



Justyna Hanna Budzik

<https://orcid.org/0000-0002-5808-6738>

Uniwersytet Śląski w Katowicach
Katowice, Polska

Plakat – Polska Ryszarda Kai: o krajobrazach i ekologii w nauczaniu języka polskiego jako obcego

Poster – Poland by Ryszard Kaja: on landscapes and ecology in teaching Polish as a foreign language

Abstract: In the article, I focus on the possibility of using posters by Ryszard Kaja from the series *Plakat – Polska [Poster – Poland]* in Polish as a second/foreign language classes, with particular emphasis on environmental issues: the climate catastrophe and littering the planet. I chose Kaja's posters because they are very popular among tourists visiting Poland, they are valued by art historians and critics, and I also see their potential in use for teaching Polish language and culture. I describe my own teaching experiences, I present proposed linguistic and communication exercises, and suggest cultural aspects that can be addressed in PFL classes at different levels. I selected 10 images related to the coastal area: *Baltic Sea, Sopot, Chałupy, Ustka, Krynica Morska, Kąty Rybackie, Żukawy, Nadmorsze, Łeba* and *Vistula Lagoon*. At the start of the article, I introduce the artist. I subsequently indicate the place the poster holds in education, focusing particularly on the possibility of using cognitive metaphor theory in relation to the analysis and interpretation of posters. My analysis and interpretation of selected posters and the proposed language exercises fit within the framework of green studies. The article can be helpful for teachers of PFL, as it proposes specific instructions, and also shows how content included in curricula can be combined with discussion of current issues.

Keywords: green studies, poster, Anthropocene, Polish glottodidactics

Abstrakt: W artykule skupiam się na możliwości wykorzystania plakatów Ryszarda Kai z serii *Plakat – Polska* na zajęciach z języka polskiego jako obcego (drugiego), ze szczególnym uwzględnieniem problematyki ekologicznej: katastrofy klimatycznej i zaśmiecenia planety. Wybrałam plakaty Kai, ponieważ cieszą się one ogromną popularnością wśród turystów odwiedzających Polskę, są cenione przez historyków i krytyków sztuki, a ponadto widzę w nich potencjał dydaktyczny wart wykorzystania w nauczaniu języka i kultury polskiej. W artykule opisuję własne doświadczenia dydaktyczne, przedstawiam propozycje ćwiczeń językowych i komunikacyjnych oraz sugestie zagadnień kulturoznawczych, które mogą zostać poruszone na zajęciach jpo na różnych poziomach zaawansowania. Wybrałam 10 obrazów związanych z obszarem nadmorskim: *Bałtyk, Sopot, Chałupy, Ustka, Krynica Morska, Kąty Rybackie, Żukawy, Nadmorsze, Łeba* oraz *Zalew Wiślany*. Na początku artykułu przybliżyłam sylwetkę artysty. Następnie wskazuję miejsce plakatu w edukacji, zwracając szczególną uwagę na możliwość użycia teorii metafory kognitywnej w odniesieniu do analizy i interpretacji plakatów. Analizę i interpretację wybranych plakatów oraz proponowane ćwiczenia językowe wpisuję w nurt humanistyki ekologicznej. Artykuł może być pomocny dla lektorów jpo, ponieważ zawiera propozycje konkretnych poleceń, ponadto wskazuje na możliwości łączenia treści zawartych w programach nauczania z dyskusją o aktualnych problemach.

Słowa kluczowe: humanistyka ekologiczna, plakat, antropocen, glottodydaktyka polonistyczna

„Plakatów tak pięknie opisujących Polskę nie stworzyłby ktoś, kto nie poznał dogłębnie wielu zakątków całkowicie odmiennego świata. Inne kultury, inne tradycje, inna kuchnia – to dało napęd do opisania Polski” (Marcinkiewicz, 2018: 33) – pisze o dziełach z serii *Plakat – Polska* Ryszarda Kai wydawca i kolekcjoner Krzysztof Marcinkiewicz. Cykl liczący ponad 160 plakatów¹ przedstawiających różne atrakcje turystyczne naszego kraju jest najbardziej rozpoznawalnym osiągnięciem zmarłego w 2019 roku (miał zaledwie 57 lat) artysty plastyka, absolwenta poznańskiej ASP, projektanta plakatów teatralnych, operowych, a przez ostatnie lata twórczości – przede wszystkim turystycznych. Popularność jego dzieł oraz posługiwanie się przez artystę wizualną metaforą, wykorzystywanie rozpoznawalnych landmarków, gry słowne w tytułach – to argumenty za tym, iż plakaty z tej serii warto wykorzystywać jako materiały w nauczaniu cudzoziemców kultury polskiej i języka polskiego jako obcego.

