

**BS/96/2009**

**KORZYSTANIE Z INTERNETU**



Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku  
3 października 2008 roku

- ▶ 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 badanie<sup>1</sup> zostało zrealizowane na próbie reprezentatywnej dla dorosłej ludności Polski. Nie opisuje ono zachowań wszystkich internautów, lecz jedynie tych, którzy ukończyli 18 lat<sup>2</sup>.

#### **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.

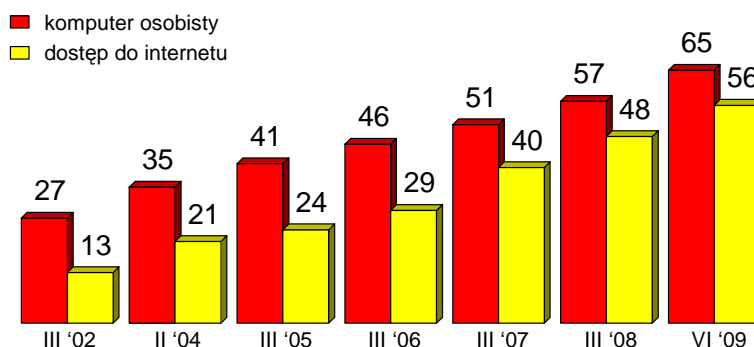
Dostęp do internetu w gospodarstwie domowym ma ponad połowa respondentów (56%). Mniej więcej co siódmy komputer znajdujący się w domu nie ma połączenia z siecią. W ostatnim roku odsetek osób mogących korzystać z internetu w domu wzrósł o 8 punktów. Taki sam wzrost liczby gospodarstw z dostępem do internetu odnotowaliśmy w ubiegłym roku.

---

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

<sup>2</sup> 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 danych<sup>3</sup> 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.

<sup>3</sup> 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?

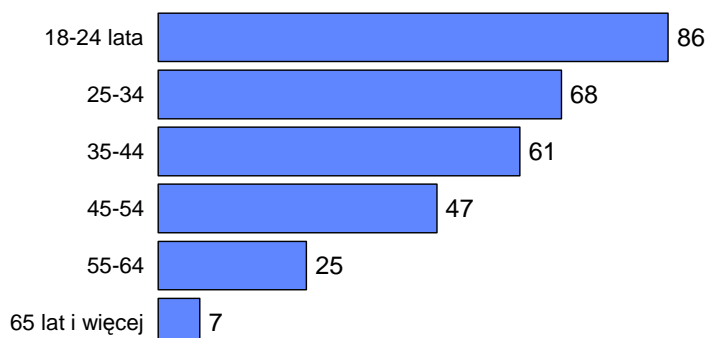


W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, E-mail)?”

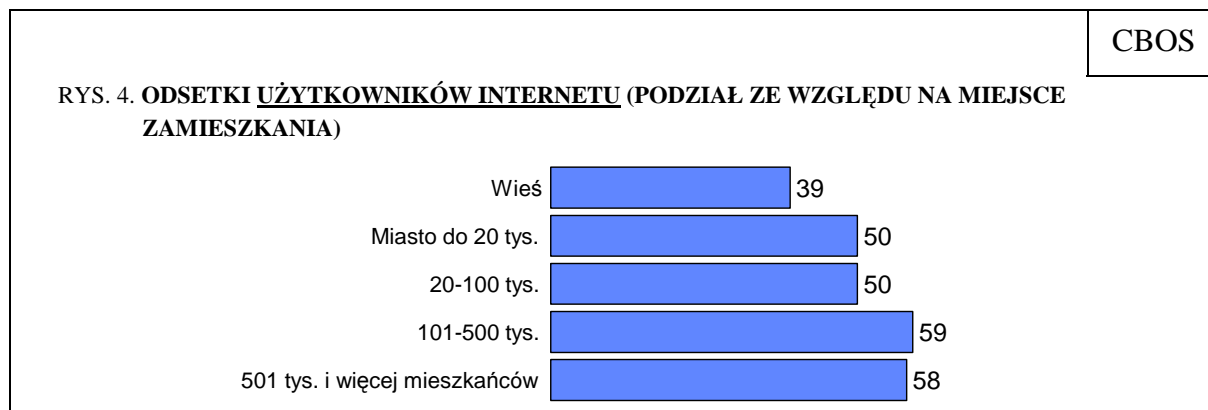
Korzystanie z internetu jest silnie uzależnione od takich cech społeczno-demograficznych, jak: wiek, wykształcenie, sytuacja materialna i miejsce zamieszkania.

