

## Korzystanie z internetu

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

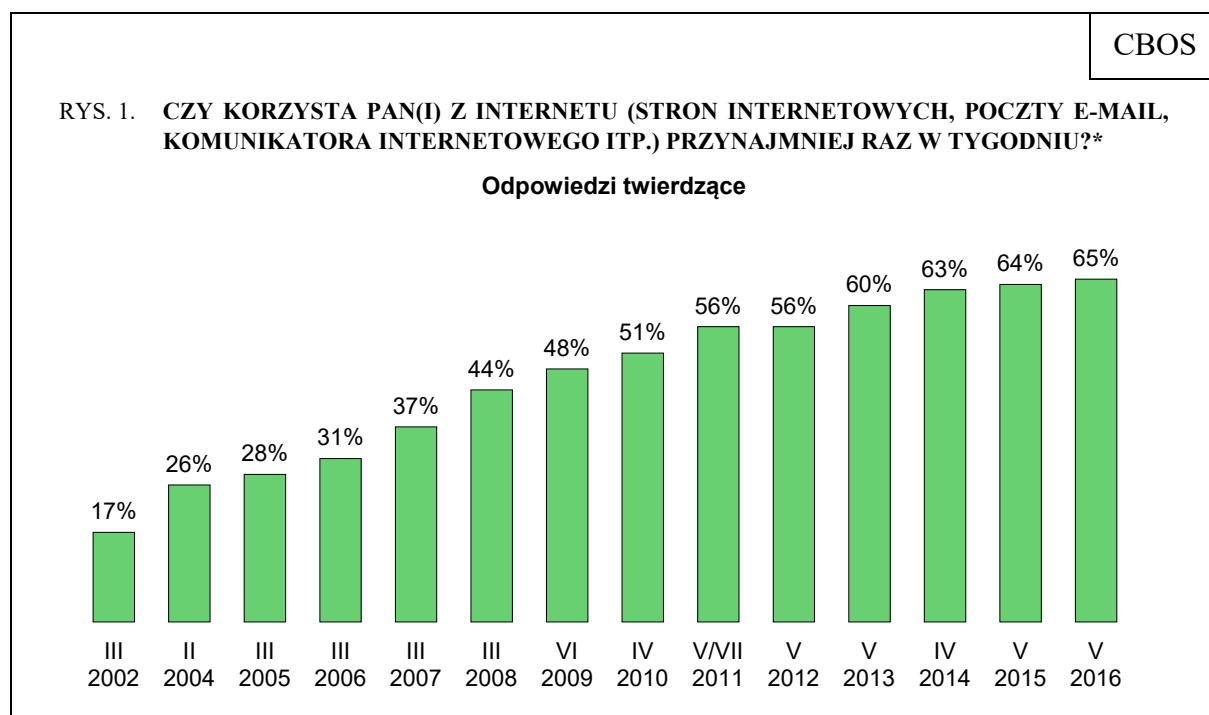


Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej  
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa  
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl  
<http://www.cbos.pl>  
(48 22) 629 35 69

- ▶ Z internetu regularnie korzysta dwie trzecie dorosłych Polaków (65%). W obecnej dekadzie wzrost liczby użytkowników cechuje mniejsza dynamika niż w poprzedniej, na początku której stanowili oni niespełna jedną piątą dorosłych (17%), a pod koniec – już połowę (51%).
- ▶ Nadal najsilniej o obecności w sieci i wykluczeniu cyfrowym decyduje wiek. W sieci obecni są w zasadzie wszyscy badani mający od 18 do 24 lat, a także ogromna większość starszych respondentów, którzy nie ukończyli 45 roku życia. Wśród osób powyżej 54 roku życia z internetu korzysta mniej niż połowa, wśród najstarszych (65 lat i więcej) – jedna czwarta, przy czym w tych grupach zależy to w znacznym stopniu od poziomu wykształcenia. Wiek nie tylko różnicuje samą obecność w sieci, ale także sposoby korzystania z niej.
- ▶ W ostatnich latach zwraca uwagę dynamiczny wzrost popularności internetu mobilnego: z roku na rok coraz więcej osób korzysta z sieci bezprzewodowo, używając do tego urządzeń mobilnych (obecnie 86% internautów). Częściej też odbywa się to poza domem, pracą czy szkołą (w innych niż wymienione miejscach korzysta z internetu 28% użytkowników).
- ▶ Do najbardziej popularnych aktywności online należy prowadzenie rozmów przez komunikatory i czaty (deklaruje je 56% użytkowników), czytanie prasy (51%), oglądanie telewizji, filmów i innych materiałów wideo (46%), a także robienie zakupów (45%) i korzystanie z usług bankowych (66%). Przeważająca część użytkowników (67%) jest także obecna w serwisach społecznościowych.



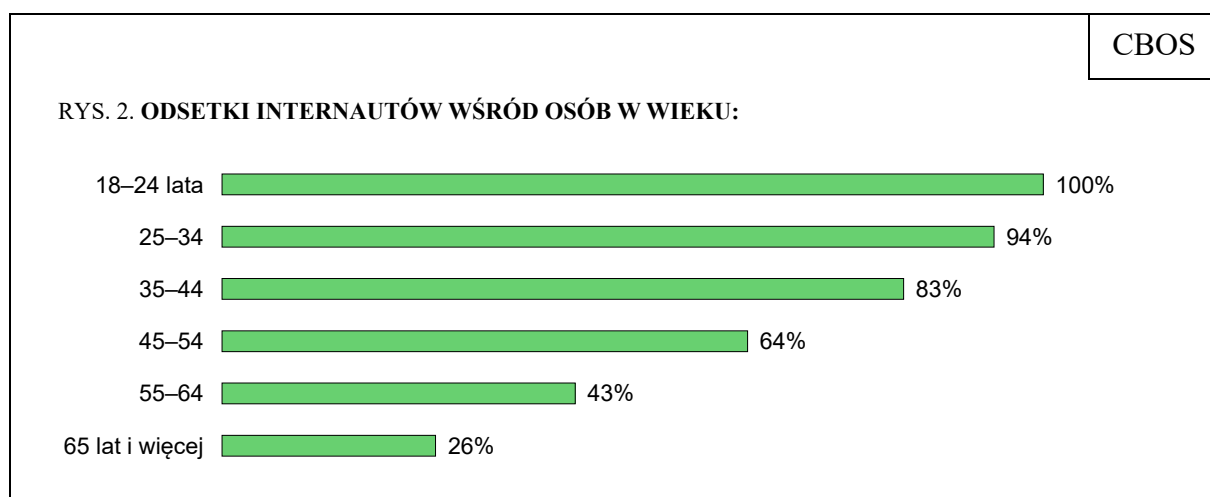
Z internetu regularnie (przynajmniej raz w tygodniu) korzysta dwie trzecie dorosłych mieszkańców Polski (65%)<sup>1</sup>, czyli w zasadzie tyle samo, ile rok wcześniej. W obecnej dekadzie wzrost liczby użytkowników cechuje mniejsza dynamika niż w poprzedniej, na początku której stanowili oni niespełna jedną piątą dorosłych Polaków, a pod koniec – już połowę.



