T. XXVI (2023) Z. 1 (69)
ISSN 1509-1074
10.24425/rhpp.2023.144643

ROCZNIK
HISTORII PRASY POLSKIEJ

Ecology in the edutainment discourse in children's and parenting magazines (*Kukbuk Dzieciaki*, 2017–2021)

Ekologia w edukacyjno-rozrywkowym dyskursie prowadzonym na łamach prasy przeznaczonej dla dzieci i ich rodziców („Kukbuk Dzieciaki" 2017–2021)

Bogumiła STANIÓW

Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Uniwersytet Wrocławski
pl. Uniwersytecki 9/13
PL 50-137 Wrocław
e-mail: bogumila.staniow@uwr.edu.pl
https://orcid.org/0000-0002-2562-2848

KEY WORDS:
Childrens' and parenting magazines, environmental education, lifestyle magazines, *Kukbuk Dzieciaki*

SŁOWA KLUCZOWE:
ekologia, czasopisma dla dzieci, „Kukbuk Dzieciaki", pisma lifestylowe

ABSTRACT
Ecological themes have now become a major topic in children's books and magazines. In 2017–2021 the learn-and-play magazine *Kukbuk Dzieciaki* (*Cookbook Kids*), aimed at educating a more aware and knowledgeable food consumer, also gave a lot of attention to the promotion of eco-friendly habits. The article analyzes the publisher's strategy of combining the didactic purpose ('saving the planet' and teaching good dietary habits) with the commercial side of his enterprise.

ABSTRAKT
Tematyka ekologiczna jest obecna współcześnie zarówno w książkach, jak i w czasopismach dla dzieci. W latach 2017–2021 „Kukbuk Dzieciaki", jako pismo kształtujące postawę świadomego i wytrawnego odbiorcy kulinariów, a także promujące edukację i dobrą zabawę zamieszczało również materiały dotyczące proekologicznych zachowań. Artykuł ukazuje strategie wydawcy, który próbuje godzić komercyjny charakter pisma z misją popularyzowania ochrony planety i prawidłowych nawyków żywieniowych.

Streszczenie

„Kukbuk Dzieciaki" to rocznik wydawany przez spółkę magazynu kulinarnego „Kukbuk" jako jeden z dodatków (wydań specjalnych) do pisma o charakterze familijnym, przeznaczony dla dzieci i ich opiekunów. Tytuł prezentuje kierunek lifestylowy, kulturalno-kulinarny, promujący jedzenie i dobrą zabawę dzieci oraz rodziców koncentrującą się zasadniczo wokół zagadnień kuchni i stołu. W kilkuletniej historii czasopisma coraz ważniejszą pozycję w poruszanych tematach odgrywała ekologia i zrównoważony rozwój planety. Artykuł omawia wątki związane z proekologicznymi zachowaniami poruszanymi w czasopiśmie i sposobami ich wyrażania (teksty, ilustracje, materiały zabawowe). Ukazano strategie redakcji, która próbuje łączyć wyraźnie komercyjny charakter pisma z edukacją proekologiczną (np. świadome i odpowiedzialne zakupy, wybór określonych produktów do jedzenia, zdrowe odżywianie) zarówno dzieci, jak i ich rodziców i opiekunów. W celu oceny stopnia nasycenia treści dotyczących szeroko rozumianej ekologii zastosowano metodę analizy zawartości wszystkich dotychczas wydanych, pięciu numerów pisma (2017–2021).

Wprowadzenie

Zarówno książki o tematyce ekologicznej, jak i kulinarne dla dzieci zdobywają polski rynek wydawniczy ostatnich lat[1]. Właściwie od przełomu w produkcji książki dziecięcej w Polsce, tj. od 2000 roku[2], oba nurty rozwijają się rytmicznie. Czytelnicy mają do wyboru ciekawe publikacje popularnonaukowe oraz te sytuujące się na pograniczu, typowe dla literatury dziecięcej, które w zbeletryzowany sposób przedstawiają problemy współczesnego świata. Ten dziecięcy dyskurs ekologiczny przybiera obecnie bardzo konkretny wymiar, na rynku wydawniczym mamy szeroką gamę publikacji poruszających w ciekawy sposób istotne problemy dotyczące środowiska i proekologicznych zachowań (problem nadmiernej produkcji śmieci, efektu cieplarnianego itp.). Zagadnienia o zabarwieniu ekologicznym zawsze były obecne na łamach czasopism dla dzieci, np. jako szeroko rozumiana ochrona przyrody, potem edukacja proekologiczna. Jednak temat obecności wątków ekologicznych na łamach czasopism dziecięcych nikt wcześniej nie opracował ani nawet nie przeanalizował. Tymczasem coraz częściej mówi się o zróżnicowanym oddziaływaniu na młodego człowieka w procesie szeroko rozumianej edukacji ekologicznej: takie pojęcia, jak „ecoliteracy"[3], „ecological literacy"[4], „ecomedia literacy"[5] czy „ecological

[1] Jednym z dowodów na popularność tematyki ekologicznej w literaturze dla dzieci może być zorganizowanie przez Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego w dn. 17–19 czerwca 2022 r. międzynarodowej konferencji pod nazwą *Zwrot ekologiczny w badaniach literatury dziecięcej i młodzieżowej. Czytanie — doświadczanie — emocje. Książki dla dzieci i młodzieży — teoria i praktyka odbioru*. Przedstawione referaty ukazywały ważność i różnorodność tej tematyki nie tylko na polskim rynku. Tematyka kulinarna również jest coraz częściej podejmowana przez pisarzy dla dzieci; zob. B. Staniów, *Od konsumenta do fachowca (o tendencjach we współczesnej książce kulinarnej dla młodych czytelników)*, „Literatura Ludowa. Journal of Folklore and Popular Culture" 2022, vol. 66, nr 1, s. 25–38.

[2] *Po potopie. Dziecko, książka i biblioteka w XXI wieku. Diagnozy i postulaty*, red. nauk. D. Świerczyńska-Jelonek, G. Leszczyński i M. Zając, Warszawa 2008.

[3] M.K. Stone, *Smart by nature: schooling for sustainability*, California 2009.

[4] D.W. Orr, *Ecological literacy: education and the transition to a postmodern world*, Albany, N.Y. 1992.