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.**

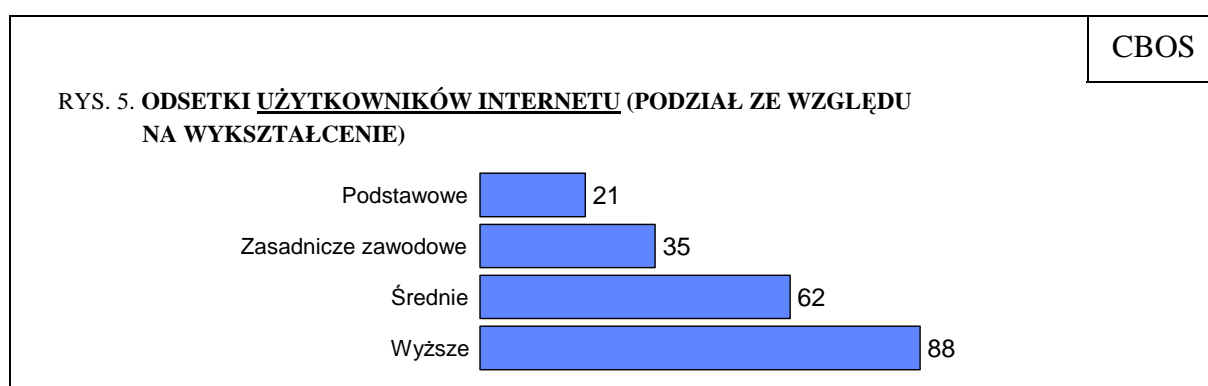
RYS. 3. ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA WIEK)



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.



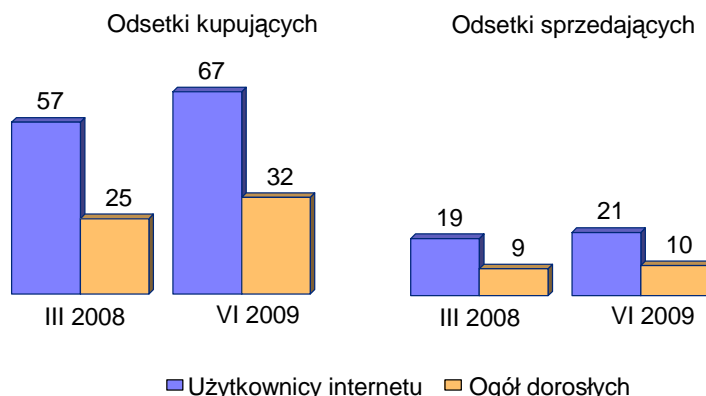
## CELE KORZYSTANIA Z INTERNETU

### 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

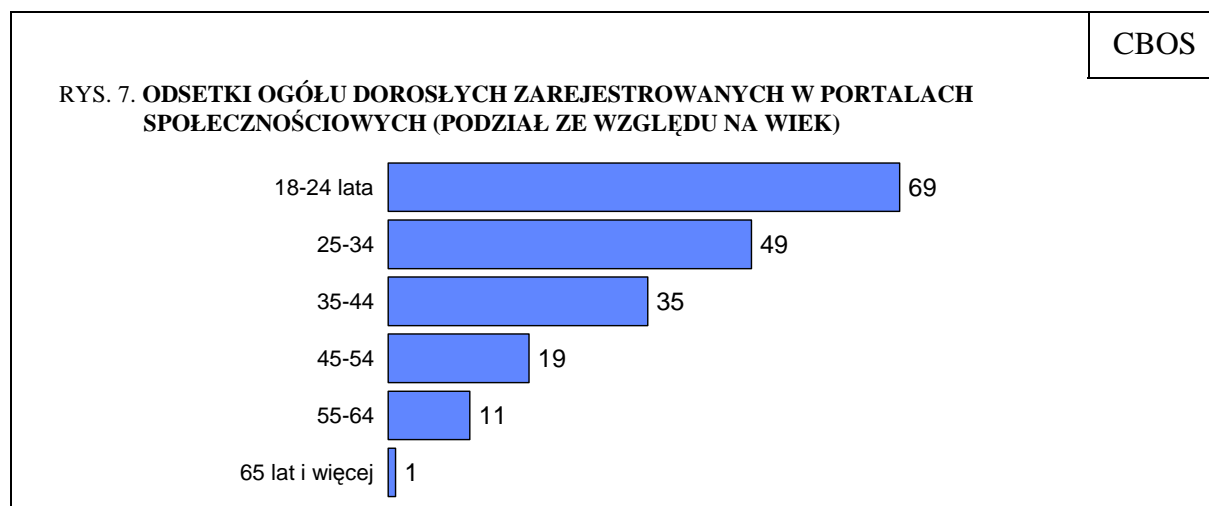
W miarę jak życie społeczne przenosi się do internetu, pojawia się coraz więcej form sieciowej aktywności grupowej. Zorientowane są one zarówno na organizację czasu wolnego (gry, rozrywka), jak i na sprawy zawodowe (nawiązywanie kontaktów biznesowych, szukanie pracy). Rośnie rola serwisów społecznościowych,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