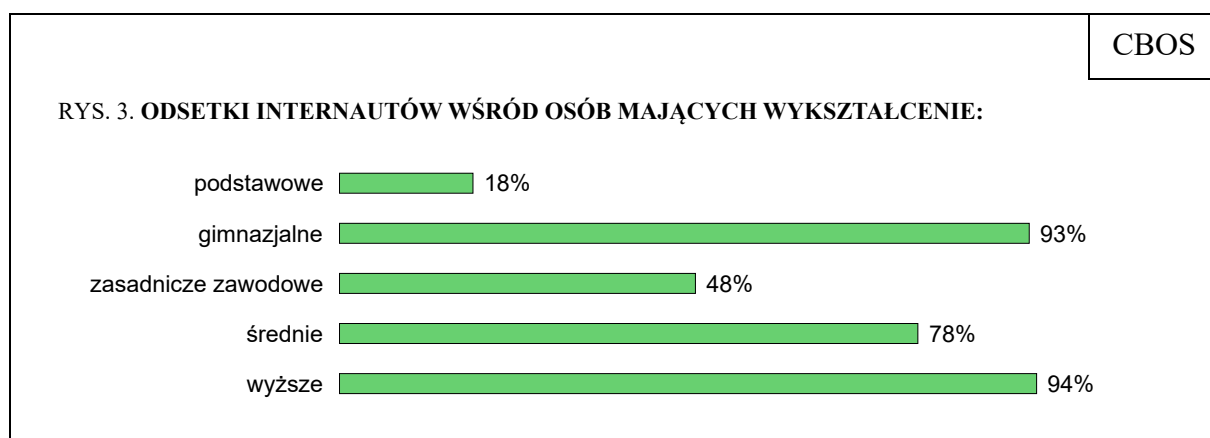
\* W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci WWW lub poczty elektronicznej, e-mail)?”

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

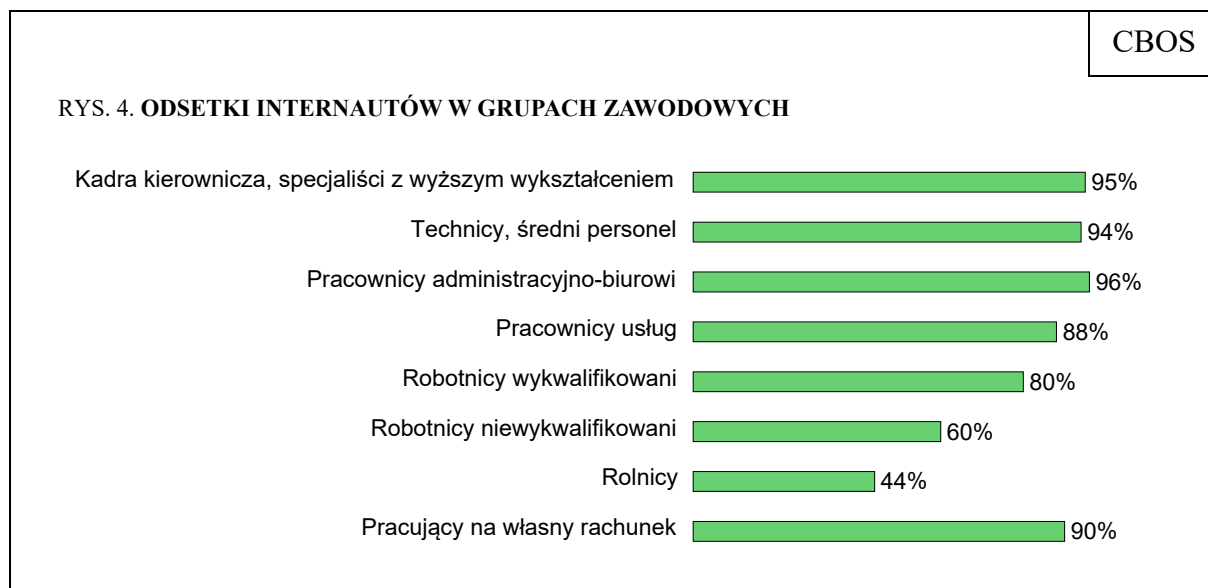
Najistotniejszym czynnikiem związanym z korzystaniem z internetu jest wiek. Obecność online deklarują praktycznie wszyscy respondenci mający od 18 do 24 lat oraz ogromna większość osób mających od 25 do 44 lat. Starszy wiek sprzyja wykluczeniu cyfrowemu. Poza siecią pozostaje blisko trzy czwarte ankietowanych powyżej 64 roku życia i ponad połowa w wieku od 55 do 64 lat.



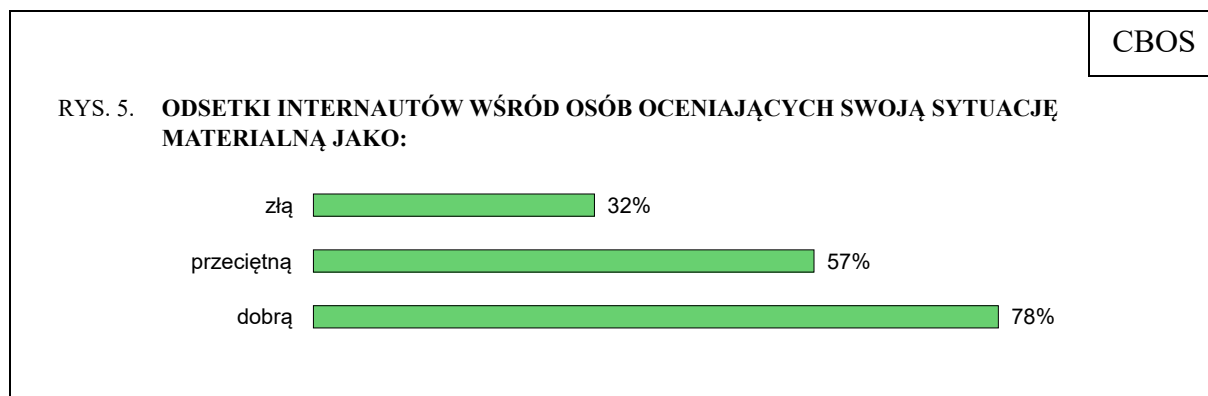
O ile obecność młodych w internecie nie jest zdeterminowana poziomem ich wykształcenia, o tyle odgrywa ono pewną rolę w przypadku kształtowania się kompetencji cyfrowych starszych badanych.



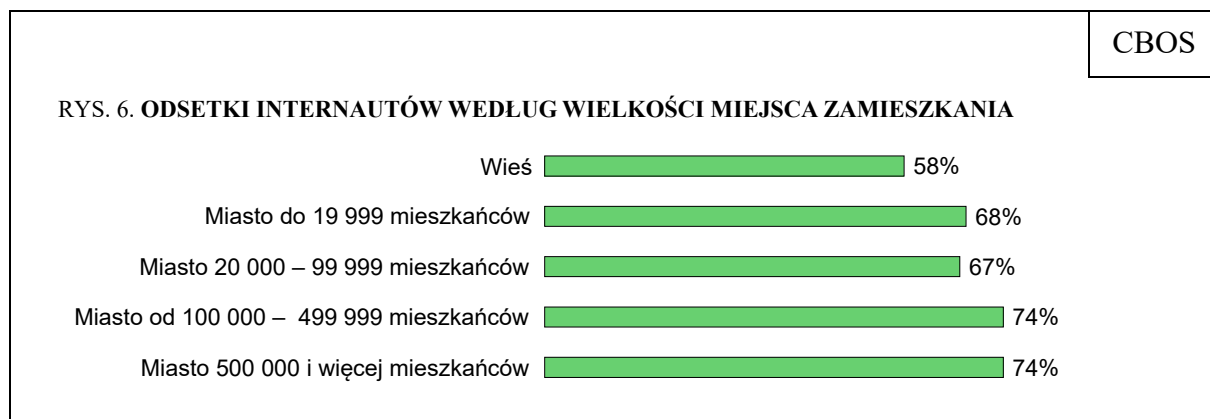
Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa, choć częstsza obecność w sieci osób pracujących niż niepracujących może wynikać również z różnic wieku badanych w tych grupach (ci pierwsi są na ogół młodszy). Bez wątplenia jednak praca przy komputerze niemal zawsze łączy się obecnie z wykorzystywaniem internetu. Na tle innych grup zawodowych, najrzadziej obecność w sieci deklarują rolnicy i robotnicy niewykwalifikowani.



