

2013. március-április

Koleszterin

A
Káldor
Miklós
Kollégium
lapja



3 méterrel

beljebb

Áthelyezték a Felvinci kerítését



www.kaldorkoli.hu
koleszterin@kaldorkoli.hu



Esküvő

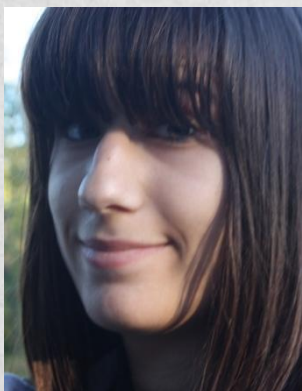
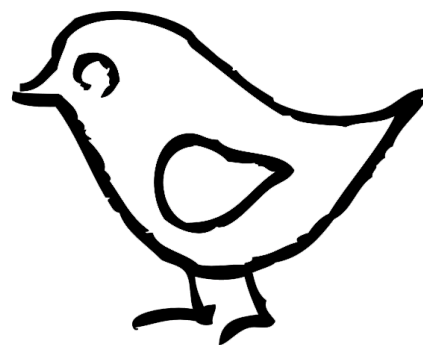
Kata (59, biológus, elvált, két szinte felnőtt gyereke van) és András (62, grafikus, szabadságát még a gyerektől is védte) kb. 20 évi együttjárás-élés után szakítottak.

Kata szerette a társaságot, jönni-menni, kirándulni, színházba, moziba járni. András viszont inkább begubó-dzó, otthonülő, magának való. Kata úgy gondolta, keresne magának egy mozgékonyabb párt. Nem érezték jól magukat egymás nélkül. Mardosta őket a másik hiánya. De büszkébbek voltak annál, hogy megkeressék a másikat. Mígnem... mígnem egyik este magányosan sétálva összetalálkoztak. Szó nélkül egymás nyakába ugrottak, és karonfogva együtt mentek haza. Majd a szabadságát őrző András térdre ereszkedve megkérte Kata kezét a gyerekeitől, s egy kölcsöningben és zakóban, illetve egy fekete kiskosztümben a két gyerek tanúskodása mellett összeházasodtak.

Változott-e a kapcsolatuk a házasságtól? Változott. Az anyakönyvezető néhány közhelyes mondata a házasságról, az életre szóló felelősségről a maguk számára is váratlanul szíven ütötte őket. András azóta jön-megy Katával, ha nálunk vannak egymáshoz simulva ülnek a kanapén, jól esően mondják: a feleségem, a férjem.

S.J.

S.J.	2.
Hírek	3.
Hírek másképp	5.
A hónap képe	5.
Interjú	6.
„Attól jó, ha elad” - Geszti Péter	6.
„A politikus ugyanúgy ember” - Láng Zsolt	10.
Galéria	11.
Ballagók	14.
Unisex	16.
Pihenés (Kriszti)	16.
Pihenés (Gergő)	17.
Ajánló	18.
Film – Beszélünk kell Kevinről.	18.
Net – Filmhíradók, Duolingo.....	20.
Divat	21.
Ombre	21.
Tudtad?	22.
Idézetek	23.
Dógok	24.
A járdán	24.
Sudoku	25.
Poén	26.
Ügyfélszolgálati telefonok	26.



Lezajlott a kollégiumban a tanév negyedik értékelése. A legtöbb bűnuszt

a lányoknál **Csizmadia Krisztina** (31), a fiúknál Kodák Márton (33) gyűjtötte. A szobarend versenyét a szokásoknak megfelelően a Bakfarkban a 3-as, a Felvincin a 8-as háló nyerte. A fiúknál látványos fejlődést mutatva az 1-es szoba végzett a második helyen.

Február végén a Felvinci klubtermében megtartották a kollégium szokásos félévi közgyűlését. Singer János igazgató beszédében ezúttal a barátság fontosságára hívta fel a figyelmet.

Nővéreit vitte magával a Városfal Vendéglőbe a győzelemért járó jutalomvacsorára Koleszár Andi, a Kollektívben megrendezett Miss Káldor szépségverseny nyertese.



Közben a kolesz facebook-oldalán szavazni lehetett a verseny indulóira, a legtöbb voksot itt **Hellner Dóri** kapta, Király Dóri lett a második, Koleszár Andi a harmadik.



Második helyen végzett és így nem jutott tovább a Vida Mátéval és az ex-Káldoros Takács Krisztoferrel felálló U17-es fociválogatott az Eb-selejtező Telkiben megrendezett elitköréből. Első meccsén, a finnek ellen fantasztikus hajrával, Takács Krisztofer 84. percben (a találkozők ebben a korosztályban 80 percesek) szerzett góljával 3-2-re nyert a csapat. Ezután Fehéroroszországot verték a fiúk 3-0-ra, végül azonban a svédek elleni ki-ki meccsen a sors visszavette azt, amit a finnek ellen adott: a 2. perctől vezető magyar csapat a 81. percben kapta be az egyenlítő gólt, amelynek köszönhetően – jobb gólkülönbséggel – a svédek jutottak tovább a májusi nyolccsapatos szlovákiai Eb-re.



Aranykezek: Sabján Gergő, Sipos Máté, Szandai Ádám, Bozók Gergő, Kurucz Barna, Vigh Boldizsár és Göbl Ádám

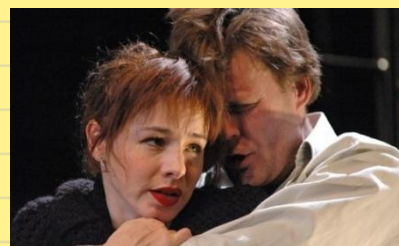
A kollégiumok Budapest-bajnokságán kézilabda-csapatunk óriási bravúrt végrehajtva, veretlenül zárva a küzdelmeket aranyérmet szerzett. Fociban is szép sikert értünk el: a 12 csapatos mezőnyben harmadik helyen végeztek a fiúk.



A bronzérmes focicsapat: Nagy Gábor, Vigh Boldizsár, Bozók Gergő, Rimár Péter, Tóth Olivér, Lakatos Csaba, Kodák Márton, Deák Milán és Csösz Richárd



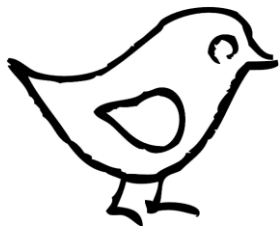
A Bacsó Péter Társaság legutóbb Gothár Péter filmklasszikusát, a Megáll az időt, a Színházi Társaság pedig a Katona József Színházban Molière Mizantrópját tekintette meg.



