



Janusz Dworak

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2024-4064>

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku

Henryk A. Kretek

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8857-3652>

Politechnika Śląska, Wydział Organizacji i Zarządzania

ISTOTA GASLIGHTINGU I JEGO WPŁYW NA PAMIĘĆ INDYWIDUALNĄ, ZBIOROWĄ, INSTYTUCJONALNĄ I MARKETINGOWĄ W ASPEKTCIE MANIPULOWANIA SPOŁECZEŃSTWEM

Streszczenie (abstrakt): W artykule znane w psychologii pojęcie „gaslighting”, postrzegane jako narzędzie przemocy psychicznej, autorzy przetransponowali na ogół relacji społecznych. Zauważyli, że współczesne działania decydentów wpływają głównie na zmianę świadomości obywateli, co jest źródłem wielu niepokojących zjawisk. W treści artykułu została wyodrębniona pamięć: indywidualna, zbiorowa, instytucjonalna i marketingowa, w których zapisane zdarzenia są obecnie reinterpretowane, co prowadzi ku polaryzacji całego społeczeństwa w rozmiarach dotychczas nieznanymi. Autorzy zwracają szczególną uwagę na rolę historii w kształtowaniu przekazu – w tym również i marketingowego – celem osiągania partykularnych celów organizacji. Artykuł jest głosem w dyskursie, dotyczącym form funkcjonowania społeczeństwa, a oparty jest na badaniach fokusowych prowadzonych w różnych środowiskach.

Słowa kluczowe: gaslighting, pamięć indywidualna, pamięć zbiorowa, pamięć marketingowa, wiedza

THE ESSENCE OF GASLIGHTING AND ITS IMPACT ON INDIVIDUAL, COLLECTIVE, INSTITUTIONAL AND MARKETING MEMORY IN THE ASPECT OF MANIPULATION WITH SOCIETY

Abstract: In the article, known in psychology as a tool of psychological violence, the authors transposed social relations. They noticed that the contemporary actions of decision-makers mainly affect the change in the awareness of citizens, which is the source of many disturbing phenomena. In the text of the article, memory was distinguished: individual, collective, institutional and marketing, in which recorded events are currently being reinterpreted, which leads to the polarization of the entire society in dimensions unknown so far. The authors pay special attention to the role of history in shaping the message – including marketing – to citizens in order to achieve the particular goals of the organization. The article is a voice in the discourse on the forms of functioning of society, and is based on focus groups conducted in various environments.

Keywords: gaslighting, individual memory, collective memory, marketing memory, knowledge

Wprowadzenie

Wielu obywateli naszego państwa jest przekonanych o wyjątkowej wartości wiedzy, którą zapamiętali w różnych okresach swojego życia. Starając się być ekspertami w jakiejś dziedzinie, wyrażają własne zdanie na dany temat i w pewien sposób zmuszają adwersarzy do zapamiętywania odmiennych wersji zdarzeń niż te, które oni do tej pory znali. Podczas licznych rozmów, dyskusji i debat, wyrażając własne poglądy, upierają się przy swoich racjach, ignorując często fakty, które mogą pokazać, że wydarzenia przybiegały zgoła inaczej. W efekcie osoby, będące pod wpływem takich narracji, zaczynają wątpić we własne wartości i przyjmują punkt widzenia interlokutora, zdając sobie jednocześnie sprawę z tego, że im się to po prostu opłaca. Tego typu zabiegi w psychologii to „*gaslighting*”¹, gdzie tym mało znanym terminem określa się rodzaj przemocy psychicznej, polegającej na takim manipulowaniu drugą osobą, aby stopniowo przejmować kontrolę nad jej sposobem postrzegania rzeczywistości² czy też „w uproszczeniu rozumiany jako osłabienie funkcji poznawczych i poczucia kontroli nad wydarzeniami poprzez wywołanie u innej osoby przekonania, że nie może ufać własnej pamięci czy percepcji”³. Manipulant może udawać, że nie rozumie drugiej osoby, bądź poddawać w wątpliwość jej wersję zdarzeń lub ignorować jej obawy⁴. To zjawisko czy też ten sposób działania można uogólniać i wówczas będzie to wywieranie presji na społeczeństwo, celem zaakceptowania przez ogół obywateli określonego sposobu postrzegania przeszłości, co w konsekwencji powinno usprawiedliwiać obecne postępowanie decydentów.

Działania takie często są prowadzone z premedytacją, aby osiągnięcie zaplanowanych korzyści wyglądało na czynienie dobra osobom przyjmującym oczekiwaną przez manipulatora nową wersję zdarzeń. Zatem jest to ukryty rodzaj manipulacji, podczas której jej ofiary czują się dezorientowane czy też bezradne, co powoduje, że podporządkowują swoje działanie już nie własnym lecz cudzym interesom. Dzieje się to za sprawą:

- trywializowania, czyli umniejszania emocji związanych z prezentowanymi treściami, przy jednoczesnym sugerowaniu, że nie mają one w tym określonym wypadku znaczenia lub są to oskarżenia o przesadną reakcję na dane wydarzenia;
- kontrargumentowania, czyli kwestionowania trwałości pamięci adwersarza; zaprzeczając jego słowom, wymyśla się nowe szczegóły, przedstawiające prezentowane treści w zupełnie innym kontekście;
- zatajania, czyli zbywania próby nawiązania rozmowy, czy dyskusji na dany temat lub oskarżania interlokutora o umyślne wprowadzenie słuchaczy w błąd;

¹ Termin „*gaslighting*” nie ma w języku polskim odpowiednika. Pochodzi od tytułu sztuki Patrica Hamiltona zekranizowanej przez Georga Cukora (1944) „*Gaslight*” („*Gasnący płomień*”).

² <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gaslighting> [dostęp: 15.04.2023].

³ M. Romańczuk-Grącka, *Gaslighting jako forma przemocy psychicznej*, „*Studia Prawnoustrojowe*” 2021, nr 52, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, file:///C:/Users/Asus/Downloads/14348.pdf [dostęp: 14.04.2023].

