

CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ

SEKRETARIAT
OŚRODEK INFORMACJI

629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04
693 - 46 - 92, 625 - 76 - 23

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24
00 - 503 W A R S Z A W A
TELEFAX 629 - 40 - 89

INTERNET

<http://www.cbos.pl>

E-mail: sekretariat@cbos.pl

BS/58/2008

POLACY W SIECI

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, KWIECIEŃ 2008

PRZEDRUK I ROZPOWSZECHNIANIE MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA

-
- » Większość dorosłych Polaków (57%) ma w swoim gospodarstwie domowym komputer osobisty. Od ubiegłego roku grupa ta zwiększyła się o 6 punktów procentowych. Dostęp do internetu ma w domu blisko połowa ogółu dorosłych (48%).
 - » Z internetu korzysta ponad dwie piąte ankietowanych (44%), czyli o 7 punktów procentowych więcej niż w marcu 2007 roku.
 - » W miesiącu poprzedzającym sondaż około dwóch piątych dorosłych Polaków (39%) używało e-maila. Co czwarty sprawdzał pocztę codziennie.
 - » Jedna piąta respondentów (21%), czyli blisko połowa internautów, zarejestrowała się w jakimś portalu społecznościowym (np. Nasza-klasa, MySpace lub podobnym). Najczęściej chcą oni odnawiać dawne znajomości, nawiązać kontakty, słuchać muzyki, oglądać filmy lub zdjęcia, czytać teksty. Korzystają z tych serwisów także w celach zawodowych.
 - » Od ubiegłego roku przybyło osób robiących zakupy przez internet. W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie 15% ogółu dorosłych kupiło coś w sieci. Najczęściej były to książki lub płyty, a także sprzęt elektroniczny oraz odzież i obuwie. Ogółem większość internautów kupiła coś za pośrednictwem internetu, natomiast co piąty coś sprzedał.
 - » Rośnie liczba połączeń telefonicznych za pośrednictwem sieci. Blisko dwie piąte dorosłych internautów (17% wszystkich respondentów) w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie prowadziło przez internet rozmowy telefoniczne korzystając z komunikatorów takich jak np. Skype.

Szybki i systematyczny rozwój internetu ma dwa wymiary: ilościowy i jakościowy. Z jednej strony obserwujemy wzrost liczby użytkowników i rozszerzanie się populacji internautów na grupy społeczne dotychczas nieobecne w sieci. Z drugiej strony poszerza się katalog działań, które można w sieci wykonywać. Stała się ona powszechnym kanałem dostępu do dóbr i usług, a także miejscem działalności artystycznej i dziennikarskiej. Szybko powiększają się społeczności wirtualne, a ich uczestnicy to już nie tylko młodzież.

Od pewnego czasu badamy regularnie zmiany w dostępie do sieci internetowej i korzystaniu z niej, a także formy tej aktywności. Analizując wyniki należy pamiętać, że internauci to zwykle ludzie młodzi, natomiast badanie zostało zrealizowane na próbie reprezentatywnej dla dorosłej ludności Polski¹. Nie opisuje ono zachowań wszystkich internautów, lecz jedynie tych, którzy ukończyli osiemnaście lat.

WYPOSAŻENIE GOSPODARSTW DOMOWYCH W KOMPUTERY I DOSTĘP DO INTERNETU

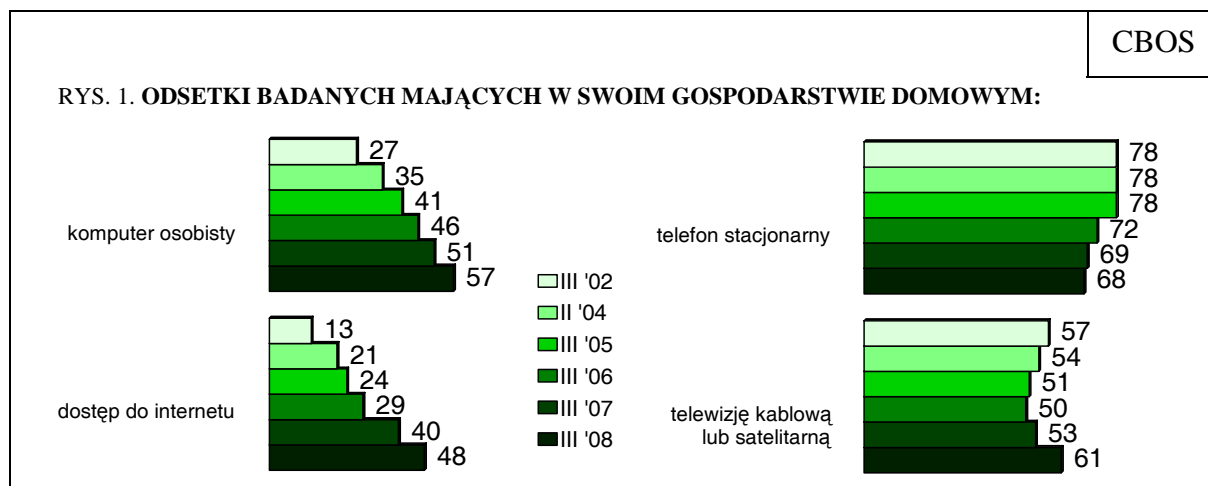
Większość dorosłych Polaków (57%) ma w domu komputer osobisty. Od ubiegłego roku grupa ta zwiększyła się o 6 punktów procentowych, a w ostatnich sześciu latach ich liczebność wzrosła ponad dwukrotnie.

Dostęp do internetu w gospodarstwie domowym ma niespełna połowa respondentów (48%). Mniej więcej co szósty komputer znajdujący się w domu nie ma połączenia z siecią. W ostatnim roku odsetek osób mogących korzystać z internetu w domu wzrósł o 8 punktów.

Ponad dwie trzecie ankietowanych (68%) ma w domu telefon stacjonarny. Od 2005 roku spada liczebność użytkowników takich telefonów. W tym roku, po raz pierwszy, więcej osób ma do użytku osobistego telefon komórkowy niż stacjonarny w miejscu zamieszkania.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (214) zrealizowano w dniach 7–10 marca 2008 roku na liczącej 1205 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

Większość respondentów (61%) ma w gospodarstwie domowym telewizję kablową lub satelitarną. Po kilku latach stagnacji w ciągu ostatniego roku dostęp do kanałów oferowanych przez sieci kablowe względnie dostawców TV satelitarnej wyraźnie się zwiększył.



