

K Z O M U N I K A T
Z B A D A Ń

Warszawa, czerwiec 2013

www.cbos.pl ● sekretariat@cbos.pl

BS/75/2013

INTERNAUCI 2013

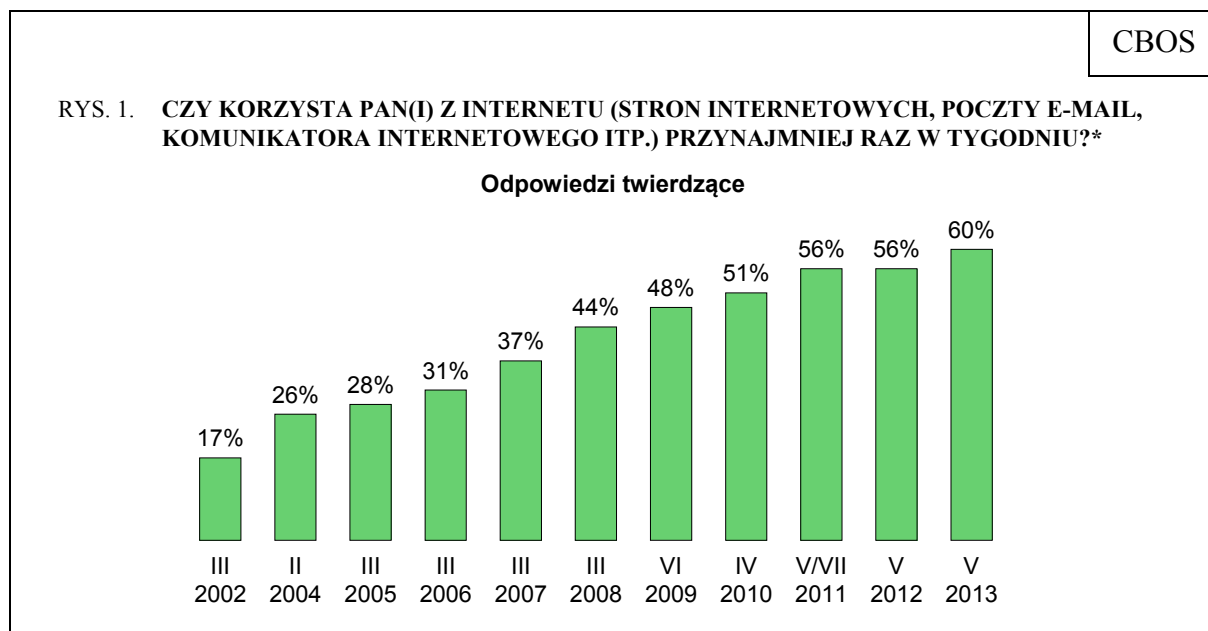
Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 11 stycznia 2013 roku



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

- ✓ W poprzedniej dekadzie internet rozwijał się bardzo dynamicznie. W roku 2002 korzystała z niego niespełna jedna piąta Polaków (17%), a w 2010 – już ponad połowa (51%). W tym roku odnotowujemy dalszy wzrost liczby użytkowników internetu. Obecnie stanowią oni trzy piąte ogółu dorosłych (60%, od ubiegłego roku wzrost o 4 punkty).
- ✓ Jak wynika z deklaracji, w przyszłym roku z internetu będzie korzystać dwie trzecie Polaków (66%), natomiast jedna trzecia pozostanie poza siecią (32%). Główną determinantą wykluczenia cyfrowego jest starszy wiek.
- ✓ Wraz z rosnącą popularnością urządzeń mobilnych z roku na rok wzrasta liczba użytkowników sieci, którzy łączą się z nią bezprzewodowo. Obecnie stanowią oni 73% internautów, czyli o 9 punktów więcej niż w ubiegłym roku i aż o 28 punktów więcej niż trzy lata temu.
- ✓ W tegorocznym sondażu więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej zadeklarowało robienie zakupów przez internet. Za pośrednictwem sieci kupiło coś trzy czwarte internautów (75%, tj. 45% ogółu badanych).
- ✓ W stosunku do lat ubiegłych zwiększyła się rola internetu jako kanału transmisji telewizji, filmów, seriali i innych materiałów wideo. Widzowie stanowią obecnie niemal połowę użytkowników sieci (45%, tj. 27% ogółu ankietowanych).
- ✓ Jedna trzecia Polaków (34%) czyta online prasę, a około jednej piątej (18%) – blogi. Nieliczni (3%) są autorami blogów lub prowadzą własne strony.
- ✓ Sześciu na dziesięciu internautów (60%), czyli ponad jedna trzecia ogółu Polaków (36%) ma konto przynajmniej w jednym portalu społecznościowym.
- ✓ Zawarcie znajomości online deklaruje co czwarty internauta (23%), czyli 14% ogółu respondentów. Z osobą poznaną w sieci spotkał się osobiście co szósty użytkownik internetu (16%, czyli 9% ogółu badanych).

W poprzedniej dekadzie internet rozwijał się bardzo dynamicznie. W roku 2002 korzystała z niego niespełna jedna piąta Polaków (17%), a w 2010 już ponad połowa (51%). W tym roku¹ odnotowujemy dalszy wzrost liczby użytkowników internetu. Obecnie stanowią oni trzy piąte ogółu dorosłych (60%, od ubiegłego roku wzrost o 4 punkty).

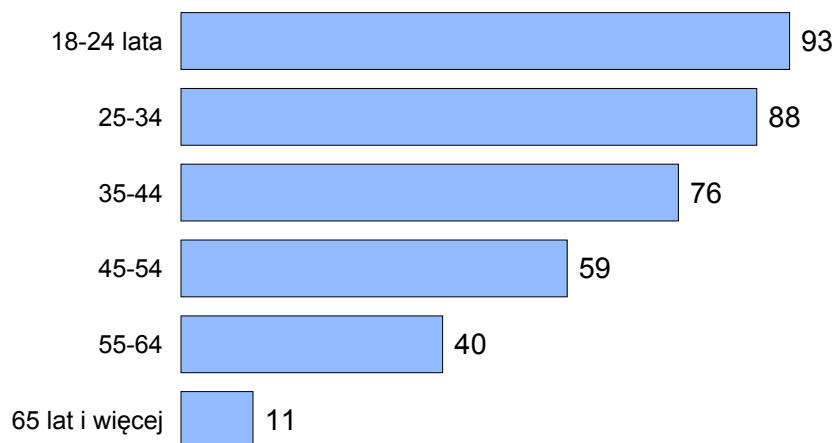


* W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, e-mail)?”

Czynnikiem, który najsilniej determinuje przystępność internetu, jest wiek. Z sieci korzystają niemal powszechnie najmłodszy respondenci (w wieku 18–24 lata), a także zdecydowana większość osób mających od 25 do 45 lat. Liczba użytkowników internetu spada wraz z wiekiem. Spośród osób mających od 55 do 64 lat jedynie dwie piąte bywa online regularnie, a wśród najstarszych badanych – zaledwie co dziesiąty.

