

BIBLIOTEKA PEDAGOGICZNA  
W PIOTRKOWIE TRYBUNALSKIM  
Multimedialne Centrum Informacji i Promocji  
oprac. Sylwia Brzeżańska

**REKLAMA A DZIECKO**  
**(WPŁYW REKLAMY NA DZIECKO)**  
Zestawienie bibliograficzne w wyborze  
za lata 2005-2010

**WYDAWNICTWA ZWARTE:**

(Książki dostępne w Bibliotece Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filiach)

ACUFF Daniel S., REIHER Robert H. : **Kidnaping : jak marketerzy kontrolują umysł Twojego dziecka** / [tłum. Monika Lipiec-Szafarczyk, Joanna Sugiero]. - Gliwice : "Helion", cop. 2006. - (Onepress)

**Sygn. 97497**

AFTAB Parry : **Internet a dzieci : uzależnienia i inne niebezpieczeństwa** / przeł. Barbara Nicewicz. - Warszawa : Prószyński i S-ka, 2003. - **S. 130-139** : *Jak się bronić przed oszustwami i nieuczciwymi marketingiem w sieci*

O internetowej reklamie skierowanej do dzieci.

**Sygn. 90920**

**Filia Bełchatów 28687**

ANDRZEJEWSKA Anna : **Magia szklanego ekranu : zagrożenia płynące z telewizji** / Anna Andrzejewska. - Warszawa : "Fraszka Edukacyjna", 2007. - (Poradnik Nauczyciela, Wychowawcy, Pedagoga). - **S. 50-60** : *Reklama i jej ujemne skutki*

Telewizja - a dziecko

**Sygn. 98310**

**Filia Bełchatów 30150**

BRAUN-GAŁKOWSKA Maria : *Dziecko osaczone przez reklamy* // W: **Media elektroniczne w życiu dziecka : w kontekście wartości wychowawczych oraz zagrożeń** / red. Jadwiga Izdebska. - Białystok : "Trans Humana", 2008. - **S. 63-86**

**Sygn. 96537**

**Filia Bełchatów 30057**

CZERNIEC Iwona : *Dziecko w świecie reklam medialnych* // W: **Media - przyjaciel czy wróg dziecka? : program informacyjno-edukacyjny** / pod red. Wioletty Tuszyńskiej-Boguckiej. - Poznań : "eMPi2", 2006. - **S. 46-60**

Reklama telewizyjna

**Sygn. 94201W**

CZERNIEC Iwona : *Reklamy telewizyjne w percepcji dzieci 6-letnich* // W: **Media - przyjaciel czy wróg dziecka? : program informacyjno-edukacyjny** / pod red. Wioletty Tuszyńskiej-Boguckiej. - Poznań : "eMPi2", 2006. - **S. 73-82**

Reklama telewizyjna

**Sygn. 94201W**

HAS-TOKARZ Anita : *Zabawa w kupowanie. ikony mediów dla dzieci na przykładzie Barbie i Winx Club* // W: **Nowy wspaniały świat? : moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia** / red. nauk. Wojciech Muszyński. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2009. - **S. 260-271**

**Sygn. 98279**

IZDEBSKA Jadwiga : **Portrety dzieci w wybranych programach telewizyjnych**. - Białystok : Trans Humana Wydawnictwo Uniwersyteckie, 2006. - **S. 46-75** : *Dziecko w reklamie telewizyjnej*

**Sygn. 95000**

JAWORSKA Agnieszka : *Jaki wpływ na dziecko ma reklama telewizyjna?* // W: **Aktualne problemy edukacji przedszkolnej i wczesnoszkolnej** / red. Elżbieta Szefer. - Bydgoszcz : Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, 2001. - **S. 135-143**  
**Sygn. 89904W**

KAMIŃSKA Krystyna : **W stronę wielokulturowości w edukacji przedszkolnej.** - Warszawa : Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, cop. 2005. - **S. 95-96** : *Reklama*  
Wpływ reklamy na dziecko.  
**Sygn. 94950**

KIENING Anna : *Reklama telewizyjna w percepcji dzieci w wieku przedszkolnym* // W: **Media elektroniczne w życiu dziecka : w kontekście wartości wychowawczych oraz zagrożeń** / red. Jadwiga Izdebska. - Białystok : "Trans Humana", 2008. - **S. 87-93**  
**Sygn. 96537**  
**Filia Bełchatów 30057**

KŁOSIŃSKA Tatiana : *Oddziaływanie programów i reklam telewizyjnych na dzieci* // W: **Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy** / red. Wacław Strykowski, Wojciech Skrzydlewski. - Poznań : "eMPi2", 2004. - **S. 404-411**  
**Sygn. 92779W**