⁴ H. Gadomska, *Gaslighting. Najokrutniejsza i najbardziej wyrafinowana forma przemocy*, <https://www.focus.pl/artykul/najsubtelniejsza-i-najokrutniejsza-forma-przemocy-gaslighting-to-pojecie-lepiej-znac> [dostęp: 14.04.2023].

- odwracania uwagi, czyli zmienianie tematu rozmów i kierowanie dyskusji na inne zagadnienia;
- zaprzeczania faktom, czyli innej interpretacji przyczyn zjawisk, które miały miejsce w przeszłości i wywołały określone skutki;
- dyskredytowania, czyli sugerowania, że niezapamiętane zdarzenia nigdy nie miały miejsca lub są niewłaściwie interpretowane⁵.

Tak więc pojęcie gaslightingu w szerszym znaczeniu można zdefiniować jako rodzaj przemocy wywieranej w celu zmiany interpretacji zdarzeń; procesów lub opinii zapisanych w pamięci obywateli z takich, które do tej pory mieli, na takie, które obecnie obowiązują lub mają obowiązywać. To działanie można uznać za zawołany rodzaj przemocy (słownej) decydentów nad tymi, którzy nie przyjęli nowo obowiązującej wykładni zdarzeń z przeszłości historycznej.

Celem artykułu jest zaprezentowanie sposobu manipulacji różnymi formami pamięci i ukazanie metod podporządkowania znacznej części obywateli, do wyrażania aprobaty na podejmowane przez decydentów działania, co sprowadza się do „pojawiania się nowych jakości, cech, czy zjawisk w miarę wzrostu złożoności układu”⁶. Jako metodę badawczą przyjęto:

- fokusy realizowane w ramach spotkań ze studentami różnych uczelni,
- kwerendę literatury przedmiotu,
- pogłębione wywiady z nauczycielami akademickimi.

Na podstawie przeprowadzonych badań i analizy zebranego materiału badawczego wyartykułowano istotę manipulowania różnymi formami pamięci, których niezauważalną bądź trudno dostrzegalną postać można określić jako *gaslighting* społeczny.

Istota i percepcja *gaslightingu* społecznego

Gaslighting społeczny jest realizowany za pomocą kwestionowania odziedziczonych po przodkach przemyśleń, wspomnień czy też wydarzeń, zapisanych w pamięci poszczególnych osób. To także sugerowanie ludziom tego, że ich dotychczasowy sposób rozumowania jest gorszy – a właściwie to już był – oparty na niewiedzy, bądź fałszywych przesłankach, a nawet był szkodliwy dla dalszego rozwoju państwa czy narodu. Tego typu przemoc słowna powoduje to, że duża część społeczeństwa traci zaufanie do swojej tożsamości, a przy tym nie może odnaleźć się w nowej interpretacji historii. Osoby stosujące *gaslighting* wobec społeczeństwa najczęściej przekonują jego członków do tego, że w innych oko-

⁵ Niewidzialna manipulacja. Co to jest Gaslighting?, <https://mostyzamiastmurow.pl/co-to-jest-gaslighting/> [dostęp: 14.04.2023].

⁶ J. Dworak, *Przegląd typów relacji marketingowych w kontekście generowania zjawisk emergentnych*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, nr 50/2, s. 47-60, Uniwersytet Szczeciński, DOI: 10.18276/sip.2017.50/204, [https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2-s47-60/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2-s47-60.pdf](https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2-s47-60/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2-s47-60.pdf).

licznościach nie będą oni zdolni do samodzielnego życia, a ich warunki bytowania zostaną zdeterminowane przez decyzje ludzi nieodpowiedzialnych, a nawet niestabilnych psychicznie. Przekraczając fakty i bagatelizując dotychczasową interpretację zdarzeń, tworzą własne prawdy, oparte na nieznanym do tej pory bohaterach, ideach i tradycjach, twierdząc przy tym, że inni tego nie zauważyli lub celowo pomijali.

Obecnie *gaslighting* to nie jest tylko zjawisko społeczne, ale także nowa forma szykanowania, nękania, dyskryminowania i wywierania presji na obywateli, którą można zauważyć w różnego rodzaju mediach emitujących wypowiedzi celebrytów, polityków, a nawet duchownych.

Manipulację typu *gaslighting* można rozpoznać dzięki kilku sygnałom ostrzegawczym. Może to być: powątpiewanie w własne poglądy; przygotowywanie argumentów konfrontacji z osobami, które chcą nam narzucić własną interpretację zdarzeń; zastanawianie się, czy warto poruszać jakiś temat, z obawy przed konsekwencjami w miejscu pracy czy też przybieranie postawy spolegliwej, aby nie narazić się na ostracyzm. Ofiary takiego przed-manipulacyjnego stanu psychicznego wpadają w spiralę wątpliwości, nie ufają swoim wrażeniom, a poczucie ich własnej wartości ciągle maleje. Ponadto zaczynają wierzyć już nie we własne wersje, lecz w wersje manipulatora i coraz częściej postrzegają swoje zachowanie przez pryzmat profitów, które ta nowa interpretacja zdarzeń może im zapewnić. Często są one także zdeprymowane tym, że nowe formy interpretacji historii kwestionują nawet ich zdrowy rozsądek, którym się kierowali przy interpretowaniu minionych zdarzeń i prezentowaniu nowatorskich wersji rozwoju kraju.

Gaslighting społeczny jest więc szkodliwą praktyką a równocześnie niebezpiecznym doznaniem dla tych, którzy go doświadczają. Nie można bowiem zmierzyć, ani w krótkiej, ani w długiej perspektywie, jakie będą jego konsekwencje i jak wpłynie na funkcjonowanie społeczeństwa, ponieważ nie występuje tu przemoc fizyczna, agresja słowna i mowa nienawiści. *Gaslighting* społeczny skierowany jest na przekształcenie, deformowanie i podważanie wiarygodności treści zapisanych w pamięci człowieka. W ten sposób maleje zdolność umysłu do przyswajania, przechowywania oraz odtwarzania doznanych wrażeń, przeżyć czy też wiadomości, co wykorzystywane zostaje do osiągnięcia partykularnych celów przez określone grupy interesów.

