

## Korzystanie z internetu w 2026 roku

Opracowali  
Michał Feliksiak i Dominika Majchrzak

Znak jakości przyznany CBOS przez  
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku



Wyróżniająca Jakość Badań

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

- Ponad ośmiu na dziesięciu dorosłych Polaków (82%, wzrost o 3 punkty procentowe w stosunku do ubiegłego roku) regularnie korzysta z internetu. Sześciu na dziesięciu badanych (60%) ma konto w jakimś serwisie społecznościowym.
- Aktywność w sieci użytkowników internetu w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie przedstawia się następująco:
  - zakupy – 85%;
  - rozmawianie ze znajomymi przez komunikator – 85%;
  - bankowość internetowa – 83%;
  - czytanie tekstów na portalach informacyjnych – 81%, prasy online – 43%, blogów – 25%;
  - oglądanie materiałów wideo – 60%, streamów – 37%, wideoblogów – 31%;
  - korzystanie ze stron lub aplikacji dających dostęp do sztucznej inteligencji – 47%;
  - załatwianie spraw urzędowych – 41%;
  - pobieranie dostępnych za darmo multimediiów – 38%;
  - pisanie w serwisach społecznościowych i na forach – 32%;
  - korzystanie z treści dostępnych za opłatą – 28%;
  - słuchanie radia – 27%;
  - zamieszczanie własnych zdjęć i filmów – 26%;
  - udział w wideokonferencjach – 23%;
  - granie w gry z innymi użytkownikami – 16%.



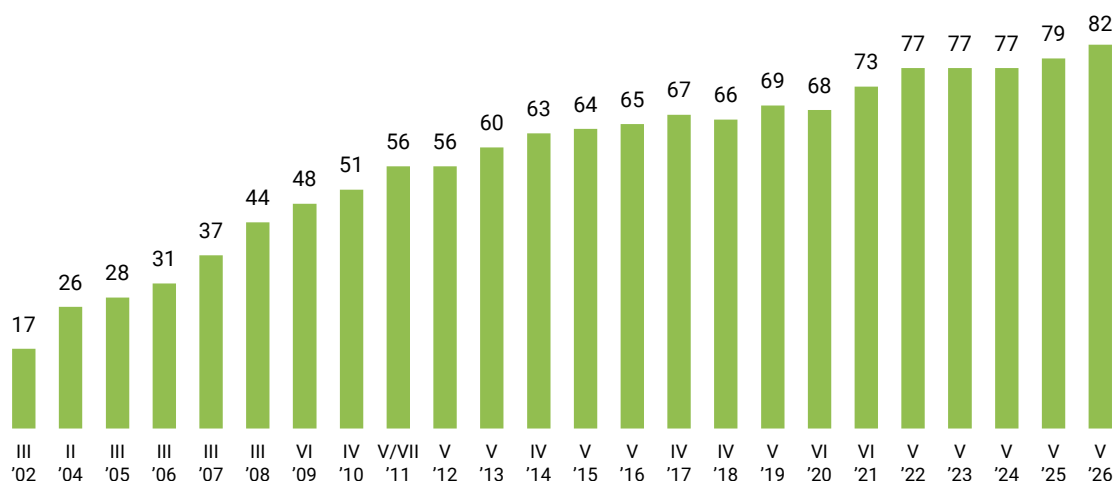
## ZASIĘG I SPOSÓB KORZYSTANIA Z INTERNETU

Obecnie<sup>1</sup> z internetu regularnie korzysta więcej niż czterech na pięciu dorosłych Polaków (82%). W ciągu ostatniego roku odsetek ten zwiększył się o 3 punkty procentowe i jest najwyższy spośród dotychczas zarejestrowanych.

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)?”

<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (433) 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.

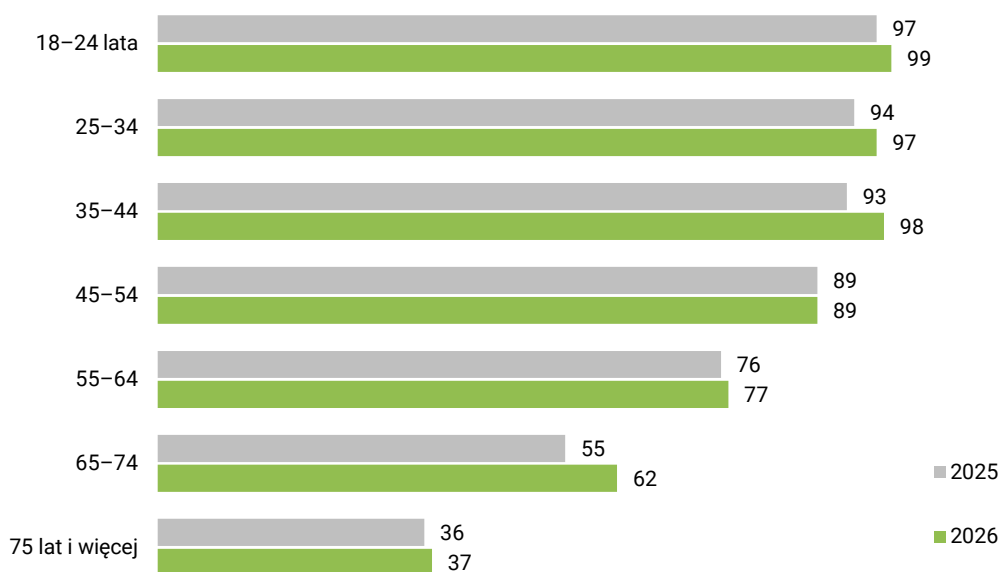
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 7 do 17 maja 2026 roku na próbie liczącej 1041 osób (w tym: 63,6% metodą CAPI, 19,4% – CATI i 17,0% – CAWI).

CBOS realizuje badania statutowe w ramach opisanej wyżej procedury od maja 2020 roku, w każdym przypadku podając proporcję wywiadów bezpośrednich, telefonicznych i internetowych.

Korzystanie z internetu jest w dużej mierze zależne do wieku i poziomu wykształcenia badanych. Wśród osób do 54 roku życia jest ono niemal stu procentowe. W grupie respondentów mających od 55 do 64 lat ponad trzy czwarte badanych regularnie korzysta z internetu. Wśród osób w wieku 65–74 lata jest to mniej więcej sześciu na dziesięciu pytanym (o 7 punktów procentowych więcej niż przed rokiem), a wśród najstarszych badanych (75+) – ponad jedna trzecia.

CBOS

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



Najmniej użytkowników internetu notujemy wśród badanych deklarujących wykształcenie podstawowe. Wśród osób z wyższym wykształceniem w zasadzie wszyscy są online.

