

NR 83/2014

**KORZYSTANIE Z RELIGIJNYCH STRON
I PORTALI INTERNETOWYCH**

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 14 stycznia 2014 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

Według różnych źródeł, z religijnych stron internetowych korzysta około 3 milionów Polaków¹. Tego typu stron czy portali (biorąc pod uwagę tylko polskojęzyczne) jest obecnie tak dużo, o tak różnorodnych treściach i funkcjach, że trudno utworzyć ich systematykę lub typologię i wnioskować o preferencjach użytkowników. Przeprowadzone badanie² może pomóc w ustaleniu, kim są użytkownicy religijnych stron internetowych i dlaczego korzystają (lub nie) z tego typu serwisów.

KTO NAJCZĘŚCIEJ KORZYSTA Z RELIGIJNYCH STRON INTERNETOWYCH?

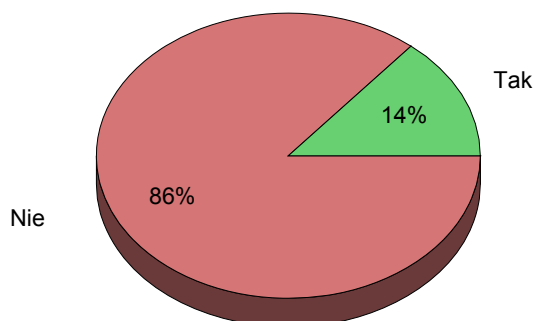
Wyniki badania wskazują, że z religijnych stron internetowych korzysta 14% ogółu internautów, przy czym deklaracje mężczyzn i kobiet nie różnią się znacząco. Chociaż we wszystkich grupach wiekowych zdecydowanie przeważają ci, którzy nie korzystają z religijnych stron internetowych, największy odsetek ich użytkowników odnotowujemy wśród osób w wieku od 55 do 64 lat (18%) oraz od 35 do 44 lat (16%). Dane te są interesujące w porównaniu z badaniami prowadzonymi wcześniej w Polsce i za granicą³, których rezultaty wskazywały, że to młodsze osoby chętniej korzystają z takich stron.

¹ Badania PBI/Gemius: Witryny internetowe o tematyce religijnej, maj 2011, w: J. Kloch (red.), *Internet i Kościół*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2011.

² Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (287) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganym komputerowo (CAPI) w dniach 3–9 kwietnia 2014 roku na liczącej 1028 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

³ Zob. S.M. Hoover, L.S. Clark, L. Rainie, *Faith online* (Pew Internet and American Life Project Report), 2004. http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2004/PIP_Faith_Online_2004.pdf