W literaturze socjologicznej funkcjonuje kilka rodzajów pamięci, takich jak: jednostkowa, historyczna oraz zbiorowa, w których w procesie socjalizacji i indoktrynacji zostają zapisane informacje przydatne w późniejszym życiu obywatela. Do tego zbioru różnych „pamięci” można jeszcze dodać pamięć instytucjonalną, i jest to wykreowany na potrzeby nowo powstałych organizacji wizerunek miejsca, czasu lub zdarzenia, w których dostosowano do bieżących wydarzeń prawdę historyczną. Zadaniem wszystkich rodzajów pamięci jest zapamiętanie zdarzeń, które stworzyły obywatelowi warunki do dalszej egzystencji. Osobnym i nowym pojęciem jest pamięć marketingowa, którą można zdefiniować jako zapisane w umysłach klienta informacje o produktach.

Zarys oddziaływania na pamięć indywidualną

Osoby, biorące udział w fokusach na temat kształtowania pamięci indywidualnej, najczęściej podkreślały jej subiektywny charakter, który pozwalał na zapamiętywanie tylko pozytywnych epizodów dotyczących własnej osoby. To zapamiętane wydarzenia, w których postacią pierwszoplanową byłam „Ja”, bowiem wokół mnie toczyły się wszystkie inne wydarzenia. Starsze pokolenie wspominało okres służby wojskowej jako realizację idei patriotycznej, co powodowało u nich kształtowanie postawy opiekuńczej w stosunku do całego społeczeństwa. Natomiast lata studiów były postrzegane jako zdobywanie sprawności intelektualnej, którą wykorzystano później w różnych firmach, aktywnościach czy instytucjach. W pamięci indywidualnej uczestników fokusów zapisane zostały różnego rodzaju epizody, takie jak: awanse, wyróżnienia czy wydarzenia rodzinne.

Pamięć indywidualna⁷ jest ściśle związana z przeżyciami osób w okresach dzieciństwa, dorastania, pracy zawodowej, tworzenia i trwania rodziny oraz osiągania sukcesów, przekładającymi się na posiadanie dóbr materialnych. Jest ona wykorzystywana do realizacji bieżących spraw lub w czasie spotkań towarzyskich. Jej odmianą jest pamięć intelektualna⁸, która pozwala na zapamiętywanie określonych danych i informacji, a w konsekwencji na tworzenie zasobu posiadanej wiedzy. Posługiwanie się nią jest niezbędne w relacjach zawodowych, społecznych i biznesowych, celem osiągnięcia wyższej pozycji w otoczeniu. Tu *gaslighting* społeczny praktycznie nie występuje, ponieważ zapisane w pamięci indywidualnej informacje są odbiciem jednostkowych emocji każdego obywatela. Czynniki zewnętrzne nie są w stanie jej zakłócić, chyba że na jaw wyjdą nieznanne do tej pory fakty, z których wynikać będzie, że zapamiętane zdarzenia zależne były od innych determinant, niż do tej pory sądzono. Wspomnienia, będące wyrazem pamięci indywidualnej, budzą najczęściej pozytywne emocje, do których można się odwołać w każdej chwili. Nie dotyczy to dysfunkcyjnych rodzin, gdzie wspomnienia budzą negatywne emocje i wymazywane są z pamięci.

Zarys oddziaływania na pamięć zbiorową

Osoby biorące udział w fokusach na temat kształtowania pamięci zbiorowej najczęściej podkreślały jej przymusowy charakter, który nakazywał zapamiętywanie uczniom i studentom tylko tych epizodów, które były opisane w obowiązujących podręcznikach. Były to interpretacje wydarzeń, w których pierwszoplanową rolę odgrywały postacie, których życiorysy świadczyły o kontynuacji zapoczątkowanych przez nie pozytywnych zmian w systemach organizacji czy w strukturach państwa. Starsze pokolenie wspominało okres gospodarki nakazowo-rozdziałowej jako realizację odbudowy kraju zniszczonego przez II wojnę światową. Natomiast lata pracy w przedsiębiorstwie były postrzegane jako duży

⁷ Pamięć traktowana jest jako proces odpowiedzialny za kodowanie, przechowywanie i odtwarzanie informacji, które mogą dotyczyć zarówno → przeszłości, jak i → przyszłości (pamięć prospektywna), Zob. T. Maruszewski, *Pamięć indywidualna*, <https://cbh.pan.pl/pl/pami%C4%99%C4%87-indywidualna> [dostęp: 15.04.2023].

⁸ Właściwiej pamięć behawioralno-kulturowa, której nośnikiem jest układ nerwowy, Zob. W. Kunicki-Goldfinger, *Szukanie możliwości. Ewolucja jako gra przypadków i ograniczeń*, PWN, Warszawa 1989.

wysiłek związany z rozwojem firm i kształtowaniem ich pozycji w otoczeniu. W pamięci zbiorowej uczestników fokusów zapisane zostały różnego rodzaju epizody, takie jak: pochody pierwszomajowe, masówki, demonstracje, zmiany ustrojowe, pierwsi premierzy i prezydenci.

Pamięć zbiorowa to zapisane w umyśle człowieka artefakty, do których można zaliczyć zarówno bohaterów minionych epok, jak onegdaj opublikowane teksty, skomponowane pieśni, zastaną zabudowę architektoniczną miast, wiekowe cmentarze, pomniki, kościoły, czy też historyczne zdarzenia typu: demonstracje, powstania i wojny⁹. Są nimi także okresy świetności i upadku naszego państwa, pieczętowane osiągnięciami królów oraz życiorysami dowódców, naukowców, społeczników oraz wynalazców, „to właśnie w społeczeństwie człowiek normalnie nabywa wspomnienia, rozpoznaje je i lokalizuje”¹⁰. W znacznym stopniu pamięć zbiorowa każdego człowieka jest zdeterminowana przez historię miejsca, w którym spędził część swojego życia. Ponadto pamięć zbiorowa wpływa na postawy kształtujące sposób postrzegania rzeczywistości w danej chwili. Osoby jej pozbawione tracą swoją tożsamość, są mniej wyraziste i szybko przestają odgrywać jakąkolwiek rolę w lokalnych i regionalnych społecznościach. Pamięć zbiorowa powoduje, że członkowie społeczeństwa mogą utożsamiać się z ojczyzną i jej bohaterami, którzy swym życiem i działalnością potwierdzili słuszność propagowanych idei. Życiorysy pozytywnych bohaterów są przykładem dla współcześnie żyjących i są umieszczane w podręcznikach historii, zaś negatywne postacie nazwano kolaborantami. W pamięci zbiorowej przechowywane są także osoby, które powinny być napiętnowane i wyeliminowane z danej zbiorowości, lecz z różnych względów cieszą się nadal ogólną estymą¹¹.