Wyposażenie gospodarstw domowych w komputery i dostęp do internetu jest związane z wykształceniem i sytuacją materialną, a także wiekiem respondentów. Wraz ze wzrostem wykształcenia i poprawą warunków materialnych rośnie prawdopodobieństwo, że gospodarstwo domowe jest wyposażone w tego rodzaju urządzenia. Badani w wieku do 55 lat w przeciwieństwie do osób starszych w większości mają komputer i dostęp do internetu. Pewną rolę odgrywa też wielkość miejsca zamieszkania: w miastach, zwłaszcza dużych, dostęp jest lepszy niż na wsi.

Podobnie jest z wyposażeniem w telefony stacjonarne – jest ono nieznacznie lepsze w miastach dużych i średnich niż na wsi i w najmniejszych miastach.

Telewizja kablowa lub satelitarna jest znacznie bardziej rozpowszechniona w miastach (zwłaszcza największych) niż na wsi. Im wyższe wykształcenie i lepsze warunki materialne, tym większe prawdopodobieństwo, że mieszkanie respondenta jest w nią wyposażone.

Sposoby łączenia się z internetem

Najczęstszy kanał połączenia gospodarstwa domowego z internetem to stałe łącze obsługiwane przez firmę oferującą usługi telekomunikacyjne: 22% ogółu dorosłych, czyli blisko połowa internautów korzysta z tej formy dostępu. Badani rzadziej deklarują korzystanie ze stałego łącza obsługiwanego przez firmę oferującą telewizję kablową (7% ogółu dorosłych,

czyli 14% internautów). Dostęp wdzwaniany przez modem, za pośrednictwem linii telefonicznej, ma 6% dorosłych. Tyle samo osób (6% ogółu dorosłych) łączy się z internetem przez sieć lokalną lub korzysta z innych sposobów (np. przez łącze radiowe, satelitarne).

W ciągu ostatniego roku znacznie wzrosło znaczenie połączeń proponowanych przez firmy telekomunikacyjne, natomiast nie rozwijają się usługi oferowane przez sieci telewizji kablowej: użytkowników jest tyle samo co rok temu, czyli zmniejsza się ich proporcja wśród ogółu internautów. Połączenie wdzwaniane, jeszcze w 2004 roku najczęstszy sposób dostępu, obecnie traci na znaczeniu.

Tabela 1

W jaki sposób można połączyć się z internetem z Pana(i) gospodarstwa domowego?	Wskazania respondentów według terminów badań									
	II '04		III '05		III '06		III '07		III '08	
	procentowane do:									
	ogółu respondentów	mających dostęp do internetu w domu	ogółu respondentów	mających dostęp do internetu w domu	ogółu respondentów	mających dostęp do internetu w domu	ogółu respondentów	mających dostęp do internetu w domu	ogółu respondentów	mających dostęp do internetu w domu
Przez stałe łącze obsługiwane przez firmę oferującą usługi telekomunikacyjne	6	27	9	37	11	38	13	34	22	46
Przez stałe łącze obsługiwane przez firmę oferującą telewizję kablową	2	7	3	14	4	13	7	19	7	14
Przez połączenie wdzwaniane	10	48	6	26	5	19	7	18	6	12
Przez sieć lokalną (blokową, osiedlową)	2	11	3	11	4	15	6	16	6	12
W inny sposób (np. przez łącze radiowe, satelitarne)	1	4	2	6	3	10	4	9	6	12

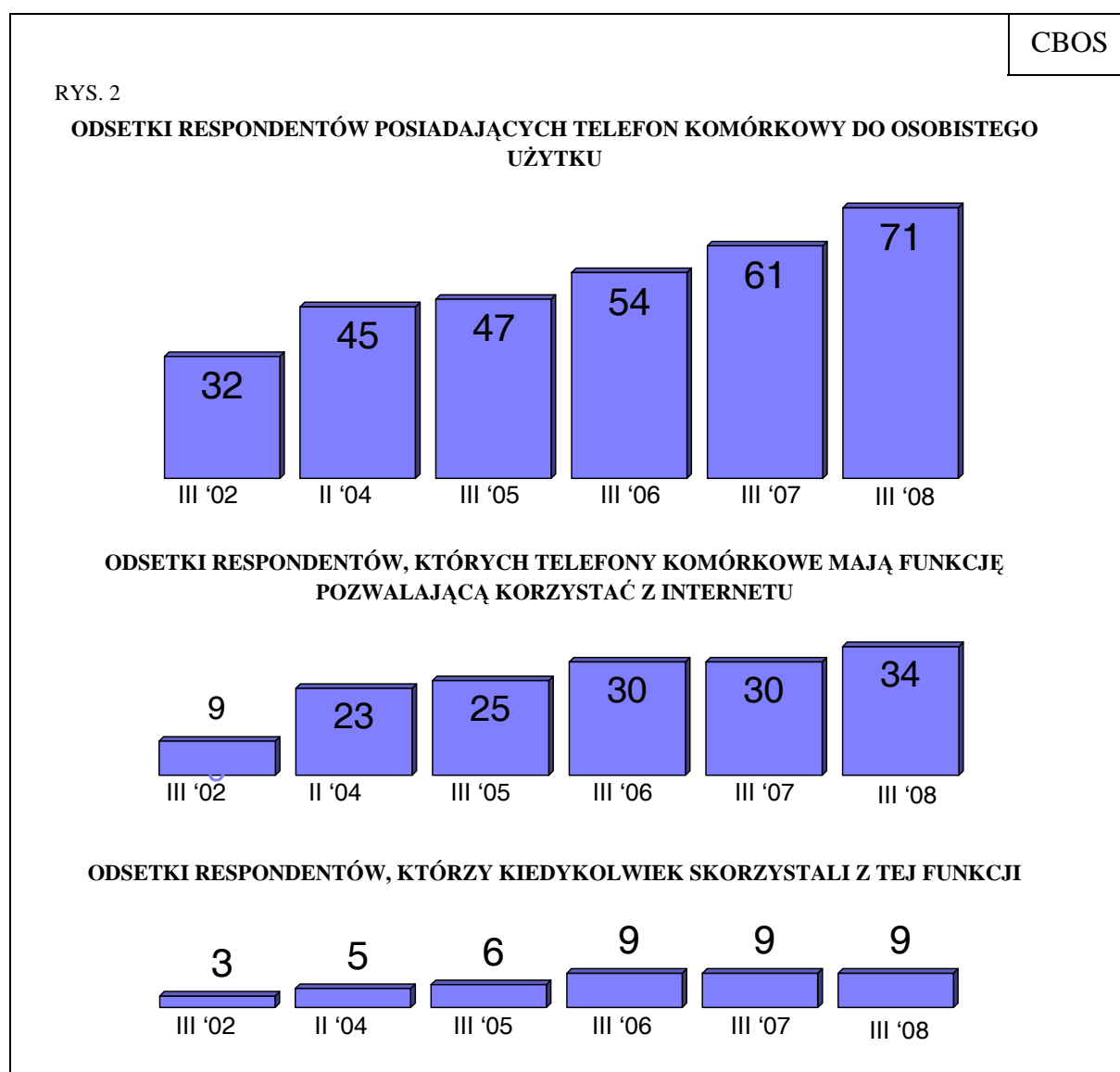
Pominięto „trudno powiedzieć”

