

ks. mgr lic. Marek Weresa

Tytuł rozprawy doktorskiej: Model komunikacji diecezji w mediach społecznościowych.

Celem pracy jest analiza komunikacji Kościoła instytucjonalnego w Polsce. Przedmiotem badania były konta diecezji w naszym kraju w serwisie społecznościowym Twitter. Ponadto zbudowano model komunikacji, który może być wykorzystany do prowadzenia komunikacji za pośrednictwem innych platform social media. W pracy doktorskiej znalazły się wskazania, które dotyczą komunikacji w internecie, a ich źródłem jest znaczące nauczanie teologiczne, teorie komunikacji i literatura dotycząca kreowania wizerunku. W rozprawie doktorskiej zamieszczono wytyczne, które są istotne w prowadzeniu oficjalnych kont diecezji w mediach społecznościowych.

Obecnie żyjemy w epoce ciągłego rozwoju mediów społecznościowych, który jest związany z ekspansją technologiczną. Społeczeństwo informacyjne, które tworzymy, jest narażone na kontakt z wielością informacji na niespotykaną dotąd skalę. Ekspansja medialna powoduje, iż media społecznościowe stają się nieodłącznym elementem codzienności człowieka. Twitter to platforma, której główną cechą jest szybkość w przekazie wiadomości; to źródło informacji i środek kształtowania opinii. Z tego narzędzia korzystają wielcy przywódcy państwowi, celebryci, dziennikarze, a także studenci, pracownicy korporacji, przedstawiciele handlowi; a także ci, którzy chcą mieć najświeższą informację. Jest narzędziem, które w Polsce nie cieszy się zbyt wielką popularnością, jednak są na niej obecne osoby wpływowe, decyzyjne, ważne z punktu widzenia komunikacyjnego, narzucające narrację i tematykę w mediach społecznościowych i w mediach tradycyjnych. To przestrzeń, w której każdy może czuć się „równy” obserwując kogo chce. Na tej części „kontynentu cyfrowego” musi być obecny Kościół, który będzie docierał do człowieka z najlepszą, sprawdzoną, zawsze aktualną wiadomością – Dobrą Nowiną o Jezusie Chrystusie. Dzięki prowadzonej komunikacji może przekazywać oficjalne komunikaty, promować wydarzenia, prowadzić do wspólnoty, edukować.

W pracy doktorskiej wiodącą metodą badawczą była metoda teologii pastoralnej, w której wykorzystano i łączono różne metody badawcze, między innymi: teologii mediów, case study, analizy zawartości, syntezy. Ważnymi elementami w całości dysertacji była część badawcza, w której posłużono się metodą kwestionariusza ankietowego. Służyło to poznaniu opinii użytkowników mediów społecznościowych na temat aktywności Kościoła w przestrzeni internetu. Drugą część badawczą stanowiła analiza zebranego materiału badawczego, którym jest komunikacja diecezji w Polsce w serwisie Twitter na przestrzeni pół roku, od października 2020 r. do marca 2021 r.

Uwzględniając zebrany materiał badawczy, źródła oraz literaturę przedmiotu, praca doktorska została podzielona na sześć rozdziałów. W pierwszym ukazano nauczanie Kościoła odnośnie do poszczególnych elementów w komunikacji za pomocą mediów społecznościowych oraz stanowisko wobec sieci internetowej. Druga część ukazuje Twitter i jego możliwości zastosowania w komunikacji Kościoła. Pokazano genezę powstania tego serwisu społecznościowego, jego funkcje i funkcjonalności. Rozdział trzeci jest częścią metodologiczną ze szczegółowym opisem zastosowanych metod badawczych. Kolejna część dysertacji naukowej (pierwszy rozdział badawczy) to szczegółowa analiza zebranego materiału badawczego, wpisów publikowanych na kontach diecezji. Piąty rozdział (drugi badawczy) to prezentacja ankiety badawczej i odpowiedzi respondentów. Ostatni rozdział to ukazanie postulatów, które są istotne w komunikacji instytucjonalnej Kościoła na poziomie diecezji.

W końcowej części pracy zamieszczono także szczegółowe zestawienie częstotliwości publikacji tweetów przez poszczególne diecezje. W wyniku analizy ukazano, jak wygląda obecność diecezji w mediach społecznościowych oraz przedstawiono wskazania pastoralne i medialne, które należy wprowadzać, aby Kościół w świecie cyfrowym był obecny i mógł aktywnie uobecniać Królestwo Boże.

Rev. M.A. Licentiate Marek Weresa

Title of doctoral dissertation: Model of diocesan communication in social media.

The aim of the study is to analyze the communication of the institutional Church in Poland. The subject of the study consisted in the accounts of dioceses in our country on the Twitter social network platform. Furthermore, a communication model that can be used to communicate through other social media platforms, has also been built. The doctoral dissertation includes indications that concern communication on the Internet, and their source consists in significant theological teaching, communication theories, and literature on creating an image. The doctoral dissertation includes guidelines that are important in terms of running the official social media accounts of dioceses.

We are currently living in an era of continuous development of social media, which is associated with technological expansion. The information society we create is exposed to a multiplicity of information on an unprecedented scale. Media expansion results in that social media become an inseparable element of human everyday life. Twitter is a platform with its main feature being the speed of providing messages; it is a source of information and a means of forming opinions. This tool is used by great state leaders, celebrities, journalists, but also students, corporate employees, sales representatives; as well as those who want to have the latest information. It is a tool that is not very popular in Poland. However, it includes people who are influential, decision-makers, important from the point of view of communication, as well as imposing narration and topics in social and traditional media. It is a space where everyone can feel "equal" following who they want. The Church must be present on this part of the "digital continent", reaching out to people with the best, proven, and always up-to-date news – the Good News of Jesus Christ. Thanks to the conducted communication, it can provide official messages, promote events, lead to community, and educate.

In the doctoral thesis, the leading research method was the method of pastoral theology, in which various research methods were used and combined, including: media theology, case study, content analysis, and synthesis. Important elements in the entire dissertation consisted in the research part, in which the survey questionnaire method was

used. This served to get to know the opinions of social media users concerning the Church's activity on the Internet. The second research part consisted in an analysis of the collected research material, meaning the communication of dioceses in Poland on Twitter over the course of half a year, from October 2020 to March 2021.

Taking into account the collected research material, sources, and literature concerning the subject, the doctoral thesis was divided into six chapters. The first one presents the teaching of the Church regarding individual elements in communication via social media and the opinion on the Internet network. The second part shows Twitter and options of using it in the communication of the Church. The history of creating this social network, its functions, and functionalities have been presented. The third chapter constitutes the methodological part including a detailed description of the used research methods. The following part of the scientific dissertation (the first research chapter) constitutes a detailed analysis of the collected research material, posts published on the accounts of the diocese. The fifth chapter (the second research chapter) presents a research survey and the answers provided by respondents. The last chapter presents postulates that are important in terms of the Church's institutional communication at the diocesan level.

The final part of the work also includes a detailed summary of the frequency of posting tweets by individual dioceses. The analysis shows the way the presence of dioceses looks in social media and the pastoral and media guidelines that should be introduced so that the Church is present in the digital world and can actively make the Kingdom of God present as well.