

Virginás Andrea

A Román Új Komédia esete a közönséggel

Az *Oh, Ramona!* és a *Teambuilding* tanulságai

**2022 rekordév volt a román műfajfilm számára: a *Teambuilding*, a *Mirciulică* és más filmek évtizedek óta nem látott számban vonzottak nézőket a mozikba. Ezt a jelenséget próbáltuk feltérképezni.**

A filmek közönséggel való találkozását legalább a bemutatóhoz vezető kampány és a következő szűk naptári év erejéig szükséges figyelemmel kísérnünk, amennyiben recepciótörténeti folyamatokat, ismétlődő sémákat, netán új trendeket szeretnénk beazonosítani. Makrotársadalmi szempontból nyugodt időszakokban ennek nincs akadálya, még a nem professzionális filmkedvelő közönség aktív tagjai is kitaratóan foglalkoznak a kérdéskörrel a nyilvános és/vagy zárt komment szekciókban a közösségi média platformjain. A zaklatott periódusok felvezető ágában, no meg a zavaros években azonban szem előtt téveszik – amatőrök és profik egyaránt – a hosszú távú kulturális elemzést, hisz értelemszerűen a maslowi piramis alapjait jelentő testi avagy társadalmi épség szempontjai kerülnek előtérbe. Nem történt ez másképp a 2019-es évvel sem, amely 2023 első hetéből nézve a boldog békeidőket lezáró és a (2020-ban elkezdődött) „hét” szűk esztendőt már csírájában tartalmazó évvé lényegült át. A 2019-ben, különösen annak első hónapjaiban történeteket – nemcsak a filmek recepciója tekintetében – teljességgel elsöpörte az akkortájt tudatosított, emberre is veszélyes új vírus okozta megbetegedések hulláma, majd a 2020-21-es éveket teljességgel meghatározó SARS COV-2 világjárvány, végül pedig a 2022 februárja óta tartó kelet-európai háború(s helyzet).

A négy, vagy néhány évvel ezelőtti filmes jelenségekre, adott filmek és közönségük akkori legendás egymásra találására vonatkozó amnéziánk annyiban érezteti hatását, hogy soha nem látottként, egyediként, a poszt-pandémiás világ mutáns fejleményeként tekintünk olyan mozzanatokra, amelyek már 2019-ben is teljes pompájukban jelentek meg. Rigurózan szemlélve, ezeket a fejleményeket valójában az európai uniós digitális környezetben történő, kelet-európai poszt-tranzíciós filmkészítési és filmnézési környezet következményeként kell definiálnunk. Ezen tételmondatom kifejtése, illetve bizonyítása mentén fogom bemutatni a 2022-23-as moziforgalmazási ún. *holiday season* (durván a novemberi Thanksgiving/Hálaadás és a karácsonyi ünnepkör vízkeresztjei lezárása közti időszak) romániai üstököszeit, a régóta nem látott méretű hivatalos mozis jegyeladásokat, streaming-óraszámokat és nézettségi helyezést produkáló hazai filmeket. Amellett fogok érvelni, hogy sem gyártási modellben/kultúrában, sem formai-stilisztikai megoldásokban, sem (nézői) fogadtatásban nem egyedi, friss fejleményekről van szó a *Teambuilding*, a *Mirciulică*, az *Oameni de treabă*, vagy a *Capra cu trei iezi* esetében: jellegzetességeik visszavezethetőek az 1989 előtti mintázatokhoz is, de a 2000-es évek eleje óta is több előzményük futott le szemeink előtt a vásznon, beleértve a 2010-es évek második felét és a ma már nosztalgiába burkolt 2019-es évet is.

Esszém terjedelme és típusa okán nem feltétlenül időrendi, lineáris sorrendben fedem le a gyártási, poétikai és recepciós aspektusokat, hanem inkább a fordított, egyszerűsített logikát követem akkor, amikor a közönséghatást veszem adottnak, és ennek rendelem alá a formai-stilisztikai-poétikai, valamint a gyártási vonásokat is. Hisz ezen írás apropója is tulajdonképp az az ösztársadalmi csodálkozás, amelyet a következő kérdésben foglalhatunk össze: miért/hogyan történhetett az meg, hogy a *Teambuilding* c. film hivatalos nézőszáma jelenleg szinte 1 millió (pontosabban a *cinemagia.ro* honlap 2023 januári adatai szerint 999 371), abban az országban, ahol a fesztiválsikerek nemritkán 500-5000-es nézőszámot produkálnak a mozikban, és ahol a legkisebbek a mozibajárási adatok a teljes Európai Unióban (alig egyszer egy évben megy el a román állampolgár a moziba)?