RYS. 1. **CZY ODWIEDZA PAN(I) STRONY INTERNETOWE LUB PORTALE O TEMATYCE RELIGIJNEJ?**

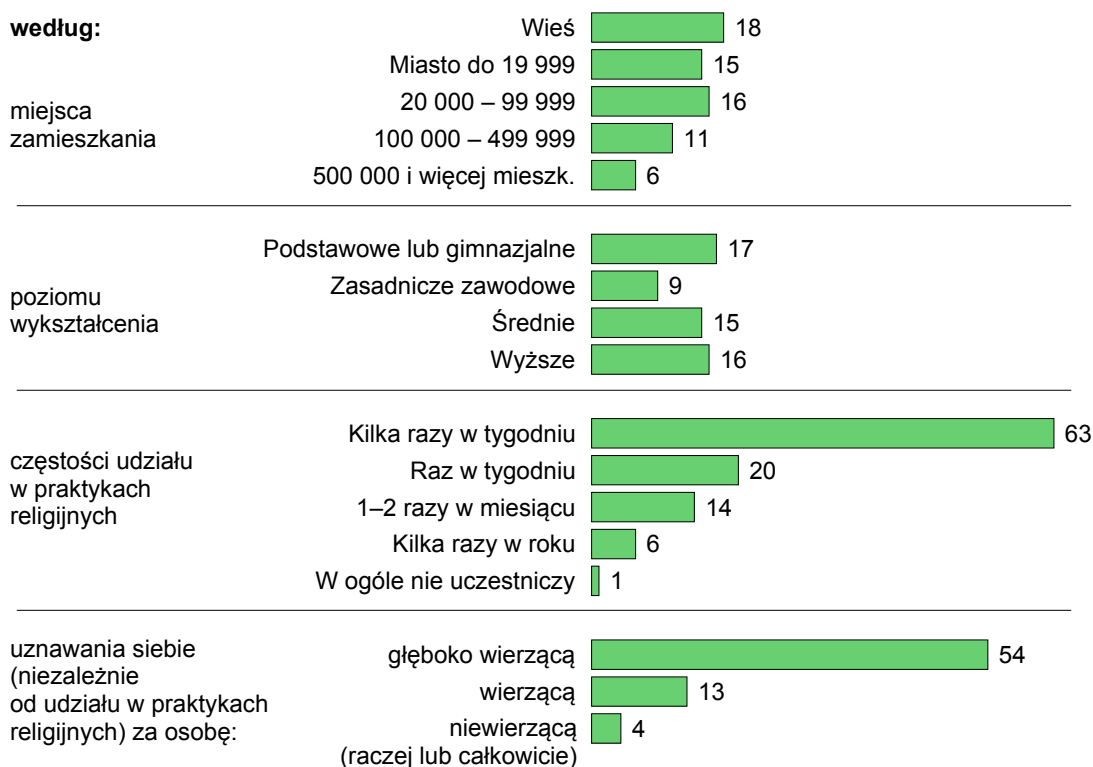


Do korzystania z religijnych stron internetowych częściej przyznają się mieszkańcy wsi, a także miast do 100 tys. ludności, co wskazuje na polską specyfikę „religijnego internetu”. To właśnie obszary wiejskie są tradycyjnie bardziej religijne, a dodatkowo na wsi odnotowujemy dynamiczny przyrost gospodarstw domowych z dostępem do sieci. W największych aglomeracjach zainteresowanie religijnymi stronami w internecie jest wyraźnie mniejsze (6%). Być może wiąże się to z relatywnie niższym poziomem uczestnictwa w zinstytucjonalizowanych formach praktyk religijnych w największych ośrodkach miejskich (według Wojciecha Sadłonia z ISKK na niedzielną mszę w Warszawie uczęszcza około 32% wiernych, podczas gdy średnia dla Polski wynosi 40%⁴).

Poziom wykształcenia nie wpływa znacząco na częstość korzystania ze stron internetowych o tematyce religijnej – wśród osób z krańcowych punktów skali, tzn. z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym, z jednej strony, i wyższym z drugiej odnotowujemy porównywalne odsetki osób korzystających z takich stron (odpowiednio: 17% i 16%).

⁴ http://m.warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,106541,15832945,Warszawska_religijnosc__katolicy_jak_srednia_krajowa.html