Połączenie przez telefon komórkowy

Liczebność użytkowników telefonów komórkowych szybko rośnie, lecz nie zyskuje na popularności łączenie się z internetem przez telefon. Wyrażna większość dorosłych (71%) ma telefon komórkowy do osobistego użytku. W ciągu ostatniego roku odsetek użytkowników zwiększył się o 10 punktów i obecnie jest ich więcej niż mających telefon stacjonarny w domu. Około połowy użytkowników (34% ogółu) deklaruje, że ma telefon wyposażony

w funkcję pozwalającą na połączenie z internetem (w rzeczywistości może być ich więcej, bo niektórzy mogą nie wiedzieć o tej opcji). Jedynie nieliczni mający techniczną możliwość (9% ogółu) łączą się z internetem przez telefon. Od 2006 roku liczebność tej grupy się nie zmieniła.

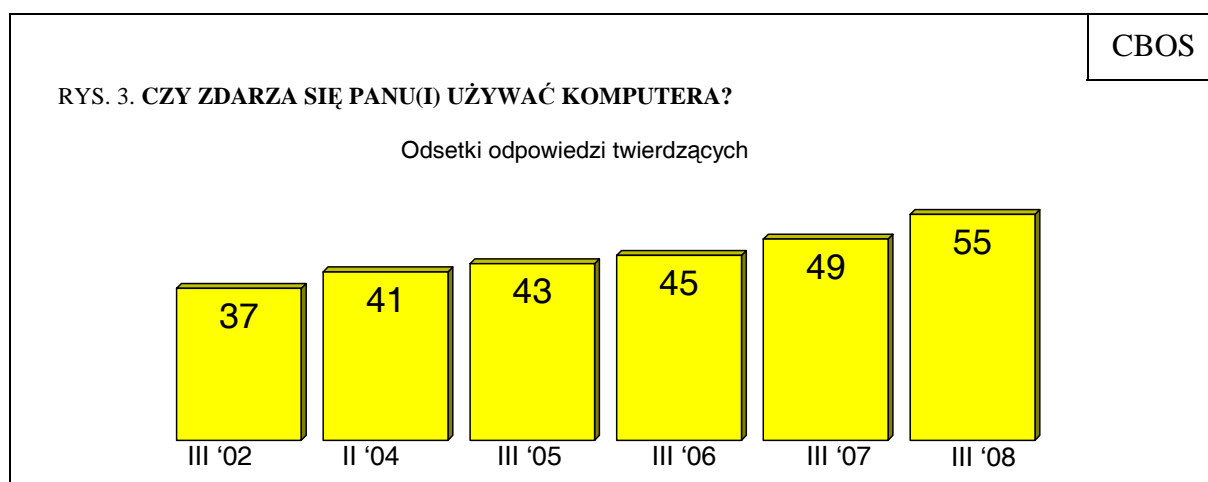
Warto zwrócić uwagę na związek wieku z korzystaniem z telefonu komórkowego. Zdecydowana większość osób młodych i w średnim wieku (do 54 lat) posługuje się takim telefonem. Wśród osób starszych (od 55 do 64 lat) jedynie około połowy korzysta z komórek, a wśród najstarszych – mniej więcej jedna czwarta.



Procentowanie do ogółu respondentów

KORZYSTANIE Z KOMPUTERÓW

Ponad połowa ankietowanych (55%) deklaruje, że zdarza im się w różnych miejscach używać komputera. Od ubiegłego roku liczba osób korzystających z tego urządzenia wzrosła o 6 punktów procentowych.



Prawie połowa respondentów (48%) korzysta z komputera **w domu**, z czego co trzeci (33%) używa go codziennie lub prawie codziennie. Jak podaliśmy wcześniej, 57% dorosłych Polaków ma dostęp do komputera w domu, a więc część z nich (9% ogółu) ma komputer w domu, lecz go nie używa. Dotyczy to zwłaszcza ankietowanych w wieku 35 lat i starszych. Wśród osób młodszych odsetek użytkowników jest wyższy niż odsetek posiadaczy komputera w domu (prawdopodobnie korzystają oni z komputera w pracy lub szkole), natomiast wśród tych, którzy ukończyli 34 lata, część ma dostęp do komputera w domu, lecz z niego nie korzysta. Można sądzić, że posługują się nim młodszy domownicy.

Niepełna jedna trzecia dorosłych Polaków (30%) używa komputera **w pracy** lub **w szkole** (na studiach itp.), natomiast co szósty (15%) – **gdzie indziej**, np. w kawiarence internetowej.

Tabela 2

Korzystanie z komputera	Odsetki użytkowników ogółem	W tym odsetki korzystających	
		codziennie lub prawie codziennie	kilka razy w tygodniu lub rzadziej
III '02			
W domu	21	10	11
W pracy lub w szkole	21	12	9
Gdzie indziej (np. w kafejce internetowej, u znajomych, w bibliotece)	15	1	14
II '04			
W domu	29	16	13
W pracy lub w szkole	24	15	9
Gdzie indziej (np. w kafejce internetowej, u znajomych, w bibliotece)	17	2	15
III '05			
W domu	31	18	13
W pracy lub w szkole	26	17	9
Gdzie indziej (np. w kafejce internetowej, u znajomych, w bibliotece)	16	2	14
III '06			
W domu	36	22	14
W pracy lub w szkole	27	17	10
Gdzie indziej (np. w kafejce internetowej, u znajomych, w bibliotece)	16	3	13
III '07			
W domu	41	25	16
W pracy lub w szkole	25	16	9
Gdzie indziej (np. w kafejce internetowej, u znajomych, w bibliotece)	16	2	14
III '08			
W domu	48	33	15
W pracy lub w szkole	30	20	10
Gdzie indziej (np. w kafejce internetowej, u znajomych, w bibliotece)	15	3	12

Procentowanie do ogółu respondentów. Pominięto „trudno powiedzieć”

KORZYSTANIE Z INTERNETU

Ponad dwie piąte dorosłych Polaków (44%) używa internetu. Od ostatniego roku liczebność tej grupy zwiększyła się o 7 punktów procentowych.

