

A KOR GYERMEKE

A beszélgetésünk rendhagyó, mint ahogy Sas István személye és pályája is. Az interjú során önmagát, mint individuumot folyamatosan háttérbe szorítja. Nem önmagáról, hanem a reklámról akar beszélni. Igaz ezt úgy teszi, hogy sokkal többet megtudok róla, mintha valóban a kérdéseimre válaszolna.

Egy kor gyermeke. Önmaga bevallása szerint is. Egy olyan koré, ahol első ránézésre talán nem sok értelme volt a reklámfilm készítésnek és mégis fontosabb esemény volt egy-egy új reklám megjelenése, mint az aznapi híradó. Jó időben jó helyen. Talán ez a kulcsa a sikeres pályafutásnak. "Természetesen úgy tűnhet, hogy egy nagyon jó pillanatban hirtelen belecsöppentem a reklám világába. De éppen ez a lényeg! Nem csak az egyéni ambíciók segítettek, hanem a kor maga. Mivel ez a kor volt az, amikor kézzel foghatóan véget ért a "cipőt a cipőboltból" korszaka. Ez volt az a kor, amikor a reklámnak tényleg volt valami értelme, kezdtek odafigyelni a műfajra, és több lehetőség volt reklámfilm készíteni."

Kezdem azt hinni, hogy a reklámszakmába csak véletlenül lehet bekerülni. Legalábbis akik a rendszerváltás előtt kezdték a szakmát, mind azt mondják, hogy egyszercsak a szakma közelében találták magukat, de nem volt semmi tudatosság a pályaválasztásban, csak így alakult. Így volt ez Sas Istvánnal is. Pszichológia szakon végzett, a TV-ben dolgozott és filmrendező szeretett volna lenni. Aztán mind hármat elkerülve került a filmgyárba, a Reklám és Propaganda Stúdióba. Így nyílt lehetősége arra, hogy reklámfilmeket készítsen. Egy olyan korban, ahol a legtöbben féltek a reklámtól, ahol a műfajnak nem volt túl jó presztízse. Különösen a reklámfilmnek, amit olyan emberek készítettek, akik játékfilmet akartak, de nem engedték őket.

Sasnak éppen ezért tetszett meg. Egy műfaj, amelyet újra fel lehetett fedezni. „Miután egy olyan környezetbe kerültem, ahol senki nem csinálta ezt szívesen, nekem megtetszett a dolog. Próbáltam kicsit más szemlélettel, kicsit jópofábban, az emberekhez szólóan közelíteni a reklámfilmhez."

Az, hogy szinte egyedülként készített reklámfilm, még kevés a sikerhez. Csak azért, mert nincs más, nem emlegetik még harminc év múlva is *Hurkagyurkát*, és jó apám se mondogatná időről időre, hogy abban a chemotox reklámban az a csaj... az tényleg tudta *mitől döglük a légy*. De ami egészen biztos, hogy Cannes-ban díjat nyerni nem lehet csak azért, mert valaki magányos farkas hazájában. Hogy mi a titok? „Nekem egyetlen ráérzésem volt, és ebből éltem harminc éven keresztül. Ez pedig úgy szólt: nem kell ezt a műfajt olyan véresen komolyan venni. Ha az emberekhez kedvesen akarunk szólni, akkor nem szabad egy tárgy jelentőségét az egekig emelni, kozmikussá növelni, mert akkor az emberek utálni fogják. Ezért már az első három filmemben ez a kedves, összekacsintó, jópofa kommunikáció segített abban, hogy elfogadják és szeressék az ilyen típusú reklámokat. Az első reklám filmem az "Ezt nem adom, ez disznósajt". Ezután jött az "Én tudom, mitől döglük a légy". Majd egy állami biztosítós tanulmányfilm, amely egy virágcserep leesésének történetét dolgozta föl. Ez a

három film nagy feltűnést keltett, az első ilyen film Cannesban díjat is nyert, a másik kettő televíziós esemény lett. Úgy mondták: az egész város erről beszél.”