[5] A. López, *Ecomedia literacy. Integrating ecology into media education*, New York, N.Y. 2021; *Mediating nature: the role of technology in ecological literacy,* ed. by S.I. Dobrin, S. Morey, [S.l.] 2021.

intelligence”[6] zakładają „uekologicznienie” procesu dydaktycznego oraz poruszanie tematów ochrony przyrody i środowiska, życia w zgodzie z naturą w różnych innych sytuacjach, nie tylko dydaktycznych, z wykorzystaniem różnorodnych środków, metod i technologii. Włączanie się w ten kurs czasopism dla dzieci należy uznać za oczywiste, potrzebne i godne obserwacji, mimo że korzystanie z prasy nie jest już współcześnie praktyką tak powszechną i regularną jak niegdyś[7]. Na tle toczących się ekokrytycznych dyskursów i ich kolejnych fal oraz odłamów (zwłaszcza tych ostatnich, które w trzeciej fali postulują sprawczość)[8] rośnie znaczenie tekstów publikowanych w czasopismach. Ich poradnikowy, edukacyjny, ale również literacki charakter nawiązuje do charakterystycznego współcześnie podejścia, które ewoluuje od początkowego nastawienia na opis natury, środowiska, najbliższego otoczenia do działania — zmierzania ku racjonalnemu współistnieniu, harmonii, poszanowaniu tego, co znajduje się wokół nas. Jak pisze Justyna Tabaszewska:

> relacyjność, sieciowość, współzależność, wzajemne powiązania w obrębie jak najszerzej rozumianego środowiska, środowiska, które ma być miejscem wspólnym dla wszystkich, nie zaś przestrzenią zawłaszczenia i dominacji — to w dużym uproszczeniu przedmiot oraz zakres ekokrytycznych badań[9].

Dyskurs kulinarny zaś ewoluował od przeważających przed laty książek o sposobach samodzielnego przygotowywania posiłków[10] do popularnej w tej chwili tematyki zdrowego odżywiania i diet[11] oraz kuchni regionalnych, globalnych, wysublimowanych itp.[12] Tematyka kulinariów raczej rzadko pojawiała się w czasopismach dla dzieci w sensie ogólniejszym, częściej tylko jako rubryka porad z przepisami (na ogół w periodykach dla dziewcząt).

---

[6] D. Goleman, L. Bennett, Z. Barlow, C. Sly, *Eco literate: how educators are cultivating emotional, social, and ecological intelligence*, San Francisco 2012.

[7] B. Staniów, K. Biernacka-Licznar, *The press without children, children without press?: modern magazines for children in Poland*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2013, nr 2 (11), s. 49–67.

[8] J. Tabaszewska, *Ekokrytyczna (samo)świadomość*, „Teksty Drugie” 2018, nr 2, s. 11.

[9] Tamże, s. 12.

[10] Zob. A. Has-Tokarz, *Książki kucharskie i (około)kulinarne dla dzieci i młodzieży w Polsce w latach 1945–1989: teksty — funkcje — konteksty*, Lublin 2016; J. Habiak, B. Staniów, *Książki o tematyce kulinarnej dla dzieci w Polsce w latach 1989–2015: analiza repertuaru wydawniczego*, [w:] *Inspiracje czytelnicze w życiu młodego pokolenia*, red. nauk. M. Antczak, Warszawa 2017, s. 139–160.

[11] Np. B. Staniów, *Książki dla małych celiaków — poradniki zachowania zdrowia, psychicznego wsparcia i społecznej inkluzji*, „Czy Tam/Czy Tu: Literatura Dziecięca i jej Konteksty” 2021, nr 1–2, s. 69–83, http://www.ctct.polonistyka.uj.edu.pl/documents/122190295/135839310/CTCT_2021.pdf/0037cca0-3278-485e-82fc-f4abcf230b64 [dostęp: 16.09.2022].

[12] Np. B. Staniów, *Od konsumenta…*

„Kukbuk Dzieciaki" i jego proekologiczny charakter

W 2017 r. wydawca „Kukbuka" — magazynu o charakterze kulturalno-kulinarnym — zdecydował o redagowaniu pisma o podobnym charakterze, skierowanego do dzieci i ich rodziców. Tak powstał „Kukbuk Dzieciaki"[13] — czasopismo dla dzieci o charakterze lifestylowym[14], które było nowością na polskim rynku. Po raz pierwszy do rąk młodych czytelników trafiło pismo poświęcone kulinariom. Wydawany raz do roku w formacie 30,5 x 23,5cm (2017–2020) i 26,5 x 21,5cm (2021), w objętości od 130 (2017) do 160 stron (2018–2021), na dobrym papierze, z półtwardą okładką, stylowymi wyklejkami, tasiemkową zakładką, z dużą liczbą wielobarwnych, czasem całostronicowych ilustracji, jest przeznaczony dla całej rodziny. Cena poszczególnych numerów wzrosła ostatecznie od 26 do 32 zł, jednak biorąc pod uwagę sposób wydania i przeznaczenie, wydaje się ona jak najbardziej uzasadniona. Podobnie jak wersja dla dorosłych; czasopismo sytuuje się na pograniczu periodyku, albumu, książki kucharskiej, poradnika dizajnu związanego z kuchnią i jedzeniem, a także dobrze znanych młodym czytelnikom książek twórczych, tzn. takich, w których oni sami, na specjalnie przeznaczonych do tego stronach (na ogół końcowych, tu — Bazgrolnik), mogą zamieszczać swoje prace i współtworzyć swój osobisty numer czasopisma. Sporo w „Kukbuk Dzieciaki" artystycznych inspiracji. Redakcja składa się z osób dorosłych pod wodzą Darii Pawlewskiej, głównej redaktorki i wydawczyni oraz z dzieci młodszych i starszych („Mała Redakcja"), które mają wpływ na jego kształt, współtworzą w różnym stopniu kolejne numery, dostarczając tematów i pisząc własne teksty. Redakcji bardzo zależało na tym, aby włączyć młodych miłośników kuchni do współtworzenia pisma. Dlatego w pierwszym numerze wyjaśniano:

[13] Użycie w nazwie czasopisma słowa „dzieciaki" — o zabarwieniu potocznym i ekspresywnym jest oczywiście zgodne z obecną modą językową, ale z drugiej strony może być odebrane jako komunikat o niedorosłości, niedoskonałości małego odbiorcy.