***Gaslighting* społeczny**

I w takich okolicznościach pojawia się a nawet w pewnym sensie materializuje się *gaslighting* społeczny, ponieważ zapisane w pamięci zbiorowej informacje są najczęściej odbiciem procesów edukacyjnych w szkołach¹². Oprócz wiedzy z przedmiotów ścisłych uczniowie zapamiętują także epizody dotyczące historii, religii czy też patriotyzmu. Z kolei przemoc psychiczna występuje wówczas, gdy interpretacja osób odpowiedzialnych za procesy edukacyjne w państwie znacząco różni się od tej, którą uczniowie słyszą od swoich rodziców. Już podczas zajęć w szkole pojawiają się pierwsze symptomy dysonansu poznawczego¹³, związane z postawami etycznymi, co rodzi wśród uczniów wiele kontrower-

⁹ E. François, H. Schulze, *Einleitung*, [w:] *Deutsche Erinnerungsorte*, (red.) E. François, H. Schulze, Bonn 2005, s. 5.

¹⁰ M. Halbwachs, *Spoleczne ramy pamięci*, PWN, Warszawa 2022, s. 4.

¹¹ Przykładem może tu być postać biblijną jaką był apostoł Paweł, który w pewnym okresie swojego życia zmienił radykalnie sposób postępowania i z okrutnego prześladowcy chrześcijan stał się ich niekwestionowanym nauczycielem, a nawet przywódcą. Niewygodne epizody z jego życia zostały wyidealizowane a o przestępstwach zapomniano. W polskiej literaturze taką postacią jest Kmicic, bohater *Potopu* Henryka Sienkiewicza, który wielu przestępstw, stał się cenionym obywatelem Rzeczypospolitej.

¹² D. Zarębska-Piotrowska, *Psychomanipulacja – grupy psychomanipulacyjne. Przyczyny. Mechanizmy. Skutki. Wybrane zagadnienia*, ekspertyza dla MSWiA, Warszawa 1999.

¹³ L. Festinger, *Teoria dysonansu poznawczego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.

sji wywołanych „równoczesnym pojawieniem się w świadomości ludzkiej sprzecznych treści poznawczych”¹⁴. Przykładami mogą tu być różne przedmioty nauczania, gdzie uczniowie:

- otrzymują sprzeczne informacje – na religii, że świat został stworzony przez Boga, na fizyce zaś, że jest on konsekwencją wielkiego wybuchu,
- zmagają się z problemem seksualności – widzianej inaczej przez duchownych, a inaczej przez seksuologów,
- stają przed dylematem bogacenia się w obliczu postępującego ubóstwa,
- są uczestnikami promowania działań zgodnych z oficjalną wykładnią szkoły (często o podłożu politycznym) i piętnowania tych, które się od nich różnią,
- zachęceni są do stosowania w praktyce ewangelicznej przypowieści o marnotrawnym synu, który przehulał swoją część majątku, a potem powrócił na łono rodziny w nadziei, że ojciec mu wybaczy, a brat podzieli się z nim swoimi pieniędzmi (w wielu przypadkach taka postawa rodzi pytania o zasadność bycia: uczciwym, pracowitym i przyzwoicie się zachowującym).

Ten chaos informacyjny z pewnością rodzi w świadomości młodych ludzi przykre doznania psychiczne, zmusza ich bowiem do ukrywania własnych poglądów i prezentowania cudzych, bo w taki sposób mogą uzyskać promocje do następnej klasy.

Przemoc intelektualna¹⁵ (bo tak można nazwać tę formę *gaslightingu*) rodzi katastrofalne skutki, podważa bowiem zaufanie zarówno do osób rządzących, jak i instytucji cieszących się do tej pory poważaniem. W efekcie dochodzi do kryzysu zaufania społecznego, przejawiającego się licznymi konfliktami w rodzinie, szkole czy w relacjach z instytucjami państwa.

Zarys oddziaływania na pamięć instytucjonalną

Osoby biorące udział w fokusach na temat kształtowania pamięci instytucjonalnej najczęściej podkreślały jej propagandowy charakter, który pozwala na eliminowanie z pamięci obywateli niewygodnych dla decydentów zdarzeń i zastępowanie ich takimi, które będą potwierdzały działania na rzecz podnoszenia dobrobytu ogółu obywateli przez tychże decydentów. Tu na piedestale zostają postawione osoby, których życiorysy świadczą o tym, że to one zapoczątkowały pozytywne zmiany w strukturach państwa, natomiast ich następcy je kontynuują. Podczas realizacji fokusów starsze pokolenie wspominało okres gospodarki nakazowo-rozdziałowej jako imperatyw wewnętrzny, zmuszający ich do wysiłków na rzecz odbudowy kraju zniszczonego przez II wojnę światową. Natomiast lata transformacji ustrojowej były postrzegane i zostały utrwalone jako wysiłek związany z przekształcaniem struktur socjalistycznych w rynkowe. W pamięci zbiorowej uczestników fokusów zapisane zostały także różnego rodzaju epizody, takie jak: pochody pierwszomajowe; demonstracje;

¹⁴ Dysonans poznawczy, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3895524/dysonans-poznawczy.htm> [dostęp: 16.04.2023].

¹⁵ A. Siemaszko, *Granice tolerancji. O teoriach zachowań dewiacyjnych*. Warszawa: PWN, 1993.

stan wojenny; pierwsi premierzy i prezydenci, o których z czasem zapomniano, a rolę, jaką odegrali w przemianach, zdyskredytowano. Wiele osób zwracało uwagę na pomniki, których obecnie już nie ma oraz na ulice i skwery, którym nadano imiona nieznanymi (do tej pory) bohaterów.

