve ugyanolyan problémákkal küzdenek, mint a képernyő előtt ülő átlagember. Az sem zavaró, sőt a „mese”, az illúziókeltés része, hogy a „gazdagok és szépek” világában – ami a szappanoperák tipikus miliója, legyen bár ott a hazai palettán a gazdagréti lakótelepre kalauzoló *Szomszédok* (stb.) is – napi megélhetési gondokról ritkán esik szó. A populáris (tabloid) média a sorozatszínészeket sztárok-ként ünnepli: feltárja „civil” életük számos titkát, érdekességét, show-műsorokban, reklámokban, jótékonyági rendezvényeken szerepelteti, telefonos nyereményjátékok és kvízműsorok kérdésein keresztül népszerűsíti őket. S a közönség természetesen vevő erre, mert kíváncsi kedvenceire.

Szappanopera többféle létezik. Más a *Dallas* és a *Dinasty*, mint az *Egy rém rendes család* és a *Jó barátok*, a *Rabszolgasors* és a *Terra Nostra*, az *Esmeralda* és a *Rosalinda*, vagy a *Szomszédok* és az *Életképek*. A honi kereskedelmi televíziók magyar sorozatai – *Barátok közt*, *Szeress most!*, *Jóban, rosszban* – szintén nagyjából egységes csoportot képviselnek. Egyik legfeltűnőbb jellegzetességük a szlenggel átítatott nyelvezet. A „szlengesítés” mögött nyilvánvalóan tudatos szándék áll: a bizalmas stílusú, fesztelen mindennapi nyelvhasználathoz (amennyiben hiteles annak ábrázolása) közelítő dialógusok „valószerűnek” tűnhetnek föl a célközönség előtt,

megkülönböztetik a szereplőket, az életkor és a társadalmi-kulturális háttér jelölői, rávilágítanak a figurák érzelmi viszonyulásaira (attitűdjeire) stb. Más nézői csoportok ízlésével ugyanakkor nem feltétlenül találkozunk ez az alkotói törekvés. De vajon a megírt szövegek csak (többé-kevésbé) hűen tükrözik napjaink társalgási nyelvét, modorát, vagy kifejezés- és magatartásmintákat kínálva – nem mellesleg – aktívan alakítják azt?

A probléma általánosabban is megfogalmazódik a kommunikációtudományban. Egyéb természetű médiahatásokkal, például a televízióban megjelenő agresszióval kapcsolatban régóta az lehet a benyomásunk, mintha két kutatói irányzat küzdene egymással. Az egyik a veszélyeket emeli ki, és a mintakövetés, utánzásos tanulás folyamatát tartja meghatározónak. A rivális tábor jóval „elnézőbb” a tömegmédiával szemben: azt bizonygatja, hogy a befogadókra gyakorolt hatás korántsem olyan egyértelmű és direkt, illetőleg a média csak a meglévő igényeket elégíti ki, az esetleges negatív következményekért (ha egyáltalán kimutathatók) más, döntően társadalmi, szocializációs, családi, evolúciós-biológiai stb. háttértényezők a felelősek, az utánzásos tanulás jelentősége elhanyagolható (l. pl. az utóbbi nézet képviselőinek szemüvegén át: Tóth–Gál–Tóth 2004).

A közelmúltban – a változó nyelvjárásról szóló könyvének egyik fejezetében – Hegedűs Attila (2005: 22–23) annak a véleményének adott hangot, hogy az elektronikus médiumok, közelebbről a szappanoperák élen járnak a szleng terjesztésében. Szerinte azért érdemes a nyelvésznek foglalkoznia velük, mert

1. bár szövegük művi, a mai magyar viszonyokat modellálják;
2. az írók a hitelességet adekvát(nak gondolt) nyelvi elemek alkalmazásával igyekeznek alátámasztani;
3. az ilyen jellegű műsoroknak nagy a nézettsége, tehát a hatása is.

