

Híres- nevezetes Mi is az a népszerűség?

Molnár Csaba, az
EDDA menedzsere

Sportolóból
polgármester

Rendezvény szemle:

Critical Mass

Negyedik Köztársaság

BKF születésnap



TE HOGYAN CSINÁLOD?



EGYEDÜL...



KETTESBEN...



ERŐSEN...



VEGYESEN...

7 ZENEI HELYSZÍNEEN TÖBB MINT 300 HAZAI FELLÉPŐ, HALLGATÓBARÁT ÁRAKON



+

2009 **EFO'TT**
csak szabadon...
BAJA, július 14-19.

=

10 NAP
nyaralás
10 900 Ft-ért!

30Y,
AMBER SMITH,
AURÓRA, BELMONDO, COLOR-
STAR, COZOMBOLIS, BRAINS, DEPRESSZIÓ,
DÉVÉNYI TIBI BÁCSI, GANXSTA ZOLEE ÉS A KARTEL,
HEAVEN STREET SEVEN, IRIE MAFFIA, JACKED, JAMIE WINCHESTER,
JUNKIES, KALAPÁCS, KARTEL JAZZ, KAUKÁZUS, KISCILLAG, KISPÁL ÉS A
BORZ, KORDA GYÖRGY ÉS BALÁZS KLÁRI, KOWALSKY MEG A VEGA, LADÁNY-
BENE 27, MAGASHEGYI UNDERGROUND, OSSIAN, MAGNA CUM LAUDE, LUDMILLA,
MYSTERY GANG, POKOLGÉP, PÁL UTCAI FIÚK, NEO, QUIMBY,
RIDDIM COLONY, P.A.S.O., TÁTRAÍ & SZÜCS LATIN DUO,
RÓMEÓ VÉRZIK, ZAGAR, VAD FRUTTIK

NEO,
BRAINS,
QUIMBY

IRIE
MAFFIA,
ZAGAR,
AURÓRA

HEAVEN
STREET
SEVEN,
OSSIAN

30Y,
POKOLGÉP,
TANKCSAPDA,
LADÁNYBENE 27,
KARTEL
JAZZ

ZORALL,
SUPERNEM,
PÁL UTCAI FIÚK,
MAGNA CUM LAUDE,
COZOMBOLIS,
DEPRESSZIÓ,
COLORESTÓ,
KALAPÁCS

A legnagyobb hallgatói buli 1976 óta...

TOVÁBBI INFÓK: WWW.EFO'TT.HU



Fótámozgók



Veszprémi Rózsa



Kiemelt kommunikációs partner



OFFLINE



PESTI 311



Kedves Te! Igen, Te!

Szeretnél híres lenni? Mivel szeretnél kitűnni az emberek közül? Álmodtál már arról a bizonyos „vörös szőnyeges” csillogásról? Vagy a hideg ráz a celebektől?

A népszerűség kényes dolog, ám ma már egyre többször használjuk ezt a kifejezést. Arra voltunk kíváncsiak, hogy milyen az az ember, aki népszerűnek számít. Tudni szerettük volna azt is, hogy a híres emberek népszerűek-e, illetve hogy mikortól számít valaki celebnek. Menedzsert faggattunk, könyveket olvastunk, szokásokat elemeztünk, de még szakértőt is megkérdeztünk a jelenségről.

Ezen kívül minden ma népszerű dolgot, eseményt és jelenséget igyekeztünk érinteni. Ilyen a 4K, de a modellkarrier is ide sorolható.

A komm' e havi száma egy könnyedebb témát dolgoz fel, éppen azért, hogy a vizsgaidőszak előtt némiképp csillapítsa a kedélyeket.

Hiszen a május mindig olyan vegyes érzelmekkel tölti el a főiskolásokat. A nyár már a küszöbön áll, ám még előttünk a vizsgaidőszak. És bármennyire is szeretnénk, a Margit-szigeten nem lehet tanulni, és legtöbbször a csoporttársakkal való közös felkészülés is átcsap valami egészen másba. Persze ilyenkor mindig van valami jobb elfoglaltsága az embernek. Általában mindenki ekkor döbben rá, hogy hetek óta nem takarított a szobájában, de a vizsga előtti napon már a virágokat is meg kell locsolni, sőt meg kell nézni egy rég nem látott klasszikust a tévében, csak azért, hogy utána könnyebben menjen a tanulás.

Most tedd egy kicsit félre a könyveket, és merülj el a komm' népszerű világában!

ÁRGYELLÁN EDINA
FŐSZERKESZTŐ



GÓRCSÓ ALATT A NÉPSZERŰSÉG

15 perc hírnév

Emlékeztek még arra a kis ovis pajtásokra, akiknek már akkor is nagy volt a szája, és mindig ő volt a középpontban? Bizony, már kiskorban elkezdődik az a népszerűségi hajszja, amely a későbbiekben meghatározhatja lényünket. Igaz, hogy akkoriban még csak öntudatlanul, mondhatni ösztönösen indul be a népszerűségi gépezet, de később már tudatosan indítjuk be a motort.

No de mi is az a népszerűség? Mitől lesz valaki vagy valami népszerű? Mennyi idő kell a jó hírnév felépítéséhez? És mennyi a lerombolásához? Mégis: milyen árat fizetünk mindezért?

Mindig vannak aktualitások, amelyek éppen közkedveltek egy társaság körében: menő klub, ahova járnak; a legtrendibb ruhadarabok, amelyeket hordanak; kedvenc rendezvények, amelyeket látogatnak. Ez leginkább attól függ, hogy az adott kör milyen stílust képvisel.

De ami érdekes, az az, hogy mitől lesz pont az a klub a menő, az a ruha a divatos, és éppen az a rendezvény a legizgalmasabb. És máris ott vagyunk a dolog lényegénél.

Vajon ezeknek a tárgyaknak a népszerűségét is központi emberek határozzák meg? Mégis: hogyan alakul

ki, hogy éppen ki kerül reflektorfénybe egy adott társaságon belül?

Vannak született közkedvelt emberek. Akik már a puszta jelenlétükkel is felhívják magukra a figyelmet, s miután megvillantják megnyerő modorukat, esély sincsen rá, hogy bárki is elfelejtse őket. Mindenféle erőlködés nélkül válnak ismertté, náluk ösztönből forognak a kerekek.

Mások nagy árat fizetnek a közkedveltségért, hiszen tudatosan építik fel profiljukat. Ám sajnos, gyakran elhibázzák, s belesznek abba a tipikus hibába, hogy már nem velük nevet a közönség, hanem leginkább rajtuk. Mindennek ellenére ők ezt élvezik, és csak sziporkáznak tovább.

Egy harmadik csoport pedig inkább a hírhedtség tartja a populárisává válás eszközének Leginkább zű-

rös ügyeikről, megkérdőjelezhető eseteikről ismertek. Nekik mindig megvan a saját véleményük, amely természetesen minden esetben eltér az átlag véleményétől. És ennek nyilván hangot is adnak. Hogy is ne?!

Megint mások, a híres-hírhedtséget elvetik mint opciót. Nem szeretnek reflektorfényben lenni, sőt nem is ettől érzik magukat egész embernek. Elvannak a maguk kis világában, és számukra nem éltető erő, hogy mindenkit ismerjenek, hogy minden szembejövő hangoosan köszönjön nekik.

A mai világban közhelylété vált, hogy kapcsolatok nélkül az ember nem sokra megy. Nos, ebbe nehezen lehetne belekötni, ám fontos lehet, hogy azért senki se lépje át a – természetesen mindenkinek máshol húzódo – határait. Ettől színes a világ.

A népszerűséghez hozzátartozó, ám nivósznak semmiképpen sem mondható celebvilágról pedig csak annyit, hogy Andy Warhol már a hatvanas években megmondta: a jövőben mindenki szert tehet negyedórányi hírnévre.

SOLYMÁRI ILDI

KOMMUNIKÁCIÓ ÉS MÉDIATUDOMÁNY

Avagy miért is ilyen felkapott szak a miénk?

Telnek a másodpercek. Persze ilyenkor is relatív az idő. Nem, ez most nem olyan vánszorgó másodperces, ez most olyan, „úristen már megint eltelt két óra?” – féle időérzekeles. És akkor végül is becsukom a felvételi tájékoztatót, nem böngészem tovább a lehetőségeket. Már úgyszólván hónapok óta tudom, hogy melyik egyetemen hány embert vesznek fel, hogy melyik pálya mennyit fizet, hogy tavaly mennyi volt a felvételi pont. De most már tényleg csak meg kell jelölni. És végül is van ebben jövő, azt hiszem. És persze beszélni is szeretek. Csak jó lesz ez.

rek jó része a kommunikáció szóról elsősre csak a beszédre gondol. Persze hol más-hol tudnák ezt jobban, mint itt a BKF-en, hogy azért ezt a szak nem csak a beszédre van kihegyezve. Hétről hétre írjuk meg a több oldalas házidolgozatainkat a gyakorlatokra, tanuljuk meg Róka Jolán tanárnőnél, hogy a kommunikációnk több mint fele nonverbális jelekből áll, és még sorolhatnám. Röviden, hogy ez az egész nem csak beszéd.

Valószínűleg sok olyan fiatal jelentkezik erre a szakra, aki néminemű figyelmet szeretne, és ez persze így is van rendjén. Hiszen mi másra lenne szükség, ha nem exhibicionizmusra azon a pályán, ahol folyamatosan szerepelni kell, saját véleményyt alkotni, és persze azt elő is adni.

A kommunikáció és médiatudomány szak nemhiába népszerű, hiszen itt mindenkinek lehetősége van megmutatni, hogy mire képes, hogy mit gondol, így hát érthető, hogy nem véletlenül vonzza a fiatalok tömegeit.

KÓHALMI ANETT „NAP”



Valahogy így képzelem annak a néhány ezer ember java részének a belső monológját aki megjelöli a kommunikáció és médiatudományt va-

lahol az első három helyen. Ez a szak évről évre egyre több hallgatót vonz, népszerűségét valószínűleg annak köszönheti, hogy az embe-

VILÁG POLGÁRAI MŰVELŐDJETEK!

Jársz színházba?

Művelődés. Szórakozás. Kikapcsolódás. Az emberek sokfélék. Különbözőek. Mindenkinek mást jelent a szabadidő eltöltése. Az intenzitás, az élmény, az elvárás... Mindig. Mindenkinek. Más és más.

Könyv, újság. Film, mozi, DVD. Színház. Múzeum, galéria. Tulajdonképpen a végtelenségig sorolhatnám azokat a lehetőségeket, amelyek örömet okoznak, lazítási lehetőségként tekinthetünk rájuk. A 21. században gyakorlatilag minden adott ahhoz,



hogy jól érezd magad! Szándékosan nem említem a sportot, a barátokat és a természetet, mint alternatívát. A kultúra mélyebb bugyraiba kívánok alámerülni! Vajon a művészet mely ágával töltik az emberek legtöbb idejüket? És miért? Mi az, ami vonzó számukra, ami megkapó, magával ragadó? Egyáltalán, létez-

nek rétegműfajok? Vannak szokások, hagyományok? Ki mire járhat, mivel foglalkozhat, és milyen életkorban? Él bennünk még bármiféle koncepció?

Fekete vagy fehér. Igen vagy nem. Az intellektuális világában nincsenek konkrét válaszok, megoldások, amelyeket az emberek kézhez kapnak. Nem léteznek igazi, abszolút biztos pontok. Szubjektív terep. A művészet közös munka. Alkotóműhely. Létrehozók, befogadók, mind-mind rengeteg energiát fektetnek abba, hogy valami szülessen. Pár 10 vagy 100 oldal és egy közös „film”. Egy nagy nevetés, vagy éppen keserves sírás. A mindent elmondó taps. Katarzis. Flow. Ezek azok a tényezők, amik miatt olyan népszerű a kultúra. Most és mindörökké.

