

Korzystanie z internetu w 2025 roku

Opracowali
Michał Feliksiak i Mateusz Mojsiejuk

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku



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

W skrócie

- Niemal ośmiu na dziesięciu dorosłych Polaków (79%, wzrost o 2 punkty w stosunku do ubiegłego roku) regularnie korzysta z internetu. Sześciu na dziesięciu spośród ogółu badanych (60%) ma konto w jakimś serwisie społecznościowym.
- Aktywność w sieci użytkowników internetu w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie wyglądała następująco:
 - bankowość internetowa – 83%,
 - rozmawianie przez komunikator – 83%,
 - czytanie portali informacyjnych – 83%, prasy online – 48%, blogów – 27%,
 - zakupy – 68%,
 - oglądanie materiałów wideo – 61%, streamów – 38%, wideoblogów – 28%,
 - załatwianie spraw urzędowych – 44%,
 - pobieranie dostępnych za darmo multimediiów – 38%,
 - korzystanie ze stron lub aplikacji dających dostęp do sztucznej inteligencji – 34%,
 - słuchanie radia – 31%,
 - korzystanie z treści dostępnych za opłatą – 29%,
 - pisanie w serwisach społecznościowych i na forach – 29%,
 - udział w wideokonferencjach – 25%,
 - zamieszczanie własnych zdjęć i filmów – 23%,
 - granie w gry z innymi użytkownikami – 15%.

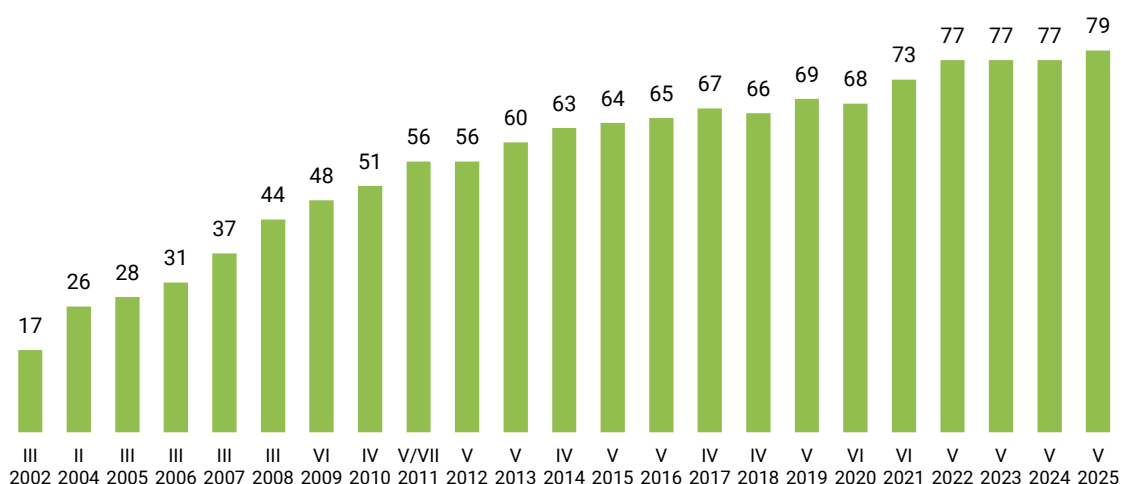
ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Odsetek dorosłych Polaków korzystających z internetu zwiększył się minimalnie względem poprzedniego roku. To pierwszy taki wzrost od czasu epidemii COVID-19. Obecnie¹ regularnie odwiedza internet niemal czterech na pięciu pytanym (79%).

CBOS

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

ODSETKI ODPOWIEDZI TWIERDZĄCYCH



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

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (421) 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.

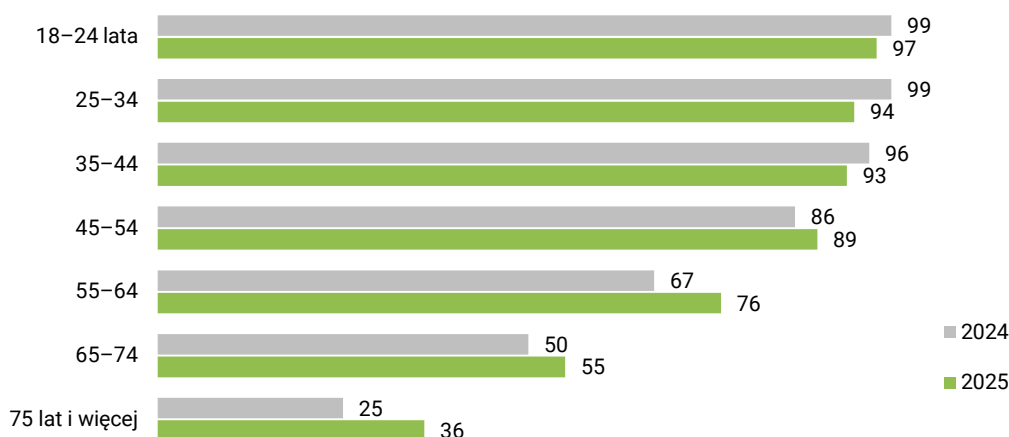
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 5 do 14 maja 2025 roku na próbie liczącej 1080 osób (w tym: 64,4% metodą CAPI, 23,7% – CATI i 11,9% – CAWI).

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 oraz poziomu wykształcenia badanych. Korzystanie z internetu jest powszechne lub niemal powszechne wśród respondentów mających mniej niż 55 lat. Do użytkowników internetu zalicza się trzy czwarte osób w grupie 55–64 lata i około połowa w wieku od 65 do 74 lat. Wśród najstarszych badanych już jedna trzecia deklaruje regularne korzystanie z internetu. Od poprzedniego pomiaru możemy zaobserwować wzrost odsetka użytkowników internetu wśród osób powyżej 54 roku życia – jest on największy w przedziale 55–64 lata oraz 75+.

