



Wszystko na sprzedaż

Materiał zawiera 4 ilustracje (fotografie, obrazy, rysunki),
2 filmy, 23 ćwiczenia, w tym 9 interaktywnych.

Bibliografia:

- Źródło: Sławomir Mrożek, *Półpancerze praktyczne*, [w:] Sławomir Mrożek, *Wybór dramatów i opowiadań*, Kraków 1975, s. 6.



Pięciu landsknechtów, ok. XVI w.
Źródło: Daniel Hopfer, miedzioryt, domena publiczna.

Polecenie 1

Zaproponuj, w jaki sposób można sprzedać coś, czego nikt nie chce kupić. Przedstaw dwie propozycje.

Polecenie 2

Przypomnij sobie, czy zdarzyło ci się kupić coś, co zaraz po powrocie do domu okazało się niepotrzebne. Podaj przykład takiej sytuacji.

Biogram



Sławomir Mrożek

Źródło: Michał Kobyliński, 2006, fotografia, licencja: CC BY-SA 2.5.

Sławomir Mrożek

1930 – 2013

– polski dramaturg, pisarz, rysownik i **eseista**. Jego literackim debiutem były wydane w 1953 roku dwa zbiory **satyrycznych** opowiadań: *Opowiadania z Trzmielowej Góry* oraz *Półpancerze praktyczne*. Znaczną część swojego życia spędził na emigracji, m.in. we Francji, Stanach Zjednoczonych, Meksyku. Do Polski wrócił w 1996 roku. Na świecie znany jest przede wszystkim jako twórca dramatów. Do najbardziej znanych należą m.in. *Tango* (1964), *Emigranci* (1974), *Miłość na Krymie* (1993).

Przeczytaj opowiadanie Sławomira Mrożka, a następnie wykonaj ćwiczenia.

☞ Sławomir Mrożek

Półpancerze praktyczne

Jestem starym **subiektem** i widziałem w swoim życiu wiele towarów niechodliwych, ale żeby aż tak... Gdy otwieraliśmy paczki z ostatniego transportu – błysk metalu pozwalał przypuszczać, że są to aluminiowe garnki. Tymczasem – diabli wiedzą, co się stało w **dystrybucji** czy planowaniu. Nasz Dom Towarowy otrzymał czterysta nowych półpancerzy, model XVI wiek używany swego czasu przez **landsknechtów**. Zdaje się, że były one przeznaczone do rekwizytorni jakiegoś teatru, ale nawet gdyby tak było, to po co jednemu teatrowi tyle półpancerzy?

Nie było jednak rady. Towar jest towarem i musi być sprzedany. Kolega nasz, Eugeniusz, którego uważaliśmy za specjalistę od reklamy, umieścił kilka półpancerzy na wystawie, zaopatrując je [sloganami](#):

„Półpancerz w każdym domu”

„Jeśliś harcerz – kup półpancerz”

„Nie pomoże koń ni wieża – jeśli nie masz Półpancerza” (*Hasło dla szachistów*)

Na razie jednak nikt nie żądał półpancerzy. Przeciwnie – klienci odnosili się do półpancerzy z lekceważeniem, a nawet z wesołością. Nie pomogły dalsze pociągnięcia kolegi Eugeniusza, który ogłosił, że co dziesiąty półpancerz, nabyty w naszym Domu – wygrywa w charakterze premii czapkę krakowską z pawim piórem, a co dwunasty – piórnik z napisem: „Pamiątka z Zakopanego”. Tymczasem zbliżał się okres remanentów i sytuacja stawała się poważna.

Wtedy właśnie zgłosił się do nas staruszek, który w zamian za udostępnienie mu kupna czajniczka do herbaty podjął się sprzedać cały zapas półpancerzy. Propozycja została przyjęta.

Staruszek zaczął od tajnej konferencji z panem Eugeniuszem, a nazajutrz, w godzinach największego ruchu, zjawił się w [PDT](#), podszedł do lady i rzekł do kolegi Genia:

- Proszę o dwadzieścia półpancerzy.
- Niestety, sprzedajemy tylko po dwie sztuki.
- Ale ja potrzebuję dwadzieścia sztuk.
- Niestety, wykluczone.

