

NR 90/2015

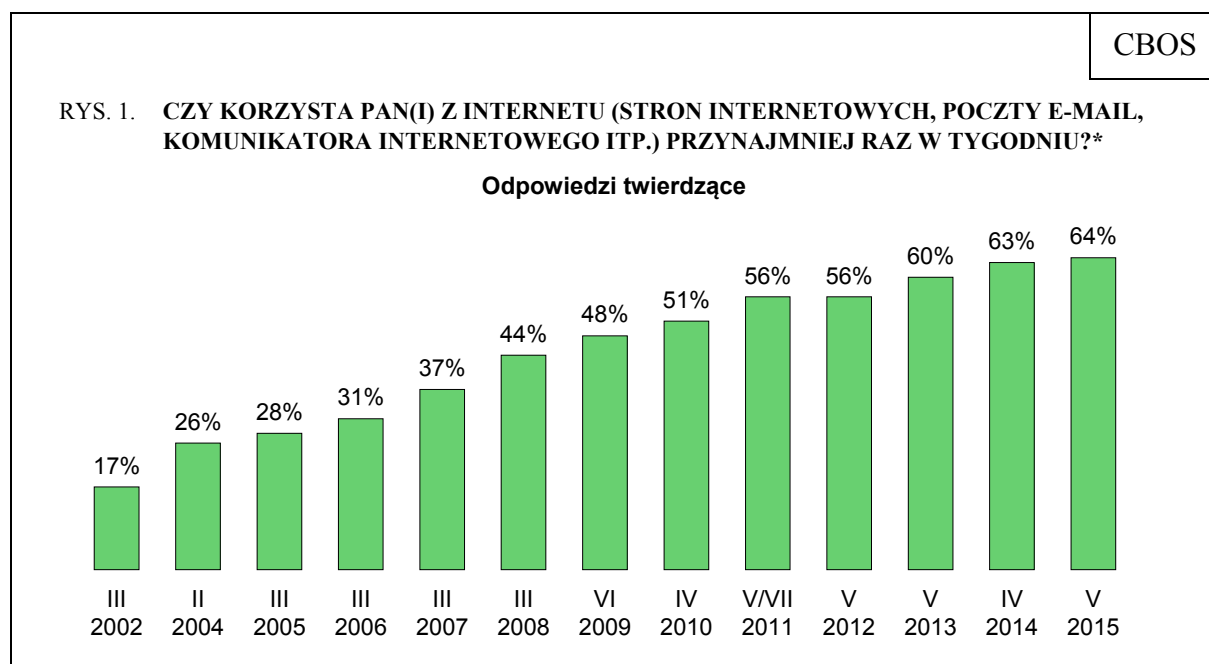
INTERNAUCI 2015

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 9 stycznia 2015 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

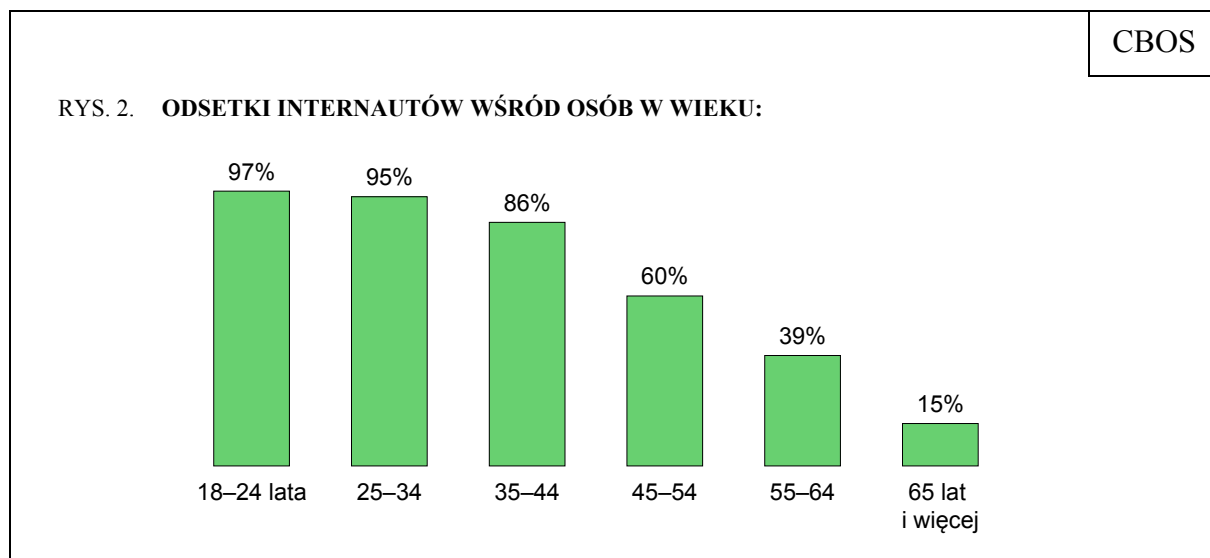
Z internetu regularnie (przynajmniej raz w tygodniu) korzysta w Polsce niemal dwie trzecie dorosłych (64%)¹. Liczba użytkowników nie zmieniła się znacząco od ubiegłego roku. Warto jednak przypomnieć, że w tej i poprzedniej dekadzie obserwowaliśmy ogromne zmiany w tym zakresie. Dziesięć lat temu internauci (wszyscy, nie tylko korzystający z internetu systematycznie) stanowili zaledwie ponad jedną czwartą dorosłych, a już pięć lat później w sieci znalazła się połowa Polaków.



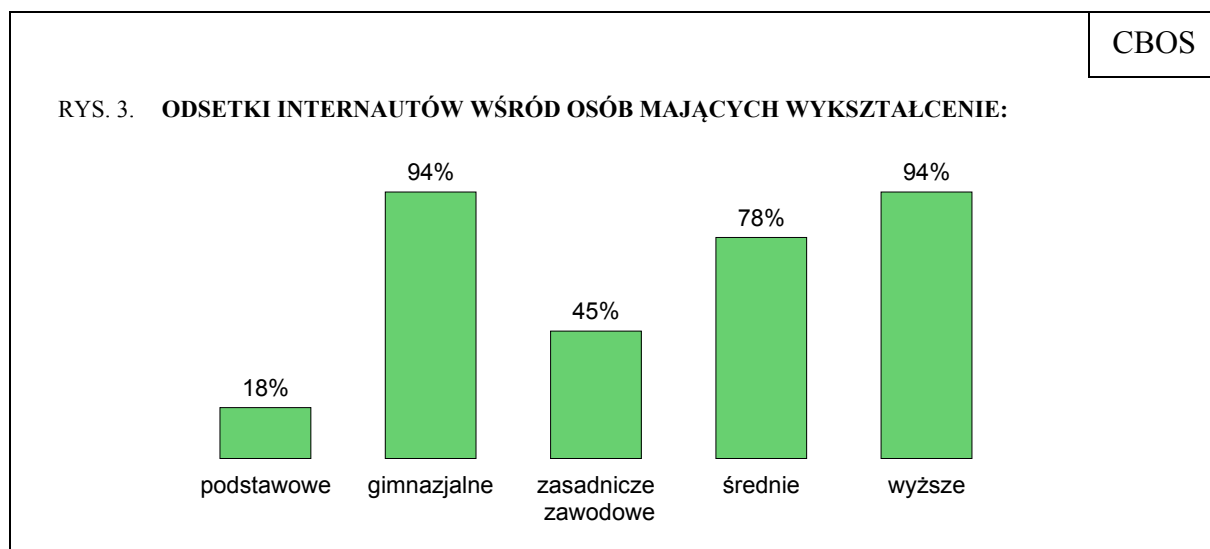
* W latach 2002–2008 pytanie brzmiało: „Czy używa Pan(i) internetu (sieci www lub poczty elektronicznej, e-mail)?”

