

Wolne żarty

O rzeżusze i o kurze, i o jajach, i ogórze

Salon Językowy BR TVP

Jest taka reklama...

Wolny strzelec. Rzut wolny. Wolny rynek. Wolny Tybet. I w końcu mamy – wolne jaja! Wolne żarty? Nie. Całkiem serio. Na opakowaniu widnieje napis: JAJA NA WOLNYM WYBIEGU (co prawda element graficzny, czyli kura, daje pewne wskazówki, co do właściwej interpretacji, jednak zestawienie słowne robi swoje). Na szczęście twórcy reklamy wykazali się odpowiednią językową wrażliwością i czujnością, dając duży jednoznaczny napis: OD KUR.*

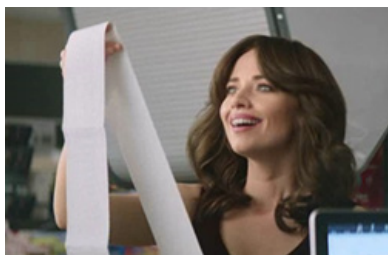
Teraz o tych jajach nie dlatego, że taki opis to rzadkość, wyjątek w koszyku/języku reklamowym. Dlaczego więc? Jest Wielkanoc, są jajka. Dlatego.



A **skrótów leksykalnych czy logiczno-składniowych**, takich jak na opakowaniu, można – nie počąc się zbyt w trakcie poszukiwań – znaleźć dużo i w każdym zakresie. Zdarzają się więc też w reklamie telewizyjnej. Rzecz natomiast o tyle ważna, że reklamy i materiały promocyjne stricte produktowe, bardziej informacyjne niż kreacyjne/wizerunkowe, stanowią pokaźną, a co za tym idzie: codziennie mocno widoczną, grupę. Takie reklamy wymagają od twórców przede wszystkim doskonałej formy operacyjnej i solidnych umiejętności warsztatowych na poziomie graficznym i językowym. Wiadomo: szybsze tempo – większe ryzyko. A wygrywają szybcy i bezbłądnie.

Na początek zestawmy **komunikaty produktowe, jakie docierają do odbiorcy... ab ovo**, że się tak wyrażę.

Paragon (który reklamą nie jest, lecz stanowi ogniwo komunikacji, i to nie tylko sklepu z Urzędem Skarbowym, ale także z klientem, który czasem bardzo skrupulatnie szczytuje wymienione pozycje, jak tutaj, we fragmencie reklamy Lidla).



A na paragonie mamy:

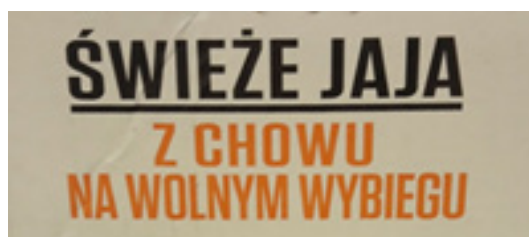
- Koper włos.
- Łopat. wieprz.
- Ogór. kiszon.
- Cytryna luz

Wolne żarty

O rzeźusze i o kurze, i o jajach, i ogórze

Salon Językowy BR TVP

Opakowanie:



Billboard zewnętrzny**/napis na bannerze w sklepie



Tylko pozornie powyższe przykłady to nie moje kury – nie moje jaja. Czyli: co napisane na paragonach, plakatach, billboardach, opakowaniach, to nie w reklamie telewizyjnej przecież. Nic bardziej mylnego. Przełożenie jest wyraźne:

Jakim napisem opakowanie/paragon nasiąknie > takim reklama trąci.



Wolne żarty

O rzeżusze i o kurze, i o jajach, i ogórze

Salon Językowy BR TVP

Cały proces bowiem wygląda tak:

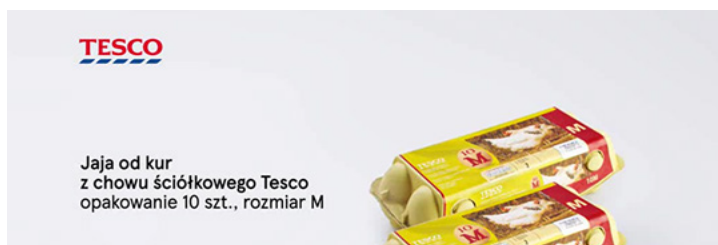
producent pisze o swoim produkcie, co chce (jego prawo) i wraz z opisem **przekazuje produkt do sklepu** → sklep **opatruje towar opisem półkowym i paragonowym** (ewentualnie jeszcze coś doda od siebie, również jego prawo), **przesyła ten opis do domu produkcyjnego/agencji reklamowej**, aby powstały materiały np. **promocyjne** → producenci i twórcy reklam wrzucają informację (tę z łańcucha: producent>sklep) w odpowiednią oprawę, ewentualnie dodają też coś od siebie → finalnie jeden przekaz zaczyna tworzyć całą kampanię: gazetka promocyjna, plakat, folder, billboard, reklama radiowa, telewizyjna...

I taka kula śnieżna dociera do masowego odbiorcy z napisem ukutym przez wiele osób, będącym już nie tylko informacją o promocji, ale też połączeniem różnych umiejętności i fantazji. Pomyłki na tych wczesnych etapach tekstowych (producenckie czy sklepowe) oczywiście mają swoje ugruntowane miejsce w historii, czyli głównie w memach i postach.

Ot, choćby:



Tak, każdy może się pomylić. Pamiętajmy tylko, że żadne słowo w przyrodzie nie ginie. Przynajmniej nie tak od razu. I raz rzucone może wiosennie rozkwitnąć całym bukietem komunikatów z błędami. Często przerwanie nielogicznego czy dysortograficznego łańcucha jest z różnych powodów trudne. Trudne, lecz nie niemożliwe, jak pokazują przykłady – ten na początku tekstu i te poniższe:



Wolne żarty

O rzeżusze i o kurze, i o jajach, i ogórze

Salon Językowy BR TVP

I tym optymistycznym akcentem otworzę część świąteczną:

w imieniu całego Zespołu Salonu Językowego BR TVP życząc Wam, drodzy Czytelnicy, jajeczek świeżych, ekologicznych, probiotycznych, antyalergicznym, antysmogowym, ściółkowym i bezstresowym. A przede wszystkim świąt WOLNYCH – od obowiązków, trosk, szarości. LEKKICH na duchu i żołądku. Gdyby jednak tradycja wymknęła nam się spod kontroli.... woda gaz z cytryną luz i ogór kiszon – zawsze się sprawdzają.

Na koniec reklama – kwintesencja świąt **po polsku: Buszujący w RZEŻUSZE** [co za słowo!, które w takiej formie ortograficznej zostało utrwalone przez kodyfikatorów językowych na skutek zbyt licznych wariacji]:



W promocji biorą udział wszystkie słiki.

– jedna z reklam produktowo-promocyjnych

dk

Warszawa, 10 kwietnia 2019

* Przez moment rozważałam, czy nie powinno być: *jaja* kur (zamiast *od kur*, bo to tak jakby nam coś świadomie, bezpośrednio dawały), ale ostatecznie porzuciłam tę niejednoznaczną myśl...

**Jeśli patrzysz i się dziwisz: gdzie błąd, to znaczy: już jedną nogą jesteś w „języku paragonowym”, który niepostrzeżenie zaczyna dominować. A teraz, jak według Ciebie brzmi: ćwiartka/kromka z chleba, ćwiartka/plasterek z jajka? –żle; poprawnie więc (nie licząc niuansowych wyjątków): ćwiartka czego?, ale filec/kotlet z czego?