

dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska  
Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations  
Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii  
Uniwersytet Warszawski

Warszawa, 18.10.2022 r.

**Recenzja rozprawy doktorskiej mgr. Marka Zajica  
pod tytułem: „Modele komunikacji internetowej w parafiach Kościoła katolickiego  
w Polsce i czynniki je determinujące”.**

**Recenzja przygotowana na zamówienie Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania  
w Rzeszowie**

**promotor: dr hab. Dariusz Tworzydło, prof. UW**

## **1. Temat rozprawy**

Recenzowana rozprawa doktorska przygotowana została w Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie pod kierunkiem naukowym dr. hab. Dariusza Tworzydły, prof. UW.

Od ponad trzydziestu lat internet jest istotnym elementem przestrzeni komunikacyjnej licznych podmiotów. Nie dziwi więc, że także instytucja Kościoła katolickiego (KK), a dokładniej modele jej komunikacji internetowej, stały się obiektem zainteresowania Doktoranta. Autor rozprawy podjął się analizy tematu schodząc do poziomu parafii, co pozwoliło na rzeczywiście głęboką analizę działań.

Doktorant podjął temat aktualny i zarówno w środowisku naukowym, jak i w praktyce, rozważany często, o czym wspomina na s. 7 rozprawy. Natomiast elementem odróżniającym jest właśnie głęboka analiza i podjęcie się próby określenia czynników determinujących określone modele komunikowania się parafii.

Wyżej zazaczyłam, że internet jest narzędziem komunikowania się od ponad trzydziestu lat, ale należy uwzględnić jego zmienność (rozumianą w ujęciu technologicznym i społecznym), oferowane usługi czy wręcz sposób postrzegania poszczególnych cech

i możliwości (raz pozwalają funkcjonować (np. kontynuować działania w pandemii), aby za chwilę stanowiąc obszary ryzyk). I tutaj właśnie należy brać pod uwagę, że temat opracowany przez Doktoranta jest niezwykle istotny „tu i teraz” oraz jako odniesienie do przyszłych badań, które z pewnością pokażą inną odsłonę analizowanych zjawisk. To także moment, gdzie warto mieć refleksję, że temat wybrany przez Doktoranta jest tematem szybko dezaktualizującym się, co powinno być przyczynkiem do rozważnego konstruowania wniosków.

Zaproponowany temat rozprawy jednoznacznie i bez wątpliwości wpisuje się w zakres dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Świadczą o tym zarówno cele pracy, hipotezy, zaproponowany przez Doktoranta warsztat naukowy. Podjęty temat wypełnia także lukę badawczą w tematyce komunikowania się Kościoła katolickiego.

## **2. Cele i hipotezy badawcze**

Wskazanie celu pracy Autora pojawia się w dwóch wersjach - i co niepokojące - różniących się zakresem analiz:

1. „określenie i charakterystykę modeli komunikacji internetowej w parafiach Kościoła katolickiego w Polsce w relacji do czynników je determinujących” (s. 7) oraz
  2. „określenia jakie czynniki wpływają na główny model zarządzania komunikacją internetową przez parafie Kościoła katolickiego w Polsce” (s. 82) – Autor wskazuje ten cel jako główny
- Poza celem głównym Doktorant wskazał także cel: „określenie składowych modeli szczegółowych zarządzania komunikacją internetową w parafii” (s. 82).

Pewne nieścisłości pojawiają się w zapowiedzi wyszczególnienia pytań szczegółowych (s. 82). Autor pisze: „W osiągnięciu głównych celów badawczych mają pomóc pytania (...)” – jeśli w „głównych” (liczba mnoga), to nie znajdują pozostałych celów, poza wskazanym powyżej.

Pytania szczegółowe określone przez Doktoranta (s. 82-83):

- „1. Jaki odsetek parafii posiada strony internetowe?
2. Jaki odsetek parafii posiada profile w portalach społecznościowych?
3. Jakie kategorie treści występują na parafialnych stronach internetowych?
4. W jaki sposób grupują się treści pojawiające się na stronach parafii?

