

Korzystanie z internetu

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2020/21



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

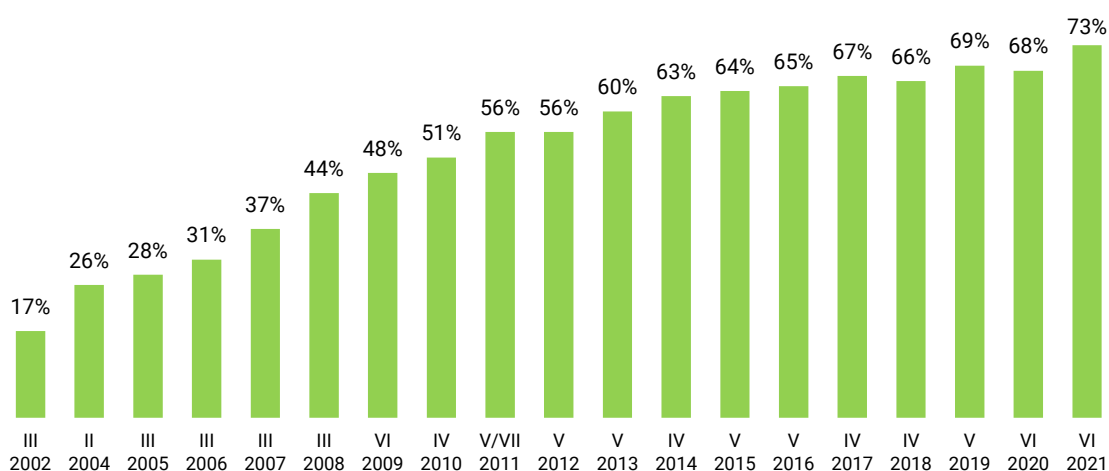
ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

W tym roku rejestrujemy rekordowy odsetek Polaków korzystających z internetu. Przynajmniej raz w tygodniu online jest niemal trzy czwarte dorosłych (73%)¹, czyli o 5 punktów procentowych więcej niż przed rokiem.

CBOS

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

ODPOWIEDZI TWIERDZĄCE



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

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (373) 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.

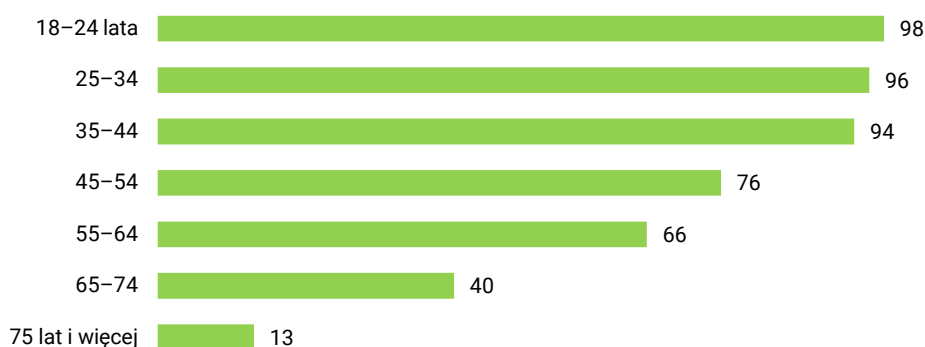
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 7 do 17 czerwca 2021 roku na próbie liczącej 1218 osób (w tym: 60,8% metodą CAPI, 26,7% – CATI i 12,6% – CAWI).

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

Obecność online zależy głównie od wieku, a w mniejszym stopniu także od wykształcenia, które odgrywa rolę w przypadku starszych respondentów. Korzystanie z internetu jest niemal powszechne wśród osób poniżej 45 roku życia, a także częste wśród badanych mających od 45 do 54 lat, spośród których trzy czwarte również jest online. Użytkownicy internetu stanowią dwie trzecie wśród ankietowanych w wieku 55–64 lata. Z kolei offline pozostaje sześciu na dziesięciu badanych mających od 65 do 74 lat i ogromna większość najstarszych ankietowanych (75+). W stosunku do ubiegłego roku największy przyrost użytkowników internetu nastąpił w grupach: 55–64 lata (o 10 punktów procentowych), 65–74 lata (o 7 punktów) i 35–44 lata (wzrost o 6 punktów).

CBOS

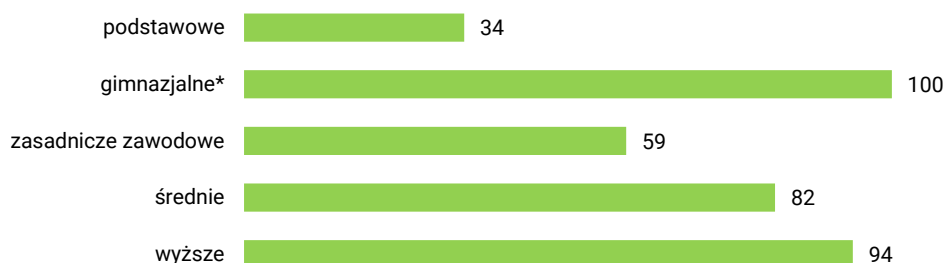
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Pomijając osoby z wykształceniem gimnazjalnym (które, z racji wieku, generalnie są online) można zauważyć, że relatywnie najwięcej użytkowników internetu jest wśród badanych mających wyższe wykształcenie, a najmniej – wśród ankietowanych z wykształceniem podstawowym, co jednak w przypadku tej drugiej grupy w znacznym stopniu zdeterminowane jest przede wszystkim starszym wiekiem.

