



CBOS

Centrum Badania
Opinii Społecznej

KOMUNIKAT z BADAŃ

NR 93/2016

ISSN 2353-5822

Korzystanie z religijnych stron i portali internetowych

Przedruk i rozpowszechnianie
tej publikacji **w całości** dozwolone
wyłącznie za zgodą CBOS.
Wykorzystanie **fragmentów**
oraz danych empirycznych
wymaga podania źródła

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 14 stycznia 2016 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

Internet to medium ulegające ciągłym, dynamicznym zmianom. Dotyczy to również stron i portali religijnych, które stają się coraz bardziej interaktywne, funkcjonalne i atrakcyjne wizualnie, dostosowując się do aktualnych trendów i odpowiadając na potrzeby użytkowników.

W tegorocznej¹, trzeciej już edycji badania użytkowników portali i stron religijnych, ponownie pytaliśmy internautów między innymi o to, czy odwiedzają religijne witryny internetowe, czego na nich poszukują, a także, jeżeli takiej aktywności nie deklarowali, jakie są przyczyny nieodwiedzania stron religijnych. Podobnie jak w poprzednich edycjach², ich użytkownicy stanowili mniejszość – 15% ankietowanych korzystających z internetu.

W stosunku do zeszłego roku zaobserwowano natomiast kilka zmian, które mogą wskazywać na stopniową przemianę trendów w korzystaniu z religijnych witryn internetowych.

KTO KORZYSTA Z RELIGIJNYCH STRON I PORTALI INTERNETOWYCH?

Płeć nie różnicuje istotnie korzystania z religijnych stron i portali: wśród kobiet taką aktywność deklarowano 16%, a wśród mężczyzn 14%. Z portali religijnych korzystały osoby w wieku 45–54 lat, a także 25–34 lata; najmniej wśród ich użytkowników było osób z przedziału wiekowego 35–44 lata oraz starszych (powyżej 65 roku życia). Wyniki te różnią się nieco od uzyskanych we wcześniejszych badaniach, zwłaszcza jeżeli chodzi o respondentów w wieku 55–64 lata: w stosunku do lat poprzednich odsetek ankietowanych deklarujących korzystanie z portali religijnych zmniejszył się o 4 punkty procentowe (z 18% w latach 2014 i 2015 do 14% w roku 2016).

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (312) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 5–12 maja 2016 roku na liczącej 1100 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

² Komunikat CBOS „Korzystanie z religijnych stron i portali internetowych”, czerwiec 2015 (oprac. M. Kołodziejska).

Tabela 1

Deklaracje użytkowników internetu		Czy odwiedza Pan(i) strony internetowe lub portale o tematyce religijnej?	
		Tak	Nie
		w procentach	
Ogółem		15	85
Płeć	Mężczyźni	14	86
	Kobiety	16	84
Wiek	18–24 lata	16	84
	25–34	17	83
	35–44	11	89
	45–54	21	79
	55–64	14	86
	65 lat i więcej	12	88
Miejsce zamieszkania	Wieś	12	88
	Miasto do 19 999	18	82
	20 000 – 99 999	14	86
	100 000 – 499 999	21	79
	500 000 i więcej mieszk.	17	83
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	8	92
	Zasadnicze zawodowe	8	92
	Średnie	15	85
	Wyższe	21	79

Odnotowano istotną zmianę, jeżeli chodzi o związek miejsca zamieszkania z odwiedzaniem portali religijnych. O ile w roku 2015 wśród korzystających z nich dominowali mieszkańcy wsi oraz miast liczących do 100 tysięcy mieszkańców, o tyle w roku 2016 wyniki wskazują na przewagę osób z miast liczących 100–499 tysięcy mieszkańców (21%). Badani z miast do 20 tysięcy mieszkańców uplasowali się obecnie na drugim miejscu (18%), natomiast wśród mieszkańców wsi korzystanie ze stron religijnych zadeklarowało 12%, a więc o 3 punkty procentowe mniej niż w roku 2015. Równocześnie należy podkreślić, że w tegorocznym badaniu respondenci mieszkający na wsi najrzadziej deklarowali korzystanie z witryn religijnych – jest to znacząca zmiana w porównaniu do lat ubiegłych, kiedy to właśnie oni najczęściej deklarowali taką aktywność. Trudno stwierdzić, z czego ta zmiana wynika, jeżeli jednak taki trend utrzyma się, będzie to wskazywać na odwrócenie dotychczasowych tendencji.

