

Cseh Katalin kólát iszik

2019 augusztus 20. Flag

Szöveg méret

90
Mentés

- 0

5

Átlag: 5 (1 szavazat)

Mérték

Az ?szinteség teljes hiánya. Ez itt a probléma.

Miután több jobboldali, vagy ha úgy tetszik, konzervatív ember nyilvánosan kifogásolta a Coca-Cola szemforgató reklámját, biztos voltam benne, hogy két politikus – elnézést, ezt idéz?jelbe kellett volna tennem –, tehát két „politikus” azonnal elkezdi magát fényképeztetni egy üveg kólával. Cseh Katalinra és Donáth Annára tippeltem. Csak félig találtam el, viszont Cseh Katalin bohócszáma annál is mókásabbra sikerült, mint amit t?le várni lehetett.

Mivel kicsit bosszant, hogy Donáth Annával kapcsolatban nem tippeltem tökéletesen, azért muszáj megjegyeznem, hogy annyira mégsem szidhatom magam. Nem tévedtem olyan nagyon, csak kicsit. Ugyanis, ha kólás reklámfotót nem is tett ki, az üggyel kapcsolatos meglátásait azért szerencsére megosztotta szerény rajongótáborával. Meg hát most családi meg saját ügyekkel van elfoglalva, érthet?, ha nincs ideje kólásüvegekkel fényképezkedni.

Na, de itt van nekünk „Katka”. ? az a „politikus”, akinek a legköznapibb tényeket sem hisszük el. Ha azt mondja, kedd, elbizonytalanodunk, hogy nem szerda van? Mert minden természetesség hiányzik bel?le. Mint egy rossz segédszínésznél. Nyilvánvalóan nem fogok most egyetlen színészt sem megbántani, de ismerünk egyet-kett?t, akik akkor sem tudnak hitelesen eljátszani egy részeg embert, amikor – a színészi etikát kicsit félretéve – éppen részegek a színpadon. Tudjuk, hogy Cseh Katalin orvos és mégis nehezen hihet?, hogyan tudott mondjuk sikerrel letenni egy anatómiaszigorlatot. Na most, ? egy fiatal n?, miért ne ihatna light kólát? S?t, feltehet?en tényleg szokott inni. És mégis, a fényképen olyan ügyetlenül vigyáz arra, hogy jól el lehessen olvasni az üveg feliratát, olyan szerencsétlenül próbál sokatmondóan mosolyogni, hogy olybá t?nik, mintha életében el?ször venne a kezébe egy kólás üveget.

Az ?szinteség teljes hiánya. Ez itt a probléma.

És akkor csak a fényképnél tartunk. Cseh Katalin úgy gondolja, hogy minden, amit ? csinál, annak önmagán túlmutató jelent?sége, súlya van. Ha vonattal utazik, akkor környezetet véd, ha repül?vel, akkor a légitársaságokat leplezi le, ha kólát iszik, akkor éppen szabadságharcos, egy n?i Che Guevara néhány perccel a Santa Clara bevétele el?tt. Csak ezt – egy tekintetet, egy gesztust – valahogy hitelesíteni kellene egy személyiségnek is. Ami meg, ugye, sajna nincs. Ha meg elolvassuk a szöveget… na, de olvassuk is: „a következ? pár napban a szokásosnál kevésbé leszek elérhet?, nem fogok annyit reagálni a világban történ? eseményekre, mint eddig. Egy kicsit visszavonulok pihenni, töltekezni, inspirálódni, hogy ?szt?l újult er?vel vághassak újra neki a munkának. Pihenjetek ti is picit, legyetek boldogok, szeressétek egymást!” És utána az elmaradhatatlan mosolyjel. Oké, rendben, megy nyaralni, rendben. De miért nem ezt írja? Mert hát ? ugye nem egyszer?en nyaral. ? töltekezik! S?t, egyenesen inspirálódik. Inspirálódik. Cseh Katalin. Hát persze. Amit ? csinál, annak mindig, minden pillanatban súlya van, mindig több, mint amit más, egyszer? ember csinál. A világot persze sajnálom, mondjuk, így Salvini sem fogja megtudni, mit gondol „Katka” az esetleges olasz rendkívüli választásokról, nem beszélve Trumpról, aki valószín?leg fontos visszajelzést kaphatna a kínai kereskedelmi tárgyalásairól.