W artykule opiszę swoje doświadczenia oraz propozycje ćwiczeń językowych i komunikacyjnych, a także sugestie zagadnień kulturoznawczych, które mogą zostać poruszone na zajęciach jpjo na różnych poziomach zaawansowania. Z obfitego zbioru plakatów turystycznych Kai proponuję rozważyć grupę 10 obrazów związanych z obszarem nadmorskim: *Bałtyk*, *Sopot*, *Chalupy*, *Ustka*, *Krynica Morska*, *Kąty Rybackie*, *Żuławy*, *Nadmorze*, *Łeba* oraz *Zalew Wiślany*. Dokonam krótkich analiz wybranych plakatów, aby wskazać w nich elementy metaforyczne, wieloznaczne, które mogą też stanowić punkt wyjścia do dyskusji w grupach wysoko zaawansowanych o zainteresowaniach humanistycznych. Przedstawione pomysły nie mają charakteru scenariuszy lekcji, a jedynie wskazują na dydaktyczny potencjał wybranych plakatów Kai w odniesieniu do tematów lekcji pojawiających się w wielu podręcznikach jpjo i wynikających z programów nauczania oraz wymagań certyfikacyjnych. Rozwijając pomysły na zaangażowane środowiskowo zajęcia jpjo, skupiłam się na temacie śmieci, biorąc pod uwagę treści istniejące

¹ Cały cykl do przejrzania na stronie: <https://galeriaplaku.com.pl/plakat-polska/> [dostęp: 22.03.2021].

w podręcznikach i opracowaniach metodycznych, a także wybrane konteksty literackie.

Ryszard Kaja – mistrz plakatu turystycznego

Kaja był zapalonym podróżnikiem, a równocześnie uważnie przyglądał się bardziej i mniej znanym miejscom w Polsce, by następnie poświęcić im plakaty oparte na barokowym koncepcie. *Plakat – Polska* to nie tylko obiekty kolekcjonerskie i eksponaty galeryjne, ale też pocztówki i wydruki różnego formatu obecne w sklepach z pamiątkami w całej Polsce, często kupowane przez zagranicznych turystów. *Plakat – Polska* można uznać za kontynuację tradycji polskiego plakatu turystycznego, którego rozkwit przypadł na okres dwudziestolecia międzywojennego, kiedy to „[w] plakatowej reklamie przedsiębiorstw komunikacyjnych handlowa promocja splatała się w subtelny sposób z propagandą kraju” (Warda, 2015: 32). Plakaty Kai nie tylko promują miejsca ciekawe dla podróżników – to także dzieła, które cechują się ironią, humorem. Artysta zaprasza odbiorcę, by podążał za tokiem jego wizualnych i werbalnych skojarzeń. Kaja starannie dobiera barwy i dopracowuje kompozycję, a obiekty na plakat�ch nie zawsze sĄ oczywiste i jednoznaczne – jak np. w monochromatycznym plakacie *Katowice*, w którym w płaskiej kompozycji nagromadzono schematyczne kontury licznych budynków reprezentujących różnorodną architekturę miasta.

Twórca serii *Plakat – Polska* czerpie z różnych stylów, w jego pracach znajdziemy inspiracje m. in. art déco i modernizmem (*Gdynia*), abstrakcjonizmem (*Łódź*), kubizmem (*Solina*), sztuką ludową (*Koniaków*, *Podhale*). Trudno scharakteryzować tak obfity zbiór dzieł, z których część to obrazy figuratywne (*Szamotuły*), część – realistyczne i surrealistyczne ujęcia roślin (*Ameryka*), zwierząt (*Polska z łosiem*) lub budynków (*Gdańsk*), a część – niemal abstrakcyjne kompozycje kształtów i barw odzwierciedlających uproszczony układ krajobrazu (*Małopolska*, *Ursynów*). Plakaty odnoszą się do regionów, miast, konkretnych dziel-

nic, także do utartych wyrażen określających cele podróży (*Nadmorze* – pisane łącznie w tytule plakatu, *Zadupie*), czasem też do polskich tradycji (*Zaduszki*)². Artysta jest też wrażliwy na język, obrazując ponętą sylwetkę kobiety w plakacie *Babia Góra*, umieszczając w powietrzu ryby w *Rybnej*, czy respektując zapis języków mniejszości (*Ślůnsk* lub *Kaszěbě*).

