

## Korzystanie z internetu

Znak jakości przyznany CBOS przez  
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 20 stycznia 2020 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
Aktywności online.....	6

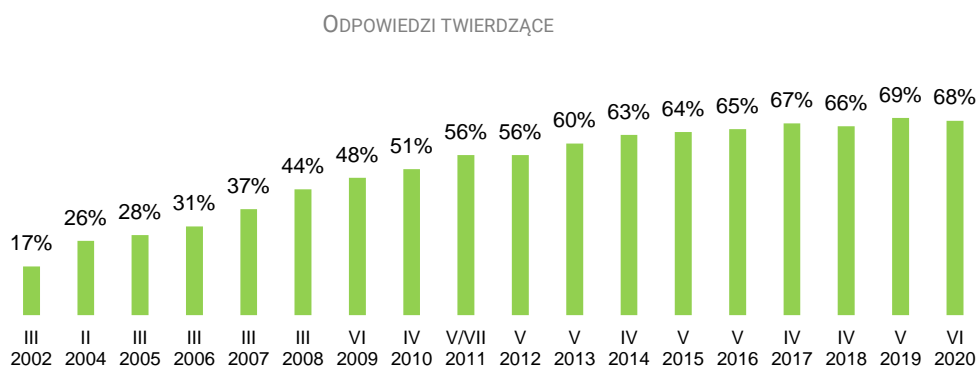


## ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Obecnie<sup>1</sup> z internetu przynajmniej raz w tygodniu korzysta ponad dwie trzecie dorosłych Polaków (68%), czyli w zasadzie tyle samo co przed rokiem.

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)?”

Obecność online zależy przede wszystkim od wieku, a w mniejszym stopniu także od poziomu wykształcenia, który to ma znaczenie głównie w przypadku starszych respondentów. Korzystanie z internetu jest niemal powszechne wśród osób poniżej 35. roku życia, a także bardzo częste wśród

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (360) przeprowadzono w ramach procedury mixed-mode na reprezentatywnej imiennej próbie pełnoletnich mieszkańców Polski, wylosowanej z rejestru PESEL.

Każdy respondent wybierał samodzielnie jedną z metod:

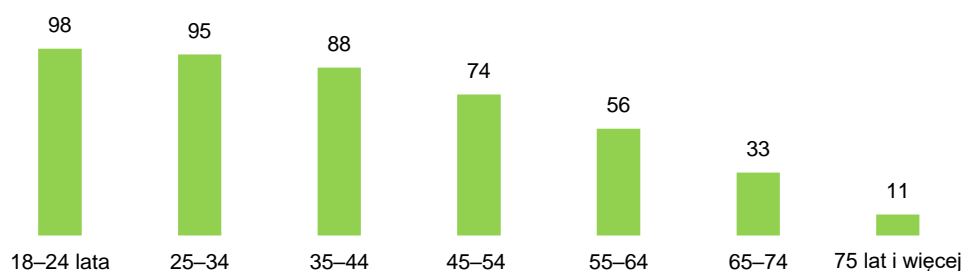
- wywiad bezpośredni z udziałem ankietera (metoda CAPI),
- wywiad telefoniczny po skontaktowaniu się z ankieterem CBOS (CATI) – dane kontaktowe respondent otrzymywał w liście zapowiednim od CBOS,
- samodzielne wypełnienie ankiety internetowej, do której dostęp był możliwy na podstawie loginu i hasła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

We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 15 do 25 czerwca 2020 roku na próbie liczącej 1378 osób (w tym: 65,3% metodą CAPI, 20,8% – CATI i 13,9% – CAWI).

mających od 35 do 54 lat, których zdecydowana większość również jest online. Użytkownicy internetu stanowią ponad połowę wśród respondentów w wieku 55–64 lat. Z kolei offline pozostaje dwie trzecie ankietowanych mających od 65 do 74 lat i dziewięciu na dziesięciu najstarszych badanych (75+).

CBOS

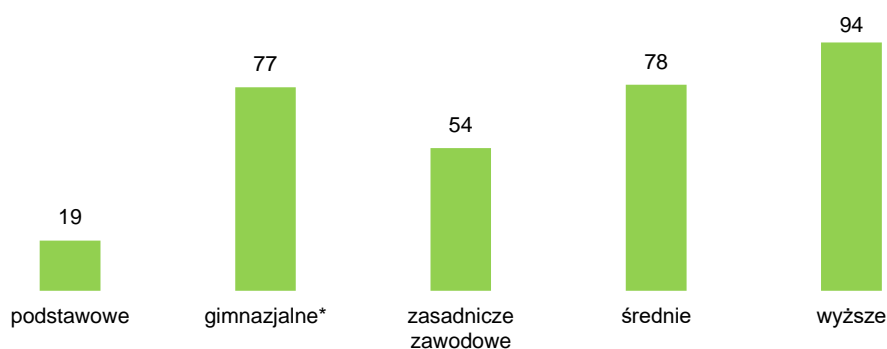
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Relatywnie najwięcej użytkowników internetu jest wśród osób mających wyższe wykształcenie, a najmniej wśród badanych z wykształceniem podstawowym, co jednak w przypadku tej drugiej grupy w znacznym stopniu warunkowane jest starszym wiekiem.

