

Korzystanie z internetu w 2023 roku

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2023



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

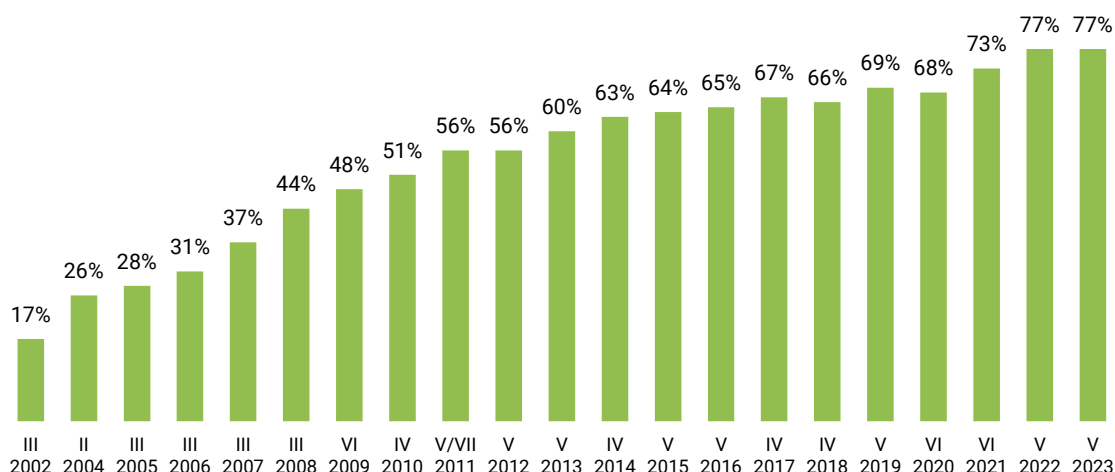
ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Odsetek dorosłych korzystających z internetu utrzymuje się na przestrzeni ostatniego roku na stałym poziomie. Obecnie¹ – tak jak w maju 2022 roku – regularną obecność online (co najmniej raz w tygodniu) deklaruje ponad trzy czwarte ogółu dorosłych (77%). W ostatnich latach zauważalny wzrost liczby dorosłych użytkowników przypada na drugi i trzeci rok trwania epidemii koronawirusa w Polsce.

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” (397) 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 (CAWI), do której dostęp był możliwy na podstawie loginu i hasła przekazanego respondentowi w liście zapowiednim od CBOS.

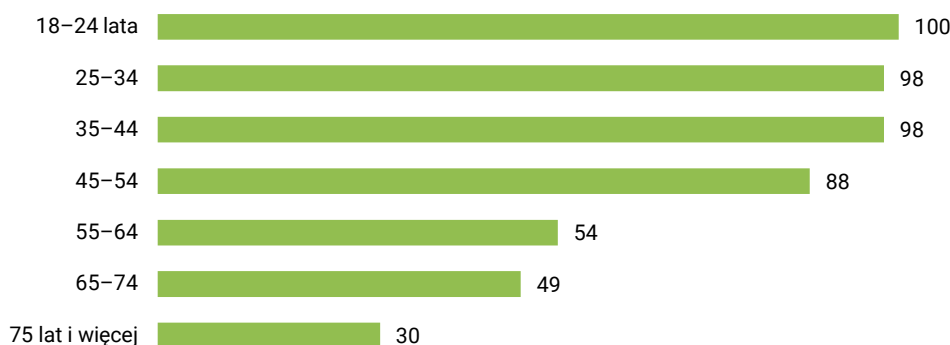
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 8 do 18 maja 2023 roku na próbie liczącej 1056 osób (w tym: 57,4% metodą CAPI, 25,9% – CATI i 16,7% – CAWI).

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 przede wszystkim od wieku, a wśród starszych respondentów również od poziomu wykształcenia. Korzystanie z internetu jest powszechne wśród osób poniżej 45 roku życia, a także niemal powszechne wśród badanych mających od 45 do 54 lat. Do grona internautów zalicza się ponad połowa osób mających od 55 do 64 lat i niemal połowa mających od 65 do 74 lat. Wśród starszych respondentów użytkownicy internetu stanowią niespełna jedną trzecią.

CBOS

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



Pomijając osoby z wykształceniem gimnazjalnym (których w próbie jest bardzo niewiele, a które z racji wieku niemal wszystkie są online), najwięcej użytkowników internetu jest wśród badanych mających wyższe wykształcenie, a najmniej – wśród ankietowanych z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym, co może być związane z tym, że osoby w tych dwóch ostatnich grupach są przeciętnie starsze niż pozostali badani².

CBOS

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

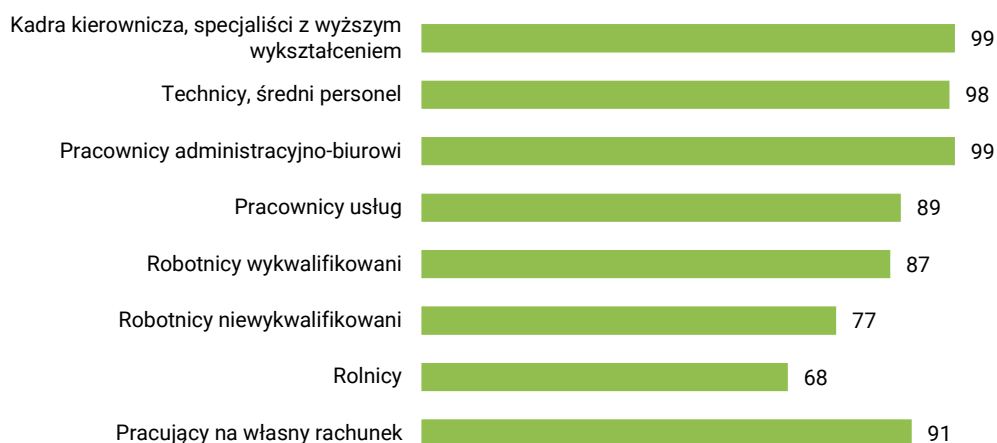


² Średni wiek wynosi w przypadku osób mających wykształcenie podstawowe 53 lata, zasadnicze zawodowe – 57 lat, średnie – 46 lat, a wyższe – 43 lata.

Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa – korzysta z niego 90% pracujących i 60% niepracujących – co również jest w znacznym stopniu funkcją wieku. Wśród pracujących relatywnie najmniej użytkowników internetu jest w grupie rolników, natomiast wśród kadry kierowniczej i specjalistów, techników i średniego personelu, pracowników administracyjno-biurowych korzystają z niego niemal wszyscy.

CBOS

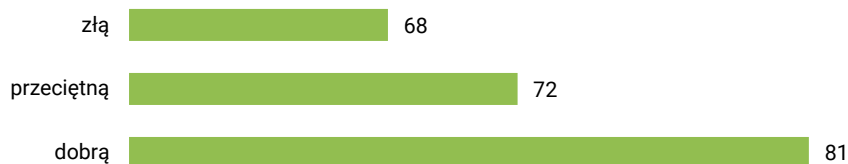
RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



Sytuacja materialna ma mniejsze i raczej niebezpośrednie znaczenie (zaznacza się w niej wpływ wieku i wykształcenia), 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, z kolei najwięcej w miastach półmilionowych i większych.

CBOS

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

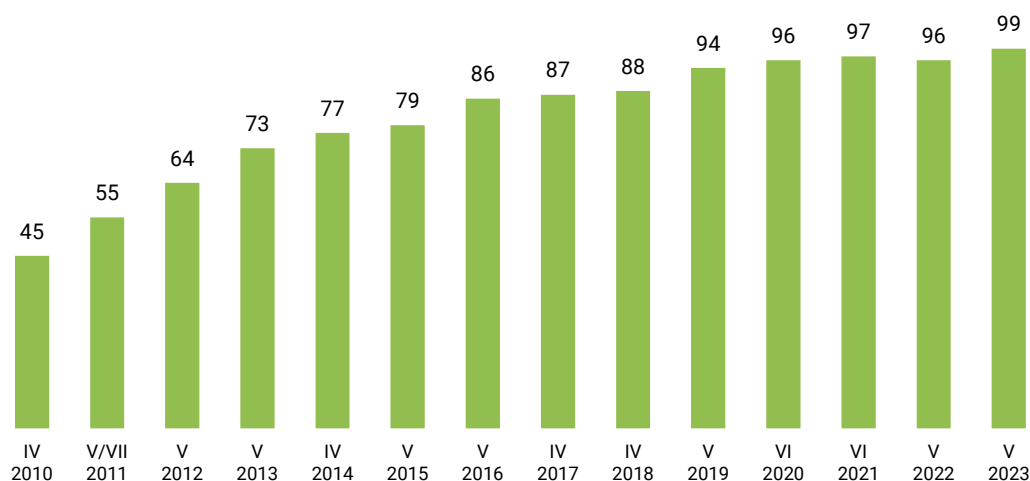


Obecnie niemal wszyscy użytkownicy internetu (99%, tj. 76% ogółu dorosłych) korzystają z sieci bezprzewodowo, poprzez takie urządzenia jak smartfon, tablet czy laptop. Najbardziej dynamiczny wzrost liczby użytkowników mobilnych notowaliśmy w trzech pierwszych latach poprzedniej dekady.

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 rozpowszechnione we wszystkich grupach wiekowych. Minimalnie rzadziej niż przeciętnie deklarują je użytkownicy mający 65 lat lub więcej.

CBOS

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

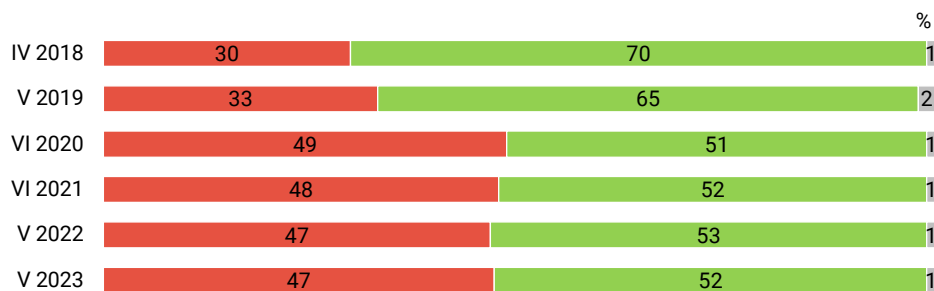


Od 2020 roku w zasadzie nie zmienia się styl korzystania z sieci. Więcej niż co drugi użytkownik internetu (52%) uruchamia aplikacje internetowe tylko wtedy, gdy chce coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, a nieco mniej niż połowa (47%) deklaruje stałą obecność online, polegającą na tym, że na bieżąco otrzymują informacje i mogą na nie reagować.

