

BS/96/2009

KORZYSTANIE Z INTERNETU

- ▶ Większość Polaków ma w domu komputer (65%) i dostęp do internetu (56%). Od ubiegłego roku odsetek osób mogących korzystać z internetu w domu wzrósł o 8 punktów.

- ▶ Zyskuje na znaczeniu komercyjna rola internetu – szybko rośnie liczba osób, które kiedykolwiek kupiły coś za pośrednictwem serwisów internetowych. Co trzeci dorosły Polak (32%) deklaruje, że kupił coś przez internet, a co dziesiąty (10%) – że coś sprzedał. Najczęściej nabywano w ten sposób odzież lub obuwie, a także sprzęt elektroniczny i artykuły motoryzacyjne.

- ▶ Blisko co trzeci respondent (30%), czyli niemal dwie trzecie internautów, zarejestrował się w jakimś portalu społecznościowym (np. Nasza-klasa, Facebook, MySpace, GoldenLine lub podobnym). Od marca 2008 roku zanotowaliśmy 9-punktowy wzrost liczby użytkowników tych serwisów.

- ▶ Co piąty ankietowany (20%) w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie prowadził przez internet rozmowy korzystając z komunikatorów głosowych, takich jak np. Skype. Od ubiegłego roku przyrost liczebności tej grupy jest stosunkowo niewielki – o 3 punkty procentowe.

- ▶ Znacząca grupa internautów (21%, czyli co dziesiąty dorosły Polak) czyta blogi na tematy polityczne. Zarówno osoby o poglądach prawicowych, jak i lewicowych proporcjonalnie jednakowo często korzystają z treści tam dostępnych. Częściej czytają je mężczyźni niż kobiety. Do blogów niezwiązanych z polityką zagląda niemal dwukrotnie liczniejsza grupa respondentów (19% ogółu), jednakowo często mężczyźni i kobiety.

W naszych sondażach regularnie badamy środowisko internetowe. Mierzymy zarówno dostęp do sieci, jak i zakres korzystania z niej. Jednocześnie, wobec rosnącej różnorodności form korzystania z sieci i liczby aplikacji internetowych, staramy się uchwycić szybkość tych zmian. W miarę jak życie społeczne i gospodarcze przenosi się do sieci, coraz mniej istotny staje się podział na świat „wirtualny” i „realny”. Rzeczywistość internetu często nie zastępuje relacji w świecie poza siecią ani do nich nie prowadzi, lecz tworzy związki samoistne, poza internetem niemające racji bytu. Społeczności internetowe skupione wokół wspólnych zainteresowań czy celów nie są ograniczone geograficznie; często też niższe niż poza siecią są ekonomiczne bariery ich powstawania. Internet może się stać narzędziem emancypacji niektórych grup społecznych, np. młodych ludzi ze wsi i z małych miast.

Analizując opisywane wyniki należy pamiętać, że internauci to zwykle ludzie młodzi, natomiast badanie¹ zostało zrealizowane na próbie reprezentatywnej dla dorosłej ludności Polski. Nie opisuje ono zachowań wszystkich internautów, lecz jedynie tych, którzy ukończyli 18 lat².

WYPOSAŻENIE GOSPODARSTW DOMOWYCH W KOMPUTERY I DOSTĘP DO INTERNETU

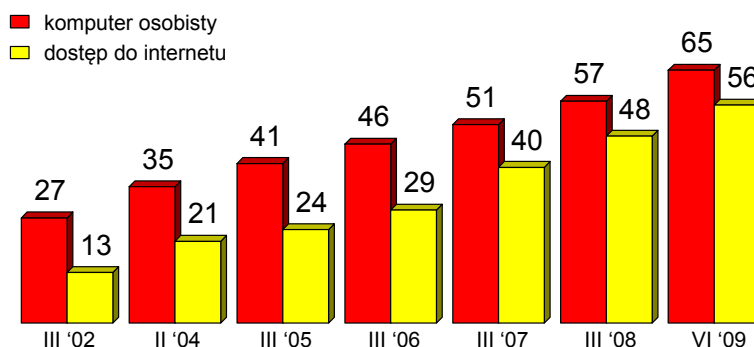
Większość dorosłych Polaków (65%) ma w domu komputer osobisty. Od ubiegłego roku grupa ta zwiększyła się o 8 punktów procentowych. W ostatnich latach obserwujemy systematyczny wzrost liczby gospodarstw domowych wyposażonych w komputer.

