

# Študijný program marketingová komunikácia

## doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.

### **1. Onlinová reputácia vysokých škôl**

Pri dlhoročnom budovaní pozitívneho imidžu vzdelávacej inštitúcie je dôležité pravidelné overovanie reputácie vysokých škôl a eliminácia negatívnych postojov. Pozitívna reputácia v onlinovom prostredí je často kritickým faktorom úspechu. Index onlinovej reputácie vychádza z analýzy sentimentu prvých desiatich výsledkov vo vyhľadávaní na Google.sk, z počtu fanúšikov na sociálnych sieťach, zo zmienok na najnavštevovanejších slovenských portáloch a z počtu indexovaných stránok na Google.sk. Doktorand vo svojej dizertačnej práci analyzuje onlinovú komunikáciu a reputáciu vybraných vysokých škôl, prispôsobí metodiku hodnotenia indexu reputácie špecifikám vzdelávacích inštitúcií a vypracuje komplexné návrhy, ako možno onlinovú reputáciu vysokých škôl zlepšiť. Pri svojich návrhoch doktorand môže vychádzať z príkladov dobrej praxe zo zahraničných univerzít. Čiastkovým cieľom dizertačnej práce bude tvorba konkrétnych propagačných výstupov, ktoré posilnia reputáciu vzdelávacej inštitúcie.

## prof. Ing. Alena Kusá, PhD.

### **2. Zmeny v preferenciách nákupného správania v kontexte dynamiky vývoja nástrojov a foriem marketingovej komunikácie**

Dynamika vývoja nástrojov a foriem marketingovej komunikácie ponúka kreatívne možnosti ovplyvňovania spotrebiteľov a ich prístupov k nakupovaniu. Dôsledkom toho dochádza k zmenám v postojoch a v preferenciách výberu produktov, čím sa formujú nové spôsoby nakupovania a prístupy k výberu. Zámerom DzP bude skúmanie vývoja foriem a spôsobov marketingovej komunikácie vo všeobecnosti a v konkrétnom odvetví a ponúkne syntézu výsledkov vzťahujúcich sa na zmeny v správaní spotrebiteľov, ich nakupovaní a v spotrebe. Výsledkom DzP bude spracovanie zovšeobecniteľných komunikačných trendov /prístupov/ stratégií pre subjekty v určitom odvetví, zameraných na účinnejšie ovplyvňovanie nákupného rozhodovania s využitím onlinových a offlinových foriem marketingovej komunikácie, ktoré budú „ex ante“ evokovať zmeny v nákupnom správaní.

## doc. Ing. Jaroslav Bednárik, PhD.

### **3. Inovačné trendy v personálnom marketingu ako súčasť marketingovej stratégie**

Narastajúca konkurencia v trhovom prostredí, technologické inovácie, ale aj zmeny prístupov v oblasti pracovných vzťahov nútia firmy pružne reagovať na zmeny, prispôbovať sa meniacim sa novým podmienkam a hľadať vhodné riešenia. Z tohto pohľadu narastá význam personálneho marketingu, ktorý spočíva hlavne na prilákaní a získaní kvalifikovaných a talentovaných zamestnancov, ktorí sú dostatočne motivovaní, flexibilní a majú pozitívny vzťah k práci. Zároveň personálny marketing kladie väčší dôraz na komunikáciu s potenciálnym zamestnancom. Cieľom dizertačnej práce je analyzovať súčasný stav v oblasti využívania nových trendov v personálnom marketingu vo vybraných podnikateľských subjektoch a na základe primárneho výskumu navrhnúť optimálny model zavedenia

inovačných trendov v personálnom marketingu pre stredné podniky na Slovensku. Následne model verifikovať v podnikateľských subjektoch.

# Študijný program masmediálna komunikácia

**prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.**

## **1. Vplyv kyberpriestoru digitálnych médií na súčasnú vzdelanosť**

Tradičné médiá, predovšetkým písmo a tlač, mali výrazný vplyv na formovanie istých kognitívnych schopností ako je napríklad sústredenie, pamäť a koncentrované logické myslenie. Tieto kognitívne schopnosti človeka tvorili základ tradičnej európskej vzdelanosti. Súčasné digitálne médiá, ktoré predstavujú radikálne nové formy komunikácie, oslabujú staré kognitívne schopnosti, ale na strane druhej podporujú nové kognitívne schopnosti, ktoré môžu priniesť nové formy vzdelanosti. Problém je však v tom, že tieto zmeny sa dejú mimoriadne rýchlo, lebo digitálne médiá za posledné 2 – 3 desaťročia bezprecedentne zmenili kultúru a spoločnosť nielen v európskom, ale aj globálnom rozmere.

