

Temat lekcji: Ceramika iłżecka – kreujemy trendy

Czas trwania: 1 lekcja (45 min)

Poziom: szkoła ponadpodstawowa (liceum/technikum)

Grupa docelowa: uczniowie klas humanistycznych, artystycznych lub o profilu medialnym

CELE LEKCJI

Uczeń:

- zna główne cechy i motywy ceramiki iłżeckiej,
- rozumie ideę przetwarzania tradycji w nowoczesnych kontekstach (design, komunikacja, moda),
- potrafi zastosować myślenie projektowe do promocji lokalnego dziedzictwa,
- tworzy pomysł na współczesne zastosowanie estetyki ceramiki iłżeckiej (produkt, komunikat, kampania),
- rozwija kreatywność, poczucie estetyki i kompetencje współpracy.

IDEA

Uczniowie zostają „kreatywnym teamem” pracującym dla stworzenia marki regionu.

Zadanie: wymyślić nowoczesne zastosowanie motywów ceramiki iłżeckiej w jednym z obszarów:

1. Komunikacja wizualna (branding, plakaty, citylighty)
2. Tkaniny i moda (printy, streetwear, eko torby, szale, bluzy)
3. Przestrzeń publiczna (murale, przystanki, mała architektura)
4. Nowe technologie (AR-filtry, grafiki 3D inspirowane ceramiką)

Ich pomysły mają łączyć autentyczność tradycji z estetyką współczesną — jak w projektach z krajów nordyckich czy Portugalii, gdzie wzory ludowe stają się częścią miejskiego stylu i komunikacji.

WARTOŚĆ

- Rozwijanie umiejętności design thinking,
- Łączenie edukacji kulturowej z przedsiębiorczością, sztuką, marketingiem,
- Promocja regionu w nowoczesny sposób.

MATERIAŁY POMOCNICZE

- Strony: ceramikailzecka.pl i dzialamy.org.pl/ceramika
- zdjęcia motywów ceramiki (figury, wzory, kolory, ornamenty)
- moodboard (kolory, symbole, tekstury)
- papier A3, flamastry / Canva lub Figma
- szablon „Karta Projektu: Ceramika Nowej Generacji” (drukuję nauczyciel)

PRZEBIEG LEKCJI

WPROWADZENIE

„Jak tradycja może być współcześnie komunikowana żeby była interesująca?” (5 min)

Nauczyciel pokazuje przykłady z zagranicy:

- fińska Marimekko – wykorzystuje ludowe wzory w tkaninach high fashion,
- portugalskie azulejos – przeniesione na plakaty, gadżety i modę,
- polski folk różnych regionów: motywy na tkaninach, meblach, w kampaniach.

Krótką rozmowa:

„Jak można sprawić, by ceramika iłżecka stała się elementem współczesnego stylu – nie muzealnym eksponatem?”

ODKRYWANIE – „DNA ceramiki iłżeckiej” (10 min)

Uczniowie (indywidualnie lub w parach) przeglądają stronę ceramikailzecka.pl.

Zapisują 3 elementy, które szczególnie ich inspirują wizualnie (np. kolory, kształty i motywy, ornamenty).

PRZETWARZANIE INFORMACJI – „mapa inspiracji” (zebranie w jednym miejscu kluczowych inspiracji dla dalszej pracy):

- Kształty (okrągłe, organiczne, figuratywne)
- Kolory (ziemiste, ciepłe, zielonkawe)
- Motywy (ptaki, postacie, kapliczki, motywy)
- Emocje (spokój, prostota, humor, duchowość)

TWORZENIE – „Ceramika iłżecka 2.0” (20 min)

- Uczniowie pracują w 4–5-osobowych zespołach.
- Każda grupa wybiera obszar zastosowania:

---- Komunikacja

---- Moda

---- Przestrzeń miejska

----Technologia.

- Uczniowie opracowują projekt według karty projektu:

KARTA PROJEKTU – CERAMIKA NOWEJ GENERACJI

1. Nazwa projektu
2. Gdzie i jak wykorzystujemy ceramikę iłżecką?
(np. print na miejskich torbach, motyw glinianego ptaka jako znak w przestrzeni publicznej, wzór na komunikatach miejskich, emoji inspirowane figurkami)
3. Jakie emocje / wartości przekazujemy?
(bliskość, natura, lokalność, magia, „slow life”)
4. Jakie media / materiały / technologie wykorzystamy?
(grafika komputerowa, haft, mural, AR, 3D print, tekstylia, digital collage)
5. Jak to wpłynie na postrzeganie Iłży i jej kultury?

Uczniowie robią prosty wizualny szkic- moodboard dla danego obszaru zastosowania (technologia, moda itd.) w Canvie (wersja minimum).

PREZENTACJA POMYSŁÓW

Każdy zespół prezentuje swój pomysł w 1–2 minutach:

- Jaki pomysł przedstawiają?
- jak to, co proponują łączy tradycję ze współczesnością?
- jaki jest potencjał, by pomysł kreował trendy?
- jak to promuje region i dziedzictwo kulturowe?

Anonimowe głosowanie na:

-----najbardziej nowoczesny pomysł

----- najlepsze wyczucie możliwości stworzenia połączenia tego co stare i nowe

----- pomysł, który mógłby wykreować rzeczywisty długotrwały trend

PODSUMOWANIE

Krótką refleksja:

„Jakie cechy ceramiki iłżeckiej warto wykorzystać w promocji regionu?”

„Czy tradycja i dziedzictwo kulturowe mogą mieć przełożenie na styl życia?”

PODKREŚLENIE:

Dzisiejsze marki nie tylko sprzedają produkty, ale opowiadają historie i ceramika łączy ma taką właśnie moc: jest naturalna w swojej opowieści, odnosi się do prostoty i minimalizmu.

ZADANIE DOMOWE / w przypadku projektu rozwojowego

Przygotowanie:

- plakatu kampanii,
- wzoru na tkaninie (pattern),
- projektu torby, bluzy,

Wybrane prace można zaprezentować na szkolnej wystawie.