

dr hab. Leszek Gęsiak SJ, prof. UIK
Instytut Kulturoznawstwa i Dziennikarstwa
Wydział Filozoficzny
Uniwersytet Ignatianum w Krakowie
leszek.gesiak@ignatianum.edu.pl

Kraków, 28 grudnia 2023 roku

Ocena dorobku naukowego i recenzja osiągnięcia naukowego

„Procesy komunikacji w muzeach i z muzeami”

dr Katarzyny Mieczkowskiej

**w postępowaniu w sprawie wniosku o nadanie stopnia doktora habilitowanego
nauk społecznych w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach**

1. Sylwetka naukowa i zawodowa Habilitantki

Dr Katarzyna Mieczkowska jest absolwentką Wydziału Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, gdzie uzyskała w 2003 roku tytuł magistra na podstawie pracy: *Uwarunkowania efektywności reklamy w mediach*. Dwa lata później ukończyła studia podyplomowe z dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego broniąc pracy: *Procesy demokratyczne a rynek mediów drukowanych po 1989 roku, studium przypadku – Miasto Lublin*. W 2010 roku otrzymała tytuł doktora nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce na Wydziale Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie na podstawie rozprawy doktorskiej: *Wizerunki prezydentów miasta Lublina na łamach lokalnych dzienników*. Ponadto ukończyła studia podyplomowe z zarządzania i marketingu na Politechnice Lubelskiej w 2016 roku. Na tej samej uczelni uzyskała tytuł Master of Business Administration w 2017 roku. Ukończyła też studia podyplomowe z muzealnictwa na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie w 2022 roku.

Habilitantka jest związana od 2005 roku z Uniwersytetem Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, gdzie aktualnie jest adiunktem w Instytucie Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach. Równocześnie jest dyrektorem Muzeum Narodowego w Lublinie, którą to funkcję

pełni od 2015 roku. Od 2016 do 2019 roku była związana z Wyższą Szkołą Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie, gdzie przez dwa lata była dziekanem kierunku Administracja. Dr Katarzyna Mieczkowska jest również członkiem Rady ds. Muzeów i Miejsc Pamięci Narodowej przy Ministrze Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Rady Muzeum Historii Polski, Rady Muzeum Zamkowego w Sandomierzu oraz Rady Narodowego Instytutu Polskiego Dziedzictwa Kulturowego za Granicą „Polonica”.

Dr Katarzyna Mieczkowska realizowała, bądź realizuje, trzy projekty popularyzujące naukę. Są to:

- Projekt „www.muzeach”, realizowany od 2019 do 2022 roku w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa, poddziałanie „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”;
- Projekt „Muzeum Lubelskie – ochrona dziedzictwa przeszłości i nowe wyzwania przyszłości: edukacja, nauka, innowacyjność, promocja regionu i turystyki” realizowany w latach od 2018 do 2020 roku w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko;
- Projekt „Dziedzictwo dostępne. Profesjonalizacja kadr kultury i upowszechnienie dziedzictwa kulturowego – interdyscyplinarne partnerstwo Muzeum Narodowego w Lublinie i Muzeum Historii Kultury w Oslo” – realizowany aktualnie pod kierunkiem Habilitantki projekt badawczo-popularyzatorski w ramach międzynarodowego programu dofinansowany ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego w ramach Programu „Kultura”.

2. Ocena osiągnięcia naukowego „Procesy komunikacji w muzeach i z muzeami”

Podstawą ubiegania się przez dr Katarzynę Mieczkowską o stopień naukowy doktora habilitowanego jest przedstawione osiągnięcie naukowe pt. „Procesy komunikacji w muzeach i z muzeami”. Na osiągnięcie składa się cykl ośmiu wyselekcjonowanych publikacji Habilitantki, które układają się w logiczny ciąg.

