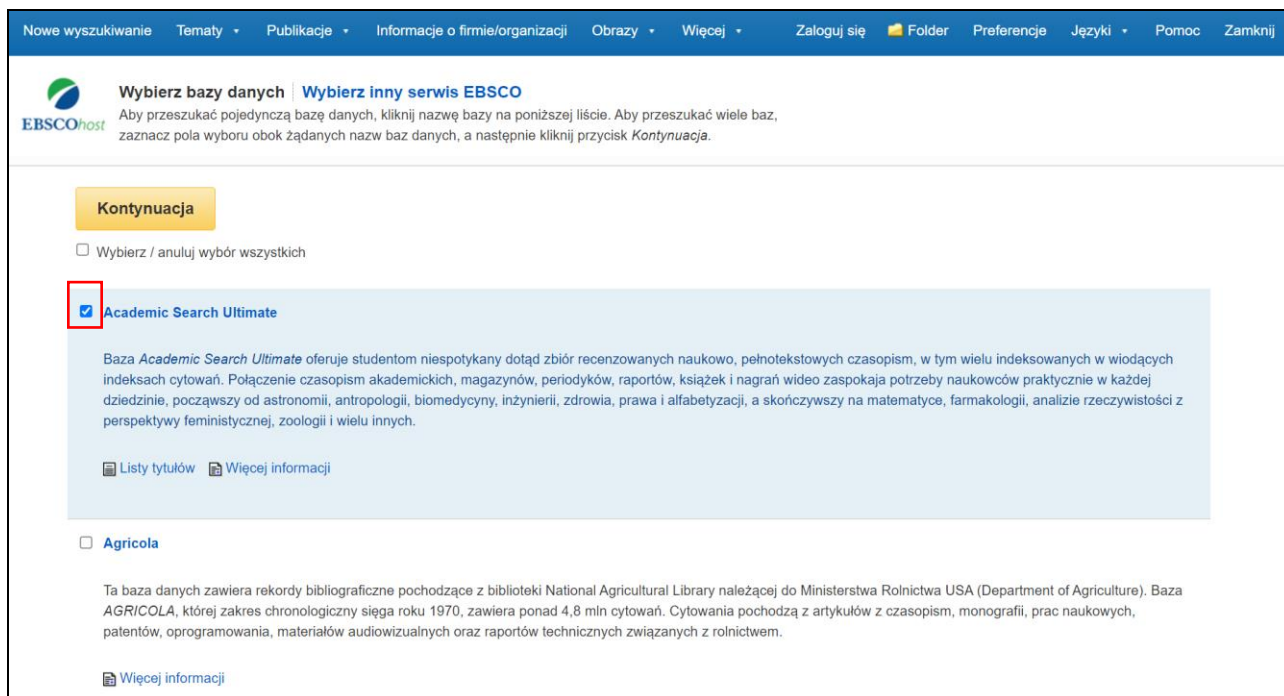


Platforma EBSCOhost umożliwia wyszukiwanie w bogatych naukowych elektronicznych bazach EBSCO. Zapewnia wyszukiwanie w jednej lub kilku bazach jednocześnie. Po zalogowaniu, zaznacz bazy danych, które chcesz przeszukać.



Nowe wyszukiwanie Tematy Publikacje Informacje o firmie/organizacji Obrazy Więcej Zaloguj się Folder Preferencje Języki Pomoc Zamknij

Wybierz bazy danych | **Wybierz inny serwis EBSCO**

Aby przeszukać pojedynczą bazę danych, kliknij nazwę bazy na poniższej liście. Aby przeszukać wiele baz, zaznacz pola wyboru obok żądanych nazw baz danych, a następnie kliknij przycisk *Kontynuacja*.

