

NR 80/2015

**KORZYSTANIE Z RELIGIJNYCH
STRON I PORTALI INTERNETOWYCH**

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 9 stycznia 2015 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

Trudno dokładnie określić liczbę polskojęzycznych religijnych stron i portali internetowych – między innymi ze względu na fakt, że część z nich to strony prywatne lub blogi, których religijny charakter jest kwestią subiektywnej oceny – należy jednak odnotować rozwój w ostatnich latach polskojęzycznych serwisów religijnych. Powstające religijne portale społecznościowe, np. twojaparafia.pl czy deon.pl, coraz liczniejsze kanały religijne w serwisie YouTube, grupy na Facebooku czy konta religijnych wspólnot i organizacji na Twitterze uznać można za odpowiedź na zapotrzebowanie internautów, zarówno jeśli chodzi o różnorodność, jak i format witryn religijnych. Potrzebę aktywnego udziału w mediach dostrzegają niemal wszystkie instytucje religijne. Ksiądz Paweł Rytel-Andrianik, nowo wybrany rzecznik Konferencji Episkopatu Polski, stwierdził, cytując jednego z kościelnych hierarchów: „Musimy uczyć się przekazu Ewangelii w 140 znakach, bo tyle mieści Twitter”. Choć coraz więcej wiemy o samych witrynach religijnych, to o ich użytkownikach podobnej wiedzy jeszcze nie mamy. Warto więc zwrócić uwagę na wnioski płynące z drugiego badania internautów korzystających z religijnych portali i stron internetowych¹.

KTO KORZYSTA Z RELIGIJNYCH STRON I PORTALI INTERNETOWYCH?

Wyniki zeszłorocznego badania² wskazywały, że 14% internautów odwiedzało strony i portale religijne. W tym roku odsetek ten nie uległ zmianie. Wśród osób deklarujących korzystanie z tego rodzaju stron więcej było kobiet (16%) niż mężczyzn (11%). Chętniej z portali religijnych korzystały osoby w wieku 55–64 lata oraz 44–55 lat, natomiast najmniej wśród ich użytkowników było osób starszych (powyżej 65 roku życia), co może wynikać z faktu, że osoby takie w ogóle stosunkowo rzadko korzystają z sieci. Wśród użytkowników stron religijnych najliczniejszą grupę stanowili respondenci z wyższym wykształceniem.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (300) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganą komputerowo (CAPI) w dniach 14–20 maja 2015 roku na liczącej 1048 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

² Zob. komunikat CBOS „Korzystanie z religijnych stron i portali internetowych”, czerwiec 2014 (oprac. M. Kołodziejska); dostępny jest pod adresem: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_083_14.PDF

Podobnie jak rok temu, największe zainteresowanie religijnymi stronami przejawiali mieszkańcy wsi oraz małych miast (po 15%). Większe zainteresowanie religijnymi stronami wśród takich osób może wynikać z ograniczonego dostępu do informacji w lokalnej wspólnocie religijnej: dzięki dostępowi do sieci użytkownicy mogą przekroczyć to ograniczenie, mają także możliwość nawiązania i utrzymania kontaktu ze współwyznawcami spoza miejsca zamieszkania.

Tabela 1

		Czy odwiedza Pan(i) strony internetowe lub portale o tematyce religijnej?	
		Tak	Nie
		w procentach	
Internauci ogółem		14	86
Wiek	18–24 lata	12	88
	25–34	16	84
	35–44	10	90
	45–54	17	83
	55–64	18	82
	65 lat i więcej	6	94
Miejsce zamieszkania	Wieś	15	85
	Miasto do 19 999	15	85
	20 000 – 99 999	13	87
	100 000 – 499 999	11	89
	500 000 i więcej mieszk.	13	87
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	2	98
	Zasadnicze zawodowe	11	89
	Średnie	13	87
	Wyższe	18	82

