

Spis treści

Wstęp	5
-------------	---

CZĘŚĆ I

EKOLOGIA JAKO PRZEDMIOT REFLEKSJI I BADAŃ

Radosław Sajna

Media i środowisko – stan i perspektywy badań w kontekście pluralizmu globalnego	11
--	----

Radosław Gawlik

„Polska odnawialna” – scenariusz zmian w kontekście problematyki ocieplenia klimatu	31
---	----

Katarzyna Guzek

Komunikacja ekologiczna na rzecz zmian systemowych	40
--	----

Karolina Kuszlewicz

Prawna ochrona zwierząt przed niehumanitarnym traktowaniem	56
--	----

CZĘŚĆ II

OBRAZ EKOLOGII W MEDIACH

Aneta Duda

Medialne reprezentacje ekologii – analiza dyskursu tygodników opinii ...	83
--	----

Hanna Krzyżyńska, Piotr Chmielewski

Wizerunek organizacji ekologicznych na łamach „Gazety Wyborczej” i „Gazety Współczesnej” w kontekście sporu o Dolinę Rospudy	121
--	-----

Janusz Okrzesik

Ekoterroryzm w przekazie polskiej prasy	131
---	-----

Michał Okseniuk

Czy Szwedzi są w lesie? Obraz gospodarki leśnej Szwecji nakreślony w reportażu Macieja Zremby-Bielawskiego	141
--	-----

Bartosz Pietrzyk

Connection is what matters. Tworzenie medialnego obrazu kataklizmu na przykładzie trzęsienia ziemi w Nepalu relacjonowanego przez TVP Info i Safety Chec portalu Facebook 154

Katarzyna Brzoza

(Eko)Kobieta w sieci internetowej. Tematyka ekologiczna na wybranych portalach internetowych 170

CZĘŚĆ III

STRATEGIE I NARZĘDZIA – BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ

Karolina Franczak

Kształtowanie świadomości ekologicznej w Polsce i w wybranych państwach europejskich 197

Jacek Bożek

Strategia ekologicznej kampanii społecznej na przykładzie kampanii „Nasz park” 218

Barbara Koc-Kozłowiec

Edukacja ekologiczna – analiza technik perswazyjnych w hasłach ekologicznych tworzonych przez uczniów szkoły podstawowej 240

Ewelina Pasternak

Rola specjalistów od *public relations* w tworzeniu materiałów dziennikarskich – studium przypadku 250

Monika Wasilonek

Ekologia i ochrona środowiska a prowokacja w reklamie społecznej. Czy cel uświęca środki? 272

Noty o autorach 293