Dostęp do internetu w gospodarstwie domowym ma ponad połowa respondentów (56%). Mniej więcej co siódmy 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. Taki sam wzrost liczby gospodarstw z dostępem do internetu odnotowaliśmy w ubiegłym roku.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (229) przeprowadzono w dniach 28 maja – 2 czerwca 2009 roku na liczącej 1038 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych Polaków.

² Wkrótce ukaze się komunikat CBOS na temat zagrożeń w internecie.

RYS. 1. ODSETKI BADANYCH MAJĄCYCH W SWOIM GOSPODARSTWIE DOMOWYM:



Wyposażenie gospodarstw domowych w komputery i dostęp do internetu jest związane z wykształceniem i sytuacją materialną, a także wiekiem respondentów (zob. tabele aneksowe). Wraz ze wzrostem wykształcenia i poprawą warunków materialnych rośnie prawdopodobieństwo, że w gospodarstwie domowym są tego rodzaju urządzenia. Badani, którzy nie ukończyli 55 lat, w przeciwieństwie do osób starszych w większości mają zarówno komputer, jak i dostęp do sieci. Spośród respondentów najstarszych tylko co piąty ma dostęp do internetu.

Zauważalne w tym względzie są wyraźne różnice między miastem a wsią. Na wsi dostęp do sieci ma niespełna połowa badanych (46%), natomiast w miastach, niezależnie od wielkości, większość (62%).

KORZYSTANIE Z INTERNETU

Blisko połowa ankietowanych (48%) deklaruje, że używa internetu przynajmniej raz w tygodniu. Z naszych danych³ wynika, że w najmłodszych grupach wiekowych korzystanie z sieci jest powszechne. Jeżeli więc weźmiemy pod uwagę ogół Polaków (a nie tylko osoby dorosłe), możemy stwierdzić, że z internetu korzysta większość społeczeństwa.

³ Zob. komunikat CBOS „Zagrożenia w internecie”, wrzesień 2008.

RYS. 2. CZY KORZYSTA PAN(I) Z INTERNETU (SIECI WWW, POCZTY E-MAIL, KOMUNIKATORA INTERNETOWEGO ITP.) PRZYNAJMNIEJ RAZ W TYGODNIU?

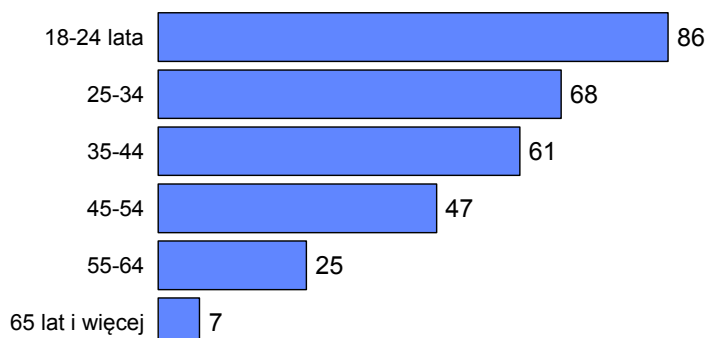


W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, E-mail)?”

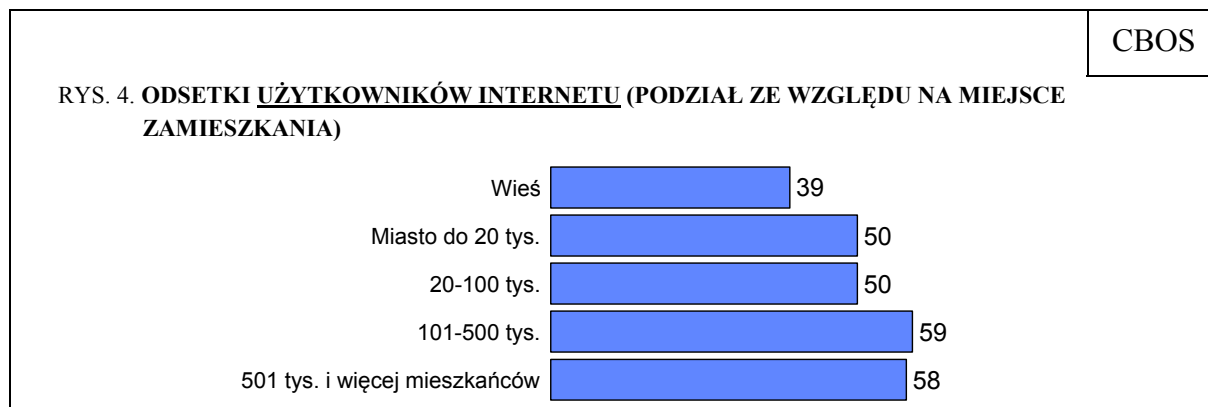
Korzystanie z internetu jest silnie uzależnione od takich cech społeczno-demograficznych, jak: wiek, wykształcenie, sytuacja materialna i miejsce zamieszkania.