CBOS

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

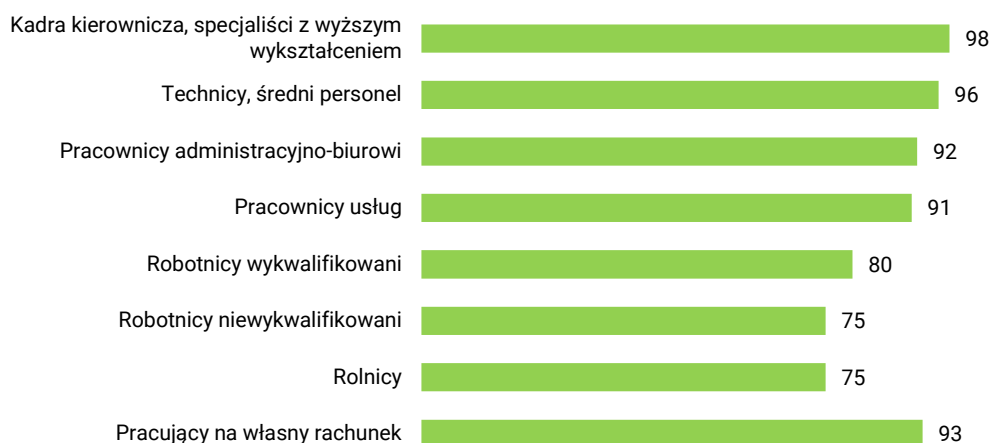


Uwaga: bardzo mała liczebność w próbie

Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa (korzysta z niego 88% pracujących i 54% niepracujących), co również jest w pewnym stopniu pośrednio zdeterminowane przez wiek. W grupie pracujących relatywnie najmniej użytkowników internetu 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 prawie wszyscy.

CBOS

RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



Sytuacja materialna ma mniejsze i raczej niebezpośrednie znaczenie (wyraża się w niej wpływ wieku), może jednak, w jakiejś mierze, ograniczać dostępność internetu, np. ze względu na brak środków na zakup urządzenia czy opłatę abonamentową.

CBOS

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



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

CBOS

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

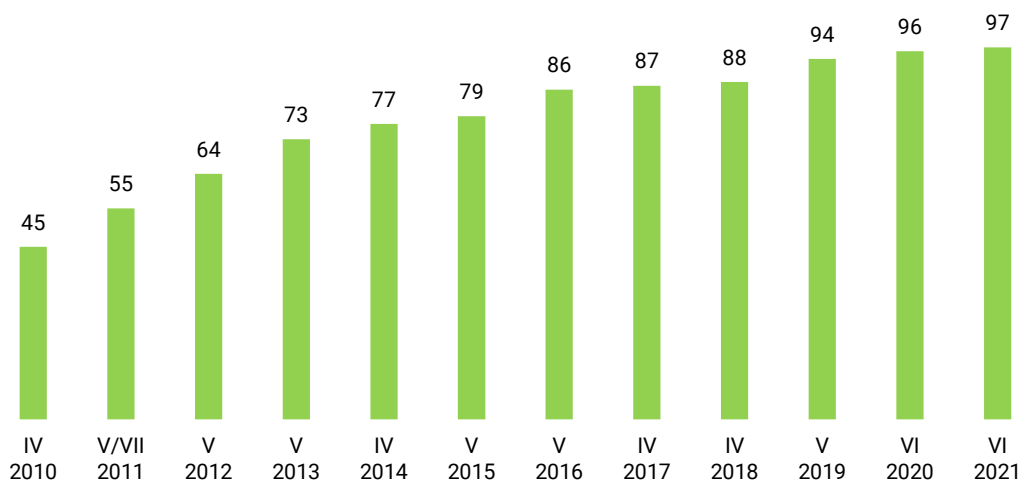


Obecnie niemal wszyscy użytkownicy internetu (97%, tj. 71% ogółu dorosłych) korzystają z sieci bezprzewodowo, poprzez takie urządzenia, jak smartfon, tablet czy laptop. Najbardziej dynamiczny wzrost liczby użytkowników mobilnych notowaliśmy w trzech pierwszych latach poprzedniej dekady.

CBOS

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

ODSETKI ODPOWIEDZI TWIERDZĄCYCH UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



Bezprzewodowe korzystanie z internetu jest niemal powszechne wśród jego użytkowników poniżej 65 lat. Deklaruje je także ogromna większość najstarszych internautów (65+).

