

K O M U N I K A T
Z B A D A Ń

Warszawa, sierpień 2011

www.cbos.pl ● sekretariat@cbos.pl

BS/99/2011

KORZYSTANIE Z INTERNETU

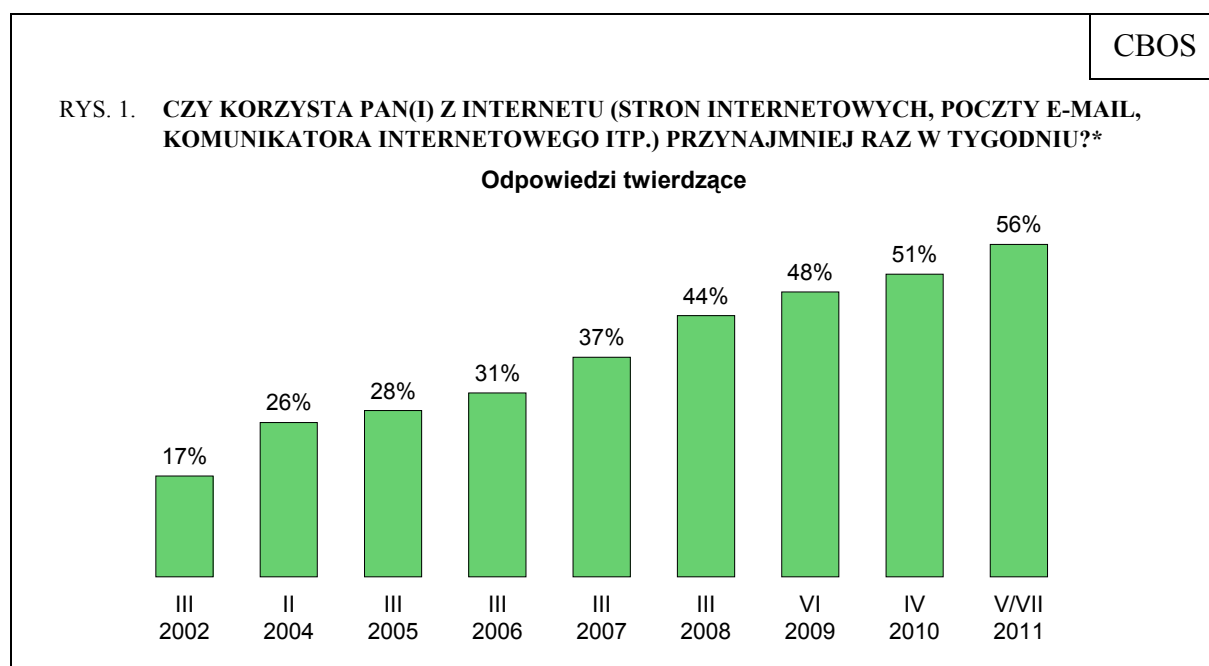


Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku
13 stycznia 2011 roku

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

Od blisko dziesięciu lat raz do roku badamy obecność Polaków w internecie. Interesuje nas zarówno to, jak wielu dorosłych z niego korzysta, ale także, jakie aktywności podejmują i z jakich usług korzystają. W tym roku niektóre pytania zadaliśmy w dwóch badaniach przeprowadzonych w maju¹ i w lipcu², co umożliwiło połączenie prób, a tym samym uzyskanie większej liczebnie grupy internautów.

Ponad połowa dorosłych Polaków (56%) korzysta z internetu. Od ubiegłego roku odsetek użytkowników wzrósł o 5 punktów. Dynamika tej zmiany jest większa niż w latach 2009–2010.



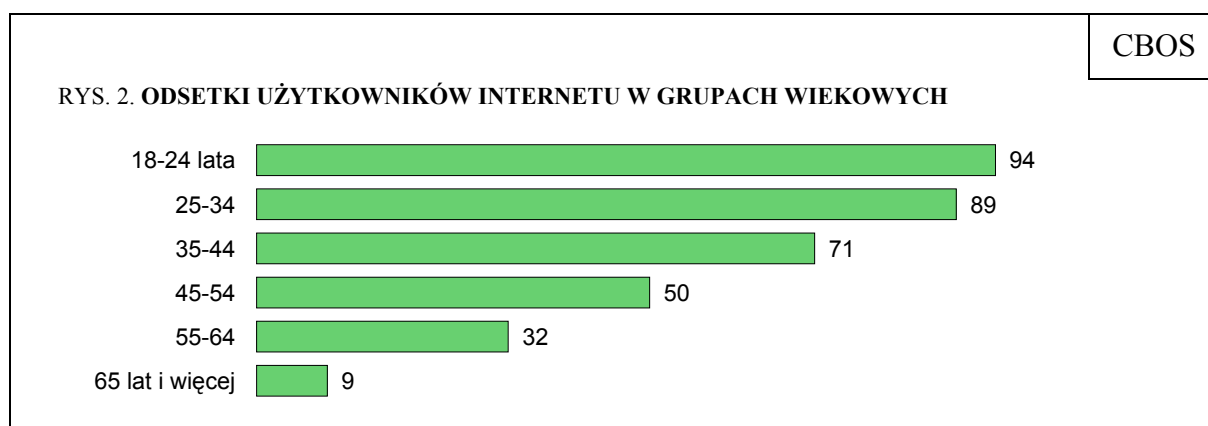
* W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, E-mail)?”

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (252) przeprowadzono w dniach 5 – 11 maja 2011 roku na liczącej 1189 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

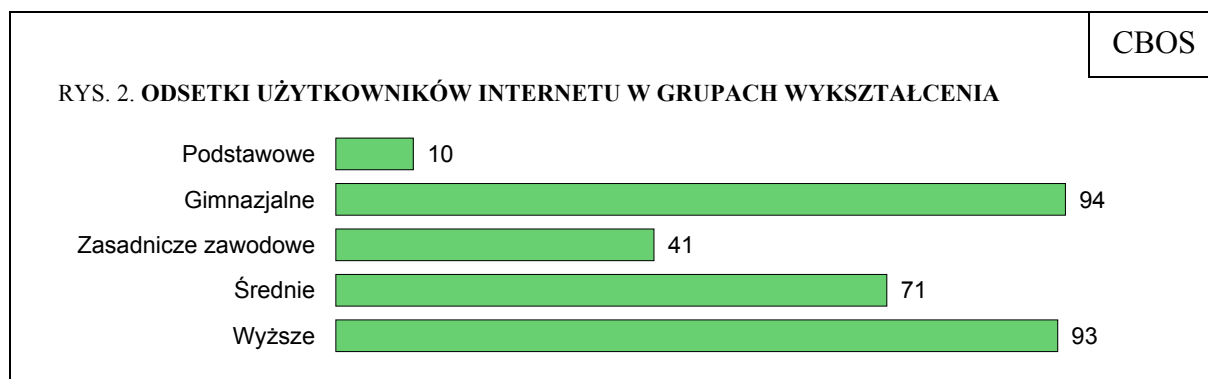
² Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (254) przeprowadzono w dniach 30 czerwca – 6 lipca 2011 roku na liczącej 1080 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

Korzystanie z sieci jest uzależnione od szeregu cech społeczno-demograficznych badanych, jednak przede wszystkim od wieku i wykształcenia. Zróżnicowania związane z płcią są niewielkie – tylko nieznacznie częściej internautami są mężczyźni niż kobiety (58% wobec 54%).