A kiskonyhákban is nagy volt a sürgés-forgás: a Bakfarkban a Háztartási Ismeretek Társaság kakaós csigát, sajtos pogácsát, carbonara spagettit és képviselő fánkot készített, míg a Felvinci Főzni Remek Társasága egyik délután főzeléknapot tartott: krumpli-főzelék, borsófőzelék és paradicsomos káposzta készítése közben ismerkedhettek a fiúk a rántás és a habarás művészetével, egy másik alkalommal pedig speciális, zöldborsós brassói és kávéskrém került az asztalra.

Hírek

Másképp



Horonitz Fanni
rovata

S.O.S.

Bakfarkos lányok
figyelem!! Minden-
kinek szól, de főleg
azoknak, akik hét-
végén a Donáti utcai
koliban maradnak.

Ha a 6-os hálóba
kerültök, fordítsa-
tok nagy figyelmet
arra, hogy ha hűtő-
be való dolgok
van, azt ne az ab-
lakban tároljátok.
Mivel van egy na-
gyon rafkós és sunyi
varjú, aki az összes
ételt, amit ott talál
és el tudja vinni,
mind elviszi. És
nem csak úgy beszé-
lek, hogy halottam,
hanem tapasztaltam
is, s már nem egy-
szer lakmározott
abból, amit kint
hagytunk, szóval
legyetek óvatosak.



A hónap képe

Moslékos járat



Biztos sokan elgondolkoztatok már azon, hova
kerül a kaja, amit nem esztek meg. Nos, a válasz
egyszerű: elviszi a moslékos járat.

Interjú



„Attól jó,
ha elad”

Geszti Péter
a reklámokról

- Milyennek tartja a magyar reklámokat?

- A reklám, ahogy a művészet vagy a sport, vagy bármi más, azt az állapotot tükrözi, amiben egy adott társadalom van. A magyar reklám a '90-es években, amikor az ország ledobta magáról a diktatúra nyűgeit, egy nagyon megnyíló, a világ felé forduló, bizakodó, alapvetően pozitív szemléletű társadalmi képet mutatott. Aztán nagyjából az évezredforduló után, amikor az ország nem nagyon tudott mit kezdeni ezzel a demokrácia nevű valamivel, elkezdett becsukódni, mint egy bicska. És ez nagyon jól érezhető a reklámokon is. Technológiai értelemben sok mindenben lépést tudunk tartani azzal, amit mondjuk Nyugat-Európában látunk, viszont nagyon jellemző ránk ez a fajta becsukódás, aminek nem csak az az oka, hogy a magyar nyelv egy nyelvi zárvány itt Európában, hanem az is, hogy nagyon zárt lett a gondolkodásunk. Mindannyiunknak, akik itt élünk. A reklám Magyarországon ma szerintem rosszabb állapotban van, és ritkább a szabad és kreatív reklámkampány, mint a '90-es években.

„Lehet, hogy Szophoklész nem vágyott iPhone-ra, de a szépre és a jóra, a fiatalságra és az egészségre nyilván ugyanúgy vágyakozott, ahogy ma egy középkorú ember.”

- Nézi a reklámblokkokat, vagy elkapcsol?

- Egyik sem jellemző. Ha kell, elszenvedem egy jobb film közben, de direkt nem szoktam leülni reklámokat nézni. Legfeljebb a sajátomat, amit meg kell csinálni. Megváltozott a viszonyom ehhez az egészhez. A reklámot korábban – jóval ezelőtt – egyfajta önkifejezési eszköznek is tartottam, mert amikor elkezdtem csinálni, óriási hatással volt a társadalomra. Pont azért, mert az éppen nyiladozni látszó piacgazdaságban az embereket nagyon érdekelte, hogy milyen új termékek jelennek meg, és ezeket hogyan találják a különböző médiumokon keresztül a reklámszakik. De mára már megváltozott a véleményem róla, most már azt gondolom, hogy nem több, mint a kereskedelmi folyamat egy része. Amely viszonylag látványos része az egésznek, →

de egyáltalán nem nevezhető igazán intellektuális és sok szempontból megújuló folyamatnak. A reklám technológiái nagyon gyorsan változnak, de az alapvető titka, ami a pszichológiában is keresendő, furcsa módon nem változik – mert az emberi psziché sem változik. A középkorban, vagy akár a görög demokrácia idején valószínűleg ugyanattól féltek és ugyanarra vágytak az emberek, mint ma. Lehet, hogy Szophoklész nem vágyott iPhone-ra, de a szépre és a jóra, a fiatalságra és az egészségre nyilván ugyanúgy vágyakozott, ahogy ma egy középkorú ember. A reklámban dolgozva az ember egy idő után megtanulja, hogy sokszor ugyanarra a pár dologra kell csak ráütni, ami az embereket érzelmileg – vagy ne adj' isten intellektuálisan – motiválja, és pusztán abban van változás, hogy ezt milyen eszközökkel teszi.

„Az ember tudat alatt is vásárol úgy, hogy azt gondolja, ezt ő találta ki, aztán ha nagyon visszakeresné az idegpályáin, kiderülne, hogy reklám hatott rá.”

- Melyik a kedvenc reklámja a mostanában futók közül?

- Ami utoljára nagyon tetszett, az egy Volkswagen hirdetés volt, amiben egy kisfiú otthon Darth Vadert játszik, de nem engedelmeskedik neki a tárgyak. Aztán hazajön az édesapja egy új – asszem –



Passattal, és a gyerek az autóra is megpróbálja ráirányítani a varázserejét, az apuka pedig ekkor megnyomja a távirányítót, és az autó, nem is tudom már, talán kinyitja az ajtaját, vagy valamit csinál. Ez szerintem nagyon jó reklámfilm. Egyrészt tökéletesen azokhoz az emberekhez szól, akik ilyen autót vehetnek potenciálisan, tehát egy olyan 25-55 év közötti generációhoz, akik már családosak. Egy kisfiún keresztül, ami nyilván emocionálisan nagyon megmozgatja a családokat. És közben minden felnőtt újraélheti azt a gyerekkori álmát, amikor reménykedett valamiben – a lányok tündérmesében, a fiúk nagy csaták megnyerésében. Vagyis egy olyan csodás világról szól, amit mindannyian elveszítünk felnőttkorunkra, és furcsa módon ezen a kis reklámfilmén keresztül újra visszakapjuk az illúzióját. Sőt az autón keresztül visszaadhatjuk a gyerekeknek azt, amit mi már elvesztettünk. Ezért nagyon jó reklámfilm. Mert nem csak a termékről szól, hanem egy olyan emberi érzésre üt rá, ami egyébként már-már azt kell, hogy mondjam, hogy nem is egy reklámnak, hanem de facto művészeti kategóriának felel meg.

