



pod redakcją Małgorzaty Boguni-Borowskiej

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego

Rok wydania: copyright 2019

[Sygnatury: 118571, 118876](#)

Dzieci i dorośli zmieniają się pod wpływem wielu czynników, wzorców i narzędzi komunikacji. Warto obserwować te fascynujące procesy w kontekście świata wartości, który ujawnia się w treściach medialnych. W niniejszej książce przyglądamy się wielu społecznym zjawiskom i fenomenom zachodzącym w kulturze konsumpcji oraz świecie mediów. Autorzy i autorki tekstów dokonują wnikliwych analiz relacji między dziećmi i dorosłymi, juniorami i seniorami, badają procesy infantylizacji, a także estetyki dzieciństwa. Pokazują medialnych bohaterów świata dzieci i młodzieży, ich kłopoty i dylematy, które są też problemami młodych ludzi. Omawiają kulturowe zjawiska, analizując reklamy, telewizyjne programy rozrywkowe dla dzieci, grupy fanowskie, bajki, filmy, seriale, kanały YouTube, wirtualne dzienniki szkolne.