

ROZLIČNOSTI

... *kým nás neporazí* – *stylistická poznámka k sloganu o covidu*

Porazme ho (covid), čím nás neporazí – dômyselný kalambúr, tautológia či iritujúce, ba morbidne tvrdenie? V každom prípade slogan oficiálnej reklamnej kampane Ministerstva zdravotníctva SR na podporu očkovania proti covidu, ktorý nás v poslednom období priam prenasleduje – vídavame ho na početných bilbordoch, v internetových textoch, počúvame ho z rozhlasu aj z televízie.

Prvá časť súvetia – *porazme ho (covid)* – vyznieva vcelku funkčne, apelatívne, uplatnený imperatív pôsobí mobilizačne, akoby dodával odhodlanie bojovať; tvar 1. osoby plurálu navyše vyznieva kolektívne, tímovo, „sceľujúco“, so sympatickou snahou spájať, zjednocovať. Možno akurát polemizovať o „trefnosti“ agensa tejto vety vzhľadom na cieľovú skupinu – slovné spojenie *porazme ho (covid)* má výrazne ofenzívny význam, čím cieľová skupina = široká verejnosť, väčšina Slovákov, nemá možnosti ani prostriedky na aktívny boj s koronavírusom (ten prináleží najmä vedcom a zdravotníkom). Širokej verejnosti ostáva v pandémie skôr defenzívna úloha: brániť sa. Sloveso *poraziť* (s primárnym významom podľa Slovníka slovenského jazyka „premôcť pri meraní síl, telesnou al. duševnou silou zvíťaziť nad niekým, spôsobiť niekomu, niečomu porážku, napr. v boji, v športovej al. inej súťaži ap.“) preto nie celkom vystihuje úlohu, funkciu, žiaduci postoj širokej verejnosti, ktorým je ochrana pred covidom, dodržiavanie protipandemických opatrení a – prirodzene – kľúčové imunizovanie vakcínou.

Ako nevhodnejšia, problémovjšia sa však javí predovšetkým druhá časť tohto sloganu: pripojená príslovková vedľajšia veta časová – *kým nás neporazí*. Kalambúrová hra so slovesom *poraziť* je síce fónicky príťažlivá, vzniká priam eufonicky znejúce súvetie, formálna stavba je však v tomto prípade výrazne uprednostnená pred významovou potrebou, výstižnosťou – z významu slova *poraziť* niekoho/niečo v prvej časti súvetia jasne vyplýva víťaz-

stvo nad nepriateľom, dodatok *kým nás* (nepriateľ) *neporazí* v primárnom význame pôsobí tautologicky, redundantne, vzniká pleonazmus (*vyhraje, kým súper nevyhrá*). Pravdepodobná snaha tvorcov sloganu vyjadriť urgentnosť, naliehavosť, potrebu konať rýchlo, ba okamžite, by sa dala jazykovo vyjadriť adekvátnejšie (napr. doplnkami *čím skôr, rýchlo* a pod.).

Pri voľbe jazykových prostriedkov – (nielen) do sloganov – je navyše nutné počítať s tým, že popri primárnom význame budú v používateľoch jazyka evokovať aj sekundárne významy, ktoré sú v tomto prípade nežiaduce, s výrazne negatívnymi konotáciami. Sekundárny význam slovesa *poraziť* (podľa Slovníka slovenského jazyka) hovorí o smrti: „hovor. obyč. neos. *porazí, porazilo ho* a) zomrie, zomrel na porážku, na mŕtvicu; b) dostane, dostal záchvat porážky; *porazilo ho na pravú (ľavú) stranu, na jeden bok; Na ruku ho porazilo. (Tim.)*“. A tento význam – ktorý slogan priamo ponúka – je priam iritujúco necitlivý, roztrpčujúci, ak vezmeme do úvahy tisícky obetí pandémie na Slovensku a milióny vo svete. Pandémia fatálne zasiahla množstvo ľudských osudov, konkrétnych rodín, partnerstiev, priateľstiev, vyjadrovať sa preto takto odľahčene, priam žoviálne o smrti nie je štylisticky (ani eticky) primerané.

Ďalší význam, ktorý Slovník slovenského jazyka ponúka, je takisto neprijateľný: „išlo ho, mohlo ho poraziť, skoro ho porazilo (od hnevu, od jedu, od zlosti ap.) veľmi sa rozčúlil; expr. bodaj (aby) ťa (to, ho, vás, ich) (tam) porazilo, bodaj (aby) ťa (to, ho, vás, ich) šľak porazil zakliatie, pranie niečoho zlého“. Nemožno označiť za vhodné spájať tematiku pandémie – ktorá predstavuje vážne ohrozenie ľudského zdravia aj života – s expresívnou nadnesenou hyperbolizáciou, hovorovou žoviálnosťou, humorom.

Ako ešte najprimeranejší sa pri výklade slovného spojenia *kým nás neporazí* javí posledný slovníkový význam: „(koho) prudko zasiahnuť, zachvátiť“; tento význam je však označený príznakom „trochu zastar.“, jeho používanie nie je v slovenčine časté.

Hravosť, ba zábavnosť, ktorú evokujú riekanky a rôzne kalambúrové hry, umocnená emocionálno-expresívnymi významami (a navyše ešte aj veselým maskotom a vtipnými scénkami), zrejme nie sú tie pravé asociácie/emócie, ktoré chcela oficiálna vakcinačná kampaň do spoločnosti vniest. Slogan akoby svojou štylistickou formou (aj vizuálnym stvárnením) bagatelizoval vážnosť ohrozenia, ktoré pandémia prináša, čím môže (minimálne

podprahovo) – paradoxne – podporovať nežiaduci zľahčujúci postoj v ľuďoch, ktorí covid a jeho riziká podceňujú. Pútacia funkcia nie je vzhľadom na mediálny pretlak tejto tematiky zmysluplná. V situácii, v ktorej sa Slovensko a svet nachádzajú, by bola adekvátnejšia vážnosť a namieste skôr hodnoty ako pokora, nádej, viera v lepšie zajtrajšky, zodpovednosť, spolupatričnosť, dôvera v odborníkov, vďaka lekárom a zdravotníkom a pod.

Vzniká logická otázka, či boli sekundárne významy, ktoré môže evokovať analyzovaný slogan oficiálnej vakcinačnej kampane zo štylistického hľadiska, cieľom – t. j. nevhodnou snahou upútať, alebo len nežiaducim, nedomysleným vedľajším produktom. V každom prípade pri tvorbe sloganov, hesiel, titulkov, názvov a pod. je dôležité veľmi obozretne vyberať slová a brať do úvahy aj ich významový, konotačný, asociačný rozptyl.

Lena Ivančová
Filozofická fakulta Univerzity P. J. Šafárika v Košiciach

LITERATÚRA

Slovník slovenského jazyka. III. P – R. Red. Š. Peciar. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo SAV, 1963. 912 s. Dostupné na <https://slovník.juls.savba.sk>. [cit. 25. 1. 2022].