CBOS

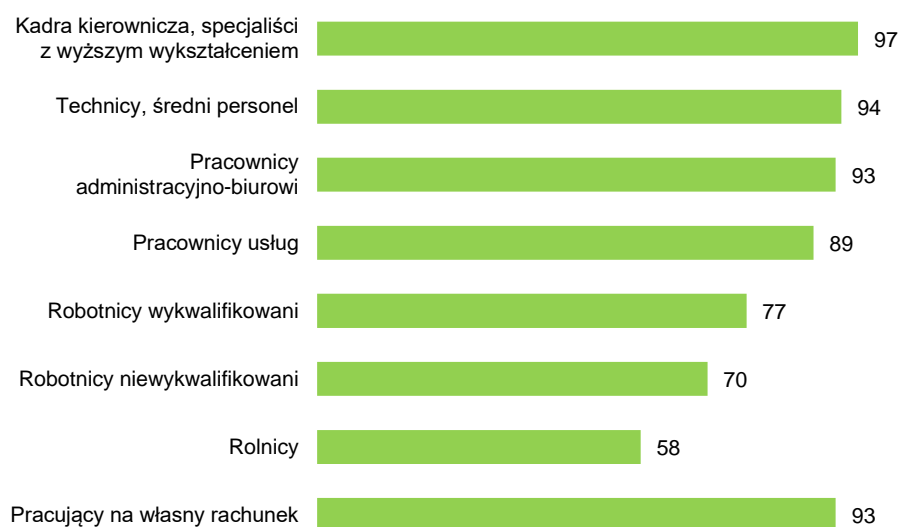
RYS. 3. Odsetki korzystających z internetu wśród osób mających wykształcenie:



\* Uwaga, mała liczebność w próbie osób z takim wykształceniem

Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa (deklaruje je 85% pracujących i 48% niepracujących), co również jest w pewnym stopniu pośrednio zdeterminowane przez wiek. W grupie pracujących relatywnie najmniej użytkowników sieci jest wśród rolników oraz robotników niewykwalifikowanych i wykwalifikowanych, natomiast wśród kadry kierowniczej i specjalistów, techników i średniego personelu, pracowników administracyjno-biurowych oraz prywatnych przedsiębiorców korzystają z niego niemal wszyscy.

RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



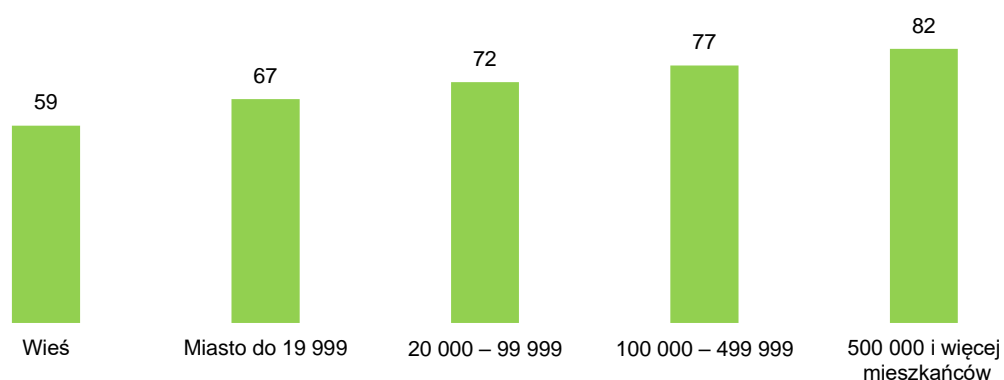
Sytuacja materialna ma mniejsze i raczej niebezpośrednie znaczenie, ale może w pewnej mierze ograniczać dostępność internetu, np. ze względu na brak środków na zakup urządzenia czy opłatę abonamentową.

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



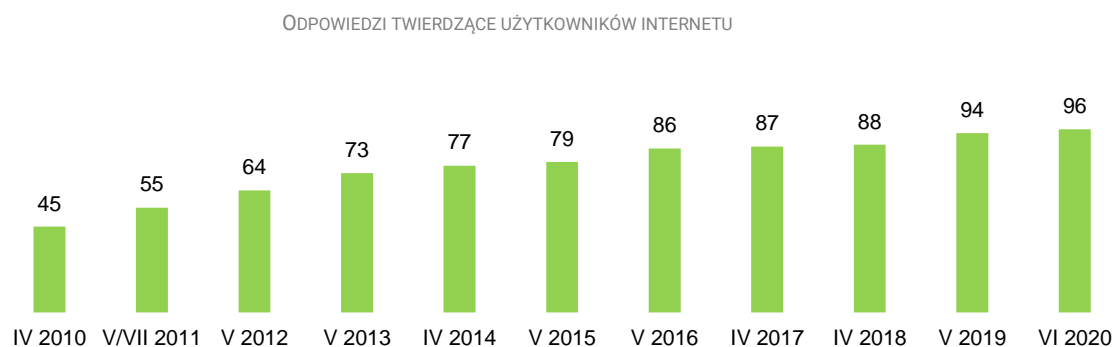
Relatywnie najmniej użytkowników internetu jest na wsi, a zauważalnie więcej niż przeciętnie w dużych miastach, szczególnie w półmilionowych i większych.