Cieľom dizertačnej práce je preto zistiť, ktoré kognitívne schopnosti nové digitálne médiá podporujú a ktoré oslabujú a konzekventne, aký majú vplyv na súčasnú vzdelanosť. Súčasťou tohto cieľa je aj realizácia návrhu na zlepšenie danej situácie.

## **2. Bytie a čas v komunikácii online**

Onlinová komunikácia prináša nové temporálne a existenciálne zmeny: 1. V prvom prípade je to prechod z lineárneho času do súčasného, čo je zároveň prechod z reálnej do virtuálnej existencie. 2. V druhom prípade, v kombinácii onlinového a offlinového života, je to zrýchľovanie času, ktoré sa v každodennom živote prejavuje kumuláciou informácií, vecí a udalostí. 3. V treťom prípade je to prechod z lineárneho šírenia a ukladania informácií v kultúre do priestorového a hypertextového ukladania. Všetky tri časovo-existenciálne zmeny majú svoje pozitívne, ale aj negatívne aspekty.

Cieľom dizertačnej práce je preto zistiť aké temporálno-existenciálne zmeny v onlinovej komunikácii nastávajú a určiť, ktoré sú pozitívne a ktoré negatívne. Konzekventne, pri určení negatívnych aspektov, ďalšou súčasťou cieľa bude výchova k informačnej hygiene v rámci širšej mediálnej výchovy.

**doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.**

## **3. Digitálne platformy v kontexte onlinovej komunikácie**

Cieľom práce je vymedziť a komplexne objasniť problematiku digitálnych platforiem v kontexte čoraz viac globalizovaného mediálneho prostredia. Digitálne platformy sú mimoriadne masívnym a zložito štruktúrovaným fenoménom, ktorého súčasťou sú tisíce najrozličnejších aplikácií a onlinových projektov. Majú rôzne podoby a veľkosti a ich vývoj pokračuje tempom, ktoré nemá obdobu v žiadnom inom odvetví hospodárstva a spoločnosti. V súčasnosti pokrývajú rozsiahly súbor projektov vrátane onlinových reklamných platforiem, elektronických trhovísk, vyhľadávačov, sociálnych médií a platforiem na šírenie kreatívneho obsahu, na distribúciu aplikácií, komunikačných služieb, kooperačných platforiem pre spoločné využívanie zdrojov, vzdelávacích, herných a ďalších typov onlinových platforiem. Dizertačná práca sa zameria na komplexné objasnenie problematiky digitálnych platforiem, ich štruktúry, potenciálu, ekonomických, mediálnych a marketingových aspektov ich

pôsobenia. V empirickej časti zohľadňuje a aplikuje aktuálne výskumné stratégie zamerané na najnovšie trendy v tejto oblasti onlinovej komunikácie.

#### **4. Súčasný stav a aktuálne trendy vedeckej žurnalistiky**

Cieľom dizertačnej práce je vymedziť a komplexne objasniť súčasný stav, postavenie, potenciál a význam vedeckej žurnalistiky v kontexte mediálnej komunikácie. Vedecká žurnalistika sa postupne vyvinula na odbor, v ktorom sú vedecky zamerané témy a výsledky vedeckého výskumu prezentované spôsobmi umožňujúcimi ich percepciu širokému publiku. Snaha zdieľať relevantné vedecké informácie aj mimo prostredia akademických a odborných elít vyžaduje aj od novinárov široké spektrum kompetencií, ktoré umožnia objektívne a relevantné sprostredkovanie komplikovaného vedeckého diskurzu bežnému publiku. Empirická časť práce sa zameriava na výskum postavenia vedeckej žurnalistiky v slovenskom mediálnom prostredí, úlohu a aktivity novinárov v mediálnej prezentácii vedeckých a technologických informácií a výstupov vedeckého bádania. Cieľom je tiež analyzovať procesy a používané modely vedeckého publikovania a komplexný rozbor ich formálnych a obsahových charakteristík.

