

Szanowni Państwo!

Mamy przyjemność zaprosić Państwa do lektury sygnalnego numeru czasopisma „**Między nami polonistami**” – dwumiesięcznika dla polonistów uczących w szkołach podstawowych i gimnazjach.

Wiemy jedno: **nikt tak jak polonista nie wpływa na kształtowanie młodego człowieka**. Na żadnych innych lekcjach nie rozmawia się tyle z uczniami o wartościach, o sensie życia, o tym, co naprawdę ważne. Nie uczymy jedynie języka polskiego, ale czegoś znacznie ważniejszego.

Aby sprostać rosnącym wymaganiom stawianym przez uczniów, rodziców i system edukacji, musimy się ciągle kształcić, otwierać na nowe prądy, idee, myśli. I przekładać je na codzienną praktykę szkolną. Właśnie w tym chcemy Państwu pomóc – dać **praktyczne rozwiązania**, pokazać, jak jeszcze ciekawiej można zrealizować lekcje, czym zająć uczniów, **jak w zupełnie nowy sposób podejść do danego tematu**.

W numerze sygnalnym, oprócz scenariuszy i pomysłów na lekcje, znajdą Państwo opinie o projekcie nowej podstawy programowej, porady wychowawcze i językowe, recenzje wartych przeczytania książek, a na deser – trochę żartobliwych tekstów i rysunków. Nie zapomnieliśmy oczywiście o konkursie z nagrodami.

Zapraszamy Państwa do współpracy! Zachęcamy do nadsyłania pomysłów na lekcje, scenariuszy zajęć, interesujących propozycji, a także informacji o tym, czego najbardziej brakuje Państwu w codziennej pracy. Czekamy na propozycje tematów lekcji, do których warto napisać ciekawy scenariusz.

Zachęcamy gorąco do zaprenumerowania dwumiesięcznika. Szczegółowe warunki prenumeraty znajdą Państwo na następnej stronie.

Jesteśmy bardzo ciekawi Państwa opinii na temat naszego czasopisma. Zapraszamy do wypełnienia krótkiej ankiety zamieszczonej na stronie internetowej:

www.gwo.pl/gazetamnp

Życzymy przyjemnej lektury!

Redakcja

Zostań naszym prenumeratorem!

- 1 numer za 6,70 zł
- 5 numerów za 33,50 zł

„Między nami polonistami” to czasopismo dostępne wyłącznie w prenumeracie. Wpłaty można dokonać, posługując się blankietem załączonym do niniejszego numeru bądź formularzami dostępnymi na poczcie lub w banku. Internauci mogą przelać pieniądze za pośrednictwem Internetu. Prosimy pamiętać o wpisaniu na blankiecie symbolu naszego czasopisma (MNP).

WZÓR WYPEŁNIENIA BLANKIETU

Na blankiecie proszę wpisać symbol naszego czasopisma – MNP

nazwa odbiorcy		G D A Ń S K I E W Y D . O Ś W . S P Z O O																									
nazwa odbiorcy od.		8 0 - 3 0 9 G D A Ń S K G R U N W A L D Z K A 4 1 3																									
Lk.	nr rachunku odbiorcy																										
8 2	1 2 4 0 1 2 6 8 1 1 1 1 0 0 0 1 5 4 2 1 5 6 2																										
kwota słownie													W PLN		kwota												
nazwa zleceniodawcy																											
I M I E N A Z W I S K O u l . P O N I A T O W S K																											
nazwa zleceniodawcy od.																											
I E G O 4 , 8 1 - 1 0 6 G D Y N I A																											
tytułem																											
N I P 4 4 4 - 4 4 - 4 4 - 4 4 4																											
tytułem od.																											
M N P N R 1 - 5 P O 1 E G Z .																											
Opłata														Podpła													
Opłata														Podpła													

Jeżeli prenumerata jest opłacana i odbierana przez instytucję (np. szkołę), w rubryce NAZWA ZLECENIODAWCY należy wpisać nazwę, adres oraz NIP tej instytucji.

Jeśli adres opłacającego prenumeratę jest inny niż odbiorcy (np. gmina kupuje czasopismo dla szkoły), należy przesłać faksem adres płatnika i odbiorcy czasopisma – numer faksu (58) 340 63 61.

Przy wypełnianiu blankietu w rubryce NAZWA ZLECENIODAWCY należy wpisać dane instytucji opłacającej prenumeratę.

Wszelkie pytania i wątpliwości prosimy zgłaszać do działu handlowego pod numerem telefonu (58) 340 63 60.

„Między nami polonistami”
Czasopismo dla nauczycieli
szkół podstawowych
i gimnazjów

Adres redakcji:
al. Grunwaldzka 413
80-309 Gdańsk
tel. (58) 340 63 07
fax (58) 340 63 21

Dział sprzedaży:
tel. (58) 340 63 60

Adres do korespondencji:
„Między nami polonistami”
skr. poczt. 59
80-876 Gdańsk 52
e-mail: mnp@gwo.pl

Redaktor naczelny:
Paweł Mazur

Wydawca:
Gdańskie Wydawnictwo
Oświatowe sp. z o.o.
al. Grunwaldzka 413
80-309 Gdańsk
KRS 0000125773
przy Sądzie Rejonowym
w Gdańsku

Redaguje kolegium:
Jacek Foromański
Anna Herzog
Paweł Mazur
Aleksandra Stawiszyńska
Tatiana Witkowska

Projekt graficzny:
Iwona Kuzioła-Duczmal

Projekt okładki:
Sławomir Kilian

Ilustracje:
Sławomir Kilian

Zdjęcia:
Leszek Jakubowski

Skład systemem T_EX:
Lech Chańko

Druk i oprawa:
Interak, Czarnków

SPIS TREŚCI

● **Opinie**

<i>Paweł Mazur</i> : Jedenaste: nie ściągać!	5
Praca u podstaw (programowych)	8
<i>Marcin Kowalski</i> : Gra w klasie	11
Dyskretnie wciągamy do gry. Rozmowa z Karolem Maliszewskim, nauczycielem, poetą i krytykiem literackim	15
<i>Anna Herzog</i> : Reklama daje do myślenia	17

● **Scenariusze**

<i>Joanna Piasta-Siechowicz</i> : Zrozumieć rzeczywistość (wirtualną)	19
<i>Tatiana Witkowska</i> : Czy reklama kłamie?	22
<i>Marta Gos</i> : Problemy na sprzedaż	25
Załączniki do scenariuszy	27

● **Nauczyciel ma pomysły**

<i>Ewa Rudnik, Lidia Kozuba</i> : Nie dawaj miary plotkom	32
<i>Anna Adamiec</i> : Piszemy do Harry’ego Pottera	33
<i>Marzena Kitowicz</i> : Uczeń (się) streszcza	35
<i>Danuta Styrek</i> : Antygoną zwołuje konferencję	35
<i>Katarzyna Kłos</i> : Słowa szybkie i wolne	35
<i>Janusz Pomykała</i> : Posejdon z drugiej ławki	35
<i>Lucyna Panek</i> : Patrz i ucz się!	36
<i>Anna Flisikowska</i> : Ćwiczenia do pracy nad opisem	36

● **Godzina wychowawcza**

<i>Małgorzata Firsiof</i> : Nauczmy dzieci wartości	37
<i>Maria Mazur</i> : Zły gospodarz	40
<i>Zuzanna Marczak</i> : Poznajmy się!	41

● **Poradnia językowa**

<i>Helena Kajetanowicz</i> : Dlaczego Penelopa prućła teścia?	42
<i>Edward Luczyński</i> : Pisownia liczebników porządkowych	44

● Czytelnia	45
--------------------------	----

● Dzwonek na przerwę	46
-----------------------------------	----

Przewodnik po działach



Opinie

Piszemy o tym, co aktualne, co ważne, co jest przedmiotem sporów i dyskusji, ale także poruszamy problemy, które wydają się nam ciekawe i warte tego, by zwrócić na nie uwagę. Chcieliby Państwo coś skomentować? Z czymś się zgodzić lub nie zgodzić? Napisać o czymś, co Państwa porusza? Zapraszamy!



Nauczyciel ma pomysły

Czasem jeden dobry pomysł ustawia całą lekcję. W tym dziale podsuwamy Państwu tylko takie pomysły. Czekamy na Państwa propozycje!



Poradnia językowa

Nasz język wciąż się zmienia. A my nie zawsze nadążamy za tymi zmianami. Profesor Edward Łuczyński z Uniwersytetu Gdańskiego i doktor Helena Kajetanowicz trzymają jednak rękę na pulsie. Mają Państwo jakiś problem językoznawczy? Nie wiedzą Państwo, jak coś zapisać czy powiedzieć? Proszę do nas napisać – postaramy się pomóc. To od Państwa zależy, czym się zajmiemy w tym dziale.



Scenariusze

Gotowe scenariusze lekcji przydadzą się każdemu nauczycielowi. Szczególnie takich scenariuszy, które zostały już zrealizowane i sprawdziły się w praktyce szkolnej.

Na pewno mają Państwo wiele gotowych pomysłów na ciekawe i niebanalne lekcje. Proszę się nimi pochwalić – najciekawsze wydrukujemy!



Czytelnia

Mimo wielu lat ślęczenia nad książkami nie zniechęciliśmy się jeszcze do czytania. Poloniści już tacy są. W tym dziale raczej nie będziemy polecać wydawniczych nowości, ale książki, które wpadły nam w ręce i zostały – bardziej lub mniej trwały – ślad na duszy. Chcielibyśmy również prezentować Państwu interesujące lektury dla uczniów. Jeśli wśród ogromu wydawniczych nowości udało się Państwu znaleźć szczególnie wartościową książkę, którą można by polecić dzieciom, prosimy o przesłanie krótkiej recenzji. Ta rubryka jest do Państwa dyspozycji.



Godzina wychowawcza

Niekiedy kilka minut może zmienić życie człowieka, a coś dopiero cała godzina, choćby nawet i lekcyjna. Dlatego warto ten czas spożytkować na kształtowanie uczniowskich charakterów. W tym dziale znajdą Państwo scenariusze lekcji wychowawczych – niebanalnych i prawdziwie wychowujących.



Dzwonek na przerwę

Tu ma być śmiesznie i wesoło. Czy uda się nam Państwa rozbawić? Mamy nadzieję. Również i tę rubrykę chętnie Państwu udostępniemy. Jesteśmy przekonani, że wśród nauczycieli nie brakuje utalentowanych satyryków. Tym bardziej, że rzeczywistość szkolna nieraz sama prosi się o to, by przedstawić ją w krzywym zwierciadle.



Jedenaste: nie ściągaj!

Paweł Mazur

We wrześniu ma wejść w życie rozporządzenie ministra edukacji zaostrzające kary za ściąganie na egzaminie maturalnym. Oszukiwanie na maturze będzie karane unieważnieniem całego egzaminu dojrzałości, a nie – jak było do tej pory – tylko tej jego części, w czasie której przyłapano ucznia na ściąganiu. Być może podobne kary zostaną wprowadzone również na egzaminie gimnazjalnym.

Angielski czasownik *cheat* znaczy nie tylko ściągać, ale też oszukiwać. Może dlatego amerykańscy uczniowie nie mają wątpliwości, że ściąganie jest zjawiskiem naganym. W polskich szkołach korzystanie z niedozwolonych pomocy na klasówce lub egzaminie raczej nie budzi wśród uczniów moralnych rozterek i nadal uważane jest za przejaw życiowej zaradności.

– Od dzieciństwa słyszy się, że wszyscy ściągają, sam – wstyd się przyznać – też ściągałem – wyznaje na łamach miesięcznika „W drodze” prowincjał polskich dominikanów ojciec Maciej Zięba. – W Polsce to rozmiękczenie sumień przez stwarzanie poczucia powszechności grzechu zaczyna się zwykle od tolerowania ściągania w podstawówce. Dlaczego dzieci w USA nie ściągają? Przecież nie są ani etycznie lepsze, ani z innej gliny niż dzieci polskie. Tylko że w Stanach dzieci wiedzą, że ściąganie to kradzież intelektualna, oszustwo wobec szkoły. Jeśli dzięki ściąganiu mają lepsze oceny i dostaną się na

uniwersytet, wypchną kogoś, kto uczciwie na to zapracował.

Dlaczego polscy uczniowie tego nie wiedzą? Zdaniem ministra edukacji Mirosława Sawickiego winę za to, że uczniowie ściągają na egzaminach, w dużej mierze ponoszą nauczyciele.

– Ściąganie musi przestać się opłacać uczniom, ale i nauczycielom, którzy coraz częściej uczestniczą w tym procederze – mówił na początku czerwca br. minister i zapowiedział, że jego re-

sort dopilnuje, by nieuczciwi pedagodzy byli karani dyscyplinarnie.

Minister przywołał przykład tegorocznej matury z historii w jednej ze szkół w Łomży. Egzaminatorzy oceniający prace odkryli, że aż w 40 arkuszach powtórzył się identyczny błąd. Rzeczywiście trudno w tej sytuacji nie podejrzewać nauczycieli o poślizgnięcie (w najlepszym wypadku!) w stosunku do ściągających uczniów.

Trzeba oczywiście zaostrzyć kary wobec nauczycieli, którzy tolerują lub, co gorsza, aprobują ściąganie. Trzeba również surowo karać

uczniów, którzy dopuszczają się oszustwa na egzaminach. Takie represje zapewne znacząco ukróć to negatywne zjawisko. Pytanie tylko, czy zdołają odmienić uczniowskie sumienia. Czy surowe kary sprawią, że polscy uczniowie, tak jak ich amerykańscy rówieśnicy, zaczną postrzegać ściąganie jako oszustwo i intelektualną kradzież?

STATYSTYKA WYKROCZEŃ

W tym roku na ściąganiu lub korzystaniu z niedozwolonych urządzeń (np. telefonu komórkowego) przyłapano 65 maturzystów. Znacznie więcej uczniów, bo aż 557, ma unieważnioną maturę z powodu błędów, które powtarzały się w ich pracach. Osoby te będą mogły zdawać kolejny egzamin dopiero w styczniu 2006 roku. Muszą poprawić tylko tę część matury, która została unieważniona.

Najwięcej niesamodzielnych prac wykryli egzaminatorzy z małopolskiej Okręgowej Komisji Egzaminacyjnej – aż 210. W łódzkiej OKE takich prac było 116, a w łomżyńskiej – 103.

Żyjemy przecież w czasach, w których nieuczciwość popłaca. Jak tu wymagać od uczniów pogłębionej refleksji moralnej, gdy osoby piastujące najwyższe urzędy w państwie mówią publicznie nieprawdę i nie ponoszą z tego powodu żadnych konsekwencji?

Jak wytłumaczyć dzieciom, że ściąganie jest niegodziwe, gdy politycy cynicznie kłamią, posłowie podrabiają podpisy na listach wyborczych, urzędnicy fałszują ustawy, radni głosują na cztery ręce, sędziowie biorą łapówki, i większości uchodzi to praktycznie na sucho? Jak przekonać uczniów, że warto być uczciwym, skoro producent filmowy skazany na karę więzienia za złożenie korupcyjnej propozycji już po kilku miesiącach wychodzi na wolność, a rządowa legislatorka, która ośmieliła się zeznać prawdę przed sejmową komisją śledczą, jest za to szykanowana w pracy?

Niestety, uczciwość przestała być dzisiaj wartością, a stała się synonimem frajerstwa i społecz-

nego nieprzystosowania. Mimo wszystko warto jednak podjąć walkę ze ściąganiem, choćby się nam wydawało, że jest to walka z wiatrakami. Trzeba nie tylko karać, ale także uświadamiać uczniom, że ściąganie tylko z pozoru wydaje się niewinne, a tak naprawdę jest ordynarnym oszustwem.



JAK WIADOMO, EGIPCJANIE
OPRÓCZ TEGO, ŻE BUDOWALI
WSPANIAŁE PIRAMIDY, STYNIĘLI
RÓWNIEŻ Z MISTRZOSTWA
W ŚCIĄGANIU

Ten trud może w przyszłości zaowocować zredukowaniem wielu niekorzystnych zjawisk w życiu społecznym. A że nie są to jedynie dziecinne mrzonki, pokazuje przykład krajów skandynawskich. Tam problem ściągania praktycznie nie istnieje, bo uczniowie uważają takie praktyki za nieuczciwe. Zapewne to nie przypadek, że właśnie kraje skandynawskie od wielu już lat w rankingach percepcji korupcji, publikowanych przez Transparency International, uchodzą za najmniej skorumpowane na świecie. Czym skorupka za młodu... No właśnie. Chyba nietrudno zgadnąć, że Polska zajmuje w tych rankingach dalekie, niechlubne miejsce...

KTO ŚCIĄGA I DLACZEGO?

Konrad Kobierski zebrał anonimowe ankiety na temat ściągania od 705 uczniów z 37 łódzkich szkół, z wyjątkiem podstawówek. Wyniki badań zamieścił w pracy magisterskiej zatytułowanej *Wychowawcze i etyczne aspekty ściągania w szkole powszechnej*. Wnioski płynące z badań nie napawają optymizmem. Ściągają wszyscy poza nielicznymi wyjątkami (jedynie niecałe 2% ankietowanych zadeklarowało, że nie korzysta ze ściąg) i niestety większość nie widzi w tym procederze nic złego. Na pytanie: „Czy ściągasz?“, aż 89% uczniów udzieliło twierdzącej odpowiedzi. Najmniej osób ściąga w liceach (86%), najwięcej – w technikumach (95%). Uczniowie najczęściej ściągają z matematyki, fizyki i historii, a najrzadziej – z religii/etyki.

Na pytanie: „Czy dajesz ściągać koleżankom i kolegom?“, aż 97% uczniów odpowiedziało „Tak”. Częściej dają ściągać dziewczyny w publicznych liceach i technikumach, najrzadziej – chłopcy uczący się w prywatnych gimnazjach. Dlaczego uczniowie ściągają? Bo nic nie umieją (32%), bo chcą dostać lepszy stopień (17%), z lenistwa (14%) lub dlatego, że nie są w stanie opanować tak dużej ilości materiału (8%). 2% ankietowanych twierdzi, że ściąga, bo to jest prostsze od nauki.

Czy ściąganie jest dobre? Ponad połowa (60%) nie ma na ten temat zdania lub uważa to za moralnie obojętne. 16% ankietowanych twierdzi, że ściąganie jest złe. Uważa tak co czwarty bardzo dobry uczeń i zaledwie co dwudziesty, który uczy się słabo. Ściąganie częściej jest postrzegane jako naganne przez dziewczęta.

Jak walczyć ze ściąganiem



Agnieszka Łuczak, nauczycielka języka polskiego, autorka podręczników z serii *Między nami*

Na początku roku szkolnego ustalam z uczniami zasady pracy i jedna z nich dotyczy samodzielnej nauki. Moi uczniowie wiedzą, że każdą samodzielnie wykonaną pracę mogą poprawiać, natomiast w wypadku oszustwa oraz plagiatu – **ściąganie traktuję jako oszukiwanie siebie, swoich bliskich, kolegów i nauczyciela** – takiej możliwości nie ma. Okazuje się, że nawet najmłodszy uczeń potrafią kalkulować i woła trochę gorzej, ale samodzielnie napisać sprawdzian, niż stracić szansę jego poprawy.

Z moich doświadczeń wynika, że jest to sposób nie tylko skuteczny, ale również uczący dobrych postaw społecznych.

Na marginesie chciałabym dodać, że nie wierzę, by uczeń mógł ściągać, nie będąc zauważonym przez nauczyciela.



Jacek Lech, nauczyciel matematyki w III Liceum Ogólnokształcącym w Gdyni

Gdy złapię ucznia na ściąganiu w czasie klasówki, od razu stawiam jedynkę. Uczeń ma co prawda możliwość poprawienia tej oceny, ale wystawiając ocenę końcową za daną klasówkę, obliczam średnią z obu ocen, co oznacza, że uczeń i tak zostaje ukarany za swoją nieuczciwość. Ściąganie po prostu mu się nie opłaca.