RYS. 2. ODSETKI INTERNAUTÓW ODWIEDZAJĄCYCH STRONY INTERNETOWE LUB PORTALE O TEMATYCE RELIGIJNEJ



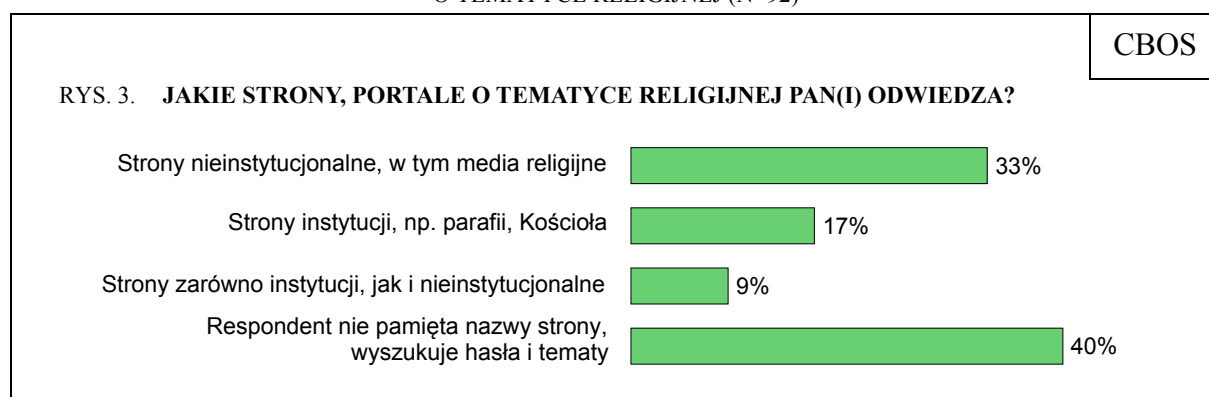
Realizowane w Stanach Zjednoczonych badania dotyczące korzystania z internetu prowadziły badacze do wniosku, że religijna aktywność w sieci jest przede wszystkim uzupełnieniem aktywności religijnej offline. Odsetek poszukujących, czyli osób, które niekoniecznie przynależą do określonego wyznania czy Kościoła, ale szukają informacji i porad religijnych w sieci, był niższy, niż badacze zakładali na początku. Zazwyczaj osoby zaangażowane w działalność Kościoła czy organizacji religijnej wykazywały też większą aktywność w sieci. Podobne wnioski można wyciągnąć z zachowań polskich internautów – istnieje wprost proporcjonalna zależność między częstością praktyk religijnych a korzystaniem z religijnych stron internetowych. Osoby deklarujące się jako głęboko wierzące stanowiły jedyną grupę, której większość korzystała z religijnych stron internetowych (54%). Wśród osób wierzących zdecydowanie przeważały już takie, które nie korzystały z religijnych stron www. Osoby nieuczestniczące w praktykach religijnych w 99% nie korzystały także z religijnych stron internetowych. Ciekawie przedstawia się kwestia samej znajomości takich portali, nawet wobec nieodwiedzania ich (znajomość taką deklarowało 30% osób najczęściej praktykujących wobec 3% tych, które uczestniczą

w praktykach religijnych kilka razy w roku). Interesujące jest, że znajomość stron religijnych deklarowało 6% niepraktykujących, co może świadczyć m.in. o dużej popularności takich serwisów w sieci.

NAJCZĘŚCIEJ ODWIEDZANE STRONY

Respondenci mieli wskazać portale o tematyce religijnej, które odwiedzają lub znają, nawet jeśli nie są ich użytkownikami (podać ich nazwę lub adres strony internetowej). Kategoryzacja odpowiedzi przyniosła następujące wyniki. Najliczniejsze (40%) były deklaracje tych, którzy nie byli w stanie wskazać konkretnej strony, nie pamiętali jej nazwy lub deklarowali wyszukiwanie konkretnych haseł w wyszukiwarce zamiast wchodzenia na konkretny adres. Drugim pod względem częstości wskazań rodzajem stron religijnych były strony nieinstytucjonalne, czyli powstałe jako oddolna inicjatywa, lub strony związane z religijnymi mediami (33%). Badani wymieniali tutaj np. www.adonai.pl czy stronę czasopisma „Gość Niedzielny”. Strony instytucjonalne, a więc np. strony parafii czy diecezji, odwiedzało 17% internautów z tej grupy.

ODPOWIEDZI INTERNAUTÓW ODWIEDZAJĄCYCH STRONY INTERNETOWE LUB PORTALE
O TEMATYCE RELIGIJNEJ (N=92)

