

# MANIPULACJA

Zestawienie bibliograficzne w wyborze

## WYDAWNICTWA ZWARTE

(Książki dostępne w Bibliotece Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim)

BATKO Andrzej : ***Sztuka perswazji czyli Język wpływu i manipulacji : słowa mogą być bronią, działać jak narkotyk i przynieść bogactwo.*** – Gliwice : Wydawnictwo „Helion”, 2005

**Sygn. 94641 + CD ROM**

DALMEIDA Fabryce : ***Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości.*** - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2005

**Sygn. 93813**

DOLIŃSKI Dariusz : ***Techniki wpływu społecznego.*** – Warszawa : Wydawnictwo SCHOLAR, 2005

**Sygn. 93767 W**

FORWARD Susan, FRAZIER Donna : ***Szantaż emocjonalny.*** – Wyd. 2. – Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2005

**Sygn. 93589**

JABŁOŃSKI Wojciech : ***Kreowanie informacji : media relations.*** – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006

**Sygn. 94518**

JOULE Robert Vincent : ***Gra w manipulacje : wywieranie wpływu na uczciwych.*** - Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006

**Sygn. 94362, 94476**

KIRSCHNER Josef : ***Manipulować – ale jak? : osiem praw postępowania z ludźmi.*** – Warszawa : Wydawnictwo SOKRATES, 1994

**Sygn. 81554**

WRÓBEL Alina : ***Wychowanie a manipulacja.*** - Kraków : Oficyna Wydawnicza "Impuls", 2006

**Sygn. 94616**

## ARTYKUŁY Z CZASOPISM

(Artykuły dostępne w Czytelni Biblioteki Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filiach)

ALBERTOWSKA Anna : *Dziecko – podmiot reklamy // Edukacja i dialog.* – 2006, nr 1, s. 58-60

Wpływ reklam telewizyjnych na wyobraźnię dzieci.

BAJCAR Elżbieta : *Szczepionka na uległość // Charaktery.* – 2002, nr 10, s. 10-14

Perswazja i szkodliwa manipulacja.

BAJEROWA Irena : *Manipulacja językowa dla osiągnięcia sukcesu medialnego : (na podstawie pewnego wywiadu prasowego) // Poradnik Językowy.* – 2005, z. 4, s. [3]-8