Bardzo często zadaję prace domowe, które uczniowie oddają mi na oddzielnych kartkach. Jeśli zauważę, że jakiś uczeń przepisał pracę domową od kolegi, stawiam 0 punktów zarówno temu, który ściągał, jak i temu, który dawał ściągać. Pod koniec roku, wystawiając oceny końcowe, biorę pod uwagę także punkty z prac domowych i dlatego uczniom także w tym wypadku zupełnie nie opłaca się ściągać.



Jolanta Bilkiewicz, nauczycielka języka polskiego, doradca metodyczny

Czy można sobie wyobrazić tradycyjną szkołę bez ściągania? To chyba niemożliwe! Ta czynność przecież przez całe wieki towarzyszyła uczniom i do tej pory jest przykładem umiejętności, której wielu uczy się bez przymusu, a niektórzy opanowują ją nawet do perfekcji, zaskakując nauczycieli oryginalnością treści i formy wykonanych ściąg.

O przygotowaniu dobrej ściągi uczniowie zaczynają myśleć wówczas, gdy mają pewność, że nie zapamiętają wszystkich definicji, faktów, dat, pojęć czy terminów, o które będą pytani na kartkówce, klasówce czy sprawdzianie, a są przekonani, że nadarzy się okazja, żeby z niej skorzystać. Byłoby oczywiście niesprawiedliwe, gdyby w tym miejscu nie wspomnieć, że wśród uczniów są i tacy, którzy w przygotowaniu ściągi widzą po prostu tylko jeszcze jeden sposób na powtórkę materiału, ale tych jest zdecydowana mniejszość.

Przygotowanie ściągi to tylko połowiczny sukces, bo co z nią zrobić, jeśli nauczyciel zamiast pytania: „Co to jest metafora?”, każe ją odszukać w tekście poetyckim? Albo każe odczytać główne przesłanie utworu? Albo jeśli trzeba przekształcić mowę zależną na niezależną? Na co wtedy przyda się ściąga? Chyba tylko posłuży do uspokojenia sumienia, że jednak „coś” się zrobiło, by się przygotować do klasówki.

Jeśli uczniowie są przyzwyczajeni do tego, że ich nauczyciel sprawdza przede wszystkim umiejętności rozpoznawania, przekształcania, analizowania, wnioskowania – nie będą swojego „być albo nie być” opierać na tak wątpliwym fundamencie jak ściąga. Gdy wiedzą jednak, że umiejętności sprawdzane są na bazie pewnej wiedzy, kusząca wciąż pozostaje dla nich myśl, że może by jednak...

Praca u podstaw (programowych)

Podstawa kształcenia ogólnego została wprowadzona w 1999 roku. Jak wiadomo, w wyniku reformy zniesiono wówczas centralny program nauczania, dopuszczając do użytku praktycznie nieograniczoną liczbę programów i dając nauczycielom wolną rękę w ich wyborze. Podstawa, zawierająca obowiązujące dla danego etapu kształcenia cele, treści nauczania oraz umiejętności, które uczeń musi opanować, miała zapewnić zdecentralizowanemu systemowi niezbędną jednolitość. Założono jednocześnie, że dokument będzie stale modyfikowany na podstawie zgłaszanych przez nauczycieli uwag lub obserwacji.

Mimo że nauczyciele bardzo szybko zaczęli mówić o potrzebie modyfikacji, zarzucając podstawie brak precyzji i zbytnią ogólnikowość, podstawa przetrwała bez zmian do dzisiaj. W ubiegłym roku ministerstwo podjęło więc decyzję o jej przebudowie. Zadanie to zlecono Instytutowi Spraw Publicznych.

Prace nad zmianą podstawy nie rozbudziły jednak gwałtownych emocji w środowisku nauczycielskim ani też nie zdołały wywołać żywszego zainteresowania ogólnopolskich mediów. A szkoda, bo gra toczy się o wysoką stawkę. Zmiana podstawy oznacza zmianę sposobu nauczania, przynajmniej jeśli chodzi o język polski.

Nie jest jeszcze znana ostateczna wersja dokumentu, w której mają zostać uwzględnione krytyczne uwagi i opinie nadesłane przez przedstawicieli środowiska. Druga, robocza wersja projektu, którą poddano pod publiczną dyskusję, zebrała raczej nieprzychylnie recenzje polonistycznych autorytetów.

Przebudowana podstawa oczywiście nie zostanie wprowadzona w życie przez ministra, który zlecił jej przygotowanie. Ministerstwo zapowiedziało, że „projekt zmian w podstawie

programowej będzie dokumentem roboczym, który zostanie poddany bardzo szerokiej konsultacji społecznej w ciągu roku szkolnego 2005/2006”.

To, czy projekt zostanie wprowadzony w życie, zależy więc od przyszłego rządu.

Poniżej przedstawiamy kalendarium prac nad przebudową podstawy, a także fragmenty artykułów, które ukazały się na ten temat w prasie.

Redakcja

KALENDARIUM:

W marcu 2004 roku Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu zleca Instytutowi Spraw Publicznych opracowanie projektu nowej podstawy programowej kształcenia ogólnego. Kierownikiem projektu zostaje prof. Krzysztof Konańczewski z Instytutu Psychologii Polskiej Akademii Nauk, którego książka *Reforma oświaty. Podstawa programowa i warunki kształcenia* staje się punktem wyjścia do pracy nad podstawą.

16 września 2004 roku Instytut Spraw Publicznych organizuje seminarium zatytułowane *Jak reformować podstawę programową kształcenia ogólnego?*, w czasie którego poddano pod publiczną dyskusję wstępne założenia projektu nowej podstawy.



Do opracowania poszczególnych bloków nauczania Instytut powołuje pięć zespołów roboczych, na czele których stają koordynatorzy odpowiedzialni za realizację projektu. Do pracy w zespołach zostaje w konkursie wybranych 51 osób (spośród aż 700 zgłoszeń, które nadeszły od nauczycieli, wykładowców akademickich i wydawców).

W połowie listopada w Ryń pod Warszawą odbywa się pierwsze spotkanie zespołów roboczych, którego celem jest opracowanie „ogólnej mapy nowej podstawy programowej”. Po kilkugodzinnej dyskusji z prac nad projektem wycofuje się nieoczekiwanie pięcioro członków podzespołu polonistycznego wraz z koordynatorem zespołu Wiedzy o kulturze dr. Sławomirem Żurkiem. Co było powodem takiej decyzji?

W wydanym przez polonistów oświadczeniu czytamy m.in.: „Wizja nauczania języka polskiego i wiedzy o kulturze zaprezentowana przez prof. Krzysztofa Konarzewskiego [...] jest głęboko sprzeczna ze specyfiką tych przedmiotów, społeczną funkcją szkoły ponadgimnazjalnej i oczekiwanym profilem jej absolwenta. W naszym przekonaniu celem nauki języka polskiego i wiedzy o kulturze powinno być kształcenie człowieka umiejącego samodzielnie rozumieć i interpretować rzeczywistość, twórczo i świadomie posługiwać się różnymi kodami kultury [...]. Według prof. Krzysztofa Konarzewskiego podstawa faktycznie powinna być programem kształcenia (w praktyce jednakowym dla wszystkich) ściśle określającym wszystkie obowiązujące lektury (łącznie z tytułami wierszy!) i zawierającym konkretne wskazówki interpretacyjne dotyczące poszczególnych tekstów kultury”.

Profesor Konarzewski zamieszcza na stronie internetowej ISP odpowiedź na oświadczenie byłych członków podzespołu polonistycznego. Piśsze m.in.: „Rzecz jasna zdawaliśmy sobie sprawę, że konkretyzacja podstawy ograniczy swobodę, którą dotychczas cieszyli się wydawcy i nauczyciele. By skompensować ten niekorzystny skutek, postanowiliśmy przekazać 25% czasu nauczania do ich wyłącznej dyspozycji.

To jasna reguła: podstawa coś normuje ściśle (choć nadal daleko jej do centralnego programu nauczania sprzed reformy), coś zaś bez zastrzeżeń pozostawia indywidualnej pomysłowości”.

Do 31 grudnia 2004 roku wszystkie podzespoły – z wyjątkiem nowego podzespołu do spraw języka polskiego, który rozpoczął prace później niż pozostałe – przedstawiają robocze opisy poszczególnych przedmiotów.

1 lutego 2005 roku zespół koordynatorów składa pierwszą wersję projektu podstawy programowej kształcenia ogólnego w Ministerstwie Edukacji Narodowej i Sportu.

25 marca 2005 roku na stronie internetowej ISP (www.isp.org.pl/podstawa) zostaje opublikowana druga wersja projektu nowej podstawy. „Przedłożony projekt ma wiele wad – wśród nich niedostatek koordynacji treści różnych przedmiotów, niejednorodność formy i błędy zapisu. Na usunięcie wszystkich wad zabrakło czasu – przyznają autorzy projektu. – [...] Zespołowi koordynatorów wydało się ważniejsze, by jak najszybciej udostępnić nawet niedoskonały projekt opinii publicznej, niż czełować szczegółów z dala od ludzkich oczu kosztem skrócenia czasu na konsultację społeczną. Głęboka korekta projektu zostanie przeprowadzona po rozważeniu wszystkich wskazówek i uwag krytycznych będących plonem konsultacji”.

15 maja 2005 roku zakończono konsultacje społeczne drugiej roboczej wersji podstawy. Nadesłano 136 opinii i 130 ankiet, które – jak czytamy w komunikacie wydanym przez ISP – zostały wnikliwie przeanalizowane przez zespół koordynatorów Instytutu.

Projekt nowej podstawy programowej wraz ze sprawozdaniem z konsultacji społecznej zostanie podany do publicznej wiadomości po zapoznaniu się i przyjęciu go przez zlecającą, czyli Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu. Kiedy to nastąpi, nie wiadomo.

opr. PAM



dr Krzysztof Biedrzycki, adiunkt w Instytucie Polonistyki UJ, autor m.in. podręczników do języka polskiego w liceum *Opowieść o człowieku*

Można się zgodzić z koniecznością precyzyjnego określenia umiejętności, które uczeń powinien uzyskać w szkole. Nie jest jednak możliwe jednoznaczne i dokładne wyznaczenie wszystkich „treści kształcenia” [...].

Na stronie internetowej ISP można się zapoznać z projektem podstawy programowej. Na szczęście projekt nie idzie tak daleko w precyzowaniu treści kształcenia, jak to postulowano. Zagrożenie nadal jednak w nim tkwi: dokładne sformułowanie kanonu lektur, nie tylko obecnych od dawna w szkole arcydzieł, nie tylko powieści, ale nawet poszczególnych wierszy! Nauczyciel nie miałby zatem wyboru, musiałby czytać wskazane z tytułu utwory Miłosza czy Szymborskiej, Leśmiana czy Tuwima. **Takiego ograniczenia swobody nauczycielskiej nie było nawet w PRL!**

Nie miejsce tu na dokładną analizę proponowanej podstawy programowej. Jej szczegółowe grzechy są mniej istotne wobec grzechu pierwotnego w postaci ambicji precyzyjnego uregulowania całego procesu dydaktycznego. Grzechów szczegółowych jest jednak nad wyraz wiele, np. tak „precyzyjne” i „jednoznaczne” treści kształcenia, jak: „hymn narodowy jako podniosły wyraz miłości ojczyzny” albo „film jako połączenie sztuki i techniki”, albo „dom jako wartość”; cele kształcenia: „poprawnie mówić” i „poprawnie pisać”; standardy wymagań: „wyjaśnić rolę samogłosek i spółgłosek w rymie i instrumentacji” lub „opisać różnice między «żywym» spektaklem teatralnym a obrazem filmowym”. Z jednej strony proponowana podstawa miałaby – autorytarnie – dookreślać, czego w polskiej szkole trzeba uczyć; z drugiej strony to dookreślenie jest niejasne, trudne do przełożenia na konkret praktyki szkolnej. Jak uczyć podniosłej miłości ojczyzny? Co oznacza dom jako wartość? Jak wyjaśnić rolę samogłosek i spółgłosek w rymie? Czy wystarczy powiedzieć, że w rymie one się powtarzają?

(„Tygodnik Powszechny” 2005, nr 22)



prof. Krzysztof Konarzewski, pedagog, kieruje pracami nad projektem nowej podstawy programowej w Instytucie Spraw Publicznych

Nie ludzę się, że dla nauczycielstwa przebudowa podstawy programowej jest sprawą pierwszej wagi. Z obowiązującej podstawy korzysta w praktyce jedynie czwarta część nauczycieli. Projektem nowej podstawy interesują się nieliczni. Nie jest to jednak przyrodzony stan rzeczy.

Podczas różnych spotkań obserwuję interesującą dynamikę nauczycielskiej uwagi. Gdy opisuję sprzeczności systemu, nauczyciele demonstrują uprzejmą, acz nieco roztargnioną neutralność. Pierwszą życzliwą reakcją wywołuje informacja, że nasz projekt rezygnuje ze ścieżek edukacyjnych. Gdy mówię, że projekt zwalnia nauczyciela z konieczności wybierania resortowego programu i wpisywania do dziennika jego sygnatury, słyszę szmer aprobaty. Zapowiedź dostosowania treści kształcenia do liczby godzin i chłonności uczniów nauczyciele przyjmują z niedowierzaniem, bo tyle razy już to słyszeli, ale gdy cytuję fragmenty projektu i pytam, co można skreślić bez szkody dla wykształcenia uczniów, zawsze dostaję dorzeczną odpowiedź. Niektórzy ożywają się przy zasadzie 25% czasu nauczania do dyspozycji nauczyciela – może już myślą o ćwiczeniach i doświadczeniach, na które teraz nie starcza im czasu, a może o ulubionych zagadnieniach, których dotychczas nigdzie nie było. Inni się cieszą, że **konkretyzacja wymagań w podstawie położy kres niepewności przed egzaminami** i ochroni nauczyciela przed zarzutami ze strony rodziców, że postawił dziecku jedynekę za coś, co go nie obowiązuje. Na sali dominują agitatorzy przemianiania. Nauczyciele chętniej rozmawiają ze mną podczas przerwy na korytarzu. Mówią, że obecny system wystawia na ciężką próbę ich poczucie rozsądku i zawodowej przyzwoitości. [...]

Tak jest dziś w całym kraju. Nauczyciele rozmawiają o sprawach swojej profesji na korytarzach. W salach przemawiają pośrednicy.

(„Gazeta Szkolna” 2005, nr 16)



dr Stanisław Bortnowski, przez 20 lat nauczyciel w szkole średniej; pracownik Instytutu Polonistyki UJ, autor wielu publikacji metodycznych

Przeglądam tę podstawę i jakbym wracał do szkoły sprzed pięćdziesięciu laty (wtedy właśnie rozpoczynałem polonistyczną przygodę życia). Kochanowski – *Na lipę, Na dom w Czarnolesie, Do fraszek*, Morsztyn – *Do trupa*, Krasiński – *Jagnię i wilcy, Ptaszki w klatce*, Norwid – *Moja piosnka II, W Weronie*, Staff – *Wysokie drzewa*, Leśmian – *Dusiolatek, W malinowym chruśniaku*, Różewicz – *Warkoczyk*,

Prawa i obowiązki itd. To z projektu gimnazjalnego. [...]

Wybitni twórcy, świetne wiersze, doskonała antologia, tyle że tych wierszy równie doskonałych jest znacznie więcej. Można je podporządkowywać różnym układom i różnie interpretować, wzbogacając (lub odwrotnie: ubożąc dla słabszej klasy) tradycję i jeszcze niezamkniętą współczesność. Czemu służyć ma taka zabawa w tytuły? Chyba tylko ograniczeniu inwencji polonistów i powrotowi do podręcznika, który zyska imprimatur władzy (proponuję wznowić wychodzące w latach 60. książki Jakubowskiego i Matuszewskiego – były w PRL niezastąpione).

(„Dziennik Polski”, 25.04.2005)

Gra w klasie

Marcin Kowalski

Kilkunastoletni uczeń zapytany, w jaki sposób najczęściej spędza wolny czas, zazwyczaj odpowiada: „Gram na komputerze”.

Sądźmy wtedy, że uczeń gra, gdyż nie potrafi ciekawiej spędzić czasu, gdyż szuka prostej rozrywki niewymagającej intelektualnego wysiłku, gdyż poddaje się presji rówieśników. Jednoznaczne kwalifikowanie gier komputerowych jako rozrywki na nie najwyższym poziomie ma wiele przyczyn. Stawiane zarzuty są zresztą bardzo często jak najbardziej słuszne. Jednak nie należy popadać w przesadę, bowiem wiele gier oferuje intelektualną rozrywkę na wysokim poziomie, rozwija logiczne myślenie i wyobraźnię, uczy wytrwałości w dążeniu do celu. Należy zatem zapytać: Dlaczego tak lubiany przez uczniów świat gier komputerowych praktycznie nie istnieje na lekcjach języka polskiego? Dlaczego nie wykorzystuje się tej formy zdobywania wiedzy i umiejętności w procesie edukacyjnym? Odpowiedź wydaje się oczywista – nawet najbardziej wartościowe z gier komputerowych trudno jest dopasować



do celów dydaktycznych jakiegokolwiek konkretnego przedmiotu. Po prostu są one pisane w innym celu. Nawet te stworzone na podstawie książek omawianych niekiedy na lekcjach języka polskiego (np. *Władcy Pierścieni* czy cyklu powieści o przygodach Harry’ego Pottera)

są mało przydatne w pracy z uczniami, nie wymagają bowiem od graczy na przykład dobrej znajomości lektury, a jedynie zręczności, inteligencji i innych, skądinąd bardzo pozytywnych, cech. Gier fabularnych lub strategicznych – czyli tych najbardziej przez dzieci lubianych – łączących wszystkie walory „zwykłej” gry z wiedzą polonistyczną póki co po prostu brak.

Fenomenowi popularności gier nie można jednak w jakiś sposób nie wykorzystać. Zrozumiałym jest, że żaden nauczyciel nie będzie dla swoich uczniów tworzył gier komputerowych. Sądzę jednak, że ogólne zasady rządzące światem tej rozrywki można z powodzeniem zastosować, przygoto-

wując niebanalną lekcję dotyczącą na przykład treści lektury szkolnej. Aby stworzyć grę opartą na tekście literackim, wystarczy tylko trochę chęci i pomysł.

Dlaczego gry?

Gdy jakiś czas temu postanowiłem wprowadzić gry na prowadzone przeze mnie lekcje języka polskiego, przeprowadziłem ciekawy eksperyment. Dwie klasy piąte, nazwijmy je A i B, w tym samym czasie kończyły omawianie *Tomka w krainie kangurów* Alfreda Szklarskiego. W klasie A zapowiedziałem, że dwie lekcje poświęcimy na grę, której celem będzie wskazanie ucznia najlepiej znającego lekturę i dlatego świetnie nadającego się do zagrania jednej z głównych ról w ekranizacji powieści. Klasę B poinformowałem, że na następnych lekcjach napiszą test z lektury. Oczywiście obie klasy otrzymały ten sam materiał, te same zadania, jednakże reakcje na słowa „gra” i „test” były zupełnie odmienne. Klasa A bawiła się podczas lekcji doskonale, natomiast klasa B potraktowała zadania jak kolejny sprawdzian, nie odnajdując zabawy w wykonywanych poleceniach. A przecież obydwie grupy pracowały z identycznym materiałem! Co zatem sprawiło, że dla klasy A te dwie lekcje w niczym nie przypominały rutynowych 90 minut? Odpowiedź jest oczywista – klasa A zagrała w grę, klasa B rozwiązywała test. Tylko tyle. Po tej lekcji zrozumiałem, że lektury można i trzeba omawiać nieco inaczej niż dotychczas.