Osiągnięcie zostało przedstawione do oceny w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, tym niemniej proponowany cykl publikacji, choć mocno zakorzeniony i umotywowany tematyką medioznawczą, ma charakter interdyscyplinarny, analizując niektóre zagadnienia także z perspektywy kultury, muzeologii, zarządzania i marketingu, co w mojej ocenie znacznie podnosi wartość osiągnięcia.

Autorka z jednej strony bardzo mocno osadza tematykę cyklu artykułów w kontekście lokalnym, odnosząc się do działania instytucji kultury związanych z Lublinem, z drugiej strony otwiera się na kontekst globalny przenosząc zagadnienia komunikacji w kulturze do przestrzeni internetowej. To pozwala na szerszą analizę sytuacji z perspektywy funkcjonowania mediów masowych.

Dr Katarzyna Mieczkowska wskazuje, że celem badań podjętych w publikacjach będących częścią wyżej wspomnianego osiągnięcia naukowego było *spojrzenie na problematykę kultury i muzealnictwa w wymiarze zachowań społecznych oraz uczestnictwa w kontekście komunikacji* (por. *Autoreferat*, s. 4). Choć samo „spojrzenie” nie ma zwykle konotacji naukowych, to jednak lektura wskazanego cyklu publikacji pozwala na upewnienie się w przekonaniu, że Autorka dokonała wnikliwej analizy naukowej popartej dostępnymi teoriami naukowymi oraz dowodami empirycznymi.

Realizując postawiony cel badawczy dr Katarzyna Mieczkowska postawiła cztery hipotezy główne i cztery hipotezy pomocnicze. Wskazała też na konkretne publikacje w cyklu, w których były one weryfikowane. Wszystkie hipotezy mają bezpośrednie odniesienie do komunikacji w przestrzeniach muzealnych oraz do komunikowania na zewnątrz o wydarzeniach mających miejsce w muzeach (por. tamże, s. 5). Ponadto Habilitantka sformułowała 12 pytań badawczych (por. tamże, s. 6), które posłużyły jej jako klucz weryfikacyjny postawionych hipotez. Zamierzony plan jest zatem jasno sformułowany i w mojej ocenie właściwie przeprowadzony.

Natomiast z nieco większą ostrożnością oceniłbym zaproponowane do realizacji powyższego planu metody badawcze. Jest ich wiele i są dosyć ogólne, co powoduje, że w niektórych publikacjach nie do końca jest jasne, czy Autorka posługuje się metodami z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, czy też korzysta z aparatu naukowego innych dyscyplin. Nie w każdej publikacji metodologia została szczegółowo omówiona i przedstawiona. Wśród wymienionych w *Autoreferacie* metod badawczych są m.in.: przegląd i krytyka literatury naukowej, metoda obserwacji, metoda heurystyczna, metoda badawcza w postaci przeprowadzonego eksperymentu, metoda monograficzna, metoda sondażu diagnostycznego z użyciem techniki ankiet, metoda statystyczna i metoda jakościowa (por. tamże s. 7).

Zaproponowany w przedstawionym cyklu wybór publikacji stanowi logiczny ciąg analizy naukowej problemu procesów komunikacyjnych. Korzystając z posiadanej wiedzy oraz doświadczenia zawodowego wynikającego z wieloletniej pracy w placówkach kultury i muzeach, Habilitantka profesjonalnie, z dużą erudycją i smakiem estetycznym, prowadzi