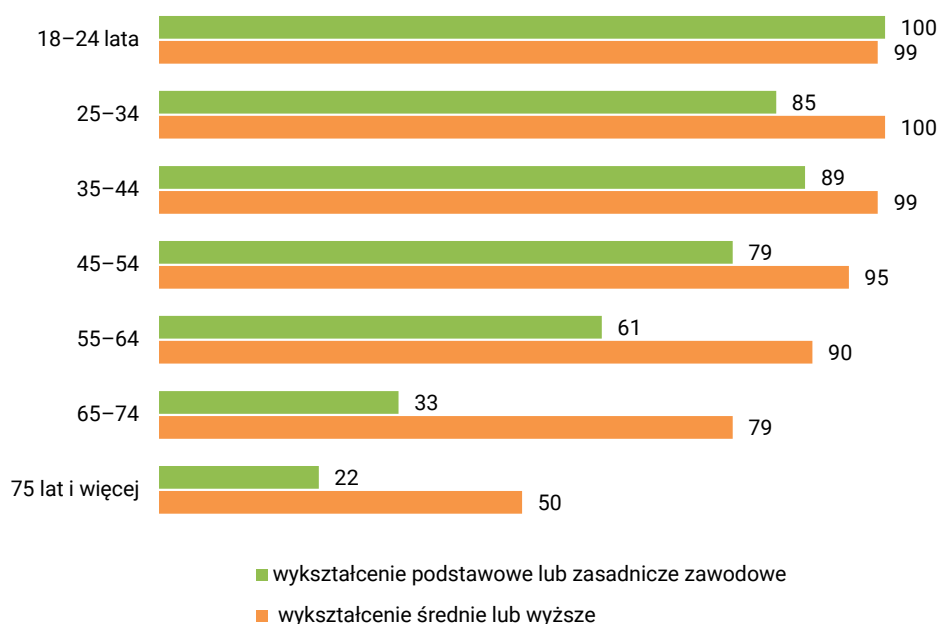
CBOS

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



Wykształcenie nie odgrywa roli w przypadku najmłodszej grupy wiekowej, w której niemal wszyscy badani deklarują, że korzystają z internetu. Natomiast im starsi są respondenci, tym bardziej wykształcenie przekłada się na ich obecność online, a najsilniej determinuje ono korzystanie z internetu w przypadku badanych mających co najmniej 65 lat.

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



Płeć odgrywa rolę w tym względzie w najstarszej grupie badanych. Wśród ankietowanych 75+ dysproporcja jest wyraźna: to mężczyźni korzystają z internetu częściej niż kobiety (44% wobec 33%). Wśród osób poniżej 75 roku życia skala obecności online w podziale na płeć jest zbliżona. Korzystanie z internetu jest też nieznacznie częstsze wśród mężczyzn w wieku 45–64 lata niż w analogicznej grupie kobiet. Wśród osób poniżej 45 roku życia różnice pod względem obecności online w podziale na płeć utrzymują się w granicach błędów pomiaru.

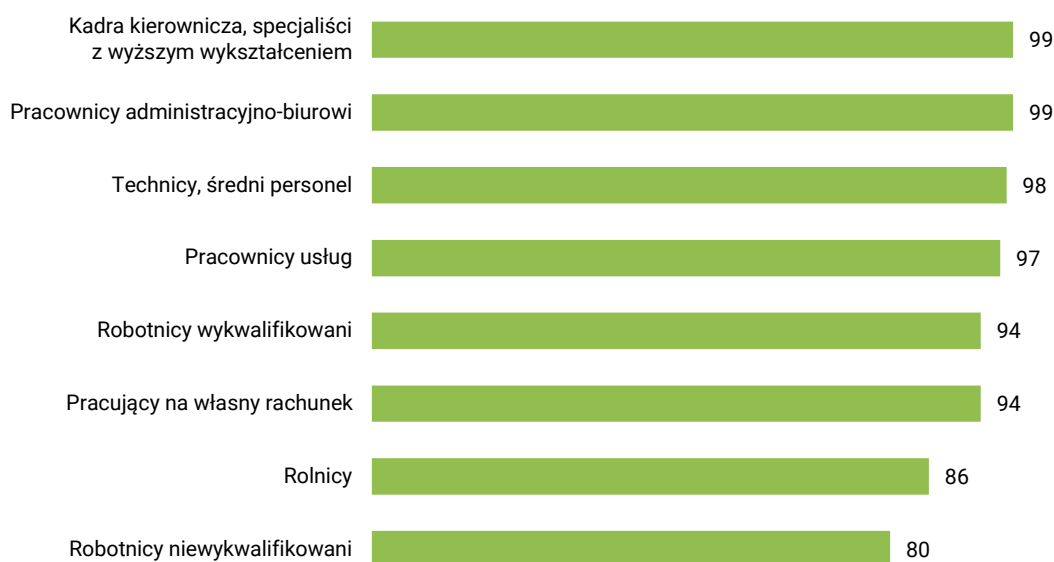
RYS. 5. Odsetki korzystających z internetu według wieku i płci



Korzystaniu z internetu sprzyja również aktywność zawodowa. Wśród niepracujących korzysta z niego 62% ankietowanych, a w przypadku osób pracujących – 96%. Wśród pracujących najmniejszą obecność online rejestrujemy w przypadku robotników niewykwalifikowanych (80%) oraz rolników (86%).

CBOS

RYS. 6. Odsetki korzystających z internetu w grupach zawodowych



Sytuacja materialna ma mniejsze znaczenie, jak chodzi o korzystanie z sieci, jednak dla niektórych respondentów może stanowić ona barierę w dostępie do internetu.

CBOS

RYS. 7. Odsetki korzystających z internetu wśród oceniających swoją sytuację materialną jako:



Relatywnie najmniej użytkowników internetu notujemy na wsi (76%), najwięcej zaś w miastach liczących co najmniej 20 tysięcy mieszkańców.