Kontynuacja

Wybierz / anuluj wybór wszystkich

Academic Search Ultimate

Baza *Academic Search Ultimate* oferuje studentom niespotykany dotąd zbiór recenzowanych naukowo, pełnotekstowych czasopism, w tym wielu indeksowanych w wiodących indeksach cytowań. Połączenie czasopism akademickich, magazynów, periodyków, raportów, książek i nagrań wideo zaspokaja potrzeby naukowców praktycznie w każdej dziedzinie, począwszy od astronomii, antropologii, biomedycyny, inżynierii, zdrowia, prawa i alfabetyzacji, a skończywszy na matematyce, farmakologii, analizie rzeczywistości z perspektywy feministycznej, zoologii i wielu innych.

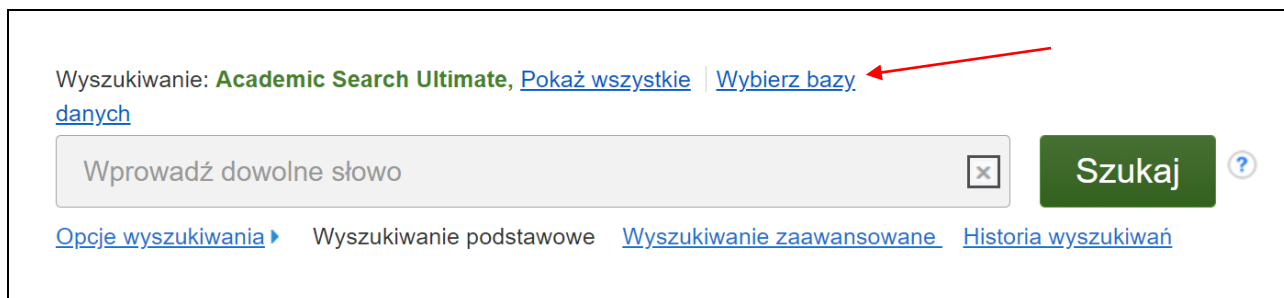
[Listy tytułów](#) [Więcej informacji](#)

Agricola

Ta baza danych zawiera rekordy bibliograficzne pochodzące z biblioteki National Agricultural Library należącej do Ministerstwa Rolnictwa USA (Department of Agriculture). Baza *AGRICOLA*, której zakres chronologiczny sięga roku 1970, zawiera ponad 4,8 mln cytowań. Cytowania pochodzą z artykułów z czasopism, monografii, prac naukowych, patentów, oprogramowania, materiałów audiowizualnych oraz raportów technicznych związanych z rolnictwem.

[Więcej informacji](#)

Możesz również zmienić te ustawienia później, klikając **Wybierz bazy danych** na ekranie wyszukiwania.



Wyszukiwanie: **Academic Search Ultimate**, [Pokaż wszystkie](#) | [Wybierz bazy danych](#)

Wprowadź dowolne słowo

[Opcje wyszukiwania](#) Wyszukiwanie podstawowe [Wyszukiwanie zaawansowane](#) [Historia wyszukiwań](#)

Wyszukiwanie na platformie można przeprowadzić wykorzystując ekran podstawowy lub zaawansowany. W celu rozpoczęcia wyszukiwania wpisz w oknie wyszukiwawczym dowolne słowo (np. economics) lub frazę (np. fake news). Następnie kliknij przycisk **Szukaj**.

Wyszukiwanie: **Academic Search Ultimate**, [Pokaż wszystkie](#) | [Wybierz bazy danych](#)

Wprowadź dowolne słowo

[Opcje wyszukiwania](#) | [Wyszukiwanie podstawowe](#) | [Wyszukiwanie zaawansowane](#) | [Historia wyszukiwań](#)

Wyszukiwanie podstawowe umożliwia wyszukiwanie we wszystkich polach opisu. Ekran wyszukiwania zaawansowanego pozwala na tworzenie bardziej rozbudowanych strategii, wykorzystując operatory logiczne Boolean (AND, OR, NOT) oraz kody pól, które pozwalają precyzyjnie wyszukiwać na przykład wg autora, tytułu artykułu, tytułu publikacji.

Możesz rozwinąć dodatkowe **Opcje wyszukiwania**, aby doprecyzować lub rozszerzyć swoje wyszukiwanie.

