

Korzystanie z internetu

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 23 stycznia 2019 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

SPIS TREŚCI

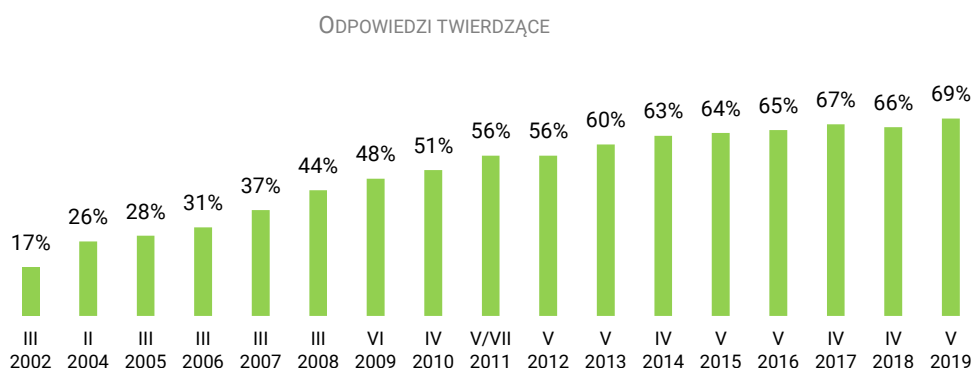
Zasięg i sposób korzystania z internetu.....	1
Aktywność w sieci	8
Zawieranie znajomości i korzystanie z serwisów społecznościowych.....	15

ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Obecnie w Polsce przynajmniej raz w tygodniu korzysta z internetu niemal siedmiu na dziesięciu dorosłych (69%)¹, czyli minimalnie więcej osób niż przed rokiem (wzrost o 3 punkty procentowe).

CBOS

RYS. 1. Czy korzysta Pan(i) z internetu (stron internetowych, poczty e-mail, komunikatora internetowego itp.) przynajmniej raz w tygodniu?*



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

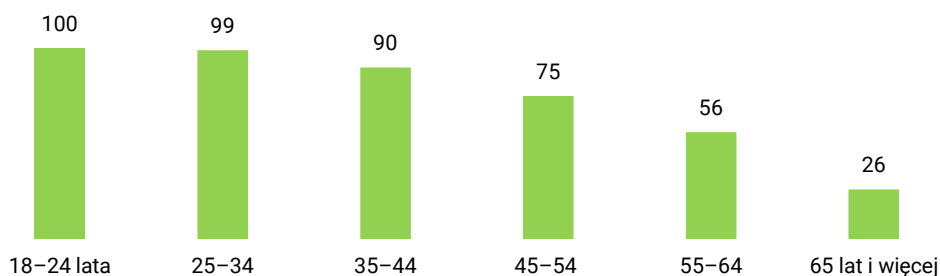
O obecności online decyduje przede wszystkim wiek, a dopiero w drugiej kolejności wykształcenie, które ma znaczenie, głównie jeśli chodzi o starszych respondentów (55+)². Z internetu powszechnie korzystają najmłodsi respondenci (18–24 lata) i mający od 25 do 34 lat. W sieci jest także ogromna większość badanych w wieku 35 do 44 lat, trzy czwarte mających od 45 do 54 lat i ponad połowa mających od 55 do 64 lat. Offline pozostaje trzy czwarte najstarszych ankietowanych (w wieku 65 lat i więcej).

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (348) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 16–23 maja 2019 roku na liczącej 1079 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

² Analiza SPSS Decision Trees.

CBOS

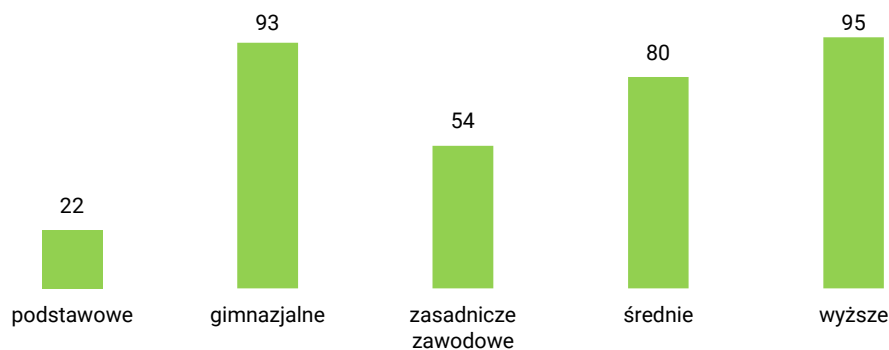
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Najmniej użytkowników internetu jest wśród osób mających wykształcenie podstawowe, natomiast najwięcej – wśród badanych z wykształceniem wyższym, a także gimnazjalnym, choć w tym drugim przypadku wynika to wyłącznie z ich wieku.

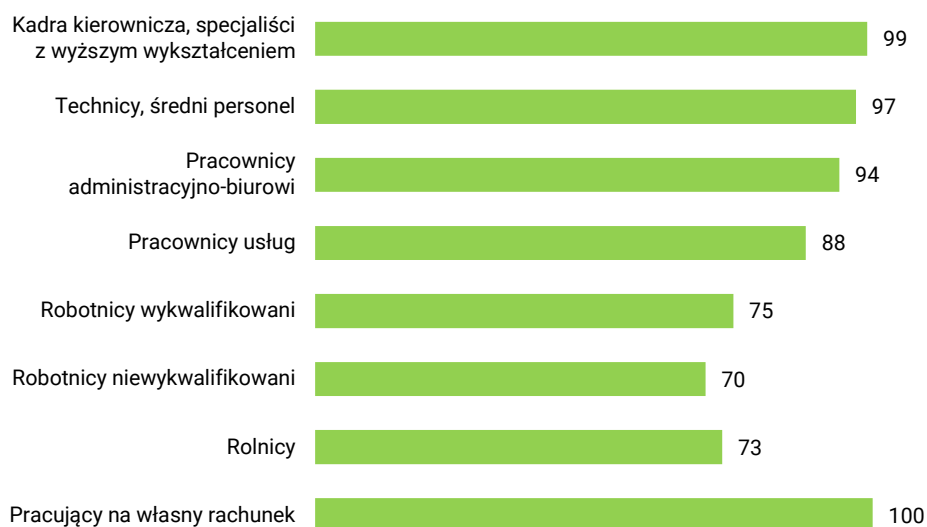
CBOS

RYS. 3. Odsetki korzystających z internetu wśród osób mających wykształcenie:



Prawdopodobieństwo korzystania z internetu zwiększa aktywność zawodowa, co również jest w pewnym stopniu pośrednio determinowane przez wiek. Wśród pracujących relatywnie najmniej użytkowników internetu jest wśród rolników oraz robotników niewykwalifikowanych i wykwalifikowanych, choć we wszystkich tych grupach stanowią oni nie mniej niż 70%.

RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



Sytuacja materialna badanych nie jest w tym przypadku kluczową determinantą. Obok braku kompetencji cyfrowych może ona jednak w pewnym stopniu ograniczać dostępność internetu (np. ze względu na brak środków na zakup urządzenia czy opłaty abonamentowe).

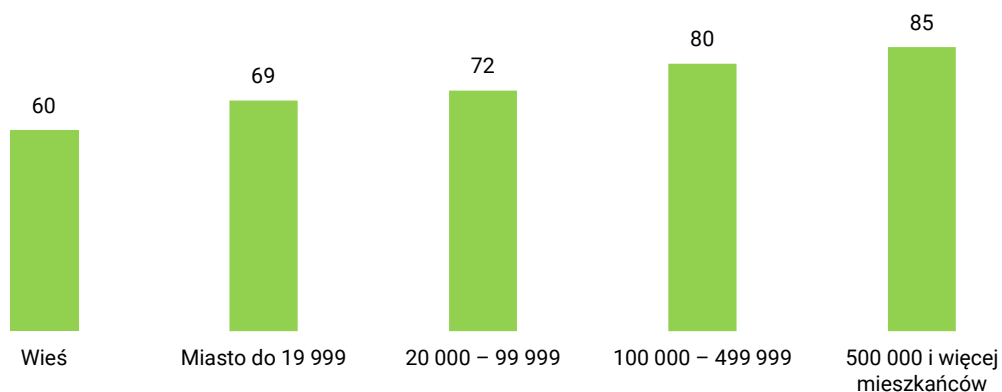
RYS. 5. Odsetki korzystających z internetu wśród określających swoją sytuację materialną jako:



Relatywnie mniej niż przeciętnie użytkowników internetu jest na wsi, a zauważalnie więcej w miastach liczących co najmniej 100 tys. ludności.

CBOS

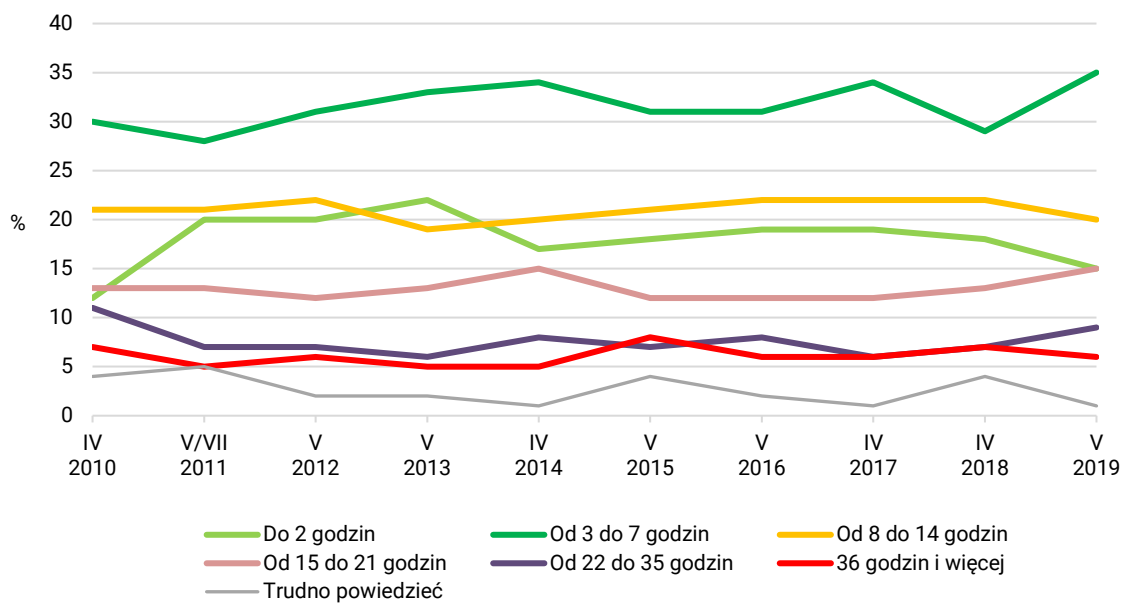
RYS. 6. Odsetki korzystających z internetu według wielkości miejsca zamieszkania



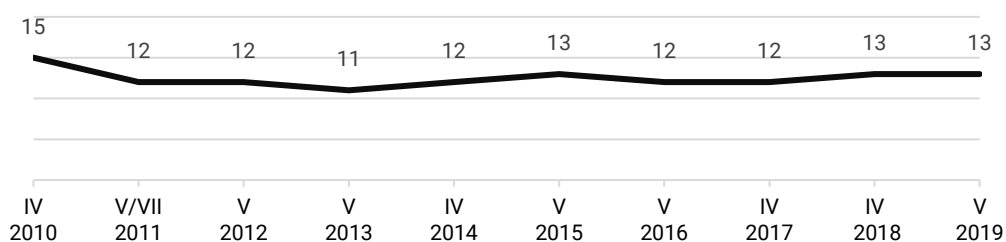
Przeciętny deklarowany czas spędzany aktywnie online w ciągu tygodnia to 13 godzin. Od dziewięciu lat pozostaje w zasadzie stabilny.

CBOS

RYS. 7. Ile mniej więcej godzin tygodniowo zazwyczaj spędza Pan(i) w internecie?



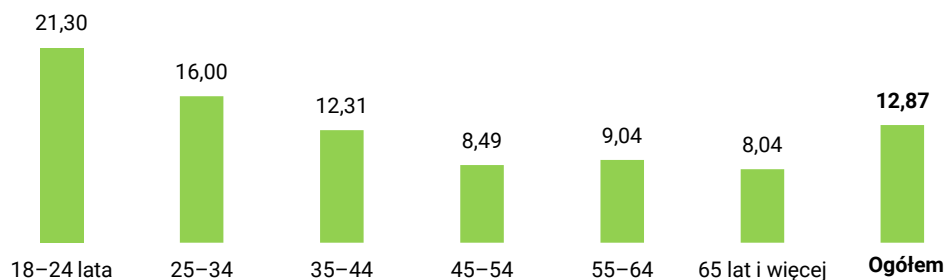
Średnia liczba godzin spędzanych tygodniowo online



Najwięcej czasu w sieci spędzają najmłodszy użytkownicy, natomiast nieco krócej niż przeciętnie są tam internauci mający 45 lat i więcej. Ponadto minimalnie dłuższą obecność w sieci deklarują mężczyźni niż kobiety (średnie wynoszą odpowiednio: 14,21 i 11,59 godz.).

