

barvah, v ospredju pa je en ali več kavbojev. Kavboji lahko kadijo ali pa tudi ne, škatlica Marlborovih cigaret skupaj z logotipom družbe pa je vendarle vedno zelo vidna in postavlja okvir (= tukaj govorimo o cigaretah, ne pa npr. o vesternih ali konjereji). Tako kot v oglasu, ki ga zaradi varovanja avtorskih pravic, seveda, ne smemo objaviti, prikazuje pa tri kavboje, ki galopirajo v sončni zahod, izpod konjskih kopit se dviguje prah, v levem zgornjem kotu se nahaja škatlica cigaret Marlboro Lights, napis Marlboro Lights je v belih črkah raztegnjen preko četrtnine fotografije, v spodnjem levem kotu pa je opozorilo »Surgeon General«, da kajenje povzroča pljučnega raka, srčne bolezni, emfizem in lahko pripelje do zapletov v nosečnosti.

In kaj naredijo Adbusters iz izvirnih oglasov? Seveda tudi oni ne morejo in ne smejo uporabiti logotipa družbe in škatlice cigaret, zato pa uporabijo standardizirano Marlborovo scenografijo (toplo, z rumenkastimi in rjavkastimi barvami v ozadju ter z nekaj kavboji v ospredju), da v opazovalcu aktivira ustrezen okvir (= tukaj je (gre za) Marlboro). Besedilo v tej znani »Marlborovi deželi« pa implicitno in posredno meri na manjkajoče škatlice cigaret. Kot na sliki 7:



Slika 7: Marlborovi kavboji – subverzivni oglas

Morda še učinkovitejša je naslednja parodija (slika 8). Na izvirnem oglasu vidimo kavboje na konjih v zimski pokrajini, z Marlborovimi škatlicami v spodnjem desnem kotu in napisom »Come to Marlboro Country« v levem zgornjem kotu.

Na »subverzivni« različici vidimo samo konje na praznem pokopališču, odetem v sneg, nagrobniki pa simbolično nadomeščajo škatlice cigaret