

## **STRESZCZENIE PRACY DOKTORSKIEJ**

### **Rola mediów społecznościowych w wychowaniu do wiary. Studium pastoralne na przykładzie treści katolickich YouTube'a**

Serwis YouTube jest jednym z najpopularniejszych mediów społecznościowych. Codziennie korzystają z niego setki milionów użytkowników na całym świecie. Jego popularność jest bardzo wysoka także w Polsce. YouTube umożliwia użytkownikom przesyłanie treści audiowizualnych, nieograniczony dostęp do nich oraz pozwala na komentowanie i ocenianie poszczególnych twórców i filmów.

Celem pracy doktorskiej jest przedstawienie roli jaką portal YouTube pełni w wychowaniu do wiary. Pojęcie to zostało zdefiniowane jako proces towarzyszenia ludziom do osiągnięcia dojrzałości ludzkiej i chrześcijańskiej.

Mimo licznych publikacji dotyczących wpływu mediów na odbiorców i obecności Kościoła w sieci nie przeprowadzono jednak badań dotyczących konkretnej roli mediów społecznościowych na wychowanie do wiary Polaków. Dlatego podstawowym źródłem niniejszej pracy są wyniki badań ankietowych o charakterze diagnostycznym, przeprowadzonych za pomocą specjalnie skonstruowanego kwestionariusza. Uzyskane wyniki badań zostały poddane analizie statystycznej, aby ilościowo opisać i scharakteryzować wpływ YouTube na wychowanie do wiary. Następnie przeprowadzona została ich interpretacja teologiczno-pastoralna, w której wykorzystana została analiza krytyczno-porównawcza. Następnym etapem była syntetyzacja przeprowadzonych badań i wnioski. Ten schemat badań oparty jest na metodzie eksploracyjnej, dlatego nie zostały sformułowane hipotezy badawcze. Podstawą analiz i interpretacji są źródła teologiczne i literatura przedmiotowa, z których wydedukowana została podstawowa wiedza dotycząca istoty wychowania do wiary i wpływu YouTube na ten proces.

W pierwszym rozdziale pracy przedstawiona została forma i aspekty leksykalne badań. Grupa badawcza to 1204 osoby, z których 806 to kobiety. Zdecydowana większość badanych deklaruje się jako osoby wierzące (94,8% - kobiety; 90,5% - mężczyźni). Większa część to osoby powyżej 35. roku życia. W obu płciach istotną rolę w grupie badawczej stanowiła także reprezentacja grupy w wieku od 15. do 30. roku życia. Grupę badawczą stanowili głównie mieszkańcy miast powyżej 500 tys. mieszkańców oraz wsi. Dla lepszego poznania preferencji widzów, wyniki zostały różnicowane ze względu na płeć.

Drugi rozdział pracy poświęcony został zagadnieniu wiedzy religijnej w przekazach YouTube. Ta część została podzielona na Objawienie i Magisterium jako źródła wiedzy religijnej, wiarę w Trójkę Świętą i prawdy dotyczące stworzenia i zbawienia. W każdym z nich przedstawione zostały wyniki badań i stan wiedzy odbiorców treści katolickich na YouTube dotyczący danego zagadnienia. Z analizy wynika, że widzowie traktują Magisterium oraz Pismo Święte jako główne źródła wiedzy religijnej. Ich opinie na poruszone w rozdziale tematy są tożsame z nauczaniem Kościoła.

Trzeci rozdział traktuje o wierze w życiu chrześcijańskim. Przedstawione zostały w nim wyniki badań dotyczące: moralności chrześcijańskiej w przekazach YouTube, praktyk religijnych oraz promowania wartości chrześcijańskich. Przedstawiona została w nich także nauka Kościoła dotycząca tych tematów. Widzowie podzielają prawdy przedstawione przez Kościół oraz podkreślają konieczność realizowania ewangelizacji w przestrzeni mediów społecznościowych.