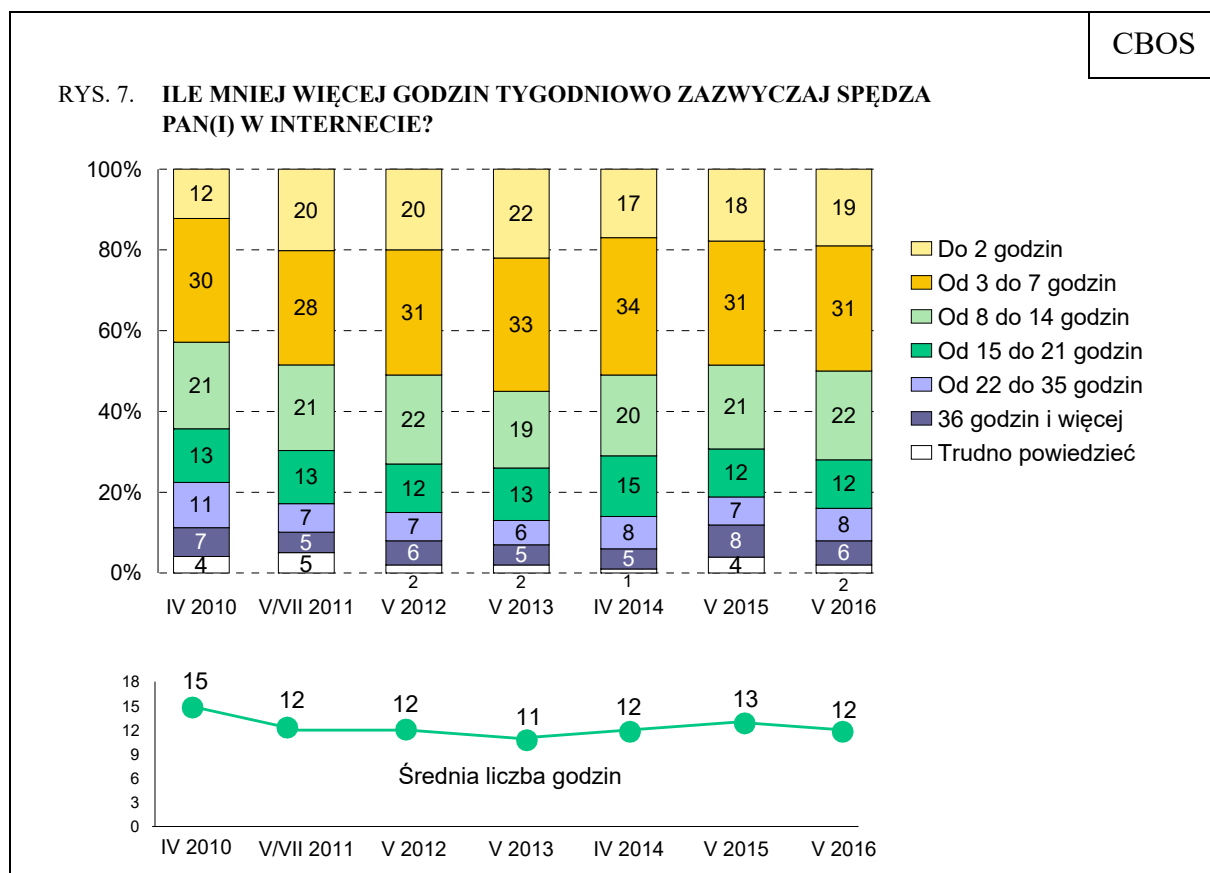
Wprawdzie sytuacja materialna badanych nie ma kluczowego znaczenia, jeśli chodzi o korzystanie z sieci (oddaje ona w znacznym stopniu zależności wynikające z takich cech społeczno-demograficznych jak wiek czy wykształcenie), może jednak, obok braku kompetencji cyfrowych, ograniczać dostępność internetu w sensie ekonomicznym (np. przez brak środków na zakup urządzenia czy opłaty abonamentowe).



Użytkowników internetu jest wyraźnie więcej w miastach, zwłaszcza dużych, niż na wsi, niemniej również na wsi stanowią oni przeważającą część mieszkańców. Można dodać, że pod względem odsetka internautów *in plus* wyróżnia się południowo-zachodni region kraju (województwo dolnośląskie i opolskie – 71%).

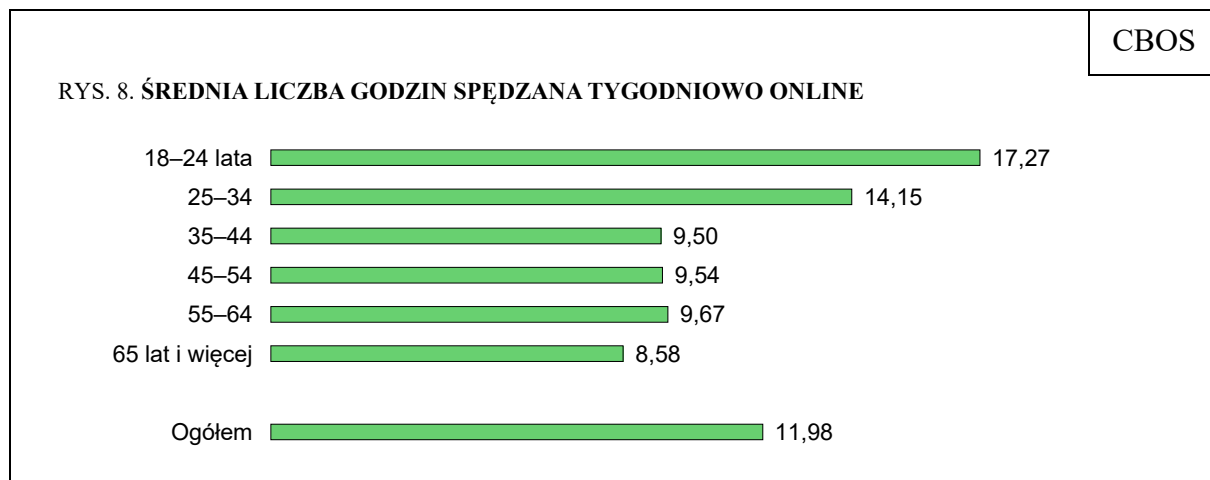


Z deklaracji badanych wynika, że przeciętny czas spędzany online wynosi 12 godzin tygodniowo i w zasadzie nie zmienia się w ostatnich latach.

