

Metas reklamai!

Patarimai reklamos tekstų kūrėjams



Valstybinė kalbos inspekcija, 2022

ĮVADAS

Pasaulio šiandien negalėtume įsivaizduoti be reklamos. Mus kviečia, ragina, skubina pirkti, palaikyti, remti šviečiantys reklaminiai užrašai miestų gatvėse ir šalia magistralių, mirgantys televizijos ekranai, radijo pranešimai, prašmėžuojančios reklaminės juostos interneto tinklalapiuose, reklama mus pasiekia elektroninių trumpųjų telefono žinučių, laiškų pavidalu, per socialines medijas, interneto paieškos sistemas ir daugybe kitų mažiau ar daugiau pastebimų būdų.

Reklama nėra naujas reiškiny, tik jos kiekis ir forma keičiasi. Reklamuoti savo prekes, produktus reikėjo ir iki rašto atsiradimo, ir vėliau, kai raštingumu galėjo pasigirti toli gražu ne kiekvienas visuomenės narys. Tam buvo pasitelkiamas ir balsas, vietoje iškabos pakabinti gaminiai ir pan. Žodžio „reklama“ kilmė mus nukreipia į Antiką, į Romos imperijos laikus. Žodis „reklama“ lotyniškos kilmės, reclamo – „garsiai prieštarauju, rėkiu“. Iš tų laikų mus pasiekia ir vieni seniausių reklaminių tekstų pavyzdžių, nors reklaminių skelbimų būta jau Egipte.



Suvokiant, kokia reklamos gausa dabar mus supa, naivu būtų neigti jos poveikį. Tas poveikis dažnai būna ne tik tiesioginis (perkame, renkame, palaikome), bet ir netiesioginis. Vienas iš netiesioginio poveikio aspektų – nejučia daroma įtaka kalbai. Reklama gali prikelti iš užmaršties senus, primirštus žodžius arba paskleisti naujų produktų ar gaminių pavadinimus. Ji gali padėti populiarinti lietuviškus naujadarus ar būtent reklamos tikslais sukurtus naujus žodžius. Nemažai reklamose sukurtų žodžių užfiksuota Lietuvių kalbos instituto [Naujažodžių duomenyje](#).

Šių metodinių patarimų tikslas – atkreipti dėmesį į tai, kas nesuteikia vertės nei

reklamos turiniui, nei formai, – į dažniausiai daromas klaidas. Didžioji dalis medžiagos iš 2021–2022 metų televizijos reklamos, keletas pavyzdžių iš ankstesnių – 2017–2020 metų. Panaudota naujausia, 2021–2022 metų, reklaminių leidinių ir viešųjų užrašų Vilniaus mieste tikrinimo medžiaga.

Daugiausia dėmesio sutelkta į tai, kas aktualiausia, – į simbolinių pavadinimų rašymą, sudėtinių sakinių skyrybą, keletą dažniau vartojamų junginių. Neaptariamoms atsitiktinėms klaidoms. Visai neličiami nenagrinėjami diskutuoti dalykai, pvz., stilistiniais motyvais grindžiami intarpai nebendrine kalba.

Iliustracija 1. Iliustracija 2. Rinkimų agitacija ant Pompėjų sienos

RAŠYBA

Kiekvienas elementorius prasideda nuo rašybos. Pastaruoju metu ji aktuali net ir televizijos reklamai, nes didelė informacijos dalis yra užrašoma.

Reklamos kūrėjams, be to, kas išmokta mokykloje, tereikia perprasti visai nesudėtingą pavadinimų rašymo taisyklę ir rašybos klaidų beveik nebeliks. Auksinė taisyklė labai lakoniška: **simboliniai pavadinimai tekste išskiriami kabutėmis arba kitokiu šriftu.**

Prekės pavadinimas

Svarbiausias bet kurios reklamos elementas – reklamuojamasis dalykas, todėl pateikiamas ir jo pavadinimas, tik ne visada taisyklingai.