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



Obecnie niemal wszyscy użytkownicy internetu (96%, tj. 65% ogółu dorosłych) korzystają z sieci bezprzewodowo poprzez takie urządzenia jak smartfon, tablet czy laptop. Najwyższy wzrost liczby użytkowników mobilnych przypada na pierwsze trzy lata bieżącej dekady.

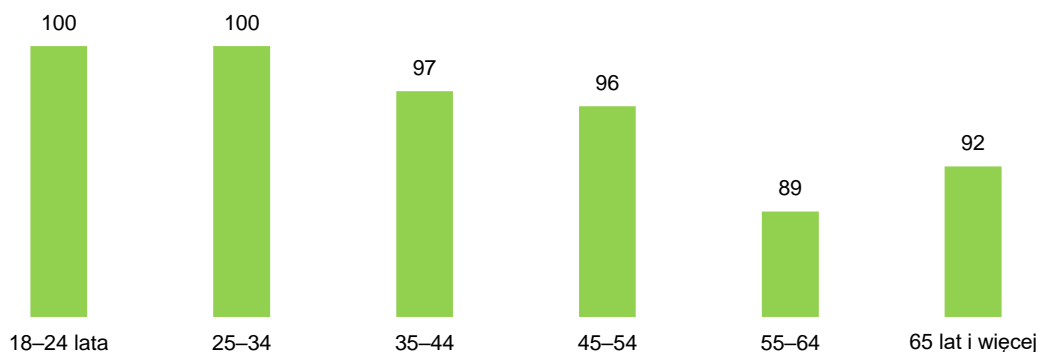
RYS. 7. Czy łączy się Pan(i) z internetem bezprzewodowo, np. używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet?



Bezprzewodowo z sieci korzystają wszyscy internauci poniżej 35. roku życia i niemal wszyscy w wieku 35–54 lat. Również wśród starszych badanych ogromna większość zalicza się do użytkowników mobilnych.



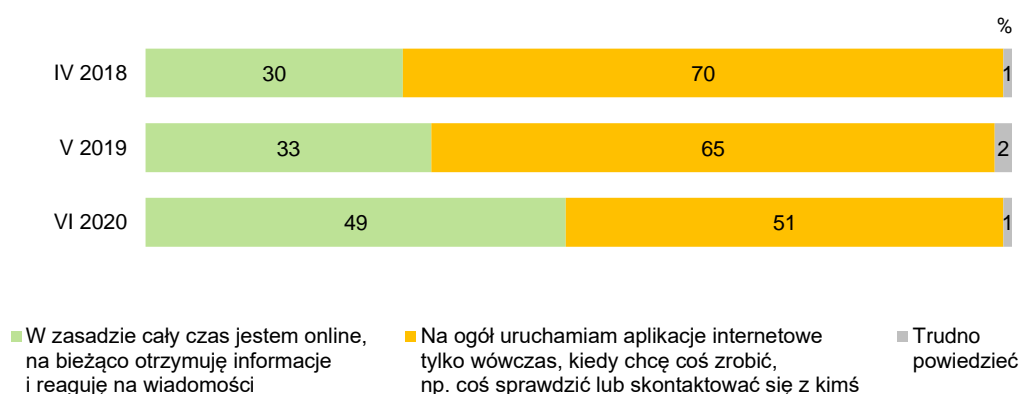
RYS. 8. Odsetki osób korzystających z internetu, które łączą się z siecią bezprzewodowo, używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet



Co drugi respondent korzystający z internetu (51%) uruchamia aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chce coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, a niemal tyle samo badanych (49%) cały czas jest online – na bieżąco otrzymują oni informacje i mogą na nie reagować. Ten drugi sposób korzystania z sieci wyraźnie zyskał na popularności w ciągu ostatniego roku. Wcześniej – rok i dwa lata temu – wskazywało go około jednej trzeciej internautów.

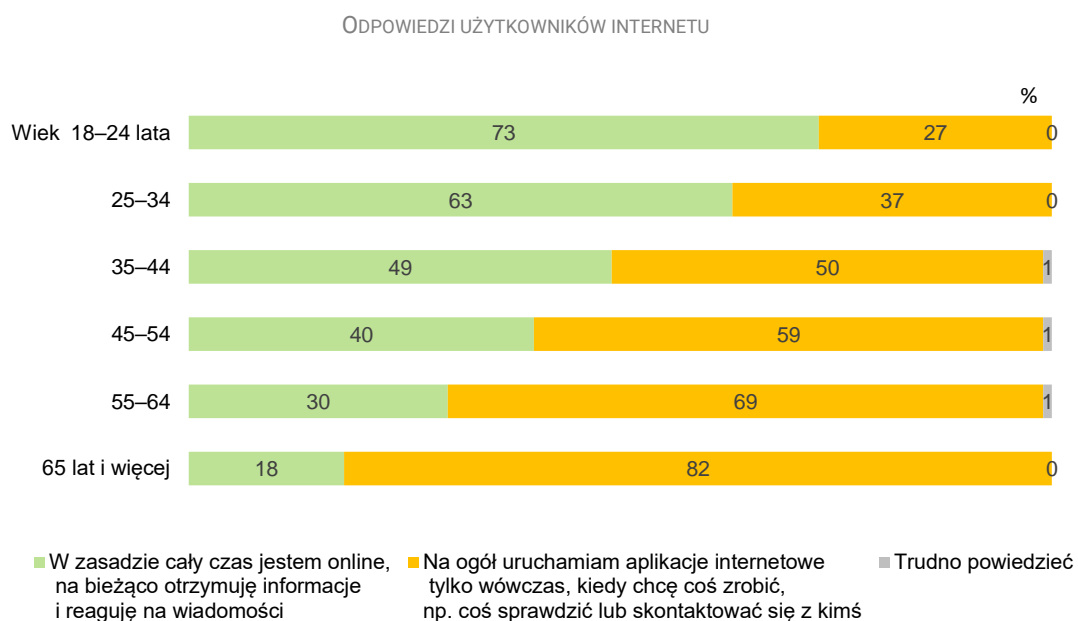
RYS. 9. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