Plakat w (glotto)dydaktyce polonistycznej

O dydaktycznych walorach plakatu napisano już wiele: umożliwia ćwiczenia z zakresu analizy i interpretacji dzieła plastycznego, skłania do uważnej obserwacji kompozycji i używania środków plastycznego wyrazu (kompozycji, kolorystyki, światłocienia, kształtów); a jego minimalistyczna forma zachęca do poszukiwania wizualnych metafor i symboli. Publikacje na ten temat dotyczą przede wszystkim plakatu na lekcjach języka polskiego (zob. Ślósarz, 2013; Budzik, 2013; Budzik, 2016/2017), również w kontekście filmoznawczym (zob. Budzik, Kasprzak, 2020; Filmoteka Narodowa [online]). W literaturze dotyczącej glottodydaktyki polonistycznej nie poświęcono szczególnej uwagi plakatom³, choć można uznać, iż obrazy te mogą być zarówno przedmiotem nauczania na zajęciach z zakresu kultury polskiej, jak i narzędziem ułatwiającymi kształcenie wszystkich sprawności językowych, nauczanie słownictwa oraz zagadnień gramatycznych – mogą być zatem wykorzystywane podobnie, jak teksty literackie czy dzieła malarskie (zob. Szałasta-Rogowska, 2007; Przechodzka, Trębska-Kerntopf, 2001; Miodunka, 2009).

Inspirujące są refleksje Anny Burzyńskiej, która bada użyteczność teorii metafory kognitywnej na lekcjach jpjo (Burzyńska, 2001). Biorąc pod uwagę wizualny charakter metafor wykorzystywanych przez

² Propozycja wykorzystania plakatu *Zaduszki*: zob. Budzik, Tambor, 2018: 52–53.

³ O konieczności uzupełnienia wiedzy na temat tej dziedziny twórczości artystycznej w materiałach do nauki jpjo pisał już Garncarek, 1997.

Kaję, rekonstrukcja metafory kognitywnej leżącej u źródła danego plakatu może być jednak zbyt skomplikowane dla uczących się, ponieważ wymaga szerokiej wiedzy historycznej, społecznej oraz kompetencji interpretacyjnych. Ćwiczenie polegające na sformułowaniu metafory kognitywnej pasującej do wybranych plakatów przeprowadziłam więc w grupie lektorek i lektorów oraz słuchaczek i słuchaczy podyplomowych studiów kwalifikacyjnych nauczania jppo. Efektem były m. in. propozycje: miasto to fabryka (*Katowice*), rzeka to kobieta (*Wisła*), Polacy to łosie oraz las to doktor (*Polska z łosiem*), morze to relaks (*Sopot*), Warszawa to zabawa (*Warszaffka*). Nauczyciele docenili przede wszystkim plakaty komentujące współczesność Polski, jak np. *Stolicę* ze słoikami jako aluzją do potocznej nazwy napływowych mieszkańców Warszawy, którzy na weekendy wracają do domów i przywożą od rodziców zapasy żywniowe, czy *Warszaffkę* przedstawiającą syrenę przyozdobioną modnymi akcesoriami i z lusterkiem w ręku – ten obraz rozpoznali jako łagodną kpinę z imprezowych obyczajów części warszawiaków.

Plakaty turystyczne Kai w nauczaniu jppo mogą być materiałem ilustracyjnym na zajęciach realioznawczych dotyczących na przykład geografii Polski, historii kultury, najważniejszych zabytków, ale też zwyczajów oraz dyskutowanych szeroko kwestii światopoglądowych, obyczajowych (*Polska z butelką wódki i śledziem*, *Zaduszki*) czy nawet politycznych (*Słupsk*). Wybrane obrazy wykorzystywałam w swojej praktyce dydaktycznej już na poziomie A0, umieszczając plakaty odnoszące się do najważniejszych miast i regionów Polski w prezentacji bazującej na mapie kraju⁴, a przy okazji – ćwicząc fonetykę, kiedy studenci powtarzali za mną nazwy miejsc, po których wirtualnie podróżowaliśmy.

⁴ Więcej na temat zajęć zob. <http://www.lekcjeofilmie.pl/2017/10/podroz-po-polsce-czyli-geografia-z.html?q=kaja>; prezentacja z plakatami w otwartym dostępie i z możliwością duplikowania oraz dostosowania do własnych potrzeb: <https://prezi.com/-qdf3ufd2qs7/?token=afbf79ea0c9aaa1f30361d5c125bb6062c8949b2a-10be17290c1dbd5c67282c6> [dostęp: 22.03.2021].

W stronę ekologii i dydaktyki zaangażowanej

Seria *Plakat – Polska* może stanowić uzupełnienie lekcji językowych poświęconych tematyce podróży, przyrody i ochrony środowiska. Zagadnienia opisu natury i ekologii są ze sobą związane, jak dowodzi zestawienie tematów przygotowane przez Wioletę Hajduk-Gawron (2020) na podstawie programów nauczania (Janowska i in., 2011). Ochrona przyrody uzupełnia zestaw tematów związanych z klimatem, pogodą, krajobrazem i światem roślin i zwierząt już od poziomu B1, na poziomie B2 pojawiają się „problemy ekologiczne”, doprecyzowane na poziomach C1 i C2 w postaci tematu klęsk żywiołowych. W zbiorze zadań przygotowujących do egzaminu na poziomie C2 znajdziemy polecenie wypowiedzi ustnej nt. zaśmiecenia Ziemi (Zarzycka i in. 2009). Tematy ekologiczne pomagają również kursantom ćwiczyć się w określonych przez wymagania certyfikatowe rolach komunikacyjnych, takich jak: turysta, znajomy, kolega, przyjaciel, członek rodziny, czytelnik, widz. Dodałabym jeszcze nieujęte w wytycznych, ale istotne przecież we współczesnym świecie role: dziennikarz, aktywista, influencer.