CBOS

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

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



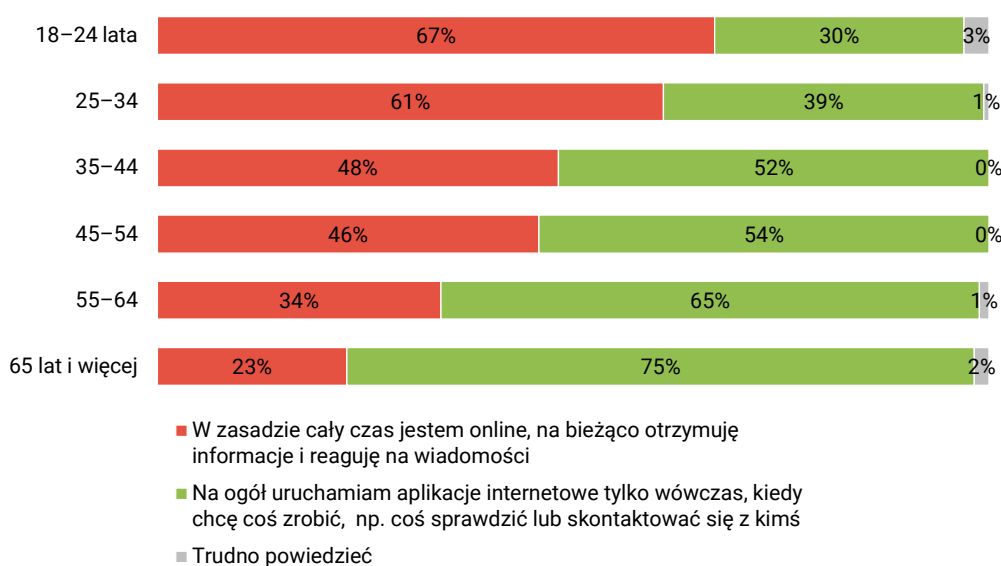
- W zasadzie cały czas jestem online, na bieżąco otrzymuję informacje i reaguję na wiadomości
- Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś
- Trudno powiedzieć

Styl korzystania z internetu zależy głównie od wieku. Badani poniżej 35 roku życia, zwłaszcza mający od 18 do 24 lat, przeważnie deklarują stałą obecność online, natomiast wśród osób mających co najmniej 55 lat wyraźnie częstsze jest „wchodzenie” do internetu w konkretnym celu.

CBOS

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

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

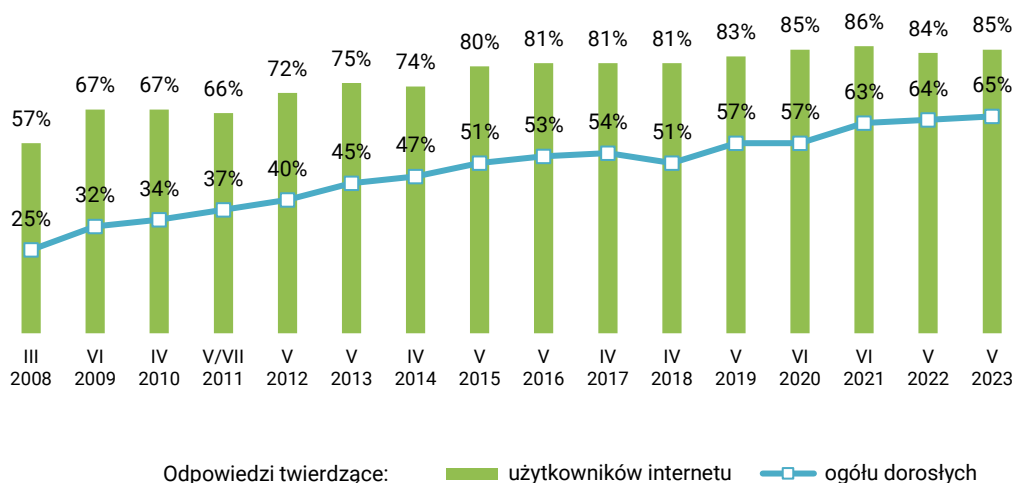


AKTYWNOŚCI ONLINE

Niemal dwie trzecie Polaków (65%, tj. 85% użytkowników internetu) – podobnie jak w dwóch ostatnich latach – deklaruje, że kupiło coś przez internet. Wzrosła nieco popularność sprzedawania rzeczy online. Przynajmniej raz w ten sposób sprzedała coś ponad jedna trzecia ogółu dorosłych (37%, czyli 49% internautów). O ile pod względem dokonania jakiegoś zakupu online w zasadzie nie ma różnic ze względu na płeć badanych, o tyle sprzedanie czegoś w sieci częściej deklarują mężczyźni niż kobiety (53% wobec 45%).