- Melyik reklámnak jár a minden idők legjobb reklámja cím?

- Minden idők legjobb reklámja az, amelyik a legtöbbet eladta. Ezt én nem tudom →

megmondani. Ugye azt nem szabad elfelejteni, hogy a reklám nem egy szórakoztató-ipari termék, ha az lenne, játékfilmnek hívnák. A reklám alapvetően akkor jó, ha elad. Ha nem ad el semmit, rossz, bármilyen jót röhögünk rajta, vagy bármennyire szellemes vagy megható. Divat volt 5-10 évvel ezelőtt szidni a mosóporreklámokat, hogy azok milyen ostobák, és mennyire egy kaptafára készülnek. Lehet, hogy azok a mosóporreklámok adták el a legtöbbet! És valószínűleg olyan kutatásokra épültek, amelyek



„Tulajdonképpen a reklámok többségétől kiver a víz.”

amit úgy hívnak, hogy love mark, vagyis egy olyan márka, amire spontán gondolnak az emberek, mert felidézik egy-egy jó film vagy plakát hatására, és – ahogy a legdivatosabb kommunikációs elméletek hívják – mém lesz belőle (egy olyan kis gondolati egység, ami önmagát gerjeszti, és eljut embertől emberig), nos, ez nem sokaknak sikerül.

- Melyik az a reklám, amitől kiveri a víz?

- Nagyon sok ilyen van. Tulajdonképpen a reklámok többségétől kiver a víz. Nem szeretem az olyan típusú reklámokat, amelyek olyan társadalmi előítéletekre épülnek, amelyek károsak, antihumánusak. Nem szeretem az olyan reklámokat, amelyeken látszik, hogy lehetett volna jobb is, de tulajdonképpen olcsó és igénytelen lett. Nem szeretem az olyan reklámokat, amelyek tele vannak helyesírási hibákkal – és ilyen is gyakran van. (És furcsa módon ezeket a reklámkészítőket nem mondatják le, mint a köztársasági elnököt.) Nem szeretem azokat a reklámokat sem, amelyek képtelenek kilépni azokból a klisékből, amelyeket korábbi elődeik megteremtettek. És nagyon kevés rádióreklám van, amit szerethetőnek tartok, mert szegény rádióreklám, mint műfaj teljesen eljelentéktelenedett és érdektelenné vált. Nem szeretem például, amikor túl nagy feneket kerítenek valami egyszerű dolognak, és nem sikerül... Napes-tig tudnám sorolni.

- Mitől jó egy reklám?

- Ahogy mondtam: attól jó, ha elad valamit. Sőt, ha sokat ad el belőle. Ez a leglényege. Ez után következik az összes többi feltétel. Hogy olyan legyen, hogy megjegyezzék, hogy visszaidézhető legyen, hogy az emberek meg tudják különböztetni más konkurens termékektől, érthető legyen, egyszerű legyen, érzelmileg aktivizáljon, rábeszélő készsége legyen, satöbbi. És ezen felül még nagyon szeretjük persze, ha a reklám →

azt mutatták, hogy a háziasszonyok, akik mosóport vásárolnak, az ilyen típusú filmekre gerjednek a legjobban, ezek győzik meg őket a leginkább. Fölemelkedni arra a szintre, ahol egyrészt nagyon jól elad a reklám, másrészt bekerülünk abba a minden marketinges által vágyott kategóriába,

szórakoztat is, de ennek az eladás szempontjából csak akkor van relevanciája, ha ez a vásárlás irányába hat, nem pedig ellene.

- Milyenek a magyar megrendelők?

- Ugyanolyanok, amilyenek a magyar polgárok. Azzal néznek szembe az elmúlt jó pár évben, hogy negyedannyi pénzből kell gazdálkodniuk, ezért kénytelenek jobban megnézni, hogy mire adják ki a pénzüket. Jóval kevesebb nagy kampány készül, mint mondjuk 2008 előtt. A magyar megrendelők ugyanolyan óvatosak, mint amilyen képmutató a magyar társadalom, és ezért nagyon kevés markáns reklám születik, ezért is van, hogy nagyon ritkán nyerünk a nemzetközi reklámversenyeken mostanában. (Van rá példa, de nem túl sok.) Általában nagyon olcsón akarják megúszni a dolgokat, ami meg is köti a hirdetés készítőinek kezét, gyakran már fényképezni sem lehet ahhoz, hogy az ember elkészítsen egy hirdetést, mert arra sincs pénz. És alapvetően olyanok, mint a vásárlóik: a biztos középszert szeretik leginkább. Noha szakmai konferenciákon vágyják a kreativitást, a hétköznapiakban ennek nem nagyon látjuk a megvalósulását. Ettől függetlenül nem szeretném, ha az jönne ki ebből, hogy én elégedetlen vagyok a magyar megrendelőkkel, a magyar cégek marketingosztályainak székeiben olyan emberek ülnek, akik nyilván egyrészt szeretnék megtartani az állásukat, másrészt eredményeket kell elérniük. Óvatosak. Egy elszegényedő és indulatokkal teli társadalomban, ahol pénztelenség van, ahol komoly hitelválság van, a megrendelők is óvatosak.

- Megelőzött, mert a következő kérdésem az lett volna, hogy milyenek a magyar fogyasztók.

- Hát először is pénztelenek. A nagyja. Másrészt nem nagyon jellemző rájuk az úgynevezett márkahűség. Egy alacsonyabb árért hajlandóak bármit eldobni, ha úgy érzik, hogy hasonlót kapnak helyette pár forinttal olcsóbban. Nagyon árérzékenyek. Ezért persze nem lehet senkit sem elítélni, de ez nagyon fájdalmasan mutatja azt, hogy a minőség nem nagyon érdekli az embereket. Például nem is autót akarnak venni, hanem kedvezményt. Nem is biztos, hogy azt az autót szeretné, csak egy jó árat akar. Ez azért szomorú, mert nem arra koncentrálnak az emberek, hogy az adott termék mennyire járul hozzá a valódi szükségleteikhez, hanem egy állandó alku van az élettel kapcsolatban, és ez rányomja a bélyegét mindenre. Furcsa módon magára a reklámkészítésre is. Sokszor érzem azt, amikor versenyt hirdetnek, amire elmennek az ügynökségek, hogy ki nyerjen meg egy munkát, hogy az ár sokszor jobban számít már, mint a kreatív ötlet vagy az egész médiatervvel összegyúrt kommunikációs koncepció, amit leraknak az asztalra. És akkor az ember úgy vakaródzik egy kicsit, hogy ez már így nem olyan klassz.