Wyszukiwanie: **Academic Search Ultimate**, [Pokaż wszystkie](#) | [Wybierz bazy danych](#)

Wprowadź dowolne słowo

[Opcje wyszukiwania](#) | [Wyszukiwanie podstawowe](#) | [Wyszukiwanie zaawansowane](#) | [Historia wyszukiwań](#)

Opcje wyszukiwania

Tryby i rozszerzenia wyszukiwania

Tryby wyszukiwania

- Wartość logiczna/fraza
- Znajdź wszystkie moje szukane terminy
- Znajdź dowolne spośród moich szukanych terminów
- Szukanie SmartText [Wskazówka](#)

Zastosuj powiązane słowa

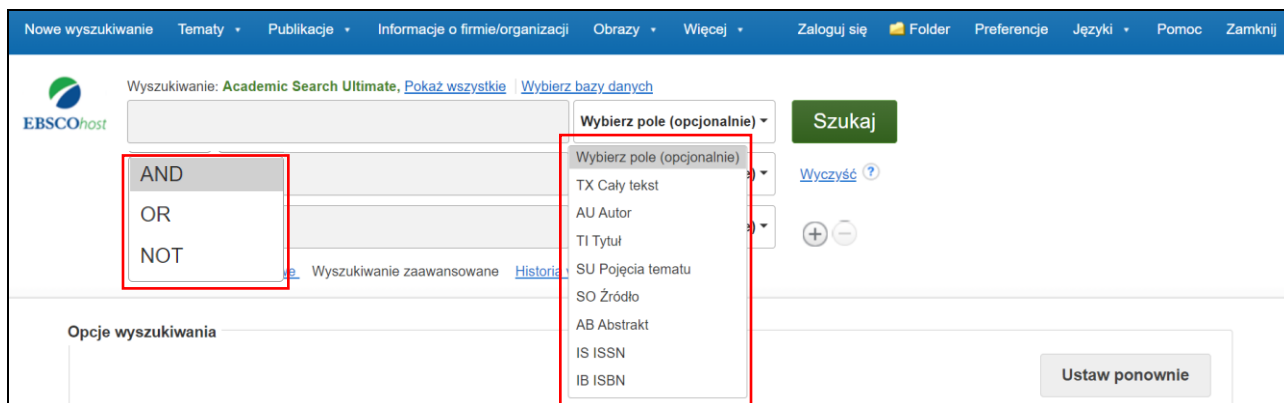
Przeszukuj również pełny tekst artykułów

