

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ  
FAKULTA MULTIMEDIÁLNÍCH KOMUNIKACÍ  
POSUDOK DIZERTAČNEJ PRÁCE

---

**Doktorand:** PhDr. Tomáš Šula

**Téma:** : VYUŽITÍ GRAFICKÉHO A PRŮMYSLOVÉHO DESIGNU PŘI TVORBĚ AMBIENTNÍCH MÉDIÍ A JEJICH APLIKACE DO MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

**Školitel':** prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.

**Oponent:** prof. PhDr. Pavel Horňák, CSc.,

<i>Hodnotený aspekt</i>	<i>Hodnotenie</i>
<i>Aktuálnosť zvolenej témy</i>	<p>Tému, ktorú si doktorand zvolil možno hodnotiť ako skutočne aktuálnu. Nie však preto, že by boli ambientné médiá (AM) až takou novinkou na trhu marketingovej komunikácie (MK). Takmer všetky tzv. nové aktivity (od guerilly až po product placement, či 3D advertising) majú v súčasnosti už svoj dospelý vek. To ostatne uvádza v inom kontexte aj autor práce. Uhol pohľadu autora podložený jeho vedomosťami a napriek jeho veku aj skúsenosťami však odкрýva viaceré dosiaľ nepoznané, či málo pertraktované metamorfózy ambientných médií a ich ambície pôsobiť v rámci marketingovej komunikácie na potenciálneho príjemcu.</p> <p>Vyplýva to už z (relatívne široko koncipovaného) cieľa, ktorým je nielen stanoviť rolu designu v procese tvorby a využitia ambientných médií, ale aj uozorniť na možný vznik nového odboru "ambient media design", ktorý je priesečníkom medzi výtvarným umením a marketingovou komunikáciou.</p>

<p><i>Zvolené metódy spracovania</i></p>	<p>Vzhľadom na vymedzený cieľ sú zvolené metódy výskumu, ktoré autor použil adekvátne. Tématická, resp. obsahová analýza v spojení s kvantitatívnym výskumom sú podporené experimentom. V prvom prípade išlo predovšetkým o vymedzenie druhov týchto médií. V druhom išlo o zistenie vzťahu recipienta k ambientným médiám a v treťom si autor overoval ním stanovené predpoklady ich tvorby. Kombinácia uvedených metód má schopnosť priniesť inzerované poznatky a v ich sumáre i užitočné výsledky. To podčiarkuje nielen seriózna vzorka respondentov kvantitatívneho výskumu čo do počtu, ale aj jej medzinárodný charakter, no predovšetkým ich vzájomná kombinácia, resp. aj komparácia.</p> <p>Pri charakteristike týchto prostriedkov by som pre ich lepšiu charakteristiku azda venoval väčšiu aj pozornosť ich histórii, resp. komparatívnej analýze konkrétnych existujúcich historických prostriedkov.</p> <p>Historická analýza podopretá autentickým teoretickým podkladom v kontexte s komparatívnou analýzou, ale aj tak dáva relevantný základ pre čiastkovú, či záverečnú autorskú syntézu.</p>
<p><i>Dosiahnuté výsledky a splnenie cieľa</i></p>	<p>Som presvedčený, že doktorand svoj cieľ splnil. Osobitne pozitívne hodnotím v teoretickej časti jej funkčné prepojenie s problematikou AM, či už ide o prvú časť venovanú samotným médiám, resp. druhú časť venovanú designu. Dokumentujú to aj občasné príklady, ktoré spadajú vďaka analytickému prístupu už takmer do praktickej časti, čo však vonkoncom nie je na škodu práci. Naopak.</p> <p>Pokiaľ ide o mieru funkčnosti redundancie základných údajov o jednotlivých formách výskumu sa domnievam, že nie sú na škodu (opakovanie údajov z prvej kapitoly pri jednotlivých formách výskumu).</p> <p>V „tématickom výskume“ mi trochu chýba obsahová analýza vybraných prostriedkov AM. Pomohlo by to bližšej kategorizácii,</p>

