

Tökfőzelékben Európa-elsők

Csernobil környékén Mása csak az egyik fejét mossa hagyományos samponnal

Előzmény: Magyar Narancs, 1998.04.23. E.I.: OptiPista (Kulturálisdiliberalizmus)

csak úgy A pártok televíziós hirdetéseit nézve megnyugodtam, hogy modern ember vagyok. Ugyanis szinte mindegyik párt reklámklipjében feltűnik egy fiatal, szemüveges férfi, aki számítógép előtt ülve vadul tologatja az egeret. (De lehetnek azok gyerekek is, Magyar Bálinttal körülvéve.) Valószínűleg a számítógépnek kell jeleznie, hogy a párt modern. A modernség meg ugyebár pozitív képzetet kelt nálunk. Ezért önreklámként elmondom, hogy a nap jó részét a vas előtt töltöm, és szemüvegem is van. Csak hát a fiatalsággal nem stimmel már minden.

SZÉKELY KECSKÉS JÁNOS

A választási kampány utolsó előtti hetében, ha igazi vita nem is volt, reklámokkal már jócskán találkozhattunk. Pedig reklámmal egyébként is el vagyunk látva. Legalábbis a televízióban és a rádióban. Még a választási vitákat is reklámok kísérik. Április 28-án is nagyon illett a pártok vitájához a Mobil 1 motorolaj reklámja: „Azoknak, akik tudják, mit akarnak. Csak egy mozdulat és elszabadulnak a lóerők. A motor kihozza magából a legjobbat. Légy mohó. Ne elégedj meg a közép-szerével. Neked is jár a legjobb modell. Egy valódi formaegyes forma. Tedd le a monogramod. Hozd meg a megfelelő döntést. Most. Mobil 1. Érezd a különbséget.” Az áthallás tökéletes volt. Hiszen azon politikai erők alatt – akik azt hirdették magukról, hogy tudják mit tegyenek –, elszabadultak a lóerők, letették a monogramjukat, mohók voltak, és megszerezték maguknak a legjobbat. És jó lenne már érezni a különbséget.

Persze egy ilyen reklám profi munka. Nem bíznak semmit a véletlenre. Amikor a kulcsszavakat mondják, nemcsak hangsúlyozzák azokat, hanem ki is írják a képernyőre. Vagyis a mozdulat, a mohó és a most szavakat. Azt kell ugyanis elérni, hogy mohón mozduljon az a szerencsétlen áldozat a termék után, lehetőleg azonnal. De tetten érhető az a törekvés is a szövegben, hogy a reklámok igyekeznek sugallni: sikeres emberhez szólnak. Aki még sikeresebb lesz, ha a reklámozott terméket veszi meg. Nem véletlenül mondják a hozzáértők – lassan már közhely lesz belőle –, hogy egy politikust, egy politikát reklámozni szakmailag ugyanaz, mint egy mosóport. Mo-

sóporreklámból pedig nincs hiány. Ugyanis ha valami igazán megnövekedett hazánkban, akkor az az egy főre eső reklám. Nyugaton örülnének a kereskedelmi televíziók, ha meg tudnák közelíteni azt a reklámmennyiséget, amit a magyar közszolgálati televízióban el kell szenvednünk. De se baj. Legalább megújul a nyelvünk. Ilyen szavakkal gazdagodtunk, hogy szilanzál, kalgonizál, bifluorid, liposystem, hypoallergén, triclosan. A néző rögtön úgy érzi, mintha már csatlakozott is volna Európához, hiszen az ottani televíziókban is ugyanezek a reklámok szerepelnek, ugyanezekkel a szavakkal. Persze, időnként le is fordítjuk őket. Akkor születnek a „frissesség szárnyalása” típusú kifejezések.

A fejlődés pedig megállíthatatlan, mint a mélymosóhatás mikroterjedése. Régen öszznépi gúnyolódás tárgya volt a szocialista reklám, a Cipőt a cipőboltból! felszólítás. Mennyire más most, amikor betörték a legmodernebb és legrafináltabb nyugati reklámtéchnikák, és ilyeneket hallhatunk: „Vegyen Philips Matchline Super Widescreen-t.” Meg azt is tudjuk, hogy az a jó reklám, ami olyan frappáns, hogy egyből megmarad az ember fejében. Erre a L'Oreal-nak vannak a legkiválóbb példái: „plenitüd akszion liposom loreál szemkontúrkérmzselé, ami a laboratóár gárnyie párizs terméke.” Ukrajnában is hat már az új módi. Csernobil környékén a reklámban Mása csak az egyik fejét mossa hagyományos samponnal.