W czwartej części podjęty został temat refleksji nad zagrożeniami i szansami jaką dają wychowaniu do wiary przekazy YouTube. Przeanalizowane zostały przemiany w środowisku młodzieży, promowanie chrześcijaństwa w przekazach YouTube oraz pozytywny wpływ serwisu społecznościowego YouTube na wychowanie do wiary. Z przedstawionego nauczania Kościoła na te tematy wynika, konieczność głoszenia Dobrej Nowiny w świecie wirtualnym. Należy jednocześnie dbać o odpowiednią edukację i podejście do treści przedstawianych w mediach społecznościowych. Taką opinię podzielają także widzowie. Podkreślają także zmiany w środowisku młodzieży jakie przyniósł rozwój nowych technologii.

Nauczanie Kościoła przedstawione w pracy oraz analiza przykładowych treści katolickich na YouTube i wyników przeprowadzonych badań pokazują, że media społecznościowe odgrywają istotną rolę w wychowaniu do wiary. Główna odpowiedzialność w tym względzie nadal spoczywa na rodzicach, ale treści dostępne w sieci coraz bardziej wpływają na postawy odbiorców i ich przekonania.

## **SUMMARY OF DOCTORAL DISSERTATION**

### **The role of the social media in education for faith. A pastoral study by the example of Catholic content on YouTube.**

YouTube is one of the most popular social media platforms, used daily by hundreds of millions of users all around the world. Its popularity is also very high in Poland. YouTube's algorithms make it possible to upload a large variety of user-generated content, such as visual content and audio content. Furthermore, there is an unlimited access to this content as well as to the feature of making comments and grading individual content creators and videos.

The purpose of this dissertation is to present the role that YouTube plays in education for faith. Aforementioned concept of education for faith has been defined as the process of assisting in achieving full human and Christian maturity.

Despite numerous publications on the influence of the media on audience and the Church's online presence, no research has been conducted in terms of the specific role of social media on education for faith of Poles. Therefore, the primary points of reference for this dissertation are the findings of diagnostic survey research based on purposely constructed questionnaire. The obtained results were statistically analysed in order to quantitatively describe and characterise YouTube's impact on education for faith. This was followed by their interpretation (in terms of pastoral theology) using the methods of critical and comparative analysis. In the following step, conducted surveys were synthesised and some conclusion were drawn. Since this research model is based on exploratory method, there were no research hypotheses. The basis for analyses and interpretation are theological sources as well as source literature, from which was derived basic knowledge concerning the essence of education for faith and the influence of YouTube on this process.

The first chapter of the paper presents the form and lexical aspects of the research. Study group consisted of 1204 individuals, 806 of whom were women. The vast majority of respondents declared themselves to be believers (94.8% of women and 90.5% of men, respectively). The majority were over 35 years of age. In the case of both genders, the representation of the group from 15 and 30 years old was also significant. The study group consisted mainly of residents of cities with more than 500,000 inhabitants.

For a better understanding of viewers' preferences, the results were additionally differentiated by gender.

The second chapter is devoted to the issue of religious knowledge in YouTube's messages. This section is divided into the Revelation and magisterium as the primary sources of religious knowledge, belief in the Holy Trinity and truths concerning creation and salvation. Each respective part presents the results of study and the state of knowledge regarding aforementioned aspects in the case of Catholic content's viewers on YouTube. The analysis shows that magisterium and Scripture are regarded by viewers as the main sources of religious knowledge. Their opinions on issues presented in this chapter are consistent with Church's teaching.

The third chapter deals with faith in Christian life. It presents the results of research on Christian morality in YouTube's messages, religious practices and the promoting of Christian values. Church's teaching regarding those topics is also presented. Viewers share the truths proclaimed by the Church and emphasise the necessity of evangelisation in social media.

The fourth part rises the issue of reflection on possible threats and opportunities provided by YouTube's messages for education for faith. It analysed the transformations in the environment among young people, promoting Christianity in YouTube's messages and the overall positive impact of this media platform on education for faith. From the presented teaching of the Church on these topics a clear conclusion can be drawn – there is a necessity of proclaiming the Good News in the virtual world. Simultaneously, it is necessary to ensure proper education and attitude towards content in social media. This opinion is also shared by viewers. They also emphasise the changes in the youth environment caused by the development of new technologies.

The Church's teaching presented in this dissertation, as well as the analysis of exemplary Catholic content on YouTube and the results of conducted research show, that social media play an important role in education for faith. The main responsibility in this regard should lie on parents, but the online-accessible content increasingly influence the attitudes and beliefs of its audience.