

A klasszikus zene mint reklám faktor

A simulékony hangzások erotikus hangulatot keltenek

Részletek Prof. Dr. Friedbert Streller drezdai zenei publicista reklámpszichológiai tanulmányából.

A zene életünk állandó kísérője. Hatással van ránk minden életkörülmények között, ritkán aktív módon, leginkább passzív-auditív fogyasztás formájában. Kapcsolatban áll mindennapi tevékenységünkkel. A munkahelyen dúdolják, az autóban a beatzene még a karosszérián is átűbörög. A szállodák vagy áruházak liftjeiben, sőt a toaletteken is diszkórén fülbe hízelgi magát. Mindenütt árad a zene, séta közben is, hangosan, vagy a walkmanen keresztül. Még az iskolai vagy egyéb feladatok teljesítését is a kortól függően halk vagy zajos hangzón kíséri. Így válik manapság a zenehallgatás nélkülözhetetlen életelixírré. A társas összejöveteleken, a diszkókban a hangos zene áradásában a partnerek nem képesek egymáshoz szólni. A beszélgetés akadályozva van, személyes szórakozásnak nincs helye. A fülsiketítő zene miatt az egyén még közönségben is izolált, csupán látszólag van társaságban. Ha pedig csend van és egyedül van úgy véli, akusztikus csörgedéssel szenvedélyserűen el kell menekülnie ebből az „egyedül létből”. Még az intim szférát is zenével gazdagítják. A „Freudin” magazin egy körkérdése szerint: bársnyos dallamok a nők 40%-át erotikus hangulatba hozzák.

Akár hangos, akár halk, a zene mindig jelen levő, leginkább popzeneként, ritmikailag élénkítően, ritkán „lágynak” nevezhetően, még ritkábban klasszikus zene formájában. De ez utóbbinak is megvan a maga nemcsak meditatív, elgondolkoztató, de nagyonis praktikus helye, másképpen nem tévedt volna alkalmilag a reklám területére is: hiszen ott csupán azok a zenék használatosak, melyek populáris effektust hordoznak. A zenének ilyen módon is hatása van, az ember többé-kevésbé tudatosan fogadja be, kellemesnek találja. Hallgatása talán kapcsolódik egy kedves személlyel közös hangverseny- vagy operalátogatás emlékéhez és így boldogító, szép, átszellemült érzelmeket kelt. Úgy tűnik, hogy így egy egész repertoár állhat össze. Az ember a TV által reklámozott áruválasztékot simogató hangok kíséretében fogja fel. Csak a termékhez fűződő kellemes érzetek felidézése és külső stimulálása a cél, nem tartalmi kapcsolat teremtése. És ez a tény néha szinte groteszkké is válhat.

Mi köze van Vivaldi Négy évszaka Nyár tételének a „Venezia” parfümhöz? Talán a reklámfőnök gondolt arra, hogy a zeneszerző Velencéből származik?! Ha pedig a hallei születésű Händel is volt Itáliában, akkor a „Largo” megfelelő zene a „Celestina” jégkrémhez. Az azonban, hogy a Xerxes c. opera, amiből a Larghetto ária származik Londonban született és semmi köze az olasz fagyalathoz, nem zavarta a kereskedőt. Csupán egy „ízletes” zenére volt szüksége. Mozart 1788-ból származó g-moll szimfóniája pedig a „For ever young” arckrémhez kapcsolódik (na persze, Mozart valóban 35 éves volt csak amikor meghalt!). Az „alla turca” rondo az 1778-as A-dúr szonátából a „Hennessy Cognac” reklámját kíséri, valószínűleg azért, mert élvezetének turbulens hatása van. A K.