De a reklámokból a hölgyekről is sok újat tudhatunk meg. Például, hogy más a ph-értékük. Teljesen egyedi képet sugallnak a nőkről, akik állandóan „azokkal a nehéz napokkal” vannak el-

foglalva, és fantáziájuk helyett legfeljebb betétjük szárnyalhat. Láthatóan akkor a legboldogabbak, ha mosogathatnak, vagy moshatnak. Akkor van orgazmusuk, ha férjük és gyermekük jó bűdösen és koszos ruhában jönnek haza a baseballedzésről, netán a golfzásból, és ismét nekállhatnak mosni. De ne hagyományos mosóporral. De hogy ne csak háztartási robotnak képzeljük a nőt, így anyák napja környékén, abban április végén *Frei Tamás* Dossziéja is segített nekünk. Kiderült, hogy a beleváló anyuk az USA-ban rendőrként halomra lövik agyon a bűnözőket. Lehetőleg a fejükre célozva, mert az a biztos. Vagy Izraelben egy tankot vezetve gázolják le az ellenséget. A magyar nőt pedig egy európai karriert befutott pornószínészt képviselte. Ez persze csak nekünk újdonság, hiszen a német kereskedelmi adókon minden héten láthatunk legalább egy budapesti szexkörképet. (Bár újabban már a közbiztonságunk is népszerű téma arrafelé.)

Természetesen mi egészen más nőket ismerünk. Biztosan azért uralkodtak el rajtuk a szürke hétköznapok, mert nem engedik, hogy az Oriflame szint vigyen az életükbe. Pedig színe-sebbé tehetnék napjaikat a Colour Performance Decor kozmetikai sorozattal. (További információkért forduljanak Oriflame-disztribútorukhoz, vagy hívják a (06-80) 333-334 -es telefonszámot.)

Politikai reklámjaink pedig felhasználják ezt a hatalmas tapasztalatot. Az MSZP választási klipben *Horn Gyula* nem csupán elmondja, hogy „Az átalakulás célja végre az, hogy a társadalom többsége legyen a piacgazdaság nyertese. Milliók hite szerint csak az MSZP képes az egész társadalom javára működtetni az országot.”, hanem az *Európai úton európai módon* felirattal is megtámogatják a mondanivalót. Nekem mégis valóságghű őszinteségéért tetszik ez a reklám. A mi Gyulánk ugyanis ezt a két mondatot is olvassa. „*Tschibo, a legtöbb, mi adható.*”

Elméletileg a közszolgálati rádió-és televízióvitáknak kellene legjob-

ban reklámozni a pártokat. De hát ez inkább vicc, mint reklám. Rádásul késő este sugározzák, mint április 27-én, vagy kicsit korábban, mint 30-án a közbiztonságról. De hiába izgatja nagyon ez a téma az embereket, ha egy időben adják a Rex felügyelővel. Ő pedig még *Friderikuszt* is legyőzte. (Én is azt nézem. Azért a vitát is felvettem.) De mit lehet elmondani négy és fél percben a mezőgazdaság, területfejlesztés, környezetvédelem témakörben? Igaz, hogy ez a három terület összetartozik, de van-e ember, aki egyformán ért mindegyikhez? Rádásul képes tőmondatokban beszélni. És megküzd a szokásos közszolgálati csúsztatással. Ugyanis az Aktuálisban megszokott módon a nézőt egy bevezető kommentár „állítja be”. Tehát csak a szokásos kormánypárti sikerpropaganda után jöhetnek a pártok. Érdekes módon ezt eddig csak *Kósa Gyula* kritizálta. De hát nem itt tartanának az ellenzéki pártok, ha értenének a médiához – gondolta a néző. Azon viszont nem lepődött meg, hogy a kormánypártiak igen siralmasan szerepelnek, hiszen sosem a szakértelműkről voltak ismertek. Csak ennek a reklámjáról.

A reklám pedig akkor leghatásosabb, ha nem direkt, hiszen az emberekben egészséges védekezés alakult ki velük szemben. Ezért írják ki például a Tix-reklámklipben, hogy ez „*valódi riport*”. De a médiatörvény tiltja a bújtatott reklámot, és kötelezővé teszi, hogy külön blokkban sugározzák őket. Azt is tiltja, hogy a kormányiszervek direkt finanszírozzanak politikájukat népszerűsítő műsorokat. Ezért lett botrány a kormány által pénzelt, bújtatott NATO-kampányból. De azt már nem tiltja, hogy ismeretterjesztő műsorokat tartson fel és el a kormány, például a Nap-keltében. Miként az Agrárpercek című műsort. Tehet arról az a szerencsétlen szerkesztő, hogy állandóan *Nagy Frigyes* minisztert szerepelteti benne a tárcája, és mindig vele mondatja el azt a sok jót, amit a kormány tesz az ágazat érdekében? Ha valaki rendszeresen nézi ezt a műsort, talán nem is érti, mi problémája lehet a parasztságnak, hiszen a miniszter állandóan arról beszél, hogy mekkora támogatásban részesülnek. De hogy a koalíciós partner se maradjon ki, előbb a NAT-kele, majd annak végeztével az Iskola az ezredfordulón sorozat nyújtott kiváló lehetőséget Magyar Bálint-