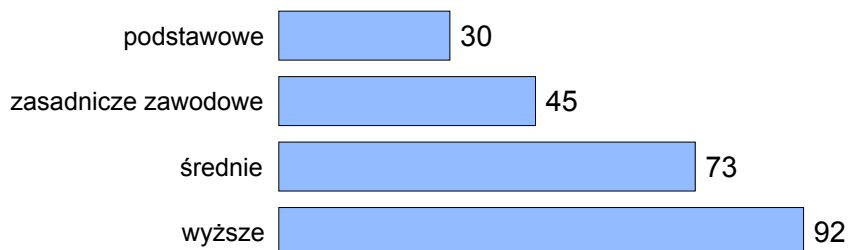
¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (276) przeprowadzono w dniach 9–15 maja 2013 roku na liczącej 1101 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

RYS. 2. ODSETKI INTERNAUTÓW WŚRÓD OSÓB W WIEKU:

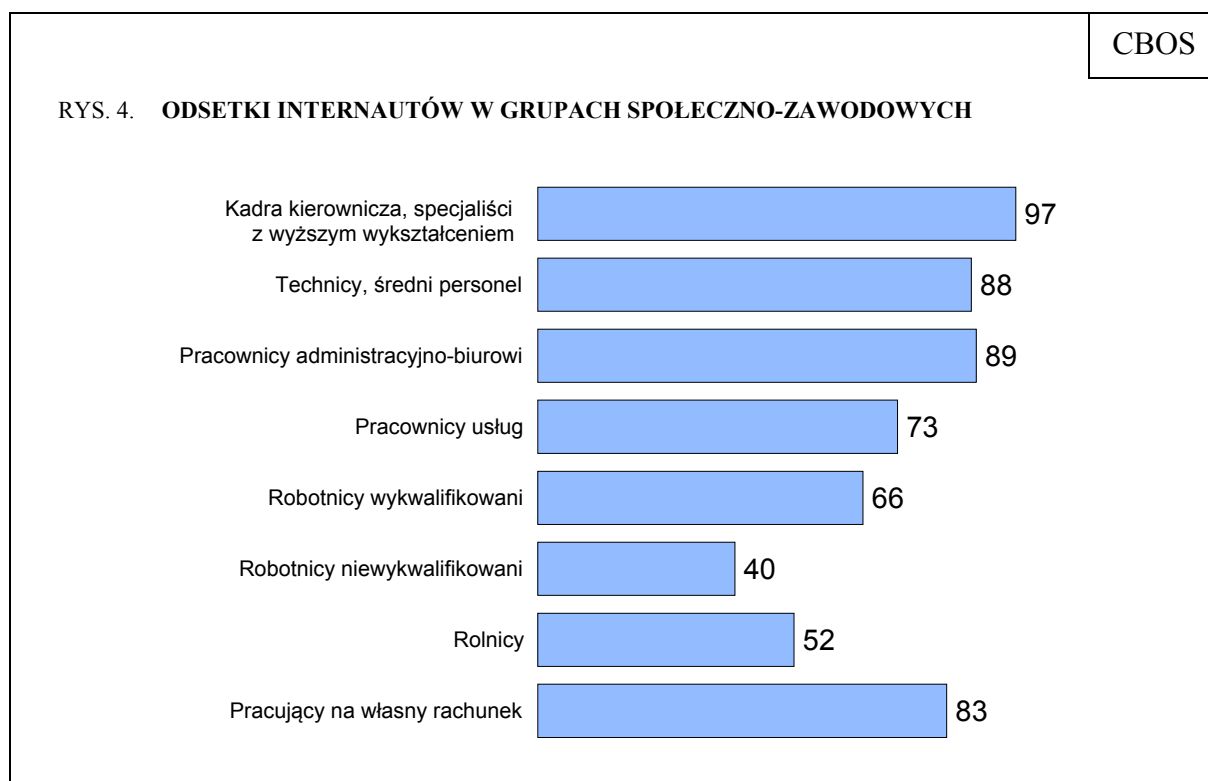


Istotną rolę w kształtowaniu kompetencji cyfrowych pełni wykształcenie. Najwięcej użytkowników internetu jest wśród osób mających wyższe lub średnie wykształcenie. W grupie badanych z wykształceniem zasadniczym zawodowym odsetek korzystających z internetu wynosi niemal połowę, natomiast najmniejszy jest wśród respondentów z wykształceniem podstawowym (odsetek ten byłby jeszcze niższy, gdyby wykluczyć z tej kategorii osoby z wykształceniem gimnazjalnym, które z racji wieku na ogół zaliczają się do internautów).

RYS. 3. ODSETKI INTERNAUTÓW WŚRÓD OSÓB MAJĄCYCH WYKSZTAŁCENIE:

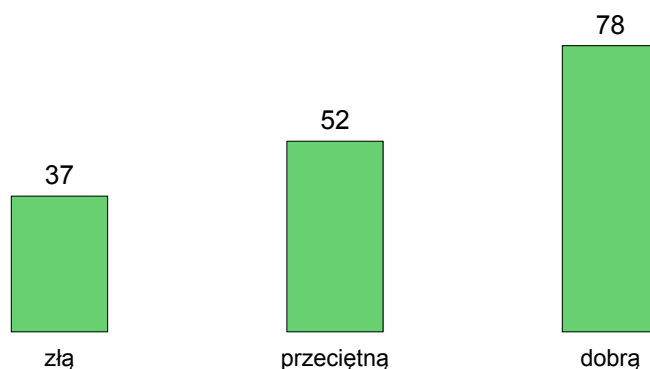


Niektóre rodzaje aktywności zawodowej są związane z pracą przy komputerze, co przeważnie jest równoznaczne z obecnością w internecie. Internauci stanowią najliczniejsze grupy wśród kadry kierowniczej i specjalistów z wyższym wykształceniem, a także wśród techników i średniego personelu, pracowników administracyjno-biurowych oraz prywatnych przedsiębiorców. Korzystanie z sieci relatywnie rzadziej niż pozostali deklarują robotnicy, zwłaszcza niewykwalifikowani, oraz rolnicy.



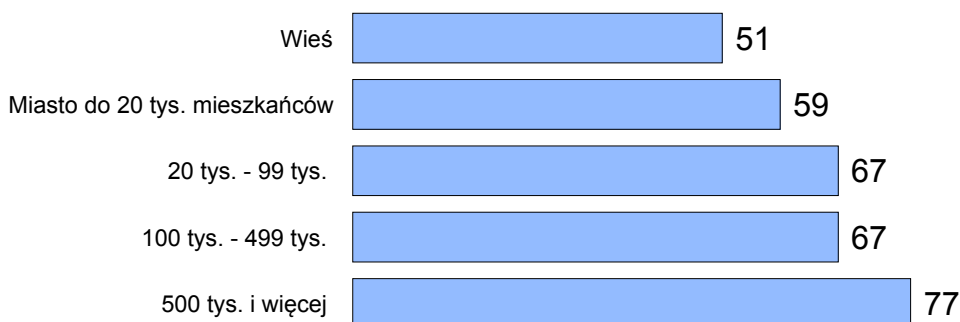
Sytuacja materialna jest czynnikiem, który w pewnych grupach społecznych może wpływać na dostępność internetu. Internauci to stosunkowo częściej osoby lepiej sytuowane, natomiast złe położenie ekonomiczne zwiększa prawdopodobieństwo wykluczenia cyfrowego.

