

Víte, jak mám ráda pomerančové džusy a nedůvěřuji náhražkovým nektarům, co si na opravdové džusy jen hraji?

Ty? Není možná.

Jasně.

Tím jsi pověšná.

Tak jsem si koupila nový džus Slunce! Byl levný a měl být podle nápisu i stoprocentní.

A nebyl?

No, vypadal jako šťáva z pomerančů, chuťnal jako šťáva z pomerančů, ale nebyla to šťáva z pomerančů.

Přečetla jsem si potom, z čeho je vyrobený. Schválně si někdy přečtete na obalu složení potravin, které kupujete. Asi se taky budete divit!

A jak jsi to poznala?



Reklama



Je tu opravdový 100% nápoj!

Něco, co tu ještě nebylo. Džusy Slunce!

100% osvěžení za 100% nízkou cenu.

Šťáva z dozrávajících citrusových plodů řeckých ostrovů přistává na vašem stole ve 100% kvalitě.

Noč pracně vymačkával pomeranče, když džus Slunce! stačí pouze olevnit!

100% šťáva na vaši 100% žízně!

Složení: citrusový koncentrát 65 %, jablčná šťáva 15 %, voda 20 %, potravinářské barvivo, umělé sladidlo, konzervanty



Pamatujte si, že reklama nabízí nějaké zboží ke koupi. Snaží se přesvědčit co nejvíce zákazníků, proto nemusí být vždy pravdivá. Najít ji můžete v novinách a časopisech, v televizi, rádiu i na internetu. Určitě ji znáte i z reklamních letáků nebo plakátů.

Všimli jste si, že se v této reklamě velmi často opakuje spojení 100% nápoj, 100% osvěžení atd.? Proč si myslíte, že to tak je? Je možné v těchto spojeních 100% nahradit přídavnými jmény? Pokuste se o to.

Zopakujte si, jaké znáte druhy vět. Vysvětlete, proč se v reklamě setkává často s věťami zvolacími. Vyhledejte je v textu.

5. Jak jste se mohli přesvědčit, reklama nemusí být vždy pravdivá. Zkuste nyní označit všechna tvrzení, která o reklamě na džus Slunce! platí. Svá řešení zdůvodněte.

Reklama na džus Slunce!:

a) je podbízává, b) je originální, c) je vtipná, d) je přesvědčivá, e) je zbytečně dlouhá, f) je nepravdivá, g) je zajímavá, h) je nudná, i) snadno se pamatuje, j) je stručná.

6. Představte si, že jste právě získali zaměstnání v reklamní agentuře. Ale hned jste se setkali se slovy: *propagovat, logo, slogan a billboard*. Dokážete je vysvětlit? Pokud ne, vite, kde byste našli odpověď?

7. Co myslíte, existovala reklama před 100 lety? Zkuste získat co nejvíce informací o tom, jestli a jak fungovala reklama v minulosti. Využijte různorodé zdroje, zapátrejte na internetu, v knihovně, zeptejte se rodičů atd.

8. Přečtete si reklamní slogany z roku 1929. Myslete, že by podobné obstály i dnes?

*Pieringova hořice, chutná ze všech nejvíce!
Probudíš se prude, máš-li budík Zenit k ruce!
Elegantní dáma udržuje bezvadný tvar svého těla pouze reformním bršním pasem Favorite!*



9. Určitě jste si v předchozím cvičení všimli, že reklama, aby se dala snadno zapamatovat, často využívá rým. Zopakujte si, co je rým a kde se s ním nejčastěji setkáváte. Potom zkuste najít co nejvíce slov, která se rýmují s těmito:

Džus, Slunce, šťáva, pomeranče.

10. Přečtete si následující reklamy a vyberte tu, která vám připadá nejnapaditější. Svůj výběr zdůvodněte.

a) *Dává vaše dítě přednost suché a nepodrážděné pokožce, nebo má raději kůži zapářenou a mokrou? Zeptejte se ho! Pokud ovšem ještě neumi mluvit, použijte raději hned plenky Huppies!*

b) *Dnes je váš šťastný den! Pouze vám a ještě několika šťastlivcům může náš zásilkový obchod nabídnout unikátní sbírku pamětních mincí s portréty všech našich prezidentů. Mince jsou silně zclacené a dodáváme je pouze v sadě s nádherným sametovým pouzdem. Neváhejte, tato nabídka se již nikdy nebude opakovat! Za své peníze dostanete jen to nejlepší!*

c) *Stavíte? Firma Stament vám nabízí veškeré stavební materiály včetně veškerého zednického nářadí. Vše jen v prověřené kvalitě! Materiály od firmy Stament – to je jistota, ne experiment!*

d) *Máte problémy s pamětí? Pokud ano, pořiďte si pořádně tlustý díla! Ani to nepomáhá? Tak vyzkoušejte náš nový převratný preparát Optimemor s výtažky z jinanu dvoulaločného a rázem si vzpomenete, že jste na zapominání ještě mladí!*



Fotobomba ve vaší kapse

Zahodíte klasické „automaty“. Přinášíme cenově dostupný a kvalitou nepřekonatelný malý digitální fotoaparát MZ6, který může ovládat lidé i profesionáři.