W ostatnich latach w polskiej nauce zyskuje na znaczeniu nurt humanistyki ekologicznej (m. in. Domańska, 2013; Fiedorczuk, 2015). Zakłada on między innymi połączenie nauki akademickiej z kształtowaniem postaw, co przekłada się na postulaty zaangażowanej dydaktyki. Na gruncie glottodydaktyki polonistycznej opisano badania dotyczące wdrożenia perspektywy ekolingwistycznej (Sujecka-Zajac, 2020) oraz ekologicznie zaangażowanych lekcji jppo (np. Tambor, 2015: 167–169). Tematy dbania o środowisko obecne są również w podręcznikach (np. Madeja, Morcinek, 2007: 91–92). Proekologiczny potencjał dydaktyczny plakatów Ryszarda Kai wydaje mi się w tym kontekście niezwykle ważny i cenny. Omawianie tych dzieł pozwala połączyć naukę języka i przyswajanie polskich dokonań artystycznych z kształceniem kompetencji wypowiedzania się na tematy dyskutowane globalnie.

Nadbałtyckie krajobrazy – ćwiczenie różnych sprawności językowych

Bałtyk jest kwintesencją plakatowego minimalizmu, oszczędności formy, a równocześnie skondensowania wieloznacznych treści. Kompozycja obrazu jest statyczna, zamknięta i centralna. Linia horyzontu umieszczona mniej więcej w trzech czwartych wysokości dzieli prostokątną powierzchnię na dwie części – zimnoniebieskiego morza i białobłękitnego nieba również w zimnym odcieniu. Około jednej czwartej powierzchni na dole plakatu zajmuje podpis: dużymi literami „Bałtyk”, a pod spodem, mniejszymi, nazwa Polski w ośmiu językach. Linia horyzontu przecina na dwie połowy umieszczony na niej centralny, niemal okrągły kształt, który możemy identyfikować przynajmniej dwojako: jako zachodzące słońce (czerwony kolor półkola ponad linią wody) i/lub jako wizerunek ryby, najpewniej flądry – do kształtu przylega rysunek głowy i ogona, a czerwono-granatowa plama barwna o charakterystycznym kształcie wypełniona jest kreskami, które przypominają rybi szkielet. Zimne odcienie użytych barw oraz motyw szkieletu sprawiają, iż obraz ma nieco niepokojący nastrój, choć wydawałoby się, że przedstawia konwencjonalną scenę zachodu słońca nad morzem i jest aluzją do zwyczaju jedzenia ryb ze smażalni.

Plakat ten można wykorzystać już na poziomie A1, kiedy wprowadzamy leksykę związaną z wyjazdem nad morze i opowiadamy o turystycznych zwyczajach nad Bałtykiem. Przykładowe polecenia:

- Opisz, co widzisz na plakacie. Jakiego koloru jest morze/niebo? Jaka to pora dnia?
- Co robimy nad morzem? Co jemy nad morzem?
- Czym jest według ciebie okrągły kształt? Dlaczego?
- Jak się czujesz, kiedy patrzysz na plakat? Jakie emocje wywołują kolory, których użył artysta?

Na wyższych poziomach zaawansowania możemy użyć plakatu Kai – bazując na nastroju wywołanym kolorystyką i kompozycją – jako ilu-

stracji problemu wymierania ryb, wynikłego z katastrofy ekologicznej i rabunkowej gospodarki wodnej, ale też jako tła rozmów o unijnych regulacjach związanych z połowami i sprzedażą. Pytania do dyskusji to na przykład:

- Jaki wpływ na ekologię ma rybołówstwo?
- Znajdź dane, ile ryb łowi się rocznie w Bałtyku.
- Jakie przepisy muszą spełnić rybacy? Jak wpływa to na gospodarkę regionu?

Biologów na pewno zainteresuje natomiast słownictwo specjalistyczne związane z różnymi gatunkami morskiej fauny (i flory), ekonomistów – wyrażenia istotne dla języka używanego w handlu.