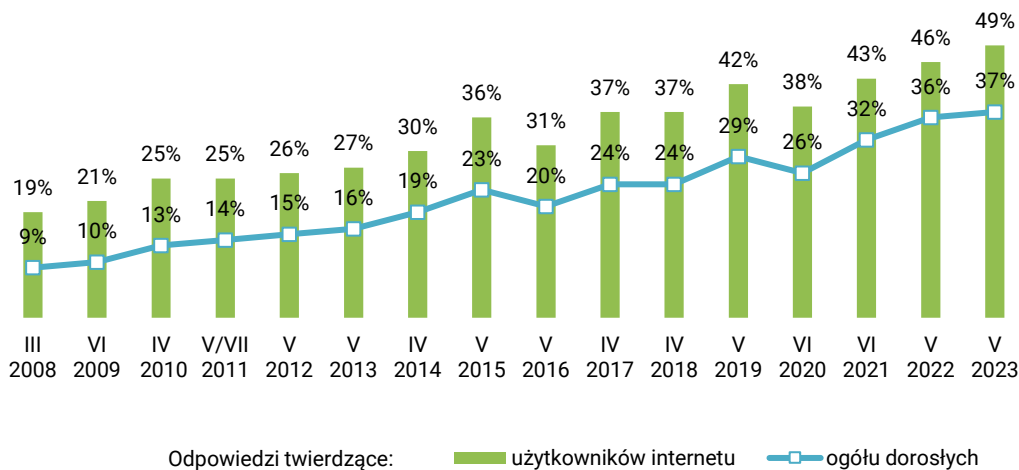
CBOS

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



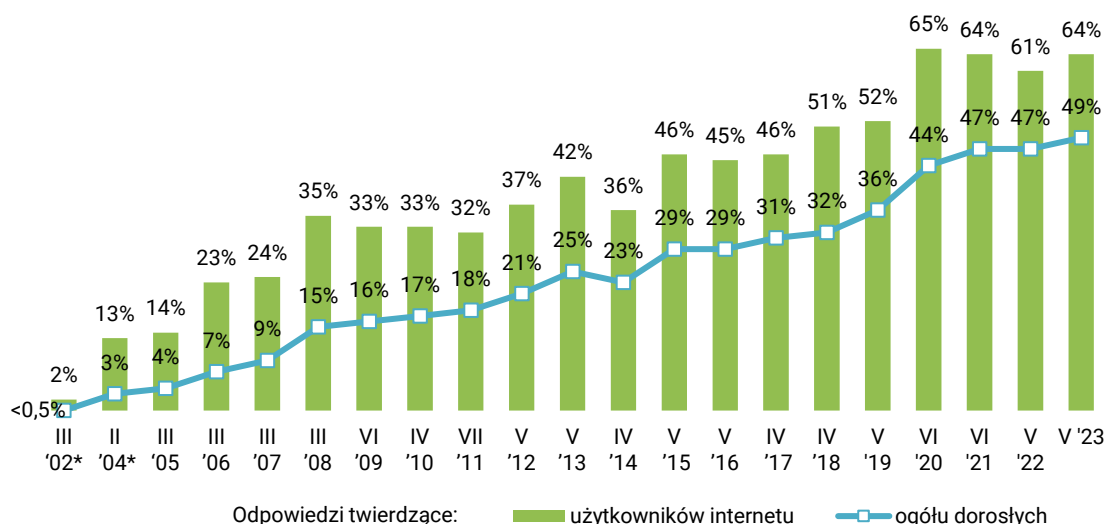
CBOS

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



W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiła, podobnie jak rok wcześniej, niemal połowa Polaków (49%, tj. 64% internautów). Wprawdzie popularność kupowania przez internet stopniowo rosła na przestrzeni ostatnich dwudziestu jeden lat, jednak wyraźny, skokowy wzrost w tym względzie dokonał się w roku 2020, przypuszczalnie za sprawą epidemii COVID-19.

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



* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Najwięcej kupujących przez internet jest wśród użytkowników poniżej 45 roku życia, mających 18–24 lata (79%), 25–34 lata (75%) i w wieku od 35 do 44 lat (76%), wśród osób mających wyższe wykształcenie (82%) i uzyskujących wysokie dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (4000 zł lub więcej – 73%), natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających od 55 do 64 lat – 43% oraz 65 lat lub więcej – 33%), deklarujących wykształcenie podstawowe (47%) lub zasadnicze zawodowe (40%) i uzyskujących przeciętne dochody *per capita* (od 2000 zł do 2999 zł – 55%). Można również zauważyć, że częściej na przestrzeni miesiąca poprzedzającego badanie online kupowały kobiety niż mężczyźni (69% wobec 60%).

W miesiącu poprzedzającym badanie najchętniej kupowana za pośrednictwem sieci była odzież i obuwie, a w dalszej kolejności kosmetyki, sprzęt elektroniczny oraz dostęp do usług lub treści, który od ubiegłego roku wskazywany jest znacznie częściej niż wcześniej. Więcej niż co dziesiąty użytkownik internetu kupił online książki, w tym także ich wersje cyfrowe i audio, oraz zabawki lub inne artykuły dziecięce. Nieco mniej osób zadeklarowała zakup w ciągu ostatniego miesiąca artykułów motoryzacyjnych, biletów na autobus, pociąg lub samolot, leków, artykułów spożywczych i biletów na wydarzenia kulturalne i sportowe. W tym ostatnim przypadku obserwujemy dwukrotny wzrost w stosunku do roku 2022. Nieznacznie rzadziej w koszyku internetowych zakupów znalazły się sprzęt sportowy oraz multimedia – programy i gry komputerowe, muzyka i filmy. Niektórzy badani wymieniali spontanicznie jeszcze inne typy produktów, nieujęte na liście, m.in. elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrz, materiały budowlane, narzędzia, artykuły ogrodnicze i sprzęt ogrodowy, chemię gospodarczą oraz artykuły dla zwierząt.