CBOS

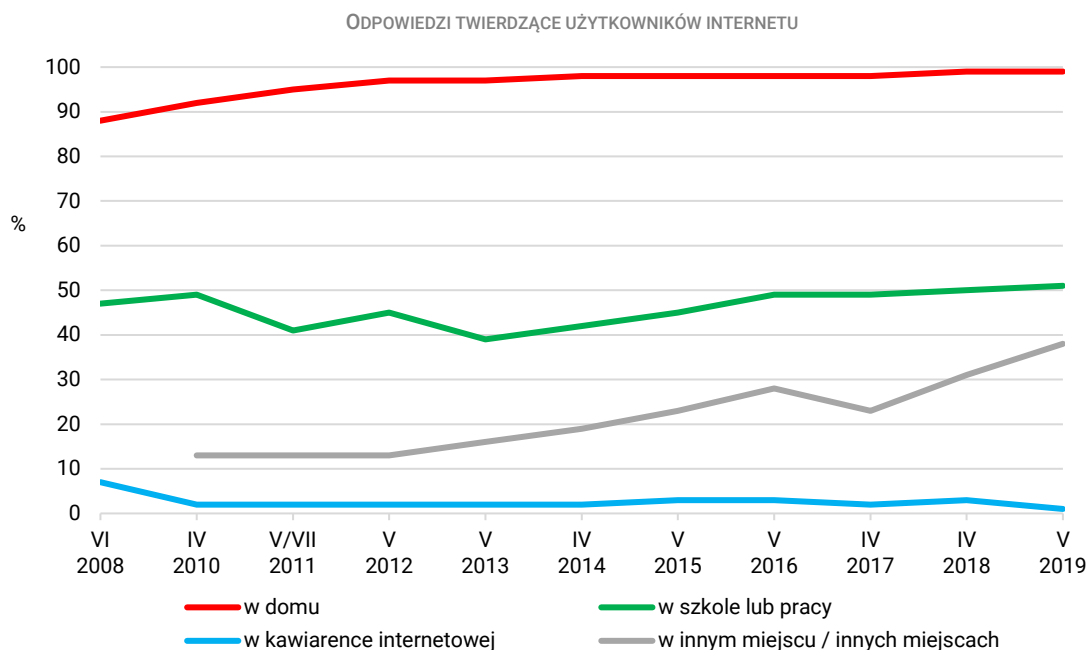
RYS. 8. Średnia liczba godzin spędzanych tygodniowo online według wieku



Prawie wszyscy użytkownicy internetu (99%) korzystają z niego w domu. Połowa (51%) łączy się z siecią również w szkole lub pracy, a jeden na stu (1%) – w kawiarenkach internetowych. Blisko dwie piąte (38%) robi to także w innych miejscach niż wymienione. Wzrost korzystania z sieci w sposób niestacjonarny, który obserwujemy w tej dekadzie, związany jest z rozpowszechnieniem internetu mobilnego.

CBOS

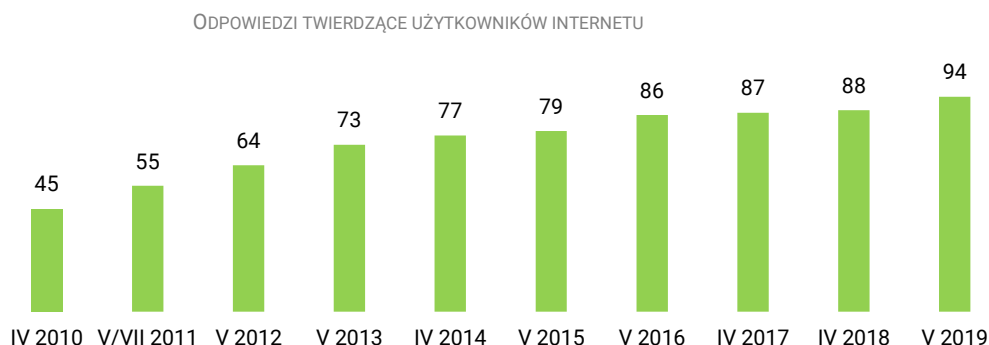
RYS. 9. Czy korzysta Pan(i) z internetu:



Od poprzedniego pomiaru w ubiegłym roku zauważalnie zwiększyła się liczba łączących się z siecią bezprzewodowo – poprzez takie urządzenia, jak smartfon, tablet czy laptop. Obecnie stanowią oni 94% internautów, czyli dwie trzecie ogółu dorosłych (65%). Dynamiczny wzrost liczby użytkowników mobilnych przypada na pierwsze trzy lata bieżącej dekady.

CBOS

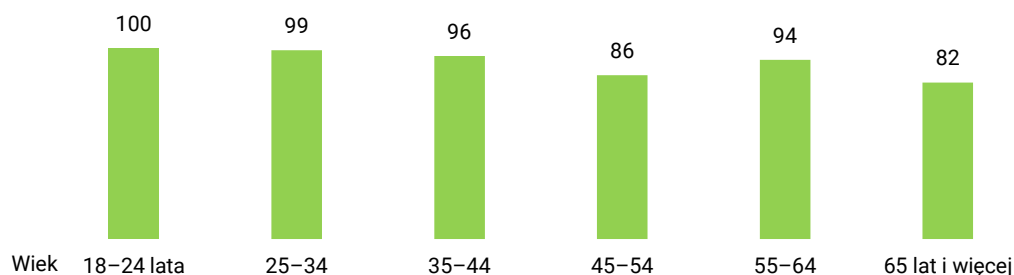
RYS. 10. Czy łączy się Pan(i) z internetem bezprzewodowo, np. używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet?



Z sieci bezprzewodowo korzystają w zasadzie wszyscy internauci poniżej 35. roku życia. Nieco rzadziej niż przeciętnie łączą się z nią w ten sposób najstarsi użytkownicy (65+) i badani mający od 45 do 54 lat, co nie zmienia faktu, że również w tych grupach ogromna większość korzysta z mobilnego internetu.