W wielu plakatach Kaja uchwycił specyfikę poszczególnych miejsc, wynikającą z historii, architektury czy krajobrazu. Interesujące może być zestawienie trzech plakatów obrazujących konkretne miejscowości: Sopot, identyfikowany z eleganckim kurortem popularnym już w XIX wieku, Ustkę – lubianą miejscowość wypoczynkową i wczasową, oraz Chałupy, słynne między innymi ze względu na plażę dla naturystów. W zależności od poziomu językowego i zainteresowań grupy (kulturoznawczych czy turystycznych) lektor może poprowadzić rozmowę o tym, co uczący się widzą na obrazach, w taki sposób, by sami zgadywali, jakiego typu atrakcje reprezentują „sportretowane” miejsca, może też wcześniej zapoznać kursantów z podstawowymi faktami o danej lokalizacji, proponując ćwiczenie na rozumienie tekstu czytanego z podręcznika lub stron internetowych (opisy atrakcji turystycznych). Oto przykładowe polecenia (możliwe do wykorzystania już od poziomu A2) do wykonania przed omawianiem plakatów lub w trakcie pracy z nimi:

- Znajdź w Internecie informacje o... Przygotuj notatkę, w której zapiszesz podstawowe dane o położeniu i atrakcjach tej miejscowości.
- Na podstawie plakatu opowiedz, co ciekawego można robić w wakacje w...
- Opisz fotografie z miejscowości X.

Jakie sugestie dotyczące charakteru trzech miejscowości możemy znaleźć w wizualnej warstwie plakatów Kai? *Sopot* utrzymany jest w od-

cieniach bieli i błękitu, a kompozycja podobna jest do tej zastosowanej w *Bałtyku*: linia horyzontu znów oddziela obszary reprezentujące morze (bardziej lazuruowe) i niebo (bardziej szaro-błękitne) w około trzech czwartych wysokości plakatu. Tym razem słońce to biały wycinek koła umieszczony centralnie przy górnej krawędzi obrazu. Widoczny na pierwszym planie nieco większy biały wycinek koła to kawałek okrągłego stolika, na którym stoją – symetrycznie rozmieszczone – dwa drinki. Powierzchnia morza podzielona jest pionowo przez białą linię stolikowego parasola, który „przykrywa” (kolejnym białym wycinkiem koła) płamę intensywnie niebieskiego koloru, zasłaniając część nieba.

W *Ustce* kompozycja jest podzielona na trzy poziome pasy: plażę, morze (z umownymi, geometrycznie uproszczonymi liniami fal) i niebo z ogromną tarczą słońca. Dominują odcienie koloru morskiego oraz szarawego i zielonkawego beżu. Na plaży, na pasiastym beżowo-czarnym ręczniku siedzi w pozie syreny kobieta, a paski w tym samym kolorze zdobią również jej strój kąpielowy i parasol. Parasol zasłania jej twarz, ale odbiorca zwraca uwagę na usta kobiety, umieszczone na liniach złotego podziału i podkreślone czerwienią. W tym zabiegu kompozycyjnym widoczne jest językowe wycucie artysty (Ustka – usta).

Chałupy to plakat w tonacji piaskowo-lazurowej, który przedstawia widzianą z góry parę nagich plażowiczów na ręczniku nad wodą (lektor powinien zatem zwrócić uwagę na to, czy to przedstawienie nie naruszy tabu obrazowych i kulturowych respektowanych przez uczących się); tym razem trzy czwarte wysokości zajmuje prostokąt plaży, a schematyczny obraz morza (pas koloru lazuruowego z białymi liniami fal) posłużył za tło tytułu.

Opisane trzy plakaty mogą być materiałem, na podstawie którego skonstruujemy ćwiczenia na różne sprawności i poziomy. Dla poziomu A1 i A2 odpowiednie będą ćwiczenia leksykalne (związane z morzem, urlopem, strojem, spędzaniem czasu wolnego), gramatyczne (wyrażenia przyimkowe typu *na plaży, nad wodą, na stoliku, przy brzegu*) i komunikacyjne (zamawianie napoju w kawiarni lub barze, pakowanie się do wyjścia na plażę, ustalanie planu dnia nad wodą). Dla poziomów A1, A2 i B1 możemy zaproponować również ćwiczenie mówienia i pisanie

(pozdrowienia z wakacji, list lub e-mail do przyjaciela, wypracowanie, opowiadanie, relacja, sprawozdanie z podróży, opis miejsca).

