

Seholsincsország

avagy a szabadság Fata Morganája

A filmreklám a 20. század egyik alapmetaforája, legalábbis annyiban, amennyiben az önkorlátozó fogyasztói társadalom tükörképe, s a mindennapi élet legfontosabb kereteinek egyike.

A reklám olyan mozgó, tradicionális vizuális sémákra épülő képkomplexum, amely minden gondolkodási területet, a térben és időben legtávolabb elhelyezkedő legkülönbözőbb kultúrákat, sőt a privát élet legváltozatosabb szintjeit is gyorsan, dinamikusan sajátítja ki. Egybemos, nivellál, egy mezőre helyezi a magas- és tömegkultúrát, az esztétikumot és giccset, értéket és értéktelent, hogy sokkoló, emlékeztető rejtett agresszivitással az egyetlen értelmezés lehetőségét sugallja: *vásárolj!* A filmreklám jel, pontosabban jelhiány, valaminek a helyében áll: az ember szellemi-lelki-érzéki tökéletességének alacsonyabb szintje, a magasabbrendűség, kiválasztottság illúziójának tetszelgő köntösében. Az epigrammaszerű rövidség így koncentrálna emblémává e rádiózó képeket, az emberi teljesség elvesztésének érzelmi-manipulatív pótlékait. A filmreklám az emberi kultúrák Éden-képzetének profán újraképződése, a hagyományos mitológiai ősképzetek (archetípusok) kétségbeesett lecsapódása. A hétköznapi mitológiai archetípusok (fény, harmónia, szépség, kert, a test misztikuma, tökéletesség, teljesség stb.) a vad világot elfogadhatóvá, zárt-áttekinthető renddé szervezik, amely megismerhető, átlátható, irányítható. Tehát a boldog időtlenség eltölt és megtölt általuk. Szó-, hang- és képmágiájával (szűrt fény, telt napfény, arany-ezüst színek, meghökkentő szíkontrasztok, animálás, cliptechnika, virtuális valóság, videotrükkök) utópiákat rajzol a modern nagyvárosok, megapoliszok sűrű falaira, kietlen útvesztőibe.

A filmreklám a valóság fölé emel, a beavatottak tudásával, a bölcsesség/méltóságával ruház fel. Valójában mágikus szava-

ival, bűvös, misztikus mondataival a teljesség örömét, a kiválasztottság eufóriáját égeti belénk: jó, friss, tiszta, különleges, új, újdonság, lehető legjobb, kitűnő, a lendület ereje, csodálatos, minőségi, extra, egészséges, kímélő, férfiasan tökéletes, legkedvesebb, legjobb, feldob, kiemeli az étel valódi ízét, tuti tipp, ideális, teljes. Minden más valósággal szemben ez a valóság az egyedül üdvözítő: az igazi, klaszszikus aroma, könnyebb, egészségesebb, garantált, erős, biztonságos. Valóságos teremtő erő, isteni lendület, egy Új Élet dinamikája, animálja az élettelent: életet adó kincs, életre kelteni, szuper erő. Szabaddá, közvetlenné teszi érzéseinket, feloldja a gátlásokat, beemel az emberiség boldog körtancába: csípj fel!, csúcs ez az érzés!, legjobb ébredés titka, gyengéd, lágy, finom, meghódít, élvezd a hangulatát, egy szelet szeretet, kellemes érzés, kímélő. Lerombolja az idő korlátait, a misztikus időbe-időtlenségbe úsztatja életünk: a fájdó múlt eltűnik vagy nosztalgivá nemesül, a jelen és a belőle formálódó jövő örökké tartó nász: gyerekkor kedvence, régi idők új csokija, „az idő gyorsan röppöl, de valami erős és biztonságos”, korszakalkotó, legmodernebb. Az esztétizálás, a körülíró szépítések, az arisztokratikus hűvös szépség, a birtoklás „égi” erejét, a kínált valóság átruházható nemességét hirdeti: a különbség szembetűnő, gyönyörű nap lehet, visszaadja a természetes szépséget, igézően szép, csodálatosan tiszta, tökéletesen archoz simuló.

A megrakott méh nem tud a hátára fordulva repülni. A reklám a szabadság Fata Morganája a Seholsincsország fölött.

Szűk Balázs