Czym właściwie jest gra?

No właśnie! Choć pytanie wydaje się banalne, odpowiedź wcale nie jest oczywista. Dla dziecka gra oznacza możliwość ciekawego spędzenia czasu, sposób na sprawdzenie siebie, zabawę, w której można zwyciężyć. Producentci gier wiedzą, czego oczekują gracze, stąd tak wielka różnorodność dostępnych na rynku propozycji. Dlatego młody człowiek, kupując grę,

otrzymuje dokładnie to, czego pragnie – bierze udział w pasjonującym wyścigu czy poszukiwaniu ukrytego skarbu, zdobywa sławę niepokonanego sportowca lub mistrza sztuk walki. Inaczej gry pojmuje szkoła. Wśród nauczycieli i dydaktyków można spotkać się z opinią, że grami są: krzyżówki, anagramy, zagadki, drama i inscenizacja, zabawy integracyjne (pedagogika zabawy) i konkursy klasowe.

Moim zdaniem nie jest to właściwe rozumienie istoty gier. Wymienione metody, techniki i formy aktywności mają wiele cech wspólnych z grami, jednakże brakuje im istotnych elementów decydujących o atrakcyjności gier. Ćwiczenia językowe nie umożliwiają podróży w wyimaginowany świat ani wcielenia się w jakąś rolę. Drama czy inscenizacja ogranicza element zaskoczenia i improwizacji, rezygnując z rywalizacji. W działaniach określa-

nych mianem „pedagogiki zabawy”, propagowanych głównie przez Polskie Stowarzyszenie Pedagogów i Animatorów KLANZA, rywalizacja w ogóle jest traktowana jako element negatywny, wyzwalający niepożądane emocje i zachowania. Nie zgadzam się z tym stanowiskiem, gdyż neguje ono

choćby istotę sportu, którego nadrzędną zasadą jest właśnie współzawodnictwo. Moim zdaniem w szkole nie można unikać rywalizacji, ale należy jej uczyć. Pokazywać różnice między postawą *fair play* a wyścigiem szczurów. Tłumaczyć, że przeciwnik w rozgrywce to nie wróg, ale partner.

choćby istotę sportu, którego nadrzędną zasadą jest właśnie współzawodnictwo. Moim zdaniem w szkole nie można unikać rywalizacji, ale należy jej uczyć. Pokazywać różnice między postawą *fair play* a wyścigiem szczurów. Tłumaczyć, że przeciwnik w rozgrywce to nie wróg, ale partner. Konkursy klasowe nie fascynują tematyką. Dlaczego konkursu stylistycznego czy ortograficznego nie prowadzi się, wykorzystując schemat jakiejś popularnej gry? Nauczycielem i szkole brakuje nowych rozwiązań, być może skuteczniejszych. Brakuje w końcu zainteresowania tym, co pasjonuje młodego człowieka. A jego pasjonują dziś gry.

Czym więc jest gra? Odwołam się raz jeszcze do uczniowskiego, intuicyjnego pojmowania zjawiska. Gra to rozgrywka prowadzona z przeciwnikiem (choćby i wirtualnym), w której uczestnik

(gracz) stara się dążyć do określonego celu (zwycięstwa) za pomocą dostępnych środków (zasad). Nieodłącznym elementem towarzyszącym grze jest zabawa, radość z uczestniczenia i zwycięstwa. Stwierdzeniu „Hurra, wygrałem”, towarzyszy w domyśle „Poradziłem sobie, dokonałem tego”. Istotną kwestią jest również dobrowolność udziału – uczeń gra, bo chce (nie mówimy w tym momencie o uzależnieniach czy hazardzie). Gdy pewnego dnia jednej z klas szóstych dałem wybór: „Albo dziś zagramy w grę, albo macie czas wolny, ale nie możecie wychodzić z sali”, tylko jedna osoba wybrała czas wolny! To nieprawda, że uczniowie nie chcą nic robić na lekcjach. Oni nie chcą się nudzić!

Czy zatem gry (w zaproponowanym wyżej rozumieniu) można wykorzystać w procesie kształtowania pożądanego postaw i nabywania określonych kompetencji? Można, lecz najpierw należy dokonać rzeczy niemalże karkołomnej. Trzeba bowiem spojrzeć na szkolną i pozaszkolną rzeczywistość oczyma ucznia, kilkunastoletniego człowieka, i zastanowić się, dlaczego świat gry, fikcyjnej rozgrywki dużo bardziej go pociąga.

Podróż w krainę fikcji

Atrakcyjność gier, zwłaszcza komputerowych, polega w dużej mierze na tym, iż oferują użytkownikowi szybkie przeniesienie w fikcyjną rzeczywistość, ciekawszą i barwniejszą niż świat realny. Uruchamiając grę, w jednej chwili można się stać przywódcą państwa, kierowcą rajdowym czy mistrzem lotów narciarskich. Gra oferuje zatem to, co dzieciom i młodzieży jest niedostępne, na co muszą w świecie realnym czekać wiele lat. To swoista podróż, w którą można wyruszyć wtedy, kiedy ma się na to ochotę.

A czy możliwa jest taka podróż w krainę literatury, i to na lekcji języka polskiego? W swojej pracy polonisty szukam takich właśnie nowych możliwości. Oto kilka sprawdzonych już pomysłów.

Pomysł na lekturę

Tekstem często omawianym w czwartej klasie jest *Akademia pana Kleksa*. I równie często lekcje poświęcone tej lekturze są wielkim rozczarowaniem dla dzieci, stresujących się kartkówką z treści utworu, zmuszanych do patrzenia na lekturę jak na zbiór niekoniecznie dla nich ciekawych informacji typu: akcja, bohaterowie, czas i miejsce zdarzeń. Na prowadzonych przeze mnie zajęciach poświęconych omawianiu lektury klasa staje się małą Akademią. Ja wcielam się w postać pana Kleksa – dla lepszego efektu niekiedy ubieram się nawet w surdut – zaś podzieleni na kil-

To nieprawda, że uczniowie nie chcą nic robić na lekcjach. Oni nie chcą się nudzić!

kusosobowe zespoły uczniowie rozwiązują zagadki, quizy i inne zadania dotyczące... znajomości treści lektury, akcji, bohaterów, czasu i miejsca zdarzeń. Aż trudno było mi uwierzyć, jak chętnie pracują z tekstem, chcąc

przypomnieć sobie jakiś szczegół, którego dotyczyło pytanie. Wykonują w zasadzie taką samą pracę jak na zwykłej lekcji, a różnica polega wyłącznie na zmianie formy: zamiast przepytывania – losowanie kartek z zadaniami, na których rozwiązanie grupa ma określony limit czasowy. Dzięki temu, że gra jest zapowiedziana, zanim uczniowie przystąpią do czytania książki, mam gwarancję, że każdy uczeń przeczyta lekturę, i to bardzo wnikliwie. Bo każdy chce wygrać! Za dobrze wykonane zadania są przyznawane nagrody – piegi, czyli wycięte z papieru kółeczka. Jeśli się nie uda, też jest nagroda – tak na zachętę. Po takim wstępie uczniowie naprawdę dużo łatwiej – i chętniej – tworzą plan wydarzeń, samodzielnie opisują bohaterów, interpretują...

W piątej klasie omawiamy mitologię grecką i rzymską. Opowiadanie treści niektórych mitów, np. losów Heraklesa, jest zmorą wielu uczniów. Ale tak być nie musi, gdyż zamiast opowiadania mogą oni stworzyć komiks, przedstawić scenki, nakręcić film, ale przede wszystkim – stworzyć grę planszową opartą na szczegółach mitu, w którą później można zagrać

z kolegami. Gra planszowa to również finalny etap lekcji poświęconych *Hobbitowi* – książce opisującej podróż po fantastycznej krainie, w której chciałoby się znaleźć wielu młodych czytelników. W grze opartej na fabule utworu to oni właśnie przemierzają nieznaną terytorium, zmagają się z pułapkami, próbują osiągnąć cel, wykorzystując swoją wiedzę zdobytą podczas zajęć i samodzielnej lektury. W obu tych wypadkach można wykorzystać istniejące gry, np. chińczyka, trzeba jedynie w niektórych miejscach planszy oznaczyć pola, na których staniecie pionkiem oznacza konieczność odpowiedzi na pytanie dotyczące lektury lub wykonania innego zadania. Za prawidłową odpowiedź powinna uczniów czekać jakaś nagroda, np. dodatkowy rzut kostką, a za błędną – kara, np. opuszczenie jednej kolejki (uczestnicy mogą ten czas wykorzystać na znalezienie właściwego rozwiązania).

Innym przykładem może być pomysł na część lekcji poświęconych opowiadaniom Arthura Conana Doyle'a o przygodach Sherlocka Holmesa. Zamiast omawiania akcji utworu i tłumaczenia, czym jest dedukcja, traktujemy utwory jako materiał szkoleniowy dla młodych detektywów.

Lekcje te kończą się egzaminem: podzieleni na grupy uczniowie otrzymują od nauczyciela kartki z początkowymi informacjami dotyczącymi popełnionego przestępstwa, opisanego w jednym z nieomówionych dotychczas na lekcji opowiadań Doyle'a. Droga dedukcji wybierają którąś z zapisanych na kartkach opcji (tropów śledztwa), po czym dostają kolejną kartkę z dalszymi informacjami – i tak dalej, aż do rozwikłania sprawy (lub utknięcia w martwym punkcie, jeśli poszli fałszywym śladem). Stworzenie takiej gry wymaga od nauczyciela poświęcenia swojego czasu, ale efekty są doskonałe. Uczniowie bowiem w praktyce, a nie tylko w teorii, przekonują się o tym, na czym polega dedukowanie.

Omawianie kolejnej lektury oznacza zatem dla mnie nowe wyzwanie – staram się wymyślić coś, co zainteresuje uczniów, a jednocześnie pozwoli mi zrealizować zamierzone cele edukacyjne. Jestem głęboko przekonany, że jeśli będą Państwo chcieli podążyć zaproponowanym przeze mnie tropem, okaże się, że każda, naprawdę każda lektura może się stać dla uczniów fantastyczną podróżą w świat literackiej zabawy.

R E K L A M A

Ta reklama nie należy do standardowych. Dlaczego? Bo reklamuje coś, czego nie da się kupić!

Zabawa? Radość z uczestnictwa i zwycięstwa?

TAK! Jeśli uczysz z *Między nami*.



Między nami graczami: seria gier lekturowych dostępna tylko dla tych polonistów, którzy uczą z *Między nami*.

Radość z czytania lektur. Fascynujące lekcje. Bo każdy chce wygrać – Twoi uczniowie też!

Gracze przeczytali do tej pory: *Akademię pana Kleksa*, *Chłopców z Placu Broni* i *Hobbita*.

Kolejne gry – w przygotowaniu.

Uczysz z *Między nami*, a nie masz jeszcze tych książek? Skontaktuj się z Wydawnictwem (promocja@gwo.pl).

Dyskretnie wciąggam do gry

Rozmowa z Karolem Maliszewskim, nauczycielem, poetą i krytykiem literackim, o tym, jak uczyć w szkole poezji i dlaczego nie jest to zadanie proste

Dlaczego warto czytać poezję?

Czyta się wiersze, żeby znów być dzieckiem, żeby znów dziwić się światu, żeby dyskretnie filozofować i dać się prowadzić za rękę przez jakieś duże dziecko, poetę. Oczywiście tych powodów jest więcej i są o wiele poważniejsze. Ja podałem tylko te, które przyszły mi do głowy od razu, spontanicznie.

To dlaczego poezję czytają tylko nieliczni? Tomiki poetyckie niezwykle rzadko stają się bestsellerami. Zapewne dla większości Polaków jedynym miejscem, w którym mają do czynienia z poezją, jest szkoła. Może w dorosłym życiu nie czytamy wierszy, bo szkoła nas do tego skutecznie zniechęciła?

To powszechne narzekanie na szkołę odstrasżającą od poezji zaczyna mnie niecierpliwic. Ktoś sobie ułatwia zadanie, wskazując w tak uproszczony sposób kozła ofiarnego. Tymczasem jest tak, jak to zauważył Gombrowicz – pewnych ludzi poezja nie zajmuje i to jest spory procent populacji. Wolą inny rodzaj mowy, inny język. To powinien być punkt wyjścia do jakiegokolwiek dyskusji na ten temat. Do tego dochodzi blokada emocjonalna, wstyd uczuć. Chcąc dobrze zrozumieć i „wyczuć” wiersz, musimy się odsłonić, sami do czegoś przyznać. A jak to zrobić, kiedy klasa na Ciebie patrzy, kiedy część uczniów chce być twarda i do żadnych uczuć nie ma zamiaru się przyznawać?

Jak zatem uczyć, aby nie zniechęcić? Zrezygnować z pytań o podmiot liryczny, środki

stylistyczne itp., a skupić się wyłącznie na wrażeniach i emocjach, jakie utwór wywołuje?

Bzdura. Nie rozplywajmy się w impresjach. To zaledwie początek. To rozgrzewka. Wrażenia i emocje nie biorą się z powietrza, ale właśnie są efektem zastosowanych środków stylistycznych, wynikają z kształtu monologu lirycznego, z rodzaju osobowości czy podmiotowości ujawnianej w tekście. W końcu dzieci mają wyjść ze szkoły z umiejętnością nazywania swych wrażeń i uczuć, także z umiejętnością odnajdywania i porządkowania ich w trakcie lektury utworu poetyckiego. Będą z tego rozliczone na kolejnym sprawdzianie kompetencji. Może w tym pomóc dobry podręcznik, np. *Między nami*, z którego ucze.

A jak omawiać trudne pod względem stylistycznym teksty klasyków, które nie wywołują w młodych ludziach żadnych emocji i skojarzeń? Skoro nie zachwyca, to co zrobić, żeby zachwycało? A może wcale się nie starać, aby zachwycało?

Tu mamy do czynienia z czymś zupełnie innym. To, co mówiłem wcześniej, dotyczyło dzieci w podstawówkach. Teksty klasyków trafiają do młodzieży, od której wymagamy już czegoś innego. Wychodząc więc od tego elementarnego poziomu przeżyć, odczuć, skojarzeń, zdecydowanie zmierzamy w stronę rzetelnej analizy i interpretacji. Prawdopodobnie tego zachwytu będzie tu bardzo niewiele. Ma być raczej zrozumienie, pojęcie istoty utworu, ustosunkowanie się do pewnej epoki i kultury oraz do ogólnie

Kanon jest dla mnie ścianą z wolna pokrywaną bazgrołami dzieci. Jeżeli tam nie ma już żadnych dopisków, to ja bardzo przepraszam, ale mamy do czynienia z martwym kanonem.

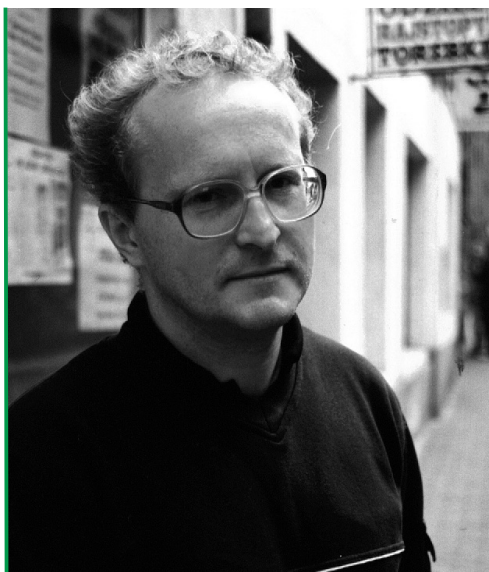
ludzkich problemów tego czasu. Oczywiście, poznamy to najlepiej, analizując język utworu, sposób użycia i funkcję środków stylistycznych. Zaznaczam, że ja to sobie tylko wyobrażam, tylko zakładam. Nigdy nie uczyłem w szkole średniej, więc moja opinia nie może być miarodajna. Nauczyciele pracujący w tych szkołach o wiele lepiej wiedzą, jak walczyć z oporem materii.

Czy istnieje uniwersalny klucz interpretacyjny, którym można otworzyć uczniom utwór poetycki, czy też każdy tekst wymaga indywidualnego, osobnego podejścia?

Kluczem jest człowieczeństwo. Szukam człowieka, człowieczka mówiącego za autora, w imieniu autora, przeciw autorowi. To jest podstawa. Ale tym kluczem otwieramy bramę. Tymczasem poszczególne furtki, czyli pojedyncze wiersze, otwieramy już własnymi, małeńkimi kluczykami. Do każdego wiersza stosujemy inny. W szlachetnym stopie, z którego są wykonane owe kluczyki, znajdują się: intuicja, wyczucie, wrażliwość, pomysłowość, słuch językowy, wiedza teoretycznoliteracka, zdolność do dziwienia się, fantazja, refleksyjność, chęć spojrzenia na świat z góry albo z boku itd.

Czy omawiając utwór, dąży pan do tego, aby uczniowie za pomocą odpowiednich pytań doszli do kanonicznej interpretacji tekstu, czy też pozwala pan, by interpretacja utworu poszła w różnych, często zaskakujących i nieoczekiwanych kierunkach? Zdarza się, że uczniowie odkrywają w wierszu coś, czego pan wcześniej nie dostrzegł?

Miałem takie momenty absolutnego olśnienia w stylu „że też mi wcześniej coś takiego nie przyszło do głowy”, zdarzają się bowiem w tej szkolnej masie jednostki twórcze i pomysłowe. Na ogół jednak większość trzeba prowadzić za rękę w stronę jakiejś konkluzji, wniosku, notatki. Ta notatka może różnie wyglądać i nigdy nie jest w moim wypadku raz na zawsze określona, skostniała. Ona co roku się zmienia, następne roczniki coś dopisują od siebie. Kanon jest



Karol Maliszewski (ur. 1960) – nauczyciel, poeta, prozaik, krytyk literacki. Z wykształcenia filozof i polonista. Uczy języka polskiego i historii w Szkole Podstawowej nr 3 w Nowej Rudzie, a także wykłada współczesną literaturę polską w Wyższej Szkole Zawodowej w Jeleniej Górze. Wydał m.in. zbiory wierszy: *Młody poeta pyta o –* (1994), *Rocznik sześćdziesiąty grzebie w papierach* (1996), *Rok w drodze* (2000), *Inwazja i inne wiersze* (2004), a także szkice krytyczne: *Nasi klasycyści, nasi barbarzyńcy* (1999), *Zwierzę na J. Szkice o wierszach i ludziach* (2001), *Nowa poezja polska (1989–1999)* (2005). Laureat nagrody im. Marka Jodłowskiego (1994), nagrody im. Barbary Sadowskiej (1997) i nagrody im. Ryszarda Miłczewskiego-Bruno (1999).

dla mnie ścianą z wolna pokrywaną bazgrołami dzieci. Jeżeli tam nie ma już żadnych dopisków, to ja bardzo przepraszam, ale mamy do czynienia z martwym kanonem. I jest to dla mnie znak, że dany tekst nie rezonuje, że musimy szukać nowych bodźców tekstowych, nowych wierszy mogących sprawić, że w dzieciach coś zaiskrzy. Nie łudźmy się. Iskrzy tylko w niektórych głowach. Chodzi o to, żeby tych niezainteresowanych też dyskretnie wciągnąć do gry. Dalej nie będą lubić poetyckiego paplania, ale być może będzie w nich więcej zrozumienia.

Rozmawiał Paweł Mazur

Reklama daje do myślenia

Anna Herzog

Podając na lekcjach języka polskiego temat reklamy, zwykle zwracamy uwagę na jej negatywne aspekty. Ale są przecież reklamy, które nie odwołują się do naszych portfeli, ale do naszych sumień. Na nie też warto zwrócić uwagę uczniów.