Színház. Talán az a hely, ahol ez mind megvalósulhat. Ahol akár néző, akár alkotó vagy, részese lehetsz a szuggesztív élménynek, a csodának. De mit is jelent a szín-

ház? Mi ez valójában? Templom? Játszóter? Erkölcsi fertő? Kupleráj? És ha ez mind? A színház maga az élet. Minden benne van, mindig. Ez az, ami izgalmas benne, ami miatt mindenki örömét lelheti benne. Annyiféle teátrum, előadás, színész, rendező létezik. Konzervatív? Klasszikus? Modern? Alternatív? Igen, ez mind lehet, külön-külön, vagy akár egyszerre is. Kell a varázslat? Egy kis segítség az álmokhoz? Az élethez? Merünk nagyot gondolni, valami másra, különlegesre vágni? Csak kevesen. De segít ebben is.

Ha ez így van, a színház ennyi mindenre gyógyír – márpedig ez az igazság –, akkor mi az oka annak, hogy sokszor, sok embertől – és olyantól is, aki ért hozzá, aki részese – hallani, hogy a teátrumok gyakorlatilag az ürességgel küszködnek? Nincs elég érdeklődő, támogató... stb. Nem elég népszerűek a színházak? A tapasztalatok azt mutatják, hogy az emberek igenis vágnak a színpad közelébe, a színházak légkörére, a színdarabokra, színészi alakításokra. Aki gyakran jár színházba, tudja, hogy gy előadásra sok-



szor gyakorlatilag lehetetlen jegyet kapni, már hónapokkal az időpontja előtt elfogy. Kitartónak, akaratosnak kell lenni. Nem árthat egyik-két kapcsolat sem – tudjuk, hogy az mindig, minden esetben jól jöhet. Akad olyan kőszínház, ahol kigyózó sorokat lehet megfigyelni egy-egy jegyárúsítás kezdetén. Mi kell ehhez? Egy neves intézmény, amely vonzza a közönséget. Egy műfaj, amelyben mindenki megteheti azt, ami számára fontos. Egy jó rendező vagy pár jó színész, akik húzónévként szerepelhetnek a színlapon. Persze nem lehet általánosítani. Létezik olyan hely, ahol tapossák egymást az emberek, ahol „a csillárról is néző lóg”, de olyan példát is találhatunk, ahol az érdeklődés hiánya miatt maradnak el előadások. Vannak felkoppott, sztárolt és homályba

burkolózó, elhanyagolt helyek. Valószínűleg így volt ez mindig. De így lesz-e vajon?

Mi a válasz a negatív visszhangra? Mi a megoldás?

Sokszor bátortalanok, félénknek vagyunk. Nem merünk nekivágni. Pedig érdemes. Sokan azért nem járnak rendszeresen színházba, mert félnek, hogy az egy-egy kiváló élményt, játékot elhomályosítja majd az új. Lehet, hogy nem lesz olyan szuper, lehet, hogy csalódnak. Nem kertelek, benne van a pakliban ugyanúgy, mint minden másnál. Lehet jó is, rossz is. De nem szabad megtorpanni. Nem lehet. A színház éppen azért olyan fantasztikus, mert az, amit mi esetleg be sem merünk vállalni, mások megmutatják, megteszik helyettünk. Az új mindig ijesztő, teli kérdésekkel, de megéri nekivágni. Az alkalom, mikor színházba megyünk, olyan,

mint egy szertartás. Általában az emberek többsége ad arra, hogy kicsinosítsa magát, mert valódi eseményről van szó. Vannak pillanatok, amelyek mindig ugyanúgy zajlanak. Jegykezelés, helykeresés, majd helyfoglalás, teljes sötétség, függőnymozgás. És egy érzés, amelyet mindenkinek meg kell tapasztalnia. Érdemes. Milyen kifogások vannak még? A pénz. Persze, mi más. De azt kell mondjam, hogy rossz válasz: aki el akar jutni a színházba, az el is jut. Diák- és nyugdíjas kedvezmények, álló-, lépcső-, last minute jegyek, na és nyilvánvaló, hogy nem muszáj az első sorban helyet foglalni (azokért a jegyekért úgymint közelharc folyik).

Érdeklődés, nyitottság, kíváncsiság. Ez mind szükséges kelléke a színházlátogatóknak. Türelem. Az elengedhetetlen tulajdonság. Nem lehet az előadás közben felállni, és otthagyni csapat-papot. Bunkóság, így is mondhatnám. De szünetben sem illik elhagyni a terpet, csak azért, mert az első felvonás nem nyerte el tetszésünket, hiszen a második – vagy netalán a harmadik – mást is hozhat.

Színesítsük életünket! Vágjunk bele! Töltsük meg a színházakat!

CZENKLI DORKA

A MAGYAR KLASSZIKUSOK SÚLYOSAN KÁROSÍTJÁK AZ EGÉSZSÉGET?

Feltámasztott írók

Az eredeti már lejárt lemez, unalmas, poros és különben is: a fiatalok meg sem értik! Így vélekedik Nógrádi Gábor és fia, Nógrádi Gergely.

Az idősebbik Nógrádi már 1964 óta publikál, sőt 2000-ben a Gyermekkönyvek Nemzetközi Tanácsa *PetePite* című könyve miatt az év legjobb ifjúsági könyvírójának választotta. Fia, Gergely, so-



kak által „szentségtörésre” vállalkozott, amikor eldöntötte, hogy „remake-jeivel” megkönnyíti a „nehéz sorúsú” nebulók életét...Manapság egyre több gond van a gyerekekkel. Nem tanulnak rendszeren, nem írnak helyesen. Azt már meg sem említem, hogy alig van olyan

diák, aki önszántából olvas, csak azért, mert az jó. Isten ments, hogy a gyerekek műveltek legyenek, nem, nem! Az senkinek sem hiányzik. . .

Csak hát ott van az az el nem hanyagolható tény, hogy olvasni muszáj! A kötelező olvasmányok alól nem lehet kibúvót keresni, persze ha nem tervezzük az érettségit, akkor minden további nélkül eltekinthetünk atól, hogy némi irodalmi műveltséget is szerezzünk.

Nógrádi Gábor és fia azt vette a fejébe – állítólag egyébként ez Európa-szerte bevett szokás –, hogy újraírja hazánk leghíresebb regényeit, így például Gárdonyi Géza *Egri csillagok* című művét, ami véleményem szerint benne van abban az 1000 könyvben, amit el kell olvasnod, mielőtt meghalsz.

Nem, ez egyáltalán nem volt jó ötlet. Tény, hogy nehezen olvashatók, sok diáknak meggyűlik a baja velük, de azt hiszem, beláthatjuk, hogy az átírások nem az írók eredeti gondolatait képviselik. A tartalom nyilván ugyanaz,

de nem mindegy, milyen képet kapunk egy tájleírásról, vagy hogyan képzeljük el a helyzeteket, szereplőket. Jókai például híres romantikus stílusáról, archaikus nyelvhasználatáról, bonyolult mondatairól. Nem árt, ha egy gimnazista tisztában van azzal, hogy milyen szavakat használtak a 18–19. században, mert egy emelt szintű magyarvizsgán ilyen kérdések is könnyű szerrel előjöhethetnek. Miért jó, ha nem gondolkodik a gyerek, ha nem használja a fantáziáját?

Többek közt azt is sokan nehezményezik, hogy nem különül el rendszeren az átdolgozott kiadás az eredetitől. A könyvek borítója ugyanis nem egyértelmű.

A legnagyobb kérdés az, hogy mennyire nevezhető műveltnek egy olyan diák – vagy akár felnőtt –, aki még a kezében sem tartotta íróink eredeti alkotásait. Nem lehet mindent megreformálni – van, ami úgy jó, ahogy van.

Végezetül pedig, ha problémák adódnának egy könyvvel, a kockázatokról és a mellékhatásokról *biztos szolgálnak némi információval* a tanárok. Néha őket is érdemes megkérdezni!

DÁN DOROTTYA

A TÁMOGATÓ ÜZLET

Szponzoráció

Szponzorációval nap, mint nap szembesülhetünk, gondoljunk csak a Forma 1-re, vagy az olimpiára, vagy akár csak az egyik kedvenc italunk nevével fémjelzett partyra. De miért jó ez? Miért éri meg egy cégnek milliókat költeni valamely eseményre vagy csapatra, vagy egyáltalán bármire, ami nem kapcsolódik közvetlenül hozzá? Ezt próbálom meg az alábbiakban kideríteni.

A szponzoráció definíciója a következő: „Szponzorálás: egy esemény, rendezvény vagy intézmény, szervezet egyszeri vagy hosszú távú, folyamatos anyagi vagy ritkán természetbeni támogatása konkrétan meghatározott, előre kikötött, a szponzor piaci pozícióit javító vagy erősítő, illetve értékesítését támogató ellenszolgáltatások fejében.”

Oké-oké, de mit is jelent ez? A dolgot több szempont-

ból, illetve nézőpontból lehet megközelíteni. Az egyik az *imázsátvitel*. Ez különösen azért jó, mert így olyasmirez lehet kötni a márkánkat, ami pozitív megítélésével visszahat rá. Ez néha egészen szélsőséges formát is ölthet, például a dohánygyárak évente milliókat költenek rákkutatásra. Fontos, hogy a szponzorált termék és a szponzoráló márka valamilyen módon összhangban legyen, így kedvezőbb lehet az elért hatás.

Egy másik szempont a *célcsoportelérés*. Ez azért különösen hasznos, mert így olyan emberek is elérhetők, akik esetleg nincsenek tisztában a márkával, elutasítókba, vagy kerülnek a reklámokat. Egy tizen- vagy huszoneves fiatal nem biztos, hogy felfigyel egy biztosító reklámjára, amelyik egy Forma 1-es autón már egészen másképp mutat.

A harmadik opció lehet a *médiaajelenlét*. A szponzorált esemény több médiumban is megjelenik, ezáltal pedig a szponzoráló márka is. Ez szintén nagyon jó reklámnak számít, különösen egy olyan esemény kapcsán, amelyet több millióan néznek a világon.

Az utolsó a *fogyasztás-erősítés*, mert mint minden reklámnak, ennek is az a célja, hogy az adott márka több vásárlót találjon magának. A szponzoráció célja viszont nem a kifejezett, közvetlen reklám, mert így nem érné el azokat, akiket a szponzorációval megcélzott. Ha ezt elkerüljük, az emberek sokkal nyitottabak lesznek a márka felé. Persze ez a szponzorált eseménytől is függ.

VASKÓ VIKTOR



AZ IRÁNYÍTÁS ELVESZTÉSÉTŐL VALÓ FÉLELEM A POLITIKÁBAN

A hatalom akarása

Népszerű politikus. Ma Magyarországon ez oximoronnak hangzik. Nem erről kéne szólnia a demokráciának? Az kormányoz, aki a többség érdekeit képviseli. Vagy legalábbis meg tudja győzni a többséget arról, hogy az ő érdekeiket képviseli. Ez a kampány célja. A politikai marketing a jelöltet, mint terméket bevezeti a választók piacára. Új társadalmi rétegeket kell aktivizálnia anélkül, hogy elvesztené biztos szavazóit. Sokan nevezték minden idők legjobban szervezett kampányának Barack Obamaét. Rendkívül jól kihasználta az internet nyújtotta lehetőségeket, elérhetővé téve például, hogy honlapján is adományozhassanak a választók.

Többek között ennek köszönhető, hogy összesen mintegy 745 millió dollárt gyűjtött. Persze sok más tényező is szerepet játszott abban, hogy nem John McCain költözött a Fehér Házba. A pénzügyi válság kezdete előtt a kampány fő témája a külpolitika volt, s ebben vitathatatlanul a republikánus jelölt bír több tapasztalattal. Amíg a retorika nem váltott a gazdaságra, a két jelölt nagyjából fej-fej mellett haladt a közvéleménykutatások szerint. Emellett kérdéses volt az is, hogy az Obama támogatói bázisának jelentős részét kitevő fekete és fiatal lakosság elmegy-e szavazni. E két réteget ugyan-

is jellemző az alulreprezentáltság a választásokon. Ennek ellenére Obama elsöprő győzelmet aratott. Ám bizonyos fokú csalódás mindig elkerülhetetlen, és ez különösen igaz lehet a mostani elnökre. Igéreteivel és minden eddiginél intenzívebb médiaszereplésével ugyanis olyan magasra tette a lécet, hogy féltő, azt ő sem lesz képes átugrani. Már maguk az amerikai hírcsatornák is szarkasztikusan messiásként emlegetik, és valóban úgy tűnhet, hogy John Lennon után Obama a második, aki népszerűbb, mint Jézus.