A követhetőség és a könnyedebb összehasonlítás kedvéért az objektíven nem oly régen volt 2018-2019-es *holiday season*ig mennék vissza, amelyre tán mindannyian vissza is emlékszünk, ha felhajtjuk a járvány vastag függönyét. 2018 októberében volt a nemzetközi, majd 2019 februárjában az országos bemutatója az *Oh, Ramona!* című százperces mozifilmnek, amelyet a Zazu Film gyártott, Cristina Iacob rendezett, és a különféle források szerint hivatalos moziközönsége a 260 000 (Cinemagia) és a 300 000 (Mediafax) közé tehető, a bemutató hétvégéjén a legnézettebb film volt Romániában, végezetül négy év elteltével, 2023 januárjában még mindig fellelhető a Netflix romániai kínálatában. Azok számára, akik szakmai okokból is figyelemmel követték a román(ai) film és a román(iai) közönség hihetetlenül izgalmas kapcsolatát, az *Oh, Ramona!* 2019 februári szárnyalása valóban új jelenséggé értelmetlenné vált, még akkor is, ha nézőszámára volt már legalább egy hasonló példa a rendszerváltás utáni időszakból, és a rendezője korábbi filmjeit ismerve a gyártási modell és a stilisztikai jellemzők is is némiképp ismerősnek voltak minősíthetőek. 2002-ben került ugyanis a romániai mozikba a *Garcea și oltenii* című, az amerikai Sam Irwin által rendezett pikareszk(?) komédia, amely 289 000-es hivatalos nézőszámával a legnagyobb hazai közönséget mondhatta magáénak 1989 után – és ezt nem múlta felül, sőt meg se közelítette egy román(ai) film se az *Oh, Ramona* 2019-es megjelenésig.

Filmtörténeti léptékben mérve fontos hozzátenni, hogy az 1945-1989 közti kommunista román filmgyártás több olyan filmet is készített, amelyeknek többmillió nézőszáma volt. Ezek elsősorban az 1960-1970-es évek fordulóján készített történelmi látványfilmek voltak, és az audiovizuális piacon elfoglalt monopol-helyzetük, illetve a kommunista kulturális stratégia szervezett mozibajárási kampányai biztosan felfele torzították a nézőszámaikat. A 2000-es évekre a román mozifilm ázsióját értelmetlen is a megelőző rendszer csúcsteljesítményeihez mérnünk, annyiban fontos ezeket megemlíteni, hogy a kulturális emlékezetünkben élnek a kiugró, magas nézőszámok, mint amelyek nem teljesen lehetetlenek és elérhetetlenek a román film és közönsége vonatkozásában. E tekintetben úgy a 2002-es *Garcea și oltenii* és a közönsége találkozása, mind a 2019-es *Oh, Ramona!* és a közönsége találkozása, végezetül pedig a 2022-es *Teambuilding* és a közönsége találkozása amolyan aha-pillanatokként (is) jellemezhetőek amatőr és professzionális értelmezői körökben/kanonokban egyaránt. Sikerülhet, tehát sikerült is hazai nézőszám-rekordot dönteni, a kérdés inkább az tehát, hogy miért pont ezeknek a címeknek, és miért pont akkor/ekkor?

Az *Oh, Ramona!* talán tipikusabb példája a román mozifilm sikerének, mint akár a *Garcea și oltenii*, vagy a *Teambuilding*, amelyek viszont egymáshoz hasonlítanak jobban, miközben természetesen sok vonáson osztoznak Cristina Iacob 2019-es filmjével (is). Mire a rendező és gyártócége, a Zazu Film eljutottak ehhez a mérföldkőhöz, túl voltak a szintén igen sikeres *Selfie* (2014) és *Selfie 69* (2016) című filmekken, amelyek a *Garcea* óta először lépték túl a hivatalos 100 000-es hazai nézőszámot – és ennek a ténynek a fontosságát talán most már nem kell bizonyítani a fentikeben jellemzett romániai mozifilmes piacon. Iacob interjúkban is megfogalmazza, hogy adva lévén a román állami filmtámogatás objektívnek és átláthatónak nehezen nevezhető rendszere – a CNC/Román Nemzeti Filmközpont pályázati rendszerén keresztül/és annak ellenére –, számára pályája kezdetétől világos az, hogy a román filmek költségvetési szerkeztében az ún. állami/CNC támogatás mellett jelen kell lennie a magán, avagy az államtól független tőkének is. Ezért is hozza létre Iacob 2011-ben a filmgyártó cégét, és von be befektető üzletembereket és tévécsatornákat, szponzorokat, marketingfelületet keresőket, sztárokat, celebeket és influenszereket a filmjei gyártási struktúrájába. Miközben persze mindig pályázik a CNC-hez is, hisz ez egyfajta pedigrét ad azért a filmeknek, mint ahogy történt az a 2014-es *Selfie*-vel is, amely mintegy 180 000 eurós állami támogatásban részesült – de ugyanez a bravúr már nem jött össze a 2019-es *Oh, Ramona!*-val.