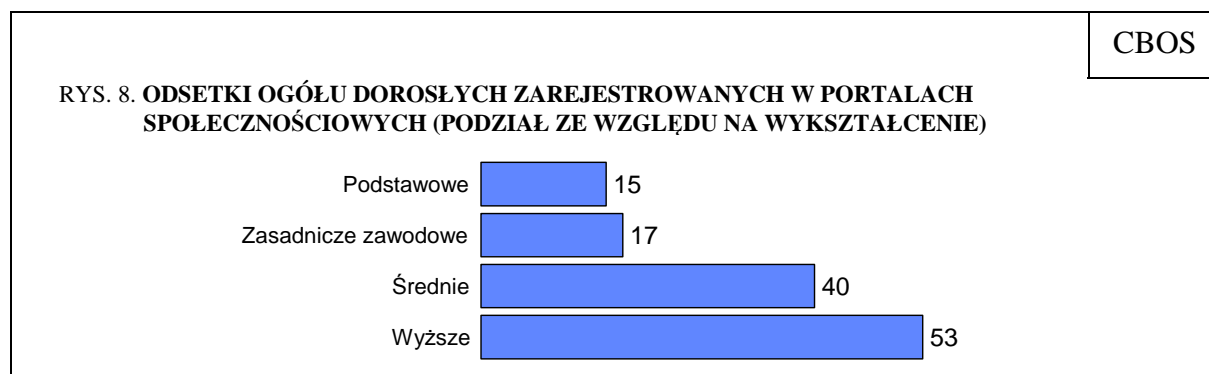
Tabela 4

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.



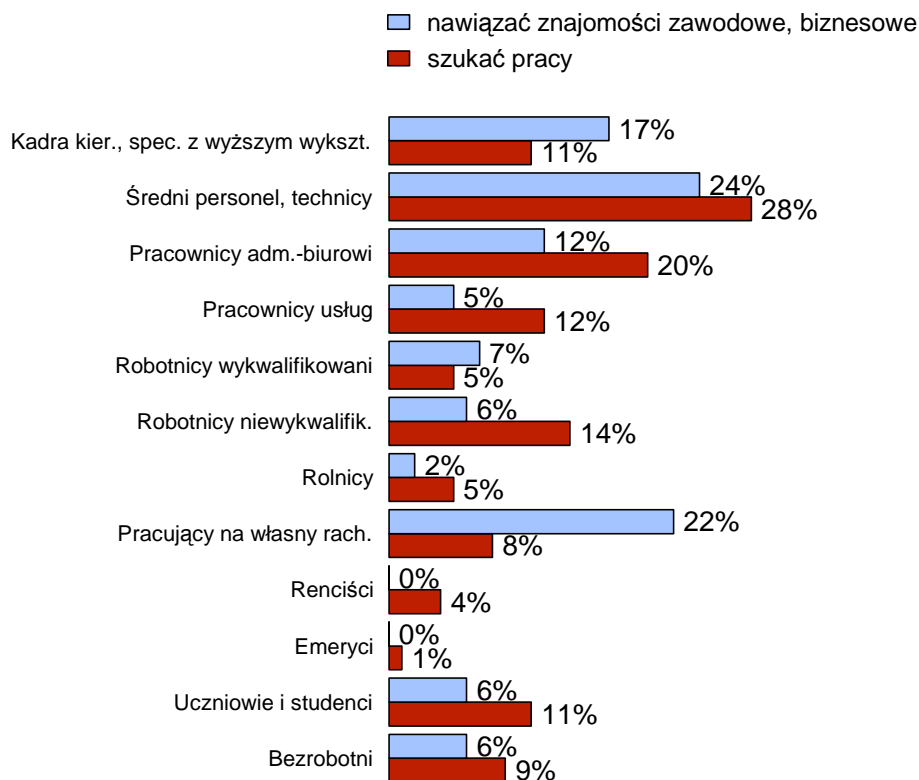
Uczestnicy portali społecznościowych najczęściej chcą utrzymywać kontakty ze znajomymi, a także odnawiać dawne znajomości. Znacznie mniej liczni gotowi są na nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich. Osoby deklarujące bierne uczestnictwo w działaniach artystycznych (słuchanie muzyki, oglądanie filmów 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.

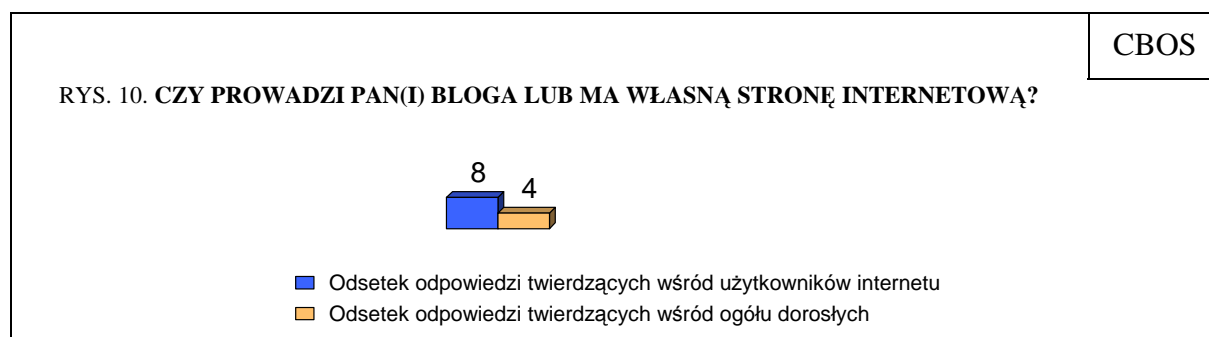
Tabela 8

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”

