

Odwiedzanie serwisów i portali o tematyce religijnej – sytuacja w czasach pandemii

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2022



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

Poprzednia edycja badania poświęcona odwiedzaniu przez Polaków stron i portali o tematyce religijnej miała miejsce w roku 2016¹. Po ponad pięciu latach sytuacja w kraju i na świecie uległa diametralnej zmianie: trwająca od 2020 roku pandemia COVID-19 wpłynęła nie tylko na gospodarkę, służbę zdrowia czy edukację, ale również na życie religijne. Lockdown z kwietnia 2020 roku oraz późniejsze obostrzenia zmusiły wiele Kościołów i wspólnot religijnych do ograniczenia działalności lub przeniesienia znacznej jej części do internetu. W rezultacie mogliśmy zaobserwować poszerzenie oferty medialnej wielu lokalnych kościołów i zborów, na przykład poprzez transmitowanie nabożeństw online lub zdalne organizowanie spotkań modlitewnych². Czy wpłynęło to na praktyki religijne wiernych? Styczniowe badanie pomogło prześledzić zmiany w korzystaniu z internetu dla celów religijnych przez Polaków³.

Choć za wcześnie jeszcze na diagnozy dotyczące długofalowego wpływu pandemii na praktyki religijne w sieci, warto zauważyć, że w badaniu CBOS z czerwca 2020 roku respondenci w większości (75%) nie deklarowali zmian w poziomie swojej religijności. Jednocześnie w czasach restrykcji i ograniczeń liczby wiernych na nabożeństwach w kościołach i świątyniach, 60% badanych oglądało transmisje mszy św. w telewizji, a 21% deklaroowało oglądanie transmisji mszy św. przez internet⁴, co potwierdza duże znaczenie praktyk zapośredniczonych przez media w czasach pandemii. Nie mamy natomiast danych, które pozwalają stwierdzić, czy ten zwrot ku mediom związany jest ze spadkiem lub wzrostem liczby praktykujących w ogóle. Jak pokazują np. prowadzone w Stanach Zjednoczonych badania Pew Research Center, z jednej strony po spadkach uczestnictwa w zorganizowanych praktykach religijnych w 2021 roku zaobserwowano powolny wzrost liczby praktykujących⁵, ale z drugiej strony w grudniu 2021 roku odnotowano o 12 punktów procentowych

¹ Komunikat CBOS „Korzystanie z religijnych stron i portali internetowych”, czerwiec 2016 (oprac. M. Kołodziejska).

² Zob. też J. Kloch, *Parafie online w Polsce w dobie pandemii COVID-19. Studium przypadku*, „Colloquia Theologica Ottoniana”, 37/2021, s. 95–113. DOI: 10.18276/cto.2021.37-06.

³ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (381) przeprowadzono w ramach procedury mixed-mode na reprezentatywnej imiennej próbie pełnoletnich mieszkańców Polski, wylosowanej z rejestru PESEL.

Każdy respondent wybierał samodzielnie jedną z metod:

- wywiad bezpośredni z udziałem ankietera (metoda CAPI),
- wywiad telefoniczny po skontaktowaniu się z ankieterem CBOS (CATI) – dane kontaktowe respondent otrzymywał w liście zapowiednim od CBOS,
- samodzielne wypełnienie ankiety internetowej, do której dostęp był możliwy na podstawie loginu i hasła przekazanego respondentowi w liście zapowiednim od CBOS.

We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 3 do 13 stycznia 2022 roku na próbie liczącej 1135 osób (w tym: 46,4% metodą CAPI, 33,1% – CATI i 20,4% – CAWI).

CBOS realizuje badania statutowe w ramach opisanej wyżej procedury od maja 2020 roku, w każdym przypadku podając proporcję wywiadów bezpośrednich, telefonicznych i internetowych.

⁴ Komunikat CBOS „Wpływ pandemii na religijność Polaków”, czerwiec 2020 (oprac. M. Bożewicz).