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (300) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganą komputerowo (CAPI) w dniach 14–20 maja 2015 roku na liczącej 1048 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

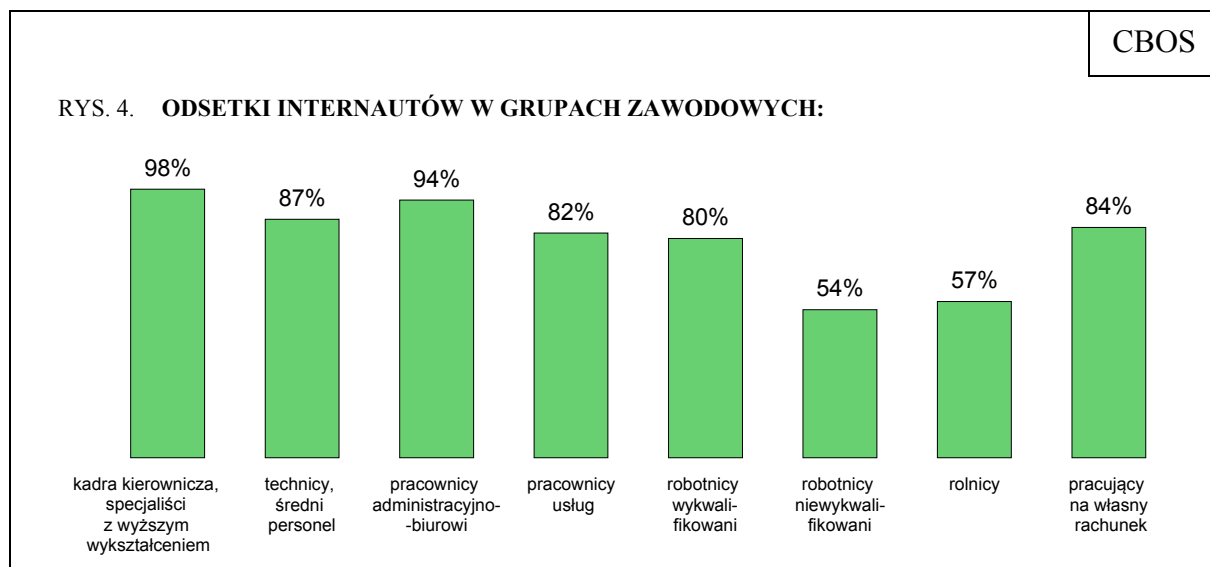
Najistotniejszym kryterium wykluczenia cyfrowego jest wiek. Z internetu niemal powszechnie korzystają młodzi respondenci, mający od 18 do 34 lat, a także ogromna większość badanych w wieku 35–44 lata. Wśród respondentów mających od 45 do 54 lat internauci stanowią ponad połowę, natomiast wśród starszych (od 55 do 64 roku życia) jedynie dwie piąte, a wśród najstarszych (w wieku 65 lat i więcej) – tylko około jednej szóstej.



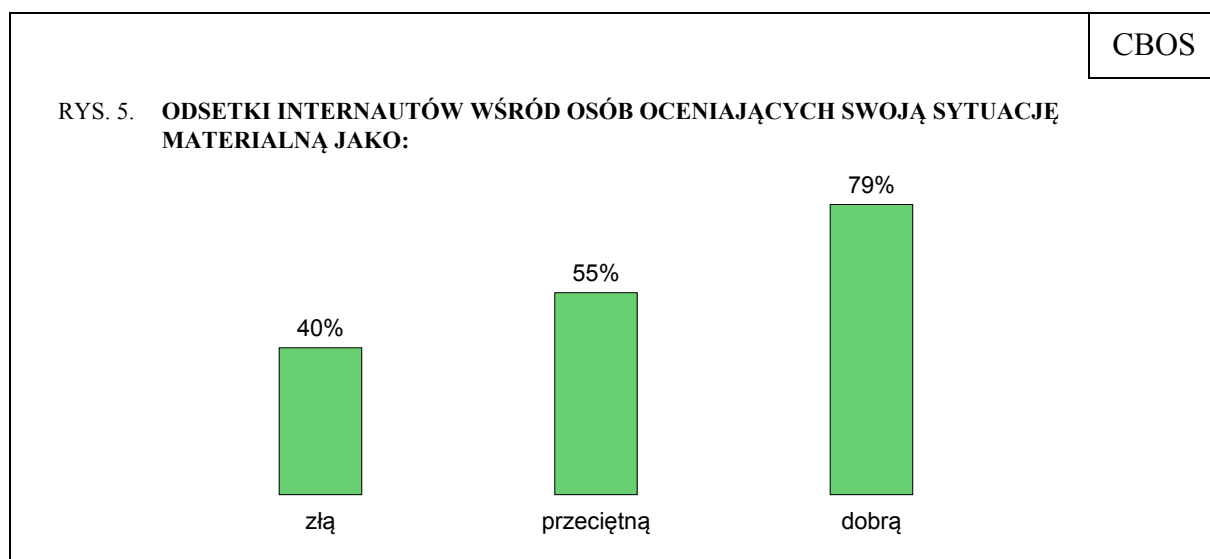
Kompetencje cyfrowe współwystępują również z wyższym poziomem wykształcenia, przy czym odgrywa ono pewną rolę wyłącznie w przypadku starszych badanych, natomiast w przypadku młodszych nie ma większego znaczenia, ponieważ niemal wszyscy są online. Najmniej internautów jest wśród osób z wykształceniem podstawowym, co w znacznej mierze jest związane z ich starszym wiekiem.



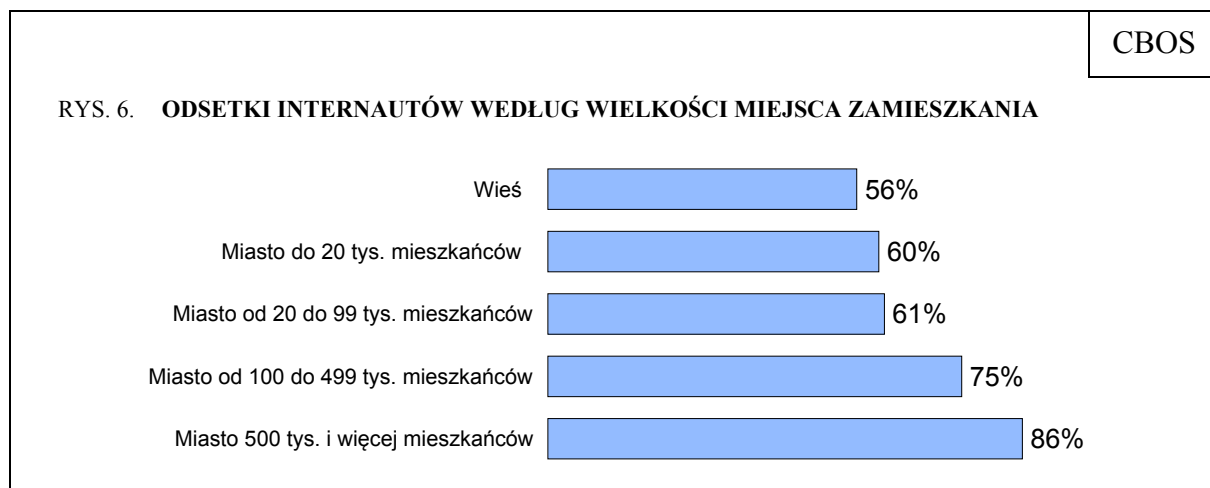
Internauci stanowią większość osób aktywnych zawodowo. Jest ich najwięcej wśród przedstawicieli zawodów, które prawie zawsze wiążą się z pracą przy komputerze, jak specjaliści i kadra kierownicza, pracownicy administracyjno-biurowi, natomiast relatywnie najmniej wśród robotników niewykwalifikowanych i rolników.