Wpływ wieku jest bardzo wyraźny. Najmłodszy respondenci w zdecydowanej większości korzystają z sieci, wśród najstarszych są to tylko pojedyncze osoby. Wiek graniczny to 45 lat: wśród osób młodszych większość łączy się z siecią, wśród starszych – mniejszość. Najstarsi badani korzystają z sieci jedynie sporadycznie. **Mniej niż połowa osób w wieku 65 lat i starszych, mających dostęp do internetu w gospodarstwie domowym, korzysta z możliwości łączenia się z siecią.**

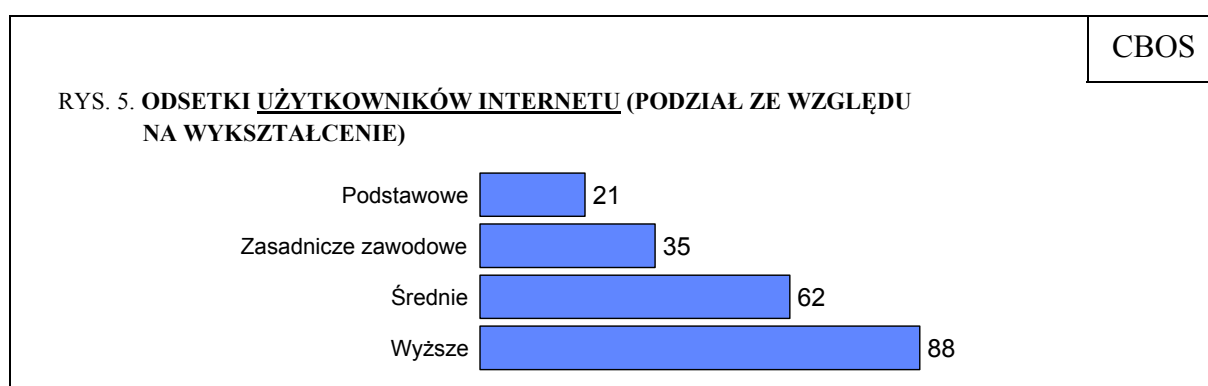
RYS. 3. ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA WIEK)



W miastach, zwłaszcza największych, jest proporcjonalnie znacznie więcej internautów niż na wsi. Korzystanie z internetu deklaruje większość mieszkańców miast powyżej 100 tys. ludności.



Im lepsze wykształcenie, tym większe prawdopodobieństwo, że respondent korzysta z sieci. Osoby mające wykształcenie zasadnicze zawodowe i podstawowe w większości nie mają styczności z internetem.

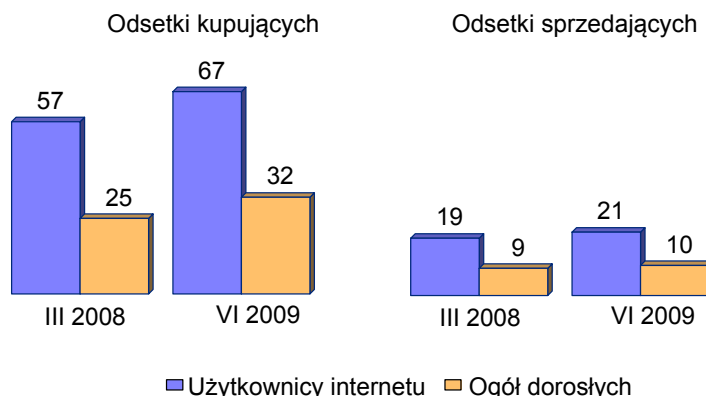


CELE KORZYSTANIA Z INTERNETU

INTERNET JAKO KANAŁ DYSTRYBUCJI DLA PRODUKTÓW I USŁUG

Komercyjna rola internetu zyskuje na znaczeniu – szybko rośnie liczba osób, które kiedykolwiek kupiły coś za pośrednictwem serwisów internetowych. Co trzeci dorosły Polak deklaruje, że kupił coś przez internet, a co dziesiąty – że coś sprzedał. Spośród internautów większość dokonała zakupu tą drogą. Mężczyźni częściej niż kobiety twierdzą, że kupili coś przez internet lub sprzedali.