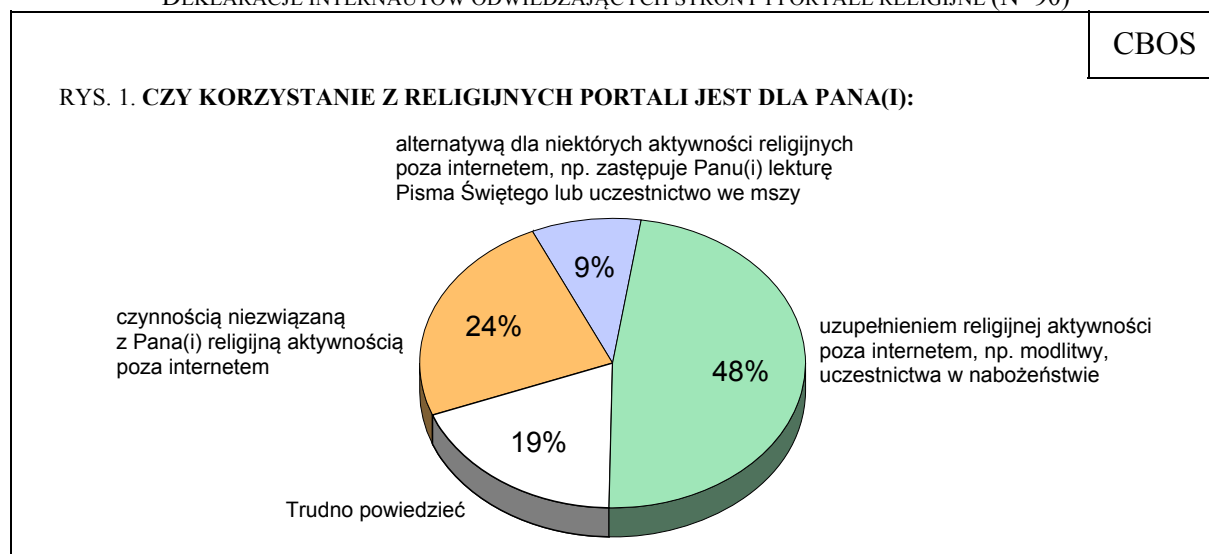
Częstość praktyk religijnych i deklarowany poziom religijności były dobrymi predyktorami korzystania ze stron religijnych: wśród osób praktykujących kilka razy w tygodniu religijne witryny odwiedzała większość (66%), podczas gdy wśród osób praktykujących raz w tygodniu odsetek ten wynosił 16%. Co ciekawe, wśród respondentów, którzy zadeklarowali nieuczestniczenie w praktykach religijnych, odsetek użytkowników stron religijnych wyniósł 9% – o 8 punktów procentowych więcej niż rok temu, a także o 5 punktów więcej niż wśród osób deklarujących uczestnictwo w praktykach religijnych kilka razy w roku. Osoby deklarujące głęboką wiarę były użytkownikami stron religijnych znacznie częściej (44%) niż respondenci określający się jako „wierzący” (13%). Wśród zdecydowanie niewierzących odsetek użytkowników wynosił natomiast 9%. Spośród osób, które nie odwiedzają stron religijnych, 6% deklarowało ich znajomość.

Tabela 2

		Czy odwiedza Pan(i) strony internetowe lub portale o tematyce religijnej?	
		Tak	Nie
		w procentach	
Internauci ogółem		14	86
Udział w praktykach religijnych	Kilka razy w tygodniu	66	34
	Raz w tygodniu	16	84
	1–2 razy w miesiącu	11	89
	Kilka razy w roku	4	96
	W ogóle nie uczestniczy	9	91
Czy uważa Pan(i) siebie za osobę:	głęboko wierzącą	44	56
	wierzącą	13	87
	raczej niewierzącą	0	100
	całkowicie niewierzącą	9	91