CBOS

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

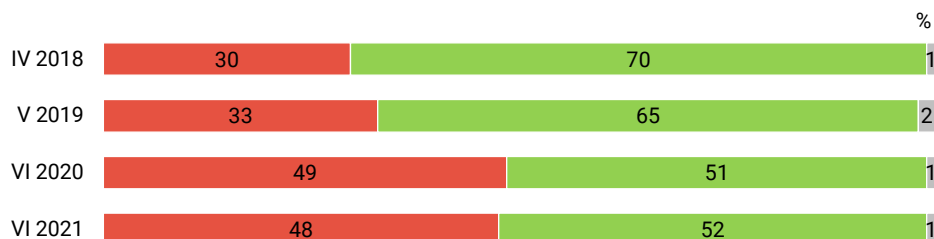


Więcej niż co drugi badany korzystający z internetu (52%) uruchamia aplikacje internetowe tylko wtedy, gdy chce coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, a nieco mniej osób (49%) deklaruje stałą obecność online, polegającą na tym, że na bieżąco otrzymują informacje i mogą na nie reagować. Wzrost popularności tego drugiego stylu korzystania z sieci zarejestrowaliśmy rok temu i obecnie się on utrzymuje. Przed rokiem 2020 był on charakterystyczny tylko dla jednej trzeciej użytkowników.

CBOS

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

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



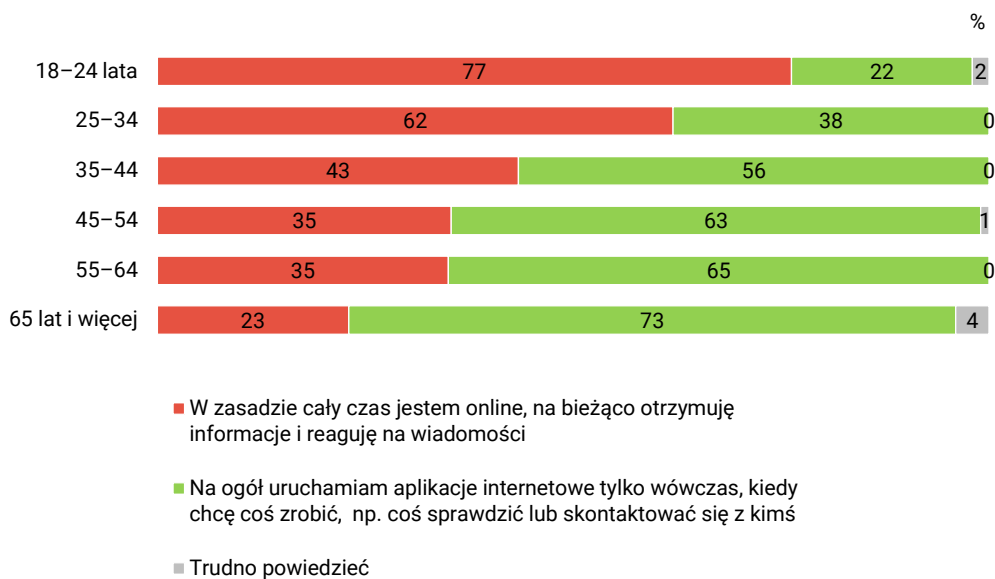
- W zasadzie cały czas jestem online, na bieżąco otrzymuję informacje i reaguję na wiadomości
- Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś
- Trudno powiedzieć

Styl korzystania z internetu zależy głównie od wieku. Badani poniżej 35 roku życia, zwłaszcza mający od 18 do 24 lat, na ogół deklarują stałą obecność online, natomiast wśród starszych, szczególnie najstarszych internautów przeważa „wchodzenie” do internetu w konkretnym celu.

CBOS

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

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

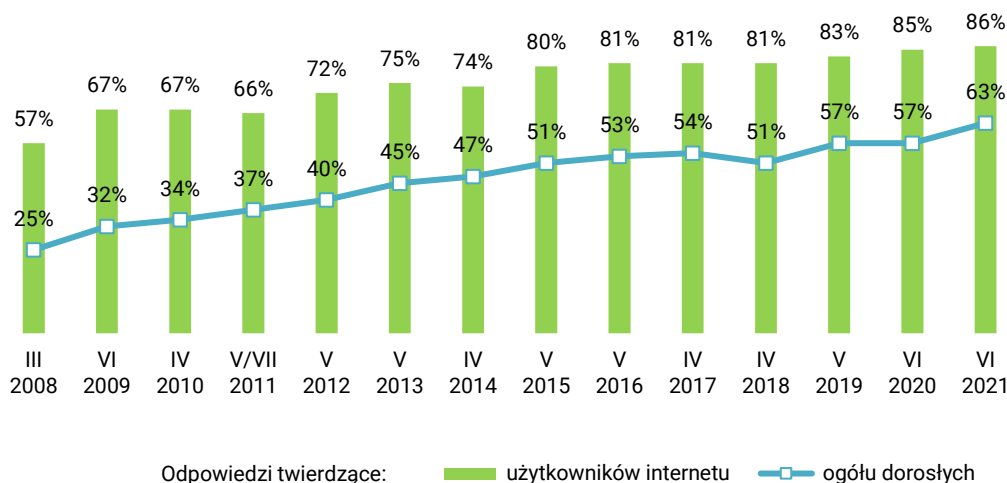


AKTYWNOŚCI ONLINE

Od poprzedniego pomiaru realizowanego w ubiegłym roku przybyło Polaków wykorzystujących internet do kupowania i sprzedawania. Z uzyskanych obecnie deklaracji wynika, że zakupy przez internet robiło już niemal dwie trzecie ogółu badanych (63%, tj. 86% użytkowników internetu), a sprzedała coś w ten sposób blisko jedna trzecia (32% ogółu respondentów, tj. 43% internautów). O ile płeć nie różnicuje robienia zakupów online, o tyle doświadczenia ze sprzedawaniem rzeczy w sieci znacznie częściej mają mężczyźni niż kobiety (51% wobec 36%).