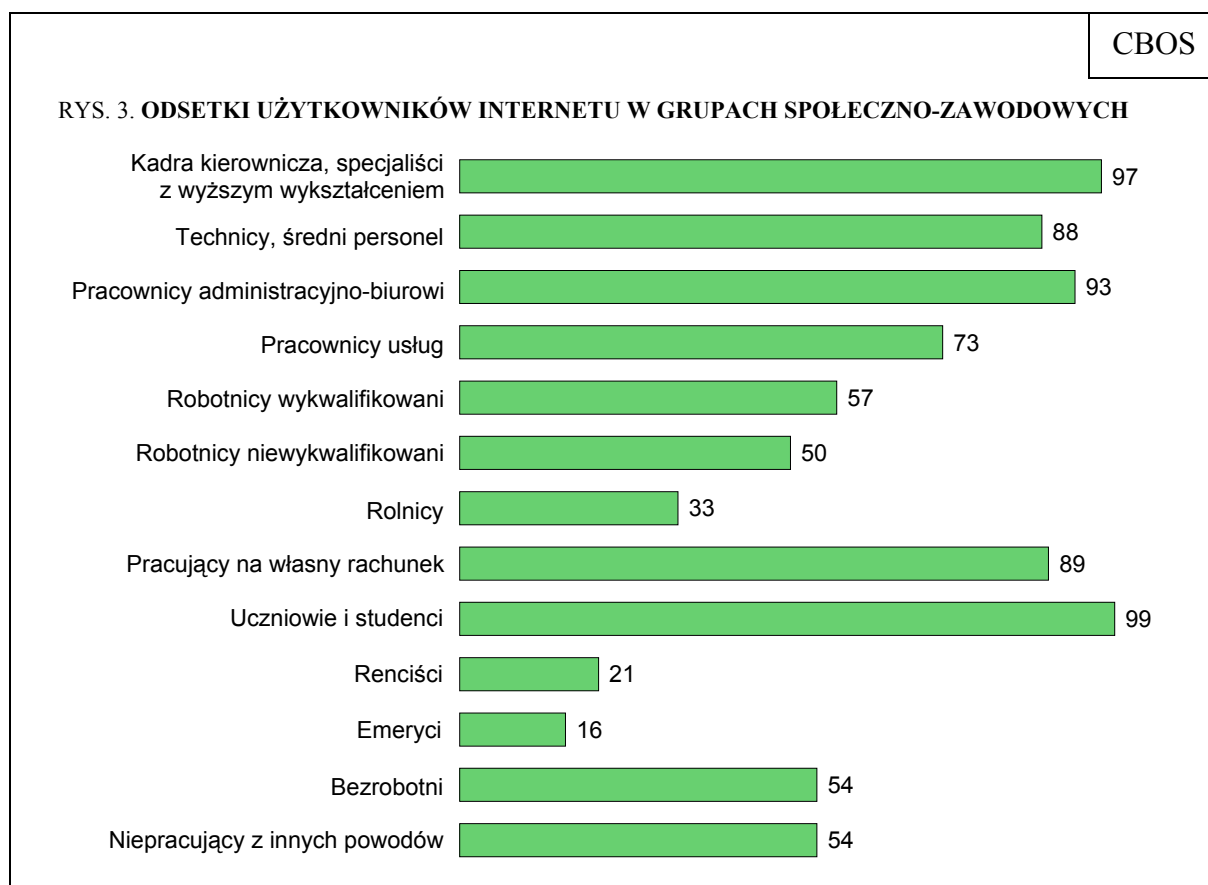
Obecność w internecie jest czymś naturalnym i niemal powszechnym wśród najmłodszych respondentów. Wraz z wiekiem odsetek internautów maleje. Zdecydowana większość regularnych użytkowników to osoby mające nie więcej niż 44 lata. W grupie 45–54 lata z internetu korzysta dokładnie połowa, wśród osób mających 55–64 lata – jedna trzecia, a wśród najstarszych już tylko co jedenasty.



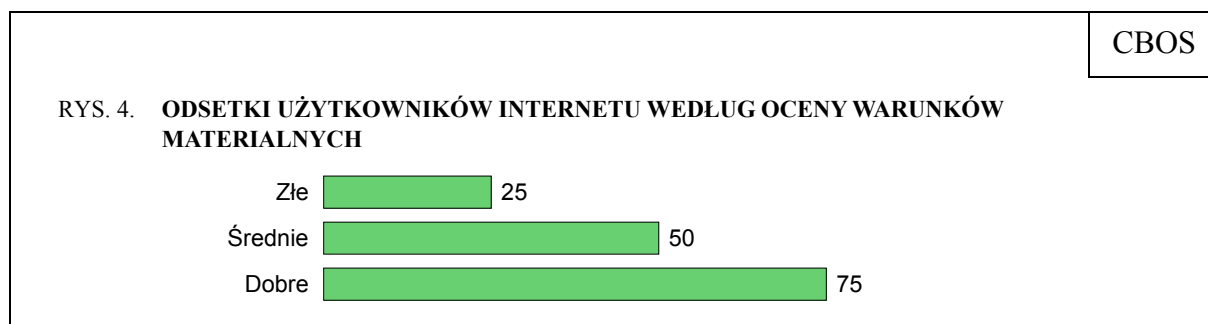
Internetu używają prawie wszyscy badani z wyższym wykształceniem oraz większość z wykształceniem średnim. Rzadziej do grona internautów zaliczają się osoby, które mają wykształcenie zasadnicze zawodowe, a zupełnie sporadycznie ci, którzy ukończyli jedynie podstawówkę. Niemal powszechnie z internetu korzystają osoby deklarujące wykształcenie na poziomie gimnazjalnym, wynika to z faktu, że są to ludzie młodzi (18–19 lat), przeważnie wciąż się uczący.



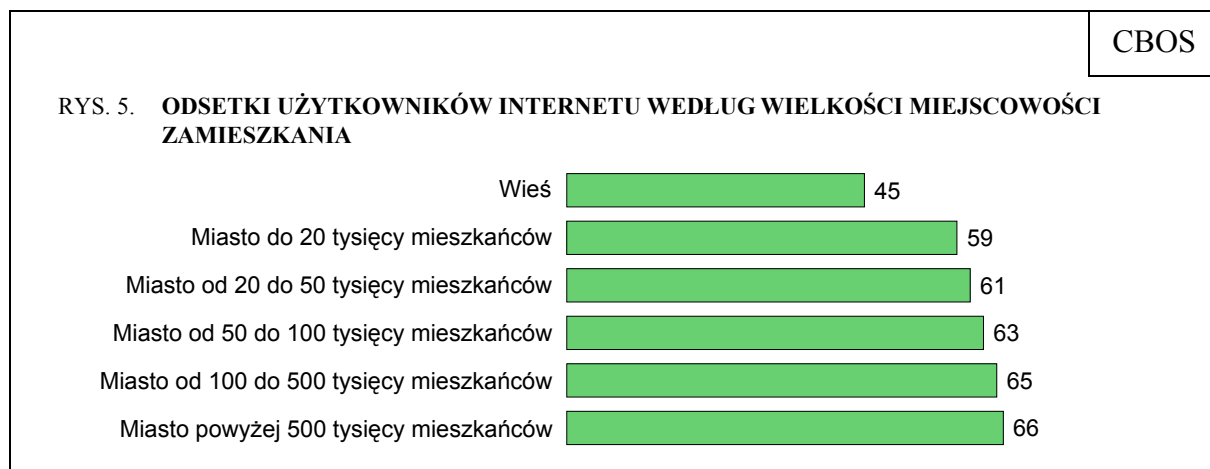
Użytkownikami internetu częściej bywają respondenci, których wykonywany zawód z dużym prawdopodobieństwem wiąże się z pracą przy komputerze.