Mamy już dość reklam! Nie chcemy ich oglądać ani słuchać! Wprawdzie, jak oceniają socjologowie, widmo konsumpcjonizmu dopiero zaczyna nad nami krążyć, a zakupoholizm jest u nas nadal zjawiskiem nowym, ale reklamy już nas zmęczyły. To zrozumiałe, szczególnie gdy oglądamy stacje komercyjne, które wielokrotnie przerywają emisje każdego filmu czy programu rozrywkowego blokami reklamowymi (cóż, być może misja telewizji publicznej polega już wyłącznie na tym, że oszczędza nam tych przerywników).

Komunikat nie na miejscu

Uczymy naszych uczniów, jak się nie poddawać reklamie, pokazujemy, jak nami manipuluje, jak wyzwała żądzę posiadania. Staramy się wytłumaczyć, dlaczego świat w reklamach nie ma nic wspólnego z rzeczywistością, w której żyjemy.

A gdy jesteśmy uparci, wraz z uczniami rozkładamy reklamę na czynniki pierwsze, analizując, do jakiej grupy społecznej jest kierowana, jakie schematy i stereotypy utrwała, do jakich emocji się odwołuje, czyli – uczymy krytycyzmu. I tego, że celem reklamy – wszystko jedno, czy promującej nowy produkt, przypominającej o zaletach starego, czy też utrwalającej w nas świadomość istnienia jakiejś marki – jest po prostu sprzedaż.

Ale jest taka grupa reklam, która nie odwołuje się wyłącznie do naszych portfeli, ale do naszych sumień. To reklama społeczna, która pojawiła się u nas stosunkowo niedawno. Nie zachęca nas do kupna żadnego towaru, nie przekonuje, że bez tego i owego nie możemy

wprost żyć, nie wciąga nas w spiralę konsumpcji-której-nie-ma-końca, nie kreuje świata wiecznej szczęśliwości. Pokazuje świat, jakiego nigdy nie ujrzymy w reklamie komercyjnej. Zdaniem Agaty Stafiej z Fundacji Komunikacji Społecznej „Reklama społeczna jest takim komunikatem trochę «nie na miejscu». Informacje o problemach społecznych, ludzkim cierpieniu lub beztrójce krzywdzącej innych pojawiają się pomiędzy proszkiem do prania a pastą do zębów, w masie innych przekazów o treści znacznie bardziej prostej i niezobowiązującej. Krótko mówiąc, reklama społeczna atakuje widza, który spodziewa się rzeczy lekkich, wyrwując go z codziennego samozadowolenia lub co najmniej obojętności”¹. Wyrwani z konsumpcyjnego błogostanu nagle stajemy wobec problemu: głodnych dzieci (akcja „Pajacyk”), pedofilii („Dziecko w sieci”), wypadków drogowych („Młodzi kierowcy”), przemocy w rodzinie („Bo zupa była za słona”), chorób psychicznych („Schizofrenia – otwórzcie drzwi”). Reklama społeczna czegoś od nas chce: niekiedy pieniędzy, ale znacznie częściej naszej uwagi, skupienia, dostrzeżenia problemu dotychczas marginalizowanego w życiu społecznym, wstydliwie przemilczanego. Chociażby problemu niepełnosprawności.

Czego oczu nie widzą

W Polsce żyje ponad 4,5 miliona osób niepełnosprawnych, ale żyją tak, jakby ich nie było. Bardzo rzadko spotykamy niepełnosprawnych w kinach, na wystawach, w supermarketach, w autobusach i tramwajach. Ostatnio ochroniarz odmówił wstępu do Muzeum Narodowego w Gdańsku kobiecie na wózku inwalidzkim. W końcu zgodził się ją wpuścić, ale pod warunkiem, że mąż kobiety sam wniesie ją na wózek po schodach do sal wystawowych. Odwiedzając kraje, w których niepełnosprawnych

traktuje się jak pełnoprawnych obywateli, mających takie samo prawo do nauki, pracy, rozrywki jak pełnosprawni, czujemy pewien niepokój, że „tam jest tylu niepełnosprawnych”. Są wszędzie, bo nikt ich nie zamyka w domu. Czy u nas jest ich mniej? To złudzenie. W każdym społeczeństwie jest ok. 10% niepełnosprawnych (w Europie Zachodniej i w Polsce ok. 14%). U nas ich po prostu nie widać. Ich problemy są gdzieś spychane. Co trzeba zrobić, żeby wspomniany ochroniarz z Muzeum Narodowego w Gdańsku zechciał następnym razem pomóc osobie na wózku? Oczywiście, upomnienie od zawstydzonego całą sprawą dyrektora muzeum na pewno pomoże, ale nasz stosunek jako społeczeństwa do niepełnosprawności może zmienić tylko głęboka zmiana świadomości społecznej. Temu między innymi służy reklama społeczna. Wychowuje nas, uczy, napomina. I zarazem pokazuje, że możemy być lepsi, wrażliwsi, hojniejsi, bardziej otwarci, że możemy przełamać nasze lenistwo, obojętność, że możemy przestać przymykać oczy na pewne sprawy. Przerywa słowotok komercyjnej reklamy i krzyczy: nie bądź obojętny na głodne dziecko, nie sprzedawaj alkoholu nieletniemu, sprawdź, co twój syn robi w internecie! A czasem kpi z naszego lenistwa, jak w reklamie akcji „Cała Polska czyta dzieciom”, gdy na pytanie córki: „Tato, czy ty umiesz czytać???” , zaferowany oglądaniem meczu ojciec spogląda speszony na gazetę i odpowiada: „Oczywiście, że umiem: Legia – Górnik 2:0”.

Sprzedż problemów

Reklama społeczna posługuje się takimi samymi metodami perswazji jak reklama komercyjna. Po prostu odbiorcy trzeba odpowiednio „sprzedać” dany problem – on go „kupi”, jeśli sposób, w jaki to zostanie zrobione, do niego przemówi. Często waga problemu poruszanego w reklamie społecznej wymusza na niej surowość, oszczędność środków wyrazu po to, by wzmocnić jej przekaz emocjonalny. Zazwyczaj też reklamy społeczne dalekie są od epatowania nas brutalnymi scenami – wołają przemawiać w sposób subtelny, trochę zawoalowany, niedo-

powiedziany. Być może jesteśmy na takim etapie rozwoju reklamy społecznej, że jeszcze za wcześnie u nas na reklamę pokazywaną na zeszłorocznej Nocy Reklamożerców². Przez ekran przewijają się sceny z najbardziej krwawych filmów świata, a w tle pojawiają się napisy mniej więcej takiej treści: „Ty wiesz, że ta krew jest więcej sztuczna. Ty wiesz, że te wnętrzności są silikonowe. Ty wiesz, że to serce jest z plastiku”. I na koniec: „Ale twoje dziecko tego nie wie”. Reklama niesłychanie brutalna, wstrętna. I zapewne – bardzo skuteczna.

Wyznanie reklamożercy

Tak, jestem reklamożercą. Tak, chodzę na 6-godzinne Noce Reklamożerców. Tak, są reklamy komercyjne, które urzekają mnie finezją, dowcipem, suspensem. Tak, zapadają mi w pamięć, ale zazwyczaj na krótko. Co pamiętam? Tylko reklamy społeczne. Nie wiem, dlaczego tak się dzieje, ale pamiętam reklamy społeczne nawet z pierwszej Nocy Reklamożerców organizowanej w Gdańsku 12 czy 13 lat temu. Nie wiem, co takiego jest w reklamie społecznej, że zostaje we mnie na długo, że porusza mnie na lata, że mogę o niej z pasją opowiadać.

Porozmawiajmy z naszymi uczniami o reklamie społecznej.

¹ A. Stafiej, *(K)rok do przodu?*, Newsletter Fundacji Komunikacji Społecznej 2003, nr 7 (www.fks.dobrestrony.pl/newsletter/nr07.htm).

² Noc Reklamożerców to przygotowany przez Jeana Marie Boursicota sześciogodzinny pokaz reklam z całego świata. Ten francuski miłośnik kina zauważył, że po seansach kinowych nikt nie zbiera i nie przechowuje taśm z filmami reklamowymi, które po wykorzystaniu po prostu wyrzucano. Zafascynowany reklamą zaczął zbierać wszystkie taśmy z reklamówkami, dzięki czemu w ciągu kilkudziesięciu lat zgromadził największe na świecie archiwum filmów reklamowych. A ponieważ podobnych mu pasjonatów przybywało z każdym rokiem, więc postanowił zaprezentować fragmenty swojej kolekcji szerokiej publiczności. Zorganizowany 25 lat temu pierwszy pokaz trwał tylko godzinę i obejmował jedynie reklamy kinowe. Ponieważ pomysł przyjęto entuzjastycznie, nocne spotkania z reklamą nabrały cyklicznego charakteru. Noc Reklamożerców jest obecna już w 70 miastach świata. Od 1991 roku spektakl ma w Polsce swoich wiernych fanów, których liczba z roku na rok stale wzrasta.



Zrozumieć rzeczywistość (wirtualną)

Joanna Piasta-Siechowicz

Scenariusz lekcji dla VI klasy
(czas realizacji – 2 lekcje)

Celem proponowanych zajęć jest uświadomienie uczniom różnic między różnymi typami reklam, a także wskazanie szczególnej roli reklamy społecznej.

Od wideoklipu do reklamy telewizyjnej

1. Porównanie poetyki wideoklipu i reklamy telewizyjnej.

a) Określenie celu i sposobu oddziaływania wideoklipu i filmu reklamowego.

Zadania dla grup (→ załącznik 1, s. 27):

GRUPA I – Odwołując się do własnych obserwacji wideoklipu, określ jego cel, cechy i sposób oddziaływania, a następnie zapoznaj się z definicją wideoklipu i uzupełnij tabelę.

Wideoklip (teledysk, klip) – krótki utwór filmowy ilustrujący piosenkę, służący wypromowaniu artysty, który ją śpiewa, i płyty, na której ta piosenka się znajduje. Wideoklipy są zazwyczaj dynamiczne, swobodnie skomponowane, dużą rolę odgrywa w nich rytmiczność obrazu i muzyki.

GRUPA II – Odwołując się do własnych obserwacji reklamy telewizyjnej, określ jej cel, cechy i sposób oddziaływania, a następnie zapoznaj się z definicją reklamy telewizyjnej i uzupełnij tabelę.

Film reklamowy (reklamówka, spot) – krótki komunikat reklamowy nadawany w telewizji w przerwach między kolejnymi programami lub w trakcie programów. Jak każda reklama, także i film reklamowy ma przede wszystkim zachęcić widza do kupna określonego towaru (np. szamponu) lub skorzystania z konkretnej usługi (np. bankowej).

b) Zestawienie spostrzeżeń. Uzupełnienie notatek podczas wypowiedzi wybranych uczniów z każdej z grup i sformułowanie wniosku na temat zbieżności celów, cech i sposobów oddziaływania wideoklipu i filmu reklamowego, np. *Współczesna reklama telewizyjna ma wiele cech wspólnych z wideoklipem. Rozwija się, posługując się różnymi środkami wyrazu i technologią komputerową, promuje coraz szerszą gamę produktów, kieruje się ją do coraz większego grona odbiorców.*

Przykładowo wypełniona tabela.

	Wideoklip	Film reklamowy
Cel	promocja piosenki, piosenkarza lub płyty, przekonanie odbiorcy do kupna płyty	promocja towaru, przekonanie odbiorcy do jego kupna, wmówienie potrzeby posiadania określonej rzeczy
Cechy i sposób oddziaływania	krótki, dynamiczny, swobodnie skomponowany, rytmiczny	wielokrotnie emitowany, krótki, dynamiczny, sugestywny

Od reklamy do człowieczeństwa

2. Określanie stosunku uczniów do komercyjnego przekazu reklamowego.

a) Określenie metodą SWOT pozytywnych i negatywnych aspektów oraz szans i zagrożeń wynikających z istnienia reklamy komercyjnej (zwrócenie uwagi na aspekty: ekonomiczny, informacyjny, edukacyjny, rozrywkowy, psychologiczny).

b) Określenie własnej postawy wobec komercyjnego przekazu reklamowego.

3. Ukierunkowanie na analizę reklamy społecznej przez zadawanie pytań: Czy używając języka i metod, jakie stosuje się w reklamie, żeby namówić kogoś do kupna określonego produktu, można wpływać na zmianę postaw? Budzić sumienia? Zawstydząć? Pomóc stać się trochę lepszym?

a) Refleksja dotycząca możliwości wykorzystania przekazu reklamowego do kształtowania postaw społecznych.

b) Zapoznanie się z fragmentem artykułu na temat roli reklam społecznych w mediach.

„Czy używając języka i metod, jakie stosuje się w reklamie, żeby namówić kogoś do kupna określonego produktu, można wpływać na zmianę postaw? Budzić sumienia? Zawstydząć? Pomóc stać się trochę lepszym? Można. [...]”

Zachęcanie do prospołecznej postawy jest reklamą, choć nieco inną niż komercyjna. Reklama skłania do określonego działania: kupna proszku, jogurtu, samochodów, dzinsów albo: wpłacenia pieniędzy na obiad dla dziecka, wakacje, schronisko dla zwierząt, hospicjum. Reklama społeczna odwołuje się nie do obowiązku, lecz do dobrej woli [...]. Jak każda inna, także reklama społeczna obiecuje zysk, nagrodę za podjętą decyzję. Jest nią poczucie: tak, jestem dobrym, przyzwoitym człowiekiem.

Reklamy społeczne już na pierwszy rzut oka odróżniają się od komercyjnych. Wizualnie są bardziej oszczędne (często w tonacji czarno-białej), częściej odwołują się do emocji – strachu, wzruszenia. Mają wywołać [...] zgrzyt, sprawić, byśmy poczuli konieczność zrobienia czegoś dobrego”¹.

4. Odwołanie się do reklam społecznych podejmujących problemy współczesnego świata.

a) Wskazanie problemów, które poruszają znane uczniom reklamy społeczne.

b) Prezentacja przykładów społecznych reklam telewizyjnych (nagrania wideo, np. reklama akcji „Cała Polska czyta dzieciom”, „Pajacyk”, „Krewniacy”, „Pij mleko – będziesz Wielki” itp. przygotowane przez nauczyciela).

c) Analiza przykładów reklam społecznych pod kątem:

- adresata,
- reklamowanego „produktu” – akcja charytatywna, jakiś ważny problem społeczny (niepełnosprawność, bezdomność),
- pomysłu reklamowego – kształt, sens, dramaturgia, styl, kompozycja, puenta,
- sloganu reklamowego,
- hiperrealizmu fikcji tworzonej przez środki wyrazu, takie jak światło, model, kostium, sceneria, rekwizyty, dźwięk, zachowanie i gest postaci, kształt, kolor, rytm, muzyka, słowo itp.

d) Określenie różnic między reklamą społeczną a komercyjną. Wypełnienie tabelki.

5. Tworzenie/projektowanie reklam społecznych.

Zadania dla ucznia:

KROK 1. Określ temat, którym się zajmiesz. Zapisz go jednym wyrazem lub wyrażeniem.

KROK 2. Stwórz łańcuch skojarzeń² (do 10) do zapisanego wyrazu lub wyrażenia.

KROK 3. Odczytaj metaforę utworzoną z zestawienia pierwszego i ostatniego wyrazu ułożonego łańcucha skojarzeń.

KROK 4. Odwołując się do stworzonej metafory, ulóż slogan reklamowy, wykorzystując graficzne i językowe środki wyrazu (przykłady wykorzystywanych w reklamie językowych środków wyrazu zawiera → załącznik 2, s. 27).

KROK 5. Zaprojektuj fabułę reklamy.

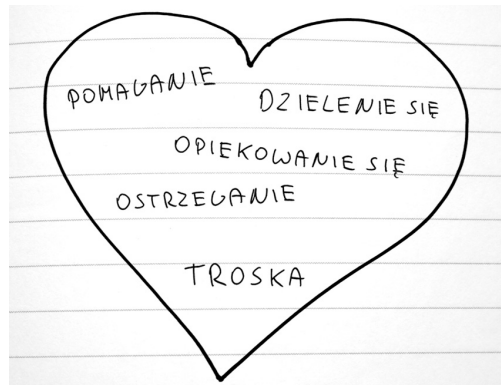
6. Prezentacja efektu prac/projektów.

Przykładowo wypełniona tabelka.

	Reklama społeczna	Reklama komercyjna
Cel reklamy	<ul style="list-style-type: none"> • zwraca uwagę na ważny problem społeczny • promuje wzorce postępowania • poucza, przestrzega, pobudza do dyskusji • nakłania nas do czynienia dobra (np. wspierania akcji charytatywnych, bycia tolerancyjnym) 	<ul style="list-style-type: none"> • nakłania nas do zakupu jakiegoś towaru • wywołuje potrzebę posiadania dóbr, których często wcale nie potrzebujemy
Cechy i sposób oddziaływania	<ul style="list-style-type: none"> • oszczędna wizualnie (często w tonacji czarno-białej) • posługuje się niekiedy tylko obrazem, wykorzystuje ciszę, milczenie jako środek wyrazu • odwołuje się do innych emocji niż reklama komercyjna – strachu, wzruszenia 	<ul style="list-style-type: none"> • wykorzystuje wiele środków oddziaływania (kolor, muzykę, odpowiednią scenografię itp.) • odwołuje się do pozytywnych emocji (radości, szczęścia, bez troski, zadowolenia) • przedstawia nieprawdziwy świat wiecznie uśmiechniętych, zadowolonych i zamożnych ludzi, któremu daleko do rzeczywistości

7. Praca domowa.

Wpisz w kontur ręki pojęcia, które kojarzą się z postawą konsumpcyjną, a w kontur serca – z postawą prospołeczną. Podkreśl te, które dla ciebie mają największe znaczenie.



¹ T. Potkaj, *Prywatny dowód na istnienie Boga. O reklamie społecznej i ludziach ją tworzących*, „Tygodnik Powszechny” 2003, nr 50.

² Tworzenie skojarzeń linearnych (np. tsunami – klęska – głód – bieda – choroba – cierpienie lub tsunami – żywioł – potęga – władza), w których kolejne skojarzenie nawiązuje tylko do poprzedzającego je wyrazu, jest ćwiczeniem z zakresu myślenia twórczego. Istnieją różne warianty skojarzeń linearnych, np. podajemy dwa wyrazy (odległe od siebie znaczeniowo), a zadaniem grupy jest stworzenie takiego ciągu skojarzeń, który będzie się rozpoczynał pierwszym z podanych wyrazów, a kończył – drugim.

Czy reklama kłamie?

Tatiana Witkowska

Scenariusz lekcji dla II–III klasy gimnazjum
(czas realizacji – 2 lekcje)

Proponowany scenariusz porusza zagadnienia języka reklamy, uświadamia, do jakich potrzeb ludzkich odwołuje się reklama.

Cele:

- badanie języka reklamy
- budowanie świadomości odbioru komunikatu reklamowego
- dostrzeganie zalet i wad reklamy jako komunikatu perswazyjnego

Tok lekcji:

Zajęcia możemy rozpocząć od swobodnej rozmowy na temat pytania zadanego w temacie lekcji. W zależności od tego, ile uczniowie wiedzą już o komunikacie reklamowym, ich wypowiedzi będą mniej lub bardziej intuicyjne.

Zanim rozdamy uczniom materiały do pracy (→ załącznik 3, s. 28), możemy ich poinformować, że komunikat reklamowy nie powinien zawierać treści nieprawdziwych i że w różnych krajach jest to rozmaicie regulowane przez prawo.