Jako pierwszy zwrócił na nich uwagę posępny blondyn ze złamanym nosem. Zatrzymał się obok i słuchał ciekawie.

- Panie, chociaż piętnaście sztuk, ja mam dzieci – błagał staruszek.
 - Nie mogę, łaskawy panie, nie mogę – bił się w piersi sprzedawca.
- Już po chwili otaczał ich mały tłumek. Pośrodku klęczał staruszek i ze łzami w oczach prosił o pięć sztuk półpancerzy. Eugeniusz zasłaniał oczy rękoma, lecz nie ustępował.

- Gdzie się pani pcha?! - zawołał nagle posepny blondyn.

Na drugi dzień, gdy przechodziłem koło **tandety**, zauważyłem posepnego blondyna, który wołał monotonicznie:

- Plastikowe, elastyczne, półpancerze praktyczne!!!

W czasie przerwy obiadowej przybiegł do mnie kolega Eugeniusz, zadyszany, w przekręconym krawacie i prosił o pomocnika.

Sprzedano pierwsze partie półpancerzy. Niektórzy wychodzili od nas błyszcząc kadłubami odzianymi w stal, z wyrazem zadowolenia na twarzach, inni natomiast, tylko w marynarkach, wymykali się upokorzeni, obiecując sobie jednak przyjść nazajutrz.

Zapas był na wyczerpaniu. W parku, na ulicach, zaczęli pojawiać się młodzi ludzie w eleganckich półpancerzach, którzy spotkawszy znajomych mrużyli jedno oko i mówili niedbale:

- Gdzie kupiłem? Prywatnie. Kosztowało? Nooo, naturalnie...

Staruszek został moim przyjacielem i chętnie spędzaliśmy czas na pogawędkach. I pewnego razu, kiedy łowiliśmy ryby w Wiśle, usłyszeliśmy taką rozmowę:

- Dokąd to pani idzie, pani Modrzejewska?

- Do PeDeTu!

- Po co! Tam nic nima! Byłam wczoraj, pytałam się o te półpancerze.

Nima, słyszała pani? Nima, nima!

Źródło: Sławomir Mrożek, *Półpancerze praktyczne*, [w:] Sławomir Mrożek, *Wybór dramatów i opowiadań*, Kraków 1975, s. 6.

Ćwiczenie 1

Wskaż i opisz pierwszoplanowych bohaterów opowiadania Sławomira Mrożka.

Ćwiczenie 2

Ustal, kto opowiada historię o sprzedaży półpancerzy. Zaznacz prawidłową odpowiedź.

Eugeniusz

pani Modrzejewska

autor

subiekt

Źródło: Contentplus.pl sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Ćwiczenie 3

Zaznacz typ narracji, który został zastosowany w opowiadaniu.

trzecioosobowa

pierwszoosobowa

Źródło: Contentplus.pl sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Ćwiczenie 4

Określ, w jakich czasach rozgrywa się akcja opowiadania. Wskaż elementy, które na to wskazują.

Ćwiczenie 5

Ustal, co mieli sprzedać bohaterowie tekstu. Oceń trudność tego zadania.

Ćwiczenie 6

Wymień wszystkie sposoby reklamowania półpancerzy przez bohaterów opowiadania.

Ćwiczenie 7

Rozpoznaj półpancerz na poniższych ilustracjach. Zaznacz prawidłową odpowiedź.



Źródło: Contentplus.pl sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Zanim odpowiesz na kolejne pytania, zapoznaj się z wypowiedziami prof. [Jerzego Bralczyka](#) i prof. [Leszka Pułki](#) na temat reklamy.



Film dostępny pod adresem </preview/resource/RAsgQIyMcT1IT>

Prof. Leszek Pułka mówi o zabawie językiem

Źródło: Scholaris.pl.