Odsetek korzystających z portali religijnych rośnie wraz z poziomem wykształcenia respondentów: wśród osób z wykształceniem podstawowym i gimnazjalnym 8% deklarowało korzystanie z takich serwisów, podczas gdy wśród respondentów z wyższym wykształceniem – 21%. Różnice te mogą być związane z posiadanymi kompetencjami cyfrowymi, ale także np. z czynnikami ekonomicznymi.

Analiza danych wskazuje, że nie zmienia się dodatnia korelacja pomiędzy deklarowaną częstością praktyk religijnych a korzystaniem z religijnych serwisów internetowych: w grupie najczęściej praktykujących 65% respondentów zadeklarowało korzystanie z takich serwisów. Wśród osób biorących udział w praktykach religijnych raz w tygodniu odsetek ten wynosił już tylko 21%.

Tabela 2

Deklaracje użytkowników internetu		Czy odwiedza Pan(i) strony internetowe lub portale o tematyce religijnej?	
		Tak	Nie
		w procentach	
Ogółem		15	85
Udział w praktykach religijnych	Kilka razy w tygodniu	65	35
	Raz w tygodniu	21	79
	1–2 razy w miesiącu	8	92
	Kilka razy w roku	5	95
	W ogóle nie uczestniczy	6	94

Podobnie przedstawia się związek między deklarowanym poziomem religijności a korzystaniem z witryn religijnych: osoby głęboko religijne najczęściej deklarowały korzystanie z witryn religijnych. Warto jednak odnotować, że wśród respondentów niewierzących osób odwiedzających strony i portale religijne było (tak jak w roku ubiegłym) więcej aniżeli wśród badanych, którzy uważali się za „raczej niewierzących” – zob. tabela 3.

Tabela 3

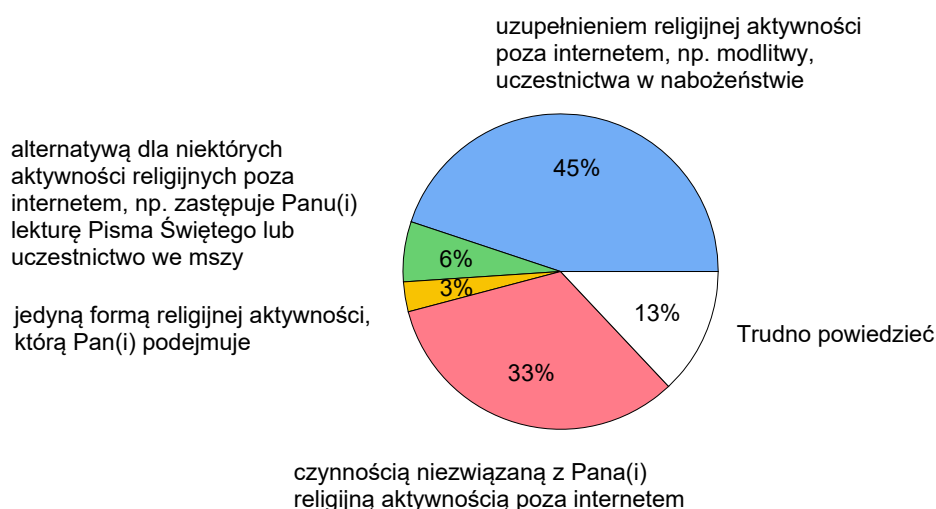
Deklaracje użytkowników internetu		Czy odwiedza Pan(i) strony internetowe lub portale o tematyce religijnej?	
		Tak	Nie
		w procentach	
Ogółem		15	85
Niezależnie od udziału w praktykach religijnych, czy uważa Pan(i) siebie za osobę:	głęboko wierzącą	51	49
	wierzącą	14	86
	raczej niewierzącą	0	100
	całkowicie niewierzącą	5	95

Niemal połowa (45%) respondentów odwiedzających religijne strony i portale wskazywała, że działania te stanowią uzupełnienie ich aktywności religijnej poza siecią, natomiast co trzeci badany postrzegał je jako niezwiązane z taką aktywnością.

