

## STRESZCZENIE PRACY DOKTORSKIEJ

### *Rola i znaczenie mediów społecznościowych w kształtowaniu chrześcijańskich postaw młodzieży. Studium pastoralne na podstawie badań maturzystów diecezji wrocławskiej*

napisanej pod kierunkiem ks. prof. dr. hab. Jana Kazimierza Przybyłowskiego.

Głównym celem rozprawy było pogłębienie wiedzy na temat roli i znaczenia mediów społecznościowych w kształtowaniu chrześcijańskich postaw młodych osób wobec Boga, Kościoła, samych siebie oraz bliźnich. Wyniki badania ankietowego, przeprowadzonego wśród maturzystów diecezji wrocławskiej z zastosowaniem metody eksploracyjnej, miały również pomóc w stworzeniu swoistej netykiety oraz sformułowaniu paradygmatów i wniosków pastoralnych, wspierających pracę osób zaangażowanych w katolicką formację polskiej młodzieży. Realizacja powyższych założeń była możliwa m.in. dzięki przygotowaniu podstaw teoretycznych oraz szczegółowej analizie pozyskanego materiału empirycznego. Postępowanie badawcze zostało osadzone w pięciu rozdziałach.

Pierwszy z nich stanowił wprowadzenie teoretyczno-metodologiczne zawierające szereg objaśnień dotyczących podejmowanej problematyki oraz zastosowanych procedur i etapów twórczych, służących możliwie szczegółowemu opracowaniu pozyskanego materiału empirycznego. Na początku podjęto próbę uporządkowania zagadnień związanych z metodologią prowadzonych badań. Sekcja ta obejmowała konceptualizację istotnych z punktu widzenia pracy pojęć takich, jak: media społecznościowe, postawa oraz postawa chrześcijańska; uzasadnienie wyboru metody eksploracyjnej jako podstawowej metody badawczej, prezentację metod wspomagających; wyjaśnienia dotyczące obszaru pozyskiwania materiału empirycznego; analizę ryzyka niepowodzenia prowadzonych badań; a także informacje związane z przeprowadzeniem dwóch badań pilotażowych oraz badania właściwego. Kolejno potem dokonano opisu narzędzia pomiarowego, którym był autorski kwestionariusz ankiety internetowej, zaś w ostatniej części opracowano charakterystykę badanej grupy respondentów. W tym miejscu przedstawiono uwarunkowania społeczno-demograficzne; kontekst religijny; determinanty kształtowania postaw; czy też aktywność w social adolescentów. Podsumowaniem pierwszego rozdziału było zaprezentowanie ogólnego profilu respondenta.

Treścią drugiego rozdziału była, oparta na pozyskanym materiale empirycznym, próba wyjaśnienia roli i znaczenia mediów społecznościowych w kształtowaniu postawy religijności adolescentów. Wychodząc od omówienia fenomenu religijnej natury człowieka, zarysowania problemu spadku religijności w Polsce, a także wskazania potencjalnych przestrzeni jej rozwoju (szczególnie w kontekście medialnym), przeprowadzono analizę wyników badań, uporządkowaną w trzech paragrafach. Każdy z nich odpowiadał poszczególnym komponentom postawy: poznawczemu, afektywnemu i behawioralnemu. W tej części przypomniano prawdę dotyczącą predyspozycji człowieka, umożliwiającą poznanie i miłowanie Stwórcy; opracowano zagadnienie uczuć religijnych oraz zaprezentowano rezultaty badania dotyczącego szans i zagrożeń social mediów w kształtowaniu zachowań religijnych młodzieży.

W kolejnym rozdziale omówiono rolę i znaczenie mediów społecznościowych w kształtowaniu postawy eklezjalnej młodzieży. Na początku poczyniono kilka uwag wstępnych, ukazujących m.in. potrzebę zachowania czujności wobec zmanipulowanych przekazów medialnych dotyczących Kościoła katolickiego oraz przykłady zaangażowania duchownych i świeckich w prezentowanie jego prawdziwego oblicza w przestrzeni cyfrowej. Następnie ukazano social media jako istotne narzędzie w procesie zdobywania wiedzy o Kościele oraz kształtowania przekonań na jego temat, a także przeanalizowano media społecznościowe w kontekście ich siły oddziaływania na sferę afektywną młodzieży postawy wobec Kościoła katolickiego. Ostatnia część koncentrowała się na analizie obejmującej wpływ social mediów na zachowania młodzieży wobec Kościoła katolickiego.