Simbolinis pavadinimas

Dažniausia klaida – rišliame tekste nei kabutėmis, nei kitokiu šriftu neišskiriami reklamuojamų prekių, įmonių **simboliniai pavadinimai**:

Pasidovanokite šypseną su Corega (=„Corega“); PPC Akropolis, PC Panorama, PPC Ozas (=PPC „Akropolis“, PC „Panorama“, PPC „Ozas“); Theraflu ND (=„Theraflu ND“) milteliai geriamajam tirpalui; Akcija Bigbank (=Akcija „Bigbank“), Pasikalbėkite su Tele2 (=„Tele2“).

Kaip matyti iš pavyzdžių, lietuviškame tekste negalioja išimtys nelietuviškiems prekių ženklams, nesvarbu, kad kitų kalbų rašybos tradicija yra kitokia. Tai taikytina ir tiems pavadinimams, kurie kitoje kalboje yra tapę bendriniais: perkelti į lietuvišką tekstą jie praranda tiesioginę reikšmę ir suvokiami kaip simboliniai, todėl išskiriami, pvz.:

Paslaugas teikia BnP Finance (=„BnP Finance“).

Išskirti reikia ne tik prekių ženklą, bet ir nelietuvišką gaminio pavadinimą:

Volume Million Lashes blakstienų tušas (=blakstienų tušas „Volume Million Lashes“); Revitalift Laser veido priežiūros priemonės (=veido priežiūros priemonės „Revitalift Laser“).

Siūloma ir alternatyva – gaminių pavadinimus (jeigu tai nėra prekių ženklai) išversti į lietuvių kalbą:

Maisto papildas „StrepHerbal Elderberry & Echinacea“ arba Maisto papildas „StrepHerbal“ su šėivamedžių uogomis ir ežiulėmis.

„Salviasept Kids“ arba „Salviasept“ vaikams. „Salviasept Spray“ arba purškalas „Salviasept“.

Pavadinimų išskyrimas šriftu

Gludinant reklamos tekstus stengiamasi išvengti ženklų gausos – taip pat ir kabučių. Jas gali pakeisti išskyrimas kitoku šriftu. Reklamoje toks užrašymo būdas gali būti patrauklesnis, nes neatsiranda papildomų dėmesį blaškančių ženklų, o kartu ir reklamuojamas produktas tekste labiau išsiskiria, į jį pirmiausia krypta dėmesys:

Akcija BIGBANK; Akcija **Bigbank**; Blakstienų tušas **Volume Million Lashes**; Blakstienų tušas **VOLUME MILLION LASHES**; Veido priežiūros priemonės **Revitalift Laser**; veido priežiūros priemonės REVITALIFT LASER ir pan.

Intelektinės nuosavybės statusą nusakantys ženklai ©, ™ ar kt. simbolinio pavadinimo išskyrimo neatstoja. Norint juos palikti tekste, pavadinimą (registruotą arba neregistruotą prekių ženklą) vis tiek reikia išskirti.

ATRASK UNIKALIAJ PERFECT FIT ™ FORMULĘ (=ATRASK **UNIKALIAJ PERFECT FIT** ™ FORMULĘ).

Bendrinių lietuviškų produktų pavadinimų rašymas

Kabutėmis nereikia skirti bendrinių produktų pavadinimų. Žodžiai *dešra* ar *saldainiai* rašomi be kabučių, jų nereikia ir nurodant ilgesnius pavadinimus, pvz., *šviežia viščiukų ketvirčių mėsa*:

galima įsigyti ne daugiau kaip 4 kg „Šviežia viščiukų ketvirčių mėsa XXL (Skonio ženklas)“ (=galima įsigyti ne daugiau kaip 4 kg šviežios viščiukų ketvirčių mėsos XXL („Skonio ženklas“); ne daugiau kaip 4 kg „Skonio ženklo“ šviežios viščiukų ketvirčių mėsos XXL).

Simbolinių pavadinimų rašymas ne tekste

Tokiu atveju, kai prekių ženklas, produkto ar koks nors kitas pavadinimas užrašomas atskirai, ne tekste, kabutės nebūtinės.