[14] Tej kategorii nie wyróżnia B. Niesporek-Szamburska w swoim rozdziale poświęconym współczesnym periodykom dziecięcym, jednak wydaje się, że opisywany tu „Kukbuk Dzieciaki" jest pionierem tego typu czasopism. Por. B. Niesporek-Szamburska, *Czasopisma dla dzieci i młodzieży*, [w:] *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*, t. 2, red. K. Heska-Kwaśniewicz, Katowice 2009, s. 27–45. Jedna z największych sieci księgarskich w Polsce wyodrębnia w ofercie tytułów prasowych „magazyny luksusowe i lifestylowe". Sposób wydania „Kukbuk Dziecaki" (duży format, dobry papier, ciekawa szata graficzna, dość wysoka cena) pozwala zakwalifikować go do tej kategorii. Wydawca określa (na stronie internetowej) „Kukbuk" z 2021 r. jako „Dwumiesięcznik kulturalno-kulinarny. Stanowi elegancki i artystyczny album o jedzeniu w Polsce. Znajdziemy w nim intelektualną ucztę, stół pełen prostych, ale też wiele ciekawych przepisów oraz piękną szatę graficzną. Tworzony jest przez autorów, dla których dobra kuchnia to sposób na życie i zmysłowa podróż pełna odkryć i niespodzianek". „Kukbuk Dzieciaki" z tego samego roku otrzymał opis: „Eleganckie wydanie specjalne lifestylowego magazynu kulinarnego" (w dalszych przypisach posługuję się skrótem „KD").

> Ponad rok temu wykiełkowała w naszych głowach myśl, aby stworzyć wydanie specjalne „KUKBUK Dzieciaki", w którym władzę oddajemy dzieciom. Są to rządy demokratyczne i otwarte na dialog z dorosłymi. Razem podjęliśmy wyzwanie i powstał magazyn, jakiego jeszcze nie było. Taki, z którego będą korzystać i duzi, i mali. Książka do twórczych zabaw z listą eksperymentów pomagających lepiej zrozumieć świat. Punktem wyjścia jest jedzenie. Tworzymy przestrzeń do wspólnych zabaw. Chcemy, żeby dzięki tej publikacji dzieci i dorośli spędzali jak najwięcej czasu razem, bo to ogromna przyjemność. Siła wyobraźni najmłodszych płynie jak chmury na niebie — tam gdzie chce. Dzięki „Małej Redakcji" zeszliśmy z utartych kulinarnych szlaków i wspólnie odkryliśmy, jak inaczej można myśleć o jedzeniu. Wierzymy, że z każdą stroną będziecie nabierać ochoty na więcej. I pamiętajcie o tym, że czytanie przy jedzeniu to nie faux pas[15].

Przeważająca objętościowo część przeznaczona jest tylko dla dzieci, ale stały dział skierowany do dorosłych. Niektóre teksty nadają się do wspólnego czytania i rozmów na ważne tematy. „Kukbuk Dzieciaki" nie odpowiada na popularne komercyjne zapotrzebowanie na czasopisma z dodatkami — gadżetami z bohaterami filmów czy gier, jednak jego rynkowy charakter widać po liczbie reklamodawców ogłaszających się na łamach pisma i, chcąc nie chcąc, współtworzących jego wizerunek. Familijny i lifestylowy charakter tego magazynu może mieć niebagatelny wpływ na lansowanie określonych zachowań, jednak:

> Podejmując problematykę analizy tekstów kultury popularnej, nie można pominąć faktu, że fundamentalne wzory zachowań są przekazywane właśnie w dzieciństwie, bo dzieciństwo jest tym okresem, w którym kształtują się fundamentalne postawy społeczne. Postawy te dziecko zdobywa w wyniku uczestnictwa w kulturze i odbiorze tekstów kultury popularnej[16].

„Kukbuk" w wydaniu dla dorosłych i jego portal internetowy programowo deklarują wyraźne nachylenie proekologiczne: „Nasze myśli, jak co roku, krążą wokół planety i wpływu człowieka na jej kondycję. Zastanawiamy się, co możemy jeszcze zrobić, zanim będzie za późno"[17].

Do analizy wątku ekologicznego w „Kukbuk Dzieciaki" skłonił mnie widoczny w wielu miejscach edukacyjny jego charakter. Jest to podejście nienachalne i bardzo pomysłowe. Poznawanie tajników i uroków kuchni z tym czasopismem może być prawdziwą przyjemnością i dobrą zabawą dla młodego czytelnika. Wystarczy spoj-

---

[15] Duża Redakcja, KD 2017 [z odwrocia strony tytułowej].

[16] E. Piecuch, *W gąszczu dziecięcych potrzeb — znaczenie edukacyjne tekstów kultury popularnej na podstawie czasopisma dla dzieci pod tytułem „Świerszczyk"*, „Kultura — Społeczeństwo — Edukacja" 2019, t. 16, nr 2, s. 131–132.

[17] https://kukbuk.pl/sklep/sklep-kukbuk-dzieciaki/) [dostęp: 15.03.2022].

rzeć na sposób, w jaki prezentuje się redakcja w stopce redakcyjnej każdego numeru, a zwłaszcza na wytłumaczenie samego terminu „stopka redakcyjna":

> Stopka redakcyjna — to takie miejsce na łamach gazety, gdzie wymienione są osoby, które postawiły swoją stopę w redakcji, odcisnęły swój ślad na zawartości gazety albo maczały paluszki w jej powstaniu, czyli: redaktorzy, autorzy tekstów, graficy, wydawca i inni. W stopce znajduje się też adres redakcji oraz wydawnictwa, na wypadek gdyby czytelnik chciał cos ciekawego im przesłać lub przydreptać tam na własnych stopach[18].