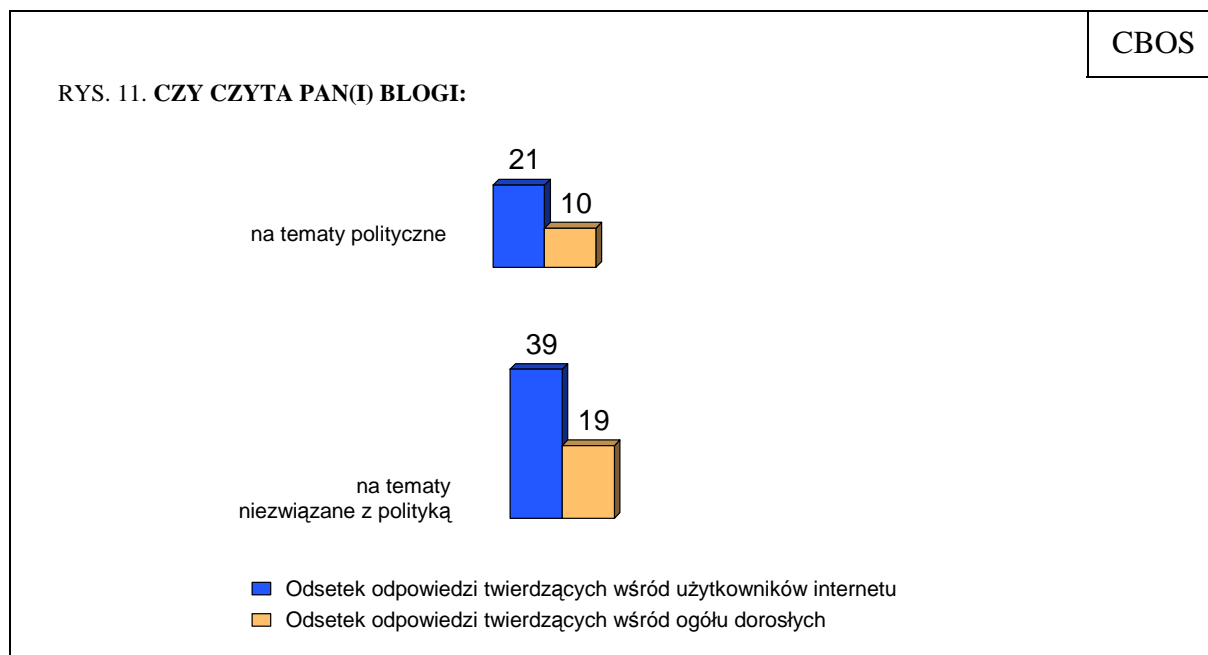
Co dwunasty internauta prowadzi bloga lub ma własną stronę internetową. Mężczyźni trzykrotnie częściej niż kobiety deklarują prowadzenie własnej strony.



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

Tabela 1

		Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym jest komputer osobisty?		Liczba osób
		Tak %	Nie %	
Ogółem		65	35	1038
Płeć	Mężczyźni	67	33	491
	Kobiety	63	37	547
Wiek	18-24 lata	89	11	145
	25-34	82	18	206
	35-44	80	20	148
	45-54	71	29	209
	55-64	47	53	144
	65 lat i więcej	23	77	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	60	40	384
	Miasto do 20 tys.	67	33	136
	20-100 tys.	67	33	196
	101-500 tys.	65	35	174
	501 tys. i więcej mieszk.	72	28	148
Wykształcenie	Podstawowe	41	59	271
	Zasadnicze zawodowe	58	42	260
	Średnie	76	24	354
	Wyższe	94	6	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	98	2	80
	Średni personel, technicy	88	12	39
	Pracownicy adm.-biurowi	82	18	64
	Pracownicy usług	68	32	65
	Robotnicy wykwalifikowani	70	30	117
	Robotnicy niewykwalifik.	59	41	64
	Rolnicy	68	32	55
	Pracujący na własny rach.	90	10	43
Bierni zawodowo	Renciści	40	60	77
	Emeryci	31	69	207
	Uczniowie i studenci	96	4	93
	Bezrobotni	50	50	62
	Gospodynie domowe i inni	75	25	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	86	14	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	77	23	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	80	20	208
	prywatnym gosp. rolnym	70	30	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	68	32	209
	501-750	58	42	160
	751-1000	57	43	195
	1001-1500	58	42	163
	Powyżej 1500 zł	79	21	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	44	56	169
	Średnie	61	39	438
	Dobre	77	23	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	53	47	44
	Raz w tygodniu	65	35	513
	1-2 razy w miesiącu	68	32	194
	Kilka razy w roku	69	31	200
	W ogóle nie uczestniczy	54	46	88
Poglądy polityczne	Lewica	66	34	145
	Centrum	66	34	322
	Prawica	68	32	334
	Trudno powiedzieć	58	42	237