5. Jakie są wyniki parametrów technicznych funkcjonowania stron internetowych parafii?
6. Jakie elementy kodu programistycznego dominują na stronach internetowych?
7. W jaki sposób treści informacyjne o godzinach mszy świętych są obecne i zgodne z informacjami na Google Maps?
8. Jakie treści umieszczane na portalach społecznościowych parafii spotykają się z największym odzewem?
9. Czy podejmowany przez parafię model komunikacji internetowej powiązany jest z:
  - 9.1. Lokalizacją terytorialną?
  - 9.2. Wielkością miejscowości, w jakiej mieści się parafia?
  - 9.3. Liczbą księży w parafii?
  - 9.4. Stażem na parafii i stażem kapłańskim i księdza proboszcza posługującego w parafii?"

Doktorant sformułował także tezę (teza główna, s. 83), hipotezę główną (s. 84) oraz hipotezy szczegółowe (s. 84) w brzmieniu, jak poniżej:

1. Teza główna: „Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego w Polsce w oparciu o wykorzystanie różnych narzędzi komunikacji internetowej” (s. 83).
2. Hipoteza główna: „Model komunikacji internetowej parafii jest zdeterminowany 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)
3. Hipotezy szczegółowe:
  - „H1. Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego w Polsce ze względu na aktualność prowadzenia komunikacji.
  - H2. Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego w Polsce ze względu na kategorie tematów pojawiających się na parafialnych stronach internetowych.
  - H3. Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego w Polsce ze względu na ocenę techniczną działania strony.
  - H4. Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego ze względu na liczbę fanów profilu.

H5. Możliwe jest wyodrębnienie modelu komunikacji internetowej parafii Kościoła katolickiego w Polsce ze względu na kategorie tematów pojawiających się w parafialnych mediach społecznościowych.

H6. Wyodrębnione modele komunikacji internetowej są determinowane 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. 84)

Z pewnością zastanawia sposób konstruowania hipotez, a szczególnie hipotezy głównej i hipotezy szczegółowej H6, które praktycznie w zakresie analizy są tożsame. Pozostawienie hipotezy głównej bez uszczegóławiania jej (elementy zapisu w nawiasie) wpłynęłoby na przejrzystość zaproponowanych hipotez.

### **3. Struktura rozprawy**

Przedłożona do recenzji rozprawa doktorska liczy 321 stron i składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów merytorycznych, części nazwanej jako „Podsumowanie i wnioski. (...)”, bibliografii, spisów rysunków, tabel i wykresów, załączników (formularz audytu strony parafii) oraz streszczeń w języku polskim i angielskim.

Zaproponowana przez Doktoranta struktura pracy z powodzeniem może być uznana za logiczną, przejrzystą i uzasadnioną merytorycznie, choć uwagę zwracają znaczne dysproporcje w objętości niektórych rozdziałów. I tak chociażby rozdział pierwszy (Nowoczesne media a Kościół katolicki) z powodzeniem można byłoby rozdzielić na dwa rozdziały, z których jeden traktowałby o kwestiach formalno-prawnych instytucji kościoła katolickiego vs nowoczesne media, a drugi odnosiłby się do kwestii badawczo-metodologicznych badań kościoła vs nowoczesne media.

Z uwag odnośnie struktury pracy na poziomie spisu treści uwagę zwraca nazwa podrozdziału 4.3.5. Media społecznościowe, która ze względu na swą zawartość może być myląca.

Praca doktorska mgr. Marka Zajica posiada wyraźnie wyodrębnioną część teoretyczną i empiryczną, ze znaczną przewagą objętościową na korzyść tej drugiej.

Pierwszy rozdział dysertacji zawiera opis relacji Kościoła i internetu w szerszej perspektywie środków społecznego przekazu. Znajdziemy tu charakterystykę nauki i regulacji wewnętrznych Kościoła w zakresie komunikacji z wiernymi poprzez różnorodne narzędzia. Autor opisał także rezultaty dostępnych badań przedmiotowych.

Drugi rozdział jest rozdziałem metodologicznym. Autor zawarł w nim opis stosowanej metodologii badań własnych z przedstawieniem celu badań, pytań badawczych oraz hipotezy. Także tutaj znajdziemy charakterystykę struktury procesu badawczego, sposobu prowadzenia pracy na poszczególnych etapach oraz wykorzystywanych narzędzi.

Rozdział trzeci rozpoczyna prezentację rezultatów badań. Doktorant opisał w nim zmienne używane w analizie (potencjalne determinanty wystąpienia modeli komunikacji). Doktorant w rozdziale tym dokonał charakterystyki uwarunkowań prowadzenia działań w sieci przez parafie, a w podsumowaniu rozdziału zaprezentował typy modelu głównego komunikacji internetowej parafii.