RYS. 5. ODSETKI INTERNAUTÓW WŚRÓD OSÓB OKREŚLAJĄCYCH SWOJĄ SYTUACJĘ MATERIALNĄ JAKO:

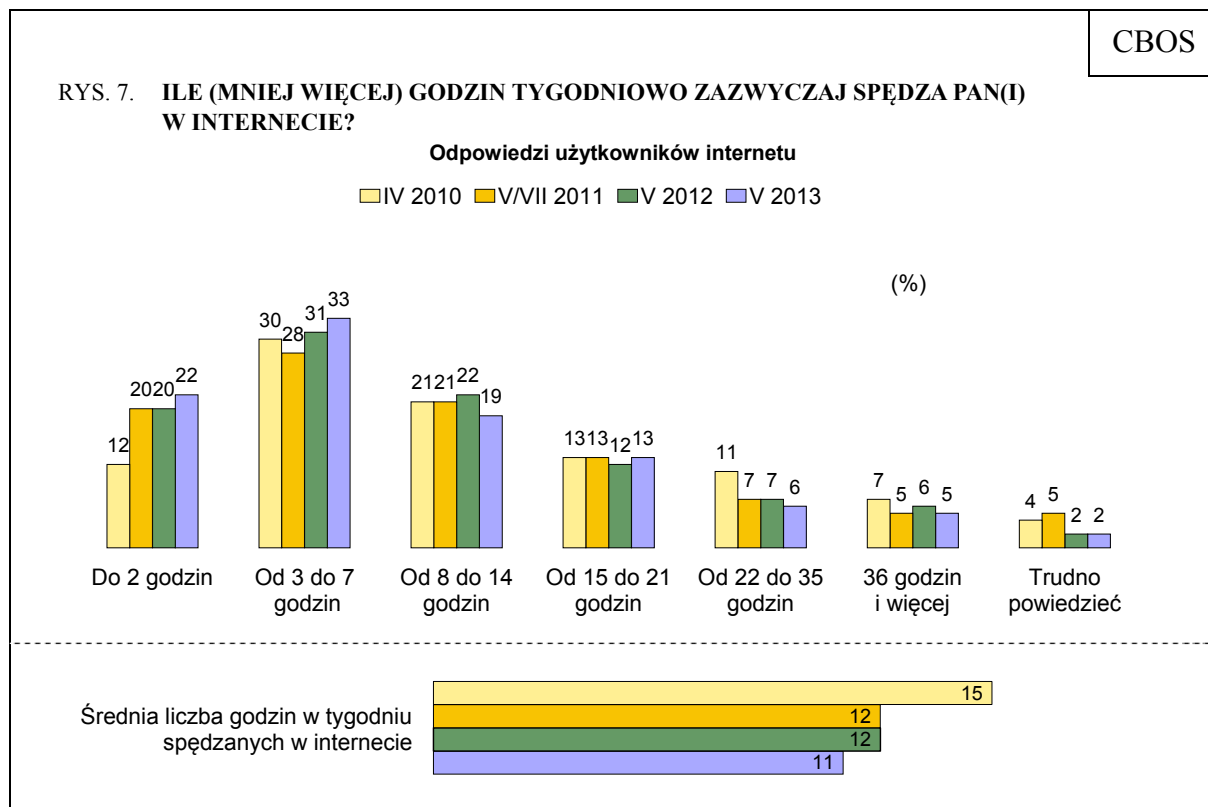


Użytkownicy internetu nadal są bardziej liczni wśród mieszkańców miast niż wsi, przy czym relatywnie najwięcej jest ich w największych aglomeracjach. Na podstawie badań z ostatnich lat można powiedzieć, że różnice w tym wymiarze między obszarami wiejskimi a miastami stopniowo się zacierają, ponieważ przybywa internautów wśród mieszkańców wsi. W 2010 roku z internetu korzystało blisko dwie piąte respondentów mieszkających na wsi, w latach 2011–2012 stanowili oni już niemal połowę, a obecnie nieznacznie ją przekraczają.

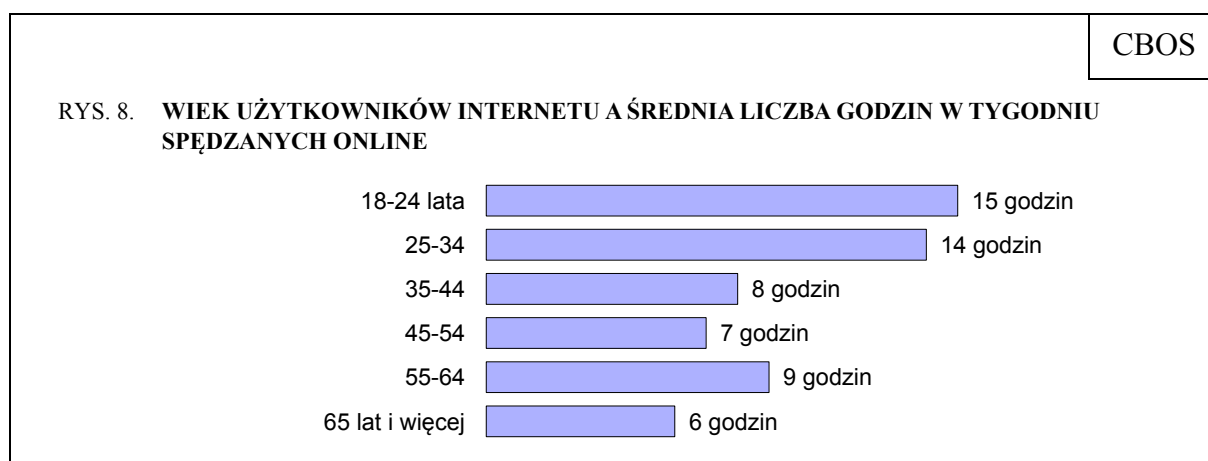
RYS. 6. ODSETKI INTERNAUTÓW WEDŁUG WIELKOŚCI MIEJSCA ZAMIESZKANIA



Internauci spędzają online przeciętnie 11 godzin tygodniowo. W ostatnich trzech latach średni deklarowany czas przebywania w sieci utrzymuje się na stałym poziomie.

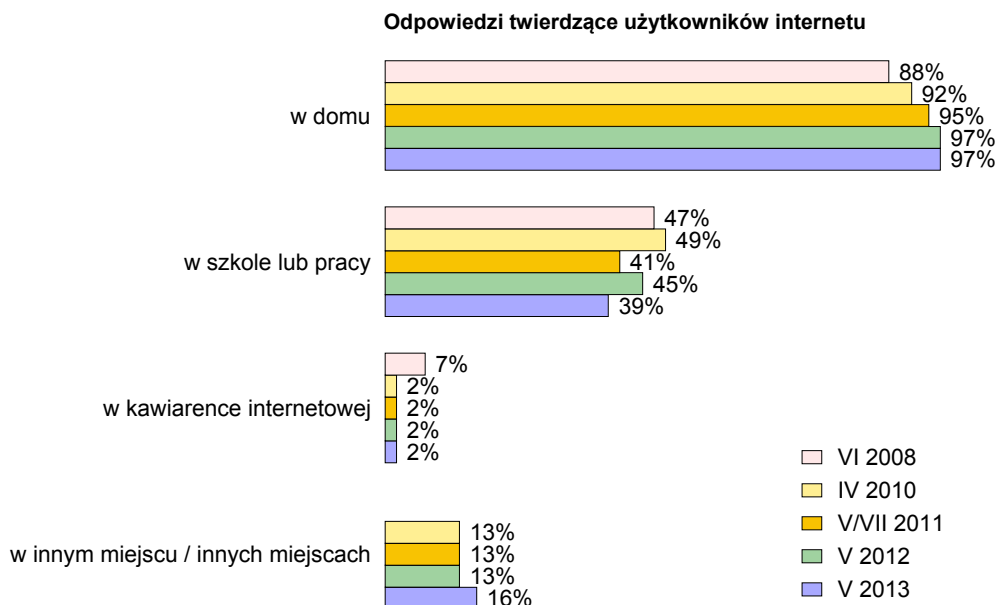


Liczba godzin spędzanych w sieci jest związana z wiekiem. Internauci mający nie więcej niż 34 lata przebywają online przeciętnie dłużej niż starsi użytkownicy. Najmniej aktywni pod tym względem są najstarsi.