Z pewnym uproszczeniem można stwierdzić, że kształtowanie pamięci instytucjonalnej jest procesem sprzyjającym propagowaniu nowych doktryn społecznych, w oparciu o odpowiednią interpretację dokumentów zdeponowanych w archiwach, bibliotekach, magazynach i muzeach. Osoby odpowiedzialne za kreowanie pamięci instytucjonalnej czasem zaskakują obywateli, ponieważ przez lata pracowicie gromadzone dokumenty raptem nikogo już nie interesują, a zainteresowaniem zaczynają cieszyć się podrzędne publikacje spisywane niejako na marginesie opisywanych zdarzeń. Uznanie tego, co jest mniej lub bardziej ważne, jest przedmiotem wielu dyskusji prowadzonych przez specjalistów, a i tak do opinii publicznej trafiają tylko te interpretacje faktów, które mają współcześnie odegrać jakąś ważną rolę. Można również zauważyć, że pamięć instytucjonalna stygmatyzuje współcześnie żyjących poprzez przypisanie każdego człowieka już w momencie urodzenia do działalności jego przodków¹⁶. Jest to swoisty przejaw dyskryminacji, wywołujący dyskomfort u niektórych obywateli, którego efektem mogą być nerwice, stres i brak poczucia stabilizacji. Dochodzi także do sytuacji, w których kolejne ekipy rządzące państwem tworzą pozytywnych lub negatywnych bohaterów i przedstawiają ich życiorysy jako wzór do naśladowania lub do krytykowania¹⁷. Odrębną kwestią związaną z pamięcią instytucjonalną są metody jej kształtowania – a są nimi narzucane sposoby postrzegania i interpretacji zjawisk historycznych, wyrażane za pośrednictwem naocznych świadków uczestniczących w traumatycznych epizodach związanych z działaniami wojennymi¹⁸. Poszerzanie zakresu pamięci odbywa się także za pośrednictwem obowiązkowych lektur, w których autentyczne wydarzenia opisywane są za pomocą fikcyjnie skonstruowanych akcji, wywołujących pozytywne bądź negatywne emocje¹⁹. Podobnie w filmach, ukazujących przeszłość, gdzie współcześni aktorzy nakładają wielobarwne stroje, wypowiadając słowa wcześniej skonstruowanego scenariusza i podporządkowując się reżyserowi – przekazują widzom starannie spreparowaną „prawdę historyczną”, często „ku pokrzepieniu serc”. W efekcie zapamiętywane są obrazy, które niewiele mają wspólnego z faktami, mającymi miejsce w minionych latach. Ten dość nowatorski sposób *gaslightingu* powoduje, że bez używania przemocy znika własna ocena zdarzeń, a w ich miejsce pojawia się sterowana empatia po-

¹⁶ K. Durkalec, *Nieprawidłowości w funkcjonowaniu pamięci instytucjonalnej na przykładzie instytucji administracji publicznej – przegląd wybranych typów, przyczyn i sposobów diagnozowania problemu*, file:///C:/Users/Asus/Downloads/Katarzyna_Durkalec_Nieprawid%20owo%20ci%20w%20funkcjonowaniu%20pami%20ci%20instytucjonalnej.pdf [dostęp: 16.04.2023].

¹⁷ Taką postacią jest ostatni król polski Stanisław Poniatowski, którego postać w czasie trwania realnego socjalizmu kojarzona była z mecenatem kultury czy z „obiadami czwartkowymi”. Obecnie zaś uważany jest za kolaboranta, który przyczynił się do rozbiorów Rzeczypospolitej.

¹⁸ Sybiracy czy weterani wojenni dość często gościli w szkołach, gdzie ze szczegółami opowiadali o swoich przeżyciach.

¹⁹ Przykładowo może to być *Faraon* Bolesława Prusa, czy *Quo vadis*, *Krzyżacy* i *Trylogia* Henryka Sienkiewicza.

kazująca, po której stronie powinien się opowiedzieć każdy obywatel. Jest to więc zastępowanie dotychczasowej wiedzy historycznej jej nową interpretacją oraz innym sposobem rozróżniania dobra i zła, co wywołuje u niektórych obserwatorów obawy, zaniepokojenie, niepewność a nawet utratę własnej tożsamości²⁰. W skrajnych przypadkach pamięć instytucjonalna staje się piętnem, stanowiącym źródło znęcania się psychicznego przez ludzi owładniętych traumą nad cieszącymi się pełnią życia²¹. Może się zdarzyć, że pamięć instytucjonalna zostaje wzmacniana poprzez proces jej multiplikacji, polegającej na rozpamiętywaniu przyczyn i skutków minionych wydarzeń²². W wyniku takich działań, przez jednych będzie ona traktowana z szacunkiem i patosem, a przez innych lekceważona – a w konsekwencji stanie się zbiorem banalnych opowieści o ludziach, którzy zaufali ideologii

Zarys oddziaływania na pamięć marketingową

Osoby, biorące udział w fokusach na temat kształtowania pamięci marketingowej, podkreślały jej chwilowy charakter. Najczęściej zapamiętanymi pojęciami były: marka, wizerunek firmy, cena, reklama oraz promocja. Firma kojarzyła się im z wiarygodnością, rzetelnością i uczciwością, co było konsekwencją stereotypowego myślenia, sposobów kupowania oraz okresu użytkowania i eksploataowania zakupionych produktów²³. Ponad połowa badanych twierdziła, że do wiadomości klientów można trafić poprzez ciągle powtarzające się reklamy, a obniżki cen przyczyniają się do tworzenia pozytywnych relacji między producentem czy produktem a klientem. Wszyscy zgodnie zauważali, że nawet obce osoby stają się nam bliskie i z sympatią się o nich wyrażamy, gdy konsumujemy te same co my produkty. Aż 75% badanych uważało, że celowym byłoby opracowanie przez firmę różnego rodzaju sposobów umożliwiających konsumentom zapamiętanie jak największej liczby wytwarzanych towarów. Ten proces nie powinien doprowadzić do tego, aby w świadomości potencjalnego klienta pojawiła się informacja odnośnie do tego, że dzięki nowym towarom sprawniej można wykonać pracę, szybciej poprawić stan zdrowia i urodę, a co najważniejsze – przez posiadanie markowych towarów można poczuć się wyróżnionym w tłumie. Dziewięciu na dziesięciu badanych uznało, że pamięć marketingowa kreowana jest za sprawą dialogu (reklamy) producenta z klientem, toczącego się w mediach, a każde przedsiębiorstwo, aby istnieć musi taki dialog prowadzić, zmieniając tylko jego formę celem wywołania zainteresowania. Do zadań pamięci marketingowej wszyscy uczestnicy zaliczyli gromadzenie wiedzy na temat powtarzających się cyklicznych rytuałów, do któ-

²⁰ W ten sposób bohaterem przestał być Ludwik Waryński, a na piedestał ma zostać wyniesiony Romuald Traugutt. Tą kwestią zajmuje się ojciec Władysław Kluz, autor książki pt. *Dyktator Romuald Traugutt*, wydanej w 1982 roku.

