

Nóta, kacagás

PUBLICISZTIKA - ELSŐ OLDAL - LXVI. évfolyam, 45. szám, 2022. november 11.

Idősebb úr nézegeti a felvágottak pultját, orcáján a megdöbbenés, a hitetlenkedés és a felháborodás kifejezése váltakozik. Nyilván nem gyakran jár vásárolni, legalábbis nem mostanság. Füstölt szalonna kétezer-öt, sós szalonna kétezer-hat, kolozsvári szalonna négyezer-nyolc, tepertő harmincdekás kiszerelésben ezeröt. Az micsoda, kérdi az eladótól, ő pedig megigazítja az árcímkét, noha el se volt mozdulva. Tepertő. Ennyiért? Kilója ötezer, feleli az eladó, és ki tudja, miért, de egy pillanatra zavarba jön. Ötezer, visszhangozza az idősebb úr a pánik szélén egyensúlyozók hanghordozásával, szeme forog, mint a rulettgolyó, a kijáratot keresi.

Ifjúkorunkban a tepertő volt a mindennapi kenyérünk mellé fogyasztott szerves hulladékok egyik legolcsóbbika. Most úgyszólván luxuscikk, a szalonna dettó, a többit említeni se érdemes. Noha valamit mégiscsak be kell vinnünk a szervezetbe, ellenkező esetben ugyanis Orbán fanclubjának eggyel kevesebb tagja lesz, bár ami azt illeti, marad úgyis elég. Közép-Európában leginkább a magyarok dicsérik a kormányukat, ezt az öröndetes tényt a *Nézőpont* tárta a nyilvánosság elé még a nyár derekán, hatvanegy százalékuk elégedett vele, ez az arány azóta minden bizonnyal tovább javult.