Celem tego artykułu jest więc zbadanie, czy i na ile wersja dla dzieci realizuje politykę proekologiczną rozwoju pisma, jakimi odbywa to metodami i środkami, na ile jest spójne z komercyjnym charakterem tego tytułu, który opiera swoje funkcjonowanie na licznym gronie sponsorów i reklamodawców, nie zawsze reprezentujących postawę sprzyjającą ochronie naturalnego środowiska i dbałości o zdrowie człowieka, a zwłaszcza — jak się wydawało po pierwszym oglądzie pisma — zdrowemu odżywianiu. Pozostaje ono przecież współcześnie również wskaźnikiem zachowań proekologicznych, a przejawia się np. w ograniczaniu spożycia mięsa (ślad węglowy i korzyść dla organizmu), wybieraniu produktów z upraw i hodowli zrównoważonych, ekologicznych, bliskich miejscu zamieszkania, unikaniu śmieciowego jedzenia, dbałości o zbilansowaną dietę. Zagadnienia zrównoważenia środowiskowego są również traktowane jako jedna z kompetencji kluczowych w edukacji formalnej i nieformalnej młodego obywatela.

Już wstępny pobieżny przegląd pięciu wydanych dotąd roczników (za lata 2017–2021) „Kukbuk Dzieciaki" odsłonił brak uporządkowanej „linii ekologicznej" — taktyki redakcji w upowszechnianiu proekologicznych treści i wartości oraz niewykorzystanie do tego celu stałych działów skierowanych do rodziców. Skoncentruję się więc na tematyce oraz formie artykułów poświęconych ekologii i zdrowemu żywieniu oraz dynamice ich publikowania, a także na (nie)spójności informacji przekazywanych przez pismo w kontekście jego komercyjnego charakteru.

W pięciu rocznikach czasopisma odnotowano w badanym okresie ponad 20 artykułów poświęconych szeroko rozumianej tematyce ekologicznej, nie tylko dotyczącej kulinariów.

Zamieszczanie tych treści nie było równomierne — w pierwszych numerach pojawiały się sporadycznie (w 2017 nie ma ich w ogóle, w 2018 — 2). Rok 2019 jest najbardziej obfitym numerem — aż 14 tekstów różnej objętości poświęcono tematyce proekologicznej. Lata 2020 i 2021 to znowu wyhamowanie tego kursu. W roku 2020 publikowano tylko 2 teksty, tematem nadrzędnym rocznika były bowiem samodzielność i dorosłość, a w 2021 — 4.

[18] *Stopka redakcyjna*, „KD" 2017, s. 129.

Partie tekstu przeznaczone tylko dla rodziców zostały umieszczone w stałym dziale „Strefa rodzica". Problematyka ekologiczna właściwie w nich nie występuje; wyjątkiem jest felieton Julii Pańków *Rzeczy odzyskane* („KD" 2019, s. 58), dotyczący przerabiania śmieci na produkty codziennego użytku. Dominują zagadnienia wychowawcze, wyjaśniane przez psycholożki dziecięce, terapeutów, dziennikarzy oraz specjalistów różnych branż.

Ekologicznie

Tematyka proekologiczna zaczęła się pojawiać na łamach pisma od 2018 roku i trzeba przyznać, że zarówno pod względem treści, jak i grafiki była poruszana w dość profesjonalny sposób. Przykładem mogą być dwa artykuły ze wspomnianego rocznika: jeden dotyczący kompostownika[19], drugi — znaczenia pszczół w naszym ekosystemie[20]. W 2019 roku znajdziemy najwięcej tekstów związanych z ekologią, a do szczególnie udanych należy zaliczyć te, które proponowały pomysły dość oryginalne. Dorosłych przekonywano, jak ważne jest to, by nauczyć dzieci, jak dawać popularnym, domowym odpadom drugie życie[21], a „Mała Redakcja" pisma pod wodzą Julii Pańków (instruktorka rękodzieła) urządziła warsztaty, które uczyły tego w praktyce[22]. Na łamach pisma są fotorelacje z tych działań, a na następnych stronach szczegóły: jak uprawiać warzywa z resztek?[23], jak zrobić torbę ze starego T-shirtu?[24], jak dać życie zużytej koszulce?[25], jak przyrządzić ocet z jabłek?[26], jak zrobić lampion z kartonu po mleku?[27], co zrobić z foliowej torebki[28] czy z wytłaczanki po jajkach?[29]. Tłumaczono, czym jest ślad węglowy i dlaczego warto kupować rozważnie zarówno żywność, jak i inne produkty (teksty sponsorowane przez H&M)[30], gdyż nadmierne

[19] *Kompostownik i mali pomocnicy*, „KD" 2018, s. 26–27.

[20] *Przyjaźń na całe życie*, „KD" 2018, s. 42–43; *Pszczoły w mieście*, „KD" 2018, s. 44–46.

[21] J. Pańków, *Rzeczy odzyskane*, „KD" 2019, s. 58. Ten temat podjęto też w 2021 r., kiedy to uczono jak zrobić samodzielnie doniczkę z pustych kartonów po napojach (*Zaprojektuj doniczkę*, „KD" 2021, s. 150–151).

[22] M. Olszewska, *Odpady do podziwiania*, „KD" 2019, s. 40–41.

[23] Tejże, *To jeszcze nie koniec! Czyli domowa uprawa z warzywnych resztek*, „KD" 2019, s. 26–28.

[24] *Jak zrobić torbę ze starego T-shirtu*, „KD" 2019, s. 44–46.

[25] *Drugie życie koszulki*, „KD" 2019, s. 47–48.

[26] *Ocet z jabłek*, „KD" 2019, s. 49.