²¹ Okres powojenny obfitował w filmy o tematyce obozów koncentracyjnych, bombardowań miast i toczonych bitwach, co nie pozwalało osobom tym, które przeżyły na zapomnienie tragicznych wydarzeń.

²² Osoby, które przeżyły traumę wojenną, praktycznie nie były w stanie mentalnie oderwać się od swoich przeżyć, co powodowało, że w swoich rozmowach na każdym kroku powracały do minionych lat.

²³ Zob. też: D. Widerowska, *Pamięć, priming i efekt zakotwiczenia – czyli co zrobić, by twoja marka została zapamiętana*, <https://brandnewportal.pl/neuromarketing-i-perswazja/pamiec-w-marketingu/> [dostęp: 16.04.2023].

rych należą wszelkiego rodzaju uroczystości mające wymiar państwowy, społeczny, ekologiczny czy religijny, ponieważ to one implikują wzrost sprzedaży produktów²⁴.

Okazuje się, że efektywność zapamiętywania cech produktu wzrasta wówczas, gdy informacje zostaną przekazane w kontekście: historycznym, patriotycznym, administracyjnym, społecznym czy nawet religijnym. Ponadto zauważono, że pamięć marketingowa bezpośrednio związana jest z sytuacją finansową i warunkami bytowymi, w jakich znajduje się klient. To one bowiem determinują sposób wydatkowania środków finansowych, uczestniczenia w życiu towarzyskim oraz podejmowania decyzji. Można więc z dużą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić, że pamięć marketingowa przekształca w klienta każdego członka społeczeństwa, ponieważ jego byt ściśle związany jest z konsumpcją, czy z coraz to nowymi pojawiającymi się na rynku dobrami.

Zasoby pamięci marketingowej są swoistym „magazynem”, do którego sięgamy, aby pozyskać informacje o różnorodnych produktach, a kształtowana jest w zależności od interesów, jakie pojawiają się w wyniku rywalizacji konkurujących ze sobą firm. Pamięć marketingowa dość często zaskakuje, ponieważ przez lata gromadzone informacje o produkcie, stosunkowo szybko stają się nieaktualne, z powodu wprowadzenia na rynek substytutów lub nowych rozwiązań. Niekiedy zostaje ona dodatkowo wzmacniana przez różnego rodzaju imprezy sportowe i akcje charytatywne, co powoduje proces jej multiplikacji. Można ją też uważać za źródło potencjalnego psychicznego znęcania się zamożnych nad biedniejszymi, ponieważ pierwszym pozwala to czuć dumę z zakupu luksusowych dóbr, natomiast ci biedniejsi muszą ciągle pamiętać, że nie stać ich na wystawne życie. Można również zauważyć, że pamięć marketingowa stygmatyzuje konsumentów, czego przejawem jest także i to, że ci, którzy eksploatują i konsumują produkty w inny sposób niż reszta społeczeństwa, często uchodzą za dziwaków (nonkonformistów). Natomiast pozostali (konformiści), którzy dostosowali się do obowiązujących standardów konsumpcji, będą traktowani jako porządni obywatele.

Podsumowanie

Analizując poszczególne typy pamięci w kontekście *gaslightingu* – tak zdefiniowanego narzędzia przemocy – można dojść do wniosku, że ich zawartość zależy od decydentów, którzy realizując własne cele, podejmą decyzje, jak interpretować zdarzenia, epizody i procesy, które miały miejsce w przeszłości. Najczęściej będzie to ich subiektywna opinia, wsparta reinterpretacją życiorysów wybranych postaci. To decydenci zaliczyli historię do panteonu nauk, być może kierując się chęcią dokonania różnego rodzaju manipulacji, umożliwiającej nadanie określonym zjawiskom pryncypialnego, a nawet unikatowego wymiaru. Umieszczając w jednym zbiorze statystykę, filozofię, medycynę, matematykę, fizykę, chemię i historię, popełnili swego rodzaju nadużycie, albowiem wiedza oparta jest głównie na doświadczeniu, które jest powtarzalne i porównywalne do modelu²⁵. Tak jest

²⁴ Przykładowo – co roku obchodzone 1 listopada święto powoduje wzrost popytu na kwiaty i świeczki.

²⁵ Za klasyczną uznaje się definicję Platona, który stwierdza, że wiedza to prawdziwe, uzasadnione przekonanie. Nowa Encyklopedia Powszechna definiuje wiedzę jako „ogół wiarygodnych informacji o rzeczywistości wraz z umiejętnością ich wykorzystywania”, ale też „wiedza to ogół dotychczasowych osiągnięć

w przypadku chemii, medycyny, fizyki, gdzie przeprowadzone eksperymenty służą do tworzenia informacji sprzyjającej rozwojowi społeczeństwa lub nauki. Natomiast matematykę, podobnie jak statystykę, należy uznać raczej tylko za narzędzia, dzięki którym przeprowadzony eksperyment można opisać, używając uniwersalnych sposobów liczenia. Historię natomiast należy traktować jedynie jako chronologiczny ciąg zdarzeń, które wywarły wpływ na rozwój społeczeństw. W historii nie ma bowiem miejsca ani na eksperyment, ani na badania ankietowe, jak to ma miejsce w socjologii, ponieważ potencjalni respondenci już nie żyją. Od historyka zależy także, które wydarzenia uzna za ważne i w jakim kontekście zostaną one przedstawione i zinterpretowane. Będzie to jego subiektywna opinia o przebiegu minionych wydarzeń, wsparta interpretacją życiorysów wybranych postaci. Decydenci, potrzebując materialnych symboli patosu, przepełnionego ceremoniałem i powtarzanych rytuałami, nadają swoim słowom i postępowaniu wyjątkowy status, zwykle poprzez zapamiętywane i przekazywane starannie spreparowanych „prawd”.