⁵ Pew Research Center, *Life in U.S. Religious Congregations Slowly Edges Back Toward Normal*, 22 marca 2021.

niższy niż przed dekadą odsetek osób deklarujących przynależność do jakiegokolwiek wyznania⁶. Z pewnością wpływ pandemii i związanych z nią obostrzeń na religijność i praktyki religijne ocenić będzie można dopiero po upływie kilku lat, ale warto zwrócić uwagę na rolę mediów, zwłaszcza elektronicznych, w obserwowanych przemianach.

ODWIEDZANIE SERWISÓW O TEMATYCE RELIGIJNEJ

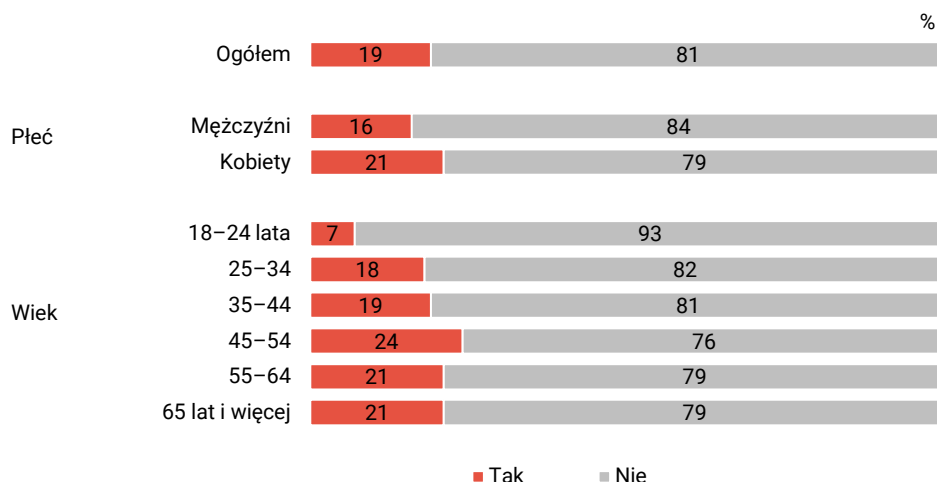
W styczniu br. serwisy religijne odwiedzało, według deklaracji badanych, łącznie 19% użytkowników internetu. W porównaniu do roku 2016 jest to niewielki wzrost (o 4 punkty procentowe). Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują odwiedzanie takich serwisów (21% wobec 16% mężczyzn).

Analizując rozkład odpowiedzi w różnych kohortach wiekowych, warto zwrócić uwagę na fakt, że najczęściej korzystanie z takich serwisów deklarowały osoby w wieku 45–54 lata (24%), a nieco rzadziej zarówno respondenci w wieku 55–64, jak i najstarsi – 65+ (po 21%). Najmłodsi ankietowani, którzy są zarazem bardzo aktywnymi użytkownikami sieci w ogóle, korzystanie z takich stron deklarowali najrzadziej (7%).

CBOS

RYS. 1. Czy odwiedza Pan(i) serwisy internetowe (strony, media społecznościowe lub portale) o tematyce religijnej?

ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (N=873)



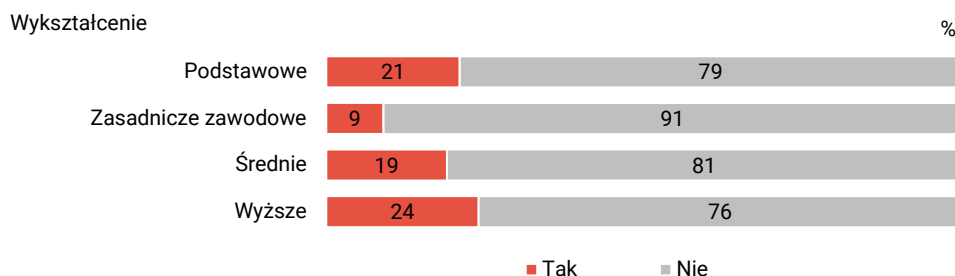
⁶ Pew Research Center, *About Three-in-Ten U.S. Adults Are Now Religiously Unaffiliated*, 14 grudnia 2021.