467. D-dúr zongoraverseny Andante tétele (az Elvira Magadan c. film tette népszerűvé) egy kissé popzenei átdolgozásban a Karstadt hálózat arany ékszereit reklámozó szlogent kíséri. Csillogó zene a csillogó ékszerhez! A Kis éji zene fináléja az „Erasco”-t kívánja ízletesebbé tenni („Az a jó benne, hogy a jó benne van”)

„Miss Dior” aztán illatos vizecskéinek ajánlásához rögtön Beethoven kilencedikjének második tételéhez nyúl, és egy valóban izmos férfi body building show-jának kísérőzenéjeként ennek a szimfóniának heroikus I. tétele szolgál. Más Beethoven darabokat a reklám tervezők érdekes módon nem tartottak használhatóknak. „Dr. Oetker” Bielefeldből erős vonzalmat áru el Robert Schumannhoz. Az orosz foszlós kalácshoz szolgáló sütőport értelemszerűen a Gyermekjelenetek „Idegen országokról és emberekről” tételével ajánlja, az almás pitét pedig az „Álmodozás”-sal. Talán bizony alkonyatkor kell a tésztát a kandallónál összekeverni? Hogy „Ehrmann” vanília pudingja passzol-e Csajkovszkij b-moll zongoraversenyéhez, kérdéses marad. Mindamellert ez a cég az „Almighurt joghurt”-ot is ezzel a zenével ajánlja, méghozzá ezzel a szlogennel: „Egy gyümölcsöm megvalósul”. Álmodozás a sülyos, nem éppen pudingszerűt akkorok mellett? – Ezt alig lehetne megálmodni.

Szép dallam szép áruhoz

Ez a zene megcsúfolása, vagy csupán sokoldalúsága? Vajon világos zenetudományi értelmezésről van itt szó? Természetesen nem, hiszen a szép dallamnak itt szép árut kell reklámozni, megfelelő vásárlói hangulatot keltenie. Minthogy azonban a reklámoknak a zenével együtt való állandó ismétlése asszociációkat teremt, egy mefisztói, ördögi kapcsolat jön létre, egy asszociáció-szövedék a többnyire faustian komolyan áradó művekkel, melyek itt az összefüggéseikből kiragadva darabokra törnek.

Ha Musszorgszkij Egy éj a kopár hegyen c. műve, vagy Borogyin Igor hercegéből a Poloveci táncok a Krim pezsgőhöz kapcsolódnak, akkor annak legalább van egy földrajzi-nemzeti összefüggése. Ha a „Radeberger Pilsen” reklámhoz a Tell Vilmos vadászakórusa szól, azt mondjuk: „Na jól van, a Radeberger sörfőzde Drezda környékén van, ahol a mű keletkezett”. Ha azonban Smetana Moldvájának témájára, amit ugyan Karel Gott már egyszer adaptált (de az legalább a zeneszerző honfittása) a „Mazola” olajat ajánlják, aligha lehetne kapcsolatot felfedezni. Ugyanez a helyzet Dvořák Szláv táncával, vagy az Újvilág szimfóniával, melyek mosóport ill. gyümölcslekvárt reklámoznak. Grieg Peer Gyntjéből Solveig dala egy sör-reklámhoz éppen olyan kiereszkalt kapcsolat mint a Dongó a VW új Polo-jához. Talán azt gondolták, az új kocsi éppen olyan surrogva szárnyal az autópályán mint egy dongó.

Teljesen értelmetlen kapcsolat ha Strauss kedvelt bevonulási fanfárja a Zarathustrá-ból sör rek-

lám kísérője. Nem más a helyzet ha Elgar egy melódiját pralinékhoz kapcsolják. Végképp konfüzzá válik a helyzet Liszt La Campanellá-jának a „Jade After Shave”, vagy Orff Carmina Burana-idézetének a „Nestlé” csokoládéhoz, vagy akár Bizet Carmene ismert Habanerájá-nak a City bank szervizéhez kapcsolása és meglepetésszerűen - hogy a pénzintézeteknél maradjunk – Erik Satie Gymnopédies c. műve részletének társítása a Würtembergi Biztosítóhoz.

Ha a klasszikus zene népszerű örök dallamai után kutatunk, itt egy egész gyűjteményt találunk belőlük – mint szép, behízelt melódiákat a legkülönbözőbb fajta profán hirdetések áldozataként. A gyártmánnyal a legtöbbször semmilyen kapcsolatban nem állnak, a hangulati aura megteremtésére használják (vagy kihasználják?) őket.

