

SUPERBOWL JE FAKT SUPER!

Ášter½, 14 Ánor 2012

V Americe moc rádi slavíme. Lidé mají tak dobrý dĚvod poÁTMádat rĚzné party, rĚznĚ cokoliv dekorovat, zdobit si domy, nakupovat - a jíst. Myslím, Á¾e svátky jsou i dobĚme rozdĚleny bĚhem roku. ZmĚním se jen o dnech, které jsou výborné pro poÁTMádání rodinných a pĚtelských oslav. A Á¾e jich není málo...

V lednu slavíme Nový rok, v únoru máme Groundhog day, Valentýn a Super Bowl, v bĚznu Mardi Gras a Saint Patrick's day, v dubnu uÁ¾ máme Velikonoce, v kvĚtnu Cinco de Mayo a Memoriál day (oficiálnĚ první den na kempování a BBQ v pĚtrodĚ) a uÁ¾ nám zaÁ•iná léto a prázdniny - jen ještĚ narozeniny Ameriky (Den nezávislosti) s ohĚstrojem na Á•ervence. PĚes léto se jezdí ven, oslavuje a griluje tak nĚjak automaticky, nemusí být speciální dĚvod, a uÁ¾ tu máme podzim. V záĚmí zaÁ•iná škola a je Den práce (oficiální konec rodinného kempování - tedy kromĚ kempování pĚtmi podzimním lovením zvĚĚme) a následuje v ÁTMĚjnu Halloween, v listopadu DíkĚvdání a v prosinci Vánoce. První - ale opravdĚ velkĚ dĚvod se sejit a uspoÁTMádat opravdu velkou oslavu - je Super Bowl. V obchodech se inzerují obrovské a zlevnĚné televize, aby se zápas mohl dobĚme sledovat, potraviny jsou pĚtmi nabídkou hotových „party talířĚ„ a bary se pĚtmi hĚjí v lepších a výhodnĚjších nabídkách pro svoje návštĚvnický. Je to prostĚ vyniká pĚtmiĚitost sejit se s rodinou, s pĚtmi a známými u dobrého jídla, pití a zábavy (nejen sportovní), i s vtipnými reklamami bĚhem hry (ještĚ se zmĚním), a hudební show v poloÁ•ase. KaÁ¾dá Super Bowl party musí obsahovat urĚitĚ vĚ guacamole, chipsy, pálivá kĚidylka a pivo. A taky hodnĚ drobných, neboÁ¥ se bĚhem hry uzavĚrají finanĚní sázky (kdo a kam aÁ¾ dobĚhne, jaký druh skórování bude následovat a podobnĚ). Zajímavosti ze superbowlvé nedĚle: - 8 miliónĚ guacamole (rozmaĚkané ochucené avocado)

- s guacamole-dipem bylo snĚženo i 14.500 tun chipsĚ

- 6% lidí zavolalo v pondĚlí do práce, Á¾e jsou nemocní

- PrĚmĚrnĚ poĚet lidí na superbowlvé party – 17

- Pouhých 5% divákĚ sleduje Super bowl samo

- Pro oficiální NFL (národní fotbalová liga) se vyrobí (a pouÁ¾ije) pĚes 700 tisíc fotbalových míĚ, z nich 72 je pĚtmipravenců Super Bowl

- Na Super Bowl I. bylo vydáno 338 novinÁTMských legitimací, na Super Bowl XLIV. uÁ¾ 4.705