- Volt már olyan, hogy reklám hatására vásárolt valamit?

- Rengeteg. Biztos vagyok benne, hogy például azt, hogy milyen autóval járok, befolyásolták reklámok. Azt, hogy milyen ruhadarabokat veszünk föl, alapvetően meghatározzák. Az ember tudat alatt is vásárol úgy, hogy azt gondolja, ezt ő találta ki, aztán ha nagyon visszakeresné az idegpályáin, kiderülne, hogy reklám hatott rá. Rengeteg ilyen van, biztos vagyok benne. Maximum arra nem hatnak a reklámok, aki remeteként él egy erdő közepén, és se internete, se postája nincsen.

Kádár Juli

(Videóinterjú Geszti Péterrel a tanárokról a hulyetanar.hu-n.)

„A politikus ugyanúgy ember”

3 kérdés, 3 válasz Láng Zsolttal

Az egyik Széll Kálmán téri ételosztáson a II. kerület polgármesterével beszélgettünk. Arra voltunk kíváncsiak, politikusként hogyan lehet elkerülni, hogy az ember elszakadjon a hétköznapi élettől.



1. Politikusként nehéz kapcsolatban maradni a való világgal?

- Nem, szerintem a politikus ugyanúgy ember. Rossz, hogyha kategorizálunk. A politikus semmiel sem másabb, mint egy közlekedési vállalat dolgozója vagy egy tanárember vagy egy orvos. A mindennapjait ugyanúgy otthon éli a családjával, a munkahelyén, a kollégái között, jár-ke-l a városban. Hogyha lát olyan politikust, aki elszállva érzi magát, az probléma,

de minden szakmában van ilyen. Egy normális politikus két lábbal jár a földön, sőt egy politikusnak kiemelten feladata, hogy mindenhol ott legyen, figyelje a különböző társadalmi jelenségeket, és próbáljon azonosulni az ott élőkkel, hiszen akkor tud megfelelő döntéseket hozni.

2. Ön ezeket a módszereket használja is?

- Igen, igyekszem.

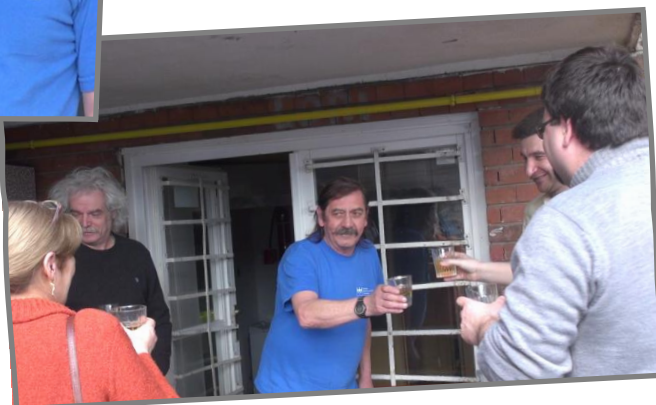
3. Ételosztáson kívül mikor kerül kapcsolatba szegény emberekkel?

- Például amikor elmegyünk a kerületi rászorulókhöz. Az idősek otthonait végiglátogatjuk, számtalan olyan akciónk van, amikor – például a gyerekek karácsonyán rászoruló kisgyerekekkel – közösen ünnepelünk. Igyekszem figyelemmel kísérni, hogy a kerületben hogyan tudjuk támogatni a rászorulókat. Van az emberekben egy olyan tévhit, hogy „a gazdag II. kerület”, „a Rózsadomb...”, önök is II. kerületiek, igaz, a vízivárosi részen, önök is pontosan látják, hogy ebben a kerületben ugyanúgy vannak rászorulók, ugyanúgy vannak idős emberek, nehéz sorsú családok, és nekünk feladatunk, hogy rájuk mindig figyeljünk, és amiben lehet, segíteni tudjunk.

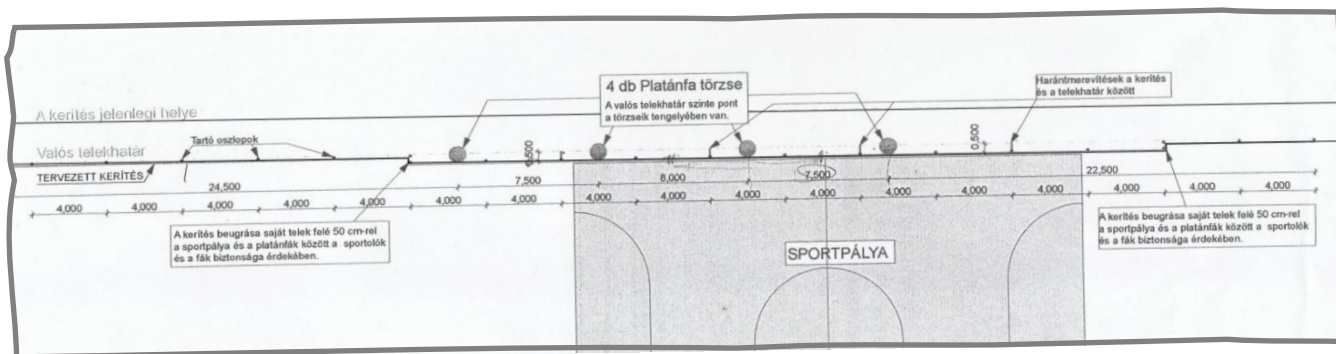
Pöttöm Panka

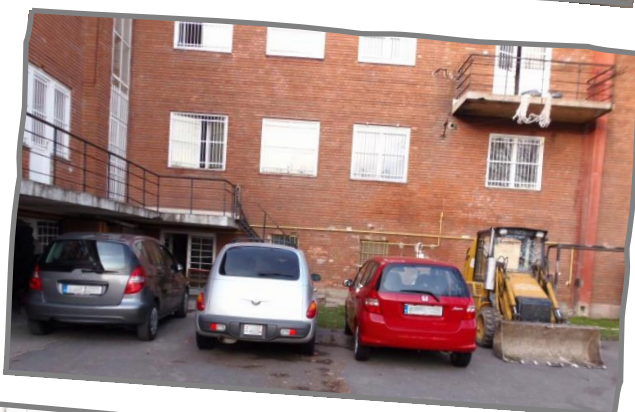
Galéria

Március közepén ünnepelte hatvanadik születésnapját Bandi bá (született Szarka András), a Felvinci gondnoka. A kerek évfordulóhoz torta, kölyökpezsgő és autóra kötözött lufik dukáltak – utóbbiból természetesen pontosan hatvan darab.