Kolejny – czwarty – rozdział recenzowanej dysertacji zawiera wieloaspektową analizę stron internetowych parafii KK w Polsce. Autor opisał kategorie tematyczne stron internetowych parafii, analizę ich zawartości czy analizę funkcjonowania technicznego stron internetowych parafii w Polsce. Tutaj także znajdują się m.in. wyniki audytu SEOPTimer. Rozdział zamknięty jest podsumowaniem modeli komunikacji parafii na stronach internetowych.

Ostatni – piąty – rozdział recenzowanej pracy stanowi wieloaspektową analizę profili w mediach społecznościowych parafii KK w Polsce. Autor analizę tę zaprezentował w trzech częściach: analiza wskaźników aktywności, analiza treści i zawartości oraz modele komunikacji parafii w portalu społecznościowym Facebook, co stanowi jednocześnie podsumowanie tego rozdziału.

Podsumowanie pracy kończy część merytoryczną rozprawy. W tej części znajduje się charakterystyka poszczególnych modeli wraz z opisem kluczowych determinant wpływających na wystąpienie typów komunikacji.

#### **4. Merytoryczna ocena pracy i warsztat badawczy**

Autor w satysfakcjonującym stopniu przyswoił i opanował wiedzę teoretyczną, wprowadzającą w kluczowe aspekty tematyki rozprawy, jak i dającą solidny fundament dla zaprojektowania i przeprowadzenia procesu badawczego.

W pracy na pierwszy plan zdecydowanie wybija się część metodologiczna i rozdziały przeprowadzające przez analizę komunikacji internetowej w parafiach. Widać bardzo dobre osadzenie Doktoranta w tej materii, sprawne i adekwatne posługiwanie się aparatem pojęciowym. Ta część pracy znacznie przewyższa (jakościowo) część teoretyczną.

Z pewnością w części teoretycznej opisującej relację Kościoła katolickiego vs nowoczesne media zabrakło stawiania pytań i prób odpowiedzi o rolę i sens używania takich narzędzi. Każde narzędzie komunikowania służy określonemu celowi, ale też stanowi kanał, gdzie możliwości spotykają się z odpowiedzialnością. Na s. 7 na przykład Doktorant pisze o internecie jako wyzwaniu dla Kościoła, ale przecież to także możliwości i szanse, o ile intencje komunikacji zakładają dialog i przestrzeń do dyskusji, a nie przekaz jednokierunkowy. Zresztą właśnie podobne myśli pojawiają się na ss. 30-31 czy ss. 33-35 (i dalszych w rozdziale I), ale znów brakuje podjęcia dyskusji. Doktorant pisze „jak powinno być” w myśl dokumentów KK, ale nie weryfikuje w pracy jak jest (oczywiście jedynie w kontekście omawianej komunikacji internetowej).

Mam wrażenie, że Doktorant nie przyjął takiej perspektywy z pobudek osobistych, a jeśli tak było, to niestety wpłynęło na zaburzenie roli naukowca w tym procesie. Praca naukowa ma weryfikować i objaśniać, pytać, a nie przyjmować postawę uznawaną przez którąkolwiek ze stron procesu/analizy za jedynie prawdziwą. Taki element pojawił się na s. 9, gdzie Doktorant pisze: „Biorąc pod uwagę silną pozycję Kościoła katolickiego w życiu Polaków (...)”. Konieczne jest, aby przy tak silnej deklaracji wyjaśnić i odpowiednio udokumentować ów fakt. Na jakiej podstawie takie stwierdzenie?

W pierwszym rozdziale zabrakło mi także rozważań dot. nowoczesnych mediów na poziomie ogólnym, a następnie przejściem do tak specyficznego obszaru jak Kościół katolicki. Zabrakło mi analizy użytkowników internetu, ich potrzeb, zwyczajów, oczekiwań, konstruowania celów komunikowania się, ale także np. modelu PESO, aby może spróbować osadzić komunikację internetową Kościoła katolickiego w modelu dystrybucji treści.

Analizując niektóre tabele czytelnik może napotykać na trudności na poziomie danych. Np. w Tabeli 2 (s. 54) np. wczytując się w płeć odbiorców korzystających ze stron religijnych i portali internetowych dowiemy się (dot. roku 2016), że mężczyźni stanowili grupę 14%, a kobiety 16%, co razem daje 30%. Pytanie, jaką płeć miało 70% pozostałych odbiorców? – prawdopodobnie dane w tabeli nie zostały przeliczone albo też niewłaściwie opisane.