czytelnika po meandrach muzealnictwa znakomicie wpisując w ten kontekst analizę procesów medioznawczych postawionych jako cel osiągnięcia naukowego. Pierwszy artykuł pt. *Kultura a rozwój miasta i regionów na przykładzie miasta Lublin* (2018) jest zdefiniowaniem roli kultury w rozwoju miast i regionów. Autorka wskazuje na zmianę jakościową w ostatnich dekadach w podejściu do kultury, którą dzisiaj często określa się jednym z czterech filarów zrównoważonego rozwoju, poza gospodarczym, społecznym i ekologicznym. Tak rozumiana kultura wpisana jest w różne dokumenty Unii Europejskiej. Z rozwojem miast i regionów wiąże się pojęcie „sektora kreatywnego”, który nie tylko kulturę tworzy, ale przede wszystkim umiejętnie ją promuje (por. *Kultura a rozwój...*, s. 254), w czym istotną rolę odgrywa odpowiednia strategia komunikacyjna. Unia Europejska przykłada dużą wagę do zagadnień związanych z promocją i stawia w związku z tym konkretne wymagania. Takim konkretem był konkurs o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016, w którego polskim finale znalazł się m.in. Lublin (por. tamże, s. 257-261). Efektem działań komunikacyjnych było m.in. wykreowanie i promowanie marki miasta a także kierunku jego rozwoju (stworzenie obecnego w przestrzeni publicznej i publikacjach logo czy dobranie odpowiednich kolorów zieleni i czerwieni) (por. tamże, s. 265). Autorka przytacza konkretne wyniki badań efektów oddziaływania marki, a także przykłady patronatów medialnych, dzięki którym możliwa była emisja w mediach spotów promujących konkretne akcje. Publikacja ta, choć mająca bardziej charakter kulturoznawczy niż medioznawczy, wprowadza jednak znakomicie w panoramę całego problemu analizowanego dalej przez Habilitantkę.

Druga publikacja *Komunikacja wizualna, czyli jak zaprosić widza do muzeum* (2022) jest logiczną kontynuacją problemu komunikowania oferty kulturalnej w przestrzeni publicznej. Autorka przypomina, że samej sztuce przypisuje się zdolności komunikacyjne i edukacyjne, gdyż jest rozumiana jako instrumentarium dające widzowi możliwość odbioru alternatywnego spojrzenia na świat (por. *Komunikacja wizualna...*, s. 101). Innym wymiarem jest wykorzystanie narzędzi medialnych do tworzenia przestrzeni muzealnych. W polskim muzealnictwie wprowadzone zostały nowoczesne, multimedialne rozwiązania od lat funkcjonujące w świecie. Znakomitymi przykładami są tu Muzeum POLIN, Muzeum Powstania Warszawskiego czy Fabryka „Emalia” Oskara Schindlera. Następuje zatem ustawiczna zmiana w procesie komunikowania o treściach przedstawianych w muzeach. Coraz mocniej rozwijana jest interaktywność ze zwiedzającym, który został w pewien sposób dopuszczony do dotychczas zamkniętych schematów wystawy (por. tamże, s. 102). Inny rodzaj komunikowania to zaproszenie widzów do ich własnej kreatywności w kontekście danej ekspozycji. A zatem kształtowanie komunikacji w nowych instytucjach muzealnych

znacznie skraca dystans w relacjach z widzem i w pewnym sensie dopuszcza go przez interakcję do współtworzenia ekspozycji (por. tamże, s. 104).

Kolejna publikacja będąca częścią przedstawionego osiągnięcia naukowego to już bardzo konkretny przykład wykorzystania nowych technik komunikacyjnych w przestrzeni muzealnej. Artykuł *Freski bizantyńsko-ruskie Kaplicy Trójcy Świętej w projektowaniu komunikacji. Nośnik marki, obrazu i designu* (2022) to dogłębna analiza działań podjętych w Muzeum Narodowym w Lublinie, które miały na celu wykorzystanie do celów komunikacyjnych wizerunków XV-wiecznych malowideł w słynnej Kaplicy Trójcy Świętej na Zamku w Lublinie. Tekst ma generalnie charakter analizy teoretycznej, prezentuje jednak także wyniki przeprowadzonych badań empirycznych w postaci analizy ankiet wykonanych przez osoby zwiedzające to miejsce. Po przedstawieniu historii unikalnych malowideł, Autorka przedstawia ich znaczenie i wymowę. Analizuje także różne aspekty komunikacji: normalizację, sens, czas czy pamięć. To wszystko prowadzi nas do planowanej komunikacji, czyli pewnej określonej oferty komunikacyjnej. Wymienione tu zasady planowania zostały wykorzystane przez Muzeum Narodowe w Lublinie. Postawiono tej instytucji komunikacyjny cel przez kształtowanie wizerunku, designu i identyfikacji z wykorzystaniem symboliki historycznej Kaplicy Trójcy Świętej. W celu zbadania skuteczności takich działań, przeprowadzono badania ankietowe na grupie 350 respondentów, których wyniki są w publikacji szczegółowo zanalizowane i omówione.

