

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I. <i>Błąd ortograficzny, bo się jąkasz, jak czytasz, czyli dzieci wokół</i> <i>znaczeń słów</i>	15
Kilka słów o rozwoju językowym dziecka.	15
Rozumiejąc dosłownie	19
Precyzyjniej się nie da.	29
Omack i zeza – granice znaczeń	34
Utarte nie znaczy jasne	40
Kłopoty z brzmieniem wyrazów	43
O krętych przekrętach	48
Chcę brzmieć mądrze.	50
Wnioski.	53
Rozdział II. <i>A po co niby się uczyć polskiego? Każdy zna! Ja znam: Paweł to jest</i> <i>po języku polskim, czyli o dziecięcej refleksji językowej</i>	57
Z badań nad świadomością (meta)językową dzieci	58
Jak dzieci obserwują język	62
O tym, jak dzieci błędzą	65
Stylistycznie bez tajemnic.	66
Jak dzieci wnikają w znaczenia	69
Coś tu brzmi nie tak	77
Wnioski.	89
Rozdział III. <i>A jak smakuje powietrze?, czyli o tym, jakie pytania zadają</i> <i>dzieci</i>	93
O pytaniach dzieci – teoretycznie.	93
Pytania o świat i przyrodę	99
Pytania o ludzi/rzeczy i ich funkcjonowanie	102
Pytania o siebie i swoje ciało	105
Pytania o wyrazy, ich znaczenie i budowę.	106
Pytania o ocenę	109

Pytania egzystencjalne, filozoficzne i hipotetyczne	111
Pytania absurdałne i kreatywne	116
Wnioski.	121
Rozdział IV. <i>Ej, niebezpieczności, wynoście mi się stąd!</i> – o dziecięcym	
mówieniu do siebie.	125
Z badań nad mówieniem do siebie	125
Zabawę czas zacząć	128
Jawnie i niejawnie.	136
Zanurzenie w świat wyobraźni	140
Gra jak w teatrze	148
O języku zabaw	152
Wnioski.	166
Rozdział V. <i>Mama, a prosz jakims proszkiem alergicznym ubrania?</i> –	
o wpływie reklamy na mówienie dzieci.	169
Reklama w percepcji dziecięcej	170
Siła reklamy – siła produktu	175
Znam to na pamięć	181
Nie muszę rozumieć, żeby chcieć	184
O dosłownym odbiorze reklam	190
Ta reklama jest tylko dla mnie	193
Zabawa reklamą – zabawa słowem	196
Wszystko jest reklamą	198
Reklama kłamie?	199
Reklama w świetle recepcji nastolatków	201
Wnioski	210
Zakończenie	213
Bibliografia.	221