

<https://doi.org/10.34768/fp2021a7>

Beata Grochala
Uniwersytet Łódzki

EKOLOGIA JAKO WARTOŚĆ – JĘZYKOWE ŚRODKI WARTOŚCIUJĄCE W WYBRANYCH ARTYKUŁACH W CZASOPÍSMIE „VICTOR JUNIOR”

Tematyka ekologii obecna jest we współczesnym świecie w obrębie najróżniejszych badań z zakresu niemal wszystkich dziedzin nauki. Jednak w polskim językoznawstwie cały czas stanowi niszowy obszar badawczy. Do naukowców, których uznać należy za prekursorów studiów nad dyskursem ekologicznym w Polsce, należy Halina Grzmil-Tylutki oraz Magdalena Steciąg. Ta ostatnia badaczka zdefiniowała wspomniany dyskurs jako „wszelkie mówienie o ekologii, w którym publicznie jest wytwarzana społeczna reprezentacja świata przyrody oraz określana relacja człowieka do środowiska naturalnego i jego problemów”¹. Odwołanie do koncepcji dyskursu nie jest przypadkowe. Jak zauważa H. Grzmil-Tylutki, „przesunięcie badań z systemu języka w kierunku wypowiedzi człowieka jako jednostki społecznej, żyjącej i komunikującej w grupie, pociągnęło za sobą nowe spojrzenie na funkcjonowanie języka jako przekaznika ideologii”². Ideologia zaś łączy się ściśle z wartościowaniem, wyrażającym się w badaniu „subiektywności wypowiedzi, argumentacji, modalności, retoryki (etosu), heterogeniczności, stylistyki, ideologii”³.

Celem niniejszego artykułu jest zbadanie, w jaki sposób tematyka ekologiczna obecna jest w czasopiśmiennictwie dla dzieci i młodzieży. Przedmiotem namysłu są treści pomieszczone na łamach czasopisma „Victor Junior”, natomiast przyjęta metoda badawcza to przede wszystkim analiza zawartości periodyku profilowana aksjologicznie. Na podstawie wstępnej oceny branego pod uwagę materiału założono, że we wspomnianym czasopiśmie istotne miejsce zajmuje problematyka ekologiczna, a przyroda pokazywana jest jako wartość. Ponieważ media utrwalają stereotypy myślowe i opinie o zjawiskach, przyczyniają się tym samym do kształtowania świadomości ekologicznej wśród dzieci i młodzieży. Warto zatem zbadać, jaki obraz przyrody wpajany jest młodym odbiorcom; jak piszą bowiem Agnieszka Kwiatek i Maja Skiba –

1 M. Steciąg, *Dyskurs ekologiczny w debacie publicznej*, Zielona Góra 2012, s. 6.

2 H. Grzmil-Tylutki, *Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy*, Kraków 2010, s. 304.

3 *Ibidem*, s. 320.

systemy wartości, oceny, przejmowane normy prowadzą do kształtowania się nie tylko indywidualnej wiedzy na temat otaczającego nas świata przyrody, ale także określonego stosunku do niej, zachowań i postaw. Z tego też względu ogromną rolę odgrywa kształtowanie wiedzy ekologicznej poszczególnych jednostek szczególnie od najmłodszych lat⁴.

Dyskurs ekologiczny (w rozumieniu zaprezentowanym na początku artykułu) łączy się w „Victorze Juniorze” zarówno z tematami dotyczącymi przyrody jako takiej, jak i z ochroną środowiska, propagowaniem działań proekologicznych itp. Zanim jednak omówione zostaną konkretne przykłady wartościującego dyskursu ekologicznego, warto zaprezentować omawiany tytuł prasowy, który jest odmienny od większości czasopism kierowanych do nastolatków.