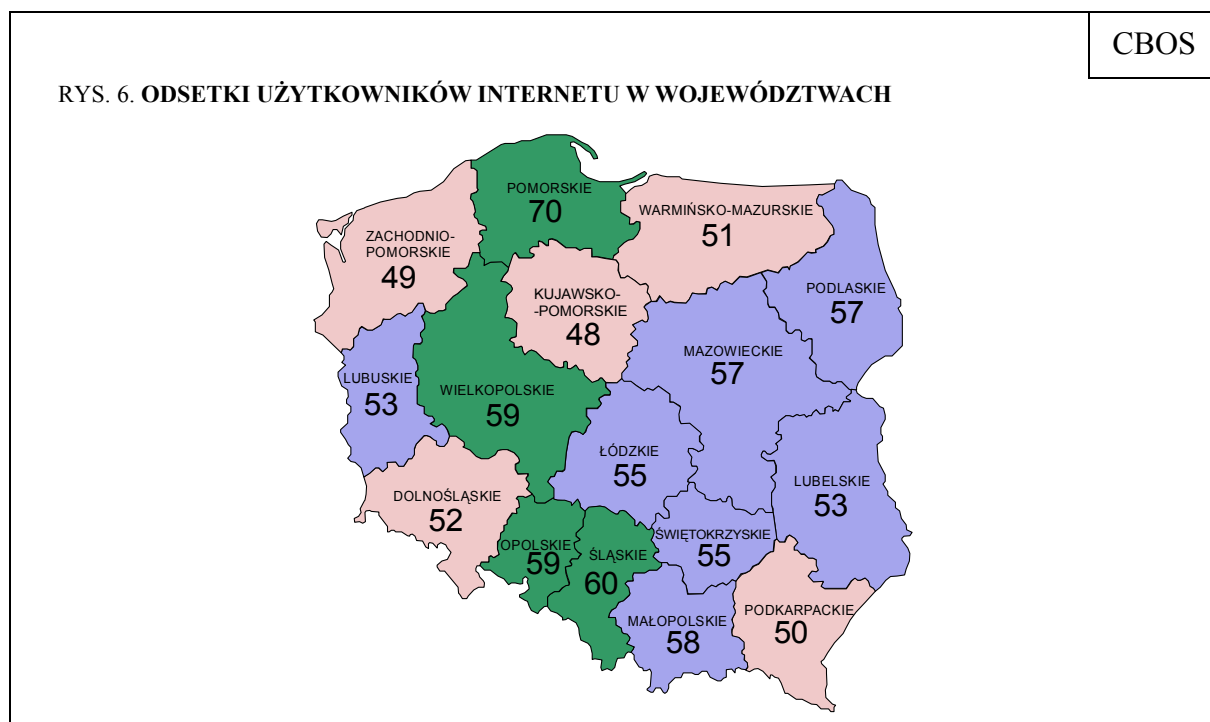
Czynnikiem warunkującym dostęp do internetu jest również sytuacja materialna respondentów, jednak zależność ta jest w dużej mierze pochodną wcześniej wspomnianych czynników, takich jak wykształcenie czy wiek.



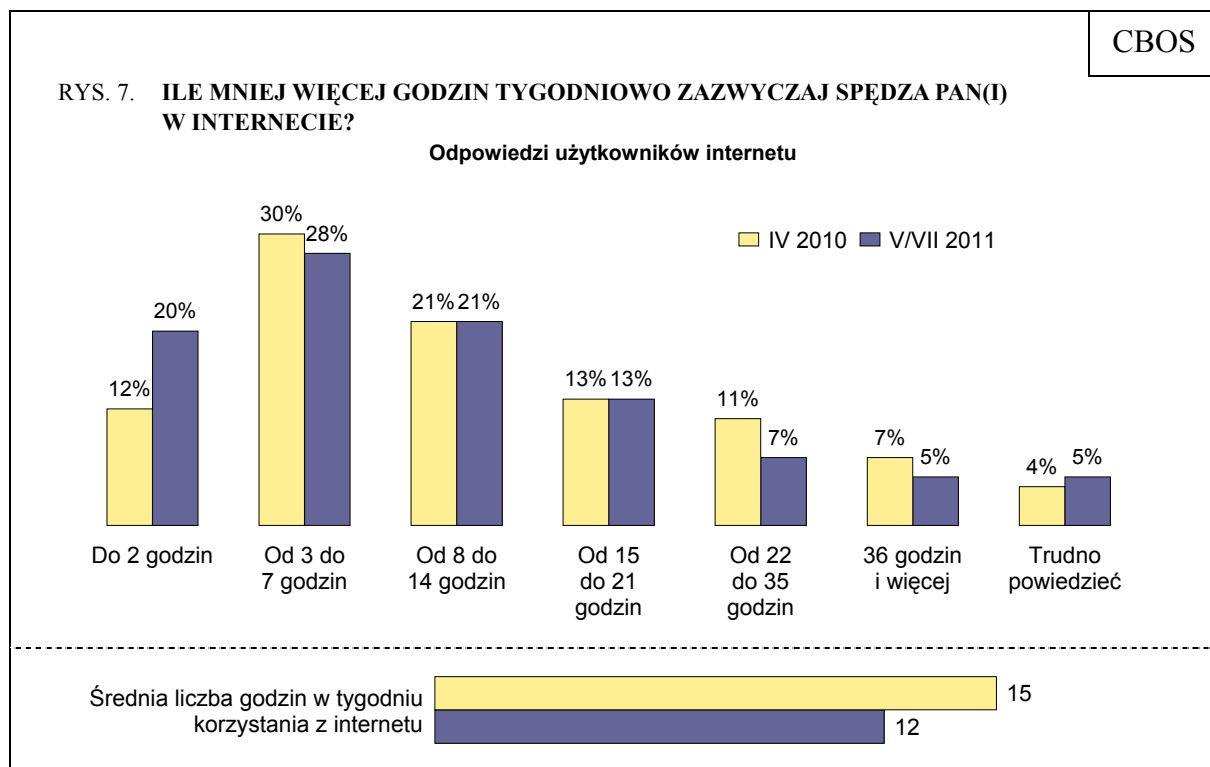
Internautów rzadziej spotykamy na wsi niż w miastach. Sama wielkość ośrodków miejskich nie wpływa znacząco na proporcje korzystających i niekorzystających z sieci.



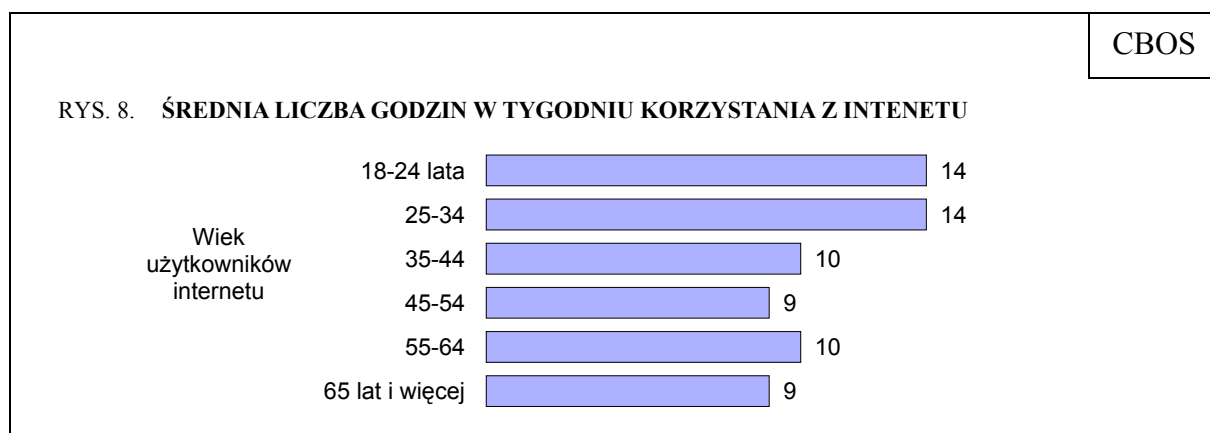
Relatywnie wyższy niż przeciętny odsetek dorosłych korzystających regularnie z internetu jest w województwach pomorskim i śląskim, w przypadku których pewną rolę może odgrywać stosunkowo wysoki poziom urbanizacji oraz wielkopolskim i opolskim, natomiast niższy od ogólnopolskiej średniej – w kujawsko-pomorskim, zachodniopomorskim, podkarpackim, warmińsko-mazurskim i dolnośląskim.