CBOS

RYS. 11. Odsetki osób korzystających z internetu, które łączą się z siecią bezprzewodowo, używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet

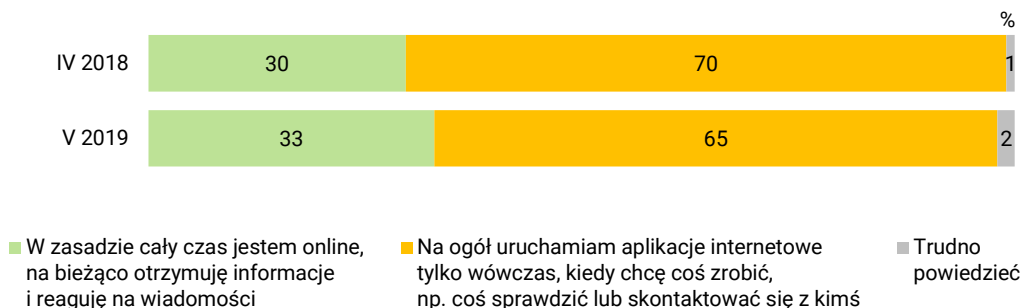


Blisko dwie trzecie korzystających z internetu (65%) uruchamia aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chce np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, natomiast jedna trzecia (33%) stale jest online – na bieżąco otrzymuje informacje i może na nie reagować. Ten drugi sposób korzystania z sieci stosuje większość najmłodszych użytkowników. Jest też deklarowany częściej niż przeciętnie przez internautów poniżej 45. roku życia, natomiast starsi (45+) w znacznej większości preferują łączenie się z internetem doraźnie, w konkretnym celu.

CBOS

RYS. 12. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

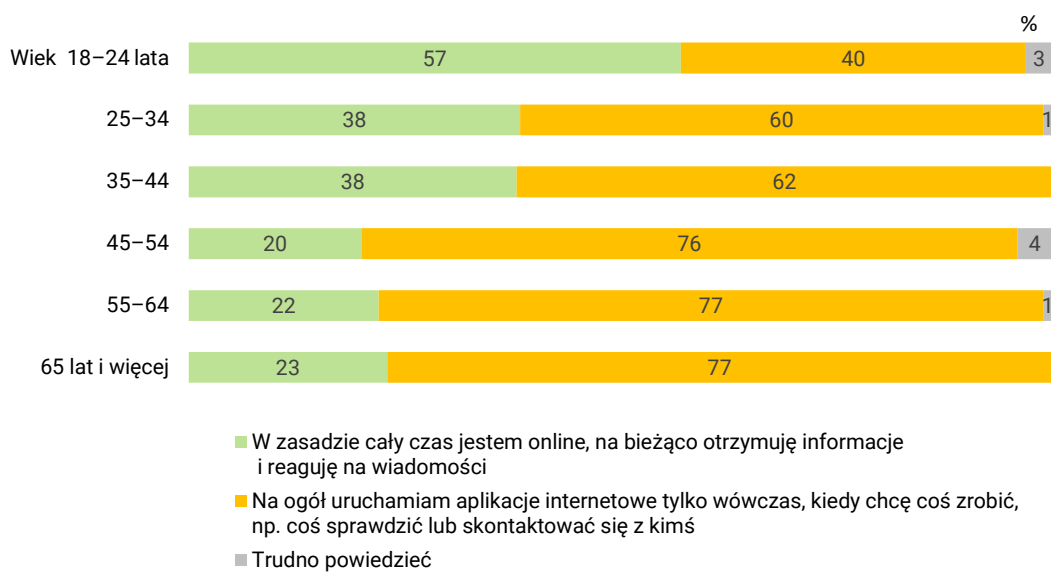
ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



CBOS

RYS. 13. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

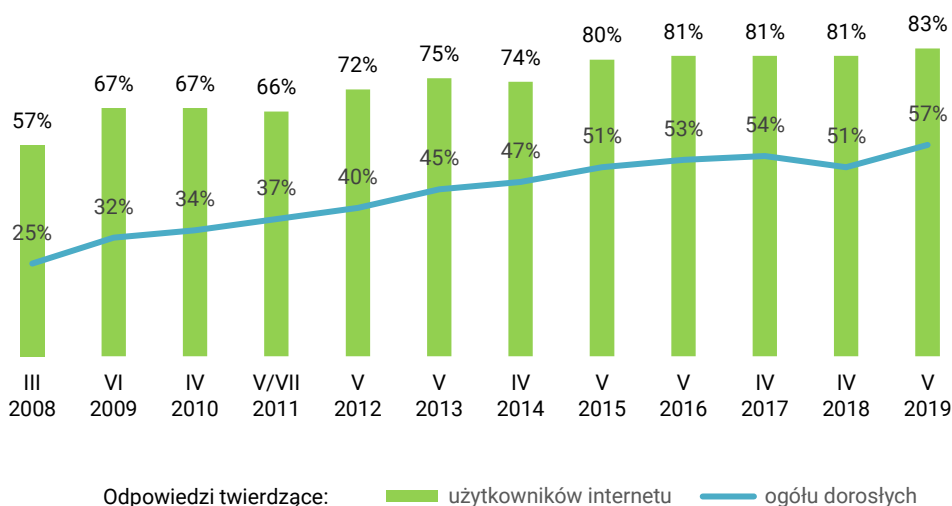


AKTYWNOŚĆ W SIECI

Ponad połowie Polaków zdarzyło się robić zakupy przez internet (57%), a niemal jednej trzeciej (29%) – sprzedawać coś w ten sposób. W ciągu ostatniego roku wzrosło zainteresowanie zarówno zakupami, jak i sprzedażą rzeczy online.

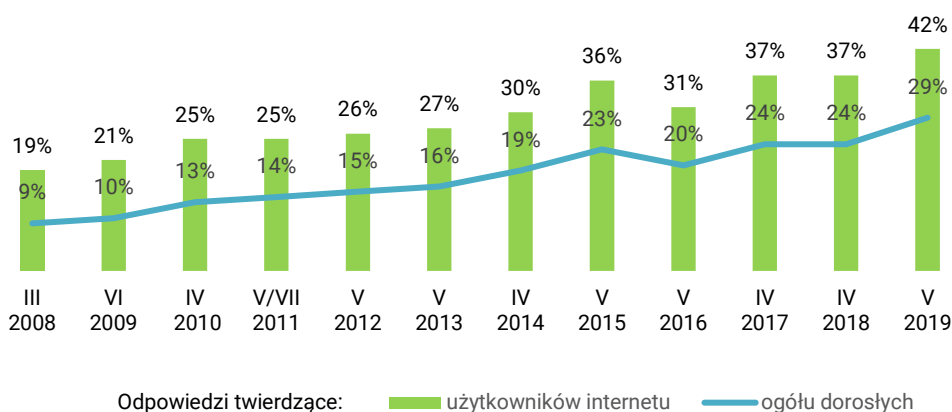
CBOS

RYS. 14. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś przez internet?



CBOS

RYS. 15. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?