W oparciu o nadmorskie plakaty Kai warto również ćwiczyć nieco trudniejszą formę wypowiedzi pisemnej, jaką jest opis krajobrazu. Dla studentów na niższych poziomach zaawansowania proponuję plakat *Krynica Morska* przedstawiający latarnię morską na plaży; na wyższych – *Kąty Rybackie*, w którym to plakacie na plaży stoi łódź ze sprzętem rybackim, a na jej dziobie siedzi chroniony ptak – kormoran (w Kątach Rybackich znajduje się rezerwat kormoranów). W grupie zaawansowanej warto wykorzystać też *Żuławy* – plakat kompozycyjnie zupełnie inny niż opisywane dotychczas. Przedstawia widok z oddalenia, dolną część (do około jednej trzeciej wysokości) zajmuje powierzchnia pól w różnych odcieniach zieleni, na której rozpoznajemy miniaturowe obiekty (domy, wiatraki, drzewa), a na tle beżowo-szarego nieba widać kontury ptaków (być może żurawi?). Górny pasek obrazu zajmuje ciemna plama (od czerni na samej górze, przez szarość aż do niebieskiego), która być może odnosi się do nieukończonyj budowy elektrowni jądrowej (1982–1989) nad Jeziorem Żarnowieckim.

Obrazy zniszczenia i śmieci w krajobrazie

Proekologiczny potencjał niesie plakat *Nadmorze*. Kompozycja zdominowana jest przez prostokąt plaży, wypełniony niemal w całości schematycznie przedstawionymi parawanami o najróżniejszych kolorach i wzorach. Nie widać zza nich ludzi, przesłaniają one także morze – a umieszczony w górnej części plakatu pas wody jest ledwie widoczny w nagromadzeniu plażowego sprzętu. Obraz ten jest ewidentnie aluzją do tłumów i krytykowany (a czasem wyśmiewany) zwyczajów polskich plażowiczów. Jeśli lektor zdecyduje się poruszyć ten temat, po omówieniu plakatu Kai (a także materiałów dodatkowych, jak np. zdjęcia z mediów) proponowałabym następujące ćwiczenia pisemne (każdorazowo dostosowane do poziomu uczących się):

- Zaprojektuj tabliczki (napisy) informujące turystów, aby nie zostawiali po sobie śmieci.
- Napisz opis krajobrazu, uwzględniając zagrożenia ekologiczne oraz śmieci, które pozostają na plaży po turystach.
- Odpowiedzialne plażowanie: 10 zasada ekologicznego *savoir-vivre*'u.
- Jakie śmieci pozostają po plażowaniu? Wypisz z podziałem na kompost, zmieszane i do recyklingu.
- Napisz artykuł prasowy o zagrożeniach, jakie nad morzem stwarza masowa turystyka.

Kursantom na poziomach zaawansowania C1 i C2, zwłaszcza tym o zainteresowaniach humanistycznych, zaproponowałabym ujęcie porównawcze – analizę plakatu *Łeba* oraz *Zalew Wiślany* autorstwa Kai i fragmentów *Książki o śmieciach* Stanisława Łubieńskiego. W *Łebie* kształty wydym i rosnące na nich trawy dość sugestywnie przypominają erotyczne szkice kobiecego ciała, co współgra ze słowami, którymi pisarz przedstawia przybycie narratora na plażę: „To był nasz pierwszy dzień wakacji, 2 lipca 2018 roku. Sezon rozpędzał się powoli, a plaża wydawała się jeszcze nieskalana i pusta. Wszystko wyglądało idealnie. Piasek, niepowtarzalny, najlepszy na świecie, bałtycki piasek i spokojne morze” (Łubieński, 2020: 5).

Następnie pokazałabym *Zalew Wiślany* – centralne i dominujące miejsce w kompozycji plakatu zajmuje hybryda ryby i brązowej szklanej butelki po piwie, unosząca się na powierzchni przejrzystej, jasnoszarej wody. Zapytałabym studentów: Czym jest obiekt pośrodku plakatu? Jakie emocje w was wywołuje, dlaczego? Śmieć zakłóca sielankowy pejzaż (drzewa, słońce, chmury) widoczny w górnej części obrazu. Podobne uczucia rozczarowanego śmieciami turysty opisuje, stopniując napięcie, zaangażowany ekologicznie publicysta:

Chwileczkę. Coś jednak przeszkadzało. Coś nie pasowało. Kamera, która nieśpiesznie przesuwa się po plaży, zatrzymuje się i cofa gwałtownie. Zoom. Na piasku leżała samotna skarpetka. Biała, zwinięta niestarannie, jakby znaleziona na podłodze w pokoju nastolatka. W dodatku z brudną

piętą. Skarpetka burzyła przynajmniej dwie harmonie: tego miejsca i moją wewnętrzną. Czulem, że nie mogę tego tak zostawić. Nigdy wcześniej nie wściekłem się na widok śmieci (Łubieński, 2020: 5).