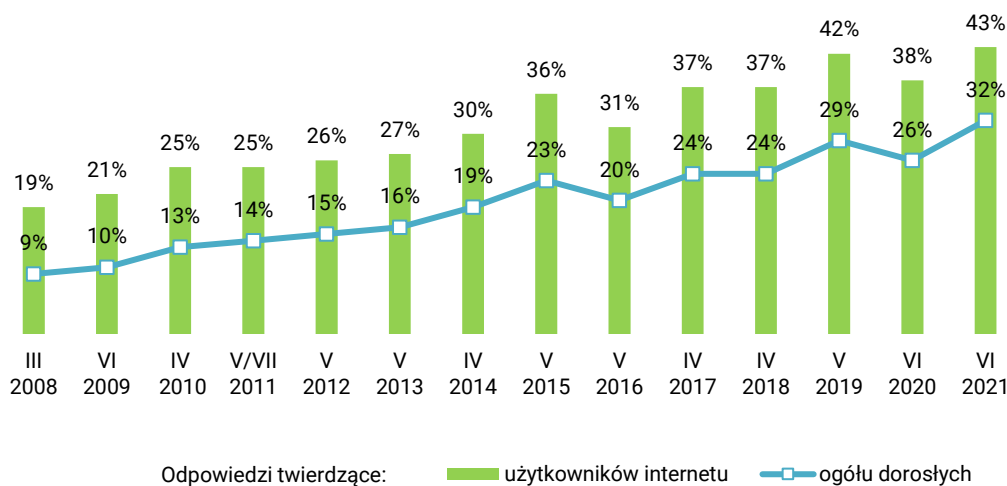
CBOS

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



CBOS

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

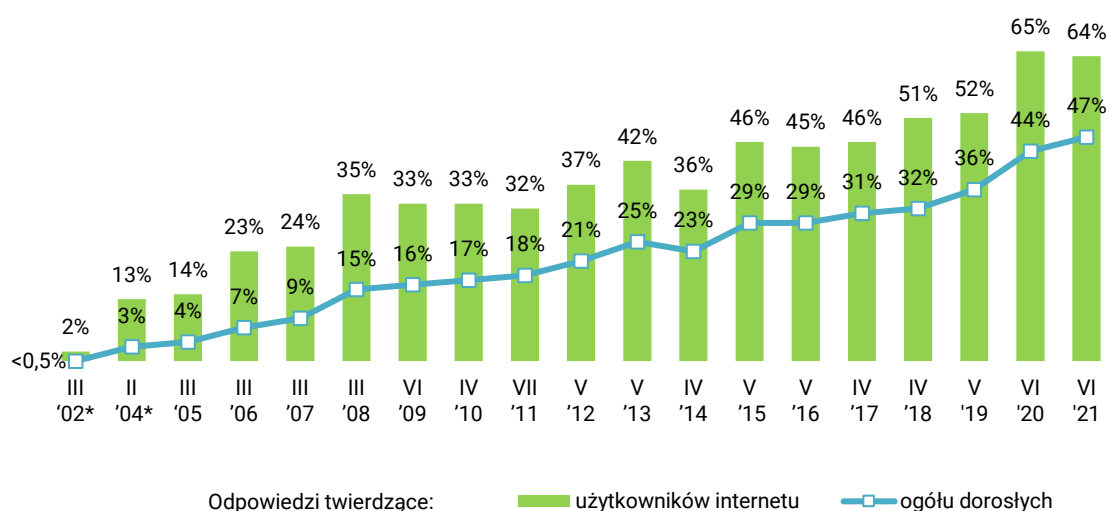


W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiło, podobnie jak rok wcześniej, niemal dwie trzecie jego użytkowników (64%, czyli 47% ogółu dorosłych). Wysoki odsetek kupujących online wpisuje się we wcześniejszy trend rosnącej popularności zakupów w sieci, jednak jego skokowy wzrost sprzed roku wynika prawdopodobnie w przeważającej mierze z sytuacji epidemicznej, która

przekonała lub zmusiła do zakupów internetowych osoby wcześniej tego nie robiące. Najwięcej kupujących przez internet jest wśród młodszych użytkowników, w wieku 18–24 lata (80%) i 25–34 lata (76%), osób mających wyższe wykształcenie (80%) i uzyskujących najwyższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (3000 zł i więcej – 74%), natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających od 55 do 64 lat – 42% oraz 65 lat i więcej – 34%), deklarujących wykształcenie zasadnicze zawodowe (41%) lub podstawowe (49%) i uzyskujących niskie (ale nie najniższe) dochody *per capita* (od 1000 zł do 1499 zł – 52%).