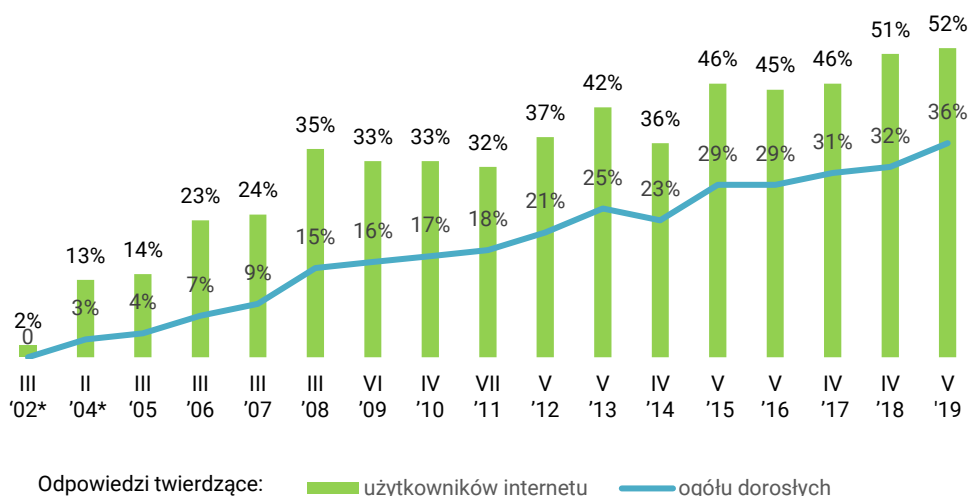


W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiła ponad połowa użytkowników (52%, czyli 36% ogółu dorosłych). Od pomiaru sprzed roku zwiększyła się liczba Polaków, którzy robią

regularnie zakupy w sieci, i jest ona obecnie największa z dotychczas zarejestrowanych (czyli od 2002 roku). Najwięcej kupujących przez internet jest wśród użytkowników w wieku 25–34 lat (65%), mających wyższe wykształcenie (65%) i uzyskujących najwyższe dochody *per capita* (2500 zł i więcej – 65%), natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających 55 lat i więcej – 35%), deklarujących wykształcenie podstawowe (31%) lub zasadnicze zawodowe (32%) oraz znajdujących się w złej sytuacji materialnej (22%).

CBOS

RYS. 16. Respondenci, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet



* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci są odzież i obuwie. Następnie: książki, zabawki i inne artykuły dziecięce, sprzęt elektroniczny oraz kosmetyki. Do rzadziej kupowanych należą bilety na pociąg, autobus lub samolot, artykuły motoryzacyjne, leki, sprzęt sportowy, a najrzadziej – dostęp do usług lub treści, żywność oraz multimedia. Wymieniano jeszcze inne typy produktów, nieskategoryzowane na liście, m.in. elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrz, materiały budowlane, elementy eksploatacyjne do urządzeń, artykuły ogrodnicze, dla zwierząt, biżuterię, a także bilety do kina, na koncert.

TABELA 1

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	25	17
– książki, e-booki, audiobooki	11	7
– sprzęt elektroniczny	10	7
– zabawki, artykuły dziecięce	10	7
– kosmetyki	10	7
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	7	5
– artykuły motoryzacyjne	6	4
– leki	5	3
– sprzęt sportowy	4	3
– dostęp do usług lub treści	3	2
– artykuły spożywcze	3	2
– programy, gry komputerowe	3	2
– muzykę, filmy	2	1
– coś innego	9	6

W ciągu ostatniego roku zauważalnie wzrosła popularność bankowości elektronicznej. Swoje konto bankowe online obsługuje obecnie niemal trzy czwarte użytkowników internetu (73%), czyli co drugi dorosły Polak (50%). Częściej niż przeciętnie są to badani w wieku od 25 do 44 lat (wśród mających 25–34 lata – 82%, a mających 35–44 lata – 80%), najlepiej wykształceni (92%), z gospodarstw domowych o dochodach *per capita* wynoszących od 1800 do 2499 zł (80%) oraz wyższych (87%). Wśród internautów deklarujących najniższe dochody (poniżej 900 zł) konto bankowe obsługuje w ten sposób nieco ponad połowa (53%).

Nieco większą popularnością niż wcześniej cieszą się usługi i treści dostępne w sieci odpłatnie, takie jak prenumeraty prasy, dostęp do multimediiów, członkostwo w serwisach lub grach. W miesiącu poprzedzającym badanie usługi tego typu opłacała blisko jedna siódma użytkowników internetu (15%), tj. jedna dziewiąta ogółu badanych (11%). Wyróżniają się pod tym względem młodszy użytkownicy: mający 18–24 lata (23%) i 25–34 lata (21%), najlepiej wykształceni (23%), uzyskujący miesięczne dochody na osobę w gospodarstwie domowym w wysokości 2500 zł i wyższe (28%). Częściej są to także mężczyźni niż kobiety (19% wobec 12%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje jedna czwarta internautów (25%, czyli 17% ogółu badanych). Od 2015 roku zjawisko pobierania multimediiów z sieci jest wśród użytkowników internetu rzadsze, niż było wcześniej, co wynika prawdopodobnie z dużej dostępności tego typu materiałów w formie strumieniowej. Ściąganie plików nadal jest dość popularne wśród najmłodszych badanych (41%).

TABELA 2

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	IV '17	IV '18	V '19
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet															
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59	63	69	66	66	66	73
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy															
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28	25	23	25
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17
– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały wideo, płatne członkostwo w serwisach, grach															
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10	12	8	9	13	15
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11

Internetową prasę i portale informacyjne³ czytało w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie siedmiu na dziesięciu użytkowników internetu (70%), czyli niemal połowa ogółu dorosłych Polaków (48%). Sięgają do nich najczęściej internauci mający wyższe wykształcenie (83%).

Ponad połowa obecnych w sieci (56%, tj. 38% ogółu dorosłych) ogląda online telewizję, filmy, seriale lub inne materiały wideo. Internetowa widownia zauważalnie wzrosła pod koniec ubiegłej dekady, a po raz drugi – w roku 2013. Obecnie obejmuje więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej. Widzowie internetowi to częściej mężczyźni niż kobiety (60% wobec 51%), a wyraźnie częściej niż inni – najmłodsi użytkownicy (79%).

Liczba słuchających radia przez internet pozostaje w ciągu ostatnich dziesięciu lat względnie stabilna, jeśli pominąć nieco niższy wynik z ubiegłego roku. Słuchający online radia to ponad jedna czwarta użytkowników internetu (28%), czyli około jednej piątej ogółu dorosłych Polaków (19%). Częściej są to mężczyźni niż kobiety (32% wobec 24%). Wyróżniają się pod tym względem także najlepiej wykształceni internauci (35%).