Oba teksty kultury – plakat i esej – traktują o śmieciach pozostawionych w naturze, w miejscach wypoczynku, co zaburza spokój i poczucie bycia w harmonii ze światem. Łubieński edukuje czytelnika, przytacza dane, wyniki badań, obserwuje pracę sortowni śmieci oraz aktywistów sprzątających dzikie tereny, czasem przytacza nawet zaskakujące wnioski: „W kilku szklanych butelkach znaleziono jakby spiżarnie (...) Taka flaszka to niezły składzik (...)” (Łubieński, 2020: 159). Takim odpadkiem, który zmienił swoją rolę i kształt, jest butelka-ryba na plakacie *Zalew Wiślany*, ale dzieło plastyczne jest bardzo powściągliwe, odbiorca musi sobie sam odpowiedzieć na pytanie, czy szkło stało się domem, czy raczej trumną dla istoty żywej.

Komparatystyczna analiza i interpretacja fragmentów tekstu i plakatów zaprowadzi uczących się do odpowiedzi na pytania: Jak czujesz się w tym miejscu? Jak reagujesz, kiedy widzisz śmieci w naturze? Prace pisemne mogą dotyczyć relacji ze spaceru po krajobrazie z plakatów (opowiadanie twórcze), argumentów za edukacją ekologiczną (rozprawka), katastrofy ekologicznej w antropocenie (esej). Uczący się będą mogli również porównać postawy względem zaśmiecania środowiska obserwowalne w różnych krajach, z których pochodzą, oraz w Polsce.

Dzieła Ryszarda Kai, jak starałam się wykazać, stanowią nie tylko wartościowy przedmiot studiów z zakresu polskiej sztuki i kultury. Dzięki wykorzystaniu prac z serii *Plakat – Polska* lektorka lub lektor jppo mogą osiągnąć kilka celów: zapoznać uczących się z artystą istotnym dla współczesnej polskiej plastyki, poszerzyć ich znajomość polskiej przyrody i geografii. Korzyścią wykraczającą poza cele edukacji językowej i kulturowej jest natomiast kształtowanie umiejętności rozważania fundamentalnych i globalnych problemów antropocenu: katastrofy ekologicznej i odpowiedzialnych zachowań wobec świata natury.

Literatura

- Budzik J. H., 2016/2017, *Plakat jako tekst kultury w szkolnej edukacji filmowej*, „Język Polski w Liceum. Zeszyty Kieleckie”, nr 2, s. 84–99.
- Budzik J. H., Kasprzak M., 2020, *O pewnej tendencji (współczesnego) kina francuskiego... „Kino przedmieść” i jego wizualne parateksty na przykładzie „Nienawiści” Mathieu Kassovitz i „Nieustraszonej” Danielle Arbid*, „Panoptikum”, nr 23, s. 150–167, <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/panoptikum/article/view/4785/4181> [dostęp: 22.03.2021], <https://doi.org/10.26881/pan.2020.23.11>.
- Budzik J. H., Tambor A., 2018, *Polska półka filmowa. Krótkometrażowe filmy aktorskie i animowane w nauczaniu języka polskiego jako obcego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Budzik J., 2013, *Film w edukacji – różne praktyki adaptacyjne. Artystyczny plakat filmowy jako paratekst filmu*, w: *Adaptacje I. Język – literatura – sztuka*, red. W. Hajduk-Gawron, A. Madeja, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 323–337.
- Burzyńska A., 2001, *Kognitywna teoria metafory w nauczaniu języka polskiego jako obcego*, w: *Inne optyki. Nowe programy, nowe metody, nowe technologie w nauczaniu kultury polskiej i języka polskiego jako obcego*, red. R. Cudak, J. Tambor, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 109–118.
- Domańska E., 2013, *Humanistyka ekologiczna*, „Teksty Drugie”, nr 1–2, s. 13–32, http://rcin.org.pl/Content/62034/WA248_79056_P-I-2524_domanska-humanist_o.pdf [dostęp: 22.03.2021].
- Fiedorczyk J., 2015, *Cyborg w ogrodzie*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Warszawa.
- Filmoteka Narodowa, <http://www.fn.org.pl/public/upload/12.01.17%20Kryteria%20oceny%20analizy%20i%20interpretacji%20plakatu%20filmowego.pdf> [dostęp: 31.01.2020].
- Hajduk-Gawron W., 2020, *Smok czy smog – treści proekologiczne w glottodydaktyce polonistycznej na podstawie badań ankietowych i podręczników*, <https://www.youtube.com/watch?v=qXoFYsUwtEI&t=2963s> [dostęp: 26.08.2021].
- Janowska I. i in., red., 2016, *Programy nauczania języka polskiego jako obcego. Poziomy A1-C2*, Księgarnia Akademicka, Kraków.
- Łubieński S., 2020, *Książka o śmieciach*, Wydawnictwo Agora, Warszawa.
- Madeja A., Morcinek B., 2007, *Polski mniej obcy*, Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”, Katowice.