1. Badanie prawdziwości komunikatów reklamowych¹ – praca w kilkusobowych grupach. Rozdajemy uczniom paski papieru z tekstami reklamowymi i prosimy, aby znaleźli w nich zabiegi językowe (i nie tylko), które powodują, że nie możemy potwierdzić prawdziwości informacji zawartych w komunikatach reklamowych.

Przykładowe komunikaty reklamowe:

Aktor przebrany za lekarza mówi: „Próchnica jest w Polsce poważnym problemem społecznym. Badania kliniczne wykazują jednak, że możemy jej zapobiegać, stosując nową pastę X. Dlatego właśnie Polskie Towarzystwo Stomatologiczne potwierdza, że pasta X jest skutecznym środkiem przeciwko próchnicy. [...] Również większość rodzin polskich stomatologów używa pasty X. Nowa pasta X – używana i zalecana przez stomatologów”.

W reklamie zastosowano język nadający wypowiedzi charakter naukowy, co z kolei sprawia, że odbieramy tekst jako niepodważalnie prawdziwy. To, że komunikat wygłasza aktor ubrany w biały lekarski kitel, że powołuje się w dodatku na badania kliniczne i poważną instytucję (Polskie Towarzystwo Stomatologiczne), podkreśla „naukowość” przekazu. Powołanie się na autorytet (lekarza), badania kliniczne, konkretną instytucję podnosi wiarygodność przekazu reklamowego. Badania, o których wspomina lekarz, nie mówią, że pasta X jest lepsza niż inne pasty, ale powołanie się na nie sprawia wrażenie zaangażowania nauki w badania nad tą właśnie pastą. Również zdanie „Dlatego właśnie Polskie Towarzystwo Stomatologiczne potwierdza, że pasta X jest skutecznym środkiem przeciw próchnicy” wywołuje wrażenie, że PTS angażuje się w promocję pasty X. Użycie słowa „dlatego” wskazuje na bezpośredni związek między badaniami a opinią PTS. W istocie, trudno odmówić prawdy stwierdzeniu, że mycie zębów zapobiega próchnicy – również pastą X! Prawdopodobnie wszystkie pasty zapobiegają próchnicy w podobnym stopniu. Jedynym zdaniem, które można by uznać za nieprawdziwe, jest informacja, że większość polskich stomatologów używa tej pasty. Jednak odbiorca reklamy nie może sprawdzić tej informacji. Zabiegi zastosowane w tej reklamie są manipulacją. Twórcy reklamy wykorzystują pozory naukowości – powołują się na autorytety, badania, instytucje. Stwierdzenie, że pasta X jest najlepsza, ma charakter kategoryczny.

„Jeśli chcesz mieć włosy bez łupieżu, odpowiedzią jest X”

Twórcy reklamy udają, że zadają pytanie: „Czy chcesz mieć włosy bez łupieżu?”. Dalsza część sloganu – „odpowiedzią jest X” – sugeruje, że zadano pytanie i na nie odpowiedziano.

A przecież w sloganie nie ma pytania, więc uzyskujemy odpowiedź na pytanie, które nie zostało zadane. Jednak odbiorca reklamy ma wrażenie, że szampon X zwalcza łupież.

„Spójrzcie na moje psy! Żeby miały taką kondycję, codziennie daję im karmę X”

Widzimy pełne energii, piękne psy, a więc komunikat zostaje ukonkretniony. To, co widać, ma być dowodem. Ale czy jedząc inną karmę, psy miałyby mniej energii? Komunikat słowny zostaje jednak uwiarygodniony przez obraz. Myślmy – te psy są takie piękne dzięki karmie X, chociaż nie wiemy, czy inne karmy są gorsze od reklamowanej.

„Proszek X pierze lepiej niż zwykłe proszki”

Temu komunikatowi nie możemy zarzucić nieprawdy, ponieważ nie wiemy, co to znaczy, że proszek jest „zwykły”. Jednak prawdziwości tego typu komunikatów reklamowych nie możemy zweryfikować.

„Mój kot kupowałby X”, „Psy uwielbiają smak suchej karmy”

Nie możemy wykluczyć, że tak właśnie jest, ale też nie jesteśmy w stanie sprawdzić prawdziwości tego komunikatu.

„X – jesteś tego warta” – zapewnia nas na przykład Claudia Schiffer

Nie mamy tu informacji, że coś jest najlepsze. W tego typu reklamach często wykorzystuje się wizerunek znanej osoby – na przykład aktorki, modelki, która wybrała ten produkt dla siebie i zapewnia, że i my jesteśmy go warci. W odbiorcach komunikatu wywołuje to miłe uczucie bycia kimś ważnym, wyjątkowym, niemal należącym do elity. Jest to komunikat wygłoszony subiektywnie, a więc trudno z nim polemizować.

„Zjadłbyś coś dobrego?”, „Dziękujemy ci, X”, „Pozbądź się łupieżu!”

Reklama, która posługuje się na przykład formą pytania, nie podlega ocenie prawdziwości. Komunikaty reklamowe w formie pytań nie są ani prawdziwe, ani fałszywe, ponieważ z gra-

matycznego punktu widzenia zdania te o niczym nie orzekają. Dotyczy to również reklam, w których pojawia się podziękowanie lub tryb rozkazujący.

„Pomoże ci w tym X”

Oslabienie komunikatu słowem „pomoże” sprawia, że nie możemy podważyć jego wiarygodności. Gdyby w reklamie padło słowo bardziej categoryczne: „zwalczy”, „uleczy”, „uzdrowi”, „naprawi”, „zapobiegnie”, moglibyśmy mieć pretensje do producenta reklamowanego specyfiku, gdyby się okazało, że jednak specyfik ten nie zwalczył łupieżu, nie uleczył kataru, nie uzdrowił chorej wątroby, nie naprawił struktury włosa, nie zapobiegł próchnicy. Słowo „pomoże” („pomoże zapobiegać próchnicy”) ratuje producenta reklamowanego towaru przed oskarżeniami o jego nieskuteczność.

„Kawa X pieści zmysły”

Stosowanie metafor sprawia, że przekazu reklamowego nie można ocenić pod względem prawdziwości. Korzystanie z pewnych konwencji literackich, przywoływanie figur poetyckich jest dla twórcy reklamy bardzo bezpieczne, bo nikomu nie przyjdzie do głowy sprawdzać, co to znaczy, że jakaś kawa „pieści zmysły”.

„Kawa X smakuje ludziom na całym świecie”

Ale nie wiemy, ilu ludziom! Niewykluczone, że wszędzie komuś smakuje kawa X.

„Najmilsza chwila poranka – kawy X filiżanka”

Komunikaty, które wykorzystują przymiotniki lub przysłówki w stopniu najwyższym wygłaszane przez konkretne osoby, są nie do zweryfikowania.

WNIOSKI:

Uczniowie przy pomocy nauczyciela sporządzają notatkę na temat zabiegów językowych, dzięki którym komunikat reklamowy „broni się” przed zarzutem nieprawdziwości. Są to:

- stylistyczne mechanizmy uzyskiwania wiarygodności,
- konstrukcje gramatyczne służące temu, by ukryć niemożność sprawdzenia prawdziwości przekazu,

- metafory, których nie można ocenić w kategoriach prawda/fałsz,
- zabiegi powodujące, że komunikat o treści pozornie informacyjnej w istocie działa na emocje odbiorcy.

Należy przy tym dodać, że są to tylko niektóre środki pojawiające się w reklamie.

Jako podsumowanie rozważań na temat prawdziwości komunikatu reklamowego proponuję przeczytać uczniom fragment książki Mirosława Laszczaka *Psychologia przekazu reklamowego*²:

„Aby przekaz reklamowy uczynić jak najbardziej skutecznym [...], firmy nie wahają się wydawać ogromnych sum pieniędzy [...].

Badania te mają dostarczyć informacji o klientach, informacji, których sami klienci są często nieświadomi [...].

Firmy wykorzystują posiadane informacje, żeby jak najlepiej spełniać potrzeby swoich klientów i żeby dzięki nim łatwiej wzbudzać zaufanie do oferowanych produktów. [...]

Gdy firma Abbott Laboratories dowiedziała się, że jedna czwarta ludzi ma problemy z łupieżem, natychmiast w reklamach szamponów na ten właśnie element zaczęto zwracać szczególną uwagę. Z kolei obawa przed zniszczeniem środowiska naturalnego w powiązaniu z «modną» dziurą ozonową doprowadziły do eskalacji reklam produktów «ekologicznie czystych». Czystość ta jednak pokazywana jest dość jednostronnie, na przykład z punktu widzenia zawartości argonu w dezodorantach, gdyż pomija się przy tym problemy związane z utylizacją odpadów powstałych po zużytych kosmetykach”.

2. Ustalenie, do jakich potrzeb psychologicznych człowieka odwołuje się komunikat reklamowy – praca w małych grupach.

Prosimy uczniów, by odpowiedzieli na pytanie: Jaki jest najważniejszy cel reklamy? Na podstawie własnego doświadczenia, a także wysłuchanego fragmentu książki uczniowie powinni bez problemu powiedzieć, że celem reklamy jest stymulowanie popytu. Prosimy uczniów, by

na podstawie omówionych haseł reklamowych, a także usłyszanego przed chwilą fragmentu książki wypisali, do jakich potrzeb konsumenta próbuje dotrzeć reklama, aby osiągnąć ten cel.

Możliwe odpowiedzi uczniów:

- potrzeba bezpieczeństwa (troska o własne zdrowie, życie),
- potrzeba prestiżu (należenie do elity, do grona ludzi z pierwszych stron gazet),
- potrzeba bycia kimś wyjątkowym (wyróżnienie się z tłumu przeciętniaków),
- potrzeba bycia poinformowanym (świadomość tego, co się dzieje na świecie),
- potrzeba bycia racjonalnym (przekonanie, że postępuję rozsądnie, wybierając produkt na podstawie pewnych informacji, które przekazuje mi reklama),
- potrzeba dbania o środowisko naturalne (wrażenie, że ma się wpływ na czystość środowiska naturalnego) itp.

3. Zalety i wady reklamy – dyskusja.

Podsumowując lekcję, prosimy uczniów, by zdecydowali, co w reklamie uznaliby za dobre, a co – za szkodliwe. Prosimy, by krótko uzasadnili swoje stanowisko.

Warto zwrócić uczniom uwagę na to, że reklama upowszechnia również pewną wiedzę, na przykład na temat:

- zdrowego żywienia (oglądając reklamę margaryny, dowiadujemy się, że wysoki poziom cholesterolu jest zagrożeniem dla zdrowia),
- zdrowia (oglądając reklamę łagodnego środka antydepresyjnego, dowiadujemy się, czym jest i jak się objawia depresja),
- higieny (w reklamach past do zębów jest mowa o myciu zębów, kontrolnych wizytach u dentysty i tym podobnych zachowaniach związanych z higieną jamy ustnej),
- ochrony środowiska (w reklamach prasowych często pojawia się informacja o tym, że pewne produkty nie są testowane na zwierzętach, a niektóre opakowania są przyjazne dla środowiska),

- zjawisk społecznych (reklama społeczna wywołuje dyskusje o bezpieczeństwie w internecie, o korzyściach płynących z czytania książek dzieciom itp.)

Reklama przełamuje również milczenie na temat problemów traktowanych do tej pory jako wstydlive, np. grzybicy stóp czy trądziku.

Należy mieć świadomość, że reklama odwołuje się do naszych najgłębszych potrzeb, manipuluje naszymi emocjami, ale również informuje.

4. Praca domowa.

Wybierz dowolną reklamę telewizyjną, radiową lub prasową i omów środki perswazji, które w niej zastosowano.

¹ Wykorzystane w tym punkcie lekcji hasła reklamowe oraz omówienia zastosowanych w nich zabiegów językowych podaje za: J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004, s. 26–35.

² M. Laszczak, *Psychologia przekazu reklamowego. Dla twórców i odbiorców komunikatów reklamowych*, Kraków 2000, s. 16–17.

Problemy na sprzedaż

Marta Gos

Scenariusz lekcji dla II–III klasy gimnazjum (czas realizacji – 1 lekcja)

Lekcja wprowadza uczniów w świat reklamy społecznej i wskazuje, jak analizować przekaz reklamowy.

Cele:

- rozumienie roli i miejsca reklamy społecznej w świecie informacji
- ćwiczenie umiejętności odczytywania przekazu zawartego w reklamie społecznej
- doskonalenie umiejętności samodzielnego zbierania informacji
- doskonalenie umiejętności prezentacji tematu

Przygotowanie:

Dzielimy klasę na cztero- bądź pięciosobowe grupy, którym przydzielamy zadania do wykonania w domu. Każdy zespół otrzymuje kserokopię jednej reklamy społecznej (→ [załącznik 4](#), s. 29–31). Grupa powinna przeanalizować daną reklamę, a następnie przygotować się do zaprezentowania jej w klasie. W przygotowaniu pomogą uczniom podane przez nauczyciela pytania.

Pytania dla grup:

1. Kto jest nadawcą reklamy? Sprawdźcie, jakie instytucje lub znane osoby firmują tę reklamę. Jeśli macie trudności z ustaleniem, kto jest

nadawcą reklamy, spróbujcie wskazać prawdopodobnego nadawcę.

2. Kto jest adresatem reklamy? Wskażcie wszystkie informacje, które pozwalają zidentyfikować adresata, i omówcie każdą z nich. Pamiętajcie o tym, że wszystko, co się znajduje na plakacie, jest informacją.

3. Omówcie graficzną stronę plakatu. Co w największym stopniu decyduje o sile oddziaływania przekazu reklamowego? Jakie dodatkowe konteksty wykorzystują twórcy reklamy?

4. Jakie treści przekazuje reklama? Do jakich faktów się odwołuje? Odszukajcie dane statystyczne lub naukowe, które potwierdzają informacje zawarte w reklamie.

5. Jaką funkcję ma pełnić analizowana przez was reklama?

6. Jak na was podziałał komunikat reklamowy? Do jakich uczuć, emocji, potrzeb odwołuje się twórca komunikatu, aby osiągnąć swój cel?

Tok lekcji:

1. Prezentacja pracy w grupach.

Każdy zespół wyłania dwie osoby, które zaprezentują wyniki pracy całej grupy. Uczniowie,

sluchając prezentacji, powinni mieć przed oczami plakat, o którym mowa. Każdej grupie wyznaczamy 10 minut na prezentację.

Jeśli jeden plakat był opracowywany przez dwa zespoły, prosimy, by drugi zespół ustosunkował się do rezultatów pracy kolegów, uzupełnił lub zweryfikował usłyszane fakty oraz opinie.

Można przy tym zwrócić uwagę na podobne rezultaty pracy obu zespołów. Jest to dowód na to, że chociaż reklama posługuje się aluzją, żartem czy też zaskakującym skojarzeniem, podobnie rozumiemy jej przesłanie, ponieważ zadaniem reklamy społecznej jest dotarcie do masowego odbiorcy.

W trakcie prezentacji warto zwrócić uczniom uwagę na niektóre aspekty poszczególnych reklam (być może uczniowie uwzględnią je sami). Na przykład omawiając reklamę „Pij mleko, będziesz Wielki”, warto wspomnieć o tym, że:

- Reklama jest skierowana do bardzo młodych odbiorców, na co wskazuje postać chłopca siedzącego ze szklanką mleka naprzeciwko znanego aktora – Bogusława Lindy.
- Napis „Pij mleko” został umieszczony na czarnym prostokącie przypominającym tablicę szkolną. Litery wyglądają tak, jakby zostały napisane ręcznie, np. przez nauczyciela.
- Hasło reklamowe „Pij mleko” ma charakter nakazu, jednak umieszczony poniżej tekst – „będziesz Wielki” nie tylko osłabia kategorię trybu rozkazującego hasła, ale również stanowi przyjazne dopowiedzenie, zachętę do picia mleka.
- Pogodnie uśmiechnięty Bogusław Linda, nachylony w stronę chłopca, również odbiera hasło „Pij mleko” kategorię trybu rozkazującego zdania.
- Jednocześnie w słowa „będziesz Wielki” wpisana została pożądana przez autora plakatu dwuznaczność. Znane wszystkim z dzieciństwa słowa rodziców w rodzaju „jedź, bo nie urośniesz” lub „jeśli chcesz być duży, to jedź szpinak” zostają uwiarygodnione przez znanego aktora. „Będziesz Wielki” znaczy tu oczywiście

więcej niż wysoki wzrost. Być wielkim człowiekiem, to być kimś znanym, kimś, kto odniósł sukces. Dodatkowym kontekstem dla znaczenia słów „będziesz Wielki” są role Bogusława Lindy. Wszyscy wiedzą, że kojarzy się on przede wszystkim z rolami „twardzieli”.

- Wykorzystanie w kampanii reklamowej wizerunku znanej osoby sprawia, że reklama staje się bardziej wiarygodna. Dlatego tak ważny jest wybór odpowiedniej osoby, cieszącej się autoritetem, powszechnie znanej i podziwianej.
- Warto również powiedzieć o innych wersjach tej samej kampanii. Większość kampanii reklamowych (również społecznych) ma kilka wariantów. Do picia mleka zachęcała także Kayah, Jagna Marczułajtis i Krzysztof Hołowczyc. Można poprosić uczniów, by znaleźli inne warianty omawianych przez siebie reklam i wyjaśnili, w jaki sposób się uzupełniają.

2. Ustalenie celów reklamy społecznej.

Prosimy uczniów, by na podstawie swoich doświadczeń określili, jakie są cele reklamy społecznej.

Reklama jest skierowana do odbiorcy masowego, jej zadaniem jest zwrócenie uwagi na szczególnie istotny problem społeczny lub zagrożenie, a także promowanie dobrych wzorców. Reklama społeczna przekazuje treści ważne społecznie i ma charakter edukacyjny. Odwołuje się do emocji, np. lęku, poczucia zagrożenia, by nie pozostawić odbiorcy obojętnym.

3. Praca domowa.

Znajdź trzy przykłady innych reklam społecznych (radiowych, telewizyjnych lub prasowych) i napisz w kilku zdaniach, jakie cele wyznaczali sobie ich twórcy.

Dla chętnych (może być w grupie):

Zastanów się nad tym, na jaki problem społeczny chciałbyś zwrócić uwagę, przed czym ostrzec lub co wylansować we własnej reklamie społecznej, a następnie wykonaj projekt plakatu.

Zrozumieć rzeczywistość (wirtualną)

Załącznik 1

GRUPA 1

Wideoklip (teledysk, klip) – krótki utwór filmowy ilustrujący piosenkę, służący wypromowaniu artysty, który ją śpiewa, i płyty, na której ta piosenka się znajduje. Wideoklipy są zazwyczaj dynamiczne, swobodnie skomponowane, dużą rolę odgrywa w nich rytmiczność obrazu i muzyki.

GRUPA 2

Film reklamowy (reklamówka, spot) – krótki komunikat reklamowy nadawany w telewizji w przerwach między kolejnymi programami lub w trakcie programów. Jak każda reklama, także i film reklamowy ma przede wszystkim zachęcić widza do kupna określonego towaru (np. szamponu) lub skorzystania z konkretnej usługi (np. bankowej).

Załącznik 2

Przykładowe środki wyrazu wykorzystywane w reklamie:

Językowe środki wyrazu	Przykłady
epitety	Pyszny ten dżem, pyszny, lepszy niż babci
przenośnie	Tak smakuje dziecka czas
stylizacje środowiskowe	pryskam, super, ekstra
wyliczenia	Lekki, śmietankowy, po prostu pyszny!!!
zaimki dzierżawcze; wskazujące	mój, twój, sobie; ten, to, ta
synonimy	zapach, aromat, woń
porównania	dobry jak u mamy
zdania wykrzyknikowe	Weź kredyt!
wyrazy i zwroty obcojęzyczne	I'm lovin' it
przerobione związki frazeologiczne	Wsiądziesz z wrażenia

Czy reklama kłamie?