nak, hogy a magyar oktatás, főleg kedvenc Sulinet-programjának mentora-ként mutakozhasson. Dicséretére legyen mondva, időnként kimarad az adásból, például április elsején a Lauder-óvoda bemutatásakor, vagy átengedi másnak a képernyőt. (*Polinszky Mártának* április 22-én.) De ha valahol egy számítógépet és egy gyereket látunk a képernyőn, jó esély van Magyar Bálint felbukkanására is. Ezért rég szórakoztam olyan jót, mint az *április 23-i Mancsban* *Eörsi István: OptiPista (Kulturális diliberalizmus)* című írásának olvasása közben. *Eörsi* szerint „*Magyar Bálint némileg belepistult a saját forradalmi jelentőségű Internet-konceptiójába.*” Mindenestre az SZDSZ reklámja egyszerű sémára van felépítve. (Biztosan a híres szürkeállománynak szól.) Magyar Bálint kijelenti, hogy „1994-ben x hallgató járt egyetemre, 1998-ban már y. Ehhez kellett az SZDSZ. Hogy tartsuk a jó irányt, ehhez kell az SZDSZ.” *Lotz Károly* ugyanezt, csak telefonokkal. *Kunze Gábor* viszont valamiért kimarad. A polgár pedig – csak úgy – elgondolkozik. Csak nem azért, mert a bünyözés még a tanulás költségénél és telefondíjnál is nagyobb arányban nőtt?

Az elfogulatlan közszolgálati pr leg-szebb gyöngyszemét is a Nap-keltében láthattuk 27-én. Az MSZP oktatási központjában jótékonykodtak a miniszterfeleségek. Ha nem kellene komolyan venni hazánk első számú televízió-csatornáját, tulajdonképpen röhgősre ingerlő lenne az a szocreál-újburzsuj stíluszavar, ahogy a elvtársnőkből naccságos asszonyokká rekreált káderlányok masszívan fel-smukkozva konyhatündérkednek idei kiskosztümjeikben.

De hát honnan tudnák, hogy ilyen alkalomkor délutáni koktérluhát kellenek viselniük? Miként *Katona Béla* exminiszter sem értesült róla, hogy az emberek ilyenkor zsakettet viselnek. (Ezt a Habsburg-esküvőkön tanultam.) A libamáját mindenestre kispórolta a bélszín Budapest módra ragujából, mert szerinte ez egy szegény város. (Csak bélszínre telik.) Azt sajnos csak az Internettós vitából tudtam meg, hogy egy mozgássérült gyerekeket üdültető alapítványnak gyűjtöttek. A műsorból csak az derült ki, hogy *Kökény Mihály* kedvence a saláta és a szárnyas. Ezért neje Lucullus-salátát és aszalt szilvával töltött pulykamellet készített. *Kósáné Kovács Magda* pedig

húsleveset. Ezzel meglepett. Tudniillik egyszer *Lakat T. Károly* szerkesztő már készített vele egy olyan pr-műsort (tavaly május 20-án), ahol a hölgy kifejtette, hogy „*tökfőzelékben Európa-első vagyok*”. Az viszont nem volt meglepő, hogy *Horn Gyuláné* (Kicsit hasonlít a sokat jótékonykodó *Horthy Miklósnéra*. Hogy mit kapott ezért az álszent magatartásért *Purgly Magda* a korabeli liberális sajtótól!) megnyitó szavait úgy olvasta fel.

Azért a férje sem panaszkodhatott. Egy héttel a választások előtt ő állt a Nap-kele újságíróinak keresztüztüében, hogy megtudjuk, milyen volt az elmúlt négy év, és milyen lesz a következő négy. Vagyis megelölegezték neki. De kemény kérdéseket kapott. Például, hogy mit tart a legnagyobb sikerének. De egy dolgot már elfelejtettem. Állítólag parlamenti programbeszédében vért és könnyeket ígért hazánk lakosságának. És így rögtön értelme lett, hogy a múlt heti cikkembe beavatkozt a nyomda ördöge. Eredetileg azt kérdeztem utolsó mondatomban, hogy a végkielégítés felvétele után marad-e a kormány. Ebből lett az, hogy „*marad-e valami utána?*”. Marad. A vér és a könnyek.

De néha én sem állom ki a Tix-próbát, mert tévedtem, az USA-t csak az érdekli, hogy jól kiszolgálják a bennszülött politikusok. Ezért aztán kiváló segítség volt a szocialistáknak a magyar kampányban a NATO-tagság megszavazása. Miként Horn véletlenül éppen most átvett német kitüntetése. Ki is használta a közszolgálati ennek a reklámértékét. Ebben a NATO-idillbe robbant bele az újabb, politikusnak szánt bomba.

Ennek hatását még nem ismerték a közvélemény-kutatók, a közszolgálati elmúlt heti főszereplői. Nem is győzték ismételtetni az MSZP érdekét, hogy csak négy pártnak van esélye a parlamentbe jutásra. A nemzeti érzelmű polgár pedig elkezdett számolni. Ha a „kicsik” közül az erre legesélyesebb MDF megkapja az öt százalékot, akkor az legalább 22 képviselőt jelent. Ezzel már biztosan megvan a többség, lehet kormányt alakítani. Enélkül pedig hiába második a Fidesz és harmadik az FKGP, kisebbségben maradhatnak. (A MIÉP-pel viszont nem alkotnának kormányt.) Tehát a másik két ellenzéki párt akkor járna jól, ha potenciális szavazóinak egy része is az MDF-re voksolna. De miért hallgatják el ezt előlünk? ■