Nagranie wideo. Film, w którym prelegent przedstawia tezę, że w tekstach literackich, reklamowych i informacyjnych są elementy zabawy językiem. Przedstawia tezę, że w tekstach literackich, reklamowych i informacyjnych są elementy zabawy językiem. Omawia różnice między trzema konwencjami porozumiewania się z odbiorcą. Na początku wyświetla się plansza z pojawiającymi się i znikającymi wyrazami, m.in. retoryka, kultura, teatr, wartości. Kolejna plansza zawiera tytuł „Zabawy językiem” oraz logotypy: Programu Kapitał Ludzki, Ośrodka Rozwoju Edukacji, Scholaris, Unii Europejskiej. Poniżej napis: materiał edukacyjny wytworzony w ramach projektu "Scholaris – portal wiedzy dla nauczycieli" współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Następnie pojawia się dziennikarz i podpis: prof. Leszek Pułka w okularach, ciemnej marynarce i białej koszuli. Mężczyzna stoi wśród maszyn drukarskich. Na końcu filmu pojawia się plansza z logotypami: Programu Kapitał Ludzki, Ośrodka Rozwoju Edukacji, Scholaris, Unii Europejskiej. Poniżej napis: materiał edukacyjny wytworzony w ramach projektu "Scholaris – portal wiedzy dla nauczycieli" współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Ćwiczenie 8

Na podstawie powyższych wypowiedzi profesorów zaznacz, jakimi cechami odznaczają się najczęściej teksty reklamowe.

przekształcenia znanych cytatów

proste i bezpośrednie hasła

częste zdania rozkazujące

skomplikowane, złożone zdania

zawity przekaz

częste zdania oznajmujące

zwroty w 2. osobie oraz formy zaimka *ty/wy*

rymowane hasła

zwroty często zakończone wykrzyknikiem

uroczysty, podniosły styl

specjalistyczne słownictwo

Ćwiczenie 9

Na podstawie wypowiedzi prof. Bralczyka uzupełnij notatkę na temat reklamy.

Reklama to tekst, który ma przyciągnąć uwagę odbiorcy za pomocą atrakcyjnej

, utrwalić się w jego , zainteresować go, a niekiedy wzbudzić , czyli poruszyć. Reklama służy więc do tego, aby nakłonić do wyboru czegoś (lub do zakupu), ma więc wywrzeć na kimś . Hasła są najważniejszym elementem każdego tekstu reklamowego. Powinny być krótkie i łatwe do zapamiętania. Nazywają się inaczej . Hasła i zwroty apelujące do odbiorcy występują najczęściej pod postacią zdań lub trybu .

Źródło: Contentplus.pl sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Ćwiczenie 10

Wyjaśnij, na czym polega przekonująca moc reklamy.

Ćwiczenie 11

Na podstawie wypowiedzi profesora Pułki wyjaśnij różnice między literaturą, tekstem informacyjnym a reklamą.

Ćwiczenie 12

Wymień zabiegi reklamowe, które zastosował Eugeniusz – bohater opowiadania Sławomira Mrożka, by sprzedać kłopotliwy towar.

Ćwiczenie 13

Wypisz z tekstu slogany reklamowe wymyślone przez Eugeniusza. Jak zostały zbudowane?
Wskaż kilka istotnych cech.

Ćwiczenie 14

Wyjaśnij, w jaki sposób staruszkowi udało się zainteresować klientów kłopotliwym towarem.
Nazwij chwyt psychologiczny, jaki zastosował.

Polecenie 3

Wymyśl własny slogan reklamowy zachęcający do kupna półpancerzy.

Polecenie 4

Przygotuj reklamę jednego z przedmiotów widocznych na poniższym zdjęciu. Swoją wypowiedź sformułuj tak, by nie użyć jego nazwy. Wykorzystaj chwytliwe porównania, przenośnie i inne zabiegi stylistyczne.