„Victor Junior” to miesięcznik dla uczniów klas 4-6 szkoły podstawowej (czyli osób w wieku około 10-12 lat). Ukazuje się od 2002 roku, a jego wydawca to grupa Cogito, która publikuje również takie tytuły, jak „Kumpel”, „Victor” i „Cogito”⁵. Jak można przeczytać na stronie internetowej czasopisma, magazyn między innymi „poszerza horyzonty czytelników o konkretną wiedzę, szczególnie uwrażliwia na świat przyrody – zwierząt i roślin, uświadamia, że współczesny świat ma problemy np. wynikające z działalności człowieka”⁶. Redakcja podkreśla, że w każdym numerze czytelnik znajdzie „artykuły o otaczającym człowieka świecie zwierząt i roślin” oraz „ciekawostki przyrodnicze, ekologiczne”⁷. To niespotykana na polskim rynku czasopism dla nastolatków tematyka zadeklarowana wprost przez redakcję. Niestety, brak ogólnodostępnych badań czytelnictwa prasy młodzieżowej w ostatnich latach nie pozwala na miarodajną ocenę popularności miesięcznika, jednak w badaniu z 2016 roku liderem rynku tego sektora było „Bravo”, na kolejnych zaś miejscach znalazły się takie tytuły, jak „Twist”, „Bravo Girl” oraz „Fun Club”⁸. Wyniki te trudno przełożyć na dzisiejszy rynek czytelniczy, ponieważ polska edycja „Bravo” nie ukazuje się od 2018 roku, z rynku zniknęły także inne tytuły⁹ – wszystkie one traktowały jednak o modzie, urodzie, życiu gwiazd itp., a zatem ich tematyka była zupełnie różna od tej, która prezentowana jest na łamach „Victora Juniora”¹⁰.

4 A. Kwiatek, M. Skiba, *Świadomość ekologiczna młodych ludzi*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” 2017, nr 28, t. 2, s. 127.

5 Trzeba nadmienić, że od niedawna ukazują się także bezpłatne e-magazyny dla dzieci i młodzieży polonijnej („Cogito dla Polonii” oraz „Kumpel dla Polonii”).

6 <https://victor-junior.pl/o-nas/> [dostęp: 30.10.2020].

7 *Ibidem*.

8 <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/twist-i-bravo-girl-wyprzedzily-fun-club-bravo-liderem-pism-mlodziezowych> [dostęp: 30.10.2020].

9 Wycofanie wymienionych tytułów z rynku prasowego w Polsce wiązało się z ogromnym spadkiem sprzedaży, a tym samym nierentownością czasopism. Być może powodem takiego stanu rzeczy był rozwój mediów społecznościowych, które zaczęły dostarczać zbliżonych informacji do tych drukowanych wcześniej we wspomnianych tytułach.

10 Wobec braku badań nad rynkiem prasy młodzieżowej w Polsce można odwołać się do zestawień publikowanych w punktach sprzedaży prasy. I tak Empik w kategorii czasopism dla młodzieży

W niniejszym artykule analizie poddano jeden rocznik czasopisma (2020), czyli 12 numerów. Do końca 2019 roku „Victor Junior” ukazywał się co dwa tygodnie, dlatego dobór tylko rocznej próby badawczej, ale odnoszącej się do miesięcznika, uznano za słuszny. W pierwszej kolejności zaprezentowane zostaną formy i tematy obecne w każdym numerze i służące propagowaniu wartości ekologicznych. Zalicza się do nich stała rubryka *Zwierzaki*, w jej ramach prezentowane są zarówno gatunki mało znane, jak i bardzo popularni przedstawiciele świata fauny. W analizowanych numerach były to: pantera śnieżna, jemioluska, konik morski, jeź, dorsz bałtycki, pangolin, dzierlatka, mrówkolew, niedźwiedź, borsuk, mrówkojad i jamnik.

Inna stała sekcja poświęcona ekologii w ścisłym znaczeniu tego słowa to *Miej zielone pojęcie*. W kolejnych numerach rocznika 2020 zaprezentowano w niej takie tematy, jak: rola dębów, zmiany klimatu a hodowla kakaowca, polskie zioła i ziołolecznictwo, zagłada wodnych ekosystemów, marnowanie żywności, rola wierzb, susze i pożary lasów, smog, nadmiar ubrań a zanieczyszczenie środowiska, zmiany klimatyczne, zagrożenie oceanów, ekologiczna choinka.