Az egyéni ambíció mellett, ahogy Sas is mondta, a kor is segítette. A nemzetközi hírnév nem csak neki, de az egész országnak, sőt talán az egész keleti blokknak is szólt. Ez persze nem vesz semmit el Sas István reklámfilmjeinek az értékéből, és ezt ő is tudja. „Én egy kornak vagyok a gyermeke. Ez a kor lehetőséget adott arra, hogy mindent feltaláljunk. Magyarországon a reklámnak nem volt előzménye, csak a háború előtt. Aki ebben a korban dolgozott, annak nagy szerencséje volt, hogy újra mindent feltalálhatott. De nagy felelősség is, mert versenytársak nélkül könnyű volt eltévedni egy ilyen korszakban. Azt hiszem, tényleg nagy dolog, hogy ebben az időben a nagy versenyeken Magyarország lepipálta a nyugati országokat. Ennek nem az volt az oka, hogy ennyivel tökéletesebb filmet csináltunk, mi MÁS filmet csináltunk. És erre a másásra figyeltek föl, úgy, ahogy ma felfigyelnek az indiai filmre.”

Gondolom felmerül sokakban a kérdés, hogy ha valaki saját bevallása szerint is „a kor gyermeke” mihez kezd, ha eltűnik a kor, amely megteremtette. Maradhat-e ugyanaz, és csinálhat-e mindent ugyanúgy, mint eddig? Nem. A rendszerváltás Sas életében is változást hozott. '89-ig elkészített 3000 reklámfilm, majd szinte egyik napról a másikra, otthagya a szakmát. „Jött egy korszak, mikor azon vettem észre magam, hogy – 3000 reklámfilm elkészítése után – egy reklámfilm elkészítése során három sorban ültek mögöttem a szakértők, és mind beleszóltak abba, hogy én mit csinálok. Ezen a napon én abbahagytam a reklámfilmkészítést. Úgy éreztem, hogy kommunikálni nem lehet közösen. Nem lehet társaságban csinálni ezt a műfajt. Ez nem azt jelenti, hogy nem hiszek a kollektív alkotásban, nekem is remek stábom volt, de alkotni egy valaki tud. Kell egy vezető. A művészetben ez a fajta demokrácia nem működik. Ez látszik a mai filmek színvonalán, és ez gyötri a mai tehetséges reklámfilmeseket is, hogy kénytelenek ilyen nagyon szoros kontroll mellett dolgozni.

Tehát tíz éve abbahagytam a reklámfilmkészítést. Elkezdtem hosszabb reklámok, nagy referencia, pr filmek készítésével foglalkozni, amiben kezdetben sok örömet leltem. De ebből is ki lehet öregedni, mert ha az ember már nem érzi a célközönség elvárásait, akkor nem szabad tovább csinálni.

Ezt követően hosszabb ideig a médiában voltam vezető, de az nem okozott örömet. Most pedig alapítottam egy iskolát egy társammal, amit úgy hívnak, hogy Kommunikációs Akadémia. Ez egy másoddiplomás képzés, amit nemzetközileg is elfogadnak. Most ment ki az első végzős évfolyam 25 hallgatója. És én ezzel legalább olyan boldog vagyok, mint azzal a 3000 reklámfilmmel annak idején. Ugyanazt az örömet megtalálom benne, és ugyanazt a sikert is érzem, csak másként.”

Nem véletlen hogy elsősorban nem önmagáról akart beszélni Sas István. Lehet, hogy igaza van, és nem az ő pályájából, életéből, sokkal inkább tapasztalataiból lehet tanulni. Ezt adja most tovább az Akadémián, és ezt

akarja tovább adni jövőbeni terveiben is. „Egy éve nagyon belelkesedtem, hogy ennek a sok-sok tapasztalatnak az eredményeképpen könyveket írjak. Tankönyvet is, meg egyéb könyvet is. Nagyon sok hasonló könyvet végignézegettem Amerikában járva, és olyan erő buzog bennem. Talán még ebben is le tudnánk pipálni őket, pedig nekik azért sokkal nagyobb az elméleti háttérük. Van mit itt észrevenni. Ez nagyon izgat.”

Ahogy terveiről beszél, érthetővé válik, hogy nincs hobbi: „Nem azt akarom mondani, hogy a munkám a hobbim, mert ez nem igaz, de olyan sokféle dolgot csinálok, hogy egymáshoz képest hobbiszámba megy mindegyik.”