Wśród osób z wykształceniem wyższym odnotowano najwięcej deklaracji korzystania z serwisów religijnych (24%), ale drugą co do wielkości kategorię użytkowników stanowili respondenci z wykształceniem podstawowym (21%).

CBOS

RYS. 2. Czy odwiedza Pan(i) serwisy internetowe (strony, media społecznościowe lub portale) o tematyce religijnej?

ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (N=873)

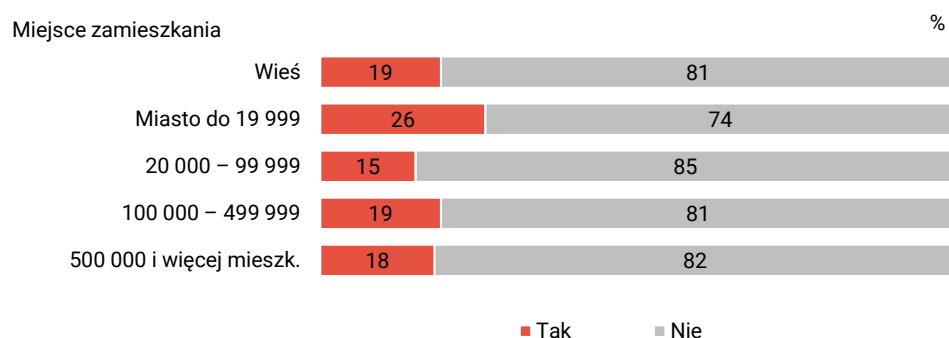


Jeżeli chodzi o różnice między mieszkańcami miast i wsi, w tej edycji badania odwiedzanie religijnych serwisów najczęściej deklarowali ankietowani z miast liczących do 20 tys. mieszkańców (26%), a zarówno mieszkańcy wsi, jak i miast od 100 tys. do 499 tys. ludności uplasowali się na drugim miejscu (po 19%).

CBOS

RYS. 3. Czy odwiedza Pan(i) serwisy internetowe (strony, media społecznościowe lub portale) o tematyce religijnej?

ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (N=873)



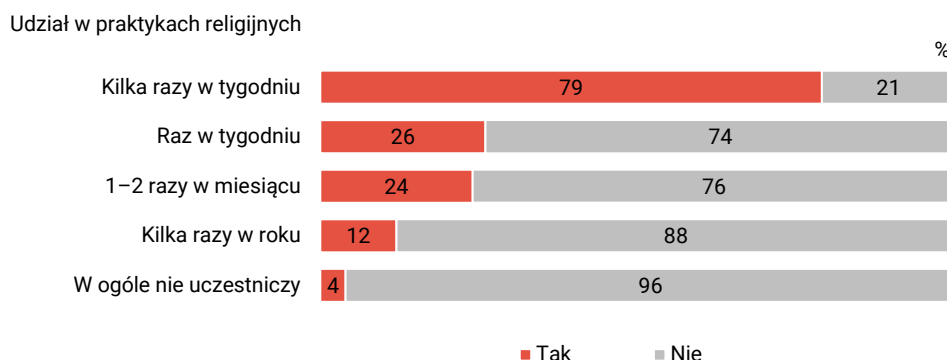
Podobnie jak w poprzednich edycjach badania, tak i w tym roku najaktywniejszymi użytkownikami religijnych serwisów były osoby biorące udział w praktykach religijnych kilka razy w tygodniu – 79% respondentów deklarujących częste praktyki przyznało, że korzysta z serwisów religijnych. Wśród osób deklarujących praktykowanie raz w tygodniu takich wskazań było już zdecydowanie mniej – 26%. Potwierdza to więc wnioski z poprzednich edycji badania wskazujące, że w Polsce religijne

serwisy służą przede wszystkim osobom już bardzo zaangażowanym. Rzadsze praktyki i mniejsze zaangażowanie sprawiają, że treści o tematyce religijnej są poszukiwane rzadziej.