Od kwietnia 2020 roku w „Victorze Juniorze” pojawiła się nowa rubryka – *Odwiedzamy zoo w Warszawie*. Powstanie tego działu nie zostało w żaden sposób skomentowane przez redakcję, ale warto zauważyć, że zbiegło się w czasie z lockdownem wprowadzonym w Polsce 12 marca 2020 roku i zamknięciem szkół oraz wszelkich miejsc rekreacyjnych, w tym ogrodów zoologicznych. Można przypuszczać, że dyrekcja warszawskiego zoo w porozumieniu z redakcją czasopisma zaprosiła w ten sposób w swoje progi młodych czytelników, wrażliwych na sprawy przyrody. Proponowane w tej rubryce tematy dotyczą zarówno funkcjonowania warszawskiego ogrodu zoologicznego (prezent dla zwierząt, ochrona środowiska, wzbogacenia dla zwierząt stosowane w zoo), jak i prezentacji żyjących w nim zwierząt. Bohaterami serii są między innymi żaby i płazy, żyrafy, oryksy, foki, żółwie, pantery śnieżne¹¹, papuga kea.

Oprócz wymienionych działów w każdym numerze znajduje się plakat z jakimś zwierzęciem. Poza tym publikowane są quizy ekologiczne, czytelnicy opowiadają o swoich domowych pupilach, a temat ochrony przyrody, środowiska powraca także przy artykułach dotyczących przyjaźni, podróży itp.

W promowaniu wartości ekologicznych istotną rolę odgrywa nie tylko treść, ale i forma przekazu. Warto wspomnieć tu o powoływaniu się na autorytety związane z prezentowaną tematyką. Nie są to celebryci znani z pierwszych stron gazet mainstreamowych, ale rówieśnicy czytelników, którzy zyskali uznanie za swój nietuzinkowy

prezentuje osiem tytułów: „Victor Junior”, „Victor”, „Cogito”, „Perspektywy”, „BIA”, „Otaku USA”, „Teen Breathe” oraz „Shout”, przy czym trzy ostatnie to inicjatywy zagraniczne. W kategorii Bestsellery 2020 na pierwszym miejscu znajduje się „Victor Junior”; por. <https://www.empik.com/bestsellery/prasa?searchCategory=442101&hideUnavailable=true&sort=topCurrentYear&novelties=novelty&qtype=facetForm> [dostęp: 30.12.2020].

11 Co ciekawe, pantera śnieżna była też bohaterką działu *Zwierzaki* w numerze 1 z 2020 r.

kontakt z przyrodą. Mowa tu między innymi o Neli (rocznik 2005), autorce serii książek i programów telewizyjnych, Szymonie Radzimierskim (rocznik 2006), również autorce książek przygodowych, oraz blogerce Grecie Thunberg (rocznik 2003), aktywistce zaangażowanej w ochronę klimatu, ale również mniej znanych – Mai Mulak (rocznik 2010), założycielce Klubu Ochrony Orangutanów. Wypowiedzi wymienionych postaci mają pokazać, że każdy, niezależnie od wieku, może włączyć się w ochronę planety, jeśli tylko uzna przyrodę za wartość.

Nie przejmuję się takimi komentarzami. Dzieci mogą uratować świat (VJ 1, s. 4).

W rękach takich młodych ludzi jak ja jest zmiana i mamy moc, żeby do niej doprowadzić (VJ 1, s. 7).

Umówiliśmy się, że ci, którym los orangutanów nie jest obojętny, zrezygnują z jedzenia słodczy mających w składzie olej palmowy (VJ 1, s. 5).