Oglądanie online w miesiącu poprzedzającym badanie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje jedna czwarta badanych korzystających z sieci (26%, tj. 18% ogółu ankietowanych). Ich odbiorców charakteryzuje przede wszystkim młody wiek (18–24 lata – 54%, 25–34 lata – 36%).

W tym roku po raz pierwszy zapytaliśmy o oglądanie wideoblogów (vlogów). W miesiącu poprzedzającym badanie oglądał je co piąty internauta (20%, czyli 14% ogółu respondentów). Podobnie jak w przypadku oglądania transmisji na żywo także i tu wyróżniają się młodszy użytkownicy (mający 18–24 lata – 49% i 25–34 lata – 29%).

³ Portale informacyjne zostały dodane do treści pytania w tym roku. Wcześniej pytano wyłącznie o gazety i czasopisma.

TABELA 3

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	IV '17	IV '18	V '19
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet, czasopism lub internetowe portale informacyjne*														
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56	51	48	52	70
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	48
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia														
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31	30	29	25	28
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania video**														
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45	47	50	46	51	52	56
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38
– oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników														
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	26
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18
– oglądał(a) Pan(i) vlogi (wideoblogi)														
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14

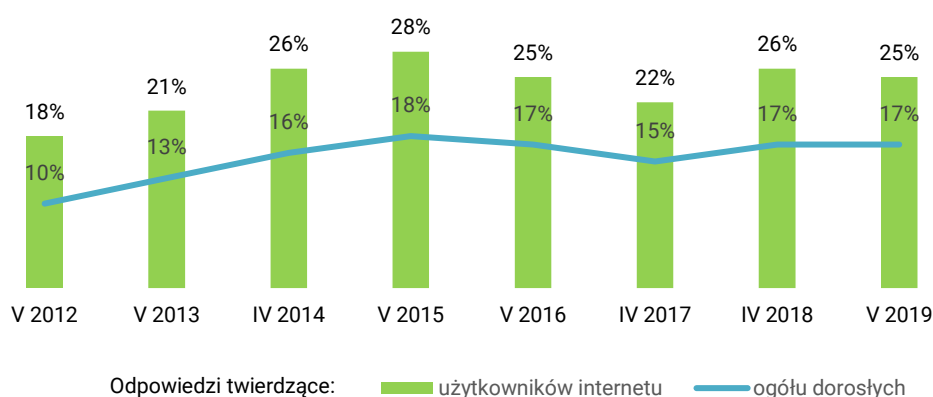
* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”; w tym roku dodano „internetowe portale informacyjne”

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

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszczał online w miesiącu przed badaniem co czwarty internauta (25%, tj. 17% ogółu dorosłych). Publikowanie w sieci takich materiałów związane jest przede wszystkim z młodym wiekiem (poniżej 35 lat). Ich zamieszczanie częściej deklarują także kobiety niż mężczyźni (29% wobec 20%).

CBOS

RYS. 17. Czy w ciągu ostatniego miesiąca zamieszczał(a) Pan(i) w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy?



Stabilną popularnością cieszą się blogi. Czyta je jedna piąta dorosłych (20%), czyli około jednej trzeciej korzystających z internetu (29%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani najlepiej wykształceni (39%) i mający od 25 do 34 lat (36%). Blogi odwiedza więcej internatek niż internautów (33% wobec 25%).

CBOS

RYS. 18. Czy w ciągu ostatniego miesiąca czytał(a) Pan(i) blogi?

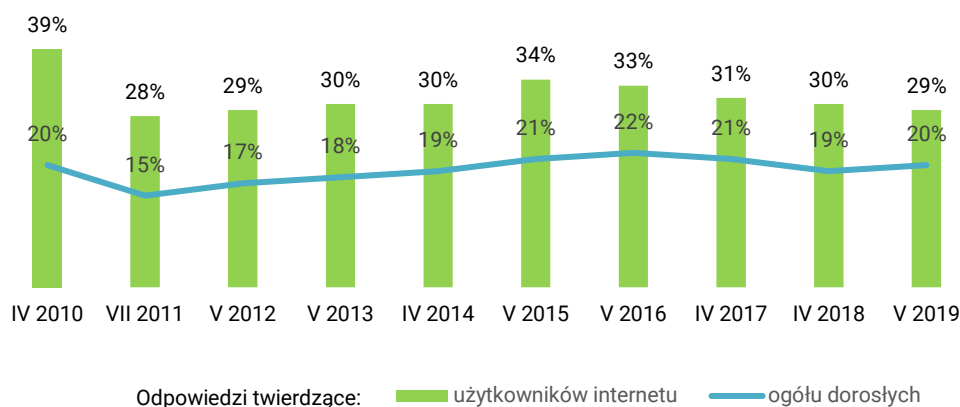
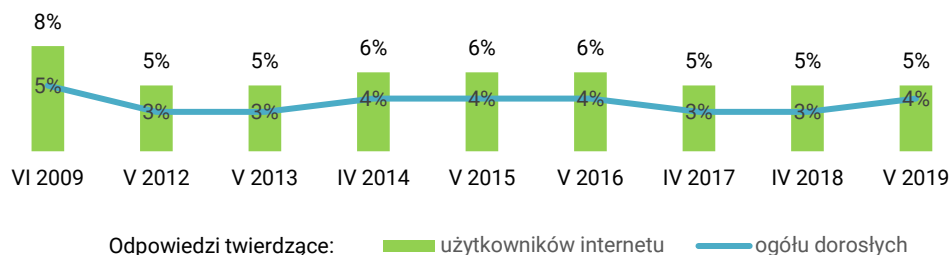


TABELA 4

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:						
	czytali internetowe wersje gazet, czasopism lub internetowe portale informacyjne	słuchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	czytali blogi	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników	oglądali vlogi (wideoblogi)
	w procentach						
18–24 lata	67	23	79	32	44	54	49
25–34	73	33	64	36	39	36	29
35–44	67	30	54	28	19	20	13
45–54	67	27	41	21	15	14	10
55–64	72	20	50	24	9	15	8
65 lat i więcej	72	27	41	25	11	11	13

Bloga lub własną stronę prowadzi co dwudziesty internauta (5%, czyli czterech na stu spośród ogółu badanych). W bieżącej dekadzie skala tej aktywności pozostaje na stałym poziomie. Relatywnie najwięcej blogerów jest wśród użytkowników internetu mających od 25 do 34 lat (8%).