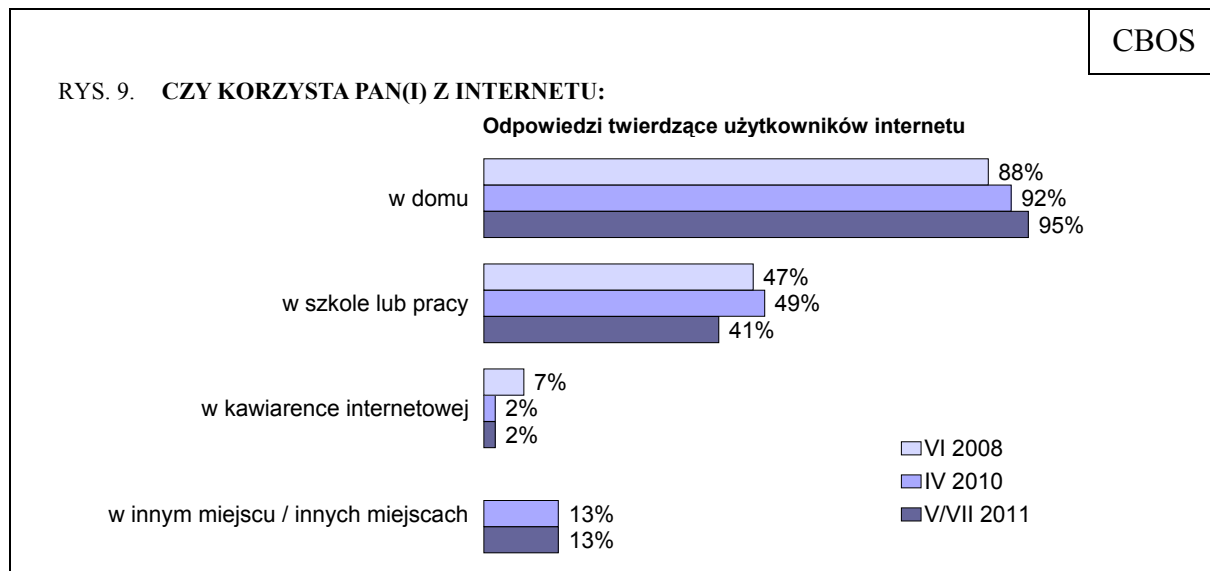
Internauci spędzają online średnio 12 godzin tygodniowo, czyli mniej więcej godzinę i czterdzieści minut dziennie. To nieco krócej niż w ubiegłym roku.



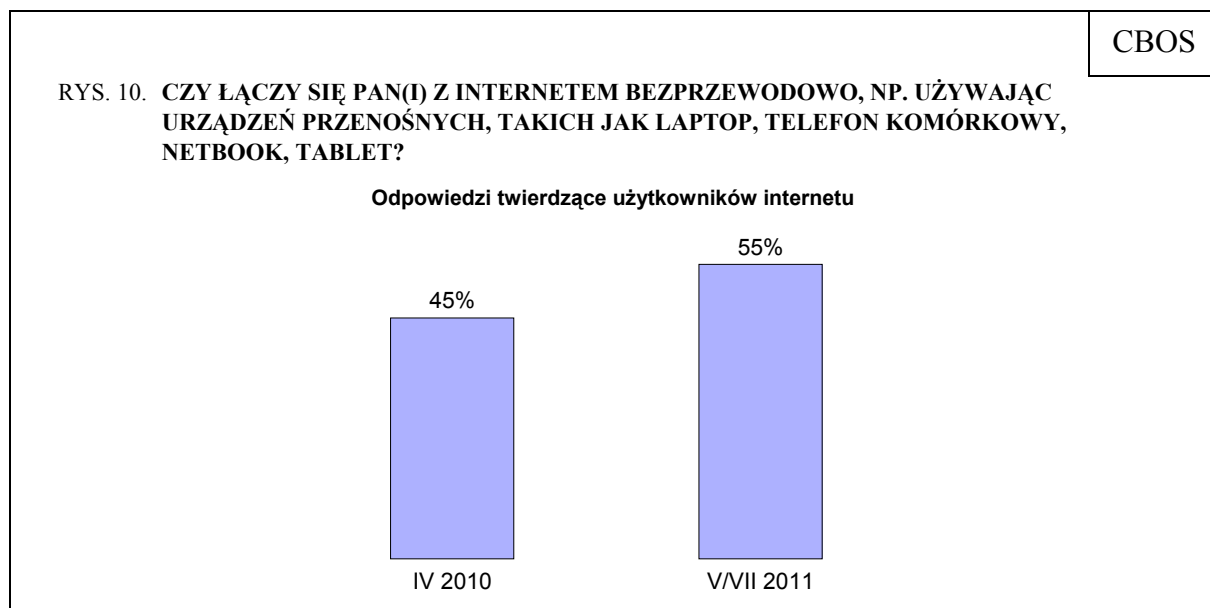
Intensywność korzystania z sieci jest związana z wiekiem. Młodszy spędzają online przeciętnie więcej czasu niż starsi.



Prawie wszyscy internauci łączą się z siecią w domu (95%), dwie piąte (41%) w szkole lub pracy, a nieliczni (2%) korzystają z kawiarenek internetowych. Około jedna ósma (13%) łączy się z siecią w jeszcze innych miejscach.

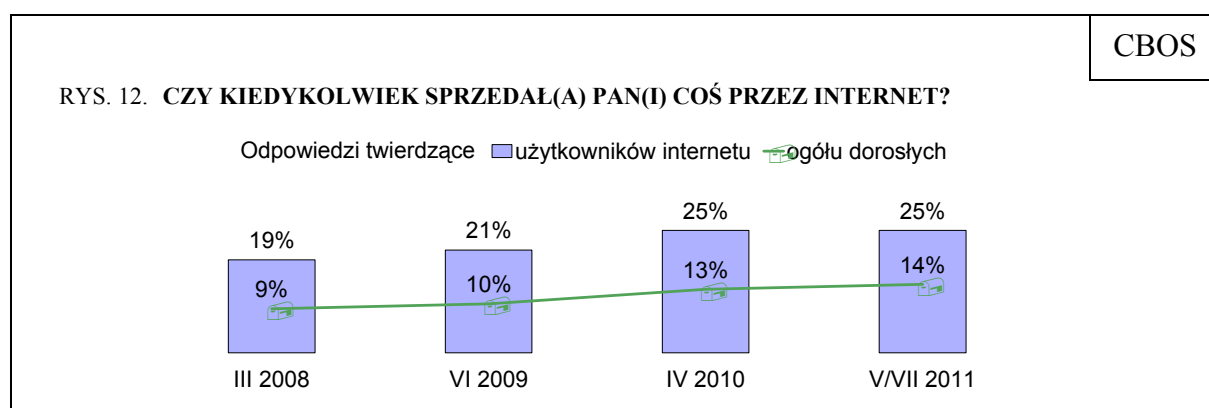
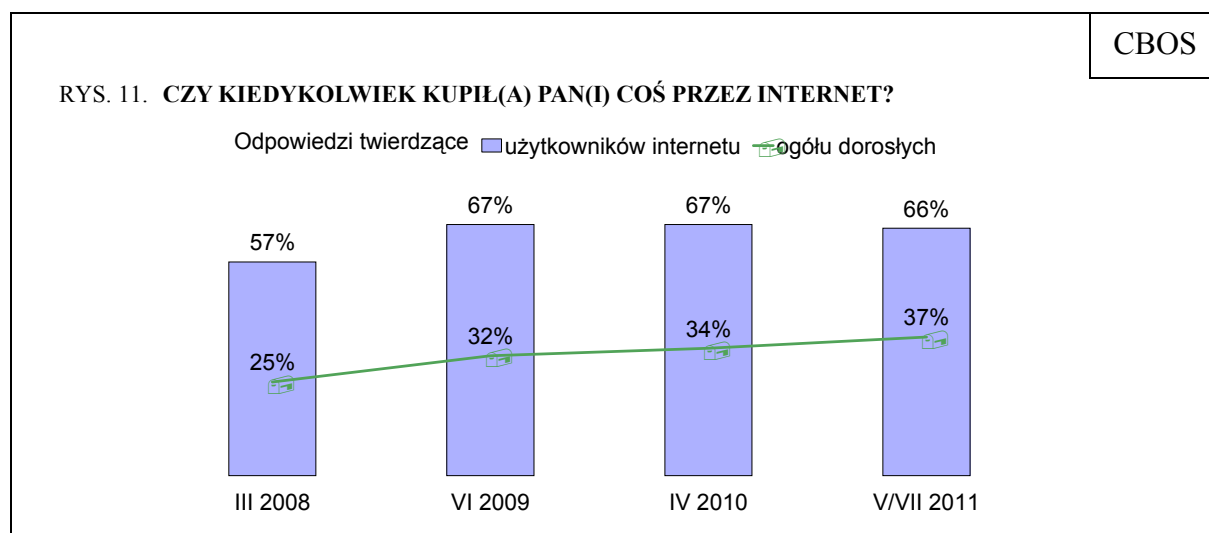


Coraz większą popularność zyskuje mobilny, bezprzewodowy dostęp do internetu. Tą drogą łączy się ponad połowa internautów (55%, od ubiegłego roku wzrost o 10 punktów). Z bezprzewodowego połączenia przy użyciu urządzeń przenośnych korzysta 56% łączących się z siecią w domu, 67% korzystających z internetu w pracy oraz 74% deklarujących używanie sieci w innych miejscach niż wymienione.



