

## OKOSTOJÁS

Kaszás Gyuri az adrenalin szintet növelő napi vidám játékaik számbavétele után azon kesereg, hogy Magyarországon nincs használható reklámkritika és nincs egy Bob Garfieldhez hasonló, jól felkészült kritikus. Nos a Kreatív most némi keresgélés után rátalált egyre. **Tóta W. Árpád** „ráérezte” a reklám lényegére és ráfikázott szokása szerint.

A „Hordómese” c. eszmefuttatásának mély filozófiai fordulataival most nem foglalkoznék, csak azzal a rövid közbe-„szúrással”, ami a kritika tárgyától függetlenül sebzett meg néhány vétlen „arra járó”, mondván:

*„...ilyen reklám csak egy jut eszembe: az, amikor az akkor még nyilván találmányos osztálynak nevezett részleg elvtársai kitalálták, hogy a Centrum Áruházba legjobb lesz bevinni egy medvét, és aládörmögni, hogy „cipő-ruha garmadával, olcsóbb lett egy harmadával”. De úgy tudom, hogy azokat a kontraszelektált elvtársakat rég eltiltották a közszerepléstől.*

Tisztelt Népi Kritikus úr! Örülök, hogy e néhány sor még közel 30 év után is a fejedben zümmög, de nem jól emlékszel! Nem a Centrum, hanem a Skála áruház reklámja volt. A „találmányos osztály” valóban létezett. Ez volt az első Magyarországon, amely hihetetlen bátorsággal kreatív produktumokat tett le az asztalra már akkor, amikor ezt a szót, hogy „kreativitás” még a szánkra venni sem mertük. De ez nem fáj. Az ostoba sértegetés inkább!

Décsi Gyula, aki ezt a reklámot kitalálta, nem „elvtárs” volt, hanem egy fantasztikusan sziporkázó kolléga, akiről korai elvesztése után egy díjat is alapítottak a tehetséges fiatal kreatívok jutalmazására. „Kontraszelektált elvtárs”-nak én a magam részéről a versecske szerzőjét sem titulálnám. Úgy hívták: Romhányi József. A Mézga család, a Flinstone szövegírása és néhány „gyatra” opera-fordítás mellett - emlékszem - imádta ezt a lehetőséget. A reklám zenéjét fémjelző Sebő Együttest sem tartanám „kontraszelektált elvtársnak”, - reméljük nem fognak erről a Kreatív hasábjairól sem értesülni. Namármost mi van a többi „kontraszelektálttal”, akiket rég „eltiltottak a közszerepléstől”? A reklámosztály vezetőjét speciel nem, őt inkább kinevezték a Reklám Világszövetség alelnökének. Remélem e régi „elhibázott megrendelői döntése” miatt talán még megmaradhat közszereplőnek. Jómagam, aki ezt a butuska filmet rendeztem, szerénységem folytán nem hozakodnék elő a harminc évvel ezelőtti találmányos botlásom okán sem magyarázkodással sem a közszerepléstől való visszahúzódásom fájó érzésével.

A sebek nyalogatása után azonban hadd adjak egy jó tanácsot Neked és bárkinek, aki reklámkritikára adja a fejét. A reklám nem autonóm műfaj! A szerzői nem megvilágosodott emberek, akiknek halaszthatatlan belső mondanivalójuk van a társadalom számára. **Az általad „gyámoltalannak” nevezett célcsoport sem teljesen hülye. Ők nálad jobban tudják, hogy milyen is ez a kommunikáció, amiben részt vesznek. A kritikustól eltérően ők a reklámtól elfogadják, hogy reklámozni akar és nem mást, mondjuk előadni a Parainesist. Ezért pontosan értik, hogy a reklám mit mond és közben mit akar mondani.** Mint a klasszikus viccbe, amikor a Jancsi megkérdezi a Juliskát, hogy „hazakísérheti -e”. Mire a Juliska így válaszol: „Meg!”

A medvetánc-reklám az első hazai téli-vásárt beharangozó reklám volt. Bátran vállalom, hogy hasonlítsuk össze a mai hasonló produkciókkal. Ha Neked még mindig nem tetszik, arra pestiesen azt mondom, „sag'schon”. Az „elvtársozásért” viszont kedvenc kritikussom Megyesi Gusztáv frappáns zárómondatait idézve meg azt mondom:

„Kapt be!”

Üdvözlettel:

Sas István