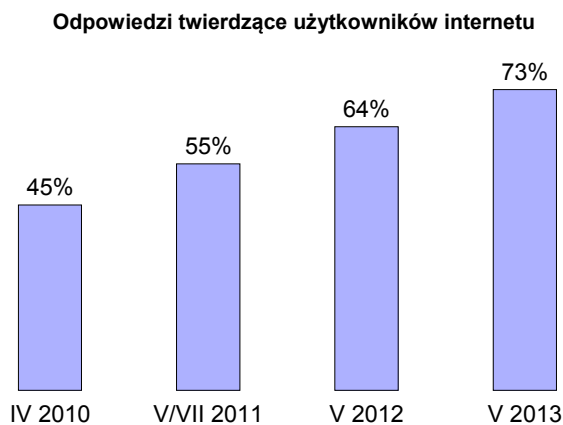
Niemal wszyscy użytkownicy internetu (97%) łączą się z nim w domu, dwie piąte (39%) korzysta z sieci w szkole lub pracy, a nieliczni (2%) odwiedzają w tym celu kawiarenki internetowe. Jedna szósta (16%) korzysta z internetu także w innych miejscach.

RYS. 9. CZY KORZYSTA PAN(I) Z INTERNETU:

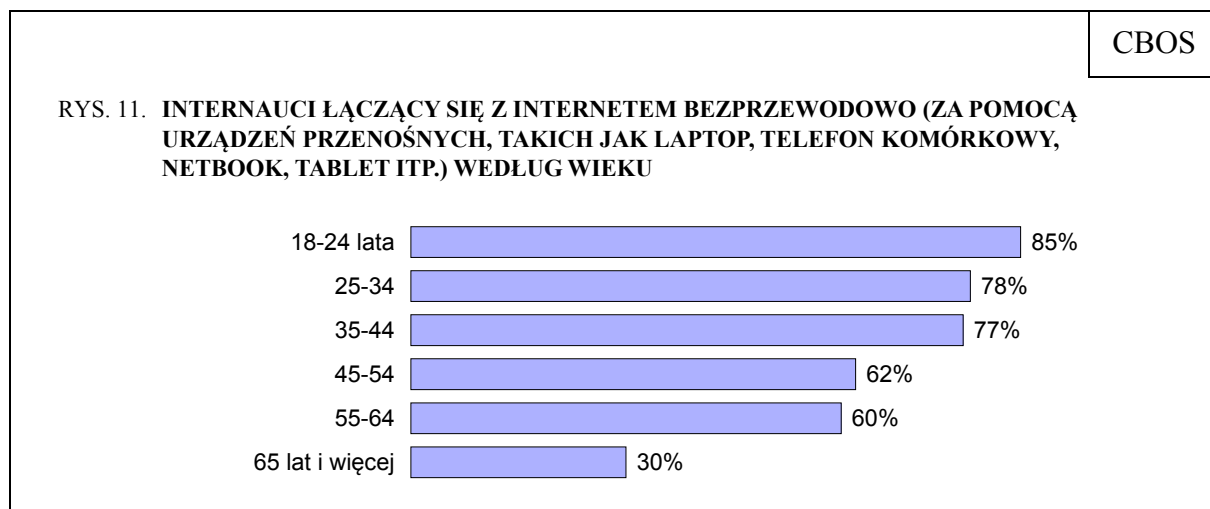


Wraz z rosnącą popularnością urządzeń mobilnych z roku na rok wzrasta liczba użytkowników sieci, którzy łączą się z nią bezprzewodowo. Obecnie stanowią oni 73% internautów, czyli o 9 punktów więcej niż w ubiegłym roku i aż o 28 punktów więcej niż trzy lata temu.

RYS. 10. CZY ŁĄCZY SIĘ PAN(I) Z INTERNETEM BEZPRZEWODOWO, NP. UŻYWAJĄC URZĄDZEŃ PRZENOŚNYCH, TAKICH JAK LAPTOP, TELEFON KOMÓRKOWY, NETBOOK, TABLET?

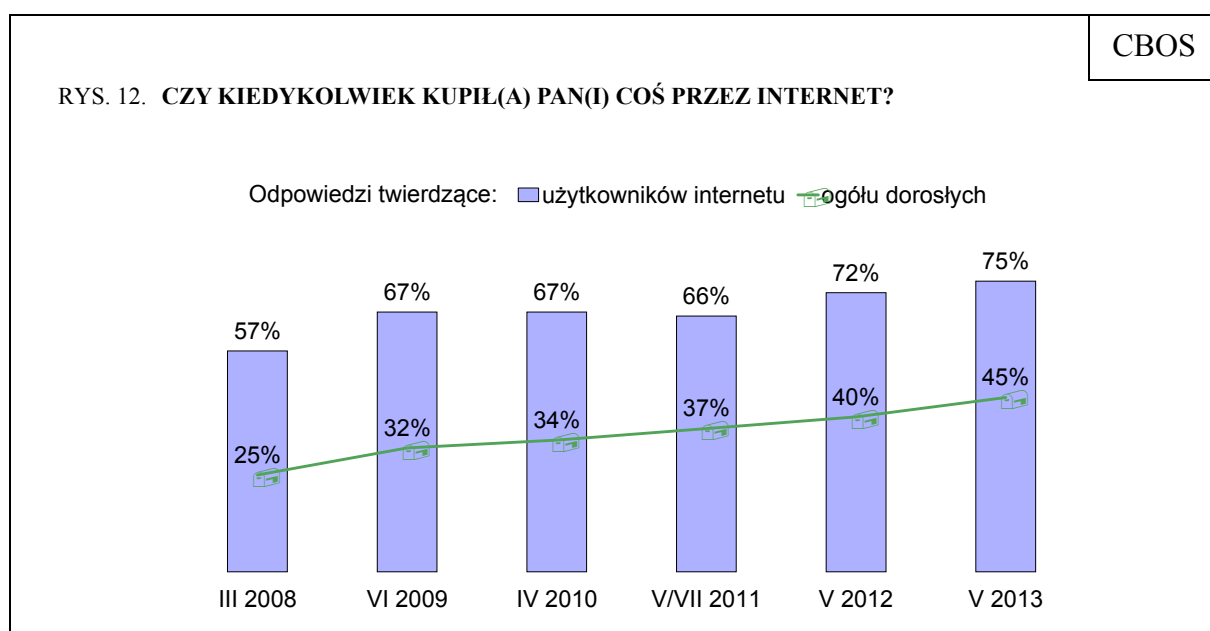


Korzystaniu z urządzeń mobilnych do bezprzewodowego łączenia się z siecią sprzyja młody wiek internautów. Im są oni starsi, tym rzadziej wskazują taki sposób łączenia się z internetem.

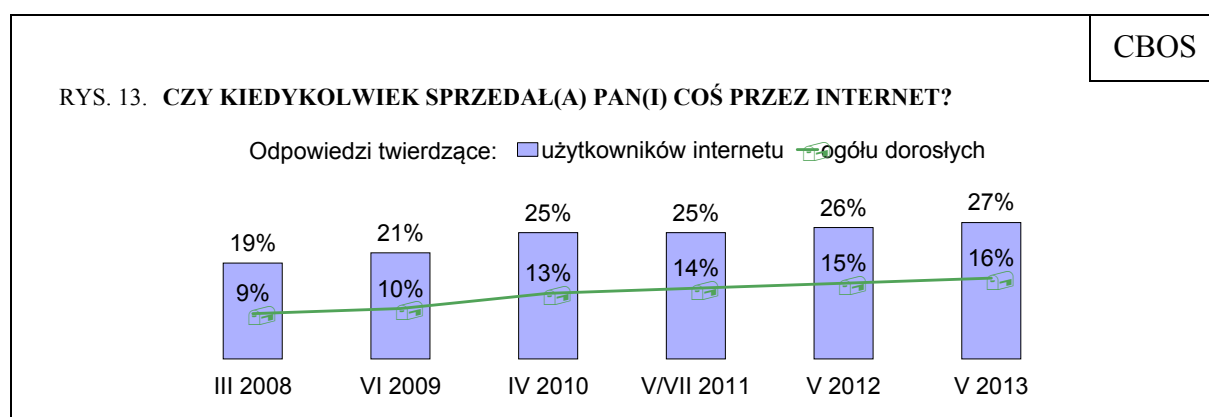


AKTYWNOŚĆ W SIECI

W tegorocznym sondażu więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej zadeklarowało zakupy przez internet. Za pośrednictwem sieci kupiło coś trzy czwarte internautów (75%), tj. 45% ogółu badanych. W ten sposób relatywnie najczęściej nabyli coś przez internet młodszy jego użytkownicy (od 18 do 34 roku życia – 84%) oraz najlepiej wykształceni (87%).