- BARTKOWSKA – NOWAK Dobrosława : *Niewidoczne sznurki //* Charaktery. – 1999, nr 7, s. 19-20  
O skuteczności perswazji służących manipulacji i reklamie.
- BIERNAT Tomasz : *Media – wychowanie czy manipulacja? //* Wychowanie na Co Dzień. – 2000, nr 3, s. 32  
Autorytet medialny.
- BRAUN – GAŁKOWSKA Maria : *Dzieci – odbiorcy reklam //* Wychowawca. – 2002, nr 7/8, s. 10-13  
Zagrożenia dla psychiki dziecka.
- CZARNY Mariola : *Język jako środek manipulacji odbiorcą na podstawie Świętoszka Moliera //* Nowa Polszczyzna. – 2001, nr 4, s. 24-27  
Inne przykłady manipulowania ludźmi – reklama, przemówienia, hasła wyborcze.
- CZERWIŃSKI Paweł : *Gry psychologiczne – ukryta forma manipulacji //* Edukacja i Dialog. – 2005, nr 3, s. 31-36
- CZUBAJ Mariusz : *Wampirki i lolitki //* Polityka. – 2003, nr 28, s. 66-69  
Idealni konsumenci, czyli dzieci w szponach mediów i reklamy.
- DOLIŃSKI Dariusz : *Cała prawda o kłamstwie //* Charaktery. – 2001, nr 1, s. 12-16  
Dlaczego kłamiemy? Kłamstwo w polityce i reklamie.
- DOLIŃSKI Dariusz : *Uczył Vicary Marcina //* Charaktery. – 2002, nr 10, s. 16-18  
Wykorzystanie elementów erotycznych w reklamie. Manipulacja społeczna.
- DRZEWIECKI Piotr : *Mniej lub bardziej dyskretni manipulatorzy //* Gazeta Szkolna : aktualności. – 2004, nr 50, s. 15  
Manipulacja w mediach. Zadanie dla nauczycieli, jak poszerzyć świadomość ucznia, aby nie ulegał temu wpływowi.
- DYBALSKA Renata : *Czy białe może być czarne? : o reklamowych mechanizmach językowej manipulacji //* Język Polski w Szkole dla klas IV-VIII. – 1998/1999, z. 6, s. 84-91  
Analiza środków językowych i stylistycznych reklam.
- DZIEWIECKI Marek : *Wartość życia //* Wychowawca. – 2005, nr 3, s. 5-6  
Manipulacja ludzką świadomością w kontekście chrześcijańskich wartości małżeństwa i rodziny.
- FALKOWSKI Andrzej : *Mieszanie w pamięci //* Charaktery. – 2004, nr 2, s. 34-35  
Projektowanie reklamy ingerującej w umysł klienta.
- GOLIŃSKA Lucyna : *Zrozum : boli mnie to, że cię krzywdzę //* Charaktery. – 2001, nr 5, s. 33  
Odwoływanie się do empatii jako zręcznego narzędzia manipulacji.
- GOŁAŚ Robert : *Umysł w sidłach //* Wszystko dla Szkoły. – 2000, nr 5, s. 16-19  
Techniki manipulacyjne stosowane przez sekty. Są to m.in.: bombardowanie miłością, pranie mózgu itp.
- GREGORCZYK Beata : *Kto je nauczy sztuki odmawiania? //* Problemy Opiekuńczo – Wychowawcze. – 2003, [nr] 4, s. 46  
Wpływ reklamy na dziecko.
- GROCHOWSKA Alicja : *W sieci reklam //* Charaktery. – 2004, nr 12, s. 29-30  
Mechanizm działania i proces odbioru reklamy.
- GRZESZAK Adam : *Handel dźwignią reklamy //* Polityka. – 2004, nr 10, s. 34-36  
Przykład marketingu alternatywnego. Promocja przez emocje.
- GRZESZAK Adam : *Spojrzenie w cenie //* Polityka. – 2006, nr 28, s. 38-40  
Reklama zewnętrzna (na billboardach), która przeżywa w Polsce prawdziwy boom.
- HISZPAŃSKA Bogumiła : *Manipulacja pozytywna //* Edukacja i Dialog. – 1993, nr 1, s. 26-28

Style oddziaływania nauczyciela na ucznia.

- HUSSEIN Magda : *Wpuść przez próg* // Polityka. – 2003, nr 38, s. 78-79  
Jak uwodzą konsumenta specjaliści od reklamy.
- JOŃCA – JASIŃSKI Jacek : *Bieguny manipulacji* // Charaktery. – 2001, nr 2, s. 29-30  
Wady i zalety wpływu społecznego.
- KAPIAS Michał : *Jak obronić młodzież przed sektami?* // Edukacja i Dialog. – 2000, nr 6, s. 62-66  
Program mający na celu ukazanie sekciarskich mechanizmów manipulacji uczestnikami.
- KARCZMAREWICZ Stefan : *Dr Zdrowy Rozsądek* // Polityka. – 2002, nr 36, s. 71-73  
Jak reklama wpływa na kupno leków bez recepty w Polsce.
- KŁOSIŃSKA Tatiana : *Dziecko wobec mediów* // Życie Szkoły. – 2006, nr 4, s. 5-8  
Styl życia i konsumpcji narzucony przez reklamę. Znaczenie edukacji dla przygotowania małego odbiorcy mediów.
- KOŁODZIEJCZYK Marcin : *Wszystko na wyprzedaż* // Polityka. – 2004, nr 8, s. 28-30  
Wyprzedaże w sklepach, promocje – czy okazje uzależniają?
- KOŚMICKI Eugeniusz : *Granice manipulacji społecznej* // Przegląd Humanistyczny. – 1997, nr 2, s. 61-67
- KULIK – JĘSIEK Agnieszka : *Szkoła i manipulacja* // Guliwer. – 2006, nr 1, s. 18-22
- KUŚPIT Małgorzata : *Dziecko w świecie reklamy* // Remedium. – 2006, nr 3, s. 22-23  
Wpływ reklamy na dziecko.
- LATAŃSKA Iwona : *Między manipulacją a wychowaniem* // Problemy opiekuńczo – Wychowawcze. – 2001, nr 7, s. 48-50
- LESZCZUK Anna : *„Pigułka reklamowa da ci to czego pragniesz”, czyli o mechanizmach działania reklamy* // Edukacja Medialna. – 1999, nr 1, s. 15-18
- LESZCZUK – FIEDZIUKIEWICZ Anna : *Wizerunek dziecka w polskiej reklamie – wabik czy konsument?* // Edukacja Medialna. – 2000, nr 4, s. 34-41
- LITWIŃSKA – MALEC Katarzyna : *Manipulacja reklam telewizyjnych* // Edukacja i Dialog. – 2003, nr 6, s. 17-24
- LUBELSKA Krystyna : *Dopiec chrupkom* // Polityka. – 2003, nr 50, s. 72-74  
Tajemnica sukcesu reklam.
- LUBELSKA Krystyna : *Oko w oko* // Polityka. – 2006, nr 31, s. 79-81  
Niestampowe działania reklamowe.
- MAISON Dominika : *Aktywator kontra ceramidy* // Charaktery. – 1999, nr 7, s. 21-23  
Magiczne słowa w reklamach produktów drogeryjnych i spożywczych.
- MAISON Dominika : *Jak sprzedać ideę* // Charaktery. – 2000, nr 5, s. 21-23  
Czym jest reklama społeczna? Jak ją przeprowadzić, aby odniosła pożądany skutek.
- MAISON Dominika : *Ukryta dźwignia handlu* / rozm. przepr. Dorota Krzemionka // Charaktery. – 2006, nr 8, s. 56-58  
Oddziaływanie reklamy.
- MAMCARZ Artur : *Metodologia badań nad językiem nakłaniania : zarys problematyki* // Poradnik Językowy. – 1996, z. 10, s. 14-24  
Propaganda, nowomowa, manipulacja, perswazja.
- MARUSZEWSKI Tomasz, ŚCIGAŁA Elżbieta : *Nasze wyprane mózgi łowców* // Charaktery. – 1999, nr 7, s. 12-18

