

**BS/79/2010**

---

---

**KORZYSTANIE Z KOMPUTERÓW  
I INTERNETU**

---

---



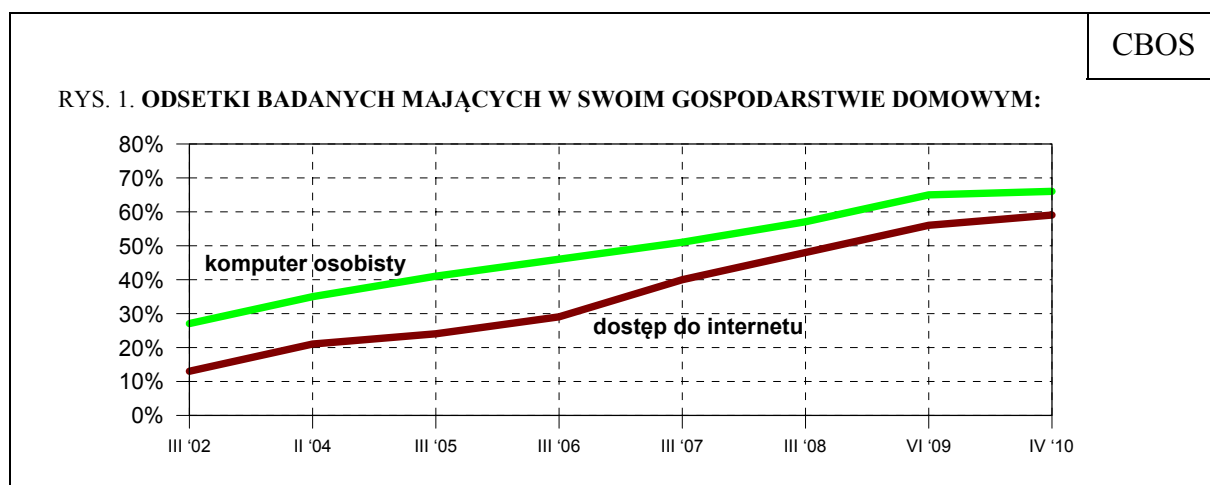
Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku  
4 lutego 2010 roku

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej  
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa  
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl  
<http://www.cbos.pl>  
(48 22) 629 35 69

Niemal od początku dekady badamy obecność Polaków w sieci, pytamy ich o podejmowane aktywności, o usługi, z jakich korzystają, relacje, jakie nawiązują. W ciągu dziesięciu lat obserwowaliśmy w Polsce dynamiczny przyrost liczby internautów. Zwiększyła się nie tylko dostępność sieci, ale również kompetencje cyfrowe Polaków. W tym czasie zmienia się także internet, sieć staje się bardziej różnorodna, wielopoziomowa, zwiększa się jej gęstość, liczba dostępnych usług i funkcji. W tegorocznym sondażu<sup>1</sup> ponownie sprawdzaliśmy, ilu dorosłych Polaków używa komputera, ilu bywa online, a także – jakie są formy i cele korzystania z internetu.

### KOMPUTER I DOSTĘP DO INTERNETU

Komputer osobisty w swoim gospodarstwie domowym ma dwie trzecie ankietowanych (66%), czyli w zasadzie tyle, ile rok temu. Od ubiegłego roku tylko nieznacznie przybyło osób mających w domu połączenie z internetem (o 3 punkty procentowe, do 59%). W obu przypadkach nie obserwujemy już dynamicznego przyrostu liczby gospodarstw domowych z komputerem i łączem internetowym.

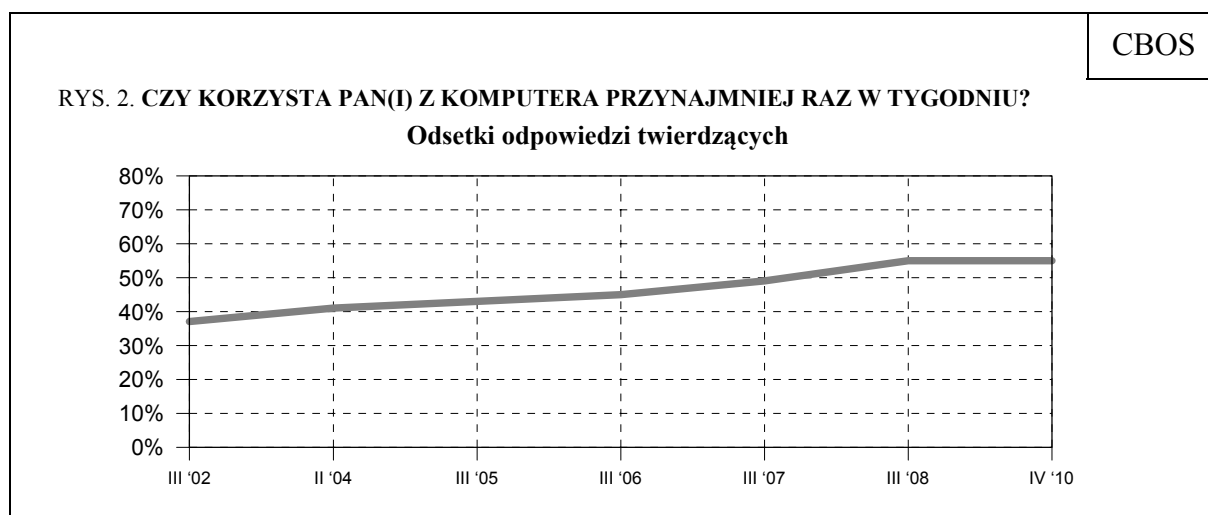


<sup>1</sup> Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (239) przeprowadzono w dniach 8–19 kwietnia 2010 roku na liczącej 1056 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

Prawdopodobieństwo wyposażenia gospodarstw domowych respondentów w komputer i dostęp do internetu jest tym większe, im są oni młodszy, lepiej wykształceni, a także im lepsza jest ich sytuacja materialna. Posiadanie w gospodarstwie domowym dostępu do internetu jest relatywnie rzadsze na wsi niż w miastach.

### KORZYSTANIE Z KOMPUTERA

Przynajmniej raz w tygodniu korzysta z komputera 55% Polaków. Odsetek ten jest taki sam jak przed dwoma laty, ale trzeba zaznaczyć, że wówczas pytanie obejmowało potencjalnie większą liczbę osób niż obecnie – także tych, które korzystały z komputera rzadziej niż raz w tygodniu.



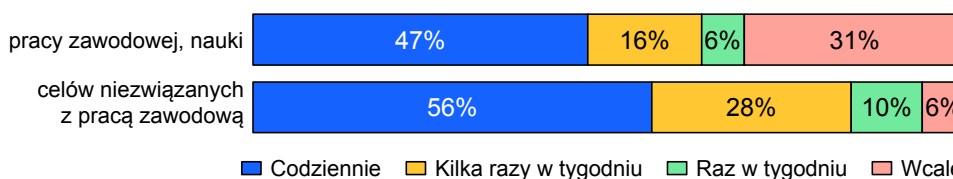
W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy zdarza się Panu(i) używać komputera?”