### **doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.**

#### **5. Falošné správy, dezinformácie a propaganda v digitálnom priestore**

Žijeme v dobe digitálnej revolúcie, ktorú charakterizuje jednoduchý prístup k získavaniu, ale aj šíreniu informácií v globálnom kontexte. Kým na jednej strane vo vyspelých demokraciách existuje ústavne zaručená sloboda prejavu a právo na informácie, v súčasných predovšetkým onlinových médiách a na sociálnych sieťach sa stretávame s fenoménom, ktorý ohrozuje základné ľudské práva a slobody. Ide o šírenie falošných správ (angl. fake news), dezinformácií, nenávistných prejavov a skrytej propagandy. Cieľom dizertačnej práce je prostredníctvom dostupných teoretických poznatkov a výsledkov empirického výskumu identifikovať formy a podoby falošných správ, dezinformácií a propagandy vo vybranom segmente digitálneho priestoru. Práca má teoretické-empirické zameranie.

#### **6. Vzťah recipientov k spoplatňovaniu webového obsahu**

Spoplatňovanie webového obsahu, predovšetkým toho spravodajského, malo a aj v súčasnosti má rôzne formy a podoby, pričom niektoré obchodné modely sa osvedčili a iné, naopak, po krátkom čase stroskotali. Dnešné novinárstvo má multiplatformovú povahu, pričom novinárske obsahy majú rôzne formy stvárnenia a využívajú rôzne distribučné cesty. Dizertačná práca sa zaoberá spoplatňovaním obsahu na webe a jeho vnímaním zo strany recipientov. Cieľom dizertačnej práce je prostredníctvom dostupných teoretických poznatkov a výsledkov výskumu definovať špecifiká vzťahu recipientov k spoplatňovaniu digitálneho obsahu. Práca má teoreticko-empirické zameranie.

### **prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.**

#### **7. Projekt krízovej komunikácie v internom prostredí štátnej inštitúcie**

Teoreticko-aplikačná práca sa zameriava na internú krízovú komunikáciu v podmienkach štátnych inštitúcií. Tie v poslednom období prechádzali komplexnou revitalizáciou organizačných štruktúr, ako aj intenzívnou prestavbou ich technicko-technologickej základne. Prax ukazuje, že napriek týmto progresívnym zmenám, zostávajú aj naďalej nedoceňované aplikácie efektívnych stratégií a nástrojov zameraných na internú komunikáciu. Obzvlášť je

podceňovaná komunikácia v krízových situáciách v dôsledku plánovaných inštitucionálnych zmien racionalizačného charakteru alebo zavádzania nových organizačných pravidiel či nových digitálno-informačných technológií. Cieľom práce je na základe dôslednej analýzy komunikačných techník a mediálnych tokov v štátnej inštitúcii navrhnuť projekt, ktorý by bol výlučne zameraný na internú krízovú komunikáciu so zamestnancami v rôznych potenciálnych predvídateľných i nepredvídateľných situáciách. Výsledný projekt krízovej komunikácie bude vychádzať z podmienok pôsobenia štátnych inštitúcií, zohľadňovať existujúce (ale aj ponúkať nové) nástroje, techniky a mediálne toky v rámci internej komunikácie so zamestnancami.

### **8. Multiplatformové postupy v investigatívnej žurnalistike**

Teoreticko-empirická práca sa zaoberá multiplatformovou žurnalistikou v súvislosti s možnosťami rozvoja a skvalitnenia investigatívnej žurnalistiky. V poslednom období sme svedkami významného obratu v tvorbe pátracej žurnalistiky z hľadiska hybridizácie žánrových postupov, ako aj možností, ktoré poskytuje konvergencia jednotlivých mediálnych druhov. Na základe empirie mediálnych výstupov i reflexie súčasných teoretických poznatkov sa domnievame, že v multiplatformovej žurnalistike zameranej na odhaľovanie rôznych pozadí rôznorodých javov a udalostí, existuje celý rad nevyužitých kreatívnych možností a postupov. Cieľom práce je na základe teoretického skúmania a empirického výskumu (kvantitatívna a kvalitatívna obsahová analýza) zistiť súčasné trendy a možnosti skvalitnenia investigatívnej žurnalistickej tvorby v médiách pôsobiacich v prostredí internetu. Skúmaná problematika je aktuálna aj v súvislosti s tvrdením mnohých bádateľov, podľa ktorých investigatívna žurnalistika na Slovensku nevyužíva z hľadiska tvorivých postupov, zisťovania informácií, vyjadrovacích prostriedkov a názornosti, všetky dostupné možnosti. Analýza problematiky môže priniesť nové zistenia, načrtnúť odporúčania a otvoriť širšiu diskusiu o tejto problematike.