Klasszikusokat idézni olcsóbb mint komponálni

Filmekben – a feltűnően magas jogdíjakat elkerülő – újra és újra már rendelkezésre álló zenéket használnak fel. Muszorgszkij Egy kiállítás képeiből a Gnóm-ot egy televíziós animáció olyan jelenetnek kísérőzenéjeként használják, ahol egy fogoly, hogy ennek az adónak adásához eljöhessen, a rácsot szétveri. Cesar Monteio Isteni színjátékában állandóan Isolde szerelmi halálát-tátsszák be és egy lány tejben fürdését Joseph Haydn egy orgonakoncertje kíséri. Mivel itt egy öreg fagyaltárus fantáziáját művészen filmben bontakoztatják ki, legalább egy bizonyos tartalmi összefüggés van Wagner művével. De egy filmben a Garda tóról, melyben Mussolini 1943-as Saló-i jelenlétéből, ahol az SS elfogta, több képet bejártak, zenei egyveleget hallunk Sosztakovics I. zongoraversenyéből és az V. és IX. szimfóniából. A moszkvai mesterponyára megbocsátána ezt az összefüggést. Profánabul történik egy főzészről szóló TV műsorban, ahol a húst és hús-sülteteket bemutató kezdő képek mellé ismét Csajkovszkij b-moll zongoraversenyét választották kísérőzenének, és azt hosszabb passzusokban játsszák.

Ezek az inkább hangulati mint értelmes kapcsolódások valamely filmjelenethez nyilvánvalóan sporadikus módon történnek, és a rendező vagy tanácsadó adott ismeretei határozzák meg, tekintet nélkül az eredeti funkcióra és szándékra. A zene itt a megvásárolható rossz lány szerepét tölti be, akit mindenki biztossága szerint fel- vagy kihasználhat. Így aztán nem csoda, hogy ezen a területen az erotikus film veszi magának a bátorságot, talán éppen szándékosan, hogy a profánt poétikussá nemesítse. Mozart Requiem-jének kezdete egy pszicho-horror film kísérőzenéje lett, melynek története egy festő tragikus legyilkolásáról szól. Itt legalább van némi hangulati kapcsolat a zene és a cselekmény között.

Ezzel szemben az amerikai Carla Kanbe filmjében Beethoven Pastorale szimfóniájának I. tételét játsszák, miközben a sztriptíz lokálban konkrétan

szeretkezéseket mutatnak be. Csajkovszkij hegedűversenyének III. tétele is (persze némi popmanírral hamisítva) egy pornósztár bemutatásához szolgál kíséretül. A rendező talán arra gondolt, hogy Eduard Hanslick bécsi kritikus a versenyműről írt kritikájában indíttatva érezte magát utána gondolni, hogy vajon létezik-e büdös zene. Na persze, Beethoven – főleg ha Berlinben volt – néha „hölgyeket” látogatott meg saját üzletükben. Bár Mozartnál ilyen nem ismeretes, habár bizonyos levelei rejtenek magukban valamiféle utalást erre, de semmi esetre nem ez a Requiem háttére. És Csajkovszkij sem valószínű, hogy az ő habitusával meztelen nőesség bővülte volna el.

Még Brahmsot is, akinek Clara Schumannhoz fűződő érzelmei inkább plátói síkon futottak, Françoise Sagan „Szereti ön Brahmsot” c. filmjében a III. szimfónia III. tételét egy furcsa szerelmi történet poétizálásához citálják, bár ez a mű Brahms 1883-as kifejezési világában semmilyen konkrét kapcsolattal nem bír.

Mi mindent nem lehet zenével csinálni, ugye? Nincsenek határok, a jó ízlésen kívül, amiről viszont vitatkozni lehet. Semmilyen törvény nem szab határt a zene meggyalázó, szabados vagy káros felhasználásának. A zene mint nyelv annyira nem

konkrét, amennyire sokértelműnek tűnik. A nyelvben kifejezés-meghatározások vannak, de itt is sok minden félreérthető és kétértelmű. „A nyelvet interpretálni azt jelenti: a nyelvet megérteni; a zenét interpretálni: zenét csinálni” – nyilatkozik Theodor W. Adorno filozófus. „...A beszéddel ellentétben” – fejt ki tovább – „a zenének nincs jel-szisztémája. A hangok mondanak valamit, néha emberit, de a mondotok nem elválaszthatók a zenétől.