Ez utóbbi tehát a CNC-től és a román állami támogatástól független, „poszt-1989-es” román film egyik fontos példjaként írható le, akárcsak egy másik, a boldog pre-pandémiás régi időkben otffelejített román sikerfilm, a 2016-os *Două lozuri*. Paul Negoescu teljes egészében magánbefektetésből elkészült komikus remake-je ugyancsak emlékezetes 127 000-es nézőszáma miatt is. A fenti adatokat összegezve látható, hogy a 2010-es évek folyamán pályára lép az a román filmkészítő kohort, akik számára nem a CNC/Román Nemzeti Filmközpont jelenti az egyetlen pénzforrást filmjeik elkészítéséhez – mert generációs, ízlésbeli és erőforrás-szűkösségi okokból sem tagjai sem a posztkommunista (Pintilie and co.), sem az ún. román újhullámos (Puiu and co.) művészfilmes hálózatoknak. Filmakadémiai (Iacob, Negoescu) avagy egyéb előadóművészeti, esetleg társadalomtudományi képzésük van (pld. Matei Dimának, a milliós nézőszámú *Teambuilding* társrendezőjének színészképzéses amerikai BA és MA diplomája is van), egyértelműen a digitális érában nőttek fel, részei a tömegkultúrának és filmeket szeretnének készíteni a román nyelvű/romániai közönségnek, meg a világban szétszóródott diaszpórikus román származásúaknak is. Ne felejtsük el, hogy becslések szerint a rendszerváltás óta legalább egy horvátországnyi (majdnem négymillió), de az is lehet, hogy egy dániányi (öt és fél millió) román állampolgár emigrált végleg vagy időszakosan az országból.

Megengedhetetlenül felületes, de a jelen esszében mégis szükséges és felvállalt általánosításokban talán így – avagy így is – leírható az a román, CNC-től független romániai gyártási kontextus, ahonnan a 2022-23-as évek fordulójának említett sikerei megszületnek. Annyiban egyfajta origót képeznek e tekintetben Iacob filmjei, hogy esetükben még ott a CNC-pecsét is (mint a 2014-es *Selfie*-nél), vagy legalább létezik a remény, hogy akár ott is lehetett volna a hivatalos romániai filmgyártás jóváhagyó gesztusa (az *Oh, Ramona!* esete) – ám a Paul Negoescu vagy az Alex Coteț és Matei Dima neveihez köthető, késő 2010-es, kora 2020-as mozifilmeknél (*Două lozuri*, *Oameni de treabă*, illetve *5Gang: Un altfel de Crăciun*, *Teambuilding*) már ez sincs meg. Apró(bb) filmgyártó cégek, magánbefektetések a

forrásai e filmek költségvetésének – és bár a „függetlenfilm” bejáratott kategória a filmtörténetben, posztkommunista anomália, hogy Romániában a legnagyobb nézőszámot elért tömegfilmeket kell a hivatalos állami támogatástól *független* filmeknek neveznünk, amelyekben nyoma sincs a művészfilmes, netán avantgárd esztétikának.

És ezennel el is érkeztünk a 2014-es *Selfie*-től (Iacob) a 2016-os *Două lozuri*-on (Negoescu) és a 2019-es *Oh, Ramona!*-n (Iacob) keresztül a 2020-as *Miami Bici*-ig (Jesus del Cerro rendező, ill. Dima mint főszereplő, Alex Coteț forgatókönyvíró), illetve a 2022 végi *Mircuiliică*ig (Cristian Ilișuan, Mircea Popa), az *Oameni de treabă*-ig (Negoescu) és *Teambuilding*ig vezető (Alex Coteț forgatókönyvíró és társrendező, Dima, illetve Cosmin Nedelcu társrendező) korpusz dominánsnak tekintett esztétikai-formai-stilisztikai-poétikai vonásaihoz, amelyek a gyártási aspektusoknál is nagyobb port vernek fel. Nevezetesen, hogy nem kapcsolódnak a román újhullámos művészfilmes esztétikához, nem is a kommunizmus történelmi látványfilmjeinek az örökösei, hanem a globális tömegfilm legnehezebben exportálható, és több kelet-európai ország nemzeti piacán a legkedveltebb műfajon, a komédián belül helyezhetőek el.

