



World Internet Project Poland | 2012

Spis treści

Metodologia.....	04
Podsumowanie	06
Adaptacja	12
Jak zrozumieć osoby niekorzystające z Internetu ..	24
Centralne miejsce Internetu.....	34
Wykorzystanie.....	40
Kultura	54
Regulacja i kontrola.....	58
Zmienne psychologiczne.....	66

Metodologia

- badanie ilościowe CAPI
N = 2007
badanie przeprowadzono metodą wywiadów indywidualnych w domu respondentów
- reprezentatywna próba losowo-kwotowa Polaków w wieku 15+

- terenowa realizacja badania:

2010	25.05-29.06. 2010
2011	11.05-5.06.2011
2012	16.04-20.05.2012

Definicja użytkownika Internetu:

- Intensywnie korzystający z Internetu - 25% użytkowników z całej badanej grupy, spędzających najwięcej czasu w Internecie

Uwaga:

Wszystkie dane w raporcie przedstawione wg poziomu wykształcenia dotyczą wyłącznie osób nieuczących się.

Porównanie wyników badań z lat 2010 do 2011 i 2012

Różnica w odsetku użytkowników Internetu w latach 2010, 2011 i 2012 może wynikać z odmiennej metodologii badań: w roku 2010 przyjęto, że mogła zaistnieć możliwość nadreprezentacji użytkowników Internetu wynikająca z procesu rekrutacji, w związku z czym wyniki były ważone tak, aby odsetek internautów był taki sam jak w badaniu Omnibus. W kolejnych dwóch falach badania (2011 i 2012) metodologia została zmieniona tak, że można było zrezygnować z ważenia.

Podsumowanie

1. Adaptacja

Prawie 2/3 Polaków posiada dostęp do Internetu.

Liczba użytkowników Internetu w Polsce nie zmieniła się od ubiegłego roku. Obecnie Internet jest przy najmniej od czasu do czasu wykorzystywany przez prawie 2/3 Polaków w wieku 15+. Podobny odsetek polskiego społeczeństwa ma dostęp do Internetu w domu.

Internet jest używany równie często przez mężczyzn i kobiety. Jego wykorzystanie pozostaje silnie związane z wiekiem i wykształceniem - im starszy lub mniej wykształcony respondent, tym mniejsze szanse, że korzysta z sieci lub posiada do niej dostęp. W porównaniu z poprzednimi badaniami, można zaobserwować wyższą liczbę użytkowników Internetu i posiadaczy łącza internetowych wśród Polaków z wykształceniem podstawowym.

Ze względu na procentowy wzrost użytkowników w małych miastach i na wsi, wielkość miejsca zamieszkania przestaje być reprezentatywnym wskaźnikiem wykorzystania lub dostępu do Internetu. Podczas trzech lat trwania badania zaobserwowano, że dostęp do Internetu był największy w miastach o populacji rzędu 200-500 tys.

Jeśli chodzi o wykonywany zawód, grupą o najwyższym procencie użytkowników / posiadaczy Internetu są uczniowie i właściciele firm - prawie wszyscy z nich korzystają z sieci. Za nimi plasują się pracownicy (w równym stopniu pełnoetatowi i zatrudnieni w niepełnym wymiarze godzin).

Warto zauważyć, że Internet zaczął być coraz częściej wykorzystywany w domach. Najniższą penetrację Internetem obserwuje się w grupach osób niepracujących, przede wszystkim wśród emerytów i rencistów.

Prawie wszyscy użytkownicy Internetu posiadają komputer

Interesującym zjawiskiem jest rosnąca popularność laptopów - w porównaniu z rokiem 2010, liczba osób korzystających z laptopów w zasadzie się podwoiła. Jednocześnie liczba Polaków deklarujących posiadanie komputera stacjonarnego pozostała niezmienną - maleje ona jedynie w przypadku użytkowników Internetu.

Większość użytkowników Internetu deklaruje, że w gospodarstwie domowym jest mniej komputerów z dostępem do Internetu, niż osób - ponad połowa potwierdza współdzielenie komputera. Nadal nie-

wielu internautów spędza mniej czasu w sieci, niż by oczekiwała, z powodu ograniczonego dostępu do komputera wyposażonego w łącze internetowe.

Internet jest wykorzystywany głównie w domu.

Większość użytkowników Internetu ma do niego dostęp w domu, chociaż ponad połowa uczniów wykorzystuje Internet także w szkole, a więcej niż jedna trzecia pracowników lub właścicieli firm korzysta z niego w pracy.

Korzystanie z Internetu w innych miejscach, takich jak kafejki internetowe, biblioteki lub domy innych osób jest zjawiskiem sporadycznym.

W Polsce zachodzi rewolucja w dostępie do Internetu mobilnego. Połączenie szerokopasmowe jest najbardziej popularnym rodzajem dostępu do Internetu, ale dostęp przez urządzenia mobilne staje się coraz bardziej powszechny.

Prawie 3/4 respondentów z dostępem do Internetu posiada łącze szerokopasmowe. Obecnie jedna szóstka badanych z dostępem do Internetu łączy się używając technologii mobilnych, w porównaniu do 1/8 w roku ubiegłym.

Popularność mobilnego Internetu stale rośnie - obecnie używa go prawie 16% osób z dostępem do Internetu, czyli prawie dwa razy więcej, niż w roku 2010. Osoby te korzystają z łącza mobilnych przez ok. pół godziny dziennie. Używanie mobilnego Internetu jest w dużym stopniu zależne od wieku. Prawie 1/3 Polaków w najniższej grupie wiekowej (15 - 19 lat) korzysta z mobilnego dostępu do sieci.

Dostęp do Internetu z urządzeń mobilnych jest traktowany jako forma uzupełniająca lub substytut najpopularniejszego korzystania z sieci (na komputerze) i jest wykorzystywany, gdy użytkownik nie ma dostępu do komputera z podłączeniem do sieci.

Średni okres korzystania z Internetu to prawie 6 lat.

25% użytkowników Internetu korzysta z sieci od 10 lub więcej lat, a tylko 3% używa jej krócej niż jeden rok. Okres korzystania z Internetu jest związany z poziomem wykształcenia - im bardziej wykształceni respondenci, tym dłużej korzystają z Internetu. Jeśli chodzi o wiek, osoby, które korzystają z sieci najdłużej (ponad 8 lat) są w wieku 20-39 lat.

2. Jak zrozumieć osoby niekorzystające z Internetu

1/3 Polaków w wieku 15+ nie korzysta z Internetu, głównie ze względu na brak zainteresowania.

Prawie 2/3 osób niebędących użytkownikami Internetu twierdzi, że go nie używają, ponieważ po prostu nie są zainteresowani - odsetek tak twierdzących zwiększył się w porównaniu z ubiegłymi latami. Kolejne dwie najczęściej wymieniane bariery mają bardziej prozaiczny charakter: 1/7 osób łączy fakt niewykorzystywania sieci z brakiem dostępu do komputera lub Internetu (mniej niż w poprzednich latach) lub z brakiem umiejętności korzystania z wyżej wymienionych.

Jedna piąta osób niebędących użytkownikami Internetu podaje przykłady, gdy skorzystały z Internetu, przede wszystkim z ciekawości.

Prawie cztery na pięć osób niebędących użytkownikami Internetu nigdy nie miało żadnego kontaktu z tym medium. Osoby odrzucające Internet występują częściej wśród respondentów z wykształceniem podstawowym, nieposiadających dostępu do Internetu w domu lub bez niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym...

Cztery na dziesięć osób niebędących użytkownikami Internetu, które wypróbowały Internet, zrobiły to z ciekawości. Jedna czwarta chciała wyszukać ważne dla siebie informacje (np. program telewizyjny, wiadomości, ceny). Ponadto, nieco częściej niż w ostatnich latach, osoby niebędące użytkownikami Internetu zaczęły korzystać z niego do pracy w celu sprawdzenia informacji urzędowych.

Prawie połowa osób niebędących użytkownikami Internetu korzysta z pomocy użytkowników pośredniczących.

Osoby mieszkające z niepełnoletnimi dziećmi lub posiadające dostęp do Internetu w domu, częściej mają użytkowników pośredniczących.

Użytkownik pośredniczący jest zazwyczaj dzieckiem - 70% osób niebędących użytkownikami, które mają

dostęp do Internetu w domu prosi o pomoc swoje dzieci, lub zdobywa wiedzę o Internecie z inicjatywy własnych dzieci.

Użytkownicy pośredniczący są najczęściej proszeni o sprawdzanie cen produktów i wiadomości krajowych i ze świata. Jedna na sześć osób prosi o pomoc w poszukiwaniu przepisów kulinarnych (najczęściej kobiety).

Większość osób niebędących użytkownikami nie ma żadnego poczucia straty i nie planuje rozpoczęcia korzystania z Internetu.

Brak doświadczenia w korzystaniu z Internetu zwiększa jednak poczucie, że daną osobę coś ominęło, powodując chęć do nauki korzystania z Internetu. Taką postawę obserwowano częściej wśród osób niebędących użytkownikami, którzy mieli kiedyś okazję korzystać z sieci, mają użytkownika pośredniczącego lub mieszkają z niepełnoletnim dzieckiem.

Mniej niż połowa osób niebędących użytkownikami nie wierzy, że dzięki korzystaniu z Internetu zyskają coś nowego. Co czwarty respondent docenia dodatkowy czas, a co siódmy docenia, że nie musi płacić za dostęp do Internetu.

Jedynie 5% osób niekorzystających z sieci planuje rozpoczęcie korzystania z Internetu w ciągu najbliższych sześciu miesięcy.

Osobom niebędącym użytkownikami Internetu kojarzy się on głównie z dostępem do informacji.

Jedna czwarta osób niebędących użytkownikami Internetu wymieniła jako główną zaletę korzystania z Internetu dostęp do informacji (mniej niż w ubiegłym roku).

Według osób niebędących użytkownikami Internetu, jego głównymi wadami są wysokie ceny i czasochłonność, a następnie przemoc i możliwość zostania oszukany.

3. Centralne miejsce Internetu

Internet jest wykorzystywany średnio przez 2 godziny dziennie.

W porównaniu z ubiegłym rokiem, ilość czasu korzystania z Internetu jest podobna. Mężczyźni spędzają więcej czasu korzystając z Internetu niż kobiety. Im starsi respondenci, tym mniej czasu spędzają na tej czynności. Co ciekawe, ilość czasu spędzana w Internecie jest proporcjonalna do wykształcenia. Grupy zawodowe, które najczęściej korzystają z sieci to uczniowie i właściciele firm.

Dom jest głównym miejscem korzystania z Internetu

Internauci korzystają z sieci w domu przez około 1,5 godziny dziennie. Osoby zatrudnione korzystają z In-

ternetu w pracy przez około 40 minut dziennie, tj. 10 minut więcej, niż w roku 2011.

Rok temu, co trzeci uczeń nie miał dostępu do Internetu w szkole, natomiast obecnie, uczniowie przeglądają sieć przez 28 minut dziennie - 11 minut dłużej, niż w roku ubiegłym. Wykorzystanie Internetu w innych miejscach jest rzadkim zjawiskiem - użytkownicy Internetu twierdzą, że używają go pół godziny tygodniowo w miejscach innych niż dom, praca lub szkoła, średnio przez zaledwie 25 minut tygodniowo.

Ilość czasu spędzonego w Internecie jest porównywalna do ilości czasu spędzonego przed telewizorem...

...ale proporcje pomiędzy tymi dwoma czynnościami różnią się znacznie w zależności od wieku użytkowników: im młodszy respondenci, tym więcej czasu spędzają w Internecie kosztem oglądania telewizji; im starsi respondenci, tym więcej czasu spędzają przed telewizorem, zamiast korzystać z Internetu.

Respondenci ogólnie poświęcają mniej czasu na słuchanie radia lub czytanie gazet, niż korzystanie z Internetu, **niemniej jednak telewizja wciąż pozostaje dla nich podstawowym medium.**

Drugim najważniejszym jest telefonia komórkowa, a następnie Internet i radio. Telefonia stacjonarna plasuje się na ostatniej pozycji. Należy podkreślić, że w poprzednich dwóch falach badania radio było

4. Wykorzystanie

Internet jest jedynym źródłem informacji o rosnącym znaczeniu.

Biorąc pod uwagę opinie wszystkich Polaków, telewizja pozostaje najważniejszym źródłem wiadomości/informacji (mimo że oba te źródła są równie ważne dla użytkowników Internetu). Następnie plasują się inne osoby, radio, prasa i w końcu Internet. Znaczenie różnych mediów jako źródeł informacji różni się w zależności od wieku. Dla osób w wieku do 30 lat Internet jest najważniejszym źródłem informacji, natomiast dla osób powyżej 30 roku życia najważniejsza jest telewizja. Ponadto, im starsi respondenci, tym więcej uwagi przywiązują do radia i prasy.

Większość użytkowników przegląda Internet w poszukiwaniu wiadomości (lokalnych, krajowych i międzynarodowych), w tym około 1/3 codziennie. Wyszukiwanie informacji on-line jest wspólne dla wszystkich grup wiekowych, za wyjątkiem najmłodszej (ci respondenci częściej szukają treści humorystycznych) i jest czynnością wykonywaną najczęściej. Prawdopodobieństwo korzystania z Internetu do wyszukiwania treści humorystycznych, czytania blogów i szukania pracy oraz informacji o wycieczkach zmniejsza się wraz z wiekiem - w przeciwieństwie do wyszukiwania informacji na tematy zdrowotne - powszechnego dla wszystkich grup wiekowych, za wyjątkiem najmłodszej (do 19 lat).

Zmienia się sposób wykorzystania Internetu do celów komunikacyjnych.

W porównaniu do roku 2010, wykorzystanie komunikatorów, czatów i portali społecznościowych zmniejszyło się o ok. 10%. Popularność innych środków komunikacji elektronicznej pozostaje na stałym poziomie. Wciąż najpowszechniejszą metodą komunikacji on-line jest email, przy czym znaczna większość użytkowników Internetu korzysta z poczty elektronicznej co najmniej okazjonalnie, natomiast ponad połowa wysyła wiadomości email codziennie.

wskazywane jako medium ważniejsze od Internetu. Porównanie znaczenia Internetu dla różnych grup wiekowych we wszystkich trzech falach badania wykazało, że Internet staje się najważniejszym medium dla starszych Polaków. W roku 2010 odnosiło się to wyłącznie do najmłodszej grupy, w wieku 15-19 lat, w roku 2011 również do grupy wiekowej 20 - 24 lata, natomiast obecnie dochodzi do nich grupa wiekowa 24 - 29 lat.

Internet pozostaje najmniej ważnym medium dla respondentów powyżej 60 roku życia.

Ponad 2/3 użytkowników Internetu przynajmniej od czasu do czasu wykonuje również inne czynności podczas korzystania z sieci.

50% użytkowników Internetu wykonuje lub odbiera połączenia telefoniczne za pośrednictwem Internetu przynajmniej od czasu do czasu.

Korzystanie ze wszystkich analizowanych rodzajów komunikacji on-line maleje z wiekiem - największy spadek obserwowany jest w odniesieniu do komunikacji przez komunikatory tekstowe, czaty, portale społecznościowe i aktualizację swojego statusu.

Popularność portali społecznościowych zaczyna powoli maleć.

68% użytkowników Internetu odwiedza portale społecznościowe przynajmniej okazjonalnie (79% w roku 2010), a jedna czwarta z nich odwiedza je codziennie. Czterech na dziesięciu użytkowników Internetu posiada profil na co najmniej jednym portalu społecznościowym i regularnie z niego korzysta. Odsetek ten maleje z wiekiem, od 78% wśród najmłodszych do 17% wśród najstarszych respondentów. Co interesujące, z portali społecznościowych korzysta coraz więcej osób z najmłodszej grupy wiekowej, a mniej z najstarszej (w porównaniu z ubiegłym rokiem). Może to wynikać ze zmieniającego się trendu popularności pomiędzy dwoma najczęściej używanymi portalami społecznościowymi w Polsce: nk.pl i facebookiem. NK.pl (portal łączący osoby z tych samych szkół i klas) traci popularność, natomiast facebook ją zyskuje. Pierwszy z nich stał się bardzo popularny wśród starszych użytkowników, natomiast ten drugi jest zorientowany raczej na młodszych użytkowników.

Ponad połowa Polaków posiadających konto na portalu społecznościowym uważa, że osoby przedstawiają się na takich stronach w sposób bardziej atrakcyjny i interesujący niż w rzeczywistości. Podobnie, ponad połowa ceni sobie prywatność i pozwala na przeglądanie profilu tylko znajomym. Nie chcą również, aby firmy lub organizacje utrudniały im korzystanie z serwisów społecznościowych.

W porównaniu z ubiegłym rokiem, większość użytkowników Internetu uważa, że liczba kontaktów z innymi osobami we wszystkich analizowanych grupach wiekowych zmniejszyła się z powodu korzystania z Internetu.

Może to wynikać z malejącej popularności czatów, komunikatorów tekstowych oraz, w pewnym zakresie, portali społecznościowych.

Większość użytkowników Internetu wciąż zgłasza zwiększoną częstotliwość kontaktów ze znajomymi, współpracownikami, rodziną i ludźmi o wspólnych zainteresowaniach, wynikającą z ich korzystania z Internetu. Częstotliwość kontaktów ze znajomymi i osobami o tych samych zainteresowaniach wzrosła z powodu użytkowania Internetu, zwłaszcza w najmłodszej grupie wiekowej.

Telewizja pokonuje Internet też w obszarze rozrywki.

Polacy są bardzo zorientowani na telewizję, także w zakresie rozrywki. Nawet użytkownicy Internetu stwierdzili, że telewizja jest dla nich ważniejszym źródłem rozrywki niż Internet. Warto zauważyć, że prawie jedna piąta użytkowników Internetu nie stwierdziła, że Internet jest dla nich ważnym źródłem rozrywki.

Znaczenie Internetu jako źródła rozrywki gwałtownie maleje wraz z wiekiem. W tym kontekście Internet jest najważniejszy dla użytkowników w wieku poniżej 29 lat, natomiast radio i prasa mają większe znaczenie dla starszych respondentów, niż dla młodszych.

Większość użytkowników Internetu stwierdziła, że w wielu przypadkach po prostu surfują w Internecie (połowa codziennie). Dwie trzecie z nich pobiera lub słucha muzyki z Internetu, a ponad połowa odwiedza strony internetowe z krótkimi filmami (np. YouTube), gra w gry on-line lub pobiera/ogląda filmy, przynajmniej od czasu do czasu.

Czterech na dziesięciu użytkowników Internetu słucha w sieci radia co najmniej sporadycznie, natomiast 1/4 przegląda strony erotyczne lub religijne. Co ósmy internauta uprawia w sieci hazard.

5. Kultura

Płatny dostęp do treści kulturalnych w Internecie jest rzadko spotykanym zjawiskiem. Czterech na dziesięciu użytkowników Internetu ściąga pliki za darmo.

Jedynie sporadycznie użytkownicy Internetu twierdzą, że płacą za ściągnięcie plików (zwykle filmów i muzyki). Odsetek osób płacących za dostęp do filmu podwoił się w porównaniu z rokiem ubiegłym - może się to wiązać z rozwojem rynku platform VOD (wideo na żądanie) w Polsce.

Ściąganie różnych treści bezpłatnie, często nielegalnie, jest zdecydowanie najpopularniejszym rozwiązaniem. Użytkownicy ściągają głównie filmy i muzykę

Internet jest powszechnie wykorzystywany w celach edukacyjnych, szczególnie przez uczniów.