Styl korzystania z sieci w dużym stopniu zależy od wieku. Badani poniżej 35. roku życia, zwłaszcza mający od 18 do 24 lat, na ogół deklarują stałą obecność online, natomiast wśród mających powyżej 44 lat, a szczególnie najstarszych internautów, przeważa „wchodzenie” do internetu doraźnie, w konkretnym celu.

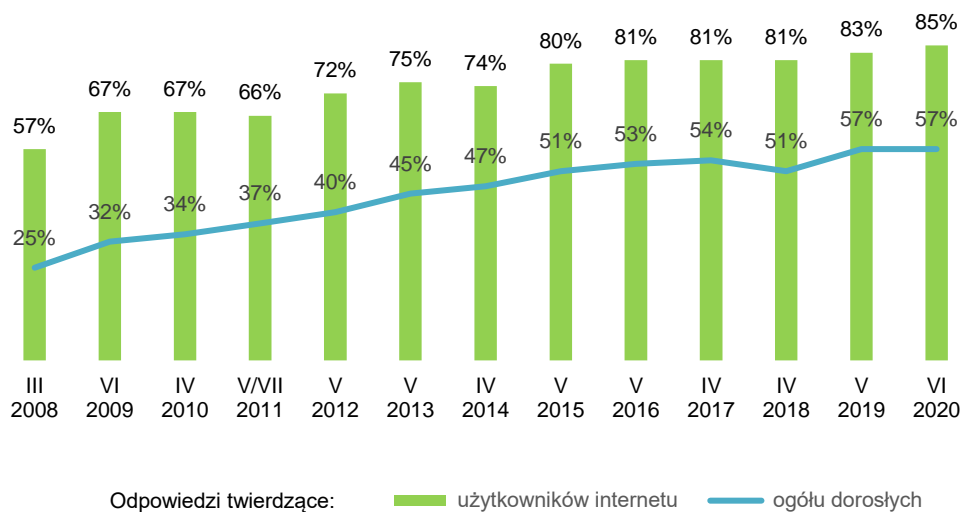
RYS. 10. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?



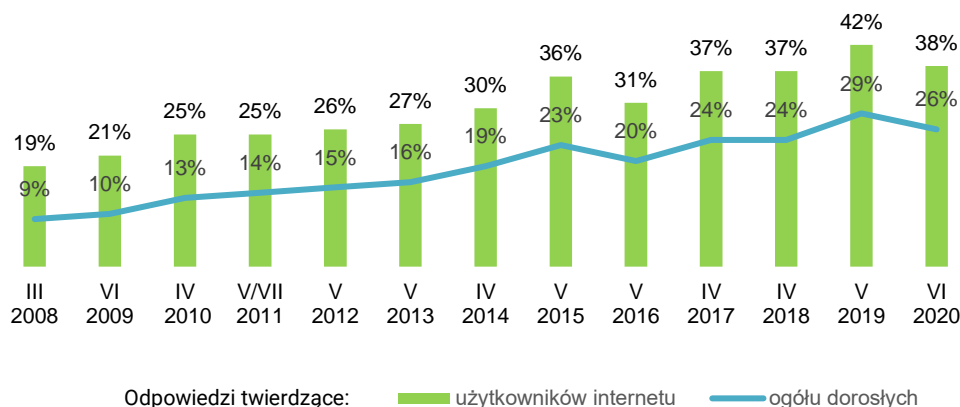
## AKTYWNOŚCI ONLINE

W ostatnich latach obserwujemy dużą popularność zakupów online. Z uzyskanych obecnie deklaracji wynika, że zakupy przez internet zdarzyło się robić ponad połowie Polaków (57%), a jedna czwarta (26%) sprzedała coś w ten sposób.

RYS. 11. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś przez internet?



RYS. 12. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?