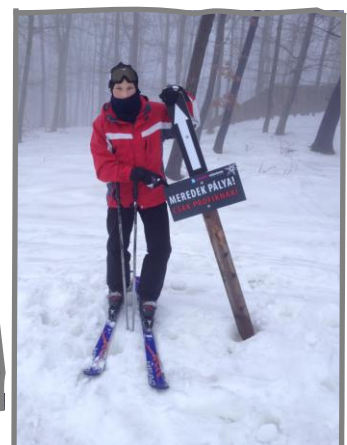


A Felvinci szomszédja, az egykori lőteret tulajdonló Haris Kereskedőház Kft. kiderítette, hogy a két területet elválasztó kerítés eddig nem a valós telekhatáron állt. Bírósághoz fordultak, amely nekik adott igazat, a kollégiumot fenntartó fővárost pedig arra kötelezte, helyezze át a kerítést. A szorosra szabott határidő miatt a munkálatokat végző brigád feszes tempóban, esőben-hóban hozta a kerítést a platófákra, összeségében három méterrel beljebb.

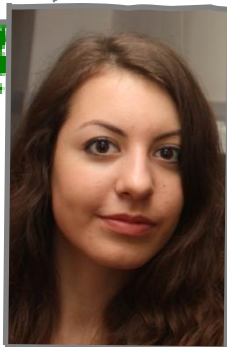




Gloviczky tanár úr vezetésével a fiúk egy csoportja Eplényben síelt.



Bagi Veronika



Berecz Noémi



Bartha Bence



Birta Regina



Deák Milán

Bernula Gergely



Gyergyói Dóra



Gelencsér Márton



Göbl Ádám



Kosztka Vivien



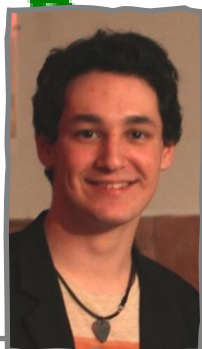
Kodák Márton



Koleszár Andrea



Hárs Barna



Ballagók

Kovács Bettina



Mihalik Katrin



Magyar Judit



Németh Orsolya



Nagy Kinga



Oravecz Georgina



Orbán Roland



Szabó Borbála



Sipos Máté



Tóth Lilla



Veréb Luca



Szokolay Bence



Varga Mercédesz



2013



Az Unisexben a lányok oldalát ezentúl Csizmadia Kriszti fogja képviselni. A rovatot több mint 4 évig vivő Zeőke Szőke Annának ezúton is köszönjük a sok-sok cikket!

A szerk.

Pihenés

Mielőtt kitérnék arra, hogy mi lányok hogyan pihenünk, vagyis hogyan töltjük szabadidőnket, egy dolgot tisztáznék. Azt az elméletet, hogy mi pihenésképpen sütünk, főzünk, takarítunk, tanulunk stb. megcáfolnám. Persze tisztelet a kivételnek! Vannak olyan lányok, akik ezeket a tevékenységeket nevezik pihenésnek. De én úgy gondolom, hogy a többség nem így pihen. Az, hogy mi lányok hogyan is pihenünk, nehéz kérdés, hisz amennyi lány, annyiféle pihenés. De így nem fejezhetem be a rovatom, ezért arra a döntésre jutottam, hogy megpróbálom csoportosítani a különböző fajtákat. Lássuk!

1. Akik otthon a családjukkal szeretnek lenni. Hisz mi lányok sokkal jobban ragaszkodunk, mint a fiúk. Az ilyen típusú lányok szeretik a családi összejöveteleket, az előkészületeket, a rokonokkal való találkozást, a családi programokon való részvételt, esetleg azok megszervezését.
2. Akik csak szimplán otthon szeretnek lenni. Szerintem ők abban lelik a pihenés örömeit, hogy nem csinálnak semmit, vagy ha mégis, akkor szörfölgetnek a tumblrön, twitteren, facebookon vagy egyéb közösségi portálon és közben zenét hallgatnak. De ha nem a gép előtt ülnek, akkor filmet néznek és közben csak esznek és esznek.
3. Ebbe a csoportba sorolnám a sportosabb, kreatívabb pihenést. Ha jól sejtem, ők szeretnek kirándulni, sétálgatni, közben pár kattintással néhány képet csinálni. Vagy kerékpárra pattanni és eltekerni valahova és közben élvezni a természet szépségét. Ha nem a természetben vannak, akkor otthon kreatív dolgokat készítenek (festenek, rajzolnak, gyöngyöt fűznek vagy éppen ajándékokat készítenek stb.) .
4. Akik a barátnőikkel képzelik el a pihenés csodálatos perceit. Átmennek egymáshoz és egy csajos napot, estét tartanak. Sminkelnek, körmöt festenek, megcsinálják egymás haját és természetesen mindeközben pletykálnak mindenféléről.
5. Az utolsó kategória. Akik a bulizást tekintik az abszolút kikapcsolódásnak. Azt, hogy mit értenek bulizás alatt, azt Rád – kedves olvasóm – és a fantáziádra bízom.

Remélem miközben a rovatomat olvastad, valamelyik kategóriában saját magadra leltél!



Pihenés

Szóval a pihenés... Meg kell valljam őszintén, ez a téma most erősen megfogott. Férfi, illetve női pihenés... férfi pihenés... Na, lássuk!

Férfi pihenésnél, ha a sztereotípiát mozgató átlagot vesszük górcső alá, akkor azt kell mondjam, talán az elterpeszkedés, a henyélés, vagy hasonló – valamilyen szinten negatív töltésű – szinonimák talán helytállóbbak.

Láttam én már lány(oka)t rendetlen szobában holtmód dőlve elterülni s órákat erősen az igények alá adva durmolni, de ez bizony a kisebb rész, a nagyobbik fele bátran megdobálhatna most ezért. Viszont nálunk, szomorú, de megfordul a dolog. Valószínűleg ilyen tekintetben szerencsésnek mondhatom magam, hiszen nekem még olyan – akármilyen módon és helyzetben való – lakótárs nem jutott, aki ezt a vonalat erősítené, de bizony voltam én már más házban és voltam én már más hálóban.

De ez bizony a kisebb rész, a nagyobbik fele bátran megdobálhatna most ezért.



Ha a pihenés idejét vesszük figyelembe, akkor talán félbátran állíthatom, hogy mi, fiúk, férfiak (ki minek érzi magát) alább adjuk, mint ellenkező nemű társaink. Nem alszunk bizony annyit és nem is kap a dolog akkora körítést.