Trzy kolejne publikacje podejmują różne wątki związane z postacią i twórczością Tamary Łempickiej w przestrzeni komunikacyjnej, a związane jest to z realizacją przez Autorkę eksperymentu badawczego. *Tamara Łempicka, czyli wizerunek wieloznaczny (Tamara Łempicka – an ambiguous image)* (2022) to dwujęzyczny i bogato ilustrowany tekst o charakterze biograficznym. Pokazuje nam historię życia Tamary Łempickiej, wyjątkowej malarki, odkrywa przed czytelnikiem kulisy jej sławy, proces budowania przez nią własnej pozycji i stylu w malarstwie. Przywołuje niektóre burzliwe i skandalizujące epizody z jej życia, jej styl bycia, panujące wówczas zwyczaje, modę i świat kultury. Ta pierwsza, biograficzna część tryptyku o Łempickiej, choć nie podejmuje wprost wątków medioznawczych, wydaje się jednak konieczna dla właściwego zrozumienia racji, dla których Muzeum Narodowe w Lublinie zdecydowało się na organizację poświęconej Łempickiej wystawy, a także tego, jakie środki medioznawcze zostały zastosowane, by wspomniany wcześniej eksperyment mógł zakończyć się sukcesem. Jednym z podkreślanych w tekście wymiarów życia Łempickiej było zamiłowanie do podróży, co stało się tematem przewodnim wystawy.

W kolejnym artykule „*Tamara Łempicka – kobieta w podróży*” – wystawa muzealna jako przykład projektowania komunikacji i nośnik edukacji biograficznej (tekst złożony i przyjęty do druku w tomie 8 czasopisma „Biografistyka pedagogiczna” (1/2023), w chwili pisania recenzji na stronach internetowych czasopisma nie ma jeszcze informacji o jego publikacji), Autorka pyta m.in. o to, w jaki sposób poradzono sobie z zaprojektowaniem komunikacji wspomnianej wyżej wystawy oraz jaką rolę w komunikowaniu wizerunku Łempickiej odegrało muzeum. Tekst pokazuje zasadniczo strukturę wystawy i jej zawartość, ale także tłumaczy wybrane elementy ekspozycji, ich układ i przesłanie. Wskazuje także na pewne rozwiązania komunikacyjne. Niestety, powtarza także szereg wątków biograficznych, które zostały już szeroko przywołane we wcześniejszej publikacji. Prezentuje także i opisuje wybrane na wystawę dzieła artystki. Z uwagi na fakt, że mamy do czynienia z odrębną publikacją, takie powtórzenia są jednak usprawiedliwione. Od strony komunikacyjnej mamy w tekście przykłady elementów wskazujących na celowe działania samej malarki promującej swoją własną markę (np. umieszczenie logo z własnymi inicjałami „TL” w centrum jednego ze swoich obrazów).