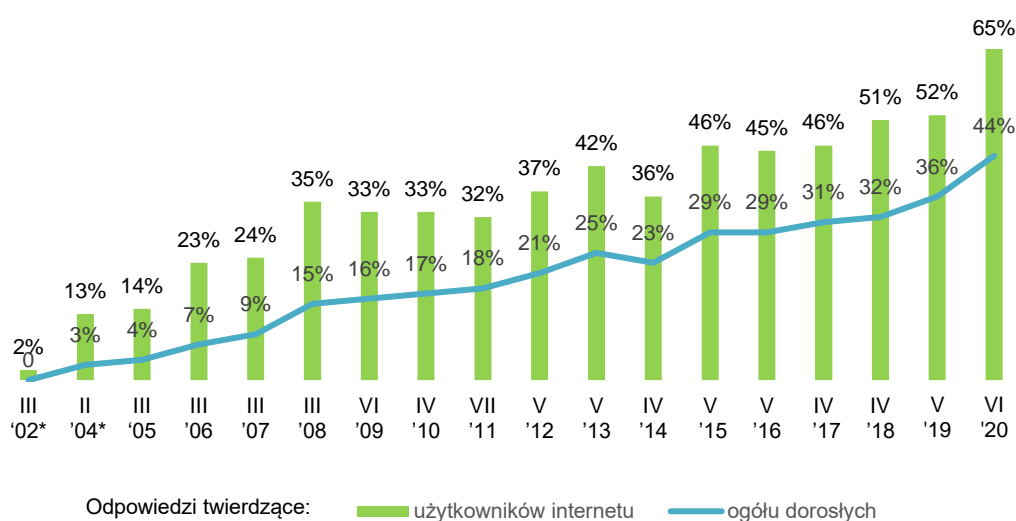


W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiło dwie trzecie użytkowników (65%, czyli 44% ogółu dorosłych), a więc najwięcej, odkąd o to pytamy. Tak wysoki odsetek kupujących online wpisuje się w trend rosnącej popularności zakupów w sieci, ale może również w jakimś stopniu być uwarunkowany epidemią koronawirusa i związanymi z nią ograniczeniami w funkcjonowaniu sklepów stacjonarnych oraz obawami przed przebywaniem w skupiskach ludzkich. Najwięcej kupujących przez internet jest wśród użytkowników w wieku 25-34 lata (79%), mieszkańców dużych

i największych miast (odpowiednio 75% i 73%), mających wyższe wykształcenie (81%) i uzyskujących najwyższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (3000 zł i więcej – 76%), natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających od 55 do 64 lat – 44% oraz 65 lat i więcej – 36%), deklarujących wykształcenie podstawowe (45%) lub zasadnicze zawodowe (42%), znajdujących się w złej sytuacji materialnej (50%) i uzyskujących najniższe dochody *per capita* (poniżej 1000 zł – 54%).

CBOS

RYS. 13. Respondenci, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet



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

Najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci w miesiącu poprzedzającym badanie są odzież i obuwie, a w dalszej kolejności sprzęt elektroniczny, kosmetyki, książki oraz zabawki i inne artykuły dziecięce. Do rzadziej kupowanych zaliczają się artykuły motoryzacyjne, sprzęt sportowy, żywność, leki i dostęp do usług lub treści. Najbardziej zaopatrywano się przez internet w multimedia (programy, gry komputerowe, muzykę, filmy) oraz bilety na autobus, pociąg lub samolot. Niektórzy badani wymieniali jeszcze inne typy produktów, nieskateryzowane na liście, m.in. elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrza, materiały budowlane i sprzęt, elementy eksploatacyjne do urządzeń, rośliny i artykuły ogrodnicze, artykuły dla zwierząt, środki czyszczące i higieniczne. Warto zauważyć, że wyraźnie więcej osób niż rok i dwa lata temu – co, jak się wydaje, należy przypisywać sytuacji epidemicznej – kupowało w sieci buty i ubrania, sprzęt elektroniczny, kosmetyki, jak również artykuły spożywcze.

TABELA 1

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące użytkowników internetu		
	2018	2019	2020
	w procentach		
– odzież, obuwie	23	25	34
– sprzęt elektroniczny	10	10	16
– kosmetyki	10	10	15
– książki, e-booki, audiobooki	9	11	12
– zabawki, artykuły dziecięce	10	10	12
– artykuły motoryzacyjne	7	6	8
– sprzęt sportowy	6	4	7
– artykuły spożywcze	2	3	7
– leki	3	5	6
– dostęp do usług lub treści	3	3	5
– programy, gry komputerowe	2	3	4
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	7	3
– muzykę, filmy	2	2	3
– coś innego	8	9	14

W ciągu ostatniego roku zauważalnie wzrosła popularność bankowości elektronicznej. Swoje konto bankowe online obsługuje obecnie niemal ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (79%), czyli więcej niż co drugi dorosły Polak (53%). Częściej niż przeciętnie są to badani w wieku od 25 do 34 lat (92%), najlepiej wykształceni (95%), z gospodarstw domowych o dochodach *per capita* powyżej 2999 zł (94%). Dla porównania, wśród internautów deklarujących niskie dochody (poniżej 1500 zł na osobę) konto bankowe obsługuje w ten sposób niespełna dwie trzecie (64%). Ogólnie rzecz biorąc, relatywnie mniej korzystających z tego typu usług jest wśród deklarujących wykształcenie podstawowe (31%), zasadnicze zawodowe (38%), jak również wśród mających 65 lat i starszych (59%).

Większą popularnością niż kiedykolwiek wcześniej cieszą się obecnie 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 jedna piąta użytkowników internetu (20%), tj. 13% ogółu badanych. Wyróżniają się pod tym względem respondenci młodszy, mający 18–24 lata (31%) i 25–34 lata (29%), najlepiej wykształceni (28%), uzyskujący miesięczne dochody *per capita* w wysokości 3000 zł i wyższe (37%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje jedna czwarta internautów (26%, czyli 17% ogółu badanych). Od 2015 roku zjawisko pobierania multimediiów z sieci jest wśród użytkowników internetu rzadsze, niż było wcześniej, co wynika prawdopodobnie ze spopularyzowania się szybszych połączeń i mediów strumieniowych. Ściąganie plików nadal jest dość częste wśród młodszych użytkowników, w wieku od 18–24 lat (39%) i od 25 do 34 lat (35%).