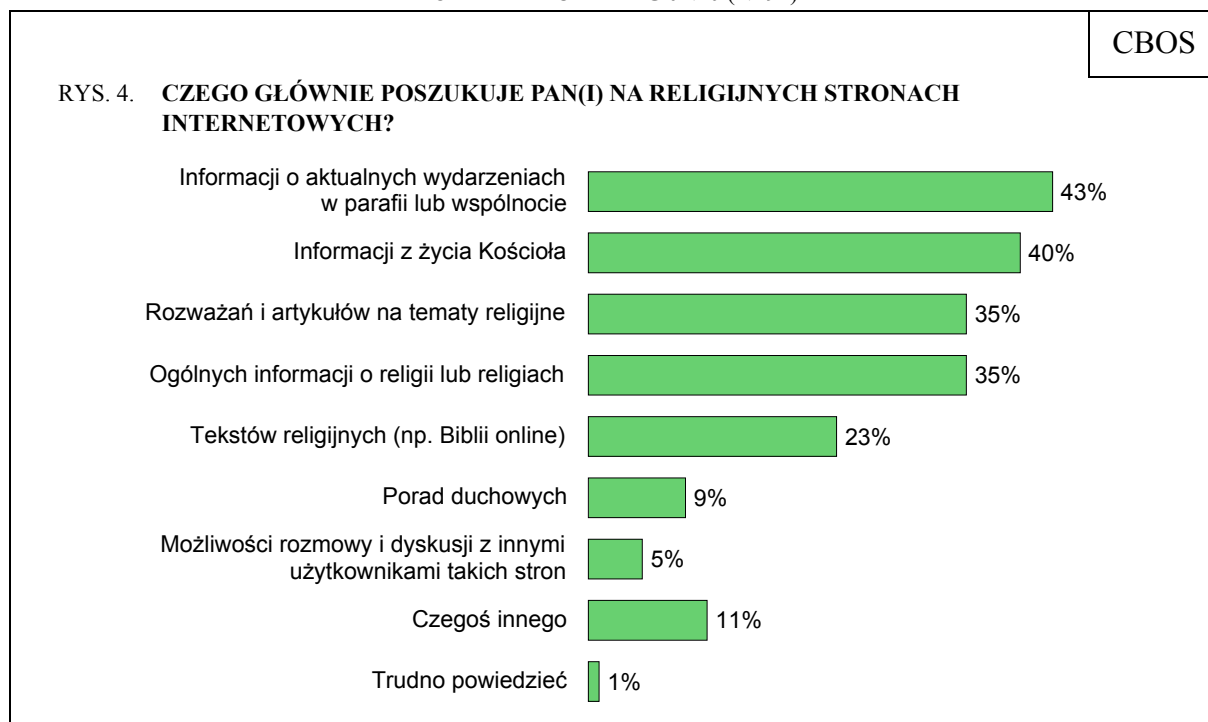


NAJCZĘŚCIEJ POSZUKIWANE TREŚCI

Internauci odwiedzający strony internetowe lub portale o tematyce religijnej najczęściej deklarowali, że poszukują informacji o aktualnych wydarzeniach w lokalnej parafii lub wspólnotie (43%), a także informacji z życia Kościoła, do którego należą (40%). Kolejne miejsca zajęły ogólne informacje o religii lub religiach oraz rozważania i artykuły na tematy religijne (po 35%). Niewielu (5%) poszukuje możliwości dyskusji i rozmowy

z innymi użytkownikami takich stron, co może wskazywać, że uczestnictwo w forach czy czatach religijnych nie stanowi dla większości istotnego elementu ich sieciowej aktywności. Na podstawie tych wyników można wnioskować, że Polacy zazwyczaj nie są „religijnymi poszukującymi”, ale raczej interesuje ich znalezienie konkretnych informacji związanych z wyznaniem, do którego należą.

ODPOWIEDZI INTERNAUTÓW ODWIEDZAJĄCYCH STRONY INTERNETOWE LUB PORTALE
O TEMATYCE RELIGIJNEJ (N=92)



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź

Ciekawych wniosków dostarcza również analiza poszukiwanych treści ze względu na płeć, wiek oraz miejsce zamieszkania respondentów. Kobiety odwiedzające religijne strony internetowe deklarowały częściej niż mężczyźni, że poszukują informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii lub wspólnotcie, a także informacji z życia Kościoła oraz rozważań i artykułów na tematy religijne. Największe różnice wskazań dotyczą tekstów religijnych (poszukiwało ich 38% kobiet i 8% mężczyzn) oraz porad duchowych (odpowiednio: 14% i 3%) – patrz tabela 1. Pierwszą znaczącą różnicę można tłumaczyć tym, że w Polsce kobiety pozostają bardziej religijne od mężczyzn i częściej deklarują udział w praktykach religijnych, chętniej więc poszukują informacji o tym, co dzieje się w ich parafii czy wspólnotcie. Silniejszy związek z lokalną parafią czy wspólnotą (np. grupą modlitewną) może zachęcać do interesowania się jej aktywnością również w sieci. Częstsze poszukiwanie porad

duchowych przez kobiety można wyjaśniać większą ich otwartością na tego typu treści, nie tylko w internecie, ale również poza nim.