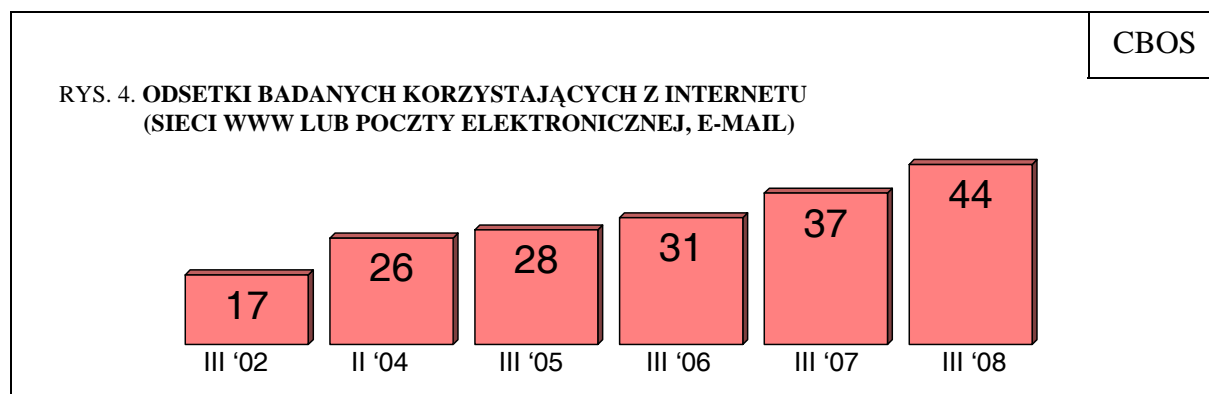
Korzystanie z internetu jest silnie uzależnione od takich cech społeczno-demograficznych, jak: wiek, wykształcenie, sytuacja materialna i miejsce zamieszkania.

Bardzo wyraźny jest wpływ wieku: najmłodsi respondenci w zdecydowanej większości korzystają z sieci, wśród najstarszych robią to tylko pojedyncze osoby. Wiek graniczny to 45 lat: wśród młodszych większość łączy się z siecią, wśród starszych – mniejszość.

Im lepsze wykształcenie, tym większe prawdopodobieństwo, że respondent korzysta z sieci. Osoby ze średnim i wyższym wykształceniem w większości są użytkownikami internetu, natomiast pozostali najczęściej nie mają z nim styczności.

Korzystanie z internetu jest związane z warunkami materialnymi gospodarstwa domowego respondenta – wśród osób określających je jako dobre większość zalicza się do internautów, wśród pozostałych – mniejszość.

Internautów jest proporcjonalnie znacznie więcej w miastach, zwłaszcza największych, niż na wsi.



W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie ponad dwie piąte respondentów (43%) przeglądało strony www, w tym 28% ankietowanych robiło to codziennie lub prawie codziennie. Nieznacznie mniej liczna grupa (39%) używała w minionym miesiącu e-maila. Codziennie sprawdzał pocztę elektroniczną co czwarty Polak.

Tabela 3

Korzystający z internetu w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie	Odsetki użytkowników ogółem	W tym odsetki korzystających	
		codziennie lub prawie codziennie	kilka razy w tygodniu lub rzadziej
III '02			
Przeglądający strony www	15	6	9
Sprawdzający pocztę elektroniczną	13	7	6
II '04			
Przeglądający strony www	25	9	16
Sprawdzający pocztę elektroniczną	20	10	10
III '05			
Przeglądający strony www	27	15	12
Sprawdzający pocztę elektroniczną	23	13	10
III '06			
Przeglądający strony www	30	17	13
Sprawdzający pocztę elektroniczną	25	16	9
III '07			
Przeglądający strony www	36	21	15
Sprawdzający pocztę elektroniczną	30	19	11
III '08			
Przeglądający strony www	43	28	15
Sprawdzający pocztę elektroniczną	39	25	14

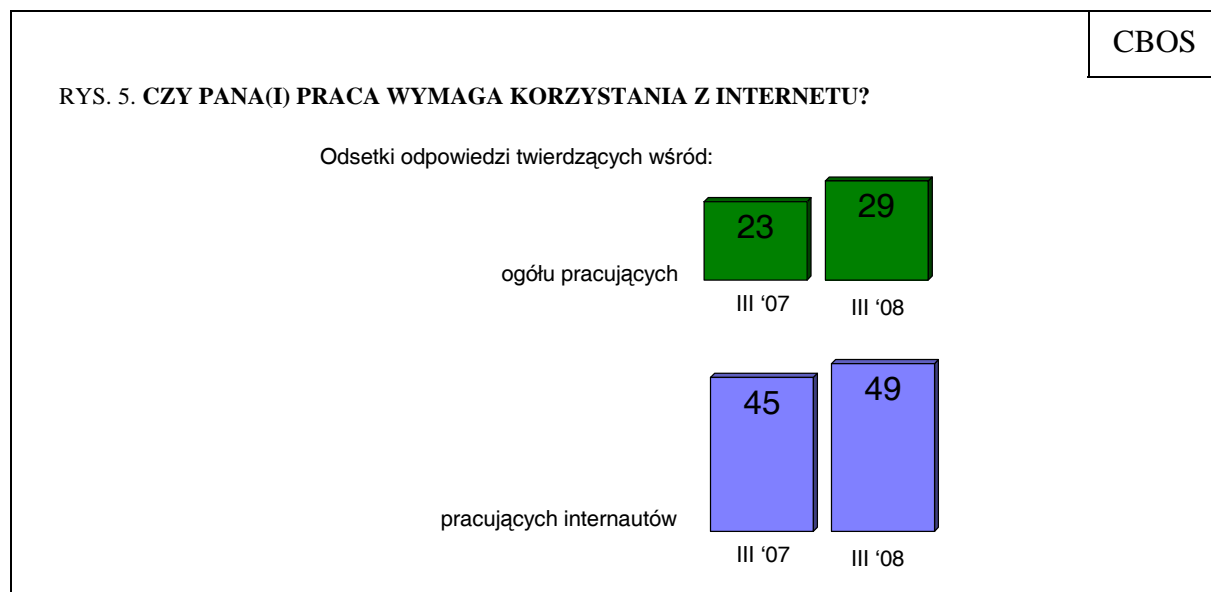
Procentowanie do ogółu respondentów. Pominięto „trudno powiedzieć”