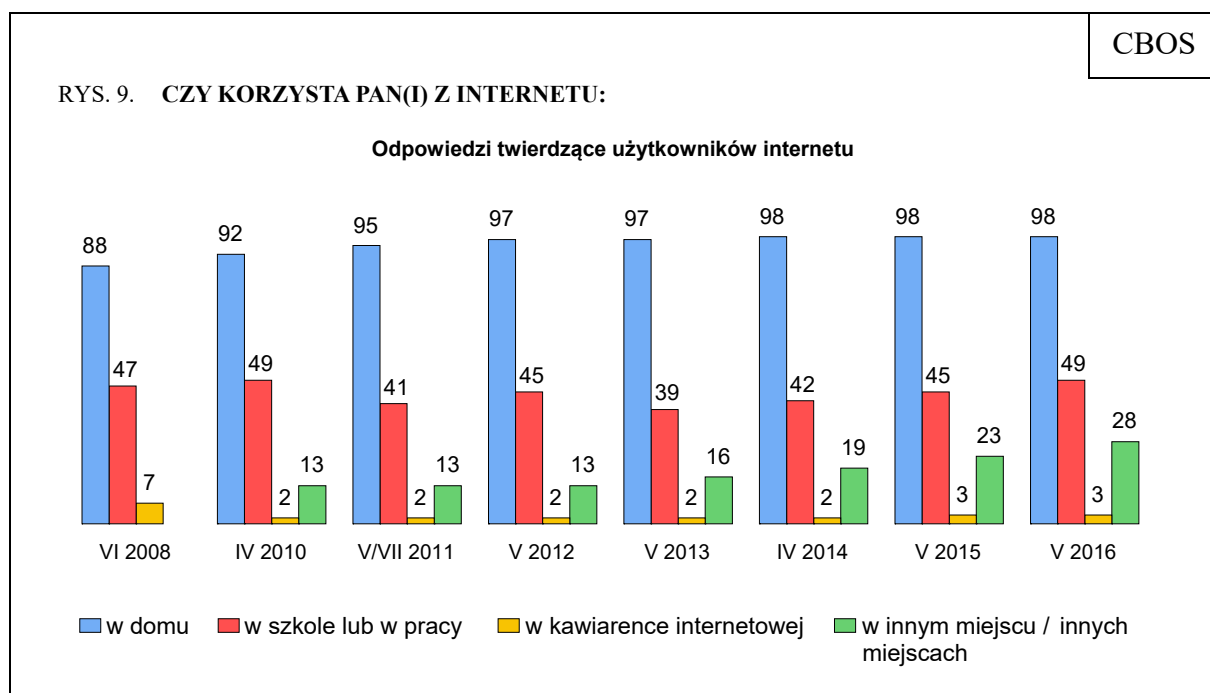




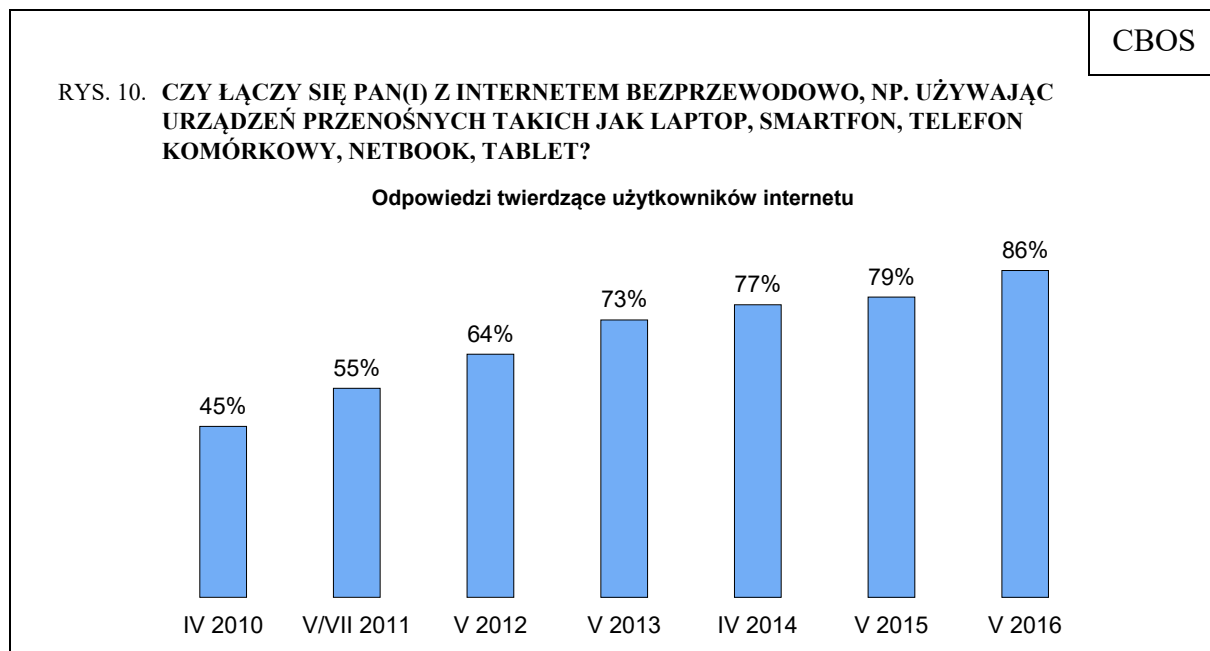
Najwięcej czasu online spędzają najmłodsi użytkownicy, natomiast najmniej – najstarsi. Można ponadto zauważyć, że nieco dłużej korzystają z internetu mężczyźni niż kobiety (średnie wynoszą odpowiednio 13,18 i 10,85 godz.).



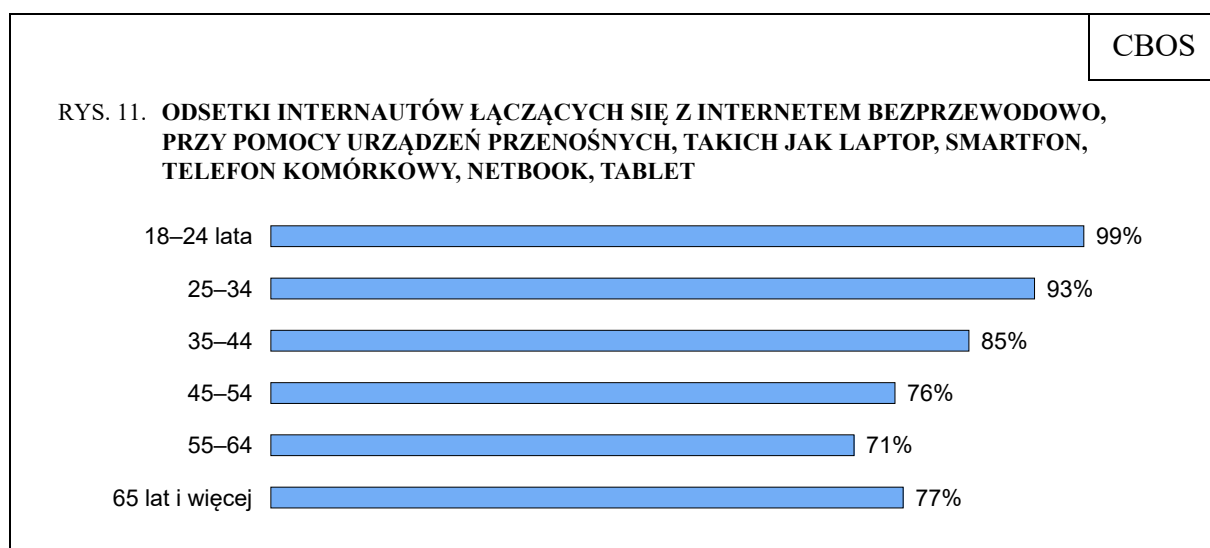
Niemal wszyscy użytkownicy internetu (98%) korzystają z niego w domu. Połowa (49%) łączy się z siecią także w szkole lub pracy, natomiast nieliczni (3%) – w kawiarenkach internetowych. Ponad jedna czwarta (28%) korzysta z internetu również w innych miejscach. Grupa ta w ostatnich latach systematycznie powiększa się, co można przypisać rosnącej popularności urządzeń mobilnych, głównie smartfonów, które zastępują klasyczne telefony komórkowe.