Azért voltam benne biztos, hogy Cseh Katalin megjelenik majd egy kólásüveggel, mert ha van ellenzéki politikus, aki képtelen átlátni, hogy ezzel hogyan válik egy multinacionális cég tudatos reklámtervének a részévé, akkor az ?. Aki nem látja át, hogy most a kólánál egy vezet? éppen röhög rajta, s?t, akár vezet?k röhögnek rajta, hogy ugye megmondtuk, lesz még egy kis ingyenreklám a célközönségünknek. Hogy Cseh Katalin az az ellenzéki politikus, aki tényleg nem látja át, hogy a kóla semmit nem tett senkiért, csak egy hazug szerepet játszik. Úgy tesz, mintha egy szerintük nehéz helyzetben lev? csoportot, kisebbséget, közösséget stb. védene, csakhogy a melegek erre nem szorulnak rá – Magyarországon sem –, hiszen senki nem bántja ?ket, ahogy most sem, az elmúlt napokban sem. A kólás cég meg tét nélkül okoskodni próbál. Nem akarja beérni azzal, hogy elmondja: ebben a kólában kétszer annyi a szénsav, abban meg már annyira nincs cukor, hogy valósággal fogyaszt, nem, mert a világról is el akarja mondani a gondolatait. (Nagyon megmaradt bennem, amikor egy másik multinacionális cég sajtósa egyszer felhívott és találkozót akart kier?szakolni. Nem akartam vele találkozni, erre a végs? érve az volt: olyan szívesen mesélnék cégünk filozófiájáról. Gyorsan letettem a telefont, mert így sikerült megállnom, hogy ne mondjam azt neki: te szerencsétlen, filozófiája Nietzschének volt, nektek meg gyorsfagyasztott valamitek.)

Jut eszembe, úgy általában nem voltak túlságosan aktívak a világjobbításért harcoló nagy cégek Franciaországban nagyjából harminc évvel ezel?tt, amikor valóban volt tétje, amikor a (francia) társadalom valóban a melegek ellen fordult. Nem nyíltan, de eléggé érezhet?en. Ugyanis akkor volt az AIDS-pánik, ráadásul ott aztán ez a betegség tényleg minden embert érintett, azokat is, akiknek akár életükben nem volt senkivel szexuális kapcsolatuk. Az újszülötteket is. Emlékezzünk csak a vérbotrányra, amit a szocialista miniszterelnök, a f? felel?s, Laurent Fabius valahogy csak-csak megúszott. A nyolcvanas években az állami vérellátó intézet figyelmetlensége miatt közel két éven át sok beteg ember HIV-fert?zött vért kapott a vérátömlesztésnél. Hivatalos adatok szerint öten meghaltak –

más jelentés szerint jóval többen –, és persze rengetegen súlyos betegek lettek. A francia társadalom pedig enyhén szólva nem szimpatizált a HIV-beteg emberekkel. Ezért az állam toleranciakampányba kezdett. Egy létez?, valódi problémát próbáltak megoldani. Az egyik plakáton például egy nyolc-tíz éves kisfiú azt mondta az óvodástársának: Nem fert?zök, bár HIV-beteg vagyok – de azért ugye játszol velem? Lehet, hogy én emlékszem rosszul, de akkor a nagy cégek nem lökdösték egymást, hogy felkerülhessenek az ilyen óriásplakátokra…

Nem, jobb a tét nélküli áljótékonykodás és a konyhai bölcselkedés. Love is love. Mennyire beleillik a sorba: kihívás, csapat, míting s a többi. Love is love. Mintha bárki is állította volna az ellenkez?jét.

Hiszen ezek a „gondolatok” is milyen termékeny talajra hullanak. Ha egy magyar ellenzéki uniós képvisel?nek ismét csak nem jut eszébe semmi amellett, hogy töltekezik és inspirálódik, máris jöhet a reklámfénykép. És nemcsak Cseh „Katka”, hanem a sok pártot megjárt zuglói cs?dember, Karácsony Gergely is megszólalt ezzel kapcsolatban, legalábbis a Facebookon. Nem beszélve Ujhelyi Istvánról, akir?l viszont tényleg nehéz elhinni, hogy a kóla a kedvenc itala.

A cég ötlete persze az volt, hogy ha az kiabálják, mint egy szépségkirályn?, hogy VILÁGBÉKE, (illetve egy divatosabbnak gondolt közhelyt), akkor a téma és gondolat nélküli ellenzéki politikusok majd annyi ingyenes fotóreklámot adnak nekik, ami a megvásárolt plakáthelyek sokszorosa lesz. És viszik a termék hírét. Reklámozzák a reklámot. ?szintén: nem volt igazuk azoknak, akik ezt kitalálták? Nem tippeltek helyesen?

Helyesen tippeltek, igen, vannak *csehkatkák*. De igazuk nem volt.

Gábor László, az Origo f?szerkeszt?je - www.888.hu

Tisztelt olvasók!
Legyenek olyan kedvesek és támogassák "lájkukkal" a **Flag Polgári Magazin** Twitter oldalát a következ? címen: https://twitter.com/syracuse73. illetve a Facebook oldalát pedig az alábbi címen: https://www.facebook.com/flagmagazin
- Minden "lájk számít, segíti a magazin m?ködését!

Köszönettel és barátsággal!

www.flagmagazin.hu



Ajánló