

Korzystanie z internetu

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 11 stycznia 2018 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

SPIS TREŚCI

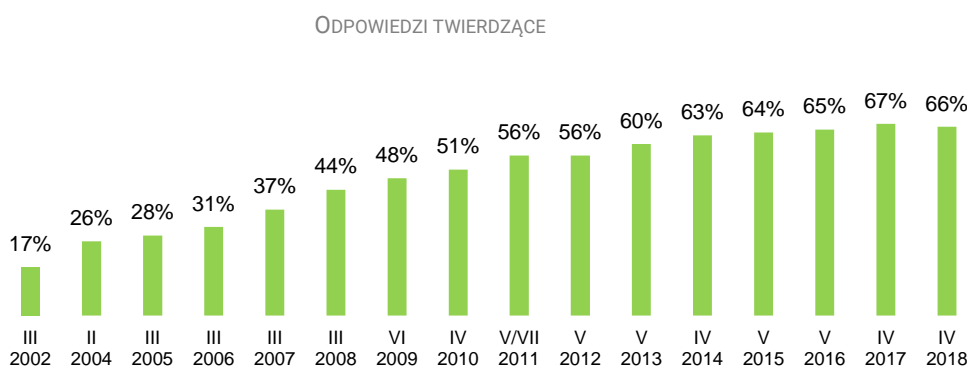
Zasięg i sposób korzystania z internetu.....	1
Aktywność w sieci	7
Zawieranie znajomości i korzystanie z serwisów społecznościowych.....	14

ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Obecnie w Polsce przynajmniej raz w tygodniu korzysta z internetu dwie trzecie dorosłych (66%)¹. W ostatnich latach liczba użytkowników pozostaje w zasadzie stabilna.

CBOS

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



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

Analiza² potwierdza, że o obecności online decyduje przede wszystkim wiek. Wykształcenie nie ma w tym przypadku znaczenia, jeśli chodzi o młodszych badanych, natomiast im są starsi, tym jego rola większa. Wśród respondentów mających od 55 do 64 lat oprócz wpływu wykształcenia zauważalne jest również oddziaływanie płci. W tej grupie wiekowej z większym prawdopodobieństwem są w sieci mężczyźni mający wykształcenie zasadnicze zawodowe, średnie lub wyższe niż kobiety z takim wykształceniem. Warto dodać, że wśród ogółu badanych internautami są również nieco częściej mężczyźni niż kobiety (69% wobec 63%).

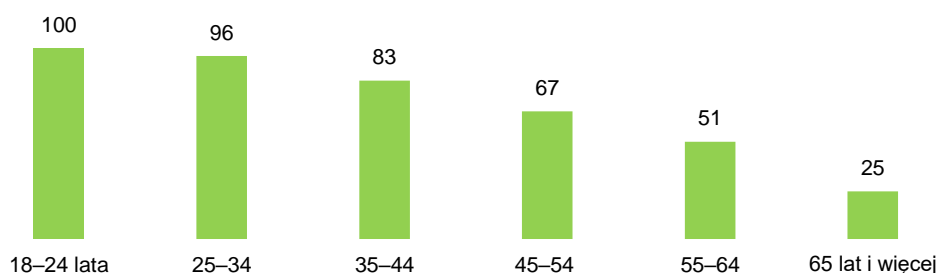
Korzystanie z internetu jest powszechne wśród respondentów najmłodszych i w wieku 25–34 lata. W sieci jest także ogromna większość badanych mających od 35 do 44 lat oraz dwie trzecie mających od 45 do 54 lat. Offline pozostaje blisko połowa Polaków w wieku 55–64 lata i trzy czwarte najstarszych (w wieku 65 lat i więcej).

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (335) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 5–12 kwietnia 2018 roku na liczącej 1140 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

² SPSS Decision Trees.

CBOS

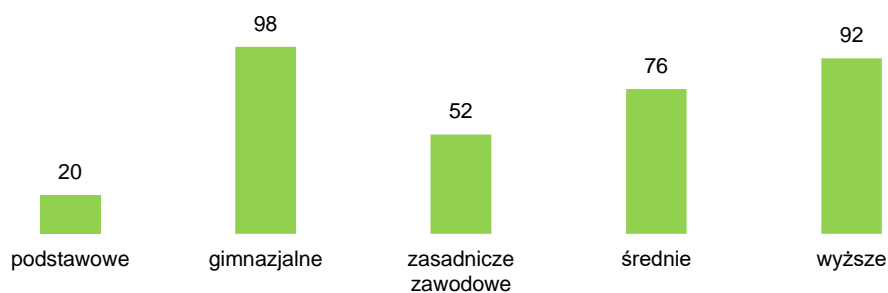
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Najmniej użytkowników internetu jest wśród osób mających wykształcenie podstawowe, natomiast najwięcej – wśród badanych z wykształceniem wyższym i, ze względu na wiek, gimnazjalnym.

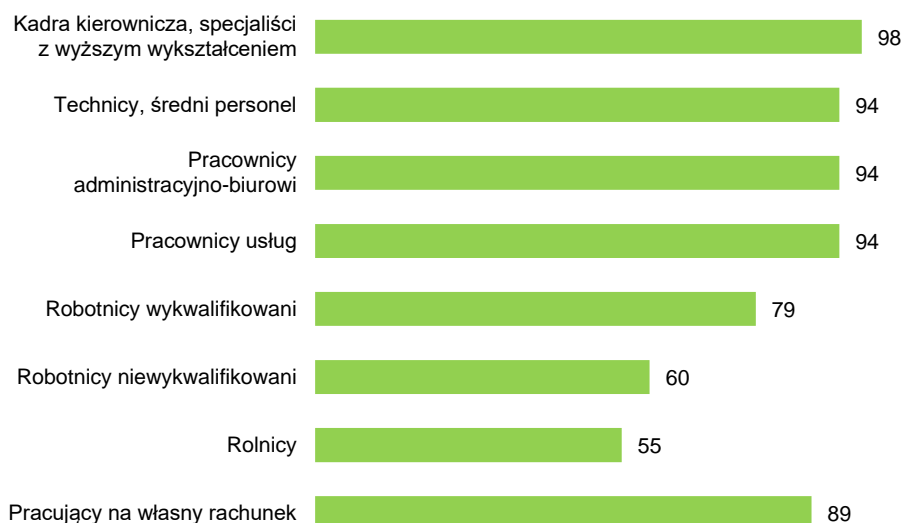
CBOS

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



Prawdopodobieństwo korzystania z internetu zwiększa aktywność zawodowa, choć częstsza obecność w sieci osób pracujących niż niepracujących może wynikać również stąd, że ci pierwsi są młodszy, a drudzy – starsi. Do użytkowników sieci najrzadziej spośród wszystkich grup zawodowych zaliczają się rolnicy i robotnicy niewykwalifikowani.

RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



Sytuacja materialna badanych nie jest kluczowa, jeśli chodzi o korzystanie z sieci (uwidacznia ona w dużej mierze zależności wynikające z takich cech społeczno-demograficznych, jak wiek czy wykształcenie). Obok braku kompetencji cyfrowych może ona jednak w pewnym stopniu ograniczać dostępność internetu (np. ze względu na brak środków na zakup urządzenia, opłaty abonamentowe).

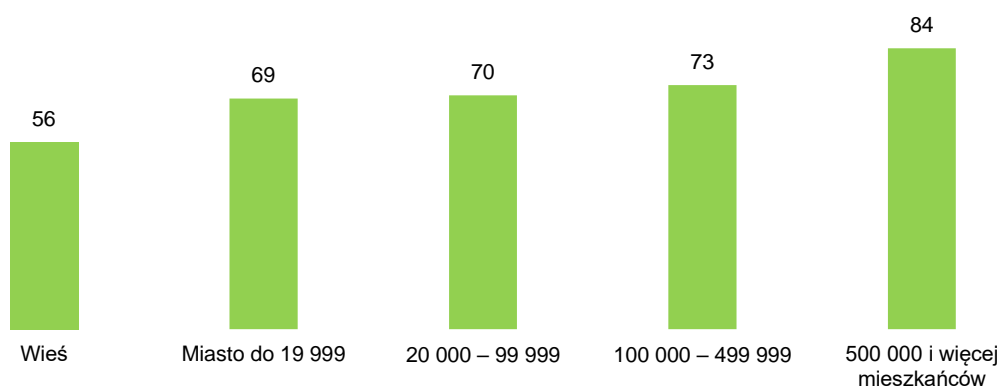
RYS. 5. Odsetki korzystających z internetu wśród określających swoją sytuację materialną jako:



Użytkowników internetu jest najmniej na wsi, a najwięcej w miastach liczących 500 tys. i więcej ludności. W pozostałych typach miejscowości ich odsetek jest zbliżony i nieznacznie przewyższa ten ogólnopolski.

CBOS

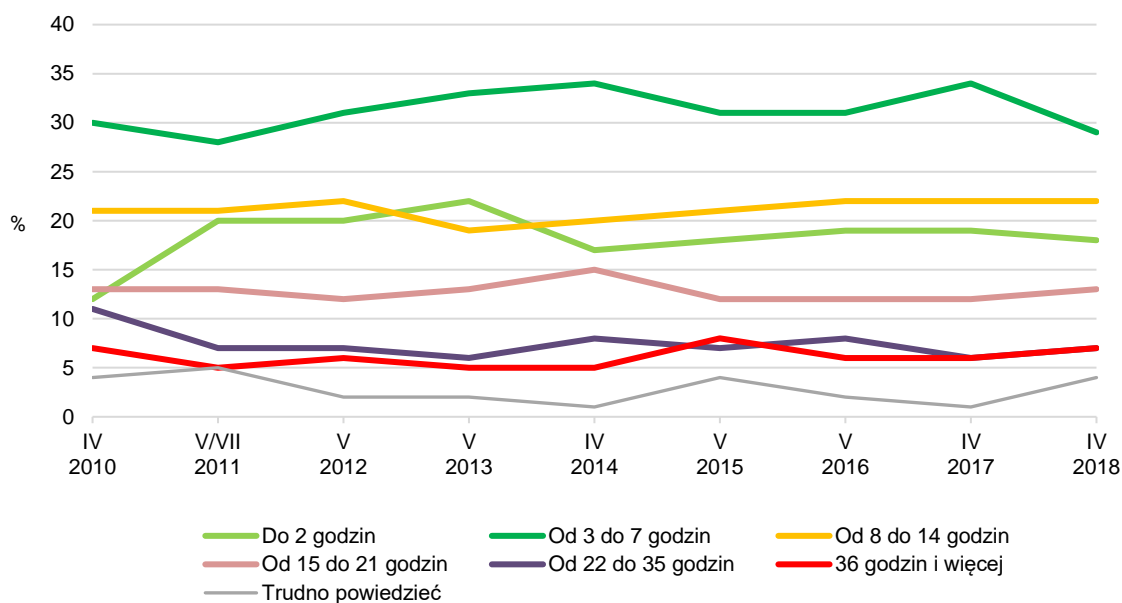
RYS. 6. Odsetki korzystających z internetu według wielkości miejsca zamieszkania



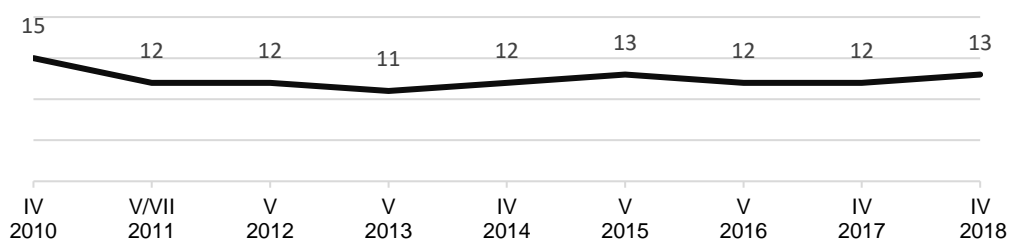
Przeciętny deklarowany czas spędzany online w ciągu tygodnia to 13 godzin i od ośmiu lat w zasadzie się nie zmienia.

CBOS

RYS. 7. Ile mniej więcej godzin tygodniowo zazwyczaj spędza Pan(i) w internecie?