Ponad dwie trzecie korzystających z komputera (69%) używa go do pracy zawodowej lub nauki, a niemal wszyscy (94%) – do celów niezwiązanych z pracą i nauką. W obu tych grupach przeważają osoby, które korzystają z komputera codziennie. Niezależnie od zastosowań, codzienni użytkownicy komputera stanowią 70% wszystkich korzystających, czyli ponad jedną trzecią ogółu dorosłych (37%).

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW KOMPUTERA (N=585)

CBOS

RYS. 3. JAK CZĘSTO UŻYWA PAN(I) KOMPUTERA DO:



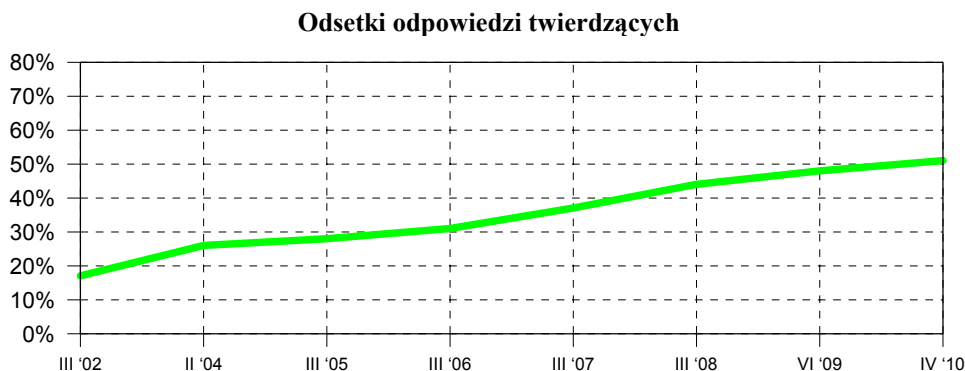
Korzystanie z komputera zależy przede wszystkim od wieku i wykształcenia ankietowanych. Jest niemal powszechne wśród najmłodszych dorosłych oraz osób z wyższym wykształceniem (odpowiednio: 94% i 90%). Natomiast wśród badanych mających od 55 do 64 lat, a także wśród respondentów z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym przynajmniej raz w tygodniu komputera używa około jednej trzeciej, a wśród najstarszych (w wieku 65 lat i więcej) – nieliczni (8%).

Społeczne cechy ankietowanych nie różnicują powszechności używania komputera do celów niezwiązanych z pracą zawodową bądź nauką, jednak wpływają – co zrozumiałe – na jego zastosowanie w pracy czy nauce. Pomijając osoby uczące się lub studiujące, wśród których niemal wszyscy korzystają z komputera w tym celu, relatywnie częściej niż pozostali są to przedstawiciele takich grup zawodowych, jak: kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem, pracownicy administracyjno-biurowi, technicy i średni personel, a także prywatni przedsiębiorcy.

### KORZYSTANIE Z INTERNETU

Z tegorocznego badania wynika, że z internetu korzysta obecnie ponad połowa dorosłych Polaków (51%, od ubiegłego roku wzrost o 3 punkty).

RYS. 4. CZY KORZYSTA PAN(I) Z INTERNETU (STRON INTERNETOWYCH, POCZTY E-MAIL, KOMUNIKATORA INTERNETOWEGO ITP.) PRZYNAJMNIEJ RAZ W TYGODNIU?

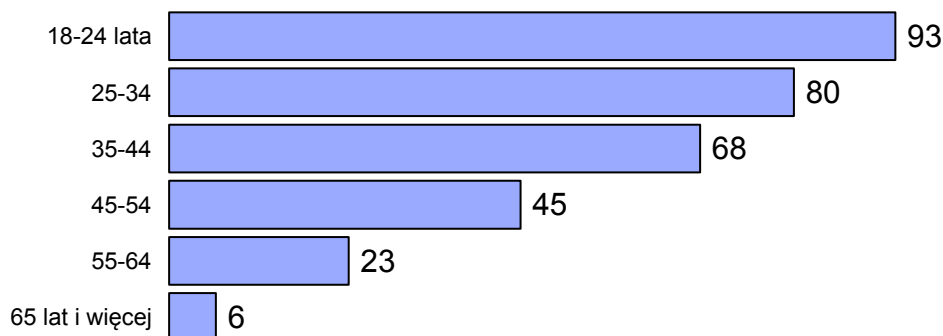


W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, e-mail)?”

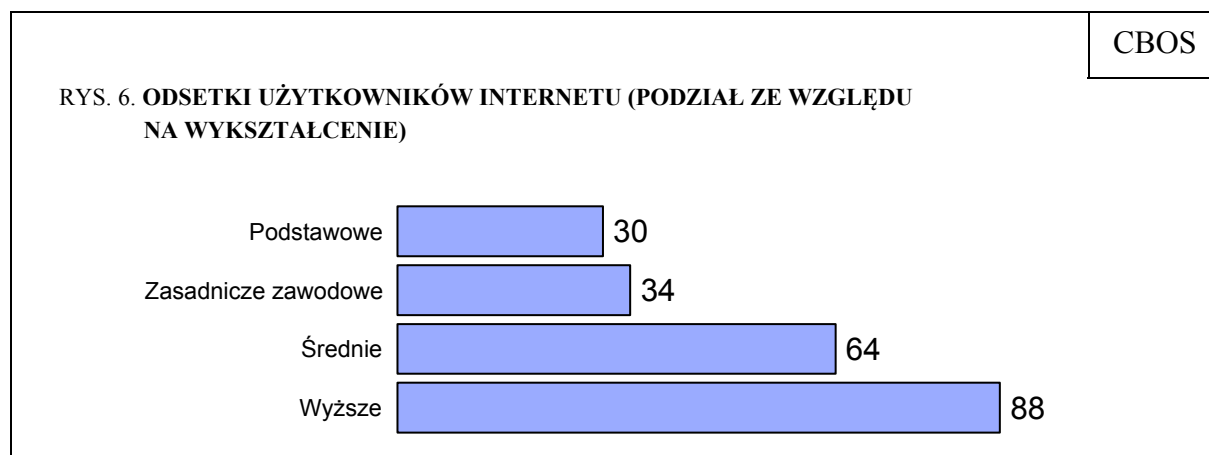
Korzystanie z internetu zależy od tych samych cech społeczno-demograficznych, co korzystanie z komputera – grupy te niemal w pełni się pokrywają (92% użytkowników komputera to internauci i właściwie wszyscy internauci używają komputerów).

Przystępność internetu najsilniej określa wiek. Niezależnie od innych czynników korzystanie z sieci jest niemal powszechne wśród najmłodszych dorosłych. Internauci stanowią co najmniej dwie trzecie respondentów mających nie więcej niż 44 lata. Najstarsi badani tylko sporadycznie łączą się z siecią.

RYS. 5. ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA WIEK)



Internetu prawie powszechnie używają badani z wyższym wykształceniem i niemal dwie trzecie z wykształceniem średnim, respondenci słabiej wykształceni w większości nie korzystają z sieci.



Wielkość miejscowości zamieszkania w zasadzie nie różnicuje korzystania z internetu, jeśli jest to miasto – niezależnie od jego wielkości internetu używa przynajmniej 56% mieszkańców. Na wsi ten odsetek jest znacznie niższy (38%).