CBOS

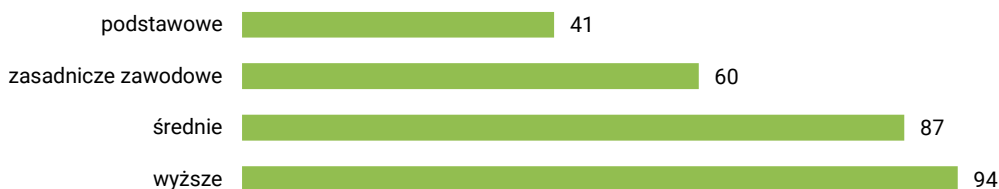
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Pomijając osoby z wykształceniem gimnazjalnym (których w próbie jest bardzo niewiele, a które z racji wieku w zasadzie wszystkie są online), najwięcej użytkowników internetu notujemy wśród badanych mających wyższe wykształcenie, a najmniej wśród ankietowanych z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym, co jedynie częściowo tłumaczyć można faktem, że osoby z tych dwóch ostatnich grup są przeciętnie starsze niż pozostali badani².

CBOS

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

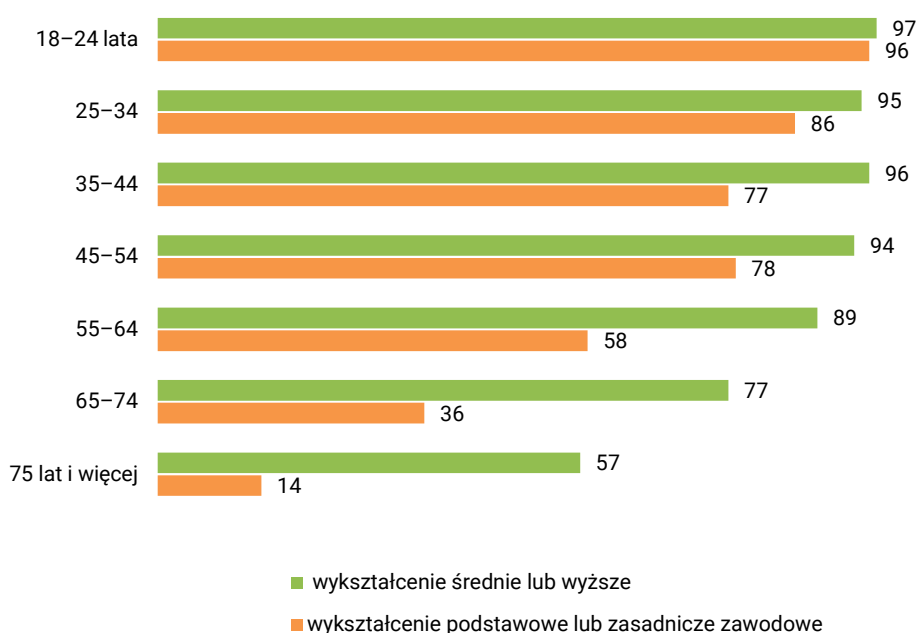


² Średnia wieku dla całej próby wynosi 50 lat. Wśród osób mających wykształcenie podstawowe jest to 58 lat, gimnazjalne – 24 lata, zasadnicze zawodowe – 57 lat, średnie – 47 lat i wyższe również – 47 lat.

W najmłodszej grupie badanych wykształcenie nie odgrywa roli, jeśli chodzi o korzystanie (lub nie) z internetu, jednak wraz z wiekiem różnicuje ono respondentów coraz bardziej. Ankietowani mający co najmniej średnie wykształcenie we wszystkich grupach wiekowych zaliczają się w większości do użytkowników internetu, a wśród tych mających mniej niż 65 lat korzystanie z internetu jest powszechne lub niemal powszechne. Różnica zaczyna być już istotnie zauważalna wśród mających 35–44 lata, a największą obserwujemy w grupie 75+ (57% korzystających z internetu z wykształceniem wyższym wobec 14% z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym).

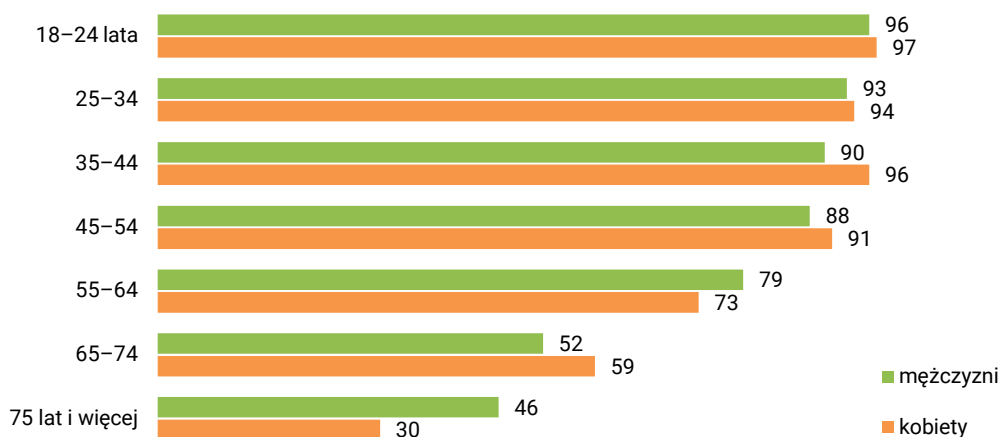
CBOS

RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu według wieku i wykształcenia



Płeć odgrywa rolę przede wszystkim w obrębie najstarszej grupy badanych. Wśród osób poniżej 65 roku życia skala obecności online w podziale na płeć jest zbliżona. Korzystanie z internetu jest nieznacznie wyższe wśród kobiet w wieku od 35 do 44 lat i od 65 do 74 lat oraz nieznacznie wyższe wśród mężczyzn w wieku od 55 do 64 lat. Jednak największą dysproporcję widać w najstarszej grupie, w której jest znacznie więcej internautów niż internatek (46% wobec 30%).

RYS. 5. Odsetki korzystających z internetu według wieku i płci



Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa – korzysta z niego 91% pracujących i 61% niepracujących (co jest w dużym stopniu zdeterminowane przez wiek). Wśród pracujących relatywnie najmniej użytkowników internetu jest w grupie rolników i robotników wykwalifikowanych, natomiast najwięcej wśród kadry kierowniczej i specjalistów z wyższym wykształceniem.

RYS. 6. 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 stanowić dla niektórych respondentów barierę w dostępie do internetu, np. ze względu na brak środków na zakup urządzenia lub opłatę abonamentową.

