

Spis treści

Wstęp	7
-------------	---

Część pierwsza

KOMUNIKOWANIE WARTOŚCI ZDROWIA W KULTURZE POPULARNEJ

Rozdział I

Komunikacja społeczna we współczesnej kulturze medialnej – promowanie wartości zdrowia w aspekcie edukacyjnym	17
1. Kultura w ujęciu koncepcji drugiej rzeczywistości i antropologii kulturowej	18
2. Komunikacja jako podstawa kultury popularnej	30
3. Aspekty edukacyjne i kulturowe wpływu mass mediów	43

Rozdział II

Życie i zdrowie we współczesnym systemie wartości	57
1. Kształtowanie wartości i postaw	59
2. Istnienie wartości i ich podstawy filozoficzne	64
3. Wartości w świecie człowieka	68
4. Charakterystyka terminologiczna zdrowia jako wartości	71
5. Zdrowie i zachowania zdrowotne w wymiarze historyczno-kulturowym	74
6. Zdrowie jako brak choroby	82
7. Zachowania zdrowotne a styl życia	85
8. Promocja zdrowia	89
9. Zdrowie i jego korelaty jako wartość promowana w mediach	97

Część druga

POWSTANIE I EWOLUCJA KAMPANII SPOŁECZNYCH

Rozdział I

Kształtowanie się idei kampanii społecznych 103

1. Reklama jako podstawa kampanii społecznych 103
2. (War) Advertising Council jako inspiracja polskich kampanii społecznych 110

Rozdział II

Propagowanie wartości zdrowia w zagranicznych kampaniach społecznych po 1945 r. 131

1. Amerykańskie kampanie prozdrowotne i ich polskie odpowiedniki 131
2. Europejskie i azjatyckie adaptacje Advertising Council 184

Część trzecia

PODSTAWY TWORZENIA KAMPANII I DZIAŁAŃ PROSPOŁECZNYCH W POLSCE

Rozdział I

Działalność filantropijna i dobroczynność jako inspiracja akcji prospołecznych ... 191

Rozdział II

Polskie kampanie społeczne jako metoda wsparcia działań administracji publicznej 205

1. Popularyzacja zdrowia fizycznego 206
2. Propagowanie zdrowia społecznego 222
3. Promocja ochrony środowiska 227
4. Metody i techniki komunikowania treści prozdrowotnych 239

Rozdział III

Wartość zdrowia w kampaniach społecznych tworzonych przez organizacje non profit i firmy/przedsiębiorstwa	243
1. Promocja ekologii i ochrony środowiska	248
2. Propagowanie działań chroniących zdrowie społeczne	262
3. Popularyzacja zdrowia psychicznego	322
4. Profilaktyka zdrowotna i promocja zdrowego stylu życia	329
5. Metody i techniki komunikowania w kampaniach sygnowanych przez firmy/przedsiębiorstwa	346
6. Metody i techniki komunikowania w kampaniach prowadzonych przez organizacje non profit	349
Podsumowanie wyników badań	351
Wnioski końcowe	361
Bibliografia	363
1. Literatura przedmiotu	363
2. Zasoby sieci World Wide Web	394
3. Materiały źródłowe, archiwa i zbiory	398
4. Materiały źródłowe, archiwa i zbiory wirtualne	403
Indeks tabel	407
Indeks rycin	408