

K O M U N I K A C J E
Z B A D A Ń C B O S T

Warszawa, czerwiec 2014

ISSN 2353-5822

NR 82/2014

INTERNAUCI 2014

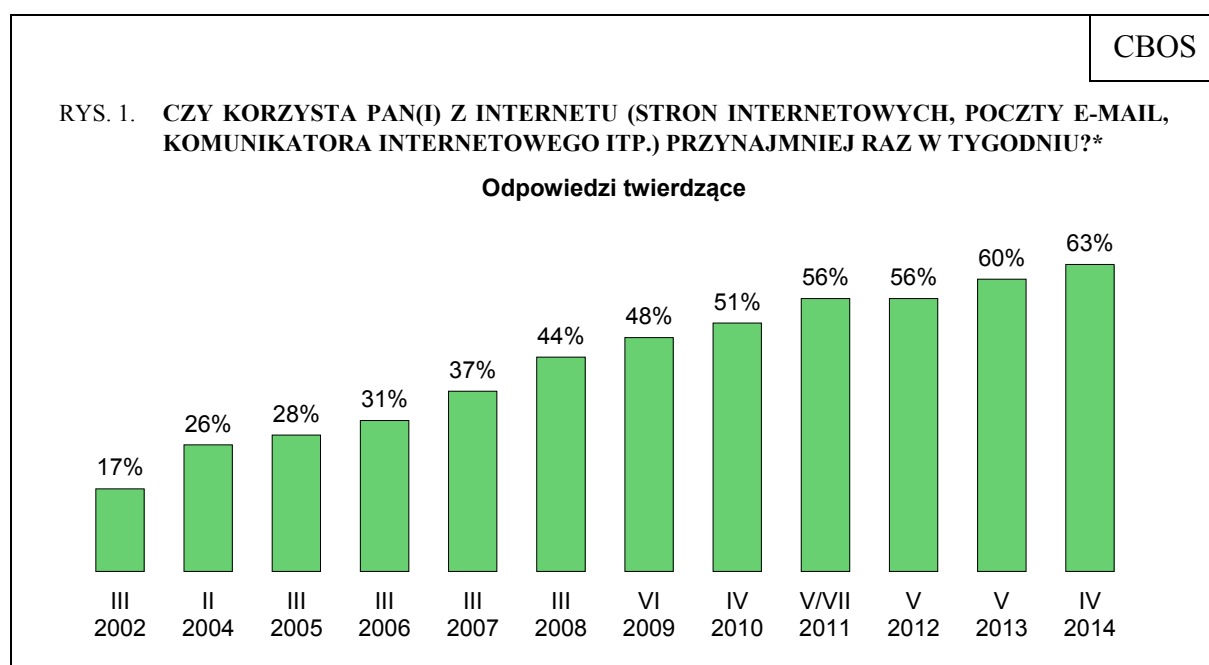
Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 14 stycznia 2014 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

- ▶ Od 2010 roku internauci stanowią w Polsce ponad połowę ogółu dorosłych, a w ostatnich latach regularnych użytkowników sieci nadal przybywa. W kwietniu tego roku korzystanie z internetu przynajmniej raz w tygodniu zadeklarowało niemal dwie trzecie badanych (63% wobec 60% w 2013 roku).
- ▶ Niemal wszyscy internauci (98%) mają w domu dostęp do sieci. Ponadto od kilku lat obserwujemy wzrost popularności internetu bezprzewodowego – obecnie korzysta z niego ponad trzy czwarte użytkowników (77%).
- ▶ W ciągu ostatnich sześciu lat rosła popularność zakupów dokonywanych w sieci. W roku 2008 osoby deklarujące przynajmniej jednorazowe zakupy za pośrednictwem internetu stanowiły zaledwie jedną czwartą ogółu dorosłych, natomiast obecnie jest to niemal połowa Polaków (47%).
- ▶ Wraz z rosnącą liczbą internautów powiększa się również grono osób mających konto w jakimś portalu społecznościowym. W roku 2008 posiadała je jedna piąta Polaków (21%), a obecnie – blisko dwie piąte (39%).
- ▶ W ciągu roku przybyło w Polsce użytkowników bankowości elektronicznej (39%), czytelników prasy online (37%) oraz oglądających w sieci telewizję, filmy, seriale oraz materiały wideo (30%). Polacy częściej niż rok temu zamieszczali w sieci zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy (16%), a także częściej prowadzili rozmowy telefoniczne przez internet (25%).

Od roku 2010 internauci stanowią w Polsce ponad połowę dorosłych. W ostatnich latach regularnych użytkowników sieci nadal przybywa. W kwietniu tego roku¹ korzystanie z internetu przynajmniej raz w tygodniu zadeklarowało niemal dwie trzecie badanych (63%, w porównaniu do pomiaru sprzed roku wzrost o 3 punkty procentowe).

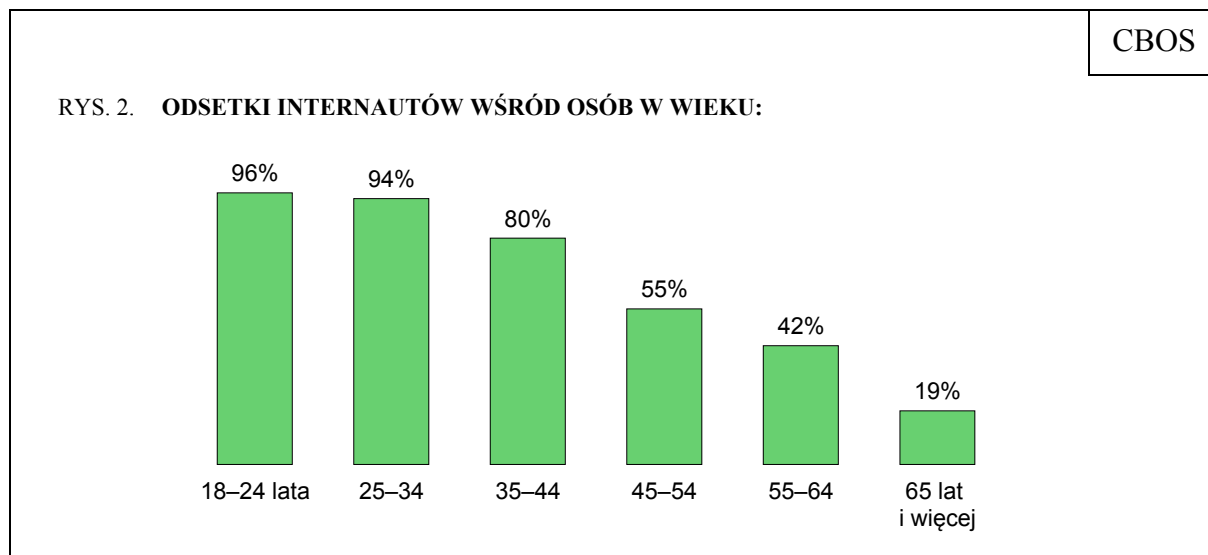


* W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, e-mail)?”