Didžiųjų raidžių rašymas

Didžiųjų raidžių vartojimas turi būti motyvuotas. Tik pirmas pavadinimo žodis rašomas iš didžiosios raidės (išskyrus aukščiausiųjų valdžios institucijų pavadinimus – jų visi sudaromieji žodžiai rašomi iš didžiosios raidės). Ši paprasta taisyklė galioja ir iš kitų kalbų išverstiems pavadinimams, nesvarbu, kaip jie rašomi originalo kalba:

Dantų Priežiūros Centras (=Dantų priežiūros centras),
pagal Europos Parlamento ir Tarybos Reglamentą (=pagal Europos Parlamento ir
Tarybos reglamentą).

Didžiųjų raidžių rašymas aktualus ne tik kalbant apie pavadinimus. Reklamose pasitaiko ir netaisyklingai parašytų terminų ar bendrinių pavadinimų. Jie negali būti rašomi iš didžiosios raidės viduryje sakinio:

1 Tipo (=1 tipo; 1-ojo tipo) diabetas, aukščiausios kokybės Egiptietiška (=egiptietiška) mažai glamži medvilnė; Jei dar nespėjote pasinaudoti Valstybės (=valstybės) suteikiama kompensacija.

Kabučių raiška

Tinkama kabučių raiška lietuviškame tekste: atidaromosios kabutės rašomos apačioje (devynetukai), uždaromosios – viršuje (šešetukai):

Serialo „Juvelyrų klanas“ rėmėjas (=Serialo „Juvelyrų klanas“ rėmėjas); Rubrika „Power Hit Radio“ (=Rubrika „Power Hit Radio“).

Nesvarbu, kokia kalba įterpiama citata, lietuviškame tekste turi išlikti įprasta kabučių raiška.

sako: „Ciao! Mamma mia“. (=sako: „Ciao! Mamma mia.“)

Santrumpų, simbolių rašymas

Mūsų rašybai svetimas atskirų dėmenų, santrumpų rašymas su brūkšneliu. Dažniausiai netaisyklingai nurodomas elektroninis paštas:

e-paštu (=e. paštu).

Tarpai reikalingi ne tik tarp žodžių, bet ir tarp santrumpų, simbolių:

Pašalina 99.9% (=99,9 %) tirtų bakterijų.

Pateikiame keletą pavyzdžių, kai reklamos teksto elementai išskiriami grafiškai:



Į sakinį įterptas prekių ženklas išsiskiria iš teksto, kabutės ar kitoks išskyrimas nereikalingas.



„Luminor Black“ simbolinis, t. y. netiesioginis, pavadinimas, todėl turi būti išskiriamas.



Nėra rišlaus teksto, todėl išskirti pavadinimą neprivaloma.

PRIMENAME:

- *Simboliniai pavadinimai rašomi kabutėse.*
- *Tiesioginės reikšmės pavadinimai arba verčiami ir tik pirmas žodis bei kiti sudaromieji tikriniai žodžiai rašomi iš didžiosios raidės, arba neverčiami ir tekste vartojami kaip simboliniai pavadinimai.*

SKYRYBA

Daugiausia skyrybos klaidų (būna) smulkiai užrašytuose tekstuose, kurių vartotojas nė neperskaito. Vis dėlto, jeigu rašome, manome, kad tekstas reikalingas, todėl ir skyrybos ženklus reikia sudėlioti taip, kad jie nedarkytų minties, atitiktų lietuvių kalbos sintaksę.

Šalutinių sakinių skyryba

Šalutinis sakinytis turi būti išskiriamas kableliais.

Reikia atkreipti dėmesį į tai, kur šalutinis sakinytis prasideda ir kur baigiasi, – būtina išskirti iš abiejų pusių:

Kalėdos – metas kai dovanos prabyta (=Kalėdos – metas, kai dovanos prabyta);
Atmink, kad šiandien yra rytojūs dėl kurio nerimavai vakar (=Atmink, kad
šiandien yra rytojūs, dėl kurio nerimavai vakar); vaistą vartoti kaip nurodyta
(=vaistą vartoti, kaip nurodyta); Perkant didesnį kiekį nei nurodyta (=didesnį
kiekį, nei nurodyta), likusiam kiekiui bus taikoma nesumažinta pardavimo kaina;
Akimirkoms kurios yra svarbios (=Akimirkoms, kurios yra svarbios); Daug žmonių
nežino ar (=nežino, ar) jų gliukozės kiekis kraujyje yra normalus; Daugiau nei
tikiesi (=Daugiau, nei tikiesi).