KOSIŃSKA Tatiana : *Dziecko wobec mediów : wyzwania wychowawcze* // W: **Rodzina : historia i współczesność : studium monograficzne : praca zbiorowa** / red. nauk. Wiesława Korzeniowska Urszula Szuścik. - Kraków : Oficyna Wydawnicza "Impuls", 2006. - **S. 291-304**  
**Sygn. 95947**

KOWALCZUK Robert : *Analiza zwiastunów reklamowych emitowanych w bezpośredniej bliskości programów dla dzieci – zwiastuny z okresu 16-22.01.2006* // W: **Media elektroniczne w życiu dziecka : w kontekście wartości wychowawczych oraz zagrożeń** / red. Jadwiga Izdebska. - Białystok : "Trans Humana", 2008. - **S. 94-103**  
**Sygn. 96537**  
**Filia Bełchatów 30057**

KOWALSKI, MIROSŁAW, DROŻDŻ Mariusz : **Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych : (edukacja przez "codziennosc" telewizyjną) = Violence and Health in Television : (Education by TV "Commonplace")** /. - Kraków : "Impuls", 2008. - **S. 131-145** : *Wiesz wszystko – reklama telewizyjna jako spektakl o zdrowiu i dla zdrowia?*  
**Sygn. 97048, 96595**

KRZYŻANOWSKA Natalia : *Gry reklamy : rola dziecka w postmodernistycznej wizji konsumpcji masowej* // W: **Współprzestrzenie edukacji : szkoła - rodzina - społeczeństwo – kultura** / red. nauk. Mirosława Nyczaj-Drag, Michał Głazewski. - Kraków : Oficyna Wydawnicza "Impuls", 2005. - **S. 179-191**  
Wpływ reklamy na dziecko.  
**Sygn. 93970**

LINDSTROM Martin : **Dziecko reklamy** / z ang. przeł. Agnieszka Monika Kawalec. - Warszawa : "Świat Książki", 2005  
**Sygn. 93216**

LITWIŃSKA Katarzyna : *Oddziaływanie reklam telewizyjnych na emocje dzieci przedszkolnych* // W: **Media elektroniczne w życiu dziecka : w kontekście wartości wychowawczych oraz zagrożeń** / red. Jadwiga Izdebska. - Białystok : "Trans Humana", 2008. - **S. 104-115**  
**Sygn. 96537**  
**Filia Bełchatów 30057**

LITWIŃSKA Katarzyna : **Reklamy telewizyjne i ich oddziaływanie na emocje dzieci w wieku przedszkolnym.** - Lublin : Wydawnictwo KUL, 2008  
Zawiera rozdziały : Reklama telewizyjna – charakterystyka zjawiska ; Dziecko w wieku przedszkolnym jako odbiorca reklam, Zawartość reklam telewizyjnych ; Wpływ reklam telewizyjnych na dzieci w wieku przedszkolnym.  
**Sygn. 97300**

LIZAK Jadwiga : **Język reklam dla dzieci.** - Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2006

**Zawiera rozdziały:**

- Czas współczesnych reklam;
- Reklama jako tekst intersemiotyczny;
- Reklama dla dzieci;
- Reklama – makroakt i jego intencje cząstkowe ;
- Środki stylistyczno-językowe ;
- Językowy obraz dziecka w reklamie;
- Wpływ reklamy na zachowanie językowe dzieci;
- Reklama dla dzieci – kilka studiów przypadków.

**Sygn. 94575**

MAMROŁ Andrzej : *Zabiegi manipulacyjne w reklamach telewizyjnych kierowanych do dzieci* // W: **Wczesna edukacja dziecka – perspektywy i zagrożenia** / pod red. Stanisławy Włoch. – **S. 263-268**

**Sygn. 98288**

MIDOŁ-ROGÓŻ Katarzyna : *Dziecko w świecie telewizji i reklamy* // W: **Edukacja dzieci sześćioletnich w Polsce** / red. nauk. Danuta Waloszek. - Zielona Góra : ^wOficyjna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, 2005. - **S. 187-198**

Badania dotyczą wpływu produktów telewizyjnych (w szczególności reklamy) na dziecko.  
**Sygn. 96783**

OLECH Joanna : *Wiedźma Reklama* // W: **Nigdy nie jest za wcześnie : rozwój i edukacja małych dzieci** / pod red. Teresy Ogrodzińskiej. - Warszawa : Fundacja Rozwoju Dzieci im. Jana Amosa Komeńskiego, 2004. - **S. 151-154**