### **doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD.**

### **9. Stratégie a taktiky moderátorského umenia**

Moderovaním sa na nazývajú rôzne formy prezentovania -- od uvádzania spravodajských, odborných alebo zábavných príspevkov, cez sprevádzanie v reláciách magazínového, kvízového, hudobno-zábavného a zábavného typu, či diskusných relácií vysielaných naživo alebo simulujúcich živé vysielanie, až po moderovanie veľkých galavečerov a šou. Moderovanie v pravom zmysle slova možno považovať za vrchol prezentačného umenia. Od moderátora sa vyžaduje nielen kvalitná a prirodzená interpretácia, ale predovšetkým autorský vklad, slovná pohotovosť, kultivované vyjadrovanie, schopnosť viesť rozhovory s jedným alebo viacerými respondentmi, zvládnutie nečakaných situácií, a niekedy aj publika v štúdiu. Štýl moderovania sa postupne vyvíjal. V minulosti mali moderátori presne napísané texty, ktorých sa striktne držali, oddeľovalo sa hlásenie od konferovanie a moderovania. Dnes sa štýl moderovania mení, uvoľňuje. Vytvoriť atraktívne prepojenia medzi jednotlivými časťami programu, príjemnú atmosféru, ktorá prenikne k divákovi či poslucháčovi a položiť otázky, ktoré sú zaujímavé aj pre hosťa a ktoré ešte nedostal, možno nazvať moderátorským umením. Aké stratégie a taktiky využívajú moderátori pri moderovaní relácií, aby ich urobili zaujímavými a boli označovaní ako moderátorské osobnosti. Aké rôzne postupy moderovania sa používajú pri moderovaní rôznych typov relácií. Teoreticko-empirická práca sa zameriava na odpovedanie uvedených otázok a analýzu súčasných trendov v moderovaní.

## **10. Podcast – profesionálny aj amatérsky zvukový formát**

Termín podcast priniesli do mediálnej komunikácie v roku 2004 možnosti digitalizácie. Označujú sa ním zvukové záznamy, ktoré autor alebo vydavateľ umiestňuje na internet v podobe súborov, najčastejšie vo formáte MP3. Možno ich počúvať priamo z web stránky ako stream, aj bez pripojenia, v prípade, že si ich užívateľ stiahne. Charakteristická je pre ne pravidelnosť. Zvukové záznamy rozhlasových relácií alebo hudobných nahrávok, rozprávok či zábavných relácií sa k recipientom dostávali aj v minulosti na pásoch, kazetových páskach, CDčkach. V súčasnosti (na Slovensku od roku 2018), po rokoch fascinácie videami a videoblogmi, zažívajú zvukové záznamy vo forme podcastov boom. Stali sa komunikačným nástrojom profesionálov aj amatérov. Napr. šéfredaktori onlinových spravodajských portálov pripravujú pre svojich užívateľov ranné komentáre, prehľady udalostí minulých aj očakávaných, rozhovory, podcastovú formu dostávajú aj mnohé textové žurnalistické formáty – načítavajú sa rôzne reportáže, články alebo stĺpčky. Podstatou je, aby sa lepšie priblížili užívateľom, ktorým sa nechce čítať a pohodlnejšie je pre nich cestou do práce alebo do školy si cez slúchadlá vypočuť svoj obľúbený formát. Podcasty sa stali zaujímavým formátom aj pre rôznych blogerov a youtuberov, pretože ponúkajú spôsob komunikácie, ktorý je menej náročný na výrobu aj formu prezentácie. Cieľom teoreticko-empirickej dizertačnej práce je zmapovať spôsoby využívania podcastov na Slovensku v profesionálnom aj amatérskom prostredí. Autor sa zamiera nielen na skúmanie oblastí, kde používa, ale vytvorí prehľad o jeho rôznych podobách a kvalite.