Mechanizmy manipulacji.

MELLIBRUDA Leszek : *Wymiary reklamy społecznej* // *Remedium*. – 2000, nr 2, s. 5-7  
Jak może oddziaływać reklama na odbiorcę.

MOŃKO Michał : *Skorumpowany język manipulacji* // *Odra*. – 2000, nr 2, s. 2-11  
Perswazja wywierana na odbiorcę przez środki masowego przekazu i reklamę.

NOWAKOWSKI Piotr Tomasz : *Manipulacja historią Polski* // *Wychowawca*. – 2007, nr 2, s. 16-17

ORKISZEWSKA Barbara : *Uległość wobec reklam* // *Edukacja i Dialog*. – 2006, nr 1,  
s. 61-64  
Wpływ reklam telewizyjnych na dzieci i młodzież.

PASZEWSKI Andrzej : *Manipulacje genetyczne z człowiekiem* // *Znak*. – 1999, nr 6,  
s. 69-79  
Problem granic etycznych.

PAWLICA Beata, WIDAWSKA Edyta : *Wpływ reklamy na kształtowanie stereotypów społecznych* // *Edukacja i Dialog*. – 2001, nr 4, s. 51-57

PSZKIT Dorota : *Jak chronić dzieci przed szkodliwym oddziaływaniem reklam telewizyjnych* // *Nowa Szkoła*. – 2006, nr 7, s. 38-45

RAPAŁA Grzegorz : *Reklama – ja i ty...* // *Wychowawca*. – 2002, nr 7/8, s. 14-15  
Wpływ reklamy na świadomość odbiorcy.

ROSIŃSKA Agnieszka : *Jak reklamuje się perfumy* // *Poradnik Językowy*. – 2004, z. 1,  
s. [65]-73  
Opis sposobów, za pomocą których nadawcy reklam starają się nakłonić odbiorców do nabycia perfum.

SMÓL Joanna : *Perswazja w informacji telewizyjnej* // *Poradnik Językowy*. – 2005, z. 6,  
s. [48]-57  
Manipulacja informacją na przykładzie telewizyjnych programów informacyjnych – „Faktów” oraz „Wiadomości”.

STASIAK Piotr : *Kuszą i koszą* // *Polityka*. – 2003, nr 44, s. 40-42  
Jak banki wabią klientów.

STEFAŃSKA Kazimiera : *Reklama czyli życzenia osobliwe : cykl lekcji – edukacja medialna* // *Język Polski w Szkole Gimnazjum*. – 1999/2000, nr 3, s. 37-45  
Reklama jako komunikat językowy. Mechanizmy manipulacji językowej ukryte w sloganie reklamowym.