RYS. 6. CZY KIEDYKOLWIEK KUPIŁ(A)/SPRZEDAŁ(A) PAN(I) COŚ PRZEZ INTERNET?



Spośród wszystkich kupujących wyodrębniliśmy grupę intensywnych użytkowników. Są to osoby, które kupiły coś przez internet w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie. Połowa z nich regularnie robi zakupy tą drogą. Co trzeci dorosły internauta kupił coś ostatnio w sieci. Od ubiegłego roku ich liczebność niemal się nie zmieniła. Oznacza to, że wspomniany powyżej wzrost odsetka osób mających za sobą transakcję handlową w internecie wynika ze zwiększenia liczebności respondentów jedynie sporadycznie robiących zakupy tą drogą.

Tabela 1

	Odsetki respondentów, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet						
	III '02*	II '04*	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09
Użytkownicy internetu	2 (N=176)	13 (N=271)	14 (N=280)	23 (N=330)	24 (N=342)	35 (N=534)	33 (N=501)
Ogół dorosłych	poniżej 0,5	3	4	7	9	15	16

*W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Przez internet najczęściej kupowano odzież lub obuwie, a także sprzęt elektroniczny i artykuły motoryzacyjne. Rzadziej przedmiotem zakupu były książki, płyty, artykuły dziecięce, programy komputerowe, bilety oraz pliki muzyczne. Nieliczni kupili w ten sposób artykuły spożywcze lub leki. Wśród innych zakupów, niewymienionych na liście, znalazły się m.in: meble, artykuły gospodarstwa domowego, kosmetyki, sprzęt sportowy, artykuły hobbystyczne, a nawet samochód.

Tabela 2

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odsetki odpowiedzi twierdzących wśród:	
	użytkowników internetu (N=501)	ogółu dorosłych
– odzież, obuwie	15	7
– sprzęt elektroniczny	12	6
– artykuły motoryzacyjne	9	4
– książki	7	3
– zabawki, artykuły dziecięce	7	3
– płyty	3	2
– programy i gry komputerowe	4	2
– bilety na samolot lub pociąg	4	2
– pliki z muzyką	4	2
– artykuły spożywcze	2	1
– leki	2	1
– coś innego	12	6

Liczebność osób korzystających z usług bankowych dostępnych przez internet wzrosła w ostatnim roku z 17% do 20% ogółu dorosłych Polaków. Spośród internautów już około dwóch piątych ma konto dostępne przez internet. Korzystanie z usług bankowych za pośrednictwem sieci systematycznie rośnie.

Darmowe programy, muzykę, filmy ściągała w miesiącu poprzedzającym sondaż jedna piąta ogółu respondentów (nie pytaliśmy, czy robili to legalnie).

Osoby korzystające z treści dostępnych w sieci za opłatą (takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia) stanowią niewielką grupę (7% dorosłych Polaków), lecz od dwóch lat ich liczebność systematycznie się zwiększa.

Tabela 3

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań				
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet					
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy					
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21
– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia, płatne członkostwo w serwisach					
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7