Tabela 1

Czego głównie poszukuje Pan(i) na religijnych stronach internetowych?	Odpowiedzi internautów odwiedzających strony internetowe lub portale o tematyce religijnej według płci	
	mężczyźni	kobiety
	w procentach	
Informacji z życia Kościoła	33	48
Informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii lub wspólnocie	36	50
Rozważań i artykułów na tematy religijne	32	37
Tekstów religijnych (np. Biblii online)	8	38
Ogólnych informacji o religii lub religiach	33	36
Możliwości rozmowy i dyskusji z innymi użytkownikami takich stron	4	6
Porad duchowych	3	14
Czegoś innego	15	8
Trudno powiedzieć	2	0

Najstarsi internauci odwiedzający religijne strony internetowe (w wieku 65 lat i więcej) deklarowali zainteresowanie przede wszystkim ogólnymi informacjami o religii lub religiach (82%). W tej grupie wiekowej większym zainteresowaniem niż w pozostałych cieszyła się też możliwość dyskusji z innymi użytkownikami stron religijnych (16%). Porad duchowych najczęściej poszukiwały osoby w wieku 35–44 lata (20%) oraz najmłodsze – mające od 18 do 24 lat (19%), a także najczęściej praktykujące (18%).

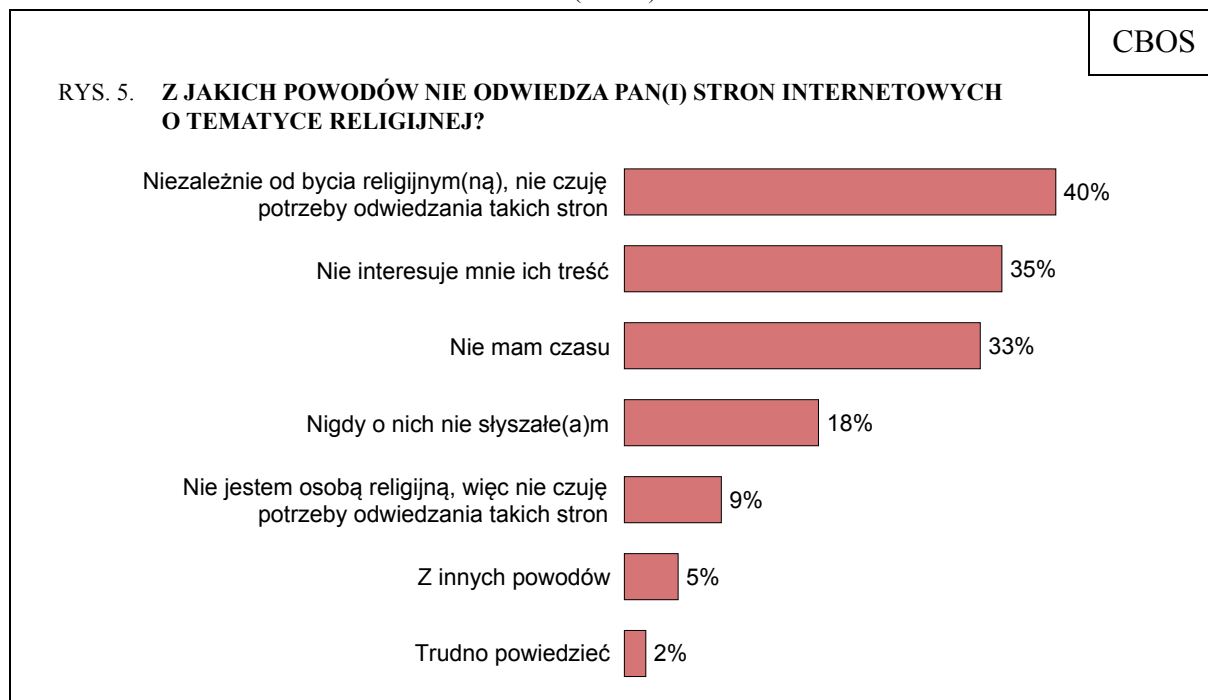
Tabela 2

Czego głównie poszukuje Pan(i) na religijnych stronach internetowych?	Odpowiedzi internautów odwiedzających strony internetowe lub portale o tematyce religijnej według wieku					
	18–24 lata	25–34	35–44	45–54	55–64	65 lat i więcej
	w procentach					
Informacji z życia Kościoła	51	37	30	46	45	48
Informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii lub wspólnocie	24	43	30	57	67	49
Rozważań i artykułów na tematy religijne	37	23	30	60	33	34
Tekstów religijnych (np. Biblii online)	22	33	25	13	16	16
Ogólnych informacji o religii lub religiach	34	12	54	26	41	82
Możliwości rozmowy i dyskusji z innymi użytkownikami takich stron	8	4	8	0	0	16
Porad duchowych	19	0	20	0	0	17
Czegoś innego	26	11	11	6	5	0
Trudno powiedzieć	0	5	0	0	0	0

POWODY NIEODWIEDZANIA STRON RELIGIJNYCH

Internauci w ogóle nieodwiedzający stron religijnych najczęściej (40%) wskazywali na brak takiej potrzeby, niezależnie od stopnia ich religijności. Stosunkowo niewielu (9%) brak zainteresowania motywowało tym, że nie są osobami religijnymi, przy czym mężczyźni podawali ten argument dwukrotnie częściej niż kobiety. Mieszkańcy dużych miast częściej niż inni wskazywali, że nie odwiedzają stron religijnych, gdyż sami nie uważają się za osoby religijne (12%), a najczęściej (52%) deklarowali, że nie interesuje ich treść tego typu stron. Brak czasu jako przyczyna nieodwiedzania takich stron wskazywany był przede wszystkim przez osoby w wieku od 35 do 44 lat, co można wiązać z sytuacją życiową większości respondentów z tej grupy.

