

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Bohater wiarygodny w wybranych przekazach reklamowych największych banków w Polsce w czasie pierwszej fali pandemii COVID-19 (Agnieszka Barczyk-Sitkowska, Uniwersytet Łódzki)	9
Pandemia <i>fake newsów</i> w dobie pandemii COVID-19 (Agata Paszek, Barbara Sitko, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie)	29
Badanie anatomii <i>fake newsa</i> . Jakościowe metody analizy dezinformacji zamieszczanej w internecie (Katarzyna Jarzyńska, Uniwersytet Warszawski)	41
Propagandowy obraz operacji Cedar Falls ze stycznia 1967 r. w okresie wojny wietnamskiej (Patrik Masny, Uniwersytet Jagielloński)	59
„Kabotyn z obwarzankiem”, czyli propaganda dobrego imienia Marszałka Józefa Piłsudskiego. Karykatura, prawo, współczesność (Robert Nowecki, Uniwersytet Warszawski)	81
O związkach tańca z propagandą – przypadek Siergieja Połunina (Anna Reglińska-Jemioł, Uniwersytet Gdański)	99
<i>Call to action</i> jako narzędzie nowoczesnego <i>social media marketingu</i> na kontach Meta Business Suite (Klaudia Stępień-Kowalik, Uniwersytet Łódzki)	111