

Korzystanie z internetu w 2024 roku

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2024



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.....	8

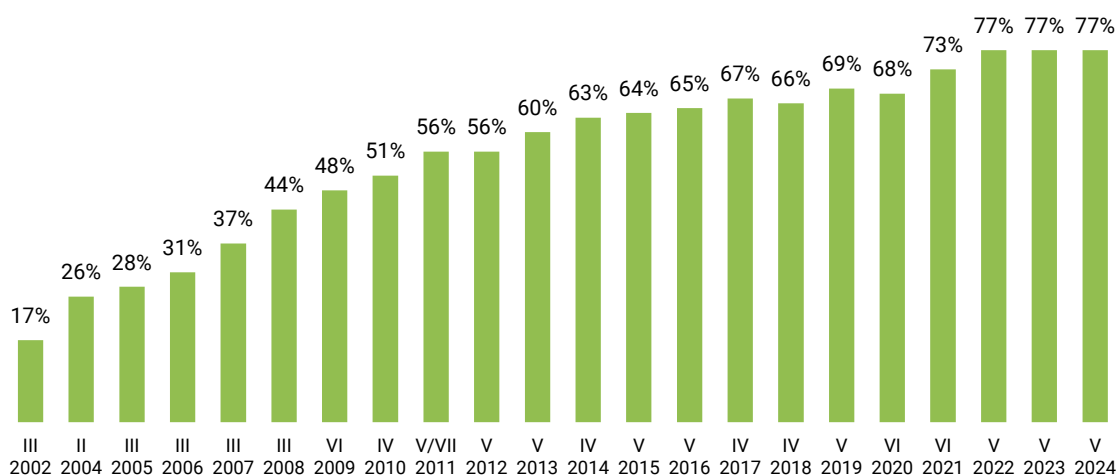
ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Obecnie¹ z internetu korzysta ponad trzy czwarte dorosłych Polaków (77%). Przez ostatnie trzy lata skala obecności online utrzymywała się na stałym poziomie. Ostatni wzrost liczby użytkowników przypada na drugi i trzeci rok epidemii COVID-19 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” (409) 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 zapowiadającym od CBOS,
- samodzielne wypełnienie ankiety internetowej (CAWI), do której dostęp był możliwy na podstawie loginu i hasła przekazanego respondentowi w liście zapowiadającym od CBOS.

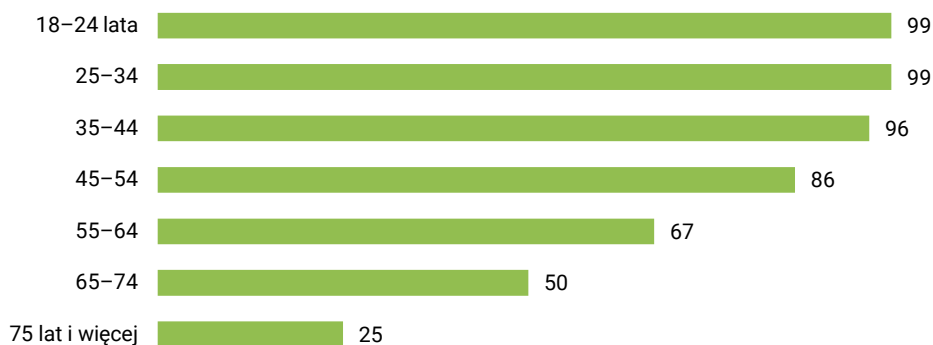
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 20 maja do 2 czerwca 2024 roku na próbie liczącej 1038 osób (w tym: 65,3% metodą CAPI, 23,3% – CATI i 11,4% – CAWI).

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 użytkowników sieci zalicza się dwie trzecie ankietowanych w wieku od 55 do 64 lat i połowa w wieku od 65 do 74 lat. Wśród starszych respondentów użytkownicy internetu stanowią zaledwie jedną czwartą.

CBOS

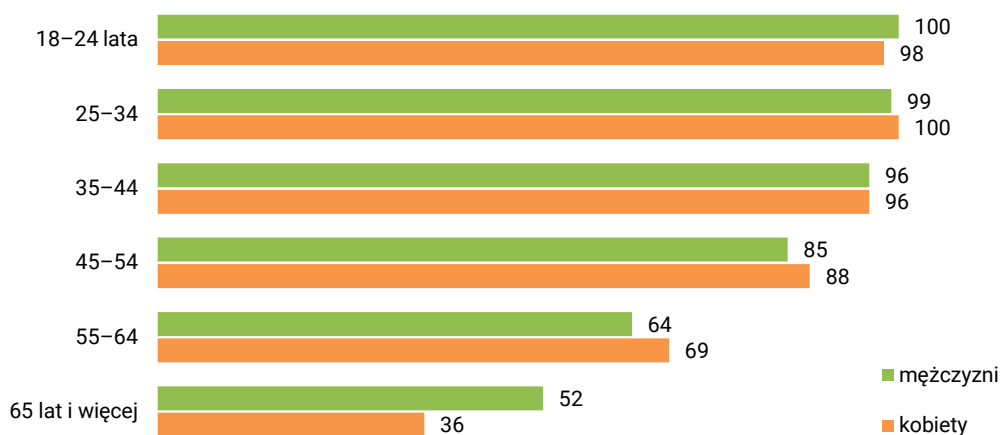
RYS. 2. Odsetki korzystających z internetu wśród osób w wieku:



Warto zauważyć, że pewną rolę odgrywa tu też płeć, szczególnie w powiązaniu z wiekiem. Generalnie więcej użytkowników internetu rejestrujemy wśród mężczyzn niż kobiet (82% wobec 74%). Wśród osób poniżej 65 roku życia skala obecności online w podziale na płeć jest zbliżona, a niekiedy kobiety nawet trochę przeważają – tak jest w grupie respondentów mających od 55 do 64 lat. Dużą dysproporcję użytkowników w zależności od płci obserwujemy w grupie najstarszych badanych, w której notujemy znacznie więcej internautów niż internautek.