Średnia liczba godzin spędzanych tygodniowo online

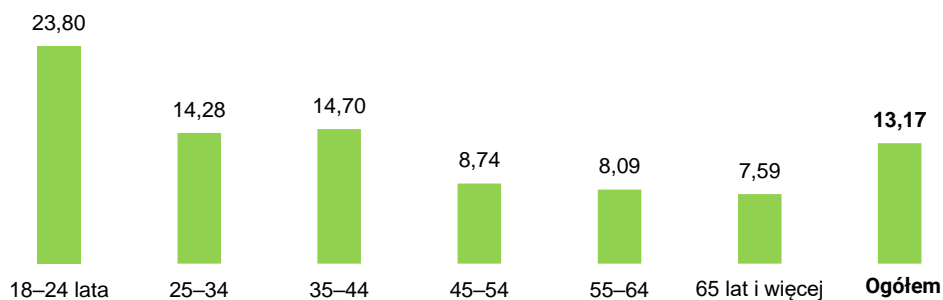


Więcej czasu niż inni spędzają w sieci najmłodszy internauci, natomiast krócej niż przeciętnie są tam użytkownicy mający 45 lat i więcej. Poza tym minimalnie dłuższą obecność w sieci deklarują mężczyźni niż kobiety (średnie wynoszą odpowiednio: 14,41 i 11,96 godz.).

CBOS

RYS. 8.

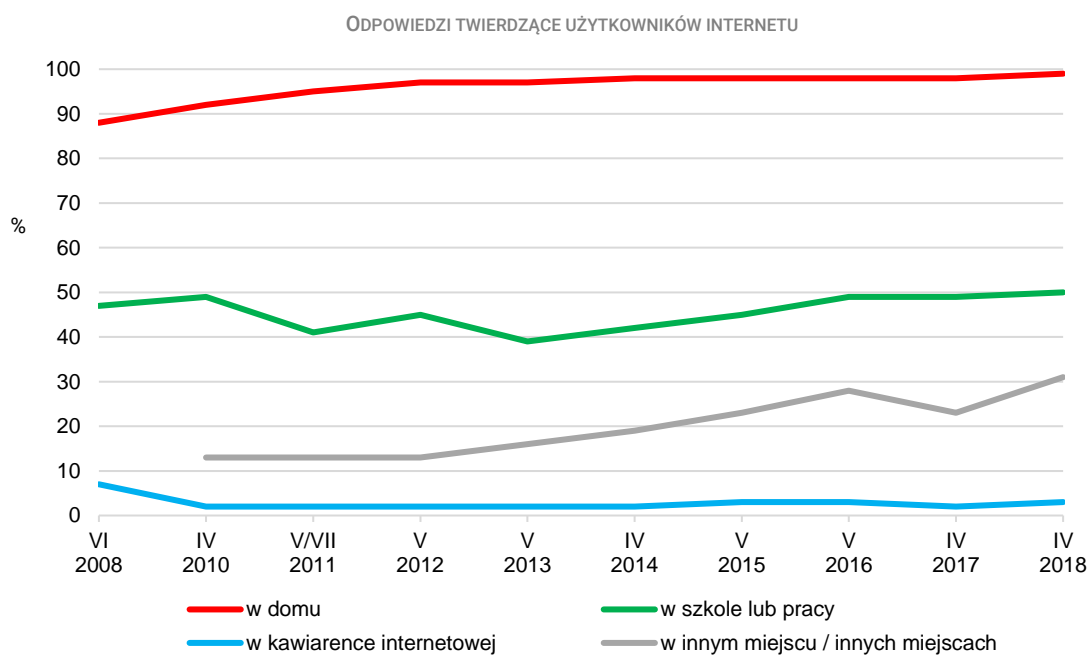
Średnia liczba godzin spędzanych tygodniowo online według wieku



Niemal wszyscy użytkownicy internetu (99%) korzystają z niego w domu. Połowa (50%) łączy się z siecią również w szkole lub pracy, nieliczni (3%) – w kawiarenkach internetowych. Blisko jedna trzecia (31%) korzysta z internetu także w innych miejscach niż wymienione.

CBOS

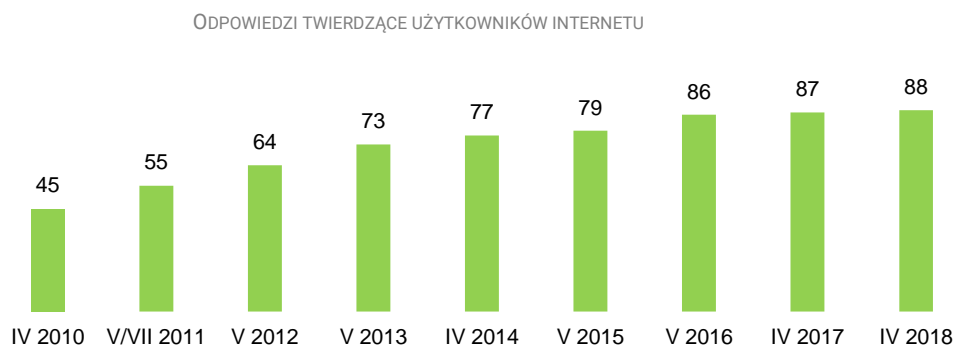
RYS. 9. Czy korzysta Pan(i) z internetu:



Ogromna większość korzystających z internetu (88%, czyli 56% ogółu badanych) łączy się z siecią bezprzewodowo – poprzez takie urządzenia, jak smartfon, tablet czy laptop. W pierwszej połowie obecnej dekady obserwowaliśmy dynamiczny wzrost odsetka użytkowników mobilnych. W ciągu ostatnich trzech lat ich liczba zmienia się w niewielkim stopniu.

CBOS

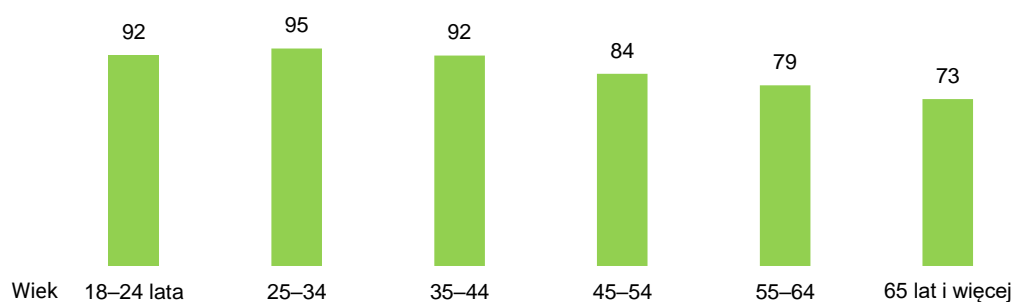
RYS. 10. Czy łączy się Pan(i) z internetem bezprzewodowo, np. używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet?



Z sieci bezprzewodowo częściej korzystają młodszy (mający mniej niż 45 lat) niż starsi badani. Nie zmienia to jednak faktu, że wśród starszych również jest to bardzo popularne.