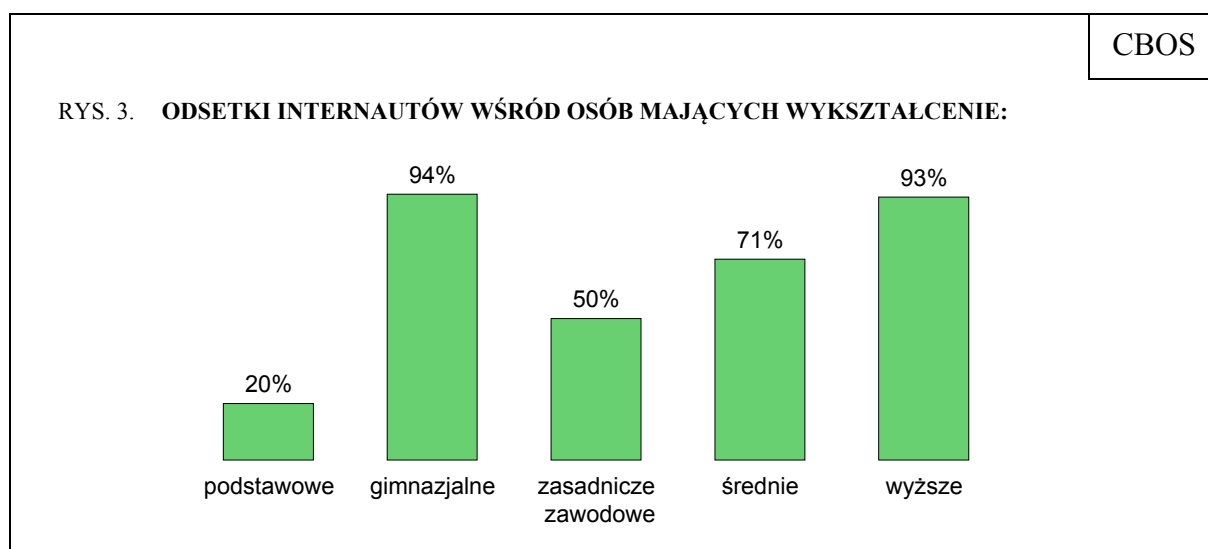
Użytkownikami internetu relatywnie częściej są mężczyźni niż kobiety (67% wobec 60%). Może to w jakimś stopniu wynikać z faktu, że kobiety w badanej próbie są przeciętnie nieco starsze od mężczyzn (średnie wynoszą odpowiednio 48 i 45 lat), a czynnikiem, który najsilniej determinuje przystępność internetu, jest właśnie wiek. Z sieci korzystają niemal powszechnie młodszy respondenci (do 34 roku życia), a także zdecydowana większość osób w wieku od 35 do 44 lat. Wśród badanych mających od 45 do 54 lat odsetek regularnych

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (287) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganym komputerowo (CAPI) w dniach 3–9 kwietnia 2014 roku na liczącej 1028 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

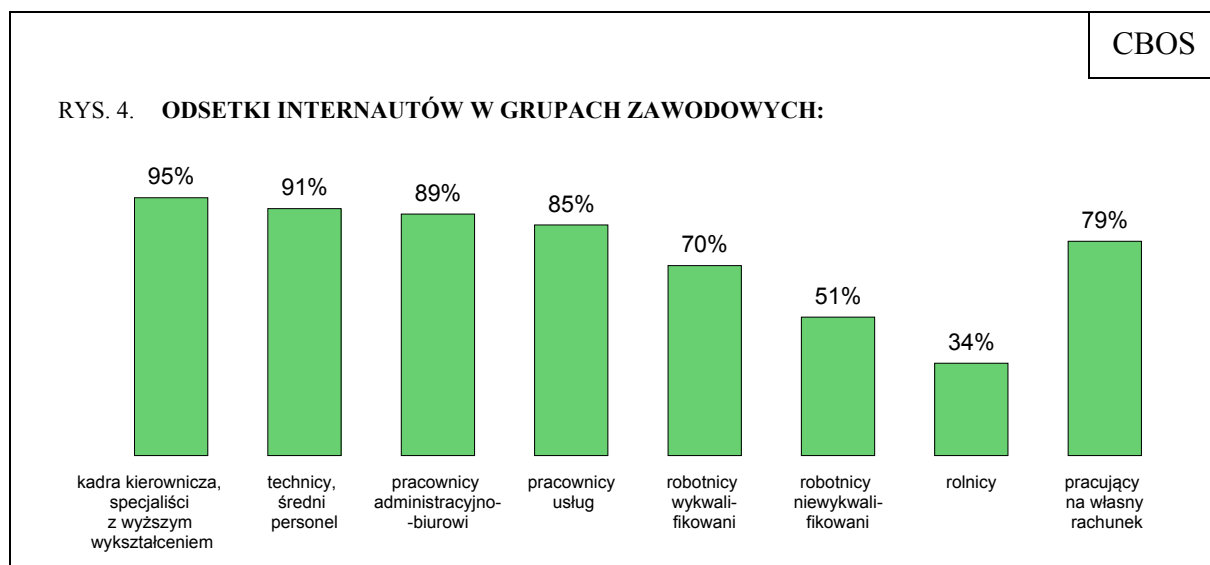
użytkowników przekracza połowę, natomiast w kolejnej grupie wiekowej jest już niższy. Wśród najstarszych respondentów internauci stanowią już tylko jedną piątą.



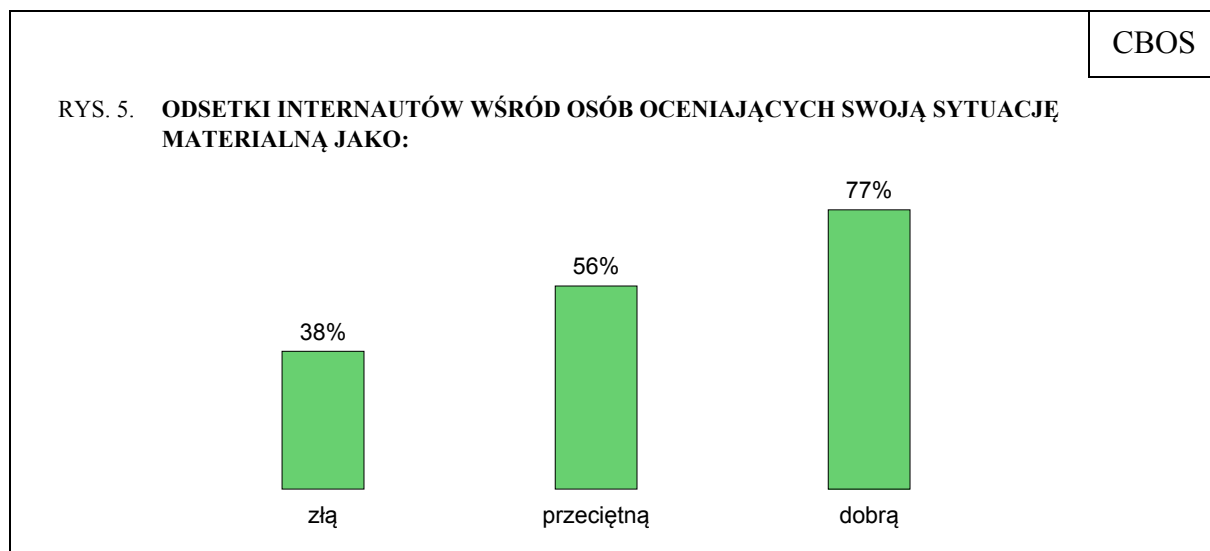
Na przystępność internetu wpływa również wykształcenie, trzeba jednak podkreślić, że jego rola w tym zakresie jest tym większa, im starsi są ankietowani. Najwięcej korzystających z sieci jest wśród osób z wykształceniem wyższym lub gimnazjalnym, przy czym w tym drugim przypadku niemal powszechna obecność online jest przede wszystkim funkcją młodego wieku. Najrzadziej do grona internautów zaliczają się osoby mające wykształcenie podstawowe, co wynika głównie z faktu, że jest wśród nich wiele osób starszych.