Ogromna większość korzystających z internetu (86%, czyli 56% ogółu badanych) łączy się z siecią bezprzewodowo – poprzez takie urządzenia jak smartfon, tablet czy laptop. W ostatnich latach odsetek ten dynamicznie się zwiększał: sześć lat temu mobilni użytkownicy stanowili mniej niż połowę internautów, w 2012 roku – niemal dwie trzecie, a dwa lata temu – już ponad trzy czwarte.

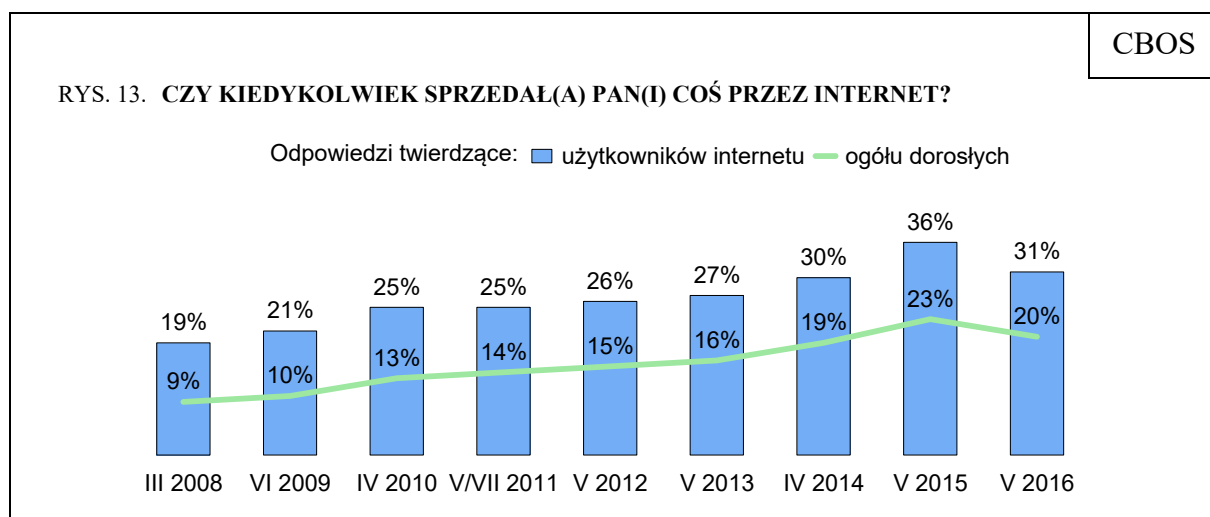
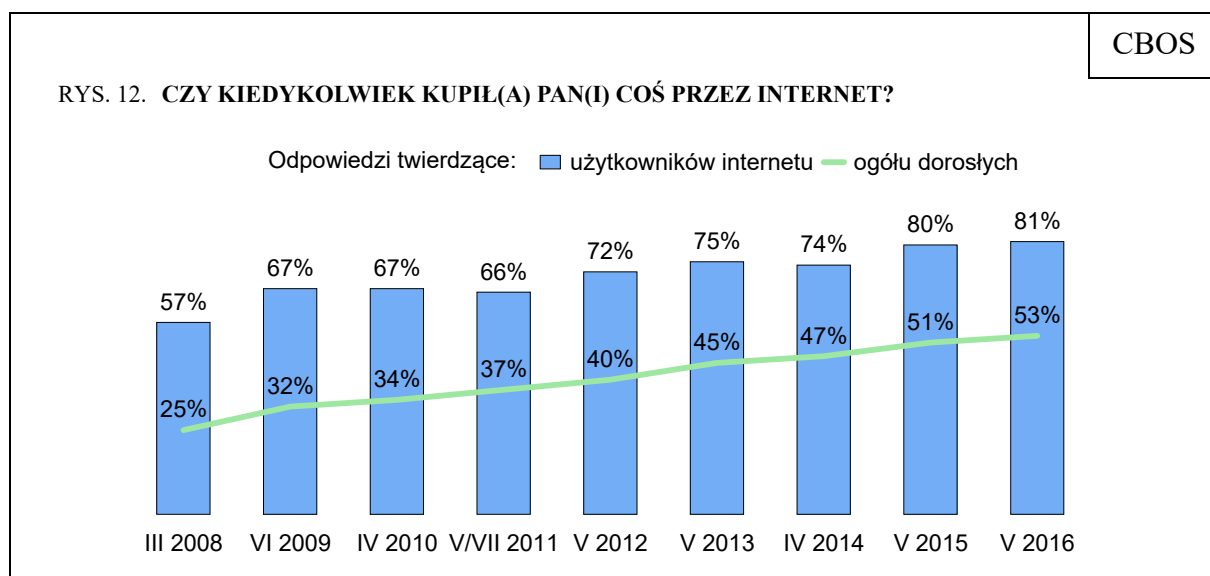


Wprawdzie bezprzewodowemu korzystaniu z sieci sprzyja młody wiek, niemniej ten sposób łączenia się z siecią zyskał popularność również wśród starszych badanych.



## AKTYWNOŚĆ W SIECI

Znacznej części Polaków zdarzyło się wykorzystywać internet do wymiany dóbr i usług. Przynajmniej raz kupiła coś w ten sposób ponad połowa ogółu dorosłych (53%, czyli 81% użytkowników internetu), a sprzedała – jedna piąta (20%, czyli 31% internautów). Od 2008 roku każda z tych grup zwiększyła się mniej więcej o połowę.



Liczba osób kupujących regularnie przez internet utrzymuje się na poziomie zbliżonym do ubiegłorocznego, czyli, ogólnie rzecz biorąc, wyższym niż rejestrowaliśmy wcześniej. W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie zakupy online zrobiło ponad dwie piąte korzystających z sieci (45%, czyli 29% ogółu dorosłych). Najwięcej kupujących w sieci jest wśród internautów z wyższym wykształceniem (63%) oraz mających od 25 do 34 lat (56%),

a najmniej wśród użytkowników powyżej 54 roku życia (wśród mających od 55 do 64 lat – 27%, a wśród mających 65 lat i więcej – 30%), najslabiej wykształconych (19% wśród deklarujących wykształcenie podstawowe lub gimnazjalne) i znajdujących się w złej sytuacji materialnej (26%).

Tabela 1

	Respondenci, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet													
	III '02*	II '04*	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16
	w procentach													
Użytkownicy internetu	2	13	14	23	24	35	33	33	32	37	42	36	46	45
Ogół dorosłych	<0,5	3	4	7	9	15	16	17	18	21	25	23	29	29

\* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Artykuły najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci to przede wszystkim odzież i obuwie, a w dalszej kolejności zabawki i artykuły dziecięce, sprzęt elektroniczny, książki oraz kosmetyki. Stosunkowo popularnymi zakupami są także artykuły motoryzacyjne, bilety na samolot, pociąg lub autobus i sprzęt sportowy. Do rzadziej nabywanych należą leki, multimedia (programy i gry komputerowe, muzyka i filmy), a także dostęp do usług lub treści oraz żywność. Poza wymienionymi produktami niektórzy kupili w sieci elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrz, materiały budowlane, artykuły ogrodnicze, artykuły dla zwierząt, biżuterię, a także opłacili w ten sposób hotel oraz bilety na koncert lub do kina.