RODZAJE AKTYWNOŚCI W SIECI

Internet zyskał dużą popularność jako kanał dystrybucji dóbr i usług. Ponad dwie trzecie internautów (66%), czyli ponad jedna trzecia ogółu dorosłych dokonało zakupów online, a co czwarty użytkownik sieci (25%) deklaruje, że sprzedał coś przez internet.



W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie zakupy za pośrednictwem sieci zrobiła jedna trzecia internautów (32%), czyli około jedna piąta ogółu dorosłych. Odsetek regularnie kupujących w ten sposób jest stabilny.

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	IV '10	VII '11
Użytkownicy internetu	2	13	14	23	24	35	33	33	32
Ogół dorosłych	poniżej 0,5	3	4	7	9	15	16	17	18

* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Internautów, którzy w ciągu ostatniego miesiąca kupili coś przez internet zapytaliśmy, jakiego typu przedmioty nabyli. Z ich deklaracji wynika, że najczęściej była to odzież, obuwie, sprzęt elektroniczny, artykuły motoryzacyjne, dziecięce, a także książki. Nieco rzadziej kupowano bilety na samolot lub pociąg, płyty, programy i gry komputerowe, dostęp do usług lub treści online. Natomiast najrzadziej wymieniano artykuły spożywcze, leki, pliki z muzyką. Wśród innych, nieskategoryzowanych rzeczy respondenci podają kosmetyki, środki czystości, artykuły dla zwierząt, artykuły budowlane, ogrodnicze, narzędzia, sprzęt sportowy, artykuły kuchenne.

Tabela 2

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odsetki odpowiedzi twierdzących wśród:	
	użytkowników internetu	ogółu dorosłych
– odzież, obuwie	14	8
– sprzęt elektroniczny	10	6
– artykuły motoryzacyjne	10	5
– zabawki, artykuły dziecięce	10	6
– książki	9	5
– bilety na samolot lub pociąg	6	3
– płyty	4	2
– programy i gry komputerowe	3	2
– dostęp do usług lub treści	3	2
– artykuły spożywcze	2	1
– leki	2	1
– pliki z muzyką	1	1
– coś innego	10	6

W porównaniu z zeszłorocznym badaniem wzrosła liczba użytkowników bankowości elektronicznej. Obecnie ponad połowa internautów (54%, czyli niemal jedna trzecia dorosłych) korzysta z usług bankowych przez internet. Popularność bankowości elektronicznej jest wyraźnie większa wśród internautów z wyższym wykształceniem (76%).

Niespełna dwie piąte użytkowników sieci (38%, czyli około jedna piąta ogółu respondentów) pobiera darmowe programy, muzykę i filmy. Pod tym względem wyróżniają się najmłodszy badani, którzy wyraźnie częściej (61%) ściągali takie pliki.

Z treści dostępnych w sieci za opłatą, takich jak archiwa gazet, zdjęcia lub płatne członkostwo w serwisach korzysta co trzynasty internauta (8%, czyli co dwudziesty spośród ogółu respondentów). Jest to niemal dwukrotnie mniej niż w ubiegłym roku. Nieco wyższy odsetek korzystających z tego typu usług odnotowujemy wśród internautów mających wyższe wykształcenie (12%).

Tabela 3

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań						
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet							
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy							
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	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	15	8
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5

Ponad połowa internautów (54%), czyli prawie co trzeci dorosły czyta prasę online. Grupa ta zmniejszyła się od poprzedniego badania, co być może wynika z tego, że tegoroczny pomiar był realizowany w miesiącu wakacyjnym – urlopy mogły ograniczyć, czy też zaburzyć codzienne aktywności internautów. Mniej użytkowników (33%) deklaruje, że słucha radia przez internet (choć na poziomie ogółu dorosłych wygląda to podobnie jak w ubiegłych latach). Nie zmienił się natomiast odsetek oglądających przez internet telewizję, filmy i seriale. Przyznaje się do tego dwie piąte internautów (40%), czyli co piąty dorosły. Zarówno słuchanie radia online, jak i oglądanie wideo jest wyraźnie związane z wiekiem – im młodszy internauta, tym większe prawdopodobieństwo zadeklarowania tych aktywności.

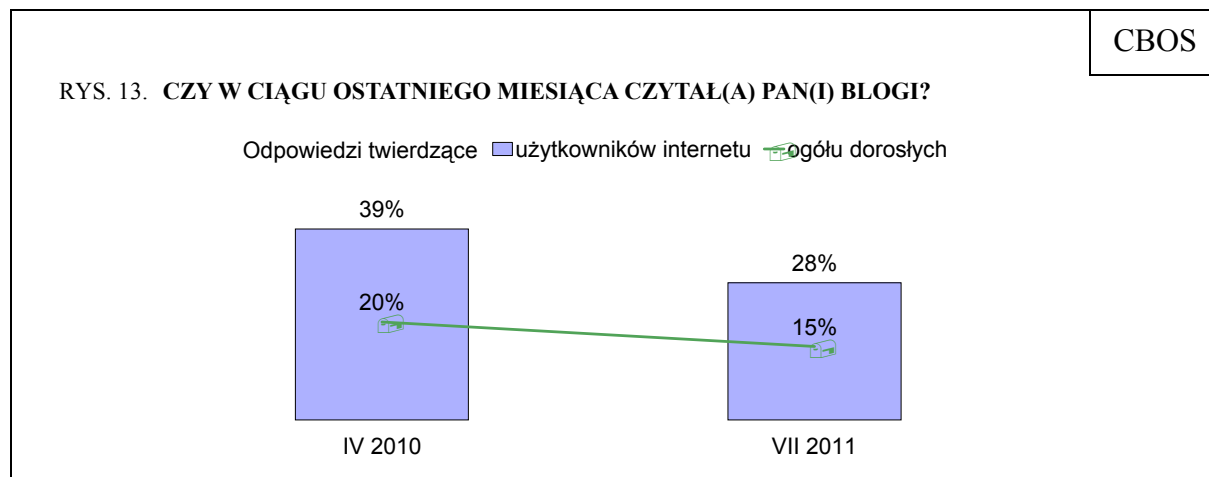
Tabela 4

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań					
	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*						
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia						
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale**						
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22

* 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 więcej niż co czwarty (28%) internauta czytał blogi. To mniej niż rok temu, kiedy aktywność taką deklarowało dwie piąte użytkowników. Czytelnikami blogów częściej są najmłodsi internauci (34%), a także badani mający wyższe wykształcenie (37%).



W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie co drugi internauta (51%) porozumiewał się z innymi użytkownikami przez komunikatory tekstowe, a co trzeci (35%) prowadził rozmowy głosowe. Aktywności te, szczególnie rozmowy tekstowe, są deklarowane rzadziej niż rok temu, co również może być spowodowane tym, że badanie było realizowane w okresie wakacyjnym. Mniej osób niż roku temu – jedna czwarta internautów (24%) – dokonywało wpisów na forach dyskusyjnych. Rozmowy tekstowe przez komunikatory, jak również udział w forach dyskusyjnych częściej niż inni deklarują najmłodsi internauci (odpowiednio 78% i 45%). Niespełna jedna piąta (17%) deklaruje, że grała w coś online z innymi użytkownikami. Jest to rozrywka wyraźnie związana z wiekiem; najczęściej grają najmłodsi mający nie więcej niż 24 lata (33%), rzadziej osoby w wieku 25–34 lata (19%). Starsi respondenci sporadycznie wskazują tę aktywność. Ponadto można zauważyć, że mężczyźni grają wyraźnie częściej niż kobiety (21% wobec 14%).