Stosowanie równoważnych tematów

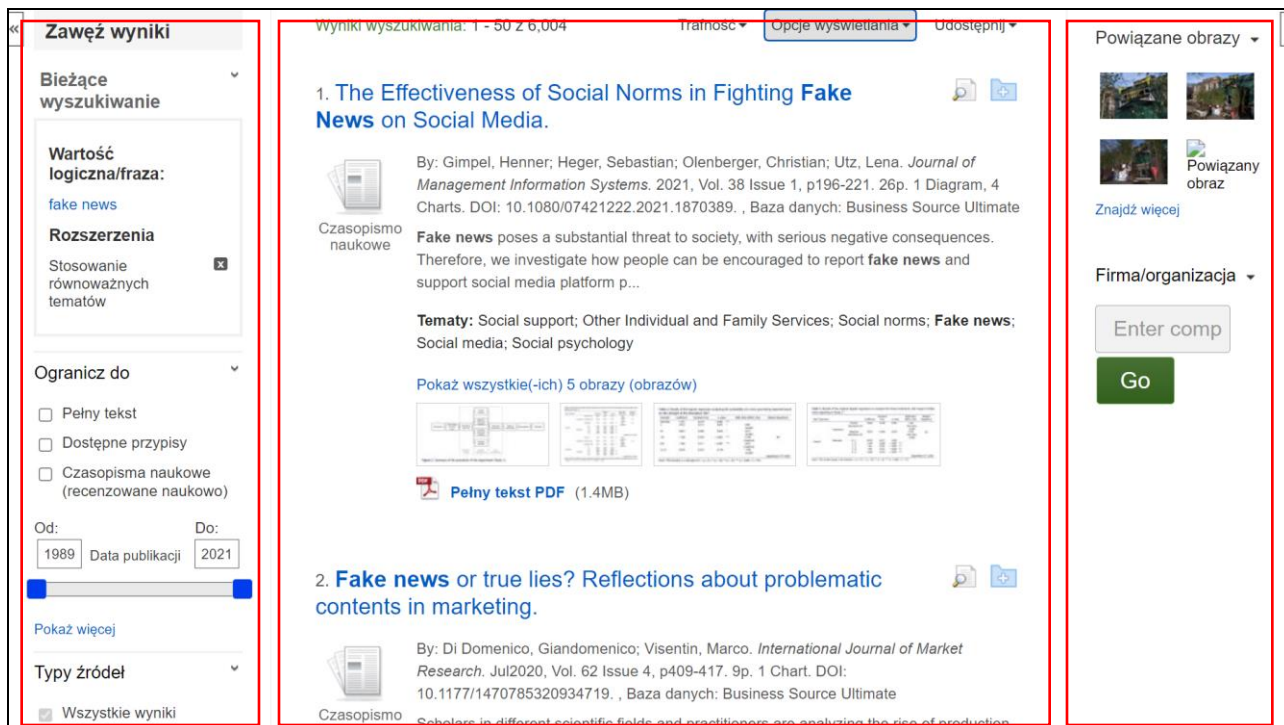
Użyj innego **trybu wyszukiwania**, pamiętając, że „Wartość logiczna/fraza” daje nam lepszą precyzję wyszukiwania, „Znajdź wszystkie moje szukane terminy” pozwala znaleźć większą liczbę wyników przy utrzymaniu mniejszej precyzji wyświetlonych rezultatów, „Znajdź dowolne spośród moich terminów” wyświetli nam najwięcej wyników. Możesz również zastosować „Wyszukiwanie SmartText” szukając większych fragmentów w pełnym tekście.

Dostosuj dodatkowe opcje rozszerzające wyszukiwanie, takie jak „**Zastosuj powiązane słowa**”, które umożliwia wyszukiwanie prostych synonimów i liczby mnogiej lub „**Stosowanie równoważnych tematów**”, które pozwala wyszukiwać wg powiązań różnych form tematu pochodzących z licznych tezaurusów. „**Przeszukuj również pełny tekst artykułów**”, aby uzyskać więcej wyników.

Korzystając z **ekranu zaawansowanego**, wybierz **operator logiczny** (AND, OR, NOT) w celu połączenia dwóch lub więcej pozycji w poszczególnych polach do wyszukiwania. Użyj AND, jeśli chcesz wyszukać wszystkie wpisane terminy. Użyj OR, jeśli chcesz otrzymać wyniki dla co najmniej jednego terminu. Zastosuj NOT, aby wykluczyć z wyszukiwania termin występujący po operaterze. Wybierz odpowiedni kod pola, aby precyzyjnie wyszukiwać wg autora, tytułu artykułu, tytułu publikacji itp.



Po przeprowadzeniu wyszukiwania pojawi się nowe okno z rozbudowanym interfejsem, złożonym z trzech kolumn. W części środkowej znajduje się lista wyników. Po lewej stronie widoczna jest kolumna z ogranicznikami, umożliwiającymi zawężenie wyników wyszukiwania. Po prawej stronie znajduje się kolumna z dodatkowymi funkcjonalnościami, w tym podgląd obrazów powiązanych z wyszukiwaniem.



Wyniki wyszukiwań są domyślnie wyświetlane według **Trafności**. Metodę sortowania wyników można zmienić korzystając z rozwijanej listy.