Większość internautów czasami korzysta z Internetu w celu wyszukania informacji lub sprawdzenia faktów lub znaczenia słów, ponieważ uważa, że jest to metoda o wiele wygodniejsza w porównaniu z tradycyjnymi słownikami.

Wykorzystanie Internetu jako narzędzia nauczania na odległość jest godne uwagi. Kursy e-nauczania lub moduły nauczania on-line, wspierające konwencjonalne zajęcia prowadzone w klasach, coraz bardziej zyskują na popularności.

Co czwarty użytkownik Internetu uczestniczył w takim kursie. Co ciekawe, metodę tą wykorzystują nie tylko najmłodsze grupy (uczniowie), ale również starsze pokolenia internautów.

Ponadto, prawie wszyscy uczniowie deklarują ściągnięcie materiałów edukacyjnych przynajmniej od czasu do czasu, a 1/4 robi to codziennie.

Polscy użytkownicy Internetu są bardziej przekonani do zakupów on-line niż usług bankowych on-line.

W porównaniu z ubiegłym rokiem, więcej internautów korzysta z sieci do takich celów, jak gromadzenie informacji o produktach, zakupy on-line, bankowość on-line, płacenie rachunków i rezerwacja wycieczek. Inwestowanie w akcje / fundusze / papiery wartościowe pozostaje na tym samym, niskim poziomie. Zajmuje się tym jedynie 1/10 użytkowników Internetu.

Młodszy użytkownicy częściej umieszczają treści w Internecie, natomiast starsi użytkownicy są zwykle odbiorcami.

Nieco mniej niż połowa użytkowników w Internecie wykorzystuje sieć w sposób interaktywny, wysyłając wiadomości lub umieszczając komentarze na panelach lub też zamieszczając zdjęcia lub własną twórczość co najmniej od czasu do czasu. Nieco ponad 1/3 użytkowników przynajmniej raz umieściła komentarze na blogach innych osób.

(jedna czwarta respondentów ściąga treści bez płatności), a także, w mniejszym stopniu, gry (pobierane za darmo przez 9% użytkowników) oraz polskie i zagraniczne seriale (7% użytkowników).

Osoby pobierające wyżej wymienione treści za darmo przyznały, że głównym powodem była wygoda oraz fakt, że nie musiały za to płacić, mimo że mogły sobie na to pozwolić. Często wymieniano także czas dostępu i brak środków finansowych.

Starsi respondenci rzadziej pobierają pliki za darmo. Mężczyźni ściągają pliki w ten sposób częściej, niż kobiety.

6. Regulacja i kontrola

Rośnie ostrożność Polaków w stosunku do Internetu.

Polacy uznają informacje płynące z Internetu za nieco mniej wiarygodne, niż w roku ubiegłym - dotyczy to zwłaszcza użytkowników Internetu. Obecnie, 36% respondentów (44% użytkowników Internetu) uważa, że informacje te są wiarygodne. Postrzeganie informacji uzyskiwanych w sieci jako wiarygodnych maleje wraz z wiekiem.

Internet nie jest postrzegany jako źródło władzy politycznej,

mimo że w odniesieniu do wyników z ubiegłego roku Polacy przypisują mu obecnie większy potencjał. Częściej twierdzą, że dzięki korzystaniu z Internetu, ludzie tacy jak oni mają więcej do powiedzenia na temat działań rządu. Może być to wpływ powszechnych protestów przeciw regulacjom ACTA w Polsce, które uniemożliwiły przyjęcie traktatu. Ponad połowa Polaków słyszała o debacie i wiedziała, czego ona dotyczy, natomiast 5% wzięło aktywny udział w działaniach dotyczących ACTA.

Ponadto, o wiele wyższa liczba Polaków, w porównaniu do roku ubiegłego, nie zgodziła się ze stwierdzeniem, że rząd powinien regulować Internet w większym stopniu, niż dotychczas. Lekko wzrosła

również akceptacja publiczna dla wyrażania ekstremalnych poglądów, a także poczucie bezpieczeństwa przy głoszeniu opinii politycznych w sieci.

Z drugiej strony, w przeciągu trzech ostatnich lat, wzrósł odsetek osób uznających, że nie mogą bezpiecznie wyrażać swych poglądów politycznych w sieci.

Ponadto, większa liczba użytkowników Internetu obawia się monitorowania aktywności w sieci on-line przez rząd i firmy. Co więcej, przez trzy ubiegłe lata zmniejszyła się również skłonność do umieszczania w sieci prywatnych zdjęć i informacji personalnych.

Jedna trzecia wszystkich użytkowników Internetu uważa, że transakcje sieciowe przy użyciu kart kredytowych/płatniczych nie stanowią żadnego zagrożenia, natomiast 1/6 uznaje je za poważne lub bardzo poważne zagrożenia dla bezpieczeństwa.

Większość Polaków przenosi zasady i standardy świata rzeczywistego do wirtualnego – uważa, że obrażanie innych i naruszanie ich prywatności w Internecie jest nie do przyjęcia. Opinia użytkowników Internetu i osób z niego niekorzystających jest w tej kwestii niezwykle spójna.

7. Zmienne psychologiczne

W niniejszym badaniu wykorzystano cztery zmienne powszechnie stosowane w psychologii społecznej w celu zróżnicowania użytkowników Internetu i osób z niego niekorzystających względem założonych czynników.

Użytkownicy Internetu uważają, że ich życie zależy od nich samych, a nie od przeznaczenia, częściej niż osoby z niego niekorzystające.

Ponadto, przy braku różnic w zakresie ogólnego zaufania do innych osób, użytkownicy Internetu częściej niż osoby niekorzystające z Internetu wyrażają zaufanie do określonych grup społecznych:

współpracowników i znajomych z sieci. Zaufanie osób niekorzystających z Internetu wynika prawdopodobnie z ich ogólnego zaufania do sieci.

Użytkownicy Internetu są bardziej zadowoleni z życia niż osoby niekorzystające z sieci i częściej twierdzą, że ich warunki życiowe są doskonałe. Może to wynikać jednak z takich czynników obiektywnych, jak niższe dochody, niższy poziom wykształcenia i wyższy wiek (połowa osób niekorzystających z Internetu to osoby powyżej 60 roku życia) osób niekorzystających z Internetu.

Adaptacja

Ten rozdział dotyczy dostępu do Internetu. Pokazuje on, ilu Polaków w wieku powyżej 14 lat jest użytkownikami oraz ilu z nich posiada dostęp do Internetu w domu. Wyniki wskazują na istnienie istotnych różnic w adaptacji do Internetu pomiędzy poszczególnymi grupami społecznymi ze względu na wiek, wielkość miejsca zamieszkania (miejscowość), zawód i stopień wykształcenia. Niniejszy rozdział przedstawia także miejsca korzystania z Internetu.

Korzystanie z Internetu zależy w dużej mierze od sprzętu – jego posiadanie lub obecność warunkuje użyteczność tego medium. W rozdziale „Adaptacja” przedstawiono, ile osób posiada komputer oraz ile z nich korzysta z Internetu przy pomocy urządzeń mobilnych. Przedstawiono w nim również popularność różnych rodzajów dostępu do Internetu oraz sposób korzystania z dostępu mobilnego.

Ponadto, rozdział zawiera analizę, wskazującą od jak dawna użytkownicy Internetu korzystają z sieci oraz które grupy demograficzne używają jej najdłużej.

- **Rozpowszechnienie**
 - I Korzystanie z Internetu w Polsce
 - II Dostęp do Internetu w domu
- **Cyfrowe gospodarstwa domowe, gadżety i mobilność**
 - I Miejsce użytkowania
 - II Infrastruktura: posiadanie komputerów i telefonów komórkowych
- **Rodzaj dostępu do Internetu**
 - I Rodzaj dostępu do Internetu
 - II Dostęp do Internetu z urządzeń mobilnych
- **Doświadczenie**
 - I Od ilu lat używany jest Internet

Rozpowszechnienie: korzystanie z Internetu w Polsce (1/3)

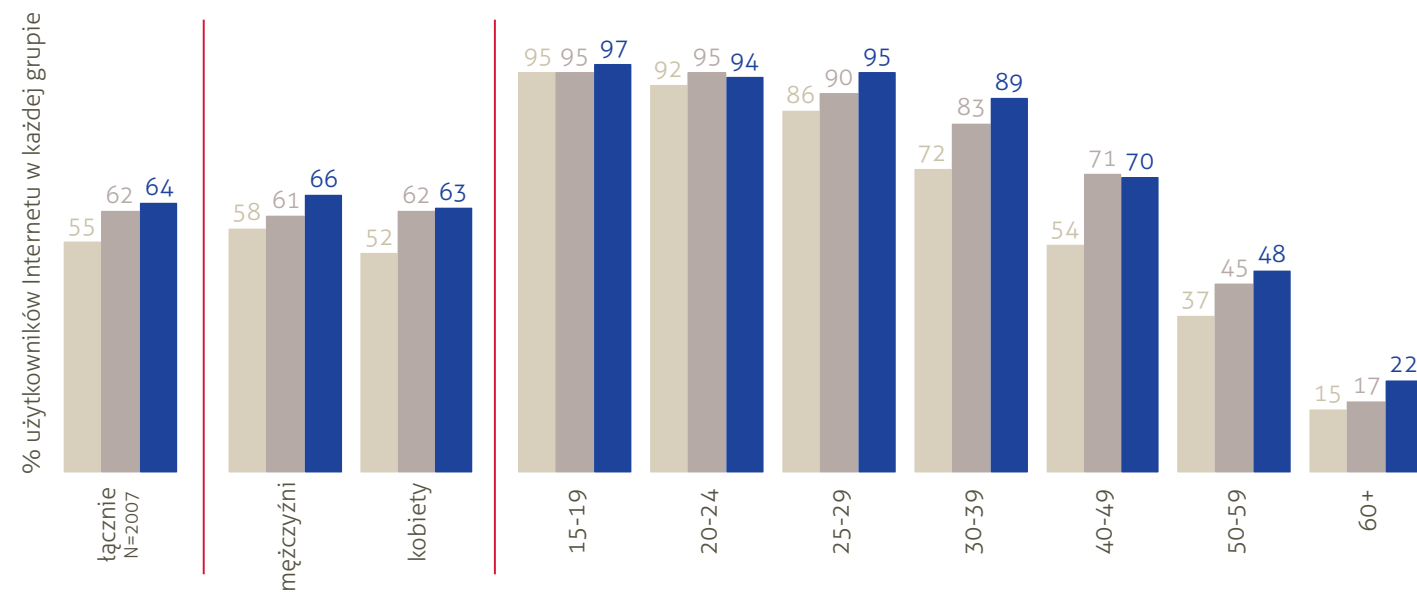
Rozpowszechnienie

Dwie trzecie respondentów korzysta z Internetu, przy czym obserwuje się brak istotnych różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami. Korzystanie z Internetu zależy w dużej mierze od wieku – ponad 90% osób w wieku poniżej 30 lat korzysta z Internetu, natomiast to samo stwierdzenie odnosi się do zaledwie 22% w najstarszej grupie wiekowej (powyżej 60 lat).

łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P2). Czy korzysta Pan(i) z Internetu przynajmniej od czasu do czasu? *



Rozpowszechnienie: korzystanie z Internetu w Polsce (2/3)

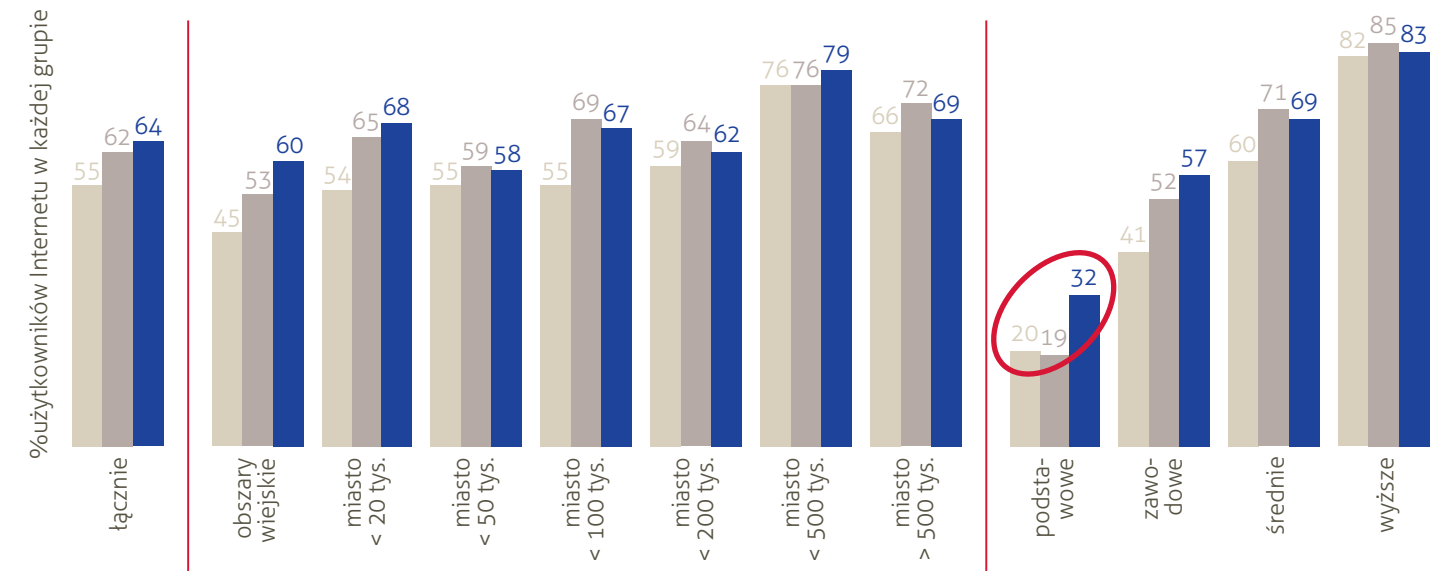
Rozpowszechnienie

Korzystanie z Internetu jest również silnie skorelowane z poziomem wykształcenia, przy czym zauważa się istotny wzrost użytkowników Internetu wśród osób z wykształceniem podstawowym. Uwzględniając wielkość miejsca zamieszkania, największą popularność Internetu zmierzono w miastach o średniej wielkości (200-500 tys. mieszkańców), podobnie jak w roku ubiegłym.

łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P2). Czy korzysta Pan(i) z Internetu przynajmniej od czasu do czasu? *



Rozpowszechnienie: korzystanie z Internetu w Polsce (3/3)

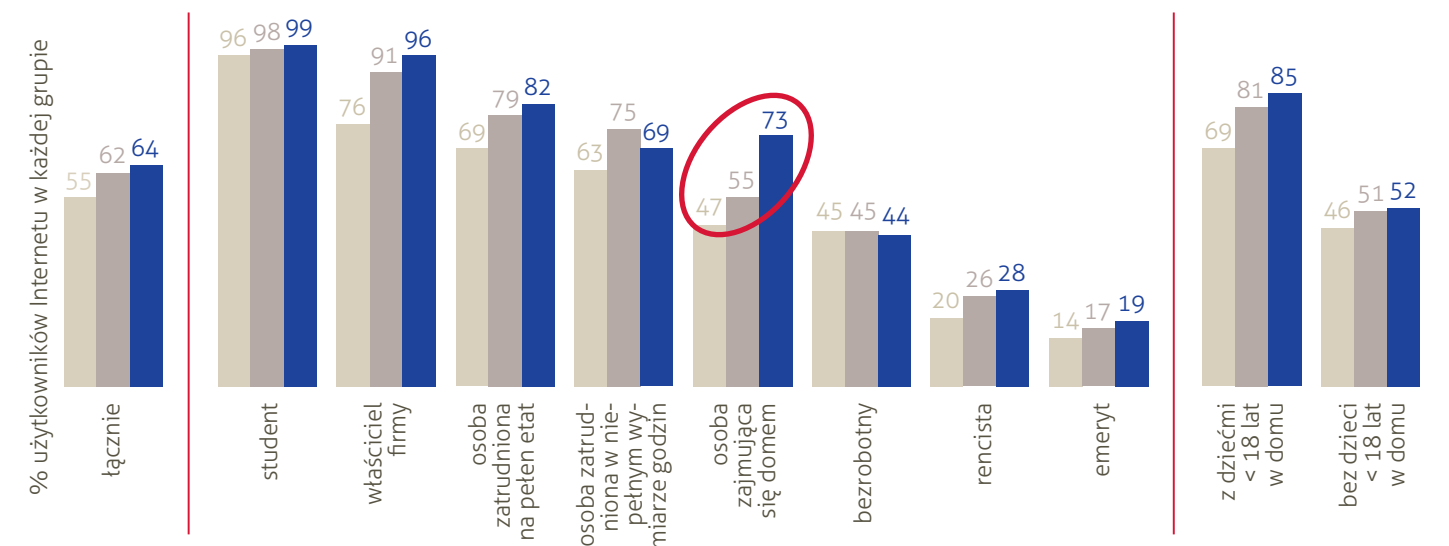
Rozpowszechnienie

Niemal wszyscy uczniowie korzystają z Internetu, przynajmniej od czasu do czasu, podobnie jak właściciele firm. Warto zwrócić uwagę na systematyczny wzrost odsetka użytkowników Internetu wśród osób zajmujących się domem, dochodzący w tym roku do poziomu użytkowników Internetu wśród osób zatrudnionych w niepełnym wymiarze godzin. Ponadto, osoby, które mieszkają z dziećmi w wieku poniżej 18 lat, korzystają z Internetu częściej niż niemieszkające z niepełnoletnimi dziećmi.

łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P2). Czy korzysta Pan(i) z Internetu przynajmniej od czasu do czasu? *



Rozpowszechnienie: dostęp do Internetu w domu (1/4)

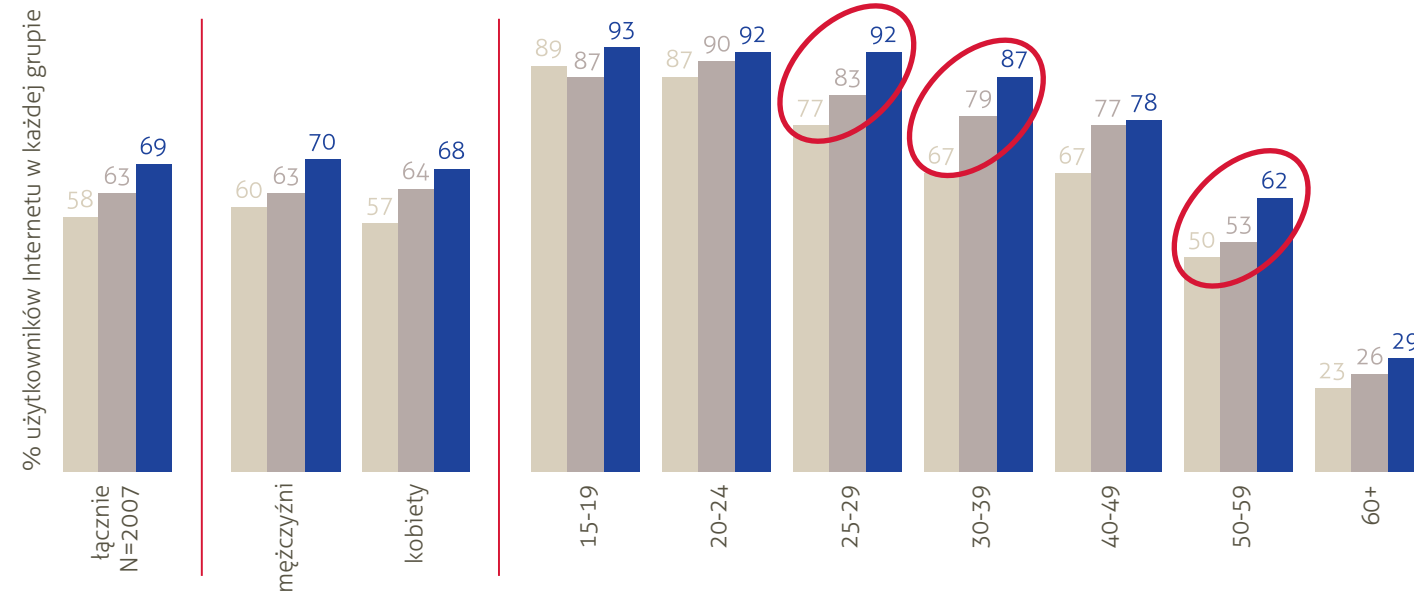
Rozpowszechnienie

Obserwuje się tendencję wzrostową dostępu do Internetu w Polsce. 2/3 respondentów posiada dostęp do Internetu w domu (dane z 2012). Im starsi respondenci, tym mniejsze prawdopodobieństwo posiadania łącza w domu.

Łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P18A). Czy ma Pan(i) dostęp do Internetu w domu?*



Rozpowszechnienie: dostęp do Internetu w domu (3/4)

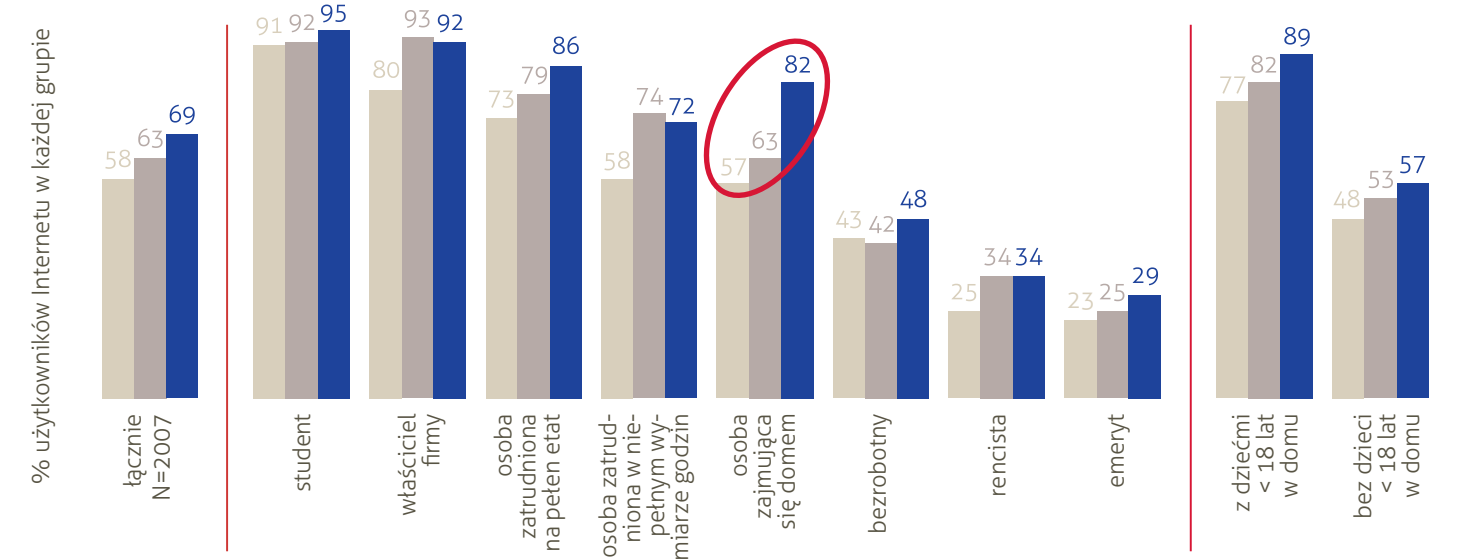
Rozpowszechnienie

Wraz ze zmianami w samym użytkowaniu Internetu obserwuje się większy dostęp do Internetu wśród osób zajmujących się domem.

Łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P18A). Czy ma Pan(i) dostęp do Internetu w domu?*



Rozpowszechnienie: dostęp do Internetu w domu (2/4)

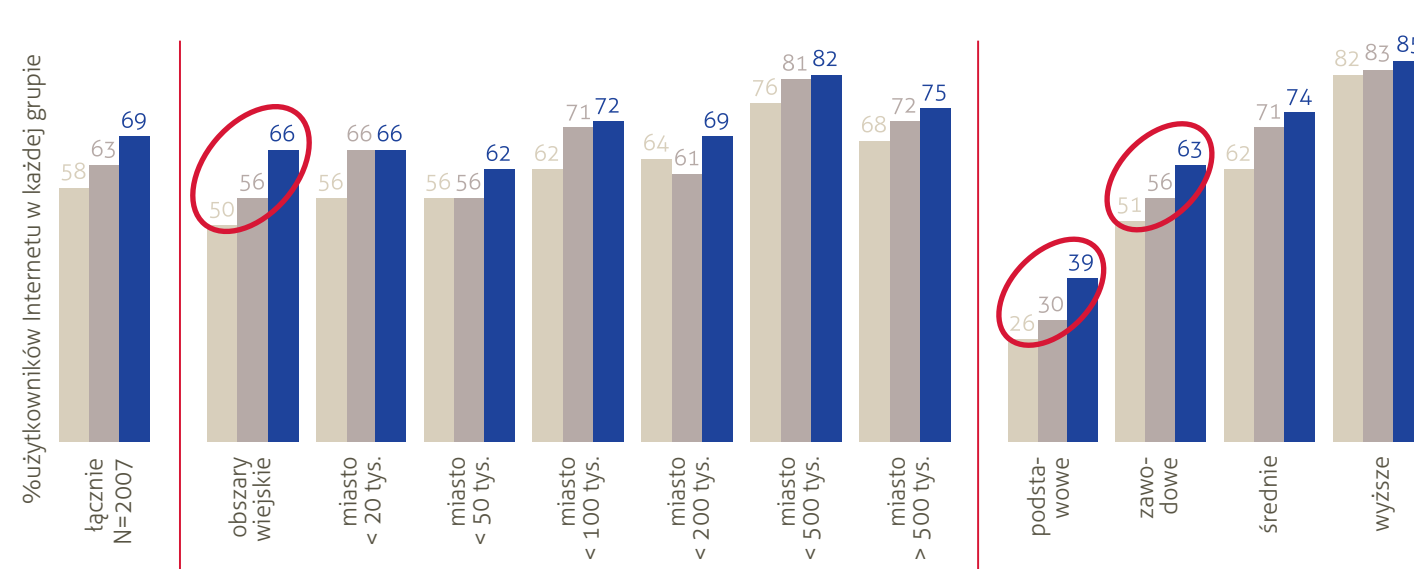
Rozpowszechnienie

Należy zwrócić uwagę na stały wzrost dostępu do Internetu wśród mieszkańców obszarów wiejskich oraz osób z wykształceniem podstawowym i zawodowym.

Łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P18A). Czy ma Pan(i) dostęp do Internetu w domu?*



Rozpowszechnienie: dostęp do Internetu w domu (4/4)

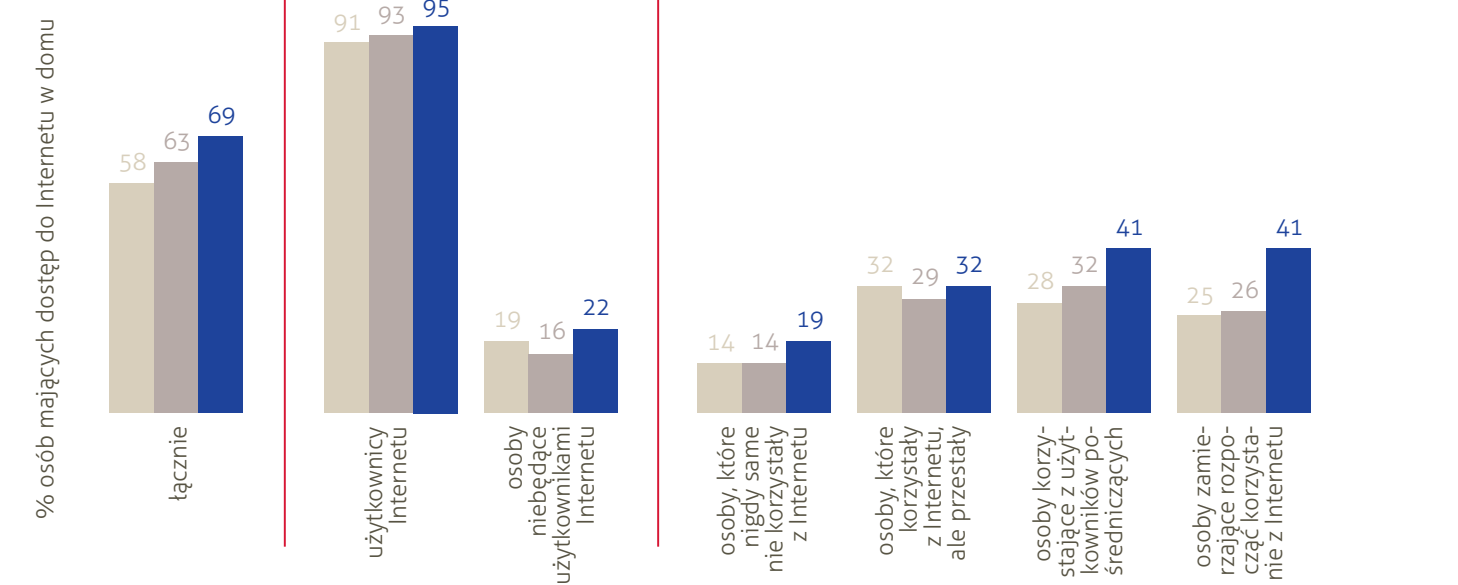
Rozpowszechnienie

Prawie wszyscy użytkownicy Internetu posiadają dostęp do niego w domu. Jedna piąta osób niekorzystających z Internetu również posiada do niego dostęp.

Łącznie N=2007

2010
2011
2012

(P18A). Czy ma Pan(i) dostęp do Internetu w domu?*



Miejsce użytkowania

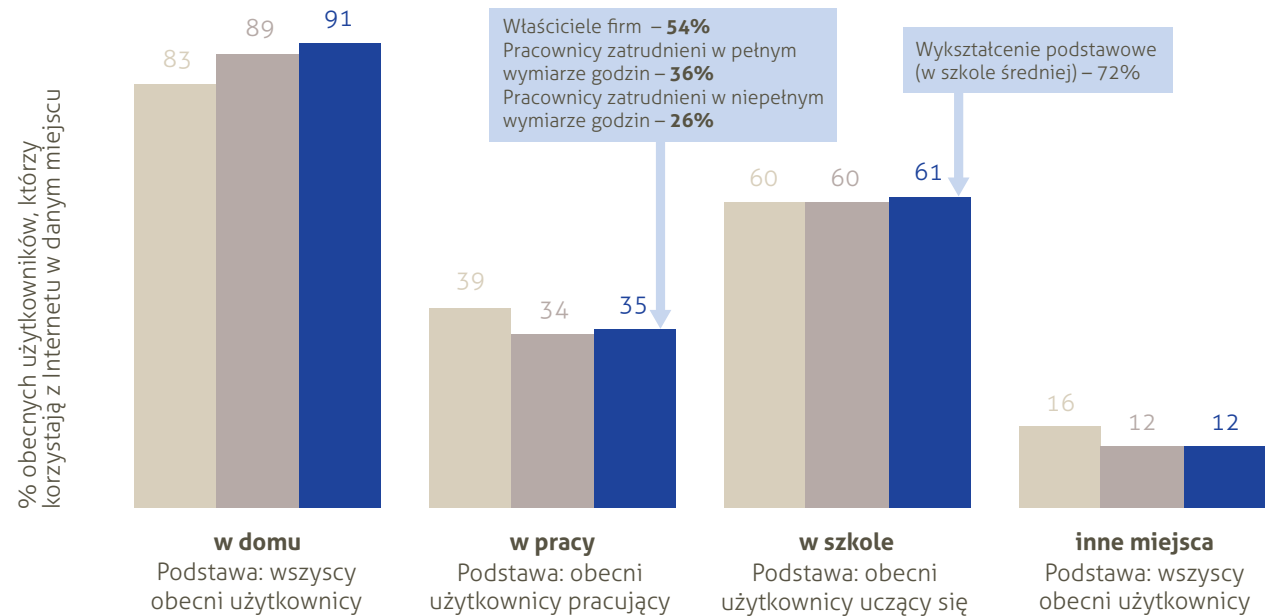
Cyfrowe gospodarstwa domowe, gadżety i mobilność

Zdecydowana większość użytkowników ma dostęp do Internetu w domu. Jedna trzecia użytkowników pracujących korzysta z Internetu w pracy. Ponad połowa uczących się korzysta w szkole. Internet jest sporadycznie wykorzystywany w miejscach innych niż dom, szkoła lub praca.

Użytkownicy Internetu

2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294

(P4). Przeciętnie, ile godzin tygodniowo korzysta Pan(i) z Internetu?



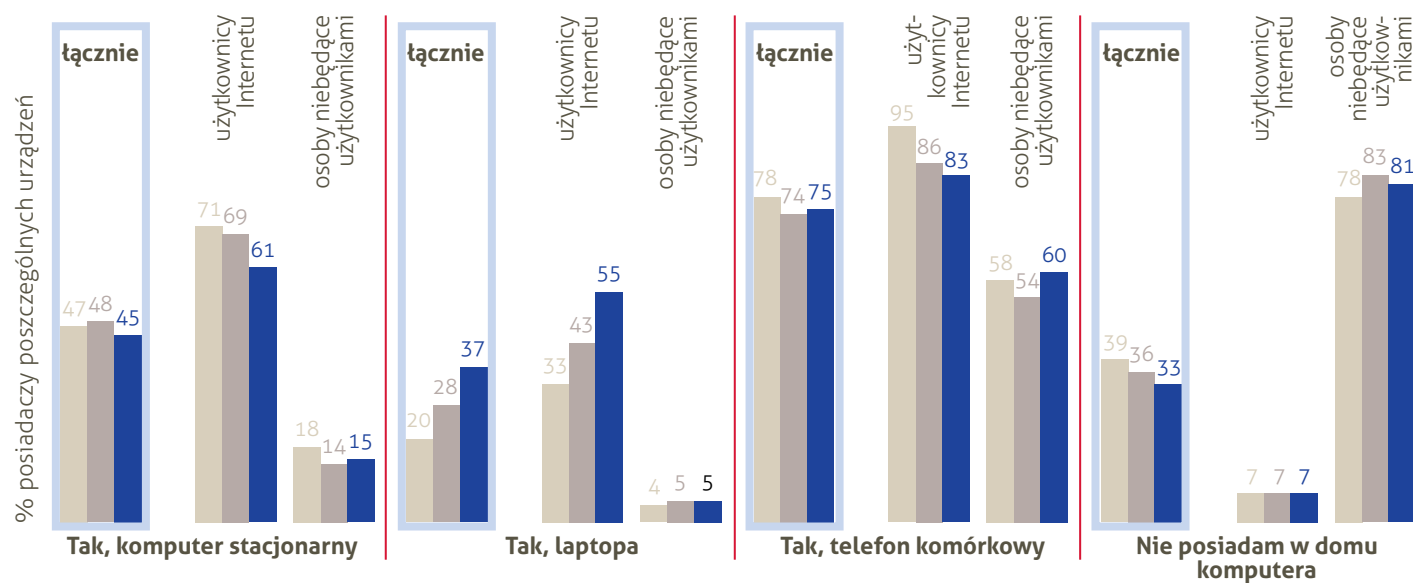
Infrastruktura: posiadanie komputerów

Cyfrowe gospodarstwa domowe, gadżety i mobilność

Liczba Polaków posiadających laptopa w ostatnich trzech latach uległa podwojeniu. Mimo to, dominującym sprzętem pozostają komputery stacjonarne.

2010 15% posiada PC i laptopa (w porównaniu do 12% w ubiegłym roku)
2011
2012

(Z1/2). Czy posiada Pan(i) osobisty komputer/prywatny telefon komórkowy?

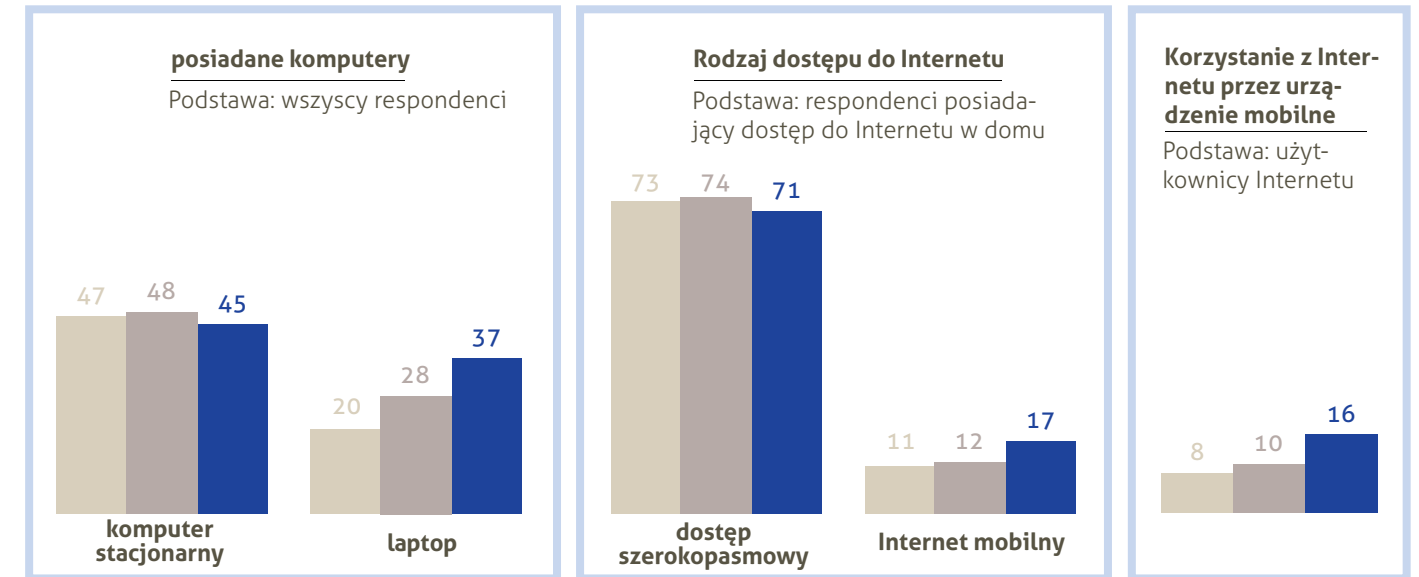


Trwa mobilna rewolucja

Cyfrowe gospodarstwa domowe, gadżety i mobilność

Liczba Polaków posiadających laptopa w ostatnich trzech latach uległa podwojeniu. Rośnie dostęp do Internetu mobilnego oraz jego popularność.

2010
2011
2012



Konieczność współdzielenia komputera 2012

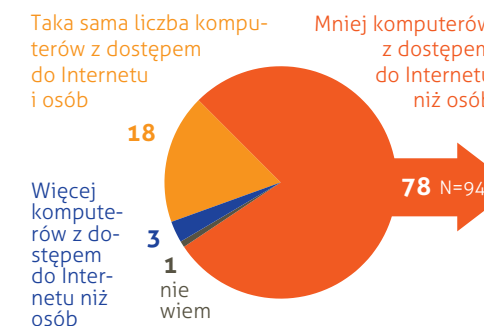
Cyfrowe gospodarstwa domowe, gadżety i mobilność

Większość użytkowników Internetu deklaruje, że w ich gospodarstwie domowym jest więcej osób niż komputerów z dostępem do Internetu - ponad połowa twierdzi, że z tego powodu współdzieli komputery. Jednakże, jedynie niewielu użytkowników jest zmuszonych do spędzania mniej czasu w sieci, niż by chcieli, ze względu na ograniczoną dostępność komputerów z dostępem do Internetu.