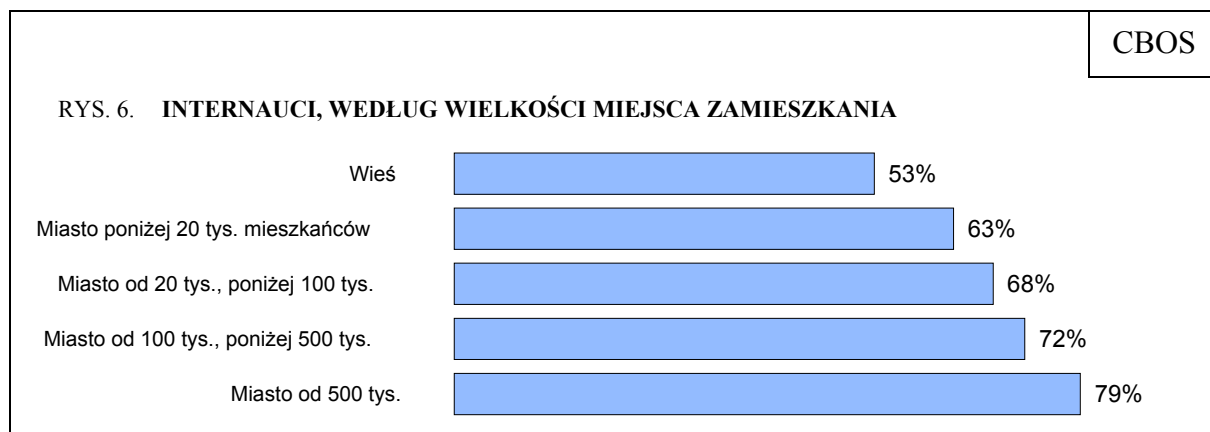
Korzystanie z komputera w celach zawodowych jest niemal równoznaczne z obecnością w internecie. Relatywnie najwięcej regularnych użytkowników sieci jest wśród członków kadry kierowniczej i specjalistów z wyższym wykształceniem, średniego personelu i techników, pracowników administracyjno-biurowych, a także pracowników usług. Internauci stanowią również znaczną większość wśród prywatnych przedsiębiorców, robotników wykwalifikowanych, a także połowę spośród robotników niewykwalifikowanych. Najmniej jest ich wśród rolników.



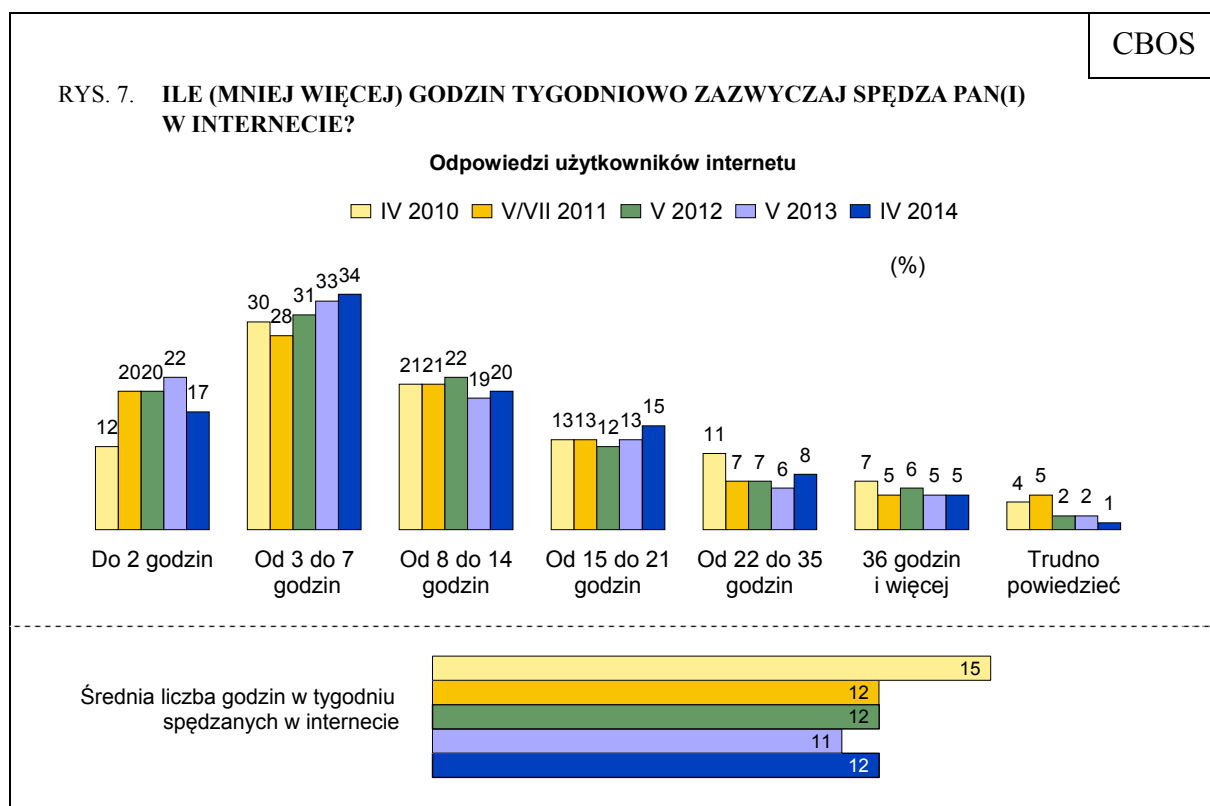
O możliwości regularnego korzystania z sieci decydują nie tylko kompetencje cyfrowe badanych, wynikające z ich wieku lub wykształcenia, ale również sytuacja ekonomiczna, która w jakiejś mierze warunkuje dostępność internetu.



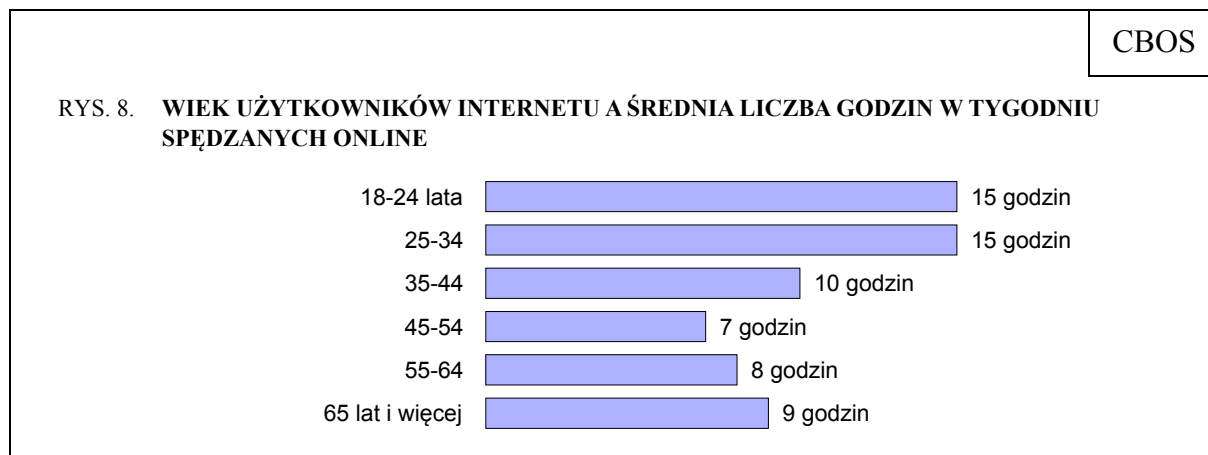
Internautów nadal jest relatywnie więcej w miastach (zwłaszcza w największych aglomeracjach) niż na wsi, jednak różnice te wydają się stopniowo zacierać i są obecnie mniejsze niż w poprzedniej dekadzie.



