

Arystoteles, któremu przypisuje się wprowadzenie wyrażenia *tabula rasa*, doprecyzował, że według niego niezapisaną tablicą jest dusza człowieka zaraz po urodzeniu. W ciągu życia, a szczególnie w jego pierwszych miesiącach i latach, ta niezapisana, wrażliwa tablica stopniowo zapełnia się treścią, która obok informacji genetycznej, kształtuje osobowość młodego człowieka. W tym szczególnie istotnym dla dziecka okresie rozwoju, jego osobowość kształtowana jest przez różne bodźce, przeżycia, doświadczenia i nawiązywane relacje.

Z chwilą pojawienia się środków masowego przekazu okazało się, że i one bardzo szybko zaczynają zapisywać tę tablicę, rozpowszechniając przekazy skierowane wprost do dzieci albo do dorosłych, za pośrednictwem dzieci. Jednocześnie stawia się dzisiaj realne pytania: jak szybko po urodzeniu sadzać dziecko przed ekranem komputera albo dawać mu do ręki smartfon?

Skuteczność, z jaką media zapisują ludzką świadomość i wpływają na codzienne życie, stała się jednym ze znaków naszych czasów. Media bez wątpienia odgrywają dziś dominującą rolę. Dzięki prasie, radiu, telewizji i sieci jesteśmy świadkami zjawisk zachodzących w otaczającym nas świecie. Za ich pośrednictwem, z ich własną interpretacją rzeczywistości, docierają do nas informacje niemal z każdego zakątka ziemskiego globu. Współczesne młode pokolenie, jak żadne dotychczas, stało się generacją cyfrowo-medialną i z pewnością nie jest w stanie wyobrazić sobie świata bez mediów.

Mass media pojawiły się w życiu najmłodszych w sposób naturalny, stając się ważnym elementem kształtującym ich percepcję i światopogląd. Są źródłem bieżących wiadomości, dostarczają wiedzy i rozrywki, jak również stanowią ogromną siłę w kształtowaniu opinii, postaw i systemów wartości swych odbiorców, a w szczególności dzieci. Tym samym media są potężną instytucją socjalizującą i wychowującą młode pokolenie.

Wobec takiego porządku rzeczy koniecznością staje się naukowa, metodologiczna odpowiedź na szereg pytań dotyczących wykorzystywania potrzeb oraz wizerunku dziecka w przekazie medialnym. A także refleksja na temat wyników wielu naukowych analiz dotyczących zagadnień warsztatowych, problemów

moralnych, prawnych, marketingowych, kulturowych oraz pedagogicznych i psychologicznych w przekazach kierowanych do najmłodszych odbiorców.

Niniejsza monografia przedstawia nie tylko analizy szeregu procesów związanych z odbiorem radia, telewizji, prasy, reklamy przez dzieci, ale też podejmuje próbę podania odpowiedzi na pytania o rolę i miejsce mediów w rozwoju dziecka, edukacji oraz przestrzeni publicznej.

*Magdalena Butkiewicz  
Aleksandra Gralczyk  
Krzysztof Marcyński SAC*