

**Recenzja rozprawy doktorskiej  
autorstwa mgr Marka Zajica pt.**

*Modele komunikacji internetowej  
w parafiach Kościoła katolickiego w Polsce  
i czynniki je determinujące*

Liczby dobrze opisują rzeczywistość. Matematyka rozwijająca się przez tysiąclecia osiągnęła na tym polu wielkie sukcesy. Nieraz wydawało się, że (na pozór) abstrakcyjne modele matematyczne pozostaną tylko pięknymi strukturami, które nie posłużą do matematycznego opisu czegokolwiek. Tak wydawało się francuskiemu matematykowi Alainowi Connes w latach 80. XX w., jednemu z twórców geometrii nieprzemiennej. A jednak m.in. dwóch polskich uczonych, matematyk prof. Wiesław Sasin z Politechniki Warszawskiej oraz kosmolog ks. prof. Michał Heller z Copernicus Center wraz z zespołem zastosowali geometrię niekomutatywną do opisu osobliwości czasoprzestrzennych oraz podstaw przyszłych teorii kwantowej grawitacji.

Liczby dobrze opisują także rzeczywistość przemian społecznych, mierzalna jest także przestrzeń medialna. „Rozwój społeczeństwa informacyjnego (...) wymaga ciągłego porządkowania i doskonalenia wiedzy o zasadach i sposobach komunikowania się w celu sprostania wymogom cywilizacyjnym” (Pietrzak, 2011). Z takim wyzwaniem zmagają się praktycznie wszelkie społeczności, instytucje oraz miliony osób, zwłaszcza internautów. Szczególnie w Sieci jest bardzo wiele elementów policzalnych – kwantyfikacja rzeczywistości internetowej jest znacząca. Metody i narzędzia prowadzenia badań w Sieci są liczne i stale się rozwijają. Analizowanie szerokiego spektrum zjawisk, zmian i trendów zachodzących w komunikacji cyfrowej przyciąga wielu badaczy. Muszą oni jednak także pamiętać o zapoznaniu się z badanym przez nich fragmentem rzeczywistości, np. ze strukturą danego podmiotu, rządzącymi nim normami prawnymi i fundamentalnymi informacjami co do jego funkcjonowania – w przeciwnym razie interpretacja wyników badań w pewnej części, a nawet całkowicie może mijać się z prawdą.

Przykładem złożonej struktury organizacyjnej wykonującej określoną misję jest choćby Kościół katolicki. W Polsce istnieje 15 metropolii, w skład których wchodzi 45 diecezji: 41 rzymskokatolickich, 3 greckokatolickie (inaczej: bizantyjsko-ukraińskie, tworzą one jedną metropolię) oraz ordynariat polowy zrównany w prawach z diecezją. Łącznie istnieje ponad 10 tys. parafii i ok. 800 innych środków duszpasterstwa. Parafie tworzą większe struktury organizacyjne zwane dekanatami; skupiają one zwykle nie więcej niż dziesięć parafii współpracujących ze sobą parafii (gr. *deka* oznacza dziesięć), te zaś

wchodzą w skład diecezji bądź archidiecezji. Kilka diecezji, z archidiecezją na czele, tworzą wspomniane wcześniej tzw. metropolie. Diecezją kieruje biskup diecezjalny, który za swoją działalność odpowiada jedynie przez papieżem. Najbliższymi współpracownikami biskupa diecezji są biskupi pomocniczy, ale także liczni duchowni oraz katolicy świeccy.

Księża pracujący w parafiach wywodzą się spośród duchowieństwa tak diecezjalnego, jak i zakonnego. We wspólnotach parafialnych pełnią różne funkcje także katolicy świeccy – i to w coraz większym zakresie, także w Polsce – nie tyle z powodu braku księży, co z powodu m.in. zmieniającego się prawa kościelnego, dającego im coraz szersze takie uprawnienia – od funkcji diakona stałego, poprzez katechetów, aż po redaktorów parafialnych stron WWW i profili mediów społecznościowych.