(KOMP1). Czy w Państwa gospodarstwie domowym jest:

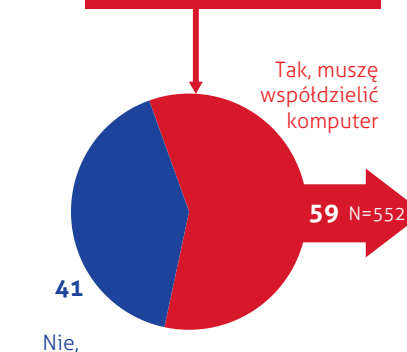
Podstawa: respondenci posiadający co najmniej jeden komputer w domu

Użytkownicy posiadający komputer w domu N=1208



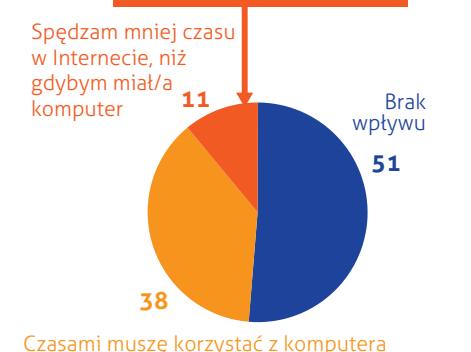
(KOMP2). Czy w związku z tym, że jest mniej komputerów z dostępem do Internetu niż osób w gospodarstwie domowym musi Pan(i) z kimś dzielić komputer?

43% wszystkich użytkowników Internetu



(KOMP3). Jak konieczność dzielenia się komputerem wpływa na Pana(i) korzystanie z Internetu?

4% wszystkich użytkowników Internetu



Rodzaj dostępu do Internetu

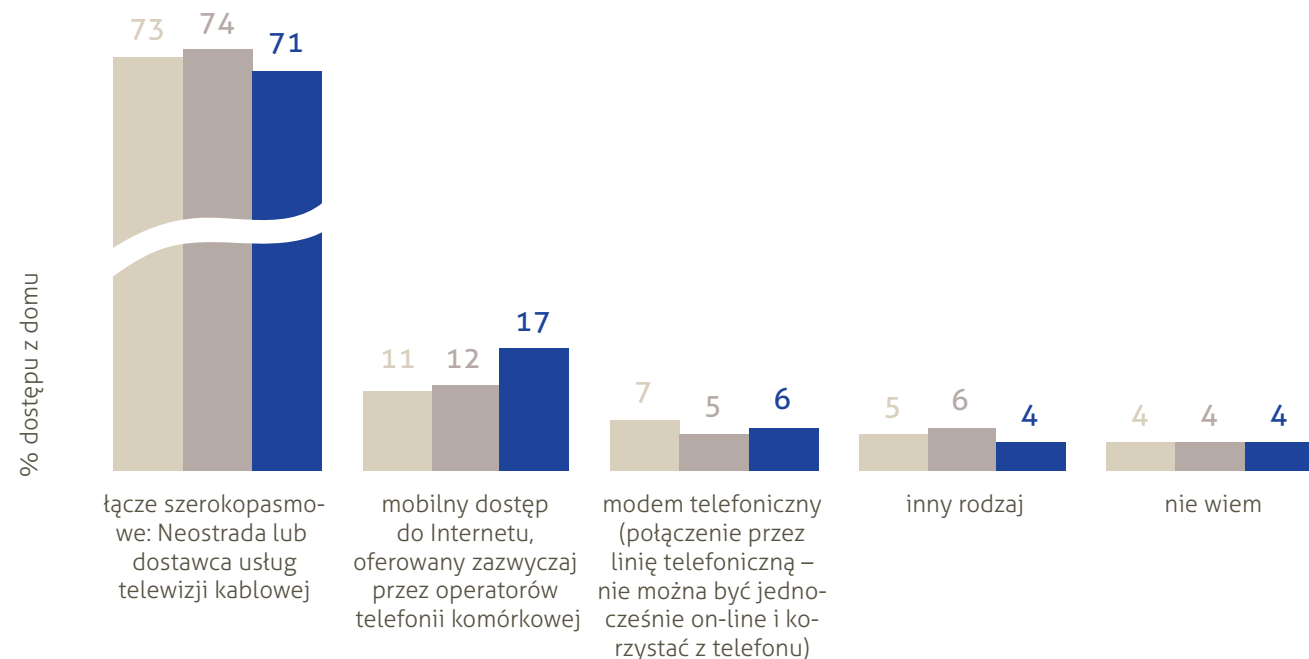
Najbardziej popularnym rodzajem połączenia z Internetem w Polsce jest połączenie szerokopasmowe, używane przez nieco mniej niż 3/4 osób, które mają dostęp do Internetu w domu. W tym roku zaobserwowano wzrost popularności Internetu mobilnego - obecnie z tego rozwiązania korzysta 1/6 użytkowników Internetu.

Rodzaj dostępu do Internetu

Osoby posiadające dostęp do Internetu w domu

2010	N=1309
2011	N=1268
2012	N=1385

(P19). Jaki rodzaj dostępu do Internetu posiada Pan(i) w domu?



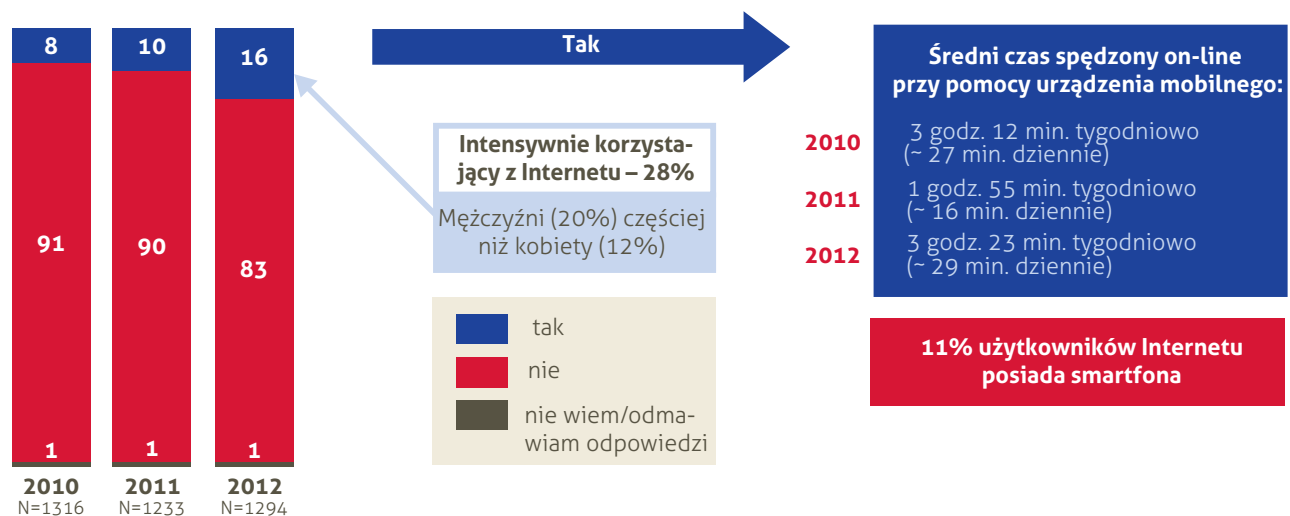
Dostęp do Internetu z urządzeń mobilnych

Rodzaj dostępu do Internetu

Uzyskiwanie dostępu do Internetu z urządzeń mobilnych, takich jak telefony komórkowe, palmtopy czy smartfony nie jest powszechne - w ciągu ostatnich trzech lat liczba ich użytkowników podwoiła się. Respondenci korzystają z Internetu przez urządzenia mobilne średnio przez pół godziny dziennie.

Użytkownicy Internetu

(P4.5). Czy korzysta Pan(i) z Internetu poprzez takie urządzenia, jak na przykład telefon komórkowy, palmtop, smartfon?



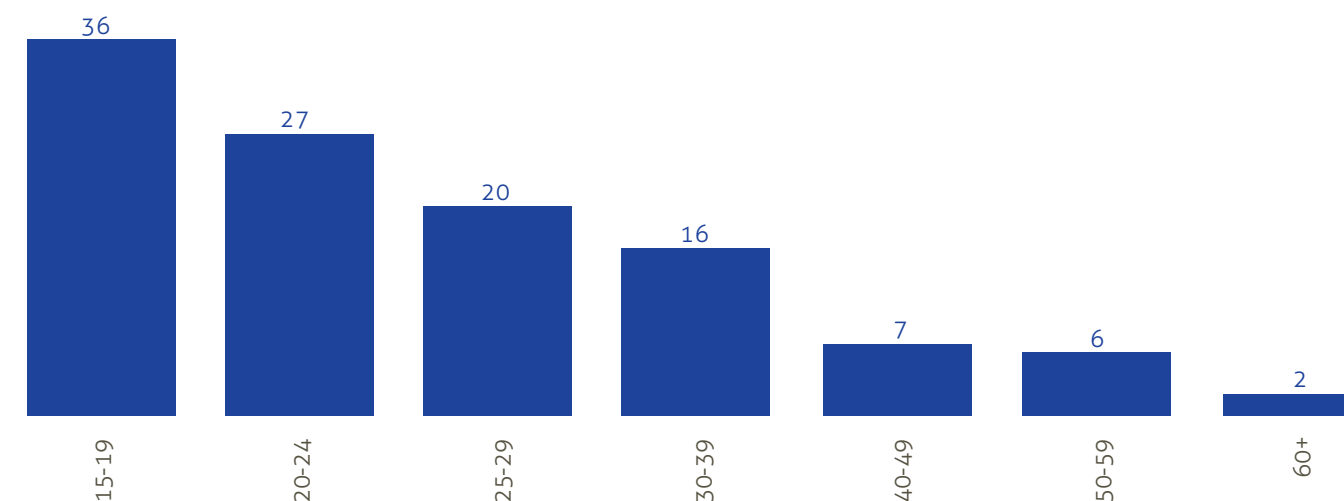
Czy korzystanie z Internetu przez urządzenie mobilne jest w dużej mierze zależne od wieku?

Rodzaj dostępu do Internetu

Im młodszy użytkownicy Internetu, tym częściej korzystają z Internetu przez urządzenie mobilne.

Użytkownicy Internetu

(P4.5). Czy korzysta Pan(i) z Internetu poprzez takie urządzenia, jak na przykład telefon komórkowy, palmtop, smartfon?



Raporty „World Internet Project. Poland” na lata 2010, 2011 i 2012 są dostępne on-line na stronie: Worldinternetproject.net



Korzystanie z Internetu przez urządzenia mobilne

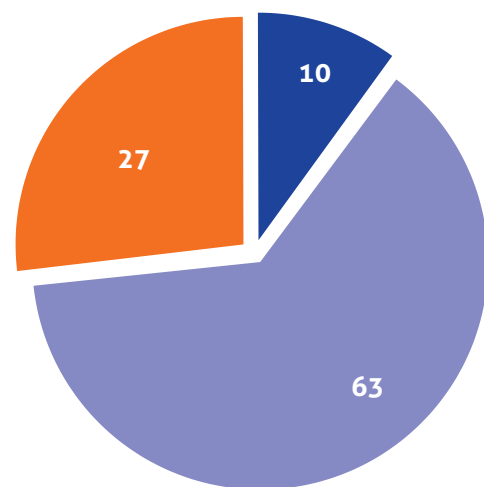
Rodzaj dostępu do Internetu

Korzystanie z Internetu przez urządzenie mobilne jest przede wszystkim traktowane jako substytut Internetu na komputerze.

Osoby korzystające z Internetu przez urządzenie mobilne
N=210

(PH12). Kiedy korzysta Pan(i) z Internetu przez urządzenie mobilne?

Tylko w wybranych momentach, gdy dzieje się coś istotnego



Nawet wtedy, gdy mogę skorzystać z Internetu na komputerze

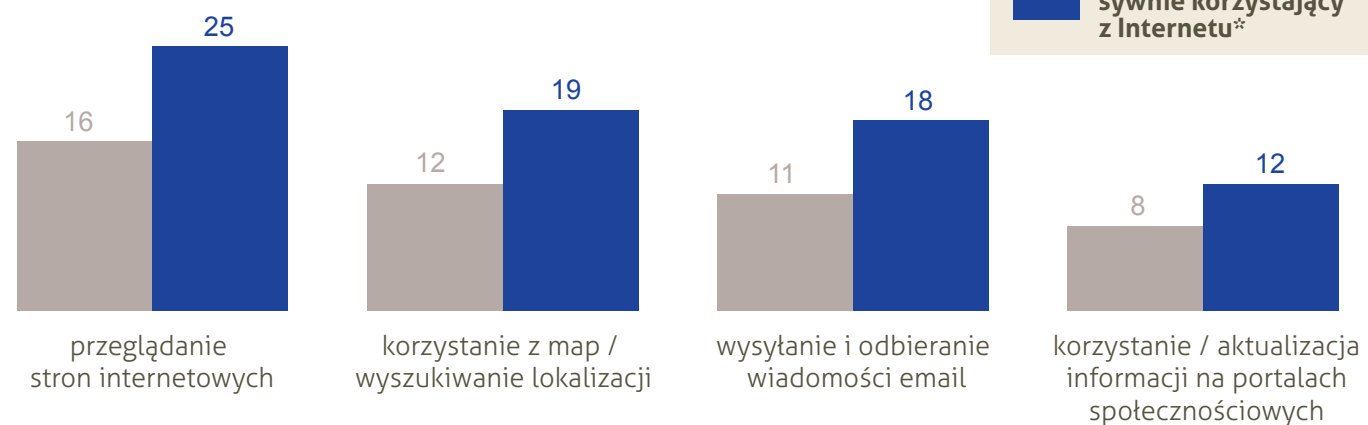
Kiedy potrzebuję dostępu, a w pobliżu nie ma komputera z dostępem do Internetu

Telefony komórkowe są używane w inny sposób, niż do rozmów i wysyłania wiadomości tekstowych

Jeden na sześciu użytkowników Internetu posiadający telefon komórkowy korzysta z niego do przeglądania stron internetowych; 1/8 korzysta z map / szuka lokalizacji; jeden na dziesięć używa go do odbierania wiadomości email. Osoby korzystające z Internetu najbardziej intensywnie, używają również telefonów komórkowych do częstszego łączenia się z siecią.

Użytkownicy Internetu posiadający telefon komórkowy

Czynności wykonywane za pomocą telefonu komórkowego



Doświadczenie: Od ilu lat używany jest Internet

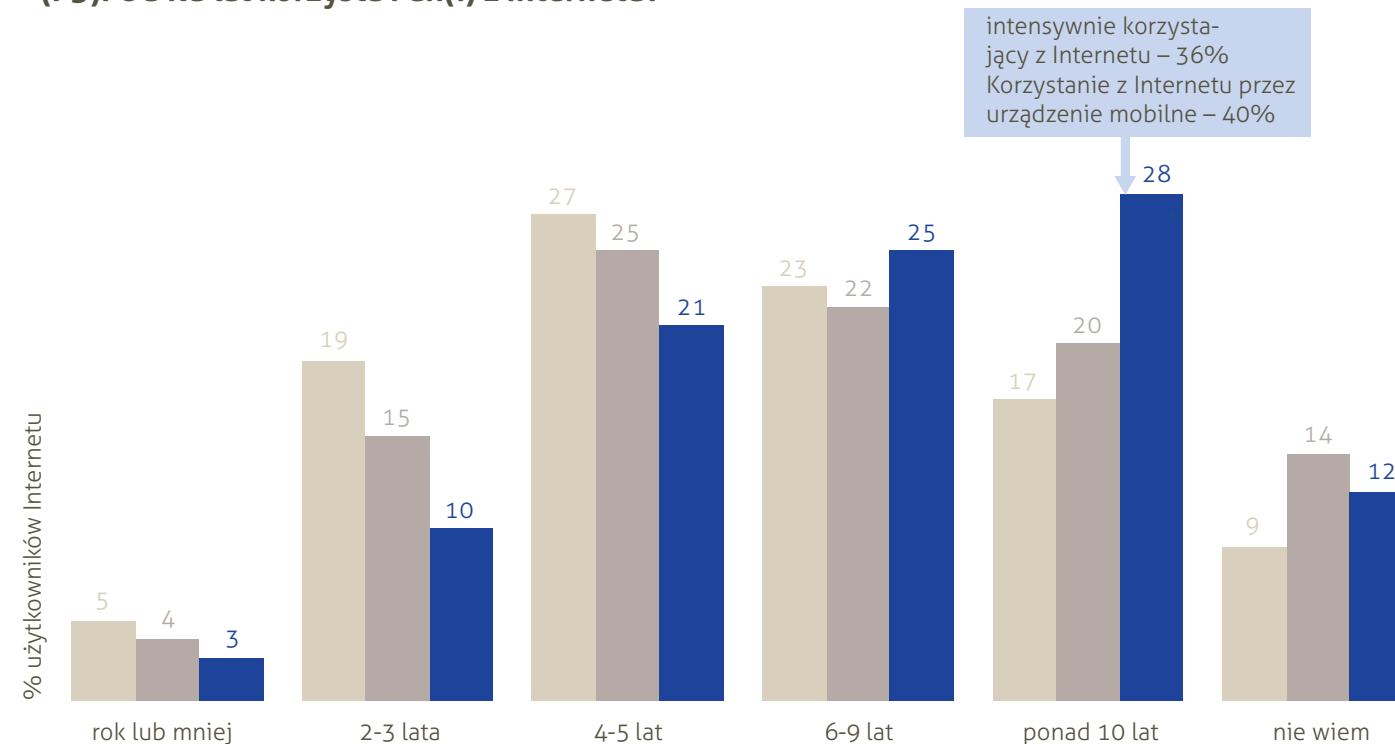
Doświadczenie

Niewielu użytkowników Internetu korzysta z niego przez rok lub mniej. Ponad 1/4 internautów korzysta z sieci przez ponad 10 lat. Ponad 1/3 użytkowników Internetu przez urządzenia mobilne korzysta z Internetu przez ponad 10 lat - co wskazuje, że są to najbardziej doświadczeni użytkownicy

Użytkownicy Internetu

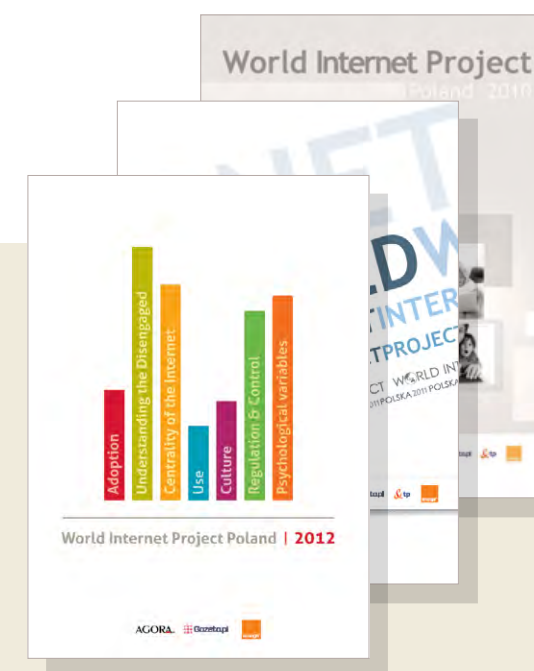
2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294

(P5). Od ilu lat korzysta Pan(i) z Internetu?



intensywnie korzystający z Internetu – 36%
Korzystanie z Internetu przez urządzenie mobilne – 40%

Raporty „World Internet Project. Poland” na lata 2010, 2011 i 2012 są dostępne on-line na stronie: Worldinternetproject.net



Doświadczenie: Od ilu lat używany jest Internet w odniesieniu do zmiennych demograficznych

Doświadczenie

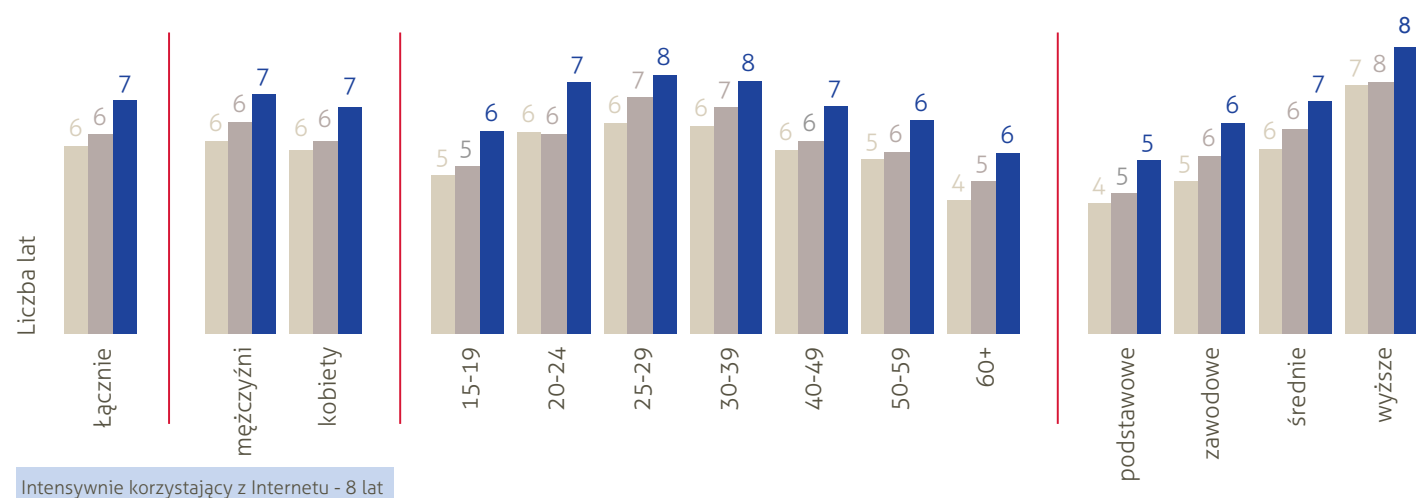
Średni okres, przez który Internet jest używany w Polsce to 7 lat - średnio rok dłużej, niż w ubiegłym roku.

