

Reklama na kofolu

<https://www.youtube.com/watch?v=Fz1WjfGnASw>



Hypotetickou soutěž o nejlepší reklamní spot polistopadové doby by s největší pravděpodobností vyhrála **vánoční reklama na kofolu** natočená v r. **2003**. V České republice ji zná každý: tatínek jde na Štědrý den s dcerkou do zasněženého lesa a po cestě své dítě nabádá, aby se postilo, neboť jedině tak večer uvidí zlaté prasátko; když tatínek začne v závěji řezat vánoční stromek, děvčátko ho upozorní, že prasátko je už na dohled, a oba pak prchají před rozběhnutým divočákem.

Cílem reklamy nebylo uvést nový výrobek na trh: (obnovenou) kofolu lidé už dávno znali a reklama měla značku nápoje jen **připomenout**. Spot vytvořila reklamní agentura Kaspén: nápad dodala Bára Novotná, režisérem byl Martin Krejčí; tatínka hrál moravský herec Josef Polášek (38), již známý ze série ulítlých reklam na žvýkačky Orbit (*takové to domácí žvýkání*), holčičku zahrála čtyřletá Sandra Flemrová.

Reklama trvá **47 vteřin**; ve své době byla tedy – spolu s podobně populární reklamou známou pod zlidovělým názvem Bóbika – představitelkou nového trendu **příběhových reklam**, které jsou zprvu vysílány v plné délce a pak již jen jako vystřižené scény (před r. 2000 se prakticky všechny reklamní spoty vešly jen do půlminuty).

Ještě si připomeňme **historii propagovaného nápoje**, neboť ta s danou reklamou samozřejmě souvisí. Komunistické Československo se snažilo dovážet co nejméně zboží ze západního světa svobodného trhu, a tak československá vláda uložila potravinářskému výzkumu vyvinout z domácích surovin nápoj, který by byl tuzemskou obdobou ve světě velmi populárních nealkoholických nápojů Coca cola a Pepsi cola. Kofola byla výsledkem tohoto výzkumu (1959) a u české veřejnosti si získala značnou oblibu.

Se **změnami po r. 1989** nabídku nealkoholických nápojů především v pohostinství ovládly předražené a přeslazené nápoje světových značek, navíc nabízené v malých objemech. Odtud vznikla poptávka po někdejší (často sudové) kofole, živená zejména rozvojem rekreačního automobilismu a cykloturistiky. Reklamy na „obnovenou“ kofolu jsou doprovázeny sloganem **Když ji miluješ, není co řešit**, který je považován za jeden z nejzdařilejších českých reklamních sloganů vůbec: v jednoduché formě spojuje lehce konzervativní i mladistvě slangový tón.

Silné stránky vánoční reklamy s divočákem jsou tyto:

1. Reklama vůbec nepředvádí propagovaný výrobek; je tedy vstřícná k běžnému divákovi, který o Vánocích očekává pohodu, nenarušenou vtíravým byznysem;

2. Reklama na nápoj s tradicí ožívuje všechno příjemné ze starých dobrých časů, kdy o Vánocích ještě býval sníh a kdy rodiče věnovali svůj čas dětem a jejich zimním radovánkám (tatínek i dcerka svým oblečením i sánkami, které s sebou mají, jako by vypadli ze 60. let, kdy se kofola rozšířila);

3. Atmosféru vžitých tradic posiluje motiv štedrodenního půstu a očekávaného zlatého prasátka; táta a dcerka spolu vedou dialog, který svědčí o jejich blízkém, důvěrném vztahu – je to něco zcela jiného, než když v reklamě maminka svolává děti jenom proto, aby jim nalila džus nové značky;

4. Vše je propracováno do detailu: na úvod spotu se nad hlavami obou postav ozve zlověstné zakrácání – můžeme očekávat, že nastane drama;

5. Holčička tatínka převezí; ten do poslední chvíle netuší, co se vlastně děje, ale dítě má situaci pevně v rukou (vzpomeňme na podobně vystavěné – a ryze české – anekdoty o Pepíčkovi); vyznění příběhu je vtipné;

6. Spot má také svou výchovně osvětovou stránku: řezat v lese vánoční stromky jen tak na divoko, to se přece nesmí;

7. Náročnější divák ocení i filmařské zvládnutí závěrečné scény: divočák byl skutečný (dnes by ho nahradila počítačová animace) a sníh sice umělý, ale není to znát.

<https://www.extra.cz/prase-sebrali-z-gauce-autorka-legendarni-reklamy-promluvila-pro-extra-cz/galerie/0>

RELAX

Strany 1 a 11

STRÍDMOST A VĚK

Správná míra jako klíč k dlouhověkosti

Strana 17

PŘIJÍMAČKY NA SŠ: TEST Z MATEMATIKY

LIDOVÉ NOVINY

SOBOTA 20. BŘEZNA A NEDĚLE 21. BŘEZNA 2021

NEZÁVISLÝ DENÍK ZALOŽENÝ 1893

CENA 21 Kč (včetně DPH)

Expert: Očkujme plošně první dávkou

První nálož vakcíny zajistí dle odborníků solidní ochranu před virem. Resort zdravotnictví je proti

MICHAL BERNÁTH

PRAHA Když už je zřejmé, že s počty vakcín stáhne nepohyb, otáčí se pozornost odborníků k jiným řešením. Jedním z nich by mohlo být prodloužení intervalu mezi první a druhou dávkou vakcín. V současnosti platí rozestup tři týdny, šel by ale snadno natahnout na dvojnásobek. V případě AstraZenky dokonce až na tři měsíce.