Díky vysoce kvalitnímu zoomu přiblíží objekty z neuvěřitelné vzdálenosti a díky stabilizátoru nebudou rozmazané. Vestavěný LCD-monitor s vysokým rozlišením umožní prohlížet snímky či vybrat detaily. Automatický blesk osvětlí vše a ještě trochu svělla zbudne. Celkový aparát nemůžete rozbít! Neváhejte a pořiďte si osiře nabitou „eMZet šestku“!

Digitální fotoaparát MZ6

Jde o běžný přístroj vhodný pro každodenní použití. Má vestavěný zoom (pohyblivý objektiv), který dokáže přiblížit vzdálené předměty až stokrát. Vestavěný LCD-monitor umožňuje fotografování bez hledáčku i prohlížení uložených snímků. Na fotoaparátu lze nastavit automatický režim focení i režim manuální pro náročnější fotografy. Ostatní vybavení je jako u běžných fotoaparátů. Samozřejmě je blesk s dosahem do tří metrů.

Snímky se ukládají na čipovou kartu, kam se vejde až 500 obrázků.

Přístroj má sice tělo z lehkého kovu, ale pád na zem ublíží elektronice.

Všimněte si, že reklama může mít blízko k popisu předmětu.

Ale pozor! Na rozdíl od popisu nemusí být pravdivá (objektivní). Vlastnosti předmětu jsou často nadsazené, přehnané.

1. Přečtěte si obě dvě úkázky a rozhodněte, která z nich je reklamou na fotoaparát a která popisem přístroje. Svě rozhodnutí zdůvodněte.

2. Pokuste se zhodnotit klady i zápory obou textů. Zaujal vás některý natolik, že byste si fotoaparát chtěli koupit?

3. Najděte ty části textu v první ukázce, které odpovídají následujícím větám z druhé ukázky. Porovnejte je.

Jde o běžný přístroj vhodný pro každodenní použití.
Má vestavěný zoom, který dokáže přiblížit vzdálené předměty až stokrát.
Samozřejmě je blesk s dosahem do tří metrů.
Přístroj má sice tělo z lehkého kovu, ale pád na zem ublíží elektronice.

4. Co si myslíte o reklamě, je nutná, nebo vás obtěžuje? Povídejte si o tom. Napište alespoň deset řádků na téma *Reklama - co si o ni myslím*.

5. Rozdělte věty do dvou skupin: 1. reklama, 2. popis. Věty v každé skupině přečtete samostatně.

Nabízíme vám to nejlevnější a nej kvalitnější zboží pro vaši domácnost!

Kávoový servis je vyroben z karlovarského porcelánu.

Hrnečky i konvici zdobí drobné květinové motivy.

Všechny kusy jsou částečně zlacené.

Zaručeně ten nejlepší porcelán na váš stůl!

Hrnečky i konvici zdobí rozkošné kvítky, vše je bohatě zlacené!

Cena výrobku odpovídá kvalitě.

Každá přátelkyně vám bude závidět!

6. Hledejte přídavná jména, která by z těchto obyčejných věcí vytvořila žádané zboží.

Stůl, prášek na praní, školní taška, žebřík, čokoláda, kaktus.

7. Zapátrejte v knihovně nebo na internetu a zjistěte, co byla Pandorina skříňka. Vyprávějte si příběh z řecké mytologie. Jak by asi tehdy, kdyby existovala, vypadala reklama na Pandorinu skříňku? Zkuste ji ve skupinách vytvořit.

8. Zopakujte si, co víte o popisu předmětu. Zahrajte si na Pandorinu skříňku. Váš učitel vám nabídne krabičku s různými předměty. Každý z vás si jeden vytáhne tak, aby ho ostatní neviděli. Popište jeho typické vlastnosti a to, k čemu se používá. Ostatní hádají, o jaký předmět jde.

9. Přečtěte si popis výrobku a na jeho základě vytvořte krátkou reklamu. Využijte pouze některé informace.

PRO SPORT 22C

Jde o nově rádiově řízené hodinky, vhodné zejména pro horolezce a vyznavače extrémních sportů. Mají vícepásmový příjem signálu, což zaručuje vždy přesný čas kdekoli na světě. K výbavě patří výškoměr do 10 000 m, digitální kompas a teploměr. Samozřejmě je vodotěsnost (max. do 10 barů). Hodinky jsou napájeny solární energií. Mají šedou barvu.

10. Je zima. Není to tak dlouho, co jste měli vánoční prázdniny. Možná byli někteří z vás s rodiči na horách. Zkuste zavřít oči a představit si takovou dovolenou - lyžování, zasněžené kopce, pár horských chalup, sjezdovky, ... Říkejte, co vidíte. Pokuste se potom ve skupinách vytvořit hmatovou reklamu na dovolenou na horách. Použijte k tomu různé materiály (papír, vata, mikrotenové sáčky, kovové fólie, kamínky atd.).