Należy więc uznać pamięć marketingową za zbiór pamięci: indywidualnej, zbiorowej i instytucjonalnej, ponieważ wszystkie one opierają się na presji wywieranej na społeczeństwo lub jego część. Tu wspólną ich cechą jest to, że umożliwiają one decydującym czerpanie korzyści z lansowanych przez siebie prawd.

Relatywizm historii przejawia się tym, że okres, w którym zaszły wydarzenia, jest w zasadzie obojętny dla realizacji celów danej organizacji. Można bowiem odwoływać się równie dobrze do średniowiecza, oświecenia, romantyzmu czy pozytywizmu, aby ze zwyczajnych ludzi stworzyć bohaterów, służących za przykład innym. Historia bardzo dobrze nadaje się do manipulacji, albowiem nie ma w swym paradygmacie sposobu dokonywania pomiaru, nie dysponuje jednolitą skalą ocen, zapewniającą obiektywizm przy ocenie ważności epizodów. W związku z czym jednym zdarzeniom można poświęcić więcej uwagi, a inne zbagatelizować. Wystarczy tylko za pomocą retoryki dołożyć odpowiednich starań, aby ułożyć z nich w miarę „logiczną” całość.

Używana w historii tradycja jest często rozumiana jako narracja odnosząca się do przeszłości – niezależnie od tego, czy jest ona oparta na faktach, czy na prawdach, a zatem na interpretacji faktów przez różnego rodzaju specjalistów²⁶, czy pseudonaukowców. Może to być także typowa „władza żywych nad umarłymi”, czyli znęcanie się nad tymi, których już nie ma wśród nas lub schlebianie im.

Wzajemne relacje pomiędzy historią i różnymi formami pamięci wyznaczają często politycy i duchowni, którzy mają zamiar realizować tylko sobie znane cele czy też partykularne interesy. Często niezwykle trudno jest ustalić, czy ich działania są tylko formą popularyzowania wiedzy historycznej, czy też sposobami interpretowania zdarzeń, umożliwiającymi podejmowanie kontrowersyjnych decyzji. Nie bez znaczenia jest też to, że pamięć

badawczych (wiedza obiektywna)” – K.M. Czarnecki (red.), *Leksykon metodologiczny*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2007, s. 106. Zob. też: J. Pieter, *Co to jest wiedza?*, Zarząd Okręgu Związku Nauczycielstwa Polskiego w Katowicach – Wydział Pedagogiczny, Biuletyn nr 3, Katowice 1962.

²⁶ J. Hańderek, *Wobec tradycji i jej dyskursów: wieloznaczność problemu*, „Zarządzanie w Kulturze”, 2014, 15, z. 1, s. 1-17, Doi:10.4467/20843976ZK.14.001.2142, file:///C:/Users/Asus/Downloads/ZwK_15_1_1-17.pdf [dostęp: 16.04.2023].

nie zawsze wiernie trzyma się jednej wersji, zdarza się, że wymykając się spod kontroli, tworzy własny obraz rzeczywistości. Przeto nie da się więc jednoznacznie stwierdzić, którzy historycy jedynie odkrywają historię, a którzy sami ją tworzą.

Spółeczeństwo albo nie chce, albo nie ma ani czasu ani możliwości wpływania na sposoby kreowania historii przez jej twórców (reinterpetatorów). Wszelkie zniekształcenia i nadużycia pojawiają się wtedy, gdy historyk pod przymusem podejmuje się dokonywania malwersacji faktami. Takie praktyki miały miejsce w:

- starożytności, kiedy na zamówienia tworzone drzewa genealogiczne władców, udowadniając, że wywodzili się od bogów lub zstąpili na ziemię w cudowny sposób;
- średniowieczu, wówczas to powstawały z przeciętnych ale bogatych rodów dynastie hrabiów, baronów i magnatów;
- w niedalekiej przeszłości, gdy zmyślenia i konfabulacje były tworzone na życzenie decydentów, przez gorliwych pochlebców co powodowało, że społeczeństwo było zaskakiwane niespodziewanym odkryciem swojej tożsamości.

Czasy nam współczesne też nie są wolne od tego typu przekłamań, jeszcze nie tak dawno wyróżnikiem dla przeciętnego obywatela była przynależność do klasy robotniczej i krzewienie ideologii socjalistycznej. Argumentacja historyczna w zasadzie powinna być opatrzona przymiotnikiem „pseudonaukowa”, ponieważ wówczas dopiero uwolniłaby społeczeństwo od przemocy psychicznej. W przyszłości główną rolę historii należy upatrywać w przekazie wyrażonym słowami: „Niech przeszłość nie stanowi bagażu, który uniemożliwi wędrówkę ku przyszłości”. Analizując przyczyny posługiwania się przez decydentów historią w różnych formach *gaslightingu*, można zauważyć, że sprzyjają one osiągnięciu doraźnych korzyści przez decydentów. Dokonują oni rewizji dotychczasowych poglądów, aby w ten sposób nadać odpowiednią rangę własnemu postępowaniu dla niezrozumiałych dla ogółu działań na arenie krajowej i międzynarodowej. Będą to celowo utworzone konteksty, służące uwiarygodnianiu podjętych decyzji, do których się odwołują, aby zyskać akceptację znacznej części obywateli²⁷. Ten proces przyczynia się do powstawania traumatycznego podziału społeczeństwa, gdzie jedni opowiadają się za starym porządkiem opisywania przeszłości, zaś drudzy pozostają zwolennikami relatywizowania czyli nowoczesnej interpretacji historii.