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	VII '11
– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, tlen							
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez tlenofon, Skype)							
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19
– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych*							
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13
– grał(a) Pan(i) w coś online, w sieci, z innymi osobami							
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9

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

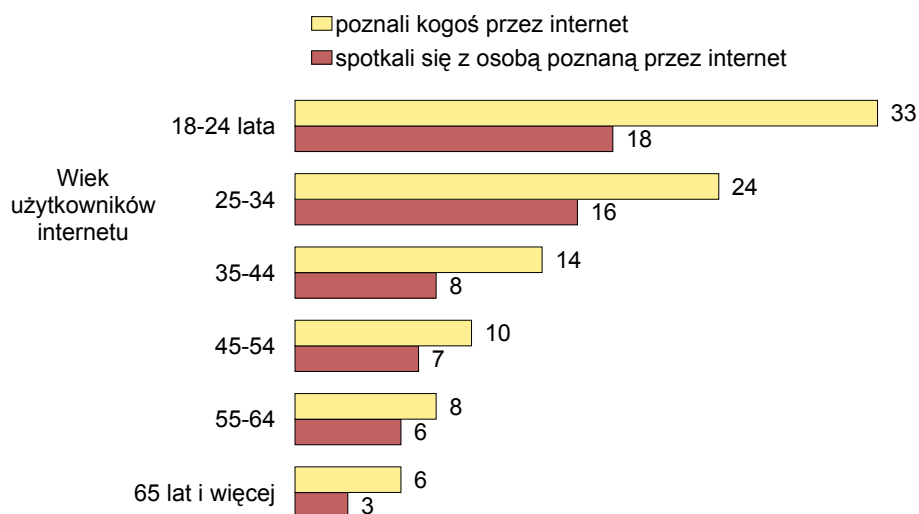
Do nawiązania znajomości w sieci przyznaje się co piąty internauta (20%), czyli mniej niż w zeszłym roku, choć na poziomie ogółu dorosłych ta różnica jest nieznaczna. Co ósmy (12%) deklaruje, że spotkał się z osobą poznaną przez internet.

Tabela 6

Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań						
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet							
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11
– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście							
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7

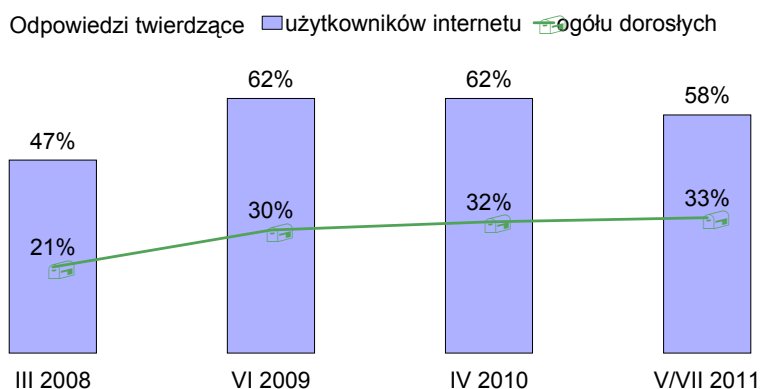
Zawieranie znajomości przez internet zależy w pewnym stopniu od płci – nieco częściej przyznają się do tego mężczyźni niż kobiety (22% wobec 17%) – i w dużej mierze od wieku. Najwięcej doświadczeń w tym względzie mają najmłodszy internauci. Wraz z wiekiem odsetek odpowiedzi twierdzących maleje. Co jednak ciekawe internetowa znajomość w przypadku najmłodszych respondentów relatywnie rzadziej prowadzi do spotkania *face to face* niż w przypadku nieco starszych badanych mających 25–34 lata. Mimo, że ci drudzy rzadziej poznawali kogoś przez internet, to niemal równie często jak najmłodszy spotykali się z poznaną w ten sposób osobą.

RYS. 14. ODSETKI UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU, KTÓRZY:



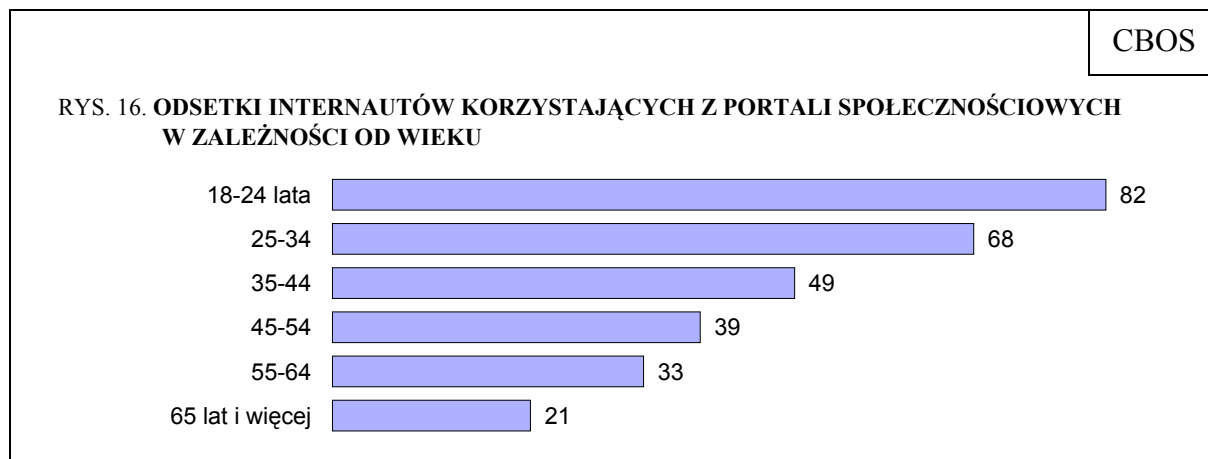
Coraz większą rolę w internecie odgrywają portale społecznościowe. Można powiedzieć, że stanowią one osobne, a zarazem kompletne sieci, które poza aspektem społeczno-towarzyskim, spełniają obecnie szereg innych funkcji: dostarczają informacji, rozrywki, dystrybuują treści kultury.

RYS. 15. CZY ZAREJESTROWAŁ(A) SIĘ PAN(I) W JAKIMŚ PORTALU SPOŁECZNOŚCIOWYM, NP. NASZA-KLASA, FACEBOOK, GOLDENLINE LUB PODOBNYM?

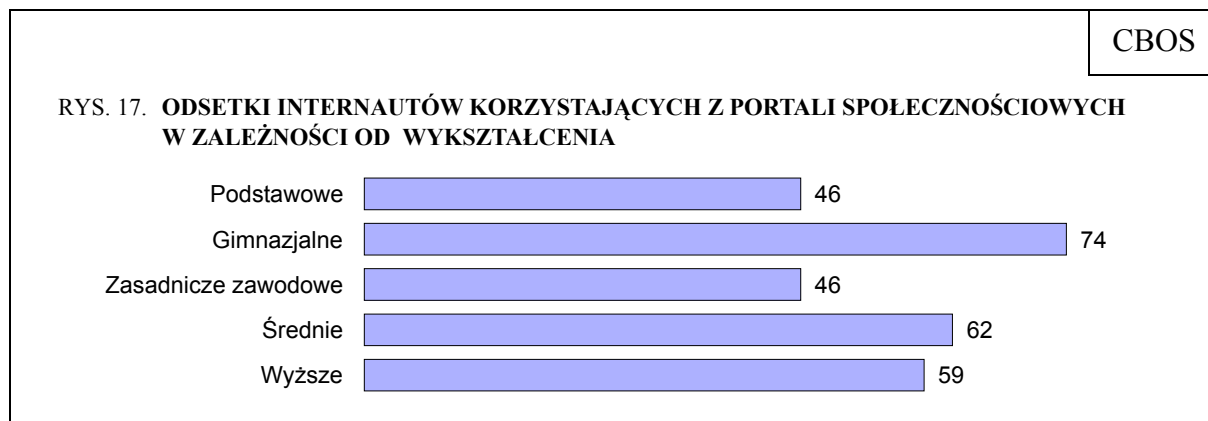


Co trzeci dorosły (33%), czyli około trzy piąte internautów, ma konto w portalu społecznościowym. Po znaczącym wzroście jaki odnotowaliśmy w 2009 roku, mimo że od tamtego czasu przybyło internautów, odsetek ten od trzech lat pozostaje na zbliżonym poziomie.

Posiadanie konta w portalu społecznościowym nieco częściej deklarują internautki niż internauci (61% wobec 55%). Poza tym aktywność w serwisach społecznościowych zależy od wieku. Odsetek zarejestrowanych użytkowników jest tym mniejszy, im starsi są internauci.



Z portali społecznościowych relatywnie rzadziej korzystają ankietowani z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym, natomiast wyraźnie częściej niż przeciętnie respondenci mający wykształcenie gimnazjalne – w tym przypadku jest to jednak funkcja wieku.