Można zaobserwować związek między czasem od jakiego korzysta się z Internetu i wykształceniem - im bardziej wykształcony respondent, tym dłużej korzysta z Internetu. Ponadto, osoby korzystające z Internetu przez najdłuższy czas (ok. 8 lat) są w wieku 20-39 lat.

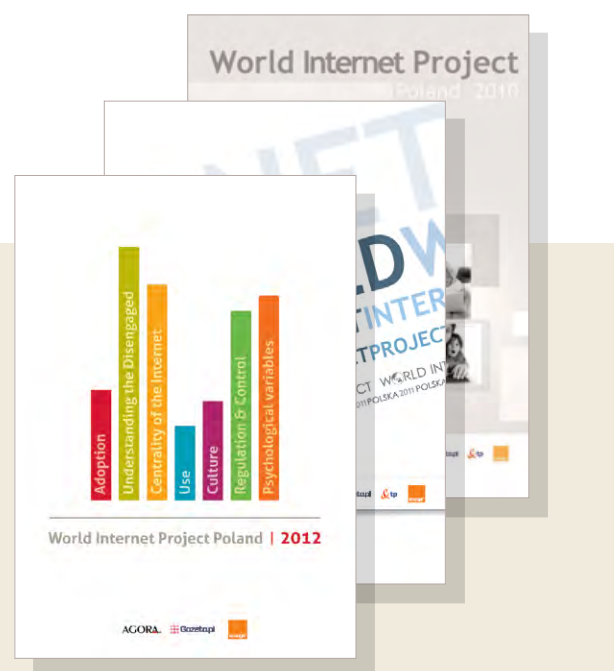
Użytkownicy Internetu

2010	N=1316
2011	N=1233
2012	N=1294

(P5). Od ilu lat korzysta Pan(i) z Internetu?



Raporty „World Internet Project. Poland” na lata 2010, 2011 i 2012 są dostępne on-line na stronie: Worldinternetproject.net



Jak zrozumieć osoby niekorzystające z Internetu

Jak zrozumieć osoby niekorzystające z Internetu

Znaczna część ludności Polski nie korzysta z Internetu. W niniejszym rozdziale podjęto próbę wyjaśnienia, dlaczego te osoby pozostają niepodłączone do sieci oraz jak radzą sobie bez Internetu.

Po pierwsze, przedstawione zostaną przyczyny niekorzystania z Internetu, a także przypadki okazjonalnego użytkowania. Następną opisywaną kwestią będzie korzystanie z pośredników (korzystanie z Internetu za pośrednictwem innej osoby - na przykład prosząc kogoś o sprawdzenie czegoś w Internecie).

W rozdziale podjęta będzie również próba określenia postawy osób niebędących użytkownikami wobec faktu, że nie korzystają z Internetu. Czy osoby niebędące użytkownikami mają poczucie straty? Czy planują rozpoczęcie korzystania z Internetu? Na koniec, jak postrzegają one Internet? Jakie, ich zdaniem, są zalety i wady Internetu?

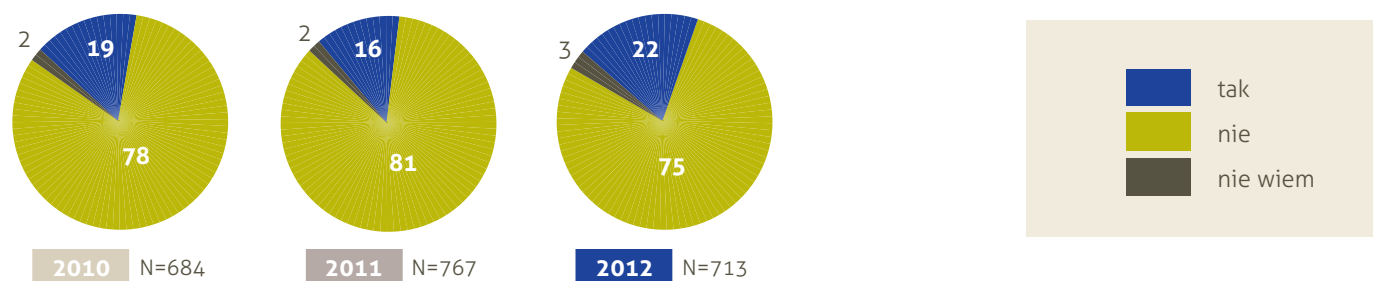
- **Osoby niebędące użytkownikami**
 - I Mające dostęp do Internetu w domu
 - II Przyczyny niekorzystania z sieci
- **Sporadyczne korzystanie z Internetu**
 - I Występowanie
 - II Motywy okazjonalnego korzystania z Internetu
- **Radzenie sobie z koniecznością korzystania z Internetu**
- **Wykorzystanie pośredników**
 - I Dostępność użytkowników pośredniczących
 - II Rodzaje użytkowników pośredniczących
 - III Rodzaje próśb kierowanych do użytkowników pośredniczących
- **Dostęp do Internetu w odniesieniu do miejsca dostępu**
- **Postawa wobec faktu niekorzystania z Internetu**
 - I Poczucie straty
 - II Plany rozpoczęcia korzystania z Internetu
 - III Postrzeganie Internetu

Osoby niebędące użytkownikami

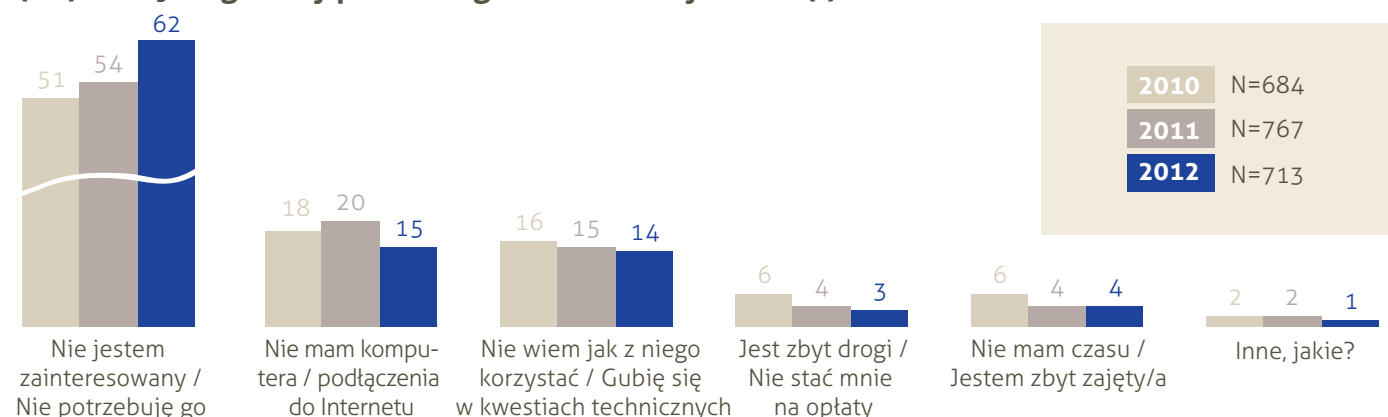
Osoby niebędące użytkownikami

W tym roku, odsetek osób niebędących użytkownikami posiadających dostęp do Internetu w domu nieco się podniósł - jedna na pięć osób niebędących użytkownikami deklaruje, że ma dostęp do Internetu w domu. Wciąż najważniejszym powodem niekorzystania z sieci jest brak zainteresowania. Lekko zmniejszyła się liczba osób niekorzystających z Internetu z powodu braku komputera / łącza.

(P18A). Czy ma Pan(i) dostęp do Internetu w domu?



(P3). Jaki jest główny powód tego, że nie korzysta Pan(i) z Internetu?



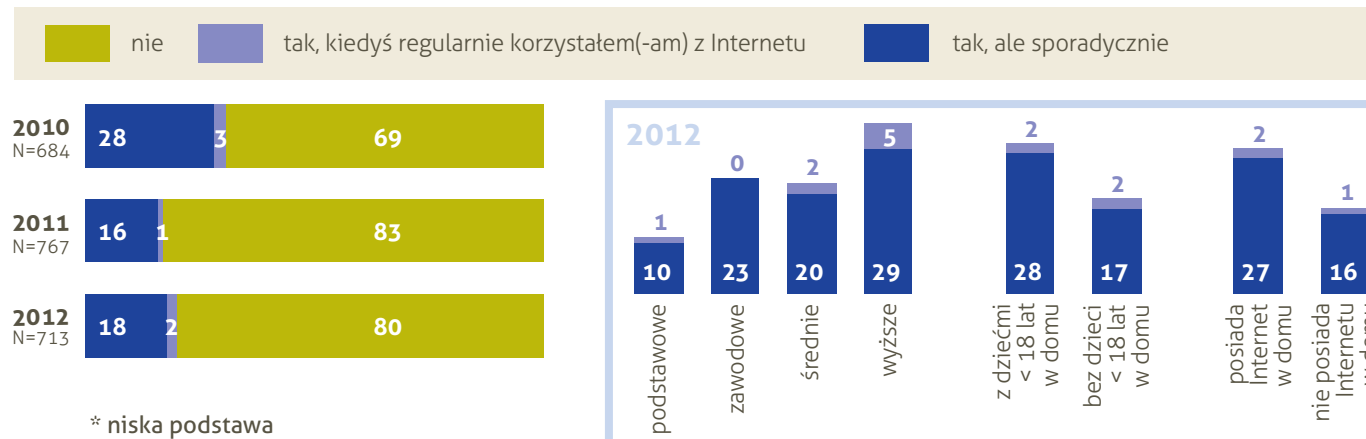
Sporadyczne korzystanie z Internetu: występowanie

Sporadyczne korzystanie

Jedna piąta osób niebędących użytkownikami Internetu skorzystała z niego co najmniej raz. Obecność nieletnich dzieci w domu i dostęp do Internetu w domu to czynniki zwiększające prawdopodobieństwo sporadycznego kontaktu z Internetem, podobnie jak wyższy poziom wykształcenia.

osoby niebędące użytkownikami Internetu

(P32). Czy chociaż raz zdarzyło się, że skorzystał(a) Pan(i) z Internetu?



Motywy okazjonalnego korzystania z Internetu

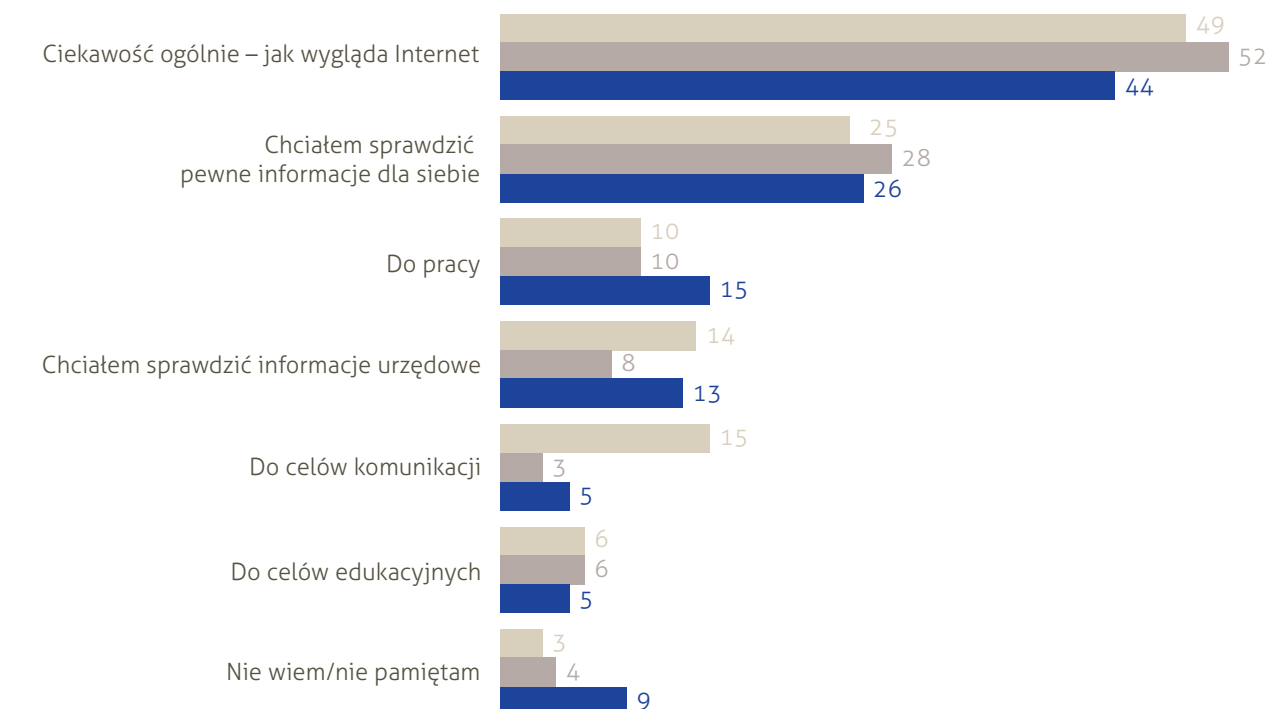
Sporadyczne korzystanie

Głównym motywem sporadycznego korzystania z Internetu pozostaje ogólna ciekawość. W porównaniu z rokiem ubiegłym, osoby niebędące użytkownikami Internetu deklarują obecnie nieco częściej, że korzystają z Internetu do pracy lub w celu sprawdzenia informacji urzędowych.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu korzystające z niego sporadycznie

2010 N=174
2011 N=122
2012 N=131

(P33). Jaki był powód tego, że postanowił(a) Pan(i) wtedy skorzystać z Internetu?



Radzenie sobie z koniecznością korzystania z Internetu

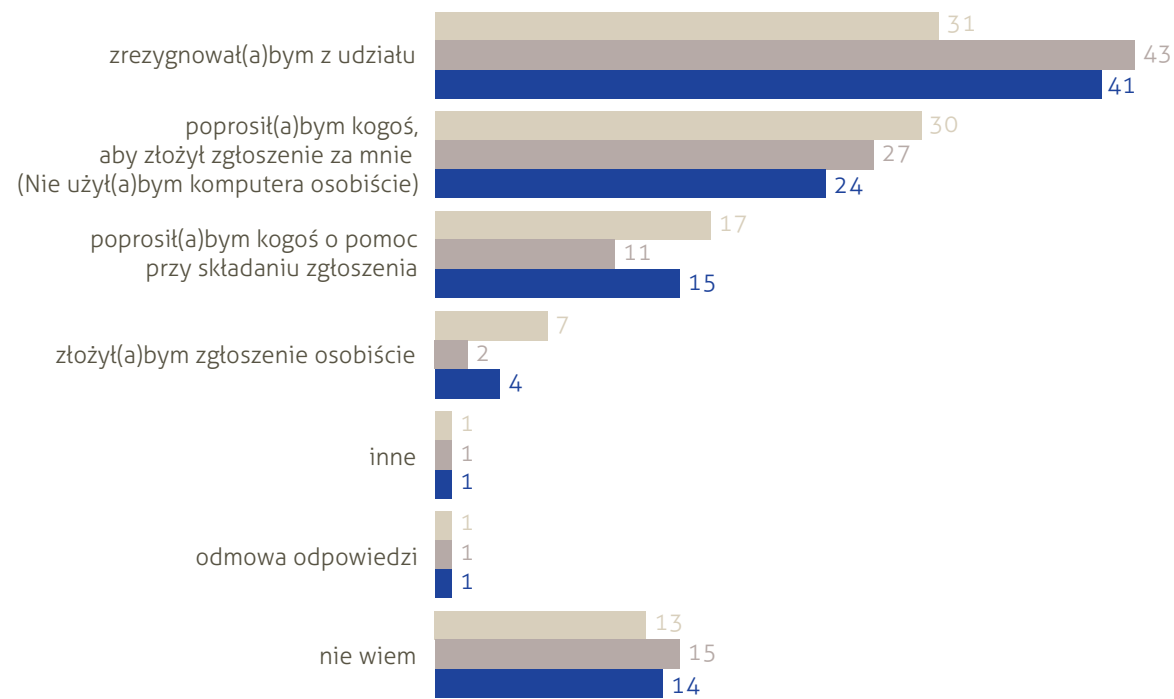
Radzenie sobie z koniecznością korzystania z Internetu

Czynienie korzystania z Internetu warunkiem koniecznym do uczestnictwa w konkursach, warsztatach lub konferencjach, nie wydaje się nadal być najlepszym sposobem na zachęcenie osób niebędących użytkownikami do rozpoczęcia korzystania z Internetu. Większość zupełnie zrezygnowałaby z udziału lub poprosiła kogoś o wzięcie udziału za nich.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu

2010 N=684
2011 N=767
2012 N=713

(P31). Gdyby pojawiła się możliwość wzięcia udziału w interesującym konkursie / warsztatach / konferencjach, ale warunkiem wzięcia w nich udziału byłoby złożenie formularza zgłoszeniowego przez Internet co by Pan(i) zrobił(a)?