CBOS

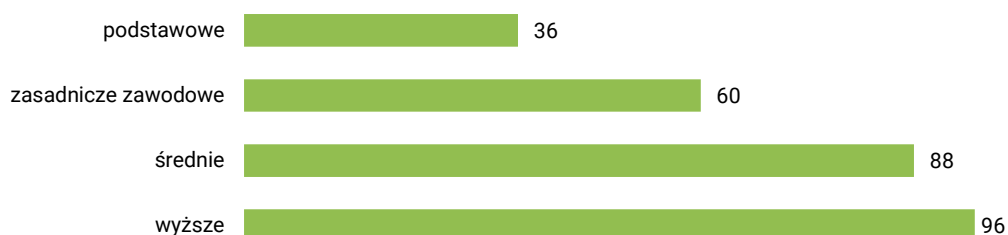
RYS. 3. Odsetki korzystających z internetu według wieku i płci



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 może być związane z faktem, że osoby z tych dwóch ostatnich grup są przeciętnie starsze niż pozostali badani².

CBOS

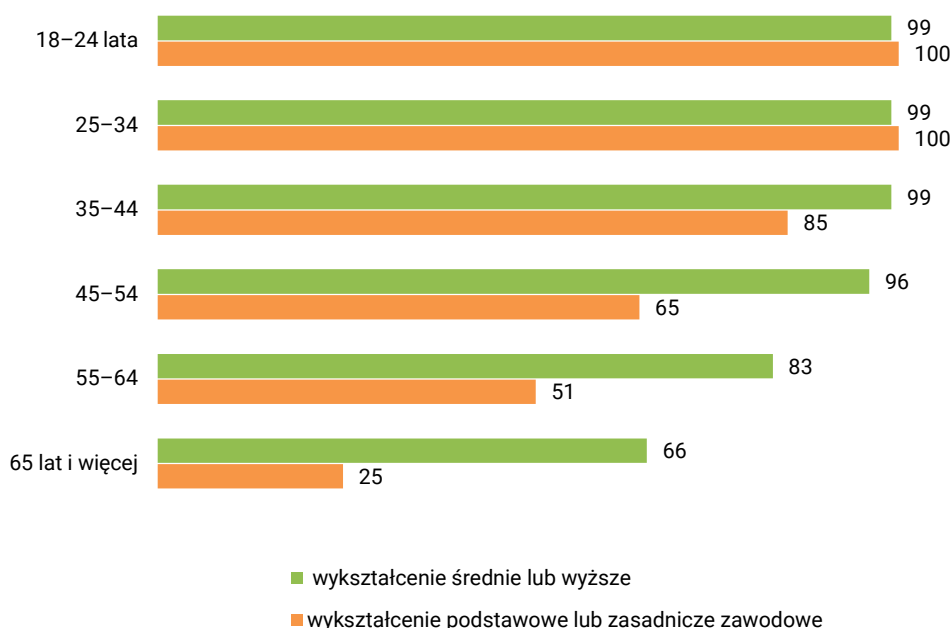
RYS. 4. Odsetki korzystających z internetu wśród osób mających wykształcenie:



O ile wśród respondentów poniżej 45 roku życia poziom wykształcenia nie odgrywa istotnej roli, jeśli chodzi o korzystanie (lub nie) z internetu, o tyle wśród starszych badanych zyskuje on na znaczeniu. Ankietowani mający co najmniej średnie wykształcenie we wszystkich grupach wiekowych zaliczają się w większości do użytkowników internetu. Z kolei wśród osób z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym mających 45 lat lub więcej odsetek internautów jest zauważalnie niższy niż wśród osób z wykształceniem średnim lub wyższym. Największa różnica w skali korzystania z sieci dotyczy respondentów powyżej 64 roku życia.

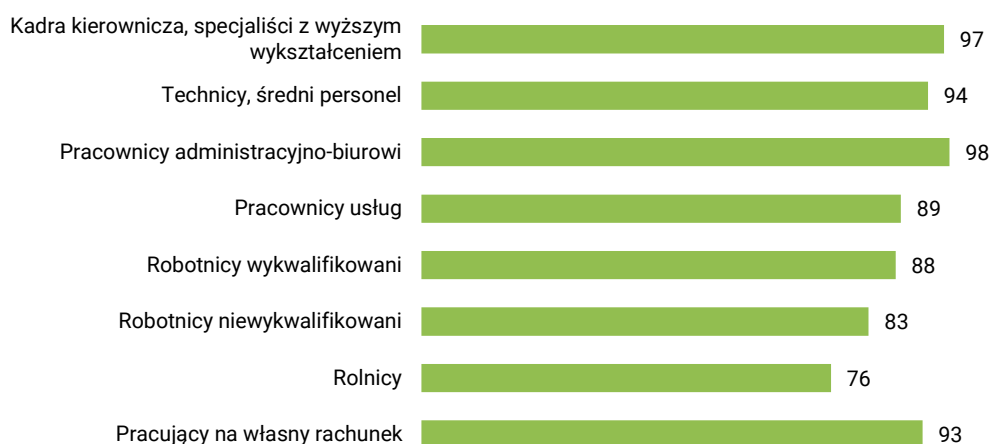
² Średnia wieku dla całej próby wynosi 49 lat. Wśród osób mających wykształcenie podstawowe jest to 60 lat, gimnazjalne – 37 lat, zasadnicze zawodowe – 57 lat, średnie – 45 lat i wyższe – 44 lata.