Respondenci zapytani o to, czym jest dla nich korzystanie z serwisów religijnych, w większości wskazywali na uzupełnianie religijnej aktywności poza siecią (np. uczestnictwa w praktykach religijnych) lub twierdzili, że odwiedzanie takich stron jest niezwiązane z ich aktywnością religijną. Najrzadziej deklarowali, że korzystanie z religijnych serwisów stanowi alternatywę dla pewnych form aktywności religijnej poza siecią – co ciekawe, wśród respondentów wybierających tę odpowiedź ponad dwa razy więcej było kobiet niż mężczyzn (odpowiednio: 11% i 5%). Najczęściej poszukiwanie alternatywy deklarowali respondenci z przedziału wiekowego 25–34 lata, co jest interesującym wynikiem, gdyż intuicyjnie oczywiste wydawałoby się wskazanie raczej na najmłodszych użytkowników jako poszukujących nowych, alternatywnych form religijności, tymczasem to osoby będące na początku życiowej stabilizacji wykazywały takie zainteresowanie najczęściej.

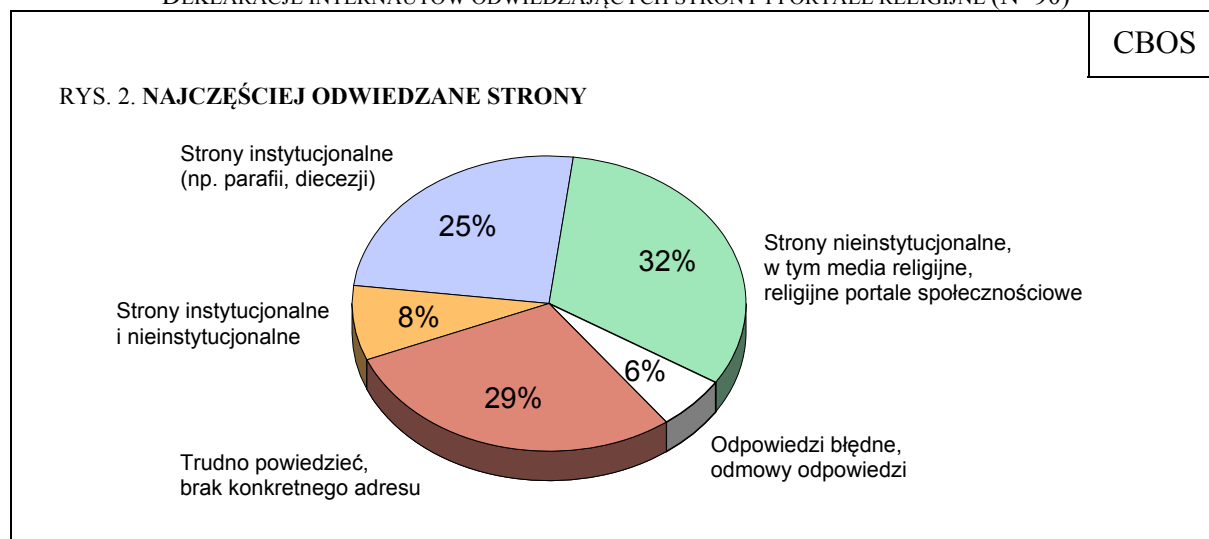
DEKLARACJE INTERNAUTÓW ODWIEDZAJĄCYCH STRONY I PORTALE RELIGIJNE (N=90)



NAJCZĘŚCIEJ ODWIEDZANE STRONY INTERNETOWE

W stosunku do zeszłorocznego badania nieco zmieniły się deklaracje dotyczące najczęściej odwiedzanych stron. Jedna trzecia ankietowanych (32%) wskazuje na strony nieinstytucjonalne, w tym strony mediów religijnych (np. wiara.pl, Nasz Dziennik) oraz religijne portale społecznościowe (np. deon.pl). Druga w kolejności deklaracja (29%) to brak konkretnej strony, czyli sytuacja, w której respondenci nie pamiętali nazwy lub adresu serwisu albo też twierdzili, że wpisują konkretne hasła w wyszukiwarce i na tej podstawie dokonują wyboru odwiedzanych stron. Na trzecim miejscu znalazły się strony instytucjonalne, kierowane zarówno do lokalnych wspólnot (np. strony parafii), jak i do wszystkich wiernych polskojęzycznych (np. jw.org, ekai.pl).