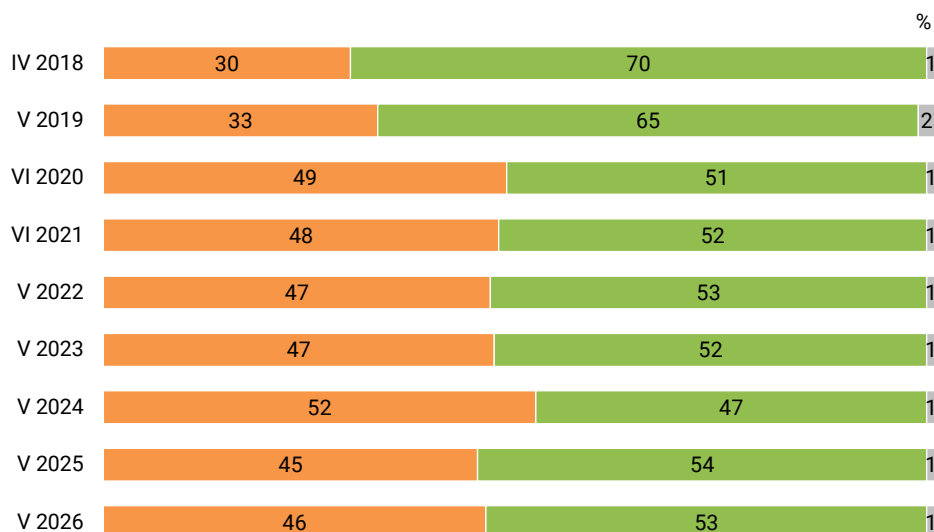
RYS. 8. Odsetki korzystających z internetu według wielkości miejsca zamieszkania



Ponad połowa użytkowników (53%) korzysta z internetu w taki sposób, że uruchamia aplikacje internetowe tylko wtedy, gdy chce coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś. Z kolei więcej niż dwie piąte (46%) deklaruje, że cały czas jest online – na bieżąco otrzymuje informacje i reaguje na wiadomości. W stosunku do poprzedniego pomiaru sprzed roku popularność tych dwóch stylów korzystania z sieci pozostaje stabilna.

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

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

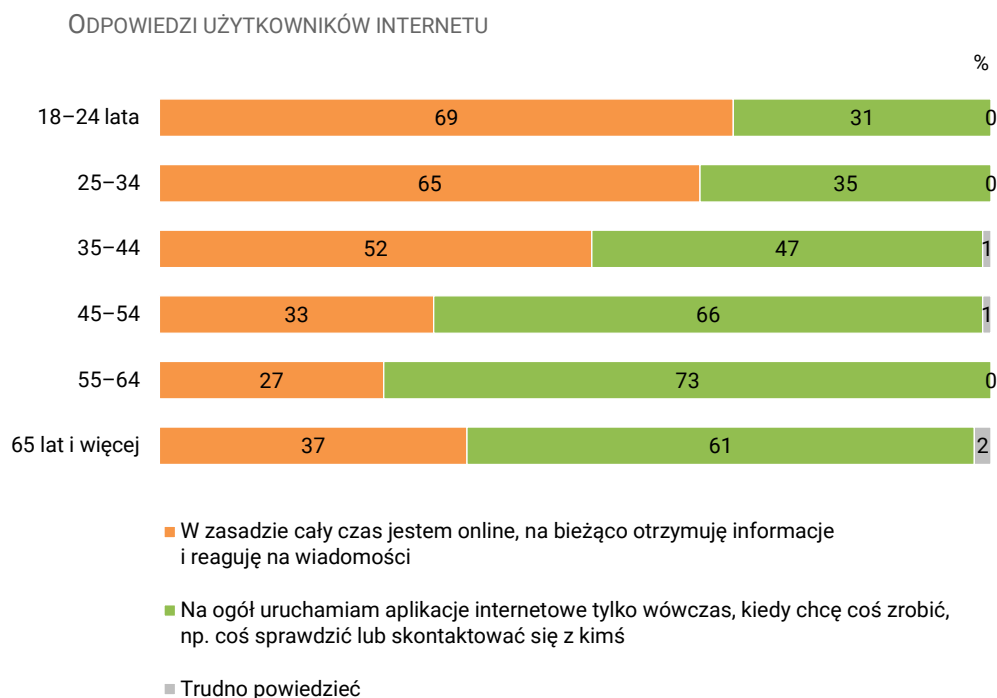


- W zasadzie cały czas jestem online, na bieżąco otrzymuję informacje i reaguję na wiadomości
- Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś
- Trudno powiedzieć

Na sposób korzystania z internetu wpływa w dużej mierze wiek. Wśród użytkowników mających co najmniej 45 lat przeważa celowy styl korzystania z internetu, służący wykonaniu konkretnego zadania, natomiast w grupach poniżej 45 roku życia, zwłaszcza wśród mających mniej niż 35 lat, częstsza jest stała obecność online.

CBOS

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



## AKTYWNOŚCI ONLINE

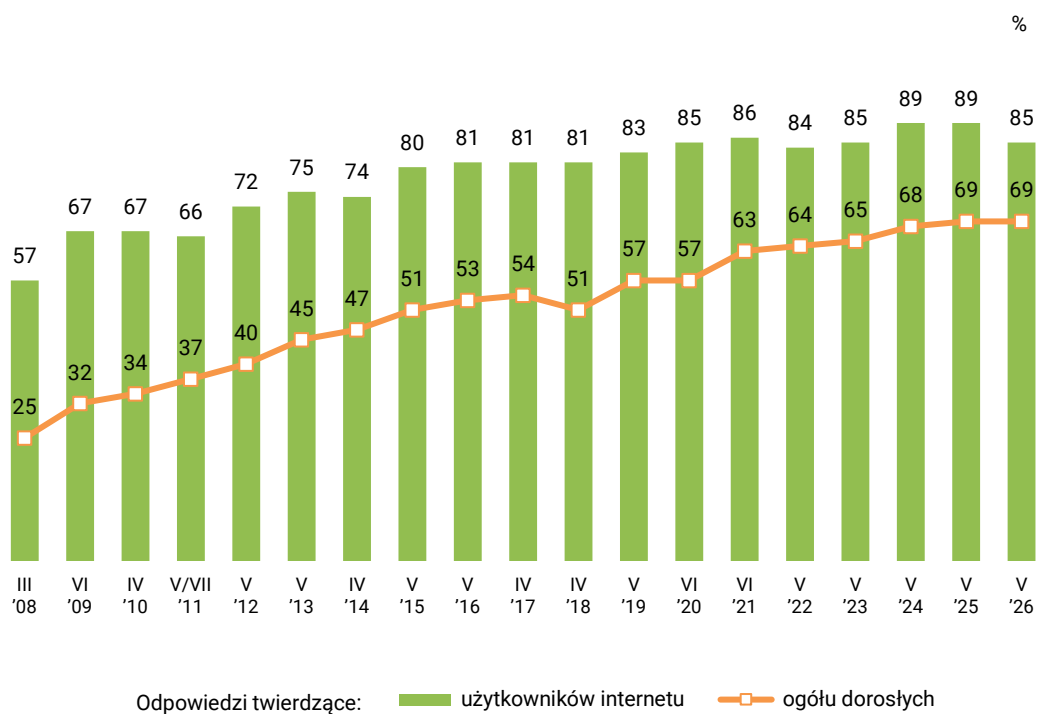
Ponad dwie trzecie dorosłych Polaków (69%, tj. 85% użytkowników internetu) – podobnie jak przed rokiem – deklaruje, że kupiło kiedyś coś przez internet. Około dwóch piątych ogółu badanych (40%, czyli 49% będących online) przynajmniej raz sprzedało coś w ten sposób.