Na poziomie sprzed roku utrzymuje się liczba badanych mających doświadczenie w sprzedaży internetowej. Obecnie deklaruje je 27% użytkowników sieci, tj. 16% ogółu dorosłych. Tak jak w przypadku zakupów, *in plus* wyróżniają się tu młodszy internauci, zwłaszcza osoby od 18 do 24 roku życia (41%), a także badani z wykształceniem średnim (33%).



W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie zakupy online zrobiło ponad dwie piąte internautów (42%), czyli jedna czwarta ogółu dorosłych. Liczba osób kupujących w sieci nie tylko wzrosła od ubiegłego roku, ale jest też największa z zarejestrowanych przez nas w ostatnich jedenastu latach.

Tabela 1

	Respondenci, 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	V '12	V '13
	w procentach										
Użytkownicy internetu	2	13	14	23	24	35	33	33	32	37	42
Ogół dorosłych	poniżej 0,5	3	4	7	9	15	16	17	18	21	25

* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Nadal najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci kategorie produktów to odzież i obuwie, a także artykuły motoryzacyjne i sprzęt elektroniczny. Relatywnie wielu badanych nabyło online kosmetyki, zabawki i artykuły dziecięce, książki oraz sprzęt sportowy. Rzadziej w wirtualnym koszyku znalazły się bilety kolejowe lub lotnicze, programy i gry komputerowe, dostęp do jakichś usług lub treści oraz muzyka i filmy. Sporadycznie nabywano tą drogą żywność i leki. Poza wymienionymi wyżej rzeczami część ankietowanych kupiła w sieci artykuły dla zwierząt, artykuły ogrodnicze, materiały budowlane, meble oraz inne elementy wystroju i wyposażenia wnętrz.

Tabela 2

Co kupił(a) Pan(i) przez internet w ciągu ostatniego miesiąca? Czy kupił(a) Pan(i):	Odpowiedzi twierdzące wśród:	
	użytkowników internetu	ogółu dorosłych
	w procentach	
– odzież, obuwie	17	10
– artykuły motoryzacyjne	12	7
– sprzęt elektroniczny	10	6
– kosmetyki	9	6
– zabawki, artykuły dziecięce	9	5
– książki, e-booki, audiobooki	8	5
– sprzęt sportowy	7	4
– bilety na samolot lub pociąg	4	2
– programy, gry komputerowe	4	2
– dostęp do usług lub treści	4	2
– muzykę, filmy	4	2
– leki	2	1
– artykuły spożywcze	2	1
– coś innego	10	6

W ostatnich ośmiu latach systematycznie rosła liczba Polaków korzystających z usług bankowych przez internet. Obecnie – podobnie jak rok temu – osoby, które w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie obsługiwały online swoje konto bankowe, stanowią trzy piąte internautów (59%), czyli 36% ogółu badanych. Korzystaniu z bankowości elektronicznej sprzyja lepsze wykształcenie, natomiast rzadziej jej użytkownikami są najmłodszy badani.

Stosunkowo mało popularne jest korzystanie z treści dostępnych w sieci za opłatą. Deklaruje je co ósmy użytkownik internetu (12%) – nieco większa grupa niż w ostatnich dwóch latach. Kupowanie tego rodzaju usług najczęściej deklarują najmłodszy internauci (17%), sporadycznie zaś ci, którzy są najsłabiej wykształceni (3%).

Podobnie jak w ubiegłym roku, pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje jedna trzecia użytkowników (34%), czyli 20% ogółu dorosłych. Wyraźnie większą niż pozostali aktywnością w tym względzie odznaczają się najmłodszy internauci (71%). Z kolei im starsi są użytkownicy, tym mniejsze prawdopodobieństwo, że ściągali z sieci pliki.

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	V '12	V '13
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet									
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy									
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20
– 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	9	12
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7

W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie prasę online czytała – tak jak rok temu – jedna trzecia dorosłych, czyli niemal trzy piąte internautów (56%). Wyróżniają się tu najmłodszy użytkownicy sieci (67%) i najlepiej wykształceni (68%).

W stosunku do lat ubiegłych zwiększyła się rola internetu jako kanału transmisji telewizji, filmów, seriali i innych materiałów wideo. Widzowie stanowią obecnie niemal połowę użytkowników sieci (45%, tj. 27% ogółu ankietowanych). Wyraźnie częściej są to internauci najmłodszy (80%), relatywnie rzadko zaś mający 55 lat i więcej (22%).

Mniejszą popularnością niż oglądanie cieszy się słuchanie radia przez internet. Deklaruje je jedna trzecia użytkowników sieci (34%), czyli ponad jedna piąta ogółu dorosłych (21%). Słuchanie online radia jest tym rzadsze, im starsi są internauci.

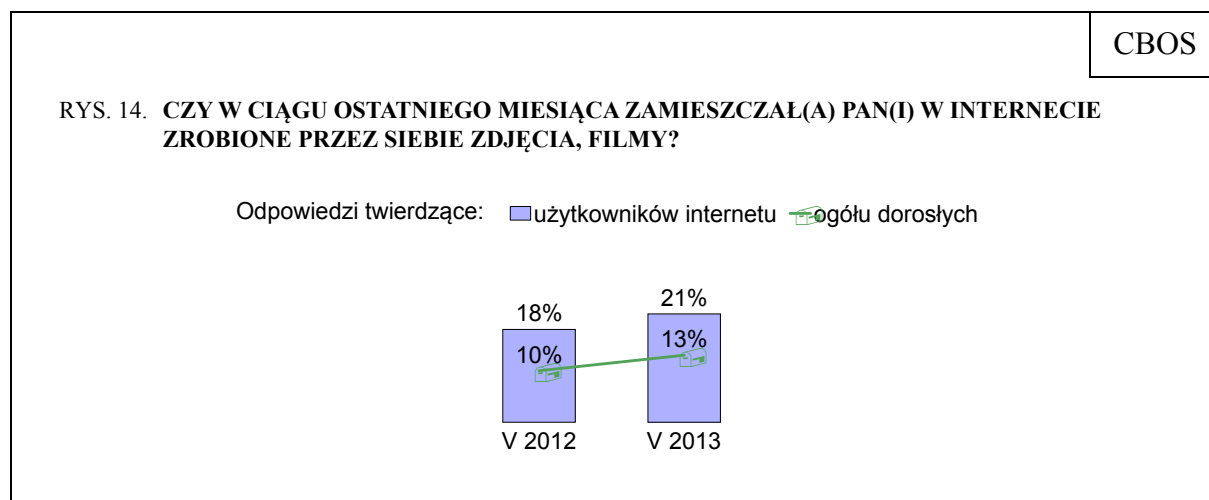
Tabela 4

Czy w ciągu ostatniego miesiąca:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań							
	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	VII '11	V '12	V '13
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*								
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia								
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo**								
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27