Zasadnicze normy zawarte są w „Kodeksie Prawa Kanonicznego” obowiązującym w Kościele rzymskokatolickim na całym świecie (Kościół greckokatolicki rządzi się własnymi zasadami prawnymi). Istotnym aktem prawnym są konkordaty tj. umowy międzynarodowe między Watykanem a władzami danego kraju określające zarys najistotniejszych zasad w odniesieniach państwo – Kościół katolicki na określonym terytorium. Szczegółowe przepisy prawne w tym zakresie określają ustawy państwowe i rozporządzenia ministerialne. Należy podkreślić w tym miejscu zasadę autonomii państwa i Kościoła, która wcale nie wyklucza ich współpracy (np. w dziedzinie dobroczynności). Rozwiązania co do wspólnych kwestii np. prawnych – choćby co do nadawania stopni naukowych w uczelniach kościelnych – wypracowywane są w ramach Kościelnej Komisji Konkordatowej oraz Komisji Wspólnej Przedstawicieli Rządu RP i Konferencji Episkopatu Polski (KEP). Konferencje biskupów danego kraju mogą wydawać własne przepisy prawne uchwalane na zebraniach plenarnych episkopatu, jednakże normy te podlegają tzw. *recognitio* (przełknięciu) przez Stolicę Apostolską i po pozytywnym zaopiniowaniu stają się prawem obowiązującym we wszystkich diecezjach danego Kościoła lokalnego. Biskup diecezjalny jest z kolei prawodawcą w diecezji, którą kieruje. Przepisy danej diecezji nie obowiązują na terenie innych. Nie ma prawnego zwyczaju wprowadzania norm dla danej metropolii. Proboszcz nie jest też prawodawcą na terenie parafii, którą kieruje.

Edukacja przyszłych duchownych odbywa się w instytutach teologicznych/ wyższych seminariach duchownych – diecezjalnych oraz zakonnych. W Polsce istnieje już obecnie kilka międzydiecezjalnych oraz międzyzakonnych seminariów duchownych. Co do studiów, ich program jest wspólny dla wszystkich seminariów – obecnie jest to zatwierdzony przez Watykan „Ratio institutionis sacerdotalis pro Polonia”, obowiązujący od 2021 roku. Ten blisko dwustu stronnicowy dokument enumeratywnie wylicza wszystkie wykładane przedmioty – w tym edukację medialną – oraz określa ich zakres tematyczny i liczbę godzin wykładowych.

Granice podziału administracyjnego państwa (województwa, powiaty, gminy, miejscowości) oraz granice struktur kościelnych (metropolie, archidiecezje/diecezje, dekanaty, parafie) nie pokrywają się.

Powyższe, dość obszerne wprowadzenie, będzie stanowiło jeden z punktów odniesienia w niniejszej recenzji pracy doktorskiej.

## **ROZPRAWA I JEJ OCENA**

Przedstawiona do zaopiniowania dysertacja doktoranta Marka Zajica nosi tytuł „Modele komunikacji internetowej w parafiach Kościoła katolickiego w Polsce i czynniki je determinujące”. Jej promotorem jest prof. UW dr hab. Dariusz Tworzydło. Praca powstała w Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie.

Praca doktorska liczy pięć rozdziałów, które zostały poprzedzone wstępem; zakończenie stanowią podsumowanie i wnioski. Bibliografia, streszczenie po polsku i angielsku oraz spisy: 8 rysunków, 85 tabel i 93 wykresów dopełniają tekst zasadniczy rozprawy. Na końcu studium Autor umieścił szereg załączników: 1. Formularz audytu strony parafii (62 zmienne), 2. Listę adresów audytowanych stron WWW parafii (613), 3. Listę adresów audytowanych profili Facebook parafii (507). Całość tekstu dysertacji liczy 321 stron znormalizowanego wydruku (blisko 740 tys. znaków). Łączna liczba elementów graficznych to 186 – składają się na nie wykresy, rysunki i tabele.