CBOS

RYS. 4. Czy odwiedza Pan(i) serwisy internetowe (strony, media społecznościowe lub portale) o tematyce religijnej?

ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (N=873)

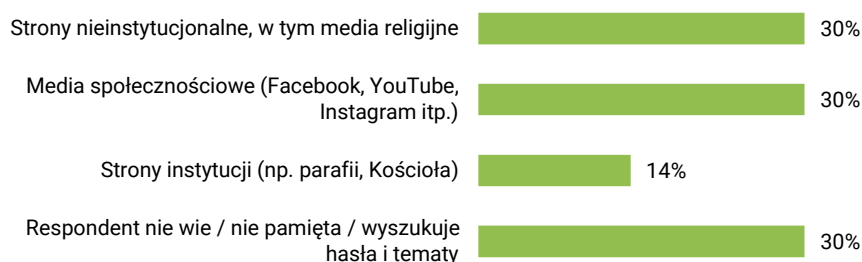


Pytane o to, jakich treści poszukują najczęściej, osoby odwiedzające serwisy religijne, podobnie jak w poprzednich latach, często wskazywały na wyszukiwanie haseł lub treści w wyszukiwarkach, a nie odwiedzanie konkretnych stron (30%). Nowością w porównaniu do poprzednich edycji było wyróżnienie mediów społecznościowych o tematyce religijnej (np. kanałów na YouTube czy stron na Facebooku): tę opcję wybrało 30% respondentów. Choć znaczenie ma sama konstrukcja pytania, warto podkreślić, że zdecydowanie częściej niż w roku 2016 wskazywano na Facebooka, co można wiązać ze wzrostem popularności tego serwisu w Polsce w ciągu ostatnich pięciu lat. Tyle samo użytkowników serwisów religijnych deklarowało odwiedzanie stron nieinstytucjonalnych, a dużo mniejszą popularnością cieszyły się w tym roku strony instytucjonalne, np. parafii, zboru czy Kościoła (14%).

CBOS

RYS. 5. Z jakich serwisów religijnych respondent korzysta?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU KORZYSTAJĄCYCH Z RELIGIJNYCH STRON I PORTALI INTERNETOWYCH (N=148)