RYS. 19. Czy prowadzi Pan(i) bloga lub własną stronę internetową?



W miesiącu poprzedzającym badanie kontaktowało się ze znajomymi przez komunikator trzy czwarte internautów (74%), czyli co drugi dorosły Polak. Na przestrzeni ostatniego roku liczba użytkowników tego typu aplikacji znacznie się zwiększyła. Częściej komunikują się w ten sposób kobiety niż mężczyźni (79% wobec 69%). Rozmowy telefoniczne przez aplikacje internetowe prowadzi jedna trzecia internautów (34%, czyli jedna czwarta ogółu dorosłych).

Co trzeci użytkownik (32%, czyli 22% ogółu ankietowanych) pisał w miesiącu poprzedzającym badanie na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Od 2013 roku odsetek ten jest dość stabilny. Częściej w sieci wypowiadały się internautki niż internauci (36% wobec 27%).

Stosunkowo małą popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie grał w nie co szósty internauta (16%), czyli co dziewiąty dorosły Polak (11%). Rozrywka ta w znacznie większym stopniu jest domeną mężczyzn niż kobiet (22% wobec 10%).

TABELA 5

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	IV '17	IV '18	V '19
kontaktował(a) się Pan(i) ze znajomymi przez komunikator, np. Messenger (Facebook), WhatsApp, Skype, Hangouts (Google), GG (Gadu-Gadu)															
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55	56	53	56	40	68	74
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Skype)															
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33	39	35	29	27	31	34
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20	24
– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach serwisów społecznościowych															
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32	33	34	31	33	32	32
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22
– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi															
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16	12	12	14	16
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11

* W 2007 roku pytanie w ogóle nie zawierało przykładowych nazw komunikatorów. W pozostałych badaniach przykłady komunikatorów mogły się różnić

Wszystkie rodzaje aktywności w sieci opierające się na interakcji i komunikacji z innymi są bardziej popularne wśród młodszych użytkowników, zwłaszcza najmłodszych. Największe różnice wynikające z wieku dotyczą grania online, z kolei najmniejsze – prowadzenia rozmów telefonicznych przez internet.

TABELA 6

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:			
	kontaktowali się przez komunikator internetowy	przewodili rozmowy telefoniczne przez internet	dokonywali wpisów na forach, w serwisach społecznościowych	grali w sieci
	w procentach			
18–24 lata	99	45	45	58
25–34	86	39	41	19
35–44	75	26	34	13
45–54	62	34	23	5
55–64	58	33	19	3
65 lat i więcej	55	29	18	2

ZAWIERANIE ZNAJOMOŚCI I KORZYSTANIE Z SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

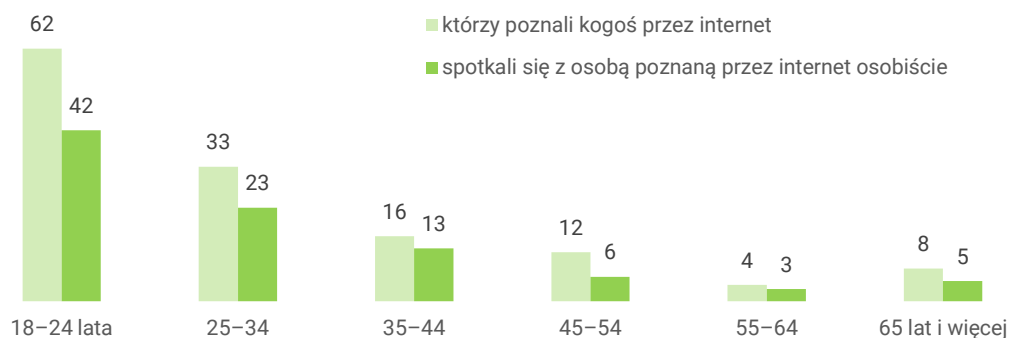
Co szósty dorosły (16%, tj. blisko co czwarty użytkownik internetu) zawarł znajomość online, a z poznaną w ten sposób osobą spotkał się poza siecią co dziewiąty (11%, czyli 16% użytkowników internetu). W ciągu ostatniej dekady skala aktywności towarzyskiej w sieci nie ulegała większym zmianom.

TABELA 7

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	IV '17	IV '18	V '19
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet															
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20	23	23	21	23	22	20	21	23
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11	13	14	13	15	14	13	13	16
– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście															
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12	15	16	14	15	13	14	14	16
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7	8	9	9	9	9	9	9	11

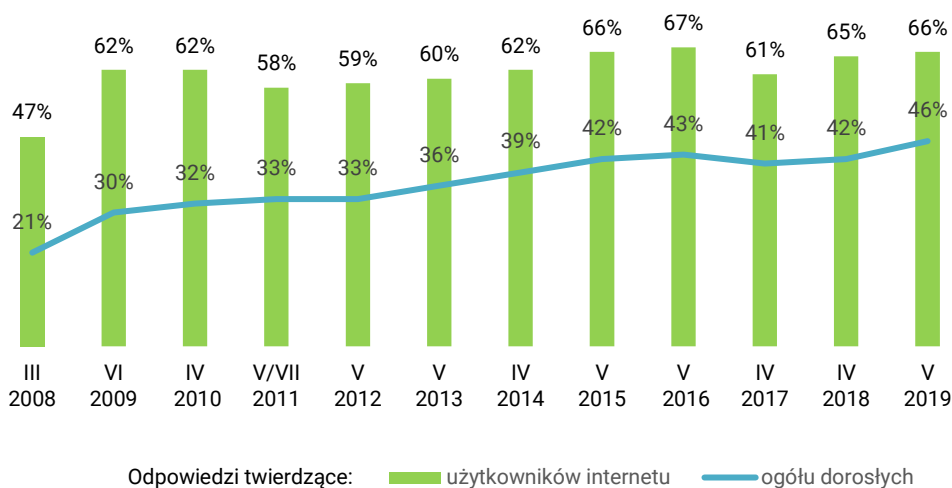
Internetowa aktywność towarzyska współwystępuje najczęściej z młodym wiekiem. Poznanie kogoś online deklaruje ponad sześciu na dziesięciu najmłodszych internautów, a spotkanie z poznaną w ten sposób osobą – więcej niż dwie piąte. Wprawdzie najmłodsi użytkownicy wyróżniają się na tle pozostałych spotkaniami poza siecią, to jednak spośród tych, którzy poznali kogoś przez internet, osobiście relatywnie najczęściej spotykali się badani mający od 35 do 44 lat (81%, a przeciętnie – 70%), natomiast ci mający od 18 do 24 lat nie odbiegali pod tym względem od przeciętnej (69% wobec 70%).