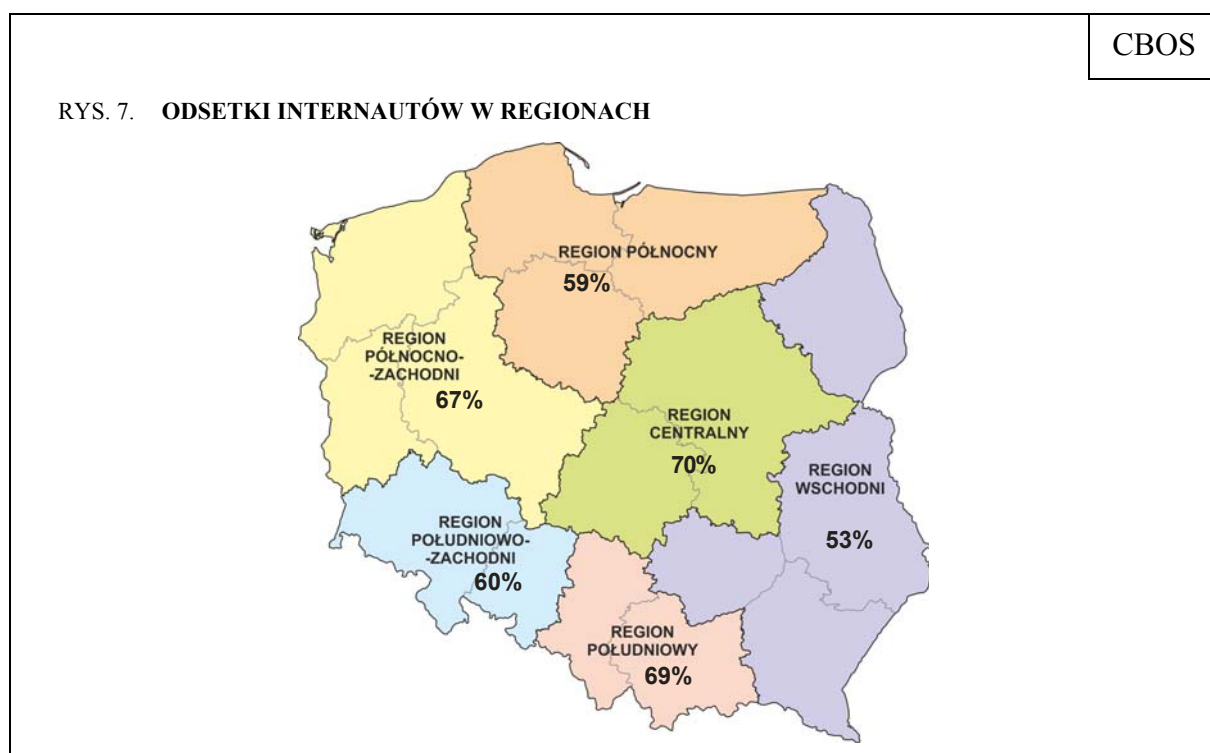
Wprawdzie sytuacja ekonomiczna badanych nie jest kluczowa, jeśli chodzi o korzystanie z sieci (ujawnia w dużej mierze zależności wynikające z takich czynników, jak wiek czy wykształcenie), jednak może, obok braku kompetencji, ograniczać dostępność internetu w ściśle materialnym sensie.



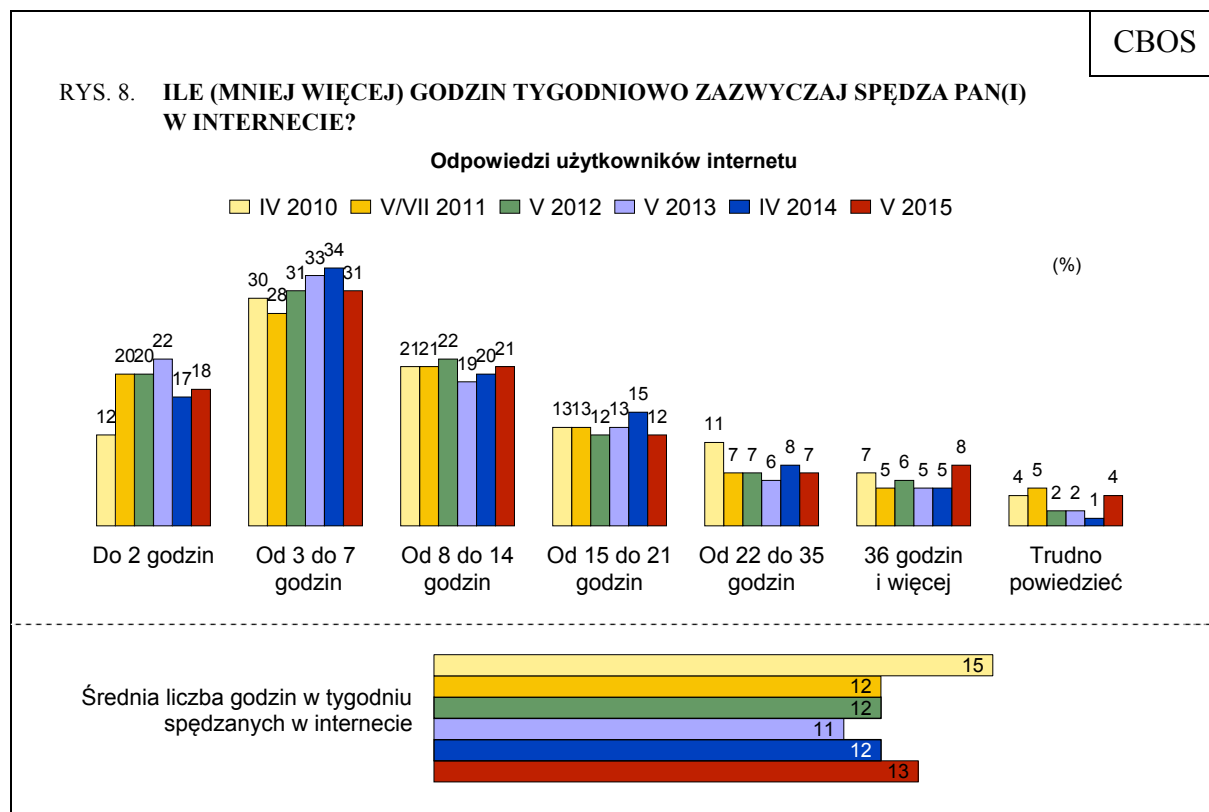
Najwięcej internautów jest w dużych miastach, zwłaszcza największych, mniej natomiast na wsi i w miastach do 100 tys. mieszkańców. Warto dodać, że pod tym względem wieś nie odbiega teraz znacząco od małych i średnich miast – w poprzedniej dekadzie różnice te były zauważalne.



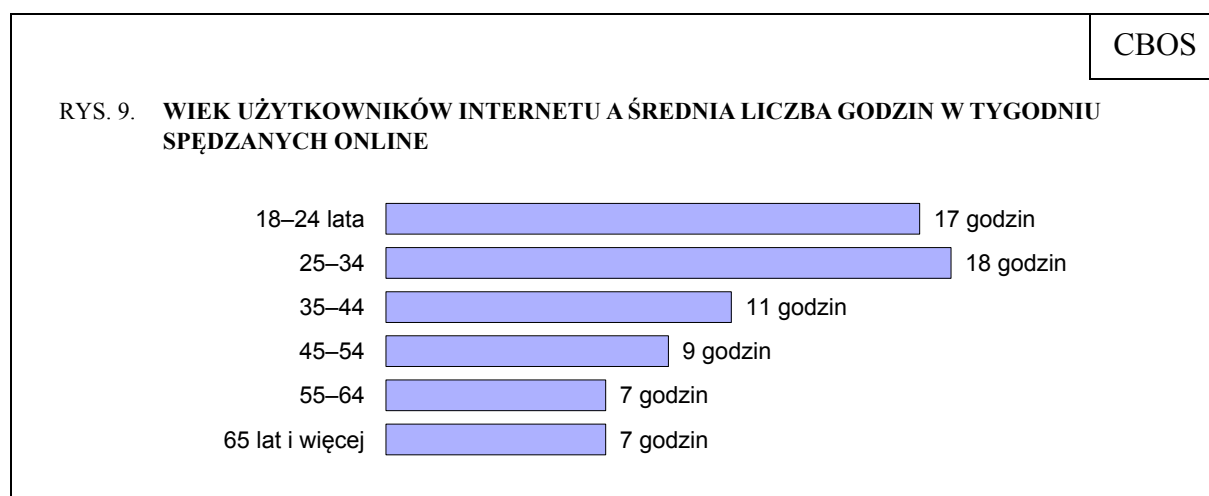
In plus pod względem liczby internautów wyróżnia się region centralny (województwo mazowieckie i łódzkie) i południowy (województwo śląskie i małopolskie), natomiast najmniej jest ich na wschodzie kraju (województwa: podlaskie, lubelskie, podkarpackie i świętokrzyskie).