Tabela 2

		Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym jest dostęp do internetu?		Liczba osób
		Tak %	Nie %	
Ogółem		56	44	1038
Płeć	Mężczyźni	58	42	491
	Kobiety	54	46	547
Wiek	18-24 lata	78	22	145
	25-34	65	35	206
	35-44	69	31	148
	45-54	65	35	209
	55-64	41	59	144
	65 lat i więcej	19	81	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	46	54	384
	Miasto do 20 tys.	62	38	136
	20-100 tys.	61	39	196
	101-500 tys.	62	38	174
	501 tys. i więcej mieszk.	62	38	148
Wykształcenie	Podstawowe	31	69	271
	Zasadnicze zawodowe	48	52	260
	Średnie	66	34	354
	Wyższe	88	12	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	93	7	80
	Średni personel, technicy	86	14	39
	Pracownicy adm.-biurowi	76	24	64
	Pracownicy usług	61	39	65
	Robotnicy wykwalifikowani	57	43	117
	Robotnicy niewykwalifik.	50	50	64
	Rolnicy	53	47	55
	Pracujący na własny rach.	80	20	43
Bierni zawodowo	Renciści	32	68	77
	Emeryci	25	75	207
	Uczniowie i studenci	87	13	93
	Bezrobotni	36	64	62
	Gospodynie domowe i inni	57	43	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	80	20	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	62	38	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	73	27	208
	prywatnym gosp. rolnym	56	44	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	51	49	209
	501-750	45	55	160
	751-1000	50	50	195
	1001-1500	54	46	163
	Powyżej 1500 zł	76	24	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	34	66	169
	Średnie	49	51	438
	Dobre	71	29	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	44	56	44
	Raz w tygodniu	56	44	513
	1-2 razy w miesiącu	54	46	194
	Kilka razy w roku	63	37	200
	W ogóle nie uczestniczy	48	52	88
Poglądy polityczne	Lewica	59	41	145
	Centrum	56	44	322
	Prawica	61	39	334
	Trudno powiedzieć	47	53	237

Tabela 3

		Czy korzysta Pan(i) z internetu (sieci WWW, poczty e-mail, komunikatora internetowego itp.) przynajmniej raz w tygodniu?		Liczba osób
		Tak	Nie	
		%	%	
Ogółem		48	52	1035
Płeć	Mężczyźni	52	48	490
	Kobiety	46	54	545
Wiek	18-24 lata	86	14	145
	25-34	68	32	205
	35-44	61	39	148
	45-54	47	53	208
	55-64	25	75	144
	65 lat i więcej	7	93	185
Miejsce zamieszkania	Wieś	39	61	382
	Miasto do 20 tys.	50	50	136
	20-100 tys.	50	50	196
	101-500 tys.	59	41	174
	501 tys. i więcej mieszk.	58	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	21	79	270
	Zasadnicze zawodowe	35	65	260
	Średnie	62	38	353
	Wyższe	88	12	153
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	95	5	80
	Średni personel, technicy	74	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	76	24	64
	Pracownicy usług	66	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	48	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	38	62	64
	Rolnicy	36	64	55
	Pracujący na własny rach.	66	34	43
Bierni zawodowo	Renciści	12	88	77
	Emeryci	12	88	206
	Uczniowie i studenci	94	6	93
	Bezrobotni	35	65	62
	Gospodynie domowe i inni	48	52	70
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	76	24	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	67	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	62	38	207
	prywatnym gosp. rolnym	37	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	40	60	208
	501-750	37	63	160
	751-1000	38	62	195
	1001-1500	48	52	162
	Powyżej 1500 zł	77	23	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	26	74	169
	Średnie	42	58	435
	Dobre	64	36	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	30	70	44
	Raz w tygodniu	46	54	511
	1-2 razy w miesiącu	52	48	194
	Kilka razy w roku	62	38	200
	W ogóle nie uczestniczy	36	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	52	48	145
	Centrum	53	47	322
	Prawica	51	49	333
	Trudno powiedzieć	38	62	236

