

---

**Recenzja pracy habilitacyjnej Dr. Piotra Mikulasa /**  
**Posudok habilitačnej práce Mgr. Petra Mikuláša, PhD.**

**Téma habilitačnej práce:** ODPORÚČANIA CELEBRÍT V REKLAME

**Rozsah:** 168 strán vrátane príloh

**Študijný odbor:**3.2.3 masmediálne štúdiá

**Školiace pracovisko:**FF UKF v Nitre, Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy

Habilitačná práca dr. Petra Mikuláša sa zamerala na oblasť pôsobenia celebrít v reklame. Problematika je vhodne zvolená a rešpektuje súčasný vedecký záujem o celebrity a ich pôsobenie v mediálnej a marketingovej komunikácii.

Autor vychádza z veľkého množstva aktuálnych literárnych prameňov (113 tlačených a elektornických publikácií, množstvo výskumných správ, ako i početné rôzne ďalšie zdroje) pričom neopomína ani fundamentálne štúdie vysvetľujúce mechanizmy efektívneho pôsobenia celebrít v reklamnej komunikácii. Jazykové kompetencie habilitanta a jeho zorientovanosť v zdrojoch dokumnetuje aj fakt, že veľké množstvo použitých prameňov je zahraničnej proveniencie.

Práca je členená na teoretickú, empirickú a interpretačnú časť. Autor venuje veľkú pozornosť začleneniu pôsobenia celebrít v reklame do kontextu ich celkového pôsobenia v súčasnej kultúre. Takýto prístup evokuje potrebu nechápať problematiku pôsobenia celebrít v reklame izolovane, ale komplexne. Vzhľadom k tomu sa otvára otázka konkrétnejšieho ukotvenia celebrity odporúčateľov v oblasti mediálnej komunikácie, ktorej potreba je však v práci kompenzovaná vytýčenou témou a čiastočne aj bližším popisom celebrít analyzovaných vo výskumnej časti.

Popri rozsiahlo koncipovanej teoretickej časti, v ktorej autor ponúka dostačujúci vhl'ad do problematiky, spočíva hlavná invencia hodnotenej práce v kvalitne spracovanej empirickej časti s nadväznosťou na interpretačnú časť.

Ako sám autor zdôrazňuje, rozhodol sa spracovať širšie koncipovaný reprezentatívny výskum, ktorý by mohol byť považovaný na Slovensku za premiérový. Konštatujem, že jeho snaha bola úspešná. Oceňujem vhodne zvolený výskumný súbor, ale aj výskumný materiál. Ten vychádzal z predvýskumu, ktorý autorovi umožnil zamerat' sa na reklamy dostatočne rozoznateľné výskumným súborom, konkrétne mladším spektrom generácie Y.

Pozitívne vnímam aj schopnosť autora synteticky pristúpiť k voľbe výskumnej metódy, ktorá síce vychádza z overenej metodológie polaritného profilu, ale autor ju dodatočne modifikuje a prispôsobuje skúmanej téme. Výsledky, ktoré takýto postup poskytol, považujem za veľmi zaujímavé a hodné ďalšieho publikovania, a to vrátane prestížnych vedeckých časopisov. Výskum má síce pomerne veľké interpretačné obmedzenia, tieto si však autor dostatočne uvedomuje a cieľavedome a explicitne na ne poukazuje v časti Limity výskumu.

Práca je inšpiratívna aj preto, lebo autor popri zameraní sa na hlavnú tému otvára niekoľko sekundárnych tém, ktoré vyžadujú samostatnú pozornosť a verím, že autor sa im v budúcnosti bude systematicky venovať.

Prácu Petra Mikuláša považujem za garanciu schopnosti autora pracovať samostatne, tvorivo a na vysokej odbornej a vedeckej úrovni, preto prácu odporúčam do habilitačnej komisie

a po úspešnej obhajobe práce a habilitačnej prednáške

**odporúčam udeliť vedecko-pedagogický titul docent.**

v študijnom období 3.2.3 masmediálne štúdiá

**Prof. nadzw. dr hab. Agnieszka Ogonowska,**  
recenzent