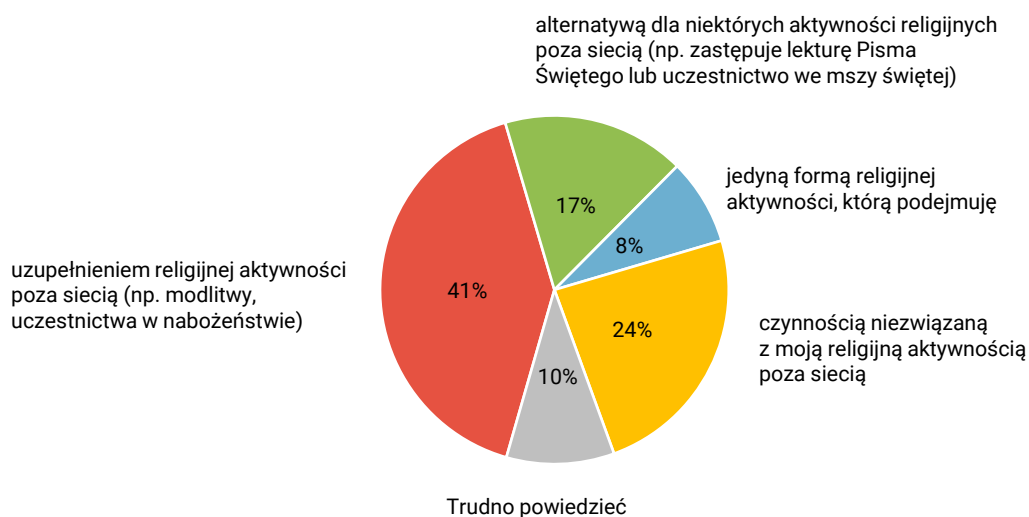


Ciekawych wniosków dostarczają odpowiedzi na pytanie, jakie funkcje pełniło w czasach pandemii korzystanie z serwisów o tematyce religijnej. Dla 41% badanych było ono uzupełnieniem aktywności religijnej poza siecią – podobnie jak w roku 2016 respondenci najczęściej wskazywali właśnie na ten powód odwiedzania takich stron. Na przykład wyszukiwanie treści pieśni religijnych czy rozważań na tematy duchowe mogło być uzupełnieniem refleksji po kazaniu czy studium biblijnym. Około 24% respondentów wskazało jednak, że odwiedzanie serwisów religijnych uważa za czynność niezwiązaną z aktywnością religijną poza siecią, jak w sytuacji, gdy poszukiwali w sieci informacji o godzinach pracy parafii czy informacji z życia swojego kościoła. Dla ośmiu procent badanych aktywność w sieci była natomiast jedyną formą aktywności religijnej w czasie pandemii – w porównaniu do wyników badania z 2016 roku jest to więc wzrost o 5 punktów procentowych.

CBOS

RYS. 6. W czasie pandemii korzystanie z religijnych serwisów internetowych jest dla Pana(i) przede wszystkim:

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU KORZYSTAJĄCYCH Z RELIGIJNYCH STRON I PORTALI INTERNETOWYCH (N=159)



Warto podkreślić, że 28% respondentów w wieku 18–24 lata wybrało właśnie tę odpowiedź, a w pozostałych kategoriach wiekowych takiej odpowiedzi udzielało nie więcej niż 14%. Jeżeli ten trend utrzyma się w kolejnych latach, może on wskazywać na zmiany w formach praktykowania religii wśród młodych dorosłych.

Przypomnijmy, że większość (81%) respondentów deklarowała, że nie korzysta z serwisów religijnych. Zapytani o przyczyny, badani, podobnie jak w 2016 roku, najczęściej wskazywali, że nie czują potrzeby odwiedzania stron religijnych (74%), a także że nie interesuje ich treść tych serwisów (35%). Trzecią najczęściej wskazywaną przyczyną był brak czasu (12%).

TABELA 1

Z jakich powodów nie odwiedza Pan(i) portali internetowych o tematyce religijnej? Proszę wskazać nie więcej niż dwa powody	Odpowiedzi użytkowników internetu niekorzystających z religijnych stron i portali internetowych (N=701)
	w procentach
Nie czuję potrzeby ich odwiedzania	74
Nie interesuje mnie ich treść	35
Nie mam czasu	12
Nigdy o nich nie słyszałem(am)	4
Nie wiem, jak dotrzeć do takich portali	3
Z innych powodów	3

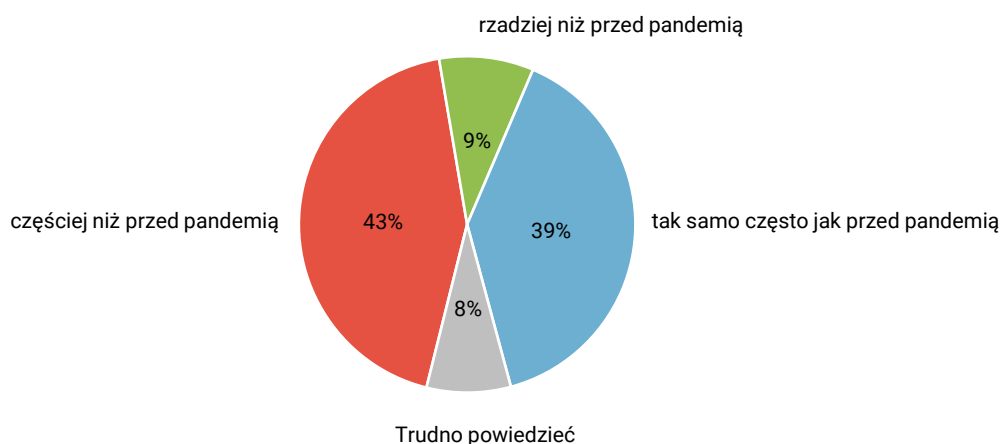
CZĘSTOŚĆ KORZYSTANIA Z SIECI DLA CELÓW RELIGIJNYCH