CBOS

RYS. 11. Odsetki osób korzystających z internetu, które łączą się z siecią bezprzewodowo używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet

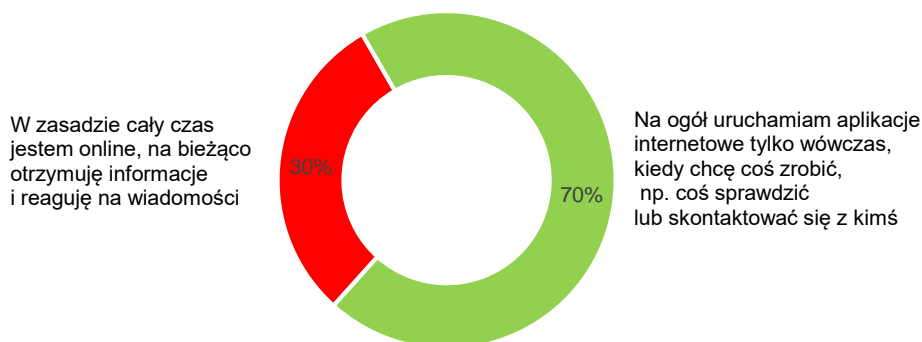


Siedmiu na dziesięciu korzystających z internetu (70%) uruchamia aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chce coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś, pozostali natomiast (30%) stale są online – na bieżąco otrzymują informacje i mogą na nie reagować. Ten drugi sposób korzystania z sieci przeważa wśród najmłodszych internautów. Jest też relatywnie popularny wśród tych, którzy mają od 25 do 34 lat. Wśród starszych dominuje „wchodzenie” do internetu doraźnie, w konkretnym celu.

CBOS

RYS. 12. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

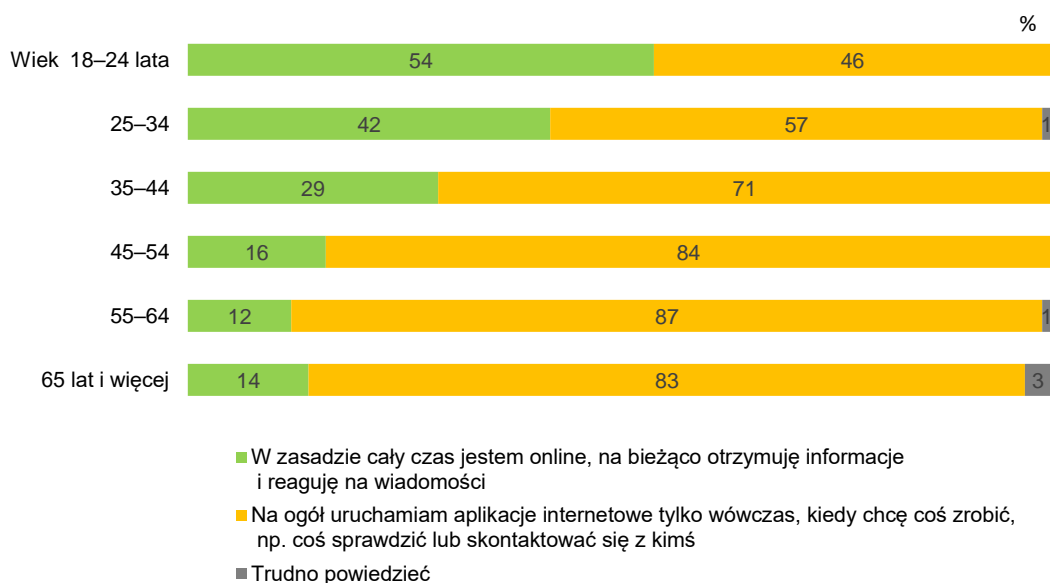
ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU



Pominięto „trudno powiedzieć” (0,7%)

CBOS

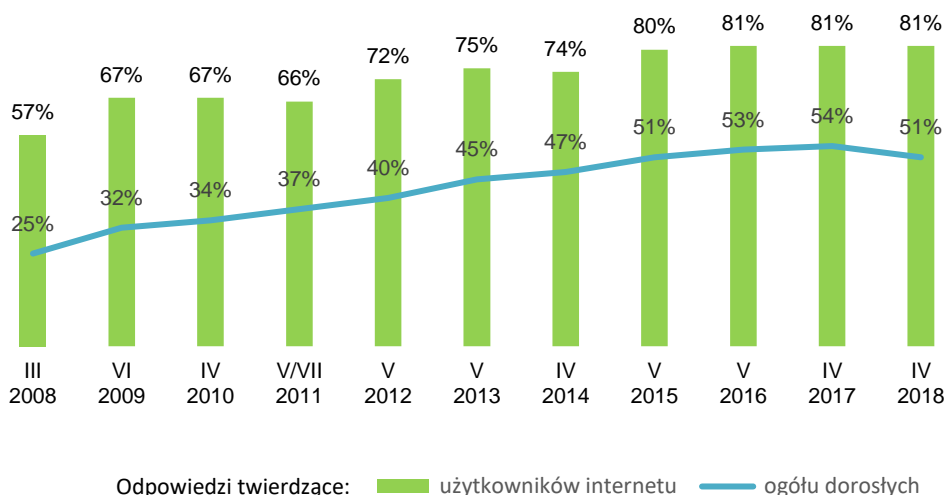
RYS. 13. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?



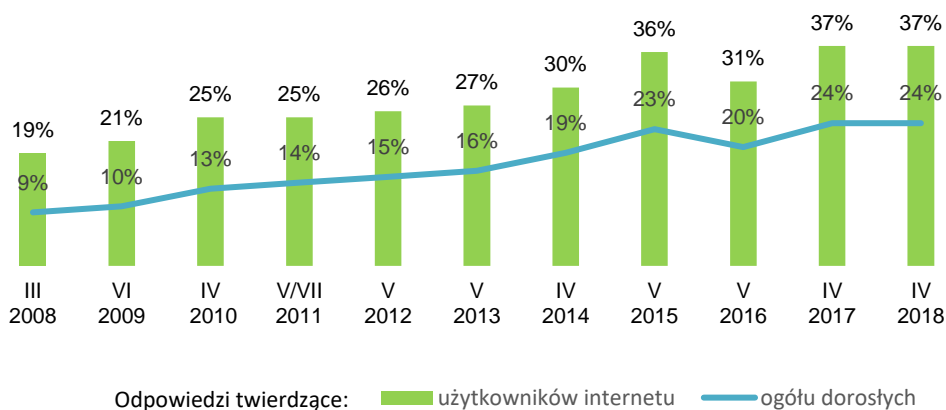
AKTYWNOŚĆ W SIECI

Połowie Polaków zdarzyło się robić zakupy przez internet (51%), a jednej czwartej (24%) – sprzedawać coś w ten sposób. Od 2008 roku skala takiego zastosowania internetu wzrosła ponad dwukrotnie.