Tabela 4

		Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) coś przez internet?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		32	16	52	1037
Płeć	Mężczyźni	36	15	49	490
	Kobiety	28	17	55	547
Wiek	18-24 lata	56	30	14	145
	25-34	54	14	32	205
	35-44	39	23	39	148
	45-54	27	19	53	209
	55-64	17	7	75	144
	65 lat i więcej	2	5	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	23	16	62	384
	Miasto do 20 tys.	36	14	50	136
	20-100 tys.	30	20	50	196
	101-500 tys.	46	13	42	173
	501 tys. i więcej mieszk.	40	18	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	10	11	79	271
	Zasadnicze zawodowe	19	16	65	260
	Średnie	42	20	38	353
	Wyższe	70	18	12	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	77	18	5	80
	Średni personel, technicy	62	11	26	38
	Pracownicy adm.-biurowi	53	23	24	64
	Pracownicy usług	45	21	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	31	17	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	24	14	62	64
	Rolnicy	17	20	64	55
	Pracujący na własny rach.	42	22	35	43
Bierni zawodowo	Renciści	6	6	88	77
	Emeryci	6	6	88	207
	Uczniowie i studenci	62	32	6	93
	Bezrobotni	13	21	65	62
	Gospodynie domowe i inni	32	16	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	57	19	24	142
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	49	18	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	43	19	39	208
	prywatnym gosp. rolnym	17	20	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	23	16	60	209
	501-750	23	14	63	160
	751-1000	23	14	63	194
	1001-1500	35	12	53	163
	Powyżej 1500 zł	62	15	23	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	18	8	74	169
	Średnie	24	17	59	437
	Dobre	46	18	36	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	23	7	70	44
	Raz w tygodniu	29	16	55	512
	1-2 razy w miesiącu	31	21	48	194
	Kilka razy w roku	45	17	38	200
	W ogóle nie uczestniczy	29	6	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	34	18	48	145
	Centrum	37	16	48	321
	Prawica	34	16	50	334
	Trudno powiedzieć	22	16	62	237

Tabela 5

		Czy kiedykolwiek sprzedał(a) Pan(i) coś przez internet?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		10	38	52	1037
Płeć	Mężczyźni	14	37	49	490
	Kobiety	6	39	55	547
Wiek	18-24 lata	19	67	14	145
	25-34	21	47	32	206
	35-44	11	50	39	147
	45-54	7	40	53	209
	55-64	2	23	75	144
	65 lat i więcej		7	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	5	33	62	384
	Miasto do 20 tys.	7	43	50	136
	20-100 tys.	13	37	50	196
	101-500 tys.	16	42	42	173
	501 tys. i więcej mieszk.	14	44	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	2	19	79	271
	Zasadnicze zawodowe	7	27	65	260
	Średnie	14	48	38	353
	Wyższe	20	68	12	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	28	67	5	80
	Średni personel, technicy	19	55	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	14	62	24	64
	Pracownicy usług	15	51	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	9	38	53	116
	Robotnicy niewykwalifik.	9	28	62	64
	Rolnicy		36	64	55
	Pracujący na własny rach.	16	49	35	43
Bierni zawodowo	Renciści	2	10	88	77
	Emeryci	0	12	88	207
	Uczniowie i studenci	21	73	6	93
	Bezrobotni	5	30	65	62
	Gospodynie domowe i inni	11	37	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	16	60	24	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	13	54	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	18	44	39	208
	prywatnym gosp. rolnym	2	35	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	7	33	60	209
	501-750	5	32	63	160
	751-1000	7	31	62	195
	1001-1500	13	34	53	163
	Powyżej 1500 zł	22	55	24	121
Ocena własnych war. mater.	Złe	5	21	74	169
	Średnie	7	35	59	438
	Dobre	15	48	36	431
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	8	22	70	44
	Raz w tygodniu	8	38	55	513
	1-2 razy w miesiącu	10	42	48	194
	Kilka razy w roku	15	47	38	199
	W ogóle nie uczestniczy	15	21	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	9	42	49	144
	Centrum	10	43	47	322
	Prawica	12	38	50	334
	Trudno powiedzieć	8	30	62	237