## **11. Youtuber ako influencer mediálnej komunikácie 21. storočia**

Podľa výskumu Rady mládeže SR uskutočnenom koncom roka 2018 na vzorke 1000 mladých ľudí vo veku 15 – 24 rokov až 93% z nich čerpá informácie z blogov a 80 % z príspevkov na sociálnych sieťach (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter a ďalšie). Overujú si ich veľmi často iba rozhovormi s kamarátmi. Sociálne siete a komunikáty na nich sú pre mladých primárnymi médiami, ktoré uznávajú a ktoré ich ovplyvňujú. A keďže sú na tento spôsob komunikácie zvyknutí, očakávajú ho aj od tradičných médií. Klasické médiá už roky hľadajú spôsob, ako sa priblížiť mladým ľuďom, ako zabrániť tomu, aby ich sledovanosť klesala úmerne so starnutím ich súčasných recipientov. A tak do aktuálnych relácií zapájajú obľúbených youtuberov, prepájajú klasické formáty s tými internetovými, prípadne prenášajú celý štýl komunikácie z youtu na televíznu obrazovku. Napr. populárny youtuber Gogo hral v epizódach poviedkového filmu *Moje povstanie*, youtuber PPPíter v zábavnom cestovateľskom seriáli odhaľuje krásy západnej Afriky, Veronika Cifrová Otrihonová ako redaktorka TV Markíza hovorí o svojom youtuberstve atď. Na youtube možno nájsť rôzne témy – od životného štýlu, módy, cez rôzne inštruktážne videá, až po propagáciu dejepisu či fyziky netradičným spôsobom. Cieľom výskumu teoreticko-empirickej dizertačnej práce bude definovať komunikačný štýl youtuberov, formáty, cez ktoré na youtube prezentujú, ako aj spôsoby a podoby, akými youtuberská tvorba prenikla do klasickej mediálnej tvorby.

## **doc. Mgr. Lukasz P. Wojciechowski, PhD.**

## **12. Slováci a Česi pri vzniku Hollywoodu**

Práca na tému Slováci a Česi pri vzniku Hollywoodu bude venovaná pionierskym začiatkom Hollywoodu v prvých dekádach minulého storočia. Ako slovenská a česká umelecká emigrácia tvorila základy filmového priemyslu v USA. Dizertant bude historiograficky mapovať tvorivý režisérsky, herecky, výtvarný ale aj *producentský a podnikateľský potenciál*. Práca ma za cieľ zmapovať životopisy tvorcov a ich prínos pri zakladaní filmového priemyslu

v emigrácii. Sekundárnym cieľom je zároveň uviesť a vyzdvihnúť tvorivý potenciál rôznorodosti kultúr a národov pri formovaní kreatívneho priemyslu v historických súvislostiach.

### **13. Nekrotainment a nekromarketing ako formy stratégie mediálnej komunikácii**

Dizertačnú prácu na tému nekromarketingu študent spracuje z pohľadu prezentácie obrazov smrti (dramatické zábery) v médiách ako tému, ktorá ma zvýšiť záujem o prezentovaný kontext (zvýšiť predajnosť, záujem, sledovanosť). Kruciólnym predmetom práce bude smrť, anxieta a vybrané masmédiá a ich skúmanie v masmediálnych prejavoch z marketingovým potenciálom vo verejnom priestore. Dizertant spracuje tému čerpajúc z teórie psychológie, antropológie, sociológie, teórie médií a ďalších vied. Cieľom bude nie len uvedenie príkladov expozície tém spojených so smrťou v kontextoch, ale spracuje ju kvalitatívne a kvantitatívne adekvátnymi metódami. Práca akcentuje interdisciplinárny prienik estetiky, umenia, sociálnych vied. Tému je možné uchopiť v intenciách sociálneho marketingu ale aj v komerčnom aspekte.

### **doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.**

### **14. Aktuálne trendy v produkcii a postprodukcii filmových diel pre väčšinové publiká**

Dizertačná práca reflektuje procesy produkovania a postprodukčného spracovania filmových diel, ktoré sú určené do medzinárodnej či skôr globálnej distribúcie. Cieľom textu je načrtnúť vývojové tendencie technických a kreatívnych aspektov globalizovanej filmovej tvorby, ktoré sa následne premietajú do zásadných zmien vo filmovej reči uplatňovanej súčasnou kinematografiou pre väčšinové publiká (ide napríklad o techniku de-agingu, použitie LED obrazoviek v rámci dizajnovania scén, narastajúci význam herných enginov v kontexte filmovej produkcie a podobne). Uvedený cieľ možno naplniť prostredníctvom teoretickej reflexie príslušných produkčných a postprodukčných postupov i všeobecných trendov spojených s globalizovanou kinematografiou. Poznanie teoretických východísk vyúsťuje v kvalitatívnu obsahovú analýzu vybraných filmových diel, ktorej účelom je mapovať uplatnenie a zdokonaľovanie uvedených vývojových trendov v praxi. Práca má teoreticko-empirický charakter.