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



Korzystaniu z internetu sprzyja aktywność zawodowa – korzysta z niego 92% pracujących i 58% niepracujących (co jest w dużym stopniu zdeterminowane przez wiek). Wśród pracujących relatywnie najmniej użytkowników internetu jest w grupie rolników, natomiast najwięcej wśród pracowników administracyjno-biurowych, kadry kierowniczej i specjalistów, techników i średniego personelu oraz prywatnych przedsiębiorców.

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 więcej niż przeciętnie w dużych i – szczególnie – największych miastach.

CBOS

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

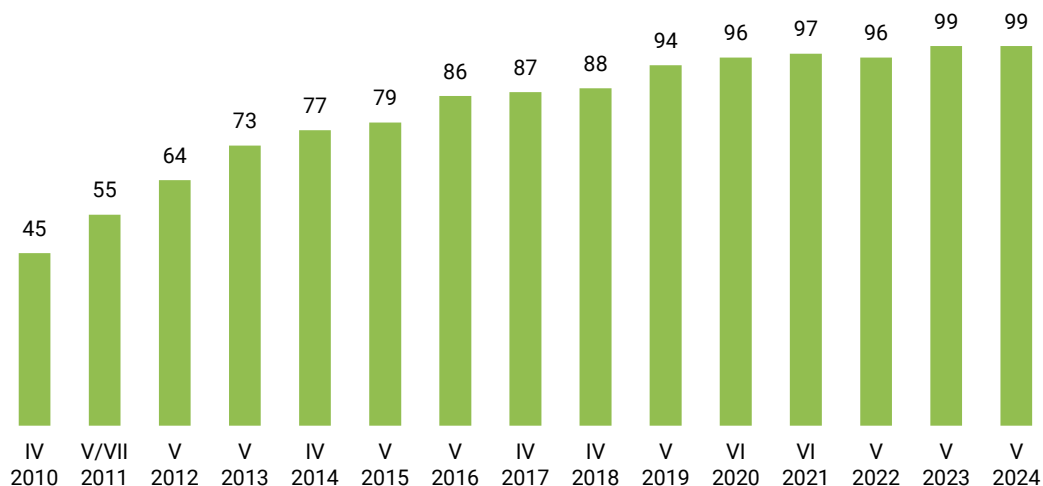


Obecnie w zasadzie wszyscy użytkownicy internetu (99%) korzystają z sieci bezprzewodowo, poprzez urządzenia takie jak smartfon, tablet czy laptop. Najbardziej dynamiczny wzrost liczby użytkowników mogliśmy obserwować w ubiegłej dekadzie.

CBOS

RYS. 9. 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. Na tle innych nieco rzadziej deklarują je użytkownicy mający 65 lat lub więcej.

CBOS

RYS. 10. Odsetki osób korzystających z internetu, które łączą się z siecią bezprzewodowo, używając urządzeń przenośnych, takich jak telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet

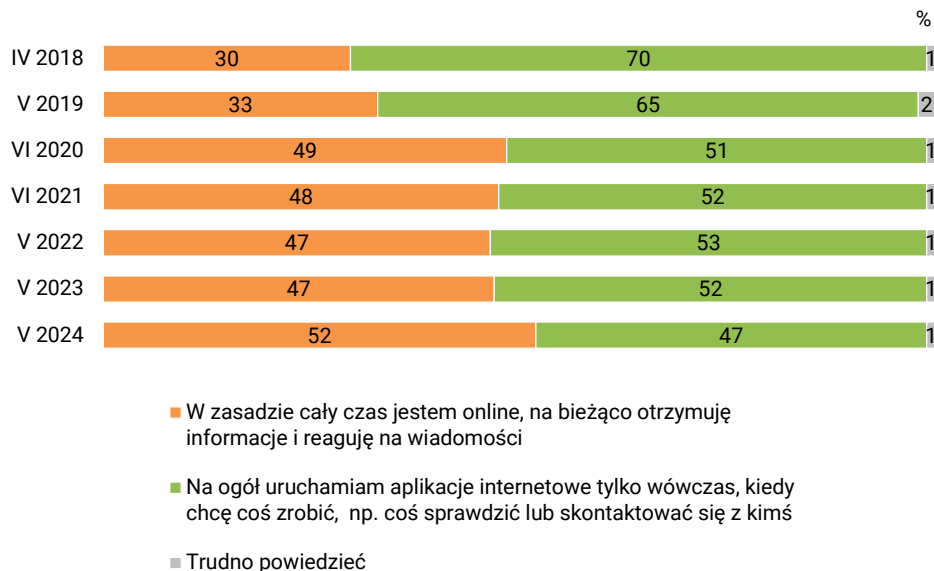


W stosunku do wcześniejszych pomiarów zmienił się styl korzystania z sieci. Od ubiegłego roku wzrosła liczba użytkowników (o 5 punktów procentowych, do 52%), którzy deklarują stałą obecność online, polegającą na tym, że na bieżąco otrzymują informacje i mogą na nie reagować. W takim samym stopniu (o 5 punktów, do 47%) ubyło badanych, którzy uruchamiają aplikacje internetowe tylko wtedy, gdy chcą coś zrobić, np. coś sprawdzić lub z kimś się skontaktować.

CBOS

RYS. 11. Który z opisów najlepiej pasuje do Pana(i) sposobu korzystania z internetu w celach niezwiązanych z pracą zawodową?