Najwięcej osób kupujących przez internet jest wśród użytkowników poniżej 45 roku życia (18–24 lata – 98%, 24–34 lata – 96%, 35–44 lata – 94%), choć nawet wśród starszych respondentów co najmniej trzy piąte dokonało zakupów online. Najwyższe odsetki kupujących przez internet notujemy wśród mieszkańców największych miast (89%), osób z wykształceniem wyższym (96%) i badanych uzyskujących najwyższe dochody *per capita* (6000 zł lub więcej – 97%). Relatywnie rzadziej są to natomiast internauci z wykształceniem podstawowym (60%) lub zasadniczym zawodowym (67%), a także z najniższymi dochodami w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym (poniżej 2000 zł – 76%).

Osoby poniżej 45 roku życia częściej niż przeciętnie deklarują, że sprzedały coś przez internet (66–71%). Ponadto częściej są to badani mający wyższe wykształcenie (63%), uzyskujący dochody *per capita* wynoszące 4000 zł lub więcej (54%) oraz mieszkańcy najmniejszych miast (56%). Sprzedaży online częściej dokonywali mężczyźni (53%) niż kobiety (45%).

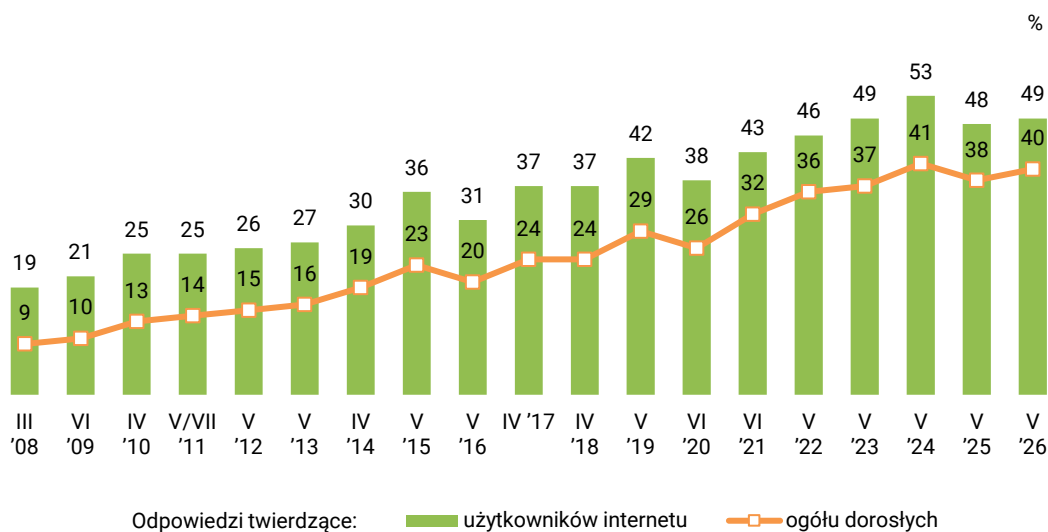
CBOS

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



CBOS

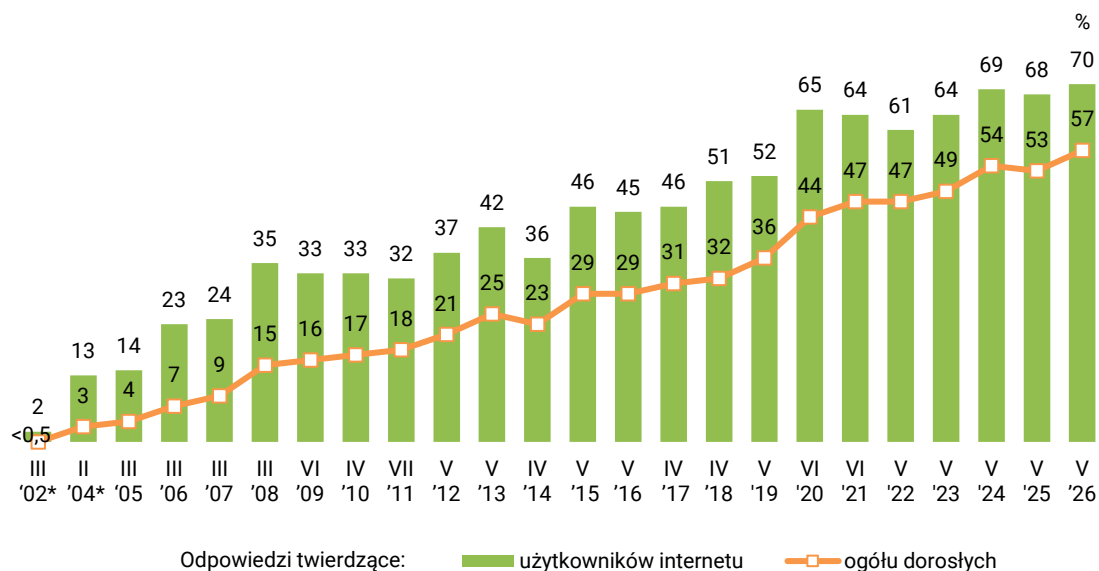
RYS. 12. Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?



W porównaniu z poprzednim pomiarem w niewielkim stopniu zwiększył się odsetek kupujących w internecie. W miesiącu poprzedzającym badanie w internecie zakupów dokonała ponad połowa Polaków (57%, tj. 70% użytkowników internetu).

CBOS

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



\* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Bardzo popularna jest bankowość internetowa. Korzysta z niej więcej niż czterech na pięciu użytkowników internetu (83%), co stanowi dwie trzecie ogółu dorosłych (67%). Z bankowości online częściej niż przeciętnie korzystają osoby poniżej 45 roku życia (89–92%), mieszkańcy dużych miast (od 100 tys. do 499 tys. mieszkańców – 90%), respondenci z wykształceniem wyższym (95%), o dochodach *per capita* wynoszących 3000 zł lub więcej (89–95%).

W porównaniu z rokiem poprzednim, odsetek osób pobierających darmowe programy, aplikacje, muzykę oraz filmy jest podobny (38% użytkowników internetu, czyli 31% ogółu badanych). Pliki i aplikacje pobierają najczęściej najmłodszy badani, w wieku od 18 do 24 lat (61%). Jest to także bardziej charakterystyczne dla mężczyzn niż kobiet (42% wobec 34%).