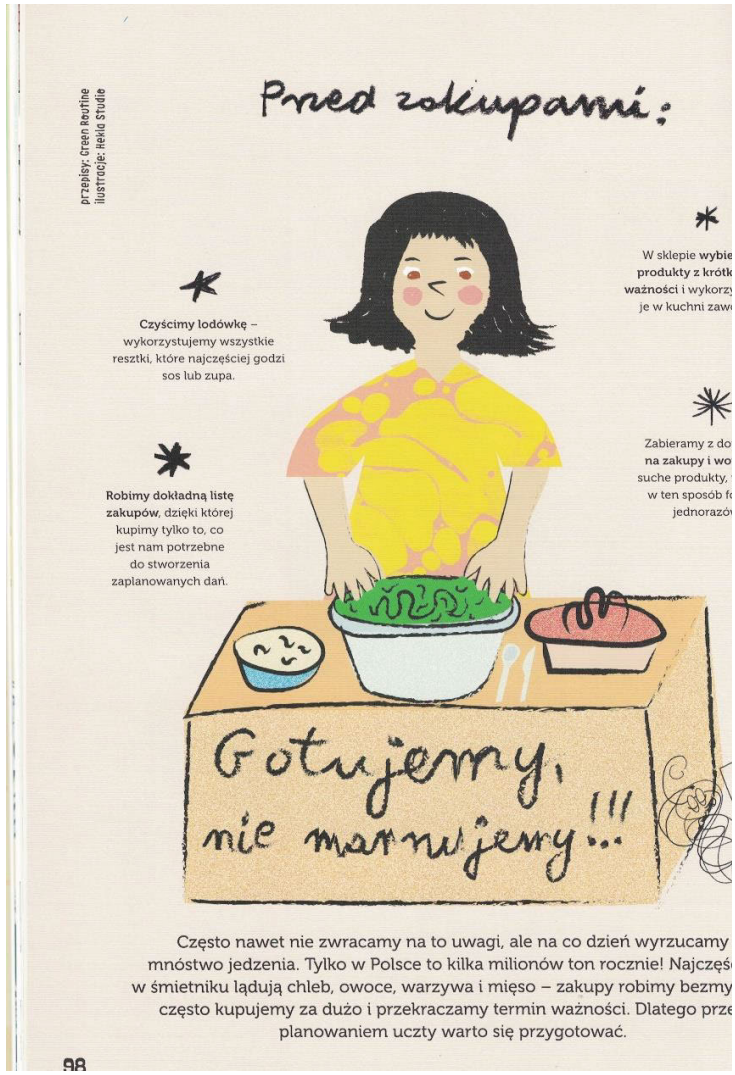
[27] *Jak zrobić lampion z kartonu po mleku*, „KD" 2019, s. 52.

[28] *Co można zrobić z foliowej torebki*, „KD" 2019, s. 55.

[29] *Co zrobić z wytłaczanki po jajkach?*, „KD" 2019, s. 57.

[30] *Co to jest ślad węglowy?* „KD" 2019, s. 57; *Nasz wybór w sklepie ma znaczenie*, „KD" 2019, s. 57; *Zakupy z myślą o planecie* „KD" 2019, s. 58.

kupowanie kolejnych rzeczy do jedzenia, noszenia czy używania powoduje indywidualną decyzję o zużywaniu energii i uwalnianiu do atmosfery szkodliwych gazów. Owe teksty bardzo dobrze świadczą o reklamodawcy. W tym numerze tłumaczono również, czym jest akcja „zero waste”[31] (ryc. 1) oraz krótko przedstawiano sylwetki młodych osób walczących o przyszłość Ziemi (Boyan Slat, Greta Thunberg)[32].



Ryc. 1. *Przed zakupami*, „KD” 2019, s. 98.

[31] *Przed zakupami*, „KD” 2019, s. 98.
[32] J. Janiak-Pawlewska, *Do dzieła!*, „KD” 2019, s. 68–71.

W „Kukbuk Dzieciaki" zaznaczył się delikatnie nurt zakupowy — doradzano, jak rozsądnie kupować, tak by potem nie marnować żywności[33], oraz jak stosować środki czyszczące, tzn. zastępować chemiczne specyfiki mieszankami domowej roboty (z graficznymi historyjkami — instrukcjami)[34].

Kolejnym rocznikiem, który miał wyraźne ekologiczne nachylenie, był ten z 2021 r. W jego wstępie przedstawicielki Dużej i Małej Redakcji zapowiadały: „Nasze myśli, jak co roku, krążą wokół kondycji planety i naszego wpływu na postępujące zmiany"[35].

Różne tematy pojawiają się raczej hasłowo, np. zakończenie komiksu o przygodach w lesie zbieraniem śmieci po sobie i poprzednich turystach[36], jest kilka drobnych, kilkuzdaniowych tekstów dotyczących ocieplenia klimatu, podwodnego świata i jego zaśmiecania, zagrożenia globalnego ocieplenia dla jakości życia niedźwiedzia polarnego. Znajdujemy tam też obszerniejszy tekst *Jeszcze nie jest za późno* opisujący wystawę „Ziemia (P)oddana" zorganizowaną przez kuratorów dziecięcych w Łodzi, a dotyczącą zmian klimatycznych i ich konsekwencji[37]. W tym samym numerze zamieszczono komiks *Eko-kryminał*[38]. W ten interesujący i atrakcyjny dla dzieci sposób w krótkiej ilustrowanej historyjce przedstawia się opowieść o grzybkach, które trawią i rozkładają plastik (*Pestalotiopsis Microspora*), oraz projekt produkowania ekologicznych toreb z pajęczej nici i drożdży. Taki tekst ma duże szanse na pozostanie w pamięci czytelników — stworzono interesującą historię zniknięcia foliowych reklamówek z lasu, wykorzystano ciekawostki, oprawiono je w atrakcyjną formę kolorowego komiksu, wyposażono też w odpowiednią dawkę humoru sytuacyjnego i słownego. Szkoda, że takich pomysłów nie było na łamach pisma więcej.

Reklamy sponsorów, czyli nadzienie z Czekotubki[39]

Reklamodawcy od pierwszego numeru zamieszczali w „Kukbuk Dzieciaki" materiały promocyjne. Na ogół miały one mało wspólnego z proekologicznym podejściem, np. regularnie, we wszystkich numerach reklamowano kilka marek wody

[33] *Przed zakupami*, „KD" 2019, s. 98–99 i *Lista zakupów*, „KD" 2020, s. 158 (lista do skopiowania, z zaznaczeniem konieczności sprawdzenia przed wyjściem na zakupy zawartości lodówki oraz zabrania własnej torby w celu uniknięcia foliowych jednorazówek, a także sugestią wybierania produktów zdrowszych — o krótszym czasie przydatności i spożywania ich na bieżąco).

[34] M. Olszewska-Kaniuk, *Dr Błysk vs. Plamobrudy*, „KD" 2021, s. 116–119.

[35] M. Olszewska-Kaniuk, J. Janiak, *Na wstępie*, „KD" 2021, s. 4–5.

[36] M. Olszewska-Kaniuk, *W lesie*, „KD" 2021, s. 28–29.

[37] J. Janiak-Pawlewska, *Jeszcze nie jest za późno*, „KD" 2021, s. 70–76.