Beszélhetünk viszont a „pihizésről” is. Bár ez a dolog az, ami – véleményem szerint – ríttig emberfüggő, azért ha mégis mondanom kéne valamit, az az lenne, hogy mi könnyebben megtaláljuk a helyet, a módot, a pózt stb arra, hogy egy fárasztó nap testünknek egy szusszanásnyi pihenést biztosítsunk.

Lényegében azt kell mondjam, hogy ezt kell mondjam: a pihenésnek minden egyes eleme és maga a cselekvés is emberfüggő. Ez az a téma, ami már talán tényleg nem szeparálható tisztességesen és további gondolatokat nem keltően két nemi oldalra.

Beszélnünk kell Kevinről

(We Need to Talk About Kevin)



A skót rendező, Lynne Ramsay drámája Tilda Swinton és Ezra Miller főszereplésével.

Egyértelműen benne van ez a film a tíz, vagy akár az öt legfurcsább filmben, amit valaha láttam. Megrázó, sokkoló és igen elgondolkodtató. Hónapokkal ezelőtt láttam, de még most is gyakran bevillannak bizonyos jelenetek. Köszönhető ez a főszereplő, Tilda Swinton lenyűgöző színészi játékának és a lélek mélyéig fúró tekintetének, a film képi világának, és a témának, amiről nem sűrűn beszélünk.

Eva (Tilda Swinton) sikeres, energikus nő volt, aki feladta régi életét a fiáért, Kevinért (Rock Duer, Jasper Newell, Ezra Miller). Már a terhességnél kiderült, hogy ezzel az anya-fiú →

Köszönhető ez a főszereplő, Tilda Swinton lenyűgöző színészi játékának és a lélek mélyéig fúró tekintetének, a film képi világának, és a témának, amiről nem sűrűn beszélünk.

kapcsolattal valami nem stimmel. Eva tele van szorongással és kételyekkel, ami egy terhes nőnél gondolom előfordul, de normál esetben vége szakad, amint a gyermek, a természet ártatlan csodája világra jön. Evánál nem. A kezdetől fogva idegenként tekint Kevinre, aki ugyanígy viszonyul édesanyjához, apjával (John C. Reilly) való kapcsolata ellenben kifogástalan, ami a szülők egymás meg nem értéséhez vezet. A kisgyermek és a tinédzser Kevint alakító színész arcáról süt a rosszindulat és valami érthetetlen gonoszság.

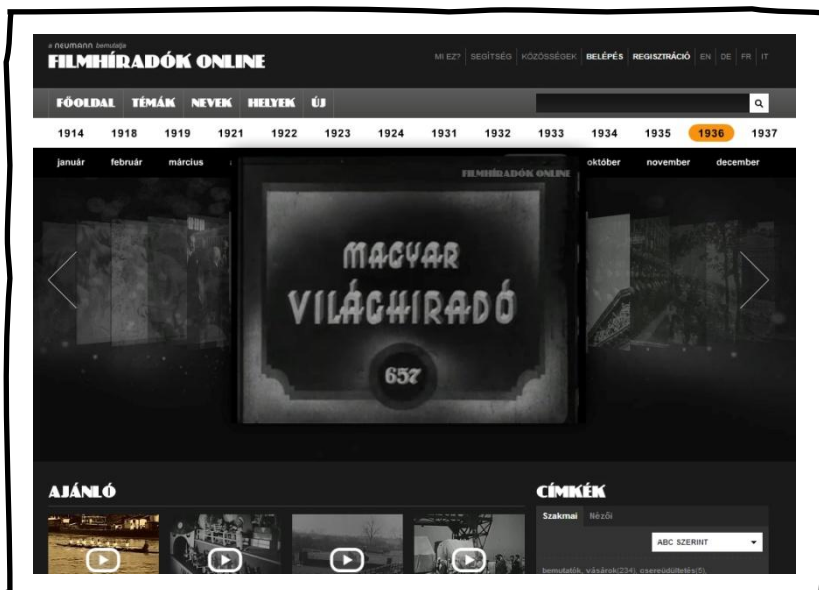
Tudjuk, hogy a fiú valami szörnyű dolgot tett, de ennek mivoltára csak bepillanó képek utalnak, és csak a film végén hull le a lepel mindenről, ami minden bizonytalansággal megdőbbsen és talán elborzaszt majd. Evára mindenki megvetéssel néz, a házat összefestik vörös festékkel, ismeretlen járókelők pofozzák fel. A kérdés, hogy miért? Milyen szerepe van mindebben az anyának? Csak egy összetört nő emlékképeit, és bepillanó visszapillantásokat látunk; többször egy másik jelentben már hallott hang szólal meg, újra meg újra megjelenik a vörös festék, a paradicsom és a vér vörössége, és még sok-sok apróság, amelyekből fokozatosan összerakjuk a képet, hisz' minden mindennel összefügg, de még mindig nem értjük, hogy miért.

Születik-e valaki pszichopatának, vagy az anya tehet róla, hogy a gyereke azzá válik?





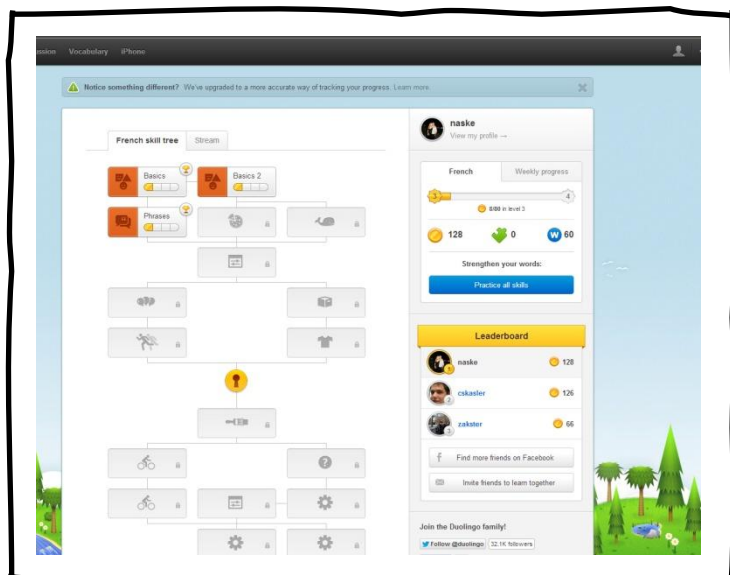
Filmhíradók



A Magyar Nemzeti Filmarchívum 2005-ben digitalizálta gyűjteményének egy részét és ezt a **filmhíradók.nava.hu**-n bárki számára elérhetővé tette. Az archívum 1914 és 1949 közötti időszakának több mint 600 filmhíradójából csemegezhethetünk az oldalon.