Deklaracje użytkowników internetu korzystających z religijnych stron i portali internetowych

CBOS

RYS. 1. CZY KORZYSTANIE Z RELIGIJNYCH PORTALI JEST DLA PANA(I):



Warto podkreślić, że w przypadku 20% badanych w wieku 18–24 lata korzystanie z portali religijnych zastępowało im inne formy religijnej aktywności: odpowiedź tę wskazali wyłącznie najmłodsi respondenci. Być może, ma to związek z rosnącym odsetkiem niepraktykującej młodzieży – dla części młodych ludzi religijne media stanowią atrakcyjną alternatywę dla praktyk instytucjonalnych, ponieważ nie wymagają specjalnego miejsca i czasu, a korzystanie z nich można również dostosowywać do własnych potrzeb.

Dla większości respondentów odwiedzanie religijnych witryn nie stanowiło natomiast konkurencji dla innych form religijnej aktywności, co świadczyć może o tym, że aktywność online postrzegana jest jako uzupełnienie tych ostatnich, możliwość poszerzania wiedzy na tematy związane z religią czy pozostawania w kontakcie z własną wspólnotą.

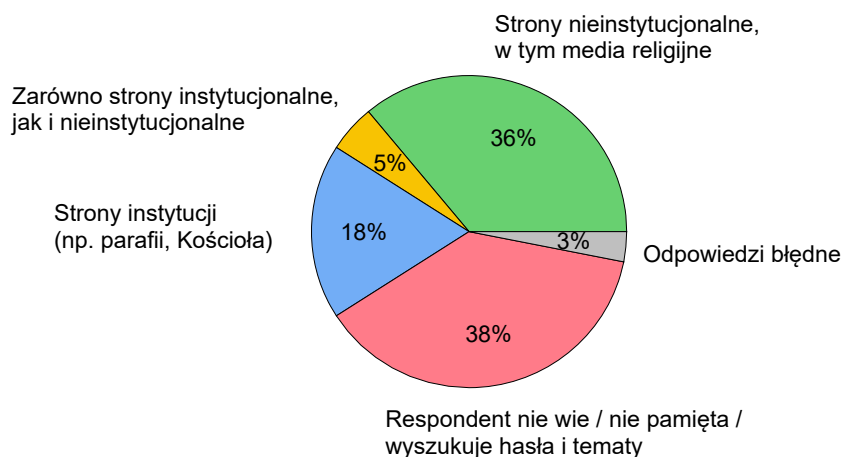
NAJCZĘŚCIEJ ODWIEDZANE STRONY

W tegorocznym badaniu respondenci najczęściej nie wymieniali konkretnych adresów stron religijnych, które odwiedzają: nie pamiętali dokładnego adresu lub deklaruowali, że znajdują materiały na interesujące ich tematy dzięki wyszukiwarce (38%). Mniej liczna grupa wskazywała strony nieinstytucjonalne, m.in. strony religijnych mediów (36% odpowiedzi). Najczęściej były to witryny związane z wyznaniem rzymsko-katolickim, pojawiały się również sporadycznie strony Świadków Jehowy. Warto w tym miejscu wspomnieć, że respondenci tegorocznej edycji wielokrotnie częściej niż badani w latach ubiegłych wymieniali portal fronda.pl jako medium religijne, które znają i z którego korzystają. Wśród innych popularnych serwisów zainteresowanie budziły też portale: wiara.pl, deon.pl oraz radiomaryja.pl. Odwiedzanie witryn instytucji, np. lokalnej parafii, deklarowało 18% respondentów, a więc o siedem punktów procentowych mniej niż w roku 2015.