Niemal wszyscy użytkownicy poczty elektronicznej (36% ogółu dorosłych) korzystają z niej w kontaktach prywatnych. W sprawach służbowych używa e-maila co trzeci internauta (16% ogółu). W ciągu ostatnich dwóch lat liczba ludzi posługujących się pocztą elektroniczną w pracy prawie się nie zmieniła.

Tabela 4

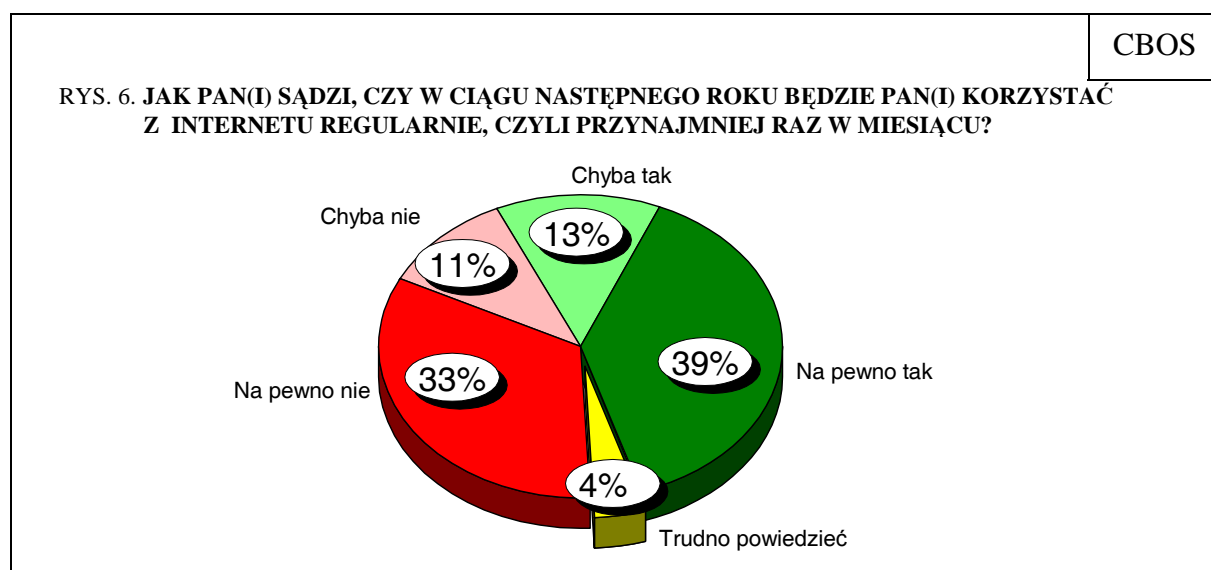
Korzystający z poczty elektronicznej:	Wskazania respondentów według terminów badań		
	III '06	III '07	III '08
	w procentach		
– w kontaktach służbowych	14	14	16
– w kontaktach prywatnych	22	28	36

Ponad jedna czwarta ogółu zatrudnionych ma pracę wymagającą dostępu do internetu. Wśród internautów połowa korzysta z sieci w celach zawodowych.

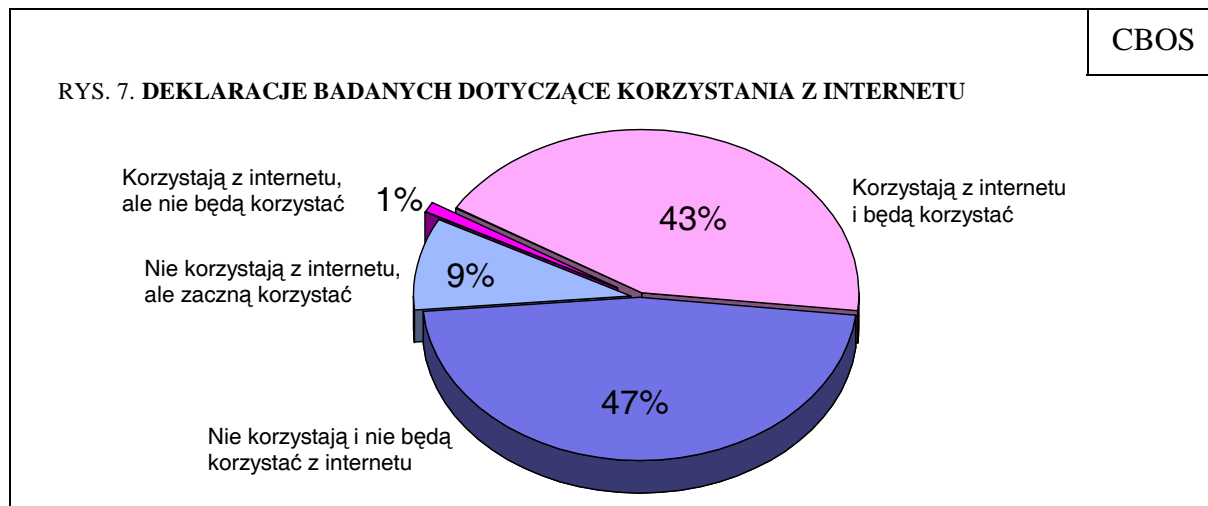


PERSPEKTYWY ROZWOJU INTERNETU

W celu oszacowania potencjału rozwoju internetu zapytaliśmy, czy w ciągu najbliższego roku respondenci będą korzystać z niego regularnie, czyli przynajmniej raz w miesiącu. Z uzyskanych deklaracji wynika, że za rok użytkownikiem internetu może być co drugi Polak (52%) – tylu respondentów przewiduje, że na pewno lub prawdopodobnie będą korzystać z sieci.



