



Alig magyarázta ki Lénárd András, a Csíki Sör Manufaktúra többségi tulajdonosa, hogy az Igazi Csíki Sör márkanév [miért is nem tekinthető lopottnak](#), újabb plágiumváddal kell szembenéznie a gyártónak, ezúttal a reklámvideó megtekintői részéről. Az ugyanis teljes egészében a székelyekkel kapcsolatos közhelyekre épít. Ami nem is lenne – akkora – baj.

A sztereotip székely világban a székely nem ijed meg a saját árnyékától, a székely székelyesen beszél, székely ruhában piknikezik, székely kapukkal, zsindelyes háztetős faluban, a fenyvesek közt lakik, és természetesen Igazi Csíki Sört iszik.

A székely megharcol a medvével is, a székely furfangos, a székely humoros. A székely ember tudja, hogy a medve nem játék. Biztosan azt is tudja, hogy az asszony verve jó, de ahhoz még nem ivott elég sört.

{youtube}KlKMysTVY-E{/youtube}

A szakkönyvek szerint a jó reklám is sztereotípiákkal dolgozik. Vagy előítéleteket épít, vagy előítéleteket rombol. Lehetőleg viccesen. Az Igazi Csíki Söré inkább csak szilárdít. A jó reklám ismerős arcokkal és elemekkel dolgozik. Ahogy az Igazi Csíki Sör is egy néhány éve ismertté vált reklámfilm elemeivel. Hiszen 2000 óta tudjuk, hogy [a skót halászok igazából székelyek](#). Legendáriusosan székelyek. És 2014-ben egy újabb sztereotípia van születőben a székelyekről: az igazi székelyek lopnak.

{youtube}CVS1UfCfxIU{/youtube}

A jó reklám vitát gerjeszt, és nem a termékről, nehogy már konfliktusos megítélése legyen. Magáról a reklámról. És az Igazi Csíki Söré ezt teszi, még mielőtt az emberek jó része kóstolta volna az italt. Hogy ez jó-e vagy sem a gyártó, vagy a székelyek megítélésére nézve? Írja meg kommentben.