RYS. 14. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś przez internet?

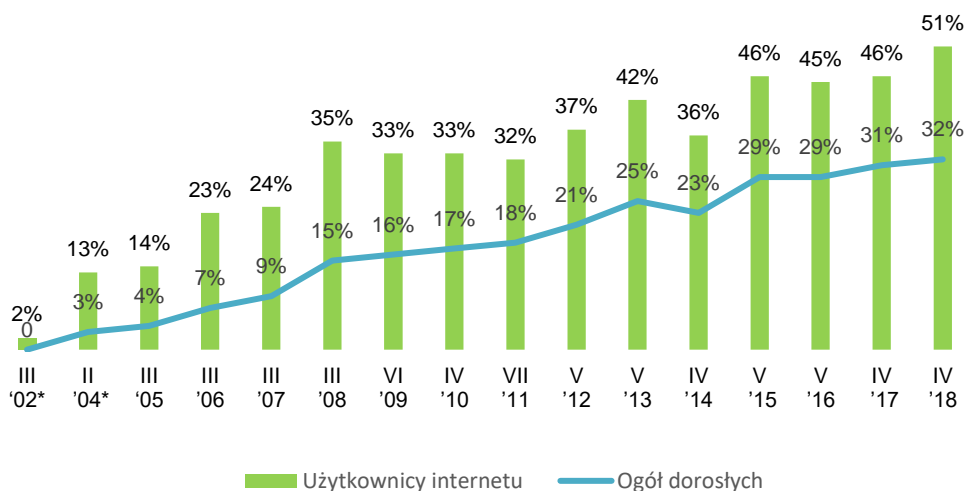


RYS. 15. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?



W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy online zrobiła nieco ponad połowa użytkowników (51%, czyli 32% ogółu dorosłych). Odsetek ten jest nieznacznie wyższy niż przed rokiem, a zarazem najwyższy z dotychczasowych, czyli od 2002 roku, odkąd to monitorujemy. Najwięcej kupujących regularnie online jest wśród użytkowników z wyższym wykształceniem (67%) oraz w wieku 35–44 lata (63%), a najmniej wśród tych, którzy mają przynajmniej 55 lat (wśród mających od 55 do 64 lat – 27%, a wśród mających 65 lat i więcej – 29%), najsłabiej wykształconych (21% wśród deklarujących wykształcenie podstawowe) i znajdujących się w złej sytuacji materialnej (19%).

RYS. 16. Respondenci, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet



* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Artykuły najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci to przede wszystkim odzież i obuwie. W dalszej kolejności są to zabawki i inne artykuły dziecięce, sprzęt elektroniczny, książki, kosmetyki, artykuły motoryzacyjne, a także sprzęt sportowy. Do rzadziej kupowanych należą bilety na pociąg, autobus lub samolot, leki, dostęp do usług lub treści, żywność oraz multimedia. Niektórzy wymieniali jeszcze produkty z innych kategorii, m.in. elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrza, materiały budowlane, elementy eksploatacyjne do urządzeń, artykuły ogrodnicze, artykuły dla zwierząt, instrumenty muzyczne, biżuterię, a także opłacili w ten sposób hotel oraz bilety na koncert, do kina, teatru lub na mecz.

TABELA 1

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	23	15
– sprzęt elektroniczny	10	7
– zabawki, artykuły dziecięce	10	7
– kosmetyki	10	6
– książki, e-booki, audiobooki	9	6
– artykuły motoryzacyjne	7	5
– sprzęt sportowy	6	4
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	3
– leki	3	2
– dostęp do usług lub treści	3	2
– muzykę, filmy	2	1
– artykuły spożywcze	2	1
– programy, gry komputerowe	2	1
– coś innego	8	5

Dużą popularnością – w ostatnich latach stabilną – cieszy się bankowość elektroniczna. Obsługujący swoje konto bankowe przez internet stanowią dwie trzecie użytkowników sieci (66%, czyli 42% ogółu dorosłych). Częściej niż przeciętnie są to internauci w wieku od 25 do 44 lat (wśród mających 25–34 lata – 74%, a mających 35–44 lata – 76%), najlepiej wykształceni (83%), z gospodarstw domowych o dochodach wynoszących co najmniej 2500 zł na osobę (78%).

Nadal mało popularne, choć nieco częstsze niż przed rokiem, jest korzystanie z usług lub treści dostępnych za opłatą (13%). Wyróżniają się pod tym względem młodszy użytkownicy: mający 18–24 lata (23%) i 25–34 lata (21%), najlepiej wykształceni (23%), uzyskujący miesięczne dochody na osobę w wysokości 2500 zł i więcej (27%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje niespełna jedna czwarta internautów (23%, czyli 15% ogółu badanych) – najmniej, odkąd o to pytamy (czyli od 2005 roku). Trwający od kilku lat spadek zainteresowania pobieraniem plików z muzyką i filmami wiąże się ze wzrostem prędkości transmisji danych, a tym samym dostępnością takich materiałów w formie strumieniowej. Ściąganie plików nadal jest stosunkowo popularne wśród młodych użytkowników – w wieku 18–24 lata (46%) i 25–34 lata (38%).

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
– 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
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy														
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28	25	23
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15
– 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
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8

Gazety i czasopisma w internecie czyta jedna trzecia dorosłych (33%), czyli połowa korzystających z sieci (52%). Po prasę online, podobnie jak po prasę offline, częściej sięgają użytkownicy internetu mający wyższe wykształcenie (62%).

Jedna trzecia dorosłych (33%, czyli 52% korzystających z sieci) ogląda online telewizję, filmy, seriale lub inne materiały wideo. Internetowa widownia zauważalnie zwiększyła się pod koniec ubiegłej dekady; kolejny duży wzrost nastąpił w roku 2013. Jest to związane z pojawieniem się szybszych połączeń, które umożliwiły zaistnienie i spopularyzowanie mediów strumieniowych. Widzowie internetowi to częściej mężczyźni niż kobiety (57% wobec 47%). Również pod tym względem wyróżniają się młodszy (18–34 lata) i najlepiej wykształceni użytkownicy (60%).