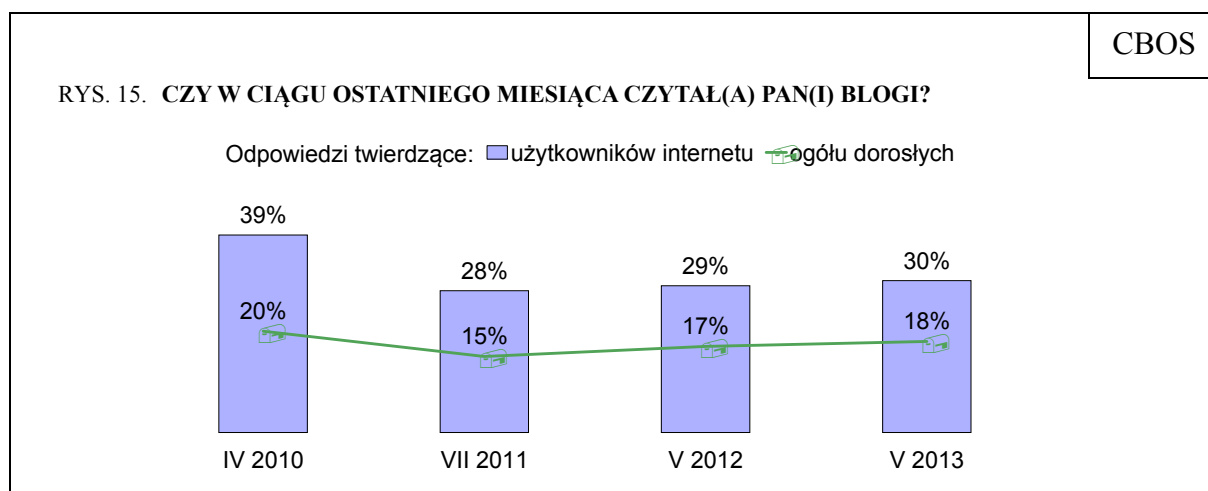
* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”

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

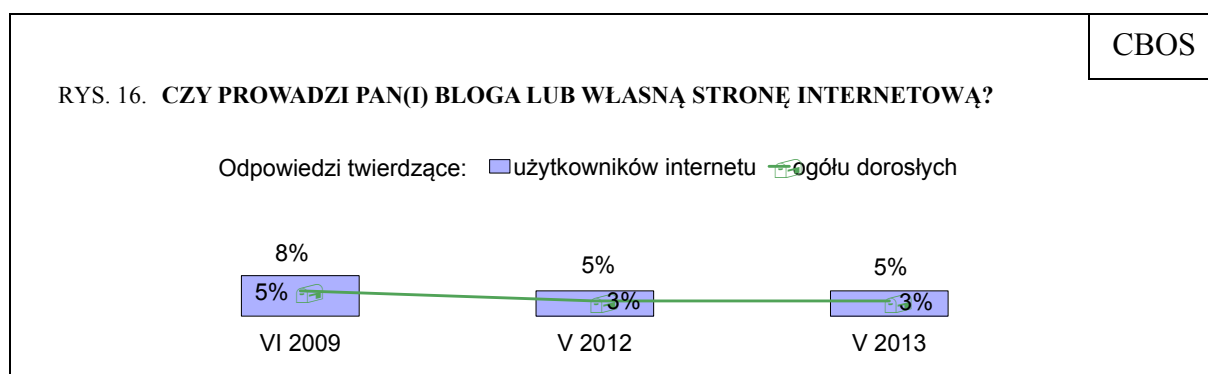
W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie jedna piąta internautów (21%) zamieściła w sieci jakieś materiały – zrobione przez siebie zdjęcia, filmy. Do grupy osób, które udostępniają różnego rodzaju treści, częściej zaliczają się internautki niż internauci (23% wobec 18%), a także najmłodszy użytkownicy (49%).



W ostatnim czasie blogi czytała niemal jedna trzecia korzystających z internetu (30%), a więc prawie co piąty dorosły Polak (18%). Odbiorcami stron tego typu są relatywnie częściej najmłodszy internauci (42%). Czytanie blogów w przeciwieństwie do czytania prasy online jest niezależne od wykształcenia.



Prowadzenie bloga lub własnej strony deklaruje – tak samo jak rok temu – co dwudziesty internauta (5%).



W miesiącu poprzedzającym badanie ponad połowa internautów (55%), tj. jedna trzecia ogółu badanych (33%), korzystała z komunikatora tekstowego będącego odrębnym programem lub częścią jakiejś strony. Wzrost wskazań w stosunku do dwóch poprzednich lat może wynikać z uzupełnienia pytania o czaty, będące integralną częścią portali społecznościowych, które „odebrały” jakąś część użytkowników tradycyjnym komunikatorom. Rozmowy telefoniczne przez internet prowadzi jedna trzecia jego użytkowników (33%), czyli jedna piąta ogółu ankietowanych (20%).

Prawie jedna trzecia internautów (32%) dokonywała w ostatnim miesiącu wpisów na forach, stronach portali społecznościowych. Pewien wzrost odsetka osób deklarujących taką aktywność może wynikać stąd, że pytanie zostało poszerzone o wypowiedzi i komentarze w ramach portali społecznościowych.

Stosunkowo mniej popularne na tle innych form aktywności jest uczestnictwo w grach sieciowych. Deklaruje je jedna piąta korzystających z internetu (20%), a więc nieco więcej niż w ostatnich dwóch latach.

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	V '12	V '13
– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, Tlen lub czat będący częścią jakiegoś portalu, np. Facebooka*									
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Tlenofon, Skype)									
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20
– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach portali społecznościowych**									
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19
– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi									
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12

* W tym roku do treści pytania dodano „chat będący częścią jakiegoś portalu, np. Facebooka”

** W tym roku do treści pytania dodano „strony portali społecznościowych”

Niemal wszystkie rodzaje aktywności związanych z komunikacją z innymi użytkownikami, z wyjątkiem rozmów telefonicznych, są wyraźnie częściej deklarowane przez młodszych internautów, zwłaszcza tych, którzy mają od 18 do 24 lat. Niektórych form aktywności, takich jak gry sieciowe, starsi internauci (w wieku 55 lat i więcej) niemal wcale nie podejmują. Ponadto graniu w sieci, jak można zauważyć, znacznie częściej zajmuje mężczyzn niż kobiety (27% wobec 13%).

Tabela 6

Wiek	Internauci, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:			
	rozmawiali ze znajomymi przez komunikatory (Gadu-Gadu, Tlen)	prowadzili rozmowy telefoniczne (Skype, Tlenofon)	dokonywali wpisów na forach	grali w sieci
	w procentach			
18–24 lata	89	45	68	42
25–34	64	28	38	23
35–44	41	28	18	13
45–54	36	27	15	11
55–64	35	43	14	5
65 lat i więcej	33	43	10	0

