

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
ROLA DZIECKA W PROCESACH KULTUROWYCH SPOŁECZEŃSTWA KONSUMPCYJNEGO	11
Małgorzata Bogunia-Borowska, <i>Infantylnzacja kulturowa. Adolescencja dzieci oraz infantylnzacja dorosłych</i>	13
Mateusz Halawa, <i>Komercjalizacja dzieciństwa. Kosztorysowanie rodzi- cielstwa</i>	45
ROZRYWKI I ZABAWY DLA DZIECI – ZAGROŻENIA I KORZYŚCI	57
Małgorzata Lisowska-Magdziarz, <i>Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci</i>	59
Joanna Cent, <i>Nowe media a dzieci – dylemat rodziców?</i>	83
Marta Miklicz, <i>Gra w kupowanie</i>	101
Małgorzata Bogunia-Borowska, <i>Bohaterowie medialnej rzeczywistości fil- mów dla dzieci. Na przykładzie Boba Budowniczego i Marty oraz innych współczesnych bohaterów dziecięcych</i>	121
SOCJALIZACJA DZIEWCZYNEK I CHŁOPCÓW – W POTRZASKU KULTUROWYCH PUŁAPEK	151
Marta Śleboda, <i>Dyskryminacja czy faworyzacja? Rzecz o chłopcach</i>	153
Monika Ksieniewicz, <i>Ocalić Ofelię od anoreksji – analiza kulturowych przyczyn zaburzeń jedzenia wśród dziewczynek i dziewcząt</i>	177
Edyta Zierkiewicz, Alina Łysak, <i>No... spadaj okresie! „Wizerunek” men- struacji w czasopismach dla dziewczynek</i>	205

OBRAZ DZIECKA W MEDIACH	227
Bernadetta Darska, <i>Dziecko zwieńczeniem kariery. Wizerunki macierzyństwa sławnych kobiet na łamach wybranych pism kobiecych</i>	229
Anna Leszczuk-Fiedziukiewicz, <i>Konsumpcja i więzi rodzinne – sytuacja dziecka i rodzica w reklamie telewizyjnej</i>	247
Informacje o autorach	265