CBOS

RYS. 7. 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

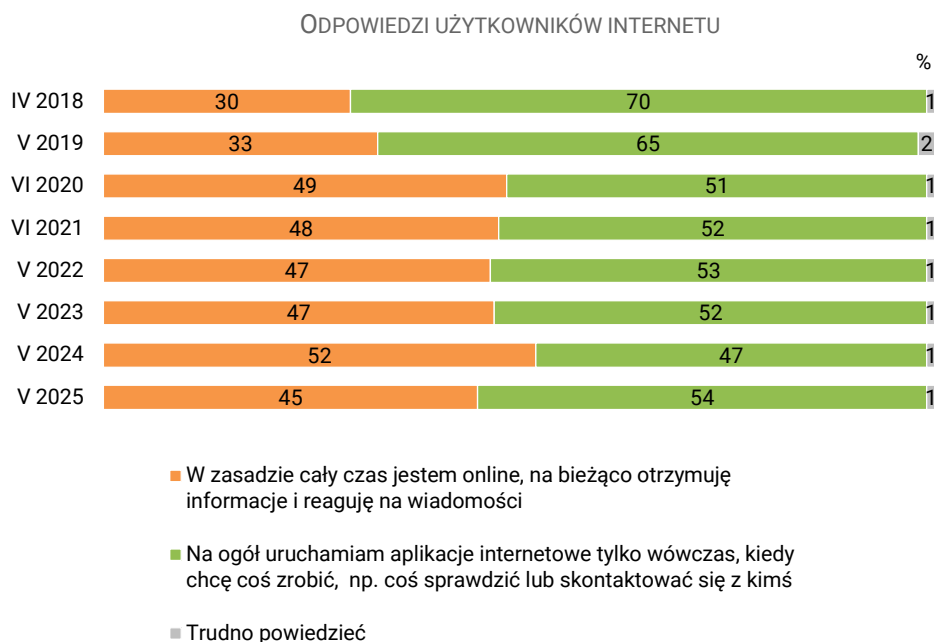
RYS. 8. Odsetki korzystających z internetu według wielkości miejsca zamieszkania



Styl korzystania z sieci uległ zmianie – powrócił trend widoczny przed zeszłorocznym badaniem, obserwowany od przemian, które nastąpiły w wyniku epidemii COVID-19. Zmalała liczba użytkowników (o 7 punktów procentowych, do 45%), którzy deklarują stałą obecność online, polegającą na tym, że na bieżąco otrzymują informacje i mogą na nie reagować. W takim samym stopniu (o 7 punktów, do 54%) przybyło badanych, którzy uruchamiają aplikacje internetowe tylko wtedy, gdy chcą coś zrobić, np. coś sprawdzić lub z kimś się skontaktować.

CBOS

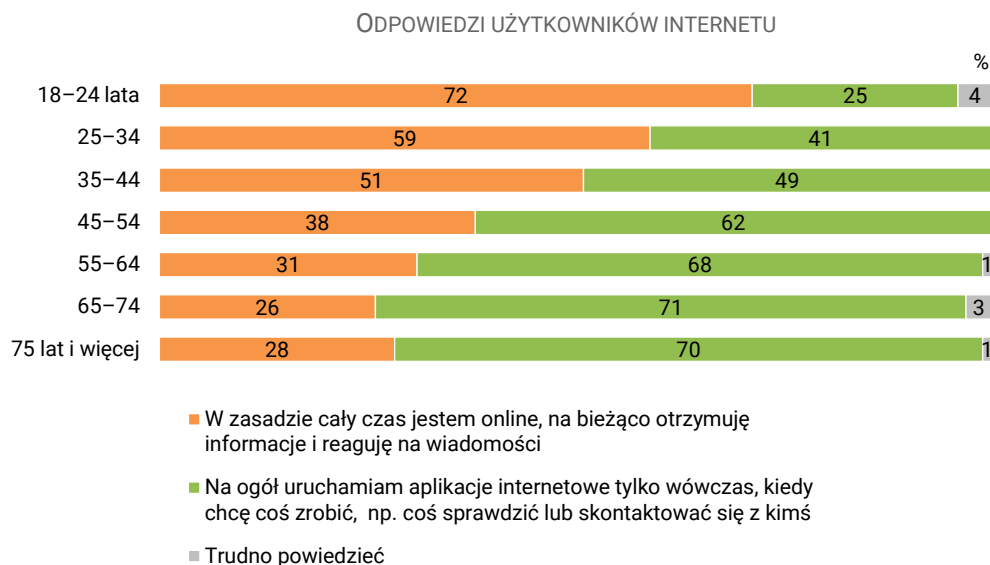
RYS. 9. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?



Sposób korzystania z internetu jest w bardzo dużej mierze uzależniony od wieku. Za spadek deklaracji stałej obecności online odpowiadają przede wszystkim osoby w wieku od 45 lat do 54 lat (od zeszłego roku spadek o 14 punktów procentowych, z 52% do 38%). Badani poniżej 45 roku życia, a zwłaszcza mający mniej niż 35 lat, przeważnie deklarują stałą obecność online, natomiast wśród starszych użytkowników (55+) wyraźnie przeważa korzystanie z 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?