[38] M. Krystman, *Eko-kryminał*, „KD" 2021, s. 106–111.

[39] *Zawijane kruche ciasteczka z nadzieniem z Czekotubki*, „KD" 2018, s. 4–5.

mineralnej dla dzieci w małych, plastikowych butelkach. To nie była reklama wyłącznie dla dorosłych, gdyż towarzyszyły jej bardzo ciekawe materiały ilustracyjne dla dzieci, np. w 2019 roku mapa świata ze zwierzętami oraz opis zapotrzebowania na wodę zebr, fok i pand[40] (ryc. 2). Dorosłych przekonywano perswazyjnie, że to „idealna woda dla twojego bąbelka"[41], „moja [czyli dziecka – B.S.] pierwsza Ciso-wianka"[42] itd. Dość niespójnie to brzmi z deklaracją wstępną w tym samym numerze 2019 przedstawicielki „Małej Redakcji" — Jaśminy Janiak-Pawlewskiej:

> Śmieci i tworzywa sztuczne otaczają nas wszędzie. Cząsteczki plastiku krążą w powietrzu, są w jedzeniu i w wodzie. Przez działania ludzi cierpią zwierzęta, które często nie odróżniają torebki foliowej od pożywienia. Giną kolejne gatunki fauny i flory. Ziemia choruje i odpowiedzialnością nas, ludzi, w tym młodego pokolenia, jest zmiana jej stanu na lepsze. To zadanie dla mnie i dla was![43].

Ryc. 2. *Zwierzęta świata: sprawdźcie gdzie mieszkają zwierzaki i dorysujcie swoje ulubione*, „KD" 2029, s. 2–3.

Dopiero w ostatnim omawianym roczniku zamieszczono reklamę domowego filtru do wody z hasłem „Zadbajmy o Polskę bez plastikowych butelek" („KD" 2021, s. 115). Wcześniej spotykamy reklamę jednorazowych kuchennych ręczników

[40] *Zwierzęta świata: sprawdźcie gdzie mieszkają zwierzaki i dorysujcie swoje ulubione*, „KD" 2019, s. 2–3.
[41] „KD" 2019, s. 13.
[42] „KD" 2019, s. 67.
[43] „KD" 2019, s. 8.

papierowych z kolorowym nadrukiem, które według redakcji są doskonałe do produktów smażonych (przy okazji przepisu na „pyszne i proste nietłuste [sic!] fryteczki”[44]), ale przecież nie jest to produkt dobry dla środowiska i nie warto przyzwyczajać do niego dzieci. Zachęca się też do samodzielnego przygotowania kruchych ciasteczek z nadzieniem z wedlowskiej — jednak niezdrowej, bo składającej się w większości z cukru[45] — Czekotubki. Ma to być, według opinii sponsora, alternatywą dla innych rozrywek: „Deszcz miarowo stuka w parapet, książka nie wciąga, a film zaczyna nudzić? Wystarczy kilka składników, trochę wysiłku i Czekotubka od E. Wedel — pyszna zabawa gwarantowana!”

Odradzane przez każdego dietetyka Haribo Mleczne Misie (chociażby przez dwa pierwsze składniki: syrop glukozowo-cukrowy i cukier[46]) są reklamowane w pięknej oprawie plastycznej przedstawiającej Drogę Mleczną i mogą być rzeczywiście przekonujące[47] (ryc. 3). Spektakularnym przykładem hipokryzji redakcji „Kukbuk Dzieciaki” jest reklama cukru pudru (przy przepisie na pankejki)[48]. Nie usprawiedliwia jej — według mnie — nawet zamieszczony obok tekst Magdaleny Olszewskiej:

> Łakocie, słodkości, cukierki — jak się im wszystkim oprzeć? Na dłuższą metę to chyba niemożliwe. Kuszą wyglądem, uwodzą smakiem. Choć rozum mówi „nie wolno!”, serce wie swoje. Warto go czasem posłuchać! Kiedy jest najlepszy czas na słodycze? Kiedy w grę wchodzi tort urodzinowy, czekolada na poprawę humoru albo kiedy kolega lub koleżanka częstuje własnoręcznie przygotowanym wypiekiem — wtedy nie mamy złudzeń [chyba raczej: obiekcji, wyrzutów sumienia? — dop. B.S.] i zajadamy się ze smakiem![49].

---

[44] „KD” 2017, s. 21. W roczniku 2018 ta reklama pojawiła się z przepisem na arancini — faszerowane kulki ryżowe z kuchni sycylijskiej, „KD” 2018, s. 23.

[45] Skład Czekotubki: „cukier, tłuszcze roślinne (palmowy, shea), mleko pełne w proszku (7%), mleko odtłuszczone w proszku (7%), serwatka w proszku (z mleka), kakao o obniżonej zawartości tłuszczu (6%), miazga z orzechów laskowych (2%), czekolada (1,5%) (cukier, miazga kakaowa, tłuszcz kakaowy, tłuszcz mleczny, emulgator: lecytyna sojowa, aromat), emulgator: lecytyna sojowa, aromat”. Źródło: https://www.frisco.pl/pid,104529/n,wedel-czekotubka-krem-czekoladowy/stn,product?gclid=Cj0KCQjwheyUBhD-ARIsAHJNM-P7iJY8ueJCRF36buOICSmrThRerz0BTNNNxR3l5Jj_1l3-c5oREVScaAlzkEALw_wcB [dostęp: 4.06.2022].

[46] Skład żelków Haribo Mleczne Misie: „syrop glukozowy, cukier, soki owocowe z zagęszczonego soku: truskawka, jabłko, cytryna, pomarańcza, malina, czarna porzeczka, wiśnia, substancja utrzymująca wilgoć: syrop sorbitolowy, odtłuszczone mleko w proszku, żelatyna, kwas: kwas cytrynowy, substancja żelująca: pektyna amidowana, regulator kwasowości: cytrynian trisodowy, aromat, koncentraty owocowe i roślinne: krokosz, czarny bez, spirulina, jabłko, pomarańcza, czarna porzeczka, kiwi, aronia, winogrona, cytryna, ekstrakt z owocu czarnego bzu, substancja glazurująca: wosk pszczeli biały i żółty, wosk carnauba. Źródło: https://www.leclerc24.pl/produkt/haribo-mleczne-misie-zelki-owocowe-85-g-4001686356586?gclid=Cj0KCQjwheyUBhD-ARIsAHJNM-Mf-n-VrOIQBDkv5806N4Ubt7T-J5EF-YwXoaMM4_lgJeVLCaXqAVDMaAmtUEALw_wcB [dostęp: 4.06.2022].