Így párbeszédek egyszerre mintakövetők és mintaadók: nyelvi formákat írnak le („deskriptívek”), de ezáltal mintegy felkínálják őket a nézőknek utánzásra, belopva őket a befogadói tudatba (vagyis „szuggesztívek”). Nézzünk néhány példát Hegedűs Attila gyűjtéséből (Szeress most!, 2004. január):

- (1) *bejön neki a dolog, bevállalni, bevegyen a tuti bulikba, faterod, figyu, halál-pontosan lövi be, kábé, lóvé, marha profi, megdumáljuk, na csá, ne legyen nekem semmi feskó, az sem egy nagy játszma, pörögj fel, vágják a témát*

Stílszerűen fogalmazva: a szleng „nyomulása” dokumentálható a *Szeress most!*-ban.

Bármely társalgási jelenség, különösen az új, divatos beszédfordulatok hallatán keletkezhet valamilyen hipotézisünk arról, mi a viselkedésbeli háttere, célja, motivációja ezeknek. A nyelvvel ugyanis nemcsak cselekszünk, ahogy Austin (1962/1990) tanította (s előtte már mintegy fél évszázaddal a sokkal kevesebbet idézett német fenomenológus, Adolf Reinach), hanem viselkedünk is. Nem túlzás kijelenteni, hogy amilyen a nyelvhasználat, olyan az emberek közötti érintkezés. Hegedűs At-

tila nyomdokain haladva magam a *Barátok közt* és a *Jóban, rosszban* három-három epizódját (2006. április) rögzítettem videokazettára, s azokból bővítem alább az (1) adattárát. Az első két rövid szemelvény a *Barátok közt*-ből való. A (2a) előzménye, hogy a motorokkal kereskedő „Kertész Géza” késő este távozik egy telefonhívást követően, azt „füllentve” pincér barátnőjének, hogy egy ügyfele reklamál az újonnan vásárolt „robogó” miatt. Erről beszélgetnek a többiek a hátuk mögött a „Rózsa” bisztróban. A (2b) hősei szintén „Géza” és menyasszonya, „Kinga”, akinek (nem igazi, hanem felbérelt) szülei Kertészéknél vendégeskednek. Kinga, mint látjuk, félreérti Géza egyik megjegyzését.

- (2) a) – Mi a fenéért ilyen készséges Géza? Mért nem mondta a *tagnak*, hogy vigye el [a motort] reggel szervizbe? Garanciális, ingyen megcsinálják.  
– Lehet, hogy még este *döngetni* akar egyet a *csávó* a motorjával, ami érthető.  
– Mi van, hogyha *kamu* ez az egész, és Géza nem egy másik *pasinak* szerelget?
- b) – Na, majd én tányérra rakom azt a pítét.  
– (nevetve:) Nálunk még nem tört ki a feminizmus!  
– Arra célzol, hogy *húzzak* én is a konyhába?  
– Jaj, dehogy, dehogy, szó sincs róla.

A harmadik jelenet egy zsarolási szituáció (telefonbeszélgetés) a *Jóban, rosszban*-ból:

- (3) – Pontosan mit akartok?  
– A *yardról* beajánlottak egy *dealt*.  
– Milyen *dealt*? Csak nem lesztek *vamzerek*?  
– Mert? Minden csak *lé* kérdése. Neked magyarázzam?  
– És mit ajánlottak fel?  
– Egyszerű. Vádalku, mondja a latin. *Elénekelünk* rólad mindent, amit tudunk két szólamban.  
– Ez nem tetszik. Mi a másik verzió?  
– Az a „B” menü. Nem a *csoffadt* börtönlevest kéne kavargatnunk, hanem a pincéreknek hadonászni valami medence partjáról.  
– Az *húzós*.  
– Te állnád a *cehhet*.  
– Ezt felejtsd el!  
– Pedig akkor maradhatnál a tévédben *arcoskodni*. Na, dönts el. Különben te mész be.  
– Nem tudom. Kell egy kis idő, át kell gondolnom.

– Oké, de ne sokáig *agyalj*. Tudod, milyenek ezek. Sietnek. Meg, kezd egy kicsit elégünk lenni ebből a *futkosásból*. Szerintünk szaladj, és törd fel a perselymalacodat.