CBOS

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



* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Tegoroczne wyniki pokazują, że zmiany w zakupach online, które odnotowaliśmy przed rokiem, czyli w początkowej fazie epidemii koronawirusa w Polsce, utrwaliły się. Najchętniej kupowana za pośrednictwem sieci w miesiącu poprzedzającym badanie była odzież i obuwie, a w dalszej kolejności kosmetyki, sprzęt elektroniczny oraz książki. Do rzadziej kupowanych zaliczają się zabawki i inne artykuły dziecięce, artykuły motoryzacyjne, sprzęt sportowy, leki, żywność, bilety na autobus, pociąg lub samolot, jak również dostęp do usług lub treści i multimedia (programy, gry komputerowe, muzyka, filmy). Niektórzy badani wymieniali spontanicznie jeszcze inne typy produktów, nieujęte na liście, m.in. elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wewnątrz, materiały budowlane i sprzęt, elementy eksploatacyjne do urządzeń, rośliny, artykuły ogrodnicze i sprzęt ogrodowy, artykuły dla zwierząt, środki czyszczące i higieniczne. W tym i ubiegłym roku wyraźnie więcej osób niż wcześniej – co należy przypisywać sytuacji epidemicznej – kupowało w sieci odzież i buty, a także – nieco więcej – kosmetyki, sprzęt elektroniczny oraz artykuły spożywcze. Od poprzedniego pomiaru przybyło kupujących przez internet bilety na samolot, pociąg lub autobus, zmniejszyło się natomiast minimalnie zainteresowanie artykułami dziecięcymi.

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	2021
	w procentach			
– odzież, obuwie	23	25	34	36
– kosmetyki	10	10	15	15
– sprzęt elektroniczny	10	10	16	14
– książki, e-booki, audiobooki	9	11	12	13
– zabawki, artykuły dziecięce	10	10	12	9
– artykuły motoryzacyjne	7	6	8	9
– sprzęt sportowy	6	4	7	8
– leki	3	5	6	8
– artykuły spożywcze	2	3	7	6
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	7	3	6
– dostęp do usług lub treści	3	3	5	5
– programy, gry komputerowe	2	3	4	4
– muzykę, filmy	2	2	3	4
– coś innego	8	9	14	12

Od ubiegłego roku utrzymuje się bardzo wysoki (obecnie najwyższy – na tle dotychczasowych badań) odsetek korzystających z bankowości elektronicznej. Swoje konto bankowe online obsługuje obecnie ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (80%), czyli niemal trzy piąte dorosłych Polaków (58%). Zauważalnie częściej niż przeciętnie są to badani w wieku od 25 do 34 lat (94%), najlepiej wykształceni (95%), z gospodarstw domowych o dochodach powyżej 2999 zł *per capita* (93%). Dla porównania: wśród internautów deklarujących niskie dochody (poniżej 1000 zł na osobę) konto bankowe obsługuje w ten sposób 61%. Ogólnie rzecz biorąc, relatywnie mniej korzystających z tego typu usług jest wśród osób deklarujących wykształcenie podstawowe (44%), zasadnicze zawodowe (58%), jak również wśród badanych 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 blisko jedna piąta użytkowników internetu (25%, tj. 19% ogółu badanych). Częściej robili to internauci niż internautki (32% wobec 19%). Wyróżniają się pod tym względem także ludzie młodzi, mający 18–24 lata (45%) lub 25–34 lata (40%), najlepiej wykształceni (37%), uzyskujący miesięczne dochody w wysokości 3000 zł *per capita* i wyższe (38%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje, podobnie jak przed rokiem, jedna czwarta internautów (25%, czyli 18% ogółu badanych). Od 2015 roku skala zjawiska pobierania multimediiów z sieci w taki sposób maleje, co wynika ze spopularyzowania się szybszych połączeń i mediów strumieniowych. Ściąganie plików nadal jest zauważalnie częstsze niż przeciętnie wśród młodszych użytkowników, w wieku od 18 do 24 lat (40%).

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	VI '21
– 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	79	80
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50	53	58
– 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	26	25
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17	18
– 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	20	25
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13	19

Internetową prasę czytała w ciągu miesiąca poprzedzającego pomiar blisko połowa użytkowników internetu (49%), czyli ponad jedna trzecia ogółu dorosłych Polaków (36%). Częściej niż inni sięgają do niej osoby mające wyższe wykształcenie (63%). Jeszcze większa jest skala czytelnictwa internetowych portali informacyjnych, które deklaruje 83% użytkowników internetu (czyli 61% ogółu badanych). Podobnie jak w przypadku gazet, wyróżniają się tu respondenci najlepiej wykształceni (91%). Względnie stabilną popularnością cieszą się blogi. Obecnie czyta je niespełna co trzeci korzystający z internetu (30%), czyli około jednej piątej dorosłych (21%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani mający od 18 do 24 lat (38%) i od 25 do 34 lat (40%) oraz najlepiej wykształceni (39%). Ponadto blogi chętniej odwiedzają internautki niż internauci (33% wobec 27%).

