

Bendrojo kurso užduotis

Perskaitykite pateiktą tekstą ir jį aptarkite.

*Apibūdinkite **teksto tematiką**, keliamų **problemų aktualumą**.*

*Aptarkite teksto **argumentavimo būdus**, **stilistiką**.*

*Išsakykite **savo požiūrį** į keliamas problemas, **pagrįsdami tekstu ir savo patirtimi**.*

*Kalbėdami mintis dėstykite **nuosekliai ir aiškiai**, kalbėkite **taisyklingai**, laikykitės **kalbėjimo etikos reikalavimų**.*

Jums kalbėti skirtos 5 minutės. Likusį laiką (5 minutes) apie šį tekstą ir jame keliamas problemas diskutuokite su egzaminuotoju.

Kai reklama pasako, jog esi gražus tik savo mamai Karolina Motiejūnaitė¹

Vasaros pabaigai artėjant, populiarius sporto klubas paleido reklaminę kampaniją, kuri norinčius ir norinčias sportuoti vilioja tokiomis frazėmis kaip „Gražus tik savo mamai? Būk gražus iš tikrųjų“ ir „Graži tik savo augintiniui? Būk graži iš tikrųjų“. [...]

Bjauriojo ančiuko fenomenas neblogai įsiviešėjo į mūsų sąmonę – būsi priimtas (-a), kai tapsi gražus (-i). Svajonės apie tapimą gražiam ar gražiai pardavimams bene geriausiai padeda. Tą galėtų patvirtinti grožio, mitybos, sporto ir kitų industrijų atstovai. Esame įtikinti, jog išvaizda dažnai lemia sėkmę, meilę, pinigus ir kitus kapitalistinio pasaulio atributus, tad siekis atitikti grožio standartą atrodo labai logiškas norint mėgautis visaverčiu gyvenimu. Dėl to, kas lemia žmogaus patrauklumą – gamta ar socialinės normos, galime ginčytis. Visgi šiame straipsnyje bus kalbama apie kapitalizme kuriamą grožio sampratą, kuri pasitelkiama siekiant parduoti daugiau. Taigi, kaip įtikinti žmogų, kad jis gražus tik savo mamai?

Pirmiausia būtina atrasti, dėl ko galima nepasitikėti savimi. Išvaizda yra geriausias taikynys – galima pamatuoti, pasverti, pa(si)lyginti su kitais. Juk asmenybės įvairiapusiškumą tikriausiai būtų sunkiau apibrėžti. Socialinės medijos parodė, jog iš esmės bet kurią kūno savybę galima pateikti kaip nepakankamą. [...]

Antras žingsnis yra įtikinti, kad atrodai netinkamai. Tam svarbu sukurti standartą, kurį gali atitikti vos keli procentai visų pasaulio žmonių, ir paversti tai siekiamybe. Naomi Vulf² knygoje „Grožio mitas“ teigia, jog šiuolaikiniai grožio standartai yra tokie griežti, kad tik labai nedidelė dalis moterų, apie 2–5 %, gali atitikti idealius kūno standartus. [...] Nors vyrai susiduria su mažesniu spaudimu dėl išvaizdos nei moterys, visgi tam tikri vyriškojo grožio standartai yra labai specifiniai ir sunkiai pasiekiami. [...] Medijų pateikiami vyriško kūno standartai dažniausiai apima labai raumeningus, liesus kūnus, turinčius mažai riebalų masės, o tai gali turėti neigiamą poveikį pasitenkinimui savo kūnu. Tyrimai rodo, kad didelis nepasitenkinimas savo kūnu yra vienas iš pagrindinių valgymo sutrikimų vystymosi veiksnių.

Trečia, sukūrus neįveikiamą standartą, palaikyti įsivaizdavimą, kad minėti keli procentai yra ne siekiamybė, o norma. Taip yra sukuriamas ir palaikomas grožio ir kūno standartas, kurio dauguma žmonių net negali atitikti. Neatitikus visuomenės lūkesčių, atsiranda

¹ Karolina Motiejūnaitė – žurnalistė.

² Naomi Wolf (g. 1962) – amerikiečių rašytoja, žurnalistė. Išgarsėjo feministinės tematikos knyga „The Beauty Myth“ (1991).

tikimybė pradėti jaustis nepakankamam, nepasitikėti savimi ir savo kūnu, vertinti save kitų akimis. [...]

Dauguma žmonių tikriausiai atsakytų, kad norėtų būti vertinami ne tik dėl savo išorinių savybių, bet ir dėl įdomios asmenybės, charakterio bruožų ar nestandartinių pomėgių, o prasmingus santykius norėtų kurti stiprindami emocinį ryšį. Žavi asmenybė išsiskiria įvairiapusiškumu, o patrauklumas ir seksualumas nebūtinai yra ypač sportiškos ar tobulos išvaizdos išdava.

384 žodžiai

Parengta pagal: Karolina Motiejūnaitė, *Kai reklama pasako, jog esi gražus tik savo mamai*. Šiaurės Atėnai. 2024 10 25

Prieiga internete: <http://www.satenai.lt/2024/10/25/kai-reklama-pasako-jog-esi-grazus-tik-savo-mamai/>

Galimi klausimai diskusijai (pokalbį palaikančiam vertintojui). Pokalbį palaikantis vertintojas gali rinktis klausimus iš čia pateiktų arba užduoti kitus su tekstu ir jame nagrinėjama problema bei diskusijos eiga susijusius klausimus.

1. Ko siekia sporto klubų, grožio industrijos reklama?
2. Pasvarstykite, ką reiškia žmogui jo išvaizda? Ką reiškia būti gražiu?
3. Ar reklamoje, socialiniuose tinkluose diegiami grožio standartai yra privalomi kiekvienam? Kuo žmogui žalingas siekis žūtbūtinai atitikti išvaizdos standartus?
4. Kada jūs laikote žmogų gražiu, patraukliu? Su kuo siejate grožio suvokimą?
5. Kaip manote ar reikia mokytis atpažinti ir kritiškai vertinti reklamą? Savo atsakymą argumentuokite.