Załącznik 3

Aktor przebrany za lekarza mówi: „Próchnica jest w Polsce poważnym problemem społecznym. Badania kliniczne wykazują jednak, że możemy jej zapobiegać, stosując nową pastę X. Dlatego właśnie Polskie Towarzystwo Stomatologiczne potwierdza, że pasta X jest skutecznym środkiem przeciwko próchnicy. [...] Również większość rodzin polskich stomatologów używa pasty X. Nowa pasta X – używana i zalecana przez stomatologów”.

„Jeśli chcesz mieć włosy bez łupieżu, odpowiedzią jest X”

„Spójrzcie na moje psy! Żeby miały taką kondycję, codziennie daję im karmę X”

„Proszek X pierze lepiej niż zwykłe proszki”

„Mój kot kupowałby X”, „Psy uwielbiają smak suchej karmy”

„X – jesteś tego warta” – zapewnia nas na przykład Claudia Schiffer

„Zjadłbyś coś dobrego?”, „Dziękujemy ci, X”, „Pozbądź się łupieżu!”

„Pomoże ci w tym X”

„Kawa X pieści zmysły”

„Kawa X smakuje ludziom na całym świecie”

„Najmilsza chwila poranka – kawy X filiżanka”

Problemy na sprzedaż

Załącznik 4



w Internecie

Zaprezentowane reklamy społeczne w kolorowej wersji i formacie przeznaczonym do kserowania dostępne są na naszej stronie internetowej:

www.gwo.pl/gazetamnp

Załącznik 4

MARKETING DLA PRZYSZŁOŚCI

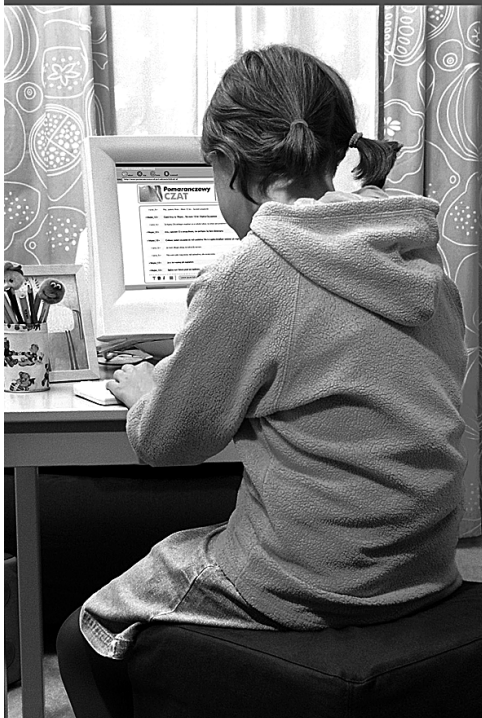
PIJ MLEKO!

będziesz Wielki

TWARDZIEL W KAŻDYM CALU

CZTERY SZKLANKI MLEKA DZIENNIE – TYLE WYSTARCZY, ŻEBY USTRZEC TWOJE DZIECKO PRZED OSTEOPOROZĄ. NAJSKUTECZNIEJSZĄ METODĄ ZAPOBIEGANIA TEJ GROŻNEJ CHOROBY JEST BUDOWANIE SILNYCH KOŚCI W DZIECIŃSTWIE I OKRESIE DOJRZEWANIA. NASTĘPNYM RAZEM, GDY TWOJE DZIECKO POPROSI CIĘ O COŚ DO PICIA, ZAPROPONUJ MU SZKLANKĘ MLEKA I POWIEDZ: „PIJ MLEKO – BĘDZIESZ WIELKI!”

<Ania>Hej! Jestem Ania.
Mam 12 lat.
Szukam przyjaciół.



<Wojtek>Cześć Aniu, tu
Wojtek też mam 12 lat.
Chętnie Cię poznam.



Nigdy nie wiadomo,
kto jest po drugiej stronie.

@dziEcko
W SIECI

www.dzieckowsieci.pl

W Internecie postępuj się wyłącznie swoim nickiem. Nie podawaj prawdziwego imienia, nazwiska, adresu, numeru telefonu, nazwy szkoły i innych danych osobowych.

Nigdy nie spotykaj się z osobami poznanymi w Internecie bez zgody rodziców. Na pierwsze spotkanie zawsze zabierz ze sobą zaufaną osobę dorosłą.

Jeżeli podczas korzystania z Internetu coś Cię zaniepokoi, natychmiast powiadom o tym rodziców lub inną zaufaną osobę dorosłą.

Organizator kampanii:



Partnerzy kampanii:



Patronat:



Honorowy Patronat:



Kampanię wspiera: PROKOM



Nie dawaj miary plotkom

Ewa Rudnik, Lidia Kozuba

Pomysł na lekcję
w III klasie gimnazjum

Wykonując zadanie, uczniowie:

- uświadamiają sobie potrzebę korzystania ze słownika frazeologicznego,
- ćwiczą korzystanie z tego słownika,
- uczą się redagowania tekstów.

Tekst, którego kserokopie należy rozdać uczniom, został naszpikowany błędami frazeologicznymi (jest ich 12). Zadaniem uczniów jest odnalezienie i poprawienie tych błędów. Staraliśmy się nadać poniższemu tekstowi zabawny charakter, by milej się nad nim pracowało.

Gdyby uczniowie mieli problem z poprawieniem jakiegoś związku frazeologicznego, moż-

na im podpowiedzieć słowo kluczowe, od którego powinni zacząć poszukiwania w słowniku (np. chcąc poprawić związek „wyssane do ostatniej kropli”, należy odszukać w słowniku frazeologicznym słowo „wyssać”).

Jest mało prawdopodobne, by wszystkim uczniom udało się perfekcyjnie zredagować poniższy tekst. Można więc przeprowadzić w klasie konkurs na najlepszego redaktora. O zwycięstwie zadecyduje intuicja językowa i praca ze słownikiem frazeologicznym.

Zachęcamy do powtarzania takich ćwiczeń, a także uświadamiania uczniom potrzeby zaglądania do słowników w trakcie pisania samodzielnych prac.

Krążące po szkole niepotwierdzone informacje, zapewne wyssane do ostatniej kropli, siały biały strach wśród naszej klasy. 1 września, w czasie apelu, przez naszą klasę przebiegła lotem nawałnicy plotka o tym, jakoby biolog zwany Dziubkiem, do niedawna zasadzający poptoch w Ia, miał od nowego roku zacząć uczyć naszą klasę. Kucykiem Dziubka była ornitologia, więc było pewne jak na pocztce, że już wkrótce na zajęciach techniki będziemy budować karmniki, a każda sobota, zamiast upływać na wysłużonym odpoczynku, będzie się zaczynać siedzeniem w krzakach od banalnego świtu i obserwacją rzadkich ptaków. Przypomnieliśmy sobie naszych kolegów z Ia, którzy z obłędem w oczach chodzili po drzewach i krzakach, zbierając okazy jaj do tworzonej przez Dziubka kolekcji. A także tragedię Zdziśka, który z rzadkim i trudnym do zdobycia trofeum już miał się uplasować w klasowym wierzchołku ornitologicznym, gdy jednak niespodziewane potknięcie na świeżo wypastowanym szkolnym korytarzu położyło finisz wszystkim jego planom, jako że drogocenne i z niemałym trudem podebrane z gniazda jajo wikłacza nieodwracalnie zmieniło swoją konsystencję. Tak, nadchodziły ciężkie czasy dla I Ib, nie ma co się studiować. Ale co tam! Może nie należy dawać miary plotkom...

w Internecie

Powyższy tekst w formacie przeznaczonym do kserowania oraz jego poprawna wersja znajduje się na naszej stronie internetowej: www.gwo.pl/gazetamnp

Piszemy do Harry'ego Pottera

Anna Adamiec

Zaproponowana poniżej metoda pracy nad wybraną lekturą jest dość popularną formą samodzielnej pracy na lekcji. Daje nauczycielowi spore możliwości sprawdzenia wiedzy i umiejętności uczniów, natomiast w uczniach wyzwała aktywność i samodzielność.

Od kilku lat realizuję z powodzeniem pracę nad lekturą zaprezentowaną metodą i zapewniam, że moi uczniowie bardzo to lubią. Do tego typu realizacji wybieram jedną lekturę w roku, a uczniowie pracują nad nią około dwóch tygodni.

Ważne jest, aby praca nad wybraną lekturą nie odbywała się na początku roku szkolnego, gdyż jednym z jej założeń metodologicznych jest powtórzenie i ćwiczenie zdobytych umiejętności. W klasie IV dzieci uczą się na przykład pisać plan wydarzeń, redagować list, poznają cechy baśni jako gatunku literackiego, tworzą instrukcję lub przepis. Pracując z dziećmi nad wybraną lekturą, wracam do tych zagadnień po to, żeby uczeń samodzielnie pracował nad zadaniami, sprawdził, czego się nauczył i czy w praktyce potrafi sobie poradzić z posiadaną wiedzą.

Wszystkie prace związane z lekturą uczniowie realizują w klasie pod moją opieką – czuwam nad poprawnością wykonywanych zadań, a uczniowie mogą się ze mną konsultować, zadawać mi pytania i prosić o pomoc.

Pracę nad lekturą zaczynam od sporządzenia z uczniami planu, który będą realizować. Warto, aby uczniowie nadali swojej pracy formę książeczek, z własnoręcznie zrobioną okładką i wieloma różnymi ilustracjami. Poszczególne zadania mogą mieć formę rozdziałów w książce. Warto stosować różne urozmaicenia, np. list do Pinokia włożyć do zaadresowanej koperty przyklejonej wewnątrz książeczki, a w trakcie pracy nad powieścią o Harrym Potterze rozdać uczniom

skserowane fragmenty planu Londynu, na których zaznaczają miejsca wymienione w książce. Namawiam uczniów do plastycznego urozmaicenia swoich prac, by przypominały kolorowe książeczki dla dzieci.

Zachęcam nauczycieli do takiej formy pracy, ponieważ uczy nie tylko samodzielności, ale i kreatywności – bardzo potrzebnej we współczesnym świecie.

Celem pracy nad lekturą wskazaną metodą jest:

- powtórzenie wiedzy zdobytej na wcześniejszych lekcjach,
- ćwiczenie umiejętności tworzenia różnych form pisemnych,
- rozwijanie wyobraźni i kreatywności ucznia,
- zachęcanie do aktywności.

Przykładowe plany pracy dla całej klasy, opracowane wspólnie z nauczycielem:

Carlo Collodi, *Pinokio* – klasa IV

1. a) Napiszę w punktach (w formie równoważników zdań) plan wydarzeń wybranego rozdziału powieści.
b) Na podstawie zapisanego planu wydarzeń streszczę rozdział.
c) Wykonam ilustrację do streszczonego rozdziału.
2. Napiszę list do Pinokia, w którym spróbuję go namówić, by stał się lepszym synkiem dla swojego tatusia.
3. Wyjaśnię w formie opowiadania, co spowodowało, że Pinokio stał się prawdziwym chłopcem.
4. Wyjaśnię, na czym polegała różnica między książką a filmem, i uzasadnię, co mi się bardziej podobało.
5. Udowodnię, że *Pinokio* ma cechy baśni.
6. Napiszę instrukcję, w której wyjaśnię, jak można wykonać drewnianego pajaca.

7. Przedstawię w punktach argumenty potwierdzające, że *Pinokio* to dobra książka i warto ją przeczytać.

Joanne K. Rowling, *Harry Potter i kamień filozoficzny* – klasa V

1. Opiszę wygląd dwóch bohaterów powieści i narysuję ich portrety.

2. Porównam w tabeli mugoli i czarodziejów.

3. Wykorzystam zawarte w powieści informacje do pracy z planem:

a) Na otrzymanym planie Londynu odzyskam dworzec King Cross.

b) Zaznaczę na planie granicę dzielącą świat mugoli i czarodziejów.

c) Przepiszę z powieści fragment, którego akcja dotyczy zaznaczonego na planie miejsca.

d) Narysuję peron 9 i 3/4.

4. Napiszę w imieniu dyrektora Hogwartu oficjalny list do Harry'ego Pottera, zawierający informację o tym, że został przyjęty do szkoły czarodziejów.

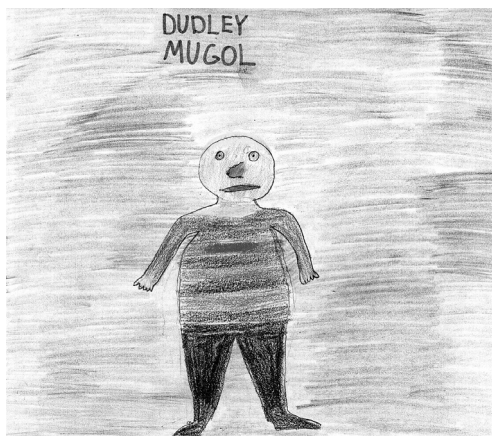
5. Zredaguję opis szkoły czarodziejów:

a) Wypiszę w punktach najważniejsze pomieszczenia Hogwartu.

b) Opiszę wygląd zewnętrzny szkoły w Hogwarcie.

6. Udowodnię, że powieść Joanne K. Rowling ma cechy baśni.

7. Na przykładzie Harry'ego Pottera, a także bohaterów innych książek dla dzieci (np. *Tajem-*



Miał duży, różowy nos, wodnisty niebieski oczy i gęste, jasne włosy, przykrywane gładko na wielkiej głowie. On też prawie nie miał uszy.

niczego ogrodu, Przygód Tomka Sawyera, Kopciuszka) zbadam:

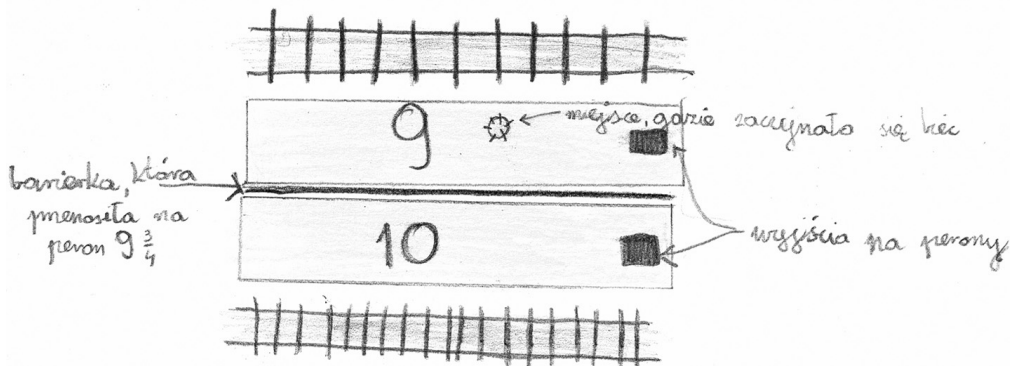
- Kim jest główny bohater?
- Jak traktują go w domu?
- Czy w książce występuje postać, która jest całkowitym przeciwieństwem głównego bohatera?

• Co było momentem zwrotnym w życiu głównego bohatera?

• Jak się kończą przygody głównego bohatera? Wyniki swojej pracy przedstawię w tabeli.

8. Napiszę charakterystykę wybranego bohatera, w której wykorzystam odpowiednie cytaty.

Zbliżenie peronu dziewięć i trzy czwarte plus barierka



UCZEŃ (SIĘ) STRESZCZA

Polecamy uczniom napisać streszczenie dowolnej lektury, które powinno zmieścić się w 30 liniach w zeszytcie i nie może zawierać przymiotników ani przysłówków.

Jest to dobre ćwiczenia kształcące umiejętność zwięzłego formułowania myśli. Przymiotniki i przysłówki ubarwiają tekst, często nie wnosząc do niego dodatkowych informacji, dlatego też te części mowy są oszczędnie używane w tekstach informacyjnych. Po wykonaniu ćwiczenia możemy wspólnie z uczniami przeanalizować pod tym kątem dowolny tekst z gazety.

Marzena Kitowicz

ANTYGONA ZWOŁUJE KONFERENCJĘ

Przerabiając *Antygonę* Sofoklesa, nauczyciele zwykle dzielą uczniów w klasie na dwa przeciwstawne obozy: zwolenników Antyfony lub Kreona. Proponuję inny sposób pracy z tą lekturą. Wybieramy spośród uczniów trzy osoby. Jedna będzie Kreonem, druga – Antygoną, trzecia – moderatorem dyskusji. Pozostali uczniowie wcielają się w role dziennikarzy, którzy starają się zrozumieć racje stojące za postępowaniem bohaterów tragedii. Antygoną i Kreon przed rozpoczęciem „konferencji prasowej” powinni pomyśleć nad tym, jakie pytania mogą paść z sali, i przygotować na nie odpowiedzi. Moderator udziela głosu „dziennikarzom” i stara się panować nad emocjami uczestników konferencji.

Danuta Styrek

SŁOWA SZYBKIE I WOLNE

Opisane poniżej zajęcia przeprowadziłam w IV klasie jako ćwiczenia rozwijające świadomość języka literackiego.

Na tablicy napisałam zdanie: *Ślimak pełźnie drogą* i spytałam dzieci, jak – ich zdaniem – porusza się ślimak. Dzieci odpowiadały, że ślimak pełźnie powoli, ciężko itp. Poprosiłam, by na kartkach napisali jak najwięcej słów, które oddadzą powolną i pełną trudu wędrówkę ślimaka. Dzieci odczytywały swoje pomysły, wspólnie je weryfikowaliśmy, a następnie uzupełnialiśmy zdanie zapisane na tablicy, np. *Zmęczony ślimak z trudem, ślamazarnie, powoli pełźnie piaszczystą drogą w kurzu i upale*. Zapisane zdanie odczytaliśmy z określoną intonacją – przeciągając wyrazy, by oddać powolność i trud ruchów ślimaka. Następnie napisałam na tablicy zdanie: *Zając przebiegł drogę* i pracowałam nad nim w ten sam sposób, co poprzednio. Dzieci zauważyły, że zarówno słowa, jak i intonacja oraz tempo wypowiedzi mogą oddawać szybkość lub powolność ruchu.

Po przeprowadzeniu ćwiczenia odczytujemy dzieciom *Lokomotywę* Juliana Tuwima (lub odwzajemni nagranie utworu w aktorskiej interpretacji), a następnie prosimy o to, by w domu nauczyły się na pamięć wybranego fragmentu.

Po wysłuchaniu *Lokomotywy* możemy zwrócić dzieciom uwagę na to, jak jeszcze słowa naśladują dźwięki. Prosimy, by recytując najlepiej jak potrafią, naśladowały odgłosy, jakie wydaje lokomotywa, a także jej najpierw powolny, potem coraz szybszy pęd.

Katarzyna Kłos

POSEJDON Z DRUGIEJ ŁAWKI

Po omówieniu mitologii proponuję uczniom zajęcia „parateatralne”. Dzielę klasę na małe zespoły. Poszczególnym uczniom wyznaczam do odegrania role bogów greckich. Zadaniem uczniów jest przygotowanie strojów, wykonanie atrybutów charakterystycznych dla każdego z bogów, a także opracowanie krótkiej scenki z mitologii z udziałem danego boga. Celem zajęć jest zmuszenie uczniów do dokładnej lektury mitologii, wyszukania i wykorzystania potrzebnych informacji.

Janusz Pomykała



PATRZ I UCZ SIĘ!

Może się zdarzyć, że uczniowie mają problem z pisownią jakiegoś trudnego wyrazu. Warto wówczas w czasie przerwy napisać ten wyraz wielkimi literami na tablicy. Kiedy uczniowie wejdą do klasy, na pewno zwróci to ich uwagę. Istnieje wówczas duża szansa na to, że pisownia wyrazu utrwali im się w pamięci.