[47] *Księżyc — Droga Mleczna*, „KD” 2018, s. 81.

[48] *Pankejki do oglądania i smakowania*, „KD” 2018, s. 117.

[49] M. Olszewska, *Sytuacja wagi cukrowej*, „KD” 2018, s. 116.

Ryc. 3. *Księżyc — Droga Mleczna*, „KD" 2018, s. 81.

„Najlepszy czas" na słodycze nie wyklucza przecież regularnego ich zjadania, zwłaszcza po tak przekonujących reklamach, jakie zamieszcza czasopismo. W zasadzie nie znajdziemy tam raczej tekstów dotyczących szkodliwości cukru w diecie dziecka. Wyjątkiem jest podkreślenie w bogato ilustrowanym artykule komiksie pt. *Centralne Biuro Śniadaniowe* czym są puste kalorie, które często można znaleźć w gotowych płatkach śniadaniowych (cukier i syrop fruktozowo-glukozowy)[50], tak lubianych przez większość dzieci.

Wnioski

Narastająca w społeczeństwie świadomość ekologiczna oraz naturalny trend do edukowania w tym kierunku wszystkich obywateli, bez względu na wiek, stanowi dzisiaj jeden z komponentów życia. Realizują je przede wszystkim: dom rodzinny,

[50] A. Berlińska, *Centralne Biuro Śniadaniowe*, „KD" 2019, s. 10–11.

szkoła i inne instytucje wychowania równoległego, a nade wszystko media mające wpływ również na najmłodszych. Wydawać więc by się mogło, że czasopisma dla dzieci, zwłaszcza o nachyleniu lifestajlowym, a za taki można uznać „Kukbuk Dzieciaki", będą w swoim contencie w dużym stopniu uwzględniały również zachowania proekologiczne. To przecież do tego rodzaju czasopism należy prezentacja i promowanie nowych produktów, ubrań, kosmetyków, kształtowanie właściwych nawyków itp.[51] Niestety, w tym wypadku trudno odszukać wyraźnie takie cele, mimo że w wielu miejscach bywają one przez redakcję uświadomione i deklarowane. Treści proekologiczne są jednak słabo reprezentowane w „Kukbuk Dzieciaki", w sposób nieregularny, niekonsekwentny i dość „akcyjny". Charakter komercyjny pisma wyraźnie nie sprzyja wartościom edukacyjnym. Dodatkowo na łamach pisma niemal współwystępują teksty i ilustracje niepozostające ze sobą w harmonii — obok promocji zdrowego sposobu odżywiania się i proekologicznych zachowań na co dzień odnajdujemy i propozycje mało dietetyczne czy wręcz niezdrowe oraz dużych rozmiarów reklamy promujące sponsorów niepolecanych przez lekarzy produktów i przekąsek dla dzieci. Czy zamiast reklam wód w plastikowych butelkach bądź ciekawostek w stylu wytwarzania prądu z ziemniaka[52] nie lepiej regularnie uczyć młode osoby, jak unikać opakowań jednorazowych? Taka zachęta stosowana jest jednak w piśmie sporadycznie[53]. Nawet gry planszowe wykorzystują makiety słodkiej krainy[54]. A przecież mamy do czynienia z czytelnikiem młodym, narażonym na wiele pokus, widać to w samym piśmie: w propozycjach na koncepcje przedmiotu użytkowego mały Maurycy buduje przekąsko-naprawiacz, „czyli klucz do zmieniania niezdrowego jedzenia w zdrowe, tak żeby można było jeść fast food i słodycze"[55], a przecież mógłby też przy okazji dowiedzieć się z pisma, jak przygotować zdrową wersję szybkiej przekąski. To wszystko tworzy dość niespójny i dwuwartościowy obraz rzeczywistości. Sporo na łamach „Kukbuk Dzieciaki" słodkości, brak alternatywy dla dzieci na dietach, propozycji niskokalorycznych, a przede wszystkim szerszego prezentowania dań przygotowywanych ze smacznych, ale zdrowych i polecanych dzieciom przez dietetyków produktów. Tylko okazjonalnie propaguje się też ducha minimalizmu i prowadzenia oszczędnego trybu życia[56]. Ale w końcu — pomimo kilku deklaracji na wyrost — to komercyjne pismo obrało kurs rozrywkowy i lifestylowy, pełne jest

[51] M. Nieć, *Pisma opinii i czasopisma life style — dwie koncepcje rynkowego dziennikarstwa (analiza „Polityki", „Wprost", „Elle", „Playboya" i „Twojego Stylu")*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2010, R. 53, s. 7–29.

[52] *Elektryczny ziemniak*, „KD" 2019, s. 18.

[53] Np. *Przed zakupami*, „KD" 2019, s. 98–99; *Lista zakupów*, „KD" 2020, s. 158.

[54] *Witajcie w słodkiej krainie!*, „KD" 2018, s. 72–75.

[55] *Przekąsko-naprawiacz*, „KD" 2020, s. 44–45.

[56] Przejawia się np. w robieniu przemyślanych zakupów (z listą potrzebnych produktów, by unikać marnotrawienia jedzenia), wybieraniu jak największych pojemności produktów, najlepiej w opakowaniach biodegradowalnych albo nadających się do recyklingu (lub bez opakowań — do własnych pojemników, w każdym razie bez zakupu jednorazowych toreb foliowych), kupowania produktów

więc smakowitych przepisów i cieszących oko obrazów. Edukacyjne, w tym wypadku ekologiczne, wartości nie zawsze idą z tym w parze i wydaje się, że to naprawdę stracona szansa[57].