Reklama a dziecko

**Sygn. 92708**

**Filia Bełchatów 29166**

**Filia Radomsko 34904**

**Filia Tomaszów 39351**

PUŁKA Leszek : **Kultura mediów i jej spektakle na tle przemian komunikacji społecznej i literatury popularnej.** - Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2004. - (Acta Universitatis Wratislaviensis, ISSN 0239-6661 [od 1979 r.] ; No 2678). – **S. 192-222** : *Podwójne życie heroiny domu dla lalek*

**Sygn. 93353**

SIKORA Marta : *Reklama a komunikowanie się młodzieży* // W : **Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym** / red. Mirosława Wawrzak-Chodaczek. - Toruń : "Adam Marszałek", 2008. - (Komunikacja Społeczna w Edukacji / przew. kom. red. Zbigniew Nęcki). – **S. 187-199**

**Sygn. 97276**

SZYMANOWSKA Joanna : *Obraz świata przekazywany w reklamie zagrożeniem współczesnego dzieciństwa* // W: **Media elektroniczne w życiu dziecka : w kontekście wartości wychowawczych oraz zagrożeń** / red. Jadwiga Izdebska. - Białystok : "Trans Humana", 2008. – **S. 116-126**

**Sygn. 96537**

**Filia Bełchatów 30057**

TISSERON Serge : **Dziecko w świecie obrazów** / pytania zadaje Brigitte Canuel ; przeł. Elżbieta Burakowska. - Warszawa : "Pax", 2006. - (Wychowanie Bez Porażek). - **S. 104-114** : *Reklama i czasopisma dla dorosłych*

Dlaczego reklamy podobają się dzieciom.

**Sygn. 95193**

WALAT Wojciech : *Zjawisko przemocy w mediach na przykładzie reklam i gier komputerowych dla dzieci i młodzieży* // W: **Przemoc : konteksty społeczno-kulturowe. T. 2, Kulturowe i edukacyjne aspekty zjawiska** / pod red. Wiesławy Walc. - Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2007. - **S. 165-174**

**Sygn. 98308**

ZACIAK Beata : *Wizerunek dziecka w reklamie telewizyjnej* // W : ***Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*** / red. Beata Łaciak. - Warszawa : Instytut Spraw Publicznych, 2003. - S. 141-165  
Sygn. 95173

### **ARTYKUŁY Z CZASOPISM:**

(Artykuły dostępne w Czytelnicy Biblioteki Pedagogicznej w Piotrkowie Trybunalskim i/lub jej Filialach)

ALBERTOWSKA Anna : *Dziecko - podmiot reklamy* // Edukacja i Dialog. - 2006, nr 1, s. 58-60  
Wpływ reklam telewizyjnych na wyobraźnię dzieci.

AULICH Maria : *Oni wiedzą* // Głos Nauczycielski. - 2010, nr 11, s. 8G  
Gala III edycji konkursu "Wiesz, co kupujesz?", która odbyła się dn. 12 marca 2010 roku w Bibliotece Uniwersyteckiej w Warszawie.

BRAUN-GAŁKOWSKA Maria : *Dzieci - odbiorcy reklam* // Wychowawca. - 2002, nr 7/8, s. 10-13  
Zagrożenia dla psychiki dziecka.

BUJAK-LECHOWICZ Jolanta : *Wiedza o reklamach telewizyjnych w odbiorze dzieci przedszkolnych i szkolnych.* - Summ. - Bibliogr. // Nauczyciel i Szkoła. - 2007, nr 1/2, s. [144]-149

CZUBAJ Mariusz : *Wampiry i lolitki* // Polityka. - 2003, nr 28, s. 66-69  
Idealni konsumenci, czyli dzieci w szponach mediów i reklamy.

GRABOWSKA Magdalena : *Teoria amalgamacji a świat pojęć dzieci* // Edukacja i Dialog. - 2005, nr 6, s. 41-44  
Procesy umysłowe m. in. wyobrażenia.

GREGORCZYK Beata : *Kto je nauczy sztuki odmawiania?* // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 2003, [nr] 4, s. 46  
Wpływ reklamy na dziecko.

GROCHOWSKA Alicja, BILEWICZ Marzena : *Poziom rozwoju poznawczego dzieci a odbiór reklam telewizyjnych.* - Bibliogr. // Czasopismo Psychologiczne. - 2005, nr 1, s. 49-62  
Jak dzieci odbierają reklamę w poszczególnych stadiach rozwoju poznawczego według Jeana Piageta. Badania i wyniki badań.

*ISTOTNY wpływ na decyzje młodych* // Świat Problemów. - 2005, nr 5, s. 17-18  
Wpływ reklamy alkoholu na decyzje młodzieży.