Liczba słuchających radia przez internet nieznacznie zmniejszyła się przez ostatni rok. Tę aktywność deklaruje co szósty dorosły (16%, tj. 25% korzystających z sieci). Słuchanie online radia, podobnie jak

oglądanie wideo, częściej wskazują internauci niż internautki (29% wobec 21%), częściej niż przeciętnie również badani młodsi (18–34 lata) i mający wyższe wykształcenie (34%).

W tym roku po raz pierwszy zapytaliśmy o oglądanie online transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów. W miesiącu poprzedzającym badanie transmisje tego typu oglądała jedna szósta dorosłych (16%, czyli jedna czwarta internautów). Odbiorców tych cechuje przede wszystkim młody wiek. W większym stopniu są to również mężczyźni niż kobiety (30% wobec 21%).

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	
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*														
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56	51	48	52	
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia														
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31	30	29	25	
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	
– 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	
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	
– oglądał(a) Pan(i) w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników														
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25	
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	

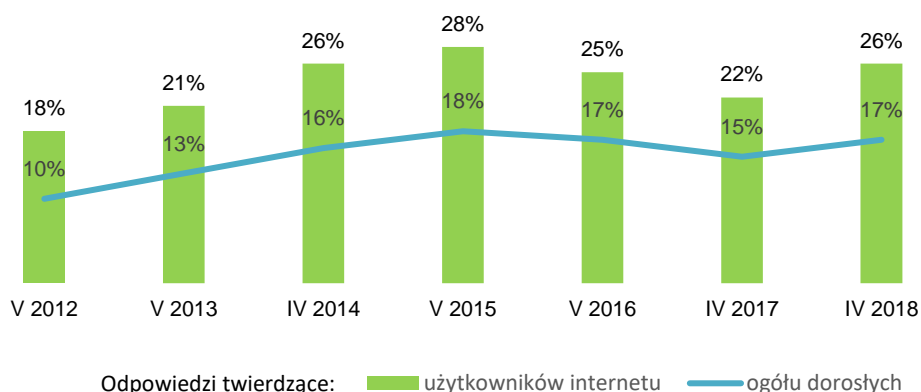
* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”

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

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszczał online w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie co czwarty internauta (26%, tj. 17% ogółu dorosłych). Publikowanie w sieci takich materiałów związane jest przede wszystkim z młodym wiekiem (poniżej 35 lat).

CBOS

RYS. 17. Czy w ciągu ostatniego miesiąca zamieszczał(a) Pan(i) w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy?



Stabilną popularnością cieszą się blogi. Czyta je jedna piąta dorosłych (19%), czyli około jednej trzeciej korzystających z internetu (30%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani mający od 25 do 34 lat. Blogi rzadziej czytają mężczyźni niż kobiety (26% wobec 33%). Poziom wykształcenia ma tutaj mniejsze znaczenie niż w przypadku czytelnictwa prasy online.

CBOS

RYS. 18. Czy w ciągu ostatniego miesiąca czytał(a) Pan(i) blogi?

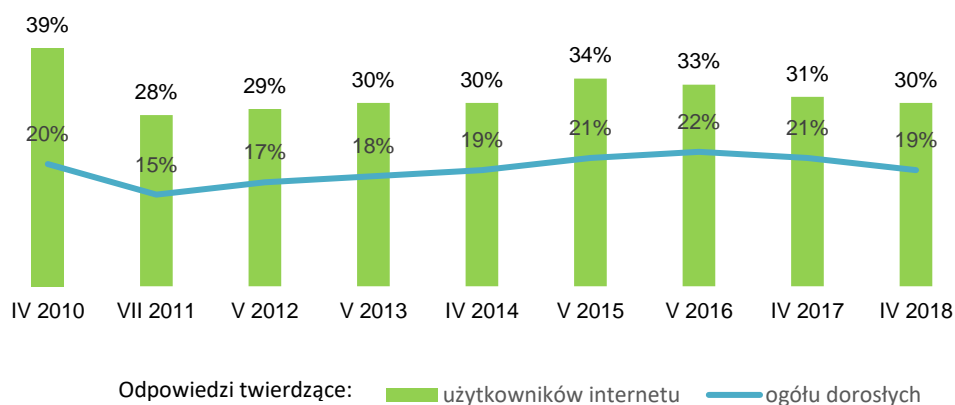
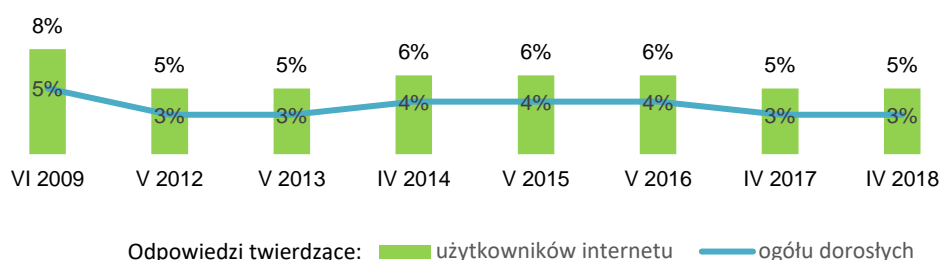


TABELA 4

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:					
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	słuchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	czytali blogi	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkowników
w procentach						
18–24 lata	52	34	83	33	48	63
25–34	54	33	74	43	38	33
35–44	46	27	43	29	23	15
45–54	52	20	40	20	15	19
55–64	56	14	27	18	13	10
65 lat i więcej	52	10	26	25	12	12

Bloga lub własną stronę prowadzi co dwudziesty internauta (5%, czyli trzech na stu spośród ogółu badanych). Skala tej aktywności od sześciu lat w zasadzie się nie zmienia. Relatywnie najwięcej blogerów jest wśród użytkowników internetu mających od 25 do 34 lat (9%).

RYS. 19. Czy prowadzi Pan(i) bloga lub własną stronę internetową?



W miesiącu poprzedzającym badanie kontaktowało się ze znajomymi przez komunikator ponad dwie trzecie korzystających z internetu (68%, czyli 43% ogółu dorosłych). Wyraźnie wyższy w tym roku niż w latach 2011–2017 odsetek internautów rozmawiających przez komunikatory może wynikać z umieszczenia w pytaniu nazw najpopularniejszych aplikacji, które do tego służą. Warto jednocześnie zaznaczyć, że w latach 2006–2009 odsetek internautów komunikujących się w ten sposób był zbliżony do obecnego (odsetek ogółu dorosłych z oczywistych względów był niższy). Rozmowy telefoniczne przez aplikacje internetowe prowadzi blisko jedna trzecia internautów (31%, czyli jedna piąta ogółu dorosłych).