PRIMENAME:

- Šalutinis prijungiamojo sakinio dėmuo išskiriamas kableliais, retai – brūkšniais.

Išplėstinių pažyminių skyryba

Išplėstinio derinamojo pažyminio skyrimą ar neskyrimą lemia pozicija pažymimojo žodžio (to, kurį jis apibūdina) atžvilgiu.

Einantis po pažymimojo žodžio išplėstinis derinamasis pažyminys turi būti išskiriamas kableliais (būtinai iš abiejų pusių):

[tai yra] jėga padedanti (=jėga, padedanti) kvėpuoti nevaržomai; Naujos kartos
maisto papildas padedantis (=papildas, padedantis) palaikyti protinę veiklą.

Itin atidžiai reikia rašyti reklamuojamų produktų pavadinimus:

Gaivus maskarponės ir grietinėlės kremas pagardintas (=kremas, pagardintas)
bananų tyre.

Kai kada skyrybos ženklus pakeičia grafiniai sprendiniai:



Skyrybos ženklai nebūtini, nes galime abi frazes suvokti kaip atskiras.



Šalutinis sakinyš neatskirtas kableliu nuo pagrindinio.

Nereikalingi skyrybos ženklai

Kiekvienas skyrybos ženklas turi prasmę, jis rodo tam tikrą teksto, sakinio elementų santykį. Nepagrįstai sudėlioti ženklai – ne mažesnė skyrybos klaida nei ženklų trūkumas:

Nemokamas pristatymas <...> galioja iki spalio 31 d. 24 val., vartotojams (=24 val. vartotojams), perkantiems spec. ženklu pažymėtas prekes;
„Telia“ pirmoji Lietuvoje įjungė daugiau, kaip (=daugiau kaip) 1200 bazinių 5G ryšio stočių, o 5G mobiliojo ryšio paslaugos jau veikia daugiau, kaip (=daugiau kaip) 100 miestų ir miestelių; Kūdikių ir suaugusiųjų, veido ir kūno odai (=Kūdikių ir suaugusiųjų veido ir kūno odai).

GRAMATIKA

Gramatinės formos

Su **daugiskaitiniais** (neturinčiais vienaskaitos) daiktavardžiais vartojami **dauginiai** skaitvardžiai (vieneri, dveji, treji...), bet su daiktavardžiais, kurie turi ir vienaskaitą, dauginių skaitvardžių vartoti nereikia:

per keturis (–ketverius) metus, formulė kurta dvidešimt penkis (–penkerius) metus,

bet

vandens lygis pakyla trejais (=trimis) metrais.

Junginiai, reiškiantys būvį

Būviui reikšti nevartotinas būdvardžių ir kitų būdvardiškai vartojamų žodžių įnagininkas:

Kam laukti, kol jis taps nepakeliamu (=taps nepakeliamas); Jūsų augintinis yra nuostabus, leiskite jam tokiu (=tokiam) ir išlikti; kad diena išliktų darbinga ir gražia (=graži); tapkite produktyvesniu (=produktyvesnis) vos per šešias savaites.

Būdvardžio linksnis turi būti derinamas prie žodžio, kurį jis apibūdina, linksnio (*jis – nepakeliamas, jam – tokiam, diena – darbinga ir graži*), apibūdinamas žodis gali būti ir numanomas *tapkite [jūs] produktyvesnis*.

Junginiai, reiškiantys paskirtį

Abstrakčiųjų priesagos **-imas, -ymas** daiktavardžių naudininkas nevartotinas vaistų, kosmetikos ar kitokių gaminių paskirčiai nusakyti:

[Vaistas] skausmo malšinimui ir karščiavimo mažinimui (=skausmui malšinti ir karščiavimui mažinti); kvėpavimo sistemos palaikymui (=kvėpavimo sistemai palaikyti); gerklės skausmo gydymui (=gerklės skausmui gydyti); kosmetikos linija, skirta odos stangrinimui (=kosmetikos linija, skirta odai stangrinti); akių srities serumas odos tonizavimui ir atgaivinimui (=odai tonizuoti ir atgaivinti); šampūnas yra vaistas, vartojamas grybelių sukeltų infekcinių odos ligų: selėninio galvos odos pleiskanojimo, seborėjinio dermatito ir įvairiaspalvės dedervinės gydymui (=vartojamas grybelių sukeltoms infekcinėms odos ligoms: selėniam galvos odos pleiskanojimui, seborėjiniam dermatitui ir įvairiaspalvei dedervinei gydyti).