Autor w rozdziale 2 określa cel badań, stawia tezę główną oraz hipotezy i pytania badawcze (s. 81-84). „Główna teza pracy przyjmuje postać twierdzenia: Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego w Polsce w oparciu o wykorzystanie różnych narzędzi komunikacji internetowej” (s. 83). Z kontekstu wynika, że Doktorant rozumie słowo „model” w znaczeniu teoretycznym, jako „opis lub schemat przedstawiający, jak coś jest zbudowane, jak działa lub co się z nim dzieje”. Definicja ta zakłada istnienie wielu składowych modelu lub wiele modeli, nie zaś pojedynczy wzór (od łac. *modellus*). *Nota bene* szkoda, że Autor sam nie sprecyzował, w jaki sposób sam rozumie wyrażenie „model”.

Hipoteza główna pracy brzmi: „Model komunikacji internetowej parafii jest determinowany przez czynniki społeczno-terytorialne takie jak: lokalizacja terytorialna, wielkość miejscowości, rodzaj gminy, liczbę parafii w gminie, liczba księży posługujących w parafii, typ duchownych, staż kapłański proboszcza, staż na parafii proboszcza, wezwanie” (s. 83); po niej Autor wylicza 6 hipotez pomocniczych (s. 84). Doktorant opisuje też szczegółowo pięć zasadniczych etapów badań – od zgromadzenia operatu badawczego 996 parafii stanowiących ich reprezentatywną grupę, po analizę treści i zawartości 507 profili portalu Facebook ww. parafii Kościoła katolickiego w Polsce (s. 84-90).

*Summa summarum* Pan Marek Zajic w rozprawie korzystał z szeregu wyznaczników w swoich badaniach co do komunikacji internetowej parafii Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce; są to:

- a) trzy kanały komunikacji: WWW, Facebook, YouTube – jako „podstawa do wyodrębnienia modelu komunikacji internetowej ze względu na rodzaj narzędzia” (s. 98);
- b) zmienne wymienione w hipotezie głównej: lokalizacja terytorialna, wielkość miejscowości, rodzaj gminy, liczbę parafii w gminie, liczba księży posługujących w parafii, typ duchownych, staż kapłański proboszcza, staż na parafii proboszcza, wezwanie parafii (s. 83);
- c) zmienne „szerokiego obrazu tła funkcjonowania parafii”, które zostały wzięte pod uwagę przy interpretacji wyników, a „które mogą determinować wystąpienie danego modelu” komunikacji: liczba duszpasterzy posługujących w parafii (księża proboszczowie oraz wikariusze); staż kapłański proboszcza; staż proboszcza w danej parafii; rozróżnienie duszpasterzy na diecezjalnych oraz zakonnych (s. 98, 108-109). Dodaje też, że „ze względu na bardzo duże braki danych odnośnie do informacji o wieku proboszcza, sięgające 68,9%” ta zmienna nie była brana pod uwagę (s. 105).

Budując model komunikacji internetowej w parafiach Kościoła katolickiego w Polsce Autor wziął pod uwagę 3 wspomniane wyżej kanały internetowe i zaproponował pięć typów komunikacji w zależności od stopnia wykorzystania kanałów (s. 114):

1. typ pełny (WWW+FB+YT oraz WWW+FB);
2. typ WWW (WWW oraz WWW+YT);
3. typ Facebook (tylko FB oraz FB+YT);
4. typ YouTube;
5. typ BOwS (brak obecności w Sieci)

Wyniki badań dotyczące modelu komunikacji internetowej parafii w Polsce należą do cennych danych wypracowanych przez Doktoranta. By je otrzymać, zgromadził wielką liczbę informacji w odniesieniu do 10.173 parafii i całość umieścił w bazach danych. Opracowanie ich to wykonanie iście benedyktyńskiej pracy w oparciu o *desk research* w połączeniu z danymi dotyczącymi gmin. Podobnie wartościowe rezultaty badań otrzymał Autor z analizy treści i zawartości co do kategorii tematycznych pojawiających się na stronach internetowych parafii, charakterystyki funkcjonowania technicznego witryn, odwołań wewnętrznych i zewnętrznych, użyteczności i wydajności WWW. Inne pożyteczne wyniki przyniosła wieloaspektowa analiza parafialnych profili portali społecznościowych Facebook i YouTube, dotycząca wskaźników aktywności tychże profili, analizy treści i zawartości profili społecznościowych. Szereg danych wynikających z badań zostało opublikowanych po raz pierwszy i mogą one służyć jako materiał porównawczy do kolejnych pomiarów.

