

**Témy dizertačných prác  
pre akademický rok  
2025/2026  
na FMK UCM v Trnave**



# ΤÉΜΥ ΔΙΖΕΡΤΑČΠÝΧ ΠΡÁC ΠΡΕ ŠΤΥΔΙΠÝ ΠΡΟΓΡΑΠ ΠΑΣΜΕΔΙΆΛΠΑ ΚΟΠΥΠΙΚΆCΙΑ

**Meno:** prof. PhDr. Nataliya Panasenko, DrSc.

**Téma dizertačnej práce:** Signals of addressee-orientation in clickbait: social, cultural, linguistic, and gender aspects

**Forma štúdia:** denná

**Formulácia problému:** Human society has always been largely modeled not only by the contents of communication, but also by the nature of the media that conveyed the communication. The Internet can be considered as one of the most remarkable things people have ever invented. Thus, cyberspace has become a new living space for people, in which they implement a substantial part of their personal and professional lives. Within this dynamic cyberspace, the phenomenon of clickbait has emerged – a strategic use of sensationalized or misleading headlines, prevalent on social media and video-sharing platforms, designed to capture attention and entice users into clicking. Clickbait thrives in the attention economy, where audience engagement is a key metric of success. These headlines often employ linguistic and visual strategies such as hyperbolic language, curiosity-inducing phrasing, and emotionally charged imagery. While effective in capturing attention, clickbait also contributes to the dissemination of misinformation and oversimplification of complex topics. However, existing studies have largely overlooked how these linguistic strategies are tailored to specific audiences, considering factors such as cultural context, social identity, and gender.

**Cieľ práce:** The aim of this research is to explore the phenomenon of clickbait within social media and video-sharing platforms, focusing on its linguistic and visual construction considering it as hidden signals of addressee-orientation. By using advanced detection methodologies, this study aims to examine how clickbait titles, video descriptions, and thumbnails are crafted to appeal to specific audience demographics, emphasizing their social, cultural, and gender-specific dimensions. Using semantic, stylistic, and contextual analyses we will analyse such features as sentence structure, word embeddings, syntactic similarity, the use of demonstrative pronouns, excessive use of numbers and action words, emotive vocabulary and connect it with the target audience. Our hypothesis is that signals of addressee-orientation are directly connected with the target audience taking into account its social status, the level of education; a set of used techniques will be different for each group of the recipients.

**Meno:** doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Vlastníctvo médií a pluralita spravodajstva

**Forma štúdia:** denná

**Formulácia problému:** V auguste 2022 nadobudli účinnosť zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie a zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách. Cieľom novej legislatívnej úpravy bolo reflektovať aktuálny stav mediálneho prostredia na Slovensku. Súčasťou zákona o publikáciách sa stali moderné regulačné prvky vrátane samoregulácie, ktoré by mali v oblasti tlačených a webových médií

priniest výrazné sprehľadnenie ich vlastníctva a financovania. Zákon rovnako zvýšil ochranu zdrojov, pretože novinár nemôže byť nútený verejnými inštitúciami, aby prezradil svoj zdroj. Mediálna prax v súčasnosti však ukazuje aj na iný fenomén, ktorým je potenciálne pôsobenie vlastníkov médií na diverzitu prezentovaných informácií a rozmanitosť názorov a tém, ktoré sú súčasťou spravodajstva, pričom má markantný dosah na nezávislosť žurnalistiky a de facto aj zdravé fungovanie demokracie. Zámerom dizertačnej práce je skúmať vzťah medzi vlastníctvom médií a objektivnosťou, pluralitou a diverzitou informácií prezentovaných v spravodajstve.

**Cieľ práce:** Cieľom dizertačnej práce je na základe dostupných teoretických poznatkov a výsledkov empirického výskumu definovať mieru vplyvu vlastníctva médií na spravodajský obsah a preskúmať súvislosti medzi vlastníckymi vzťahmi, redakčnou nezávislosťou a diverzitou informácií v spravodajstve.