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	VI '20
<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	66	66	73	79
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50	53
<b>– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy</b>																
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28	25	23	25	26
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17
<b>– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały wideo, płatne członkostwo w serwisach, grach</b>																
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10	12	8	9	13	15	20
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13

Internetową prasę czytała w ciągu miesiąca poprzedzającego pomiar połowa użytkowników internetu (51%), czyli jedna trzecia ogółu dorosłych Polaków (34%). Częściej niż inni sięgają po nią ludzie mający wyższe wykształcenie (61%). W miarę stabilną popularnością cieszą się blogi. Obecnie ich czytanie deklaruje co trzeci korzystający z internetu (33%), czyli więcej niż co piąty dorosły (22%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani mający od 18 do 24 lat (46%) i od 25 do 34 lat (42%) oraz najlepiej wykształceni (40%). Ponadto blogi chętniej odwiedzają internautki niż internauci (37% wobec 28%).

Ponad połowa korzystających z internetu (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. Od pomiaru w ubiegłym roku pozostaje jednak niezmienną. Widzowie internetowi to częściej mężczyźni niż kobiety (59% wobec 52%), a ponadto wyraźnie częściej niż inni młodsi internauci, mający od 18 do 24 lat (83%) i od 25 do 34 (72%).

Słuchający online radia stanowią ponad jedną czwartą użytkowników internetu (29%), czyli jedną piątą ogółu dorosłych badanych (20%). Ich liczba pozostaje w tej dekadzie względnie stabilna. Słuchaniem radia przez internet wyróżniają się najlepiej wykształceni internauci (38%) oraz mający od 25 do 34 lat (38%).

Oglądanie online w miesiącu poprzedzającym badanie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje ponad jedna trzecia osób korzystających z sieci (37%, tj. 25% ogółu respondentów). Od poprzedniego roku liczba odbiorców takich transmisji wyraźnie się zwiększyła. Są to relatywnie często młodsi internauci – w wieku 18–24 lata (63%) oraz 25–34 lata (47%).

W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie co czwarty użytkownik internetu (25%), czyli niemal co piąty spośród ogółu dorosłych (17%), oglądał online transmisje mszy św. lub innego nabożeństwa. Wyróżniają się po tym względem badani w większym stopniu zaangażowani religijnie, którzy uczestniczą w praktykach religijnych raz w tygodniu (48%) lub częściej (73%), jak również najstarsi internauci, mający 65 lat i więcej (35%).

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	VI '20
<b>- czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet, czasopism*</b>															
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56	51	48	52	-	51
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	-	34
<b>- słuchał(a) Pan(i) przez internet radia</b>															
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31	30	29	25	28	29
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19	20
<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	51	52	56	56
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38	38
<b>- czytał(a) Pan(i) blogi</b>															
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	39	28	29	30	30	34	33	31	30	29	33
Ogół dorosłych	-	-	-	-	20	15	17	18	19	21	22	21	19	20	22
<b>- oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników</b>															
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	26	37
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18	25
<b>- oglądał(a) Pan(i) przez internet transmisję mszy św. lub innego nabożeństwa</b>															
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17

\* 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 zamieszczała online w miesiącu przed badaniem ponad jedna czwarta korzystających z internetu (27%, tj. 18% ogółu dorosłych). Publikowanie takich materiałów częściej deklarują kobiety niż mężczyźni (31% wobec 24%). Sprzyja temu wyraźnie również młody wiek (poniżej 35 lat).

RYS. 14. Czy w ciągu ostatniego miesiąca zamieszczał(a) Pan(i) w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy?