### **15. Internetom distribuovaná televízia ako fenomén mediálnej kultúry 21. storočia**

V ostatnom období možno pozorovať čoraz intenzívnejšiu krízu „tradičného“ televízneho priemyslu, ktorý patrí medzi najmenej rentabilné segmenty mediálneho podnikania. Kontinuálne oslabovanie ekonomickej pozície štandardných podôb televíznej tvorby nepochybne súvisí s rozmachom nadnárodne pôsobiacich onlinových platforiem, ktoré distribuujú (predovšetkým) epizodické televízne drámy a filmové diela rôznych žánrov. Dizertačná práca má ambíciu predstrieť ucelený súbor poznatkov o podnikateľských stratégiách a osobitých produkčných mechanizmoch platforiem poskytujúcich internetom distribuované televízne produkty (predovšetkým služieb *Netflix*, *HBO MAX*, *Disney+* či *Amazon Prime*). Uvedený cieľ možno naplniť prostredníctvom náležitej kritickej reflexie existujúcich teoretických konceptov reagujúcich na televíznu kultúru nového milénia, ktorá je východiskom pre nasledujúcu kvalitatívnu obsahovú analýzu vybraných mediálnych produktov šírených onlinovými televíznymi platformami.

# Študijný program teória digitálnych hier

**prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.**

## **1. Typológia herných princípov z aspektu mediálnych štúdií (mediologicko-kultúrno-historické aspekty ludológie)**

Teoreticko-empirický výskum sa zaoberá osobitou problematikou v rámci herných princípov, vrátane digitálnych hier – ich typologickými variantmi z aspektu kultúrno-historických a mediologických výskumných prístupov. Doposiaľ sa vo výskumoch hier preferovali najmä skúmania v prístupoch antropologických, ontologických, sociálno-historických či okrajovo kultúrno-historických. Mediologické a kultúrno-historické prístupy možno nájsť iba fragmentálne, v parciálnych štúdiách, pretože väčšina prác v oblasti stanovovania typologických variantov herných princípov je determinovaná skôr striktno deskriptívnymi (v zmysle popisu pravidiel hier), žánrovými či psychologizujúcimi alebo technicko-technologickými pohľadmi. Výskum typológie herných princípov chce jednostrannú determinovanosť výskumných praktík prekonať a ponúknuť širšie, mediologicko-kultúrno-historické aspekty vo výskume danej problematiky. Cieľom dizertačnej práce je na základe aplikovania mediologicko-kultúrno-historických prístupov analyzovať doterajšie zistenia a na ich východiskách, ako aj výsledkoch empirických výskumov v oblasti využívania hier, vymedziť aktuálnu typológiu herných princípov reflektujúcu formy, praktiky i charakter súčasného herného a mediálneho priemyslu.

**doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD.**

## **2. Typologické charakteristiky publika digitálnych hier**

Teoreticko-empirická práca sa zameriava na definovanie typologických charakteristík skupín hráčov jednotlivých druhov digitálnych hier. Pozornosť bude venovaná podrobnej deskripcii špecifických vlastností a schopností potrebných na ich zvládnutie, zvyklostí pri hraní, preferencií spôsobov hrania, stereotypov, komunikačných štýlov pri skupinových aktivitách a pod. Súčasťou práce bude aj komparácia správania sa hráčov odlišných generačných skupín. Výsledkom bude postihnutie relevantných charakteristík publika digitálnych hier, ktoré môžu pomôcť tvorcom hier vytvárať produkty „šité na mieru“.

**doc. Ing. Andrej Trnka, PhD.**

## **3. Digitálne hry ako nosný prvok vo vzdelávaní**

Digitálne hry možno chápať nielen ako neobmedzený zdroj zábavy a trávenia voľného času, ale aj ako nástroj vzdelávania. Ich využitie v edukatívnom procese je možné dokázať práve ich zavedením a následným skúmaním zručností a schopností získaných ich hraním. Hra ako taká môže poskytovať edukatívny obsah, ale aj samotné hranie a pochopenie deja hry môže mať vplyv napríklad na sústredenosť a rozmyšľanie.