No de milyen komédia is lenne ez, amelyik kirajzolódik a 2010-es években pályára lépett román függetlenfilmes, digitális szociális média meghatározta, és tömegkultúrába tagozódó generáció alkotásaiból? Nem a cinikus, intellektuális, netán fekete humor a fő alkotóeleme ezeknek a komédiáknak – mégha számos mozzanat, poén és helyzet ekként is jellemezhető –, nem is a nyelvben, kultúrában kódolt, memetikus áthallások, parodisztikus ferdítések a domináns jellemzői – bár számos ilyen instanciát is azonosíthatunk, különösen, ha járatosak vagyunk a kortárs román audiovizuális tömegkultúrában –, hanem e roppant heterogén ország regionális különbségei adta karakter- és helyzet-komikum-labdáit ütjük le (némi képzavarral élve). A Román Új Komédia ezt ráadásul egy olyan narratívával spékeli meg, amelyet rajtuk kívül senki se kínál fel ily koherens és elérhető formában Románia állampolgárainak: itt a kommunista tervgazdaságból és prúd szocreál kultúrából a kapitalista piacgazdaságba és vulgáris poszt-szocreál kultúrába való átalakulás történetére utalok. Hogy ez utóbbit nehezen lehet megvalósítani a szoft pornográfia mára szintén mainstreammé lett összetevője nélkül, nos, ez szinte magától értetődő, annál is inkább, mert egy még mindig erőteljesen vallásos, ortodox kultúrájú országról beszélünk.

Lezárásképp a Coteț-Dima-Nedelcu trió által írt, rendezett és producerként is jegyzett *Teambuilding* című filmet helyezem bele az *Oh, Ramona!*-val kezdődő keretbe. A történet főhőse az anyámasszony katonája, jóindulatú Emil, aki épp egy szakításon van túl, merevedési problémával küzd, és egy kölcsönök és részletek mediálásán fáradozó multicég al-középfőnöke. A remélt előléptetés helyett lefokozzák – avagy, ahogyan a filmben fogalmaz az autoriter, cinikus főnöke, vízszintesen léptetik elő. A szétesett, unott, lusta munkatársakból álló, gyakorlatilag a raktárból üzemelő call center vezetője lesz, és ezen minőségében neveznie, nevezniük kell a cég éves csapatépítő találkozójára, ahol szakítópróbára is sor kerül. Amennyiben nem nyerik meg végre a versenyt, a call centert bezárják és mindenkit szélnek eresztenek, Emilt is beleértve.

2023 január 5-iki, az *Adevărul* portálon olvasható interjújában Alex Coteț forgatókönyvíró (a Bukaresti Egyetem angol nyelvű politikai tudományok szakának végzettje, amúgy