„Spolu s Romanem Chlíbkem (šéfkem České vakcinologické společnosti – pozn. red.) a Petrem Smejkalem (hlavním epidemiologem IKEM) naléháme na ministerstvo zdravotnictví, aby prošetřilo možnost prodloužení intervalu pro očkování druhé dávky,“ postěžoval si na Twitteru premiér Andrej Babiš (ANO), který si z odborníků vytvořil do jisté míry paralelní covidový resort zdravotnictví.

Logika prodloužení intervalu mezi dávkami je nasnadě: nebude nutné vyčlenit si pro příští týden vakcíny na druhé dávky. Mnohem více lidí by tím dostalo alespoň první dávku jedné z očkovacích látek. Už první nálož přitom podle odborníků vytváří solidní ochranu před komplikacemi spojenými s covidem.

Ministerstvo zdravotnictví pod vedením Jana Blatného (za ANO)

je ale proti. „Na přelomu dubna a května by se nám nedostávalo druhých dávek pro všechny a museli bychom zhruba stejnému množství nepodať první dávku, o jaké bychom nyní očkování první dávkou urychlili. Proto očkovací tým tuto změnu nedoporučil, detailní jednání ještě budou,“ řekl večera Blatný. Dodal, že po odborné stránce by s prodloužením intervalu souhlasil, při současném

objemu dodávek by to však prý nemělo kýžený efekt. Přitom i Česká vakcinologická společnost, jejíž názor v odborné rovině nese největší váhu, natahnutí času mezi dvojicí dávek až na šest týdnů podporuje. Kromě jejího šéfa Chlíbka tlačí na toto řešení i člen výboru Daniel Dražan, podle něhož by to zachránilo stovky životů.

Pokračování a ROZHOVOR s Danielem Dražanem na straně 3

POLICEJNÍ ŠÉF PRO LN
Jako bychom žili ve dvou světech



Drtivá většina lidí dodržuje podle policejního prezidenta Jana Švejčáka vládní opatření. Mizivé procento ale odmítá dodržovat cokoliv a policie musí zasáhnout. Virtuální popis kontroverzí policie z čítek však podle něj neodrážejí realitu.

ROZHOVOR TÝDNE, strana 9

STUDOVNA

Fascinující rotunda sv. Václava

Nebývalé dobrodružství poznávání



Denis Šafařík:
Doma jsem tak trochu za blázna

PRÁVO

RODINNÉ FINANCE

Mezi výpovědí z práce a dohodou je rozdíl



str. 18

SOBOTA - NEDĚLE 20.-21. BŘEZNA 2021

NEZÁVISLÉ NOVINY ročník 31 / 67 21 Kč



ONDŘEJ GREGOR BRZOBOHATÝ
Hudba, humor a láska

MAGAZÍN TV na celý týden program



TEREZA MAŠKOVÁ
Z obchodu do showbyznysu

Ve středu začne registrace mladších postižených lidí

Kristýna Šoplová

Chronicky nemocní lidé mladšího věku, kteří se dosud nemohli dostat k očkování proti covidu, se konečně dočkají. Od středy 24. března se mohou začít registrovat v centrálním systému.

Na problém desítek tisíc tak-

to nemocných lidí tento týden upozornilo Právo. Dosud se k vakcíně dostali, jen pokud jim bylo 70 let, nebo přes své praktické lékaře, z nichž ale většina na vakcíny stále čeká. Teď by se mělo očkování této rizikové skupiny výrazně zrychlit.

Pro registraci je nezbytný

Zájemce o očkování se bude moci na základě kódu registrovat k očkování v očkovacím místě

Jan Blatný

speciální kód, který pacientům předá jejich ambulantní specialista, jehož úkolem je vytipovat rizikové pacienty. Sám je ale očkovat nebude.

„Oprávněný zájemce o očkování se bude moci na základě kódu poskytnutého ambulantním specialistou registrovat v očkovacím místě pomocí

centrálního rezervčního systému.“ vysvětlil včera ministr zdravotnictví Jan Blatný (za ANO).

Nejvíce ohrožení jsou lidé s cukrovkou prvního i druhého typu, závažným onemocněním plic nebo ledvin, s onkologickým onemocněním, po transplantaci orgánů nebo kost-

ní dřeně. Jsou to také pacienti se závažným dlouhodobým onemocněním srdce nebo závažným neurologickým onemocněním, případně s obezitou minimálně druhého stupně. V případě dalších komorbidit je u nich riziko těžkého průběhu covidu ještě větší.

(Pokračování na str. 2)

Lidé omezení

cestovat mimo