W przyszłym roku co jedenasty dorosły ma zamiar – według własnych deklaracji – być użytkownikiem sieci. Blisko połowa respondentów (47%) nie korzysta z internetu i nie zamierza tego robić w najbliższej przyszłości.

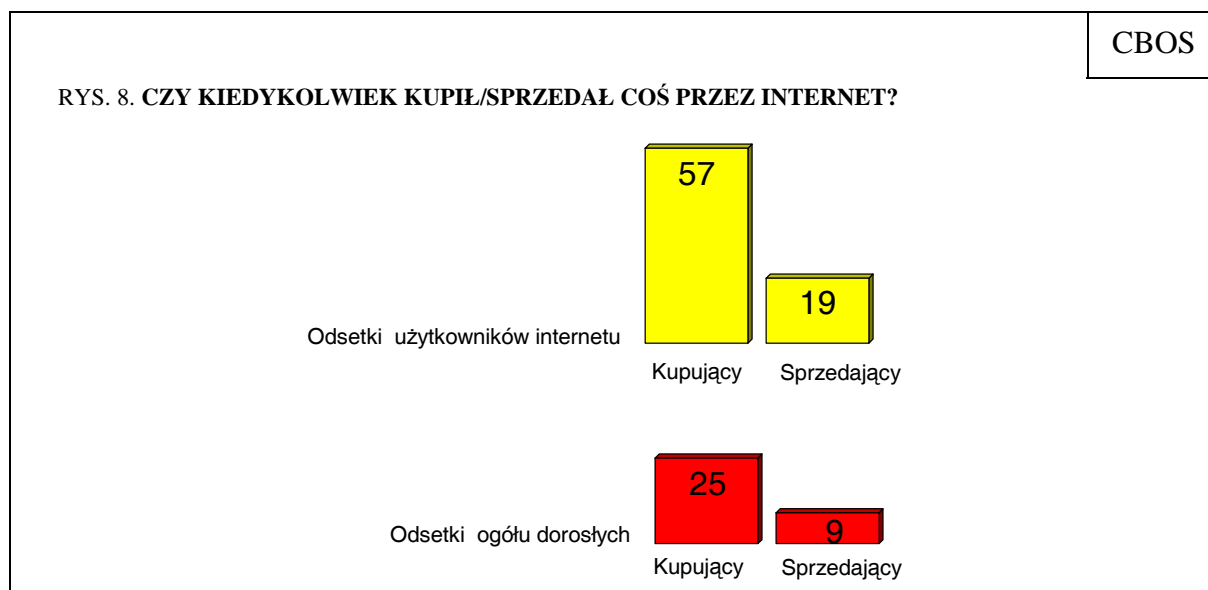


Internet jest już teraz wszechobecny w życiu ludzi młodych i dobrze wykształconych. Prawie wszyscy korzystają z sieci, a znacząca część spośród tych, którzy jeszcze nie łączą się z internetem, deklaruje, że wkrótce zaczną to robić. Wyraźny przyrost użytkowników jest możliwy wśród osób z wykształceniem średnim i zasadniczym zawodowym – co dziewiąta tak wyedukowana osoba twierdzi, że zaczną korzystać z zasobów sieci www. Osoby liczące 55 i więcej lat (są to relatywnie często respondenci najslabiej wykształceni) w zdecydowanej większości nie korzystają z internetu i nie zamierzają się tym zajmować.

CELE KORZYSTANIA Z INTERNETU

Internet jako kanał dystrybucji dla produktów i usług

Szybko zyskuje na znaczeniu rola komercyjna internetu. Sieć staje się ważnym kanałem obrotu towarami, przy czym użytkownicy często zarówno je kupują, jak i sprzedają. Jedna czwarta ogółu badanych deklaruje, że kupiła już coś przez internet, a co jedenasty – coś sprzedała. Spośród internautów większość dokonała zakupu tą drogą. Mężczyźni korzystający z internetu częściej niż internautki używają sieci do kupowania i sprzedawania towarów.



Spośród wszystkich kupujących wyodrębniliśmy grupę intensywnych użytkowników internetu. Są to osoby, które kupiły coś za pośrednictwem sieci w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie. Do tej grupy zalicza się co siódmy respondent, czyli mniej więcej co trzeci dorosły internauta. Liczebność osób robiących zakupy przez internet szybko rośnie.

Tabela 5

	Wskazania respondentów, którzy w ciągu miesiąca poprzedzającego sondaż kupili coś przez internet (według terminów badań)					
	III '02*	II '04*	III '05	III '06	III '07	III '08
	w procentach					
Użytkownicy internetu	2 (N=176)	13 (N=271)	14 (N=280)	23 (N=330)	24 (N=342)	35 (N=534)
Ogół dorosłych	poniżej 0,5	3	4	7	9	15

* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Najczęściej kupowano przez internet odzież lub obuwie, sprzęt elektroniczny (po 6% dorosłych), a także książki (5%). Rzadziej przedmiotem zakupu były płyty, artykuły dziecięce, programy komputerowe lub sprzęt komputerowy oraz akcesoria motoryzacyjne (po 2%). Nieliczni kupili bilety na samolot lub pociąg czy też sprzęt sportowy. Pozostałe towary (np. artykuły spożywcze, bilety do teatru, kosmetyki, sprzęt muzyczny) wymieniano sporadycznie.

Tabela 6

Zakupy dokonywane przez internet	Odsetki kupujących wśród	
	użytkowników internetu N=534	ogółu dorosłych
Odzież, obuwie	14	6
Sprzęt elektroniczny	13	6
Książki	11	5
Płyty	5	2
Zabawki, artykuły dziecięce	5	2
Programy komputerowe, sprzęt komputerowy	5	2
Części samochodowe, motoryzacyjne	4	2
Bilety na samolot lub pociąg	3	1
Sprzęt sportowy	2	1
Coś innego	8	4

Od ubiegłego roku wyraźnie wzrosła liczebność osób korzystających z usług bankowych dostępnych przez internet (z 11% do 17% ogółu dorosłych Polaków).

Darmowe programy, muzykę, filmy ściągała niemal jedna piąta ogółu respondentów (nie pytaliśmy, czy pobierano legalnie).

Osoby korzystające z treści dostępnych w sieci za opłatą (takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia) stanowią niewielką grupę, lecz ich liczebność ostatnio bardzo wzrosła. Co dwudziesty dorosły (5%) korzystał z treści płatnych w miesiącu poprzedzającym badanie.