W ciągu ostatnich lat utrzymuje się stabilny odsetek osób korzystających z usług i treści dostępnych odpłatnie, takich jak prenumeraty prasy, dostęp do multimediiów, członkostwo w serwisach lub udział w grach. Z tego typu usług korzystała ponad jedna czwarta użytkowników internetu (28%, tj. 23% ogółu dorosłych). Wyróżniają się pod tym względem ludzie młodzi, zwłaszcza mający od 18 do 24 lat (59%). Z treści dostępnych za opłatą relatywnie często korzystają ankietowani z wykształceniem wyższym (41%), których dochody *per capita* przekraczają 6000 zł (47%). Z internetowych usług odpłatnych w większym stopniu korzystają mężczyźni niż kobiety (33% wobec 23%).

Sprawy urzędowe przez internet – w ciągu miesiąca przed badaniem – załatwiało dwie piąte użytkowników sieci (41%), tj. jedna trzecia ogółu Polaków (33%). Najczęściej są to osoby w wieku od

25 do 44 lat (48–53%), mieszkańcy największych miast (500 tys. mieszkańców lub więcej – 58%), badani mający wykształcenie wyższe (60%). W przypadku osób z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym aktywność ta była wyraźnie rzadsza (odpowiednio 2% i 22%).

Większa niż w ubiegłym roku jest skala korzystania ze stron lub aplikacji internetowych dających dostęp do sztucznej inteligencji. Internet do tego celu wykorzystywała niemal połowa użytkowników (47%, tj. 38% ogółu badanych). Przy korzystaniu z AI wyróżniają się najmłodsi internauci, mający od 18 do 24 lat (84%). Im starsi są badani, tym rzadziej korzystają ze sztucznej inteligencji, przy czym warto zauważyć, że nawet wśród osób mających 55 lat lub więcej odsetek używających AI obejmuje około jednej czwartej badanych (24–26%). Ponadto najczęściej z AI korzystają uczniowie i studenci (93%) oraz kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem (76%), rzadziej zaś – choć generalnie częściej niż przeciętnie – pracownicy usług (60%), pracownicy administracyjno-biurowi (59%), średni personel i technicy (55%) oraz pracujący na własny rachunek (52%).

**TABELA 1**

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	V '26
<b>– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet</b>																						
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59	63	69	66	66	66	73	79	80	79	81	83	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	67
<b>– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, aplikacje*, muzykę, filmy</b>																						
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30	28	25	23	25	26	25	27	26	29	38	38
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19	18	17	15	17	17	18	21	20	22	29	31
<b>– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały wideo, płatne członkostwo w serwisach, grach</b>																						
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10	12	8	9	13	15	20	25	27	28	29	29	28
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8	5	6	8	11	13	19	21	22	22	23	23
<b>– załatwiał(a) Pan(i) przez internet sprawy urzędowe</b>																						
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	45	38	44	41
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	34	29	34	33
<b>– korzystał(a) Pan(i) ze stron internetowych lub aplikacji dających dostęp do tzw. sztucznej inteligencji (AI), np. ChatGPT, Microsoft Copilot, Grok</b>																						
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	47
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	38

\* W tegorocznym badaniu dodano słowo „aplikacje”

W tegorocznym badaniu notujemy niewielki spadek czytelnictwa internetowych wersji gazet i czasopism. Internetową prasę w miesiącu poprzedzającym badanie czytało ponad dwie piąte użytkowników internetu (43%), czyli około jednej trzeciej ogółu Polaków (35%). Relatywnie częściej sięgały po nią osoby mające od 25 do 44 lat oraz internauci z wyższym wykształceniem (58%).

Treści w różnych portalach informacyjnych czyta czterech na pięciu użytkowników internetu (81%), co stanowi dwie trzecie ogółu dorosłych Polaków (66%). Wyróżniają się pod tym względem badani najmłodszy oraz najlepiej wykształceni (90%).

Co czwarty (25%) użytkownik internetu, tj. jedna piąta ogółu dorosłych (21%), czytał w miesiącu poprzedzającym badanie bloga. Pod tym względem wyróżniają się osoby w wieku od 25 do 34 lat (31%) oraz respondenci mający wyższe wykształcenie (30%).

Słuchający radia przez internet to ponad jedna czwarta użytkowników (27%), czyli więcej niż jedna piąta ogółu Polaków (22%). Pod względem słuchania radia online wyróżniają się badani od 35 do 44 lat (38%) oraz mający wykształcenie wyższe (35%).

Podobnie jak w roku poprzednim, trzech na pięciu (60%) użytkowników ogląda przez internet telewizję, filmy, seriale lub materiały wideo – jest to niemal połowa ogółu dorosłych Polaków (49%). Przez ostatnie trzy lata internetowa widownia utrzymuje się na niemal identycznym poziomie. Oglądanie online filmów i seriali jest częstsze niż przeciętnie wśród badanych poniżej 45 roku życia, szczególnie mających mniej niż 25 lat, oraz wśród respondentów najlepiej wykształconych (73%).

Oglądanie w miesiącu poprzedzającym badanie wideoblogów deklaruje jedna trzecia użytkowników internetu (31%), tj. 25% ogółu dorosłych. Oglądalność wideoblogów utrzymuje się na dość stabilnym poziomie. Relatywnie często widownią wideoblogów są osoby poniżej 35 roku życia oraz najlepiej wykształcone (37%).

Oglądanie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklaruje prawie dwie piąte będących online (37%), czyli blisko jedna trzecia ogółu badanych (30%). Widzów tzw. streamów jest relatywnie wielu wśród badanych poniżej 35 roku życia oraz wśród osób mających wyższe wykształcenie (44%).

TABELA 2

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	V '26
– 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	43
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35	33	32	33	-	34	36	37	41	37	37	35
– czytał(a) Pan(i) internetowe portale informacyjne																					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	83	82	83	80	83	81
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	63	64	62	64	66
– 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	27
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20	19	19	16	19	20	21	21	23	24	25	22
– 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	60
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32	30	34	33	38	38	41	44	44	47	48	49
– czytał(a) Pan(i) blogi																					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	39	28	29	30	30	34	33	31	30	29	33	30	30	30	31	27	25
Ogół dorosłych	-	-	-	-	20	15	17	18	19	21	22	21	19	20	22	22	23	23	24	21	21
– oglądał(a) Pan(i) vlogi (wideoblogi)																					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	28	26	27	31	28	31
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	20	20	21	24	22	25
– 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	37
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	18	25	28	27	27	27	30	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”

Wykonane przez siebie zdjęcia czy filmy w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie zamieściła w internecie niemal jedna czwarta korzystających z internetu (23%, czyli 18% ogółu badanych), co stanowi taki sam odsetek, jak w zeszłym roku. Takie zdjęcia częściej publikowały kobiety niż mężczyźni (26% wobec 19%). Istotne znaczenie ma w tym przypadku także wiek badanych – wykonane przez siebie zdjęcia czy filmy najczęściej publikowały osoby poniżej 35 roku życia.