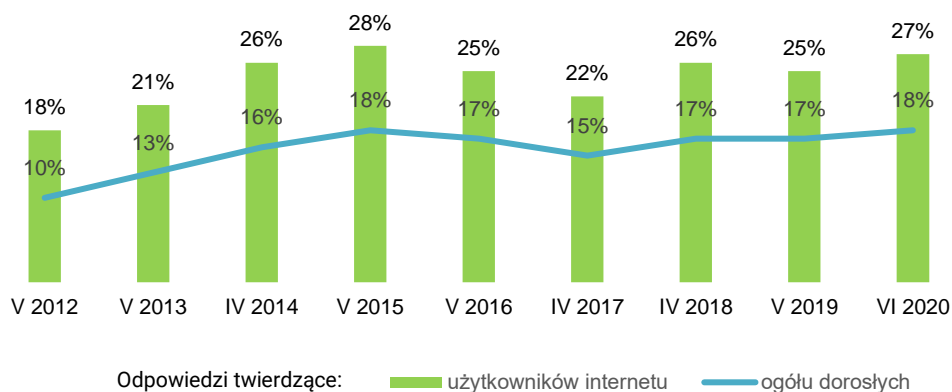


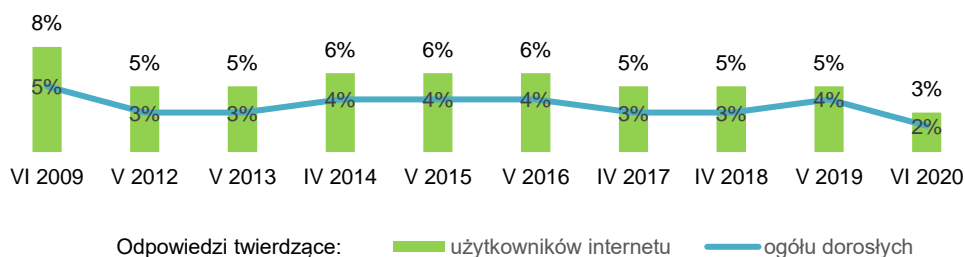
TABELA 4

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:						
	czytali internetowe wersje gazet, lub czasopism	słuchali przez internet radio	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 przez internet transmisję mszy św. lub innego nabożeństwa
	w procentach						
18–24 lata	51	27	83	46	56	63	22
25–34	50	38	72	42	40	47	21
35–44	51	32	54	30	24	37	25
45–54	57	29	53	31	15	29	26
55–64	45	17	26	17	8	21	26
65 lat i więcej	51	19	32	26	19	19	35

Bloga, w tym także wideobloga, lub własną stronę prowadzi trzech na stu internautów (3%, czyli dwóch na stu spośród ogółu badanych). Relatywnie najwięcej prowadzących blogi lub własne strony internetowe jest wśród osób w wieku od 35 do 44 lat (6%) oraz mających wyższe wykształcenie (7%). Częściej są to także internautki niż internauci (5% wobec 2%).



RYS. 15. Czy prowadzi Pan(i) bloga, vloga (wideobloga)\* lub własną stronę internetową?



\*W tym roku po raz pierwszy dodaliśmy do treści pytania „vloga (wideobloga)”

W miesiącu poprzedzającym badanie rozmawiało ze znajomymi przez komunikator niemal ośmiu na dziesięciu internautów (79%), czyli ponad połowa ogółu dorosłych. Obecnie rejestrujemy rekordową liczbę użytkowników tego typu aplikacji. Częściej są to kobiety niż mężczyźni (84% wobec 73%). Wzrosła również wyraźnie popularność rozmów telefonicznych przez internet, które prowadzi teraz prawie co drugi internauta (47%), czyli około jednej trzeciej ogółu badanych. Także i w tym przypadku większa aktywność cechuje kobiety niż mężczyzn (51% wobec 44%). W tym roku po raz pierwszy – ze względu na okoliczności epidemiczne i fakt, że znaczna część Polaków pracowała zdalnie<sup>2</sup> – zapytaliśmy o wideokonferencje. Udział w rozmowach wideo przez internet, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, brał blisko co trzeci internauta (31%, tj. 21% ogółu badanych). Częściej robili to użytkownicy internetu pracujący zarobkowo niż nieaktywni pod tym względem (35% wobec 23%), szczególnie często przedstawiciele takich grup zawodowych, jak kadra kierownicza i specjaliści (63%) oraz pracownicy administracyjno-biurowi (38%) oraz, ogólnie, badani mający wyższe wykształcenie (49%). Zauważalnie wyróżniają się pod tym względem także uczniowie i studenci (72%).

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 online wypowiadały się internautki niż internauci (35% wobec 29%), a poza tym – w większym stopniu niż przeciętnie – badani mający wyższe wykształcenie (39%).

Na tle innych aktywności niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie grał w nie mniej więcej co siódmy internauta (15%), czyli co dziesiąty dorosły Polak (10%). W gry online dwukrotnie częściej angażują się mężczyźni niż kobiety (21% wobec 9%).

<sup>2</sup> Z badania przeprowadzonego przez CBOS na przełomie maja i czerwca wynika, że z powodu epidemii zdalnie (z domu) pracowało 21% osób, które w przeddzień epidemii (na początku marca bieżącego roku) pracowały zarobkowo. Więcej na ten temat w komunikacie „Epidemia koronawirusa a sytuacja zawodowa Polaków”, czerwiec 2020 (oprac. M. Feliksiak).

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	VI '20
<b>rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikator, np. Messenger (Facebook), WhatsApp, Skype, Hangouts (Google), GG (Gadu-Gadu)</b>																
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55	56	53	56	40	68	74	79
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53
<b>– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Skype)</b>																
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33	39	35	29	27	31	34	47
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20	24	32
<b>– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach serwisów społecznościowych</b>																
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32	33	34	31	33	32	32	32
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22
<b>– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi</b>																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16	12	12	14	16	15
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10
<b>– uczestniczył(a) Pan(i) w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób?</b>																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21

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

Wszystkie wyżej opisane rodzaje aktywności w sieci, które opierają się na interakcji i komunikacji z innymi, są bardziej popularne wśród młodszych użytkowników, zwłaszcza najmłodszych. Najbardziej jaskrawe różnice wynikające z wieku dotyczą grania online, natomiast nieco mniejsze – rozmawiania przez internet.