A volt elnök, George W. Bush támogatottsága is egyedülálló volt az or-

szág történetében. 2001. szeptember 11-ét követően a lakosság több mint 80 százaléka állt mellette, idén januárban pedig, amikor átadta a stafétabotot, még a Watergatebotrány miatt annak idején lemondani kényszerült Richard Nixonnál is kevesebben látták szívesen az ovális irodában. Az amerikai mentalitásra jellemzően hiába volt példátlan, 71 százalékos a Bushsal és politikájával egyet nem értők aránya, az fel sem merült, hogy lemondásra szólítsák fel. Magyarországon is volt egy kevésbé kedvelt vezetőnk, aki viszont idő előtt kiszállt a játékból. Hozzáteszem, hogy amikor 1973-ban a már említett Nixonról előkerültek az „őszödi beszédhez” hasonló, enyhén szólva kínos, nem enyhén szólva kompromittáló hangfelvételek, az már az amerikaiaknak is sok volt, és korai nyugállományba kényszerítették az elnököt. Visszatérve előző miniszterelnökünkhöz, ő vajon miért pont most döntött a visszavonulás mellett? Mi az, amihez már ő sem akarta a nevét

adni? Ha hihetünk Bajnai Gordonnak, az új, restriktív politika „fájni fog”. Vagyis a kormány valószínűleg még a mostaninál is

ható recesszió idején több gazdaságélénkítésre lenne szükség. Részben olyan intézkedések miatt, amelyeket nem engedhetett vol-

mogatottsága. Gyakran van szükség olyan lépésekre, amelyek rövid távon a szavazók életkörülményeit rontják, ugyanakkor az ország hosszú távú fejlődése szempontjából szükségesek. Ironikusan hangozhat, elnézve a létminimum alatt élők helyzetét, hogy tejbén-vajban fürdet minket a mindenkori kormány, az viszont kétségtelen, hogy olyan szintű szociális hálót tart fenn, amely csak a miénknél sokkal szerencsésebb történelmi fejlődésű országok polgárai számára elérhető (ráadásul a szerkezeti felépítésével is alapvető gondok vannak). Mivel a háló szélesebbre van nyújtva, ezért a lyukak is nagyobbak rajta, s ezeket részben hitel felvétellel próbálják betömni (lásd a több mint húsz ezer millárd forintos államadósságot).

Érthető és a demokrácia természetéből adódik, hogy a politikai vezetők előtérbe helyezik a saját ciklusukat, saját újraválasztásukat, és hajlamosak csakis ebben az időtávban gondolkodni. Ahogy Churchillt idézve mondani szokás, ez – azaz a demokrácia – ugyan nem jó, de amíg jobbat ki nem találnak, ezzel kell beérjük.

KOVÁCS ZSIGMOND

népszerűtlenebb lesz. De miért is kell szorosabbra húzni az övet az államháztartás derekán? Hiszen vár-

na meg magának a költségvetés, miáltal viszont nőtt, vagy legalábbis nem csökkent a kormány tá-



NEGYEDIK KÖZTÁRSASÁG

Avagy lázadás a mindennapok szürkesége ellen

Minden generációban megvan a fiatalok azon csoportja, akik úgy gondolják, hogy valamit változtatni kéne. Igaz ez a politikára, az oktatásra, az életvitelre, és épp így igaz ez arra is, hogy hogyan viselkedünk a minket körülvevő társadalom polgáriként. Hogy beállunk-e a sorba, hogy elmegyünk-e egymás mellett idegenként, hogy az életterünk az otthonunkra és a munkahelyünkre korlátozódik-e.

Ez elleni lázadásnak tekinthető az Urban Playground, azaz ismertebb nevén a Flashmob.

Az első játékot Bill Wasik szervezte – valószínűleg saját ismerőseiből kovácsolt csapatral Manhattanben, és körülbelül kétszázan hajtották végre az utasításait. Kicsit később Kevin Bracken és Lori Kufner a Newmindspace név alatt alkották meg a Keresd a Zászlót! játékot, amelynek olyan számítógépes játékok adták az

alapját, mint a Quake vagy az Unreal Tournament. Toronto után New Yorkban, majd egyéb amerikai nagyvárosokban is népszerűek lettek ezek az akciók.

Magyarországon képviselőjük a Negyedik Köztársaság, azaz a 4K!, akik az ország egyre több területén szerveznek rendszeresen megmozdulásokat. Természetesen a programok iránt Budapesten mutatkozik a legnagyobb érdeklődés, de a legutóbbi Nemzet-

közi Párnacsata Napon már 16 hazai városban csattantak a párnafonok.

A Negyedik Köztársaság szervezői közt van Szöllőssy Kristóf (aki itt nálunk, a BKF-en másodéves). Elmondása alapján a 4K! megmutatta, hogy ma itt, Magyarországon is ki lehet venni valamiből a részünket. Valamiből, ami teljesen ingyen van, és mégis szórakoztató, ami kinyitja az életterünket, ami megmutatja, hogy ebben a városban élünk, és minden, ami benne van, azért van, hogy használjuk és élvezzük. Ezek a programok lehetőséget nyújtanak mindenkinek, hogy kicsit megtörje a megszokott rutint, hogy észrevegye, nem csak a meccsnézés vagy mozizás lehet opció a fölös idő eltöltésére. Ahogy azt Kristóf is említette: a játék igazi nagysága abban van, amikor ott állsz a megbeszélte találkozóhelyen, és egyre gyűlnek az emberek, akik mind arra várnak, hogy végre együtt játszhasanak valamit. Együtt. Bárkivel, aki eljön. Fiúk, lányok, fiatalok és még fiatalabbak, felnőttek, tanulók és dolgo-



zók. És ott aztán csillog a sok szem, meg a rohangászástól izzad a sok homlok, és utána jön az üdvrivalgás önmaguk örömére. Hogy te is itt voltál, hogy én is itt voltam, meg ez a sok ember, itt mind. Ezek a megmozdulások olyan játékok, amelyeknek az a céljuk, hogy az embereket megmozdítsák, hogy a járókelőket, az érdeklődőket vagy mindenkit, aki változtatni akar, rávegyék a játékra.

A 4K! szervezésében többféle flashmobot is ismerünk, a legnépszerűbb természetesen a Keresd A Zászlót! Vagyis eredeti nevén a Capture The Flag! – ez tulajdonképpen a számháború elemeit ötvözi a fogócskával. Mindkét csapat támadó és védekező félből áll. A támadó célja, hogy az ellenfélnek kijelölt területen keresztüljusson anélkül, hogy az ellenfél csapatai elkapják. Ekkor vissza kell mennie a két csapat térfeleit elválasztó semleges utcáig, és onnan újra kell indulnia. Amennyiben egy támadó játékos megszerzi az ellenfél zászlóját, és visszaküzd magát a saját terefelé anélkül, hogy elkapják, pontot szerez. Értelemszerűen az győz, aki a legtöbb pontot szerzi.

De mint említettem, volt már itt Nemzetközi Párnacsata Nap, ahol ugyanabban az órában több ezren kezdték el pár-



nál püfölni egymást a köztereken; Hév és Metró Party, ahol a fiatalok bulizhattak a szervélyeken, természetesen csakis érvényes menetjeggyel; a Plázafoglaláskor egyszerre fagytak le a Westendben a játékosok, és a Vízi csata a júliusi kánikulában mindenkit felfrissített.

A 4K! legújabb projektje a boltbalopás, ami annyit tesz, hogy egy kis csomag, viszonylag haszontalan kacatot – Kinder-figurákat, régi plüssállatokat – helyeznek el észrevétlenül a boltok polcain, az „Ez is fölösleges, de legalább ingyen van” felirattal, hogy bárki nyugodtan hazavihesse, és értékessé tehesse a maga számára, vagy éppen odaadhassa meglepetésképpen a kislányának.

Ezeknek a mókáknak az egyre nagyobb népszerűségét az mutatja, hogy míg az első Keresd A Zászlót! kétszáz résztvevővel zajlott, a létszám játékról játékra nő,

egyre több város kapcsolódik be a programokba, és talán önálló ötletekkel is előállnak, mint például a közös Túró Rudi-evés vagy a közös fogmosás. Természetesen az is a dolog szépségei közé tartozik, hogy ez a sok-sok idegen, aki együtt játszik, együtt is takarít, ha azt a játék megköveteli. Zsákba tömködni a szanaszét hullott tollakat is majdnem akkora móka... Na jó, csak majdnem!

Ennek az egész civil szervezésű programnak a lényege, ahogy az Kristóf szavaiból is világosan látszik, hogy közösséget vállalunk a velünk lakókkal, hogy a városokban nemcsak egymás mellett, hanem egymással is lehet élni.

Ha kedvet kaptatok a játékhoz, vagy csak szívesen megélnétek az eddigi akciókról készült képeket, a Negyedik Köztársaságot megtalálhatjátok az interneten is a www.negyedikkoztarsasag.hu-n.

KÖHALMI ANETT „NAP”

KÉTKEREKŰ ŐRÜLET

Critical Mass

A hömpölygő, guruló tömeg egy szerény szelete épp az Erzsébet híd első pillérei fölé igyekezett felkapaszkodni, mikor egy érdeklődő idős pár tekert óvatosan a tömeg széléhez. Megközelítettek egy, a tömegből kiváló fiatal biciklist.

– Ne haragudjon fiatalember – szólított meg –, hadd kérdezzem meg, ez itt egy szervezett biciklizés?

A fiatalember azonnali válszadás helyett körbepillantott Budapest szívében, s tekintetével végigpásztázta a hidakat, a rakpartot s a környező utakat. Több tízezer biciklis hajtott egyszerre bringáját.

– Nem, dehogy kérem. Csak összehívtam a haverokat egy tekerésre – érkezett a válasz. Ezt követően az érdeklődő pár sértődött arckifejezéssel elindult az ellenkező irányba, én pedig visszaolvad-

tam a biciklis felvonulásba.

Az évekkel ezelőtti eset óta sem csökkent a lelkesedés. Ellenkezőleg! Évről évre nagyobbra duzzad a tömeg, s immáron több mint ötvenezer környezet- és tömegszerető ember ül zöldkímélő kétkerekűjére a Critical Mass keretében.

Az alapvető koncepció, hogy az autósokat örületbe kergető módon, a Föld Napja közeledtével több belvárosi utat lezárnak, s egy remélhetőleg napsütéses délutánon biciklisek tízezrei vonulnak fel. Felmerül az egyszerű autós emberben – miközben vá-

logatott káromkodásait üvölti ki kocsijából új, a megszkottól eltérő útvonalat keresve –, hogy mi is ez az üzenet?

Nyilvánvalóan környezetünk ápolása, körültekintő magatartás a mindennapokban, még akkor is, hogyha a felvonuló tömeg jelentős része bele sem gondol, miért tölti a fél napot tekeréssel, hiszen sokaknak ez csupán tömegszórakozás. Nem is akármilyen, hiszen egészen biztos, hogy több ismerőssel is találkozik az ember, akikkel együtt lehet száguldani (illetve sok esetben „átdöcgni”), a motoros meghajtású járművekkel való találkozás félelme nélkül. A fantasztikus látvány garantált – Budapest legszebb környékein vonulhatnak a Földet és bicikliseket féltő emberek, és mindeközben a legkülönbözőbb típusú biciklire emlékeztető járgányokkal találkozhatnak. A tandemek, egykerekűk mellett chopperok, családi bringák is megjelennek, de egészen elképesztő ötleteket is láthatunk. A cameramant, vagy épp zongoristát szállító háromkerekűk megmósolyogtatnak minket, s miközben ezek igyekeznek összehúzódní, hogy helyet adjanak egy hatalmas vasbálnának, mely közel húsz biciklivázat és tekerő embert számol magán, a hétköznapi bringás csak ámul és bámul.