Cieľom práce je zistenie, aký význam môže mať využitie digitálnych hier v edukatívnom procese a ako pôsobia na vzdelanostnú úroveň. Predpokladom úspešného prepojenia vzdelávania a hier je voľba vhodných herných prvkov a herný dizajn zohľadňujúci obsah a vzdelávací proces.



Dôležitým faktorom práce je aj porovnanie vplyvu digitálnych hier na proces výučby. Empirická časť práce vyžaduje experiment a realizovanie výskumu na zvolenej vzorke. Výsledkom dizertačnej práce je porovnanie vedomostí a osobného rozvoja medzi skupinami, v ktorých boli digitálne hry využívané v rôznej miere v rámci edukačného procesu. Na základe získaných poznatkov je možné lepšie analyzovať využitie digitálnych hier a výsledky môžu byť použité ako podklad pre cieľnú marketingovú kampaň spoločností zaoberajúcimi sa vývojom digitálnych hier.

#### **4. Formovanie špecifického fanúšika – cosplayera**

Témou pripravovanej dizertačnej práce je oblasť českého a slovenského fanúšika novodobého fandomu - cosplay. Výskumným problémom je otázka recepcie mediálnych obsahov anime, mangy, PC a konzolových hier ich fanúšikmi a ich následný vplyv na vlastnú tvorbu fanúšikov - vytváranie kostýmov a znázorňovanie správania postáv. Respondenti budú vybraný spomedzi pravidelných návštevníkov tematicky ladených festivalov na Slovensku a v Česku. Pomocou hlavných výskumných otázok sa práca bude snažiť zistiť ako a približne kedy sa z účastníkov hĺbkových rozhovorov stali fanúšikovia daného fandomu, čo ich prinútilo zotrvať vo fandome a akým spôsobom sa dostali k vyrábaniu vlastných kostýmov. Práca sa bude snažiť taktiež zistiť, či a prečo sa účastníci rozhovorov cítili marginalizovane v ich školskom živote a akým spôsobom im pomohla komunita podobne zmýšľajúcich ľudí na festivaloch prekonať vzniknutú marginalizáciu.

Hlavným cieľom predkladanej dizertačnej práce je na základe identifikácie a charakteristiky porovnať formovanie jednotlivých skupín fanúšikov - cosplayerov. Vymedziť spoločné a odlišné znaky oboch skupín, nájsť body a aspekty, ktoré formovali jednotlivé rozhodnutia pri jednej aj druhej skupine a určiť dôležitosť vplyvu nových médií na formovanie jednotlivcov. Dizertačná práca bude využívať kvalitatívny typ výskumu, nakoľko pracuje s úzkou skupinou fanúšikov konkrétneho fandomu. Pomocou kvalitatívneho výskumu, vykonaním naratívnych hĺbkových rozhovorov, a takto získaných mäkkých dát sa snaží vypovedať o cieľovej skupine.

**doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.**

#### **5. Vývojové tendencie a znaky priemyslu digitálnych hier**

Odvetvie produkcie a distribúcie digitálnych hier patrí medzi sektory mediálnej tvorby, ktoré disponujú značnou ekonomickou výkonnosťou a nadnárodným dosahom. Segment tvorby a distribúcie digitálnych hier v priebehu uplynulých dekád rapídne zvýšil svoj ekonomický potenciál, čo celkom iste súvisí s narastajúcou technicko-technologickou úrovňou produkcie digitálnych hier, ale aj s ich globálnou distribúciou, nemalým kultúrotrvným potenciálom a zjavnou schopnosťou nadobúdať status artefaktov populárnej kultúry. Dizertačná práca reflektuje priemysel digitálnych hier ako autonómne odvetvie mediálnej tvorby so špecifickými produkčnými postupmi, charakteristickými znakmi a silným sklonom ovplyvňovať obsahové a formálne prvky diel, ktoré vznikajú v rámci iných mediálnych odvetví, napríklad filmov či televíznych seriálov. Cieľ práce možno naplniť na základe teoretickej reflexie príslušného odvetvia a jeho technologických, ekonomických a kreatívnych špecifik rozvíjaných v podmienkach globalizovanej mediálnej tvorby. Nadväzujúce empirické skúmanie reaguje na ekonomický potenciál, tvorivé postupy a populárne produkty vybraného producenta digitálnych hier, ktorý pôsobí na nadnárodnej úrovni.