Junginiai, reiškiantys tikslą

Su judėjimą reiškiančiais veiksmažodžiais tikslui nusakyti vartotinas kilmininkas, o ne **galininkas**:

Jis atvyksta sudrebinti Lietuvą (=Jis atvyksta sudrebinti Lietuvos).

Naudininkas nevartotinas su siekimo reikšmės veiksmažodžiais:

Susitikime arbatos puodeliui (=puodelio).

Junginiai, reiškiantys šalutinį veiksmą

Padalyvis vartojamas šalutiniam kito veikėjo atliekamam arba savaiminiam šalutiniam veiksmui reikšti. Jis nevartotinas, kai tas pats veikėjas atlieka abu veiksmus – ir pagrindinį, ir šalutinį:

Jį vartojant (=vartodami) išgeriate papildomai skysčių; drėkinkite neapsunkinant (=neapsunkindami arba neapsunkindamos); naudokite jį visur, net keliaujant (=keliaudami); vartojant (=vartodami) antibiotikus, nepamirškite gyvųjų bakterijų; pagulėjus (=pagulėjęs) vos 15–20 minučių per dieną gali užmiršti visas šias problemas.

Junginiai, reiškiantys pilnį

Objektui reikšti su pilnį žyminčiais veiksmažodžiais (*gausėti, daugėti, prikimšti, prigrūsti, prikrauti* ir pan.) nevartotinas įnagininkas:

formulė, praturtinta hialurono rūgštimi (=papildyta hialurono rūgštimi); pripildo odą drėgme (=drėgmės); dabar praturtintas mineralais (=papildytas mineralais).

Junginiai, reiškiantys priemonę

Pagalba vartojamas tik su asmenų pavadinimais. Jis netinka, kai norima įvardyti priemonę:

Bakterijos ir virusai buvo pašalinti aukštos vandens temperatūros, ploviklio ir mechaninio indų valymo pagalba (=Bakterijas ir virusus pašalino aukštos temperatūros vanduo, ploviklis ir mechaninis indų valymas).

Junginiai, reiškiantys priežastį

Prielinksni ar polinksnis *dėka* vartojamas su asmenų pavadinimų kilmininku. Jis netinka veiksmo priežasčiai ar būdui nusakyti:

pakeisime Žaliojo kurso dėka (=pakeisime dėl Žaliojo kurso).

PRIMENAME:

- *Pagrindinės kiekinių skaitvardžių nuo 2 iki 9 formos ir įvardžio abu, abi formos nevartotinos su daugiskaitiniais (t. y. turinčiais tik daugiskaitinę formą) daiktavardžiais.*
- *Būdvardžių (ir būdvardiškai vartojamų žodžių) įnagininkas nevartotinas būviui reikšti.*
- *Galininkas nevartotinas su judėjimo reikšmės veiksmažodžiais tikslui arba siekimui reikšti, kai tas galininkas vienas be bendraties neįmanomas.*
- *Padalyvis nevartotinas šalutiniam to paties veikėjo veiksmui reikšti asmeniniuose sakiniuose (vietoj pusedalyvio ar dalyvio).*

ŽODYNAS

Žodyno klaidų, t. y. nesąmoningai, be stilistinės motyvacijos vartojamų neteiktinų svetimybų ar ne ta reikšme vartojamų žodžių, reklamoje nėra nebūna daug.

Paminėtinas prieveiksmis „pilnai“. Jis nevartotinas, kai kalbama ne apie pilnumą:

virtuvinis kombainas pilnai (=visu) metaliniu korpusu; šiaudelis pilnai (=visiškai) išardomas.