Należy jednak zauważyć, że niektóre dane udostępnione przez Doktoranta są zaskakujące. Przykładowo – porównanie danych Doktoranta z 2021 na temat stron WWW parafii w poszczególnych diecezjach (tab. 14) z analogicznymi danymi Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego z 2016 roku (ISKK, *Annuario Statisticum Ecclesiae*

in Polonia, Warszawa 2018, s. 49-51) odsłania zaskakujące, dające wiele do myślenia wyniki:

- a) według danych z badań Doktoranta w 2021 roku zmniejszyła się (sic!) liczba parafii z własnymi witrynami internetowymi w 9 diecezjach; gorszy wynik niż 5 lat wcześniej miałyby mieć diecezje: opolska (o 11,9%!), płocka (o 11,2%!), szczecińsko-kamieńska (o 7,7%), legnicka (o 7,2%), łomżyńska (o 4,5%); gnieźnieńska (o 3,9%), bydgoska (o 3%), zielogórsko-gorzowska (o 2,6%) oraz włocławska (o 2,2%);
- b) z kolei 8 diecezji w 2021 roku w stosunku do 2016 roku ma lepszy, aż dwucyfrowy wynik; są to diecezje: białostocka (o 31,8%!), toruńska (o 27,8%), siedlecka (o 23,4%), przemyska (o 21,7%), ełcka (o 20,4%), warmińska (o 20,1%), gliwicka (o 18,8%) oraz rzeszowska (o 18%).

Zatem według dwóch źródeł wyniki 17 na 41 diecezji w zakresie własnych stron WWW parafii, w niewielkiej odległości czasowej, dość znacznie różnią się. W dobie komunikacji cyfrowej i zaleceń Watykanu niepokoją zwłaszcza dane wskazujące na jakoby zmniejszenie się liczby parafii z własną WWW w mniej więcej co czwartej diecezji rzymskokatolickiej w Polsce; zastanawia też znaczący wzrost procentowy w co piątej diecezji – zwłaszcza białostockiej (o 31,8%). Należy tu podkreślić, że dane badania ISKK pochodzą z ankiet ponad 10 tys. parafii 41 diecezji rzymskokatolickich w Polsce. Natomiast badania Doktoranta zostały oparte na grupie 996 parafii wybranych drogą losowania.

Warto w tym miejscu zadać pytanie – co odzwierciedlają badania Doktoranta: model komunikacji internetowej w parafiach Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce *en bloc* wraz z kategoryzacją tejże komunikacji według województw, czy też model komunikacji internetowej w parafiach Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce z podziałem na diecezje? Dwa człony pytania tylko pozornie są tożsame – problemem jest przeliczanie danych z podziału administracyjnego państwa na struktury kościelne.

Jest jasne, że wyodrębnienie reprezentatywnej grupy domaga się danych liczbowych – Autor zaczerpnął je ze statystyk pochodzących z gmin – zatem z baz państwowego podziału administracyjnego, wobec czego – według recenzującego – ze względu na źródło danych grupa reprezentatywna owszem, została wybrana, ale jej reprezentatywność odnosi się do parafii Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce *en bloc*, z przystającym do nich podziałem na województwa, ale nie na diecezje. Przy tej okazji należy zauważyć, że główna teza dysertacji potwierdziła się – Doktorant wyodrębnił model komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego (*en bloc*) w Polsce w oparciu o wykorzystanie różnych narzędzi komunikacji internetowych. Dodatkowo uszczegółowił, jak ten model przedstawia się liczbowo w poszczególnych województwach, bez odwoływania się do diecezji.