KASZULANIS Magdalena : *9,99 - nie daj się naciągnąć!* // Głos Nauczycielski. - 2007, nr 37, s. 12  
Jak działają chwytły reklamowe w supermarketach. Podatność dzieci na reklamę.

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.

KRUSZEWSKI Krzysztof : *Pedagoga pochwała reklam telewizyjnych.* - Bibliogr. // Ruch Pedagogiczny. - 2001, nr 3/4, s. 7-12  
Wpływ reklam na rozwój sił poznawczych dzieci.

KRZYŻANOWSKI Piotr : *Uniwersytet reklamowy* // Wprost. - 2003, nr 41, s. 64-65  
Pozytywny wpływ reklamy na dzieci. Kształtowanie odpowiedzialnej postawy w życiu dorosłym. Wyniki badań.

- KURZYNOGA Monika : *Uwodzenie przez reklamę* // Wychowawca. - 2009, nr 6, s. 22-23  
 Wpływ reklamy i środków masowego przekazu na osobowość dziecka. Tworzenie ich potrzeb konsumpcyjnych. Manipulowanie postawami i zachowaniami dzieci i młodzieży. Zaspakajanie potrzeby prestiżu społecznego, pozycji w grupie itp. dzięki konsumpcyjnym i roszczeniowym postawom dzieci i młodzieży, także z rodzin dotkniętych bezrobociem i biedą. Postawy rodziców.
- KUŚPIT Małgorzata : *Dziecko w świecie reklamy* // Remedium. - 2006, nr 3, s. 22-23  
 Wpływ reklamy na dziecko.
- KWIATKOWSKA Magdalena : *Dziecko w reklamie społecznej* // Małżeństwo i Rodzina. - 2004, nr 3, s. [51]-53
- KWIATKOWSKA Magdalena : *Dziecko w reklamie społecznej*. - Summ. - Bibliogr. // Roczniki Socjologii Rodziny. - T. 15 (2003), s. [137]-146  
 Pojęcie reklamy społecznej. Kryteria klasyfikacji przekazów niekomercyjnych.
- LISOWSKA Edyta : *Młodzież jako "siła nabywczą"* : *psychologiczne uwarunkowania odbioru reklamy przez nastolatka*. - Bibliogr. // Guliwer. - 2004, nr 1, s. 95-101
- MANDAL Eugenia : *Czy nas to kręci? : o reklamach wykorzystujących motywy seksualne* // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 2007, nr 4, s. 21-22  
 Reklama - socjologia ; Erotyzm - reklama
- NIESIOBĘDZKA Małgorzata : *Rola reklamy w kształtowaniu nawyków żywieniowych dzieci*. - Bibliogr. // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 2007, nr 10, s. 32-37  
 Rodzaje produktów spożywczych konsumowanych przez dzieci dzięki atrakcyjnej reklamie.
- NIESIOBĘDZKA Małgorzata : *Udział dzieci w decyzjach konsumenckich dotyczących produktów przeznaczonych do ich użytku*. - (Materiały i sprawozdania z badań). - Summ. - Bibliogr. // Kwartalnik Pedagogiczny. - R. 54 (2009), nr 1, s. [115]-124  
 Badania.
- ORKISZEWSKA Barbara : *Uległość wobec reklam*. - Bibliogr. // Edukacja i Dialog. - 2006, nr 1, s. 61-64  
 Wpływ reklam telewizyjnych na dzieci i młodzież.
- PIETRUSZKA Magdalena : *Marketing alkoholowy i młodzież : monitoring efektywności samoregulacji amerykańskiego przemysłu alkoholowego* // Remedium. - 2004, nr 6, dod. s. VI-VII  
 Przedstawienie kontekstu reklamy i promocji alkoholu skierowanej do młodzieży w Stanach Zjednoczonych.
- PILLER Joanna : *Recepcja reklam telewizyjnych przez najmłodszych odbiorców i jej wpływ na ich język*. - Summ. - Bibliogr. // Poradnik Językowy. - 2002, z. 10, s. [31]-44  
 Odbiór reklam przez dzieci.
- PSZKIT Dorota : *Jak chronić dzieci przed szkodliwym oddziaływaniem reklam telewizyjnych* // Nowa Szkoła. - 2006, nr 7, s. 38-45
- SAMBORSKA Iwona : *Komercjalizacja dzieciństwa : wyzwania edukacji konsumenckiej* // Wychowanie w Przedszkolu. - 2009, nr 5, s. 5-10  
 Kategoria konsumpcyjnej młodości. Czy dziecko jest konsumentem doskonałym (kindermarketing). Wpływ mediów, jako propagatora konsumpcyjnego stylu życia na dziecko. Potrzeba edukacji konsumenckiej.
- SITARCZYK Małgorzata, ŁUKASIK Magdalena : *Reklama i dziecko* // Wychowanie w Przedszkolu. - 2005, nr 8, s. 16[464]-20[468]  
 Jak reklama wpływa na osobowość i zachowanie dzieci.