STRÓŻYŃSKI Klemens : *Manipulacje reklamy – też retoryka?* // *Polonistyka*. – 1994,  
nr 7, s. 416-421  
Odbiór współczesnych tekstów perswazyjnych.

SZCZĘSNA Ewa : *Humor w reklamie* // *Przegląd Humanistyczny*. – 2003, nr 3, s. 5-12  
Komizm i humor jako chwyt tekstowy i źródło dojścia do reklamowanego przedmiotu.

SZYMAŃSKI Antoni : *Badania czy manipulacja?* // *Wychowawca*. – 2007, nr 1, s. 12-13  
Edukacja seksualna dzieci i młodzieży (refleksja na temat badań prowadzonych przez sieć międzynarodowych organizacji feministycznych).

TARASZKIEWICZ Małgorzata : *Rodzicielskie reakcje* // *Gazeta Szkolna : aktualności*. – 2002, nr 26,  
s. 13  
Zachowania manipulacyjne rodziców.

TRĘBSKI Krzysztof : *Reklama tygodnia / współpr. Małgorzata Zdziechowska* // *Wprost*. – 2006, nr 33/34, s. 52-[53]  
Efektywność reklamy w środkach masowego przekazu (telewizja, radio).

TURLEJ Zofia : *Reklamowe manipulowanie* // Język Polski w Szkole dla klas IV-VIII. – 1998/1999, z. 6, s. 63-66

URYGA Danuta : *Marketing na terenie szkoły : jak rynek „wychowuje” młodego klienta?* // Edukacja. – 2006, nr 2, s. 36-43  
Reklama w szkole.

WIECZORKIEWICZ Anna : *Projekt turystycznego świata* // Kultura i Społeczeństwo. – 2005, nr 1, s. [95]-121  
Reklama turystyczna. Świat przedstawiony w reklamach turystycznych.

WIŚNIEWSKI Czesław : *Kiedy wychowanie staje się manipulacją* // Problemy Opiekuńczo – Wychowawcze. – 1993, nr 8, s. 312-326

WIŚNIEWSKI Czesław : *Manipulacja a wychowanie* // Edukacja i Dialog. – 1993, nr 4, s. 19-21

WOSIŃSKA Wilhelmina : *Dzieci – wymarzony odbiorca skomercjalizowanego świata* // Charaktery. – 2002, nr 6, s. 38-39  
Reklamy skierowane do dzieci.

WOSIŃSKA Wilhelmina : *Jesteś inny, ale są inni* // Charaktery. – 2002, nr 10, s. 24-26  
Triki stosowane w reklamie i uwzględniające specyfikę kultury.

ZAJDEL Krzysztof : *Telewizja w wychowaniu – autorytet czy zagrożenie?* // Dyrektor Szkoły. – 2006, nr 4, s. 44-46  
Jakość programów dla dzieci, reklama telewizyjna – wpływ na dzieci.

ZALEWSKA – GRELOCH Ewa : *Reklama w Internecie – polski punkt widzenia* // Poradnik Językowy. – 2006, z. 1, s. [29]-41  
Cechy, semiotyka, język reklamy internetowej.

ZAPOLSKA Anna : *Reklama – krzywe zwierciadło kultury* // Edukacja i Dialog. – 2005, nr 2, s. 58-62

ZWOLIŃSKI Andrzej : *Media – nadzieje i obawy* // Wychowawca. – 2001, nr 11, s. 9  
Środki masowego przekazu jako źródło informacji i manipulacji.

ŻARKIEWICZ – PACAK Aleksandra : *Wpływ reklamy telewizyjnej na dzieci w wieku szkolnym* // Edukacja Medialna. – 2002, nr 1, s. 32-35  
Reklama kształtuje postawy konsumpcyjne młodzieży.

ŻYDOWO Mariusz : *Biomedyczne problemy molekularnych badań i manipulacji genetycznych* // Wszechświat. – 1997, nr 6, s. 158-161

**WIĘCEJ TEMATYCZNYCH ZESTAWIEŃ BIBLIOGRAFICZNYCH  
ZNAJDZIECIE PAŃSTWO W NASZYM INTERNETOWYM SERWISIE POD ADRESEM  
<http://www.pedagogiczna.edu.pl>**