CBOS

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

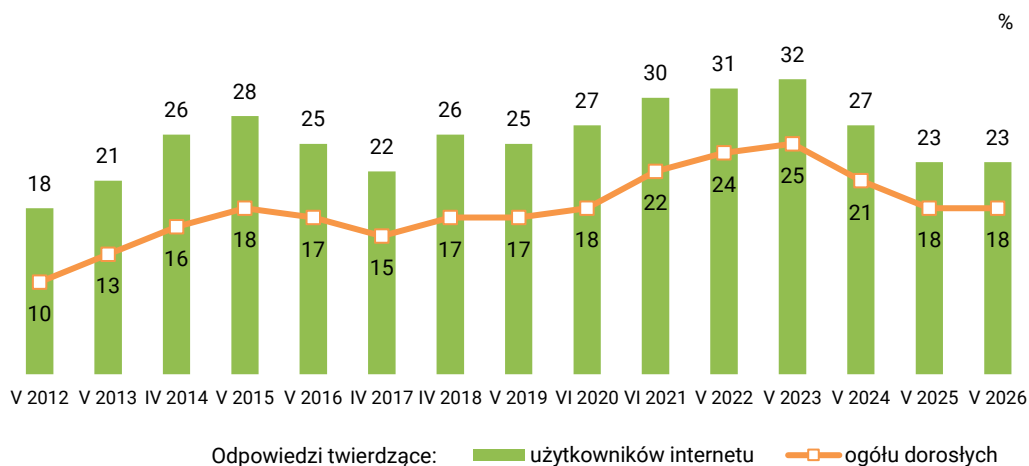


TABELA 3

Wiek użytkowników internetu	Użytkownicy internetu, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:							
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	czytali treści na portalach informacyjnych	czytali blogi	słuchali przez internet radio	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy	oglądali vlogi (wideo-blogi)	oglądali w internecie transmisje realizowane na żywo przez innych użytkowników
	w procentach							
Ogół	43	81	27	27	60	25	31	37
18–24 lata	33	86	28	13	88	38	55	65
25–34	49	83	31	34	78	41	48	55
35–44	47	83	25	38	72	21	32	38
45–54	39	80	26	28	51	16	25	31
55–64	42	75	22	22	41	17	16	23
65 lat i więcej	41	77	22	18	37	9	16	21

W miesiącu poprzedzającym badanie ze znajomymi przez komunikator rozmawiało ponad ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (85%), czyli niemal siedmiu na dziesięciu dorosłych (69%) – co jest najwyższym do tej pory wynikiem. Najbardziej wyróżniają się pod tym względem osoby poniżej 35 roku życia (94–99%).

Niemal jedna trzecia badanych internautów (32%, co stanowi 26% ogółu badanych) dokonała wpisów na forach, grupach dyskusyjnych czy stronach serwisów społecznościowych. Relatywnie często wpisów dokonywali dorośli w wieku od 25 do 34 lat (44%).

Granie online w gry z innymi użytkownikami cieszy się niewielką popularnością na tle innych aktywności. W miesiącu poprzedzającym badanie w grach tego typu uczestniczyło 16% internautów, co stanowi 13% ogółu dorosłych Polaków. Zdecydowanie jest to domena młodych ludzi, zwłaszcza mających od 18 do 24 lat. Ponad dwukrotnie częściej z gier online korzystają mężczyźni niż kobiety (22% wobec 9%).

Udział w internetowych wideorozmowach, w których uczestniczyło kilka lub wiele osób, w miesiącu poprzedzającym badanie brał niemal co czwarty użytkownik internetu (23%), czyli blisko co piąty Polak (18%). Częściej brały w nich udział osoby pracujące zarobkowo niż nieaktywni zawodowo (26% wobec 14%). Wyróżniają się pod tym względem również osoby mające wyższe wykształcenie (37%), kadra kierownicza i specjaliści (49%), a także – generalnie – internauci poniżej 35 roku życia.

TABELA 4

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	V '26
– 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	85
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34	37	26	43	51	53	59	61	63	63	65	69
– 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	36	38	35	36	29	32	
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21	20	22	20	22	22	26	30	27	27	23	26
– 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	16
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10	8	8	9	11	10	12	12	14	12	12	13
– 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	23
Ogół dorosłych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	20	19	20	20	20	18

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

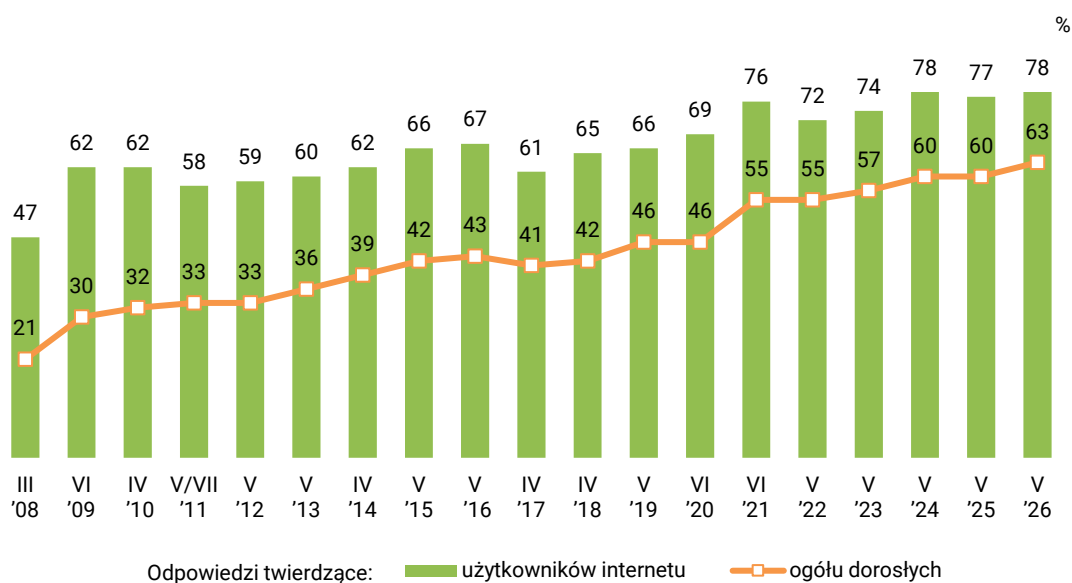
TABELA 5

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	85	32	23	16
18–24 lata	99	36	38	54
25–34	94	44	34	28
35–44	87	36	20	11
45–54	82	32	19	7
55–64	70	21	21	7
65 lat i więcej	80	18	11	5