SPOŁECZNOŚCI WIRTUALNE

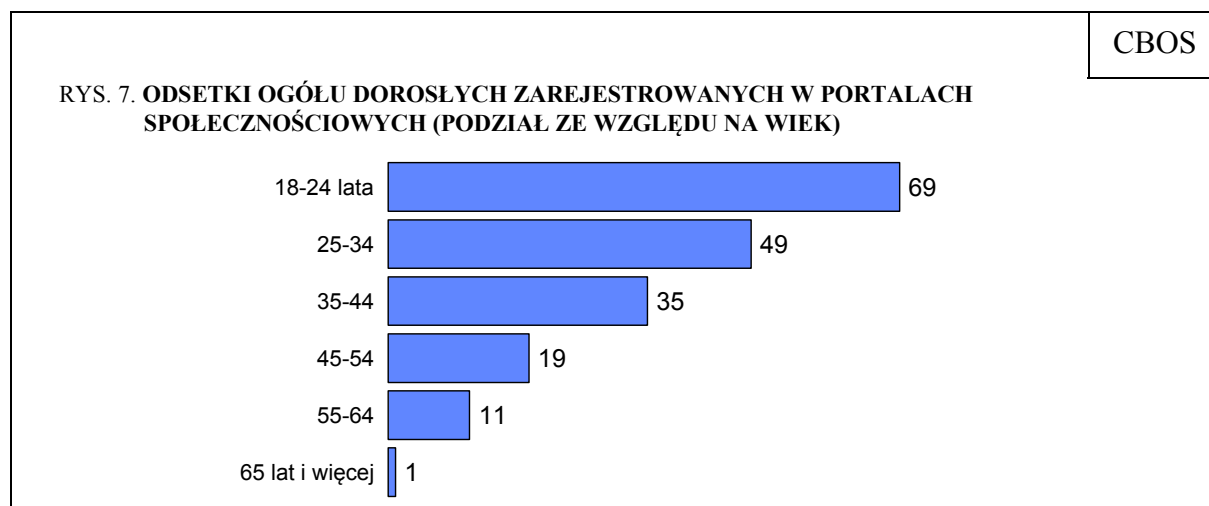
W miarę jak życie społeczne przenosi się do internetu, pojawia się coraz więcej form sieciowej aktywności grupowej. Zorientowane są one zarówno na organizację czasu wolnego (gry, rozrywka), jak i na sprawy zawodowe (nawiązywanie kontaktów biznesowych, szukanie pracy). Rośnie rola serwisów społecznościowych, pojawia się coraz więcej serwisów wyspecjalizowanych w obsłudze wybranych grup ludzi (hobbystyczne, zawodowe, poradnikowe), jak i ograniczonych tematycznie.

Blisko jedna trzecia ogółu dorosłych (30%), czyli blisko dwie trzecie internautów, zarejestrowała się w jakimś portalu społecznościowym (np. Nasza-klasa, Facebook, MySpace, GoldenLine lub podobnym).

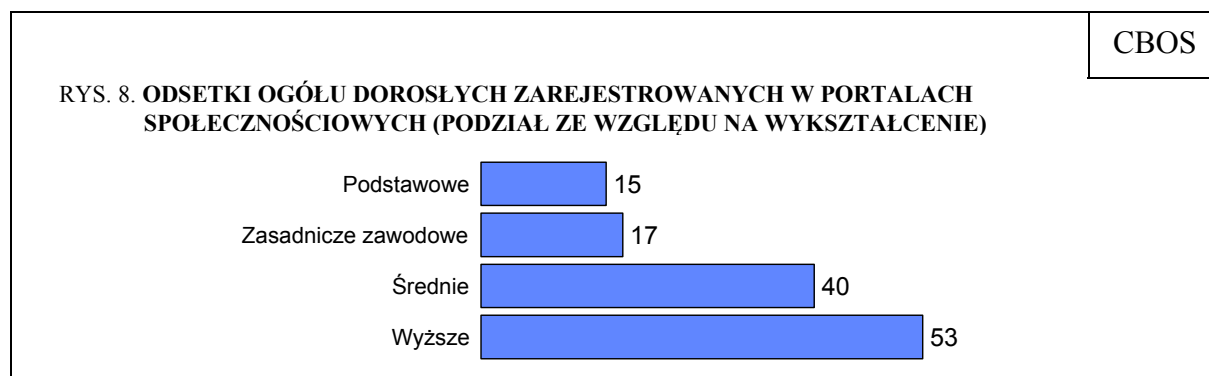
Tabela 4

Czy zarejestrował(a) się Pan(i) w jakimś portalu społecznościowym, np. Nasza-klasa, MySpace, GoldenLine lub podobnym?	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań	
	III '08	VI '09
Użytkownicy internetu	47	62
Ogół dorosłych	21	30

Aktywność w serwisach społecznościowych deklarują przede wszystkim młodzi internauci, a więc osoby z grup najczęściej korzystających z sieci internetowej. Zdecydowana większość ankietowanych w wieku poniżej 25 lat i połowa osób w przedziale 25–34 lata deklaruje posiadanie profilu. Spośród starszych respondentów wyraźnie mniej zarejestrowało się w portalach społecznościowych, a w grupie mających 65 lat i więcej nie ma tam ich prawie wcale.



Wśród badanych z wyższym wykształceniem większość ma profil na portalu społecznościowym, a w grupie mających maturę – dwie piąte. Pozostali rzadko są tam obecni.