Co trzeci użytkownik (32%, czyli 20% ogółu badanych) pisał w ostatnim miesiącu na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Od 2013 roku odsetek ten jest względnie stabilny. Niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie grało w nie 14% internautów, czyli 9% ogółu dorosłych.

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
– kontaktował(a) się 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
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43
– 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
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20
– 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
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20
– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi														
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16	12	12	14
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9

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

Wszystkie rodzaje aktywności w sieci opierające się na interakcji z innymi użytkownikami są bardziej popularne wśród młodszych internautów, zwłaszcza mających od 18 do 24 lat. Największe różnice wynikające z wieku dotyczą grania online. Jeśli chodzi o tę formę rozrywki, można ponadto zauważyć, że jest niemal trzykrotnie popularniejsza wśród internautów niż internautek (21% wobec 8%).

TABELA 6

Wiek	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:			
	kontaktowali się przez komunikator internetowy	przewodzą rozmowy telefoniczne przez internet	dokonywali wpisów na forach, w serwisach społecznościowych	grali w sieci
	w procentach			
18–24 lata	96	50	54	50
25–34	81	37	46	17
35–44	75	26	34	6
45–54	47	23	14	10
55–64	44	21	16	6
65 lat i więcej	44	29	9	5

ZAWIERANIE ZNAJOMOŚCI I KORZYSTANIE Z SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Co ósmy dorosły (13%, tj. co piąty użytkownik internetu) zawarł znajomość online, a z poznaną w ten sposób osobą spotkał się offline niemal co dziesiąty (9%, czyli 14% użytkowników internetu). W ciągu ostatniej dekady skala aktywności towarzyskiej Polaków w sieci nie ulegała większym zmianom.

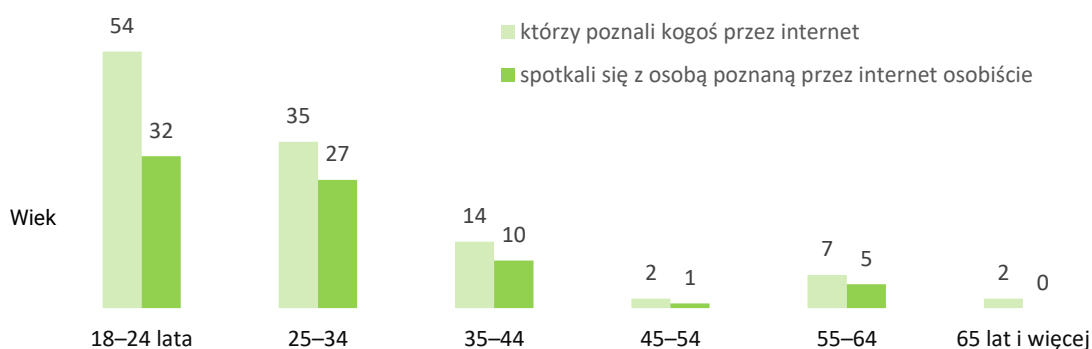
TABELA 7

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	V '15	V '16	IV '17	IV '18
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet														
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20	23	23	21	23	22	20	21
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11	13	14	13	15	14	13	13
spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście														
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12	15	16	14	15	13	14	14
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7	8	9	9	9	9	9	9

Aktywność towarzyska w sieci jest silnie związana z młodym wiekiem. Połowa najmłodszych użytkowników poznała kogoś online, a jedna trzecia spotkała się z poznaną tak osobą face-to-face. Warto zauważyć, że spośród tych, którzy poznali kogoś przez internet, poza siecią najczęściej spotykali się badani mający od 25 do 34 lat (77%, a przeciętnie – 69%). Najmłodsi przenosili tę znajomość offline relatywnie rzadziej (59%).

CBOS

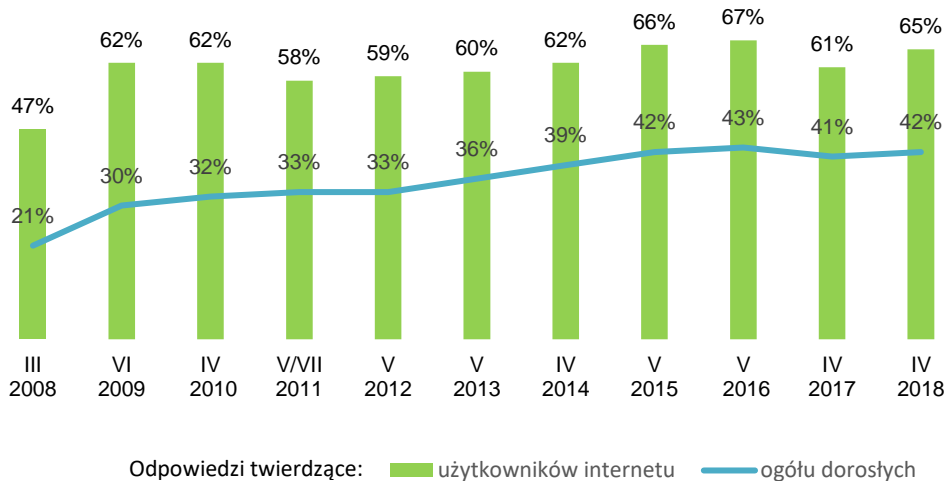
RYS. 20. Odsetki użytkowników internetu:



Dwie trzecie użytkowników internetu (65%), tj. dwie piąte ogółu dorosłych (42%), jest zarejestrowanych w jakimś serwisie społecznościowym. Zdecydowana większość z nich (85%) przeglądała zawartość jakiegoś serwisu społecznościowego w miesiącu poprzedzającym badanie.

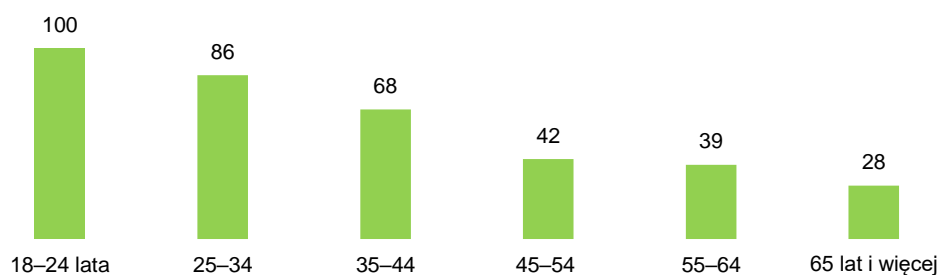
CBOS

RYS. 21. Czy zarejestrował(a) się Pan(i), ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym, np. Facebook, Google+, Instagram, Nasza-klasa, GoldenLine, LinkedIn lub podobnym?