Ponad połowa korzystających z internetu (56%, tj. 41% ogółu dorosłych) ogląda online telewizję, filmy, seriale lub inne materiały wideo. Internetowa widownia zauważalnie wzrosła najpierw w 2009 roku, a po raz drugi – w roku 2013. W ostatnich trzech latach pozostaje względnie stabilna, choć jednocześnie warto podkreślić, że odsetek Polaków oglądających filmy i inne materiały wideo w internecie jest obecnie rekordowo wysoki. Widzowie internetowi to częściej mężczyźni niż kobiety (61% wobec 51%), a ponadto wyraźnie częściej niż inni młodszy internauci, mający od 18 do 24 lat (85%) lub od 25 do 34 (72%).

Słuchający online radia stanowią ponad jedną czwartą użytkowników internetu (28%), czyli mniej więcej jedną piątą ogółu dorosłych badanych (21%). Ich liczba pozostaje w ostatnich latach relatywnie stabilna. Słuchaniem radia przez internet wyróżniają się mieszkańcy największych miast (43%) i internauci najlepiej wykształceni (38%).

Oglądanie online – w miesiącu poprzedzającym badanie – transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje blisko dwie piąte osób korzystających z sieci (38%,

tj. 28% ogółu respondentów). Liczba odbiorców tego typu transmisji wyraźnie wzrosła w pierwszej fazie epidemii w Polsce. Są to najczęściej młodszy internauci – w wieku 18–24 lata (70%) oraz 25–34 lata (48%). Wideoblogi w miesiącu poprzedzającym badanie oglądał więcej niż co czwarty internauta (28%, czyli 20% ogółu respondentów). Od poprzedniego pomiaru zrealizowanego dwa lata temu liczba konsumentów takich treści wzrosła. Podobnie jak w przypadku oglądania transmisji na żywo, także i w tym przypadku bardzo wyróżniają się młodszy użytkownicy (mający 18–24 lata – 60% i 25–34 lata – 41%).

Od pomiaru z 2020 roku zmalała skala uczestnictwa w mszach św. transmitowanych online. W ciągu miesiąca poprzedzającego czerwcowe badanie oglądała je niespełna jedna piąta użytkowników internetu (18%), czyli około jednej ósmej dorosłych (13%). Wyróżniają się pod tym względem ankietowani w większym stopniu zaangażowani religijnie, którzy uczestniczą w praktykach religijnych raz w tygodniu (36%) lub częściej (52%), jak również najstarsi internauci, mający 65 lat lub więcej (22%). Dla porównania: najmłodszy respondenci uczestniczyli w nich dwukrotnie rzadziej (10%).

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	VI '21
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet, czasopism*																
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56	51	48	52	-	51	49
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	-	34	36
– czytał(a) Pan(i) internetowe portale informacyjne																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia																
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31	30	29	25	28	29	28
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19	20	21
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo**																
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45	47	50	46	51	52	56	56	56
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38	38	41
– czytał(a) Pan(i) blogi																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	39	28	29	30	30	34	33	31	30	29	33	30
Ogół dorosłych	-	-	-	-	20	15	17	18	19	21	22	21	19	20	22	22
– oglądał(a) Pan(i) vlogi (wideoblogi)																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	28
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	20
– oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	26	37	38
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18	25	28
– oglądał(a) Pan(i) przez internet transmisję mszy św. lub innego nabożeństwa																
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	18
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17	13

* 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 ciągu miesiąca przed badaniem prawie jedna trzecia korzystających z internetu (30%, tj. 22% ogółu dorosłych) – najwięcej, odkąd to monitorujemy. Publikowanie takich materiałów częściej deklarują kobiety niż mężczyźni (34% wobec 25%). Sprzyja temu wyraźnie również młody wiek, zwłaszcza poniżej 25 lat.

