

Spis treści

Wprowadzenie	7
1. Media i komunikowanie nauki a problem ochrony planety	12
1.1. Czasopisma „uczone” i <i>science communication</i>	12
1.2. <i>Environmental communication</i> , czyli komunikowanie dotyczące środowiska	19
1.3. Współczesne media i autorytety a edukacja przyrodnicza, ocieplenie klimatu i inne problemy środowiskowe	29
2. National Geographic – od XIX-wiecznego czasopisma do globalnej marki multimedialnej w XXI wieku	43
2.1. Geneza National Geographic Society i „The National Geographic Magazine”	43
2.2. Tandem Bell–Grosvenor, dziennikarstwo fotograficzne i rozwój „National Geographic”	49
2.3. „National Geographic” w epoce globalizacji: lokalne wersje językowe, uruchomienie kanału telewizyjnego i NatGeo w Internecie	57
3. Misja NGS w XXI wieku na łamach „National Geographic” i w mediach powiązanych z globalną marką NatGeo	65
3.1. Historia, archeologia, religie	66
3.2. Problemy współczesnej cywilizacji i wizje przyszłości	74
3.3. Człowiek i jego organizm – genetyka, mózg, wirusy	78
3.4. Człowiek i przyroda – dżungle, góry, parki narodowe	83
3.5. Fascynujące i zagrożone gatunki zwierząt	90
3.6. Ocieplenie klimatu i inne problemy środowiska w ujęciu globalnym	97
3.7. Kosmos	106
Podsumowanie	109
Bibliografia	112
Aneks	122
Summary	124