**Meno:** doc. MgA. Jozef Sedlák

**Téma dizertačnej práce:** Vývoj dokumentárnej fotografie rómskych komunít na Slovensku

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Dizertačná téma skúma východiská vývojových stratégií klasického a súčasného vizuálneho prístupu média fotografie k témam interpretácie rómskych komunít na Slovensku. Téma skúma previazanosť estetiky so sociálnymi, sociologickými a etnografickými rozdielnosťami v danej problematike, pričom zohľadňuje autorské prístupy jednotlivých projektov a autorov. Práca má skúmať kontextuálne súvislosti vývoja dokumentárnej (amalgóvej/digitálnej) fotografie, jej príbuznosti a odlišnosti v autorských konštrukciách obrazu, komunikačnú zložku média a možné spoločenské a mediálne dosahy skúmanej problematiky. Dokumentárna fotografia ako dobové oko – *period eye*, je v súčasnosti chápaná ako umelecké dielo s kognitívnym potenciálom, reflektujúca mentalitu doby, komunikujúca posolstvá súčasnej estetiky, konštruujúca dôležitý informačno-mediálny charakter spoločnosti a rovnako ako výchovno-etická forma komunikácie, má ambíciu cez vizuálne uvažovanie meniť stereotypy spoločnosti voči marginalizovaným skupinám.

**Cieľ práce:** Téma má cieľ na základe teoretických východísk skúmať vývoj dokumentárnej fotografie rómskych komunít, jednotlivých autorov a systematizovať ich tvorivé prístupy. Parciálne ciele predpokladajú komparatívne skúmanie problematiky z hľadiska svetovej produkcie sociálnej fotografie zameranej na rómske komunity a systematizáciu a sumarizáciu slovenských (českých) autorov podľa vývojových a spoločenských súvislostí. Cieľ práce má predstaviť tému interpretácie rómskych komunít ako spoločensky aktuálnu problematiku nielen z hľadiska diskusie o etických princípoch a prístupoch, ale z hľadiska archivácie, sumarizácie a systematizácie témy, ktorá doposiaľ nebola z hľadiska histórie fotografie komplexne skúmaná.

**Meno:** doc. MgA. Jozef Sedlák

**Téma dizertačnej práce:** Téma sprítomnenia smrti vo fotografii – verizmus versus ilúzia

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Skúmanie vývojových a historických tendencií interpretácie smrti a témy posmrtnosti médiami fotografie. Analýza vybraných autorov a umeleckých diel zo sveta

a Slovenska (Česka), ktorí sa rámci tvorivých konceptov realistického a symbolického zobrazenia, zaoberajú témou smrti a posmrtnosti. Téma sa snaží nastoliť problém vzťahu média fotografie k fenoménu zaznamenávania smrti ako osobnej a spoločenskej udalosti (obradu, rituálu, prežívania viery), ktorý v konkrétnych estetických obdobiach, kultúre, sociálnych dejinách a spoločenskej objednávky predstavovali rozdielnu znakovosť a umeleckú funkciu. Fotografia ako vizuálny jazyk sa definuje nielen výrazovými prostriedkami (svetlom, kompozíciou, kauzálnou skúsenosťou), teda tým čo primárne vidíme, ale príklonom k magickej realite, symbolike a metafore, teda toho čo je skryté, tzv. transparentným, metafyzickým obrazom ilúzie, ktorý sa nachádza za videným priestorom obrazu.

**Cieľ práce:** Cieľom dizertačnej témy je skúmať a definovať teoretické východiská relevantných filozofov, teoretikov fotografie (Douglasa, Crimpa, Johna Bergera, Geoffreya Batchena, Waltera Benjamina) a autorov (Lesly Krims, Sally Mann, Joel Peter Witkin, Weegee) a ich diel, ktorí sa témou smrti, posmrtnosti a jej interpretáciou prostredníctvom média fotografie zaoberali. Susan Sontagová definuje fotografiu ako otláčok reality, ako jej posmrtnú masku a zároveň vyvracia funkciu fotografie ako niečoho, čo realitu len znázorňuje alebo interpretuje. Roland Barthes píše o fotografii ako o smrti daného okamihu „tu a teraz“ a „to bolo“, a pripodobňuje proces fotografovania k prelamovaniu viditeľného sveta reality do sveta ilúzie. Cieľom práce je na základe teoretického výskumu interpretácie smrti systematizovať a sumarizovať problém estetického a etického prístupu. Na základe výberu autorov a diel skúmať a definovať príbuznosti a odlišnosti jednotlivých diel a autorských programov v žánrovej diferenciacii (humanistická fotografia, subjektívny dokument, vojnová fotografia, inscenovaná fotografia, sociálna fotografia, portrét a pod.).