CBOS

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

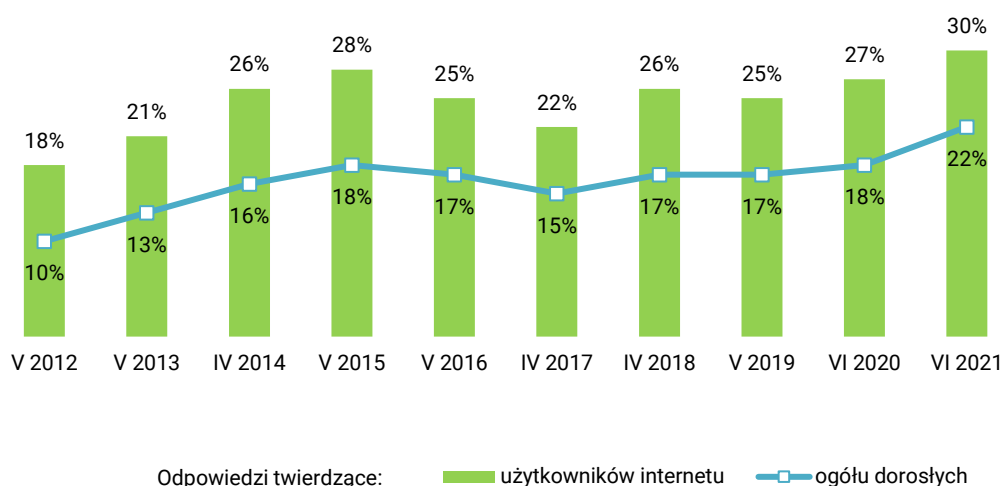


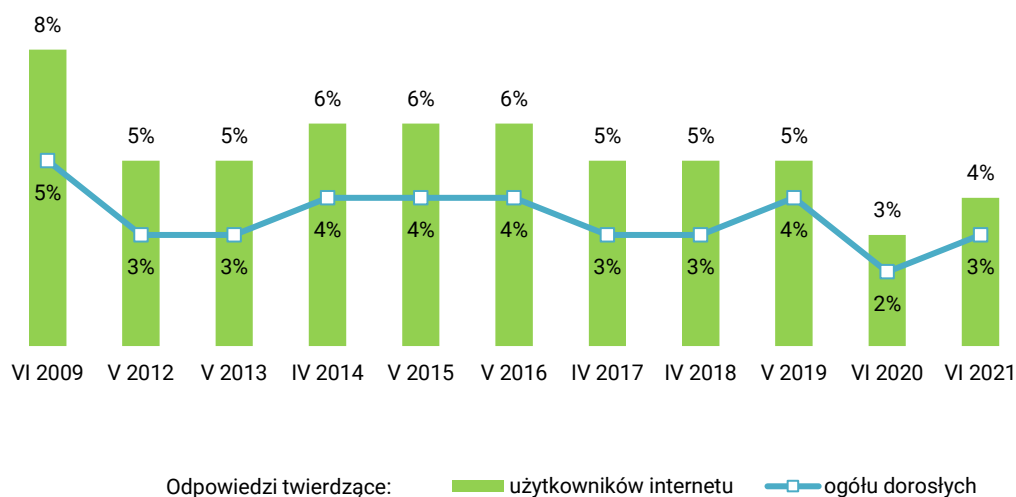
TABELA 4

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:								
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	czytali portale informacyjne	czytali i blogi	śluchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali vlogi (videoblogi)	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	53	82	38	32	85	50	59	70	10
25–34	53	88	40	31	72	43	41	48	18
35–44	52	86	33	32	57	29	23	35	17
45–54	44	85	22	29	40	16	16	27	19
55–64	48	79	23	19	37	18	15	20	19
65 lat i więcej	38	70	15	21	31	18	5	22	22

Bloga, w tym także wideobloga, lub własną stronę prowadzi czterech na stu internautów (4%, czyli trzech na stu spośród ogółu badanych). Relatywnie najwięcej prowadzących tego typu strony internetowe notujemy wśród mieszkańców miast półmilionowych i większych (10%).

CBOS

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 ze znajomymi przez komunikator rozmawiało ośmiu na dziesięciu internautów (81%), czyli sześciu na dziesięciu spośród ogółu dorosłych (59%). Obecnie rejestrujemy rekordową liczbę użytkowników tego typu aplikacji. Częściej są to kobiety niż mężczyźni (86% wobec 76%). Rozmowy telefoniczne przez internet prowadzi ponad dwie piąte użytkowników (44%), czyli około jednej trzeciej ogółu badanych (32%). Udział w rozmowach wideo przez internet, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, brał w miesiącu poprzedzającym badanie więcej niż co czwarty internauta (27%, tj. 20% ogółu badanych) – minimalnie mniej niż przed rokiem, kiedy pytaliśmy o to po raz pierwszy. Częściej robili to użytkownicy internetu pracujący zarobkowo niż nieaktywni pod tym względem (32% wobec 18%), szczególnie często przedstawiciele takich grup zawodowych, jak kadra kierownicza i specjaliści (61%) oraz, ogólnie, badani mający wyższe wykształcenie (43%). Zauważalnie wyróżniają się pod tym względem także uczniowie i studenci (59%).

Więcej niż co trzeci użytkownik internetu (36%, czyli 26% ogółu ankietowanych – więcej niż przed rokiem) pisał w miesiącu poprzedzającym badanie na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Najbardziej wyróżniają się pod tym względem najmłodszy badani (58%), a także – choć w mniejszym stopniu – użytkownicy z dużych i największych miast (odpowiednio 42% i 43%). Częściej są to internauci o poglądach lewicowych niż prawicowych (39% wobec 33%; w przypadku identyfikujących się z politycznym centrum odsetek ten wynosi 36%).

Na tle innych aktywności niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie grał w nie niespełna co szósty internauta (16%, tj. 12% dorosłych Polaków). W gry online znacznie częściej angażują się mężczyźni niż kobiety (24% wobec 9%).

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	VI '21
– rozmawiał(a) 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	79	81
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53	59
– 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	47	44
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20	24	32	32
– 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	32	36
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22	26
– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16	12	12	14	16	15	16
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10	12
– uczestniczył(a) Pan(i) w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób?																	
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	27
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20

* 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 tych najmłodszych. Największe różnice wynikające z wieku dotyczą grania online, natomiast mniejsze – rozmawiania przez internet.