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

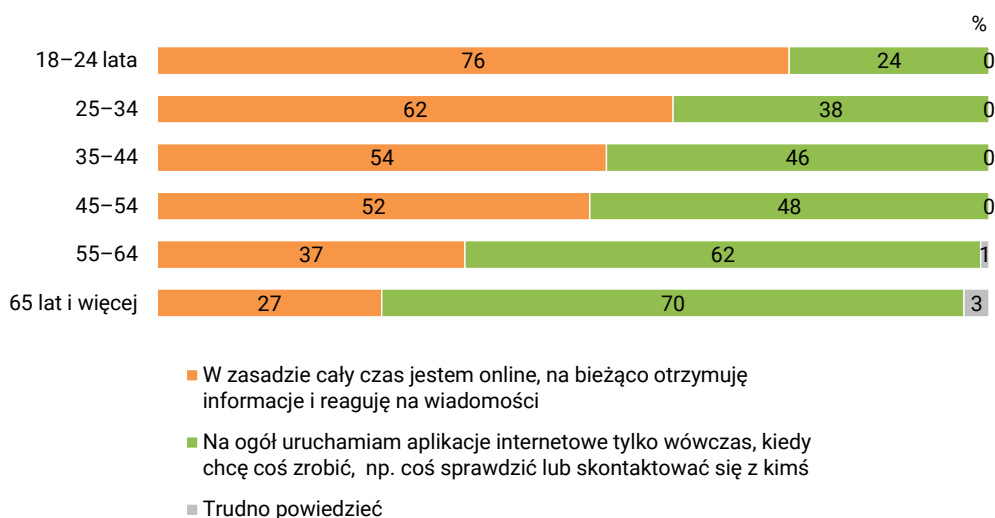


Styl korzystania z internetu jest w bardzo dużej mierze uzależniony od wieku. Badani poniżej 55 roku życia, a zwłaszcza mający mniej niż 35 lat, przeważnie deklarują stałą obecność online, natomiast wśród starszych użytkowników (55+) wyraźnie przeważa „wchodzenie” do internetu w konkretnym celu.

CBOS

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

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

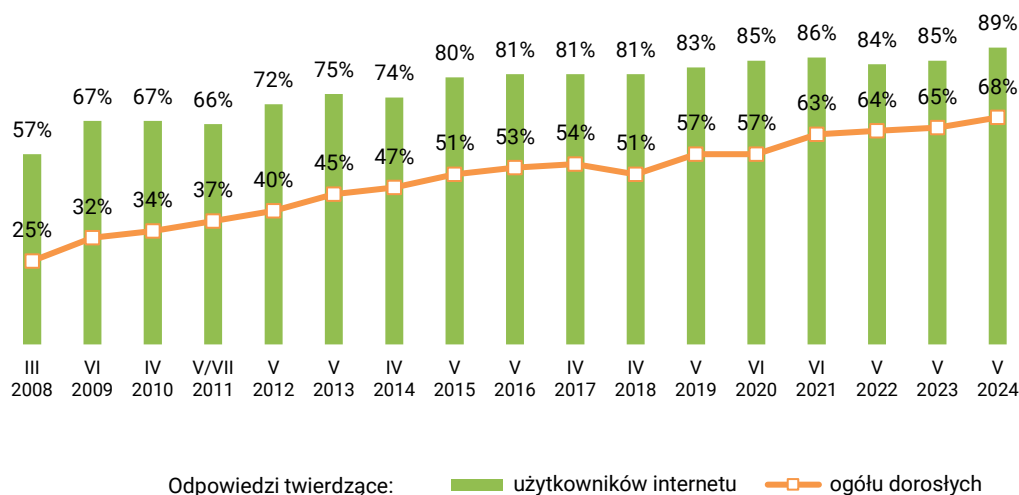


AKTYWNOŚCI ONLINE

Ponad dwie trzecie Polaków (68%, tj. 89% użytkowników internetu) – nieco więcej niż przed rokiem – deklaruje, że kupiło coś przez internet. Wzrosła też nieco popularność sprzedawania rzeczy online. Dwie piąte dorosłych Polaków (41%, czyli 53% internautów) przynajmniej raz sprzedało coś w ten sposób. O ile pod względem dokonywania zakupów online nie ma dużej różnicy w zależności od płci badanych (tylko o 3 punkty procentowe), o tyle sprzedaż czegoś w sieci częściej deklarują mężczyźni niż kobiety (57% wobec 48%).

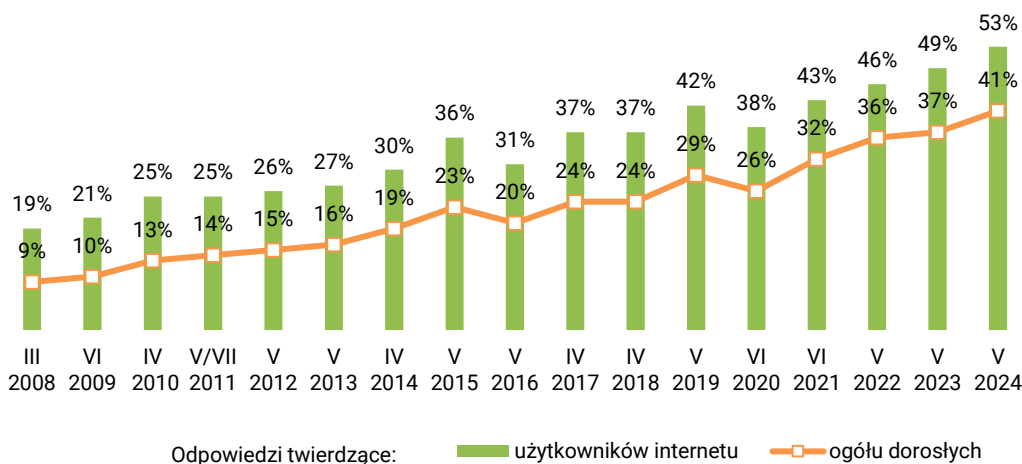
CBOS

RYS. 13. Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś przez internet?



