

Obsah

Úvod

Média a morálna reflexia	7
I. Média a kultúra – morálny aspekt	13
1. Expresívna tvár kultúry: masovo komunikačné prostriedky a morálne prostredie človeka	15
2. „Obrazový“ charakter súčasnej kultúry	31
2.1. Ako sa bežný príjemca stáva sám sebou?	31
2.2. Možnosti a obmedzenia behavioristických výskumov médií	33
2.3. Štrukturálne chápanie médií	35
2.4. Kritická analýza médií ako spoločenskej sily	37
2.5. Kultúra spoločenských komunikačných prostriedkov ako morálne prostredie	40
3. Proces demokratizácie morálnych súdov: morálne vodcovstvo a symboly v masovej kultúre	42
4. Biblické základy kresťanského vodcovstva ako osobitného povolania v dobe vlády masmédií	51
4.1. Vízia	52
4.2. Spôsoby a metódy konania	54
4.3. Vytrvalosť	55
4.4. Služba	56
4.5. Disciplína	58
5. Moc, pravda a rozsah vplyvu médií	61
6. Duchovný život v masovej kultúre	70
6.1. Analýzy	70
6.2. Vízia uskutočnenia spoločenstva (communio)	75
6.3. Rozoznávanie duchov v kultúre ovládanej masmédiami ...	80
II. Vývin morálneho uvedomovania v kontexte masmédií	89
1. Formovanie morálky v kultúre ovládanej spoločenskými komunikačnými prostriedkami	91
1.1. Úloha rozumu	91
1.2. Autonómia	97
1.3. Média v morálnom kontexte	101

2.	Vnútrotný svet a vonkajšia skutočnosť	
	Morálny vývin človeka a médiá	105
2.1.	Oblasti individuálneho morálneho vývinu	105
2.2.	Médiá a druhy morálneho vývinu	111
2.3.	Úloha predstavivosti vo vývine morálneho vedomia	116
2.4.	Účasť médií na prebúdzaní duševnej citlivosti	118
III.	Morálny rozmer verejného života	123
1.	Morálny rozmer verejného života	125
2.	Obraz práce v televízii a morálna predstavivosť: teologické interpretácie	128
2.1.	Obraz práce v situačných komédiách	129
2.2.	Teológia práce	133
2.3.	Hodnotenie a zmena predstavy	136
3.	O etike zábavy	137
3.1.	Voľný čas	138
3.2.	Televízia – od voľného času k zábave	139
4.	Slávenie, spotreba, televízia	144
5.	Sexualita v spoločenských komunikačných prostriedkoch	151
5.1.	Rozdiely pohlaví a teória úloh sexuality	153
5.2.	Zisk v spoločenských komunikačných prostriedkoch	157
5.3.	Vlastníci v mediálnom priemysle	162
5.4.	Syndróm Ramba	
	Sú médiá zdrojom alebo odrazom násillia?	168
5.5.	Tendencie a mechanizmy ospravedlňovania násillia v médiách aj v živote	172
5.6.	Alternatívne pohľady	174
6.	Výchovné hodnoty meniacich sa úloh žien v masmédiách	176
6.1.	Médiá a hodnoty	177
6.2.	Redukcia tradičných činiteľov pri kultivovaní hodnôt	179
6.3.	Konflikt s „tradičnou“ úlohou žien	184
6.4.	Zmena úloh v procese zachovania hodnôt	186
7.	Médiá v chápaní Marshalla McLuhana	191
7.1.	Technológia médií	193

7.2. Média ako „predĺženie“ človeka	207
7.3. Média sú novým prostredím	216
7.4. Média vytyčujú tri obdobia komunikácie	231
7.5. Zhrnutie	239
8. O riešení konfliktov podmienených médiami	242
8.1. Konfliktná skutočnosť	244
8.2. Kritika etických modelov v televízii	246
8.3. Zásada dialógu	250
9. Cirkev ako morálna autorita	259
9.1. Morálna komunikácia Cirkvi v Spojených štátoch a v Európe	259
9.2. Oficiálne kanály	260
9.3. Neoficiálne kanály	261
9.4. Všeobecná a miestna Cirkev	265
9.5. Vzdelávanie a formácia novinárov v rámci univerzitného štúdia	267
IV. Spoločenské komunikačné prostriedky a morálny vývin	303
1. Úloha masmédií v morálnom vývine človeka	305
2. Audiovizuálne rozprávanie formuje morálku	309
2.1. Aktuálny stav morálky a spoločenských komunikačných prostriedkov	310
2.2. Opisno-hermeneutická etika	313
2.3. Súvislosť medzi etikou a estetikou	311
2.4. Duchovný vývin ako základ morálneho postoja	315
2.5. Mravná výchova vo svete ovládanom médiami	321
2.6. Modely mravnej výchovy	328
3. Formovanie mravného života v kultúre komunikačných prostriedkov	334
3.1. Štyri tézy	336
3.2. Sloboda	340
3.3. Úloha reklamy v spoločenských komunikačných prostriedkoch	342
3.4. Personalizmus a virtuálna komunikácia	348
3.5. Očarovanie nepoznaným Manipulácia a zneužitie v internete	353
3.6. Sloboda a závislosť v procese internetovej komunikácie ..	361
3.7. Globalizácia – masmédiá – internet	366
3.8. Kybernetická komunikácia ako výzva pre Cirkev	370

4. Spoločenské komunikačné prostriedky a rast morálneho vedomia	375
5. Spoločenské komunikačné prostriedky a vývin morálnej citlivosti vo svetle teológie a dejín literatúry	382
5.1. Teologický kontext	382
5.2. Kontext dejín literatúry	384
5.3. Televízia	386
V. Filozoficko-teologické úvahy	395
1. Morálna predstavivosť vo filozofickom a teologickom myslení	397
2. Vlastnosti sveta, ktorý ukazujú médiá – morálna predstavivosť a jej kompetencie	400
3. Sila, pravda a príliv informácií	409
4. Morálna teológia ako rovina komunikácie	416
4.1. Spoločenstvo, komunikácia a Božie kráľovstvo	418
4.2. Konzumpcia a spoločenstvo	420
4.3. Ježiš Kristus – nádej spoločenstva	421
4.4. K spoločenstvu s Ježišom Kristom	422
4.5. Komunikujúci svet	424