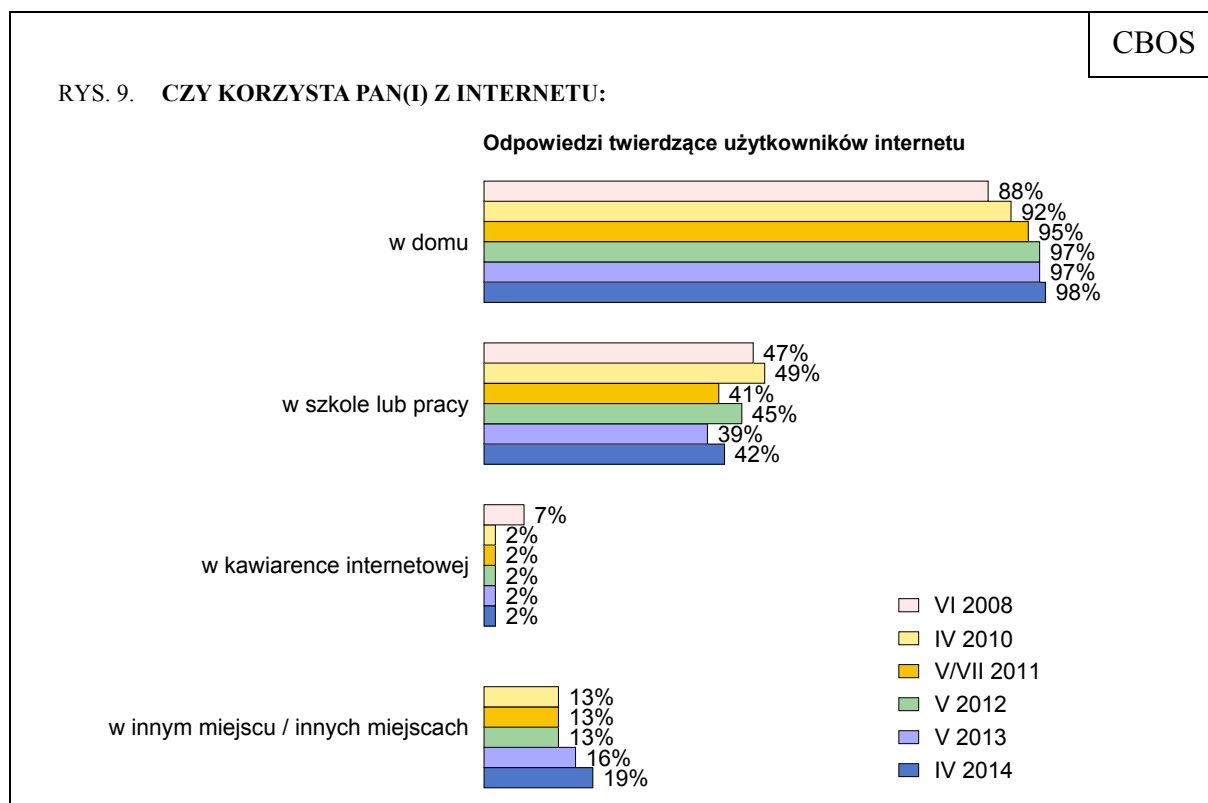
Internauci spędzają online przeciętnie 12 godzin tygodniowo. Deklarowany czas korzystania z internetu utrzymuje się w ciągu ostatnich czterech lat na podobnym poziomie.



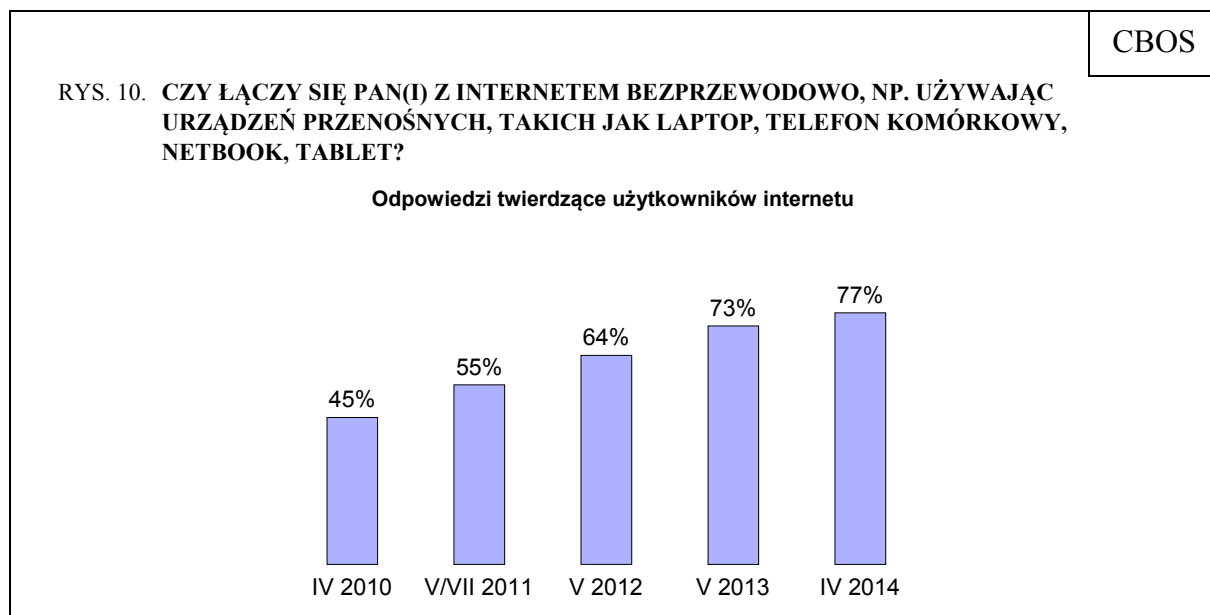
Liczba godzin spędzanych w sieci związana jest z wiekiem. Badani w wieku do 34 lat korzystają z internetu najdłużej, natomiast starsi internauci – relatywnie krócej. Ponadto mężczyźni spędzają online nieco więcej czasu niż kobiety (średnie wynoszą odpowiednio 13 i 10 godzin).



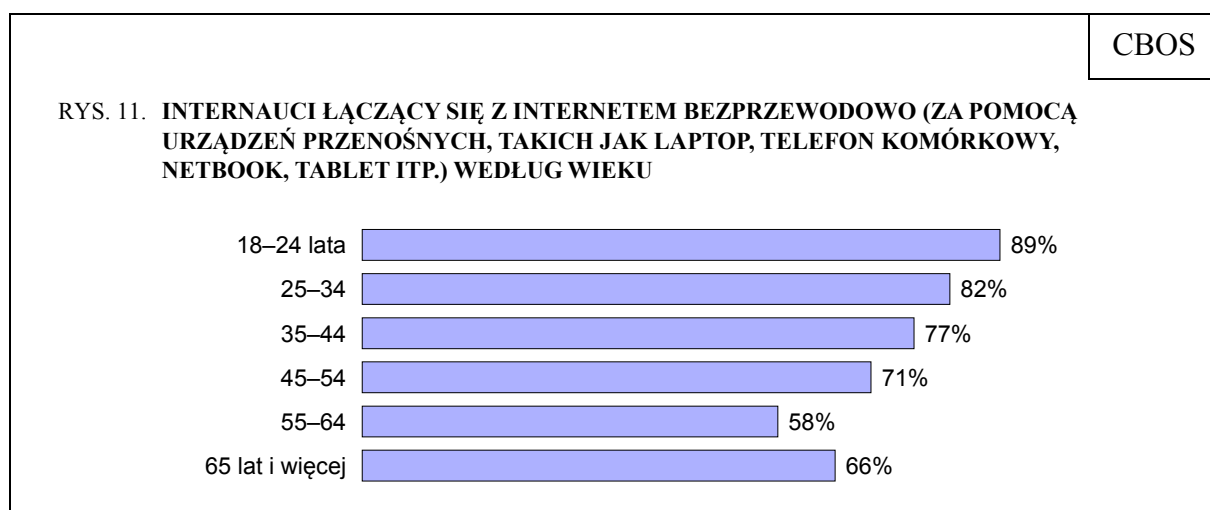
Niemal wszyscy użytkownicy (98%) łączą się z internetem w domu, ponad dwie piąte (42%) korzysta z sieci w szkole lub pracy, natomiast nieliczni (2%) odwiedzają kawiarenki internetowe. Jedna szósta (16%) posługuje się internetem także w innych miejscach.