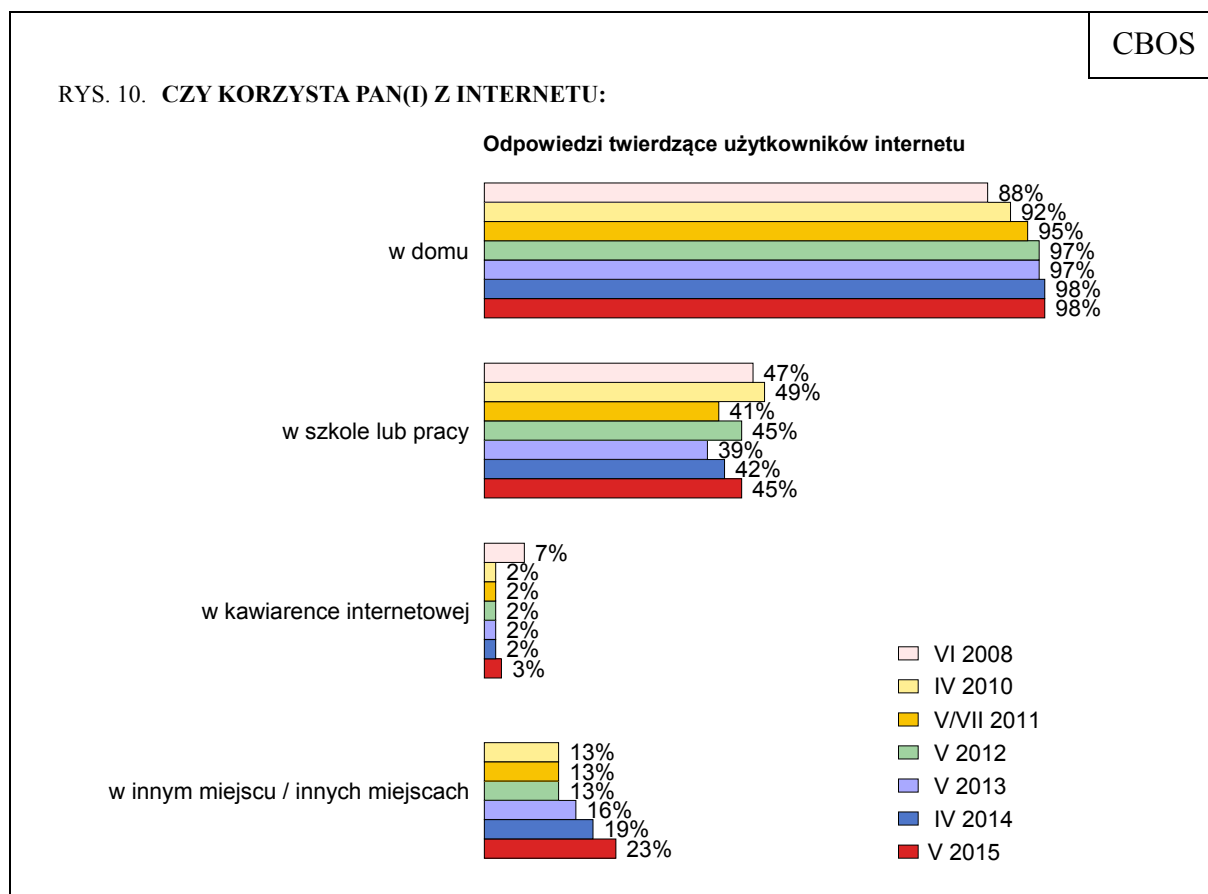
Internauci spędzają online przeciętnie 13 godzin tygodniowo. Deklarowany czas korzystania z internetu nie zmienia się istotnie w ostatnich latach.



Najwięcej czasu w sieci spędzają internauci w wieku od 18 do 34 lat, a najmniej ci, którzy mają 55 lat i więcej. Ponadto mężczyźni są tygodniowo online nieco dłużej niż kobiety (średnie wynoszą odpowiednio: 14,38 i 11,66 godz.).



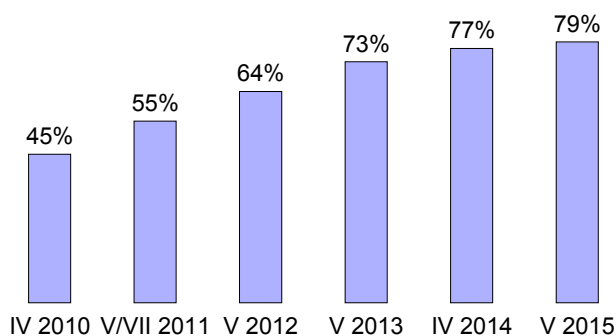
Niemal wszyscy użytkownicy internetu (98%) korzystają z niego w domu. Blisko połowa (45%) łączy się z siecią w szkole lub pracy, natomiast nieliczni (3%) – w kawiarenkach internetowych. Niemal jedna czwarta (23%) korzysta z internetu także w innych miejscach. Wzrost tej grupy w ostatnich latach można wiązać z rosnącą popularnością urządzeń mobilnych, zwłaszcza smartfonów.



Niemal ośmiu na dziesięciu internautów (79%) łączy się z siecią bezprzewodowo poprzez takie urządzenia, jak smartfon, tablet czy laptop. Grupa ta w ostatnich latach bardzo dynamicznie się zwiększała: jeszcze pięć lat temu użytkownicy mobilni stanowili mniej niż połowę korzystających z internetu, w 2012 roku – blisko dwie trzecie, a rok temu – już ponad trzy czwarte.

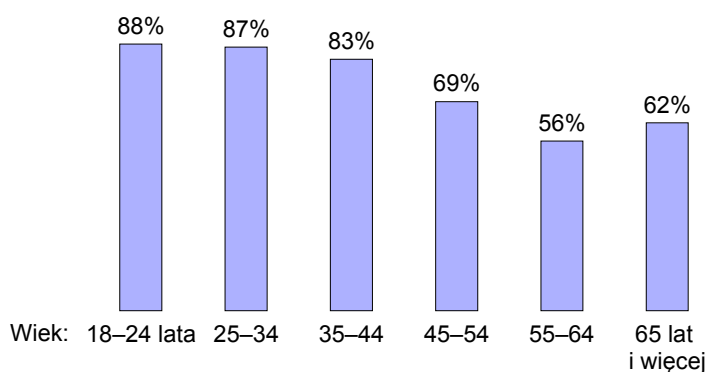
RYS. 11. CZY ŁĄCZY SIĘ PAN(I) Z INTERNETEM BEZPRZEWODOWO, NP. UŻYWAJĄC URZĄDZEŃ PRZENOŚNYCH, TAKICH JAK LAPTOP, SMARTFON, TELEFON KOMÓRKOWY, NETBOOK, TABLET?