Felmerül a kérdés, mi az egyre népszerűbb program jövője hazánkban? A gyakoriságot illetően tud fejlődni a CM, ugyanis amíg nálunk évente két ízben rendezik meg, addig van, ahol minden hónap utolsó péntekjén a bringásoké az utca.

Érdeemes azon is elgondolkodni, honnan ered az Igazi autómentes napként is emlegetett felvonulás. A Critical Mass eredetileg a legkisebb tömegű, nukleáris lánreakcióhoz szükséges anyagot jelentti. Hogy közelebb kerüljünk az emberek nagy csoportjára alkalmazott tömeg kifejezéshez, ahhoz meg kell értenünk a CM alapvető gondolatait. A szervezet logóján minden esetben egy, a biciklijét magasba emelő figurát lehet látni, aki e látványos módon igyekszik felhívni környezetének figyelmét arra, milyen csekély hangsúlyt fektetnek a bicikliutakra, s egyáltalán: milyen nehéz dolga van a bringásoknak, akik sokszor csak valóságos tömeget alkotva (Critical Mass) képesek érvényesülni a közutakon.

Természetesen, mint minden népszerű dolognak, a CM-nek is vannak ellenzői. Megítélése igen szerteágazó: van, aki politikai motiváltságot lát benne, mások céltalan, szórakozást kereső és másokat bosszantó félőrülteket vél

felfedezni a felvonuláskor az utcákon. San Francisco városában megszületett az ellenfelvonulás. A Critical Manners az adott hónap második péntekén kerül megrendezésre, s a kevés résztvevő minden közlekedési szabályra ügyelve tekeri végig a várost.

A budapesti kétkerekesekek érdemes szem előtt tartaniuk, hogy ami a CM keretében városunkban zajlik, nem általánosan elterjedt jelenség.

A több tízezres tömegű felvonulást egyesek egyszerűen csak Budapest Style Critical Massnek nevezik, ami lehet hízelgő, de akár kritika is, nézőpont kérdése. Az egyes ember nem tud mást tenni, mint hogy mérlegeli a tapasztalatokat, és eldönti, hogy kíván-e bringázni egy jót sok más lelkes környezetkímélő és/vagy a tömegszórakozást kedvelő biciklistával.

SZÜCS GERGELY



„KÉPZETT TÁRSÍTÁSOK”

„Ismeretlen” nagyok

A híres vagy az ismert szót hallva az emberek többsége valamilyen sztárra, a többiek fölött álló egyénre gondol. De mi is valójában a hírnév, a népszerűség? Vajon napjainkban is ugyanaz a jelentése, mint régebben, és tényleg mindig a kiemelkedő személyek a híresek, az ismertek? Sajnálattal kell mondanom, hogy ez bizony nem így van.

Napjainkban a híres szó jelentése igencsak megváltozott. Ha meg akarnánk fogalmazni, manapság ki számít híresnek, azt mondanánk, hogy az, akit az emberek a tévében a legtöbbször látnak. A televízió viszont tudatos manipulációt alkalmazva nyomja le a torkunkon azokat a „hírességeket”, akikre szerinte szükségünk van, akiket jól el lehet adni. Így lehetséges az, hogy emberek százazrei gondolják napjaink celebjait híresnek és népszerűnek. De mit is tettek ők ezért? Leginkább semmit, de azt nagyon. Illetve kiszolgáltatottá magukat az egyes csatornák akaratának, céljainak. A csatornák pedig fogyaszthatóvá és nélkülözhetetlenné tették őket. Manapság a tehetség az, hogy valamilyen kiemelkedő legyen az ember. Ha ismert akar lenni, ez egyáltalán nem nélkülözhetetlen. Elég hozzá két bozontos szemöldök

vagy két nagy mell, és olykor még az is megteszi, ha totál idióták vagy rettenősen ostobák vagyunk. A magyar celebvilágban ezek mind megtalálhatók. De mit tehetünk, ha az ismertség jelentése ekkora fordulatot vett? Nos, az átlagembereknél még ma is működik a panem et circenses elve. Azaz elég nekik kenyér és cirkusz, adott esetben kóla, csipsz és celebek. A kevés értelmiségi, aki ennél igényesebb szórakozást vagy művelődést igényel, elkezdte kitermelni saját hírességeit, akik viszont tényleg letettek valamit az asztalra. A másik oldalról nézve pedig akadt jó pár tehetséges ember, aki nem kívánt a televízió bábja lenni, és inkább az igényesebbeket kívánta szórakoztatni – azokat, akik megértik művészetének mondanivalóját. Sajnos azok, akik inkább színházba, koncertre, egy kiállításra, vagy esetleg art mo-

ziba mennek ahelyett, hogy otthon néznék az egyszerűen agyatlan műsorokat, jóval kevesebben vannak. A dolog miérettje keresve felmerülhet, hogy talán az emberek egyszerűen igénytelenek, vagy csak simán lusták, esetleg nem tudják megfizetni az igényes szórakozást. Akárhogy is, rengeteg nagyszerű művész akad, aki nem kap akkora közönséget, amekkorát megérdemelne. Viszont a remény hal meg utoljára! Akad jó pár szervezet, művész, mecénás, aki próbálja az újabb és újabb nagyszerű tehetségeket ismertté tenni, illetve a már ismertek hírnevét növelni. Erre nagy szükség van, mert napjainkban nem sok időnk van hosszasan böngészni, utánajárni a dolgoknak, így tehát a művész számára is nélkülözhetetlen, hogy megfelelőképpen legyen menedzselve. Bár akadnak olyan östehetségek, akiknek a művészete egyből magával ragad mindenkit, azért a jellemzőbb mégis az, hogy a tehetség mellé jó reklám is társul. Ilyesfajta mecénásszerepet lát el maga Alföldi Róbert is, a Nemzeti Színház igazgatója. A kicsiny Gobbi Hilda Színpadon minden hónapban folyik a „Képzett társítások” című interjúorozat a magas művészet képviselői-



vel, akiknek jó része külföldön nagyobb ismertségnek örvend, mint hazánkban. Ezeket az írókat, filmrendezőket, zenészeket hallgatva – hogy csak néhány művészeti ágat említsek – az embernek olyan érzése támad, mintha olyan körbe nyerne betekintést, ahova nem léphet be akárki, csak aki több, aki magasztosabb. A dologban az is nagyon szép, hogy megtudjuk: minden nagyságuk mellett a hírségek

is emberek. Történeteik nagyon is emberiek, mindazonáltal mégis különlegesek. Ezek ugyanis azok az események, amelyek meghihlették őket. Gyakorta mesélnek vicces történeteket, helyzeteket, amelyek bárkivel megeshetnek, de mindeközben érződik az az erő, az az energia, amely a művészekből árad. Műveiket saját szemszögükből mesélik el, így a kevésbé nyilvánvaló mondanivaló is felszínre kerül, illetve eseten-

ként teljesen meglepő értelmezést kapunk. Ilyen nagyságok mellett számít-e a hírnév? Ha elgondolkodunk rajta, rájöhettünk, hogy bizony nem sokat! Ami igazán számít, az az, aminek okán az illető a hírnevet megszerzi. A hírnév csak akkor ér valamit, ha megdolgozunk érte úgy, hogy tudásunk és tehetségünk legjavát adjuk. És bár ez hegyi beszédnek hangzik, érdemes elgondolkozni rajta.

HÉZSER BENEDEK

INTERJÚ MOLNÁR CSABÁVAL

Menedzsed az életed!

Már húsz éve több híres magyar zenész, együttes menedzsere, Kisoroszi közkedvelt polgármestere, két gyermek édesapja, s 220 hektáron gazdálkodik.

– Hát akkor kezdjük a leg-elején: belőled hogyan lett menedzser?

– 1979-től az ELTE matematika-fizika szakára jártam. Akkoriban éltek az egyetemi klubok a virágkorukat. Én a kezdetektől részt vettem az ELTE Klub működésében. Aztán úgy alakult, hogy én kezdtem el beszélgetni a zenekarokkal, s így nagyon sokakat megismertem. Egyetem alatt ezt végig csináltam, s egyre több kapcsolattal rendelkeztem, egyre több embert ismertem meg. 1982-ben rendezőket kerestek a Budapest Sportcsarnokba. Az összes budapesti egyetemi klub főrendezőit behívták: oldják meg, hogy legyen itt program. Pár év múlva lediplomáztam, de az állás maradt a Sportcsarnokban – eleinte mint rendezvényszervező, később mint gyártásvezető, majd rendezvényosztály vezető. Szerveztünk kiállításokat, jégrevüket, cirkuszt és persze rengeteg koncertet: Koncz Zsuzsa, P.Mobil, Edda, KFT, Beatrice stb. 87-ben Pataky

odajött hozzám, és mondta, hogy ha valaha otthagynám a Sportcsarnokot, szeretné, ha én lennék az Edda kizárólagos menedzsere. Hát otthagytam a Sportcsarnokot, s immár 20 éve menedzselem az Eddát, emellett turnékat szervezek Demjén Rózsának, Koncz Zsuzsának, valamint az Omegának.

– Mi kell ahhoz, hogy valakiből jó menedzser legyen? Az emberekhez, vagy a számokhoz kell jobban érteni?

– Egyértelműen az emberekhez! A legfontosabb a bizalom elérése. Az, hogy valakiben legyenek emberi érzések. Fiatalkoromban is mindig arra törekedtem, hogy egyről a kettőre jussak, s ez azóta sem változott. Szerintem csak így lehet valaki sikeres. Mindig előre, előre, előre.

– Emlékszel az első általad szervezett koncertre?

– Természetesen! Már a középiskola alatt is szerveztem egy P.Mobil-koncertet az Arany János Gimnáziumban, s már akkor rájöttem, hogy ez a szervezősdi nem vicc. Az egyetem alatt

az első koncert, amit én szerveztem, a V'moto-rock volt az egyetem klubjában. Ez amúgy majdnem botrányba is fulladt egy elektromos probléma miatt – kiegészítők az erősítők. Félbemaradt a koncert, nem tudtuk, mi legyen. Aztán eszembe jutott, hogy a Hungária zenekar ott próbált a klubban napközben, így hát felhívtam Fenyő Miklóst, és elkértem tőle a cuccát. Így a koncert folytatódhatott, s az este megmenekült.

– Mi volt menedzserként a legnagyobb sikered?

– 1999, Omega, Népstadion. Egyszerűen borzasztó sokan jöttek el, nagyon jól sikerült, s a szervezést is teljesen egyedül én bonyolítottam le az addigi munkatapasztalataim, eredményeim segítségével. Különleges élmény volt. A másik csúcs az Edda 15 éves bulija volt 1995 körül.

– Régen könnyebb volt menedzsernek lenni, vagy annak könnyebb, aki ma kezdi?

– Régen nagyon más volt. Akkoriban még nem létezett ilyen szakma. Papíron a mai napig gitáros-énekesként vagyok feltüntetve. Régen az információáradás nehezebb volt, lassabb, ezáltal a szervezés is több időt vett igénybe, s a turné is hosszabb volt. De



ez emberileg jobban összekovácsolt. Viszont régen évente 10-15 turnét lehetett szervezni, ma már örülünk, ha 3-4-et sikerül...

– Hogyan jut időd ennyi mindenre? Zenekarok, turnék, gazdálkodás, Kisorszi ügyei, s nem utolsósorban ott a családotod...

– A saját életemet ugyanolyan jól kell menedzselni, mint egy együttést. Az élet titka, hogy az időnket be kell osztani. Reggel felkelek, megnézem a gazdaságot, beszéllek a munkásokkal, kiadom a napi feladatokat. Otthon átnézem a vállalat ügyeit, utána bemegyek a Polgármesteri Hivatalba, elvégezni városom ügyeit. Este pedig koncert.