SZYMAŃSKA Magdalena : *Zagrożenia wynikające z nadmiernego oglądania telewizji*. - Bibliogr. // Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze. - 2009, nr 1, s. 40-43  
Negatywny wpływ oglądania telewizji na rozwój i zachowanie dzieci. Reklama telewizyjna.

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.

ZAJDEL Krzysztof : *Zapraszamy do reklamy!* // Edukacja i Dialog. - 2001, nr 4, s. 59-61  
Wyniki badań podatności dziecka na reklamę.

ZAKRZEWSKI Tomasz : *Mechanizmy perswazji i reklamy środków psychoaktywnych w Internecie. Cz. 2* // Serwis Informacyjny Narkomania. - 2009, nr 2, s. 11-13  
Opis mechanizmów wpływu stosowanego w sieci w celu reklamowania środków psychoaktywnych.

ZAKRZEWSKI Tomasz : *Mechanizmy perswazji i reklamy środków psychoaktywnych w Internecie. [Cz. 1]* // Serwis Informacyjny Narkomania. - 2009, nr 1, s. 11-15  
Opis podstawowych mechanizmów perswazji nieoficjalnej reklamy i nielegalnych sposobów promocji środków psychoaktywnych.

**WYDAWNICTWA INNYCH BIBLIOTEK  
DOSTĘPNE NA ZAMÓWIENIE CZYTELNIKA  
W RAMACH USŁUGI WYPOŻYCZEŃ MIĘDZYBIBLIOTECZNYCH**

Izdebska Jadwiga : *Obraz dziecka w reklamach telewizyjnych - jako narzędzie manipulacji medialnej* // W: **Manipulacja - media - edukacja** / red. Bronisław Siemieniecki . - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek , cop. 2007. - **S. 409-418**. - (Multimedialna Biblioteka Pedagogiczna )

Materiały z piątej konferencji poświęconej problemom pedagogiki medialnej "Manipulacja w mediach a edukacja", 29-30 marca 2006 r.

KŁOSIŃSKA Tatiana : *Uczniowie wczesnej edukacji wobec przekazów reklam telewizyjnych* // W: **Dziecko - sukcesy i porażki** / pod red. Rafała Piwowarskiego. - Warszawa : Instytut Badań Edukacyjnych , 2007. - **S. 355-362**

Uczniowie klas początkowych ; Reklama telewizyjna ; Reklama a dziecko.

RUSZKIEWICZ Dorota : *Reklama telewizyjna w życiu dziecka w młodszym wieku szkolnym* // W: **Rodzina w kontekście współczesnych problemów wychowania** / red. nauk. Bożena Suchacka. -Kraków : Wydaw. Naukowe Papieskiej Akademii Teologicznej, 2008. - (Małżeństwo i Rodzina - Papieska Akademia Teologiczna w Krakowie ). - **S. 379-388**

SAMBORSKA Iwona : *Świat reklamą malowany - ujęcie z perspektywy małego dziecka* // W: **Kultura współczesna a wychowanie człowieka** : materiały Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej "Człowiek w świecie kultury - kultura w życiu człowieka" (Zwierzyńiec, 7-9 czerwca 2005 roku) . - Lublin : "Verba", 2006. - **S. 253-262**

STEFANOWICZ- ZAWISZEWSKA Katarzyna, ŻUCHELKOWSKA Krystyna : *Reklama telewizyjna w życiu uczniów kończących edukację wczesnoszkolną* // W: **Manipulacja - media - edukacja** / red. Bronisław Siemieniecki. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, cop. 2007. - Multimedialna Biblioteka Pedagogiczna. - **S. 419-428**

Materiały z piątej konferencji poświęconej problemom pedagogiki medialnej "Manipulacja w mediach a edukacja", 29-30 marca 2006 r.

**Zobacz też zestawienia bibliograficzne**

REKLAMA – JĘZYK I MECHANIZM  
REKLAMA – JĘZYK I MECHANIZM – za lata 2005-2010  
MANIPULACJA

... Więcej tematycznych zestawień bibliograficznych  
znajdziecie państwo w naszym internetowym serwisie pod adresem  
<http://www.pedagogiczna.edu.pl>