Internauci przeważnie korzystają z portali społecznościowych, by utrzymywać kontakty ze znajomymi (50%). Rzadziej podawanym, choć niemal równie popularnym powodem, jest chęć odnowienia dawnych znajomości (43%). Wyraźnie mniejszy jest odsetek użytkowników, którym zależy na nawiązywaniu nowych znajomości (21%).

Tabela 7

Cele korzystania z portali społecznościowych	Odsetki wskazań według terminów badań							
	wśród użytkowników internetu				wśród ogółu dorosłych			
	III '08	VI '09	IV '10	V\VII '11	III '08	VI '09	IV '10	V\VII '11
Utrzymanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych	-	56	53	50	-	27	27	28
Zaspokajanie ciekawości	-	-	49	43	-	-	25	24
Odnowienie dawnych znajomości	40	50	46	43	18	24	23	24
Wypełnianie wolnego czasu	-	-	39	38	-	-	20	21
Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów	27	38	35	36	12	19	18	20
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów	18	27	27	23	8	13	14	13
Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych	-	-	26	21	-	-	14	12
Nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich	21	27	22	21	9	13	12	12
Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*	11	17	13	16	5	8	7	9
Nawiązanie znajomości zawodowych, biznesowych	9	15	11	13	4	7	5	7

* W latach 2008–2009 respondenci byli pytani o samo szukanie pracy

** Dane z połączonych badań z maja i lipca

Poza aspektami ściśle towarzyskimi znaczna część badanych wskazuje na dość ogólne motywacje, takie jak zaspokojenie ciekawości (43%) czy wypełnienie wolnego czasu (38%).

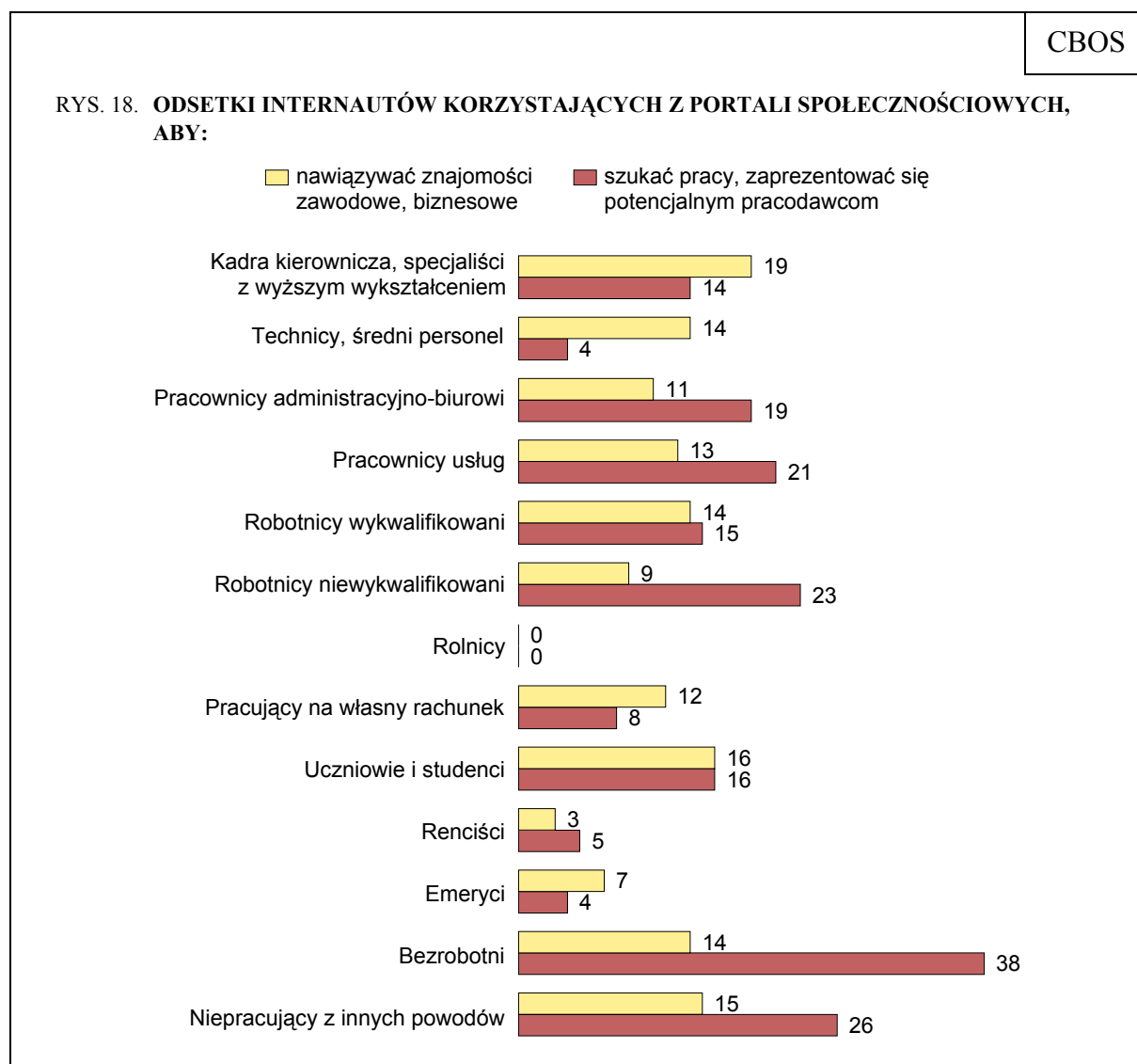
Portale społecznościowe to również platforma informacji, rozrywki, realizacji zainteresowań. Ponad jedna trzecia internautów (36%) deklaruje, że korzysta z nich, żeby słuchać muzyki, oglądać filmy, zdjęcia, lub czytać teksty; blisko jedna czwarta (23%), by samemu zamieszczać w portalach tego typu materiały. Co piąty badany (21%) jako powód korzystania z portali społecznościowych wymienia aktywność na forach czy w grupach dyskusyjnych.

Mniej popularne są motywacje zawodowe. Dla jednej szóstej internautów (16%) konto w portalu społecznościowym jest wizytówką, która pozwala zaprezentować się potencjalnym pracodawcom, ogólnie mówiąc – szukać pracy. Niewielu mniej (13%) przyznaje, że za pośrednictwem portali próbuje zawierać znajomości zawodowe, biznesowe.

Młodszy użytkownicy portali częściej niż starsi deklarują, że korzystają z nich po to, by utrzymywać kontakty ze znajomymi lub nawiązywać nowe znajomości. Wiek nie różnicuje natomiast wskazań odnoszących się do odnawiania dawnych kontaktów. Ponadto najmłodszy użytkownicy wyraźnie częściej niż inni wykorzystują portale społecznościowe do odbioru i dystrybucji treści, muzyki, materiałów wideo, a także do dyskusji na forach.

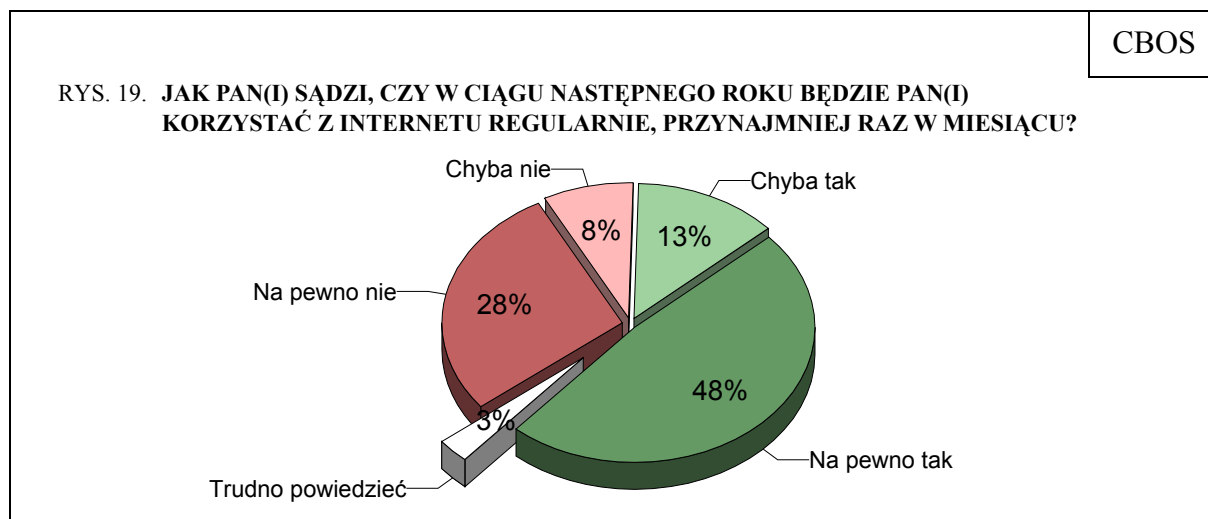
Pewne różnice w wykorzystywaniu portali społecznościowych związane są z płcią respondentów. Internautki relatywnie częściej poprzez portale odnawiają dawne znajomości i utrzymują obecne, natomiast internauci częściej mówią o nawiązywaniu nowych znajomości, kontaktach biznesowych, w większym stopniu są też zainteresowani zamieszczaniem w nich swoich materiałów i aktywnością na forach dyskusyjnych.