A polgármesterség soha meg sem fordult a fejemben. 1996-ban költöztünk ide, Demjén Rózsi telkét vettük meg. 2002-ben volt egy nagy

árvíz, és akkor láttam, hogy mennyire rosszul végzik a munkájukat a hivatalban levők. Ez ösztönzött arra, hogy elinduljak a választásokon. A programomat az árvízi védekezésre éleztem ki, s meg is választottak polgármesterre. Nekem mindig azt tanították, hogy amit elvállalsz, azt tisztességesen, lelkiismeretesen meg is kell csinálni. Hidd el, nem ebben a székben fogok megöregedni.

– A sok tevékenység közül melyiket élvezed a legjobban?

– A gazdálkodást! Szeretném, ha a fiaim érdeklődését is felkelthetném ez iránt, s nagyon jó látni, hogy ez egyre inkább sikerül. A turné is megérint még mindig, de az már inkább rutin.

– Mennyire szólsz bele az általad menedzselte zenekarok dolgaiba?

– Mindenkiel másképp állapotunk meg. De sosem indikáltam magamnak a jogot, hogy beleszóljak abba, milyen zenét játszanak. Megvan a saját véleményem, de a művész az művész, a szervező meg szervező.

– Miből jön be több pénz? A jogdíjakból, vagy a turnékból?

– A jogdíjakból csak olyan nagy zenészeknek jön be pénz, mint Presser, Bródy, Demjén. Mindannyian tudjuk, hogy manapság már senki sem vesz CD-t. Én mindig is azt vallottam, hogy a zenészek az élő produkciókból kell megélnie, s a lemezekből gazdagodni. A jó menedzser feladata pedig, hogy az általa szervezett bulikból a zenészek meg tudjanak élni – magas életszínvonalon. A baj az, hogy ma már kevesen gondolják ezt így.

POPPER ELIZA

MODELL AKAROK LENNI...

...és bármire képes vagyok érte

Ha kiskorunkban megkérdezték minket, mik szeretnénk lenni, akkor a jellemző válasz az volt: ügyvéd, állatorvos, divattervező (...és sorolhatnám). Ma már viszont az összes kislány modell szeretne lenni. De nemcsak a kicsik, hanem a nagyok is. Egyre többen és egyre inkább...

Feltűnt az is, hogy ha végignézem a nőismerőseimet az egyik közösségi portálon, szinte minden második lánynak van profi fotós által készített képe, vagy annak az otthoni, elég gyenge utánzata. Ami pedig a legdurvább, hogy sokan nem is keveset fizetnek azért, hogy legyen egy „portfóliójuk”. Egy bennfentestől tudom, hogy az nem is igazi portfólió, amelyet egy fotós készít, egyetlen alkalommal. A „hivatalos” akár 40-50 különböző sorozat legjobban sikerült darabját tartalmazza, és évek alatt gyűlik össze, mindaddig változva, míg a modell dolgozik. Mindenki próbálkozik, és szeretne bekerülni abba a csillogó világba, amely belülről már nem is csillog annyira, mert rengeteg benne a munka. Ha valaki mindenáron a kifutók és magazinok sztárja akar lenni, ne kergessen hiú ábrándokat: egy Tesco magazinban való szereplést követően még nem fog rögtön

Gisele Bündchennel szerepelni a D&G egyik bemutatóján. Ám ez még csak hagyján. Otthon ugyebár a szüleink szerint mi vagyunk a legszebbek az egész földkerekségen, ami csak akkor lesz baj, ha valaki el is hiszi, hogy ez tényleg így van. Mert egy bájos pofi még nem jelenti azt, hogy ő a legújabb felfedezésre váró Cindy Crawford. Nézzük csak meg Kate Mosst, ő aztán nem egy tipikus szépség. Van benne valami, amivel el tudja adni magát, és mindent, amit reklámoz. Arra a kis pluszra van szükség, amit kieroszakolni ugyan lehet, de megtanulni soha – pedig a legtöbben azt hiszik, hogy elég, ha vékonyak. Apropos vékonyság. Sokszor hallottuk azokat az elcsépelet mondatokat, hogy a média által sugallt nőkép eltorzítja az önképünket, pszichológiai problémákat szül, hiszen mindenki a hollywoodi színésznőkre és gyönyörű modellekre akar hasonlí-

tani. Hogy ennek érdekében pénzt, időt és fáradságot nem sajnálva képesek saját határaik feszegetésére, és hogy ennek hatására indultak újukra a világon végigsöprő betegségek. Az anorexiáról és bulimiáról már mindenki hallott, kevésbé ismert azonban az orthorexia (kizárólag egészséges ételek fogyasztása), illetve az exorexia (túlzásba vitt edzés, fitneszfüggőség). Környezetünkben biztosan találunk ezekre hajlamos lányokat. Én ismerek egy bulimiást, vagyis egy exbulimiást. Bár nem tudja, mikortól nevezheti magát teljesen gyógyultnak, úgy érzi, vége van. Szilvi mindig is szép és csinos volt. Nem álltak ugyan ki a csontjai, de jól nézett ki. Aztán egyszer felugrott rá 4-5 kiló, ami másfél évig ott is maradt (igen, ez már csak így van a kilókkal, jó nagy lendülettel, nekifutásból felugranak). Kipróbálta a divatos, „villámgyors” diétákat, amelyekkel 2 nap alatt 10 kilót lefogyhatunk... állítólag. Mondanom se kell, egy sem jött be, sőt a hízókéúra találobb megnevezés lenne rájuk. Ezt követte a koplalás, ami azonban csak hétfőtől pén-



tekig ment, utána jött a hétvége, a nagy hazautazás, és anyuci házi kosztja elrontott mindent. Jöttek, csak jöttek a kilók fel, mindenhova, aho-

va nem kéne. Ezt megelégtelve az otthoni kajálás után mindig bevett egy-két hashajtót, mintha ezzel semlegesíthette volna a zabálást. Hétköz-

nap meg úgyis koplalt újra. Nem ment így sem, már ott tartott, hogy egész nap egy-két joghurtot evett, hétvégén viszont kétheti adag ételt tömött magába. Jött a hashajtás és az ördögi kör. Szerencsére ez még csak kezdeti stádium volt, mert nem hánytatta magát, de ebből is éppen elég nehéz kiszállni. Saját magának kellett felismernie és rájönnie, hova vezethet ez az egész. Neki sikerült, mert szerető szülei és barátai vannak, akik segítettek újjáépíteni önbizalmát. Néha még most is érez kísértést mindarra, amit régen csinált, de nem teszi. Ha esetleg felszalad rá 1-2 kiló, nem akad ki, megbeszéli magával, hogy majd odafigyel, és szépen lemegy. Tetszik magának. Sok pozitív visszajelzést kapott az utóbbi időben, ezek szép lassan terelgetik arra az útra, amelyet járnia kellene. Ez a történet teljesen általános, és rengeteg lányt érint, csak nem tudunk róla. Először Szilvi sem vallotta be senkinek, még az édesanyjának sem. Figyeljünk oda magunkra, ne próbáljunk másnak látszani, mint amik vagyunk. Ha mást szeretnénk ráerőszakolni a testünkre, a lelkünk sérülhet meg leginkább. Gondoljuk meg, mik akarunk lenni.

BIRTA BRIGITTA

WESLEY CLARKSON–QUENTIN TARANTINO: AZ EMBER, A MÍTOSZOK, ÉS A FILMEK

Formabontás és filmszatíra

Manapság az amerikai álom egyik legismertebb megtestesítője Quentin Tarantino. Élettörténete mindenkit lenyűgöz. Ez nem is csoda, hiszen nem minden videótékás filmfanatikusból lesz kultuszfilm-rendező.

Tarantino egyszerre képviseli az újítást, a formabontást és a szélsőséges erőszak bemutatását filmjeiben. Sokan ismerik, sokan szeretik. Ő az, aki minden filmjével megújulva hatalmas szatírát tár elénk a hollywoodi filmvilágról. Mindemellett tipikus amerikai, akinek kedvenc étele a hamburger, és kedvenc itala a kóla. Ami viszont igazán meghatározza, az sajátos

stílusa. Wesley Clarkson róla írt életrajzi könyvében többek közt megmutatja a filmjei hátterét, betekintést nyerünk a kulisszák mögé. De annak is megtudjuk a receptjét, mi kell ahhoz, hogy valaki sikeres legyen, illetve megismereti velünk a rendező mániáit, fanatizmusát. Teszi mindent olyan olvasmányos formában, hogy a könyv leginkább egy regényhez hasonlít. Felfe-

di a mítoszokat, de a valóságot is megmutatja. Megszólaltatja a rendező legjobb barátait, munkatársait, sőt még édesanyját is, aki meglepő történetekkel szolgál. Ilyen például, hogy Tarantino már gyermekkorában is felnőtt filmeket nézett a moziban, és szeme sem rebbent az erőszak láttán. Egy alkalommal azonban, amikor édesanyja a Bambi című mesére vitte el, sírva fakadt, és kénytelenek voltak kimenni a teremből. A könyv nemcsak fiatal rendezőknek szolgál tanulsággul, de bárkinek, akit a film világa érdekel.

HÉZSER BENEDEK

ADITUS Kft. HUMÁNERŐFORRÁS KÉPZÉSE

Az ADITUS Kft. kiemelt partnerei a hazai települési önkormányzatok, a kis- és középvállalkozások, a civil szervezetek, illetőleg minden olyan szervezet és intézmény, amely sikeresen kíván részt venni az Európai Unió által koordinált és finanszírozott programokban. Cégünk mellett az Unió csatlakozás kulcskérdéseit és az Európai Unióhoz kapcsolódó támogatási intézményrendszert naprakészen ismerő, jól felkészült elméleti és gyakorlati szakemberek, tanácsadók dolgoznak, így egy adott projekt megvalósítása során megrendelőnk részére komplex szolgáltatást tudunk nyújtani. A jól felkészült szakemberek képzéséhez nyújt segítséget cégünknek a TÁMOP-2.1.3/07/1 Munkahelyi képzések támogatása mikro- és kisvállalkozások számára kiírt pályázat.

Cím: 1055 Budapest, Balassi Bálint u.19., telefon: +361 354-1638, +3630 936-1282, fax: +361 354-1639, e-mail: atilla.gombi@aditus.hu, www.euprojektek.hu/aditus

Az Európai Unió és a Magyar Állam által nyújtott támogatás összege 16 338 000 Ft.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósult meg.



ÜMFT infovonal: 06 40 638 638
info@meht.hu • www.rfa.hu

Bizottság a pályák
Új Magyarország
fejlesztéséért

HÍRES-E A HÍRES EMBER?

Kiből lehet híresség?

Az emberek többsége azt hiszi, hogy híresnek lenni könnyű. Ám azt nem sejtik, hogy mibe is kerül. Sokan szeretnének híresek, sztárok lenni, de nem gondolnak bele, hogy mi mindenről kellene ezért lemondaniuk. Sokan meggondolatlanul kezdenek bele a celeblétbe, ezért váratlanul éri őket a „celebvilág”, ami-be belesöpöngenek. Ezért kérdeztem meg több embert, mit is gondolnak a hírességekről, kiből is lehet híres ember, vagy kit tartanak sztárnak, illetve hírességnek. Netán te is lennél híres?

Híresség ma már akárkiből lehet. Híresnek a celebeket tartom, akik ismertek, sztárnak pedig az olyan hírességeket, akik letettek már valami nagyot az asztalra. Én nagyon szívesen lennék híres, de csak bizonyos körben.

(Kristóf, gazdálkodási és menedzsment szak)

Eladható, különleges, extrém, botrányos, éppen ezért kíváncsiak rá az emberek. A sztárság és a híresség két különálló dolog. Sztárt keveset tudnék felsorolni, inkább régebbiről. Akkor talán tisztesebbek voltak, és ha mindenütt az illető botrányairól lehetett is csak hallani, legalább tehetségben nem mutatott hiányt. Sztárnak említeném: Elvist vagy Marilyn Monroe-t, de Puskás Ferencet is. Én mindenképp lennék híres, de csak akkor, ha azzal a dologgal tudnék híressé válni, amibe sok munkát fektet-

tem, és amiben igazán jó vagyok, de semmiképpen sem a botrányaimból élnék meg.