Z roku na rok rośnie popularność urządzeń mobilnych, a tym samym bezprzewodowego internetu. Internauci, którzy łączą się z internetem bezprzewodowo poprzez takie urządzenia przenośne jak laptop, tablet czy telefon komórkowy, stanowią obecnie ponad trzy czwarte użytkowników (77%, a więc o 4 punkty procentowe więcej niż rok temu i aż o 32 punkty więcej niż cztery lata temu).

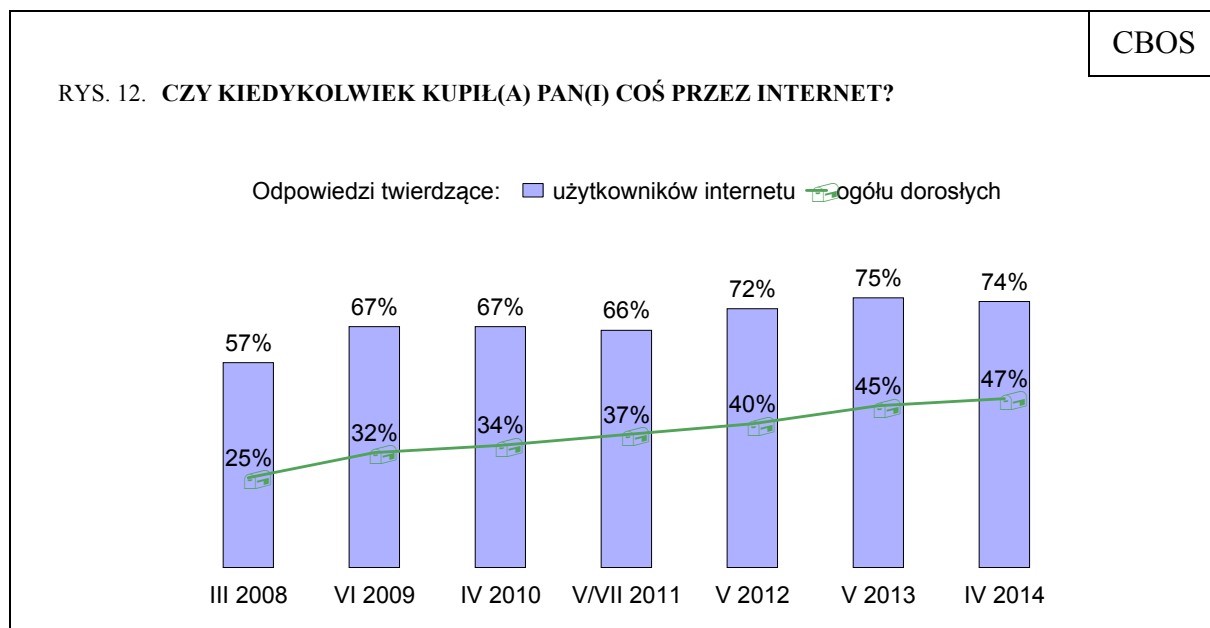


Bezprzewodowemu korzystaniu z sieci sprzyja co prawda młody wiek, warto jednak zauważyć, że ten sposób łączenia się z internetem przeważa we wszystkich analizowanych grupach wiekowych.

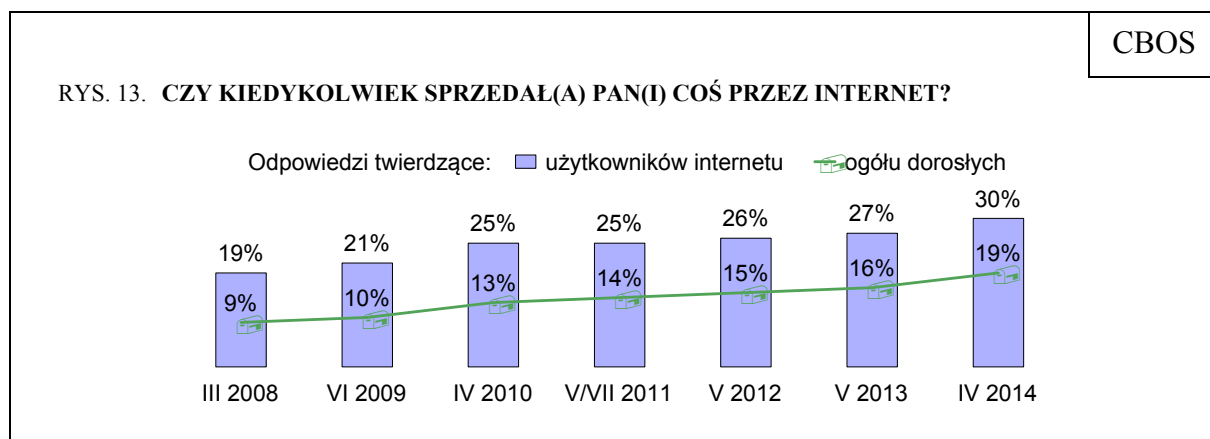


AKTYWNOŚĆ W SIECI

Wraz z dynamicznym wzrostem liczby internautów w ubiegłej i obecnej dekadzie, rosła również popularność zakupów dokonywanych w sieci. Sześć lat temu osoby deklarujące przynajmniej jednorazowe zakupy za pośrednictwem internetu stanowiły zaledwie jedną czwartą ogółu dorosłych, natomiast obecnie jest to niemal połowa Polaków (47%).



Niemal jedna trzecia internautów (30%, czyli jedna piąta ogółu dorosłych – 19%), przynajmniej raz sprzedała coś przez internet. W ciągu ostatniego roku popularność internetu jako kanału sprzedaży dóbr minimalnie wzrosła. Kupowaniu i sprzedawaniu rzeczy przez internet sprzyja młody wiek i wyższe wykształcenie użytkowników.



W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie zakupy online zrobiła ponad jedna trzecia internautów (36%), czyli blisko co czwarta dorosła osoba w Polsce.

Tabela 1

	Respondenci, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet											
	III '02*	II '04*	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13	IV '14
	w procentach											
Użytkownicy internetu	2	13	14	23	24	35	33	33	32	37	42	36
Ogół dorosłych	<0,5	3	4	7	9	15	16	17	18	21	25	23

* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Nadal najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci są produkty takie jak odzież i obuwie, sprzęt elektroniczny, a także artykuły motoryzacyjne oraz zabawki i artykuły dziecięce. Do relatywnie często nabywanych można zaliczyć również kosmetyki, książki, bilety na samolot, pociąg lub autobus oraz sprzęt sportowy. Nieco rzadziej są to programy i gry komputerowe, muzyka i filmy, leki, a także dostęp do usług lub różnych treści. Sporadycznie kupowana jest w internecie żywność. Poza wymienionymi produktami niektórzy ankietowani kupili w sieci artykuły ogrodnicze, materiały budowlane, meble, artykuły dla zwierząt oraz instrumenty muzyczne.

Tabela 2

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące wśród:	
	użytkowników internetu	ogółu dorosłych
	w procentach	
– odzież, obuwie	18	12
– sprzęt elektroniczny	10	7
– artykuły motoryzacyjne	9	6
– zabawki, artykuły dziecięce	9	6
– kosmetyki	6	4
– książki, e-booki, audiobooki	6	4
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	6	4
– sprzęt sportowy	5	3
– programy, gry komputerowe	3	2
– leki	3	2
– muzykę, filmy	2	1
– dostęp do usług lub treści	2	1
– artykuły spożywcze	1	1
– coś innego	8	5

W ciągu ostatniego roku przybyło Polaków korzystających z usług bankowych przez internet. Stanowią oni obecnie niemal dwie trzecie internautów (63%), czyli dwie piąte ogółu badanych. Z bankowości elektronicznej relatywnie częściej niż inni korzystają internauci w wieku od 25 do 44 lat oraz najlepiej wykształceni.