Odpowiedzi twierdzące użytkowników internetu



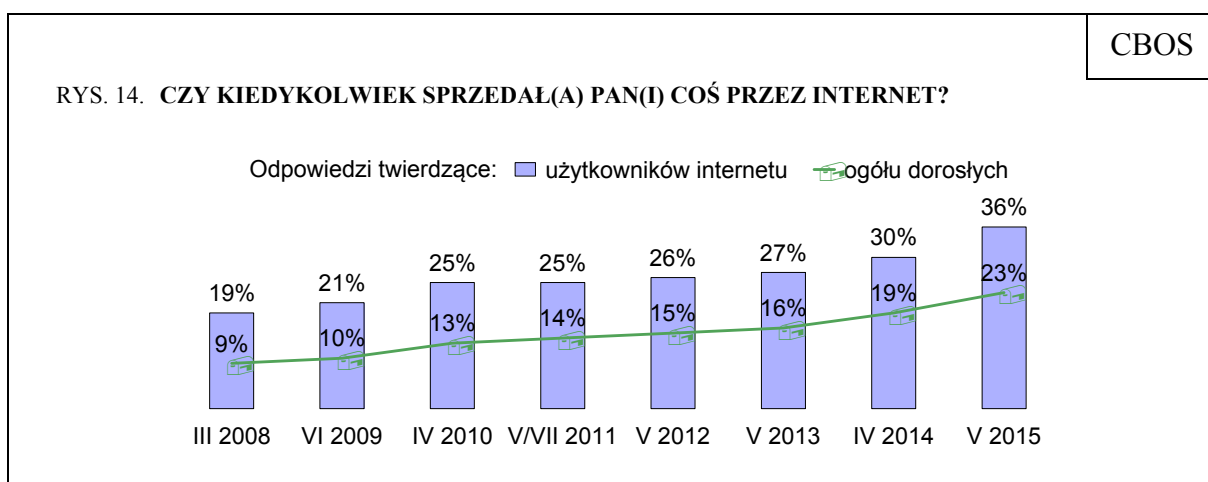
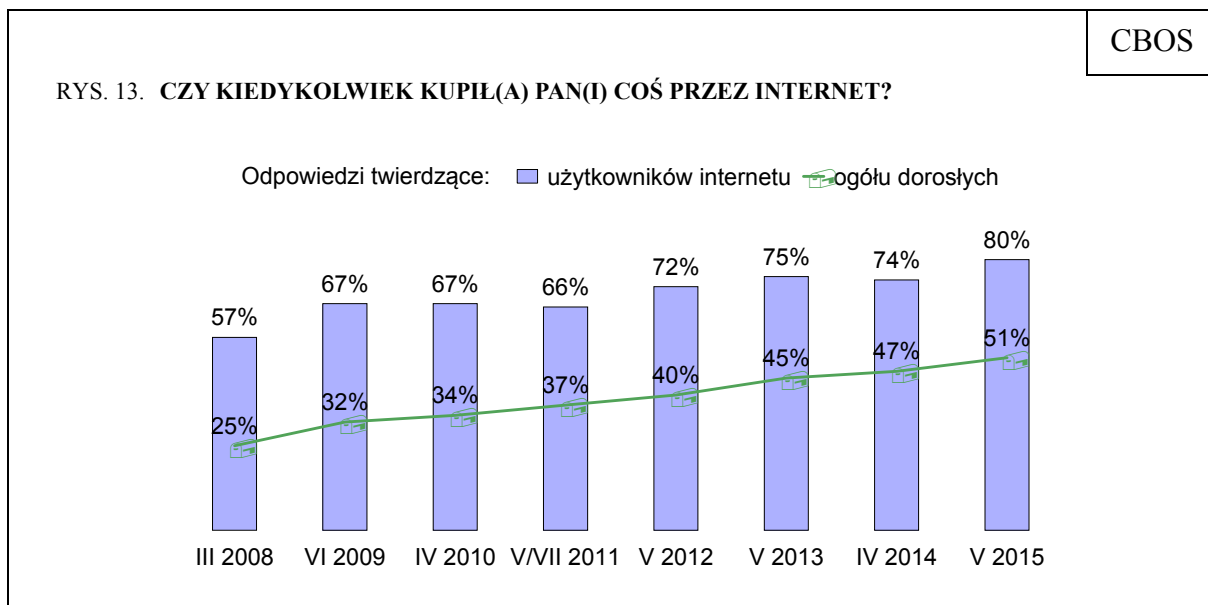
Wprawdzie bezprzewodowemu korzystaniu z internetu sprzyja młody wiek (najczęściej deklarują je użytkownicy mający od 18 do 34 lat), jednak ten sposób łączenia się z siecią zyskał popularność również wśród starszych internautów.

RYS. 12. ODSETKI INTERNAUTÓW ŁĄCZĄCYCH SIĘ Z INTERNETEM BEZPRZEWODOWO, ZA POMOCĄ URZĄDZEŃ PRZENOŚNYCH, TAKICH JAK LAPTOP, SMARTFON, TELEFON KOMÓRKOWY, NETBOOK, TABLET



AKTYWNOŚĆ W SIECI

Coraz więcej Polaków wykorzystuje internet do wymiany dóbr i usług. Przynajmniej raz kupiła coś w ten sposób ponad połowa ogółu dorosłych (51%, o 4 punkty procentowe więcej niż rok temu), a sprzedała – blisko jedna czwarta (23%, również o 4 punkty więcej niż w 2014 roku).



Od ubiegłego roku wzrosła również liczba osób regularnie kupujących przez internet. W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie zakupy online zrobiła niemal połowa internautów (46%, o 10 punktów procentowych więcej niż rok temu), czyli 29% ogółu dorosłych. Relatywnie najwięcej kupujących w sieci jest wśród internautów mających od 25 do 34 lat (55%) i od 35 do 44 lat (52%), a najmniej wśród najstarszych (28%) i najmłodszych użytkowników (36%). Zakupom za pośrednictwem sieci sprzyja ponadto dobra sytuacja materialna badanych (54%); źle sytuowani rzadziej nabywają coś w ten sposób (22%).

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	IV '14	V '15
	w procentach												
Użytkownicy internetu	2	13	14	23	24	35	33	33	32	37	42	36	46
Ogół dorosłych	<0,5	3	4	7	9	15	16	17	18	21	25	23	29

* W latach 2002 i 2004 pytaliśmy o ostatnie trzy miesiące

Artykuły najchętniej kupowane za pośrednictwem sieci to odzież i obuwie, zabawki i artykuły dziecięce, sprzęt elektroniczny oraz książki – drukowane, e-booki, audiobooki. Relatywnie często nabywane są również artykuły motoryzacyjne, kosmetyki, a także bilety lotnicze, kolejowe lub autobusowe oraz sprzęt sportowy. Nieco rzadziej są to multimedia: programy i gry komputerowe, muzyka i filmy, a także dostęp do usług lub treści oraz leki i żywność. Poza wymienionymi produktami niektórzy kupili w sieci elementy wyposażenia mieszkania lub wystroju wnętrza, materiały budowlane, artykuły ogrodnicze, artykuły dla zwierząt, biżuterię, a także opłacili w ten sposób hotel oraz bilety na koncert lub do kina.

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	23	15
– zabawki, artykuły dziecięce	12	8
– sprzęt elektroniczny	11	7
– książki, e-booki, audiobooki	11	7
– artykuły motoryzacyjne	9	6
– kosmetyki	9	5
– bilety na samolot, pociąg lub autobus	7	4
– sprzęt sportowy	6	4
– programy, gry komputerowe	4	3
– leki	4	2
– dostęp do usług lub treści	4	3
– muzykę, filmy	3	2
– artykuły spożywcze	3	2
– coś innego	10	7

Nadal przybywa użytkowników bankowości elektronicznej. Stanowią oni obecnie niemal siedmiu na dziesięciu internautów (69%), czyli 44% ogółu dorosłych. Z internetowych usług bankowych najczęściej korzystają internauci mający od 25 do 34 lat (80%), najlepiej

wykształceni (87%), zadowoleni ze swojej sytuacji materialnej (73%), uzyskujący dochody na osobę w gospodarstwie domowym powyżej 1400 zł (83%).