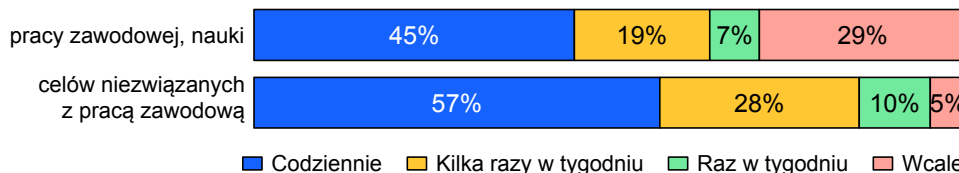
Sytuacja materialna gospodarstwa domowego to – jak wcześniej wspomniano – przede wszystkim czynnik warunkujący możliwości posiadania komputera czy dostępu do internetu. Co zrozumiałe, wpływa więc również na prawdopodobieństwo korzystania z tych technologii. Warto jednak w tym miejscu dodać, że nie w każdym gospodarstwie domowym, w którym jest dostęp do internetu, respondent z niego korzysta. Taka sytuacja dotyczy przede wszystkim starszych badanych – w gospodarstwach mających dostęp do sieci nie wykorzystuje go ponad połowa osób mających 55 lat i więcej.

Większość internautów (71%) używa sieci do pracy zawodowej lub nauki, a niemal wszyscy (95%) do aktywności niezwiązanych z pracą, nauką. W obu przypadkach przeważają osoby korzystające z sieci codziennie. Siedmiu na dziesięciu internautów (70%, czyli 35% ogółu dorosłych) to – abstrahując od rodzaju aktywności – codzienni użytkownicy sieci.

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (N=542)

CBOS

RYS. 7. JAK CZĘSTO UŻYWA PAN(I) INTERNETU DO:

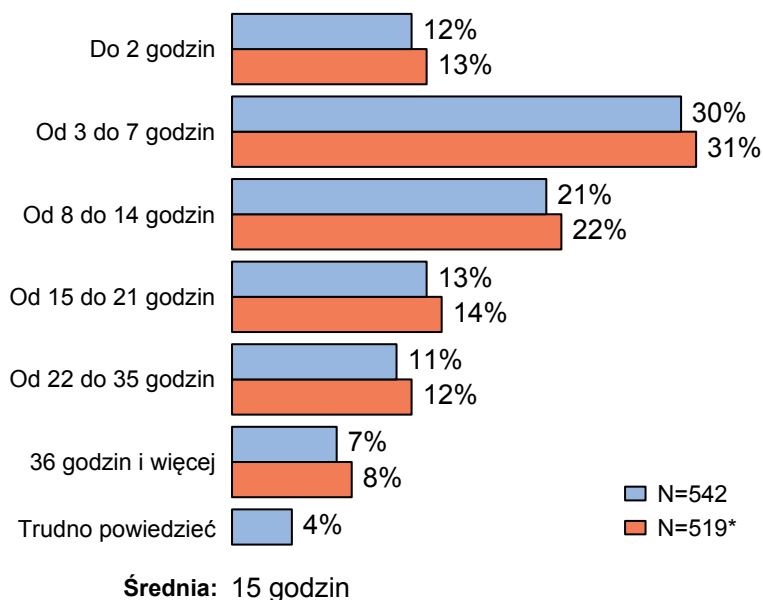


Przeciętny internauta spędza w sieci 15 godzin tygodniowo, czyli nieco ponad 2 godziny dziennie. Mniej więcej dwie trzecie przebywa online krócej niż 15 godzin w tygodniu. Około jednej czwartej internautów spędza w sieci od 15 do 35 godzin tygodniowo, a więc od ponad 2 do 5 godzin dziennie. Mniej więcej co trzynasty użytkownik internetu jest online jeszcze dłużej.

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU

CBOS

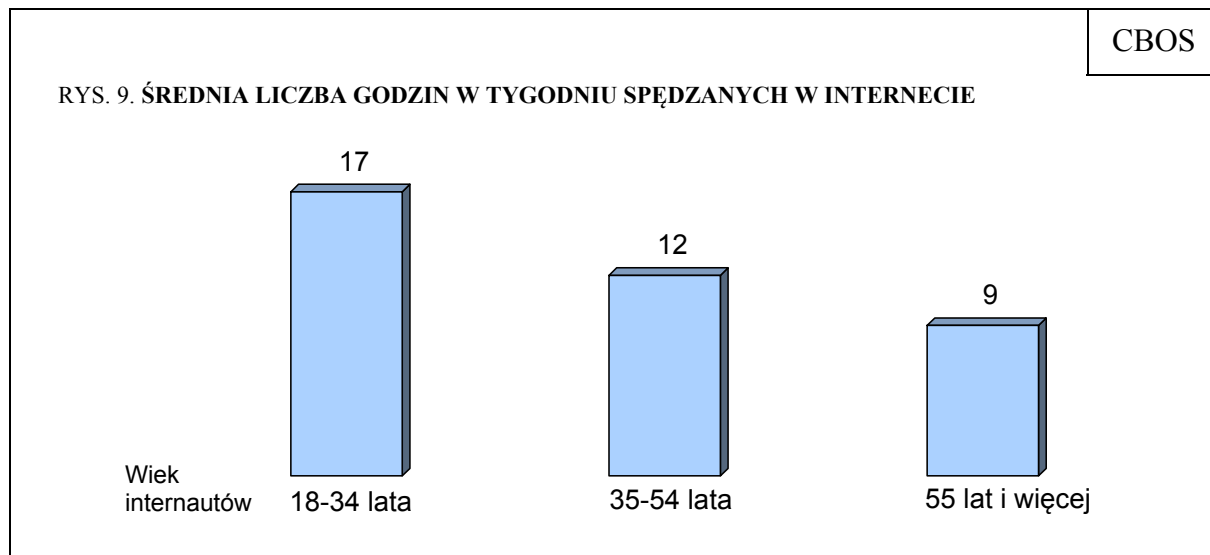
RYS. 8. ILE MNIEJ WIĘCEJ GODZIN TYGODNIOWO ZAZWYCZAJ SPĘDZA PAN(I) W INTERECIE?



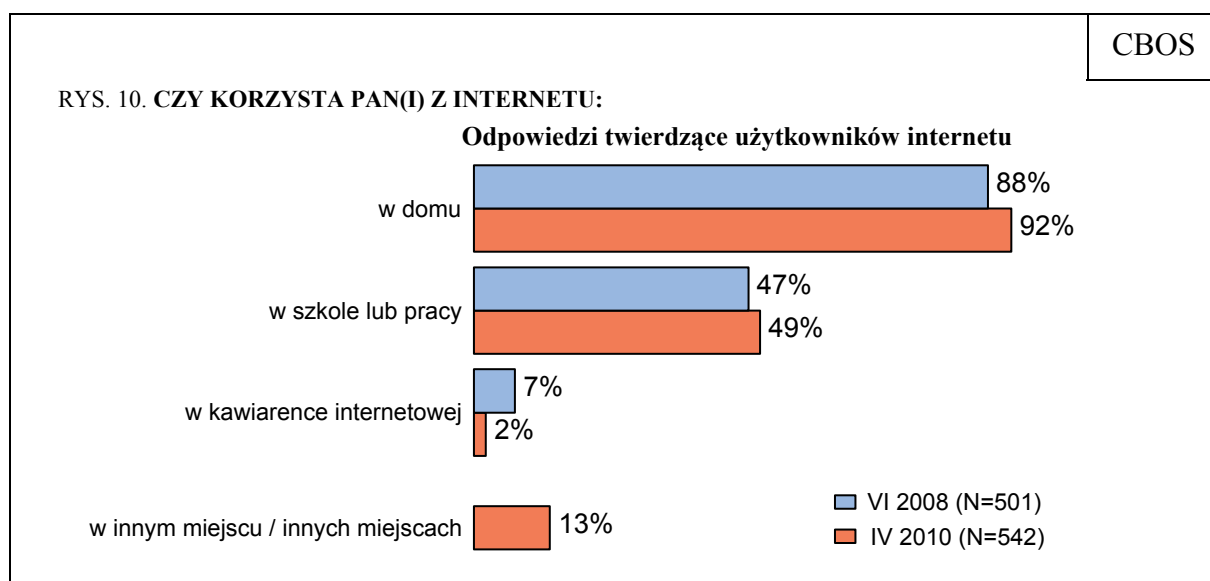
\* Bez „trudno powiedzieć”