Daugiausia neaiškumų kyla dėl patiekalų pavadinimų. Gana dažnai jie neverčiami į lietuvių kalbą, nekuriama jiems atitikmenų. Pavadinimas atkeliauja kartu su nauju patiekalu. Visi žinome, kas yra *pica* ar *sušiai*, bet ne visada jų pavadinimai taisyklingai užrašomi. Turi būti vartojamos adaptuotos formos:

tikro itališko espresso (=espreso); turite omenyje espresso barista (=baristo espresą); Grill reikmenų parduotuvė (=Kepimo reikmenų parduotuvė arba Grilio reikmenų parduotuvė); Veggies (=Vegetariški) kukuliai; kukuliai su Spaghetti makaronais (=kukuliai su spagečiais).

Verčiant reklaminius tekstus iš kitų kalbų, reikia įvertinti tai, kad skirtingose kalbose ta pati sąvoka gali būti įvardijama skirtingais žodžiais, pvz., šampūno reklamoje skelbiama informacija *kovoja su pleiskanų atsiradimu* (*–kovoja su pleiskanomis; neleidžia atsirasti pleiskanoms; užkerta kelią pleiskanoms*) nėra tiksli. Žodžio „kovoti“ viena iš reikšmių lietuvių kalboje – „stengtis sunaikinti, nugalėti“ („Dabartinės lietuvių kalbos žodynas“), todėl jis tinka tik tada, kai kalbama apie esamų problemų sprendimu. Turint galvoje prevenciją, reikia kitokių raiškos priemonių: „užkirsti kelią“, „neleisti atsirasti“ ar pan.

TERMINAI

Sudarant terminus turi būti vartojamos įvardžiuotinės būdvardžių, dalyvių formos:

Nešiojamas (=Nešiojamasis) internetas; 5G mobilus (=mobilusis) ryšys.

Rūšinė daikto ypatybė turi būti įvardijama neveikiamosios rūšies dalyviu: drėkinantis veido serumas (=drėkinamasis veido serumas); regeneruojantis (=regeneruojamasis) veido gelis.

KIRČIAVIMAS

Iš reklamoje pasikartojančių kirčiavimo klaidų minėtini vietovardžiai, būdingiausias pavyzdys *Kaišiadórių* (=Kaišiadorių).

Renginių, koncertų anonsuose *Neringa, Visaginas, Anykščiai*:

Nèringoje (=Neringojè), Visagìno (=Visagino), Anỹkščių (=Anykščiũ).

Dažnai pastebima netaisyklingai sukirčiuotų 3-iosios kirčiuotės žodžių:

keturiasdešimt vienù (=víenu) procentu; su kiekvienà (=kiekvíena) diena.

„Vienas“, „kiekvienas“ turi būti kirčiuojami pagal 3-iają kirčiuotę (víasas, víeno, vienám, víeną, víenu, vienamè, kiekvíasas, kiekvíeno, ...).

Kita būdinga klaida – moteriškosios giminės įvardžių, būdvardžių vienaskaitos naudininkas kirčiuojamas galūnėje:

vitaminai visái (=vísai) šeimai; naujái (=naũjai) dienai; gerái (=gėrai) pradžiai.

REKOMENDUOJAMI LIETUVIŲ KALBOS IŠTEKLIAI INTERNETE

- Bendrinės lietuvių kalbos [žodynas](#) (rengiamas, nuolat pildomas)
- Dabartinės lietuvių kalbos [žodynas](#)
- Pasaulio [vietovardžiai](#)
- Vietovardžių [žodynas](#)
- Lietuvos Respublikos terminų [bankas](#)
- Valstybinės lietuvių kalbos komisijos [Konsultacijų bankas](#)
- Rekomenduojamų kirčiavimo variantų [sąrašas](#)
- Valstybinės lietuvių kalbos komisijos nutarimas 2019-11-07 Nr. N-8 (178) „[Dėl Lietuvių kalbos skyrybos taisyklių](#)“
- Valstybinės lietuvių kalbos komisijos nutarimas 2022-01-06 Nr. N-1 (190) „[Dėl lietuvių kalbos rašybos taisyklių patvirtinimo](#)“
- Valstybinės lietuvių kalbos komisijos patvirtintas [Kalbos klaidų sąrašas](#)