Trzeba też zauważyć, że Doktorant używa sformułowań typu „w Polsce 63% parafii posiada własną witrynę internetową” (np. s. 111), bądź „najczęściej swoją stronę

internetową posiadają parafie z województwa śląskiego (s. 114). Wyznaczniki te, odnoszą się wprost do parafii Kościoła w Polsce *en bloc* oraz do kategoryzacji według województw. Dane z badań Doktoranta na poziomie ogólnopolskim korelują też z wynikami badań ISKK – własne witryny internetowe 2021 roku posiadało według Autora rozprawy 63% parafii (s. 111), a w 2016 roku miało je według ISKK 55% parafii (Annuario Statisticum Ecclesiae in Polonia, Warszawa 2018, s. 5) – czyli wzrost wyniósł 8%. Co więcej – podobny postęp, bo o 11% wskazują dane według ISKK w sześcioletniej odległości czasowej – 44% w 2010 roku i wspomniane już 55% w 2016 roku.

O ile wyniki badań Doktoranta co do komunikacji parafii czy to w Polsce w ogóle, czy z podziałem na województwa nie budzą zastrzeżeń, o tyle w dobie niezwykle popularnej komunikacji cyfrowej zaskakuje, według danych Doktoranta, spadek liczby WWW w parafiach 9 diecezji w Polsce, co skłania recenzenta do podejścia z pewnym dystansem do liczb podawanych przez Autora dysertacji w przeliczeniu na diecezje, podobnie zresztą jak i skokowy wzrost teźże liczby w granicach 18-31% w 8 diecezjach. Problem przeliczania danych odnoszących się do podziału administracyjnego Polski oraz w odniesieniu do struktur kościelnych wymaga głębokiego namysłu i rozwiązania niełatwego dylematu metodologicznego. Granice podmiotów obydwu systematyzacji – województw i diecezji - nie pokrywają się i nie są to wszystkie trudności co do obliczania wielkości, bowiem Polska nie jest jednolita wyznaniowo. Wschodnie tereny mają niemały procent wyznawców prawosławia, a południowo-zachodnie – protestantyzmu. Owe niebagatelne przeszkody stanowią nie lada wyzwanie, o czym świadczy zapowiadane sympozjum GUS i ISKK, jakie ma się odbyć w tym roku, poświęcone tymże trudnościom metodologicznym.

W dysertacji należy też zauważyć pewną ewolucję w prezentowaniu przez Doktoranta wyników badań – od przechodzenia między wynikami badań parafii z podziałem na 16 województw i kategoryzacji w odniesieniu do 41 diecezji, do przedstawienia w części „Podsumowanie i wnioski” (s. 248 – 262) już tylko wyłącznie rezultatów co do parafii Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce *en bloc*, bez odniesień do diecezji. Co więcej – na stronie 262 Autor zauważa: „Ustalenia niniejszego opracowania mogą być traktowane jako benchmark [punkt odniesienia] dla badań regionalnych, np. diecezjalnych. Takie uzupełnienie rozszerzające wyniki badań dla poszczególnych diecezji byłoby szczególnie wartościowe, bowiem mimo licznej i reprezentatywnej próby na poziomie ogólnopolskim, nie zawsze z racji małej liczebności w przekrojach regionalnych możliwe było wykonanie wiarygodnych statystycznie testów, np. dla wyników diecezji lub województwa”. W sformułowaniach tych także można dostrzec pewien dystans samego Doktoranta do niektórych zaprezentowanych wcześniej danych, do czego wzywa także i recenzent.