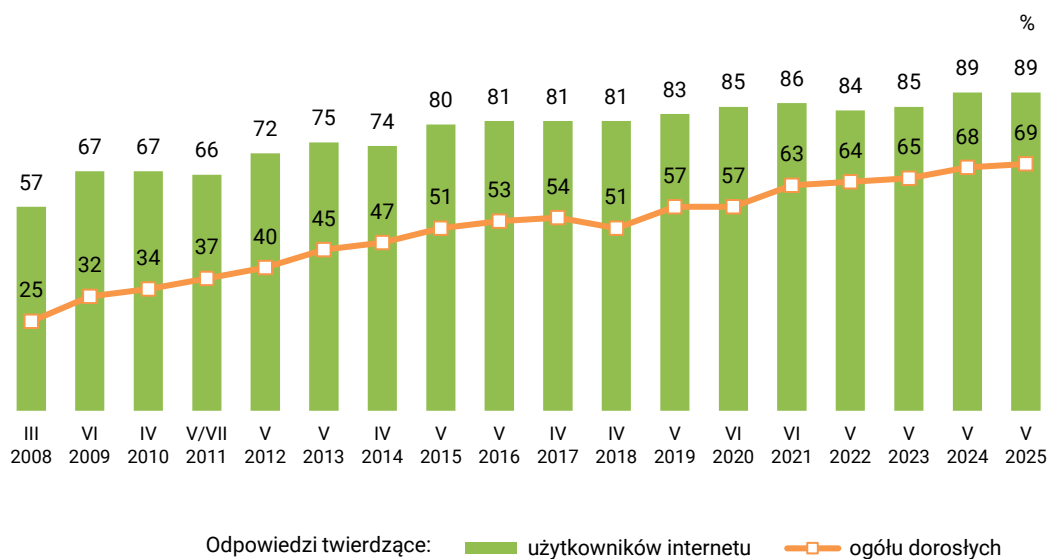


AKTYWNOŚCI ONLINE

Ponad dwie trzecie Polaków (69%, tj. 89% użytkowników internetu) – podobnie jak poprzednio – deklaruje, że kiedykolwiek kupiło coś przez internet. Około dwóch piątych ogółu dorosłych (38%, czyli 48% będących online) przynajmniej raz sprzedało coś w ten sposób – to mniej niż przed rokiem i podobnie jak dwa lata temu. Kupowanie i sprzedawanie przez internet częściej niż inni deklarują użytkownicy poniżej 45 roku życia.

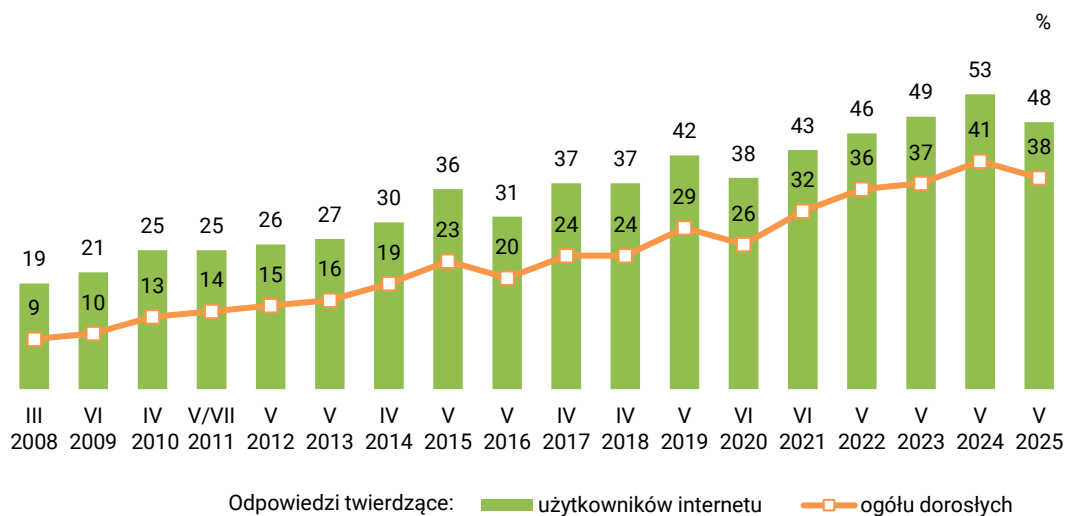
CBOS

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



CBOS

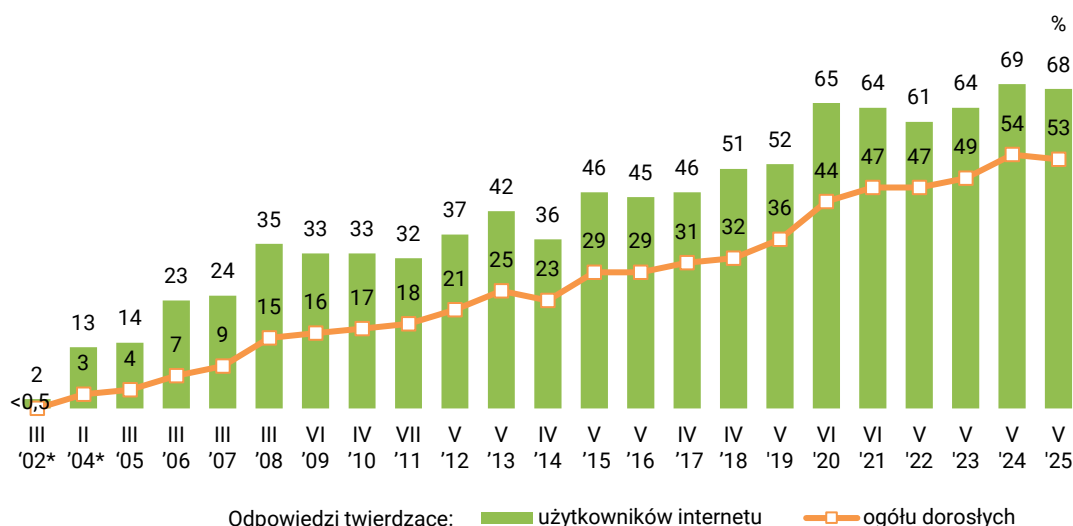
RYS. 12. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?



Od poprzedniego pomiaru nie zmienił się odsetek badanych regularnie kupujących w sieci. W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiła ponad połowa Polaków (53%, tj. 68% użytkowników internetu). Wprawdzie popularność kupowania przez internet stopniowo rosła od początku naszych pomiarów, jednak wyraźny, skokowy jej wzrost dokonał się dopiero w roku 2020, prawdopodobnie za sprawą epidemii COVID-19.

CBOS

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



* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Najwięcej kupujących przez internet jest wśród jego użytkowników poniżej 45 roku życia (w wieku od 18 do 34 lat – 79% i od 35 do 44 lat – 81%), wśród mieszkańców największych miast (74%), respondentów mających wyższe wykształcenie (80%) i uzyskujących najwyższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (6000 zł lub więcej – 80%). Natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających od 55 do 64 lat – 60% oraz 65 lat lub więcej – 33%), osób deklarujących wykształcenie podstawowe lub zasadnicze zawodowe (49%) i uzyskujących przeciętne dochody *per capita* (od 3000 zł do 3999 zł – 59%). Do kupujących online regularnie w większej mierze zaliczają się kobiety niż mężczyźni (71% wobec 65%).

