

ZSÓFI NÉNI ELKÖNYVELTE

PÁRATLAN OLDAL - LV. évfolyam 30. szám, 2011. július 29.

A Suzuki cég plakátján szereplő ősz hajú nő - ha csakugyan létezne, s nem csak a reklámszakemberek által kitalált fiktív figura lenne - bizonyára elkönyvelte volna magának, hogy ő kora alapján már csak néniként szerepelhet egy reklámkampányban. Pedig kitűnő munkaerő, jó külsejű, dinamikus, kreatív, tehát szerethető, tisztelhető ember lenne, ha létezne.

A hölgy a reklámok szövege szerint dolgozik, könyvel a cégnél, s annak sikereihez munkájával járul hozzá. Szerepelhetne az autógyár plakátjain Pista bácsi, a főmérnök, Józsi bácsi, az értékesítési osztályvezető, a hajuk nekik is ősz már, s ők is évtizedek óta dolgoznak hűségesen és eredményesen a cégnél. Ez az ötlet azonban egyetlen reklámszakembernek sem jutna eszébe. Mint ahogy nem szokás nálunk bácsinak nevezni vagy így szólítani tekintélyes külsejű, komoly beosztású férfiakat.

A néni és a bácsi eredetileg családi kapcsolatra utal: a szülők nőtestvérét jelölő nagynénire, illetve a fivérükre utaló nagybácsira. Kisgyermekek szólítják meg így a pedagógusokat, a sportedzőket s az idegeneket. Felnőttek részéről - ha nem indokolja régi, meghitt kapcsolat - lekezelő az idősebbeket bizalmaskodva bácsinak, néniknek nevezni.

Ez a megszólítás az egyik nyelvi jele az idősebbekkel szemben megnyilvánuló negatív megkülönböztetésnek, az ageizmusnak. Ez a jelenség nálunk annyira megszokott, az iránta való érzékenység pedig annyira jelentéktelen, hogy még magyar neve sincsen.

Ha Zsófi néni csakugyan létezne, s nem avatag sztereotípiákban, álságos közhelyekben gondolkodó reklámszakemberek fantáziájában született volna meg, bizonyára kikérné magának, hogy néniként kerüljön fel a tűzfalakra.