Tabela 6

		Czy w ciągu ostatniego miesiąca korzystał(a) Pan(i) z treści lub usług dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia, płatne członkostwo w serwisach?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		7	41	52	1038
Płeć	Mężczyźni	8	44	48	491
	Kobiety	6	39	55	547
Wiek	18-24 lata	12	74	14	145
	25-34	12	56	32	206
	35-44	12	49	39	148
	45-54	5	42	53	209
	55-64	2	23	75	144
	65 lat i więcej	1	6	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	5	34	62	384
	Miasto do 20 tys.	4	46	50	136
	20-100 tys.	6	44	50	196
	101-500 tys.	12	47	41	174
	501 tys. i więcej mieszk.	12	46	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	3	18	79	271
	Zasadnicze zawodowe	2	32	65	260
	Średnie	7	55	38	354
	Wyższe	23	64	12	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	29	66	5	80
	Średni personel, technicy	14	60	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	12	64	24	64
	Pracownicy usług	4	62	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	6	42	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	2	36	62	64
	Rolnicy		36	64	55
Pracujący na własny rach.	9	56	35	43	
Bierni zawodowo	Renciści	1	11	88	77
	Emeryci	1	11	88	207
	Uczniowie i studenci	15	79	6	93
	Bezrobotni	3	32	65	62
	Gospodynie domowe i inni	5	43	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	14	62	24	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	8	58	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	11	51	39	208
	prywatnym gosp. rolnym		37	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	4	36	60	209
	501-750	3	34	63	160
	751-1000	8	30	62	195
	1001-1500	9	38	53	163
	Powyżej 1500 zł	16	60	23	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	3	24	74	169
	Średnie	5	37	59	438
	Dobre	11	53	36	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	5	25	70	44
	Raz w tygodniu	5	41	55	513
	1-2 razy w miesiącu	9	43	48	194
	Kilka razy w roku	12	50	38	200
	W ogóle nie uczestniczy	8	27	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	11	40	48	145
	Centrum	6	47	47	322
	Prawica	8	42	50	334
	Trudno powiedzieć	4	33	62	237

Tabela 7

		Czy w ciągu ostatniego miesiąca korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		20	28	52	1034
Płeć	Mężczyźni	20	31	49	489
	Kobiety	19	26	55	545
Wiek	18-24 lata	24	62	14	145
	25-34	32	36	32	204
	35-44	31	30	39	147
	45-54	21	26	53	209
	55-64	10	14	76	143
	65 lat i więcej	0	6	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	9	29	62	383
	Miasto do 20 tys.	18	32	50	136
	20-100 tys.	21	28	50	195
	101-500 tys.	33	25	42	172
	501 tys. i więcej mieszk.	31	26	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	2	19	79	270
	Zasadnicze zawodowe	6	28	65	259
	Średnie	27	35	38	353
	Wyższe	57	31	12	153
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	69	26	5	79
	Średni personel, technicy	47	27	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	47	29	24	64
	Pracownicy usług	30	37	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	11	36	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	5	32	63	63
	Rolnicy	10	27	64	55
	Pracujący na własny rach.	41	24	35	43
Bierni zawodowo	Renciści		12	88	77
	Emeryci	3	9	88	206
	Uczniowie i studenci	19	75	6	93
	Bezrobotni	7	26	67	61
	Gospodynie domowe i inni	21	26	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	48	28	24	141
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	28	39	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	30	31	39	208
	prywatnym gosp. rolnym	6	31	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	7	32	61	208
	501-750	11	26	63	160
	751-1000	15	23	62	195
	1001-1500	23	25	53	163
	Powyżej 1500 zł	53	24	23	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	10	17	74	169
	Średnie	13	29	59	436
	Dobre	31	33	36	430
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	19	11	70	44
	Raz w tygodniu	17	28	55	512
	1-2 razy w miesiącu	18	33	48	192
	Kilka razy w roku	27	35	38	199
	W ogóle nie uczestniczy	21	15	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	21	31	49	144
	Centrum	19	34	47	322
	Prawica	26	24	50	332
	Trudno powiedzieć	12	25	63	236



Tabela 8

		Czy w ciągu ostatniego miesiąca oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		18	30	52	1038
Płeć	Mężczyźni	24	28	48	491
	Kobiety	13	32	55	547
Wiek	18-24 lata	51	35	14	145
	25-34	28	40	32	206
	35-44	21	40	39	148
	45-54	8	38	53	209
	55-64	3	22	75	144
	65 lat i więcej	2	5	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	16	22	62	384
	Miasto do 20 tys.	10	40	50	136
	20-100 tys.	18	32	50	196
	101-500 tys.	23	36	41	174
	501 tys. i więcej mieszk.	25	33	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	11	10	79	271
	Zasadnicze zawodowe	10	24	65	260
	Średnie	23	39	38	354
	Wyższe	32	56	12	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	34	61	5	80
	Średni personel, technicy	29	45	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	23	52	24	64
	Pracownicy usług	14	52	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	19	28	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	11	27	62	64
	Rolnicy	7	29	64	55
Pracujący na własny rach.	24	41	35	43	
Bierni zawodowo	Renciści	4	8	88	77
	Emeryci	2	10	88	207
	Uczniowie i studenci	62	32	6	93
	Bezrobotni	13	22	65	62
	Gospodynie domowe i inni	13	35	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	28	49	24	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	16	51	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	22	40	39	208
	prywatnym gosp. rolnym	10	27	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	16	23	60	209
	501-750	12	25	63	160
	751-1000	15	23	62	195
	1001-1500	15	32	53	163
	Powyżej 1500 zł	32	44	23	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	10	17	74	169
	Średnie	15	27	59	438
	Dobre	25	39	36	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	9	21	70	44
	Raz w tygodniu	17	29	55	513
	1-2 razy w miesiącu	21	31	48	194
	Kilka razy w roku	22	39	38	200
	W ogóle nie uczestniczy	17	19	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	23	28	48	145
	Centrum	17	36	47	322
	Prawica	19	31	50	334
	Trudno powiedzieć	15	23	62	237

