



Nem elég az ultragiccses bolti cégér, aki szemlesütve jár, annak a lábába vésik termékeiket, szolgáltatásaikat az udvarhelyi vállalkozók. Helyenként egész botlasztó erdőben kirándulhatunk, csak a turista ösvényeket felejtették el felfesteni.

Helyesírási, logikai és fogalmazási hibáktól hemzsegnének, és esztétikai szempontból sem jutnak a csúcsra az utcára dobott álló reklámpanók. A szégyenfalra kívánczók között szinte minden szakterület, a város szinte minden pontján képviselteti magát.



Az igényesebb cégek reklámgyártásra szakosodott vállalkozásoknál rendelnek táblákat, ahol többnyire még tudnak helyesen írni és fogalmazni. Az infláció növekedésével együtt azonban a termékínálat és az árak is változnak.

A táblát naponta lecserélni nem gazdaságos, így egyszerűbb az újításokat, akciókat rikító színű cetlikre kinyomtatva felragasztani az általunk csak botlasztónak becézett reklámtáblákra. Sok kis cetli kis helyen is elfér alapon az esetleges tévedéseket egy még szemet szűrőbb színű

árcímkével korigálják.

Ezt a folttechnikát tökélyre vitte a mobiltelefonos cég, ahol – ha a szükség megkívánja – még „szervizelni” is lehet. A szervizelést amúgy több szolgáltató is gyakorolja, számukra javasolnánk a helyesírás gyakorlását hobbitevékenységként.



A turkálóknak sem árt a cégér, de az éppen aktuális kínálat csak a botlasztókról rí le. Van, ahol a hasznátruha boltba érkezett új áruval kecsegtetik a népet, máshol mínusz 20 százalékos kedvezménnyel. Utóbbiba időközben tréningek érkeztek: - felső, - nadrág. Marad a csapatépítő tréning. A mínusz húsz százalékos kedvezmény bárhogy is számoljuk, felér egy rejtett áremeléssel.



Az élelmiszerboltok is versengenek a kegyeinkért. Friss Buşa halat kínálnak ebédre. Ha nem írják oda, hogy halról van szó, eszünkbe sem jut, hogy a népi nevén ezüstponty, románul crap de argint nevű állatról van szó, mely nálunk fele nem őshonos. Rémlik, a Duna tévé műsora arról, hogy a betelepített busaállományt nem tudják kiirtani a Balatonból. A busához Noroc sőrrel kívánnak szerencsét a szomszéd boltban.

A Bethlen utcán haladva Timişoreana sörrel, borral és „rövid itallal” öblíthetjük le az igényeinket. Eddig meg voltunk győződve arról, hogy csak a sör tartozik a márkánévhez, az nem volt tiszta, hogy itallal is megrövidítenek. Udvarhelyen bármi lehetséges: kiadó szobát is kínálnak a márkánév alatt, s ha pénteken látogatunk a vendéglátó-ipari helyiségbe, élő zenével altatnak el.



A rövidítés jegyében több helyen felejtik el a pénznemet feltüntetni a termék mögött, így nem érthető, bár nyilván sejthető, mit akarnak közölni. A Salam Picant 19,20, a torna 12,00, egy kilón felül 10. Némileg meghaladjuk az egy kilót, ezért 10-et is kaphatunk a csípős csemegéből.

A Diva kávézó az alkoholista hölgyeket célozza meg: többféle rövidital és egyéb alkoholos nyalánkság áll a botlasztójukon, koffein tartalmút véletlenül sem találunk.

A desszerttől is elmehet az étvágyunk: este hat órától nyolcig a megmaradt darabos süteményekkel traktálnak.



Ha a Bethlen negyedben lakunk, „Természetesen jobb!” vécépapírt vehetünk, hogy az eddigi fogyasztásunk maradékait eltüntethessük.



Azonban, ha a város másik felén, a Kossuthban lötyögve támadnak sürgős folyó ügyeink, pánikra semmi ok. Megment a pelenkacenter. Kiderül, ha sem gyerekek, sem felnőttek nem vagyunk, akkor csakis nők lehetünk.



A munkásosztálynak sem kell aggódnia. Német munkaruhában villoghat. Kaphatók pántos salopéták, vagyis kezeslábasok. Kétséges a botlasztón függő pillepalack rendeltetése. Nem tudni, hogy a kereslet-kínálat egyensúlyát akarta-e a biztosítani a kereskedő, vagy a munkakedvet serkentő energizált kínálja-e így.



Ez a kép a feladatunkban szereplő képek egyike, amely a szövegben is szerepel. A képen látható a Longoria, a

Longoria, a feladatunkban szereplő képek egyike, amely a szövegben is szerepel. A képen látható a Longoria, a