Niezmiennie niewielka jest popularność płatnego dostępu do treści zamieszczonych w internecie. W ostatnim miesiącu wykupił go tylko co dziesiąty użytkownik (10%). Nabywanie tego rodzaju usług częściej deklarują młodsi niż starsi internauci.

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje niemal dwie piąte użytkowników (37%), czyli niespełna jedna czwarta ogółu badanych. Ściąganie plików z internetu jest tym rzadsze, im starsi są internauci. Wśród użytkowników mających nie więcej niż 34 lata pobierała je ponad połowa, a wśród mających 55 lat i więcej – mniej więcej co dziesiąty.

Tabela 3

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
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet										
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59	63
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy										
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23
– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia, płatne członkostwo w serwisach										
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6

W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie prasę online czytało niemal czterech na dziesięciu dorosłych, czyli trzy piąte internautów (59%). Czytelnictwu internetowych wersji gazet i czasopism sprzyja – podobnie jak sięganiu po wydania drukowane – wyższe wykształcenie (73%).

Niemal co trzeci dorosły, tj. blisko co drugi internauta (47%) ogląda w sieci telewizję, filmy, seriale oraz inne materiały wideo. Porównując to do lat ubiegłych można powiedzieć, że widzów online stopniowo przybywa. Do odbiorców materiałów wideo najczęściej zaliczają się najmłodszy internauci (77%) oraz – nieco rzadziej – osoby mające od 25 do 34 lat (60%). W mniejszym stopniu korzystają z nich starsi użytkownicy: wśród osób w wieku 35–64 lata oglądanie wideo online deklaruje od 29% do 33% internautów, a wśród najstarszych (65 i więcej lat) – 21%.

Na raczej stabilnym poziomie pozostaje odsetek użytkowników słuchających radia przez internet. Słuchacze radia online stanowią jedną trzecią użytkowników (34%), czyli jedną piątą ogółu badanych. *In plus* wyróżniają się pod tym względem osoby mające nie więcej niż 34 lata.

Tabela 4

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
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*									
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia									
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo**									
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45	47
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30

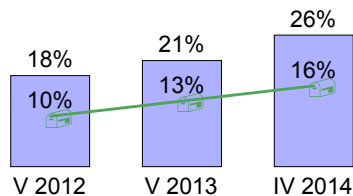
* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”

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

W ostatnich latach obserwujemy wzrost liczby osób, które zamieszczają w internecie zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy. W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie materiały tego typu opublikowała w sieci ponad jedna czwarta internautów (26%), czyli jedna szósta ogółu dorosłych. Tworzenie i udostępnianie zdjęć lub filmów częściej niż pozostali deklarują internauci w wieku od 18 do 24 lat (55%) oraz od 25 do 34 lat (35%). Aktywność ta wyraźnie maleje wraz z wiekiem.

RYS. 14. CZY W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA ZAMIESZCZAŁ(A) PAN(I) W INTERNECIE ZROBIONE PRZEZ SIEBIE ZDJĘCIA, FILMY?

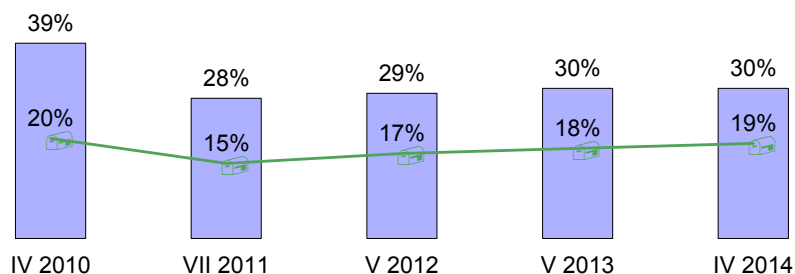
Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu ■ ogółu dorosłych



Skala czytelnictwa blogów jest względnie stabilna. Blogi czyta blisko jedna piąta Polaków, czyli niemal co trzeci internauta (30%). Relatywnie częściej strony tego typu odwiedzają młodszy badani oraz użytkownicy mający wyższe wykształcenie.

RYS. 15. CZY W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA CZYTAŁ(A) PAN(I) BLOGI?

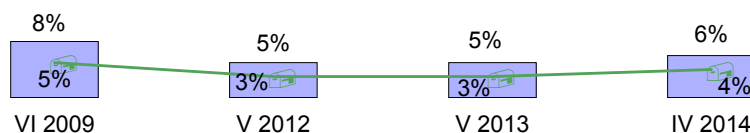
Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu ■ ogółu dorosłych



Podobny jak w ostatnich dwóch latach odsetek internautów (6%) deklaruje prowadzenie bloga lub własnej strony internetowej. Trochę więcej internautów tworzących blogi odnotowujemy wśród najlepiej wykształconych (9%), a także wśród najstarszych (9%) i najmłodszych użytkowników sieci (8%).

RYS. 16. CZY PROWADZI PAN(I) BLOGA LUB WŁASNĄ STRONĘ INTERNETOWĄ?

Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu ■ ogółu dorosłych



W miesiącu poprzedzającym badanie ponad połowa internautów (56%, czyli około jednej trzeciej ogółu badanych – 35%) korzystała z komunikatora tekstowego będącego odrębnym programem lub częścią jakiejś strony. Więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej prowadziło w tym okresie rozmowy telefoniczne przez internet; z usług tego typu korzystała jedna czwarta Polaków, czyli dwie piąte internautów (39%).

Jedna trzecia internautów (33%, tj. co piąty spośród ogółu dorosłych) dokonywała w ostatnim miesiącu wpisów na forach, stronach portali społecznościowych. Na tle pozostałych aktywności komunikacyjnych stosunkowo mało popularne jest uczestnictwo w grach sieciowych. Deklaruje je obecnie taki sam odsetek użytkowników jak rok temu (20%).

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
– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, Tlen lub czat będący częścią jakiegoś portalu, np. Facebooka*										
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55	56
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Tlenofon, Skype)										
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33	39
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25
– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach portali społecznościowych**										
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32	33
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21
– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi										
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13

* W tym roku do treści pytania dodano „chat będący częścią jakiegoś portalu, np. Facebooka”

** W tym roku do treści pytania dodano „strony portali społecznościowych”

Niemal wszystkie aktywności związane z komunikacją z innymi użytkownikami są wyraźnie częstsze wśród młodszych niż wśród starszych internautów – najbardziej popularne są wśród osób w wieku od 18 do 24 lat. Pewnym wyjątkiem jest prowadzenie rozmów telefonicznych, w przypadku których wiek nie odgrywa aż tak znaczącej roli, co może wynikać z faktu, że – na tle pozostałych – jest to najbardziej tradycyjna forma interakcji, nie różniąc się istotnie od klasycznej rozmowy telefonicznej. Warto dodać, że płeć nie jest czynnikiem wpływającym na korzystanie z komunikatorów czy forów dyskusyjnych, natomiast wyraźnie przekłada się na popularność grania z innymi użytkownikami w sieci – deklaruje je 28% internautów i tylko 12% internautek.