**Meno:** doc. MgA. Jozef Sedlák

**Téma dizertačnej práce:** Interpretácia subkultúr médiami fotografie zameraná na vizuálne, sociologické a semiotické aspekty výskumu

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Dizertačná práca s názvom *Interpretácia subkultúr médiami fotografie zameraná na vizuálne, sociologické a semiotické aspekty výskumu* sa bude zaoberať analýzou a interpretáciou subkultúr prostredníctvom fotografického dokumentu, pričom sa bude zameriavať na ich rôznorodé prejavy a žánrové podoby. Subkultúry predstavujú významný spoločenský fenomén, ktorý reflektuje identity, hodnoty a kreatívne prejavy jednotlivých komunit na okraji dominantnej spoločnosti. Práca reflektuje aktuálnosť témy vo vybraných komunitách a aktivizme mladých ľudí, analyzuje a skúma tieto fenomény nielen z umeleckého hľadiska, ale aj z perspektívy sociálneho dokumentu, sociológie, semiotiky, pričom analyzuje ich historický vývoj, sociálny vplyv a umelecké vyjadrovacie formy. Práca sa bude venovať širokému spektru subkultúr, skúmať vzťahy medzi estetickými prvkami fotografie, autentickosťou dokumentu a jeho schopnosťou komunikovať príbehy, ktoré definujú tieto skupiny.

**Cieľ práce:** Hlavným cieľom je nielen interpretovať subkultúrne fenomény cez optiku fotografie, ale aj prispieť k lepšiemu pochopeniu ich významu v kontexte kultúrnej rozmanitosti a ich pretrvávajúcej aktuálnosti. Na základe teoretických východísk dokumentárnej, reportážnej, snapshotovej fotografie a vybraných autorov a ich projektov, má práca za cieľ skúmať a systematizovať skutočnú realitu undergroundovej subkultúry v jej pravom svetle a prinesieť tak

autentický pohľad zvnútra na každodenný život členov subkultúr. Parciálne ciele tvoria skúmanie problému subkultúr k majorite, odkrývanie hodnotovej otázky, komunitných postojov a ich autentické prejavy. Práca má za cieľ poskytnúť nielen teoretický pohľad na subkultúry ako súčasť sociálneho diania, ale zároveň ponúka praktické obrazové výstupy, ktoré dokumentujú a reflektujú tieto fenomény cez vizuálny jazyk fotografie. Problematika sa sústreďuje na médium fotografie, ktoré bude slúžiť ako nástroj na vizuálne sprostredkovanie identity subkultúr, ich hodnôt a ich miest v širšom spoločenskom kontexte.

**Meno:** doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Miniseriál: Fenomén globalizovanej televíznej produkcie

**Forma štúdia:** denná

**Formulácia problému:** Produkcia miniseriálov v kontexte globalizovanej televíznej tvorby sa stáva dôležitým problémom súčasných mediálnych a komunikačných štúdií. Kritické úvahy o spôsoboch, akými mediálni producenti vytvárajú miniseriálové diela, nevyhnutne vedú k poznaniu, že mediálne publikum 21. storočia vyhľadáva komplexné príbehy, v rámci ktorých je možné prezentovať podrobnejšiu psychologizáciu postáv než v prípade väčšiny celovečerných filmov. Tieto diela však musia mať primeraný rozsah, aj vzhľadom na presýtenosť televízneho trhu a čoraz intenzívnejší konkurenčný boj medzi producentmi a zároveň poskytovateľmi internetom distribuovaného televízneho obsahu. Miniseriály sú mnohými vnímané ako akési „desaťhodinové filmy“, ktoré komunikujú komplexné príbehy a emocionálne nasýtené vzťahy medzi hlavnými a vedľajšími postavami. Mnohé z nich vznikajú za účasti popredných kreatívnych osobností pôsobiacich vo filmovom a televíznom priemysle, prezentujúc špičkové herecké výkony. Miniseriálové diela neraz vynikajú excelentným produkčným dizajnom a vo všeobecnosti sa nevyhýbajú ani tabuizovaným témam, na rozdiel od väčšiny seriálových diel so žánrovými prvkami fantasy, vedeckej fantastiky či hororu. Uvedená skutočnosť svedčí o spoločensko-kultúrnej významnosti miniseriálov v 21. storočí, na druhej strane však vedie k nevyhnutnej polemike o diskutabilných stránkach tohto druhu audiovizuálnej tvorby, ktoré neraz vedú k transformácii pôvodne miniseriálových naratívov do podoby klasických seriálov, najmä následkom komerčného úspechu. Dizertačná práca má reagovať na uvedený okruh problémov a prispieť k systematickej vedeckej reflexii danej problematiky, pričom má ambíciu rozšíriť existujúci súbor vedeckých poznatkov a formulovať empirické zistenia vo vzťahu k tematizácii miniseriálov v globalizovanej televíznej produkcii.