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	2022	2023
	w procentach					
– odzież, obuwie	23	25	34	36	31	35
– kosmetyki	10	10	15	15	15	17
– sprzęt elektroniczny	10	10	16	14	12	13
– dostęp do usług lub treści	3	3	5	5	10	13
– książki, e-booki, audiobooki	9	11	12	13	10	12
– zabawki, artykuły dziecięce	10	10	12	9	9	11
– artykuły motoryzacyjne	7	6	8	9	9	9
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	7	3	6	7	9
– leki	3	5	6	8	6	7
– artykuły spożywcze	2	3	7	6	6	7
– bilety na wydarzenia kulturalne, sportowe itp.	-	-	-	-	3	7
– sprzęt sportowy	6	4	7	8	6	6
– programy, gry komputerowe	2	3	4	4	3	4
– muzykę, filmy	2	2	3	4	3	4
– coś innego	8	9	14	12	11	10

Od 2020 roku utrzymuje się bardzo duża popularność bankowości internetowej. Z usług bankowych online korzysta obecnie ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (81%), czyli ponad trzy piąte ogółu dorosłych (62%). Zauważalnie częściej niż przeciętnie są to młodszy badani, mający poniżej 25 lat (92%) i od 25 do 44 lat (89%), najlepiej wykształceni (96%), z gospodarstw domowych o wysokich dochodach *per capita* (od 3000 zł do 3999 zł – 89%, 4000 zł lub więcej – 93%). Ogólnie rzecz biorąc, relatywnie mniej korzystających z tego typu usług jest wśród osób deklarujących wykształcenie podstawowe (64%) i zasadnicze zawodowe (64%) oraz mających 55 lat i starszych (wśród użytkowników w wieku 55–64 lata – 62%, a wśród mających 65 lat i więcej – 68%) oraz uzyskujących najniższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (poniżej 1500 zł – 68%).

Utrzymuje się relatywnie duża popularność usług i treści dostępnych w sieci odpłatnie, takich jak prenumeraty prasy, dostęp do multimediów, członkostwo w serwisach lub grach. W miesiącu poprzedzającym badanie z usług tego typu korzystała ponad jedna czwarta użytkowników internetu (28%, tj. 22% ogółu badanych). Wyróżniają się pod tym względem ludzie młodzi, mający od 18 do 24 lat (53%) i od 25 do 34 lat (40%), najlepiej wykształceni (41%), uzyskujący w przeliczeniu na osobę co najmniej 4000 zł lub więcej (46%). Generalnie częściej z tego typu usług korzystają mężczyźni niż kobiety (33% wobec 24%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje zbliżony odsetek internautów jak przed rokiem, tj. ponad jedna czwarta (26%, czyli 20% ogółu badanych). Od 2015 roku, prawdopodobnie na skutek popularyzacji mediów streamingowych, skala pobierania darmowych multimediów jest wśród użytkowników internetu zauważalnie mniejsza, niż była wcześniej. Ściąganie

plików nadal jest wyraźnie częstsze niż przeciętnie wśród użytkowników w wieku od 18 do 24 lat (50%) i od 35 do 44 lat (34%), a także bardziej charakterystyczne dla mężczyzn niż kobiet (30% wobec 23%).

Zbliżona do zeszłorocznej jest skala załatwiania przez internet spraw urzędowych. Z deklaracji respondentów wynika, że w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie internet do tego celu wykorzystywało ponad 45% użytkowników, tj. jedna trzecia ogółu Polaków (34%). Wyróżniają się w tym względzie ankietowani mający wyższe wykształcenie (57%).

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	V '22	V '23
– 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	79	81
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50	53	58	61	62
– 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	27	26
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17	18	21	20
– 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	27	28
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13	19	21	22
– załatwiał(a) Pan(i) przez internet sprawy urzędowe																			
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	45
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	34

Od poprzedniego pomiaru wzrosło czytelnictwo gazet i czasopism online. Internetową prasę czytała w ciągu miesiąca poprzedzającego pomiar ponad połowa użytkowników internetu (54%), czyli dwie piąte ogółu dorosłych Polaków (41%) – najwięcej w historii naszych badań. Częściej niż inni sięgają do niej – podobnie jak do prasy papierowej – osoby mające wyższe wykształcenie (60%), a poza tym także najmłodsi respondenci (61%). Jeszcze większa jest skala czytelnictwa internetowych portali informacyjnych, które deklaruje 83% użytkowników internetu (czyli 64% ogółu badanych). Podobnie jak w przypadku gazet, wyróżniają się tu respondenci najlepiej wykształceni (91%). Popularność blogów jest bardzo stabilna. Obecnie czyta je niespełna co trzeci korzystający z internetu (30%), czyli około jednej czwartej ogółu dorosłych (23%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani mający od 18 do 24 lat (42%) i od 35 do 44 lat (37%) oraz najlepiej wykształceni (40%).

Prawie trzy piąte internautów (58%, tj. 44% 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 pięciu latach pozostaje względnie stabilna. Widzowie internetowi to wyraźnie częściej niż inni młodszy użytkownicy, mający od 18 do 24 lat (87%), od 25 do 34 (68%) i od 35 do 44 lat (67%), a także w większym stopniu niż inni badani mający wyższe wykształcenie (68%). Częściej wideo online oglądają mężczyźni niż kobiety (62% wobec 54%).