reklámszöveg-író és videóklip-rendező) azt nyilatkozza, hogy saját és ismerősi köreik személyes tapasztalatait írta bele a forgatókönyvbe, már ami a multis környezet sajátosságait és főleg visszasságait illeti. Ezek között számos annyira abszurd is akadt, hogy elálltak a megfilmesítésüktől, az elkészült film viszont meglehetősen hű korlenyomatnak is tekinthető. A román nyelvű YouTube és a többi közösségi médiafelület máris tele van a filmből származó vizuális, nyelvi és helyzeti poénokkal, tanúságképp, hogy a multinacionális munkakörnyezetbe való betagozódás valamelyik állomása, formája jól ismert a román állampolgárok számára: majd mindenikük takarított már ilyet, szállított már ilyenek, látogatott már meg ilyet, dolgozott call centerben avagy egyéb, magasabb végzettséget is igénylő beosztásokban. A csillogó-villogó letisztultság és átgondoltság, amely a multi-kulti-környezetet jellemzi – és itt nem csak a bankokra, vagy reklámcégekre gondolhatunk, hanem a magánegészségügyi intézményekre vagy az ilyen stilisztikai aspirációkat kergető fodrászatokra, borbélyszalonokra is – azonban igen távol áll a romániai állampolgárok nagy részének mindennapjaitól. Kis túlzással azt is mondhatnánk, hogy legtöbbször esetében valóban a nagy sikerű Apple+ sorozat, a *Severance* alaptapasztalatával ér fel az otthoni, származási mikrokörnyezetünk és a multik letisztultsága közti ingázás: teljességgel le kell vetkőznünk azt, akik estétől reggelig vagyunk, ahhoz, hogy reggeltől estéig létezzünk avagy teljesítsünk ezekben a csúcskörnyezetekben. Cotetj és társai filmjében Emil és a call center munkatársai képtelenek erre a szétválasztásra, a lelkük mélyén kisközösségi, rurális értékrendű, nacionalista emberek, akik a multik világát visszabeszéléssel, ellenkezéssel, humorral, égbekiáltó lustasággal és vulgaritással trollkodják végig. A teambuilding hétvége a hegyekben – a román tömegkultúrában oly központi helyet betöltő, a főváros Bukaresttől bő két óra autóútra lévő Prahova völgyében, a Kárpátok kanyarulatában – elhossa a multis gőzkieresztés és a román kismember zabolátlanságának hibridjét, és itt már variációkat is kap a kedves néző. Másképp partizik és próbál az etikátlan csapatépítő próbákon nyerni ugyanis a bukaresti call centeres csapat, a moldovai könyvvizsgáló csapat, az olténiai (talán) beszerző csapat, és a erdélyi/kolozsvári (talán) marketing(es) csapat. A romániai kapitalizmus látszólagos nyertesei ebben az allegóriában a nyugatosodott, trendi – vegán, jógazó, öko-tudatos -, jólöltözött, professzionális erdélyiek, vesztesei a matarészeg, füvező, kokainozó, képzetlen, artikulálatlan oltyánok, a meccset a pályaszéléről figyelik a szó szerint feminizálódott, butácska, könnyen megkapható, jókedélyű moldávok, ám a trófea végül a bukarestiekhez kerül – mert bennük őszinték az emberi érzések és komolyan veszik a románságukat is.

A „régión Romániája” az összes többi 2010-2020-as román filmben is kulcskérdés, dramaturgiai és humorforrásilag egyaránt: a főszereplők csapata szinte mindig utazik, hegyekből tengerre, városról falura, avagy fordítva – a *Selfie*-filmek, a *Teambuilding*, a *Mircuulică* is jó példák erre. Az eltérő szokás- és viselkedés-módok artikulálása, a főszereplő(k) ezekkel való ütközése valahányszor katalizátorként is működik nemcsak a cselekmény szintjén, hanem a szereplők alakulása tekintetében is. A széttartó, heterogén utakat, társaságokat és történéseket mégis összerántja a *centrum* képzete – amely általában Bukarestet fedi, de mindenképp a kiszámíthatóan nyugati, urbánus struktúrát.

Három további fontos összetartó elem jelzésével zárnam esszémet. Az alpári humor és a vulgáris szexualitás egyfajta kötőanyagként gondolható el – és ez a kortárs román független komédiának az a vonása, amely a legkomolyabb kritikát kapja napjainkban, és a legvehemensebb

ellenállást váltja ki az amatőr és professzionális filmértelmezőkből egyaránt. Nem tisztünk ezt minősíteni, azt hiszem, de ezen vonások léte teljesen szándékolt, az alkotói közösség tagjai nyilatkoznak arról, hogy a kommunista tabusítás és a posztkommunista polkorrektség ellenében pozicionálják diskurzusaikat, filmjeik diskurzusát. Az angol nyelv szinte mindent beburkol – az *Oh, Ramona!* teljesen angol nyelvű is, román feliratozással, de a *Teambuilding* is telis-teli van angol szavakkal, mondatokkal, bonmot-kkal, mintegy jelezve, hogy napjaink kelet-európai tömegkultúrájának nyelve az internet nyelve egyszersmind. A filmek erejét pedig nemcsak a bennük bemutatott fiktív világok adják, hanem az, hogy a alapanyagok, az alkotók, a fiktív karakterek akár jól ismertek a román(iai) közönség számára: irodalmi adaptációk, vloggerek, stand-up komikusok, popsztárok népesítik be ezeket a filmeket. (Neo)realizmus, low-budget, csináld magad attitűd – az eleddig művészfilmesnek gondolt készlet ezúttal tömegfilmet eredményezett.

\*A kutatómunka támogatói az MTA Bolyai János Kutatási Ösztöndíja, valamint a Román Kutatási, Innovációs és Digitizációs Minisztérium és a CNCS-UEFSICDI PN-III-P1-1.1-TE-2021-0613 (PNCDI III)-as számú projektje .