**Cieľ práce:** Hlavným cieľom dizertačnej práce je kriticky reflektovať tematizáciu miniseriálov v podmienkach globalizovanej epizodickej televíznej tvorby dostupnej prostredníctvom platforiem internetom distribuovanej televízie, a to na základe teoretického vymedzenia problematiky a dramaturgickej (naratívnej) a diskurzívnej analýzy vybraných miniseriálových diel. Dizertačná práca má teoreticko-empirický charakter.

**Meno:** doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Tematizácia globalizovanej dokumentárnej tvorby viazanej na profesionálny šport

**Forma štúdia:** denná

**Formulácia problému:** Profesionálny šport predstavuje mimoriadne komerčne zaujímavé odvetvie zábavného a mediálneho priemyslu. Globálne popularizovanie úspešných športových osobností nevyhnutne vychádza zo všeobecného a ťažko spochybniteľného presvedčenia, že excelentné športové výsledky sú pomerne objektívnym predpokladom vnímania konkrétnych športovkýň a športovcov v pozícii mediálnych celebrit, resp. ich celebritizácie. Športové osobnosti sa v súčasnosti úspešne etablojú v rôznych druhoch mediálnej produkcie a tvoria dôležitú súčasť hypermodernej mediálnej kultúry. Dizertačná práca reflektuje fenomén športového dokumentu, t. j. zaujíma sa o dokumentárnu tvorbu (celovečerné filmy a epizodické diela) zameranú na udalosti alebo osobnosti profesionálneho športu. Výskumný zámer pracuje s predpokladom, že tieto diela sa stávajú efektívnym nástrojom celebritizácie športových osobností. Ambíciou dizertačnej práce je rozšíriť existujúci súbor vedeckých poznatkov o danej problematike a vymedziť športový dokument ako špecifický druh dokumentárnej tvorby disponujúci jasne rozpoznateľnými, unikátnymi výrazovými prostriedkami. Práca zároveň prináša empirické zistenia, ktoré kladú do centra pozornosti schopnosť dokumentárnej tvorby popularizovať odvetvia profesionálneho športu a/alebo konkrétne športové osobnosti a prehlbovať emocionalitu spojenú s recepciou výnimočných športových výkonov, ale aj rôznych krízových a hraničných situácií či medializovaných škandálov.

**Cieľ práce:** Hlavným cieľom dizertačnej práce je identifikovať a vysvetliť žánrové charakteristiky športových dokumentárnych filmov a epizodických diel s obdobným tematickým zameraním, ako aj ich kultúrny význam a úlohu vo vzťahu k prehlbovaniu komercializácie profesionálneho športu. Splneniu cieľa predchádza teoretická reflexia predmetnej problematiky doplnená formulovaním empirických zistení na základe dramaturgickej (naratívnej) a diskurzívnej analýzy tematických a sociálno-kultúrnych aspektov prítomných vo vybraných (globálne populárnych) dokumentárnych dielach zameraných na profesionálny šport alebo na športové osobnosti. Dizertačná práca má teoreticko-empirický charakter.

**Meno:** doc. Mgr. Łukasz P. Wojciechowski, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Nekrotainment a nekromarketingové obsahy - formy mediálnej komunikácie

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Predmetom výskumu je fenomén nekrotainmentu, definovaný ako implementácia explicitných či implicitných elementov asociovaných s mortalitou alebo terminálnymi fázami existencie, v kontexte mediálnej produkcie a marketingovej komunikácie. Implementovanie explicitných či implicitných elementov asociovaných so smrťou, resp. konečnými stavmi života sa spája s propagovaním týchto obsahov a mediálnych produktov je aj jednou z foriem marketingu, tzn. nekromarketingu. Prezentácie obrazov smrti (forenzné dramatické zábery, koronerské pitvy a analýzy príčiny smrti, „karnevalizácia“ vražd v audiovizuálnych dielach, etc.) v médiách (film, seriály, spravodajstvo, užšie vymedzene internetové stránky) či priamo podporované v reklame, a reklamou produktov/inštitúcií/idey je téma, ktorá ma zvýšiť záujem o prezentovaný kontext/obsah (zvýšiť predajnosť, záujem, sledovanosť a pod.).