(Klau, kommunikáció és médiatudomány szak)

Szerintem híresség szintem akárkiből lehet, akiben van egy kis exhibicionizmus, társasági ember, illetve szeret emberek között lenni. Azokat az embereket tartom sztárnak, illetve híresnek, akik magukban valami olyasféle különleges dolgot hordoznak, amellyel kitűnnek a többi „szürkébb” ember közül.

(Ágota, kommunikáció és médiatudomány szak)

Úgy gondolom, hogy egyrészt kell bizonyos tehetség. Mindenekelőtt legyen ambíciózus az ember, és nagyon fontos, hogy kitartó is legyen. Ahhoz, hogy én valakit tényleg híresnek nevezzek, ahhoz annak a személynek sok te-

hetséggel kell rendelkeznie, és nem hátrány az intelligencia, az értelmes megnyilvánulások sem. Igazából nem vágyom a hírességre, teljesen megelégednék egy boldog élettel is.

(Dóri, kommunikáció és médiatudomány szak)

Bárkiből, akiben megvan az a tulajdonságok és ambíciók, amik ehhez kellenek. Nyilván ha igen, akkor semmi probléma nincsen, a lényeg talán az, hogy a hírnév ne menjen a személyes, a magánélet kárára. Őszintén szólva nem tudom, akarnék-e híres lenni, ha hirtelen kellene válaszolnom rá, akkor igen, de valójában szerintem az ember ezt nem tudja előre.

(Zsófi, kommunikáció és médiatudomány szak)

KI HORDJA A NADRÁGOT?

Sztár teszi a ruhát?

„Nekem olyan kell!”. Azt hiszem, ez a mondat nem csak a sarki fagyí árús előtt elhaladó kis anyukák számára rémesen ismerős. Gondoljunk csak bele, hányszor kiáltottunk így fel – ha nem is olyan akaratosan, mint az előbb említett példában-, amikor megláttunk egy ruhát vagy haját a tévében, az újságban, a moziban egy bizonyos Sztáron (nagyesszel természetesen). A következőkben arról olvashattok, mely ruhadarabok, stílusok váltak legendássá világhírű sztárok jóvoltából.

Azt minden divathoz értő elismeri, hogy a divatcsinálásához arcok kelljenek, még hozzá olyanok, akiket mindennap látunk, és olyan hatással vannak ránk, hogy akár a stílusunkat is befolyásolhatják. Na pontosan erre teremtette valószínűleg a média istene a Sztárokat, akik kellő népszerűséggel megáldva egy egyszerű vászoncipőből is kultuszt teremtettek. Nem véletlenül hoztam fel ezt a példát, hiszen ha már legendás ruhadarabokról beszélünk, elsőként kell megemlíteni a Converse kultikus tornacipőjét az All Star-t. 1917-ben került le az első cipő a gyártósorról, majd Chuck Taylor-nak az első szponzorált kosarasnak a lábain életre kelt a „Chucks”, mely jó rajtkőnek bizonyult, és mára már utcakövek elengedhetetlen koptatóivá váltak a

tornacsukák. Időrendben haladva a '30-as évek mozi divái forgatták fel gyökeresen a hölgyek ruhatárát, még hozzá nem is akárhogyan. Olyan színésznőkről, mint Greta Garbo és Marlene Dietrich főként anyukáinknak ugranak be a híres filmbeli alakítások, viszont ennél sokkal több maradt a mai kor lányaira. A svéd Greta Garboról mindenkinek egyértelmű melyik ruhadarabot köszönhetjük, viszont ő maga a Garbo nevet csak később vette fel. Marlene Dietrich milliók által rajongott stílusát pedig az általa bátran és első nőként viselt nadrágkosztüm határozta meg. Vajon ki jut eszünkbe a következő ruhadarabokról: halásznadrág, balerina cipő, fekete ruha és óriás napszemüveg? Ezeket az örök darabokat a Givenchy divatház álmod-



ta meg a '60-as évek Oscar-díjas színésznőjének Audrey Hepburn-nek. Finom elegancia és egyszerűség jellemezte stílusát, mely felüldülésnek számított az akkori kicicomázott Hollywood-ban. A bikini elterjedését egyértelműen Brigitte Bardot mérész húzásának tulajdoníthatjuk, míg a '90-es években Pamela Anderson vonaglott be a köztudatba az egyrészes piros bójvácsoz fürdőruciban. Frizura téren a fodrászok hamar hozzászóltak a stílusváltásokhoz. Lásuk csak a séró hullámokat: Grease-frizkó, Travolta-haj, Elvis-séró, Charlie anygylai hullámok, Rachel frizura, a Beckham házaspár összes haja, és persze utolsóként Rihanna is megforgatta az ollót a fodrászok kezében. Hosszú sorokon keresztül folytathatnám még a népszerű darabokról való sztorizgatást, de annyi biztos, hogy egy népszerű arc fenekestül felforgathatja azt, amit korábban a divatról gondoltunk. Csak bírjuk követni!

SUSZTRIK ÓFI

KITÖRNI AZ EGYFORMASÁG BÖRTÖNÉBŐL

Egy bolond százat csinál

Van az a mondás, hogy „sosem felejtheted, honnan jöttél”. Rám ez különösen igaz. Egy vagyok a 101-ből. Születésemről fogva szembe kellett nézmem azzal a ténnyel, hogy a tömeggel azonosítanak. Hányatottt kölyökkor. 100 testvérem van, mondhatni nagycsaládosok vagyunk. Nálam rosszabb sorsa talán csak a Lassie-re hasonlító kutyáknak van.

Meggyőződésem, hogy szinte az összes skót juhászkutyát Lassie-nek hívják a világon. Lázadó eb korszakomban különösen rám tört a népszerűség iránti vágy. Szerettem volna sikeres vadász-kutya lenni, vagy életmentő bernáthegyi, vagy kis táskában elférő, playmate lányok divatkutyája. Bármit megtettem volna, hogy felfigyeljenek rám. A dalмата feltűnő, de ez nekem nem volt elég. Ha egy kutya viszszához egy labdát, vagy utasításra ül, fekszik, akkor azt

mondják rá: „Jó kutya!” Ezt még a keverékkutyák is megtudják tenni. Ez számomra nem jelentett sikert. Én próbáltam megbotránkoztatni társaimat és gazdáikat. Gyakran kilógtunk néhány társammal a közeli játszóterekre, és ijesztgettük a kisgyerekeket, egészen addig, amíg ki nem esett a kezükből. Hát mit ne mondjak, nem voltam túl népszerű. Ma már nem is akarom, hogy azt mondják rám, népszerű vagyok. Nem vagyok az. Mit jelent az, hogy valaki népszerű? Kik körében? Kinek fontos ez? Mit jelent hosszú távon? Egy álarcot, felvett és szabályozott viselkedésformát. Én ösztönszerűen viselkedem, ezt nem kívánom elfojtani. Azzal leszek népszerű, hogy nem törekszem rá minden áron, nem akarom görcsösen.

Rájöttem, hogy úgy lehetek egyedi, hogy semmit sem teszek ezért. Lehet, hogy má-

soknak csak 1 vagyok a 101-ből, de nem vagyok elveszett, sohasem éreztem magam aprócska lénynek a világban. Ha jobban belegondolok ez különös. A tömeg sosem nyomott el. Sőt. Ösztöngött. A sokaságból, az egyforma-ság látszatából kitörni mindig is nagy kihívást jelentett számomra. Furcsa érzés úgy felnőni, hogy külsőre teljesen egyformának tűnünk az emberek szemében. Mindig is élt bennem az a tudat, hogy nem vagyok pótolhatatlan, nem vagyok különösen szép. Érdekes módon én ennek is örülök. Talán ennek köszönhetem, hogy különbséget tudok tenni mások számára lényegtelen, aprócska dolgok között is. A személyiségem elmélyült, túlléptem a felületességen. Minden kutyának más és más tükröződik a szemében. Ebben különbözünk igazán az embertől: nem tudunk hazudni, félrevezetni. Amikor belenéz egy ember a szemembe, tudom, hogy megértett, s látott bennem valami különlegeset, valamit, ami a megszokottól eltérő. Ez jelenti nálam a sikert. Ilyenkor elégedett vagyok, s nem is vágyom többre.

CSÍK ANITA



AHOGY A PSZICHOLOGUS LÁTJA

Siker – és ami mögötte van

Siker, pénz, csillogás... Ezek mind a népszerűség velejárói. A sokak által irigyelt élet mögött azonban valami egészen más rejtőzik: félelem és magányosság. Többek között ezt tudhattam meg Mariscsák Judit pszichológushallgatótól.

– Mit jelent népszerűnek lenni?

– Sok embernek az a vágya, hogy népszerű legyen, viszont senki sem gondol bele mélyebben, mit is takar a népszerűség.

– Mikor jelentkezik először a népszerűség iránti vágy?

– Leginkább a kamaszokra tudnám visszavezetni, náluk jelenik meg legfeltűnőbbben a népszerűség iránti vágy. Ez számukra abból áll, hogy van egy kisebb csoport által elfogadott norma, és van egy ember, aki ezt fel meri vállalni. A nagy többségnek ez bejön, hisz nem nekik kell az átlagtól eltérően viselkedni, de mégis van valaki, aki mellé odaállhatnak. Tehát van egy kis népszerűségi csoport, van egy szószóló, egy vezéregyéniség, aki fel meri vállalni az egyediséget, és vannak másodlagos emberek, akik emellett a főember mellett ott vannak, így ők is kitűnhetnek.

– Mitől függ, hogy valaki népszerűvé tud-e válni?

– Ez ma elsősorban kinézet kérdése. Az biztos, hogy egy olyan ember, aki nem magabiztos, sose válik népszerűvé, mivel nem tud szószóló vagy vezéregyéniség lenni. Már genetikailag meg van határozva, hogy valaki később a középpontban akar-e majd állni, vagy inkább kívülálló lesz. Természetesen az is közrejátsszik, hogy hogyan kezeli a család a gyereket – milyen gyakran viszik magukkal társaságba, mielőtt más közösségbe (például óvodába) nem kerül.

– Milyen hátrányai vannak a népszerűségnek, úgyszólván mondhatnánk, melyek a siker árnyoldalai?

– Mindenki, aki népszerűvé válik, valahol elveszti a magánéletét. Folyamatos válságban él, mivel minden percét kitölti, hogy megfeleljen annak a képnek, amelyet már kialakított magáról. Az ilyen emberek általában nagyon magányosak, hiszen se párkapcsolatra, se barátokra nem nagyon jut idejük. Csak

a siker a társuk. Viszont a sikernek sem tudnak teljesen örülni, mert állandóan valami újat kell csinálniuk ahhoz, hogy fenntartsák meglévő hírnevüket.

Az ilyen embereknek nincs sok barátjuk (ha van, azokat még előző életükben, a nép-



szerűség előtt szerezték), mivel nem tudják, hogy környezetükből ki az, aki a tévében látott egyéniségüket szereti, vagy inkább azt, akik ők maguk. Ez a félelem állandóan, egész életükben jelen van. Még a sztárok életében is megvan az a félelem, hogy a népszerűség múlandó, és bármelyik percben jöhet valaki újabb és fiatalabb, akit sokkal jobban kedvelnek majd.



- Milyen drasztikus személyiségváltozást válthat ki a hirtelen jött népszerűség?

- Az első periódus mindig jó, a problémák később jelentkeznek. Az, hogy valaki állandó feszültségben él, mert tökéletesnek kell lennie és meg kell felelnie annak a képnek, amelyet kialakítottak róla, olyan szintű frusztrációt okoz, amely elől akár öngyilkosságba vagy drogos életmódba is menekülhetnek.

- Melyek az első veszélyről árulkodó jelek?