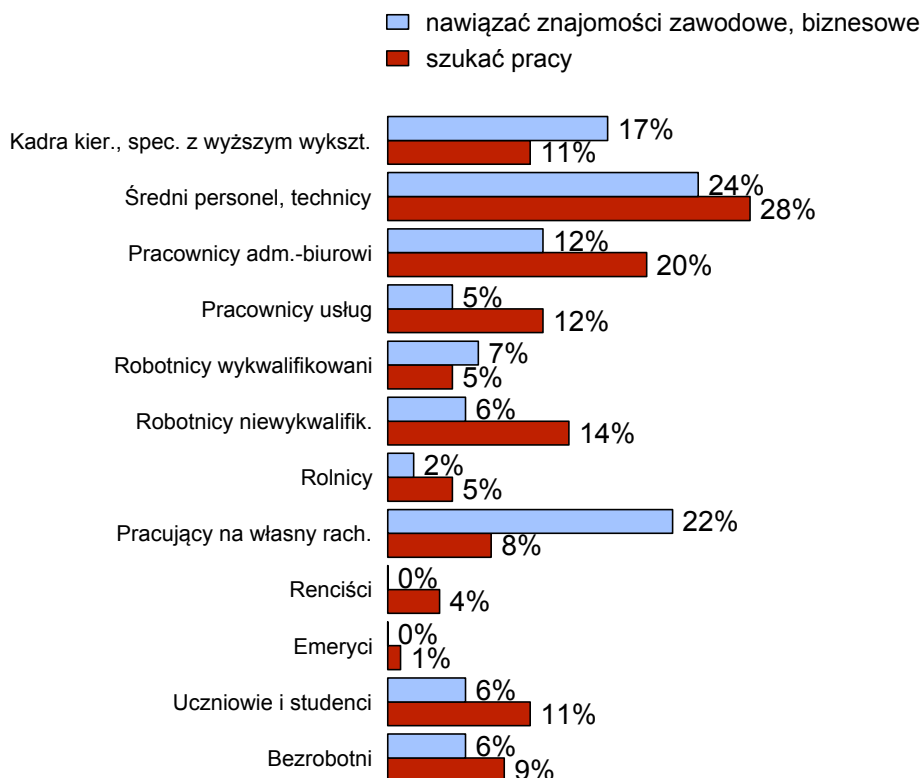
Uczestnicy portali społecznościowych najczęściej chcą utrzymywać kontakty ze znajomymi, a także odnawiać dawne znajomości. Znacznie mniej liczni gotowi są na nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich. Osoby deklarujące bierne uczestnictwo w działaniach artystycznych (słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie) nieco przeważają liczebnie nad uczestniczącymi w nich aktywnie (zamieszczających zdjęcia, filmy, muzykę, własne teksty).

Tabela 5

Czy korzysta Pan(i) z portali społecznościowych, aby:	Odsetki korzystających wśród	
	użytkowników internetu	ogółu dorosłych
– utrzymywać kontakty ze znajomymi, grupami znajomych	56	27
– odnowić dawne znajomości	50	24
– słuchać muzyki, oglądać filmy lub zdjęcia, czytać teksty	38	19
– nawiązać nowe kontakty towarzyskie	27	13
– zamieścić swoje zdjęcia, filmy, muzykę, teksty	27	13
– szukać pracy	17	8
– nawiązać znajomości zawodowe, biznesowe	15	7

Część respondentów korzysta z serwisów w celach zawodowych: zapisali się, żeby szukać pracy lub nawiązać kontakty zawodowe. Warto zauważyć, że bezrobotni niezwykle rzadko korzystają z tego rodzaju sposobów poszukiwania pracy.

RYS. 9. SPOŁECZNO-ZAWODOWE ZRÓŻNICOWANIE BADANYCH KORZYSTAJĄCYCH Z PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH, ABY:



Niemal jedna czwarta dorosłych internautów (24%, czyli 12% ogółu respondentów) poznała kogoś przez internet. Z osobą poznaną w ten sposób spotkało się osobiście 6% respondentów. Znajomości za pośrednictwem sieci zawierają najczęściej najmłodszy: dwie piąte internautów w wieku 18–24 lata poznało kogoś przez internet. Mężczyźni znacznie częściej nawiązują takie kontakty niż kobiety.

Tabela 6

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

Większość internautów komunikuje się z innymi przez komunikatory tekstowe, takie jak np. Gadu-Gadu. W ciągu ostatniego miesiąca tą drogą rozmawiało z kimś 68% dorosłych użytkowników sieci (33% ogółu ankietowanych).