Biztosan sokatoknak nehézséget okoz az idegennyelv-tanulás. A **duolingo.com** erre a problémára kínál ingyenes megoldást. Egyelőre spanyol, német, francia, olasz és portugál nyelveket lehet tanulni angolul. Tehát minimális angol alapra mindenképp szükség van a kezdéshez. A Duolingo remekül alkalmazza a közösségi funkciókat: meghívhatjuk barátainkat, megoszthatjuk eredményeinket a Facebookon, vagy akár versenyezhetünk is egymással.

Duolingo



Ombre

De nem bárkinek, és nem bárhogyan!



Tuti, hogy ti is találkoztatok már a legújabb frizuraőrülettel, az ombréval, maximum nem tudtátok a nevét. Igen, szóval az ombre...

Biztosan sokan láttatok már olyan lányt, akire ha ránéztetek, láttátok, hogy valami nem oké, gondolok itt arra, hogy erősen kontrasztos a haja, szinte ijesztően. Ez nem az igénytelenségből adódik, hanem csupán abból, hogy a leányzó megpróbálja követni a divatot. És itt a megpróbálja szón van a hangsúly. Nem mindegy ugyanis, hogy egy ombre haj szépen, fodrász által van elkészítve, vagy úgy hat, mint egy elhanyagolt lenövés a hajon. Fontos az is, hogy mint semmi, ez sem áll jól mindenkinek, úgyhogy ha csak a divat iránti elkötelezettségből fontolgatnád ombre haj készítését, képzelj el először, hogy menne-e egyáltalán az arcformádhoz és a szemszínedhez. Jó kísérletezgetést!



Egy nyerő ombre



És az ellenpélda...

Tudtad?

- Régen szappanhabbal díszítették a karácsonyfát.
- Az elefántok nem tudnak ugrani.
- 1865 februárja volt az egyedüli hónap a történelemben, amikor nem volt telehold.
- Az asztronauták magassága növekedik az űrben.
- A jobbkezesek átlagosan 9 évvel tovább élnek, mint a balkezesek.
- A kígyóknak két nemi szervük van.
- A nők közel kétszer többet pislognak, mint a férfiak.
- Michael Jacksonnak saját postai irányítószáma volt.
- Amikor egy ember meghal, legtovább a hallása működik, és a látása az első érzékszerve, amelyet elveszít.



- Egy csiga képes három évet aludni.
- I. Erzsébet orosz cárnőnek több mint 15 000 ruhája volt.
- A világon körülbelül 2 700 különböző nyelvet beszélnek.
- A rák megelőzéséért jó, ha naponta megeszel egy sárgarépat.
- A meleg víz nehezebb, mint a hideg víz.
- Egy felvonó megközelítőleg 25 km-es óránkénti sebességgel halad.
- A Vénuszon kénsavas eső esik.
- A tevéknek három sor szempillájuk van.
- Létezik egy madár, amely nem csiripel vagy énekel, hanem ugat. A neve ugató bagoly, Délkelet-Ázsiában és Ausztráliában él.





1. Humor

A kutya tényleg az ember legjobb barátja. Ha nem hiszed el, próbáld ki a következőt:
Zárd be a kutyádat és a feleségedet a kocsid csomagtartójába.
Egy óra múlva nyisd ki!
Ki örül neked jobban, amikor meglát?

2. Jó tanács

„EMLÉKEZZ, a mosolyod megváltoztathatja valaki napját!”
„NE ÍTÉLJ EL SENKIT addig, míg nem élted át azt, amit ő.”
„Ne feledjétek, egyszer minden szemétdomb felett felragyog a Szivárvány.”
„A mosoly ingyen van, de megfizethetetlen.”
„A divatnak nem az a lényege, hogy mi illendő. Az öltözködés sokkal élvezetesebb, ha téged tölt el örömmel.”

3. A hétköznapi élet gondjai

„Néha nem ahhoz kell sok erő, hogy az ember kitartson valami vagy valaki mellett, hanem, hogy lemondjon róla.”

4.a Párkapcsolati témák

A hiány: „Csak akkor hiányzol, mikor levegőt veszek!”
A szakítás: „Nézz a szemembe, s olvass belőle.”

4.b Jó tanács a jövőre

Az élet 6 alapszabálya:

- Mielőtt imádkozol – Higgy!
- Mielőtt beszélsz – Hallgass!
- Mielőtt pénzt költesz – Keress!
- Mielőtt írsz – Gondolkodj!
- Mielőtt feladod – Próbáld meg!
- Mielőtt meghalsz – Élj!

5. A boldogság fogalma

„A boldogsághoz két út vezet.
Vagy csökkentjük a vágyainkat,
vagy növeljük a lehetőségeinket.
Ha bölcs vagy, mindkettőt megteszed! ☺”



A járdán

A friss őszi szél vidáman kergette a platánleveleket a színház előtti járdán, János egykedvűen küzdött velük ócska seprűjével. A főrendező jutott eszébe. „János, tudja, ki maga? Egy modern Don Quijote! Ahogy itt harcol reménytelenül a levelekkel. Úgyis ők győznek!” – mondta neki tegnap futtában, és milyen igaza volt! Mindig újra tele lesz.

Arról nem beszélve, hogy ezek közül a térkövek közül milyen nehéz kisöpörni! Régen itt beton volt, azzal egyszerűen ment a dolog: egyet suhintott az ember, és már repültek is a levelek. De most... Amúgy sem érti ezt a térkömaniát. Három éve rakták le, és már összevissza áll. És rettenetes zajos! Ha elmegy egy gördeszkás vagy egy babakocsis, hangosan zakatol az egész tér. A kisbáknak sem lehet jó folyton zötykölődni... „Ők lesznek a térkő-generáció! Vigyázzon majd velük, János, hajszálvékonyak lesznek az idegeik!” – mondta erre a főrendező. Persze hol lesz ő már akkor!

Hirtelen egy fekete kisbusz állt meg a színház előtt, alacsony öltönyös férfi szállt ki belőle. János – bár látása már nem volt a régi, és régen sem látott jól – érezte, sőt a mozgását figyelve biztos volt benne: az ország miniszterelnöke az. Ahogy közeledett felé, János fejében gyorsabban cikáztak a gondolatok, mint platánlevelek a szélben.