W sieci więcej czasu spędzają internauci niż internautki (średnia godzin w tygodniu wynosi odpowiednio: 17 i 12). Liczba godzin spędzanych online zależy również od wieku – młodszy poświęcają na to więcej czasu, starsi mniej ( $r$  Pearsona =  $-0,20$ ).



Prawie wszyscy internauci (92%) korzystają z sieci w domu, połowa (49%) w szkole lub w pracy. W porównaniu z rokiem 2008 wyraźnie zmniejszyła się liczba użytkowników sieci w kawiarenkach internetowych (o 5 punktów, do 2%). Mniej więcej co ósmy (13%) korzysta z internetu w jeszcze innych miejscach.



Prawie połowa użytkowników sieci (45%) deklaruje, że zdarza im się łączyć z internetem bezprzewodowo za pośrednictwem takich przenośnych urządzeń, jak laptop, netbook, telefon komórkowy.

Z bezprzewodowego połączenia z internetem przy użyciu urządzeń przenośnych korzysta 47% łączących się z siecią w domu, 54% korzystających z internetu w pracy oraz 57% deklarujących używanie sieci w innych miejscach niż wymienione. W ten sposób również częściej niż inni łączą się respondenci deklarujący przebywanie online dłużej niż 21 godzin tygodniowo, czyli więcej niż 3 godziny dziennie – dwie trzecie z nich (64%) deklaruje korzystanie z połączeń bezprzewodowych. W ten sposób za pomocą urządzeń mobilnych łączą się relatywnie częściej niż inni również badani w wieku 25-34 lata, mieszkańcy największych aglomeracji, respondenci z wyższym wykształceniem i najlepiej zarabiający.

### **RODZAJE AKTYWNOŚCI W SIECI**

Jedną z głównych funkcji internetu jest komunikacja z innymi użytkownikami, możliwość spędzania z nimi czasu bez względu na fizyczną odległość i bariery geograficzne. Coraz większą popularność, także wśród polskich internautów, zdobywają portale społecznościowe, do których należy co trzeci dorosły<sup>2</sup>. Umożliwiają one zazwyczaj wiele różnych sposobów interakcji i komunikacji, jak choćby prywatne wiadomości i rozmowy tekstowe, rozmowy w grupach tematycznych, na forach.

Najpopularniejszą w sieci formą kontaktu z innymi są komunikatory tekstowe – używa ich dwie trzecie internautów (66%). Wyraźnie mniejsza grupa (39%) prowadzi za pośrednictwem sieci rozmowy głosowe. Jedna trzecia internautów (34%) rozmawia na forach dyskusyjnych. Najmniej popularne spośród opisywanych aktywności społecznych jest granie z innymi użytkownikami w gry online, przy czym uczestnictwo w nich w większym stopniu niż inne zajęcia zależy od wieku badanych. Ogólnie rzecz biorąc, wszystkie te aktywności, z wyjątkiem rozmów głosowych, wyraźnie częściej podejmują internauci młodszy (od 18 do 34 roku życia) niż starsi.

---

<sup>2</sup> Udział Polaków w portalach społecznościowych czy szerzej – w społecznościach wirtualnych został omówiony szczegółowo w komunikacie CBOS „Społeczności wirtualne”, kwiecień 2010 (oprac. K. Wądołowska).

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
<b>– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, tlen</b>						
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34
<b>– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez tlenofon, Skype)</b>						
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20
<b>– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych*</b>						
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18
<b>– grał(a) Pan(i) w coś online, w sieci, z innymi osobami</b>						
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11

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

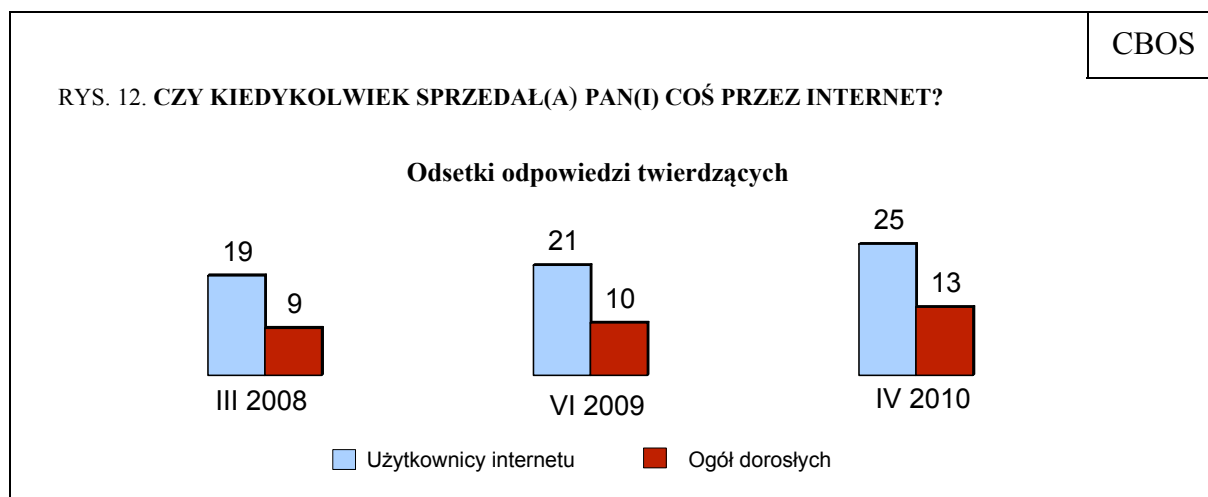
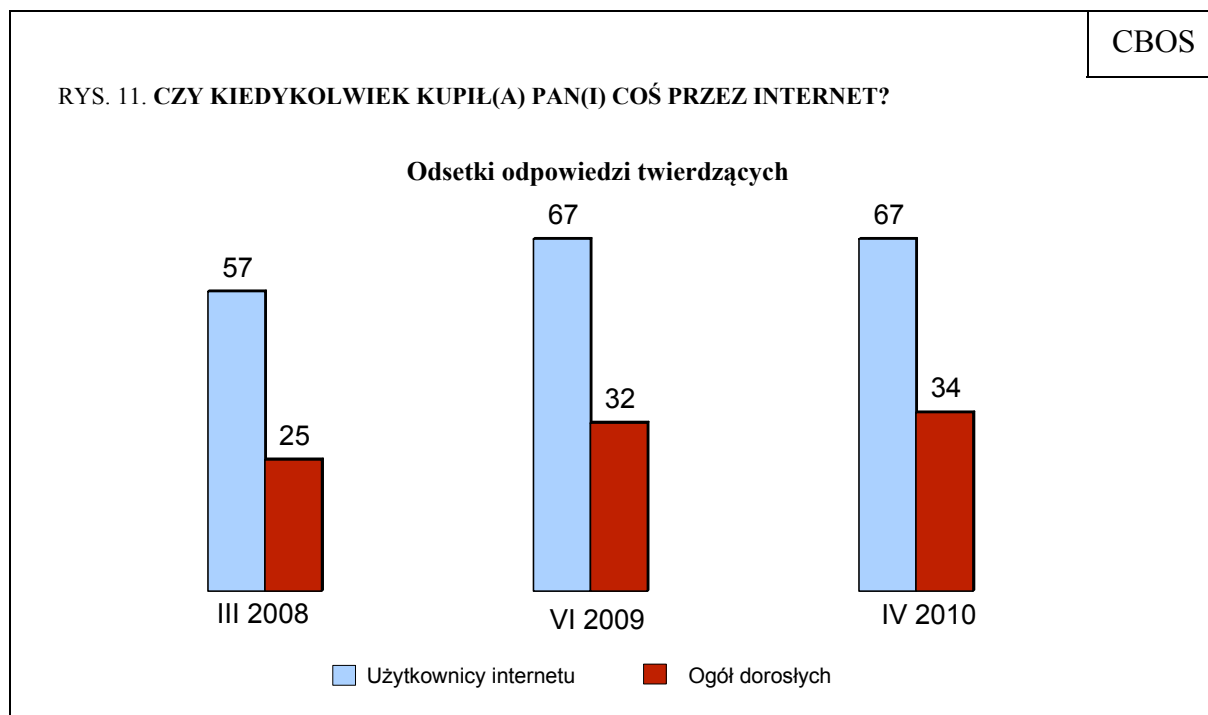
Do nawiązania znajomości w sieci przyznaje się co czwarty internauta (25%). Co siódmy (15%) deklaruje, że spotkał się z osobą poznaną przez internet.