Dwie wcześniejsze publikacje prowadzą wprost do tekstu *Projektowanie komunikacji wystawy muzealnej – raport i analiza badań* (2023), który jest doskonałym przykładem dobrze przygotowanych, przeprowadzonych i zanalizowanych badań medioznawczych. Należy podkreślić sporą wartość publikacji ze względu na przedstawiony i przeanalizowany w nim materiał empiryczny. Są to 1544 kwestionariusze, które zostały przedstawione zwiedzającym wystawę o Tamarze Łempickiej. Ich celem było znalezienie odpowiedzi na temat profilu zwiedzających, a także skuteczności podjętych działań komunikacyjnych związanych z informowaniem o wystawie i oceną jej przygotowania. Pytano również o rolę mediów społecznościowych. Wyniki badań Autorka przedstawiła w formie szczegółowo omówionych wykresów i tabel. Przedstawione analizy wyników dotyczą m.in. relacji podjętych działań komunikacyjnych w stosunku do frekwencji zwiedzających, a także wpływu tych działań na zwiększenie ruchu turystycznego w Lublinie. W tym wypadku ważne były odpowiedzi ankietowanych, w których potwierdzali, że przyjechali do Lublina z innych miejsc Polski specjalnie po to, by zobaczyć wystawę o Łempickiej. Na sukces promocyjny wystawy miały z pewnością wpływ konkretne działania informacyjne, których efektem było włączenie się w popularyzację wystawy licznych mediów.

Kolejną publikacją cyklu jest dwujęzyczny tekst *Wystawa jako komunikat społeczny. O odbiorze semiotycznym w praktyce (Exhibition as a Social Message. About Semiotic Reception in Practice)* (2023) będący częścią książki *Wróblewski i po... Sztuka realizmu*

bezpośredniego (Wróblewski and After... Art of Direct Realism) przygotowanej pod redakcją Habilitantki i Marcina Lachowskiego. Artykuł dr Katarzyny Mieczkowskiej, kontynuuje myśl poprzedniej publikacji dotyczącej sposobu komunikowania w kontekście wystaw, znów posługując się wystawą obrazów. W artykule analizuje przesłanie płynące z dzieł malarskich Andrzeja Wróblewskiego, jak i niektórych jego tekstów, stawia m.in. pytanie o to, od czego będzie zależała skuteczność działań komunikacyjnych i sposób dotarcia do odbiorcy. Nie znajduje jednak na to pytanie odpowiedzi. Wyciąga z tego jednak wniosek, że projektowanie wystaw powinno mieć charakter jak najbardziej otwarty dla zwiedzających. Jak Autorka podkreśla w *Autoreferacie*, podstawowe procesy komunikacyjne zachodzą na terenie muzeum, gdzie jest prowadzona narracja, interpretowany kod i kontekst kulturowy artefaktów, ale także odbywa się przekazywanie zwiedzającym informacji technicznych. Ponadto procesy komunikacyjne z odbiorcą dokonują się także przez liczne interakcje za pośrednictwem stron internetowych, mediów społecznościowych czy nośników zewnętrznych (por. *Autoreferat*, s. 16).

W perspektywie powyższego wniosku ostatni tekst omawianego osiągnięcia naukowego prowadzi nas bezpośrednio komunikacji muzealnej wobec osób wymagających szczególnej uwagi i troski. Publikacja *Projektowanie komunikacji w muzeum dla osób ze specjalnymi potrzebami* (2023) wskazuje na omówione we wcześniejszych artykułach sposoby komunikowania w przestrzeniach muzealnych ze szczególnym uwzględnieniem osób z dysfunkcjami ruchu, słuchu czy wzroku, jak i niepełnosprawnością intelektualną. Autorka przytacza fragmenty *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych*, a także omawia możliwe działania podejmowane przez muzea, które mogłyby pomóc osobom z dysfunkcjami korzystać w pełny sposób z wystawianych eksponatów czy organizowanych wystaw. Przykłady takich rozwiązań, zastosowane w Muzeum Narodowym w Lublinie, stanowią uzupełnienie analizy. Habilitantka publikuje również wyniki własnych badań prowadzonych w 2023 roku pod tytułem „Dostępność do kultury”, którymi zostało objętych 20 placówek muzealnych narodowy i samorządowych w Polsce. Ankietowani odpowiadali łącznie na 54 pytania. Wyniki tych badań zostały szczegółowo omówione i przedstawione w formie tabel. Jak czytamy w konkluzji artykułu, dbanie o usuwanie barier i dążenie do stosowania kolejnych rozwiązań komunikacyjnych pozostawia wiele do życzenia, ale jest właściwym kierunkiem działań (por. *Projektowanie...*, s. 24).