Lucyna Panek

ĆWICZENIA DO PRACY NAD OPISEM

Zaproponowane przeze mnie ćwiczenie powinno być wykonywane w grupach.

Każda grupa otrzymuje zestaw kilku obrazków przedstawiających podobne elementy, np. podobne szafy, podobne do siebie dziewczynki, podobne pejzaże.

Bardzo ważne jest, żeby ilustracje rozdane grupom różniły się szczegółami, które uczniowie są w stanie zauważyć i uwzględnić w swoim opisie. Warto, aby ilustracje przedstawiały zarówno przedmioty, osoby, jak i miejsca. Zestaw tych ilustracji otrzymuje jedna osoba w każdej grupie, a następnie przygląda się im uważnie, nie pokazując ich pozostałym członkom grupy, wybiera jedną i opisuje ją kolegom najstaranniej, jak potrafi. Słuchający uczniowie mają za zadanie zapamiętać opis bez wykonywania notatek. Następnie opisujący uczeń pokazuje kolegom z grupy wszystkie ilustracje, które otrzymał od nauczyciela, a zadaniem jego kolegów jest wskazać tę, która była przedmiotem opisu.

Wnioski z ćwiczenia uczniowie zapisują, odpowiadając na pytania:

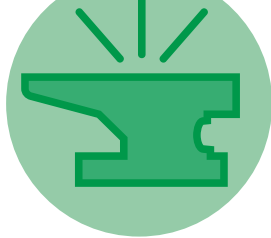
- Co utrudniło mi, a co ułatwiło wskazanie właściwej ilustracji? (odpowiadają uczniowie słuchający opisu)

- Co sprawiało mi trudności podczas opisywania wybranej ilustracji? (odpowiada uczeń opisujący)

Uczniowie zauważą, że w opisie niezwykle ważna jest precyzja – pominięte przez ucznia drobne szczegóły uniemożliwiają identyfikację opisywanego przedmiotu. Równie istotny jest porządek opisu – chaotyczność utrudnia lub całkiem uniemożliwia zapamiętanie szczegółów opisywanego obiektu. W młodszych klasach warto zaproponować w opisie określoną kolejność, np. opisywanie postaci „od góry ku dołowi”.

Kolejnym etapem ćwiczenia formy opisu powinna być uważna obserwacja z jednoczesnym nazywaniem poszczególnych elementów opisywanego fragmentu rzeczywistości. Dobrze jest – o ile to możliwe – pokazać uczniom wybrane do opisu przedmioty nie tylko na fotografii lub rysunku, ale wzbogacić opis o wrażenia dotykowe, węchowe itp. Przy okazji ćwiczenia tej umiejętności można poszerzyć wiedzę uczniów o świecie, wybierając do opisu nietypowy przedmiot lub niezwykle miejsce, co może uświadomić uczniom potrzebę wzbogacania słownictwa.

Anna Flisikowska



Nauczmy dzieci wartości

Małgorzata Firsiof

Propozycja cyklu lekcji wychowawczych dla szkoły podstawowej

„Nie oczekujemy od dzieci, aby na własną rękę odkrywały funkcje matematyczne, ale nie dajemy im żadnych wskazówek, jeśli chodzi o moralność, etykę i wartości”.

Ronald Reagan

Powyższy cytat pochodzi z wywiadu¹ przeprowadzonego z Lindą i Richardem Eyre, założycielami międzynarodowej organizacji rodziców Homepage. Państwo Eyre opracowali metodę nauczania dzieci dwunastu wartości – po jednej w każdym miesiącu. Jak bowiem mówią:

„[...] zaraz po jedzeniu, ubraniu i dachu nad głową, nauczanie wartości jest najważniejszą powinnością rodziców wobec dzieci, ponieważ to właśnie wartości nadają życiu sens i dzięki nim dzieci mogą jak z kompasem poruszać się w sferze swych przedsięwzięć i relacji z innymi ludźmi”².

Czyż najważniejsza powinność nauczycieli nie jest taka sama? Odpowiadając twierdząco na to pytanie, poczułam się zmobilizowana do ułożenia programu wychowawczego pod hasłem „Nauczmy dzieci wartości”. Przyjęłam listę wartości będącą zmodyfikowaną wersją listy państwa Eyre i podzieliłam pracę nad nimi na 10 miesięcy roku szkolnego.

I semestr – wartości bycia, polegające na tym, aby być człowiekiem uosabiającym daną cechę:

wrzesień – uczciwość

październik – odwaga

listopad – odpowiedzialność

grudzień – dyscyplina i umiar

styczeń – samodzielność

II semestr – wartości dawania, przejawiające się w naszym zachowaniu wobec innych ludzi:

luty – szacunek

marzec – uprzejmość i życzliwość

kwiecień – lojalność i rzetelność

maj – altruizm i wrażliwość

czerwiec – sprawiedliwość i współczucie

Realizacja programu obejmowała:

1. Przeprowadzenie w każdym miesiącu lekcji wychowawczej na temat danej wartości.
2. Zorganizowanie comiesięcznego konkursu na pracę literacką i plastyczną na temat danej wartości (współpraca z nauczycielami języka polskiego i sztuki).
3. Drukowanie w kolejnych numerach gazetki szkolnej prac literackich uczniów.
4. Zorganizowanie dla dzieci i rodziców spotkania z psychologiem.
5. Wydanie na koniec roku szkolnego zeszytu z najciekawszymi pracami dzieci (prezent na Dzień Mamy i Taty³).

Swoją pracę w klasie rozpoczęłam od szczegółowego omówienia programu i jego założeń na zebraniu z rodzicami oraz od przydzielenia uczniom zadań (każda wartość była opracowywana przez dwoje dzieci, których zadaniem było przygotowanie pod moim kierunkiem lekcji wychowawczej). Dodatkowo w dzienniczkach uczniów pojawiła się tabelka.

Co miesiąc wpisywałam do uczniowskich tabelki punkty za wykonanie poszczególnych zadań.

Opracowywana wartość

Co jest oceniane	uczciwość	odwaga	odpowiedzialność	dyscyplina i umiar	samodzielność	szacunek	uprzejmość i życzliwość	lojalność i rzetelność	altruizm i wrażliwość	sprawiedliwość i współczucie
praca literacka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
praca plastyczna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hasło reklamowe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
praca na godzinie wychowawczej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
inne prace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Za pracę literacką, plastyczną i hasło reklamowe – 5 punktów.
- Za pracę na lekcji – od 0 do 20 punktów.
- Za inne prace (np. ułożenie krzyżówki) – 5 punktów.

Uczniowie, którzy w ciągu roku szkolnego zebrali największą liczbę punktów, zostali nagrodzeni w czerwcu podczas obchodów Dnia Mamy i Taty. Wszystkie dzieci wręczyły swoim rodzicom prezent w postaci książki z własnymi opowiadaniem o wartościach.

Program z miesiąca na miesiąc cieszył się coraz większą popularnością wśród dzieci. Uczniowie wykazywali się dużą pomysłowością w przy-

gotowywaniu lekcji wychowawczych i chętnie brali w nich udział. Zebrałam też dużą ilość materiałów do wydanej pod koniec roku książki.

Istotnym elementem programu było także spotkanie z psychologiem, które dostarczyło zarówno rodzicom, jak i dzieciom wielu ciekawych informacji.

Myszę, że całoroczne zajęcia pokazały moim uczniom, jak żyć, by być szczęśliwym człowiekiem i nie robić krzywdy innym, a w przyszłości pomogą im dokonywać trafnych życiowych wyborów.

Na następnej stronie prezentujemy pierwszy z cyklu scenariuszy „Nauczmy dzieci wartości”.

¹ I. Koźmińska, *Nauczmy dzieci wartości. Rozmowa z Lindą i Richardem Eyre, założycielami międzynarodowej organizacji rodziców Homepage*, „Polityka” 1999, nr 16 (www.polityka.onet.pl/archiwum.asp – aby odnaleźć artykuł, w wyszukiwarce należy wpisać słowo „homepage”).

² *Ibidem*.

³ Dzień Mamy i Taty – przyjęte w niektórych szkołach święto rodziców.

⁴ Dr Brigitte Beil zajmuje się problematyką rodzinną i wychowawczą, jest autorką książki *Dziecko grzeczne i niegrzeczne*.

TEMAT MIESIĄCA – SAMODZIELNOŚĆ

Czas	Przebieg lekcji	Uwagi
5 min	<p>Odczytanie hasła miesiąca: „Dzieci muszą samodzielnie myśleć i działać, umieć przeprowadzić swoją wolę, bronić swoich przekonań i stawiać czoło problemom”. (Brigitte Beil⁴) Rozmowa na temat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Co to znaczy być samodzielnym? • Jakie znaczenie mają słowa autorki cytowanego hasła? • Kiedy stajemy się samodzielnymi? Kto i co nam w tym pomaga? 	<p>Plansza z hasłem powinna być umieszczona na tablicy z klasową gazetką.</p> <p>Należy zwrócić uwagę na to, że jednym z głównych celów rodziców i nauczycieli jest nauczenie dzieci samodzielności.</p>
10–15 min	<p>Dzielimy klasę na 3 grupy. Każda z nich dostaje jedną planszę z pytaniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Co umiem robić samodzielnie w domu? • Co umiem robić samodzielnie w szkole? • Co umiem robić samodzielnie w mieście? <p>Grupy zapisują jak najwięcej odpowiedzi na otrzymane pytania. Następnie wymieniają się planszami i je uzupełniają. Po zakończeniu pracy wieszamy plansze na tablicy i odczytujemy zapisane odpowiedzi.</p>	<p>Omawiając wyniki, należy zwrócić uwagę uczniów na to, czy dużo rzeczy umieją zrobić sami i czy można nazwać ich samodzielnymi.</p>
25 min	<p>Uczniowie otrzymują przepis na jakąś prostą potrawę, np. pastę serowo-jajeczną, którą mają samodzielnie wykonać.</p>	<p>Zadaniem uczniów jest przyniesienie na lekcję składników niezbędnych do przygotowania wybranej potrawy.</p>

NAUCZYCIELE DO PIÓR!

Chcemy, aby nasze pismo było nie tylko przez Państwa czytane, ale również współtworzone. Liczymy na to, że podzielią się Państwo z nami, a przede wszystkim ze swoimi koleżankami i kolegami po fachu, bogatą wiedzą i doświadczeniem zdobytym podczas pracy w szkole.

Nasz dwumiesięcznik ma mieć przede wszystkim charakter praktyczny. Publikowane w nim artykuły mają służyć Państwu pomocą w codziennej pracy – podsuwać pomysły, inspirować lub po prostu dawać przykłady interesujących rozwiązań.

Chętnie opublikujemy ciekawe scenariusze lekcji polskiego w szkole podstawowej i gimnazjum, pomysły na lekcje wychowawcze, relacje z wycieczek polonistycznych, a także Państwa opinie i refleksje na temat reformowanej od kilku lat oświaty. Teksty prosimy przysyłać na adres internetowy mnp@gwo.pl lub pocztowy: „Między nami polonistami”, skr. poczt. 59, 80-876 Gdańsk 52.

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

Zły gospodarz

Maria Mazur

W każdej klasie jest zazwyczaj kilku uczniów, którzy sprawiają problemy wychowawcze i mają negatywny wpływ na resztę grupy. Jak sobie z nimi poradzić? Najlepiej wybrać jednego z nich na gospodarza klasy.

Dostałam kiedyś wychowawstwo klasy, której najwycyżajniej w świecie się bałam. To były dzieci z zaniedbanych, patologicznych rodzin, agresywne i z kłopotami emocjonalnymi. Część z nich była pod nadzorem kuratorów sądowych. Trudno sobie wyobrazić gorszą grupę. Kiedy szłam do nich na lekcję, miałam miękkie nogi. Nigdy jednak nie pokazałam po sobie, że się ich boję. Gdyby uczniowie to wyczuli, nie pozostałoby mi nic innego, jak tylko szukać sobie nowej pracy...

Z sercem do łobuza

Wobec takich dzieci trzeba być spokojnym, stanowczym, ale również okazać im dużo serca i bezinteresownej uwagi. Wtedy jest szansa, że odpłacą tym samym. Oczywiście, na efekty trzeba nieraz długo czekać, a czasem można się ich nie doczekać w ogóle. Warto jednak próbować. Wiem, że nie jest łatwo okazać serce uczniowi, który mówi do nauczyciela, że go „zap... w ciemnej ulicy” lub „połamie nogi i rzuci ze schodów”. Niestety, z takimi reakcjami też się spotkałam. Jak się wówczas zachować? Przede wszystkim nie udawać, że się niczego nie słyszało, ale też nie reagować agresywnie. Ja w takich sytuacjach stanowczo przywoływałam ucznia do porządku, a po lekcji brałam go na rozmowę, którą zaczynałam mniej więcej w ten sposób:

– Co ty się, stary, wygłupiasz? Dorosły facet, a zachowuje się jak dzieciak! Takie odzywki zachowaj sobie dla kolegów, na mnie nie robią one wrażenia. Mówisz przepaszam i zapomniemy o całej sprawie.

Po takim wstępie zawstydzony uczeń spuszczał zazwyczaj głowę. Nie trzeba było wzywać rodzi-

ców, powiadamiać dyrektora ani robić z całej sprawy afery.

Czasami agresywną odzywkę można zneutralizować jedną celną ripostą i wówczas nie trzeba już nawet rozmawiać z uczniem po lekcji. Kiedyś jeden z uczniów powiedział do mnie na głos przy całej klasie: „Ty stara k...”.

– Stara może i jestem, ale na pewno nie k...
– odpowiedziałam beznamiętnym tonem.

Chłopaka zatkało, a klasa patrzyła na mnie z uznaniem.

Chuligan na szefa

Zawsze kiedy dostawałam nową klasę, przez pierwsze dwa, trzy tygodnie starałam się uważnie obserwować uczniów, aby się zorientować, jak wygląda struktura grupy. Kto jest przywódcą, a kto ofiarą? Kogo się boją, a kogo szanują? Taka wiedza okazuje się bardzo przydatna. W wypadku trudnej klasy, o której wspominałam, zauważyłam, że jeden z uczniów, mały, krępy i sprawiający wrażenie raczej nieśmiałego, cieszy się wśród swoich kolegów dużym



szacunkiem. Nie musiał nikogo bić, i tak się go bali. W czasie lekcji Michał nigdy sam się nie zgłosił do odpowiedzi, a zapytany miał kłopot, aby poprawnie sklecić najprostsze zdanie. W bójkach radził sobie zapewne znacznie lepiej niż w szkolnej ławie.

Mimo to, kiedy przyszło do wyboru samorządu klasowego, delikatnie podsunęłam uczniom jego kandydaturę. Michał wygrał wybory i ku swojemu zaskoczeniu został gospodarzem klasy. Ten wybór bardzo go dowartościował, chłopak chodził dumny jak paw. Po jakimś czasie widać było, że stał się pewniejszy siebie, a także bardziej odpowiedzialny za to, co się dzieje w klasie. Dyscyplinował dyżurnych odpowiedzialnych za przygotowanie klasy do lekcji, a w razie potrzeby sam ścierał tablicę lub szedł zmoczyć gąbki. Na lekcji miałam zawsze spokój. Kiedy robił się harmider, wystarczyło

tylko, że powiedziałam „Michał”, i klasa się natychmiast uspokajała. Michał jako gospodarz klasy uczestniczył również w zebraniach samorządu szkolnego. Poczuł się wreszcie doceniony. Zobaczył, że szacunek można sobie wypracować nie tylko za pomocą pięści. Powtarzałam mu często:

– Ty, Michał, jesteś moją lewą ręką. Lewą, a nie prawą, bo ja jestem mańkutom.

Jak Michał radzi sobie w życiu? Skończył szkołę podstawową, zdobył zawód, pracuje. Z tego, co wiem, nigdy nie wszedł w konflikt z prawem, choć wielu kolegów z jego środowiska znalazło się za kratkami. Czy stało się tak dlatego, że kiedyś został gospodarzem klasy? Być może nie. Ale to doświadczenie na pewno mu nie zaszkodziło.

Imię ucznia zostało zmienione.

Poznajmy się!

Zuzanna Marczak

Przedstawiony poniżej pomysł najlepiej zrealizować na pierwszej lekcji wychowawczej w I klasie gimnazjum, kiedy uczniowie się jeszcze dobrze nie znają.

Uczniowie dobierają się w trzyosobowe grupy i siadają blisko siebie na krzesłach, tak aby dobrze się nawzajem widzieć. Jedna osoba nic nie mówi, dwie pozostałe uważnie ją obserwują i wspólnie próbują odpowiedzieć na następujące pytania (odpowiedzi zapisują na kartkach):

- W jakim domu mieszka (lub chciałyby mieszkać) ta osoba?
- Jak najchętniej spędza wolny czas?
- Jakie jest jej ulubione zwierzę domowe?
- Jakie trzy rzeczy zabrałaby na bezludną wyspę?
- Na co wydałaby milion złotych, gdyby wygrała w totolotka?

Następnie uczniowie zamieniają się rolami. Osoba obserwowana jest teraz obserwatorem i próbuje odpowiedzieć na pytania dotyczące kolegi lub koleżanki. Kiedy wszystkie osoby z danej grupy zostaną już scharakteryzowane, uczniowie wymieniają się kartkami i przedstawiają na forum klasy sporządzone przez siebie „portrety psychologiczne” kolegów. Jeśli te spostrzeżenia nie do końca są zgodne z prawdą, uczniowie je uzupełniają i weryfikują.

Gimnazjaliści mogą być zaskoczeni, że odpowiedzi na pytania w 70–80% są zbieżne z tym, co sami sądzą na swój temat. Z czego to wynika? Według psychologów to, o czym mówimy, ma o wiele mniejsze znaczenie niż to, w jaki sposób przekazujemy informacje (ton głosu, mimika twarzy). Słowa mogą skłamać, ale ciało powie nam prawdę. Dlatego aby odpowiedzieć na podstawowe pytania dotyczące charakteru jakiejś osoby, niekoniecznie musimy jej te pytania zadawać.



Dlaczego Penelopa pruća teścia?

dr Helena Kajetanowicz



Istnieje – z gruntu fałszywe – przekonanie, że w języku polskim szyk zdania jest dowolny. Nic bardziej mylnego. Co prawda, w porównaniu z językiem angielskim, składniowo możemy sobie pozwolić na znacznie więcej. Ale – jak powiedział ongiś znany generał w czarnych okularkach – są pewne granice, których przekroczyć nie wolno.

A my co robimy? Korzystamy z możliwości synonimiki składniowej jak się da, w myśl zasady: hulaj dusza, piekła nie ma.

Czy na pewno? Jakże piekielne bywają konsekwencje szaleństwa składniowego, szczególnie dotkliwe, jeśli chodzi o błędy szyku (notabene, normę składniową naruszamy na osiem (!) różnych sposobów). Nonszalanckie traktowanie kolejności wyrazów w zdaniu powoduje wiele zamieszania.

Po pierwsze, zmienia znaczenie wypowiedzi. Efekty tego bywają zaskakujące. Dowiadujemy się, że:

Guma „Orbit” dla dzieci bez cukru świetnie smakuje.

Mam kilka pięknych sukienek od babci w dobrym stanie.

Mąż wszystkie zarobki chowa tylko dla siebie, nic nie myśli o rodzinie, pije wódkę, a z dziećmi się nie podzieli.

Pan Nauman groził mi, żebym oddalił się bardzo niecenzuralnie.

Ponadto oskarżony jadąc szosą rozbił samochód kupiony przez żonę w stanie nietrzeźwym.

Na targu oskarżona nie sprzedawała świń, tylko inne kobiety.

Alimenty, które przesyła powódka zużywa na wódkę dla siebie, zamiast dawać dzieciom.