Dostępność użytkowników pośredniczących

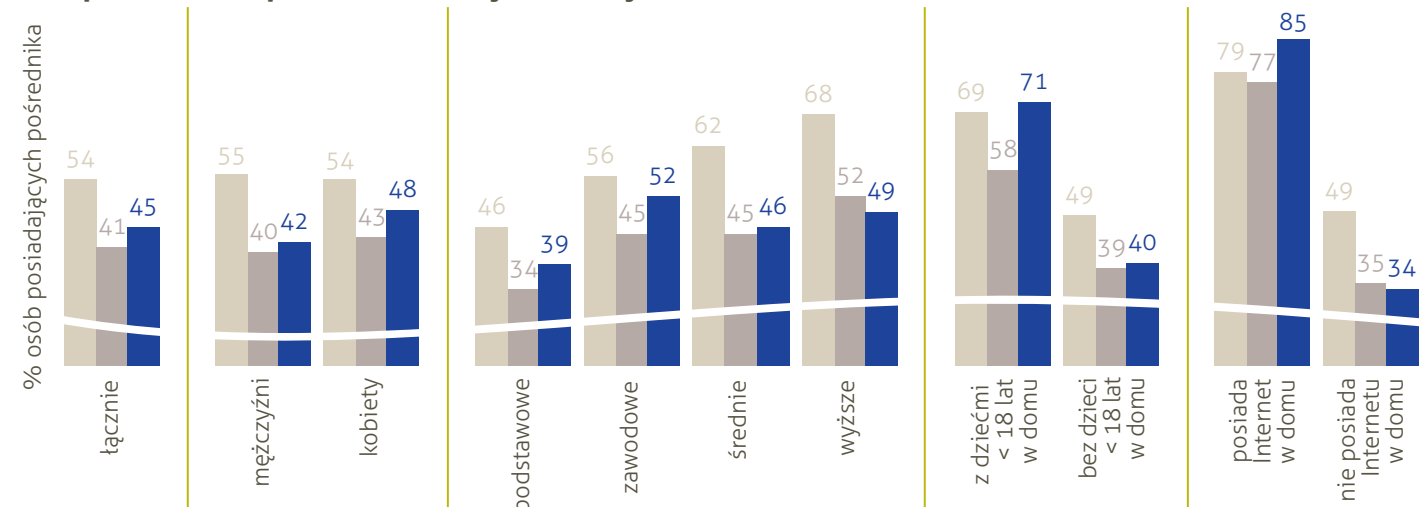
Wykorzystanie pośredników

Ponad połowa osób niebędących użytkownikami Internetu zna kogoś, kogo mogą poprosić o sprawdzenie lub pokazanie im różnych rzeczy w Internecie. Co jest naturalne, osoby niebędące użytkownikami częściej posiadają osobę, którą mogą prosić o pomoc, jeśli mieszkają z niepełnoletnimi dziećmi, lub mają dostęp do Internetu w domu.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu

2010 N=684
2011 N=767
2012 N=713

(P34). Czy ma Pan/i w swoim otoczeniu kogoś, kogo prosi Pan(i) o sprawdzanie/pokazanie różnych rzeczy w Internecie?



Rodzaje użytkowników pośredniczących

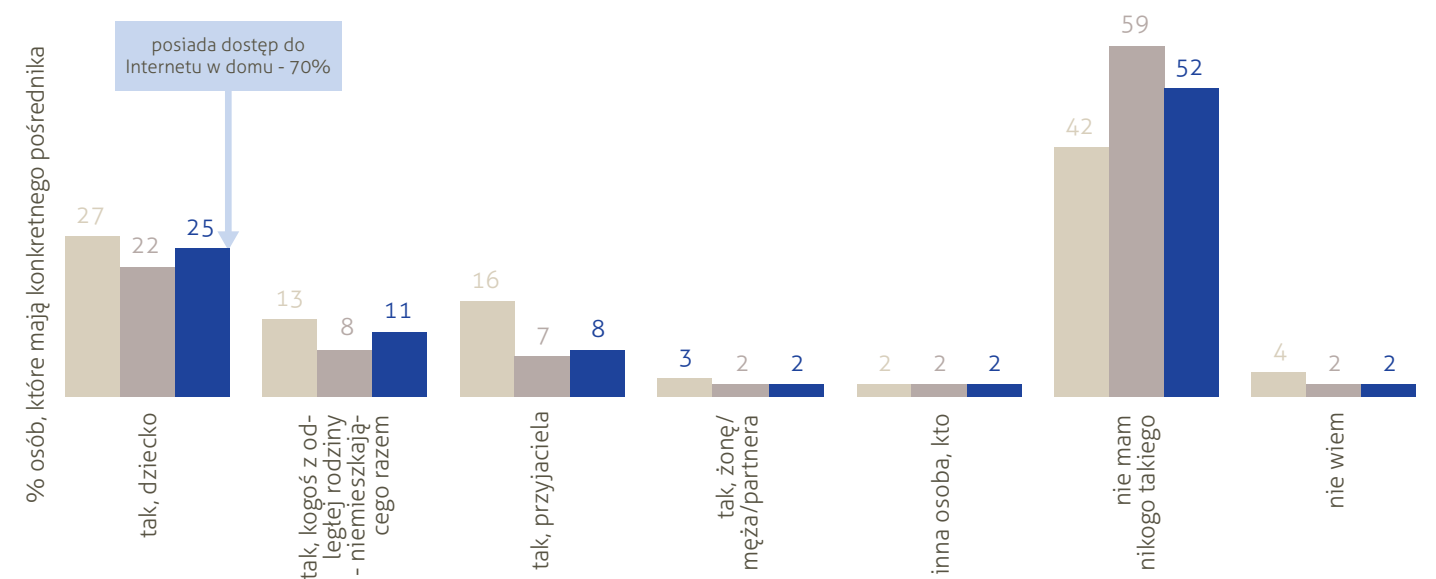
Wykorzystanie pośredników

Najpopularniejszymi użytkownikami pośredniczącymi są dzieci - 2/3 osób niebędących użytkownikami i posiadających dostęp do Internetu w domu, proszą o pomoc swoje dziecko, lub dziecko opowiada im o Internecie z własnej inicjatywy. Jedynie niewiele osób niebędących użytkownikami twierdzi, że ich użytkownik pośredniczący to znajoma osoba lub ktoś z dalszej rodziny (osoba niemieszkaćca z nimi). Bardzo niewiele osób niebędących użytkownikami może liczyć w tej kwestii na małżonka/partnera.

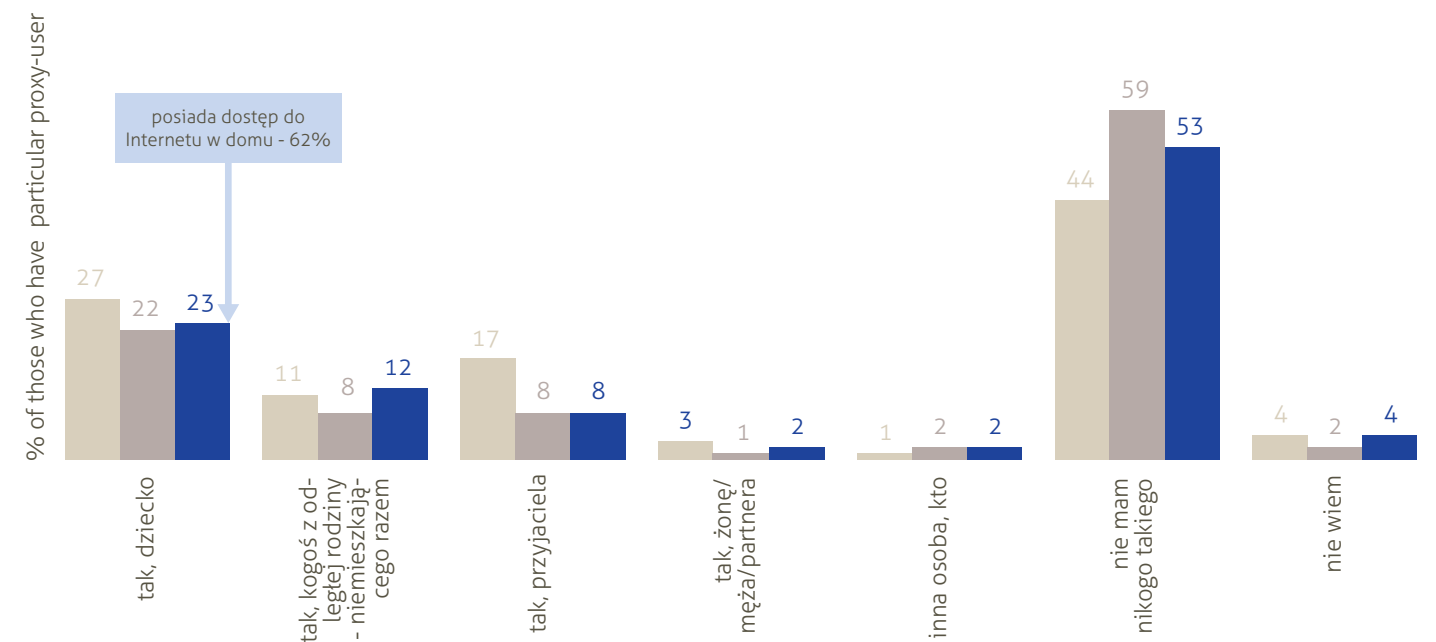
Osoby niebędące użytkownikami Internetu

2010 N=684
2011 N=767
2012 N=713

(P34). czy ma Pan(i) w swoim otoczeniu kogoś, kogo prosi Pan(i) o sprawdzanie/pokazanie różnych rzeczy w Internecie?



(P34a). Czy ma Pan(i) w swoim otoczeniu kogoś, kto sam z własnej inicjatywy opowiada Panu/Pani o tym, co można znaleźć w Internecie?



Rodzaje próśb kierowanych do użytkowników pośredniczących

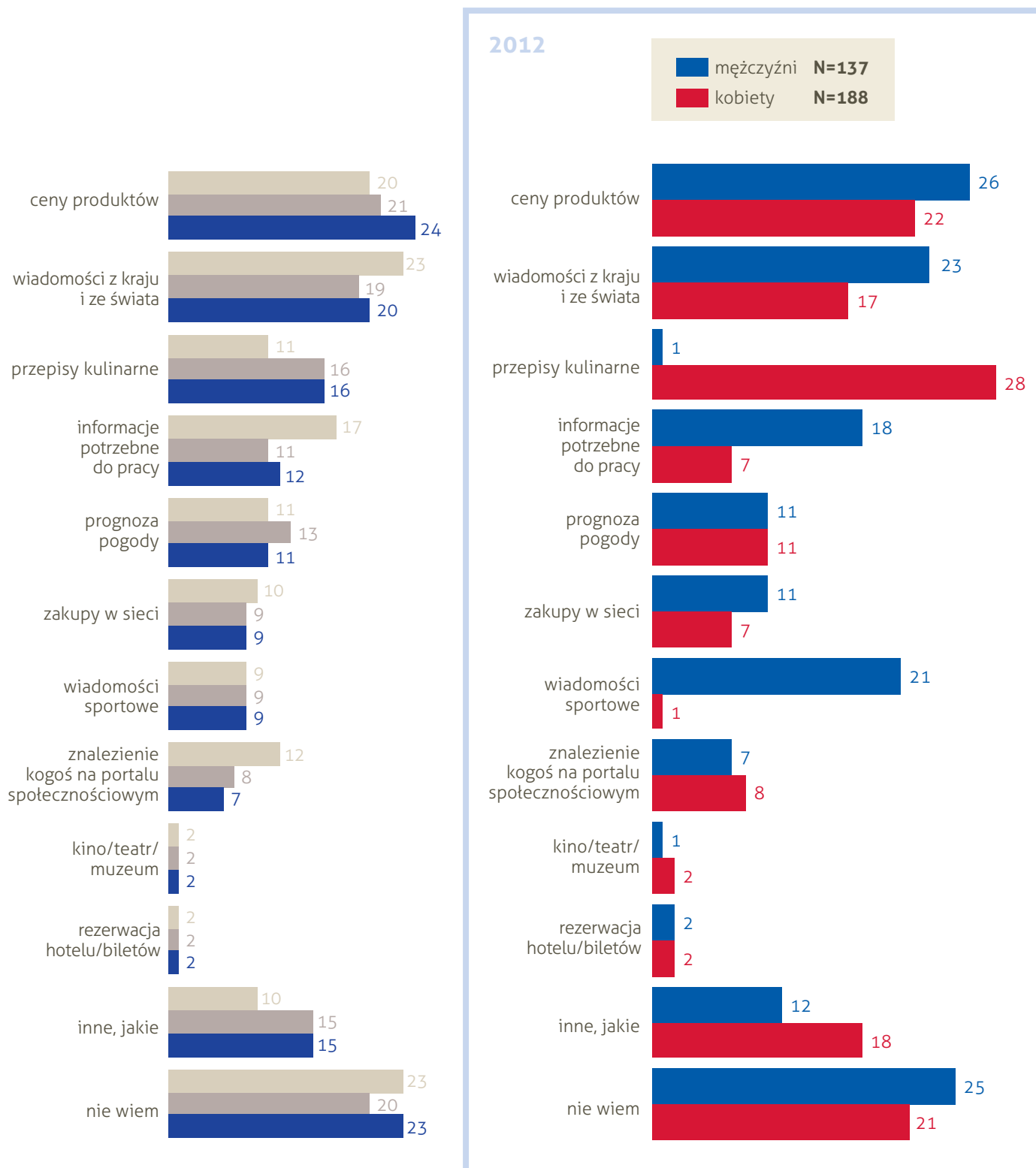
Wykorzystanie pośredników

Osoby niebędące użytkownikami zazwyczaj proszą użytkowników pośredniczących o sprawdzenie cen produktów i wiadomości, zarówno krajowych jak i ze świata, natomiast jedna szósta prosi o pomoc w znalezieniu przepisów kulinarnych. Mężczyźni częściej niż kobiety proszą o pomoc w wyszukiwaniu wiadomości, informacji potrzebnych do pracy i wiadomości sportowych, podczas gdy kobiety częściej są zainteresowane przepisami kulinarnymi.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu posiadające pośrednika

2010 N=370
2011 N=301
2012 N=325

(P35). O sprawdzenie/pokazanie jakich rzeczy w Internecie prosi Pan(i) tę osobę/te osoby?



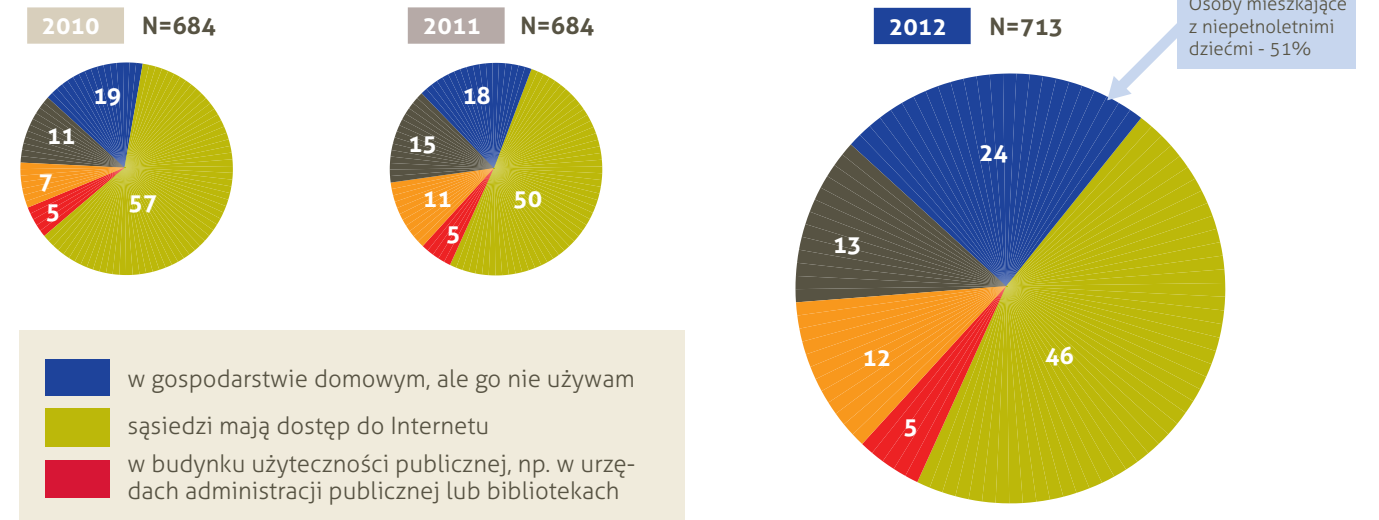
Dostęp do Internetu w odniesieniu do miejsca dostępu

Dostęp do Internetu w odniesieniu do miejsca dostępu

Prawie jedna piąta osób niekorzystających z Internetu posiada dostęp do sieci w domu, natomiast ok. 50% deklaruje, że ich sąsiedzi mają łącze internetowe.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu

(P37). Proszę powiedzieć, gdzie najbliżej w Pana/Pani otoczeniu znajduje się Internet?



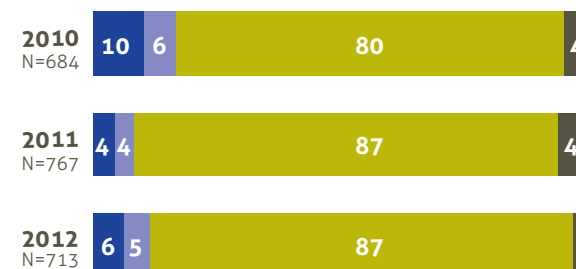
Poczucie straty

Postawa wobec faktu niekorzystania z Internetu

Zdecydowana większość osób niebędących użytkownikami Internetu nie ma poczucia straty spowodowanego brakiem korzystania z sieci. Warto zauważyć, że osoby niebędące użytkownikami, które miały kontakt z Internetem, mają użytkownika pośredniczącego lub niepełnoletnie dzieci wciąż są bardziej skłonne, aby nauczyć się korzystania z niego w przyszłości.