Wyszukiwanie: Academic Search Ultimate, Pokaż wszystkie Wybierz bazy danych

fake news Szukaj

Wyszukiwanie podstawowe Wyszukiwanie zaawansowane Historia wyszukiwań

Zawęż wyniki

Bieżące wyszukiwanie

Wartość logiczna/fraza: fake news

Wyniki wyszukiwania: 1 - 50 z 17,903

Trafność Opcje wyświetlania Udostępnij

1. The Effectiveness of Social Norms in Fighting Fake News on Social Media.

By: Gimpel, Henner; Heger, Sebastian; Olenberger, Christian; Utz, Lena. *Journal of Management Information Systems*. 2021, Vol. 38 Issue 1, p196-221. 26p. 1 Diagram, 4 Charts. Abstract: **Fake news** poses a substantial threat to society, with serious negative consequences. Therefore, we investigate how people can

Powiązane obrazy

Znajdź więcej

Aby dopracować uzyskane wyniki, możesz wybrać opcje dostępne w panelu po lewej stronie lub zmodyfikować parametry dostępne w sekcji **Bieżące wyszukiwanie**. Pozwalają one na zawężenie i rozszerzenie rezultatów wyszukiwań według różnych kryteriów, np.:

- **Pełny tekst** - dostępność zasobu w formie elektronicznej
- **Recenzowane naukowo** - ograniczenie do artykułów recenzowanych naukowo
- ograniczenie **daty publikacji** - korygowany przy użyciu opcji suwaka daty publikacji.

Możesz również rozwinąć więcej dostępnych opcji klikając **Pokaż więcej**.

Wyniki wyszukiwania: 1 - 50 z 6,004 Trafność Opcje wyświetlania Udostępnij

1. The Effectiveness of Social Norms in Fighting Fake News on Social Media.

By: Gimpel, Henner; Heger, Sebastian; Olenberger, Christian; Utz, Lena. *Journal of Management Information Systems*. 2021, Vol. 38 Issue 1, p196-221. 26p. 1 Diagram, 4 Charts. DOI: 10.1080/07421222.2021.1870389. Baza danych: Business Source Ultimate

Czasopismo naukowe **Fake news** poses a substantial threat to society, with serious negative consequences. Therefore, we investigate how people can be encouraged to report **fake news** and support social media platform p...

Tematy: Social support; Other Individual and Family Services; Social norms; **Fake news**; Social media; Social psychology

Pokaż wszystkie(-ich) 5 obrazy (obrazów)

Pełny tekst PDF (1.4MB)

2. Fake news or true lies? Reflections about problematic contents in marketing.

By: Di Domenico, Giandomenico; Visentin, Marco. *International Journal of Market Research*. Jul2020, Vol. 62 Issue 4, p409-417. 9p. 1 Chart. DOI: 10.1177/1470785320934719. Baza danych: Business Source Ultimate

Czasopismo naukowe Scholars in different scientific fields and practitioners are analyzing the rise of production

Zawęż wyniki

Bieżące wyszukiwanie

Wartość logiczna/fraza: fake news

Rozszerzenia

Stosowanie równoważnych tematów

Ogranicz do

Pełny tekst

Dostępne przypisy

Czasopisma naukowe (recenzowane naukowo)

Od: 1989 Data publikacji Do: 2021

Pokaż więcej

Typy źródeł

Wszystkie wyniki

Powiązane obrazy

Firma/organizacja

Enter comp

Go

Dodatkowe opcje zawężenia wyników dostępne są w dolnej części kolumny po lewej stronie, w tym **Typy źródeł**, **Wydawca**, **Publikacja**, **Temat**, **Publikacja**, **Język**.

Typy źródeł

- Wszystkie wyniki
- Periodyki (2,108)
- Czasopisma (1,734)
- Czasopisma naukowe (1,734)
- Wiadomości (1,245)
- Publikacje branżowe (616)

[Pokaż więcej](#)

Temat: Hasło tezauryasa >

Temat >

Publikacja >

Wydawca >


Firma/organizacja >

Język >

Geografia >

NAICS/branża >

Baza danych >




Czasopismo naukowe

Research. Jul2020, Vol. 62 Issue 4, p409-417. 9p. 1 Chart. DOI: 10.1177/1470785320934719. , Baza danych: Business Source Ultimate


Scholars in different scientific fields and practitioners are analyzing the rise of production and diffusion of **fake news** and problematic information that is rapidly contaminating the digital wor...