A negyedik részlet két „életfilozófia” csatája 20 év körüli fiataloktól (*Jóban, rosszban*):

- (4) – Manapság vagy tanulsz, vagy *eláshatod magad*.  
– Barátom, most akkora *baromságot* mondtál, mint ide a Colosseum.  
– Igen? Miért?  
– Há(t) nekem például szín kettős érettségim van. És látod.  
– Gratulálok.  
– Köszönöm.  
– Figyelj, azt nem tudom, te hogy élsz. Azt tudom, hogy a tudás egzisztencia és jó közérzet.  
– Szerintem meg el vagy tévedve egy picikét. A jólét alapja a *cash*. Nem tudom, lehetsz akkora *nagyágyú*, mint Szókratész, én ezt nem vitatom. De hogyha üres a zsebed, akkor a jólétről csak álmodni tudsz.  
– Jól van, jól van, ne *balhézzatok* már, srácok.  
– Dehogy, nem *balhézzunk*.  
– Tanulni? Na, most komolyan, minek? Az élet értelme a nő. A nőt meg kell szerezni. A nőt úgy tudod megszerezni, hogyha elhalmozod minden jóval. És ez csak úgy lehetséges, hogyha tele van a zsebed lével. Ilyenek a nagy egyéniségek.  
– Igaza van a tanult barátomnak. Boldogságom kulcsa a nő. A nőért képesek vagyunk mindenről lemondani. Az életünkről, a vagyonunkról, még... még az iskolánkról is.

A tapasztalat azt mutatja, hogy egy 20–25 perces rész akár 30–40 szleng kifejezést is tartalmazhat. További példák, ezúttal szövegkörnyezetükből kiragadva (mint az (1)-ben):

- (5) *hátha elkottyant valami infót a prozsektjükről, Géza bácsi szervál neked egy robogót, talizni akar valakikkel, dög unalom lesz, tényleg ütősre sikerült, egy kis nyugi, nagyot szívnál, sok nagyarc, becsszó, az embernek olykor elszáll az agya, ez most nem egy kispályás próbálkozás, megint felhúzol, kökemény az ürge, bírja a strapát, simán bevállalna még egy kis kölyköt, még egyszer ne ess pofára, én voltam itt a góré, a doki haverja ezt mondta neki, cuki hely, ne parázzatok, dugulj már el, iszonyú gázok vannak otthon, mint annó a fater, tejel az üzlet, kezd visszacsorogni, amit belefeccoltunk, tényleg nagy genyaság (sic!) volt tőle, nőci, kár lenne bekavarni, somolyog, tökre tetszett, a csajok is összehaverkodhatnak, amennyit tepert érte, csaó, nem sül le a pofádról a bőr, a két idióta túlgondolkodta a feladatot, körberöhögött, a te bizniszed, hetente két fuvart lezavarnék, durva egy helyzet, gyenge kis fedősztori, nincs idejük*

*hosszabban dumcsizni, nem mondd, próbáltál blöffölni, mi a tetves szart tököltök még, ez az agyament tutira belekeveri valamibe*

Milyen magatartásmódokat, attitűdöket sugallnak ezek a kifejezések? Két szempontot emelek ki: az egyik az ún. *relációs agresszió* dominanciája, a másik pedig a karakterek intenzív *benyomáskeltési törekvése*. A relációs agressziót olyan viselkedésként határozza meg a szakirodalom, amely nem fizikailag, instrumentálisan árt a szenvedő alanynak, hanem másokkal való kapcsolatainak, elfogadottságának, a csoportban elfoglalt pozíciójának aláásásán keresztül. Ilyen tevékenységnek számít az intrika, a pletykaterjesztés, a befeketítés, a rossz hírbe hozás. Relációs agresszióknak tekinthető minden olyan rossz szándékú, ellenséges cselekedet, amelyben az emberi viszonyok játsszák a bántás közvetítő közegének szerepét, függetlenül attól, hogy közvetlen vagy közvetett, nyílt vagy rejtett az effajta viselkedés. Míg a fizikai-instrumentális agresszióra inkább a fiúk, férfiak hajlamosak, a relációs agresszió sokak szerint a nőkre jellemző. Ez az (egyik) oka annak, vélik a kutatók, hogy a szappanoperák nézőközönsége túlnyomórészt női közönség (Tóth–Gál–Tóth 2004: 43–47).