Nawiązywanie znajomości biznesowych częściej niż inni wskazują członkowie kadry kierowniczej i specjaliści z wyższym wykształceniem, natomiast o poszukiwaniu pracy za pośrednictwem portali i możliwości zaprezentowania się potencjalnym pracodawcom stosunkowo częściej mówią bezrobotni, osoby niepracujące z innych powodów (np. zajmujące się domem), a spośród mających zatrudnienie: robotnicy niewykwalifikowani i pracownicy usług.



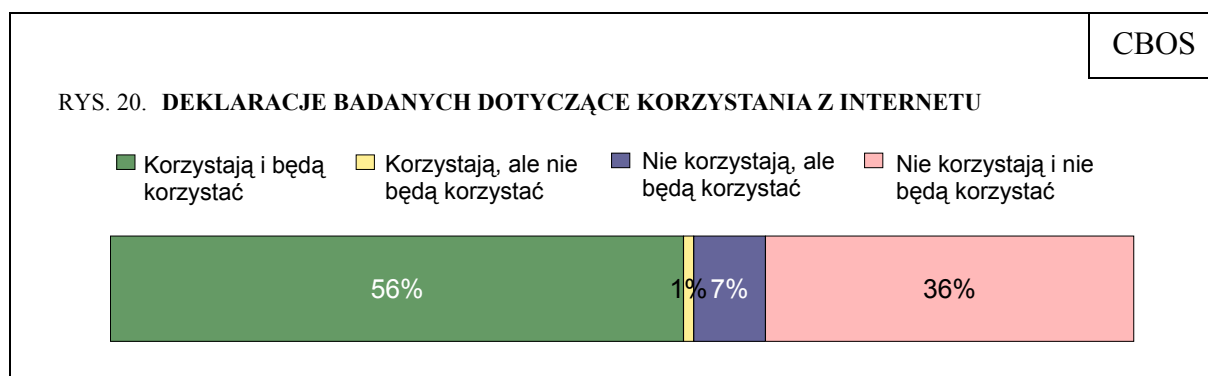
PERSPEKTYWY ROZWOJU SIECI I STOSUNEK DO NOWYCH TECHNOLOGII

Trzy piąte dorosłych (61%) planuje w ciągu następnego roku regularnie korzystać z internetu, natomiast ponad jedna trzecia (36%) nie przewiduje takiej aktywności.



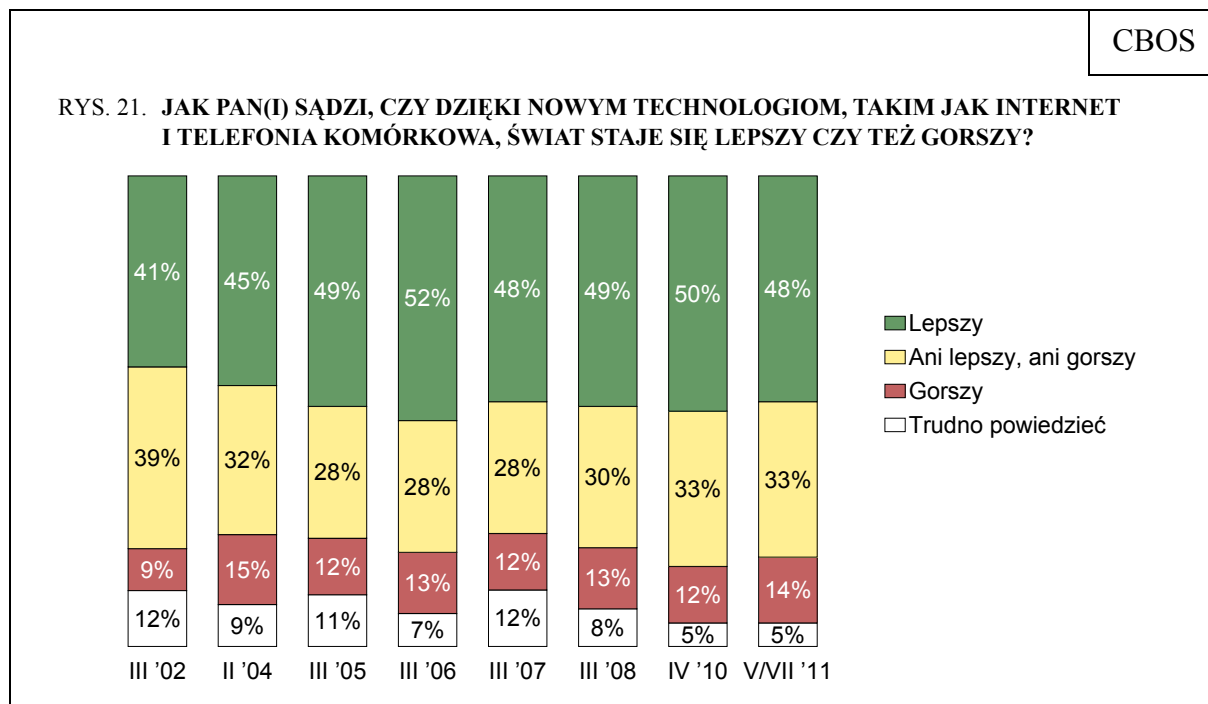
Dane z połączonych prób z maja i lipca

Co czternasty respondent (7%) nie korzysta z internetu, ale zamierza w niedalekiej przyszłości zacząć z niego korzystać. Relatywnie dużą grupę (36%) stanowią osoby, które nie korzystają z sieci i nie przewidują, że to się zmieni. Są to przede wszystkim starsi respondenci. Wśród ankietowanych w wieku 55–64 stanowią oni trzy piąte (60%), a wśród najstarszych aż 86%. Podobnie osoby z wykształceniem podstawowym (wyłączając ankietowanych z wykształceniem gimnazjalnym) – ogromna ich większość (82%) twierdzi, że nie będzie w przyszłości korzystać z internetu.



Dane z połączonych prób z maja i lipca

Stosunek Polaków do nowych technologii jest dość stabilny. Blisko połowa (48%) uważa, że dzięki nowym technologiom, takim jak internet czy telefonia komórkowa, świat staje się lepszy, natomiast nieliczni (14%) uważają, że gorszy. Co trzeci dorosły (33%) jest zdania, że nie mają one określonego wpływu. Internauci częściej niż osoby niekorzystające z sieci postrzegają wpływ nowych technologii na świat jako pozytywny (55% wobec 39%), a rzadziej jako negatywny (10% wobec 20%).



Już ponad połowa dorosłych Polaków korzysta z internetu, a co czternasty spodziewa się, że w ciągu najbliższego roku do nich dołączy. Internauci to przede wszystkim ludzie młodzi, dobrze wykształceni. To także częściej mieszkańcy miast niż wsi. Z kolei wykluczeni cyfrowo, czyli nieposługujący się internetem, to przede wszystkim osoby starsze. Jednak należy się spodziewać, że przy obecnych tendencjach taki typ wykluczenia będzie stopniowo zanikał, bardziej znaczący stanie się natomiast drugi poziom nierówności – w obrębie samych internautów – opierający się na różnicach w kompetencjach cyfrowych, umiejętnościach wykorzystania usług, aplikacji, ale również zdolnościach selekcji i wyboru informacji.

Opracował
Michał FELIKSIĄK