Tematy: Content marketing; Consumer behavior; **Fake news**; Consumer behavior research; Research ethics



[Pełny tekst HTML](#) [Pełny tekst PDF](#) (455KB)

3. The impact of fake news on its sponsor's brand trust.




Czasopismo naukowe

By: Chan-Olmsted, Sylvia M.; Qin, Yufan Sunny. *Journal of Brand Strategy*. Spring2021, Vol. 9 Issue 4, p446-465. 20p. , Baza danych: Business Source Ultimate

This study examined how **fake news** sponsored by brands influences consumers' brand trust. Specifically, it explored the effects of **fake news** on brand trust and the factors (eg product involvement,...

Tematy: Brand loyalty; **Fake news**; **News** consumption



[Pełny tekst PDF](#) (3.2MB)

Jeżeli Twoja biblioteka posiada dostęp do elektronicznej wersji pełnego tekstu danego zasobu, pod opisem na liście wyników zostanie wyświetlony odpowiedni odnośnik. Kliknięcie linku spowoduje otwarcie pełnego tekstu na platformie EBSCOhost.

1. Fake news or true lies? Reflections about problematic contents in marketing.



Czasopismo naukowe

By: Di Domenico, Giandomenico; Visentin, Marco. *International Journal of Market Research*. Jul2020, Vol. 62 Issue 4, p409-417. 9p. 1 Chart. DOI: 10.1177/1470785320934719. , Baza danych: [Business Source Ultimate](#)

Tematy: Content marketing; Consumer behavior; **Fake news**; Consumer behavior research; Research ethics

 [Pełny tekst HTML](#)
 [Pełny tekst PDF](#) (455KB)




Przy opisach widocznych na liście wyników znajdują się podstawowe informacje dotyczące wyszukanych pozycji. Tytuł każdej pozycji jest jednocześnie linkiem do strony z jej szczegółowym opisem. Przy każdym opisie na liście wyników wyszukiwania znajduje się zestaw ikon funkcyjnych, umożliwiających wyświetlenie dodatkowych informacji z opisu oraz zapisanie rekordu w podręcznym folderze.

7. SAYS WHO? THE EFFECTS OF PRESENTATION FORMAT AND SOURCE RATING ON FAKE NEWS IN SOCIAL MEDIA.  

By: Kim, Antino; Dennis, Alan R. *MIS Quarterly*. Sep2019, Vol. 43 Issue 3, p1025-1039. 15p. 3 Color Photographs, 1 Diagram, 6 Charts. DOI: 10.25300/MISQ/2019/15188. , Baza danych: [Business Source Ultimate](#)

Tematy: Credibility of the press; **Fake news**; Social media; Truthfulness & falsehood; Facebook (Web resource)

Czasopismo naukowe  [Pełny tekst PDF](#) (3.4MB)

8. Trust and **fake news**: Exploratory analysis of the impact of **news** literacy on the relationship with **news** content in Portugal.  


By: Paisana, Miguel; Pinto-Martinho, Ana; Cardoso, Gustavo. *Communication & Society*. 2020, Vol. 33 Issue 2, p105-117. 13p. 5 Graphs. DOI: 10.15581/003.33.2.105-117. , Baza danych: [Academic Search Ultimate](#)

Tematy: **FAKE news**; LITERACY; TELECOMMUNICATION systems; TRUST; MASS media; PORTUGAL; Satellite Telecommunications

Czasopismo naukowe  [Pełny tekst PDF](#) (812KB)

Link do folderu znajduje się na pasku menu u góry ekranu i umożliwia zarządzanie listą zapisanych pozycji oraz ich drukowanie, udostępnianie i eksport danych do programów bibliograficznych, tj. Mendeley, EndNote czy Zotero.

