

Tema: Reklama

Zadatak 1

Što mlađe, to bolje?

Napišite komentar!

Situacija: Na nastavi hrvatskoga jezika pročitali ste članak *Zašto modna industrija koristi sve mlađe curice?*. Taj Vas je tekst potaknuo napisati komentar za školske novine o korištenju djece kao modela u modnoj industriji.

Pročitajte članak Davorke Grenac *Zašto modna industrija koristi sve mlađe curice?* s portala od 28. rujna 2013. (privitak 1).

Napišite **komentar** uzimajući u obzir sljedeće smjernice:

- Opišite svojim riječima o čemu je riječ u tekstu!
- Istražite reklamne metode i opasnosti koje se u njima kriju!
- Prosudite odluku francuskog Senata o zabrani natjecanja za mini missice!
- Završno iznesite svoje mišljenje o korištenju djece kao modela u modnoj industriji!

Napišite 315 do 385 riječi! Jasno označite odlomke!

Zašto modna industrija koristi sve mlađe curice?

Davorka Grenac

Na modnim pistama sve mlađe curice glume odrasle žene. Glumica Hailee Steinfeld je s 14 potpisala ugovor s Miu Miu, glumice Katherine Heigl, Amanda Seyfried i Lindsay Lohan počele su kao manekenke u gotovo dječjoj dobi, a curka iz klana Kardashian, Kendall Jenner, u petnaestoj je imala ugovor za reklamu kupaćih kostima. [...]

Thylane Lena-Rose Blondeau je francuska manekenka. Ništa neobično da se 12-godišnja kći bivšeg francuskog nogometaša Patricka Blondeaua i glumice Veronike Loubry prije dvije godine nije kao desetogodišnja djevojčica pojavila na naslovnici Voguea. Ali kako! S teškom šminkom i ogrlicom, u zlatnoj seksi odjeći dubokog dekoltea i vrtoglavim štiklama, zavaljena u izazovnim pozama među jastučićima s uzorkom tigrove kože. Zajedno s još dvije curice njezina uzrasta, u istom stilu ispunila je i modni prilog francuskog izdanja magazina, sve u aranžmanu gosta-urednika, dizajnera Toma Forda. Mama Veronika u tome nije našla ništa spornoga, Fordu je zamjerila samo što je njezinoj kćeri objesio o vrat ogrlicu vrijednu 3 milijuna eura.

Hiperseksualizacija postaje stvarni problem našega društva

„Riječ je o uobičajenoj fantaziji djevojčica da se odjenu poput majki“, objašnjavalo je uredništvo „modne biblije“ taj urednički potez, nakon što se na njih sručila lavina kritika s domaćeg i međunarodnog terena zbog promoviranja malih Lolita. U Francuskoj se posljednjih godina održavaju brojna natjecanja za mini missice po uzoru na ona u SAD-u, na kojima djevojčice šeću u kupaćim kostimima i lome noge u štiklama, ali „lijepa mala“ na naslovnici Voguea bila je okidač koji je pokrenuo akciju u francuskom parlamentu, te je Senat sredinom rujna usvojio nacrt amandmana Zakona o jednakosti žena, kojim se zabranjuju natjecaji ljepote za djevojčice mlađe od 16 godina, s obrazloženjem da oni promiču „hiperseksualiziranje“ maloljetnika. Potvrdi li ga Narodna skupština, prekršiteljima prijete dvogodišnji zatvor i novčana kazna u visini do 30.000 eura. Nije samo jasno odnosi li se to i na zabranu online foto natjecanja i sve raširenije natjecaje za najljepše bebe.

[...] Doduše, preporučuje se zabrana prodaje odjeće za odrasle u dječjim veličinama, kao što su podstavljeni grudnjaci, tange, cipele s visokim petama i dječji setovi šminke te neobavezno predlaže ponovno uvođenje školskih uniformi, ali zakon ne sankcionira angažiranje maloljetnih izglednijih modela na modnim pistama i u reklamama. O problemu raspravljaju u Velikoj Britaniji, Belgiji i Kanadi, a u SAD-u se oko slučaja Vogue diglo više prašine nego u Francuskoj, no za sada se, eto, jedino Francuska odlučila na zakonski iskorak.

Sve mlađi modeli

Tako se ipak, osim u ekstremnom slučaju kao što je vulgarno korištenje male Thylane, elegantno prešućuje moćna modna industrija koja sve sofisticiranije uvodi djecu u svoj vrtlog u kojem je presudno važno biti lijep i seksi, a ne što i kako znati. Na modnim pistama sve mlađe curice s jedva napunjenih 14 godina glume odrasle žene. [...]

„Fenomen hiperseksualizacije postaje stvarni problem našega društva. Unatoč sve glasnijoj borbi za rodnu ravnopravnost, djeca sve više svoj identitet grade na stereotipima iz muzičkih klipova, internetskih igara i reality TV-a. Opasnost nije samo individualna, nego kolektivna“, kaže autorica novoga zakona, bivša ministrica sporta Chantal Jouanno u dnevniku Le Figaro.