RYS. 20. Odsetki użytkowników internetu:



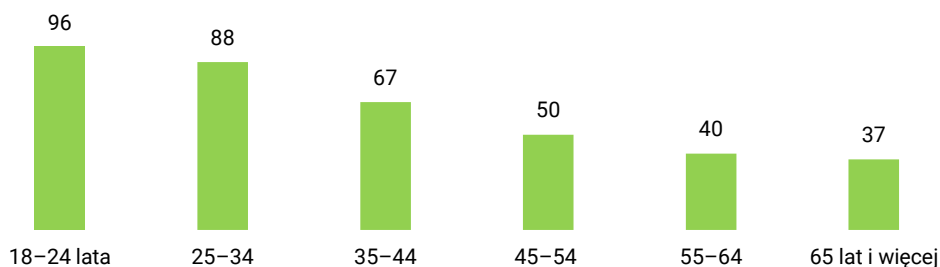
Dwie trzecie użytkowników internetu (66%), tj. niemal połowa ogół dorosłych Polaków (46%), zarejestrowanych jest w jakimś serwisie społecznościowym. Ogromna większość z nich (86%) przeglądała zawartość serwisów społecznościowych w miesiącu poprzedzającym badanie. Skala uczestnictwa w social mediach jest obecnie – odnosząc się do ogółu badanych – najwyższa z dotychczas zarejestrowanych.

RYS. 21. Czy zarejestrował(a) się Pan(i), ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym, np. Facebook, Google+, Instagram, Nasza-klasa, GoldenLine, LinkedIn lub podobnym?



Obecność w serwisach społecznościowych zdecydowanie częściej niż przeciętnie deklarują użytkownicy internetu mający mniej niż 35 lat, natomiast wyraźnie rzadziej – osoby od 55. roku życia.

RYS. 22. Odsetki użytkowników internetu zarejestrowanych w serwisach społecznościowych wśród osób w wieku:



Znaczna grupa użytkowników internetu korzysta z towarzyskich funkcji serwisów społecznościowych. Za ich pośrednictwem utrzymują kontakty ze znajomymi (58%), odnawiają znajomości (33%), a także, choć rzadziej, nawiązują nowe (19%). Na poznawanie nowych osób bardziej nastawieni są mężczyźni niż kobiety, a także młodszy – szczególnie najmłodszy – badani.

TABELA 8

Cele korzystania z serwisów 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	IV '17	IV '18	V '19
Utrzymywanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych												
Użytkownicy internetu	-	56	53	50	50	50	54	55	58	52	57	58
Ogół dorosłych	-	27	27	28	28	30	34	35	38	35	36	40
Odnawianie dawnych znajomości												
Użytkownicy internetu	40	50	46	43	37	41	40	41	42	37	35	33
Ogół dorosłych	18	24	23	24	21	25	25	26	28	25	22	23
Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów												
Użytkownicy internetu	27	38	35	36	33	39	38	39	39	34	43	43
Ogół dorosłych	12	19	18	20	18	23	24	25	26	23	27	30
Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych, komentowanie informacji												
Użytkownicy internetu	-	-	26	21	26	27	25	28	27	24	27	27
Ogół dorosłych	-	-	14	12	14	16	16	18	18	16	17	18
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów												
Użytkownicy internetu	18	27	27	23	21	24	26	26	27	23	26	26
Ogół dorosłych	8	13	14	13	12	14	16	17	18	15	16	18
Nawiązywanie nowych kontaktów towarzyskich												
Użytkownicy internetu	21	27	22	21	19	19	20	20	17	18	18	19
Ogół dorosłych	9	13	12	12	11	12	13	13	11	12	11	13
Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*												
Użytkownicy internetu	11	17	13	16	15	18	16	21	17	13	19	17
Ogół dorosłych	5	8	7	9	8	11	10	13	11	9	12	11
Nawiązywanie znajomości zawodowych, biznesowych												
Użytkownicy internetu	9	15	11	13	11	14	15	17	16	16	19	18
Ogół dorosłych	4	7	5	7	6	8	10	11	10	10	12	13

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

Ponad dwie piąte internautów (43%) wykorzystuje serwisy społecznościowe do odbioru treści: słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów. Co czwarty (26%) sam zamieszcza tam tego typu materiały. Zbliżonemu odsetkowi (27%) serwisy społecznościowe służą za miejsce do rozmawiania, wypowiadania się, komentowania. Rozmowami i zamieszczaniem w serwisach społecznościowych swoich zdjęć i innych materiałów bardziej interesują się użytkowniczki niż użytkownicy, a ponadto najmłodsi badani.

Serwisy społecznościowe znajdują również zastosowanie w sprawach związanych z pracą. Szuka jej za ich pośrednictwem 17% korzystających z internetu, a zbliżony odsetek (18%) nawiązuje dzięki nim znajomości zawodowe i biznesowe. Oba te zastosowania częściej wskazują mężczyźni niż kobiety. Wyróżniają się pod tym względem również przedstawiciele kadry kierowniczej i specjaliści, technicy i średni personel, także – jeśli chodzi o nawiązywanie kontaktów biznesowych – prywatni przedsiębiorcy.



Regularni użytkownicy internetu to obecnie w Polsce blisko siedmiu na dziesięciu dorosłych, a więc nieco więcej niż przed rokiem. Najwięcej użytkowników jest wśród młodszych pokoleń Polaków, a nieobecność w sieci związana jest przede wszystkim ze starszym wiekiem – nie ma w niej zdecydowanej większości osób mających 65 lat i więcej. Wiek nie tylko decyduje w znacznym stopniu o byciu online, ale też określa styl korzystania z internetu. Młodszy użytkownicy, zwłaszcza najmłodsi, spędzają w sieci najwięcej czasu, znaczny ich odsetek jest połączony z nią cały czas. W wielu przypadkach są oni także bardziej aktywni od starszych internautów w wykorzystywaniu dostępnych w sieci usług i funkcji. Użytkownicy w wieku od 45. roku życia wżwyż poświęcają internetowi mniej czasu i w znacznej mierze ich obecność w sieci ma charakter celowy, a nie permanentny.

W ciągu ostatniego roku odnotowaliśmy wzrost popularności połączeń mobilnych, a także takich aktywności, jak zakupy online, obsługa konta bankowego przez internet, korzystanie z treści i usług dostępnych w sieci za opłatą, jak również przyrost liczby użytkowników oglądających w internecie filmy, seriale, telewizję lub inne materiały wideo oraz komunikujących się przez komunikatory internetowe.

Opracował

Michał Feliksiak