Przyjrzymy się teraz wybranym formom językowym, za pomocą których propaguje się wartości ekologiczne w omawianym czasopiśmie. Dla porządku wywodu przyjmuję ujęcie wartości za Elżbietą Laskowską, która uważa, że „wartość jest cechą szeroko rozumianego przedmiotu (może nim być przedmiot materialny, człowiek, czynność, efekt czynności itd.)”¹². Trzeba nadmienić, że wartościowanie w analizowanym czasopiśmie łączy się często z elementem perswazyjnym, a celem ma być wpływanie na czytelnika i przekonanie go do ochrony i poszanowania przyrody. Poza kwestiami aksjologicznymi widać tu związek z funkcją wychowawczą czasopisma. Jednym z wyzwań XXI wieku jest bowiem ukształtowanie pokolenia proekologicznego. Jak pisze Anna Strumińska-Doktór –

dylematem współczesnego wychowania jest konieczność ukształtowania takiego poczucia odpowiedzialności za świat, aby działania, podejmowane zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym, były ściśle kontrolowane i nie wpływały negatywnie na środowisko oraz na człowieka. Efektywne poczucie odpowiedzialności powinno wskazywać proekologiczne zachowania pozwalające chronić środowisko i pozostawić je w zadowalającym stanie następnym pokoleniom¹³.

I właśnie do takich postaw zachęcają twórcy omawianych artykułów. Poniżej dokonano charakterystyki wybranych środków językowych służących wartościowaniu. Skoncentrowano się na elementach pozaleksykalnych, zwłaszcza morfologicznych, do których zalicza się między innymi stosowanie odpowiednich form fleksyjnych czasownika:

- 1. osoba liczby pojedynczej, tryb oznajmujący – ukazywanie własnej mocy sprawczej i możliwości działania jednostki: niezależnie od wieku i zakresu działań ma wpływ na środowisko.

12 E. Laskowska, *Wartościowanie w języku potocznym*, Bydgoszcz 1992, s. 11.

13 A. Strumińska-Doktór, *Dylematy wychowania XXI wieku a rozwój zrównoważony*, „Studia Ecologiae et Bioethicae” 2008, nr 6, s. 359.

Będę zakręcać wodę podczas mycia zębów (VJ 1, s. 27)¹⁴.

Posadzę drzewo (VJ 1, s. 27).

Wyjmę ładowarkę z kontaktu, jeśli nie jest używana (VJ 1, s. 27).

- 2. osoba liczby pojedynczej, tryb oznajmujący – występuje głównie w wypowiedzeniach warunkowych, które pokazują negatywne skutki działań człowieka; w pozostałych zdaniach pojawia się w sąsiedztwie partykuły epistemicznej *może*, dzięki czemu w delikatny sposób zachęca się czytelnika do podjęcia konkretnych inicjatyw na rzecz środowiska.

Kiedy wyrzucasz jedzenie, tracisz nie tylko wydane pieniądze (VJ 5, s. 24).

Jeśli nie masz podobnego miejsca w okolicy [jadłodzielnia – B.G.], może pomyślisz o jego założeniu? (VJ 5, s. 24).

Może sam upieczesz w domu ciasto? (VJ 3, s. 27).

- 2. osoba liczby pojedynczej, tryb rozkazujący – najbardziej sprawcza forma oddziaływania na odbiorcę, czytelnik otrzymuje konkretne instrukcje, listę zadań, które ma wykonać na rzecz przyrody.

Przed wyjściem do sklepu przejrzyj półki i sprawdź, czego w domu brakuje (VJ 5, s. 24).

Nie rób niepotrzebnych zapasów (VJ 5, s. 24).

Czytaj etykiety i sprawdzaj daty ważności (VJ 5, s. 24).

Dbaj o segregację odpadów i wyrzucaj resztki żywności do pojemnika na bio (VJ 5, s. 24).

Bądź świadomym konsumentem – nie kupuj rzeczy dlatego, że mają ładną reklamę (VJ 3, s. 27).

Staraj się jeść produkty naturalne, jak najmniej przetworzone (VJ 3, s. 27).

Ruszaj się! (VJ 3, s. 27).

