

Český jazyk 8.ORG

Zkoušející: Mag. Eva Zojer

Hlavní termín: květen 2011

Témata na výběr:

1. Problematika konzumního chování mladých lidí a otázka zadlužování (příloha č.1)

Jak se změnilo konzumní chování mladých lidí po vypuknutí světové hospodářské krize? Začala mládež více přemýšlet o svých výdajích a dlužích? Zaujmi stanovisko k přiloženému článku.

Zamysli se nad otázkou veřejně propagované nutnosti konzumu v tržním hospodářství jako jedné z cest vedoucích z ekonomické krize. Proč je konzum v tržním hospodářství velmi důležitý?

Co všechno pro nás představuje konzum? Popiš jeho extrémní formy (osoby posedlé nakupováním ve srovnání s lidmi, kteří odmítají jakýkoliv konzum, příčiny) a svůj vztah ke konzumu. Jaký typ konzumenta jsi?

2. Problematika: Reklama bez hranic? (příloha č.2)

Zaujmi stanovisko k problematice šokující reklamy. Je tento typ reklamy legitimním prostředkem společenské kritiky, aby bylo například možné odstranit zobrazené negativní jevy, nebo je zneužívána ke zvýšení obrátu? Co si myslíš o výroku Veneta Lucy Zaii? Jak hodnotíš zobrazený plakát? Měly by se některé motivy zakázat? Kde končí hranice svobody vyjadřování? Kde bys je udělal? Existuje reklama, kterou považuješ za urážlivou a rušivou? Zdůvodni své mínění.

3. Interpretace básně „Robinson Crusoe“ Jaroslava Seiferta (příloha č. 3)

Pokus se na základě informací o autorově životě a jeho tvorbě interpretovat životní pocit lyrického hrdiny a jeho postoje. Zamysli se rovněž nad samotným názvem básně. Jaké asociace v tobě vyvolává jméno Robinson Crusoe a jak je možné interpretovat tuto postavu? Jak na Tebe působí tato báseň? Může si z ní dnešní čtenář něco odnést? Má i pro něho určité poselství? V interpretaci dané básně se mohou odrážet vlastní úvahy a asociace, které v Tobě výše uvedená báseň vyvolala.

Příloha č.2:

Miminko ve sklence s koktejlem: šokující reklama proti pití těhotných



Foto: Daily Telegraph

V Itálii dvě třetiny těhotných žen kouří, úřady proto naplánovaly provokativní kampaň. "Když máma pije, dítě pije taky", upozorňují reklamy. Italskou kampaň doprovází obrázek, který je mírně řečeno kontroverzní. Na obrázku je koktejlová sklenka a na jejím dně se pod plátkem pomeranče a kostkami ledu choulí malý dětský plod.

Nápoj, do kterého výtvarníci dítě ponořili, je spritz – typický koktejl severovýchodního regionu Veneto. Míchá se z bílého vína, Campari a trochy sodovky. Právě v okolí Benátek proto budou občané reklamy vídat v autobusech, na billboardech a na dámských záchodcích v restauracích, klubech a barech.

Reklamu si zadaly místní úřady, protože podle průzkumu se v Itálii dvě třetiny žen během těhotenství alkoholu nevyhýbají. Pití alkoholu je přitom nejvýznamnějším z faktorů, které přispívají k vývojovým vadám dětí.

Podle kritiků je ale reklama nevkusná. Podle guvernéra regionu Veneto Lucy Zaii může reklama "pokřivit obraz žen a především nastávajících matek".

<http://tn.nova.cz/red/drsny-svet/miminko-ve-sklence-s-koktejlem-sokujici-reklama-proti-piti-tehotnych.html>
ze dne 31.05. 2010

Příloha č.1:

Mladí jsou opatrnější, půjčují si méně peněz

Mladí lidé do 26 let si už v Česku půjčují méně. Důvodem je zprísnění podmínek pro schválení půjčky a samozřejmě fakt, že se jim hůře hledá stabilní práce. Jsou proto v zadlužování mnohem opatrnější než dříve.

Mladí Češi tak hlavně řeší, jak konsolidovat své dluhy, tedy snížit si celkový počet půjček, a co nejvíce prodloužit splátkové období, aby jim výše měsíčních splátek klesla.

„Zatímco v roce 2006 jsme ve věkové skupině 18 – 26 let evidovali čtrnáct procent z celkového počtu hotovostních půjček, loni to už bylo jen pět procent. V případě nákupů na splátky je to obdobné, i když pokles není tak strmý. V roce 2006 činil podíl mladých do 26 let zhruba čtrnáct procent z celkového počtu uzavřených smluv, loni pouze deset procent,“ informoval šéf Home Creditu Erich Čomor.

Základním předpokladem pro získání úvěru je pravidelný příjem. „Mladí lidé bez praxe hledají práci jen těžko, dostupnost půjček je pro ně horší,“ upozorňuje specialista na řízení úvěrových rizik David Praibíš.

Za posledních pět let se také výrazně proměnila nabídka finančních produktů – lidé využívají kontokorenty u svých bankovních účtů nebo třeba platí kreditní kartou.

Vyhnut se exekuci

Podle další úvěrové společnosti Cetelem mají Češi letos hlavně největší zájem o konsolidace dluhů – tedy z více půjček se udělá jedna velká, která se „natáhne“ do delšího splátkového období. Sice ve výsledku přeplatíte více, ale ve výši pravidelných měsíčních splátek se vám může ulevit až o polovinu.

„Meziroční nárůst konsolidací půjček je až o 45 procent. Hlavními důvody tohoto trendu je zjednodušení administrativního procesu splácení, a především díky jedné nízké měsíční splátce vzniklá úspora v rámci měsíčního rodinného rozpočtu,“ uvedl Tomáš Siegler z Cetelem.

Měsíční splátka se může snížit až o polovinu, ale musíte mít na paměti, že na úrocích pak můžete zaplatit i jednou tolik, než jste původně počítali. V případě ztráty práce nebo výpadku příjmu však jde u půjček hlavně o to, získat čas, aby se člověk vyhnul nekompromisní exekuci či propadnutí zástavy, obvykle bytu nebo domu.

Fakt, že letos o stovky měsíčně narostl počet lidí, kteří si nevědí rady se svými půjčkami, potvrzují rovněž občanské a finanční poradny.

Jindřich Ginter, Monika Ginterová

www.novinky.cz/http://www.novinky.cz/finance/203130-mladi-jsou-opatrnejsi-pujcuji-si-mene-penez.html
ze dne 14. června 2010

Příloha č.3:

Jaroslav Seifert
Robinson Crusoe

Vzpomínka hezká
hlavou se mi míhá:
jak krásná byla
jedna dětská kniha,

kterou jsem dostal
s mísou cukrlátek;
Robinson byl to
a s ním černý Pátek.

Nikdy bych za ni
nechtěl knihu jinou,
spal jsem s ní věrně
vždycky pod peřinou.

Žil jsem s ní léta
na ostrově v moři,
s Pátkem jsem bloudil
v roklích, na pohoří.

Jak Robinson kdys
v holi můj nůž vrývá
sled rychlých roků,
když se připozdívá.

Den po dni spěšně
a rok s rokem zase.
Robinson už je
vlastně dneska pasé.

On zachránil se
kdysi pohotově,
ale já dosud
bloudím po ostrově.
Jaro, sbohem (1937)