Zakończenie

Analiza treści dotyczącej pamięci historycznej, zbiorowej, instytucjonalnej i marketingowej pozwala odnieść się do *gaslightingu*, czyli przemocy psychicznej, realizowanej przez decydentów w stosunku do znacznej części obywateli. Są to wtłoczone do pamięci: schematy, powtarzające się rytuały oraz wszelkiego rodzaju uroczystości, które społeczeństwo powinno wypełnić odpowiednim zachowaniem. Tę formę przemocy można nazwać instytucjonalną, ponieważ jest silnie związana z promowaniem różnorodnych form tradycji

²⁷ Zob.: E. Dąbrowicz, *Cenzura na gruzach. Szkice o literackich świadectwach życia w PRL-u*, Wyd. Uniwersytet w Białymstoku, Białystok 2017.

i zwyczajów, które przeniosą wybrane wzorce zachowań w starannie zaplanowaną przyszłość. Kultywowanie tradycji przez wszelkiego rodzaju zapisy w pamięciach (pamięci zbiorowej) będzie swego rodzaju „utrwalaczem ram”, które organizacja wypełni swoimi ideami i za pomocą manifestowania realizacji testamentu przodków będzie zmuszała społeczeństwo do akceptacji swoich działań. Manipulowanie pamięciami jest zjawiskiem niezauważalnym, jednak prawie każdy obywatel, po uświadomieniu sobie zawołowanej przemocy, odczuwać będzie głęboki stan przygnębienia, a czasem i depresji.

Historia pokazuje, że nawet jednostki o wątpliwej inteligencji były w stanie porwać za sobą miliony i przez lata wpływać na ich przekonania i działania. Nie dziwi więc chyba nikogo fakt, że także decydenci próbują posiąść tę wiedzę, aby wykorzystywać ją dla swoich celów bez względu na koszty, jakie poniesie społeczeństwo, naród czy państwo. Efektem tego typu działań jest emigracja młodzieży (a w tym i polskiej) do krajów, gdzie mogą uwolnić się od procesu wpisywania w ich świadomość (pamięć) niechcianych, niepotrzebnych i burzących ich komfort życia informacji.

Bibliografia

1. Czarnecki K.M. (red.), *Leksykon metodologiczny*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2007.
2. Dąbrowicz E., *Cenzura na gruzach. Szkice o literackich świadectwach życia w PRL-u*, Wyd. Uniwersytet w Białymstoku, Białystok 2017.
3. Durkalec K., *Nieprawidłowości w funkcjonowaniu pamięci instytucjonalnej na przykładzie instytucji administracji publicznej – przegląd wybranych typów, przyczyn i sposobów diagnozowania problemu*, file:///C:/Users/Asus/Downloads/Katarzyna_Durkalec_Nieprawid%20owo%20ci%20w%20funkcjonowaniu%20pami%20ci%20instytucjonalnej.pdf [dostęp: 16.04.2023].
4. Dworak J., *Przegląd typów relacji marketingowych w kontekście generowania zjawisk emergentnych*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2017, nr 50/2, s. 47-60, Uniwersytet Szczeciński 2017, DOI: 10.18276/sip.2017.50/2-04, https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2-s47-60/Studia_i_Prace_Wydzialu_Nauk_Ekonomicznych_i_Zarzadzania-r2017-t50-n2-s47-60.pdf.
5. Dysonans poznawczy, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3895524/dysonans-poznawczy.htm> [dostęp: 16.04.2023].
6. Festinger L., *Teoria dysonansu poznawczego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
7. François E., Schulze H., *Einleitung*, [w:] *Deutsche Erinnerungsorte*, (red.) E. François, H. Schulze, Bonn 2005.
8. Gadomska H., *Gaslighting. Najokrutniejsza i najbardziej wyrafinowana forma przemocy*, <https://www.focus.pl/artykul/najsubtelniejsza-i-najokrutniejsza-forma-przemocy-gaslighting-to-pojecie-lepiej-znac> [dostęp: 14.04.2023].
9. Halbwachs M., *Spoleczne ramy pamięci*, PWN, Warszawa 2022.
10. Hańderek J., *Wobec tradycji i jej dyskursów: wieloznaczność problemu*, „Zarządzanie w kulturze”, 2014, nr 15, z. 1, s. 1-17, Doi: 10.4467/20843976ZK.14.001.2142, file:///C:/Users/Asus/Downloads/ZwK_15_1_1-17.pdf [dostęp: 16.04.2023].

11. Kunicki-Goldfinger W., *Szukanie możliwości. Ewolucja jako gra przypadków i ograniczeń*, PWN, Warszawa 1989.
12. Maruszewski T., *Pamięć indywidualna*, <https://cbh.pan.pl/pl/pami%C4%99%C4%87-indywidualna> [dostęp: 15.04.2023].
13. *Niewidzialna manipulacja. Co to jest Gaslighting?*, <https://mostyzamiastmurow.pl/co-to-jest-gaslighting/> [dostęp: 14.04.2023].
14. Pieter J., *Co to jest wiedza?*, Zarząd Okręgu Związku Nauczycielstwa Polskiego w Katowicach – Wydział Pedagogiczny, „Biuletyn” nr 3, Katowice 1962.
15. Romańczuk-Grącka M., *Gaslighting jako forma przemocy psychicznej*, „Studia Prawnoustrojowe” 2021, nr 52, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, fi-le:///C:/Users/Asus/Downloads/14348.pdf [dostęp: 14.04.2023].
16. Siemaszko A., *Granice tolerancji. O teoriach zachowań dewiacyjnych*. Warszawa: PWN, 1993.
17. Termin *gaslighting*, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gaslighting> [dostęp: 15.04.2023].
18. Widerowska D., *Pamięć, priming i efekt zakotwiczenia – czyli co zrobić, by twoja marka została zapamiętana*, <https://brandnewportal.pl/neuromarketing-i-perswazja/pamiec-w-marketingu/> [dostęp: 16.04.2023].
19. Zarębska-Piotrowska D., *Psychomanipulacja – grupy psychomanipulacyjne. Przyczyny. Mechanizmy. Skutki. Wybrane zagadnienia, ekspertyza dla MSWiA*, Warszawa 1999.

Dane kontaktowe

Janusz Dworak, dworakjanusz@wp.pl
Henryk A. Kretek, Henryk.kretek@polsl.pl