Kolejne pytania dotyczyły zmiany częstości korzystania z internetu dla celów religijnych w czasach pandemii. Analiza wykazała, że 43% odwiedzających religijne serwisy zadeklarowało, że częstość ta zwiększyła się, a 39% – że pozostała bez zmian. Dla 9% respondentów czas pandemii oznaczał natomiast rzadsze korzystanie z sieci dla celów religijnych.

CBOS

RYS. 7. Czy w czasie pandemii korzystał(a) Pan(i) z internetu dla celów religijnych:

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU KORZYSTAJĄCYCH Z RELIGIJNYCH STRON I PORTALI INTERNETOWYCH (N=158)



Wśród osób w wieku 35–44 lata najwięcej, bo 59% zadeklarowało, że częściej korzystają z internetu dla celów religijnych. Warto jednocześnie zauważyć, że połowa najstarszych respondentów, powyżej 65 roku życia, również wskazała taką odpowiedź. Może być to związane z faktem, że w czasie pandemii – z powodu ograniczonych możliwości praktykowania w kościołach i wspólnotach – część seniorów z konieczności zaczęła korzystać z sieci dla celów religijnych.

Analizując rozkład odpowiedzi w zależności od praktyk religijnych w ogóle, należy wskazać, że wśród osób praktykujących częściej niż raz w tygodniu mniej więcej tyle samo respondentów deklaroowało częstsze korzystanie z internetu dla celów religijnych w czasach pandemii, ile zadeklarowało brak zmiany w tym zakresie (odpowiednio 48% i 47%). Spośród praktykujących raz w tygodniu 59% wskazało zwiększenie częstości korzystania z internetu dla celów religijnych, wobec 34% deklaruujących taką samą częstość tych aktywności. Co ważne, im rzadziej respondenci praktykowali, tym częściej deklarowali, że w czasach pandemii mniej chętnie korzystali z internetu dla celów religijnych.

TABELA 2

Udział w praktykach religijnych*	Odpowiedzi użytkowników internetu korzystających z religijnych stron i portali internetowych (N=158)			
	Czy w czasie pandemii korzystał(a) Pan(i) z internetu dla celów religijnych:			
	częściej niż przed pandemią	rzadziej niż przed pandemią	tak samo często, jak przed pandemią	Trudno powiedzieć
	w procentach			
Kilka razy w tygodniu	48	6	47	0
Raz w tygodniu	59	3	34	4
1–2 razy w miesiącu	28	16	46	9
Kilka razy w roku	24	17	35	24

* Ze względu na zbyt małą liczebność pominięto osoby nieuczestniczące w praktykach religijnych

PANDEMIA A RODZAJE RELIGIJNYCH AKTYWNOŚCI ONLINE

W badaniu zapytano użytkowników religijnych serwisów internetowych również o to, czy w czasie pandemii podjęli nowe (tzn. takie, których nie podejmowali przed pandemią) aktywności religijne w sieci. Łącznie 47% respondentów udzieliło odpowiedzi przeczącej, co wskazuje na to, że pandemia – przynajmniej do tej pory – nie przyczyniła się do masowej zmiany form tych aktywności. Jednocześnie 40% użytkowników wskazało, że zaczęli oglądać transmisje nabożeństw online, co wskazuje na istotne zapotrzebowanie na tego typu działania Kościołów i wspólnot.