- Az ember szétszórttá válik, olyan dolgokat hanyagol és felejt el, amelyek régen fontosak voltak neki, például szerettei és barátai születésnapját, évfordulókat.

- Minek tudható be ez a változás?

- A hirtelen jött népszerűséget nehéz jól kezelni. Láthattuk tehetségkutató versenyeken, hogy aki fiatal, az nem nagyon van erre felkészülve, nem tudja, hogyan kezelje az új helyzetet. Anynyira megváltozik az élete, hogy nem nagyon tud mit kezdeni az egészszel. Végére is nagyon népszerű lesz, és annyira eltelik a népszerűséggel, hogy teljesen más lesz tőle az élete.

Pont ezért jó, ha az ember nem a csúcson kerül a középpontba, hanem fokozatosan válik népszerűbbé. Akkor a

„közönség” látja a fejlődést, neki pedig nem a csúcspontot kell állandósítania.

- Tartós, vagy átmeneti ez a változás?

- Embere válogatja. A népszerűség nem feltétlenül lesz rossz kimenetelű, ha a régi barátok el tudják fogadni az új helyzetet, az illető mellett állnak, egyengetik az útját, de valahol vissza is fogják kicsit.

- Vissza tud az ember változni, lehet újra régi önmaga?

- Igen, ha nincsenek többségben azok, akik a siker felé hajszolják, vagy elegenden vannak olyanok, akik visszafogják.

- A népszerűtlenségnek is vannak hasonló tünetei?

- A népszerűtlen ember is magányos, valamilyen szintű népszerűsége mindenkinek szüksége van. A népszerűtlen embernek is át kell gondolnia egyszer, hogy jó-e neki a sarokban ülni... Ő is tudja, hogy nem, tehát lépnie kell.

- Mit javasolsz a hirtelen jött népszerűséggel küzdőknek és a népszerűtlenségtől szenvedőknek?

- Sokat segít egy személyes beszélgetés, ez bizalmi dolog. A feldolgozáshoz a barátok és a szülők segítsége fontos, olyanoké, akiben az ember megbízik. Ha egyedül kell feldolgozni a sikert, az sokkal nehezebb.

KISS SZIMÓNA

INTERJÚ LŐKÖS CSABÁVAL, KONCERTSZERVEZŐVEL

Sztárközelben

Lőkös Csaba koncertszervező, egy zenei ügynökség vezetője. Rengeteg koncertet bonyolított le népszerű, közismert emberekkel. Nap mint nap kommunikál zenekarokkal. Most a népszerűségről és népszerű előadókról fog mesélni.



– Először is tisztázzuk a fogalmat. Mit jelent a népszerűség? Szerinted mitől lesz valaki sztár?

– Magyarországon a sztár fogalma egész mást jelent, mint külföldön. Különösen, hogyha a könnyű zene világáról beszélünk. És ha erről beszélünk, akkor azt kell mondanom, hogy Magyarországon – anélkül, hogy bárkit is megsértenénk – legfeljebb csak sztrárocskákról beszélhetünk.

– Tehát akkor Magyarországon nincsenek igazi sztárok?

– Akiket magyar viszonylatban sztároknak tekinthetnénk, azok saját magukat vi-

szont nem tartják annak. Ahhoz, hogy valaki népszerű lehessen, mindenképp kell egy nagy adag tehetség, és rengeteg munka, és persze néha egy kis szerencse. Nagyon nagy szerepe van ebben a médiának, és sajnos ha a magyar valóságot tekintjük, annak a magyar média vagy a könnyűzenei előadók ugyanúgy egy- egy szelete, mint mondjuk a sokat szidott egészségügy vagy a magyar sport. Itt is, ott is vannak kiemelkedő alkotások, emberek, sikerek, de a nagy átlag elég szomorú képet mutat.

– Tehát a szerinted a média az, ami elferdíti a képet, és nem azokat népszerűsíti, akiket kéne?

– Igen valahogy így, bár természetesen ez alól is vannak kivételek, de ha bekapcsolod a rádióadókat, akkor nagyon sok hasonló zenét hallhatsz. Sokszor rádiózás közben az az érzése az embernek, hogy olyanok ülnek a mikrofon mögött, akik nem értenek elég mélyen az adott műfajhoz. Számталanszor hallani olyan felkonfokat, amikor a bűgő hangú illetőnek fogalma sincs arról, hogy kit konferál fel, és még az előadó nevét sem tudja normálisan kiejteni.

– Szerinted mi az, aminek népszerűnek kellene lennie? Mi az, amit te népszerűvé tennél?

– Én azért fordultam – a ma divatos kifejezéssel élve – világzene felé, mert ez a műfaj a népzeneire alapulva, manapság a legdinamikusabban fejlődő műfaj. Itt más a népszerűség mércéje. Nincsenek megasztárok és sztárallűrök. Viszont van jó zene, ami emberi érzéseket fejez ki és indukál. Nem az az ember érzése, hogy egy iparágban tevékenykedik. A világzene, és a népzene mindenképp

pen nagyobb teret adnék. Ha csak saját népezenénkre gondolunk, illik egy kicsit megismerni azt, és illik tudni, hogy milyen nagy kincseket rejt a saját muzsikánk. Sajnos a világzene itthon még gyerekcipőben jár. Ennek ellenére ezen műfaj külföldi képviselői közül is sztárrá váltak néhányan Magyarországon, elég ha csak a Buena Vistára, Cesaria Evorára vagy Goran Bregovicra gondolunk.

– Miben különbözik a magyar és külföldi sztárok feléd irányuló viselkedése? Vannak e különleges követelések, igények?

– Ha rock- és popsztárokról beszélünk, akkor a külföldiek sokkal szerényebbek és kedvesebbek. Általában a körülöttük dolgozó menedzserek, ügynökök, biztonsá-

gi emberek csinálják a felhajtást. A szerződéseknek van egy RIDER nevű melléklete. Ez a RIDER tartalmazza az összes kérést, igényt a szállodára, ellátásra, belső szállításra, technikára, biztonságra vonatkozóan. Itt aztán időnként előfordulnak extra kérések, melyek 20 évvel ezelőtt még gondot jelenthettek. Például volt egy zenekar, amelyik kikötötte, hogy csak egy bizonyos típusú ásványvizet hajlandó meginni, amit akkor még nem lehetett itthon kapni, így ki kellett küldenünk egy kollegát Bécsbe, hogy ott szerezze be.

Ha közel kerülsz egy sztárhoz, akkor ugyanolyan emberként viselkedik, mint mindannyian. Emlékszem mikor az Aerosmith együttes jött Magyarországra. A menedzsment kérte, hogy küldjünk ki 2-3 angol nyelvű útikönyvet Budapestről, mert a zenekar szeretne többet tudni a városról. Mi persze azt gondoltuk, hogy az egész csak műbalhé, és megint jön egy zenekar, aki azt sem tudja, hogy hol jár. Érkezésük utáni reggelen viszont szólt a menedzserük, hogy a dobos és az egyik gitáros szeretne egy rövid városnéző túrán részt venni, és én vezettem őket körbe. Jó fejek voltak, érdeklődtek, okos kérdéseket tettek fel. Egy tea mellett nagyon jól beszélgettünk.

– Van a népszerűségnek árnyoldala is?

– Bizonyos esetekben teher lehet. Barry White, aki az amerikai feketék számára valószínűleg isten volt, már menekülni kényszerült a rajongók elől. Néhány perccel a koncert előtt érkezett meg a sportcsarnokba, és még szólt az utolsó ráadás zenekari betétje, amikor ő már a színpadról egyenesen a csarnok hátsó falánál álló hatalmas, számára be rendezett buszába lépett, és elmenekült a rajongók elől. Szóval igen, mindenképp megvan a maga árnyoldala.

LŐKÖS KINGA

EGY SIKERES SPORTOLÓ NÉPSZERŰSÉGE

Sportolóból polgármester

Borkai Zsolt, Győr polgármestere sportolóként vált híressé és népszerűvé. Tornáspályafutásából indult karrierje, innen jutott el egészen a „város vezetője” cím megszerzéséig. Elfoglaltsága ellenére és sűrű teendői közepette sem feledkezik meg azonban a sportról.

Győr polgármestere, Borkai Zsolt fényes sportolói múlttal büszkélkedhet. „Szerencsésnek mondhatom magam, mindent megnyertem, amit egy sportoló megnyerhet.” – vág rögtön a történet közepébe. És hogy ez valóban így van, mi sem mutatja jobban, mint a neve alatt megtalálható eredmények: 1984-ben Európa-bajnok lett nyújtón, 1987-ben pedig lólengésben szerzett világbajnoki aranyérmet. Ezt követően érkezett el pályafutása csúcsára, amikor is 1988-ban, Szoulban lólengésben – vállsérülése ellenére a maximális pontot elérve olimpiai aranyérmet szerzett. Nagy dicsőséget hozott ezzel hazánknak, neve méltán vált népszerűvé itthon és külföldön egyaránt.

A dicső győzelmek mögött azonban megfeszített munka, akaraterő és hosszú út áll. Hat éves korában ismerkedett meg a tornával, ám rá is igaznak bizonyult a mondás, miszerint „minden kezdet nehéz”. „Az első edzés csalódás volt, mert a többiek már cigánykerekeztek, nekem meg még közöm nem volt ehhez a dologhoz. Edzés után szomorúan mentem haza, és mondtam, hogy igazából ez nekem nem is tetszik. Na, akkor széttoltuk a bútorokat és az anyukám akkor megtanított cigányke-

rekezni. Másnap már büszkén mentem és mutattam meg, hogy én is tudok cigánykerekezni.” – mesél a kezdetekről.

Ennek a kezdetnek aztán csodás tornászkarrier lett a vége, melynek később egy térdműtét vetett véget. Ám a sport mindörökké meghatározta életét. Edzőként és versenyzőként dolgozott Németországban, majd hazatérése után testnevelő tanárként próbálkozott a sport népszerűsítésével és a mozgás megszerettetésével egy győri középiskolában.

2006-ban, egy felkérésnek eleget téve indult a választásokon, és az élet ezen területén is sikerrel vette az akadályokat. „2006-ig igazából nem nagyon gondoltam rá, hogy valaha is Győr polgármestere lehetek vagy akarok lenni, de aztán úgy alakult az életem, hogy felkérés alapján, hosszú-hosszú gondolkodás után döntöttem úgy, hogy elindulok a választásokon. Tettem ezt mindazért, mert én a városomtól rengeteget kaptam az elmúlt időszakban, és én bíztam abban, és bízom most is abban, hogy amit én kaptam, azt vissza is tudom adni ennek a gyönyörű városnak.” Polgármesterként is fontosnak tartja a szabadidősport népszerűsítését, a feltételek biztosítását, de mindez önmagában nem elég, hiszen ezek mellé „fanatikus edzők és fanatikus gyerekek kelleneek”.

Sűrű városvezetői teendői mellett a Magyar Olimpiai Bizottságban is szerepet vállalt, 2009-ben ugyanis megválasztották a MOB egyik alelnökének. „Egy demokratikus szavazásnál sokféle eredmény jöhet ki, de egyértelmű volt az -és büszke is vagyok rá-, hogy a szavazásnál a je-



löltek közül én kaptam a legtöbb szavazatot. Ez egyrészt a sportmúltamnak köszönhető, másrészt pedig, hogy olyan tevékenységet folytatok, ami vezetői beosztásban való tevékenykedés.” Ennek fényében továbbra is a magyar élsport egyik fontos szereplője, alakítója. Bár az olimpiákon már nem versenyzőként, csak szurkolóként vesz részt, azt mondja, az izgalom ugyanaz: „Amikor sportol az ember, akkor egy zárt burokban van, semmi másra nem tud koncentrálni, csak kimondottan a versenyekre, és semmi más nem érdekli. Vezetőként pedig Pekingben szurkoltam azokért az emberekért, akik magyarként ott voltak. De az izgalom tulajdonképpen ugyanaz. Mindkettőnek megvan a maga szépsége.” Mindezek után hihetetlenül hangzik, de zsúfolt napirendje ellenére is szakít időt a sportra, fallabdázik. „Nekem ez egy nagyon kedves hobbym és sportágam. Németországban ismerkedtem meg ezzel a sporttal, ami azt jelenti, hogy most már 18-19 éve űzöm. Ez egy kicsit lenyugtat, hetente háromszor elmegyek mindig.”