Az aulát még nem mosta fel, tiszta lábnyom az egész, a kiégett izzót sem cserélte ki az igazgatói folyosón, micsoda blamázs, miért nem tudott ő erről előre. De hát az igazgató nincs is itt, ma a szomszéd megyében játszik Mágnás Miskát, nagy sikere van benne, bár a főrendező a bemutató szünetében eljött, „nagy ripacs a mi Pistánk, de hát ezért szeretik” – mondta másnap Jánosnak, neki mindig szidta, bár amikor együtt látták őket, úgy tűnt, hogy a legjobb barátok. Azt mondják, az igazgató a miniszterelnökkel is jóban van, az egyik választási kampányban nagy szívességet tett neki, jutalmul kapta ezt a színházat. Na de biztos tudott volna róla, hogy meg fogja látogatni! Akkor lehet, hogy az előadásra jön, úr isten, az igazgatói páholyt a felesége odaadta a barátnőjének, „oda úgyse ül sose senki, a Chicagóra meg nem lehet jegyet kapni” – csipogott. Hát tessék. A lépcsőre csak nem ültetheti az ország vezetőjét! Majd a felesége barátnője ül a lépcsőre. Jaj, meddig fogja ezt hallgatni!

- Jó napot kívánok! – köszönt kedélyesen a miniszterelnök, miközben a szél alákapott lila nyakkendőjének és átdobta azt a vállára. – Jó kis szeles időnk van – mosolygott és megigazította a rendetlen ruhadarabot.
- Hát igen, jó napot kívánok – próbált meg János is mosolyogni.
- Meg tudná nekem mondani, merre találom a futballstadiont?

Sudoku

3		5	9			8		4
7					5	6	1	
				2			5	
				1			8	
1			2	7	9			6
	9			5				
	7			3				
	3	2	4					7
8		4			7	2		5

			1			6		
5				6		9	3	8
4				3			5	2
		6			7			5
1			5			8		
7	2			4				3
9	3	8		1				4
		4			8			

ügyfélszolgálati telefonok

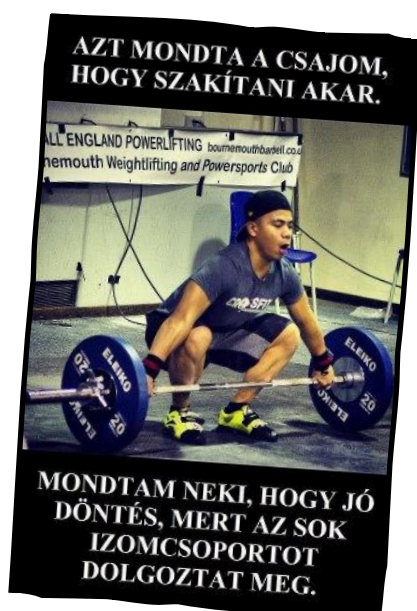
- - *Forint vagy deviza alapú hitel érdekelne?*
 - A forint alakú, az milyen?
- - *Raiffeisen Direkt, jó napot kívánok, miben segíthetek?*
 - (mondja a párjának) Te, ez egy automata már megint.
 - *Nem vagyok automata, miben segíthetek?*
 - Kérdezett az automata, most mit csináljak?
- - *Kérem, betűzze le a nevét úgy, hogy keresztnéveket rendel hozzá!*
 - Jó, akkor pé, mint postás...
- - Meg tudná nekem mondani, hogy mennyi a ph értéke a hitelnek?
- - Egy előzetes hitelbírságolást szeretnék kérni...
- - Voltam itt a Ráfázán banknál és azt mondták, báró listán vagyok, vagy micsoda.
- - *A nevét hadd kérjem.*
 - Betűzőm a nevem, mejt egy kicsit jaccsolok. Ej, mint jóka... vagy mint jépa.
- - *Raiffeisen Direkt, jó napot kívánok, miben segíthetek?*
 - Jó napot kívánok, Vida József, öööööö Vida János vagyok. Sosem tudom a nevem...
- - A Ráfáz bankos kártyámat elnyelte a terminátor!!!!
- - *Melyik banknál vezeti a folyószámláját?*
 - Azt hiszem a Media Marktnál van, ha van ilyen bank...
- - Ezen a házon holtig tartó élvezet van!
- - *Állandó lakhelyének tulajdonosa, résztulajdonosa, bérlője, vagy családtag?*
 - Hát az az igazság, hogy én ilyen megtúrt személy vagyok.
- - Érdekelne az a reklámból, az a kölcsön... a Tipi-topi.
- - Én svájci bankban kértem a kölcsönt, ez azt jelenti, hogy svájci bankban is kell majd befizetni?



Laci



Jackass



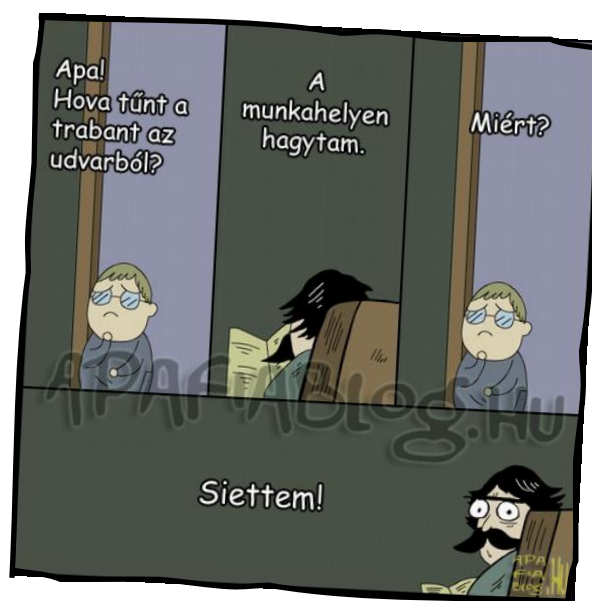
Szakítás



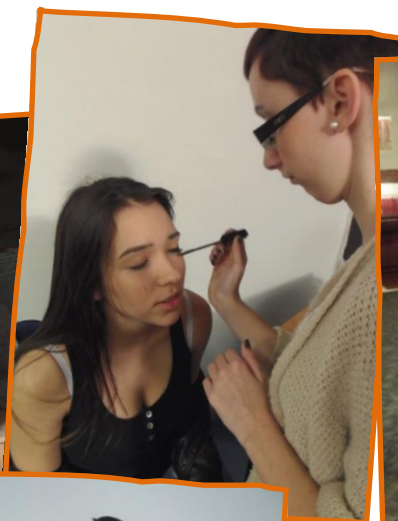
Csak hogy tisztázzuk



Első gondolat



Apa-fia



Miss Káldor szépségverseny