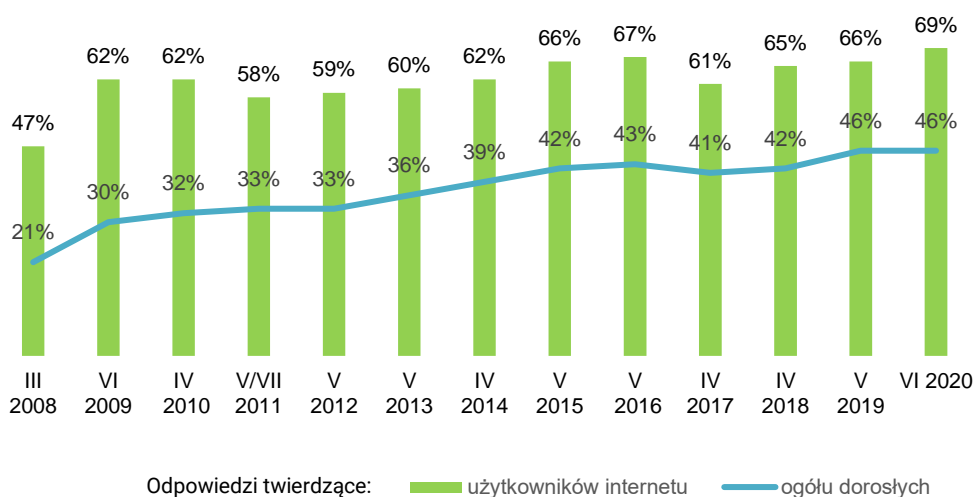
TABELA 6

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:				
	rozmawiali przez komunikator internetowy	prowadzili rozmowy telefoniczne przez internet	dokonywali wpisów na forach, w serwisach społecznościowych	uczestniczyli w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób	grali w sieci
w procentach					
18–24 lata	95	63	48	55	45
25–34	93	58	41	39	21
35–44	82	46	35	31	10
45–54	72	38	28	26	7
55–64	62	36	14	15	3
65 lat i więcej	54	32	19	14	7

Niemal siedmiu na dziesięciu użytkowników internetu (69%, tj. niemal połowa ogół dorosłych Polaków) – najczęściej odkąd to monitorujemy – ma konto w jakimś serwisie społecznościowym. Ogromna większość z nich (89%) przeglądała zawartość serwisów społecznościowych w miesiącu poprzedzającym badanie.

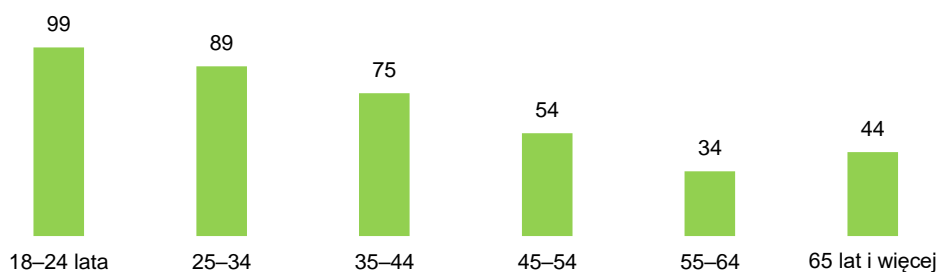
CBOS

RYS. 16. Czy ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym, np. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Nasza Klasa, GoldenLine, LinkedIn lub podobnym?



Znacznie częściej w serwisach społecznościowych są zarejestrowani młodszy użytkownicy internetu, mający mniej niż 35 lat, natomiast znacznie mniej niż przeciętnie jest tam internautów po 54. roku życia.

RYS. 17. Odsetki użytkowników internetu zarejestrowanych w serwisach społecznościowych wśród osób w wieku:





Obecnie – podobnie jak przed rokiem – z internetu korzysta niemal siedmiu na dziesięciu dorosłych Polaków, a prawie wszyscy spośród nich łączą się z siecią bezprzewodowo. Nieobecność w sieci jest związana przede wszystkim ze starszym wiekiem. To, ile się ma lat, nie tylko decyduje o byciu online, ale także określa w dużym stopniu sposób korzystania z internetu i zakres aktywności w sieci. Młodzi użytkownicy na ogół stale są połączeni z siecią i z reguły w większej mierze niż starsi korzystają z usług i funkcji internetowych.

W ciągu ostatniego roku odnotowaliśmy znaczny wzrost odsetka badanych, którzy są cały czas połączeni z internetem, natomiast ubyło tych, których obecność online ma charakter celowy – „wchodzą” tam jedynie po to, żeby coś konkretnego zrobić lub sprawdzić. Prawdopodobnie ze względu na sytuację epidemii więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej deklaruje robienie zakupów przez internet, a także częstsze niż przed laty nabywanie tą drogą takich artykułów, jak odzież i obuwie, sprzęt elektroniczny, kosmetyki i żywność. Wzrosła również popularność bankowości internetowej oraz usług i treści dostępnych w sieci odpłatnie. Podobnie jak przed rokiem rejestrujemy dużą liczbę użytkowników oglądających w internecie filmy, seriale, telewizję lub inne materiały wideo. Zwiększyła się dodatkowo zauważalnie widownia tzw. streamów, czyli transmisji prowadzonych online na żywo przez innych użytkowników. Ponadto więcej internautów niż przed rokiem rozmawia przez komunikatory internetowe, a także ma konto w serwisie społecznościowym.

Opracował

Michał Feliksiak