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	V '22	V '23
– 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	49	54
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	-	34	36	37	41
– czytał(a) Pan(i) internetowe portale informacyjne																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	82	83
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	63	64
– 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	28	30
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19	20	21	21	23
– 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	57	58
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38	38	41	44	44
– czytał(a) Pan(i) blogi																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	39	28	29	30	30	34	33	31	30	29	33	30	30	30
Ogół dorosłych	-	-	-	-	20	15	17	18	19	21	22	21	19	20	22	22	23	23
– oglądał(a) Pan(i) vlogi (wideoblogi)																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	28	26	27
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	20	20	21
– oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	26	37	38	36	35
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18	25	28	27	27
– oglądał(a) Pan(i) przez internet transmisję mszy św. lub innego nabożeństwa																		
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	18	14	12
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17	13	10	9

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

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

Słuchający online radia stanowią niemal jedną trzecią użytkowników internetu (30%), czyli około jednej czwartej ogółu dorosłych Polaków (23%). Wprawdzie wielkość tego audytorium wydaje się

stabilna w ostatnich latach, to jednak minimalny wzrost w stosunku do poprzedniego pomiaru spowodował, że obecny odsetek słuchaczy wśród ogółu dorosłych jest rekordowo wysoki. Słuchaniem radia przez internet wyróżniają się pytani mający od 35 do 44 lat (40%). Nieco częściej są to także mężczyźni niż kobiety (33% wobec 27%).

Oglądanie online w miesiącu poprzedzającym badanie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje ponad jedna trzecia korzystających z sieci (35%, tj. 27% ogółu respondentów). Wzrost liczby odbiorców tego typu transmisji zarejestrowaliśmy w 2020 roku, w pierwszej fazie epidemii koronawirusa w Polsce. Od tego czasu popularność tzw. streamów utrzymuje się na stabilnym poziomie. Ich widzowie to najczęściej młodszy badani – w wieku 18–24 lata (60%) oraz 25–34 lata (43%). Wideoblogi w miesiącu poprzedzającym badanie oglądał – podobnie jak w dwóch poprzednich latach – co czwarty internauta (27%, czyli 21% ogółu respondentów). Również w tym przypadku bardzo wyróżniają się młodszy użytkownicy (mający 18–24 lata – 49% i 25–34 lata – 38%). Widownię tego typu materiałów częściej stanowią kobiety niż mężczyźni (32% wobec 33%).

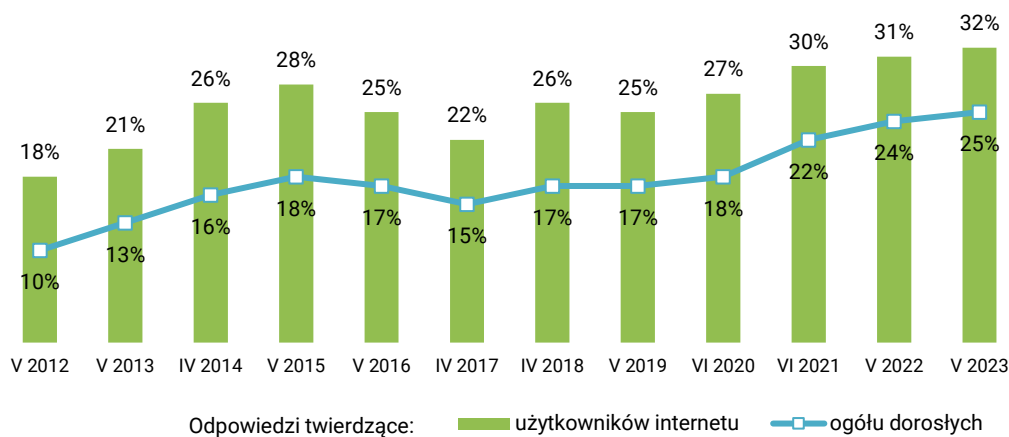
Minimalnie, już po raz kolejny, zmniejszyła się skala uczestnictwa w mszach św. i nabożeństwach transmitowanych online. W ciągu miesiąca poprzedzającego majowe badanie oglądało je 12% korzystających z internetu, co stanowi jedną dziesiątą ogółu badanych (9%). Wyróżniają się pod tym względem ankietowani w większym stopniu zaangażowani religijnie, którzy uczestniczą w praktykach religijnych co najmniej raz w tygodniu (21%), jak również najstarsi internauci, mający 65 lat lub więcej (19%).

TABELA 4

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:								
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	czytali portale informacyjne	czytali blogi	słuchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali vlogi (wideoblogi)	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	61	85	42	34	87	55	49	60	6
25–34	50	85	30	31	68	43	38	43	8
35–44	57	86	37	40	67	36	33	35	13
45–54	52	82	25	32	50	21	18	32	13
55–64	56	80	24	21	33	18	11	19	10
65 lat i więcej	47	76	20	11	31	14	7	18	19

CBOS

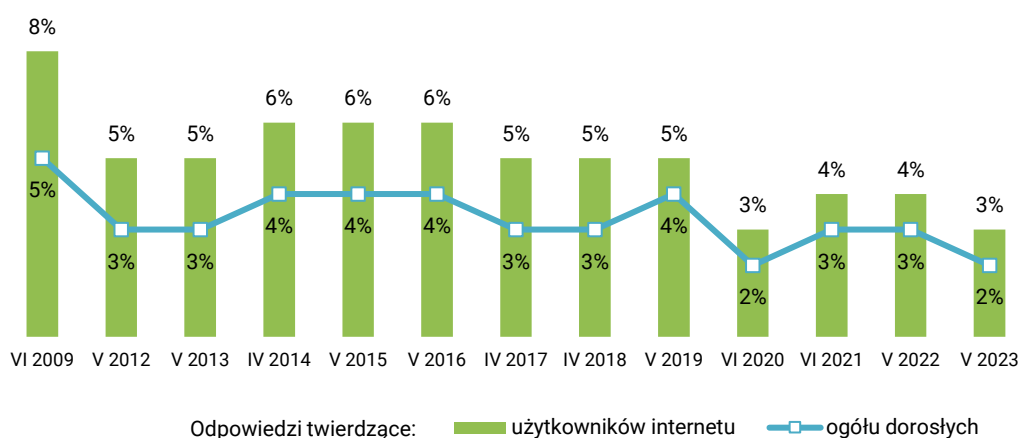
RYS. 14. Czy w ciągu ostatniego miesiąca zamieszczał(a) Pan(i) w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy?



Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszczała online w ciągu miesiąca przed badaniem niemal jedna trzecia korzystających z internetu (32%), co stanowi jedną czwartą ogółu dorosłych Polaków (25%). Publikowanie takich materiałów częściej deklarują kobiety niż mężczyźni (36% wobec 28%). Sprzyja temu wyraźnie również młodszy wiek – wyróżniają się zwłaszcza dorośli mający poniżej 25 lat (55%), ale także od 25 do 34 lat (43%).

CBOS

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



* Od 2021 roku pytanie obejmuje również „vloga (wideobloga)”

Bloga, w tym także wideobloga, lub własną stronę prowadzi trzech na stu internautów (3%, tj. dwóch na stu spośród ogółu badanych). Na tle innych wyróżniają się pod tym względem nieco mieszkańcy największych aglomeracji (6%).

W miesiącu poprzedzającym badanie ze znajomymi przez komunikator rozmawiało ponad ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (83%), czyli niemal dwie trzecie ogółu dorosłych (63%) – najwięcej w historii naszych badań (czyli od 2005 roku). Z komunikatorów niemal powszechnie korzystają badani w wieku 18–24 lata (98%) i mający od 25 do 34 lat (91%). Częściej są to kobiety niż mężczyźni (87% wobec 78%). Rozmowy telefoniczne przez internet prowadzi ponad dwie piąte użytkowników (44%), czyli jedna trzecia ogółu dorosłych Polaków (34%). Wyróżniają się pod tym względem najmłodsi ankietowani (58%) i osoby w wieku 25–34 lata (51%), a także najlepiej wykształceni (51%) i mieszkańcy największych miast (52%). Udział w rozmowach wideo przez internet, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, brał w miesiącu poprzedzającym badanie co czwarty internauta (26%, tj. 20% ogółu badanych). W wideokonferencjach częściej niż przeciętnie brali udział użytkownicy internetu pracujący zarobkowo niż nieaktywni pod tym względem (31% wobec 15%), szczególnie często przedstawiciele takich grup zawodowych jak kadra kierownicza i specjaliści (59%), technicy i średni personel (36%) oraz pracownicy administracyjno-biurowi (31%), a także – ogólnie – badani mający wyższe wykształcenie (44%).

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	V '22	V '23
– 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	80	83
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53	59	61	63
– 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	43	44
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20	24	32	32	33	34
– 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	38	35
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22	26	30	27
– 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	16	19
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10	12	12	14
– uczestniczył(a) Pan(i) w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób																			
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	27	24	26
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	19	20

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

Ponad jedna trzecia użytkowników internetu (35%, czyli 27% ogółu ankietowanych – mniej niż przed rokiem) pisała w miesiącu poprzedzającym badanie na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Najbardziej wyróżniają się pod tym względem najmłodsi badani (48%) i mający

od 35 do 44 lat (44%), a także użytkownicy z dużych miast (od 100 000 do 499 999 ludności – 43%) i najlepiej wykształceni (42%). Częściej są to respondenci o poglądach lewicowych niż prawicowych i centrowych (44% wobec 31% wobec 35%). W większej mierze aktywność tę deklarują użytkownicy identyfikujący się z polityczną opozycją niż obozem rządzącym (40% wobec 22%).

Na tle innych aktywności niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami, choć od poprzedniego pomiaru zainteresowanie tą aktywnością nieco się zwiększyło. W miesiącu poprzedzającym badanie w grach tego typu uczestniczył co piąty internauta (19%, tj. 14% dorosłych Polaków). W gry online znacznie częściej angażują się mężczyźni niż kobiety (27% wobec 11%). Jest to też domena najmłodszych użytkowników internetu (51%).

Ogólnie rzecz biorąc, wszystkie opisane wyżej 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 zauważalnie mniejsze – rozmawiania przez internet.