Bibliografia

Bibliografia podmiotowa

Berlińska A., *Centralne Biuro Śniadaniowe*, „KD" 2019, s. 10–11.
Co można zrobić z foliowej torebki, „KD" 2019, s. 55.
Co to jest ślad węglowy? „KD" 2019, s. 57.
Nasz wybór w sklepie ma znaczenie, „KD" 2019, s. 57.
Zakupy z myślą o planecie „KD" 2019, s. 58.
Co zrobić z wytłaczanki po jajkach?, „KD" 2019, s. 57.
Drugie życie koszulki, „KD" 2019, s. 47–48.
Elektryczny ziemniak, „KD" 2019, s. 18.
https://kukbuk.pl/sklep/sklep-kukbuk-dzieciaki/) [dostęp: 15.03.2022].
Jak zrobić lampion z kartonu po mleku, „KD" 2019, s. 52.
Jak zrobić torbę ze starego t-shirtu, „KD" 2019, s. 44–46.
Janiak-Pawlewska J., *Do dzieła!*, „KD" 2019, s. 68–71.
Janiak-Pawlewska J., *Jeszcze nie jest za późno*, „KD" 2021, s. 70–76.
Kompostownik i mali pomocnicy, „KD" 2018, s. 26–27.
Krystman M., *Eko-kryminał*, „KD" 2021, s. 106–111.
Księżyc — Droga Mleczna, „KD" 2018, s. 81.
Ocet z jabłek, „KD" 2019, s. 49.
Olszewska M., *Odpady do podziwiania*, „KD" 2019, s. 40–41.
Olszewska M., *Sytuacja wagi cukrowej*, „KD" 2018, s. 116.
Olszewska M., *To jeszcze nie koniec! Czyli domowa uprawa z warzywnych resztek*, „KD" 2019, s. 26–28.
Olszewska-Kaniuk M., *Dr Błysk vs. Plamobrudy*, „KD" 2021, s. 116–119.
Olszewska-Kaniuk M., Janiak J., *Na wstępie*, „KD" 2021, s. 4–5.
Olszewska-Kaniuk M., *W lesie*, „KD" 2021, s. 28–29.
Pankejki do oglądania i smakowania, „KD" 2018, s. 117.
Pańków J., *Rzeczy odzyskane*, „KD" 2019, s. 58.
Przed zakupami, „KD" 2019, s. 98–99.
Lista zakupów, „KD" 2020, s. 158.
Przekąsko-naprawiacz, „KD" 2020, s. 44–45.
Przyjaźń na całe życie, „KD" 2018, s. 42–43.
Pszczoły w mieście, „KD" 2018, s. 44–46.

lokalnych i sezonowych, dobrej jakości, o dobrym składzie, pochodzących ze źródeł zrównoważonych, z certyfikatem BIO.

[57] Za rok 2022 r. nie wydano kolejnego numeru czasopisma (stan na 6 grudnia 2022 r.).

Stopka redakcyjna, „KD" 2017, s. 129.
Witajcie w słodkiej krainie!, „KD" 2018, s. 72–75.
Zaprojektuj doniczkę, „KD" 2021, s. 150–151.
Zawijane kruche ciasteczka z nadzieniem z Czekotubki, „KD" 2018, s. 4–5.
Zwierzęta świata: sprawdźcie, gdzie mieszkają zwierzaki, i dorysujcie swoje ulubione, „KD" 2019, s. 2–3.

Bibliografia przedmiotowa

Goleman D., Bennett L., Barlow Z., Sly C., *Eco literate: how educators are cultivating emotional, social, and ecological intelligence*, San Francisco 2012.
Mediating nature: the role of technology in ecological literacy, ed. by S.I. Dobrin, S. Morey, [S.l.] 2021.
Habiak J., Staniów B., *Książki o tematyce kulinarnej dla dzieci w Polsce w latach 1989–2015: analiza repertuaru wydawniczego*, [w:] *Inspiracje czytelnicze w życiu młodego pokolenia*, red. nauk. M. Antczak, Warszawa 2017, s. 139–160.
Has-Tokarz A., *Książki kucharskie i (około)kulinarne dla dzieci i młodzieży w Polsce w latach 1945–1989: teksty – funkcje – konteksty*, Lublin, 2016.
López A.*, Ecomedia literacy. Integrating ecology into media education*, New York, N.Y. 2021.
Nieć M., *Pisma opinii i czasopisma life style — dwie koncepcje rynkowego dziennikarstwa (analiza „Polityki", „Wprost", „Elle", „Playboya" i „Twojego Stylu")*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2010, R. 53, s. 7–29.
Niesporek-Szamburska B., *Czasopisma dla dzieci i młodzieży*, [w:] *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)*, t. 2, red. K. Heska-Kwaśniewicz, Katowice 2009, s. 27–45.
Orr D.W., *Ecological literacy: education and the transition to a postmodern world*, Albany, N.Y. 1992.
Piecuch E., *W gąszczu dziecięcych potrzeb — znaczenie edukacyjne tekstów kultury popularnej na podstawie czasopisma dla dzieci pod tytułem „Świerszczyk"*, „Kultura — Społeczeństwo — Edukacja" 2019, t. 16, nr 2, s. 131–132.
Po potopie. Dziecko, książka i biblioteka w XXI wieku. Diagnozy i postulaty, red. nauk. D. Świerczyńska-Jelonek, G. Leszczyński i M. Zając, Warszawa 2008.
Staniów B., *Od konsumenta do fachowca (o tendencjach we współczesnej książce kulinarnej dla młodych czytelników)*, „Literatura Ludowa. Journal of Folklore and Popular Culture" 2022, vol. 66, nr 1, s. 25–38.
Staniów B., *Książki dla małych celiaków — poradniki zachowania zdrowia, psychicznego wsparcia i społecznej inkluzji*, „Czy Tam/ Czy Tu: Literatura Dziecięca i jej Konteksty" 2021, nr 1–2, s. 69–83, http://www.ctct.polonistyka.uj.edu.pl/documents/122190295/135839310/CTCT_2021.pdf/0037cca0-3278-485e-82fc-f4abcf230b64 [dostęp: 16.09.2022].
Staniów B., Biernacka-Licznar K., *The press without children, children without press?: modern magazines for children in Poland*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne" 2013, nr 2 (11), s. 49–67.
Stone M.K., *Smart by nature: schooling for sustainability*, California 2009.
Tabaszewska J., *Ekokrytyczna (samo)świadomość*, „Teksty Drugie" 2018, nr 2, s. 11.