- 1. osoba liczby mnogiej, tryb oznajmujący – stosowanie tej formuły buduje nić porozumienia między nadawcą a odbiorcą, pokazuje, że wszyscy uczestniczymy w tym samym procesie ratowania przyrody i możemy podejmować te same działania.

Jeżeli wyrzucamy 1 kg wołowiny, to marnujemy 5-10 ton wody (VJ 5, s. 24).

Jeśli kupujemy u rolnika z okolicy, korzystają obie strony. My mamy świeże, zdrowe produkty, których warunki pochodzenia znamy, a rolnik nie musi się martwić o rynek zbytu (VJ 3, s. 12).

- 2. osoba liczby mnogiej, tryb rozkazujący – podobnie jak w przypadku 2. os. l.p. trybu rozkazującego – mamy tu do czynienia z bezpośrednim wywieraniem wpływu na odbiorcę, tym razem zbiorowego.

W najbliższym tygodniu zwróćcie uwagę na skład ubrań, które będziecie nosić (VJ 9, s. 24).

¹⁴ Po każdym przykładzie w nawiasie podano jego lokalizację – numer czasopisma w roczniku 2020 oraz stronę.

Wspierajcie rodzimych przedsiębiorców (VJ 9, s. 24).

Wybierzcie się do sklepu z odzieżą używaną (VJ 9, s. 25).

Zastanówcie się, czy to sensowne przepłacać za ubrania (VJ 9, s. 24).

Odpowiednio dobrane formy czasownika to nie jedyny sposób popularyzowania wartości związanych z ekologią. Omówione dotychczas przykłady wiązały się przede wszystkim z nakłanianiem do konkretnych działań na rzecz środowiska. Kolejną grupę stanowią teksty o charakterze poznawczym dotyczące świata fauny i flory. Tu warto zwrócić uwagę na sposób opisu bazujący nie tyle na wiedzy faktograficznej, ile na nieznanym ciekawostkach dotyczących popularnych roślin i zwierząt lub związanych z nieznanymi gatunkami. Język opisu jest zaś bardzo przystępny, o czym świadczy między innymi obecność wyrażen o nacechowaniu potocznym. Sprawiają one, że tekst, nawet jeśli zawiera w sobie trudne, nowe informacje o danym gatunku, staje się łatwiejszy w odbiorze, bardziej przyjazny, a czytelnika nie zniechęca nadmiar wyszukanych terminów naukowych.

Trzymaj się z daleka! Jestem jaskrawa! Smakuję okropnie! [o biedronce] (VJ 5, s. 36).

Te żarłoczne owady jedzą non stop, nie przerywają ani na chwilę (VJ 5, s. 36).

Zastanówcie się, czy sami nie „psujecie” w podobny sposób zwierząt (VJ 9, s. 33).

Jak ma poderwać dziką niedźwiedzicę, kiedy umie tylko cyrkowe tańce? (VJ 9, s. 33).

Towarzyska, kolorowa i bardzo żarłoczna [jemiołuszka] (VJ 2, s. 33).

Z pełnym brzuchem ciężko latać na duże odległości, więc doskonałą przemianę materii (VJ 2, s. 34).

Jeśli zobaczycie na trawniku jemiołuszkę, która ledwo człapie, to znaczy, że zjadła za dużo sfermentowanych owoców i jest lekko pijana! ☺ (VJ 2, s. 35).

Jak poznać „eko-ściemę”? (VJ 3, s. 13).

W przedostatnim przykładzie zwraca uwagę obecność emotikonu – taki zabieg stosowany jest dość często jak na standardy tradycyjnej prasy. Dzięki obecności „buziek” łatwiej autorom zyskać przychylność młodego czytelnika przyzwyczajonego zazwyczaj do korzystania z mediów elektronicznych i oferowanego przez nie pisma obrazkowego.

Poza stylem potocznym w krzewieniu wartości ekologicznych ważne miejsce odgrywa także terminologia naukowa. Tę jednak autorzy tekstów prezentują w bardzo przystępnej formie – ze specjalnymi wyróżnikami graficznymi dla słów trudnych, ale wartych zapamiętania. Tworzone w ten sposób definicje są atrakcyjne wizualnie, a także poszerzają wiedzę odbiorcy na dany temat.

