

## STRESZCZENIE PRACY DOKTORSKIEJ

„Funkcje komunikacyjne stron WWW i serwisów społecznościowych na przykładzie pieszych pielgrzymek na Jasną Górę”

Autor: ks. mgr lic. Łukasz Wiśniewski MIC

Celem rozprawy było zbadanie funkcji informacyjnej, formacyjnej, ewangelizacyjnej i integracyjnej stron WWW oraz serwisów społecznościowych w odniesieniu do zjawiska realnego i duchowego pielgrzymowania na Jasną Górę. W literaturze polskojęzycznej jak dotąd brak opublikowanych badań empirycznych na ten temat.

Gromadzenie danych przeprowadzono w dwóch etapach. Pierwszy polegał na przeprowadzeniu badania z perspektywy osób odpowiedzialnych za strony i kanały *social media*. Badania empiryczne zostały przeprowadzone za pomocą metody sondażowej. Natomiast drugi etap obejmował analizę witryn internetowych i profili mediów społecznościowych pieszych pielgrzymek według metod *Website Communication Model* oraz *Online Communication Model*.

Jak wykazały badania, Internet służy wyróżnionym czterem funkcjom komunikacji, jednakże w różnym zakresie. Odpowiedzialni za komunikację wykorzystują w największym stopniu narzędzia internetowe do przekazywania pielgrzymom informacji, a najmniejszy zakres obejmuje formację pątników.

Badania sondażowe pokazały, że 82% respondentów zadeklarowało posiadanie własnej strony internetowej, a 94% ankietowanych konta w mediach społecznościowych. Najpopularniejszy jest serwis społecznościowy Facebook, którego posiadanie potwierdzili wszyscy badani. Inne serwisy społecznościowe redagowane są w mniejszym zakresie. Respondenci podkreślili, że odbiorcami kanałów komunikacji w Internecie są przede wszystkim są pątnicy, duchowi pielgrzymi i bliscy.

Jak wykazały badania co do stron WWW obecnie w największym zakresie jest wykorzystywana ich funkcja informacyjna (98%); na drugim miejscu plasuje się rola integracyjna (60%). Najmniej stosowane są witryny internetowe w zakresie ewangelizacji (26%) oraz formacji (29%).

Spośród mediów społecznościowych respondenci zadeklarowali, że Facebook służy w odniesieniu do każdej z funkcji komunikacyjnych. W znacznie mniejszym stopniu są wykorzystywane inne serwisy takie jak YouTube czy Instagram. Znamienne, że znacząca większość ankietowanych nie dostrzega potrzeby serwisu Twitter w żadnej z powyższych funkcji.

W rozprawie znajdują się nie tylko wnioski, ale i zalecenia, które mają na celu ulepszenie komunikacji pielgrzymek na Jasną Górę oraz ułatwienie uczestniczenia pielgrzymom realnym i duchowym, zwiększenie zainteresowania pielgrzymowaniem wśród ludzi młodych oraz podniesienie skuteczności ewangelizacyjnej narzędzi internetowych.

Wyniki badań zostały osadzone w nauczaniu Kościoła na temat pielgrzymowania i Internetu. Pełny tekst kwestionariusza i lista pieszych pielgrzymek na Jasną Górę, do których zwrócił się doktorant z prośbą o wzięcie udziału w badaniu znajduje się w aneksie rozprawy.

19.09.19 Łukasz Wiśniewski MIC

## THE SUMMARY OF THE DOCTORAL DISSERTATION

"Communication Functions of Websites and Social Networking Sites Based on the Data from Foot Pilgrimages to Jasna Góra"

Author: Łukasz Wiśniewski MIC

The purpose of the dissertation was to examine the informative, formation, evangelizing and integration functions of websites and social networking sites in their relation to actual and spiritual pilgrimages to Jasna Góra. Currently, there is no empirical research on this subject published in Polish scientific literature.

The data collection was carried out in two stages. The first one involved conducting a survey from the perspective of people responsible for *social media* websites and channels. Empirical studies were conducted using a survey method. The second stage included an analysis of websites and social media profiles of foot pilgrimages according to the methods of the *Website Communication Model* and the *Online Communication Model*.

Research has shown that the Internet has four distinct communication functions, however, each to a different extent. Those who are responsible for communication use online tools to the greatest extent to provide information to pilgrims and in the least for the formation of pilgrims.

Surveys have shown that 82% of respondents declared having their own website and 94% of respondents own social media accounts. The most popular is the Facebook social network, whose account ownership has been confirmed by all respondents. Other social networking sites are used to a lesser extent. Respondents emphasized that the recipients of their communication channels on the Internet are primarily pilgrims, spiritual pilgrims, and friends.

As proved by the research in regard to websites, the information function has the most extensive use (98%); the integration role comes the second (60%). The least used websites functions are evangelization (26%) and formation (29%).

Social media respondents declared that Facebook serves each of the communication functions. Other services such as YouTube and Instagram are used to a much lesser extent. It is significant that the vast majority of respondents see no need for Twitter in any of the above functions.

The dissertation includes not only conclusions but also recommendations that aim to improve communication of pilgrimages to Jasna Góra and facilitate participation of actual and spiritual pilgrims. Another goal of these suggestions is to increase the interest in pilgrimage among young people and to increase the effectiveness of the evangelization by online tools.

The research results are in the context of the Church's teaching on pilgrimage and the Internet. The full text of the questionnaire and the list of foot pilgrimages to Jasna Góra, that were used in the research by the Ph.D. candidate can be found in the annex to the dissertation.

19.09.19

Łukasz Wiśniewski MIC