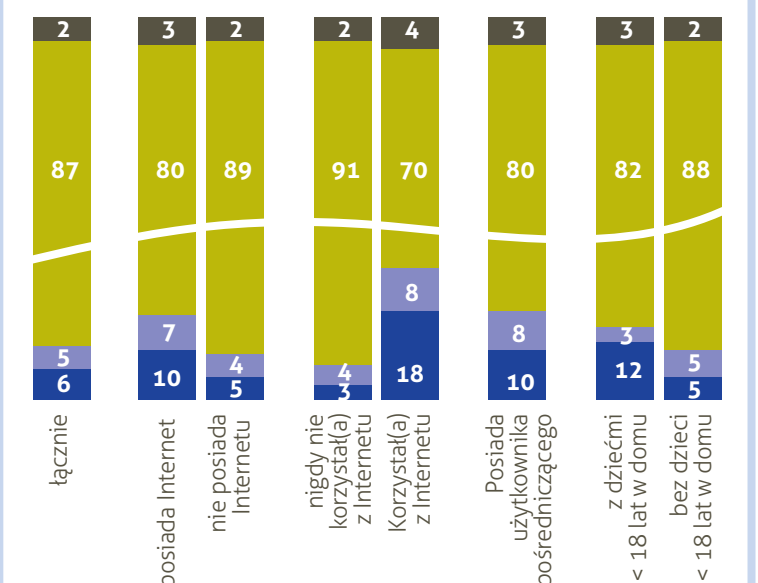
Osoby niebędące użytkownikami Internetu

(P38). Czy ma Pan(i) poczucie, że coś traci nie korzystając z Internetu?



nie wiem
nie mam poczucia straty
Tak, mam poczucie, że coś mnie omija, ale nie mam zamiaru nauczyć się korzystać z Internetu
Tak, mam poczucie, że coś mnie omija, chciałbym nauczyć się korzystać z Internetu

2012



Poczucie zysku

Postawa wobec faktu niekorzystania z Internetu

Mniej niż połowa osób niebędących użytkownikami Internetu nie wierzy, że coś zyskują ze względu na niekorzystanie z sieci. Co czwarta osoba niekorzystająca z Internetu nadal docenia, że ma więcej czasu, a co siódma uważa fakt, że nie musi płacić za Internet, za korzystny.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu

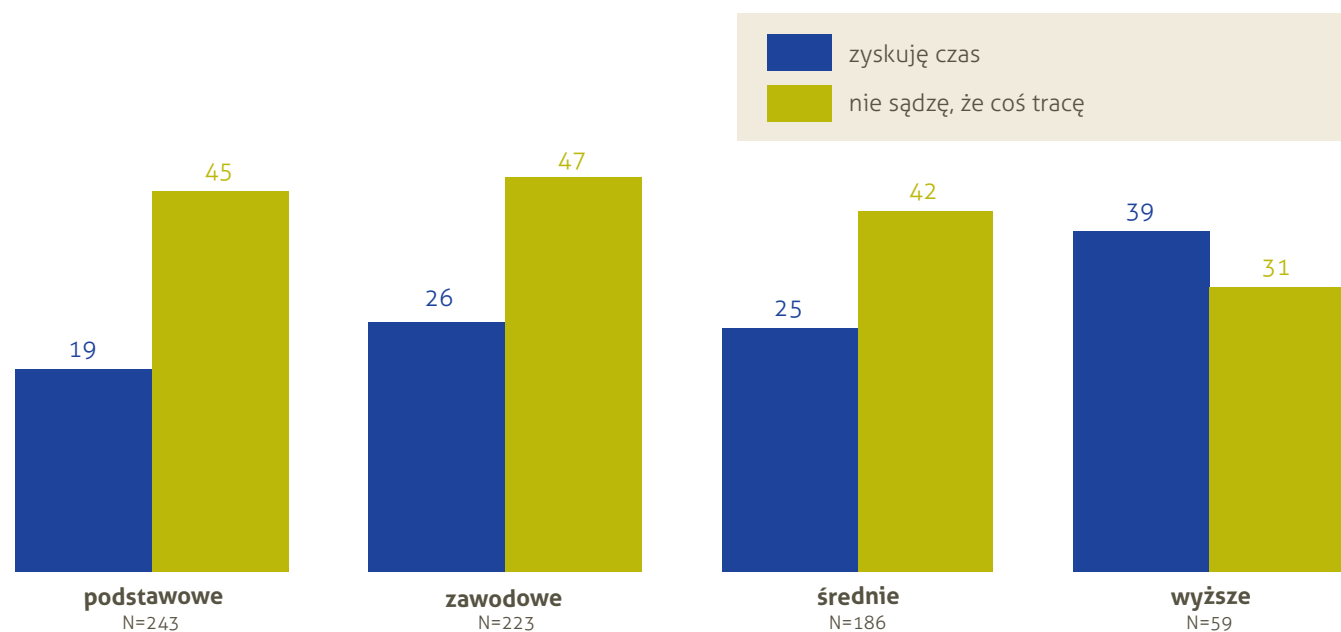
(P38a). Czy ma Pan(i) poczucie, że coś zyskuje nie korzystając z Internetu?



Poczucie zysku / straty w odniesieniu do wykształcenia

Postawa wobec faktu niekorzystania z Internetu

Im bardziej wykształcone są osoby niebędące użytkownikami Internetu, tym bardziej fakt niekorzystania z sieci staje się ich wyborem, a nie rezultatem zaistniałych okoliczności. Odsetek takich osób niekorzystających z Internetu twierdzących, że nie zyskują niczego używając Internetu spada wraz ze wzrostem wykształcenia, a jednocześnie rośnie odsetek tych, którzy twierdzą, że niekorzystanie z sieci przynosi im korzyści.



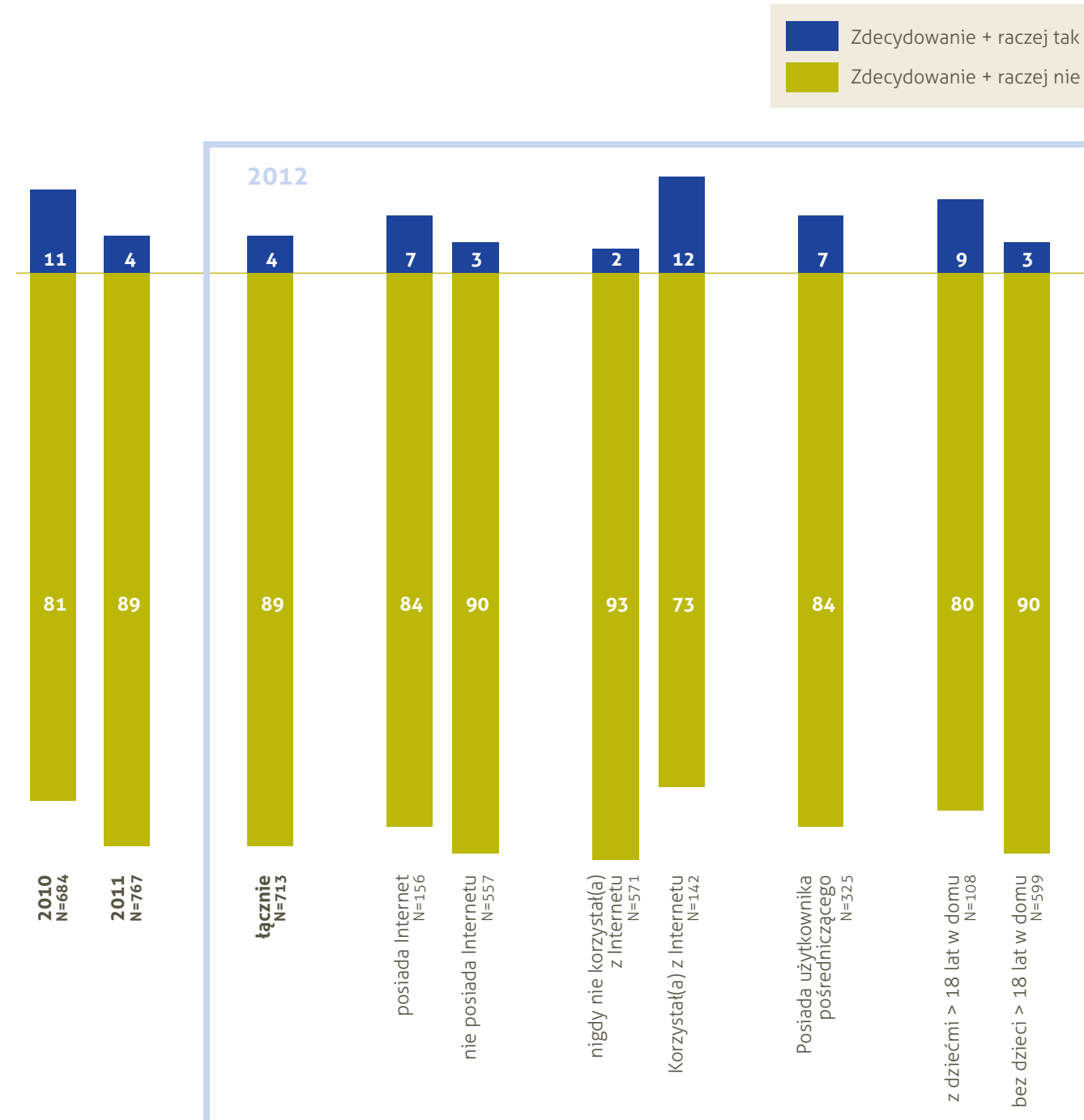
Plany rozpoczęcia korzystania z Internetu

Postawa wobec faktu niekorzystania z Internetu

Jedynie 4% osób niebędących użytkownikami Internetu planuje rozpoczęcie korzystania z niego w przeciągu kolejnych 6 miesięcy. Obecność w gospodarstwie domowym niepełnoletnich dzieci oraz posiadanie doświadczenia w korzystaniu z Internetu to czynniki, które wydają się zachęcać osoby niebędące użytkownikami do rozpoczęcia korzystania z Internetu.

Osoby niebędące użytkownikami Internetu

(P36). Czy ma Pan(i) zamiar zacząć korzystać z Internetu w ciągu najbliższych 6 miesięcy?



Wady i zalety Internetu

Osoby niekorzystające z Internetu wydają się postrzegać Internet dość stereotypowo - główną zaletą jest dostęp do informacji (wymieniana rzadziej niż rok temu), a najczęściej wymienianą wadą jest czasochłonność i ryzyko bycia oszukanym.

Postrzeganie Internetu

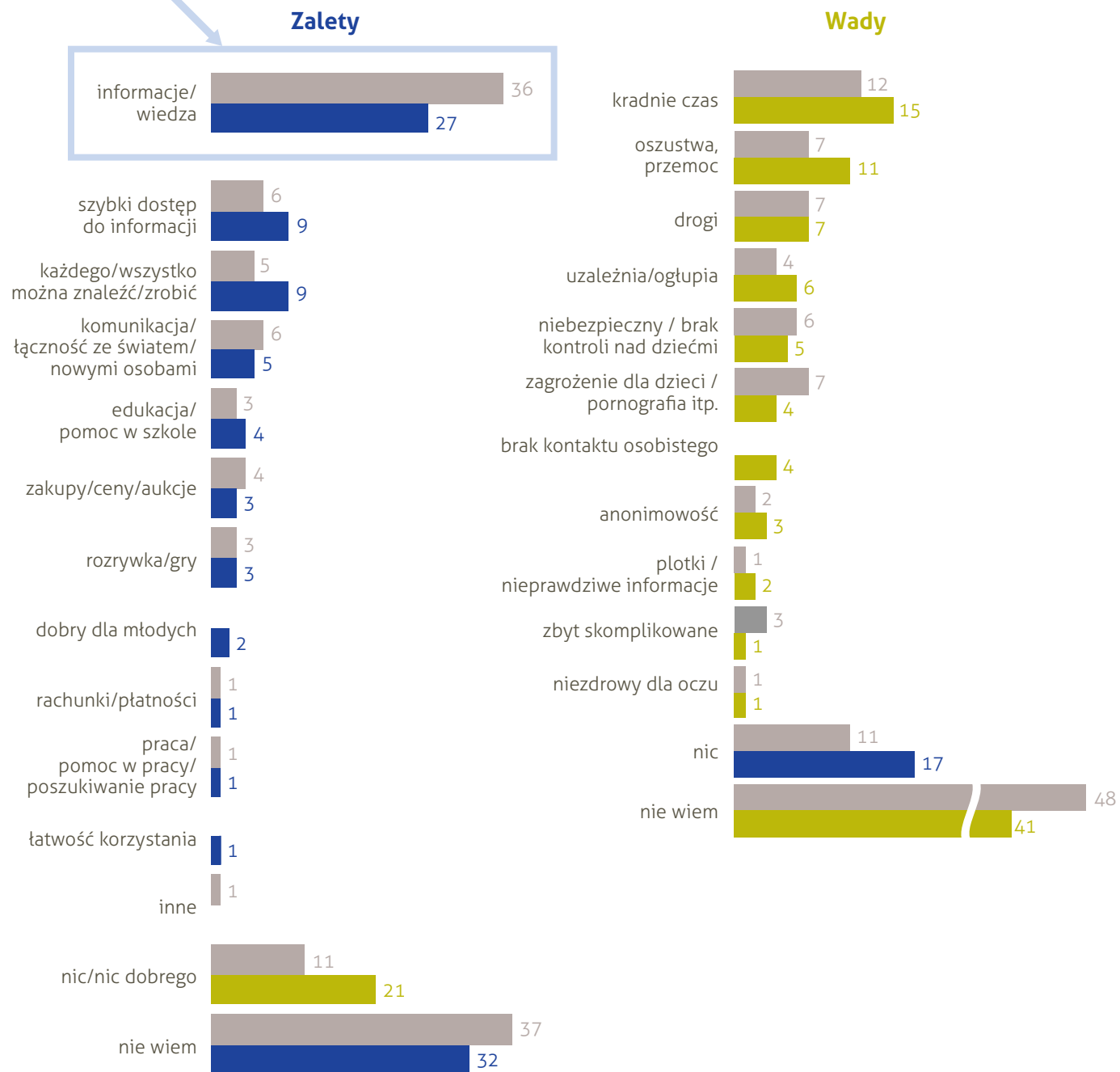
Osoby niebędące użytkownikami Internetu

2011 N=767

2012 N=713

(P39/39a). Jakie są Pana/Pani zdaniem pozytywne/negatywne strony Internetu, co jest w nim dobrego/złego?

wśród osób posiadających dostęp do Internetu w domu = 39%



Centralne miejsce Internetu

Wykorzystanie Internetu należy zbadać w kontekście innych mediów. Ten rozdział poświęcony został badaniu, ile czasu internauci poświęcają na korzystanie z Internetu w porównaniu do innych mediów - telewizji, radia i prasy. Ponadto, zajmuje się on także kwestią ogólnego znaczenia różnych mediów.

Ostatnia część tego rozdziału skupia się na wielozadaniowości - zgłębia, czy, i w jakim stopniu użytkownicy Internetu korzystają z innych mediów podczas przeglądania sieci.

Centralne miejsce Internetu

- I Zużycie czasu
- II Internet a inne media
- III Wielozadaniowość

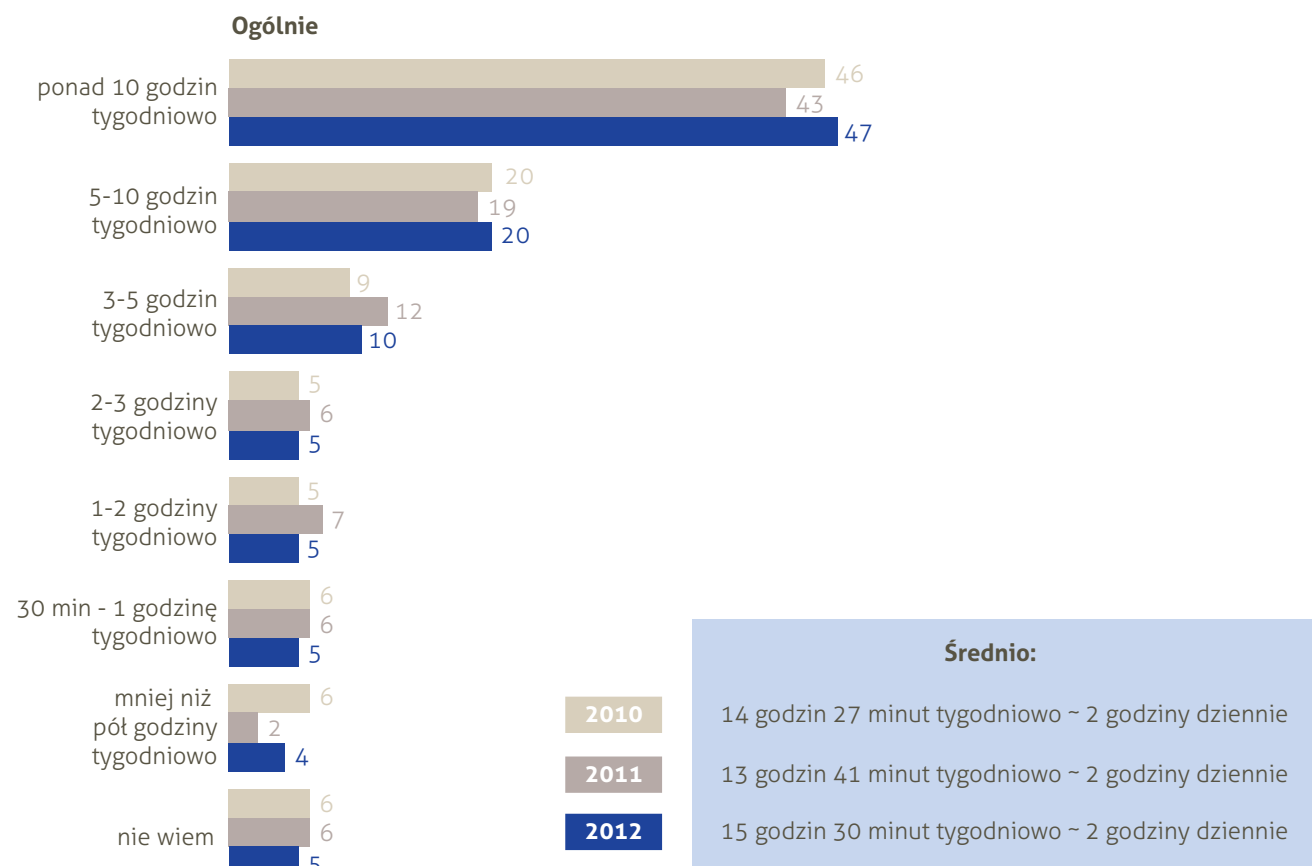
Ogólne zużycie czasu

Użytkownicy Internetu ogólnie spędzają w sieci 15,5 godzin tygodniowo (2 godziny dziennie).

Użytkownicy Internetu

2010	N=1316
2011	N=1233
2012	N=1294

(P4). Przeciętnie, ile godzin tygodniowo korzysta Pan(i) z Internetu?



Ogólne zużycie czasu wg demografii

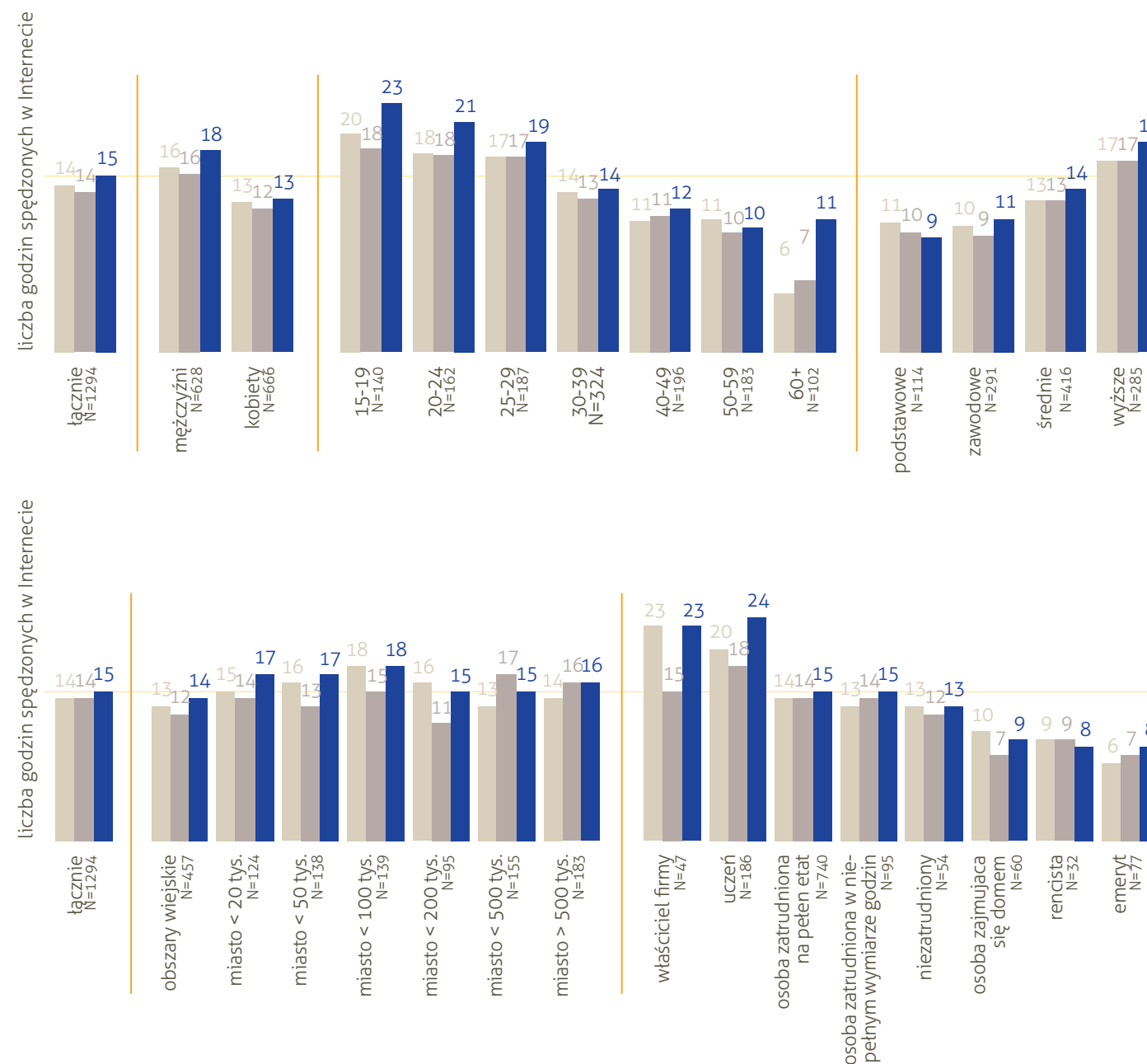
Zużycie czasu

Ilość czasu spędzonego on-line jest odwrotnie proporcjonalna do wieku. W odniesieniu do ubiegłego roku, osoby w najmłodszej (do 25 roku życia) i najstarszej (ponad 60 lat) grupie wiekowej korzystają z Internetu w większym stopniu. To samo można zaobserwować w przypadku właścicieli firm i uczniów.