CBOS

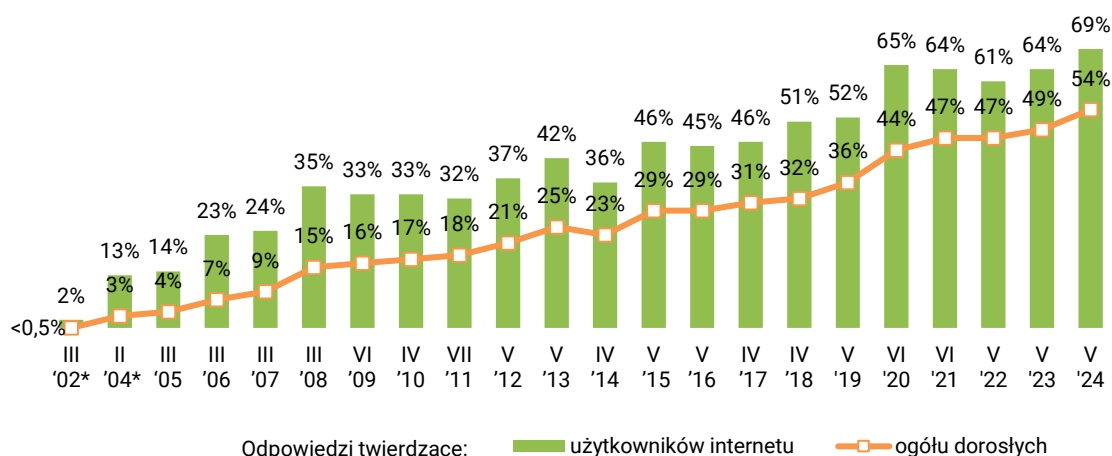
RYS. 14. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?



Od poprzedniego pomiaru sprzed roku wzrósł odsetek regularnie kupujących w sieci. W miesiącu poprzedzającym badanie zakupy w internecie zrobiła ponad połowa Polaków (54%, tj. 69% użytkowników internetu). Wprawdzie popularność kupowania przez internet stopniowo rosła na przestrzeni ostatnich dwudziestu jeden lat, jednak wyraźny, skokowy jej wzrost dokonał się dopiero w roku 2020, najprawdopodobniej za sprawą epidemii COVID-19.

CBOS

RYS. 15. 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 użytkowników poniżej 45 roku życia, w wieku od 25 do 34 lat (82%) i od 35 do 44 lat (79%), wśród mieszkańców największych miast (80%), respondentów mających wyższe wykształcenie (82%) i uzyskujących najwyższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (4000 zł lub więcej – 81%), natomiast najmniej – wśród starszych internautów (mających od 55 do 64 lat – 58% oraz 65 lat lub więcej – 39%), osób deklarujących wykształcenie podstawowe (55%) lub zasadnicze zawodowe (53%) i uzyskujących najniższe dochody *per capita* (od 2000 zł do 2999 zł – 59%).

W miesiącu poprzedzającym badanie najchętniej nabywano za pośrednictwem sieci odzież i obuwie (39%), które obecnie są kupowane online częściej niż kiedykolwiek wcześniej, a także kosmetyki (19%) i sprzęt elektroniczny (16%). W dalszej kolejności były to książki (14%), dostęp do usług lub treści (13%), kupowane przez internet częściej niż w ubiegłych latach bilety na pociąg, autobus lub samolot (13%), a ponadto zabawki i artykuły dziecięce (12%), artykuły motoryzacyjne (12%) oraz sprzęt sportowy (11%), który też wyraźnie zyskał tu na popularności. W stosunku do ubiegłych lat częstsze jest też kupowanie online żywności (9%) i leków (9%). Do rzadziej nabywanych przez internet należą: bilety na wydarzenia kulturalne i sportowe (7%) i multimedia – muzyka i filmy (7%) oraz programy i gry komputerowe (5%).

Niektórzy badani (9%) 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) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące użytkowników internetu						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	w procentach						
– odzież, obuwie	23	25	34	36	31	35	39
– kosmetyki	10	10	15	15	15	17	19
– sprzęt elektroniczny	10	10	16	14	12	13	16
– książki, e-booki, audiobooki	9	11	12	13	10	12	14
– dostęp do usług lub treści	3	3	5	5	10	13	13
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	4	7	3	6	7	9	13
– zabawki, artykuły dziecięce	10	10	12	9	9	11	12
– artykuły motoryzacyjne	7	6	8	9	9	9	12
– sprzęt sportowy	6	4	7	8	6	6	11
– leki	3	5	6	8	6	7	9
– artykuły spożywcze	2	3	7	6	6	7	9
– bilety na wydarzenia kulturalne, sportowe itp.	-	-	-	-	3	7	7
– muzykę, filmy	2	2	3	4	3	4	7
– programy, gry komputerowe	2	3	4	4	3	4	5
– coś innego	8	9	14	12	11	10	9

Od roku 2020 utrzymuje się bardzo duża popularność bankowości internetowej, która w ciągu ostatniego roku jeszcze minimalnie wzrosła. Z usług bankowych online korzysta obecnie więcej niż ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (83%), czyli niemal dwie trzecie ogółu dorosłych (63%). Zauważalnie częściej niż przeciętnie są to młodszy badani, mający od 25 do 34 lat (89%) lub od 35 do 44 lat (94%), najlepiej wykształceni (96%), z gospodarstw domowych o najwyższych dochodach *per capita* (4000 zł lub więcej – 93%). Ogólnie rzecz biorąc, relatywnie mniej korzystających z tego typu usług jest wśród osób deklarujących wykształcenie podstawowe (56%) lub zasadnicze zawodowe (64%) oraz mających 55 lat i starszych (wśród użytkowników w wieku 55–64 lata – 75%, a wśród mających 65 lat lub więcej – 60%) oraz wśród badanych uzyskujących niskie dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (od 1500 do 1999 zł – 73% i od 2000 do 2999 zł – 76%).