Liczba osób korzystających z komunikatorów głosowych za pośrednictwem sieci powoli, ale systematycznie rośnie. W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie co piąty ankietowany (20%) prowadził przez internet rozmowy korzystając z komunikatorów, takich jak np. Skype. W ostatnim roku przyrost liczebności tej grupy był stosunkowo niewielki – o 3 punkty procentowe.

Ponad jedna trzecia dorosłych użytkowników internetu (37%, czyli 18% ogółu respondentów) zamieszczała posty na forach dyskusyjnych.

Co siódmy dorosły Polak (14%, czyli 28% internautów) grał w coś online z innymi użytkownikami internetu. Wydaje się, że jest to znacząca liczba, jeżeli weźmiemy pod uwagę, że szczególnie często grają najmłodszy – przypuszczalnie w grupach nieobjętych badaniem proporcja graczy jest wyższa.

Tabela 7

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań				
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09
– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, tlen					
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez tlenofon, Skype)					
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20
– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych*					
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18
– grał(a) Pan(i) w coś online, w sieci, z innymi osobami					
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14

* W latach 2005–2008 odpowiedni fragment pytania brzmiał: „brał(a) pani udział w grupach, forach dyskusyjnych”

INTERNET JAKO KANAŁ DOSTĘPU DO MASS MEDIÓW

Tradycyjne media (prasa, radio i telewizja) korzystają z internetu jako kanału dostępu do swoich treści. Większość internautów (57%, 28% ogółu dorosłych) czyta internetowe wersje gazet lub czasopism. Dwie piąte użytkowników sieci (41%, 20% ogółu respondentów) słucha przez internet radia, a ponad jedna trzecia (38%, 18% ogółu badanych) ogląda filmy, seriale lub telewizję.

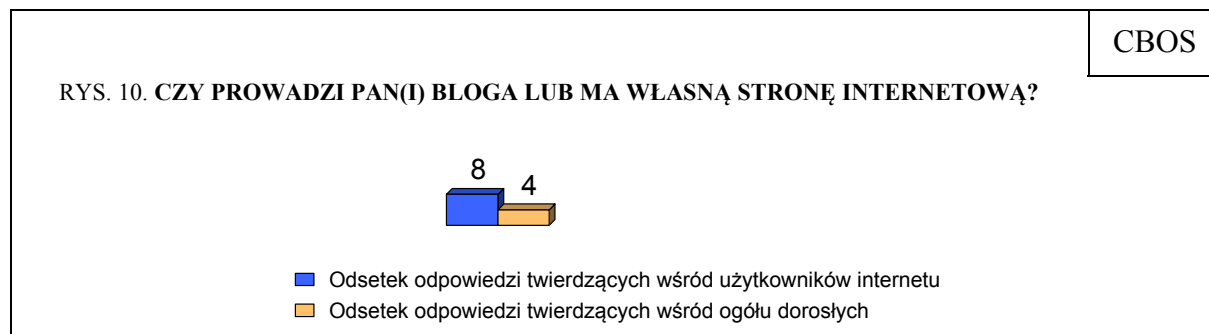
Tabela 8

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań			
	III '06	III '07	III '08	VI '09
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*				
Użytkownicy internetu	52	45	58	57
Ogół dorosłych	16	17	26	28
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia				
Użytkownicy internetu	25	32	37	41
Ogół dorosłych	8	12	16	20
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale**				
Użytkownicy internetu	14	13	17	38
Ogół dorosłych	4	5	8	18