Co to vlastnĚ Super Bowl je? Zhruba od léta se zaÁ•ínají hrĚt zápasy amerického fotbalu, které vyvrcholí v únoru následujícího roku finálovou hrou zvanou Super Bowl. Mj. Super Bowl je Áslovan ÁTMímskými Áslicemi (# I se hrĚl v roce 1966 - ale ÁTMímská Ásila se zaÁ•ala pouÁ¾ívat aÁ¾ pĚtmi páte hĚme a ÁtyĚtem pĚtmiĚchozím byla dodána zpĚtnĚ tak tedy rok, nĚbrĚ¾ poÁTMadí. ProtoÁ¾e sezóna fotbalu trvá pĚtmi dva kalendÁTMní roky. TakÁ¾e letos není Super Bowl Super Bowl XLVI. Nu, a hrĚlo se na Lucas Oil stadiónu v Indianopolis, kde 5. února tr. New York Giants porazili New England Patriots. NedĚle, která pĚtmiĚpadne na Super Bowl, je de facto národním svĚtkem. Je to pro Ameriku druhý den s nejvyšší konzumací jídla - hned po DíkĚvdání. StejnĚ tak je to nejvíce sledovaný televizní poÁTMad za celĚ rok (Super Bowl poÁTMádanĚ v roce 2011 se stal nejvíce sledovanĚm program vĚbec v historii americké televize, na druhém místĚ byla Super Bowl 2010, a tĚmetĚ je závĚreĚný díl seriálu MASH, který si drĚel prvenství po 28 let). PrávĚ Á¾e m Bowl tak vysokou sledovanost, jeho reklamovĚ Áas je také nejdraĚší z celého roku. A protoÁ¾e je Áas tak drahý, spoleĚnosti natÁ•ejí své nejdraĚší reklamy speciálnĚ pro toto vysílání. Lidé se tak nejenom tĚší na zábavné sportovní utkání, ale i na ty úÁ¾asnĚ, vtipné a vynalézavĚ reklamy. Jen pro zajímavost: tento rok vysílání 30 vteĚminové reklamy stalo 3,5 miliónĚ dolarĚ (coÁ¾ je cca o 400 tisíc dolarĚ draĚší neÁ¾ minulý rok). OsobnĚ si nĚvtipnĚjší reklamy jsou právĚ na Doritos a piva. NejnĚtší „show"-reklamy jsou zase na auta. Reklamy co stojí za zmĚnku: 2010 - Jedu do Disney Worldu - reklama na Disneyworld (mj. v kaÁ¾dĚm Superbowlu za posledních 20 let)

- Doritos - Ruce pryĚ od (Á•ehokoli) a já se nedotknu tvĚch Doritos

2011 - Chrysler - v Detroitu Eminem ÁTMídí Chrysler - 2 minutová reklama, tedy nejdelší v historii 2012 - OpĚt Chrysler, opĚt 2 minuty, tentokrát s Clintem Eastwoodem (cena vysílání za 2 minuty: tedy 4 x 3.5 mil dolarĚ) - Doritos (moje rozhodnĚ nejoblíbenĚjší) Pes „Á¾ere„ koĚky ze sousedství, a kdyÁ¾ je pĚtmiĚstĚen, upláčí si mlĚenlivost chipsy Doritos. A kdyÁ¾ jsme u té televizní zábavy - moÁ¾ná se nĚkomu z vás vybaví vzpomínka na obĚĚ adro Janet Jackson a následovnĚ tisíce Á•lánekĚ v evropskĚm tisku vysmĚvajících se USA za údajnou prudĚnost. JenÁ¾

- problém byl (a je, neboť se letos podobná situace opakovala díky zvidněnému prostředníku zpařky Mii) v našem jiném. . . Všechny filmy, všechny TV pořady mají svoje "hodnocení" - jedná se o tzv. stupeň vhodnosti. Na což se spoléhají hlavně rodiče. (A já osobně za to společnosti, která hodnocení vydává, jako rodič hluboce děkuju - ušetřím mi to čas sledování pořadu s dětmi - abych, aniž bych pořad viděla, hned je pro děti OK. Jen takto si můžu být 100% jistá, že mě moje děti v pořadu nic nemůžou přivypít.) Ale Bowlu. Jestliže je tento sportovní program ohodnocen jako G (general = pro všechny), tak je opravdu vhodný pro všechny. Jenže najednou se tam (v reklamě či jinde) objeví koza, či prst - a rodiče hned elí potencionálně dotazem "a co to je, maminko, co to znamená, a proč je ta paní nahatá" a pod. Lze namítnout, že pohled na nahaté prso je - nikoho nezabil (každý ale máme jiná kritéria výchovy svých dětí, tak proč za rodiče rozhodovat, co je a co není vhodné - když se rodiče právně podle přesně stanovených kritérií hodnocení pořadu rozhodli. Navíc - tenkrát to bylo prso, letos už je to prst a co bude příště? A proč já, jako rodič, se mám tímhle věcí zabírat? Jednou mi TV stanice slíbí naprostou vhodnost, a pak slib poruší... Nikdo se tedy nepohorší kvůli nahotě, ale nad nerespektováním daných pravidel. To ale jen tak na okraj...

Snad jsem vám superakci jménem SUPERBOWL dost přiblížila LENKA