**ZAWIERANIE ZNAJOMOŚCI PRZEZ INTERNET
I KORZYSTANIE Z PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

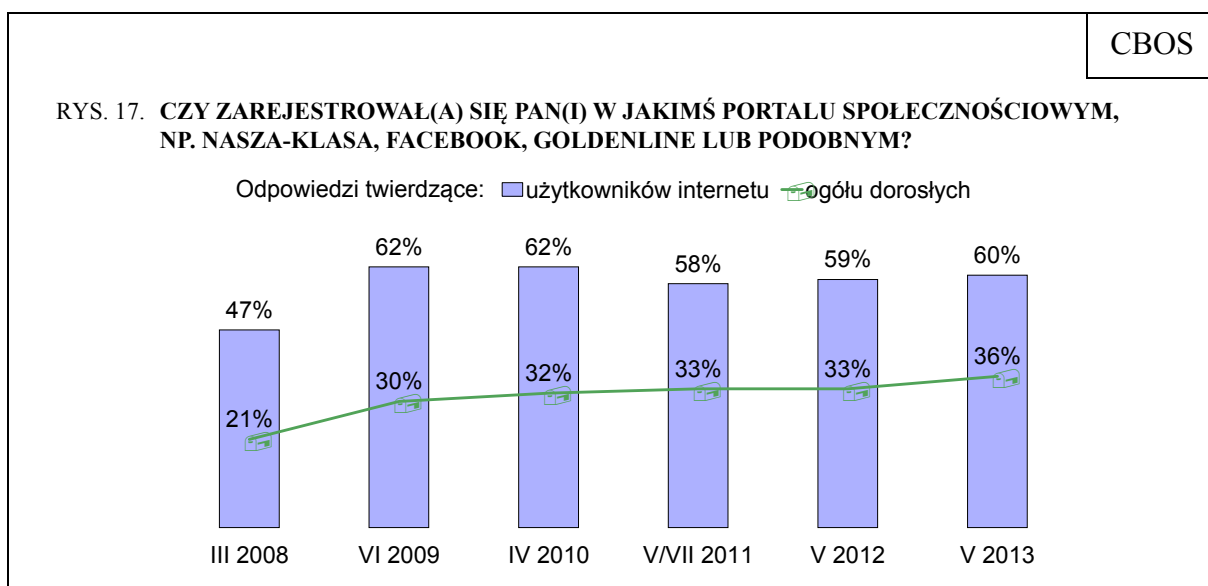
Zawarcie znajomości online deklaruje co czwarty internauta (23%), czyli 14% ogółu respondentów. Z osobą poznaną w sieci spotkał się osobiście co szósty użytkownik internetu (16%, czyli 9% ogółu badanych)

Tabela 7

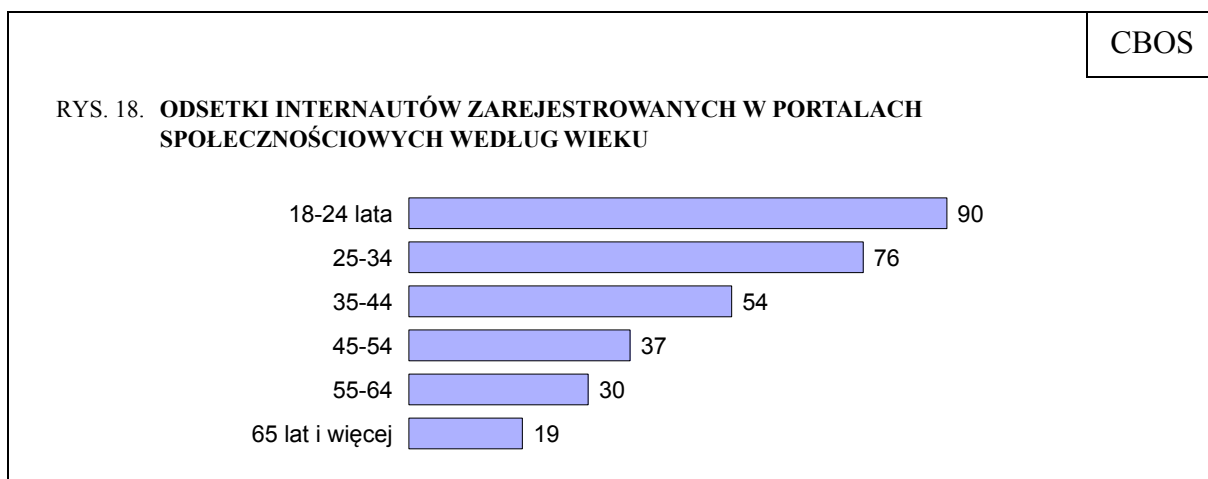
Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań								
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet									
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20	23	23
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11	13	14
– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście									
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12	15	16
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7	8	9

Zawarcie znajomości w sieci nieco częściej deklarują internauci niż internautki (26% wobec 20%). Niemniej wśród tych, którzy nawiązali takie kontakty, tak samo często – niezależnie od płci – dochodziło do spotkania face-to-face. Większej aktywności towarzyskiej w sieci sprzyja również młody wiek (54% osób mających 18–24 lata poznało kogoś online), jeśli jednak chodzi o przenoszenie znajomości zawartych w sieci poza nią, najmłodszy nie wyróżniają się na tle starszych grup.

Funkcjonalność portali społecznościowych wykracza poza aspekty wyłącznie towarzyskie. Są one platformą informacyjną, tworzenia i odbioru treści – pewnego rodzaju autonomiczną i samowystarczalną siecią. Ich popularność w Polsce utrzymuje się od kilku lat na mniej więcej stałym poziomie. W tym roku posiadanie konta w przynajmniej jednym portalu społecznościowym deklaruje sześciu na dziesięciu internautów (60%), czyli ponad jedna trzecia ogółu Polaków (36%). Można dodać, że w ciągu miesiąca poprzedzającego sondaż korzystało z nich trzy czwarte zarejestrowanych osób (77%).



Obecność na portalach społecznościowych częściej deklarują internautki (66%) niż internauci (54%). Bardziej aktywni pod tym względem są również młodszy użytkownicy.



Użytkownicy internetu najczęściej podkreślają towarzyskie funkcje portali społecznościowych. Połowie internautów (50%) służą one do utrzymywania kontaktów ze znajomymi, dwie piąte (41%) odnawia za ich pośrednictwem dawne znajomości, a jedna piąta (19%) nawiązuje nowe kontakty. Warto dodać, że kobietom częściej niż mężczyznom zależało na odnowieniu i utrzymywaniu znajomości, natomiast mężczyźni częściej mówili o poznawaniu nowych osób.

Od ubiegłego roku zwiększyła się grupa internautów wykorzystujących portale społecznościowe do odbioru różnego rodzaju treści: słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów (z 33% do 39%). Nie zmienił się natomiast znacząco odsetek tych, którzy zamieszczają w nich tego typu materiały (24%). Ponad jedna czwarta internautów (27%) traktuje portale jako platformę dyskusyjną. W przypadku wszystkich trzech rodzajów aktywności bardzo wyraźnie wyróżniają się *in plus* najmlodszy użytkownicy.

Niemal co piąty internauta (18%) wykorzystuje portale do poszukiwania pracy i zaprezentowania się potencjalnym pracodawcom. Nieco mniej osób (14%) deklaruje nawiązywanie za ich pomocą znajomości zawodowych. Co ciekawe, takie cele relatywnie rzadko wskazują osoby mające wyższe wykształcenie.