Na s. 218 znalazł się fragment, w mojej opinii całkowicie nieuprawniony, próbujący określić potencjał influencerski parafii Kościoła katolickiego.

Na s. 246 pojawia się wyodrębnienie czterech typów komunikacji na Facebooku (ze względu na liczbę fanów). Nie zauważyłam nazwy jednego z nich (trzy profile są nazwane).

Częścią pracy doktorskiej jest także bibliografia – bardzo nierówna, z pewnością część merytoryczna, naukowa, dotycząca dyscypliny naukowej powinna być rozszerzona.

Na s. 109 Doktorant wysnuł niezwykle interesującą uwagę, że rodzaj kultu może wpływać na intensywność działań czy rodzaj treści pojawiających się na stronach parafii. Szkoda, że ten wątek nie został pogłębiony, bowiem podobne uwagi odnoszone są do aktywności w mediach tradycyjnych (np. w postaci komentarzy księży czy obecności w programach różnego typu).

Bardzo pozytywnie oceniam uwagi Doktoranta (s. 18) dotyczące konieczności rozwoju kompetencji medialnych w Kościele katolickim. To istotne, aby podnosić fakt, że komunikacja internetowa wymaga profesjonalizacji, a sam dostęp i możliwości techniczne nie są warunkiem wystarczającym, aby owa profesjonalizacja wystąpiła w sposób samoistny.

Niezwykle interesujące, wartościowe i nie zawsze nagłaśniane w dyskursie publicznym są uwagi Doktoranta odnośnie dokumentów i wytycznych poszczególnych diecezji i archidiecezji w zakresie polityk komunikowania się w internecie.

Delikatnie, ale dobrze, że choć tak, zaznaczony jest wątek hejtu wobec przedstawicieli KK (s. 49). Tutaj znów warto byłoby podjąć temat, a może nawet – nie wiem czy Doktorant robił research w tym zakresie – okazałoby się, że poziom komunikacji agresywnej można byłoby uwzględnić jako jedną z determinant.

Powyżej w uwagach krytycznych wskazałam brak dyskusji Doktoranta z tematami trudnymi dla KK – na s. 86 pojawia się ten temat w opisie dot. metodologii prowadzonych badań oraz na s. 164 (Wykres 67).

Na s. 125 pojawia się Wykres 22, z którego wynikać może, że większa liczba parafii w gminie wpływa na zwiększone wykorzystanie narzędzi komunikacji – szkoda, że Doktorant nie rozwija takich myśli, bo mamy tutaj oczywiste nawiązanie do tradycyjnego rynku dóbr i usług.

Równie interesujący wniosek znajduje się na s. 127 – większa aktywność zakonów. Ale tutaj znów brakuje dyskusji, podobnie jak na s. 129 (Tabela 20), s. 134 (Tabela 28).

Praca i uzyskane wyniki są niesamowitą skarbnicą informacji o komunikacji internetowej KK i aż prosi się, aby Doktorant częściej podejmował dyskusję, jak również, aby uzyskane wyniki próbował częściej transponować w rekomendacje i dobre praktyki (taki fragment mogący stanowić załączek rekomendacji znajduje się np. na s. 190)

Jak podkreślałam we wstępie – temat pracy jest aktualny, interesujący poznawczo oraz praktycznie, ale jednocześnie rejestruje zdarzenia w momencie badania. Dlatego dobrze

byłoby, aby Doktorant nie zarzucił badania tej tematyki, a wręcz zaplanował badania jako długoterminowe, cykliczne, o charakterze komparatystycznym i longitudinalnym. Raz jeszcze podkreślę fakt silnego wątku badawczego w prezentowanej pracy, dobrze przemyślanej metodologii i zrealizowanych badań.

## 5. Uwagi redakcyjne

Praca doktorska wymusza na Autorze szczególną staranność i dbałość o szczegóły. W przedstawionej do recenzji pracy Autorowi nie udało się uchronić przed błędami natury stylistycznej czy technicznej, które wpływają na odbiór pracy. Myśląc o ewentualnym opracowaniu monograficznym, warto zadbać o korektę językową i redakcję tekstu.