Tabela 2

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące wśród:	
	użytkowników internetu	ogółu dorosłych
	w procentach	
– odzież, obuwie	20	13
– zabawki, artykuły dziecięce	12	8
– sprzęt elektroniczny	11	7
– książki, e-booki, audiobooki	11	7
– kosmetyki	10	7
– artykuły motoryzacyjne	9	6
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	7	5
– sprzęt sportowy	7	4
– leki	4	2
– dostęp do usług lub treści	3	2
– muzykę, filmy	3	2
– artykuły spożywcze	3	2
– programy, gry komputerowe	2	2
– coś innego	11	7

W ciągu ostatnich dziesięciu lat odsetek użytkowników bankowości elektronicznej zwiększył się ponad czterokrotnie. Stanowią oni obecnie dwie trzecie korzystających z internetu (66%), czyli 43% ogółu dorosłych. Z internetowych usług bankowych najczęściej korzystają internauci w wieku od 25 do 34 lat (78%), najlepiej wykształceni (90%), z gospodarstw domowych o dochodach na osobę wynoszących 2 tysiące złotych lub więcej (82%). Niewielu użytkowników internetu (8%) korzysta z usług lub treści dostępnych za opłatą. Dodatkowo w stosunku do ubiegłorocznego badania ich odsetek zmalał (o 4 punkty procentowe). Nieco częściej niż pozostali dostęp do usług lub treści kupowali użytkownicy mający wyższe wykształcenie (13%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje ponad jedna czwarta korzystających z internetu (28%), czyli 18% ogółu badanych. Częściej robią to młodszy, zwłaszcza najmłodszy (54%) użytkownicy, niż starsi internauci. Malejącą popularność tego sposobu pozyskiwania treści (w ubiegłej dekadzie ściąganie plików z sieci było wśród użytkowników internetu częstsze niż obecnie) można wiązać ze wzrostem prędkości transmisji danych, a tym samym dobrą dostępnością takich materiałów jak muzyka czy filmy w formie strumieniowej, eliminującej konieczność ich pobierania.

Tabela 3

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań											
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16
<b>– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet</b>												
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59	63	69	66
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43
<b>– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy</b>												
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18
<b>– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały video, płatne członkostwo w serwisach, grach</b>												
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10	12	8
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5

W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie, gazety i czasopisma w internecie czytał co trzeci dorosły (33%), czyli co drugi badany korzystający z sieci (51%). Po prasę online częściej sięgają starsi (45+) niż młodszy internauci. Wyróżniają się pod tym względem

również, podobnie jak w przypadku czytelnictwa wersji drukowanych, osoby z wyższym wykształceniem (69%). Minimalnie częściej gazety i czasopisma w internecie czytają mężczyźni niż kobiety (53% wobec 49%).

Niemal jedna trzecia dorosłych (30%, czyli 46% internautów) ogląda online telewizję, filmy, seriale lub inne materiały wideo. Widzów w sieci znacznie przybyło pod koniec ubiegłej dekady (kolejny duży wzrost odnotowaliśmy w 2013 roku), co można wiązać ze wzrostem szybkości połączeń, który umożliwił pojawienie się i spopularyzowanie mediów strumieniowych. Najczęściej są to młodszy, a zwłaszcza najmłodszy użytkownicy internetu. Ponadto wideo w sieci częściej oglądają internauci niż internautki (52% wobec 41%).

W zasadzie niezmienny pozostaje odsetek badanych słuchających radia przez internet – stanowią oni jedną piątą dorosłych (19%, czyli 30% użytkowników internetu). Słuchanie radia online, podobnie jak oglądanie wideo, częściej niż inni deklarują internauci mający nie więcej niż 34 lata. Częściej robią to także mężczyźni niż kobiety (34% wobec 25%).

Tabela 4

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań										
	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16
<b>– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*</b>											
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56	51
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33
<b>– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia</b>											
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31	30
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19
<b>– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo**</b>											
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45	47	50	46
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30

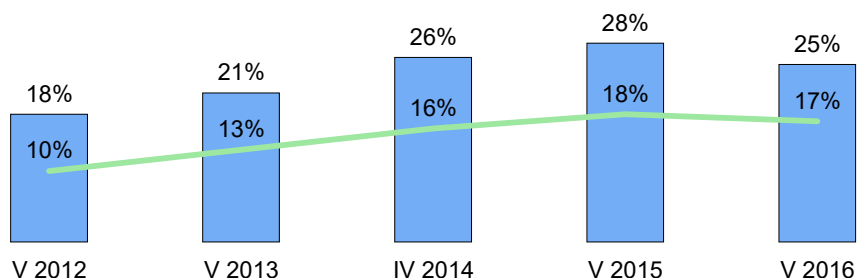
\* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”

\*\* W latach 2006–2008 użyliśmy sformułowania „oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję”

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszcza w internecie co czwarty użytkownik (25%), czyli 17% ogółu dorosłych. Materiały tego typu na ogół udostępniają młodszy internauci, szczególnie mający nie więcej niż 24 lata, natomiast najrzadziej osoby w wieku 55–64 lata. Płeć nie odgrywa w tym przypadku istotnej roli.

RYS. 14. CZY W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA ZAMIESZCZAŁ(A) PAN(I) W INTERNECIE ZROBIONE PRZEZ SIEBIE ZDJĘCIA, FILMY?

Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu — ogółu dorosłych



Popularność blogów utrzymuje się na względnie stabilnym poziomie. Czyta je ponad jedna piąta dorosłych (22%), czyli jedna trzecia korzystających z internetu (33%). Najbardziej pod tym względem wyróżniają się badani w wieku od 25 do 34 lat. Wprawdzie wyższe wykształcenie sprzyja czytaniu blogów (sięga do nich 42% internautów z wyższym wykształceniem), jednak jego wpływ jest słabszy niż w przypadku czytelnictwa prasy online. Można dodać, że blogi cieszą się większą popularnością wśród kobiet niż mężczyzn (37% wobec 29%).

RYS. 15. CZY W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA CZYTAŁ(A) PAN(I) BLOGI?

Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu — ogółu dorosłych

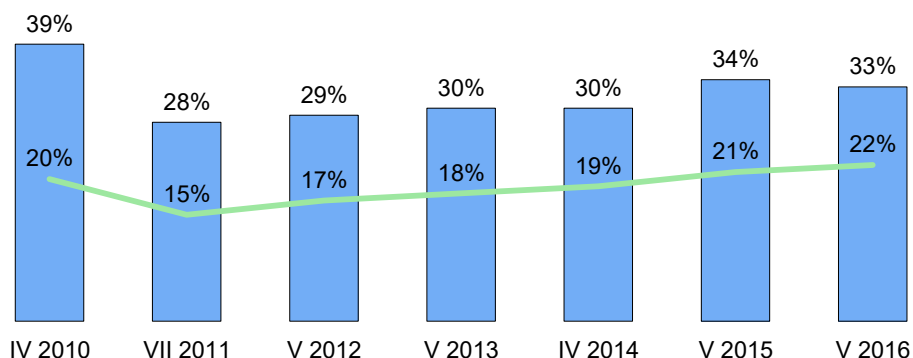
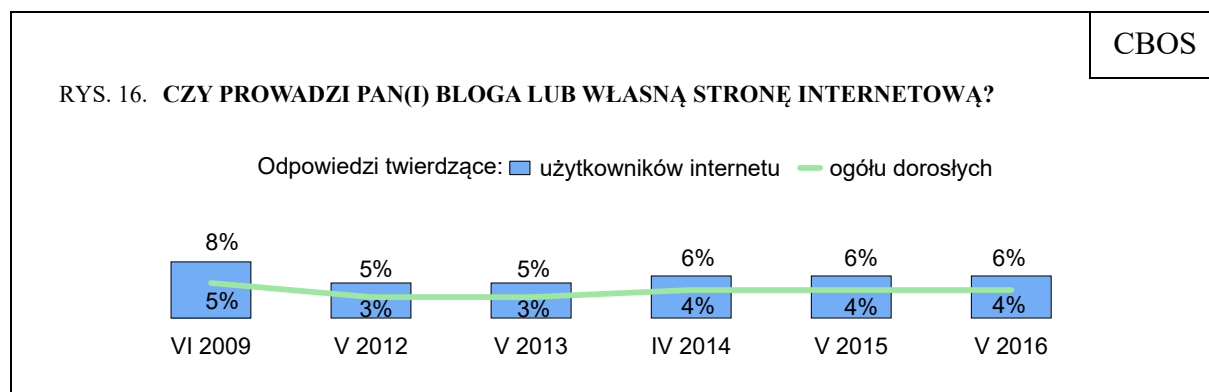


Tabela 5

Wiek	Internauci, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:				
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	słuchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	czytali blogi	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy
	w procentach				
18–24 lata	49	47	78	38	49
25–34	45	40	56	43	33
35–44	47	19	32	23	15
45–54	56	26	42	27	18
55–64	63	17	25	35	8
65 lat i więcej	58	16	27	24	18

Bloga lub własną stronę prowadzi sześciu na stu internautów (6%). Od pięciu lat odsetek ten w zasadzie się nie zmienia. Prowadzenie bloga lub własnej strony internetowej minimalnie częściej deklarują użytkownicy niż użytkowniczki (8% wobec 5%), a także młodszy (8% wśród mających od 18 do 34 lat) niż starsi internauci (4% wśród mających 55 lat i więcej).



Ponad połowa korzystających z internetu (56%, czyli 37% ogółu badanych) – minimalnie więcej niż w ubiegłym roku – korzysta z komunikatorów tekstowych będących samodzielnymi programami lub częścią serwisów społecznościowych. Nieco rzadziej niż rok temu badani deklarują rozmowy telefoniczne online, które prowadzi obecnie jedna trzecia internautów (29%, czyli 19% dorosłych).

Niemal co trzeci użytkownik internetu (31%, czyli 20% ogółu badanych) wypowiadał się w ostatnim miesiącu na forach dyskusyjnych lub stronach portali społecznościowych. Od czterech lat odsetek ten jest stabilny. Stosunkowo mało popularną aktywnością jest udział w grach online. W miesiącu poprzedzającym badanie w sieci grał mniej więcej co ósmy



ankietowany korzystający z internetu (12%, o 4 punkty mniej niż rok temu i o 8 punktów mniej niż dwa lata temu), czyli niespełna co dziesiąty dorosły (8%).

Tabela 6

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań											
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16
<b>– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, Tlen lub czat będący częścią jakiegoś portalu* (np. Facebooka, Google+)</b>												
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55	56	53	56
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37
<b>– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Tlenofon, Skype)</b>												
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33	39	35	29
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19
<b>– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach portali społecznościowych**</b>												
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32	33	34	31
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20
<b>– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi</b>												
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16	12
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8

\* W 2013 roku do treści pytania dodano „chat będący częścią jakiegoś portalu”

\*\* W 2013 roku do treści pytania dodano „strony portali społecznościowych”

Prawie wszystkie aktywności opierające się na interakcji z innymi użytkownikami są bardziej popularne wśród młodszych internautów (zwłaszcza mających od 18 do 24 lat) niż wśród starszych. Najmniej zdeterminowane przez wiek są rozmowy telefoniczne online, które starsi prowadzą równie często, a niekiedy nawet nieco częściej niż młodszy badani. Rozmowy przez internet oraz udział w forach dyskusyjnych nie są związane w sposób istotny z płcią badanych, determinuje ona natomiast w dużym stopniu granie online, które ponad dwukrotnie częściej deklarują internauci niż internautki (17% wobec 7%).

Tabela 7

Wiek	Internauci, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:			
	rozmawiali ze znajomymi przez komunikatory	prowadzili rozmowy telefoniczne	dokonywali wpisów na forach	grali w sieci
	w procentach			
18–24 lata	87	38	57	37
25–34	72	31	38	10
35–44	42	18	23	6
45–54	38	20	19	2
55–64	41	38	18	10
65 lat i więcej	30	38	18	4

**ZAWIERANIE ZNAJOMOŚCI I KORZYSTANIE  
Z PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

Znajomość w internecie zawarł co siódmy dorosły (14%, czyli 22% korzystających z internetu), a z osobą poznaną online spotkał się osobiście niemal co dziesiąty badany (9%, czyli 13% użytkowników internetu).

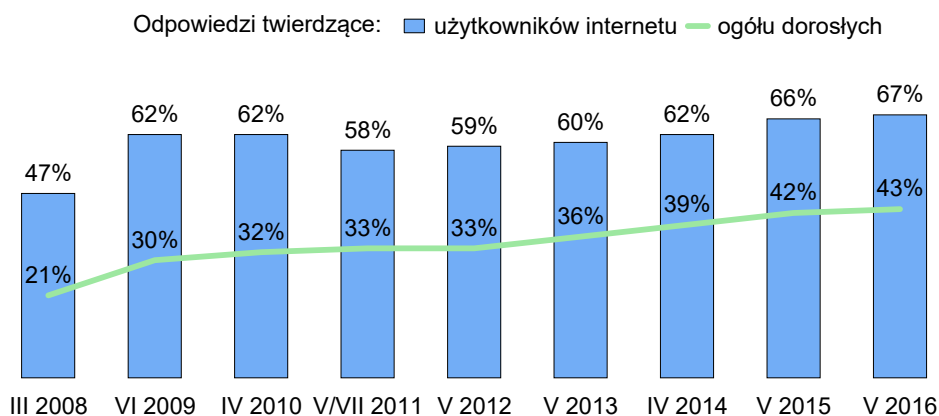
Tabela 8

Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań											
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16
<b>– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet</b>												
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20	23	23	21	23	22
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11	13	14	13	15	14
<b>– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście</b>												
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12	15	16	14	15	13
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7	8	9	9	9	9

Zawarcie znajomości w sieci nieco częściej deklarują internauci niż internautki (26% wobec 18%), ale w obu grupach podobnie często dochodziło do spotkania poza internetem (14% wobec 12%), co wskazuje, że w przypadku kobiet znajomości te rzadziej niż wśród mężczyzn pozostawały wyłącznie wirtualne. Aktywność towarzyska w sieci jest silnie związana z młodym wiekiem: znajomość online zawarł co drugi użytkownik mający od 18 do 24 lat (50%) i więcej niż co czwarty w wieku 25–34 lata (27%). Wśród starszych internautów zdarzało się to rzadziej niż przeciętnie. Warto dodać, że spośród osób, które poznały kogoś w internecie, poza siecią najczęściej spotykali się badani w wieku od 35 do 44 lat.