Kolejna kwestia dotyczy drugiej części tytułu rozprawy nawiązującej do czynników determinujących model komunikacji internetowej w polskich rzymskokatolickich parafiach. Autor w tezie głównej założył, że „model komunikacji internetowej parafii jest determinowany przez czynniki społeczno-terytorialne”. Według Doktoranta są to:

lokalizacja terytorialna, wielkość miejscowości, rodzaj gminy, liczba parafii w gminie, liczba księży posługujących w parafii, typ duchownych, staż kapłański proboszcza, staż na parafii proboszcza oraz wezwanie parafii. Z wyliczonych enumeratywnie wyznaczników trudno się nade wszystko zgodzić z ostatnim – tj. wezwaniem parafii (np. parafia pod wezwaniem Zmartwychwstania Pańskiego lub parafia pw. św. Józefa). Sama tylko sugestia Autora, że „rodzaj kultu może wpływać na intensywność działań czy rodzaj treści pojawiających się na stronach parafii” jest zbyt słaba. Nie wykazał on, że wezwanie parafii jest w rzeczywistości wyznacznikiem determinującym model komunikacji internetowej. Jakież bowiem znaczenie może mieć fakt, że „większość stanowią parafie pod wezwaniem świętych pańskich (52,7%), trzy na dziesięć parafii w wezwaniu ma odwołania maryjne (29,5%); wezwanie 18% parafii zawiera odniesienie trynitarne, a 2,3% - patronat anielski” (s. 109)? Gdzież w wezwaniu można się dopatrzeć czynników determinujących modele komunikacji internetowej w polskich rzymskokatolickich parafiach? Recenzent odnosi wrażenie, że szereg innych czynników wyliczonych przez Doktoranta jako determinujące, jedynie uszczegóławia, charakteryzuje obraz parafii w Polsce w 2021 roku, ale nie wpływa bezpośrednio na model komunikacji internetowej parafii. Do takich elementów należą według recenzującego np. liczba parafii w gminie czy rodzaj gminy. Wyniki badań w odniesieniu do czynników determinujących w niektórych zakresach mają więc jedynie rolę deskryptywną, a opis nie stanowi czynnika warunkującego. Natomiast wskazanie przez Autora, że parafie zakonne są bardziej aktywne aktywności w internecie od parafii z duszpasterzami diecezjalnymi korelują z innymi badaniami (Kloch 2016, Kasowski 2018).

Wśród czynników determinujących modele komunikacji internetowej w polskich rzymskokatolickich parafiach zdaniem recenzenta dwa zostały pominięte – edukacja medialna przyszłych księży oraz rola, jaką dziś odgrywają katolicy świeccy w tejsze komunikacji – jako redaktorzy stron WWW i profili *social media*, webmasterzy itp. Jeśli nawet analizy w tym zakresie wykroczyły poza założenia badań, jakie wyznaczył sobie Doktorant, nie sposób nie wspomnieć przynajmniej tak o edukacji, jak i o roli katolików świeckich, jako o czynnikach wpływających na komunikację internetową parafii. Źródłem wiedzy na ten temat jest wiele pozycji wymienionych w bibliografii przez Autora studium. Chodzi tu zarówno o dokumenty watykańskie i poszczególnych polskich diecezji, jak i dorobek naukowy osób zajmujących się od lat komunikacją cyfrową Kościoła w Polsce. Podkreślić tu należy w tym zakresie zwłaszcza dorobek naukowy prof. ucz. dr hab. Moniki Przybysz. Jest ona także w swej rodzimej diecezji warszawsko-praskiej konsultorem naukowym ds. mediów przy bp. Romualdzie Kamińskim; jej doświadczenie widać m.in. we wzorcowym dla innych ośrodków kościelnych dokumencie (*Dyrektorium dotyczące zasad funkcjonowania w Internecie kościelnych podmiotów publicznych oraz duchownych Diecezji Warszawsko-Praskiej*). W odniesieniu do edukacji medialnej w seminariach duchownych szereg artykułów opublikowali zwłaszcza R. Kasowski (2018), J. Kloch i M. Przybysz (2012, 2013). [Najnowszy, wspólny artykuł z 2022 roku trojga wymienionych autorów *Media Education in the Formation of Candidates for Priesthood in the Context of the New „Ratio Fundamentalis“ and Polish Seminaries* (“Bogoslovní vestník/Theological

Quarterly” 82 (2022) 1, p. 185-202), nie mógł być znany Doktorantowi – ukazał się drukiem na przełomie czerwca i lipca]. Z kolei w znaczącej liczbie dokumentów Stolicy Apostolskiej znajdują się zalecenia co do potrzeby zwiększania roli katolików świeckich w szeroko pojętej misji Kościoła – także w zakresie komunikacji cyfrowej. Obydwu czynników – edukacji i roli świeckich jako elementów determinujących model komunikacji internetowej parafii w Polsce – nie wolno pominąć i nie doceniać; należało o nich w tej rozprawie przynajmniej wspomnieć.