**Cieľ práce:** Centrálnou hypotézou výskumu je predpoklad, že inkorporácia motívov smrti v mediálnych obsahoch a reklamných stratégiách slúži ako prostriedok na zvýšenie atraktivity prezentovaného kontextu alebo obsahu, s cieľom stimulovať komerčný úspech, divácky záujem

alebo sledovanosť. Dizertačná práca sa zameriava na kritickú analýzu tohto fenoménu, jeho etických implikácií a potenciálnych sociálnych dôsledkov. Cieľom bude nie len uvedenie a interpretácia, vybraných v rámci rešerše príkladov expozície tém spojených so smrťou v kontextoch, a spracuje je kvalitatívne či kvantitatívne adekvátnymi metódami aj s využitím triangulácie. Práca akcentuje interdisciplinárny prienik estetiky, umenia, sociálnych vied. Tému je možné uchopiť v intenciách sociálneho marketingu ale aj v komerčnom aspekte.

**Meno:** doc. Mgr. Łukasz P. Wojciechowski, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Umelá inteligencia a post pravda – minulosť, súčasnosť a budúcnosť masmediálnej komunikácie

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Problematika dezinformačných a manipulatívnych vizuálnych a audiovizuálnych komunikátov predstavuje kontinuálny fenomén sprevádzajúci disemináciu informácií od vzniku fotografie a následne kinematografie. Iniciálne fotografické manipulácie boli primárne motivované prekonávaním technologických limitácií, manifestujúc sa v podobe kolorizácie, augmentácie *post mortem* portrétov či kolážových techník. Osobitný segment reprezentujú manipulácie slúžiace politickým a ideologickým propagandistickým cieľom, extenzívne exploatované totalitnými režimami. Tieto tendencie perzistujú aj v súčasnosti, pričom digitálna éra významne facilitovala proces manipulácie fotografického a audiovizuálneho materiálu prostredníctvom sofistikovaných softvérových nástrojov. Paralelne s týmto vývojom sa zvyšuje vigilancia recipientov, avšak absencia adekvátnych kompetencií, mediálnej gramotnosti a kritického myslenia limituje ich schopnosť verifikovať autenticitu recipovaných mediálnych produktov. Kredibilita fotografického média bola substantívne spochybnená multiplicitnými incidentmi digitálnej falzifikácie, zasahujúcimi aj sféru žurnalistickej fotografie (World Press Photo) a oficiálnych videozáznamov politických predstaviteľov (deepfake video).

Tento fenomén generuje komplexné otázky presahujúce rámec estetických kreatívnych techník pri konštrukcii vizuálneho obrazu, adresujúc kruciálne problémy asociované s etikou a semiotickou reprezentáciou obrazu v súčasnom mediálnom diskurze. Výskum sa zameriava na analýzu týchto fenoménov, ich implikácií pre percepciu reality a potenciálnych konzekvencií pre spoločenský a politický kontext.

**Cieľ práce:** Práca sa zameria na komplexnú analýzu historického vývoja manipulatívnych vizuálnych prezentácií, ktorá slúži ako fundamentálny základ pre súčasné teoretické a praktické uchopenie danej problematiky. Výskum sa orientuje na systematickú exploráciu dezinformačných vizuálnych reprezentácií v selektovaných tematických okruhoch, zahŕňajúc sféry politiky, zdravotníctva, kultúry a sociálnych fenoménov. Primárnym objektom skúmania sú intencionálne manipulatívne vizuálne konštrukty, ktorých cieľom je indukcia špecifických emocionálnych reakcií u recipientov, či už žiaducich alebo nežiaducich. Metodologický prístup zahŕňa komparatívnu analýzu historických precedensov a súčasných manifestácií tohto fenoménu, s dôrazom na identifikáciu evolučných trendov v technikách vizuálnej manipulácie. Výskum sa zameriava na evaluáciu efektivity týchto manipulatívnych stratégií, ich psychologických a sociálnych implikácií, ako aj na analýzu etických aspektov využívania takýchto vizuálnych konštruktov v mediálnom a verejnom diskurze. Cieľom je prispieť k rozvoju teoretického rámca pre pochopenie a kritické hodnotenie manipulatívnych vizuálnych prezentácií v kontexte súčasnej informačnej spoločnosti.