A *benyomáskeltés, énmegjelenítés* szavakkal a szociálpszichológia arra a természetes emberi aktivitásra utal, amely kontrollálni próbálja a társas környezet által az énről kialakított képzeteket (Leary 1995). Egy korábbi írásomban a *nyelvi benyomáskeltés* fogalmát a következőképpen értelmeztem: olyan nyelvi elemek használata (illetőleg: nyelvi elemek olyan használata), amely(ek)nek segítségével a beszélő – tudatosan vagy nem tudatosan – mások róla formált képét igyekszik befolyásolni (Nemesi 2000: 425). A nyelvi benyomáskeltésnek számos stratégiája létezik. Néhányat közülük említett cikkemben (a hétköznapi társalgásból merítve) illusztráltam és pragmatikai keretben rendszereztem (i. m. 435), ahogy azt a mellékelt ábra is szemlélteti.

Az (1)–(5) nyelvi példák mind azt mutatják, hogy a benyomáskeltési célértékek között felértékelődött a „lazaság”, könnyedség, humorosság (illetőleg a humornak (?) az a válfaja, amelyet ma „poénkodás”-nak szoktak hívni) megjelenítése, valamint a törekvés egymás túllicitálására, verbális „letiprására”, az én felnagyítására, a másik – goffmani (1955) értelemben vett – arculatának (*face*) támadására, és kevésbé „divatos” a szerénység, a visszafogottság, a jó modor, a tapintat, az empátia, egyszóval az udvariasság, az illem. Ennek a populáris viselkedési „eszménynek” a verbális és nem verbális mintáit közvetítik a nézőknek a *Barátok közt* típusú sorozatok – persze, nem teljesen realiztikusan, hiszen a társadalom valamennyi rétegében rendkívül elterjedt, sőt felkapott durva, trágár beszéd (legyen bár gyakran eufemizálva) és az élőnyelv szaggatottsága, esetlegessége nincs pontosan ábrázolva a jelenetekben. Szerencsére – teheti mindjárt hozzá az értékelvű (tehát nem pusztán deskriptív) szemléletét meggyőződéssel vállaló nyelvész és társadalomkutató. Megfigyelhetjük, hogy a közszolgálati televízió teleregényei (*Szomszédok, Életképek*) és a Magyar

Rádió folytatásos hangjátéka (*A Szabó család*) egészen más nyelvezetet részesítenek előnyben. Önmagában ettől természetesen nem lesznek „dramaturgiailag” vagy egyéb tekintetben sem jobbák, sem rosszabbak, csak az érintkezési kultúra, amelyet bemutatnak, nagyon különböző.

### Felhasznált irodalom

- Antalóczy Tímea 2001. A szappanoperák genezise és analízise I–II. *Médiakutató* 3: 51–64; 4: 102–113.
- Austin, John L. 1962/1990. *Tetten ért szavak*. Budapest, Akadémiai Kiadó. [Első megjelenés: *How to do things with words*. Oxford, Oxford University Press.]
- Goffman, Erving 1955. On face-work. *Psychiatry* 18: 213–231. [Magyarul: A homlokzatról. In: Síklaki István (szerk.): *A szóbeli befolyásolás alapjai, II*. Budapest, Tankönyvkiadó, 1995, 3–30.]
- Hegedűs Attila 2005. Változó köznyelv – változó nyelvjárás. In: uő, *A változó nyelvjárás*. Piliscsaba, PPKE Bölcsészettudományi Kar, 13–23.
- Leary, Mark R. 1995. *Self-presentation: impression management and interpersonal behavior*. Boulder (CO), Westview Press.
- Nemesi Attila László 2000. Benyomáskeltési stratégiák a társalgásban. *Magyar Nyelv* 96: 418–436.
- Tóth Péter I. – Gál Szimonetta – Tóth Borbála 2004. A szappanoperákban megjelenő agresszió hatása a női nézőkre: egy evolúciós pszichológiai megközelítés lehetősége. In: Ivaskó Lívია (szerk.): *A kommunikáció útjai*. Budapest, Gondolat, 29–56.