

Indhold

Sebastian Mernild

Forord 9

Anette Grønning, Morten Birkved og Lotte Thing Rasmussen

Indledning 11

TEMA 1: Viden og handling

Morten Ploug Henriksen, Simon Bruhn og Morten Birkved

1. Mediebrug: fokus på helheden 21

Anette Grønning og Amalie Søgaard Nielsen

2. Et generationsperspektiv på klimadebatten 35

Vitus Vestergaard

3. Medievaner og tid 49

Martina Skrubbeltrang Mahnke og Pernille Hohnen

4. Blinde vinkler: digitale betalingsplatforme og bæredygtighed 63

TEMA 2: Modeller og metoder

Christian Hviid Mortensen

5. Sådan kan vi håndtere "wicked problems" som forholdet mellem vores mediebrug og klimaaftryk 79

Gerd Maria May Hertz

6. Tre barrierer for klimadækningen – og hvordan vi overkommer dem 97

Thomas Kaarsted og Lotte Thing Rasmussen

7. Citizen Science – de manges kraft 111

Anette Grønning og Susana Tosca

8. At tegne om medier og bæredygtighed 127

Thomas Enemark Lundtofte og Solveig Leivdal Hagensen

9. Klimakrisens flertydighed: en indholdsanalyse af #climatechange på TikTok 145

TEMA 3: Adfærd: at sige og at gøre

Heidi Philipsen og Sara Mosberg Iversen

10. Bæredygtiggørelse af nye talenter inden for dansk tv- og filmproduktion 161

Christian Bæksted Jessen

11. Virksomhedsperspektiver: bæredygtighed, greenwashing og ansvaret for det omgivende samfund 175

Bo Kampmann Walther

12. Kunsten at tisse ved siden af: adfærdspsykologi, dobbeltmoral og Apple-gadgets 193

Anette Grønning, Morten Birkved og Lotte Thing Rasmussen

Afsluttende bemærkninger 203