W miesiącu poprzedzającym badanie za pośrednictwem sieci najchętniej nabywano odzież i obuwie (37%), a także kosmetyki (19%) i sprzęt elektroniczny (15%). Na kolejnych miejscach znalazły się: dostęp do usług lub treści (13%), kupowane rzadziej niż w ubiegłych latach książki (10%), a poza tym artykuły motoryzacyjne i leki (po 10%). Ponadto były to – w mniejszym stopniu niż przed rokiem – bilety na pociąg, autobus lub samolot (9%), zabawki i artykuły dziecięce (9%), artykuły spożywcze (8%), sprzęt sportowy (7%), a także bilety na wydarzenia kulturalne i sportowe (8%). Niektórzy badani wymieniali spontanicznie jeszcze inne typy produktów spoza przedstawionej im listy, 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) / opłacił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące użytkowników internetu							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	w procentach							
– odzież, obuwie	23	25	34	36	31	35	39	37
– kosmetyki	10	10	15	15	15	17	19	19
– sprzęt elektroniczny	10	10	16	14	12	13	16	15
– dostęp do usług lub treści	3	3	5	5	10	13	13	13
– książki, e-booki, audiobooki	9	11	12	13	10	12	14	10
– artykuły motoryzacyjne	7	6	8	9	9	9	12	10
– leki	3	5	6	8	6	7	9	10
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	7	3	6	7	9	13	9
– zabawki, artykuły dziecięce	10	10	12	9	9	11	12	9
– artykuły spożywcze	2	3	7	6	6	7	9	8
– bilety na wydarzenia kulturalne, sportowe itp.	-	-	-	-	3	7	7	8
– sprzęt sportowy	6	4	7	8	6	6	11	7
– muzykę, filmy	2	2	3	4	3	4	7	5
– programy, aplikacje, gry komputerowe	2	3	4	4	3	4	5	4
– coś innego	8	9	14	12	11	10	9	10

Od roku 2020 utrzymuje się bardzo duża popularność bankowości internetowej. Z usług bankowych online korzysta obecnie więcej niż ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (83%), czyli niemal dwie trzecie ogółu dorosłych (64%). Zauważalnie częściej niż przeciętnie są to młodszy badani, mający od 25 do 34 lat (94%) i od 35 do 44 lat (90%), mieszkańcy największych miast (93%), najlepiej wykształceni (93%), a także z gospodarstw domowych o najwyższych dochodach *per capita* (4000 zł lub więcej – 88%). Relatywnie mniej korzystających z tego typu usług jest wśród osób deklarujących wykształcenie podstawowe (56%) lub zasadnicze zawodowe (64%) oraz mających co najmniej 55 lat (wśród użytkowników w wieku 55–64 lata – 73%, a wśród mających 65 lat lub więcej – 66%) oraz w grupie uzyskujących najniższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (poniżej 1999 zł – 72%).

Wyraźnie więcej osób niż przed rokiem deklaruje pobieranie z sieci darmowych programów, aplikacji, muzyki i filmów (38%, czyli 29% ogółu badanych). Jest ono wyraźnie częstsze wśród osób mających od 18 do 24 lat (74%) i od 25 do 34 lat (44%), a także bardziej charakterystyczne dla mężczyzn niż kobiet (42% wobec 33%).

Utrzymuje się relatywnie duża popularność usług i treści dostępnych w sieci odpłatnie, takich jak prenumeraty prasy, dostęp do multimediiów, członkostwo w serwisach lub grach. W miesiącu poprzedzającym badanie z usług tego typu korzystała ponad jedna czwarta użytkowników internetu (29%, tj. 23% ogółu badanych). Wyróżniają się pod tym względem ludzie młodzi, mający od 18 do 24 lat (65%) i od 25 do 34 lat (47%), najlepiej wykształceni (37%), uzyskujący dochody w przeliczeniu na osobę wynoszące od 4000 zł do 5999 zł (37%) oraz od 6000 zł wzwyż (42%). Generalnie częściej z tego typu usług korzystają mężczyźni niż kobiety (32% wobec 26%).

Większa niż w ubiegłym roku jest skala załatwiania przez internet spraw urzędowych. W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie internet do tego celu wykorzystywało więcej niż dwie piąte użytkowników (44%), tj. jedna trzecia ogółu Polaków (34%). Częściej byli to użytkownicy z największych miast (67%), mający wyższe wykształcenie (62%) oraz w wieku od 25 do 54 lat (25–34 lata – 49%, 35–44 lata – 53%, 45–54 lata – 50%).

W tegorocznym badaniu po raz pierwszy zapytaliśmy użytkowników internetu o korzystanie ze stron lub aplikacji dających dostęp do sztucznej inteligencji. W miesiącu poprzedzającym badanie w taki sposób z AI korzystała jedna trzecia użytkowników internetu (34%, tj. 27% ogółu badanych). Wyróżniają się pod tym względem młodszy internauci, mający od 18 do 24 lat (78%) i od 25 do 34 lat (48%), uczniowie i studenci (82%), najlepiej wykształceni (50%), kadra kierownicza i specjaliści (57%) oraz – w mniejszym stopniu – pracownicy administracyjno-biurowi (45%). W nieco większej mierze są to mężczyźni niż kobiety (37% wobec 31%).

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	V '24	V '25
– 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	83	83
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50	53	58	61	62	63	64
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, aplikacje*, muzykę, filmy																					
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28	25	23	25	26	25	27	26	29	38
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17	18	21	20	22	29
– 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	29	29
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13	19	21	22	22	23
– załatwiał(a) Pan(i) przez internet sprawy urzędowe																					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	45	38	44
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	34	29	34
– korzystał(a) Pan(i) ze stron internetowych lub aplikacji dających dostęp do tzw. sztucznej inteligencji (AI), np. ChatGPT, Microsoft Copilot, Grok																					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27

* W tegorocznym badaniu dodano słowo „aplikacje”

Na tym samym poziomie pozostaje czytanie gazet i czasopism online. Internetową prasę czytała w ciągu miesiąca poprzedzającego pomiar niespełna połowa użytkowników internetu (48%), czyli niemal dwie piąte ogółu dorosłych Polaków (37%). Częściej niż inni sięgają do niej – podobnie jak do prasy papierowej – osoby mające wyższe wykształcenie (59%), a także respondenci w wieku 18–24 lata (55%). Minimalnie większa niż przed rokiem jest popularność internetowych portali informacyjnych, których czytanie deklaruje 83% użytkowników internetu (czyli 64% ogółu badanych). Z kolei popularność blogów jest obecnie nieco mniejsza niż przed rokiem. Obecnie czyta je więcej niż co czwarty korzystający z internetu (27%), czyli jedna piąta ogółu dorosłych (21%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim ankietowani mający od 18 do 34 lat (39%) oraz respondenci najlepiej wykształceni (33%).