	<p>no chápem, že by to neúmerne predĺžilo rozsah práce.</p> <p>V kvalitatívnom výskume by som jednotlivé časti v prípadnej následnej publikácii usporiadal prehľadnejšie, aby bola zrejma otázka, podporená grafom, percentuálnym zastúpením i možnou odpoveďou, či čiastkovým uzáverom.</p>
<p><i>Prínos pre rozvoj teórie a praxe</i></p>	<p>Myslím, že práca PhDr. Tomáša Šulu má všetky predpoklady priniesť nové poznatky pre ním plánované cieľové skupiny, t.j. rovnako pre teoretikov MK, ako aj pre tvorcov reklamných kampaní, resp. grafického designu. Okrem toho však môže pomôcť chápať túto problematiku aj širšej vrstve čitateľov, a tak môže zabrániť jej manipulácii tvorcami. To, že je veľmi dobrou pomôckou pre samotných tvorcov tohto druhu médií či pre poslucháčoch MK nehovoriac je samozrejmé.</p> <p>Preto som presvedčený, že by bolo vhodné prácu, resp. aspoň jej časti po miernych úpravách publikovať.</p>
<p><i>Štruktúra a formálna úprava práce</i></p>	<p>Z formálneho hľadiska možno práci vytknúť pár drobných nedostatkov.</p> <p>Citovaní autori patria aj do zoznamu použitej literatúry, resp. v tomto prípade zdrojov. Nenájdem tu citovaného Petra Fraja (s. 15), ktorý sa okrem toho volá Frey.</p> <p>Takisto sa mi nevidí celkom logické, keď jedna stať práce má len jednu podkapitolu. Z obsahového hľadiska by som upravil členenie v časti 2 (časť 2.10.3 je logickou súčasťou časti 2.10.2).</p> <p>Stať o designe by som v navrhovanej publikácii čiastočne rozšíril. V kontexte práce je však funkčná a prínosná. Ako ostatne aj celá teoretická časť práce, ktorá má logickú koncepciu a čitateľ ju potrebuje pre kontextuálne chápanie následných kapitol.</p> <p>Záver práce mohol byť rozsiahlejší. Aj preto, že už v úvodnej časti práce autor inzeruje, že v závere by mali vyplývať pravidlá, postupy a mechanizmy pertraktovaného problému. To sa na jednej strane nedá. Zostáva dúfať, že to myslel metaforicky... Na druhej</p>

	<p>strane však predchádzajúca kapitola funkčne zhŕňa poznatky z troch výskumných procedúr podporené teoretickou časťou. Môže nám tu teda chýbať vyššia miera uzáverov, resp. syntézy získaných poznatkov a námetov pre prax. Tie však pozorný čitateľ nájde v samotnom texte práce, v názoroch i v čiastkových uzáveroch autora.</p> <p>No a niekoľko drobných štylistických či jazykových prehreškov by som tiež odporúčal pri publikovaní práce, či jej častí upraviť.</p> <p>Celková štruktúra práce je z obsahového hľadiska logická, autor vhodne argumentuje faktami. Doktorandská práca má aj náležitú a prehľadnú grafickú úpravu vhodne doplnenú farebnými grafmi a názornými ukážkami.</p>
<p><i>Otázky do diskusie</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Myslí si autor, že ambientné médiá sú naozaj určené len mladým ľuďom, resp. im primárne?</li> <li>2. Ambientné médiá sa stávajú aj súčasťou guerilových kampaní. Uveďte konkrétne príklady.</li> <li>3. Skúste dokázať, či si pertraktovaná problematika zaslúži už v súčasnosti označenie AM marketing. Alebo je ešte priskoro?</li> </ol>

Vyjadrenie pre udelenie akademickej hodnosti doktor filozofie (PhD.):

Predložená práca spĺňa (čiastkové uvedené pripomienky sú skôr formálneho charakteru), aj prekračuje nároky požadované od dizertačnej práce.

Preto doktorandovi PhDr. Tomášovi Šulovi navrhujem po úspešnej obhajobe udeliť akademický titul „philosophiae doctor“ (Ph.D.) v študijnom odbore 8206V102 Multimedia a design.

**Súhlasím** s udelením titulu Ph.D.

Bratislava dňa 15.11.2016

  
 Prof. PhDr. Pavel Horňák, CSc.,