

Obsah

I. Kapitola

Človek ako subjekt a objekt mediálnej aktivity

1 Mediálna katalaxia	11
2 Sebapoznanie	19
2.1 Chápanie vlastného <i>ja</i>	19
3 Človek ako biologický organizmus	24
3.1 Individualita	27
3.2 Interindividuálne rozdiely	27
3.3 Osoba a individualita	28
4 Temperament	33
4.1 Hippokratova-Galénova typológia	34
4.2 Jungova koncepcia	37
5 Intelektuálny vývoj človeka	41
5.1 Stupne intelektuálneho vývoja	44
5.2 Získané znalosti - návrh na delenie	46
5.3 Intelektuálny rozvoj a jazyk	47
5.4 Intelektuálny rozvoj a zvyky	51
6 Príprava na povolanie	53
6.1 Profesionálna príprava	53
6.2 Odborná príprava	56
7 Emocionálny vývoj	64
8 Morálny vývoj	73

II. Kapitola

Význam logosféry v audiovizuálnej kultúre

1 Význam logosféry v teologicko-kultúrnej perspektíve	89
1.1 Prostredie slova v súčasnej kultúre	91
1.2 Logosféra z teologického pohľadu	113
2 Audiovizuálny model integrujúci logálnu a ikonickú sféru	122
2.1 Teologicko-kultúrna apológia vizuálnosti	123
2.2 Autoregulačné integračné mechanizmy v audiovizuálnej kultúre	131
2.3 Význam hyper- a multimédií v procese integrácie slova a obrazu	137

3. Apológia logosféry v defenzívnej a afirmatívnej oblasti	148
3.1 Základné predpoklady pri konštrukcii apologetického modelu	150
3.2 Defenzívno-afirmatívny model apológie logosféry	156
3.2.1 Apológia intrapersonálnej logosféry	157
3.2.2 Apológia interpersonálnej logosféry	159
3.2.3 Apológia mediálnej logosféry	162

III. Kapitola

Úloha spoločenských inštitúcií pri výchove k logosfére

1 Mediálna výchova	171
1.1 Potreba, ciele a úlohy mediálnej výchovy	172
1.2 Výučba mediálnej gramotnosti	173
1.3 Počiatky mediálnej výchovy	177
2 Výchova prostredníctvom médií, médiá vo výchove a výchova k používaniu médií	185
3 Znalosti o médiách a mediálna prax	190
4 Výchova k logosfére ako integrálnej časti mediálnej výchovy	193
4.1 Úloha spoločenských inštitúcií pri výchove k logosfére	196
4.2 Rodina ako prvý vychovávateľ a animátor prostredia slova	197
4.3 Výchovno-mediálna funkcia školy a výchova k logosfére	203
4.4 Apológia logosféry ako úloha štátu a mimovládnych organizácií	212
5 Evanjelizačné možnosti Cirkvi v médiách	219
5.1 Rozpor evanjelizácie a mediálneho jazyka	219
5.2 Špecifiká cirkevných médií	223

IV. Kapitola

Cirkevné inštitúcie pôsobiace v oblasti spoločenských komunikačných prostriedkov

1 Teologické pramene	230
2 Cirkevné ustanovizne na úrovni diecéz – diecézne rady	235
2.1 Vznik a úlohy diecéznych rád	235

2.2 Štruktúra diecéznych rád	237
3 Cirkevné ustanovizne na národnej úrovni – národné úrady.....	239
3.1 Vznik a úlohy národných úradov	239
3.2 Štruktúra národných úradov.....	242
4. Medzinárodné cirkevné inštitúcie	
Organizzazioni Internazionali Cattoliche – OIC.....	245
4.1 Medzinárodná únia katolíckej tlače	
Union Catholique Internationale de la Presse (UCIP)	248
4.1.1 Vznik a vývoj	248
4.1.2 Štruktúra a úlohy	250
4.2 Medzinárodná katolícka organizácia pre film	
Organisation Catholique Internationale du Cinema (OCIC)	251
4.2.1 Vznik a vývoj.....	251
4.2.2 Štruktúra a úlohy.....	252
4.3 Medzinárodná katolícka asociácia pre rozhlas	
a televíziu	
Association Catholique Internationale pour la radio et la tele-	
vision (UNDA).....	254
4.3.1 Vznik a vývoj.....	254
4.3.2 Štruktúra a úlohy.....	256
5 Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky	
Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali.....	260
5.1 Vznik a vývoj	260
5.2 Štruktúra a úlohy	269
6 Vnútorný potenciál cirkevných inštitúcií	
v mediálnom pôsobení	276
6.1 Schopnosť konať strategicky.....	276
6.2 Ochota vyjadriť postoj.....	278
6.3 Autorita v spoločenskom diskurze.....	279
6.4 Charizma tých, čo dostanú mandát hovoriť	281
6.5 Investície do komunikátorov	283
6.6 Kontrola a cenzúra.....	285
6.7 Vzťah k pravde a dialógu	285