**Meno:** doc. PhD. Zora Hudíková, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Politické komunikačné stratégie a ich reflexia v médiách

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Politická komunikácia sprostredkovaná médiami má relevantný dopad na formovanie verejnej mienky a spoločensko-politický diskurzu. Jej efektivita je zásadne ovplyvnená používanými politickými komunikačnými stratégiami a zároveň ich interpretáciou v jednotlivých médiách. Politické komunikačné stratégie obsahujú široké spektrum nástrojov, vrátane rétoriky so všetkými jej zložkami a vizuálnych symbolov, sprostredkovaných cez sociálne siete či tradičné médiá. Ich hlavným cieľom je ovplyvniť percepciu politických lídrov, strán a ich politických tém. V kontexte neustále transformujúceho sa mediálneho prostredia (technologický pokrok, nové informačné kanály, nové mediálne formáty) zohráva interpretácia a reflexia politických komunikačných kľúčových úlohu pri formovaní verejného diskurzu. Zámerom skúmania je zistenie formy a obsahu interakcií medzi politickými komunikačnými stratégiami a mediálnou praxou, pričom dôraz bude kladený na identifikáciu spôsobov, akými médiá reflektujú a často reprodukovujú komunikačné taktiky politických subjektov. Osobitná pozornosť je venovaná dynamike medzi obsahovou selekciou, rámcovaním posolstiev, ich interpretáciou a prispôbovaním prezentovaných politických posolstiev rôznym publikám v prostredí hybridných médií. Výsledky dizertačnej práce môžu prispieť k hlbšiemu porozumeniu vzťahov medzi politickou komunikáciou a médiami a ich vplyvu na demokratické procesy a formovanie verejnej mienky.

**Cieľ práce:** Cieľom dizertačnej práce bude prostredníctvom analýzy politickej komunikácie a jej interpretácie v médiách zistiť mieru jej transformácie v mediálnych obsahoch.

**Meno:** doc. PhD. Zora Hudíková, PhD.

**Téma dizertačnej práce:** Dialogické formáty mediálnej komunikácie v podcastingu

**Forma štúdia:** denná, externá

**Formulácia problému:** Dialogické formáty mediálnej komunikácie (rozhovor, diskusia) patria k základným žánrom, ktoré sa vyskytuje v mediálnej produkcii v rôznych podobách. Sú súčasťou žánrov od spravodajstva až po dokument, alebo tvoria samostatný mediálny celok (článok, reláciu, auditívny alebo audiovizuálny výstup). Vyskytujú sa v tradičných médiách, ale veľmi populárne sa stali najmä v internetovom prostredí na rôznych platformách a sociálnych sieťach. Dominujú ako produkt v podcastovej produkcii, ale stali sa aj populárnym marketingovým nástrojom v rámci internej aj externej firemnej komunikácie. Dialogická komunikácia je populárna najmä pre jej dynamickosť. Formy a spôsoby vedenia dialogickej mediálnej komunikácie sa menili a menia aj s vývojom mediálnej produkcie, vývojom jej tvorcov, ako aj vývojom očakávaní a nastavenia publika. Dnes sú tvorcami podcastingovej dialogickej komunikácie nielen profesionálne zruční žurnalisti, ale túto formu podcastingovej produkcie využívajú rôzni tvorcovia videocastov a podcastov. Dôsledkom zmeny autorskej aj publikačnej základne možno predpokladať viaceré zmeny vo formátoch a spôsoboch vedenia rozhovoru či diskusií, ktoré môžu mať výrazný dopad na súčasné a budúce očakávania mediálneho publika. Keďže doteraz nie sú podrobnejšie zmapované nové formáty dialogickej mediálnej komunikácie



v podcastingovej tvorbe, je dôležité venovať sa ich preskúmaniu a načrtnúť prípadné budúce očakávania publika.

**Ciel práce:** Prostredníctvom kvantitatívnych a kvalitatívnych metód skúmania zistiť, aké formy dialogickej mediálnej komunikácie existujú v podcastingovej produkcii – o čom sú, aké sú ich formáty, kategorizovať ich na základe získaných poznatkov a formulovať zaužívané modely dialogickej mediálnej komunikácie v podcastingovom prostredí s fokusom aj na predikciu očakávaní publika.