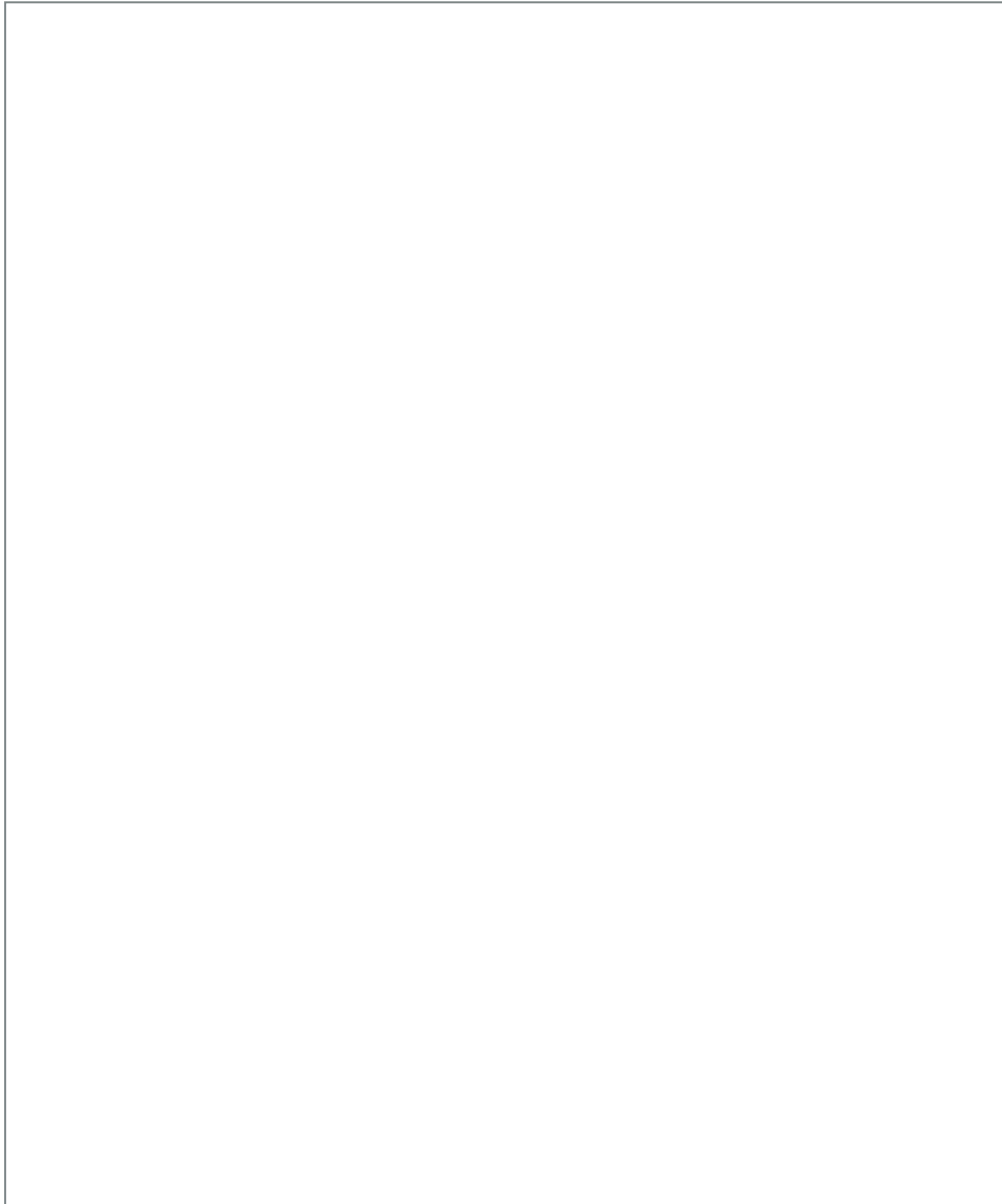


Pchli targ

Źródło: Jorge Royan, licencja: CC BY-SA 3.0.

Ćwiczenie 15

Przedstaw projekt własnej kampanii reklamowej jakiegoś „dziwacznego produktu”. W swojej propozycji uwzględnij slogany, plakaty reklamowe, promocje itp. Możesz skorzystać z dostępnego poniżej szkicownika.