Szimfóniát írni – élet és halál kérdése

De hagyjuk a tudományos magyarázatokat. Hanns Eisler szerint „a szűkített szeptimakkord túlalkalmazása folytán társadalmilag oly mértékben elhasznált”, hogy manapság csupán a könnyű szórakoztató zenében bukkan fel: „Ami egy beethoveni kifejezésben fájdalmas volt, Lehárnál ugyanolyannak hat?

A társadalmi gyakorlatban minden legitimálnak tűnik. Ezáltal eltűnt „a lélek”, ami tulajdonképpen a zene mögött rejlik. De kit érdekel ez, ha a zene szépen szól – hogy Hanslick sokoldalúan félreértett mondatát egyik könyvéből idézzük: – „csupán hangzóan mozgó forma”. De éppen a forma az, ami mélyebbre nyúl, ami a szimfóniában Haydn óta élet és halál kérdését jelenti és nem Csajkovszkij b-moll

koncertjének akkord-folyamatát amint puding reklámot ad el. Jelenleg a televízióban a klasszikus zenei adaptációk reklám célú széleskörű meggyalázása folyik. Ámde a zsumaliszta korszak devalválódott „értékeiben” minden lehetséges. A klasszikus „hit”-ek a video klipek által talán már oly módon elidegenedtek, hogy komolyabb megközelítésük már nem is lehetséges.

Már 1962-ben óvott Adorno: „Az előadói praxis a rádió és a gramofonon keresztül talán (ma természetesen még a televízió, a diszkó és Internet is ide tartozik) szükséges feltétel ahhoz, hogy egy zene slágerré váljék. Ami ily módon nem jut el egy széles közönséghez, az nehezen válik népszerűvé”. Ennek érdekében jött létre azóta már a pseudo-demokratikus nézettségi szabályozás. „Az evergreenek - így Adorno - mindenkiben saját erotikus asszociációit indítják meg” És ez az ún. klasszikus zenére is érvényes, különben a reklámokban és filmekben egyáltalán nem alkalmazták volna azokat hatásosan. És így szól a hirdetési zsargon továbbra is: „Jó hangulat klasszikusokkal”, vagy reklámszerűbben: „Happy with classic-hits”! Na és?

(A cikk elsőként a „Das Orchester” 9/99-ik számában jelent meg. Köszönjük a közlés jogát.)

KOTTÁK, ZENEI KÖNYVEK, HANGLEMEZEK VÉTELE ÉS ELADÁSA

A

KODÁLY ZOLTÁN ZENEI ANTIKVÁRIUMBAN

1053 Budapest, V. Múzeum körút 21.

Tel.: 1173-347; fax: 1174-932

Nyitva: 10-tól 18 óráig • Szombaton 10-14 óráig
Külföldi kottákat – vásárlóink kívánságára – külön is,
rövid határidőn belül importáljuk.

A ZENEI ANTIKVÁRIUM A ZENEI RITKASÁGOK BOLTJA

MESTERHEGEDŰ ELADÓ

Tel.: 252-7186 Iványi Zsuzsanna

ABMIRAM PERCUSSION
1088 Budapest, Bródy Sándor u. 36.
Tel./Fax.: 318 1976
Mobil tel.: (30) 99 63 173
MAGYARORSZÁG LEGNAGYOBB ÚTÓHANGSZER VÁLASZTÉKA



Hangszerkereskedelmi és szolgáltató Kft.

1074 Budapest,
Dohány u. 86.
Tel./fax:
342-3623

Nyitva:
hétfő-péntek
9.30-tól
18.00 óráig
Szombat
9.30-13.00

Új és használt hangszerek vétele, eladása,
igazságügyi szakértő véleményezése, szakbecslése.

Alkatrészek, tartozékok, kiegészítők forgalmazása:
húrok, vonók, tokok, huzatok, állványok stb.

Thomastic, Pirastro, Corelli és Jargar húrok