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

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

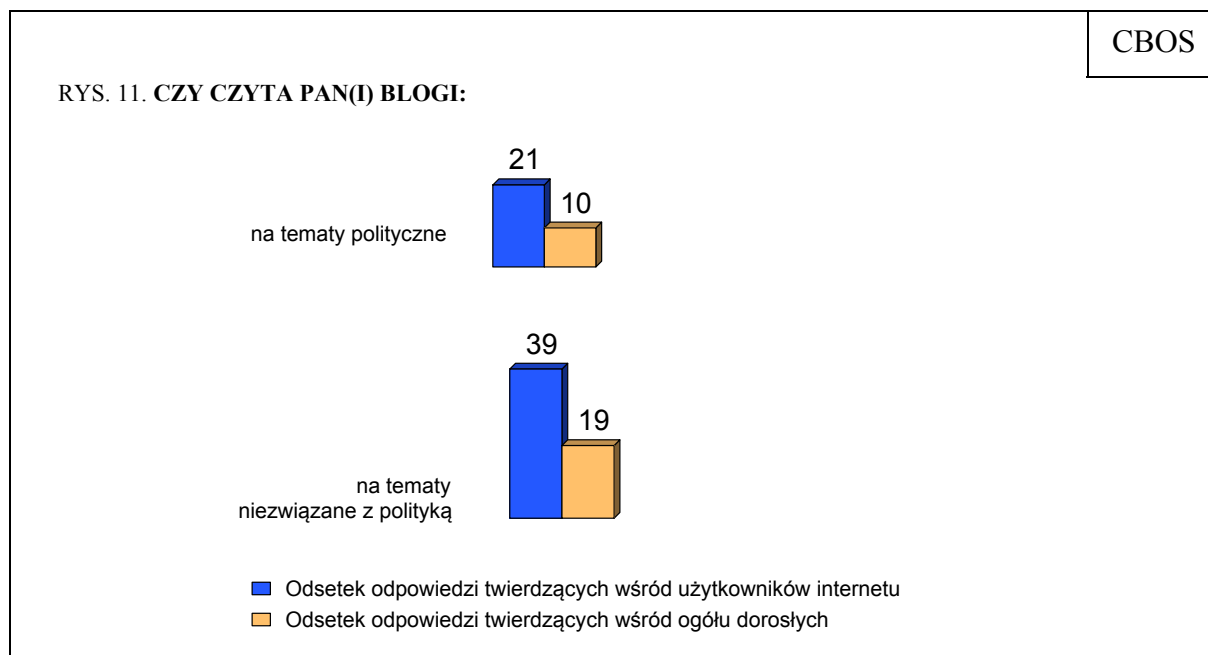
Co dwunasty internauta prowadzi bloga lub ma własną stronę internetową. Mężczyźni trzykrotnie częściej niż kobiety deklarują prowadzenie własnej strony.



Jedna piąta internautów (21%, czyli co dziesiąty dorosły Polak) czyta blogi na tematy polityczne. Osoby o poglądach prawicowych i lewicowych proporcjonalnie jednakowo często

korzystają z treści tam dostępnych. Mężczyźni czytają je częściej niż kobiety. Blogi polityczne śledzi co siódmy respondent w wieku do 34 lat – można przypuszczać, że dla osób w tej grupie wiekowej są one ważnym źródłem informacji i opinii.

Blogi niezwiązane z polityką czyta dwukrotnie liczniejsza grupa respondentów, jednakowo często mężczyźni i kobiety.



★

★

★

W ostatnich kilku latach korzystanie z internetu systematycznie rośnie. Od ubiegłego roku notujemy zwiększenie liczby użytkowników, jednak daleko jeszcze do stanu, w którym sieć www stanie się powszechnie dostępna dla wszystkich. Utrzymują się bardzo wyraźne różnice w korzystaniu z sieci w grupach wiekowych i wśród ludzi o różnym poziomie wykształcenia. Osoby młode (niezależnie od wykształcenia) i dobrze wykształcone używają internetu powszechnie, natomiast w pozostałych grupach robi to proporcjonalnie znacznie mniej osób.

Szybko rośnie rola internetu jako miejsca tworzenia się społeczności. W ostatnim roku wyraźnie zwiększyła się liczebność respondentów korzystających z serwisów społecznościowych. Zdecydowana większość internautów i niemal jedna trzecia ogółu dorosłych Polaków

ma już profil na którymś z nich. Zwykle wykorzystują go w celu odnawiania lub podtrzymywania znajomości, jednak znacząca grupa internautów korzysta z nich w celach zawodowych, takich jak szukanie pracy czy też nawiązywanie kontaktów zawodowych. Jednocześnie niemal nie zmieniła się liczebność osób, które przez internet nawiązały znajomość zakończoną kontaktem osobistym.

Ostatnio dużo mówiło się o roli blogów w przekazywaniu informacji i komentarzy, a także szerzej – o ich roli w kształtowaniu opinii publicznej. Wydaje się, że ich rola już teraz jest znacząca. Dla wielu osób są one istotnym źródłem rozrywki i informacji, nie tylko – i nie przede wszystkim – o polityce. Obieg informacji w sieci jest często dwustronny – internauci polemizują, wpisują komentarze, dyskutują itp. Blogosfera jest częścią tego obiegu: autorzy blogów to często amatorzy komentujący i opisujący wydarzenia, a ich wypowiedzi stają się okazją do dyskusji podejmowanej przez innych użytkowników sieci.

Opracował
Michał WENZEL