Konto w jakimś serwisie społecznościowym ma niemal ośmiu na dziesięciu użytkowników internetu (78%, tj. 63% ogółu dorosłych). Przeglądanie serwisów społecznościowych w miesiącu poprzedzającym badanie deklaruje trzy czwarte użytkowników internetu, tj. 62% ogółu badanych. Zdecydowana większość posiadaczy kont w portalach społecznościowych korzystała z nich w miesiącu poprzedzającym badanie (91%). Zarówno rejestracja, jak i aktywność w serwisach społecznościowych jest bardziej charakterystyczna dla kobiet niż mężczyzn (odpowiednio 81% wobec 74% i 82% wobec 70%).

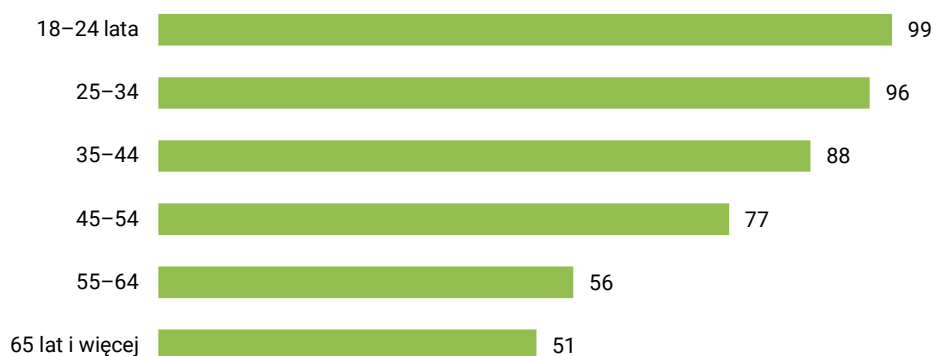
CBOS

RYS. 15. Czy ma Pan(i) konto w jakimś serwisie społecznościowym?



Najczęściej konta na platformach społecznościowych posiadają osoby mające mniej niż 45 lat, szczególnie badani poniżej 35 roku życia. Rzadziej niż przeciętnie są to natomiast internauci mający 55 lat lub więcej.

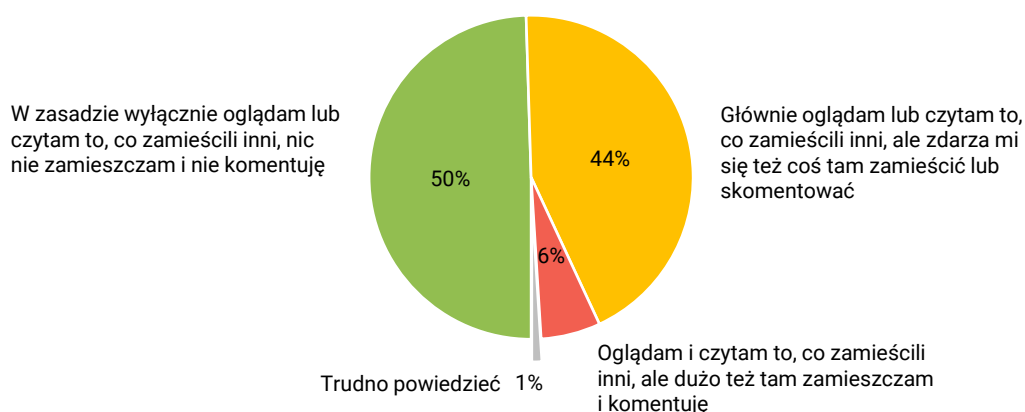
RYS. 16. Odsetki użytkowników internetu zarejestrowanych w serwisach społecznościowych wśród osób w wieku



Wśród użytkowników serwisów społecznościowych dominujące są dwa style korzystania z nich. Połowa pytaných (50%) deklaruje, że w zasadzie wyłącznie oglądają i czytają to, co zamieścili inni, a sami nic nie publikują. Ponad dwóm piątym (44%), obok przeglądania treści, zdarza się także samemu coś tam zamieszczać lub komentować. Z kolei sześciu na stu (6%) twierdzi, że w dużym stopniu tworzą treści w serwisach społecznościowych.

RYS. 17. Jak by Pan(i) ogólnie opisał(a) sposób, w jaki korzysta Pan(i) z serwisów społecznościowych?

UŻYTKOWNICY SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH



Bardziej aktywna obecność w serwisach społecznościowych charakteryzuje ich najmłodszych użytkowników, a także badanych mających od 25 do 34 lat, jak również osoby, które zadeklarowały, że ich styl korzystania z internetu opiera się na permanentnym byciu online. Z kolei pasywni użytkownicy mediów społecznościowych to w większym stopniu niż inni najstarsi badani (65+).

TABELA 6

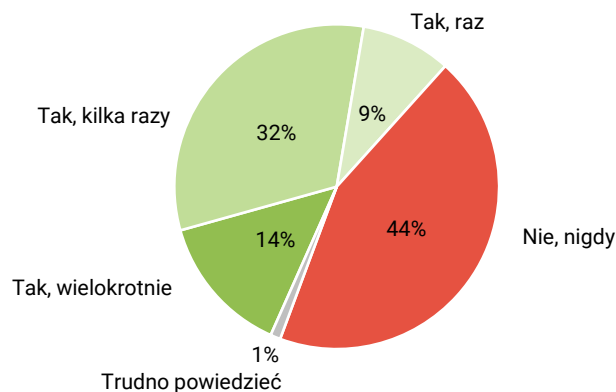
		Jak by Pan(i) ogólnie opisał(a) sposób, w jaki korzysta Pan(i) z serwisów społecznościowych?			
		W zasadzie wyłącznie oglądam lub czytam to, co zamieścili inni, nic nie zamieszczam i nie komentuję	Głównie oglądam lub czytam to, co zamieścili inni, ale zdarza mi się też coś tam zamieścić lub skomentować	Oglądam i czytam to, co zamieścili inni, ale dużo też tam zamieszczam i komentuję	Trudno powiedzieć
		w procentach			
Ogółem		50	44	6	1
Płeć	Mężczyźni	52	42	5	1
	Kobiety	48	45	6	1
Wiek	18–24 lata	47	43	10	0
	25–34	44	49	7	0
	35–44	50	46	4	1
	45–54	48	42	8	2
	55–64	52	40	8	0
	65 lat i więcej	65	33	0	1
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	47	44	9	0
	Na ogół uruchamiam aplikacje internetowe tylko wówczas, kiedy chcę coś zrobić, np. coś sprawdzić lub skontaktować się z kimś	53	44	2	1

W tegorocznym badaniu po raz pierwszy zapytaliśmy użytkowników internetu o udział w akcjach pomocowych, takich jak zbiórki pieniędzy, organizowane w internecie. Udział w takich akcjach deklaruje ponad połowa użytkowników internetu (55%, tj. 45% ogółu dorosłych badanych), w tym w jedna trzecia (32%) – więcej niż raz.