Tabela 7

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących (według terminów badań)			
	III '05 (N=280)*	III '06 (N=330)*	III '07 (N=342)*	III '08 (N=534)*
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet?				
Użytkownicy internetu	21	33	31	38
Ogół dorosłych	6	10	11	17
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy?				
Użytkownicy internetu	40	45	43	40
Ogół dorosłych	11	14	16	18
– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia?				
Użytkownicy internetu	7	9	6	12
Ogół dorosłych	2	3	2	5

* W nawiasach – liczebności użytkowników internetu

Spoleczności wirtualne

Jedną z najszybciej rozwijających się form korzystania z internetu jest tworzenie wirtualnych społeczności. Uczestnicy serwisów społecznościowych nawiązują lub odnawiają kontakty, prezentują swoją twórczość, komentują wydarzenia, wymieniają informacje, prowadzą życie towarzyskie. Formy uczestnictwa w życiu wirtualnym stają się coraz bardziej zróżnicowane; dla wielu osób tego typu przeżywanie świata jest ciekawsze niż realne. Częściowo dzieje się tak dlatego, że społeczności wirtualne oferują dostęp do osób i form aktywności nieosiągalnych inaczej.

Środowiska wirtualne są zorientowane zarówno na organizację czasu wolnego, jak i na pracę zawodową. Coraz więcej internautów łączy się w społecznościach grupujących reprezentantów grup zawodowych. Za pomocą takich serwisów można szukać zatrudnienia i znaleźć pracownika, uczestnicy pomagają sobie w razie problemów z wykonaniem jakiegoś zadania, informują o ofertach pracy.

Mniej więcej jedna piąta wszystkich dorosłych, czyli blisko połowa internautów, zarejestrowała się w jakimś portalu społecznościowym (np. Nasza-klasa, MySpace, GoldenLine lub podobnym).

Niewątpliwie nowym jakościowo zjawiskiem jest duża liczba relatywnie starszych internautów korzystających z portali społecznościowych (np. posiadających profile na portalu Nasza-klasa). Choć udział relatywnie najczęściej deklarują młodszy internauci, również wśród użytkowników sieci w średnim wieku i starszych znacząca część zarejestrowała się w którychś z serwisów.

Tabela 8

Czy zarejestrował(a) się Pan(i) w jakimś portalu społecznościowym, np. Nasza-klasa, MySpace, GoldenLine lub podobnym?	III '08
	Odsetki odpowiedzi twierdzących
Użytkownicy internetu (N=534)	47
Ogół dorosłych	21

Uczestnicy portali społecznościowych najczęściej chcą odnawiać dawne znajomości. Cel taki podaje dwie piąte internautów, czyli blisko jedna piąta wszystkich dorosłych Polaków i prawie wszyscy należący do tych serwisów. O połowę mniej liczna grupa ma nadzieję na nawiązanie kontaktów towarzyskich. Osób deklarujących bierne uczestnictwo w działaniach

artystycznych (słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie) jest więcej niż uczestniczących aktywnie (zamieszczających zdjęcia, filmy, muzykę, własne teksty). Respondenci korzystają z serwisów również w celach zawodowych: co dwudziesty dorosły zapisał się, żeby szukać pracy, a nieznacznie mniej liczna grupa – żeby nawiązać znajomości zawodowe.

Tabela 9

Cele korzystania z portali społecznościowych	Odsetki korzystających wśród	
	użytkowników internetu	ogółu dorosłych
Odnowienie dawnych znajomości	40	18
Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów	27	12
Nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich	21	9
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów	18	8
Szukanie pracy	11	5
Nawiązanie znajomości zawodowych, biznesowych	9	4

Blisko jedna czwarta dorosłych internautów (10% ogółu respondentów) poznała kogoś przez internet. Osobiście spotkał się z osobą poznaną w ten sposób co dwudziesty respondent (5%). Znajomości za pośrednictwem sieci zawierają najczęściej najmłodszy ankietowani: dwie piąte internautów w wieku 18–24 lata poznało kogoś przez internet. Znacznie częściej nawiązują takie kontakty mężczyźni niż kobiety.

Tabela 10

Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących (według terminów badań)			
	III '05 (N=280)*	III '06 (N=330)*	III '07 (N=342)*	III '08 (N=534)*
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet?				
Użytkownicy internetu	23	25	25	23
Ogół dorosłych	6	8	9	10
– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście?				
Użytkownicy internetu	13	13	14	11
Ogół dorosłych	4	4	5	5

* W nawiasach – liczebności użytkowników internetu

Większość internautów kontaktuje się z innymi przez komunikatory takie jak Gadu-Gadu. W ciągu ostatniego miesiąca tą drogą rozmawiało z innymi dwie trzecie dorosłych użytkowników sieci (30% ogółu badanych).

Szybko rośnie korzystanie z połączeń telefonicznych za pośrednictwem sieci. Blisko dwie piąte dorosłych internautów (17% ogółu respondentów) w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie prowadziła przez internet rozmowy telefoniczne korzystając z komunikatorów takich jak np. Skype.

Jedna trzecia dorosłych użytkowników internetu (14% ogółu respondentów) zamieszczała posty na forach dyskusyjnych.

Tabela 11

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących (według terminów badań)			
	III '05 (N=280)*	III '06 (N=330)*	III '07 (N=342)*	III '08 (N=534)*
– rozmawiał(a) Pan(i) za znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, tlen?				
Użytkownicy internetu	57	63	65	68
Ogół dorosłych	16	19	24	30
– brał(a) pani udział w grupach, forach dyskusyjnych?				
Użytkownicy internetu	20	25	28	38
Ogół dorosłych	5	8	10	17
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez tlenofon, Skype)?				
Użytkownicy internetu	-	27	25	31
Ogół dorosłych	-	8	9	14

* W nawiasach – liczebności użytkowników internetu

Akty agresji

Agresję w internecie zdefiniowaliśmy szeroko – przyjęliśmy, że są to wszelkie niechciane propozycje, groźby i wyzwiska. Z tego rodzaju aktami spotkał się co jedenasty internauta (4% ogółu respondentów). Prawdopodobnie znaczna część tych kontaktów to agresywny lub obsceniczny w treści spam, niechciane listy elektroniczne zawierające zwykle oferty handlowe.