Źródło: Contentplus.pl sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Polecenie 5

Podaj jak najwięcej znanych ci przykładów sloganów reprezentujących poniższe kategorie tematyczne.

Wpisz tytuł

Slogan kampanii czytelniczej

Slogan kampanii zdrowotnej

Slogan sieci handlowej

Slogan kampanii politycznej

Inne slogany

Ćwiczenie 16

Utwórz po jednym rzeczowniku i przymiotniku z tej samej rodziny wyrazów.

- reklama,
- handel,
- sprzedaż,
- cena,
- kram,
- klient,
- usługa,
- sklep.

Ćwiczenie 17

Spośród podanych poniżej wyrazów wybierz te, które nie posiadają formy liczby mnogiej.

galanteria

limit

kupno

oferta

promocja

subiekt

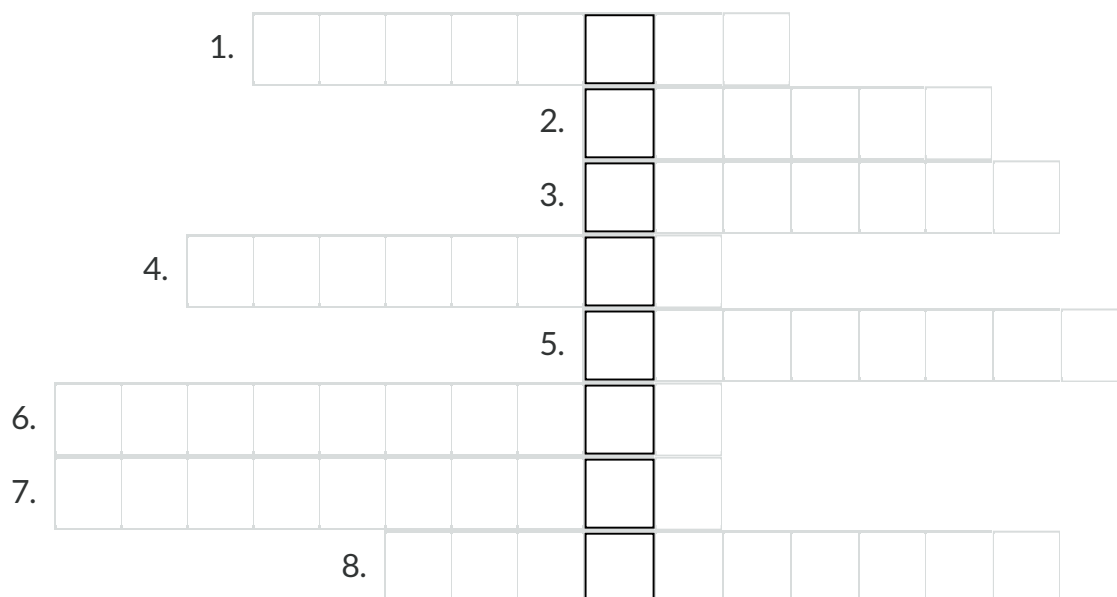
handel

garmaż

Źródło: Learnetic SA, licencja: CC BY 4.0.

Ćwiczenie 18

Rozwiąż krzyżówkę, litery z zaznaczonych pól utworzą uzupełnienie powiedzenia „reklama ... handlu”.



1. ... okazjna – gdy sklep obniża ceny niektórych artykułów.
2. ... dochodu – inaczej praca.
3. ... sklepowa – duże okno wystawowe w sklepie.
4. ... reklamowa – działania reklamowe dotyczące jakiegoś produktu prowadzone na dużą skalę, np. poprzez zamieszczanie reklam w telewizji, na autobusach czy rozprowadzanie ulotek.
5. Wyprzedaż ... – gdy grupa mieszkańców sprzedaje przed domem niepotrzebne przedmioty.
6. Szeroki ... – inaczej duży wybór.
7. ... skórzana – przedmioty wykonane ze skóry, np. rękawiczki, ozdoby.
8. Jarmark ... – można tam kupić np. ozdoby choinkowe.