Tabela 6

Wiek	Internauci, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:			
	rozmawiali ze znajomymi przez komunikatory (Gadu-Gadu, Tlen)	przewodili rozmowy telefoniczne (Skype, Tlenofon)	dokonywali wpisów na forach	grali w sieci
	w procentach			
18–24 lata	91	50	62	41
25–34	63	41	44	29
35–44	48	36	26	13
45–54	36	24	16	4
55–64	36	39	9	9
65 lat i więcej	27	43	6	3

ZAWIERANIE ZNAJOMOŚCI PRZEZ INTERNET I KORZYSTANIE Z PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH

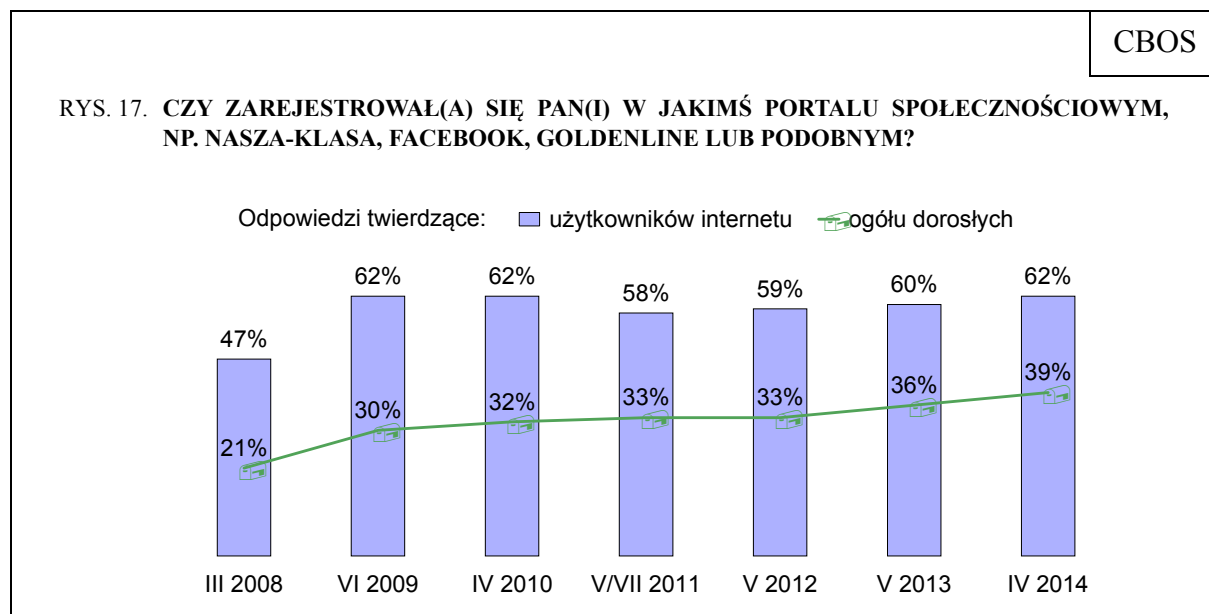
Zawarcie znajomości online deklaruje co piąty internauta (21%, czyli 13% ogółu ankietowanych). Z osobą poznaną w sieci spotkał się osobiście co siódmy jej użytkownik (14%, czyli 9% ogółu badanych)

Tabela 7

Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań									
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13	IV '14
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet										
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20	23	23	21
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11	13	14	13
– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście										
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12	15	16	14
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7	8	9	9

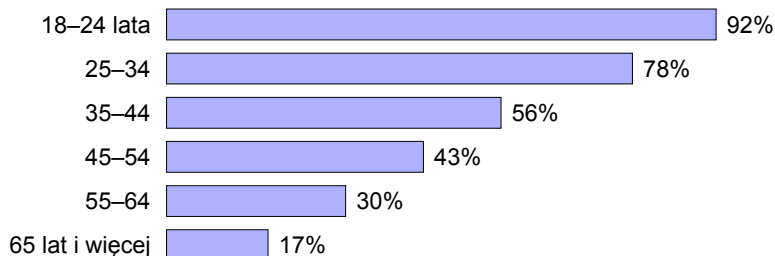
Zawarcie znajomości w sieci nieco częściej deklarują internauci niż internautki (26% wobec 17%). Niemniej jednak wśród tych, którzy nawiązali takie kontakty, tak samo często – niezależnie od płci – dochodziło do spotkania poza internetem. Większej aktywności towarzyskiej w sieci sprzyja również młody wiek: online poznało kogoś 40% internautów w wieku od 18 do 24 lat i 34% – od 25 do 34 lat. Ta druga grupa wyróżnia się także, jeśli chodzi o przenoszenie znajomości zawartych w sieci poza nią – 86% tych badanych spotkało się z poznaną osobą *face-to-face*.

W ostatnich latach można zauważyć pewien wzrost popularności portali społecznościowych, wynikający z rosnącej liczby internautów w Polsce. W tym roku posiadanie konta w przynajmniej jednym portalu społecznościowym deklaruje ponad sześciu na dziesięciu internautów (62%), czyli niemal dwie piąte ogółu Polaków (39%) – to o 3 punkty procentowe więcej niż rok temu i o 6 punktów więcej niż w latach 2011–2012. W ciągu miesiąca poprzedzającego sondaż korzystało z nich trzy czwarte zarejestrowanych osób (86%).



Istnieje wyraźna zależność między obecnością na portalach społecznościowych a wiekiem internautów: wśród najmłodszych jest ona niemal powszechna, natomiast wraz z wiekiem maleje.

RYS. 18. INTERNAUCI ZAREJESTROWANI W PORTALACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – WEDŁUG WIEKU



Użytkownicy internetu na ogół podkreślają towarzyskie funkcje portali społecznościowych: służą one głównie utrzymaniu kontaktów ze znajomymi (54%), odnawianiu dawnych znajomości (40%), nieco rzadziej zaś – nawiązywaniu nowych kontaktów (20%). Pierwsze dwie funkcje częściej wskazywały kobiety niż mężczyźni.

Znaczna część internautów wykorzystuje portale społecznościowe do odbioru różnego rodzaju treści: słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów (38%). Mniejszą grupę (26%) stanowią użytkownicy, którzy sami zamieszczają w nich tego typu materiały. Jedna czwarta internautów (25%) traktuje portale społecznościowe jako platformę dyskusyjną – miejsce do prowadzenia rozmów, pisania komentarzy. Aktywności te są domeną młodszych respondentów.

Jedna szósta użytkowników sieci (16%) wykorzystuje portale do poszukiwania pracy i zaprezentowania się potencjalnym pracodawcom. Niemal tyle samo (15%) deklaruje nawiązywanie za ich pomocą znajomości zawodowych.

Tabela 8

Cele korzystania z portali społecznościowych	Odsetki wskazań według terminów badań													
	wśród użytkowników internetu							wśród ogółu dorosłych						
	III '08	VI '09	IV '10	V\VII '11	V '12	V '13	IV '14	III '08	VI '09	IV '10	V\VII '11	V '12	V '13	IV '14
Utrzymanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych	-	56	53	50	50	50	54	-	27	27	28	28	30	34
Odnowienie dawnych znajomości	40	50	46	43	37	41	40	18	24	23	24	21	25	25
Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów	27	38	35	36	33	39	38	12	19	18	20	18	23	24
Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych	-	-	26	21	26	27	25	-	-	14	12	14	16	16
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów	18	27	27	23	21	24	26	8	13	14	13	12	14	16
Nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich	21	27	22	21	19	19	20	9	13	12	12	11	12	13
Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*	11	17	13	16	15	18	16	5	8	7	9	8	11	10
Nawiązanie znajomości zawodowych, biznesowych	9	15	11	13	11	14	15	4	7	5	7	6	8	10

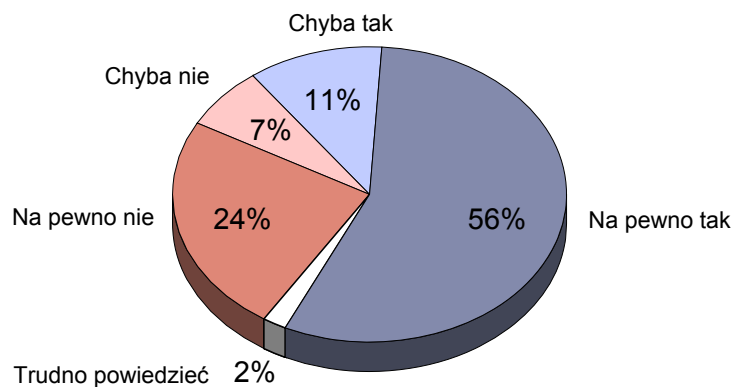
* W latach 2008–2009 respondenci byli pytani o samo szukanie pracy

ROZWÓJ INTERNETU I STOSUNEK DO NOWYCH TECHNOLOGII

Jeśli wierzyć deklaracjom, w przyszłym roku z internetu będzie korzystać regularnie dwie trzecie Polaków (67%), natomiast jedna trzecia pozostanie poza siecią (31%).