Tabela 2

Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań					
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10
<b>– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet</b>						
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13
<b>– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście</b>						
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8

Zawarcie znajomości w sieci relatywnie częściej niż inni deklarują najmłodszy internauci. Im są starsi, tym rzadziej twierdzą, że zdarzało im się poznać kogoś online.

W ostatnich kilku latach rośnie znaczenie internetu jako kanału wymiany dóbr i usług. Ponad dwie trzecie internautów (67%), czyli około jednej trzeciej ogółu dorosłych dokonało zakupu przez internet, a co czwarty użytkownik sieci (25%) coś w ten sposób sprzedał.



Ci użytkownicy internetu, którzy w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie kupili coś za jego pośrednictwem, stanowią jedną trzecią internautów. Od trzech lat ich odsetek w zasadzie się nie zmienia.

Tabela 3

	Odsetki respondentów, którzy w ciągu miesiąca kupili coś przez internet							
	III '02*	II '04*	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10
Użytkownicy internetu	2 (N=176)	13 (N=271)	14 (N=280)	23 (N=330)	24 (N=342)	35 (N=534)	33 (N=501)	33 (N=542)
Ogół dorosłych	poniżej 0,5	3	4	7	9	15	16	17

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

Tych internautów, którzy w ciągu ostatniego miesiąca kupili coś przez internet, zapytaliśmy, jakiego typu przedmioty nabyli. Z ich deklaracji wynika, że do najczęściej kupowanych produktów należy odzież i obuwie, sprzęt elektroniczny, artykuły motoryzacyjne i dziecięce. Nieco rzadziej są to książki i artykuły multimedialne, bilety. Zupełnie sporadycznie kupowano w sieci leki i produkty spożywcze. Wśród innych rzeczy wymieniano m.in. kosmetyki, meble i różnego rodzaju elementy wyposażenia wnętrza, artykuły gospodarstwa domowego, produkty budowlane, artykuły dla zwierząt, ogrodnicze (w tym kwiaty), biżuterię, przedmioty hobbystyczne, a także dostęp do różnych usług online.

Tabela 4

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	8
– sprzęt elektroniczny	11	6
– artykuły motoryzacyjne	10	5
– zabawki, artykuły dziecięce	9	5
– książki	7	4
– płyty	4	2
– programy i gry komputerowe	3	2
– bilety na samolot lub pociąg	3	1
– pliki z muzyką	2	1
– artykuły spożywcze	1	1
– leki	1	1
– coś innego	11	6

Niemal połowa internautów (46%, czyli mniej więcej co czwarty dorosły Polak) korzysta z usług bankowych przez internet. Od zeszłego roku popularność bankowości elektronicznej wzrosła.

Ponad dwie piąte użytkowników pobiera z sieci – nie płacąc – programy komputerowe, muzykę, filmy. W ciągu ostatnich pięciu lat skala tego typu aktywności wśród internautów właściwie się nie zmieniła.

Nadal mało popularne jest opłacanie dostępu do jakichś treści czy usług, niemniej takich użytkowników stopniowo przybywa. W pewnym zakresie może się to wiązać z poszerzaniem spektrum oferowanych w ten sposób produktów i usług.

Tabela 5

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań					
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10
<b>– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet</b>						
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23
<b>– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy</b>						
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22
<b>– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak np. archiwa gazet, zdjęcia, płatne członkostwo w serwisach</b>						
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8

Najmłodszy internauci – w wieku 18-24 lata – rzadziej niż starsi korzystają z zakupów online i bankowości elektronicznej, natomiast wyraźnie częściej niż pozostali ściągają z sieci pliki. Zakupy przez internet, a także korzystanie z bankowości internetowej są również relatywnie częstsze wśród osób z wyższym wykształceniem. Wymiana dóbr przez internet też jest w pewnym stopniu, co zrozumiałe, uwarunkowana zarobkami i sytuacją materialną badanych.

W ostatnich latach obserwujemy utrwalanie się, a w niektórych przypadkach dalszy wzrost popularności internetu jako kanału dystrybucji tradycyjnych mediów. Dwie piąte internautów (40%) słucha przez internet radia. Tyle samo (40%) ogląda w sieci telewizję, filmy i seriale. Jedna trzecia dorosłych – ponad dwie trzecie internautów (68%) – czyta online gazety lub czasopisma. W ostatnim czasie liczba internetowych czytelników prasy jeszcze wzrosła.