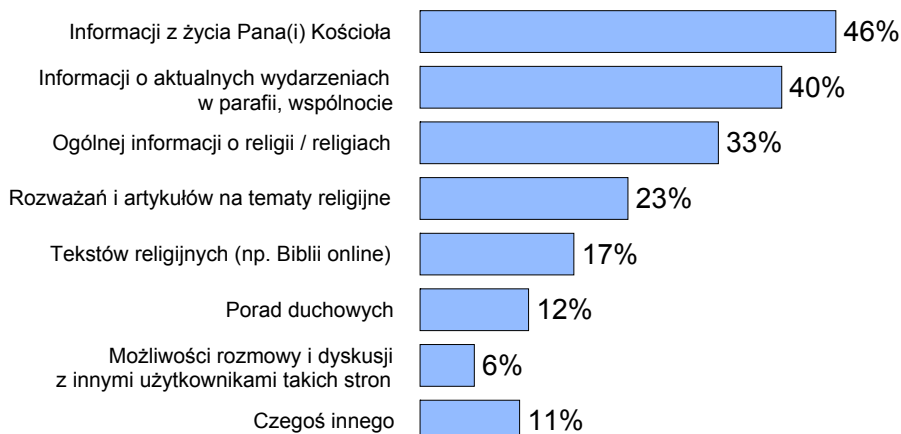
DEKLARACJE INTERNAUTÓW ODWIEDZAJĄCYCH STRONY I PORTALE RELIGIJNE (N=90)



NAJCZĘŚCIEJ POSZUKIWANE TREŚCI

W zeszłorocznym badaniu respondenci najczęściej wskazywali, że na religijnych stronach poszukują informacji z życia lokalnej wspólnoty. W tym roku dominowało poszukiwanie informacji z życia Kościoła (46%), natomiast informacje o aktualnych wydarzeniach w lokalnej parafii czy wspólnocie interesowały 40% respondentów. Ogólnych informacji o religii lub religiach poszukiwało łącznie 33% badanych, a rozważania i artykuły na tematy religijne były poszukiwane przez 23% respondentów. O 3 punkty procentowe wzrósł odsetek wskazań na porady duchowe (12%). Na dalszej pozycji znalazła się chęć dyskusji z innymi użytkownikami religijnych serwisów.

RYS. 3. CZEGO GŁÓWNIENIE POSZUKUJE PAN(I) NA RELIGIJNYCH STRONACH INTERNETOWYCH?



Odsetki nie sumują się do 100, gdyż badani mogli wybrać kilka opcji. Pominięto odmowy odpowiedzi

Powyższe wyniki prezentują się ciekawie w zależności od płci i grupy wiekowej. Kobiety chętniej niż mężczyźni poszukiwały porad duchowych oraz informacji o wydarzeniach w lokalnej parafii i wspólnocie. Mężczyźni wyraźnie dominowali natomiast w deklaracjach zainteresowania informacjami z życia Kościoła, ale też możliwością rozmowy i dyskusji z innymi użytkownikami stron religijnych. Ta ostatnia aktywność interesowała najczęściej najmłodszych użytkowników (18–24 lata), natomiast najstarsi respondenci poszukiwali przede wszystkim rozważań i artykułów na tematy religijne oraz tekstów religijnych online.