Minden gyermeket a rendszeres mozgásra buzdít, hisz mint mondja, gyermekként kell költeni a sportra és ezzel az egészségre, hogy felnőtt korban kevesebbet kelljen. Saját szavaival élve: „a megelőzés sokkal fontosabb, mint a tűzoltás.” Az ösztönző eszközök közül különösen fontosnak tartja, hogy legyen példaképe a gyerekeknek, aki miatt szívesen elmennek sportolni.

Utolsó kérdésemre, miszerint milyen reális esélyt lát a közeljövőben a magyarországi olimpiára, kicsit szomorúan ezt feleli: „Most még csak álmoként kergetjük ezt a dolgot, egyszer talán valamikor valóság lesz.”

8KF NAP

Ez a nap más, mint a többi...

8 évvel ezelőtt sor került George W. Bush, az USA 43. elnökének beiktatására. 8 éve, hogy az első Shrek megjelent a mozikban. Jack Lemmon, amerikai színész 8 esztendeje hunyt el. Szeptember 11-én, 8 évvel ezelőtt két eltérített utasszállító csapódott a World Trade Center ikertornyaiába. 8 éve, hogy Michael Schumacher a Magyar Nagydíjon megszerezte 4. Forma 1-es világbajnoki címét... és immár 8 év telt el azóta, hogy a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola megnyitotta kapuit.

Idén május 7-én került sor iskolánk születésnapjának megünneplésére. Ezen a szép napon természetesen nem csak annak örülhetett a hallgatóság, hogy a délutáni tanítás elmarad, hanem annak is, hogy az idei rendezvény sem szűkölködött színesebbnél színesebb programokban.

Az első momentum a már-már hagyománnyá vált lufifelengés volt, melyre a délutáni órákban került sor. A pillanat meghittségét fokozta Kéry György skótdudás aláfestő zenéje, mely megfelelő hangulatot teremtett az iskola színeiben pompázó lufik távozására.

Berecz András meséire és Hajós András stand-up comedy előadására kisebbfajta tömeg gyűlt össze az arra kijelölt helyiségben. Ezt követte az Év Oktatója Díj átadása, mely izgalmas percekhez hozott a hallgatóság és az oktatók számára egyaránt. Idén Büttl Ferenc és Horváth István nyerték el a diákság által megszavazott, ki-tüntetett címet.

A TDK Plakátpályázat eredménye alapján Keszytűs Gergely, gazdálkodási és menedzsment szakos hallgató vehette át a nyertesnek járó díjat.

A hivatalos programokon kívül a Hallgatói Önkormányzat jóvoltából lehetőség nyílt kipróbálni a közkedvelt lasertag-et, különböző X-box játékokat valamint a paintballt. A hallgatók részt vehettek numerológiai elemzésen, karikatúrakészítésen, illetve belekóstolhattak a protokoll és rendezvény szakosok pusztapörköltjébe.

A programtervnek megfelelően, pontban 8 órakor került

sor a tombolasorsolásra, melyet a jóllakott és vodka-burn vegyülettől szédült diákság megfelelő hangulatban fogadott. A szerencsésebbek UV-csekkkel, mozikártyával, vagy akár kétszemélyes vacsorameghívással lehettek gazdagabbak.

9 órakor került sor a hagyományos tűzijátékra, melynek végezetével megkezdődött a hallgatói „ereszdelahajam”.

Ennyi program után úgy gondolom, sikeres és élményekben gazdag időtöltés volt ez a kellemesen napsütötte, késő tavaszi délután.

BOGNÁR ANNA



HALLGATÓI ÖNKORMÁNYZAT

Azok a HÖK-ös dolgok

Miután túlestünk a vizsgafelvétel nehézségein, és kibuliztuk magunkat a BKF fergeteges születésnapján, folytatjuk a munkát.

A gólyatábor szervezése továbbra is folyamatban van, mert bizony, most már tényleg menthetetlenül vége az évnek, és egyre inkább aktuálisává válik az elsősök fogadása.

Emellett persze rólatok, jelenlegi hallgatókról sem feledkezünk meg, hiszen ha kérdéseket lenne a vizsgaidőszakkal vagy bármi másval kapcsolatban, akkor is megtaláltok minket.

Idén az Erasmus-program iránt is megnőtt az érdeklődés. Ebben a szemeszterben 16 külföldi diák tartózkodik főiskolánkon Erasmus ösztöndíjjal, mely az eddigi legmagasabb létszám. Nyolc holland, három luxemburgi, két lengyel, két török és egy olasz diákot látunk vendégül. A diákok mind nagyon

jól érzik magunkat intézményünkben, az olasz lány és egy lengyel fiú már második szemeszterüket töltik nálunk. Még nem késő megismerni őket – habár május legvégén búcsút vesznek főiskolánktól. A BKF egyre több hallgatója érdeklődik a kiutazás iránt is – 32 diák kapta meg a lehetőséget, hogy 12 különböző országban töltsön el egy szemesztert. Sok

sikert kívánunk nekik a kiutazáshoz!

Mindemellett már a nyár is gondolnunk kell. A gólyatábor előtt bemelegítésként lesz jópár fesztivál az országban, ahol természetesen BKF-esek is képviselik az iskolát.

Egyelőre ennyi, ám ha bármilyen kérdéseket lenne, megtaláltok minket. Bizony, ott. A „kisházban”.

ÁRGYELLÁN EDINA – POPPER ELIZA



KOMM' A BKF HALLGATÓI LAPJA 1144 • BUDAPEST, NAGY LAJOS KIRÁLY ÚTJA 1-9 BKFKOMM@GMAIL.COM (+361)2733090/1080 • **FŐSZERKESZTŐ:** ÁRGYELLÁN EDINA (EDINA.ARGYELLAN@GMAIL.COM) • **LAPIGAZGATÓ:** HALÁSZ PÉTER (PETER.HALASZ@GMAIL.COM) • **TERVEZŐSZERKESZTŐ:** KÓHALMI ANETT • **KÉPSZERKESZTŐ:** MIHÁLYI BARBARA • **SEGÉDSZERKESZTŐ:** POPPER ELIZA • **NYOMDAI ELŐKÉSZÍTÉS:** PAPP VIKTÓRIA • **CÍMLAPPFOTÓ:** MIHÁLYI BARBARA • **CÍMLAPTERV:** KORÓMPAI DÁNIEL • **E HAVI SZERZŐK:** ÁRGYELLÁN EDINA, BIRTA BRIGITTA, BOGNÁR ANNA, CZENKLI DORKA, CSIK ANITA, DÁN DOROTTYA, HÉZSER BENEDEK, KISS SZIMÓNA, KOVÁCS ZSIGMOND, KÓHALMI ANETT, LŐKÖS KINGA, PINTÉR SZABOLCS, POPPER ELIZA, SOLYMÁRI ILDIKÓ, SUSZTRIK ZSÓFIA, SZÜCS GERGELY, VASKÓ VIKTOR • **FOTÓSOK:** BENCSIK NOÉMI, CSANÁDI MÁRTON, CSIKÓS ESZTER, MIHÁLYI BARBARA, EGYED ANNA • **VEZETŐ OLVASÓSZERKESZTŐ:** FENYVES KATALIN • **OLVASÓSZERKESZTŐK:** KODÓ TÍMEA, POPPER ELIZA, TÓTHMÁRTON MELITTA • **NYOMDA:** KAPITÁLIS NYOMDAIPARI ÉS KERESKEDELMI KFT. 4002 DEBRECEN, BALMAZÚJVÁROSI ÚT. 14.

GYAKORLATIAS. KONKRÉT. HASZNÁLHATÓ.

Életpálya és Karrier-tervezés

Új választható tantárgy, ami segít megszerezni az első állásod. És a másodikat. Meg a harmadikat, és az összes többi. Úgy, hogy közben jól is érezd magad.

Az Életpálya és Karrier-tervezés fakultatív tantárgy rendszerbe foglalja mindazt, amit az hivatásválasztásról, az állásszerzésről, és az esetleges pályamódosításról tudni kell. Lépésről lépésre végigveszi a tudnivalókat az önismerettől, az állás megtartásáig. Olyan gyakorlati módszereket, technikákat mutat be, amelyek használatával azonnal versenyelőnybe kerülhetsz a munkaerőpiacon. Megtanulhatsz elkerülni a csapdákat, zsákutcákat.

A tárgy célja, hogy megtanítsd, hogy hogyan érdemes és célszerű elkezdni a karrierépítést úgy, hogy olyan munkahelyet eredményezzen, ahol jól érezd magad – és még jól is fizetnek.

A félév végére ismerni fogod:

- saját lehetőségeidet, korlátaidat és az önmarketing mesterfogásait
- a rejtett állások megtalálásának módjait
- a munkáltatók gondolkodását, kiválasztási technikáit
- a hagyományos módszereket (motivációs levél, önéletrajz, állásinterjú) és az ezeken kívüli lehetőségeket
- a megcélzott állás megszerzésének hatékony eszközeit
- a karriered hosszú távú építésének elemeit

Magabiztosan fogsz:

- célirányos kapcsolatokat kialakítani
- prezentációt tartani saját magadról
- megkeresni és meggyőzni potenciális munkáltatókat

Mindezekon felül, bevezetünk a kapcsolatépítés fortélyaiiba, ami nemcsak a „jó” állás megszerzéséhez elengedhetetlen, hanem egy olyan (tanulható!) készség, amely a pályafutásod egészen végigkísér és sikereid fő komponense lehet. Megmutatunk számos lehetőség felé vezető utat, és pontos útmutatást adunk hozzá.

A félév során a sok, kiscsoportban végzett gyakorlat, házi feladat és szimuláció segítségével professzionális munkavállalóvá válhatsz, aki a munkáltatók között válogathat – és a legjobbat választja.

Az előadó, Gerlei Béla, a világ egyik legjobb Business School-jában szerzett MBA diplomát. Az óráin a csaknem 20 éves nemzetközi üzleti tapasztalatait osztja meg – arra fókuszálva, ami működik. Szakterülete a HR, ezen belül a kiválasztásra specializálódott. Kiválasztás-technikai tréningeket tart, vállalati vezetőket és HR munkatársakat oktat és segít a hatékony munkaerő kiválasztásban. Rendszeresen kéri tanácsát mind a nyomtatott, mind az elektronikus média, számos szakmai cikk szerzője.

Ne felejtse el: *te* választasz!

KARRIER CENTRUM



**Tényleg erre akarsz emlékezni
a diákéveidből?**



*Tavaszi határidő:
május 15.!*

DIÁK HITEL

www.diakhitel.hu
06-40-24-00-24

Legyél, aki lenni akarsz!

érzelmek szeretet érdek magánélet akarát magamutogatás visszafogottság
 mosoly álarc kétely **rajongó** összeszedettség szereplés ideál
 igazság jóság háttér **kulissza** testőr bulvár felhajtás
 fejszabadultság mánia sokk mozgás idő idő
babóváry kisasszony
 közösség védelem **divat** tökéletesség
 sztár **vörös szőnyeg** meg
 mozdulás re
 érem eli
 futtatás C
 ppont
 köz
 sűcs
 média
 hóbort
 szabá
 lyok
 jutalom érzelem megfelelés reflektor
 érzelem tettek közönség **íthton** nemzetközi kirívó
 megkökentenő mennyiség minőség koncentráció szerep
 precizség **spontanitás** rugalmasság érdem
 taps eljenzés legenda önére segítség **títkot** kötöttség márka
 csillogás ismertség **penz** karrier **tömeg** fi
 pontosság összefogás idő fiatalság fe
 botrány
 mánia
 megmozdulás **szerencse** kapcsolatok lelki erő szakember
 kapcsolatot odaadás érzelmek szeretet érdek magánélet magam