Tyle samo co przed rokiem, czyli sześciu na dziesięciu internautów (61%, tj. 48% 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. Widzowie internetowi to wyraźnie częściej młodszy użytkownicy, mający od 18 do 24 lat (87%) i od 25 do 34 (76%), a także w większym stopniu badani mający wyższe wykształcenie (72%). Częściej wideo online oglądają mężczyźni niż kobiety (65% wobec 58%).

Słuchający online radio stanowią niemal jedną trzecią użytkowników internetu (31%), czyli jedną czwartą ogółu dorosłych Polaków (25%). Słuchaniem radio przez internet wyróżniają się badani mający od 35 do 44 lat (41%) i mający wyższe wykształcenie (40%).

W miesiącu poprzedzającym badanie oglądanie online transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje – nieco więcej niż przed rokiem – blisko dwie piąte korzystających z sieci (38%, tj. 30% 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 względnie stabilnym poziomie. Ich widzowie to przede wszystkim najmłodszy badani – w wieku 18–24 lata (71%) i w większej mierze mężczyźni niż kobiety (41% wobec 35%).

Po odnotowanym w ubiegłym roku rekordzie oglądalności obecnie widownia wideoblogów nieco zmalała. W miesiącu poprzedzającym badanie oglądała je ponad jedna czwarta użytkowników internetu (28%, czyli 22% ogółu respondentów). Również w tym przypadku wyróżniają się młodszy użytkownicy (mający 18–24 lata – 62% i 25–34 lata – 44%). Do ich widzów trochę częściej zaliczają się mężczyźni niż kobiety (31% wobec 25%).

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	V '24	V '25
– 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	48	48
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	-	34	36	37	41	37	37
– czytał(a) Pan(i) internetowe portale informacyjne																				
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	82	83	80	83
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	63	64	62	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	32	31
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19	20	21	21	23	24	25
– 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	61	61
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38	38	41	44	44	47	48
– czytał(a) Pan(i) blogi																				
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	39	28	29	30	30	34	33	31	30	29	33	30	30	30	31	27
Ogół dorosłych	-	-	-	-	20	15	17	18	19	21	22	21	19	20	22	22	23	23	24	21
– oglądał(a) Pan(i) vlogi (wideoblogi)																				
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	28	26	27	31	28
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	20	20	21	24	22
– oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników																				
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	26	37	38	36	35	35	38
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18	25	28	27	27	27	30

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

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

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszczała w sieci w ciągu miesiąca przed badaniem niemal jedna czwarta korzystających z internetu (23%, czyli 18% ogółu badanych). Od ubiegłego roku obserwujemy tu tendencję spadkową. Publikowanie takich materiałów częściej deklarują kobiety niż mężczyźni (26% wobec 19%). Sprzyja temu wyraźnie również młodszy wiek – wyróżniają się zwłaszcza osoby mające poniżej 25 lat (43%), ale także od 25 do 34 lat (31%).

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

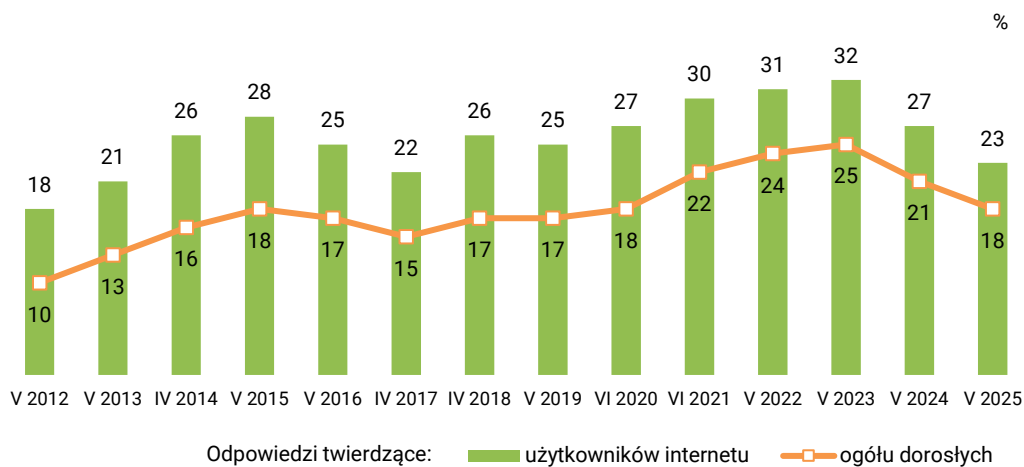


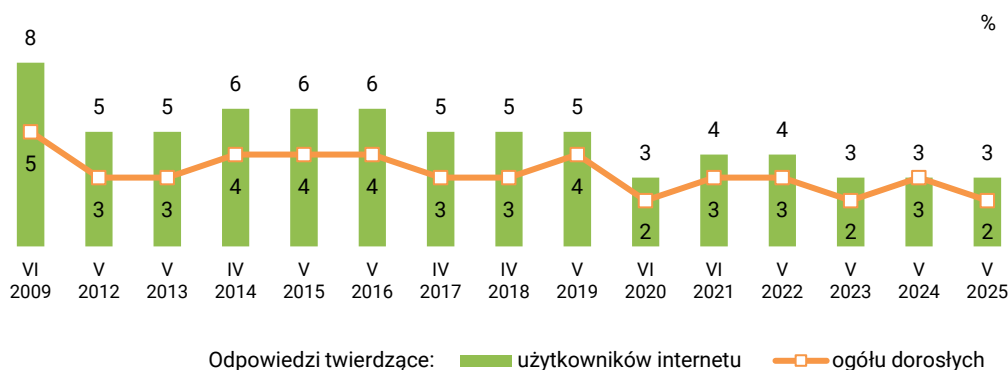
TABELA 4

Wiek użytkowników internetu	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:							
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	czytali portale informacyjne	czytali blogi	słuchali przez internet radio	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali vlogi (video-blogi)	oglądali w internecie transmisje realizowane na żywo przez innych użytkowników
	w procentach							
Ogół	48	83	27	31	61	23	28	38
18–24 lata	55	82	39	31	87	43	62	71
25–34	47	82	39	31	76	31	44	43
35–44	48	85	24	41	64	21	29	41
45–54	50	85	29	33	61	19	20	34
55–64	48	80	18	28	49	17	14	30
65 lat i więcej	43	80	17	19	36	13	9	20

Bloga, w tym także wideobloga, lub własną stronę prowadzi – niezmiennie – trzech na stu internautów (3%). W większym stopniu są to mieszkańcy dużych, ale nie największych, miast (100 000 – 499 999 ludności – 7%) i respondenci mający wykształcenie podstawowe (10%).