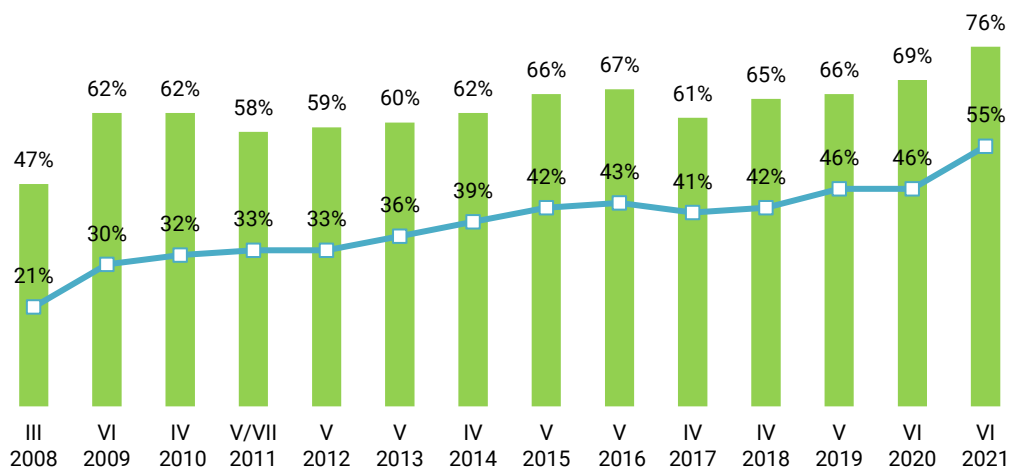
TABELA 6

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:				
	rozmawiali przez komunikator internetowy	przewodili 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	97	53	58	49	40
25–34	92	49	41	34	23
35–44	89	50	40	26	13
45–54	72	35	29	24	10
55–64	65	36	22	13	4
65 lat i więcej	57	30	17	13	2

O poprzedniego badania z 2020 roku znacznie wzrosła liczba użytkowników serwisów społecznościowych, w których konta ma obecnie trzy czwarte internautów (76%), czyli ponad połowa ogółu badanych (55% – najwięcej, odkąd to monitorujemy). 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?

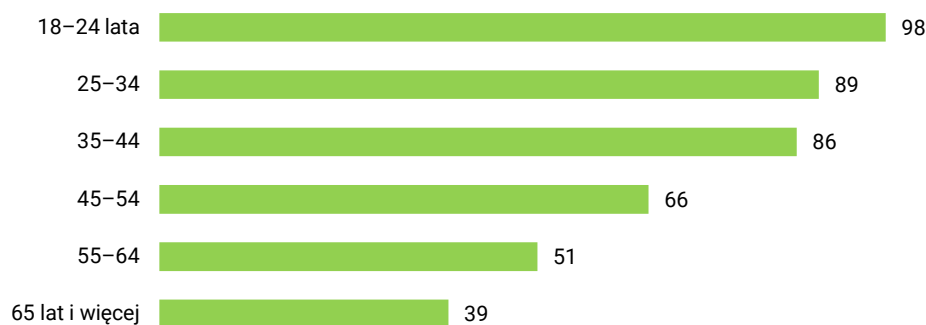


Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu —□— ogółu dorosłych

Znacznie częściej niż przeciętnie w serwisach społecznościowych obecni są młodszy użytkownicy internetu, szczególnie mający mniej niż 25 lat, natomiast znacznie mniej jest tam internautów po 54 roku życia, szczególnie mających 65 lat lub więcej.

CBOS

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



Sytuacja epidemiczna niewątpliwie sprzyja digitalizacji. Potwierdza to nie tylko wzrost odsetka Polaków będących online – stanowią oni obecnie niemal trzy czwarte ogółu dorosłych – ale także częstsze niż przed epidemią korzystanie z niektórych funkcji i usług w internecie. Dotyczy to przede wszystkim wykorzystywania internetu do wymiany dóbr i usług. Warto tu wspomnieć, że epidemia zmieniła również nieco koszyk produktów nabywanych w sieci. Już od ubiegłorocznego pomiaru obserwujemy częstsze niż wcześniej kupowanie tą drogą takich artykułów, jak odzież i obuwie, sprzęt elektroniczny, kosmetyki i żywność. Rekordowo duża jest obecnie popularność bankowości internetowej oraz korzystania z usług i serwisów dostępnych odpłatnie. Największa w monitorowanym okresie jest teraz także widownia wideoblogów oraz skala udostępniania online zrobionych przez siebie zdjęć i materiałów wideo. Od poprzedniego pomiaru umocniły się dodatkowo społecznościowe aspekty aktywności internetowej Polaków, takie jak korzystanie z serwisów społecznościowych, pisanie na forach i innych stronach oraz rozmawianie przez komunikatory. Od ubiegłego roku zmniejszył się natomiast udział w mszach św. online, co wynika prawdopodobnie ze zmiany poziomu zagrożenia i reżimu epidemicznego w porównaniu z okresem, kiedy realizowane było poprzednie badanie.

Opracował

Michał Feliksiak