- Marcinkiewicz K., 2018, *Co zmalaował Ryszard Kaja*, w: *Ryszard Kaja. Zachcianki codzienności [katalog wystawy]*, Biuro Wystaw Artystycznych, Leszno.
- Miodunka W.T., red., 2009, *Kultura w nauczaniu języka polskiego jako obcego: stan obecny – programy nauczania – pomoce dydaktyczne*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków.
- Przechodzka G., Trębska-Kerntopf A., 2001, *Miejsce dzieła sztuki malarskiej w nauczaniu języka polskiego jako obcego*, w: *Inne optyki. Nowe programy, nowe metody, nowe technologie w nauczaniu kultury polskiej i języka polskiego jako obcego*, red. R. Cudak, J. Tambor, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 183–197.
- Sujecka-Zajac J., 2020, *Czy jesteśmy gotowi na ekogłottodydaktykę w polskim kontekście edukacyjnym?*, „Neofilolog”, nr 55/1, s. 11–26, <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/n/article/view/24652/22769> [dostęp: 22.03.2021], <http://dx.doi.org/10.14746/n.2020.55.1.2>.
- Szałasta-Rogowska B., 2007, *Tekst literacki i malarski w nauczaniu cudzoziemców. Sposoby pracy na zajęciach lektoratowych*, w: *Sztuka czy rzemiosło? Nauczyć Polski i polskiego*, red. A. Achtelik, J. Tambor, Wydawnictwo Gnome, Katowice, s. 141–152.
- Śłószarz A., 2013, *Plakat i reklama na lekcjach języka polskiego w liceum i technikum. Poradnik z ćwiczeniami dla nauczyciela*, Warszawa, http://www.oke.krakow.pl/inf/filedata/files/a_slosarz_plakat%20i%20reklama%20na%20lekcjach%20jezyka%20polskiego.pdf [dostęp: 22.03.2021].
- Tambor A., 2015, *Film jako przedmiot i narzędzie nauczania kultury i języka polskiego jako obcego*, rozprawa doktorska, <https://sbc.org.pl/dlibra/publication/199419/edition/188016/content> [dostęp: 22.03.2021].
- Warda M., 2015, *Dwudziestolecie międzywojenne. Tom 49. Plakat i reklama*, Edipresse Polska, Warszawa.
- Butcher A. i in., 2009, *Celują w C2. Zbiór zadań do egzaminu certyfikatowego z języka polskiego jako obcego na poziomie C2*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków.

Netografia

<https://prezi.com/-qdf3ufd2qs7/?token=afbf79ea0c9aaa1f30361d5c125bb6062c-8949-b2a10be17290c1dbd5c67282c6> [dostęp: 22.03.2021].

<http://www.lekcjeofilmie.pl/2017/10/podroz-po-polsce-czyli-geografia-z.html?q=kaja>
[dostęp: 22.03.2021].

<https://galeriaplaku.com.pl/plakat-polska/> [dostęp: 22.03.2021].

JUSTYNA HANNA BUDZIK – PhD, Institute of Culture Sciences, University of Silesia in Katowice, Poland /dr, Instytut Nauk o Kulturze, Uniwersytet Śląski w Katowicach, Katowice, Polska.

Film studies scholar and teacher of Polish as a foreign language, graduate of postgraduate studies in art history. Author of the books *Filmowe cuda i sztuczki magiczne. Szkice z archeologii kina* [*Film wonders and magic tricks. Sketches from the archeology of cinema*] (Katowice 2015) and *Dotyk światła. O zmysłowym doznawaniu kina* [*Touch of light. Experiencing cinema through the senses*] (Katowice 2012), co-author (with Agnieszka Tambor) of the publication *Polska półka filmowa. Krótkometrażowe filmy aktorskie i animowane w nauczaniu języka polskiego jako obcego* [*Polish film shelf. Short live-action and animated films in teaching Polish as a foreign language*] (Katowice 2018). Polish language teacher at INALCO in Paris (2016/2017), Fulbright Slavic Award scholar at the University of Washington in Seattle (2017/2018). Her professional and research interests revolve around media education and Polish glottodidactics.

Filmoznawczyni i lektorka języka polskiego jako obcego, absolwentka podyplomowego studium historii sztuki. Autorka książek *Filmowe cuda i sztuczki magiczne. Szkice z archeologii kina* (Katowice 2015) oraz *Dotyk światła. O zmysłowym doznawaniu kina* (Katowice 2012), współautorka (wraz z Agnieszką Tambor) publikacji *Polska półka filmowa. Krótkometrażowe filmy aktorskie i animowane w nauczaniu języka polskiego jako obcego* (Katowice 2018). Lektorka języka polskiego w INALCO w Paryżu (2016/2017), laureatka Fulbright Slavic Award na University of Washington w Seattle (2017/2018). Zawodowo i badawczo zajmuje się edukacją medialną oraz glottodydaktyką polonistyczną.

E-mail: justyna.budzik@us.edu.pl