CBOS

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



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

W miesiącu poprzedzającym badanie ze znajomymi przez komunikator rozmawiało ponad ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (83%), czyli dwie trzecie ogółu dorosłych (65%) – najwięcej osób odkąd monitorujemy tę aktywność. Z komunikatorów powszechnie korzystają badani w wieku 18–24 lata (100%), a także – ponadprzeciętnie często – mający od 25 do 44 lat (92%). Nieco częściej są to kobiety niż mężczyźni (86% wobec 80%).

Udział w rozmowach wideo przez internet, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, brał w miesiącu poprzedzającym badanie – tak samo jak przed rokiem – co czwarty internauta (25%, tj. 20% ogółu badanych). W wideokonferencjach częściej brali udział użytkownicy internetu pracujący zarobkowo niż nieaktywni zawodowo (29% wobec 16%), szczególnie często byli to przedstawiciele kadry kierowniczej i specjaliści (49%) oraz pracownicy administracyjno-biurowi (36%), a także badani mający wyższe wykształcenie (40%).

Ponad jedna czwarta użytkowników internetu (29%, czyli 23% ogółu ankietowanych), a więc mniej niż w ostatnich latach, pisała w miesiącu poprzedzającym badanie na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Najbardziej wyróżniają się pod tym względem badani w wieku 18–24 lata (43%) oraz użytkownicy z dużych miast (39%). Ponadto nieco częściej są to kobiety niż mężczyźni (32% wobec 26%).

Na tle innych aktywności niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie w grach tego typu uczestniczyło – tak samo jak przed rokiem – 15% internautów (czyli 12% ogółu dorosłych). Jest to domena najmłodszych użytkowników internetu (60%). Blisko dwukrotnie częściej angażują się w nie mężczyźni niż kobiety (21% wobec 11%).

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	V '24	V '25
– 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	82	83
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53	59	61	63	63	65
– 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	36	29
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22	26	30	27	27	23
– 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	15	15
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10	12	12	14	12	12
– uczestniczył(a) Pan(i) w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób																					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	27	24	26	25	25
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	19	20	20	20

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

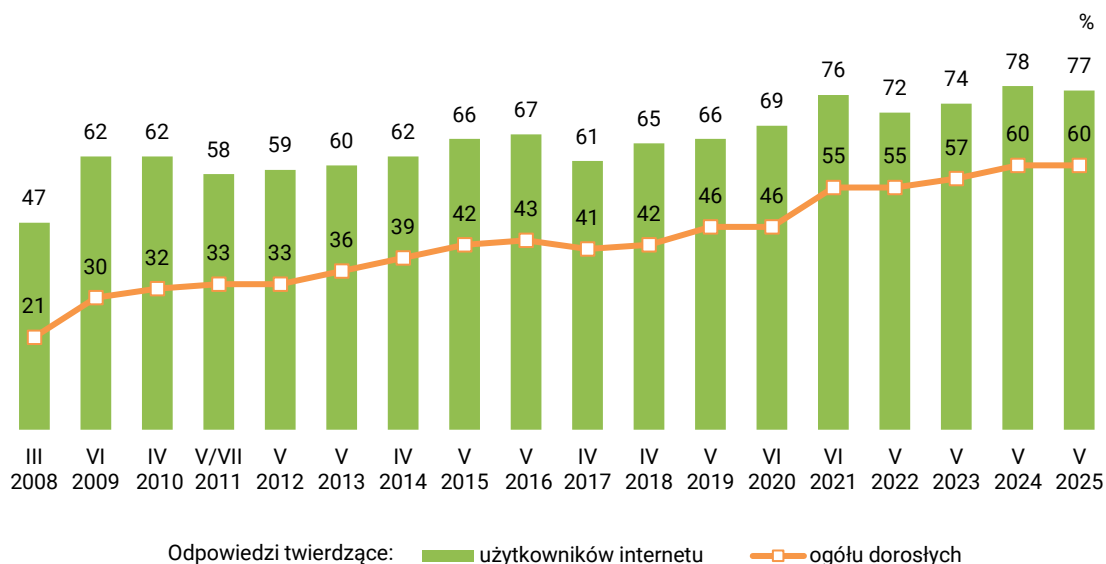
TABELA 6

Wiek użytkowników internetu	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:			
	rozmawiali przez komunikator internetowy	dokonywali wpisów na forach, w serwisach społecznościowych	uczestniczyli w internetowej rozmowie wideo (wideokonferencji), w której udział brało kilka lub wiele osób	grali w gry w sieci z innymi użytkownikami
	w procentach			
Ogół	83	29	25	15
18–24 lata	100	43	31	60
25–34	92	28	31	21
35–44	92	31	28	14
45–54	82	32	26	10
55–64	70	31	19	3
65 lat i więcej	61	14	13	2

Podobnie jak przed rokiem obecność w jakimś serwisie społecznościowym deklaruje sześciu na dziesięciu Polaków (60%, tj. 77% użytkowników internetu). Ogromna większość spośród nich (89%) korzystała z serwisu społecznościowego w miesiącu poprzedzającym badanie.

CBOS

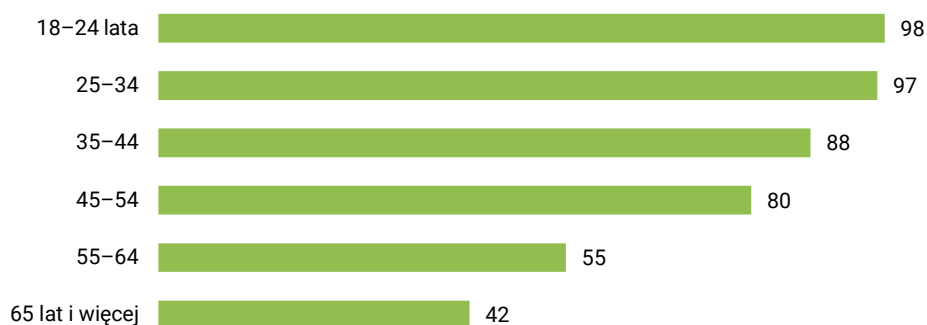
RYS. 16. Czy ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym?