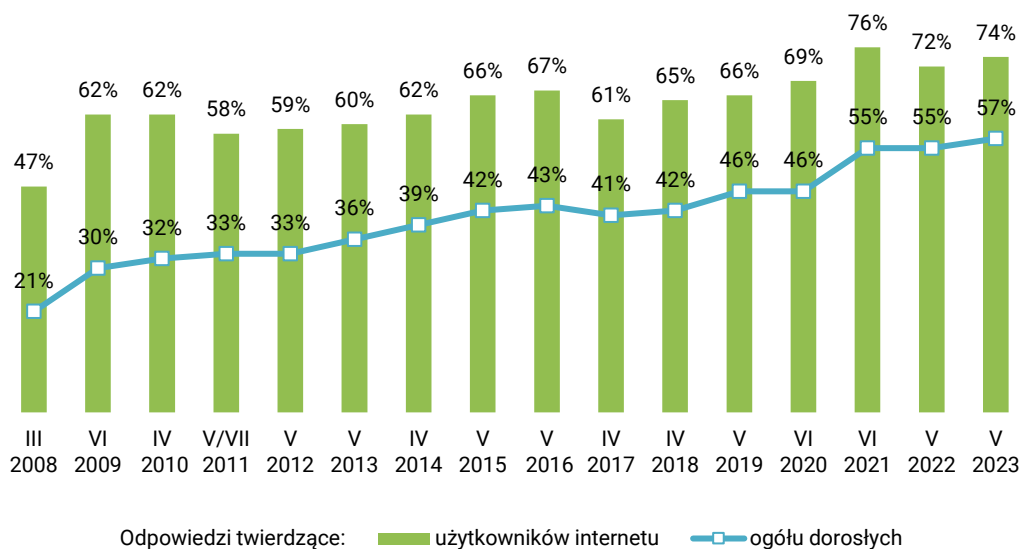
TABELA 6

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 (wideo konferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób	grali w sieci
	w procentach				
18–24 lata	98	58	48	31	51
25–34	91	51	41	30	22
35–44	86	42	44	30	21
45–54	79	43	30	30	10
55–64	65	33	21	15	6
65 lat i więcej	72	37	18	10	4

Rekordowo wysoki odsetek Polaków – 57% (tj. trzy czwarte użytkowników internetu) – deklaruje, że ma konto w jakimś serwisie społecznościowym. Ogromna większość z nich (89%) przeglądała zasoby portali społecznościowych w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie.

CBOS

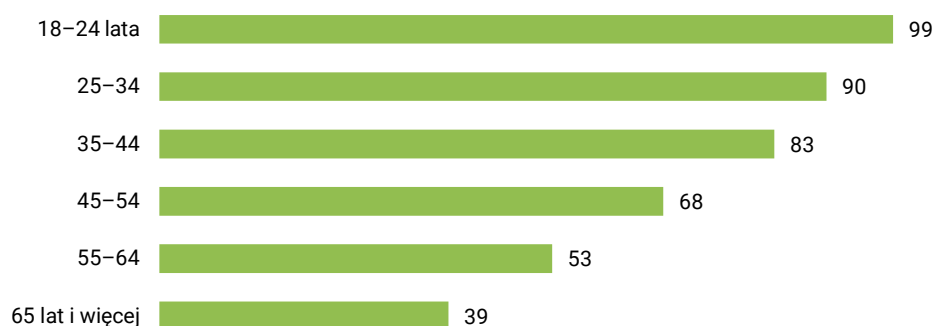
RYS. 16. Czy ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym, jak np. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, GoldenLine, LinkedIn lub podobnym?



Częściej niż przeciętnie w serwisach społecznościowych obecni są użytkownicy internetu mający mniej niż 45 lat. Wyróżniają się tu szczególnie ludzie w wieku 18–24 lata – wśród nich są to w zasadzie wszyscy, ale też badani w wieku 25–34 lata, z których dziewięciu na dziesięciu ma tam konto. Znacznie rzadziej niż przeciętnie korzystają z nich internauci po 54 roku życia, szczególnie ci najstarsi, mający 65 lat lub więcej.

CBOS

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





Regularne korzystanie z internetu deklaruje obecnie – tak samo jak w zeszłym roku – ponad trzy czwarte badanych. Do wcześniejszego wzrostu liczby użytkowników, który rejestrowaliśmy najpierw w roku 2021, a następnie roku 2022, przyczyniła się z dużym prawdopodobieństwem epidemia koronawirusa skłaniająca część Polaków do unikania bezpośrednich kontaktów społecznych i załatwiania spraw na odległość. Pozostawanie offline jest związane przede wszystkim ze starszym wiekiem.

Mimo, że zmiany w skali aktywności internetowych w stosunku do ubiegłego roku są niewielkie (niekiedy nieznaczne), w przypadku niektórych z nich można mówić o historycznie najwyższych wynikach. Dotyczy to między innymi kupowania i – szczególnie – sprzedawania przez internet. Do najczęściej kupowanych online artykułów nadal zalicza się odzież i obuwie, ale na przestrzeni lat zwiększa się też liczba nabywających kosmetyki, dostęp do usług lub treści oraz bilety (zarówno komunikacyjne, jak i na wydarzenia). Do najwyższych z dotychczas rejestrowanych należą odsetki korzystających w sieci z odpłatnych serwisów, bankowości internetowej, a także załatwiających przez internet sprawy urzędowe. Obecnie więcej Polaków niż kiedykolwiek wcześniej czyta online prasę i słucha radia. Do jednych z najwyższych w historii naszych badań należą odsetki badanych przeglądających portale informacyjne, oglądających przez internet filmy i seriale, a także wideoblogi. Niezmiennie ponad jedna czwarta ogląda streamy transmitowane na żywo przez innych użytkowników, a niespełna jedna czwarta – czyta blogi. Najwyższa z dotychczas zaobserwowanych jest też skala udostępniania w sieci przez użytkowników własnych zdjęć i filmów. Od zeszłorocznego badania umocniła się również – do rekordowego poziomu – popularność komunikowania się online poprzez aplikacje, a także członkostwa w serwisach społecznościowych, w których konto ma obecnie niemal sześciu na dziesięciu dorosłych Polaków. Większą niż w ostatnich latach, ale nadal stosunkowo niedużą grupę stanowią osoby grające online w gry z innymi użytkownikami. Z kolei nieco mniej osób niż przed rokiem przyznaje się do pisania na forach i w serwisach społecznościowych oraz do udziału w mszach św. transmitowanych online, których popularność od 2020 roku stopniowo maleje.

Opracował

Michał Feliksiak