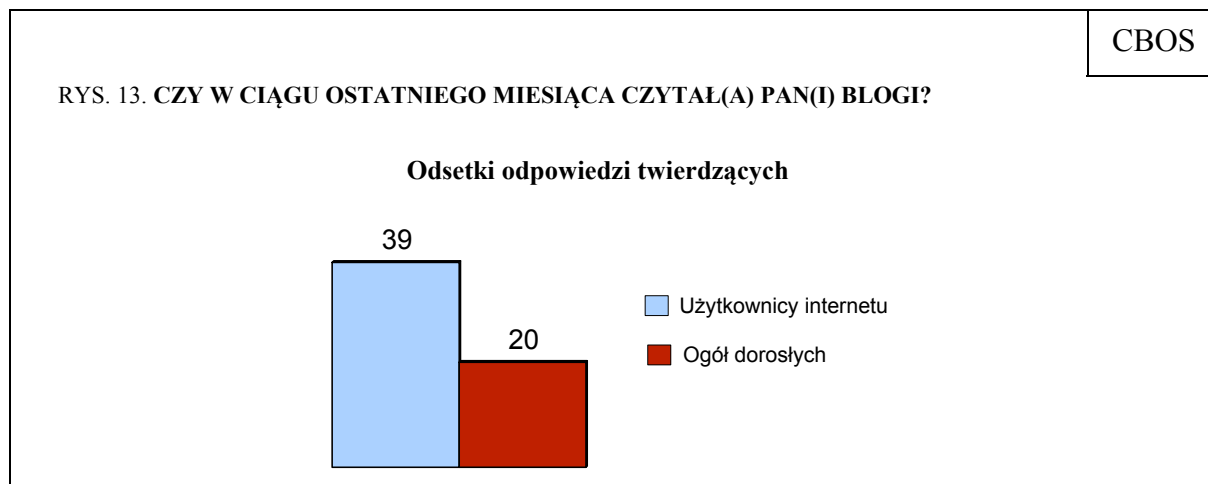
Tabela 6

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań				
	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10
<b>– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*</b>					
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35
<b>– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia</b>					
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20
<b>– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale**</b>					
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21

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

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

W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie jedna piąta dorosłych Polaków (20%) czytała blogi. Czytelnictwo blogów kształtuje się na poziomie sprzed roku. Nie zestawiamy jednak danych, ponieważ wówczas pytanie było inaczej sformułowane<sup>3</sup>.



Czytanie blogów, słuchanie radia i oglądanie filmów w sieci cieszy się większą popularnością wśród młodszych internautów. Wiek nie wpływa znacząco na czytelnictwo prasy, a jego popularność uwarunkowana jest – tak jak w przypadku prasy drukowanej – poziomem wykształcenia.

### NADUŻYWANIE INTERNETU

Interesowało nas, jaki odsetek internautów we własnym odczuciu spędza online zbyt dużo czasu i czy zdarzają się im sytuacje, w przypadku których można by mówić o nadużywaniu internetu. Należy przy tym podkreślić, że nie badaliśmy (ani nie próbowaliśmy diagnozować) uzależnienia od komputera lub sieci, ponieważ jest to problematyka zbyt złożona, nienadająca się do tego typu badań sondażowych. Chcieliśmy jedynie sprawdzić, do jakiej części internautów odnosi się kilka wybranych aspektów, które można określić jako symptomy nadużywania sieci.

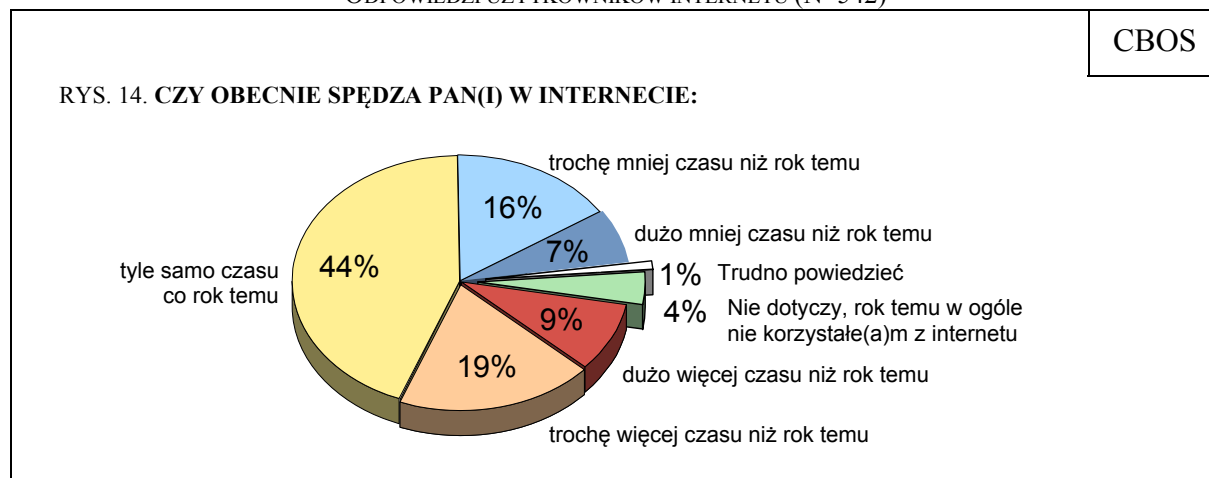
Ponad dwie piąte badanych (44%) twierdzi, że spędza w internecie tyle samo czasu co rok temu. Pozostali dzielą się na dwie mniej więcej równoliczne grupy, przeważają jednak

---

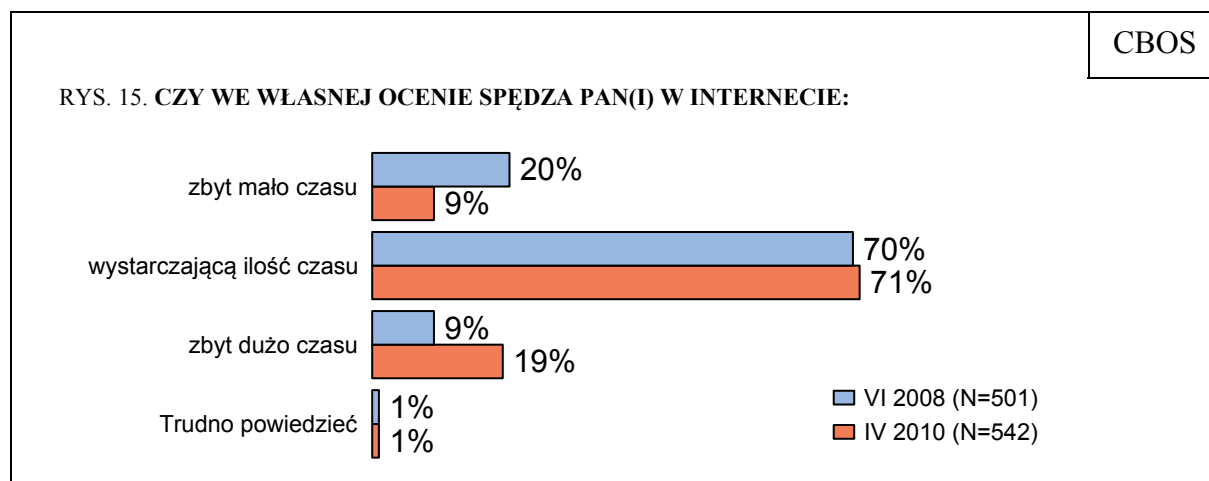
<sup>3</sup> Pytano wówczas o czytelnictwo blogów bez ograniczania jego okresu do ostatniego miesiąca. Oddzielnie pytano o blogi o tematyce politycznej i oddzielnie o blogi niepolityczne. Czytelnicy blogów ogółem stanowili 41% internautów, czyli 20% ogółu dorosłych.

osoby oceniające, że ich czas korzystania z internetu wydłużył się w stosunku do tego sprzed roku, niż że się skrócił (28% wobec 23%).

ODPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU (N=542)



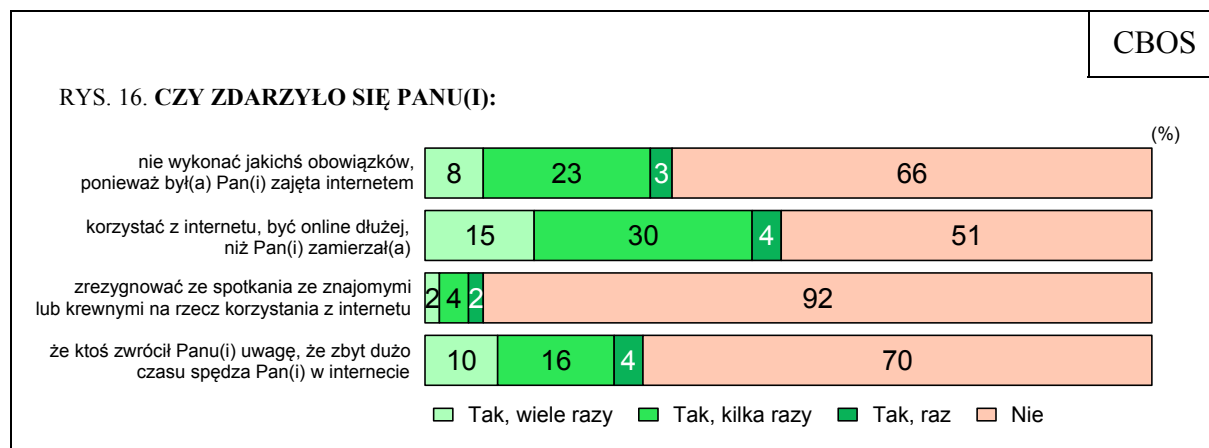
Większość internautów (71%) ocenia, że spędza w sieci wystarczającą ilość czasu, natomiast prawie co piąty (19%) uważa, że przebywa online zbyt długo. Nieliczni (9%) deklarują, że spędzają w internecie zbyt mało czasu. W porównaniu z sondażem sprzed dwóch lat wzrósł (o 10 punktów) odsetek osób sądzących, że przebywają w sieci za długo, ubyło zaś (o 11 punktów) tych, które mają poczucie, że za krótko.



Niezależnie od liczby godzin spędzanych w sieci, we wszystkich grupach społeczno-demograficznych przeważa opinia, że jest to optymalna ilość czasu. Poczucie nadużywania internetu rośnie, co zrozumiałe, wraz z liczbą godzin online – jest częstsze niż przeciętnie wśród osób spędzających w sieci więcej niż 14 godzin tygodniowo.

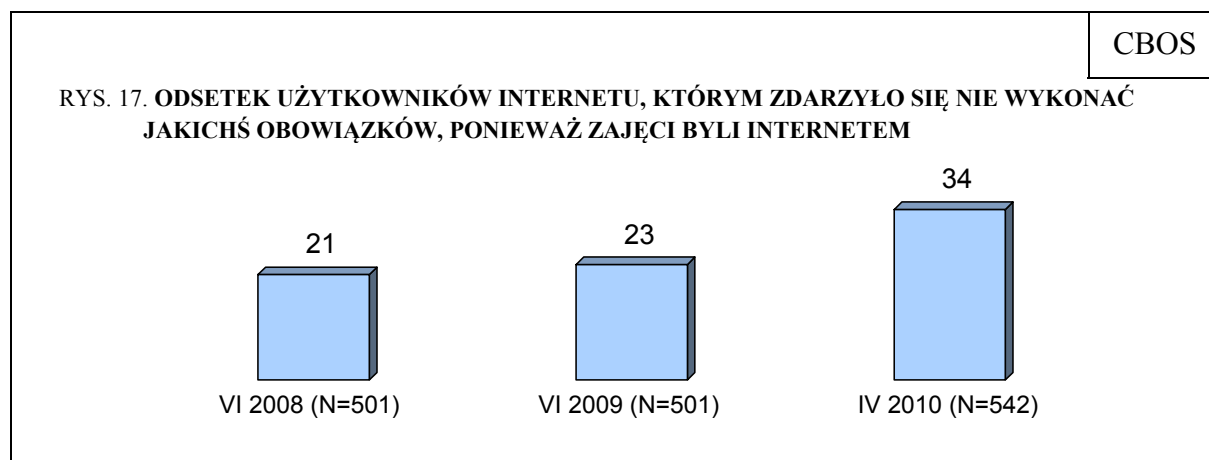


Połowcie internautów (49%) zdarzyło się być online dłużej niż zamierzali, przy czym 15% przyznaje, że miało to miejsce wielokrotnie. Jedna trzecia (34%) przynajmniej raz nie wykonała jakichś obowiązków, ponieważ zajęta była internetem. Nieco mniejszej liczebnie grupie (30%) zdarzyło się usłyszeć uwagę, że za dużo czasu spędza online. Tylko nieliczni (8%) deklarują, że zrezygnowali ze spotkania z rodziną czy znajomymi, żeby korzystać w tym czasie z internetu.



Pominięto „trudno powiedzieć” (we wszystkich przypadkach stanowiło ono mniej niż 1%)

Pytanie o zaniedbanie obowiązków zadawaliśmy już wcześniej w ramach badania zagrożeń online i negatywnych aspektów korzystania z internetu<sup>4</sup>. Okazuje się, że odsetek osób, którym zdarzyło się, że nie wykonały swoich obowiązków, bo zajęte były internetem, znacząco wzrósł w ciągu ostatniego roku (o 11 punktów).

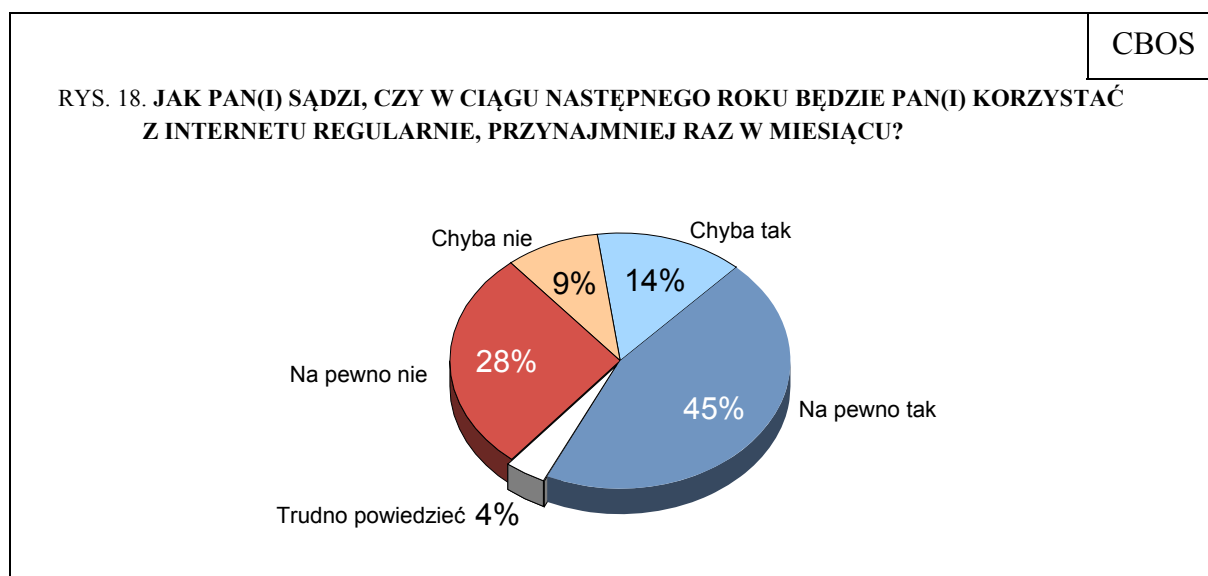


<sup>4</sup> Por. komunikat CBOS „Zagrożenia w internecie”, lipiec 2009 (oprac. M. Feliksiak).