Izvor: <http://www.tportal.hr/lifestyle/ljepota/288470/Zasto-modna-industrija-koristi-sve-mlade-curice.html> [24.6.2015.], skraćeno.

Objašnjenje riječi:

sručiti se: niedergehen, überrollen

okidač: Auslöser

vertlog: Sog, Strudel

Tema: Reklama

Zadatak 2

Moć reklame

Napišite otvoreno pismo!

Situacija: Reklame sve više ulaze u naš svakodnevni život. Pročitali ste tekst o moći reklame i budući da ste se u školi bavili reklamom, odlučili ste napisati otvoreno pismo na temu *Moć reklame* za internetski portal *mladi pišu*.

Pročitajte članak Tomislava Benčića *Iz pera tate Bena: Moć reklame* s portala *Zagorje* od 18. prosinca 2007. (privitak 1).

Napišite **otvoreno pismo** uzimajući u obzir sljedeće smjernice:

- Prikažite kratko na osnovi teksta kako su reklame prisutne u našem životu!
- Opišite na koji način svakodnevna prisutnost reklama djeluje na naše društvo i na Vas osobno!
- Apelirajte na čitateljice i čitatelje kako bismo se mogli suprotstaviti moći reklama!

Napišite 405 do 495 riječi! Jasno označite odlomke!

Iz pera tate Bena: Moć reklame

Tomislav Benčić

Opće je poznata stvar da mediji prilično utječu na ljude. Posebno televizija, novine, a u zadnje vrijeme sve više i internet. To naravno znaju i oni koji nešto proizvode pa se reklamiraju sve više i više. Valjda misle, ako se budu više reklamirali, da će ljudi više kupovati njihovu robu. I onda su zadovoljni. Zadovoljni su i mediji u kojima se proizvodi reklamiraju. A jesmo li mi koji to čitamo ili gledamo zadovoljni, nikoga nije briga.

Otvorio sam danas nekoliko novina i što u njima ima? Na naslovnoj stranici jedno dvije reklame, naziv novina i veliki bombastičan naslov, pa su onda dvije – tri stranice o politici, pa je preko cijele stranice reklama za jedan trgovački centar, nakon toga jedna stranica s tekstovima i slikama i reklama za aute preko cijele stranice, pa opet malo teksta, pa reklama za neki drugi trgovački centar,...

Ništa bolje nije niti na internetu. Hoćeš otvoriti neku stranicu, edukativnog sadržaja naravno, onda se prvo pojavi baner preko sredine ekrana, pa baner s lijeve, pa s desne strane. Onda se počne polako prikazivati sadržaj stranice i kad već misliš da je gotovo, skoči ti popup prozor preko cijelog ekrana.

Ista stvar je i na televiziji. Taman počneš gledati film, pa evo reklama, prvo set reklama za uloške, te ulošci za normalne gaće, te tamponi fi 4, fi 6, fi 8, pa sve do fi beskonačno, pa ulošci za tange, pa ulošci za bitange. Ima u tim reklamama za vrijeme filma i jedna dobra stvar. Možeš otići pišati, isprazniti pepeljaru, uzeti druge kekse, otuširati se i dok sve to napraviš reklame su gotove, ali onda ide još vremenski toliko najava za svaki film, seriju, i kojekakvu emisiju za slijedeća četiri mjeseca. Uz to ide i najava kad će biti drugi put reklame i kratki rezime reklama koje će biti za pola sata. I kad nakon svega toga počne nastavak filma, ja sam već zaboravio što se zapravo događa. Bilo bi dobro na kraju reklama staviti kratki rezime što se u filmu događalo da se malo prisjetim.

A najjača reklama u zadnje vrijeme mi je za osvježivač s mirisom kuhanog vina i to s cimetom. Nekad je bila slaba ponuda tih osvježivača. Bilo je pokošeno sijeno, ruže i gotovo. Sad čekam koji će biti sljedeći miris, možda čevapi s lukom. Dođete s posla doma i cijela kuća miriši po čevapima, a za ručak vas čeka kelj.

Još doma je to nekako za razumjeti, ali u uredu? Zamislite da vam netko dođe u ured, a cijeli ured miriše po kuhanom vinu! Što bude netko mislio o vama? Bilo bi dobro da je veća ponuda takvih mirisa. Pa jedan dan u uredu stavite miris pečenog odojka, drugi dan srnećeg paprikaša, treći dan janjetine, četvrti dan govedine, peti dan liganja. I kad vam netko dođe u ured, misli kak vi fino jedete. A vi cijeli tjedan jedete sendviče od parizera.

Izvor: <http://www.zagorje.com/kolumne/pregled/iz-pera-tate-bena-moc-reklame> [15.1.2012]

Objašnjenje riječi:

bitanga: Landstreicher, Taugenichts

osvježivač: Lufferfrischer

srneći paprikaš: Rehpaprikasch