ODPOWIEDZI INTERNAUTÓW NIEKORZYSTAJĄCYCH ZE STRON LUB PORTALI O TEMATYCE RELIGIJNEJ
(N=557)



Procenty nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź



Jaki obraz polskiego użytkownika religijnych stron internetowych wyłania się z powyższych analiz? Polacy poszukują przede wszystkim informacji. Możliwością dyskusji z innymi użytkownikami stron religijnych czy poradami duchowymi, a więc formami

aktywności wymagającymi dwustronnej komunikacji, zainteresowanych jest stosunkowo niewielu użytkowników religijnych stron www (łącznie wybierało te odpowiedzi 14%). Potwierdza to hipotezę, że osoby poszukujące w internecie treści religijnych zazwyczaj oczekują nie tyle nowości, ile poszerzenia wiedzy lub umocnienia własnej wiary. Z tego punktu widzenia nie dziwi, że osoby najczęściej praktykujące i deklarujące się jako głęboko wierzące są najaktywniejszymi użytkownikami religijnych stron internetowych. Być może statystyczny użytkownik takich serwisów jest w Polsce także nieco starszy niż w innych krajach europejskich, brakuje jednak wystarczających danych, by stwierdzić, czy jest tak w istocie.

Fakt, że relatywnie duży odsetek użytkowników pochodzi z obszarów wiejskich, może potwierdzać nie tylko tradycyjnie większą ich religijność, ale też wskazywać na większą potrzebę kontaktu z innymi niż lokalne treściami religijnymi w nowych mediach.

Na koniec należy zaznaczyć, że strony informacyjne różnią się między sobą zarówno formą, jak i treścią. Strony parafii mogą zawierać wyłącznie terminarz mszy czy dyżurów proboszcza, ale mogą przybierać też bardziej interaktywne formy, jak np. strona parafii Świętej Rodziny w Pile, której konto w serwisie Twitter zawiera komentarze, linki i zdjęcia z rozmaitych wydarzeń w parafii (nie tylko stricte religijnych). Istnieje również wiele kanałów religijnych na YouTube, prowadzonych przez osoby świeckie i/lub duchowne, które oferują całkiem nowe formy przekazu treści religijnych (np. kanał „Bez Sloganu”). Z tego względu trudno jednoznacznie określić, jakiej formy polscy internauci oczekują i jaką wybierają najczęściej. Z pewnością jednak można liczyć na to, że wraz z rozwojem internetu w Polsce, witryny religijne będą coraz liczniejsze i coraz bardziej zróżnicowane.

Opracowała
Marta KOŁODZIEJSKA