CBOS

RYS. 18. Czy uczestniczył(a) Pan(i) w jakiejś akcji pomocowej, np. zbiórce pieniędzy, organizowanej w internecie?

ODPOWIEDZI TWIERDZĄCE UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

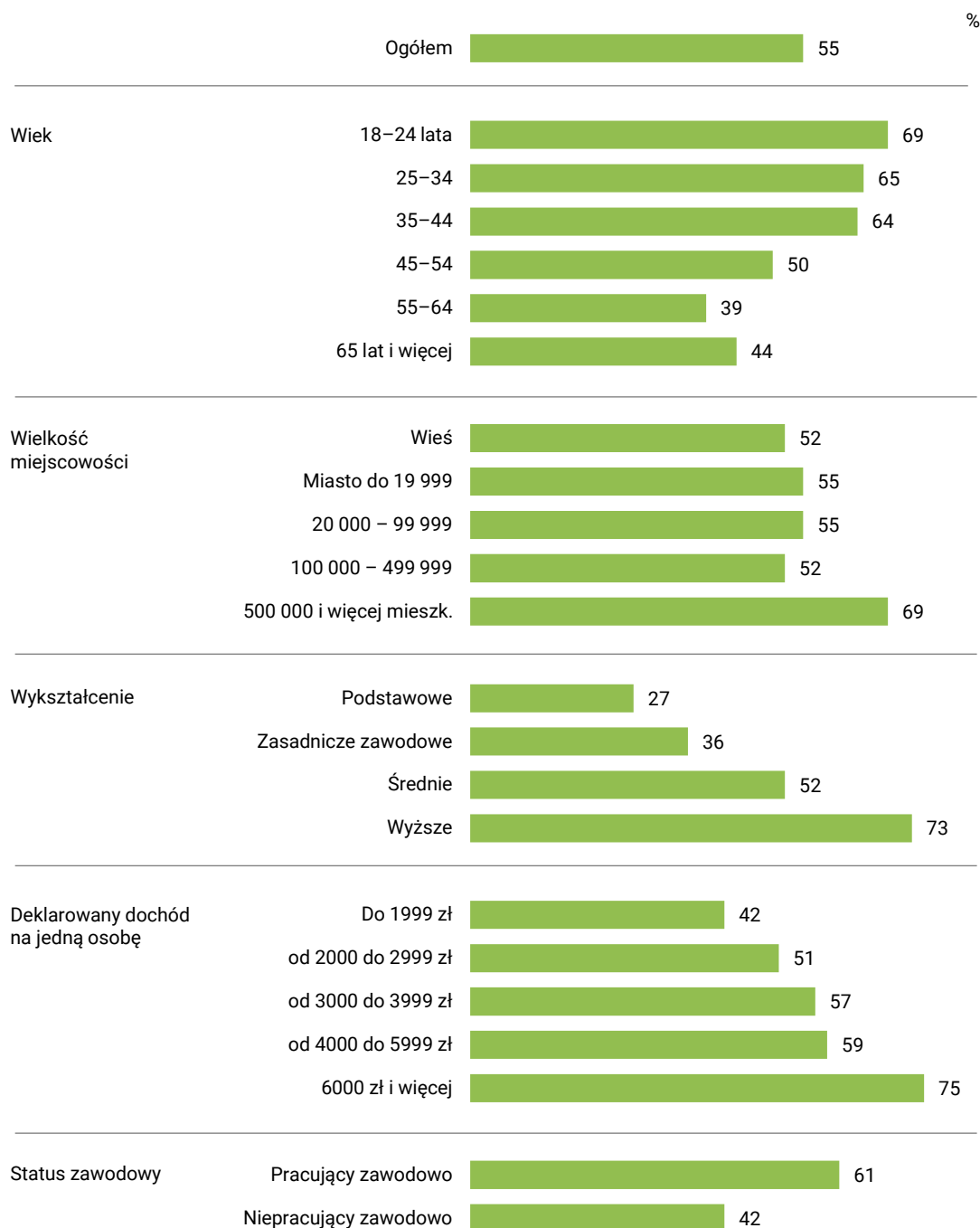


Zaangażowaniu w internetowe akcje pomocowe sprzyja młody wiek (poniżej 45 roku życia), zamieszkiwanie w największych miastach, a także wyższy status społeczno-ekonomiczny (wyższe wykształcenie i dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym, wynoszące co najmniej 6000 zł).

CBOS

RYS. 19. Czy uczestniczył(a) Pan(i) w jakiejś akcji pomocowej, np. zbiórce pieniędzy, organizowanej w internecie?

ODPOWIEDZI TWIERDZĄCE UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU





Po kilku latach bez większych zmian, obecnie – już drugi rok z kolei – notujemy w Polsce wzrost odsetka korzystających z internetu. Do regularnych użytkowników zalicza się teraz ponad ośmiu na dziesięciu badanych. W stosunku do ubiegłego roku najbardziej zwiększyło się grono internautów wśród osób starszych, mających od 65 do 74 lat. Większość aktywności online, o które pytamy, cechuje się dużą stabilnością. Sporą zmianą, którą niewątpliwie warto odnotować, jest wzrost popularności stron i aplikacji dających dostęp do AI, co świadczy o dużym zainteresowaniu tą technologią. Warto ponadto wspomnieć o mniejszych zmianach, które jednak przekładają się na rekordową skalę niektórych zachowań w sieci. Na tle wcześniejszych wyników badań najwyższe spośród dotychczas odnotowanych są obecnie odsetki Polaków, którzy w miesiącu poprzedzającym sondaż kupowali coś online, korzystali z bankowości internetowej, przeglądali treści na portalach informacyjnych, oglądali wideoblogi oraz filmy i seriale w sieci, a także rozmawiali przez komunikatory. Ponadto rekordowa jest teraz liczba dorosłych obecnych w serwisach społecznościowych.