Tabela 12

Czy kiedykolwiek otrzymał(a) Pan(i) przez internet lub e-mail niechciane propozycje, był(a) obiektem gróźb lub wyzwisk?	III '08
	Odsetki odpowiedzi twierdzących
Użytkownicy internetu (N=534)	9
Ogół dorosłych	4

Internet jako kanał dostępu do tradycyjnych mass mediów

Media tradycyjne (prasa, radio i telewizja) wykorzystują internet jako kanał dostępu do swoich treści. Większość internautów (26% wszystkich dorosłych) czyta internetowe wersje gazet lub czasopism. Ponad jedna trzecia użytkowników internetu (16% respondentów) słucha w ten sposób radia, a mniej więcej co szósty (8% ogółu badanych) ogląda przez internet telewizję.

Tabela 13

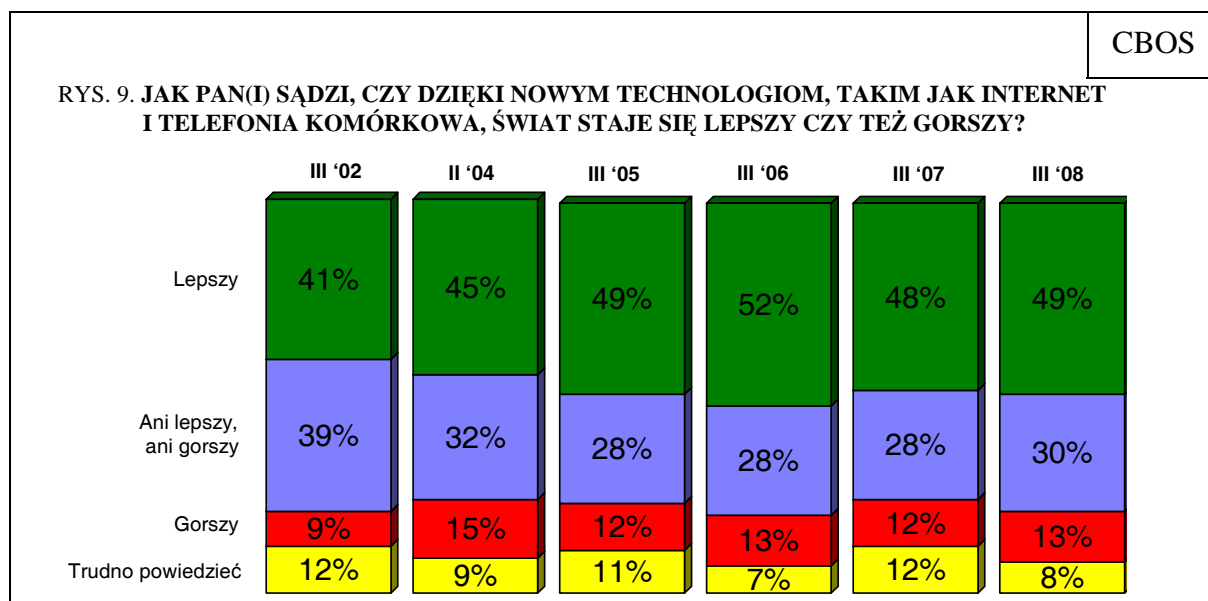
Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących (według terminów badań)		
	III '06 (N=330)*	III '07 (N=342)*	III '08 (N=534)*
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism? **			
Użytkownicy internetu	52	45	58
Ogół dorosłych	16	17	26
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia?			
Użytkownicy internetu	25	32	37
Ogół dorosłych	8	12	16
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję?			
Użytkownicy internetu	14	13	17
Ogół dorosłych	4	5	8

* W nawiasach – liczebności użytkowników internetu

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

OPINIE O ZNACZENIU NOWYCH TECHNOLOGII

Niemal połowa respondentów (49%) sądzi, że dzięki nowym technologiom, takim jak internet i telefonia komórkowa, świat staje się lepszy. Negatywne strony postępu w tej dziedzinie dostrzega 13% badanych, natomiast niespełna jedna trzecia wyraża opinię pośrednią: że świat nie staje się ani lepszy, ani gorszy. Od kilku lat opinie w tej sprawie są dość stabilne.



Korzystanie z nowych technologii sprzyja pozytywnej ocenie ich wpływu na świat. Większość użytkowników telefonów komórkowych, komputerów i internetu dostrzega w ich wprowadzeniu do użytku przede wszystkim pozytywne strony. Nieco rzadziej niż pozostali uważają oni, że z postępu technologicznym wiążą się głównie zagrożenia.

Tabela 14

Jak Pan(i) sądzi, czy dzięki nowym technologiom, takim jak internet i telefonia komórkowa, świat staje się lepszy czy też gorszy?	Odpowiedzi		
	użytkowników telefonów komórkowych	użytkowników komputera	korzystających z internetu
	w procentach		
Lepszy	57	59	59
Ani lepszy, ani gorszy	27	28	29
Gorszy	11	9	8
Trudno powiedzieć	5	5	5



Wyniki omawianego badania i analiza dotychczasowych tendencji pozwalają przypuszczać, że w najbliższych miesiącach liczba użytkowników internetu w Polsce przekroczy barierę 50% ogółu dorosłych. Jeżeli uwzględni się ogół Polaków (a więc także dzieci i młodzież), to być może bariera ta już została przekroczona: wśród młodych internet jest wszechobecny, używają go prawie wszyscy uczniowie i studenci. Rozszerza się korzystanie z sieci wśród osób w średnim wieku, natomiast najstarsi w dalszym ciągu są wyłączeni z tego obszaru aktywności.

Ostatni rok przyniósł wzrost popularności serwisów społecznościowych. Korzystają z nich przede wszystkim najmłodszy internauci, jednak często także użytkownicy w średnim wieku. Najczęściej służą one do odnowienia starych znajomości (rzadziej do nawiązania nowych), a także do oglądania filmów, zdjęć, czytania tekstów. Warto zwrócić uwagę na korzystanie z profesjonalnych serwisów społecznościowych: znaczące grupy ludzi nawiązują tą drogą kontakty zawodowe, szukają pracy.

Coraz częściej kupowane są i sprzedawane przez internet różne towary. Szczególnie szybki wzrost zakupów zanotowaliśmy w ciągu ostatniego roku. Większość internautów już coś kupiła za pośrednictwem sieci. Szybko zwiększa się liczebność użytkowników telefonii internetowej.

Opracował

Michał WENZEL