

**Problematyka badawcza w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach  
rok akademicki 2026/2027**

| <b>Lp.</b> | <b>Tytuł/stopień naukowy oraz imię i nazwisko osoby proponowanej do pełnienia funkcji promotora</b> | <b>Nr ORCID</b>     | <b>Kontakt e-mail</b>      | <b>Problematyka badawcza</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Język rozprawy doktorskiej</b> |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1.         | prof. dr hab. Jolanta Chwastyk-Kowalczyk                                                            | 0000-0002-3463-6432 | chwastyk@ujk.edu.pl        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Komunikacja społeczna w procesie zmian z uwzględnieniem zmian w ekosystemie medialnym wywołanym technologiami informacyjno-komunikacyjnymi;</li> <li>– Polskie media na emigracji, w szczególności w Wielkiej Brytanii w XX i XXI wieku oraz środowisko polskich dziennikarzy emigracyjnych w XX i XXI wieku</li> </ul> | polski                            |
| 2.         | dr hab. Renata Piasecka-Strzelec,<br>prof. UJK                                                      | 0000-0001-8784-5054 | renata.piasecka@ujk.edu.pl | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Komunikowanie informacyjne vs komunikowanie perswazyjne; propaganda polityczna.</li> <li>– Komunikowanie w świecie: rola agencji informacyjnych w procesie komunikowania masowego; fact-checking.</li> <li>– Społeczeństwo sieci: kultura cyfrowa, relacje pomiędzy mediami a społeczeństwem.</li> </ul>                | polski                            |

| Lp. | Tytuł/stopień naukowy oraz imię i nazwisko osoby proponowanej do pełnienia funkcji promotora | Nr ORCID            | Kontakt e-mail                   | Problematyka badawcza                                                                                                                                                                                                                                     | Język rozprawy doktorskiej |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|     |                                                                                              |                     |                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Współczesny polski system medialny: wybrane aspekty kryzysu mediów.</li> <li>– Historia mediów w Polsce i na świecie: społeczno-polityczne oraz historyczne konteksty funkcjonowania mediów.</li> </ul>          |                            |
| 3.  | dr hab. Aleksandra Lubczyńska, prof. UJK                                                     | 0000-0001-8834-6142 | aleksandra.lubczynska@ujk.edu.pl | Media i komunikacja społeczna w procesie zmian; Mediatyzacja przestrzeni publicznej; Relacje: media tradycyjne a media cyfrowe, konwergencja i hybrydyzacja mediów; Media różnych grup społecznych i zawodowych (w aspekcie historycznym i współczesnym). | polski                     |
| 4.  | dr hab. Izabela Krasieńska, prof. UJK                                                        | 0000-0002-5897-9333 | izabela.krasinska@ujk.edu.pl     | Prasa w XIX i XX w., a w szczególności prasa medyczna, rolnicza, kobieca, pedagogiczna, religijna – katolicka i prawosławna (do 1939 r.); prasa abstynencka w latach 1918-1939 i w latach 1945-1989; czasopisma radiowe w okresie międzywojennym          | polski                     |

| <b>Lp.</b> | <b>Tytuł/stopień naukowy oraz imię i nazwisko osoby proponowanej do pełnienia funkcji promotora</b> | <b>Nr ORCID</b>     | <b>Kontakt e-mail</b> | <b>Problematyka badawcza</b>                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Język rozprawy doktorskiej</b> |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
|            |                                                                                                     |                     |                       | i w latach 1945-1989; prasa niszowa (do 1939 r.).                                                                                                                                                                                                             |                                   |
| 5.         | dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska, prof. UJK                                                        | 0000-0002-7527-3789 | cendrowska@ujk.edu.pl | Polski system medialny ze szczególnym uwzględnieniem mediów adresowanych do kobiet, narrację medialne o kobietach; poradnictwo w mediach, poradnictwo medialne, guidetainment; firmy medialne działające w różnych systemach medialnych w ujęciu porównawczym | polski                            |