Stosunkowo niewielu płaci za dostęp do treści w internecie. Tylko co ósmy użytkownik (12%) w miesiącu poprzedzającym badanie miał wykupiony dostęp do gazet, serwisów, materiałów wideo lub gier. *In plus* wyróżniają się pod tym względem internauci z wyższym wykształceniem (20%), uzyskujący najwyższe dochody *per capita* (19%) oraz mający od 25 do 34 lat (17%).

Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklaruje niespełna jedna trzecia internautów (30%), czyli 19% ogółu badanych. Najczęściej są to najmłodszy użytkownicy (49%). Malejąca popularność tego sposobu pozyskiwania treści (warto zauważyć, że w ubiegłej dekadzie pliki pobierało więcej internautów niż w obecnej, a to, że odsetek ten wśród ogółu badanych utrzymuje się na mniej więcej stałym poziomie, wynika z dynamicznego przyrostu liczby internautów w tym okresie) jest związana ze zmianą specyfiki internetu, na którą wpłynął ogromny wzrost prędkości transmisji danych w ostatnich latach. Większość takich materiałów, jak muzyka i filmy to obecnie media strumieniowe, ich oglądanie czy słuchanie nie wymaga ściągania.

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	IV '14	V '15
– korzystał(a) Pan(i) z usług bankowych przez internet											
Użytkownicy internetu	21	33	31	38	41	46	54	60	59	63	69
Ogół dorosłych	6	10	11	17	20	23	30	34	36	39	44
– ściągał(a) Pan(i) darmowe programy, muzykę, filmy											
Użytkownicy internetu	40	45	43	40	45	42	38	33	34	37	30
Ogół dorosłych	11	14	16	18	21	22	21	19	20	23	19
– korzystał(a) Pan(i) z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały wideo, płatne członkostwo w serwisach, grach											
Użytkownicy internetu	7	9	6	12	15	15	8	9	12	10	12
Ogół dorosłych	2	3	2	5	7	8	5	5	7	6	8

W ciągu miesiąca poprzedzającego badanie prasę online czytała ponad jedna trzecia ogółu dorosłych, czyli niemal trzy piąte internautów (56%). Czytelnictwu internetowych wersji gazet i czasopism sprzyja – podobnie jak sięganiu po wydania drukowane – wyższe wykształcenie (70%). Wyróżniają się pod tym względem również internauci mający od 25 do 34 lat (64%).

Jedna trzecia dorosłych, tj. co drugi internauta (50%, o 3 punkty procentowe więcej niż rok temu) ogląda w sieci telewizję, filmy, seriale oraz inne materiały wideo. Widzów online zaczęło zauważalnie przybywać pod koniec ubiegłej dekady, kiedy to szybsze połączenia umożliwiły komfortowe oglądanie w sieci. Relatywnie najwięcej jest ich wśród młodszych internautów, zwłaszcza najmłodszych (76%), z kolei wśród mających 55 lat i więcej stanowią oni mniej niż jedną trzecią.

Względnie stabilny pozostaje odsetek osób słuchających radia przez internet. Stanowią one blisko jedną trzecią korzystających z sieci (31%, o 3 punkty procentowe mniej niż rok temu), czyli 20% ogółu badanych. W ten sposób zauważalnie częściej radia słuchają młodszy niż starsi 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	IV '14	V '15
– czytał(a) Pan(i) internetowe wersje gazet lub czasopism*										
Użytkownicy internetu	52	45	58	57	68	54	60	56	59	56
Ogół dorosłych	16	17	26	28	35	30	34	34	37	35
– słuchał(a) Pan(i) przez internet radia										
Użytkownicy internetu	25	32	37	41	40	33	31	34	34	31
Ogół dorosłych	8	12	16	20	20	18	18	21	21	20
– oglądał(a) Pan(i) przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo**										
Użytkownicy internetu	14	13	17	38	40	40	37	45	47	50
Ogół dorosłych	4	5	8	18	21	22	21	27	30	32

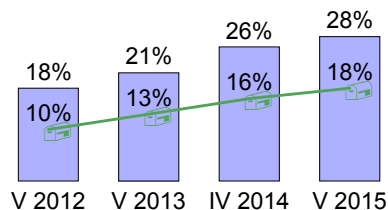
* W latach 2006 i 2007 użyliśmy sformułowania „internetowe wersje gazet codziennych”

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

Zrobione przez siebie zdjęcia lub filmy zamieszcza w sieci więcej niż jedna czwarta internautów (28%), czyli 18% ogółu dorosłych. Tworzenie i udostępnianie tego typu materiałów jest przede wszystkim domeną młodszych użytkowników, mających nie więcej niż 34 lata, z kolei wyraźnie rzadziej deklarują je starsi internauci, zwłaszcza powyżej 64 roku życia.

RYS. 15. CZY W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA ZAMIESZCZAŁ(A) PAN(I) W INTERNECIE ZROBIONE PRZEZ SIEBIE ZDJĘCIA, FILMY?

Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu ■ ogółu dorosłych



Blogi czyta jedna piąta dorosłych Polaków, czyli co trzeci internauta (34%). Od ubiegłego roku grupa ta nieco się zwiększyła. Wprawdzie pod względem czytelnictwa blogów wyróżniają się *in plus* najmłodszy, a *in minus* najstarsi internauci, jednak wśród pozostałych użytkowników aktywność ta cieszy się względnie zbliżoną popularnością. Wyższe wykształcenie nie odgrywa tu istotnej roli, tak jak w przypadku czytelnictwa prasy online. Co więcej, można nawet zauważyć, że blogi częściej odwiedzają osoby z wykształceniem średnim niż wyższym (38% wobec 33%). Najczęściej czytają je ci, którzy mają wykształcenie gimnazjalne (48%), jednak w tym przypadku jest to funkcją wieku.

RYS. 16. CZY W CIĄGU OSTATNIEGO MIESIĄCA CZYTAŁ(A) PAN(I) BLOGI?

Odpowiedzi twierdzące: ■ użytkowników internetu ■ ogółu dorosłych

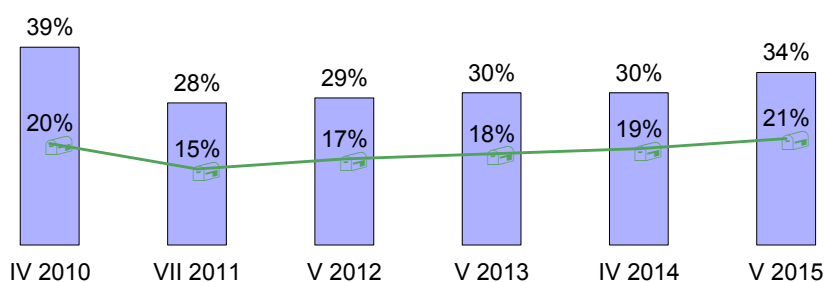
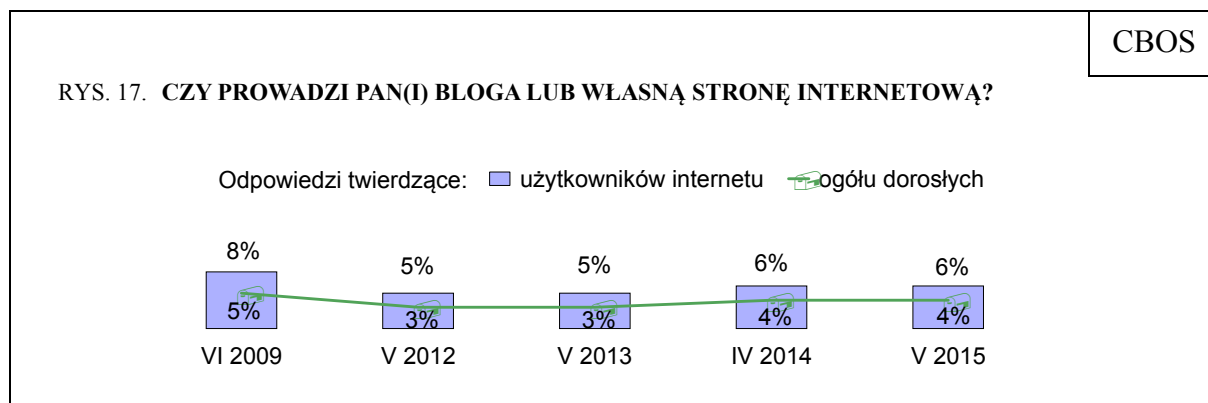