Tabela 3

Czego głównie poszukuje Pan(i) na religijnych stronach internetowych?	Płeć	
	mężczyźni	kobiety
	w procentach	
Informacji z życia Pana(i) Kościoła	52	42
Informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii, wspólnocie	34	44
Rozważań i artykułów na tematy religijne	22	23
Tekstów religijnych (np. Biblii online)	12	20
Ogólnej informacji o religii / religiach	29	36
Możliwości rozmowy i dyskusji z innymi użytkownikami takich stron	13	1
Porad duchowych	7	15
Czegoś innego	10	12

Trudno jednoznacznie ocenić, z czego wynikać mogą zmiany w deklaracjach – aby móc dyskutować o konkretnym trendzie, konieczne byłoby przeprowadzenie długofalowych badań. Być może nieco większe zainteresowanie poradami duchowymi online świadczy o dostrzeganiu potencjału religijnych witryn nie tylko jako źródła wiedzy o religii, ale także jako przestrzeni wymiany myśli i doświadczeń między użytkownikami.

PRZYCZYNY NIEODWIEDZANIA STRON I PORTALI RELIGIJNYCH

W tym roku ponownie zapytano respondentów o powody niekorzystania ze stron i portali religijnych. Wyniki przedstawiono na rys. 4.



Odsetki nie sumują się do 100, gdyż badani mogli wybrać kilka opcji

W naszym badaniu 39% respondentów nieodwiedzających stron religijnych uznało, że nie czuje potrzeby korzystania z takich stron, niezależnie od swojej religijności. Brak zainteresowania ich treścią wskazywało 32% badanych z tej grupy, a brak czasu był powodem, dla którego 31% nie korzystało z religijnych serwisów internetowych. Niektórzy respondenci – wybierając przyczyny inne niż wskazane na liście – twierdzili, że „wystarczy im to, co mają w Kościele”, a więc uczestnictwo w życiu religijnym offline spełnia ich potrzeby i oczekiwania na tyle, iż nie poszukują dodatkowych informacji gdzie indziej.



Przeprowadzone w maju badanie dostarcza ważnych informacji na temat użytkowników religijnych stron i portali internetowych. Wciąż stanowią oni wśród internautów mniejszość, ale ich preferencje, jeśli chodzi o rodzaje wybieranych stron i zagadnień, pozostają relatywnie stabilne w stosunku do zeszłego roku.

Użytkownicy polskojęzycznych serwisów religijnych to na ogół osoby głęboko wierzące i najczęściej praktykujące. Są to respondenci mieszkający przede wszystkim na wsi oraz w małych miastach. Przeważają wśród nich kobiety i osoby z wyższym wykształceniem. Użytkownicy ci zazwyczaj poszukują informacji z życia Kościoła, a także informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii czy wspólnocie. Korzystanie z religijnych serwisów internetowych respondenci postrzegają przede wszystkim jako uzupełnienie aktywności religijnej poza siecią lub jako czynność, której nie wiążą z formami aktywności religijnej. Można zatem uznać, że użytkowników stron religijnych interesuje przede wszystkim zdobywanie wiedzy na temat własnej religii, pozostawanie w kontakcie ze wspólnotą, a znacznie rzadziej – poszukiwanie nowości czy eksperymenty z tożsamością religijną. Nieodczuwanie potrzeby korzystania z takich stron i brak zainteresowania ich treścią były najczęściej wskazywanymi powodami, dla których respondenci nie odwiedzali religijnych serwisów. Nie jest to więc kwestia braku ich znajomości, ale raczej nieciekawej czy nieodpowiadającej potrzebom użytkowników oferty.

Zagadnieniem wartym uwagi jest korzystanie z religijnych stron i portali przez osoby niewierzące. Respondenci nieuczestniczący w praktykach religijnych oraz określający się jako niewierzący deklarowali korzystanie z portali religijnych częściej niż „raczej niewierzący” i uczestniczący w praktykach kilka razy w roku. Może to wynikać z faktu, że w Polsce dla wielu osób niewierzących tematy związane z Kościołem i religią w ogóle są interesujące lub ważne.

Opracowała

Marta KOŁODZIEJSKA