

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

Streszczenie rozprawy doktorskiej

**Komunikowanie logopedyczne – logopedia w mediach,
media w logopedii**

Karolina Mroczek-Łuszczak

Promotor
dr hab. Marcin Szewczyk, prof. WSiIZ

Rzeszów 2026

Streszczenie

Rozprawa podejmuje problematykę procesów komunikacyjnych o tematyce logopedycznej, sytuując ją na styku nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz logopedii. Punktem wyjścia prowadzonych rozważań jest założenie, że komunikowanie stanowi fundamentalny warunek funkcjonowania człowieka jako istoty społecznej, a jego jakość pozostaje bezpośrednio związana z poziomem uczestnictwa jednostki w życiu społecznym, edukacyjnym i zawodowym. W tym kontekście logopedia jako dyscyplina zajmująca się zaburzeniami mowy i komunikacji odgrywa szczególną rolę, odpowiadając na kluczowe potrzeby komunikacyjne jednostki. Współczesne przemiany technologiczne, rozwój nowych mediów oraz postępująca mediatyzacja życia społecznego powodują istotne zmiany w sposobach komunikowania specjalistycznego. Nowe media są przestrzenią intensywnej wymiany informacji, opinii i doświadczeń, również w obszarze zdrowia i terapii. W tych warunkach logopedia coraz częściej funkcjonuje nie tylko w przestrzeni gabinetu terapeutycznego, lecz także w przestrzeni medialnej, co daje nowe możliwości, ale również wyzwania związane z jakością przekazu, wiarygodnością informacji oraz obecnością treści dezinformacyjnych.

Pomimo rosnącej aktywności logopedów w nowych mediach oraz zwiększającego się znaczenia ich obecności w praktyce zawodowej, zagadnienie to nie zostało dotychczas kompleksowo opracowane w literaturze naukowej. Brakuje ujęć, które traktowałyby komunikowanie logopedyczne jako odrębne zjawisko komunikacyjne. Niniejsza rozprawa stanowi próbę wypełnienia tej luki badawczej poprzez interdyscyplinarne ujęcie problematyki komunikowania logopedycznego. Celem rozprawy była identyfikacja i charakterystyka komunikowania logopedycznego jako odrębnej formy komunikowania specjalistycznego w nowych mediach, określenie jego funkcji oraz analiza jego znaczenia w praktyce zawodowej logopedów i odbiorze społecznym.

W pracy opisano zjawisko komunikowania logopedycznego, definiowanego jako proces społeczny i specjalistyczny obejmujący wymianę informacji, opinii i znaczeń dotyczących zagadnień logopedycznych, realizowany w przestrzeni interpersonalnej, instytucjonalnej oraz medialnej. Komunikowanie to pełni funkcje edukacyjne, profilaktyczne, terapeutyczne, a także marketingowe i wizerunkowe, przyczyniając się do popularyzacji wiedzy logopedycznej, wspierania procesu terapii oraz kształtowania postaw społecznych

wobec zaburzeń mowy i komunikacji. W badaniach zastosowano triangulację metodologiczną obejmującą analizę zawartości przekazów medialnych, sondaż diagnostyczny oraz wywiady pogłębione. Analiza zawartości umożliwiła identyfikację tematyki, form i funkcji przekazów publikowanych przez logopedów w nowych mediach. Sondaż diagnostyczny pozwolił na rozpoznanie postaw i opinii odbiorców, w szczególności rodziców dzieci uczestniczących w terapii logopedycznej, wobec treści publikowanych w mediach. Wywiady pogłębione umożliwiły natomiast analizę doświadczeń i perspektywy logopedów w zakresie ich aktywności komunikacyjnej w mediach oraz obecności logopedii w mediach.

Rozprawa składa się z pięciu rozdziałów. Dwa pierwsze mają charakter teoretyczny i prezentują podstawy nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz logopedii. W kolejnych rozdziałach przedstawiono konceptualizację komunikowania logopedycznego, założenia metodologiczne badań własnych oraz analizę uzyskanych wyników. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że komunikowanie logopedyczne stanowi złożone i wielowymiarowe zjawisko komunikacyjne. Wykazano, że w nowych mediach pełni ono jednocześnie funkcje edukacyjne, profilaktyczne, marketingowe i wizerunkowe. Analiza zawartości wykazała zbliżone proporcje między treściami edukacyjno-profilaktycznymi a promocyjnymi, przy nieznacznej przewadze tych drugich, co wskazuje na rosnące znaczenie działań autoprezentacyjnych w praktyce zawodowej logopedów.

Badania wykazały również, że logopedzi aktywnie wykorzystują nowe media jako narzędzie budowania swojej obecności zawodowej, zwiększania rozpoznawalności oraz nawiązywania relacji z odbiorcami. Jednocześnie zidentyfikowano obecność treści dezinformacyjnych w przestrzeni medialnej, które mogą wpływać na sposób postrzegania logopedii oraz decyzje podejmowane przez odbiorców. Wyniki badań wskazują także, że odbiorcy przekazów logopedycznych, w szczególności rodzice dzieci uczestniczących w terapii, często traktują media jako jedno z głównych źródeł wiedzy, jednak nie zawsze posiadają wystarczające kompetencje do oceny wiarygodności informacji. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera aktywna obecność logopedów w przestrzeni medialnej oraz ich rola w popularyzowaniu rzetelnej wiedzy.

Rozprawa wnosi wkład do rozwoju nauk o komunikacji społecznej i mediach poprzez wprowadzenie i empiryczne rozpoznanie kategorii komunikowania logopedycznego jako odrębnej formy komunikowania specjalistycznego. Stanowi także uzupełnienie badań w obszarze logopedii, wskazując na rosnące znaczenie komunikacji medialnej w praktyce

zawodowej oraz potrzebę świadomego kształtowania obecności specjalistów w nowych mediach. Uzyskane wyniki mogą stanowić podstawę dla dalszych badań oraz rekomendacji dla praktyki logopedycznej.