Tabela 8

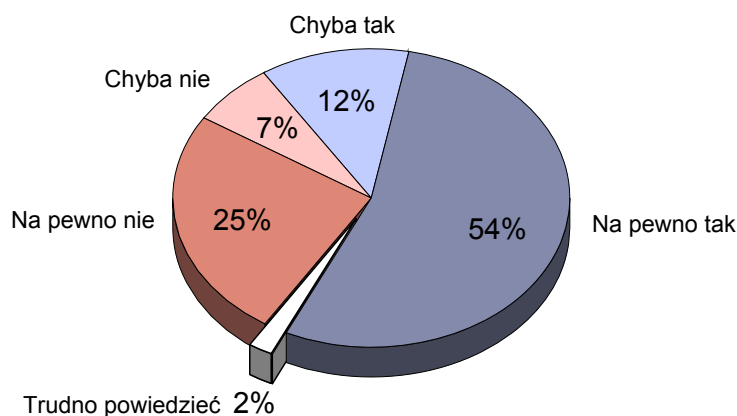
Cele korzystania z portali społecznościowych	Odsetki wskazań według terminów badań											
	wśród użytkowników internetu						wśród ogółu dorosłych					
	III '08	VI '09	IV '10	V\VII '11	V '12	V '13	III '08	VI '09	IV '10	V\VII '11	V '12	V '13
Utrzymanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych	-	56	53	50	50	50	-	27	27	28	28	30
Odnowienie dawnych znajomości	40	50	46	43	37	41	18	24	23	24	21	25
Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów	27	38	35	36	33	39	12	19	18	20	18	23
Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych	-	-	26	21	26	27	-	-	14	12	14	16
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów	18	27	27	23	21	24	8	13	14	13	12	14
Nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich	21	27	22	21	19	19	9	13	12	12	11	12
Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*	11	17	13	16	15	18	5	8	7	9	8	11
Nawiązanie znajomości zawodowych, biznesowych	9	15	11	13	11	14	4	7	5	7	6	8

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

ROZWÓJ INTERNETU I STOSUNEK DO NOWYCH TECHNOLOGII

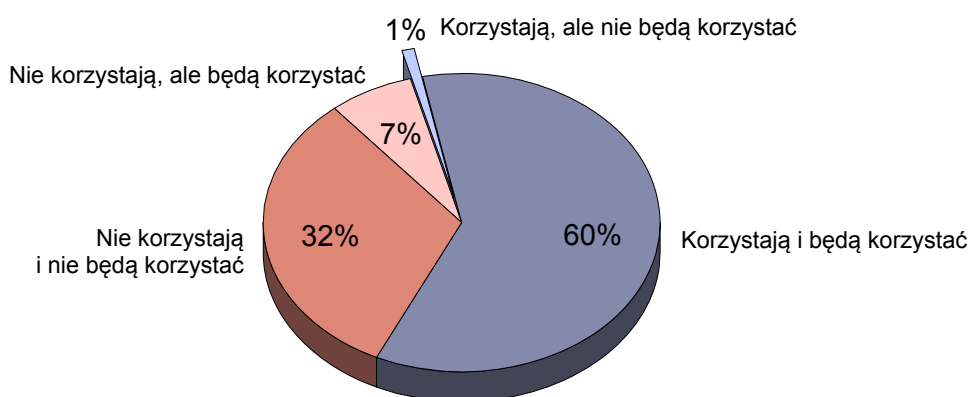
Jak wynika z deklaracji, w przyszłym roku z internetu będzie korzystać dwie trzecie Polaków (66%), natomiast jedna trzecia pozostanie poza siecią (32%).

RYS. 19. JAK PAN(I) SĄDZI, CZY W CIĄGU NASTĘPNEGO ROKU BĘDZIE PAN(I) KORZYSTAĆ Z INTERNETU REGULARNIE, PRZYNAJMNIEJ RAZ W MIESIĄCU?



Do grupy internautów zamierza dołączyć 7% badanych niekorzystających obecnie z sieci, natomiast jedna trzecia (32%) nadal nie będzie zaliczać się do jej użytkowników. Bardzo mały potencjał cyfrowy charakteryzuje tych niekorzystających, którzy mają ponad 54 lata, zwłaszcza zaś najstarszych (w wieku 65 lat i więcej) – ogromna większość z nich nie przewiduje, że w najbliższym czasie zaczną używać internetu.

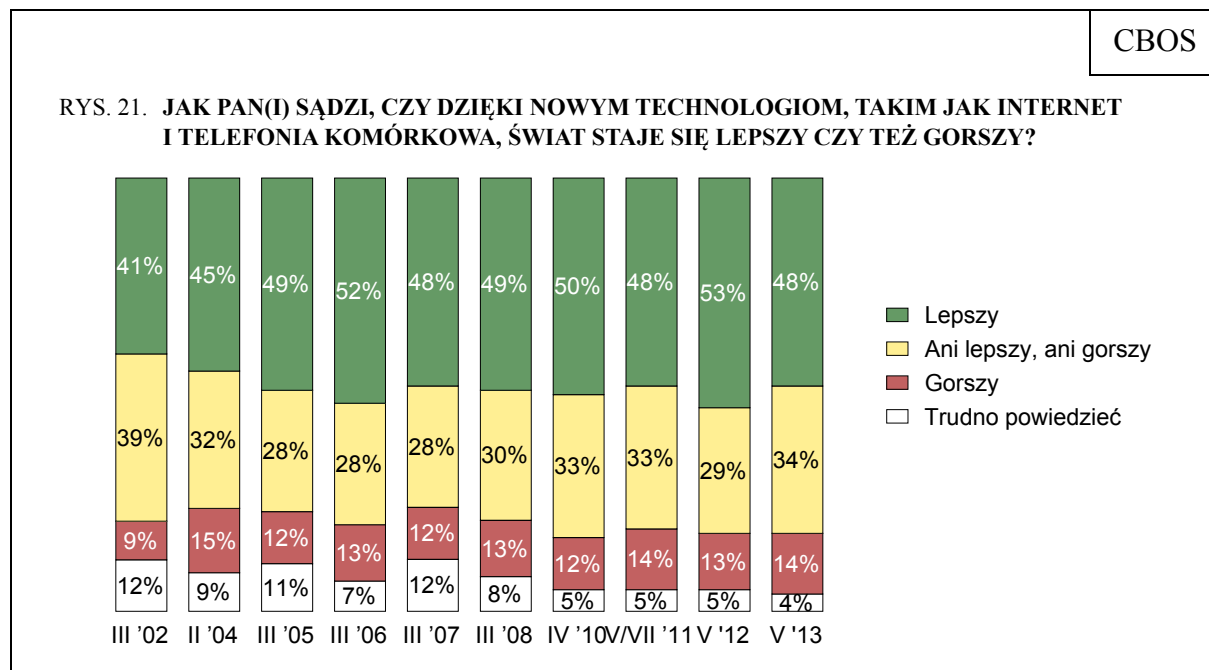
RYS. 20. DEKLARACJE BADANYCH DOTYCZĄCE KORZYSTANIA Z INTERNETU*



* Z procentowania wykluczono tych, którzy nie wiedzą, czy będą korzystać z internetu

Prawie połowa badanych (48%) twierdzi, że dzięki nowym technologiom świat staje się lepszy, natomiast przeciwnego zdania jest co siódmy respondent (14%). Jedna trzecia (34%) uważa, że rozwój technologii – takich jak internet, telefonia komórkowa – nie wywiera

określonego w ten sposób wpływu na świat. Internauci nieco częściej niż pozostali mówią o pozytywnych aspektach nowych technologii (51% wobec 42%), rzadziej zaś odnoszą się do nich krytycznie (12% wobec 17%).



W tegorocznym sondażu odnotowujemy wzrost liczby internautów. Z sieci regularnie korzysta już trzy piąte dorosłych Polaków. Pozostali w większości nie zamierzają w najbliższym czasie zacząć jej używać. Bariera i istotną determinantą wykluczenia cyfrowego jest przede wszystkim starszy wiek. Jest to czynnik, który w znacznym stopniu – obok wykształcenia – określa przystępność internetu. Sieć jest naturalnym środowiskiem ludzi młodych, którzy mają kompetencje cyfrowe niemal niezależne od poziomu swojego wykształcenia czy statusu ekonomicznego. Wśród nich nie tylko jest więcej internautów niż wśród starszych badanych, ale są oni także bardziej aktywnymi użytkownikami: spędzają online więcej czasu oraz korzystają z większej liczby usług i funkcji, które internet oferuje.

Opracował
Michał FELIKSIĄK