Odpowiedzi użytkowników internetu korzystających z religijnych stron i portali internetowych

CBOS

RYS. 2. TYPY ODWIEDZANYCH STRON / PORTALI RELIGIJNYCH



NAJCZĘŚCIEJ POSZUKIWANE TREŚCI

Respondentów tegorocznej edycji badania, podobnie jak w latach ubiegłych, pytano, jakiego rodzaju treści poszukują na religijnych stronach i portalach internetowych. Ankietowani najczęściej deklarowali zainteresowanie informacjami o aktualnych wydarzeniach w lokalnej parafii lub wspólnoty (46% respondentów), a także informacjami z życia Kościoła, do którego należą (36%). Badani wymieniali również teksty religijne online (31%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się strony umożliwiające dyskusję z innymi użytkownikami, np. fora i czaty religijne (6%).

Wyniki te pozwalają stwierdzić, że korzystanie z witryn religijnych ma przede wszystkim charakter uzupełniający inne religijne aktywności.

Tabela 4

Czego głównie poszukuje Pan(i) na religijnych stronach internetowych?	Deklaracje użytkowników internetu korzystających z religijnych stron i portali internetowych
	w procentach
Informacji z życia Pan(i) Kościoła	36
Informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii / wspólnoty	46
Rozważań i artykułów na tematy religijne	29
Tekstów religijnych (np. Biblii online)	31
Ogólnej informacji o religii / religiach	25
Możliwości rozmowy i dyskusji z innymi użytkownikami takich stron	6
Porad duchowych	9
Czegoś innego	12

Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Mężczyźni najczęściej poszukiwali informacji z życia Kościoła (50%) oraz wiadomości o aktualnych wydarzeniach w lokalnej parafii lub wspólnoty (49%). Kobiety najczęściej wskazywały treści tego ostatniego rodzaju (43%), ale deklarowały również zainteresowanie tekstami religijnymi online (35%). Co ciekawe, kobiet zainteresowanych informacjami z życia Kościoła było o ponad połowę mniej niż mężczyzn (24% wobec 50%). Poszukiwanie ogólnych informacji o religii i religiach deklarowało 31% mężczyzn i 20% kobiet. Znaczna różnica w stosunku do roku ubiegłego widoczna jest w deklaracjach zainteresowania poradami duchowymi: w roku 2015 kobiety wskazywały tę odpowiedź ponad dwa razy częściej niż mężczyźni, natomiast w aktualnym badaniu sytuacja odwróciła się – porad takich poszukiwało 13% mężczyzn i 5% kobiet.

Tabela 5

Deklaracje użytkowników internetu korzystających z religijnych stron i portali internetowych		Czego głównie poszukuje Pan(i) na religijnych stronach internetowych?							
		Informacji z życia Pan(i) Kościoła	Informacji o aktualnych wydarzeniach w parafii / wspólnocie	Rozważań i artykułów na tematy religijne	Tekstów religijnych (np. Biblii online)	Ogólnej informacji o religii / religiach	Możliwości rozmowy i dyskusji z innymi użytkownikami takich stron	Porad duchowych	Czegoś innego
		w procentach							
Ogółem		36	46	29	31	25	6	9	12
Płeć	Mężczyźni	50	49	32	26	31	6	13	11
	Kobiety	24	43	25	35	20	6	5	12
Wiek	18–24 lata	44	41	13	7	17	17		
	25–34	36	45	22	31	28		10	17
	35–44	39	40	57	41	23	10	12	18
	45–54	32	60	31	40	28		11	5
	55–64	38	37	34	25	31	9	14	23
	65 lat i więcej	12	50	8	53	21	9		
Miejsce zamieszkania	Wieś	41	39	20	35	38	13	10	9
	Miasto do 19 999	47	49	35	23	27		4	17
	20 000 – 99 999	17	35	35	32	30	9	5	22
	100 000 – 499 999	39	57	30	28	17		14	8
	500 000 i więcej mieszk.	32	52	29	34	4	4	6	4

Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

Porad duchowych poszukiwali przede wszystkim badani w wieku 55–64 lata, najstarsi respondenci najczęściej deklarowali zainteresowanie tekstami religijnymi online (53%), natomiast najmłodszy poszukiwali głównie informacji z życia ich Kościoła (44%). Osoby przedziału z wiekowego 35–44 lata najczęściej wskazywały, że poszukują rozważań i artykułów na tematy religijne (57%).