Problematyka przedstawiona w cyklu ośmiu artykułów w ramach osiągnięcia naukowego „Procesy komunikacji w muzeach i z muzeami”, choć ma wymiar interdyscyplinarny, mieści się w mojej ocenie w obszarze zainteresowania dyscypliny nauk

o komunikacji społecznej i mediach. Poza pierwszą publikacją z 2018 roku, wszystkie pozostałe teksty cyklu zostały opublikowane w latach 2022-2023, stanowią zatem analizę aktualną. Jak podkreśla Habilitantka w *Autoreferacie*, zjawiska zachodzące w muzeach jako proces z obszaru komunikacji nie zostały dotąd podjęte w literaturze naukowej, a tym samym recenzowany cykl wypełnia tę lukę i otwiera pole do dalszej eksploracji i badań. Autorka nie spotkała się również z próbą monitoringu i badania całego przedsięwzięcia wystawienniczego w komunikacji społecznej (por. *Autoreferat*, s. 19). Oryginalność podjętego zagadnienia, a zarazem wskazanie na dalsze pola działań (np. w rozwijaniu dostępności komunikacyjnej muzeów dla osób z niepełnosprawnościami) otwiera kolejne obszary badań i analiz naukowych.

Poszczególne publikacje w ramach cyklu mają zróżnicowaną formę, ale posiadają logiczną linię wynikania: od publikacji o charakterze ogólnokulturoznawczym, przez wskazanie zasad komunikowania o wydarzeniach muzealnych, aż po konkretne przykłady działań podejmowanych w muzeach, zwłaszcza w Muzeum Narodowym w Lublinie. A zatem ogólny cel cyklu, czyli przedstawienie problematyki kultury i muzealnictwa w wymiarze zachowań społecznych oraz uczestnictwa w kontekście komunikacji został spełniony. Poszczególne teksty realizowały odpowiedzi na poszczególne pytania badawcze, które stawiane były celem sprawdzenia postawionych hipotez.

Dużą wartość mają badania empiryczne, przeprowadzone ankiety wśród osób odwiedzających konkretne wystawy, a także ankiety otwarte wysłane do 20 muzeów narodowych i samorządowych w Polsce w kontekście udogodnień dla osób z dysfunkcjami. Zebrany materiał został gruntownie przez Autorkę przeanalizowany i przedstawiony w przejrzysty sposób. Słabą stroną cyklu jest skoncentrowanie Habilitantki na kontekście lokalnym, co z pewnością jest wynikiem jej znaczącego, osobistego zaangażowania w życie kulturalne Lublina. Sądzę, że bardzo ubogacającym elementem w tym cyklu mogło by być pokazanie jakiegoś przykładu muzeum poza Polską i przyjętych tam rozwiązań komunikacyjnych. Szkoda również, że w przedstawionych do oceny publikacjach praktycznie symbolicznie była cytowana literatura obcojęzyczna.

Reasumując, przedstawiony do oceny cykl artykułów dr Katarzyny Mieczkowskiej, w mojej ocenie, wnosi nowatorski i znaczący zasób wiedzy dotyczącej komunikacji w sferze muzeów. Jest logicznym ciągiem analizy naukowej poczynsży od ogólnego wprowadzenia w temat komunikacji kultury, dalej opisanie specyfiki świata muzealnego, aż po konkretne rozwiązania związane z komunikacją, informacją i promocją, które zostały zastosowane przy organizacji wystaw dzieł Tamary Łempickiej i Andrzeja Wróblewskiego. Całość cyklu

wieńczy tekst o konkretnych rozwiązaniach ułatwiających zwiedzanie ekspozycji muzealnych przez osoby z różnego rodzaju dysfunkcjami.