Ostatnia część recenzji dotyczy bibliografii. W I rozdziale Autor posłużył się bogatą literaturą w zakresie nauczania Stolicy Apostolskiej oraz szeregiem instrukcji i opracowań z kręgu diecezji polskich. Doktorant, jako osoba od 2007 roku związana z branżą badań rynkowych i społecznych (pracował m. in. dla TNS OBOP i GFK Polonia) zna i wykorzystał w rozprawie literaturę fachową dotyczącą metodologii badań – tak w języku polskim, jak i w angielskim. W literaturze przedmiotu można też znaleźć książki i artykuły naukowe tej miary medioznawców, co T. Gackowski, T. Goban-Klas, J. Guilford, M. Kaczmarek-Śliwińska, M. Przybysz, D. Tworzydło i innych. Do źródeł zaliczyć też trzeba „Listę adresów audytowanych stron WWW parafii” oraz „Listę adresów audytowanych profili Facebook parafii” – obie to ponad 30 stron wydruku. Szkoda, że Autor nie umieścił w pracy wykazu opracowywanych profili parafii w serwisie społecznościowym YouTube, choć byłby on znacząco krótszy, niż spis 996 stron WWW czy 507 adresów profili parafii w serwisie społecznościowym Facebook.

Recenzja co prawda nie jest erratą do tekstu, nie mniej recenzujący poczuwa się do obowiązku zwrócenia uwagi Autora na: a) poprawne formułowanie czasu dostępu do miejsc internetowych (Polska Norma nr PN-ISO 690:2012P przewiduje następujący format [dostęp: dd.mm.rrrr]), b) używanie wyrażenia „odnośnie” zawsze z przyimkiem „do” (nagminny brak); przed wydrukowaniem dysertacji warto też poświęcić czas na: c) uważne przeczytanie tekstu, by uniknąć chochlików typu „Co ciekawe ten sam autor wcześniej inna interpretację” (s. 112 przyp. 213), d) uzupełnienie interpunkcji.

## **KONKLUZJE**

W rozprawie jest wiele wartościowych wyników badań Doktoranta odnoszących się do modelu komunikacji internetowej parafii w Polsce; należą one do cennych danych wypracowanych przez Doktoranta. Włożył on bardzo wiele pracy w zgromadzenie i opracowanie danych w odniesieniu do cyfrowej komunikacji ponad 10 tys. polskich parafii. Wartościowe są rezultaty analiz treści i zawartości co do kategorii tematycznych pojawiających się na stronach internetowych parafii, charakterystyki funkcjonowania technicznego witryn, odwołań wewnętrznych i zewnętrznych, użyteczności i wydajności WWW. Pożyteczne wyniki przyniosły też wieloaspektowe badania parafialnych profili platform społecznościowych Facebook i YouTube dotyczące wskaźników aktywności oraz analizy treści i zawartości parafialnych ww. profili.



Powyższe dane wynikające z badań Doktoranta to pierwsze publikacje na ten temat. W przyszłości będą służyć jako materiał porównawczy do kolejnych pomiarów.

Po uwzględnieniu uwag niniejszej recenzji najistotniejsze, miarodajne wyniki badań Doktoranta z rozdz. 3, 4 oraz 5 wraz ze związłymi wprowadzeniami metodologicznymi i wnioskami z całą pewnością powinny zostać opublikowane np. w formie artykułu lub artykułów). Sugerowany zakres rezultatów analiz dotyczy komunikacji internetowej parafii Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce *en bloc* (wraz z podziałem na województwa, jeśli Autor uzna to za stosowne), bez odniesień do podziału na struktury diecezji.