Tabela 9

		Czy zarejestrował(a) się Pan(i) w jakimś portalu społecznościowym, np. Nasza-klasa, MySpace, GoldenLine lub podobnym?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		30	18	52	1036
Płeć	Mężczyźni	30	21	49	490
	Kobiety	29	16	55	546
Wiek	18-24 lata	69	17	14	145
	25-34	49	19	32	206
	35-44	35	26	39	147
	45-54	19	28	54	208
	55-64	11	14	75	144
	65 lat i więcej	1	6	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	23	15	62	383
	Miasto do 20 tys.	34	16	50	136
	20-100 tys.	30	20	50	196
	101-500 tys.	38	20	41	174
	501 tys. i więcej mieszk.	32	26	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	15	6	79	271
	Zasadnicze zawodowe	17	17	66	259
	Średnie	40	21	38	354
	Wyższe	53	35	12	153
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	57	38	5	79
	Średni personel, technicy	53	22	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	54	22	24	64
	Pracownicy usług	48	18	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	27	21	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	24	13	62	64
	Rolnicy	7	28	65	54
Pracujący na własny rach.	35	30	35	43	
Bierni zawodowo	Renciści	6	6	88	77
	Emeryci	3	9	88	207
	Uczniowie i studenci	72	22	6	93
	Bezrobotni	18	17	65	62
	Gospodynie domowe i inni	30	17	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	49	27	24	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	41	26	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	41	21	39	207
	prywatnym gosp. rolnym	10	26	64	57
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	26	13	60	209
	501-750	21	16	63	160
	751-1000	25	13	62	195
	1001-1500	28	19	53	163
	Powyżej 1500 zł	47	29	24	121
Ocena własnych war. mater.	Złe	16	10	74	168
	Średnie	26	15	59	438
	Dobre	39	25	36	431
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	14	16	70	44
	Raz w tygodniu	28	17	55	512
	1-2 razy w miesiącu	32	20	48	194
	Kilka razy w roku	37	25	38	200
	W ogóle nie uczestniczy	22	13	65	87
Poglądy polityczne	Lewica	29	23	48	145
	Centrum	30	23	47	322
	Prawica	33	17	50	333
	Trudno powiedzieć	26	12	63	236

Tabela 10

		Czy poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet?			Liczba osób
		Tak	Nie	Respondent nie korzysta z internetu	
		%	%	%	
Ogółem		12	36	52	1037
Płeć	Mężczyźni	17	35	49	490
	Kobiety	7	38	55	547
Wiek	18-24 lata	37	49	14	145
	25-34	19	48	32	205
	35-44	8	54	39	148
	45-54	7	40	53	209
	55-64	2	23	75	144
	65 lat i więcej		7	93	186
Miejsce zamieszkania	Wieś	10	28	62	384
	Miasto do 20 tys.	8	42	50	136
	20-100 tys.	11	39	50	195
	101-500 tys.	15	44	41	174
	501 tys. i więcej mieszk.	16	41	42	148
Wykształcenie	Podstawowe	9	12	79	270
	Zasadnicze zawodowe	6	29	65	260
	Średnie	15	47	38	354
	Wyższe	20	68	12	154
Grupa społ.-zaw. pracujący	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	19	76	5	80
	Średni personel, technicy	23	51	26	39
	Pracownicy adm.-biurowi	14	61	24	64
	Pracownicy usług	15	51	34	65
	Robotnicy wykwalifikowani	10	37	52	117
	Robotnicy niewykwalifik.	10	27	62	64
	Rolnicy	2	35	64	55
Pracujący na własny rach.	19	46	35	43	
Bierni zawodowo	Renciści		12	88	77
	Emeryci		12	88	207
	Uczniowie i studenci	39	55	6	93
	Bezrobotni	8	25	67	61
	Gospodynie domowe i inni	13	34	53	71
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	17	59	24	143
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	10	57	33	93
	sekt. pryw. poza rolnict.	17	44	39	208
	prywatnym gosp. rolnym	2	35	63	59
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	12	27	61	208
	501-750	7	30	63	160
	751-1000	9	29	62	195
	1001-1500	11	36	53	163
	Powyżej 1500 zł	23	54	23	122
Ocena własnych war. mater.	Złe	6	20	74	169
	Średnie	10	31	59	437
	Dobre	16	48	36	432
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	2	28	70	44
	Raz w tygodniu	9	37	55	512
	1-2 razy w miesiącu	13	39	48	194
	Kilka razy w roku	19	43	38	200
	W ogóle nie uczestniczy	16	20	64	88
Poglądy polityczne	Lewica	12	40	48	145
	Centrum	9	43	47	322
	Prawica	15	36	50	333
	Trudno powiedzieć	11	27	62	237