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. 22% ogółu badanych). Wyróżniają się pod tym względem ludzie młodzi, mający od 18 do 24 lat (38%) i od 25 do 34 lat (45%), najlepiej wykształceni (40%), uzyskujący w przeliczeniu na osobę co najmniej 4000 zł (46%). Generalnie częściej z tego typu usług korzystają mężczyźni niż kobiety (36% wobec 22%).

Nieco więcej osób niż przed rokiem deklaruje pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów (29%, czyli 22% ogółu badanych). Od 2015 roku, prawdopodobnie na skutek popularyzacji mediów streamingowych, skala pobierania darmowych multimediiów jest wśród użytkowników internetu zauważalnie mniejsza, niż była wcześniej. Ściąganie plików nadal jest wyraźnie częstsze niż przeciętnie wśród osób mających od 18 do 24 lat (46%) i od 25 do 34 lat (35%), a także bardziej charakterystyczne dla mężczyzn niż kobiet (34% wobec 23%).

Mniejsza niż w dwóch ostatnich latach jest skala załatwiania przez internet spraw urzędowych. Z deklaracji respondentów wynika, że w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie internet do tego celu wykorzystywało blisko dwie piąte użytkowników (38%), tj. niemal jedna trzecia ogółu Polaków (29%). Więcej jest wśród nich ankietowanych mających wyższe wykształcenie (52%), a także w wieku od 25 do 54 lat (w wieku 25–34 lata – 47%, 35–44 lata – 48%, 45–54 lata – 46%).

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
– 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
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44	43	44	42	50	53	58	61	62	63
– 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	29
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17	18	21	20	22
– 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
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13	19	21	22	22
– załatwiał(a) Pan(i) przez internet sprawy urzędowe																				
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	45	38
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	34	29

Od poprzedniego pomiaru zmniejszyła się – wracając tym samym do wcześniejszego poziomu – skala czytelnictwa 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 (57%), a także respondenci w wieku 25–34 lata (56%). Minimalnie mniejszy niż przed rokiem jest zasięg czytelnictwa internetowych portali informacyjnych, które deklaruje 80% użytkowników internetu (czyli 62% ogółu badanych). Podobnie jak w przypadku gazet, wyróżniają się tu respondenci najlepiej wykształceni (87%). Popularność blogów jest stabilna. Obecnie czyta je

niespełna co trzeci korzystający z internetu (31%), czyli jedna czwarta ogółu dorosłych (24%). Pod tym względem wyróżniają się przede wszystkim badani mający od 18 do 24 lat (37%) i od 45 do 54 lat (39%) oraz respondenci najlepiej wykształceni (38%).

Nieco więcej niż przed rokiem (i najwięcej odkąd to monitorujemy), bo sześciu na dziesięciu internautów (61%, tj. 47% 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 niż inni młodszy użytkownicy, mający od 18 do 24 lat (85%), od 25 do 34 (70%) lub od 35 do 44 lat (67%), a także w większym stopniu badani mający wyższe wykształcenie (70%). Częściej wideo online oglądają mężczyźni niż kobiety (66% wobec 55%).

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

* 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 (32%), czyli około jednej czwartej ogółu dorosłych Polaków (24%). 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 badani mający od 25 do 34 lat (42%).

Oglądanie online w miesiącu poprzedzającym badanie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje – tak jak przed rokiem – 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 przede wszystkim najmłodszy badani – w wieku 18–24 lata (60%) i w zasadzie w równym stopniu mężczyźni i kobiety (35% wobec 36%). Wzrosła (do rekordowego poziomu) widownia wideoblogów. W miesiącu poprzedzającym badanie oglądała je blisko jedna trzecia internautów (31%, czyli 24% ogółu respondentów). Również w tym przypadku wyróżniają się młodszy użytkownicy (mający 18–24 lata – 59% i 25–34 lata – 39%). Ogląda je prawie tyle samo kobiet, ile mężczyzn (30% wobec 31%).