W opinii recenzenta konieczne są następujące uzupełnienia i korekty szeregu sformułowań:

1. Prezentując wyniki badań Autor winien podkreślić, że dotyczą one parafii Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce tj. 41 diecezji, bowiem widniejące w tytule rozprawy określenie „w parafiach Kościoła katolickiego w Polsce” sugeruje wszystkie, tj. także greckokatolickie (por. Wprowadzenie do niniejszej recenzji). Autor pisze wprawdzie na s. 101: „Podział na diecezje użyty do proporcjonalnego kontrolowania rozkładu próby składa się z 41 jednostek”, nie zaznacza jednak w dysertacji, że Kościół katolicki w Polsce to także 3 diecezje greckokatolickie oraz ordynariat polowy Wojska Polskiego.
2. Czytając dysertację można w wielu miejscach odnieść wrażenie, że Doktorant utożsamia pod względem granic miejscowość z parafią, podczas gdy w miastach w ich obrębie znajduje się zwykle wiele parafii, zaś kilka mniejszych miejscowości wchodzi w skład jednej wspólnoty parafialnej. Autor zatem winien zastanowić się, jak rozwiązać problem tego typu sformułowań.
3. Podobne wrażenie dotyczy granic województw oraz diecezji – żadne nie pokrywają się ze sobą, podczas gdy Autor płynnie przechodzi od państwowego podziału administracyjnego do kościelnego. Przykład województwa śląskiego wykazuje złożoność zagadnienia – na jego terenie znajdują się obszary należące do 3 metropolii (częstochowskiej, katowickiej i krakowskiej), 5 diecezji (bielsko-żywieckiej, częstochowskiej, katowickiej, krakowskiej i sosnowieckiej), a ponadto pojedyncze dekanaty i parafie diecezji opolskiej oraz kieleckiej. Także i ten problem sformułowań Autor powinien rozwiązać.

Warto, by w artykułach – jeśli mają on służyć także duchownym i świeckim, którzy nie specjalizują się w komunikacji cyfrowej i badaniach socjologiczno-statystycznych – Autor dodał komentarze odnoszące się do znaczenia określonych wskaźników, klasyfikacji i wyników, wówczas bowiem lepiej wybrzmi sens badań i ich rezultaty.

### ***Pytania do Doktoranta***

W czasie obrony rozprawy doktorskiej chętnie podejmę dyskusję nad problemami łączącymi się z dysertacją przedstawioną do recenzji:

**Pytanie 1:** Jak według Pana należy wyjaśnić dość znaczne różnice między statystykami z 2016 i 2021 roku co do danych wskazujących na zmniejszenie się liczby parafii w własną WWW w co czwartej diecezji rzymskokatolickiej w Polsce oraz znaczący wzrost procentowy co piątej diecezji?

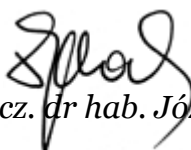
**Pytanie 2:** Jakie Pan widzi problemy z przeliczaniem wyników badań co do komunikacji internetowej parafii w Polsce z podziału na 16 województw na kategoryzację związaną z 41 diecezjami.

## **OPINIA KOŃCOWA**

Stwierdzam, że rozprawa naukowa mgra Marka Zajica spełnia kryteria wymienione w *Ustawie o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule naukowym w zakresie sztuki z dnia 14 marca 2003 r. (Dz.U. 2003 Nr 65 poz. 595, z późniejszymi zmianami)*.

Doktorant swoimi badaniami wniósł wiele zupełnie nowych danych odnośnie do komunikacji cyfrowej Kościoła w Polsce. Utworzył też 5-elementowy model komunikacji internetowej parafii i przyporządkował mu wartości liczbowe. Istotne i nowe co do skali są też wieloaspektowe analizy stron internetowych oraz profili w mediach społecznościowych parafii Kościoła katolickiego w Polsce .

Wnoszę o dopuszczenie mgra Marka Zajica do dalszych etapów przewodu doktorskiego.



*ks. prof. ucz. dr hab. Józef Kloch*

Warszawa, 15.09.2022 r.