CBOS

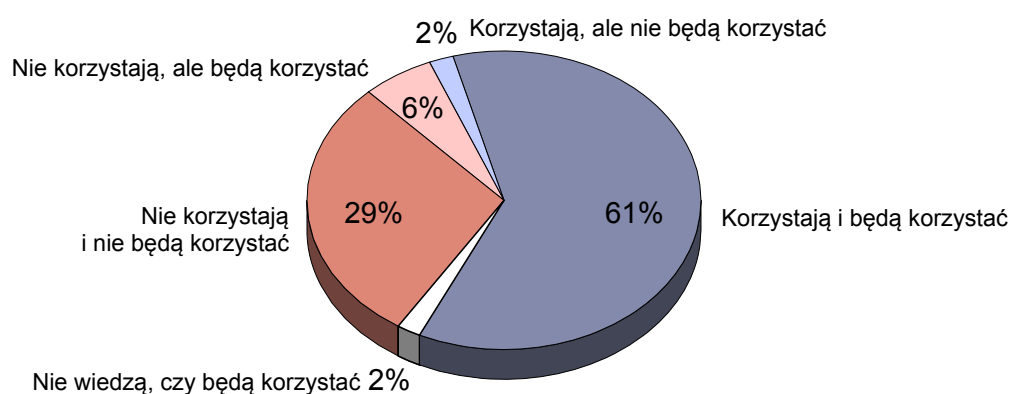
RYS. 19. JAK PAN(I) SĄDZI, CZY W CIĄGU NASTĘPNEGO ROKU BĘDZIE PAN(I) KORZYSTAĆ Z INTERNETU REGULARNIE, PRZYNAJMNIEJ RAZ W MIESIĄCU?



Do grupy internautów zamierza dołączyć 6% dorosłych niekorzystających obecnie z sieci, natomiast niemal jedna trzecia (29%) nadal nie będzie zaliczać się do jej użytkowników. Niewielki potencjał w tym zakresie charakteryzuje starszych respondentów: korzystania z internetu w bliskiej przyszłości nie przewiduje siedmiu na dziesięciu najstarszych badanych (71%) i niemal połowa w wieku od 55 do 64 lat (46%).

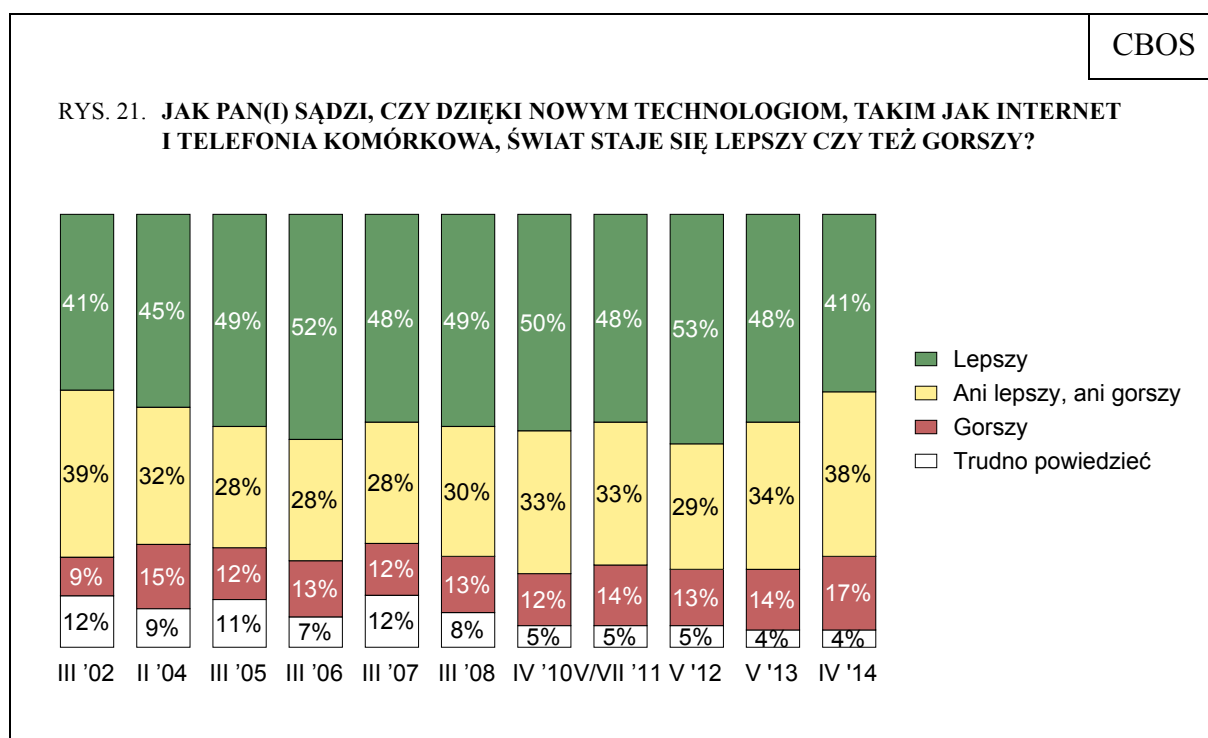
CBOS

RYS. 20. DEKLARACJE BADANYCH DOTYCZĄCE KORZYSTANIA Z INTERNETU



Stosunek do nowych technologii jest obecnie bardziej krytyczny niż w ostatnich latach, niemniej jednak nadal częściej pozytywny niż negatywny. Dwie piąte Polaków (41%)

twierdzi, że dzięki nowym technologiom świat staje się lepszy, natomiast jedna szóstą (17%) jest przeciwnego zdania. Blisko dwie piąte (38%) uważa, że rozwój technologii – takich jak internet, telefonia komórkowa – nie wywiera określonego w ten sposób wpływu na świat. Internauci nieco częściej niż niekorzystający z sieci mówią o pozytywnych aspektach nowych technologii (46% wobec 32%), rzadziej zaś odnoszą się do nich krytycznie (14% wobec 23%).



★

★

★

Liczba Polaków regularnie korzystających z internetu systematycznie rośnie. Obecnie stanowią oni niemal dwie trzecie dorosłych (63%). Prawie wszyscy z nich mają dostęp do sieci w domach. Trzy czwarte użytkowników – ta grupa z roku na rok jest większa – deklaruje, że korzysta z internetu bezprzewodowo. Niekorzystający z sieci na ogół nie zamierzają w najbliższym czasie dołączyć do grona internautów, na co wpływ ma w dużej mierze ich starszy wiek. Kompetencje cyfrowe są bowiem istotnie zdeterminowane przez

wiek. Młodzi nie tylko częściej niż starsi badani zaliczają się do grona internautów, ale również spędzają online więcej czasu niż pozostali oraz na ogół w większym stopniu wykorzystują różne funkcje i usługi, które sieć oferuje.

Od kilku lat umacnia się rola internetu jako kanału wymiany dóbr. Niemal połowa Polaków przynajmniej raz kupiła coś za pośrednictwem sieci, a co czwarty zrobił zakupy online w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie. Od pomiaru w ubiegłym roku przybyło osób korzystających z bankowości elektronicznej, czytelników prasy online oraz oglądających w sieci telewizję, filmy, seriale oraz inne materiały wideo. Z deklaracji wynika, że Polacy częściej niż rok temu zamieszczali w sieci zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy, a także częściej prowadzili rozmowy telefoniczne przez internet. Wraz z rosnącą liczbą internautów powiększa się również grupa osób posiadających konto w jakimś portalu społecznościowym.

Opracował
Michał FELIKSIAK