Tabela 5

Wiek	Internauci, którzy w ciągu ostatniego miesiąca:				
	czytali internetowe wersje gazet lub czasopism	słuchali przez internet radia	oglądali przez internet telewizję, filmy, seriale, nagrania wideo	czytali blogi	zamieszczali w internecie zrobione przez siebie zdjęcia, filmy
	w procentach				
18–24 lata	59	51	76	46	50
25–34	64	40	63	36	40
35–44	50	26	41	30	15
45–54	49	21	35	29	13
55–64	56	10	31	29	18
65 lat i więcej	45	11	21	17	7

Bloga lub własną stronę prowadzi sześciu na stu internautów (6%). Częściej niż przeciętnie są to użytkownicy sieci z największych miast (13%).



Ponad połowa internautów (53%, tj. 34% ogółu badanych) korzysta z komunikatorów tekstowych będących samodzielnymi programami lub działających w ramach portali społecznościowych. Rozmowy telefoniczne online prowadzi jedna trzecia internautów (35%), czyli 22% dorosłych Polaków.

Co trzeci internauta (34%, tj. 21% ogółu badanych) pisał w ostatnim miesiącu na forach dyskusyjnych lub stronach portali społecznościowych. Stosunkowo rzadko deklarowaną aktywnością, która opiera się na komunikacji między użytkownikami, jest granie online w gry z innymi. W miesiącu poprzedzającym badanie grał w nie co szósty internauta (16%, o 4 punkty mniej niż rok temu), czyli co dziesiąty dorosły.

Tabela 6

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	IV '14	V '15
– rozmawiał(a) Pan(i) ze znajomymi przez komunikatory, np. Gadu-Gadu, Tlen lub czat będący częścią jakiegoś portalu* (np. Facebooka, Google+)											
Użytkownicy internetu	57	63	65	68	68	66	51	47	55	56	53
Ogół dorosłych	16	19	24	30	33	34	28	26	33	35	34
– prowadził(a) Pan(i) przez internet rozmowy telefoniczne (np. przez Tlenofon, Skype)											
Użytkownicy internetu	-	27	25	38	41	39	35	36	33	39	35
Ogół dorosłych	-	8	9	17	20	20	19	20	20	25	22
– dokonywał(a) Pan(i) wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach portali społecznościowych**											
Użytkownicy internetu	20	25	28	31	37	34	24	25	32	33	34
Ogół dorosłych	5	8	10	14	18	18	13	14	19	21	21
– grał(a) Pan(i) w coś w sieci z innymi ludźmi											
Użytkownicy internetu	-	-	-	-	28	21	17	14	20	20	16
Ogół dorosłych	-	-	-	-	14	11	9	8	12	13	10

* W 2013 roku do treści pytania dodano „chat będący częścią jakiegoś portalu”

** W 2013 roku do treści pytania dodano „strony portali społecznościowych”

Niemal wszystkie rodzaje aktywności opierające się na interakcji z innymi użytkownikami są bardziej popularne wśród młodszych internautów (zwłaszcza mających od 18 do 24 lat) niż starszych. Zależność ta zaznacza się najsilniej w przypadku gier online. Z kolei najbardziej egalitarne wiekowo są rozmowy telefoniczne przez internet, które starsi badani prowadzą niemal równie często jak najmłodszy. Na korzystanie z komunikatorów i forów dyskusyjnych nie wpływa znacząco płeć badanych (można jedynie zauważyć, że kobiety tylko nieznacznie częściej niż mężczyźni rozmawiają przez komunikatory tekstowe), natomiast zauważalnie kształtuje granie online z innymi, które deklaruje 25% internautów i tylko 7% internautek.

Tabela 7

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	79	38	57	37
25–34	67	42	45	18
35–44	47	32	25	11
45–54	32	25	14	10
55–64	32	37	22	3
65 lat i więcej	21	35	7	3

ZAWIERANIE ZNAJOMOŚCI
I KORZYSTANIE Z PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH

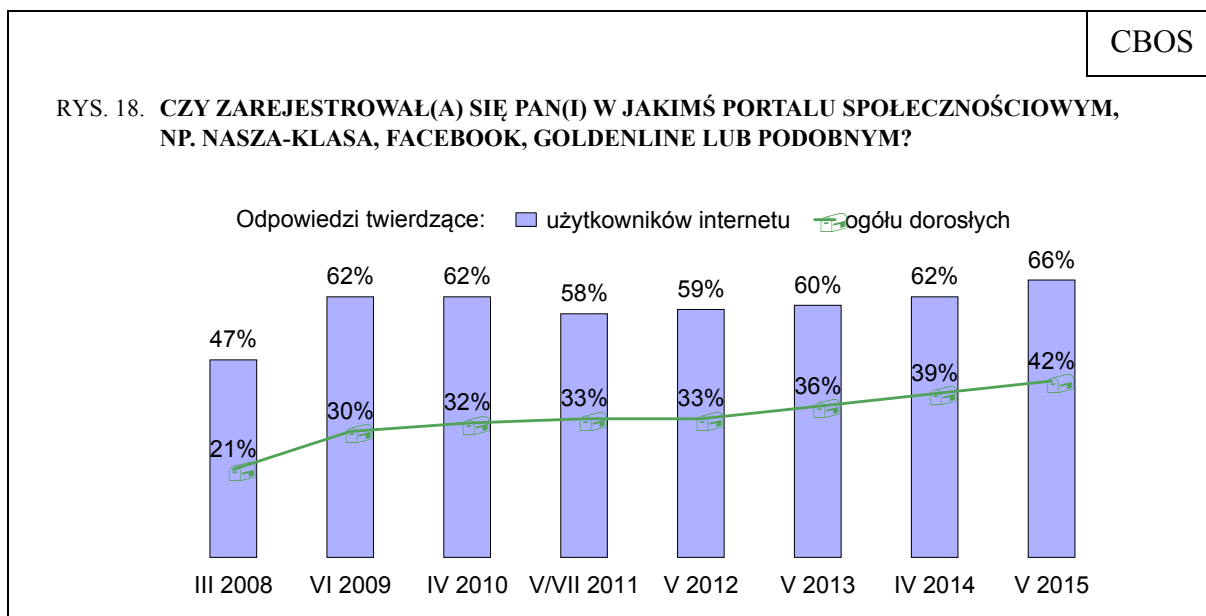
Zawarcie znajomości online deklaruje niemal jedna czwarta internautów (23%, tj. 15% ogółu respondentów). Z osobą poznaną w sieci spotkał się osobiście co jedenasty dorosły (9%, czyli 15% korzystających z internetu).