RYS. 8. Czy w czasie pandemii podjął(ęła) Pan(i) nowe aktywności religijne w internecie?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU KORZYSTAJĄCYCH Z RELIGIJNYCH STRON I PORTALI INTERNETOWYCH (N=157)



Dla 13% badanych pandemia stała się zachętą do odwiedzenia strony internetowej lub mediów społecznościowych własnego Kościoła, co potwierdza wcześniejszą konstatację o rosnącej roli kościelnych mediów społecznościowych w aktywnościach religijnych respondentów. Jednocześnie 7% korzystających z serwisów religijnych dołączyło do religijnych stron i grup w mediach społecznościowych, np. na Facebooku: bardziej aktywna forma korzystania z mediów społecznościowych dla celów religijnych jest mniej poszukiwana niż obserwowanie własnej wspólnoty czy Kościoła.

Oglądanie transmisji nabożeństw w sieci było popularne zwłaszcza wśród mieszkańców największych miast (66%), gdzie oferta tego typu była najprawdopodobniej najbardziej różnorodna i najłatwiej dostępna. Mieszkańcy najmniejszych miast wskazywali tę odpowiedź nieco rzadziej (58%), natomiast wśród mieszkańców wsi najmniej (jedna czwarta) ankietowanych deklaroowało taką aktywność.

Warto zauważyć, że najmłodsi badani są w największym stopniu niechętni poszukiwaniom nowych form aktywności religijnej w sieci (71%), co można wiązać z najmniejszym zaangażowaniem religijnym tej kohorty wiekowej w ogóle. Na przeciwnym biegunie sytuują się seniorzy, spośród których około jednej trzeciej wybrało taką odpowiedź, natomiast 48% zadeklarowało, że w czasie pandemii zaczęli oglądać transmisje nabożeństw online. Ponadto 18% seniorów zaczęło w czasie pandemii korzystać z religijnych aplikacji mobilnych. Najaktywniejsi w poszukiwaniu nowych aktywności w sieci dla celów religijnych byli natomiast respondenci w wieku 35–44 lata: 53% z nich wskazywało jako nową aktywność oglądanie nabożeństw przez internet, 19% deklaroowało rozpoczęcie korzystania z religijnych aplikacji mobilnych, a 17% spośród nich zaczęło odwiedzać stronę internetową i/lub media społecznościowe swojego Kościoła.



W czasach pandemii wciąż mniejszość ankietowanych (19%) odwiedzała religijne strony i serwisy internetowe. Podobnie jak w poprzednich edycjach badania, jedynie wśród osób praktykujących częściej niż raz w tygodniu większość deklarowała korzystanie z sieci dla celów religijnych. Wśród najmłodszych respondentów (18–24 lata) aktywność taka cieszyła się najmniejszą popularnością, a największą grupę odwiedzających religijne serwisy stanowiły osoby w wieku 35–44 lata.

Respondenci najczęściej wyszukiwali konkretne zagadnienia czy hasła, a najrzadziej odwiedzali strony instytucjonalne Kościołów. Częściej niż w poprzednich latach wskazywali natomiast na media społecznościowe, co wskazuje na ich rosnącą popularność, także wśród wspólnot i instytucji religijnych.

Czy pandemia miała znaczący wpływ na korzystanie z sieci dla celów religijnych? Dla 41% respondentów korzystanie z religijnych serwisów stanowiło uzupełnienie aktywności religijnej, co wskazuje na kontynuację trendów z poprzednich lat, ale odnotowano także wzrost deklaracji odwiedzania takich stron jako jedynej aktywności religijnej w ogóle (z 3% w 2016 roku do 8% obecnie), zwłaszcza wśród najmłodszych respondentów. Z pewnością pandemia przyczyniła się do wzrostu popularności korzystania z serwisów religijnych, szczególnie z transmisji nabożeństw (również wśród seniorów) oraz mediów społecznościowych. Jednocześnie 47% badanych zadeklarowało, że nie podjęli nowych aktywności religijnych w internecie podczas pandemii, co wskazuje na to, że do tej pory pandemia nie zmieniła zasadniczo religijnej aktywności w sieci wśród niemal połowy użytkowników religijnych serwisów.

Opracowała

Marta Kołodziejska