W serwisach społecznościowych w większym stopniu niż przeciętnie obecni są użytkownicy internetu mający mniej niż 45 lat, szczególnie najmłodsi i mający od 25 do 34 lat. Rzadziej korzystają z nich internauci po 54 roku życia, zwłaszcza ci najstarsi (65+).

CBOS

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

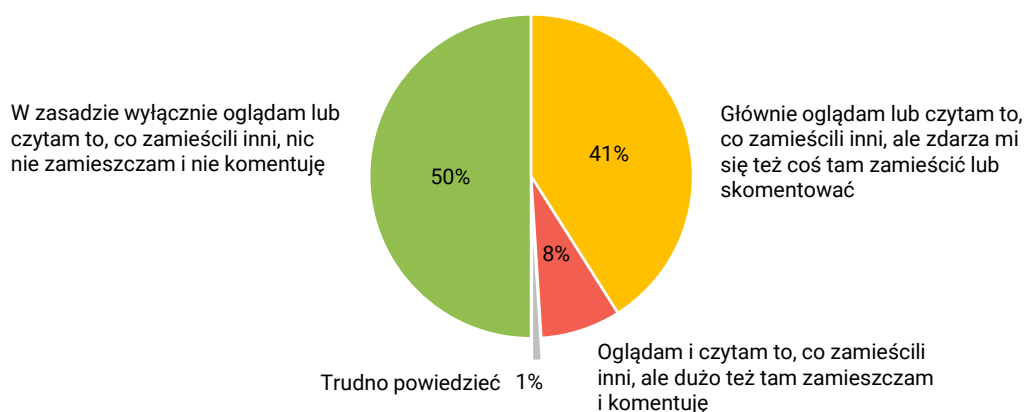


Są dwa dominujące style obecności w serwisach społecznościowych. Najpopularniejszy, charakterystyczny dla połowy ich użytkowników (50%), polega wyłącznie na odbiorze treści, bez ich zamieszczania. Dwóm piątym (41%), poza oglądaniem i czytaniem tego, co zamieścili inni, zdarza się także samemu coś zamieścić lub skomentować. Mniej niż jedna dziesiąta (8%) deklaruje, że poza odbiorem treści w mediach społecznościowych w dużym stopniu koncentruje się też na ich zamieszczaniu i komentowaniu.

CBOS

RYS. 18. Jak by Pan(i) ogólnie opisał(a) sposób, w jaki korzysta Pan(i) z serwisów społecznościowych?

UŻYTKOWNICY SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH



Styl korzystania z serwisów społecznościowych jest bardzo silnie zależny od stylu korzystania z internetu w ogóle. Wśród osób, które zadeklarowały, że w zasadzie cały czas są online, użytkownicy choć w minimalnym stopniu tworzący treści w serwisach społecznościowych przeważają nad tymi, którzy są wyłącznie odbiorcami (60% wobec 39%). W zasadzie odwrotnie jest wśród tych, którzy korzystają z internetu doraźnie, kiedy chcą coś zrobić lub sprawdzić – 62% to wyłącznie odbiorcy treści w social mediach, a 36% w większym lub mniejszym stopniu zamieszcza tam treści. Style korzystania z internetu i social mediów są generalnie powiązane z wiekiem. O wyraźnej przewadze liczebnej zamieszczających treści nad tymi, którzy są wyłącznie odbiorcami, możemy mówić jedynie w przypadku najmłodszych badanych (18–24 lata). Z kolei najstarsi użytkownicy social mediów to w większości wyłącznie odbiorcy treści, które się tam znajdują. Można ponadto zauważyć, że nieco więcej osób, które zamieszczają coś w serwisach społecznościowych, jest wśród kobiet niż mężczyzn (51% wobec 46%).

TABELA 7

		Jak by Pan(i) ogólnie opisał(a) sposób, w jaki korzysta Pan(i) z serwisów społecznościowych			
		W zasadzie wyłącznie oglądam lub czytam to, co zamieścili inni, nic nie zamieszczam i nie komentuję	Głównie oglądam lub czytam to, co zamieścili inni, ale zdarza mi się też coś tam zamieścić lub skomentować	Oglądam i czytam to, co zamieścili inni, ale dużo też tam zamieszczam i komentuję	Trudno powiedzieć
		w procentach			
Ogółem		50	41	8	1
Płeć	Mężczyźni	52	37	9	2
	Kobiety	48	44	7	1
Wiek	18–24 lata	28	62	7	2
	25–34	49	40	9	2
	35–44	52	41	7	1
	45–54	53	39	6	1
	55–64	55	34	11	0
	65 lat i więcej	62	28	9	0
Który z poniższych opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?	W zasadzie cały czas jestem online, na bieżąco otrzymuję informacje i reaguję na wiadomości	39	51	9	1
	Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś	62	30	6	2

W tym roku po raz pierwszy od kilku lat rejestrujemy minimalny wzrost liczby użytkowników internetu, głównie za sprawą osób po 54 roku życia. Kluczowe determinanty obecności online to wiek, a wśród starszych – poziom wykształcenia.

Krajobraz korzystania przez Polaków z sieci odznacza się na przestrzeni lat dużą stabilnością. Dotyczy to np. kupowania przez internet, bankowości internetowej, korzystania z serwisów dostępnych odpłatnie, czytania portali informacyjnych oraz prasy i blogów, oglądania treści wideo, słuchania radia, korzystania z aplikacji do komunikowania się z innymi użytkownikami, a także grania online. Duża i stabilna pozostaje popularność serwisów społecznościowych. W stosunku do zeszłorocznego pomiaru wzrosła skala załatwiania przez internet spraw urzędowych oraz pobieranie dostępnych online za darmo multimediiów. Natomiast zmniejszył się po raz kolejny odsetek zamieszczających w sieci własne zdjęcia i filmy. Mniej osób deklaruje też dokonywanie wpisów w serwisach społecznościowych i na forach.