Podobnie jak w ubiegłorocznym badaniu, najmłodszy respondenci najczęściej deklarowali zainteresowanie rozmowami i dyskusjami z innymi użytkownikami stron religijnych (17%), co wyróżniało ich na tle pozostałych grup.

Warto porównać także wyniki w zależności od miejsca zamieszkania respondentów. Mieszkańcy wsi najczęściej spośród wszystkich badanych wskazywali na poszukiwanie możliwości dyskusji z innymi (13%), deklarowali też zainteresowanie ogólnymi informacjami o religii i religiach (38%). Z kolei mieszkańców miast najczęściej interesowały informacje o aktualnych wydarzeniach w lokalnej parafii czy wspólnocie.

PRZYCZYNY NIEODWIEDZANIA STRON I PORTALI RELIGIJNYCH

Respondentów, którzy nie odwiedzają religijnych witryn, zapytano o przyczynę niepodjęcia tego rodzaju aktywności. Około 48% wskazało, że nie czuje potrzeby odwiedzania takich stron, natomiast 34% zadeklarowało, że nie interesuje ich treść stron i portali religijnych. Brak czasu wymieniło 33% spośród nich, a 10% zadeklarowało, że nie odwiedza religijnych witryn, ponieważ nie są osobami religijnymi. Na tę ostatnią przyczynę wskazywali przede wszystkim mieszkańcy największych miast, respondenci z wyższym wykształceniem oraz badani w wieku 18–24 lata.

Tabela 6

Z jakich powodów nie odwiedza Pan(i) stron internetowych o tematyce religijnej?	Deklaracje użytkowników internetu nieodwiedzających religijnych stron i portali internetowych
	w procentach
Nie jestem osobą religijną, więc nie czuję potrzeby odwiedzania takich stron	10
Niezależnie od bycia religijnym(ną), nie czuję potrzeby odwiedzania takich stron	48
Nie interesuje mnie ich treść	34
Nie mam czasu	33
Nigdy o nich nie słyszałem(am)	7
Z innych powodów	3

Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź



Badanie użytkowników stron i portali religijnych wykazało po raz kolejny, że z religijnych witryn korzystają przede wszystkim osoby, które są religijnie zaangażowane – najczęściej podejmują praktyki religijne i określają się jako głęboko religijne. Witryny tego rodzaju postrzegane są jako uzupełnienie aktywności offline, umożliwiające poszerzenie wiedzy o własnej religii, utrzymanie kontaktu ze wspólnotą czy zdobycie aktualnych informacji z życia Kościoła. Religijne witryny w niewielkim zakresie odwiedzano, aby poznać wyznania inne niż własne.

Warto zwrócić uwagę na deklaracje najmłodszych respondentów, w wieku 18–24 lata – w przypadku części z nich korzystanie z witryn religijnych zastępowało inne religijne aktywności. Dla najmłodszych ankietowanych atrakcyjne były również takie witryny religijne, które umożliwiały dyskusję z innymi użytkownikami, co rzadko interesowało

badanych z pozostałych przedziałów wiekowych. Jednocześnie to w tej grupie odnotowano największe odsetki osób deklarujących, że nie korzystały z takich stron, ponieważ nie są wierzące.

Chociaż korzystanie z religijnych stron kojarzone jest często z procesami indywidualizacji i prywatyzacji religii, to wielość form tych witryn, możliwości przez nie oferowanych, a także potrzeb użytkowników wskazuje, że obraz ten warto zniuansować. Odwiedzanie religijnych witryn może przyczyniać się do poszerzenia wiedzy i zainteresowania sprawami religii oraz pogłębienia wiary, co oddziałuje również na wspólnotę religijną.

Opracowała
Marta KOŁODZIEJSKA