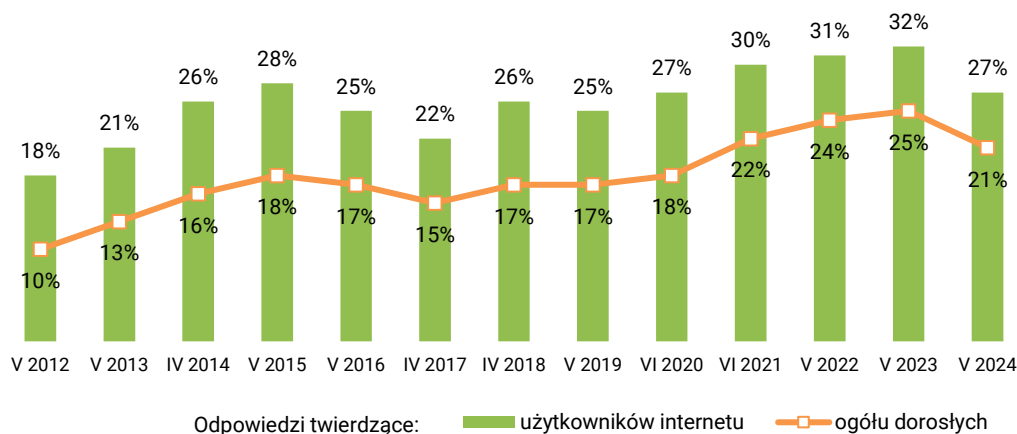
TABELA 4

Wiek użytkowników internetu	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:							
	czytali inter- netowe wersje gazet lub czaso- pism	czytali portale infor- macyjne	czytali blogi	słuchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania video	zamiesz- czali w inter- necie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali vlogi (wideo- blogi)	oglądali w internecie transmisje realizowane i nadawane na żywo przez innych użytkow- ników
	w procentach							
Ogół	48	80	31	32	61	27	31	35
18–24 lata	53	74	37	26	85	47	59	60
25–34	56	80	31	42	70	37	39	38
35–44	47	85	33	34	67	28	28	40
45–54	49	83	39	37	57	19	29	34
55–64	49	77	26	30	46	19	18	25
65 lat i więcej	33	76	15	12	32	7	10	13

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszczała online w ciągu miesiąca przed badaniem niemal ponad jedna czwarta korzystających z internetu (27%, czyli 21% ogółu badanych). Odsetki te są obecnie niższe niż w ostatnich latach. Publikowanie takich materiałów częściej deklarują kobiety niż mężczyźni (33% wobec 20%). Sprzyja temu wyraźnie również młodszy wiek – wyróżniają się zwłaszcza dorośli mający poniżej 25 lat (47%), ale także od 25 do 34 lat (37%).

CBOS

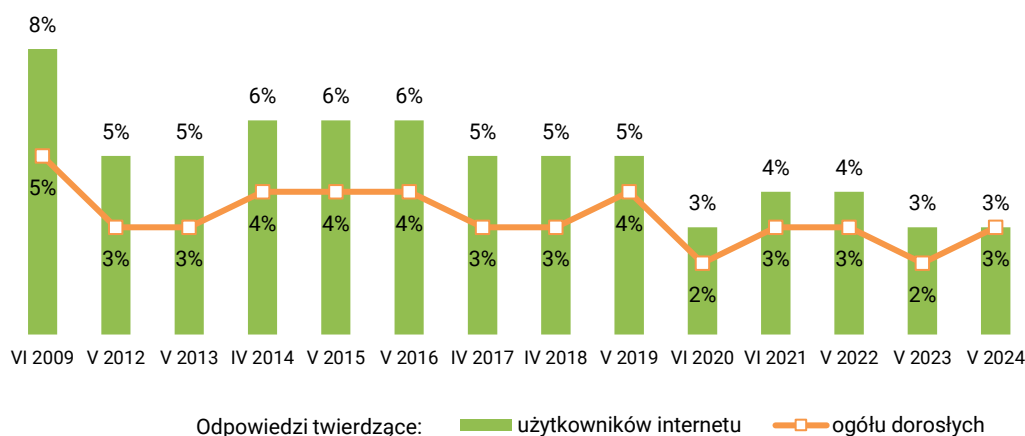
RYS. 16. Czy w ciągu ostatniego miesiąca zamieszczał(a) Pan(i) w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy?



Bloga, w tym także wideobloga, lub własną stronę prowadzi – niezmiennie – trzech na stu internautów (3%). Częściej są to mężczyźni niż kobiety (5% wobec 2%). Na tle innych wyróżniają się nieco pod tym względem użytkownicy mający od 25 do 34 lat (6%) i od 35 do 44 lat (5%). W większym stopniu są to też mieszkańcy dużych i największych miast (5%) i respondenci najlepiej wykształceni (7%).

CBOS

RYS. 17. 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 (82%), czyli niemal dwie trzecie ogółu dorosłych (63%). Z komunikatorów niemal powszechnie korzystają badani w wieku 18–24 lata (96%) i mający od 25

do 34 lat (95%), a także częściej niż przeciętnie osoby w wieku 35–44 lata (89%). Rozmowy telefoniczne przez internet prowadzi ponad dwie piąte użytkowników (45%), czyli więcej niż jedna trzecia ogółu dorosłych Polaków (35%). Wyróżniają się pod tym względem najmłodsi ankietowani (67%), mieszkańcy największych miast (61%), a także badani najlepiej wykształceni (57%). Udział w rozmowach wideo przez internet, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, brał w miesiącu poprzedzającym badanie co czwarty internauta (25%, tj. 20% ogółu badanych). W wideokonferencjach częściej brali udział użytkownicy internetu pracujący zarobkowo niż nieaktywni pod tym względem (31% wobec 13%), szczególnie często przedstawiciele takich grup zawodowych, jak kadra kierownicza i specjaliści (51%) oraz prywatni przedsiębiorcy (43%), a także – generalnie – badani mający wyższe wykształcenie (41%).

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
– 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
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53	59	61	63	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	45
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22	19	18	20	24	32	32	33	34	35
– 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
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22	26	30	27	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	15
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10	12	12	14	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
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	19	20	20

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

Ponad jedna trzecia użytkowników internetu (36%, czyli 27% ogółu ankietowanych) pisała w miesiącu poprzedzającym badanie na forach dyskusyjnych lub w serwisach społecznościowych. Najbardziej wyróżniają się pod tym względem badani w wieku 25–34 lata (50%) oraz użytkownicy

z największych miast (45%). Częściej są to respondenci o poglądach lewicowych niż prawicowych lub centrowych (43% wobec 33% i 32%).