Uogólniając można powiedzieć, że ponad dwóm piątym internautów (42%) nie zdarzyła się żadna z czterech wymienionych sytuacji, które mogą świadczyć o nadużywaniu internetu, jednej piątej (20%) zdarzyła się jedna z nich, mniejszym grupom (odpowiednio: 17% i 16%) – dwie lub trzy, a nielicznym (4%) – wszystkie cztery. Istotnie statystycznie zależy to od deklarowanego czasu spędzanego w sieci ( $r$  Pearsona=0,31), a ponieważ czas ten jest uzależniony od wieku respondentów, wiek również przekłada się na występowanie powyższych symptomów nadużywania sieci ( $r$  Pearsona=-0,35). Jeśli chodzi o płeć, mężczyźni są online przeciętnie dłużej niż kobiety, stąd częściej niż one deklarują, że doświadczyli przynajmniej jednej z czterech przedstawionych sytuacji (63% wobec 53%).

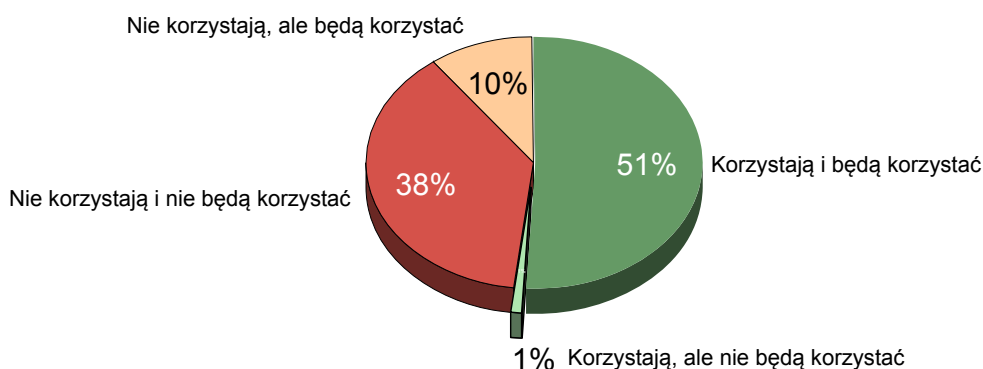
### PERSPEKTYWY ROZWOJU SIECI I STOSUNEK DO NOWYCH TECHNOLOGII

Niemal trzy piąte dorosłych Polaków (59%) sądzi, że w ciągu następnego roku będzie regularnie, przynajmniej raz w miesiącu korzystać z internetu, natomiast ponad jedna trzecia (37%) tego nie przewiduje.



Co dziesiąty Polak niekorzystający obecnie z sieci (10%) planuje w ciągu najbliższego roku zacząć z niej korzystać. Blisko dwie piąte dorosłych nieużywających internetu (38%) nie zamierza nic zmieniać w tym zakresie.

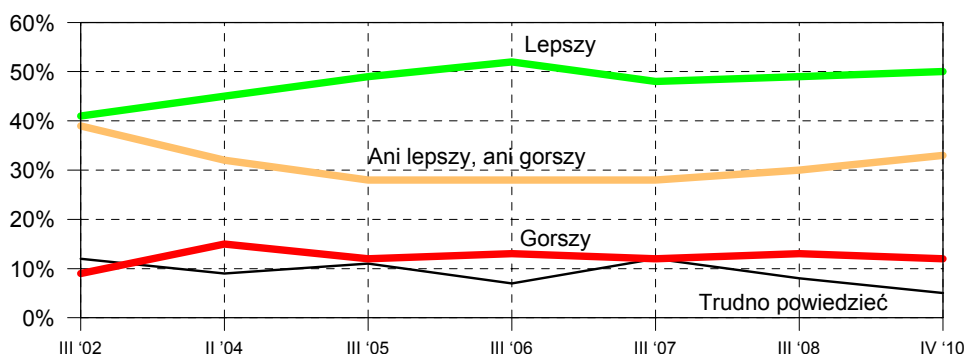
RYS. 19. DEKLARACJE BADANYCH DOTYCZĄCE KORZYSTANIA Z INTERNETU



Jak wynika z uzyskanych deklaracji, mało prawdopodobne jest, że z internetu zaczną korzystać najstarsi, najslabiej wykształceni respondenci. W większości nie korzystają oni z sieci i nie zamierzają tego robić.

W ostatnich latach w niewielkim stopniu zmienia się ogólna postawa Polaków wobec nowych technologii. Obecnie połowa badanych (50%) uważa, że dzięki rozwojowi internetu czy telefonii komórkowej świat staje się lepszy, a co ósmy (12%) twierdzi, że gorszy. Co trzeci ankietowany (33%) nie przypisuje nowym technologiom określonego wpływu.

RYS. 20. JAK PAN(I) SĄDZI, CZY DZIĘKI NOWYM TECHNOLOGIOM, TAKIM JAK INTERNET I TELEFONIA KOMÓRKOWA, ŚWIAT STAJE SIĘ LEPSZY CZY TEŻ GORSZY?



Opinie na ten temat wyraźnie zależą od wieku. Przekonanie o pozytywnym wpływie technologii na świat zauważalnie częściej niż pozostali wyrażają najmłodszy badani.

Co zrozumiałe, relatywnie więcej optymistów w tym względzie i mniej sceptyków jest wśród użytkowników komputerów i internetu. Niemniej opinie internautów nie różnią się znacząco od opinii ogółu dorosłych.

Tabela 7

Jak Pan(i) sądzi, czy dzięki nowym technologiom, takim jak internet i telefonia komórkowa, świat staje się lepszy czy też gorszy?	Odpowiedzi	
	użytkowników komputera (N=585)	użytkowników internetu (N=542)
	w procentach	
Lepszy	57	58
Ani lepszy, ani gorszy	32	32
Gorszy	8	7
Trudno powiedzieć	3	3

★

★

★

Połowa dorosłych Polaków to osoby regularnie korzystające z internetu, nieco więcej niż połowa to regularni użytkownicy komputera. Gdyby wziąć pod uwagę osoby poniżej 18 roku życia, których nie obejmowało nasze badanie, odsetki użytkowników byłyby bez wątpienia wyższe. Cechy ankietowanych decydujące o korzystaniu z nowych technologii to przede wszystkim wiek i wykształcenie, w mniejszym stopniu zaś sytuacja materialna. Wiek określa nie tylko korzystanie z sieci, ale również sposoby czy style korzystania – czas spędzany online, intensywność korzystania, a w znacznym zakresie także wybór usług i funkcji, formy podejmowanych aktywności.

Opracował  
Michał FELIKSIĄK