Nic zatem dziwnego, że następuje synantropizacja przyrody. Co oznacza ten termin? Proces dostosowywania się roślin i zwierząt do życia w środowisku zmienionym przez człowieka (J 6, s. 9).

Hydrologia to dział geografii zajmujący się badaniem wody pod każdą postacią, w jakiej występuje w środowisku przyrodniczym (VJ 7, s. 16).

Fitoplankton to sinice i organizmy roślinne, które można dostrzec dopiero pod mikroskopem. Żyją w wodzie i przemieszczają się zgodnie z ruchem fal. Odnosi się do tego nazwa utworzona od greckich słów oznaczających błędzącą, dryfującą roślinę (VJ 11, s. 28).

Do bardzo ważnych prezentacji należą opisy zwierząt i roślin. Dzięki nim odbiorca ma polubić otaczające go elementy przyrody, zapoznać się z nimi, a nawet zaprzyjaźnić. Odpowiednie ukształtowanie tekstu, który między innymi łączy w sobie wiedzę naukową z elementami potocznymi, a także ciekawostkami, sprawia, że czytelnik otrzymuje wartką opowieść, wielokrotnie stylizowaną na jakiś gatunek literacki czy użytkowy.

– ŻYCIORYS: Louis, zdrobniale Louie, to chyba najbardziej znany jamnik świata. Urodził się w dniu, w którym jego przyszła właścicielka, Adele, była na koncercie Britney Spears. I pewnie nazywałby się Britney, gdyby był suczką. Płeć jednak zobowiązuje, więc Adele nadała mu imię Louis (VJ 12, s. 33).

– SYLWETKA: po górach chodzi jak najlepszy taternik. Ma doskonały węch – wyczuje kozicę, która zginęła w lawinie śnieżnej. Niestety, znajdzie także papierki po cukierkach, które w górach „zgubili” ludzie. Potrafi włamać się do samochodu, w którym coś mu smacznie pachnie (VJ 9, s. 33)¹⁵.

– REKLAMA: Ogród deszczowy – 6 × tak! 1. Zbiera wodę. 2. Zapobiega podtopieniom. 3. Filtruje wodę. 4. Zwiększa retencję, czyli ilość zgromadzonej wody na danym terenie. 5. Poprawia wygląd okolicy. 6. Każdy może go założyć (VJ 6, s. 20).

Za ciekawy zabieg należy uznać także autoprezentację – zwierzęta same mówią o sobie, użyta jest zatem narracja pierwszoosobowa, co służy skróceniu dystansu.

Ropucha Aga to ja! A wiecie, z czego słyngę? Z żarłoczności! Potrafię zjeść ogromną ofiarę, np. wielkości chomika lub ptaszka (VJ 4, s. 14).

Mam na imię Justyna i przyjechałam z Pragi w sierpniu 2018 roku. Trochę jeszcze boję się nowości, obcych osób, sprzętów i zachowań. Każdy nowy obiekt dogłębnie analizuję. Mam dwie koleżanki, Malawi i Anastazję, które przyjechały z Liberca. Są bardzo wesołe i ciekawskie [żyrafa] (VJ 7, s. 9).

Nie sposób przedstawić w krótkim tekście wszystkich aspektów związanych z pozytywnym wartościowaniem przyrody i ekologii obecnych w „Victorze Juniorze”. Nie wspomniano jednak dotąd o jednym z najważniejszych elementów, wiążącym się bezpośrednio z zachowaniem dzieci, a mianowicie o odpowiedzialności za zwierzęta