Rozdział czwarty został opracowany w celu wskazania roli i znaczenia mediów społecznościowych w kształtowaniu chrześcijańskiej autopercepcji młodzieży maturalnej (postawy wobec siebie). Podjęta w tej części pracy analiza koncentrowała się na platformach społecznościowych, jako sile mogącej intensyfikować zarówno pozytywne, jak i negatywne przekonania na własny temat, posłużyła wskazaniu szans i zagrożeń social mediów w dziele budowania samooceny adolescentów, a także umożliwiła weryfikację ich oddziaływania na sferę self-behavior młodych Polaków.

Ostatni rozdział dysertacji został poświęcony analizie oddziaływania mediów społecznościowych na chrześcijańską postawę młodzieży wobec bliźnich. W tym miejscu zwrócono uwagę m.in. na zjawiska, które dobitnie uderzają we wspólnotę ludzką i godność poszczególnych jednostek (polaryzacja, hejt, marginalizacja, egoizm, itp.). Zaproponowano również środki zaradcze w postaci promowania w mediach społecznościowych personalizmu chrześcijańskiego, miłości Boga i bliźniego, aktywności polegającej na budowaniu dobra wspólnego, a także działalności Kościoła służącej wskazywaniu właściwych autorytetów. Po

prezentacji zagadnień wstępnych opracowano pierwszy paragraf, który zawierał wyniki badań własnych dotyczących budowania chrześcijańskiego sposobu postrzegania drugiego człowieka, oraz ewentualnych zagrożeń mediów społecznościowych, mogących prowokować do redukcjonistycznego i instrumentalnego traktowania innych osób. Poruszono także problem kultury wykluczenia i ekonomizmu. W drugim paragrafie przeanalizowano, który ze wskazanych w narzędziu pomiarowym wątków medialnych, dotyczących drugiego człowieka, budził wśród respondentów najwięcej pozytywnych, a który negatywnych uczuć i emocji. Wreszcie w paragrafie trzecim podjęto kwestię oddziaływania social mediów na komponent behawioralny chrześcijańskiej postawy wobec bliźnich. Ostatni paragraf rozprawy zawierał rekomendacje respondentów odnoszące się do usprawnienia funkcjonalności mediów społecznościowych oraz wypracowania bardziej etycznych i odpowiedzialnych wzorców ich użytkowania.

Dzięki przeprowadzonym analizom wyodrębniono kilka wniosków popartych pastoralnymi dyrektywami i paradygmatami. Stwierdzono m. in., że: 1) Ponad połowa respondentów korzysta z social mediów, aby zdobywać wiedzę religijną; 2) Media społecznościowe prezentują zróżnicowane opinie na temat Kościoła katolickiego, co może prowadzić do polaryzacji postaw wobec Kościoła; 3) Kobiety częściej korzystają z platform takich jak Instagram i TikTok, podczas gdy mężczyźni preferują YouTube, co może wpływać na sposób, w jaki postrzegają działania Kościoła; 4) Media społecznościowe mogą być istotnym narzędziem w kształtowaniu postaw prospołecznych, ponieważ treści zachęcające do troski o innych wywołują pozytywne emocje u znacznej części młodzieży; 5) Współpraca z katolickimi influencerami może okazać się kluczowa w docieraniu do młodzieży, która bardziej ceni interakcję z internetowymi twórcami niż bezosobowe treści; 6) Przekazy medialne dotyczące Kościoła mogą wywoływać zarówno pozytywne, jak i negatywne emocje, w zależności od treści; 7) Niski poziom pozytywnych emocji wobec treści promujących życie od poczęcia do naturalnej śmierci wskazuje na potrzebę intensyfikacji działań edukacyjnych w tej dziedzinie; 8) Media społecznościowe mogą wspierać życie modlitewne młodzieży, choć obecnie tylko niewielki procent młodych ludzi uważa je za pomocne w tej kwestii; 9) Media społecznościowe mogą wzbudzać nienawiść wobec własnego życia u niektórych młodych ludzi, co jest zjawiskiem szczególnie alarmującym; 10) Zauważalny jest brak identyfikacji emocjonalnej młodzieży z treściami religijnymi w mediach społecznościowych, co może wskazywać na obojętność religijną.