Na tle innych aktywności niewielką popularnością cieszy się granie online w gry z innymi użytkownikami. W miesiącu poprzedzającym badanie w grach tego typu uczestniczyło 15% internautów (czyli 12% ogółu dorosłych). W gry online trzykrotnie częściej angażują się mężczyźni niż kobiety (23% wobec 8%). Jest to też domena najmłodszych użytkowników internetu (39%).

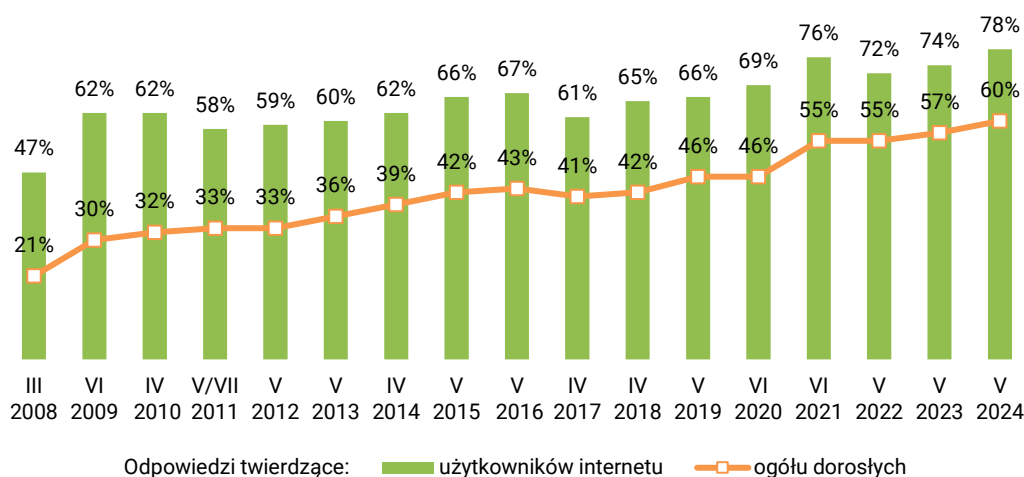
TABELA 6

Wiek użytkowników internetu	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				
Ogół	82	45	36	25	15
18–24 lata	96	67	38	32	39
25–34	95	51	50	34	18
35–44	89	44	40	33	17
45–54	80	42	35	24	7
55–64	71	41	26	12	5
65 lat i więcej	54	25	13	7	5

Obecność w jakimś serwisie społecznościowym deklaruje sześciu na dziesięciu Polaków (60%, tj. 78% użytkowników internetu) – najwięcej, odkąd to monitorujemy. Ogromna większość spośród nich (89%) korzystała z serwisu społecznościowego w miesiącu poprzedzającym badanie.

CBOS

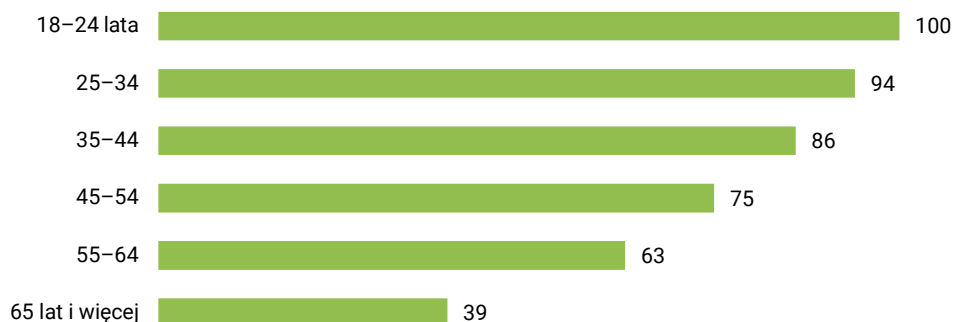
RYS. 18. Czy ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym, jak np. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, GoldenLine, LinkedIn lub podobnym?



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, mający 65 lat lub więcej.

CBOS

RYS. 19. Odsetki użytkowników internetu zarejestrowanych w serwisach społecznościowych wśród osób w wieku



Od kilku lat odsetek dorosłych korzystających regularnie z internetu utrzymuje się na poziomie 77%. Do wcześniejszego wzrostu liczby użytkowników, który rejestrowaliśmy najpierw w roku 2021, a następnie roku 2022, przyczyniła się prawdopodobnie w pewnym stopniu epidemia koronawirusa. Pozostawanie offline jest związane przede wszystkim ze starszym wiekiem i jednocześnie z niższym poziomem wykształcenia. W ostatnim roku zmienił się nieco styl korzystania z sieci – obecnie przeważają użytkownicy, którzy są stale obecni online, a nie tylko wchodzą do internetu w konkretnym celu. Jest to zwłaszcza charakterystyczne dla młodszych respondentów.

Od poprzedniego pomiaru wzrosła – do rekordowych rozmiarów – skala kupowania i sprzedawania przez internet. Do najczęściej (i coraz częściej) kupowanych w sieci rzeczy należą odzież i obuwie oraz kosmetyki. Bardzo dużą popularnością wśród Polaków cieszy się też bankowość internetowa. Znaczna większość będących online korzysta z jakiejś aplikacji do prowadzenia rozmów, a także ma konto w przynajmniej jednym serwisie społecznościowym. Dużej części Polaków internet służy do dowiadywania się o bieżących wydarzeniach – czy to poprzez portale informacyjne czy, rzadziej, internetowe wersje gazet lub czasopism. Do popularnych aktywności online zalicza się również oglądanie filmów i seriali oraz innych materiałów wideo. Obecnie internetowa widownia jest większa niż kiedykolwiek wcześniej.

Opracował

Michał Feliksiak