15 Magdalena Steciąg zwraca uwagę, że w dyskursie publicznym, a także w codziennej komunikacji upowszechnia się mówienie o zwierzętach i roślinach jako ludziach, a w ich opisach uwzględnia się całe schematy kompozycyjne zarezerwowane dotąd dla człowieka, jak np. sylwetka (por. M. Steciąg, *op. cit.*, s. 322). Wydaje się, że antropomorficzny opis świata pozaludzkiego dziś stał się faktem. Potwierdzają to wszystkie teksty o tematyce przyrodniczej publikowane w „Victorze Juniorze”. Rodzi się zatem pytanie, czy nie doszło do pewnego przewartościowania, czy nadal życie ludzkie jest podstawową wartością porządkującą hierarchię pozostałych? A może ludzkość znalazła się w sytuacji, w której nie ma uniwersalnej hierarchii wartości i każdy sam dokonuje uporządkowania aksjologicznego? Warto postawić pytanie, czy posiadanie psa, kota, które chyba należałoby uznać w większości za zaspokojenie potrzeb natury hedonistycznej, nie staje się dla wielu wartością duchową, a może i witalną?

domowe, takie jak psy, koty, chomiki *etc.* Autorzy tekstów zwracają uwagę na sposób żywienia pupili, na warunki, w jakich powinny przebywać, konieczność odwiedzania weterynarza itp. To bardzo ważne, dzieci często chcą mieć zwierzątko, które najpierw traktują jako zabawkę, a z czasem o nim zapominają. Obok kształtowania zamiłowania do przyrody omawiane teksty uczą również odpowiedzialności. Przekaz wzmocniony jest przez przymiotniki waloryzujące kontekstowo.

Zwierzęta są naszymi przyjaciółmi. O przyjaciół dbamy, zależy nam na nich. Ze zwierzakami powinno być podobnie (VJ 12, s. 18).

Pies niewybiegany to pies nieszczęśliwy, a z czasem i bardziej otyły, a może i chory (VJ 2, s. 15).

Nie traktuj zwierząt jak zabawki. Twój zły dzień nie może odbić się na twoim zwierzaku (VJ 10, s. 19).

Warto w tym miejscu wspomnieć o odniesieniach kulturowych, których w analizowanych tekstach jest dużo. Autorzy odwołują się do semantyki wartości znanej dzieciom od najmłodszych lat. Mowa o pozytywnym wartościowaniu zwierząt domowych. Widać to choćby na przykładzie leksemu PIES. Zgodnie z opisem zawartym w *Słowniku symboli* kojarzony jest on z wiernością, przyjaźnią, odwagą, ochroną, czujnością¹⁶. To cechy ważne dla dorastających i kształtujących swoją moralność młodych ludzi, utożsamiane z dobrym przyjacielem, a za takiego uchodzi właśnie pies. W świadomości dzieci i młodzieży występują bowiem określone konotacje, co należy łączyć z odpowiednim traktowaniem ekologii jako wartości.

Powyższa analiza sposobów, w jaki czasopismo kierowane do dzieci / młodzieży w wieku 10-12 lat kształtuje postawy ekologiczne i pokazuje przyrodę jako wartość, pozwala na wyciągnięcie kilku wniosków. Najważniejszy dotyczy obecności samej problematyki ekologii w tytule prasowym kierowanym do osób, które według powszechnej opinii uważa się za pokolenie „skazane na internet”. Tymczasem aktywność czytelników, listy, e-maile, esemesy pisane przez nich do redakcji pokazują, że są to młodzi ludzie bardzo wrażliwi na kwestie ochrony środowiska. Jest ono dla nich wartością, mają poczucie, że powinni być za nie odpowiedzialni. Ważnym aspektem jest budowanie poczucia wspólnotowości, a jednocześnie sprawczości – nawet dziesięcioletek (a i młodsze dziecko) jest w stanie podjąć konkretne działania, zaproponowane przez twórców artykułów. Po raz kolejny widać realizację prognostycznych opisów wspomnianej wielokrotnie M. Steciąg, która tak pisała o polskim dyskursie ekologicznym: „empatia jako zasada dyskursywna w obrazowaniu dyskursu ekologicznego wyznacza ekologom i zagadnieniom ekologicznym w debacie publicznej wyjątkowe miejsce, czyniąc z nich postaci i problemy niecodzienne, a jednocześnie bliskie adresatowi wypowiedzi”¹⁷.