Tabela 8

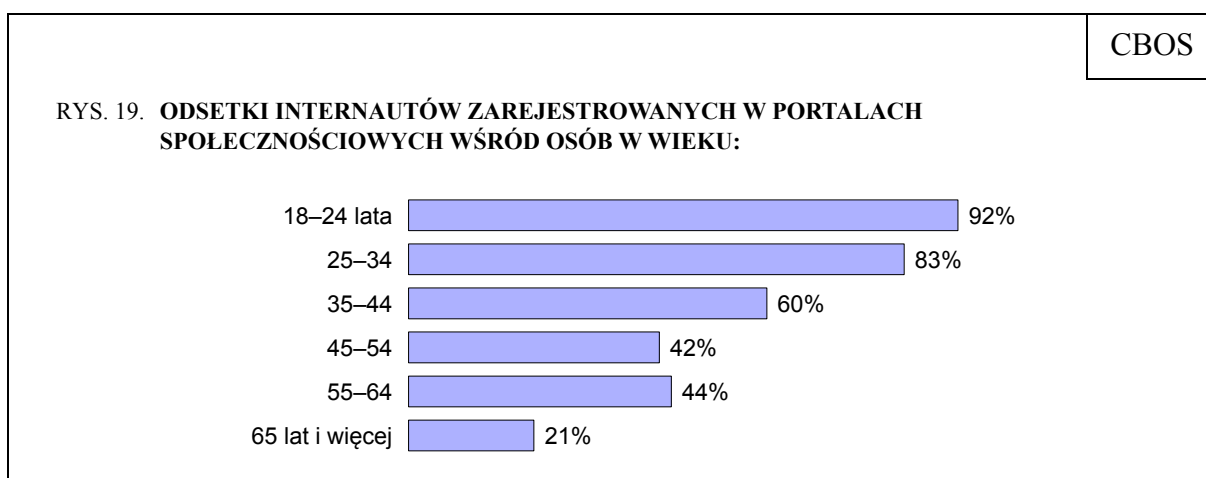
Czy:	Odsetki odpowiedzi twierdzących według terminów badań										
	III '05	III '06	III '07	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15
– poznał(a) Pan(i) kogoś przez internet											
Użytkownicy internetu	23	25	25	23	24	25	20	23	23	21	23
Ogół dorosłych	6	8	9	10	12	13	11	13	14	13	15
– spotkał(a) się Pan(i) z osobą poznaną przez internet osobiście											
Użytkownicy internetu	13	13	14	11	13	15	12	15	16	14	15
Ogół dorosłych	4	4	5	5	6	8	7	8	9	9	9

Zawarcie znajomości w sieci nieco częściej deklarują internauci niż internautki (29% wobec 18%), tym samym częściej w ich przypadku dochodziło do spotkania poza internetem (18% wobec 12%). Aktywności towarzyskiej w sieci sprzyja również młody wiek: poznało kogoś online ponad dwie piąte internautów w wieku od 18 do 24 lat (42%) i ponad jedna trzecia mających od 25 do 34 lat (36%). Z kolei spotkanie *face-to-face* z poznaną w internecie osobą najczęściej deklarują mający od 35 do 44 lat. Ponadto pod względem kontaktów towarzyskich wyróżniają się internauci z największych aglomeracji: 30% z nich poznało kogoś online, a 25% spotkało się z poznaną osobą poza internetem.

Od ubiegłego roku wzrosła popularność portali społecznościowych. Obecność w przynajmniej jednym z nich deklaruje dwie trzecie internautów (66%, wzrost o 4 punkty procentowe), czyli ponad dwie piąte ogółu dorosłych (42%, wzrost o 3 punkty). Regularnie, jak wynika z deklaracji, korzysta z nich 82% zarejestrowanych osób.



Obecność w portalach społecznościowych częściej deklarują internautki niż internauci (70% wobec 62%), a także częściej niż przeciętnie mieszkańcy miast średnich (75%) i największych (72%) oraz użytkownicy mający nie więcej niż 34 lata.



Internauci na ogół wykorzystują towarzyskie funkcje portali społecznościowych, które służą im głównie do utrzymywania kontaktów ze znajomymi (55%), odnawiania znajomości (41%), wyraźnie rzadziej natomiast do nawiązywania nowych kontaktów (20%). Pierwsze dwie funkcje częściej pojawiały się w deklaracjach kobiet niż mężczyzn.

Znaczny odsetek internautów (39%) wykorzystuje portale społecznościowe do odbioru różnego rodzaju treści: słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów. Mniejszą grupę (26%) stanowią badani, którzy sami zamieszczają tam takie materiały. Warto

zauważyć, że przeważają w niej kobiety. Jedna czwarta internautów (28%) traktuje portale społecznościowe jako platformę dyskusyjną – miejsce do prowadzenia rozmów, pisania komentarzy. Te trzy rodzaje aktywności są najbardziej charakterystyczne dla najmłodszych respondentów.

Od ubiegłego roku nieco wzrosła popularność portali społecznościowych jako miejsca poszukiwania pracy. W tym celu wykorzystuje je jedna piąta internautów (21%, wzrost o 5 punktów procentowych). Mniejszej grupie (17%) służą one do nawiązywania znajomości zawodowych i biznesowych. Częściej są to mężczyźni niż kobiety, a także częściej niż przeciętnie prywatni przedsiębiorcy oraz – podobnie jak w przypadku poszukiwania pracy – przedstawiciele kadry kierowniczej i specjaliści z wyższym wykształceniem.

Tabela 9

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	IV '14	V '15	III '08	VI '09	IV '10	V/VII '11	V '12	V '13	IV '14	V '15
Utrzymanie kontaktów ze znajomymi, grupami znajomych	-	56	53	50	50	50	54	55	-	27	27	28	28	30	34	35
Odnowienie dawnych znajomości	40	50	46	43	37	41	40	41	18	24	23	24	21	25	25	26
Słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć, czytanie tekstów	27	38	35	36	33	39	38	39	12	19	18	20	18	23	24	25
Rozmawianie na interesujące tematy, uczestniczenie w forach dyskusyjnych	-	-	26	21	26	27	25	28	-	-	14	12	14	16	16	18
Zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki, tekstów	18	27	27	23	21	24	26	26	8	13	14	13	12	14	16	17
Nawiązanie nowych kontaktów towarzyskich	21	27	22	21	19	19	20	20	9	13	12	12	11	12	13	13
Szukanie pracy, zaprezentowanie się potencjalnym pracodawcom*	11	17	13	16	15	18	16	21	5	8	7	9	8	11	10	13
Nawiązanie znajomości zawodowych, biznesowych	9	15	11	13	11	14	15	17	4	7	5	7	6	8	10	11

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



Internauci stanowią blisko dwie trzecie dorosłych mieszkańców Polski i choć od ubiegłego roku odsetek ten utrzymuje się na stałym poziomie, można zaobserwować pewne zmiany w sposobie korzystania z sieci, a także dostępu do niej. Wprawdzie niemal wszyscy użytkownicy mają połączenie z internetem w domach, jednak wraz z rosnącą popularnością urządzeń mobilnych coraz więcej osób łączy się bezprzewodowo i pozostaje online również poza miejscem zamieszkania lub pracy. Większą popularność zyskują niektóre formy aktywności: umacnia się rola internetu jako kanału wymiany dóbr i usług, przybywa użytkowników bankowości elektronicznej, a także osób spędzających czas w sieci na czytaniu blogów lub oglądaniu wideo. Więcej badanych niż rok temu korzysta z portali społecznościowych, które traktowane są przez znaczną część użytkowników z jednej strony jako platforma towarzyska, a z drugiej – jako miejsce odbioru treści: słuchania muzyki, oglądania filmów, zdjęć, czytania tekstów. Maleje natomiast grono osób pobierających z sieci pliki, co w dużym stopniu może być związane z rosnącą popularnością mediów strumieniowych. Także nieco mniej popularne niż w ostatnich dwóch latach jest granie w sieci w gry wraz z innymi użytkownikami.

Korzystanie z internetu jest nadal bardzo silnie zróżnicowane ze względu na wiek, który nie tylko stanowi istotną determinantę posiadania elementarnych kompetencji cyfrowych umożliwiających samo wejście do sieci, ale również kształtuje zachowania online. Z internetu korzystają niemal powszechnie ludzie młodzi. Spędzają tam więcej czasu niż starsi użytkownicy, a także wykorzystują na ogół więcej usług i funkcji, które oferuje internet. Wykluczenie cyfrowe obejmuje większość badanych powyżej 54 roku życia, a zwłaszcza mających 65 lat i więcej, spośród których z sieci korzysta tylko mniej więcej co szósty.

Opracował
Michał FELIKSIAK