W niektórych fragmentach pracy zdarzają się sformułowania z błędami językowymi (błędy stylistyczne, interpunkcyjne, ortograficzny i in.). Szkoda, że praca nie trafiła pod opiekę redaktorską, co znacznie podniosłoby jej wartość. Zdarzają się zdanie urwane albo pozbawione orzeczenia, bez związku z fragmentem wcześniejszym czy późniejszym. Być może jest to efektem kopiowania i przenoszenia tekstu podczas pracy, co jest rzeczą naturalną, ale pozostawienie takich fragmentów świadczy jednak o nienależytej staranności w tym zakresie. Zresztą w tekście także zdarzają się powtórzenia myśli czy wręcz bardzo podobnych fragmentów, co po raz kolejny może wskazywać na brak należytej uwagi podczas prac końcowych.

Jednym z braków redakcyjnych jest brak (w całej pracy) odniesień w tekście do wykresów. Wykresy pojawiają się w określonych miejscach pracy, ale nie mają wskazania w tekście, nie są zakotwiczone, co znacznie utrudnia czytelność tekstu, szczególnie w sytuacji znacznej liczby wykresów. Część wykresów nie posiada także opisanych osi, co zmniejsza ich czytelność.

Wywołując dyskusję, która przypuszczalnie pojawi się w trakcie publicznej obrony rozprawy, chciałabym zasygnalizować Doktorantowi następujące pytania:

1. Uwzględniając obecną trudną i skomplikowaną sytuację (na poziomie społecznym) Kościoła katolickiego (krytyka oraz zmniejszające się poparcie, liczne odejścia (formalne i nieformalne) wiernych) oraz wpływ mediów instytucjonalnych na dyskurs w przestrzeni publicznej – dlaczego w pracy nie Doktorant nie odniósł się do tych kwestii w kontekście komunikowania się parafii KK w przestrzeni internetu? Dysponując mediami własnymi (owned media) parafie uzyskują szansę



tworzenia komunikacji niezależnej od redakcyjnego gatekeepera, ale z kolei podejmowanie tak istotnych, emocjonalnych i angażujących tematów wymaga odwagi. Szkoda, że ten wątek nie został uwzględniony.

2. S. 218: „Zgromadzone dane pozwalają na określenie potencjału influencerskiego parafii Kościoła katolickiego w Polsce (9 z nich to grupy zamknięte, gdzie zdobycie danych było niemożliwe). Łącznie, wszystkie analizowane parafie gromadzą 391 181 fanów (ewentualnie: lubiących profil lub znajomych, w zależności od typu konta). Poprzez prostą estymację można stwierdzić, że parafie Kościoła katolickiego w Polsce gromadzą od 4 mln do 4,2 mln fanów. Jeśli byłby to jeden profil, to w Polsce ustępowałyby tylko profilowi Roberta Lewandowskiego (23,69 mln). Wyprzedziłby znacznie profil Łukasza Piszczka (2,43 mln), Play (2,18 mln) i Kuby Błaszczykowskiego (2,16 mln). Dwukrotnie przekroczyłby liczbę fanów profili Ewy Chodakowskiej (2,05 mln), Allegro (2,39 mln), Pyszności (1,95 mln), Demotywatory (1,88 mln) czy radia Eska (1,86 mln).”  
Na jakiej podstawie takie uogólnienie? Czy rzeczywiście nie może ono wprowadzać w błąd?

## 6. Wniosek końcowy

Zaprezentowane w recenzji opinie, mające na celu posłużyć ostatecznej ocenie przedstawionej rozprawy doktorskiej magistra Marka Zajica, pozwalają pozytywnie ocenić przygotowaną pracę. Pomimo wskazanych w recenzji uwag krytycznych, stwierdzam, iż wniosek o dopuszczenie Pana magistra Marka Zajica do kolejnych etapów przewodu doktorskiego jest uzasadniony.

Przedłożona do recenzji praca wykazała wiedzę Doktoranta w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz dowiodła umiejętności realizowania badań naukowych, jak również konstruowania wniosków. **Dysertacja spełnia wszelkie wymagania stawiane rozprawom doktorskim. Biorąc powyższe pod uwagę stwierdzam, że rozprawa doktorska Pana magistra Marka Zajica spełnia wymagania ustawowe, co pozwala mi wyrazić pozytywną opinię w kwestii dopuszczenia Pana mgr. Marka Zajica do kolejnych etapów przewodu doktorskiego.**

  
*podpis Recenzentki*