Według danych *Barometru zrównoważonego rozwoju* w latach 2010-2014 środowisko było dla Polaków wartością instrumentalną, nie stanowiło więc wartości samej w sobie.

16 W. Kopaliński, *Słownik symboli*, Warszawa 1999, s. 317-320.

17 M. Steciąg, *op. cit.*, s. 254.

Wyniki badań świadczą o tym, że przyroda jest dla grup ankietowanych bardziej wartością uznaną niż realizowaną, a towarzyszy temu stosunkowo niski poziom wiedzy przyrodniczej¹⁸. „Victor Junior” próbuje zmienić te statystyki – przyroda i ekologia jest dla jego czytelników wartością samą w sobie, natomiast redakcja czasopisma prowadzi ożywioną działalność edukacyjną i dąży do zwiększenia zarówno wiedzy poznawczej, jak i wiedzy w działaniu młodych odbiorców.

LITERATURA CYTOWANA

- Falencka-Jabłońska M., *Popularyzacja wiedzy przyrodniczej i skuteczność edukacji ekologicznej młodego pokolenia*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2017, nr 4.
- Grzmil-Tylutki H., *Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy*, Kraków 2010.
- Kopaliński W., *Słownik symboli*, Warszawa 1999.
- Kwiatek A., Skiba M., *Świadomość ekologiczna młodych ludzi*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” 2017, nr 28, t. 2.
- Laskowska E., *Wartościowanie w języku potocznym*, Bydgoszcz 1992.
- Steciąg M., *Dyskurs ekologiczny w debacie publicznej*, Zielona Góra 2012.
- Strumińska-Doktor A., *Dylematy wychowania XXI wieku a rozwój zrównoważony*, „Studia Ecologiae et Bioethicae” 2008, nr 6.

Ekologia jako wartość – językowe środki wartościujące w wybranych artykułach w czasopiśmie „Victor Junior”

STRESZCZENIE: Ekologia stanowi istotny element życia współczesnego człowieka, a kształtowanie postaw proekologicznych należy rozpoczynać już od najmłodszych lat życia. Z taką inicjatywą wychodzi między innymi czasopismo „Viktor Junior” (adresowane do dzieci w wieku 10-12 lat), które na swoich łamach wiele miejsca poświęca zagadnieniom przyrody, ochrony środowiska itp. W artykule analizie poddano wybrane artykuły dotyczące problematyki szeroko pojmowanej przyrody opublikowane w roku 2020. Przyjrano się środkom językowym, za pomocą których dokonywane jest pozytywne wartościowanie zarówno postaw proekologicznych, jak i środowiska naturalnego. Badania pokazały, jak w prosty i nienachalny, odarty z patosu sposób można przekazywać wartości ekologiczne młodemu pokoleniu.

SŁOWA KLUCZOWE: wartości w wychowaniu – postawa proekologiczna – językowe środki wartościowania – czasopisma dla młodzieży

Ecology as a value – linguistic means of expressing values in selected articles in Victor Junior journal

SUMMARY: Ecology is an important element of modern human life, and shaping pro-ecological attitudes should start from an early age. Such an initiative comes from, among others, *Viktor Junior* magazine (addressed to children aged 10-12), which devotes a lot of space to the issues of nature, environmental protection, etc. The author of the article analyses selected articles (from 2020) on broadly understood nature. She shows the linguistic means by which a positive evaluation of pro-ecological attitudes and the natural environment is made. The research has shown how to pass ecological values to the young generation in a simple and non-intrusive way devoid of pathos.

KEYWORDS: values in education – pro-ecological attitude – linguistic means of values – magazines for young people

¹⁸ Cyt. za: M. Falencka-Jabłońska, *Popularyzacja wiedzy przyrodniczej i skuteczność edukacji ekologicznej młodego pokolenia*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2017, nr 4, s. 152.