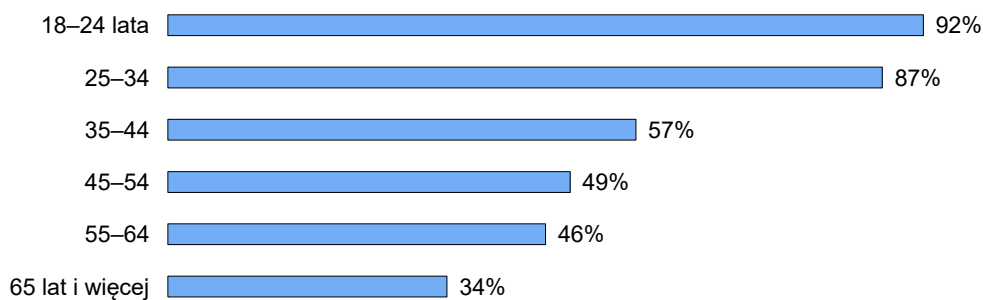
Popularność serwisów społecznościowych jest w zasadzie taka sama jak w ubiegłym roku, ale, ogólnie rzecz biorąc, większa niż w poprzednich latach. Posiadanie konta w przynajmniej jednym spośród nich deklaruje dwie trzecie korzystających z internetu (67%), czyli ponad dwie piąte dorosłych (43%). Ogromna większość osób zarejestrowanych w serwisach społecznościowych (86%) korzysta z nich, jak wynika z deklaracji, regularnie.

RYS. 17. CZY ZAREJESTROWAŁ(A) SIĘ PAN(I) W JAKIMŚ PORTALU SPOŁECZNOŚCIOWYM, NP. FACEBOOK, NASZA-KLASA, GOOGLE+, GOLDENLINE LUB PODOBNYM?



Obecność w serwisach społecznościowych częściej deklarują internautki niż internauci (70% wobec 63%), a także częściej niż przeciętnie użytkownicy, którzy nie ukończyli 35 roku życia.

RYS. 18. ODSETKI INTERNAUTÓW ZAREJESTROWANYCH W PORTALACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH WŚRÓD OSÓB W WIEKU:



Internauci korzystają na ogół z towarzyskich funkcji serwisów społecznościowych. Za ich pośrednictwem utrzymują kontakty ze znajomymi (58%), odnawiają znajomości (42%), rzadziej nawiązują nowe kontakty (17%). Pod względem dwóch ostatnich zastosowań zauważalnie wyróżniają się badani mieszkający na wsi. Mężczyźni częściej niż kobiety deklarują nawiązywanie w serwisach społecznościowych nowych znajomości, z kolei kobiety częściej niż mężczyźni odnawiają te dawne.

Tabela 9

Cele korzystania z portali społecznościowych	Odsetki wskazań według terminów badań								
	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16
<b>Utrzymywanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych</b>									
Użytkownicy internetu	-	56	53	50	50	50	54	55	58
Ogół dorosłych	-	27	27	28	28	30	34	35	38
<b>Odnawianie dawnych znajomości</b>									
Użytkownicy internetu	40	50	46	43	37	41	40	41	42
Ogół dorosłych	18	24	23	24	21	25	25	26	28
<b>Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów</b>									
Użytkownicy internetu	27	38	35	36	33	39	38	39	39
Ogół dorosłych	12	19	18	20	18	23	24	25	26
<b>Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych</b>									
Użytkownicy internetu	-	-	26	21	26	27	25	28	27
Ogół dorosłych	-	-	14	12	14	16	16	18	18
<b>Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów</b>									
Użytkownicy internetu	18	27	27	23	21	24	26	26	27
Ogół dorosłych	8	13	14	13	12	14	16	17	18
<b>Nawiązywanie nowych kontaktów towarzyskich</b>									
Użytkownicy internetu	21	27	22	21	19	19	20	20	17
Ogół dorosłych	9	13	12	12	11	12	13	13	11
<b>Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*</b>									
Użytkownicy internetu	11	17	13	16	15	18	16	21	17
Ogół dorosłych	5	8	7	9	8	11	10	13	11
<b>Nawiązywanie znajomości zawodowych, biznesowych</b>									
Użytkownicy internetu	9	15	11	13	11	14	15	17	16
Ogół dorosłych	4	7	5	7	6	8	10	11	10

\* W latach 2008–2009 respondenci byli pytani o samo szukanie pracy

Dwie piąte użytkowników internetu (39%) wykorzystuje serwisy społecznościowe do odbioru treści: słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów. Więcej niż co czwarty badany (27%) sam zamieszcza tam tego typu materiały. Taki sam odsetek (27%) traktuje je jako platformę dyskusyjną – miejsce do prowadzenia rozmów na interesujące tematy. Wykorzystywanie serwisów społecznościowych do odbioru treści i rozmów częściej wskazują mężczyźni niż kobiety

Szukanie pracy za ich pośrednictwem deklaruje ponad jedna szóstka internautów (17%). Zbliżonej grupie (16%) służą one do nawiązywania znajomości zawodowych i biznesowych. Oba te zastosowania częściej wskazują mężczyźni niż kobiety. Jeśli chodzi o wykorzystywanie serwisów społecznościowych do poszukiwania pracy, to wyróżniają się robotnicy wykwalifikowani, technicy i średni personel oraz kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem, a do nawiązywania relacji biznesowych – prywatni przedsiębiorcy, kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem oraz pracownicy usług.



Użytkownicy internetu stanowią dwie trzecie dorosłych mieszkańców Polski. W ciągu ostatnich trzech lat ich liczba nie zmieniała się znacząco. Również skala aktywności, które badani podejmują w sieci, pozostaje względnie stabilna. Do najbardziej popularnych należy zaliczyć prowadzenie rozmów, czytanie prasy, oglądanie wideo, a także robienie zakupów i korzystanie z bankowości elektronicznej, natomiast do budzących najmniejsze zainteresowanie – kupowanie treści i usług oraz granie w gry. W ostatnich latach zwraca uwagę dynamiczny wzrost popularności internetu mobilnego: z roku na rok coraz więcej osób korzysta z sieci bezprzewodowo, używając do tego urządzeń mobilnych. Częściej odbywa się to poza domem, pracą czy szkołą, czyli miejscami, do których wcześniej zawęzał tę aktywność komputer stacjonarny podłączony do internetu kablem. Innym zjawiskiem, które obserwujemy w ostatnich latach, jest rzadsze niż wcześniej pobieranie z sieci plików oraz częstsze oglądanie przez internet telewizji, filmów, seriali i innych materiałów wideo, przy czym oba te zastosowania mogą mieć tą samą przyczynę – wzrost prędkości transmisji danych, który umożliwił stworzenie i spopularyzowanie mediów strumieniowych.

Nadal najsilniej o obecności w sieci lub wykluczeniu cyfrowym decyduje wiek. Z internetu korzystają w zasadzie wszyscy badani mający od 18 do 24 lat, a także ogromna większość starszych respondentów, którzy nie ukończyli 45 roku życia. Wśród osób powyżej 54 roku życia z internetu korzysta mniej niż połowa, wśród najstarszych (65 lat i więcej) – jedna czwarta, przy czym w tych grupach zależy to w znacznym stopniu od poziomu wykształcenia. Wiek nie tylko różnicuje samą obecność w sieci, ale także sposoby korzystania z niej. Najmłodszy badani spędzają online więcej czasu niż starsi i na ogół są również bardziej aktywni w wykorzystywaniu możliwości internetu.

Opracował  
Michał FELIKSIĄK