Obecność w serwisach społecznościowych nieznacznie częściej deklarują internautki niż internauci (69% wobec 61%). Ponadto wyraźnie częściej niż przeciętnie zarejestrowani są w nich badani mający mniej niż 35 lat.

RYS. 22. Odsetki użytkowników internetu zarejestrowanych w serwisach społecznościowych wśród osób w wieku:



Duża część użytkowników internetu korzysta z towarzyskich funkcji serwisów społecznościowych. Za ich pośrednictwem utrzymują kontakty ze znajomymi (57%), odnawiają znajomości (35%), rzadziej zaś nawiązują nowe (18%). Na poznawanie nowych osób i odnawianie dawnych znajomości bardziej nastawieni są mężczyźni niż kobiety, natomiast kobiety częściej deklarują zamiar utrzymywania za pośrednictwem serwisów kontaktu ze znajomymi. Ponadto nawiązywanie nowych kontaktów w większym stopniu interesuje młodszych, zwłaszcza najmłodszych, badanych. Wszystkie te zastosowania serwisów społecznościowych częściej niż przeciętnie wskazują mieszkańcy wsi, a rzadziej – największych miast.

Ponad dwie piąte internautów (43%) wykorzystuje serwisy społecznościowe do odbioru treści: słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów. Co czwarty (26%) sam zamieszcza tam tego typu materiały. Porównywalny odsetek internautów (27%) wykorzystuje serwisy społecznościowe jako miejsce do rozmawiania, wypowiedania się, komentowania. Wszystkie te rodzaje aktywności są zauważalnie częstsze niż przeciętnie wśród najmłodszych. Wykorzystywanie serwisów społecznościowych do odbioru treści i wypowiedania się częściej wskazują mężczyźni niż kobiety.

Najmniej popularnym zastosowaniem serwisów społecznościowych są sprawy związane z pracą. Szuka jej za ich pośrednictwem jedna piąta korzystających z internetu (19%) i tyle samo (19%) nawiązuje dzięki nim znajomości zawodowe i biznesowe. Oba te zastosowania, zwłaszcza zaś nawiązywanie znajomości zawodowych, częściej wskazują mężczyźni niż kobiety. Wyróżniają się pod tym względem również mieszkańcy największych aglomeracji, prywatni przedsiębiorcy, a także – jeśli chodzi o nawiązywanie kontaktów zawodowych – robotnicy niewykwalifikowani oraz kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem.

TABELA 8

Cele korzystania z serwisów społecznościowych	Odsetki wskazań według terminów badań										
	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15	V '16	IV '17	IV '18
Utrzymywanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych											
Użytkownicy internetu	-	56	53	50	50	50	54	55	58	52	57
Ogół dorosłych	-	27	27	28	28	30	34	35	38	35	36
Odnawianie dawnych znajomości											
Użytkownicy internetu	40	50	46	43	37	41	40	41	42	37	35
Ogół dorosłych	18	24	23	24	21	25	25	26	28	25	22
Sluchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów											
Użytkownicy internetu	27	38	35	36	33	39	38	39	39	34	43
Ogół dorosłych	12	19	18	20	18	23	24	25	26	23	27
Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych, komentowanie informacji											
Użytkownicy internetu	-	-	26	21	26	27	25	28	27	24	27
Ogół dorosłych	-	-	14	12	14	16	16	18	18	16	17
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów											
Użytkownicy internetu	18	27	27	23	21	24	26	26	27	23	26
Ogół dorosłych	8	13	14	13	12	14	16	17	18	15	16
Nawiązywanie nowych kontaktów towarzyskich											
Użytkownicy internetu	21	27	22	21	19	19	20	20	17	18	18
Ogół dorosłych	9	13	12	12	11	12	13	13	11	12	11
Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*											
Użytkownicy internetu	11	17	13	16	15	18	16	21	17	13	19
Ogół dorosłych	5	8	7	9	8	11	10	13	11	9	12
Nawiązywanie znajomości zawodowych, biznesowych											
Użytkownicy internetu	9	15	11	13	11	14	15	17	16	16	19
Ogół dorosłych	4	7	5	7	6	8	10	11	10	10	12

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

W ostatnich latach w Polsce odsetek użytkowników internetu, stanowiący około dwóch trzecich ogółu dorosłych, nie zmieniał się znacząco. Czynnikiem, który w największym stopniu decyduje o pozostawaniu offline, jest przede wszystkim starszy wiek (trzy czwarte badanych mających 65 lat i więcej nie korzysta z internetu), a w dalszej kolejności niski poziom wykształcenia. Ludzie młodzi niemal powszechnie są w sieci. Wiek nie determinuje wyłącznie obecności w sieci, ale w dużym stopniu określa również sposób korzystania z internetu. Młodszy użytkownicy, zwłaszcza najmłodszy, spędzają w internecie więcej czasu niż starsi, co więcej – znaczna ich część jest połączona z siecią cały czas. Na ogół też są oni bardziej aktywni od starszych internautów w wykorzystywaniu dostępnych w sieci usług i funkcji. Z kolei starsi użytkownicy, mający 45 lat i więcej, poświęcają korzystaniu z internetu mniej czasu i w ogromnej większości przypadków ich obecność online ma charakter doraźny – „łączą się” z siecią w konkretnym celu (nie są non stop online).

Do aktywności cieszących się wśród polskich internautów dość dużą i stabilną popularnością należy zaliczyć: korzystanie z serwisów społecznościowych, bankowości elektronicznej, robienie zakupów online, oglądanie materiałów wideo, czytanie prasy, a także prowadzenie rozmów, natomiast z niewielkim zainteresowaniem spotyka się kupowanie dostępu do usług lub treści oraz granie w gry

z innymi użytkownikami. W ostatnich latach obserwujemy dwa procesy wynikające z rozwoju technologicznego – wzrost popularności połączeń mobilnych oraz korzystania z mediów strumieniowych, które stopniowo wypierają pobieranie z sieci plików z muzyką i filmami.

Opracował

Michał Feliksiak