3. Ocena pozostałego dorobku i aktywności naukowej Habilitantki po uzyskaniu doktoratu

Poza artykułami wchodzącymi w skład przedstawionego do oceny osiągnięcia naukowego dr Katarzyna Mieczkowska jest autorką szeregu innych prac naukowych i popularnonaukowych, głównie związanych z jej pracą zawodową i doświadczeniami wystawienniczymi.

Habilitantka przedstawiła 9 publikacji naukowych, które nie wchodzą w skład osiągnięcia naukowego, a które zostały opublikowane po uzyskaniu stopnia doktora. Dotyczą one zarówno tematów medioznawczych, jak i politologicznych. Wśród nich jest m.in. książka *20 lat samorządu terytorialnego w Polsce*, która powstała pod redakcją Habilitantki oraz Katarzyny Radzik-Maruszak, zawierającej m.in. tekst dr Mieczkowskiej *Rola mediów w kształtowaniu wizerunku lokalnego polityka – rozważania teoretyczne i praktyczne*. Pośród wskazanych publikacji są również opracowane hasła do dwóch tomów *Encyklopedii politologii*: tom I *Pojęcia, teorie i metody* oraz tom II *Instytucje i systemy polityczne*. Nie ma niestety informacji na temat tego, o jakie hasła chodzi. Ponadto dr Katarzyna Mieczkowska opublikowała 19 innych artykułów związanych z jej pracą zawodową i doświadczeniami wystawienniczymi.

Dr Katarzyna Mieczkowska odbyła trzy staże: w Polsce na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Uniwersytetu Jagiellońskiego, a także dwa zagraniczne w Ukrainie: w Charkowskim Uniwersytecie Narodowym im. Wasyla Karazina w Katedrze Historiografii, Źródłoznawstwa i Archeologii Szkoły Historycznej oraz w Państwowym Uniwersytecie Pedagogicznym im Iwana Franki w Drohobyczu.

Od chwili uzyskania doktoratu Habilitantka brała udział kilkudziesięciu konferencjach, sesjach i seminariach naukowych o zasięgu krajowym i międzynarodowym, w czasie których wygłosiła blisko 30 referatów.

Od początku pracy w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej Habilitantka prowadzi pracę dydaktyczną. Tematyka prowadzonych przez nią zajęć koncentruje się na zagadnieniach z zakresu nauk o polityce, administracji, bezpieczeństwie oraz komunikacji i mediach, łącznie 13 różnych kursów. Prowadziła również seminaria licencjackie i magisterskie. Była

promotorem i recenzentem prac dyplomowych studentów z zakresu komunikacji, dziennikarstwa, administracji oraz bezpieczeństwa.

Dr Katarzyna Mieczkowska ma również doświadczenie o charakterze akademickim oraz muzealnym w zakresie współpracy w wymiarze krajowym i międzynarodowym, m.in. z ośrodkami w Ukrainie i Norwegii.

4. Wniosek końcowy

Dorobek naukowy i wieloletnia bogata działalność akademicka, administracyjna i kulturoznawcza dr Katarzyny Mieczkowskiej pozwala stwierdzić, że jest ona osobą zdolną do samodzielnego prowadzenia badań naukowych na rzecz dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Przedstawiony dorobek naukowy i publikacyjny wskazuje na dosyć ściśle określone obszary zainteresowania Habilitantki, systematycznie pogłębiane bieżącą pracą zawodową. Przedstawiony do recenzji, jako osiągnięcie naukowe, cykl publikacji pod tytułem „Procesy komunikacji w muzeach i z muzeami” oceniam pozytywnie jako cykl nowatorski i oryginalny, wnoszący znaczny wkład w rozwój dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. W mojej ocenie przedstawiony do oceny dorobek i osiągnięcie naukowe spełniają wymogi, o których mowa w art. 219 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tekst jednolity Dz. U. 2022 poz. 574). W związku z tym wnoszę o dopuszczenie dr Katarzyny Mieczkowskiej do kolejnego etapu przewodu habilitacyjnego.