Nowe wyszukiwanie Tematy ▾ Publikacje ▾ Informacje o firmie/organizacji Obrazy ▾ Więcej ▾ Zaloguj się Folder Preferencje Języki ▾ Pomoc Zamknij



Wyszukiwanie: [Academic Search Ultimate](#), [Pokaż wszystkie dane](#) | [Wybierz bazy danych](#)

[Opcje wyszukiwania](#) | [Wyszukiwanie podstawowe](#) | [Wyszukiwanie zaawansowane](#) | [Historia wyszukiwań](#)

Uwaga: zawartość folderu jest dostępna tylko na czas danej sesji wyszukiwawczej i po zamknięciu przeglądarki zostanie utracona. Aby zachować zawartość folderu na stałe, skorzystaj z funkcji **Zaloguj się** dostępnej na pasku menu (wymagane jest utworzenie bezpłatnego konta osobistego Moje EBSCOhost lub skorzystanie z istniejącego konta Google).

Po kliknięciu wybranej pozycji na liście wyników można skorzystać z opcji dostępnych dla poszczególnych rezultatów, takich jak **Cytuj** (dla wyświetlenia gotowej bibliografii w popularnych formatach), **Eksportuj** (dla przesłania danych do programów bibliograficznych), wyślij **E-mail**, zapisz plik do **Google Drive**, **Utwórz uwagę** (aby napisać krótką notatkę, która zostanie zapisana w osobistym folderze) i innych. Należy kliknąć na odpowiednią ikonę i postępować według wskazówek na ekranie.

Uwaga: opcja odsłuchania i tłumaczenia tekstu jest dostępna tylko dla wyników w formacie HTML.

The screenshot shows a search result page with the following details:

- Navigation:** Lista wyników, Zawęż wyszukiwanie, 1 dla 840,653
- Document Info:**
 - Title:** Fake news or true lies? Reflections about problematic contents in marketing.
 - Autorzy:** Di Domenico, Giandomenico¹ (AUTHOR), Visentin, Marco² (AUTHOR)
 - Źródło:** International Journal of Market Research. Jul2020, Vol. 62 Issue 4, p409-417. 9p. 1 Chart.
 - Typ dokumentu:** Article
 - Pojęcia tematu:** *Content marketing, *Consumer behavior, Fake news, Consumer behavior research, Research ethics
 - Słowa kluczowe podane przez autora:** fake news, hoaxes, literature review, marketing, problematic information, social media
 - Abstrakt:** Scholars in different scientific fields and practitioners are analyzing the rise of production and diffusion of fake news and problematic information that is rapidly contaminating the digital world. Although problematic
- Tools (Narzędzia):** Google Drive, Dodaj do folderu, Drukuj, E-mail, Zapisz, Cytuj, Eksportuj, Utwórz uwagę, Stały link, Posłuchaj, Przetłumacz
- Left Sidebar:** Szczegółowy rekord, Pełny tekst HTML, Pełny tekst PDF (455KB), Znajdź podobne wyniki za pomocą wyszukiwania SmartText.

W górnej części interfejsu wyszukiwania znajduje się pasek menu zawierający zestaw odnośników umożliwiających dostęp do przydatnych opcji. Po lewej stronie paska menu znajdują się linki do nowego wyszukiwania, słowników terminów kontrolowanych, wyszukiwarki epublikacji wg tytułów, wyszukiwarki obrazów. Po prawej stronie znajdują się przyciski funkcyjne, umożliwiające dostosowanie ustawień (przycisk Preferencje) oraz zmianę języka interfejsu.

The screenshot shows the top navigation bar and search area of the EBSCOhost interface:

- Navigation Bar:** Nowe wyszukiwanie, Tematy, Publikacje, Informacje o firmie/organizacji, Obrazy, Więcej, Zaloguj się, Folder, Preferencje, Języki, Pomoc, Zamknij
- Search Area:**
 - Wyszukiwanie: Academic Search Ultimate, Pokaż wszystkie, Wybierz bazy danych
 - Search input: Wprowadź dowolne słowo
 - Search button: Szukaj
 - Footer links: Opcje wyszukiwania, Wyszukiwanie podstawowe, Wyszukiwanie zaawansowane, Historia wyszukiwań

Maj 2021 r.

Przewodnik przygotowała: Urszula Nowicka
Customer Engagement Manager
EBSCO