Najwięcej zamieszania komunikacyjnego sprawia nierespektowanie żelaznej reguły: zaimek „który” musi się znajdować bezpośrednio po wyrazie, do którego się odnosi. W innym wypadku możemy słuchacza czy czytelnika wprawić w osłupienie swoimi wypowiedziami, np.

Moja była żona zabrała mi książeczkę oszczędnościową z szuflady, bez której nie mogę żyć.

Następne wydanie za trzy godziny, na które serdecznie zapraszamy.

Pozwany szczuł psem powoda, którego rasy nie można ustalić.

Zostałem pozwanego w domu, który leżał w łóżku samotnie.

Po drugie, błędny szyk wyrazów dostarcza nam jeszcze innych atrakcji, gdy powoduje dwuznaczność wypowiedzi. Co autorzy cytowanych poniżej zdań mieli na myśli?

Deszcz przyniósł niż.

Podczas konwojowania oskarżonych doszło do zaniedban: dziewięciu oskarżonych pilnowało na sali zaledwie sześciu policjantów.

Po trzecie, o wielkiej nieporadności składniowej, którą można by zrozumieć i usprawiedliwić u obcokrajowców uczących się języka polskiego, świadczą zdania typu:

Bilety można kupić u koników po nawet 150 złotych.

Trafił na grunt podatny w Polsce.

*Proszę podnieść ręce, kto idzie?
– pyta nauczycielka pro forma.*

Chcemy się bardzo uściskać.

A czym można usprawiedliwić umieszczenie orzeczenia na końcu wypowiedzenia w poniższych zdaniach?

Bardzo trudny stan gospodarki jest.

Ta płyta to owoc miłości, która cierpliwa jest.

Gdy stykamy się z takimi „perelkami”, śmiech ogarnia nas pusty, potem litość i trwoga. Trwoga tym większa, gdy uświadomimy sobie fakt, że wszystkie przytoczone błędy zostały popełnione przez ludzi legitymujących się wyższym wykształceniem. Co więcej, tak mówimy w sytuacji, gdy staramy się wypaść jak najlepiej (także językowo). Wszystkie zacytowane przykłady zostały zaczerpnięte z języka używanego w mass mediach (z telewizji i radia, „Gazety Wyborczej”, „Poliptyki” i „Wprost”).

Błędy popełniane w mass mediach błyskawicznie się rozpowszechniają i utrwalają w świadomości milionów Polaków.

Co my, nauczyciele, możemy z tym fantem zrobić? Nie należy chować głowy w piasek. Powinniśmy za wszelką cenę podnosić kulturę języka naszych uczniów.

Żeby pomóc Państwu w tym chwalebny

*KOBIETA, KTÓRA NIE WIE,
CO TO JEST SZYK*



przedsięwzięciu, przygotowałam dla uczniów ćwiczenie, które można by opatrzyć na przykład takim poleceniem: Co autor miał na myśli? Popraw zdania.

1. Oskarżony kopnął nieznaną kobietę w nogę, która mogłaby zeznawać w tym procesie.
2. Nie powinno szczęśliwie padać.
3. Trudno sobie wyobrazić, aby dzisiaj jakiś komputer nie był wyposażony w to.
4. Amin leżał w szpitalu w stanie krytycznym.
5. Do teźże obywatelki oskarżony miał przynieść skórę skradzioną wraz z żoną.
6. Dzieje się tak najczęściej w byłych krajach bloku wschodniego.
7. Jest Pan jedynym trenerem, do którego ciągle sukcesów wracamy.
8. Na sprzedaż pies. Je wszystko, lubi dzieci.
9. To zasługa pana przewodniczącego ówczesnego Brauna.

Na koniec odpowiedź na pytanie postawione w tytule artykułu. „Penelopa tkala całun dla swojego teścia, którego w nocy pruła”. Ta nieszczęsna niewiasta pruła teścia, ponieważ popełniła błąd szyku. Przykład ten, zaczerpnięty z wypracowania ucznia (lata siedemdziesiąte XX wieku), przytoczyłam nieprzypadkowo. Doskonale obrazuje on tezę o obniżającym się poziomie znajomości języka wśród dorosłych, wykształconych Polaków. Gdy porównamy tę wpadkę zestresowanego klasówką ucznia ze zdaniem z artykułu popularnonaukowego (sprzed trzech lat): „Egipcjanki nosiły długie tuniki zakrywające piersi sięgające do kostek”, moja opinia w tej kwestii nie wyda się absurdalna.

PS W następnym numerze „Między nami polonistami” – felieton *Dlaczego rozszalała burza szła do lasu?*, którego tematem będą błędy w zastosowaniu imiesłowowego równoważnika zdania.

Pisownia liczebników porządkowych



Jak pokazują przykłady, pisownia liczebników porządkowych sprawia piszącym sporo kłopotów. Problemy i wahania pojawiają się zwykle wtedy, gdy zastosowany jest zapis z użyciem cyfr. Cyfrowa forma zapisu ma niewątpliwą zaletę, bo jest ekonomiczna, krótsza od pisowni literowej.

Normy poprawnościowe przewidują pisownię liczebników z użyciem cyfr. Aby odróżnić liczebniki porządkowe od pozostałych, przede wszystkim od liczebników głównych, zaleca się stosowanie kropki po cyfrze oznaczającej liczebnik porządkowy. Zatem 2 znaczy 'dwa', natomiast 2. to 'drugi'. Kropka jest niezbędna wtedy, gdy bez niej dany liczebnik porządkowy może być odczytany jako główny. Jeżeli takiego niebezpieczeństwa

nie ma, nie jest konieczne stosowanie kropki po cyfrze w funkcji liczebnika porządkowego. Poza tym nie stawiamy kropki po cyfrach w znaczeniu godziny czy dnia miesiąca (piszemy zawsze: *o godzinie 12* czy *8 marca*).

Niepoprawne jest dopisywanie do cyfr końcówek fleksyjnych i temu podobnych zakończeń do różnego rodzaju liczebników, a więc pisownia typu: *1-szy, 2-gi, 5-ej, 6-ciu, 10-oro* itp. Tego typu błędy szerzą się w polskich tekstach, na co wpływ ma z pewnością zwyczaj, który upowszechnił się w języku angielskim (np. *1st, 2nd, 5th*).

Poza tym w tekście zawsze jest możliwy, aczkolwiek dłuższy, zapis jakiegokolwiek liczebnika w formie literowej, czyli następująca pisownia: *pierwszy, dziesiąty, pięcioro, sześćdziesięciu pięciu* itp.

prof. dr hab. Edward Łuczyński
językoznawca



OTWIERAMY PORADNIĘ!!!

- Problemy?
 - Pytania?
 - Wątpliwości?
 - Niejasności?

Damy radę! Prosimy o listy lub e-maile pod adresem mnp@gwo.pl
Nasi specjaliści w kolejnych numerach będą odpowiadać na Państwa listy.



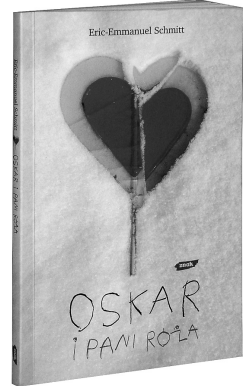
Traktat o dobrym umieraniu

Oskara i panią Różę krytycy porównują do *Małego Księcia* – przede wszystkim ze względu na uniwersalność przesłania tej krótkiej powiastki. Jej bohaterem jest wprawdzie dziecko, ale sytuacja, jakiej doświadcza, dotyczy będzie – wcześniej czy później – nas wszystkich. Ta książeczka to mały traktat o życiu i umieraniu.

Oskar umiera, o czym dobrze wie. Zostaje jednak z tą wiedzą sam. Jego najbliżsi wolą siebie okłamywać, ta prawda jest dla nich zbyt bolesna. Wolą żyć w iluzji, jakby nie zdając sobie sprawy z tego, że czas nieubłaganie ucieka, że przyszedł wreszcie ten moment, w którym powinni zmierzyć się z okrutną prawdą, że ich syn odchodzi.

Oskar jedyną sojuszniczkę znajduje w kimś obcym, w pani Róży, która jest na tyle dojrzała, by stanąć twarzą w twarz z prawdą o śmierci. Pani Róża znajduje cudowny sposób na to, żeby właśnie współ-być z Oskarem do samego końca. Odrzuca przyjęty w naszej kulturze zafalszowany sposób mówienia o śmierci, i tym podbija serce małego Oskara. A jednocześnie, jakoś tak mimochodem, wprowadza go w świat metafizycznych przeżyć.

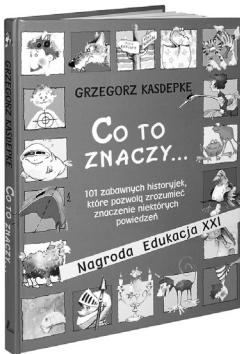
Ta powiastka dotyka rzeczy najważniejszych, a może nawet przygotowuje nas na rzeczy ostateczne. Ale mówiąc o niechybnym kresie, przez cały czas odnosi się do życia, wskazując, jak je przeżyć, żeby umierać szczęśliwym, jak być z kimś, kto odchodzi, przede wszystkim jednak – że nie warto uciekać przed myślą o śmierci. Oskar, dużo bardziej dojrzały i świadomy od otaczających go dorosłych, przyjmuje prawdę o swojej śmierci w pełni świadomie, bez nadmiernej wzniosłości, z dozą humoru, może nawet ironii. Umiera zakochany i pogodzony z najbliższymi. Umiera szczęśliwy.



ANA

Eric-Emmanuel Schmitt, *Oskar i pani Róża*, Znak, Kraków 2005

Frazeologia na wesoło



Ta niewielka książka została doceniona przez czytelników, a także przez kapitułę przyznającą nagrodę Edukacja XXI.

Składa się z króciutkich historyjek osnutych wokół nieporozumień językowych, powstałych z dosłownego odczytania związków frazeologicznych. Wynikają z tego różne zabawne sytuacje rodzinne, gdyż bohaterami wszystkich wydarzeń są sympatyczni członkowie rodziny mniej więcej dziesięcioletniego Bartka. To Bartek jest głównym tropicielem zawichości naszego języka, wprawiając dorosłych czasem w zakłopotanie, czasem w osłupienie, kiedy próbuje wygzekwować dosłowny sens usłyszanych opinii. Na przykład prosi babcie, by pokazała mu węża, którego – według taty Bartka – ma w kieszeni, a przełożonego swojej matki pyta, dlaczego wszyscy wieszają na nim psy. Dodatkowym atutem książeczki są dowcipne ilustracje.

Zachęcam do czytania dzieciom historyjek, które w sposób zabawny i niewymuszony uczą rozumienia języka ojczystego, a wiemy, że z tym nie jest najlepiej, i to nie tylko wśród najmłodszych...

WIT

Grzegorz Kasdepke, *Co to znaczy... czyli 101 zabawnych historyjek, które pozwolą zrozumieć znaczenie niektórych powiedzeń*, Wydawnictwo Literatura, Łódź 2004



BRYK COMBAT 44

Warszawa, ulica Nowy Świat, samo południe. Słońce pali niemifosierne.

– Zaraz będzie dym – mruczy do siebie student polonistyki kompletnie odurzony poetycką frazą *Sezonu w piekle* Artura Rimbaud. Trochę go suszy, bo wczoraj oblewał pracę magisterską kolegi, która teraz też się suszy, tyle że na kaloryferze w akademiku.

– Mnie suszy, a buty piją. Cholerne mokasyny – klnie pod nosem, budząc przerażenie przechodniów. – I to ma być ten Nowy wspaniały Świat?

Czuje, że rozpiera go energia. Chcąc ją jakoś pożytecznie spożytkować, zaczepia pięciu dresiarzy. Grożąc im wiecznym piórem ze złotą stalówką, każe recytować z pamięci *Tren X* Jana Kochanowskiego. Chłopcy są przerażeni. Przechodnie nie reagują. Przejeżdżający w pobliżu radiowóz nie zatrzymuje się (później się okazało, że policjanci studiowali zaocznie polonistykę i wcześniej byli już karani za czytanie na służbie dzieł mistycznych Słowackiego). Sytuacja wygląda groźnie. Za chwilę może dojść do tragedii. Na szczęście jeden z dresiarzy (jeszcze nie tak dawno student filologii klasycznej, obecnie w trakcie resocjalizacji) przypomniał sobie początek utworu.

„Orszulo moja wdzięczna, gdzieś mi się podziała? – zaczął recytować drżącym głosem. – W którą stronę, w którąś się krainę udała?”

– Wystarczy – przerwał mu student. – A teraz wyskakiwać z książek i możecie spadać.

Chłopcy, nauczeni doświadczeniem, bo już wielokrotnie byli zaczepiani przez agresywnych filologów, mieli przy sobie kieszonkowe wydanie *Procesu* Franza Kafki i cztery wiersze Gałczyńskiego odbite na kiepskiej kserokopiarce.

Student nie był co prawda zachwycony tak skromnym łupem, ale dał chłopakom spokój.

Takie sytuacje zdarzają się na ulicach naszych miast coraz częściej. Niestety, policja jest bezradna.

– Mimo ostrej selekcji również i w nasze szeregi trafia coraz więcej osób czytających, które utrzymują kontakty z księgarzami, bibliotekarzami, antykwariuszami i, co gorsza, chronią to patologiczne środowisko – mówi pragnący zachować anonimowość oficer Centralnego Biura Śledczego. – To jest plaga, z którą trudno walczyć. Był co prawda pomysł, aby przyjmować do policji samych analfabetów, ale okazało się, że niewielu kandydatów jest w stanie sprostać tak wysokim wymaganiom.

Jego zdaniem osoby, które zmuszają przechodniów do recytowania utworów literackich i zabierają książki, to tylko plotki.

– Walkę z tym zjawiskiem trzeba zacząć od samej góry, czyli od Instytutu Badań Literackich Polskiej Akademii Nauk – uważa policjant. – Wszyscy wiedzą przecież, czym ci ludzie się zajmują, a mimo to nie można im niczego udowodnić.

Aby czuć się jako tako bezpiecznie na ulicy, trzeba znać przynajmniej kilkadziesiąt dzieł, które weszły do kanonu światowej literatury. Przeczytanie takiej liczby książek przekracza



jednak możliwości intelektualne przeciętnego Polaka, który czyta rzadko i raczej niechętnie.

– Nie trzeba czytać tych książek od deski do deski – twierdzi dr Jan Bryk, twórca nowoczesnego systemu obrony antyliterackiej Bryk Combat 44. – Wystarczy pamięciowo opanować czterdzieści cztery bardzo skuteczne wierszyki streszczające daną lekturę i już możemy się poczuć na ulicy w miarę bezpiecznie.

Na przykład nie musimy czytać całej *Dżumy*, wystarczy nauczyć się takiej oto prostej rymowanki, aby pobieżnie zorientować się w tematyce utworu:

*Martwe szczury – zły prognostyk.
Dobry doktor, choć agnostyk.
Zaraza: śmierć sieje. Znikąd ratunku.
Moral: człowiek jest godzien szacunku.*

Albo zamiast czytać *Dziady*, wystarczy nauczyć się na pamięć następującego wierszyka-bryka:

*Poeta: cierpi za miliony.
Bóg: milczy. Poeta: strapiiony.
„Bóg carem” – wtrąca się szatan.
Poeta: na pysk pada.
„Polska mesjaszem narodów”
– książdz Piotr przepowiada.*

Co jednak robić, gdy na ulicy będziemy musieli streścić utwór, którego nie obejmuje program kursu samoobrony?



– No cóż – mówi dr Bryk, drapiąc się po słabo wykształconym bicepsie. – W takiej sytuacji trzeba po prostu wiać, najlepiej tam, gdzie pieprz rośnie. Ale jeśli nie wiemy, gdzie to jest, to można wiać gdziekolwiek.

Paweł Mazur

Powyższy tekst został zakwalifikowany do finału tegorocznego XXII Turnieju Łgarzy w Bogatyni. W finale tekst przepadł i to z kretesem, bo były utwory ewidentnie lepsze. Autorowi szkoda tylko tego kretesu, bo był mało używany i w dobrym stanie. A szanse na jego odzyskanie są raczej marne.

PRAKTYCZNY SŁOWNIK WYRAZÓW OBCYCH



aprobata – uznanie czegoś za dobre, właściwe; pochwała, zatwierdzenie czegoś, zgoda na coś, przyzwolenie.

„ Mój samochód przeleciał przez barierkę i wylądował w kamieniołomie. Mam nadzieję, że spotka się to z państwa aprobata. „

(fragment zeznania złożonego w firmie ubezpieczeniowej)

Wydawać by się mogło, że uczestnik wypadku błędnie użył słowa *aprobata* (patrz definicja obok). Warto jednak zwrócić uwagę na znaczenie czasowników użytych w pierwszym zdaniu. Samochód nie uderzył w barierkę, ale przez nią przeleciał, i nie rozbił się w kamieniołomie, ale tam wylądował. Można więc wywnioskować, że auto wyszło z całego wypadku co najwyżej lekko porysowane. Użycie w drugim zdaniu słowa *aprobata* wydaje się więc nie tylko uzasadnione, ale i konieczne.

(PAM)

SKĄD TEN FRAGMENT?

z nagrodami!

Konkurs dla czytelników

Zdarza się, że autor książki lub filmu uczyni swojego bohatera nauczycielem lub nauczycielką języka polskiego. Taki zabieg ma niewątpliwie wiele zalet. Na przykład autor nie musi kazać swojemu bohaterowi nerwowo palić papierosów, aby pokazać, że mamy do czynienia z człowiekiem rozbudzonym intelektualnie i rozedrganym duchowo.

Poniżej zamieściliśmy fragment współczesnej polskiej powieści, której jednym ze znaczących bohaterów jest nauczycielka języka polskiego. Państwa zadaniem jest odgadnąć tytuł książki i nazwisko autora powieści. Spośród autorów prawidłowych odpowiedzi wylosujemy trzy osoby, które otrzymają atrakcyjne nagrody książkowe.

– W przyszłym tygodniu pójde do tutejszej szkoły i zapytam, czy nie potrzebują polonistki. W końcu powinnam zacząć rozglądać się za jakąś pracą. Nie chciałabym być ci ciężarem.

– *Aba. To fantastyczne* – odparł Koboutek. – *To fantastyczny pomysł.*

– *Koboutku – aktualna kobieta Koboutka była w niezwykle pogodnym nastroju, zdumiewająca wizyta Omy zdawała się ją niesłychanie wzmacniać duchowo.* – *Koboutku, czy ty pamiętasz, jak myśmy się poznali?*

– *Pewnie, że pamiętam* – odparł machinalnie Koboutek – *poznaliśmy się w autobusie pośpiesznym linii A. Czytałaś książkę, a ja usiadłem przed tobą i zapytałem, co czytasz.*

– *Pamiętasz, co ci odpowiedziałam?*

– *Tak, pamiętam, powiedziałaś, że czytasz Kunderę.*

– *Ale ty, Koboutku – powiedziała łagodnie aktualna kobieta Koboutka – nie wiedziałeś wtedy, czy Kundera to jest nazwisko autora czy tytuł książki, nie wiedziałeś, prawda?*

Koboutka ogarnęła złość.

– *Nie wiedziałem* – powiedział podniesionym głosem – *i w gruncie rzeczy dalej nie wiem. Nie mam pojęcia o książkach, nie znam się na prozie, a jeśli idzie o poezję, to nie rozumiem nic doszczętnie. Jeśli idzie o poezję – powtórzył dobitnie i spojrzał jej prosto w oczy – nie rozumiem ani przecinka.*

Aktualna kobieta skuliła się w sobie i opuściła głowę. Wydawało się, że dobry nastrój pierzchnął zupełnie.

Odpowiedzi prosimy przysyłać na adres: „Między nami polonistami”, skrytka pocztowa 59, 80-876 Gdańsk 52, lub na adres elektroniczny: mpn@gwo.pl