Użytkownicy Internetu

2010
2011
2012

(P4). Przeciętnie, ile godzin tygodniowo korzysta Pan(i) z Internetu?



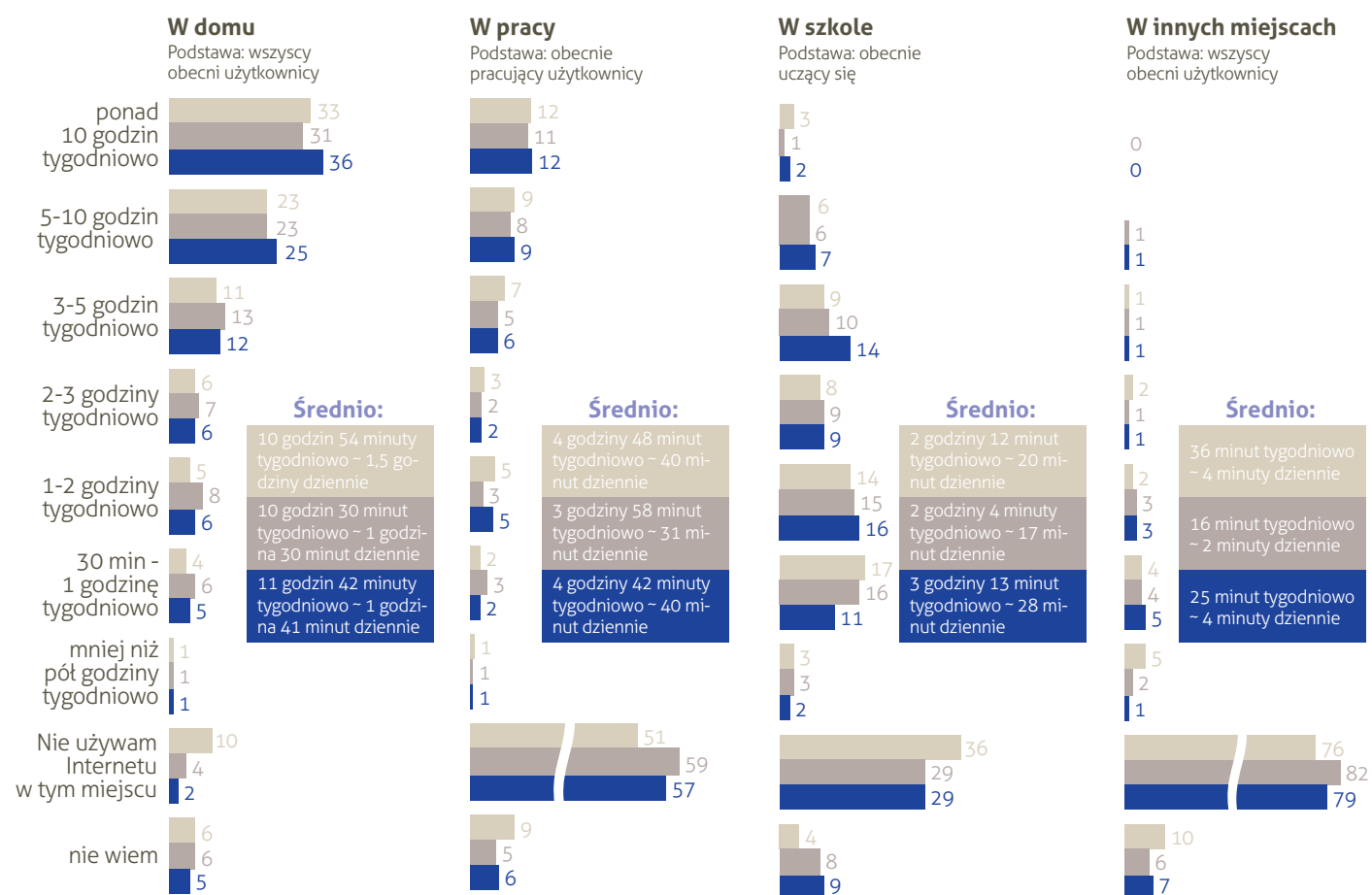
Zużycie czasu: w domu, w pracy, w szkole i innych miejscach

Zużycie czasu

Użytkownicy Internetu zazwyczaj korzystają z niego w domu. Ponownie, mniej niż połowa pracujących internautów korzysta z Internetu w pracy. Ponadto, podobnie jak w ubiegłym roku, prawie 1/3 uczniów nie korzysta z Internetu w szkole.

2010
2011
2012

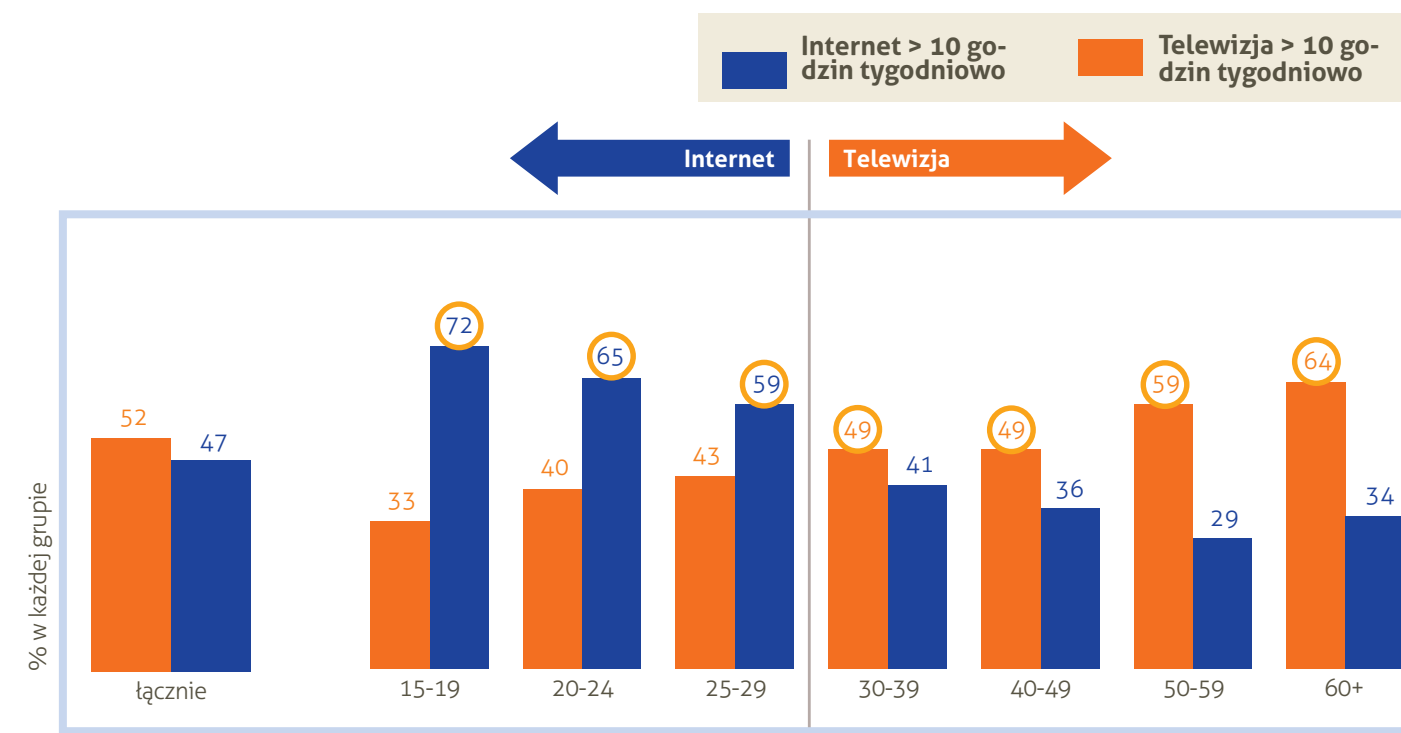
(P4). Przeciętnie, ile godzin tygodniowo korzysta Pan(i) z Internetu w domu/w pracy/ w szkole/w innych miejscach?



Ponad 10 godzin korzystania z Internetu tygodniowo: TV lub Internet w roku 2012

Zużycie czasu

Zwyczaje związane z korzystaniem z mediów ulegają zmianie: wśród osób poniżej 30 roku życia częściej jest spędzanie 10 godzin dziennie (lub powyżej) na przeglądaniu sieci niż oglądaniu telewizji.



Znaczenie Internetu w porównaniu z innymi mediami

Znaczenie Internetu

Mimo braku większych zmian w tegorocznym rankingu korzystania z mediów, Internet zyskał na znaczeniu w porównaniu do radia. Jednakże wciąż najważniejszym medium pozostaje telewizja.

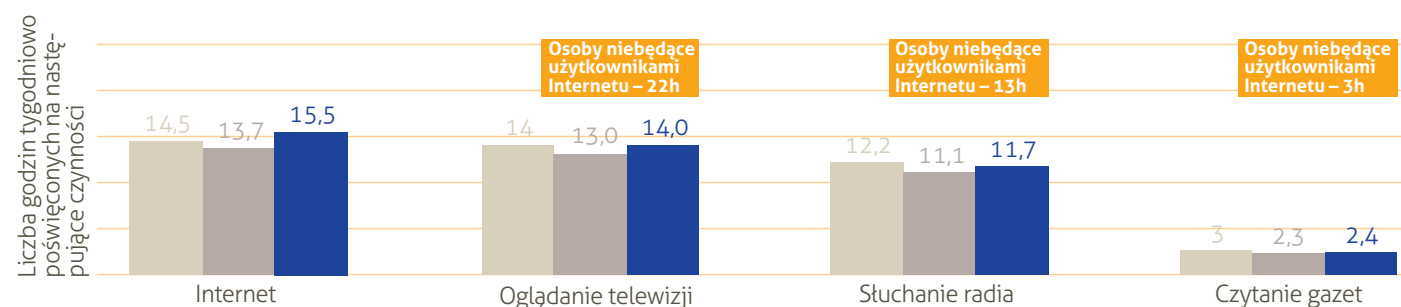
Czas przeznaczony przez użytkowników Internetu na inne media

Zużycie czasu

W kategoriach czasu przeznaczanego na inne media, internauci korzystają z Internetu nieco dłużej, niż poświęcają na oglądanie telewizji.

Użytkownicy Internetu

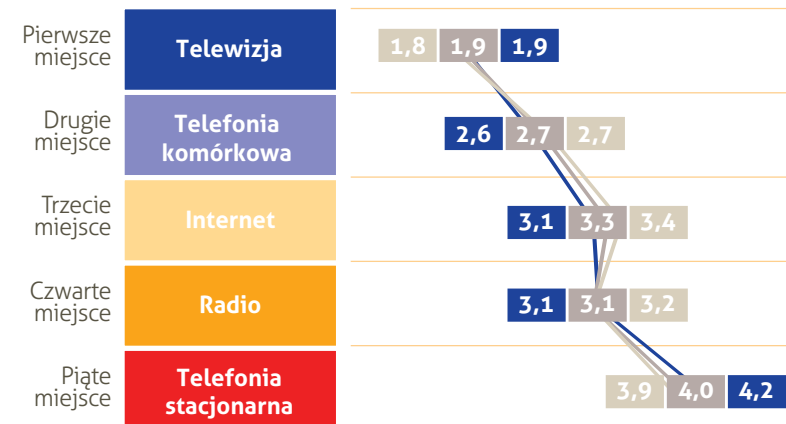
2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294



Ogólnie

Podstawa: wszyscy respondenci N=2007

2010 2011 2012



2012

Użytkownicy Internetu N=1294

Osoby niebędące użytkownikami Internetu N=719



Znaczenie Internetu w porównaniu z innymi mediami

Znaczenie Internetu

Porównanie względnego znaczenia mediów w różnych grupach wiekowych w ostatnich trzech latach wykazało, że Internet przejmuje pozycję „najważniejszego medium” wśród starszych Polaków - obecnie jest to najbardziej istotne medium dla osób w wieku 15-29 lat.

2010

Grupa wiekowa	Telewizja	Telefonia komórkowa	Radio	Internet	Telefonia stacjonarna
15-19	2,42	2,29	3,9	1,85	4,54
20-24	2,38	2,11	3,77	2,13	4,61
25-29	2,28	2,29	3,52	2,4	4,5
30-39	1,94	2,39	3,4	3,06	4,21
40-49	1,64	2,61	3,11	3,67	3,97
50-59	1,45	2,89	2,98	4,06	3,62
60+	1,36	3,49	2,43	4,48	3,23

2012

Grupa wiekowa	Telewizja	Telefonia komórkowa	Radio	Internet	Telefonia stacjonarna
15-19	2,63	2,1	3,87	1,74	4,67
20-24	2,56	2,17	3,77	1,84	4,66
25-29	2,36	2,27	3,69	2,02	4,66
30-39	2,07	2,17	3,47	2,66	4,62
40-49	1,79	2,52	3,25	3,16	4,28
50-59	1,59	2,72	2,96	3,74	3,99
60+	1,42	3,22	2,47	4,37	3,51

2011

Grupa wiekowa	Telewizja	Telefonia komórkowa	Radio	Internet	Telefonia stacjonarna
15-19	2,47	2,05	3,99	1,86	4,63
20-24	2,45	2,35	3,73	1,87	4,59
25-29	2,26	2,26	3,63	2,35	4,50
30-39	2,01	2,36	3,5	2,79	4,35
40-49	1,81	2,47	3,23	3,36	4,12
50-59	1,58	2,79	2,9	3,84	3,90
60+	1,45	3,36	2,42	4,53	3,25

Inne czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu

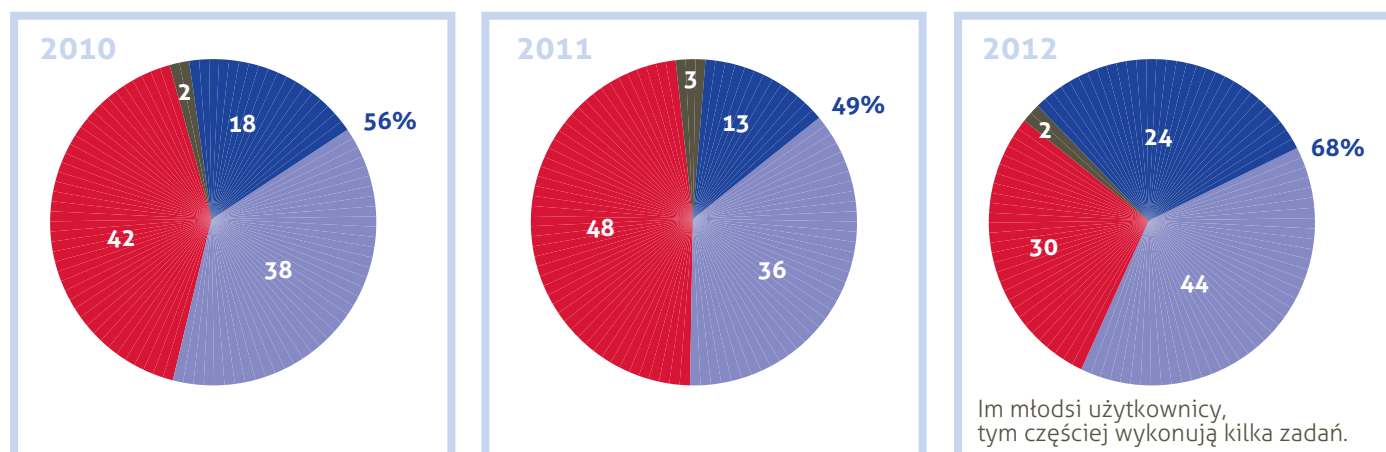
Wielozadaniowość

Większość respondentów, surfując w Internecie, wykonuje jeszcze inne czynności - odsetek osób wykonujących różne zadania zwiększył się w odniesieniu do poprzednich pomiarów. Może to sugerować, że Internet staje się medium „towarzyszącym”.

Użytkownicy Internetu

(P18). Czy spędzając czas w Internecie wykonuje Pan(i) jednocześnie więcej niż jedną czynność (np. słucha Pan(i) muzyki, ogląda telewizję lub rozmawia przez telefon)?

Wielozadaniowość



■ tak, zazwyczaj
 ■ tak, czasami
 ■ Nie
 ■ Nie wiem

Wykorzystanie

Internet jest narzędziem, które można wykorzystywać na różne sposoby. Jedni mogą z niego korzystać do czytania plotek na temat gwiazd, inni natomiast czytać traktaty naukowe. Może on służyć jako źródło nowych kontaktów z ludźmi, lub sposób ucieczki od relacji społecznych. Niektórzy ludzie szukają w Internecie rozrywki, podczas gdy innym potrzeby jest on głównie do pracy. Może on również ułatwiać wykonywanie wielu codziennych czynności, takich jak zakupy, płacenie rachunków, itp. Niektórzy ludzie nie tylko korzystają z zawartości Internetu, ale również umieszczają swoje własne treści w sieci.

Ten rozdział koncentruje się na popularności różnych rodzajów działań w Internecie i definiuje pozycję Internetu pośród innych źródeł informacji i rozrywki.

• Informacje

- I Internet jako źródło informacji
- II Rodzaje informacji wyszukiwanych w Internecie

• Komunikacja i portale społecznościowe

- I Internet jako środek komunikacji
- II Komunikacja on-line
- III Portale społecznościowe
- IV Postawa wobec portali społecznościowych

• Rozrywka

- I Internet jako źródło rozrywki
- II Rodzaje rozrywki wyszukiwanej w Internecie

• Edukacja

• Usługi

- I Rodzaje usług wykorzystywanych przez Internet
- II Płacenie podatków

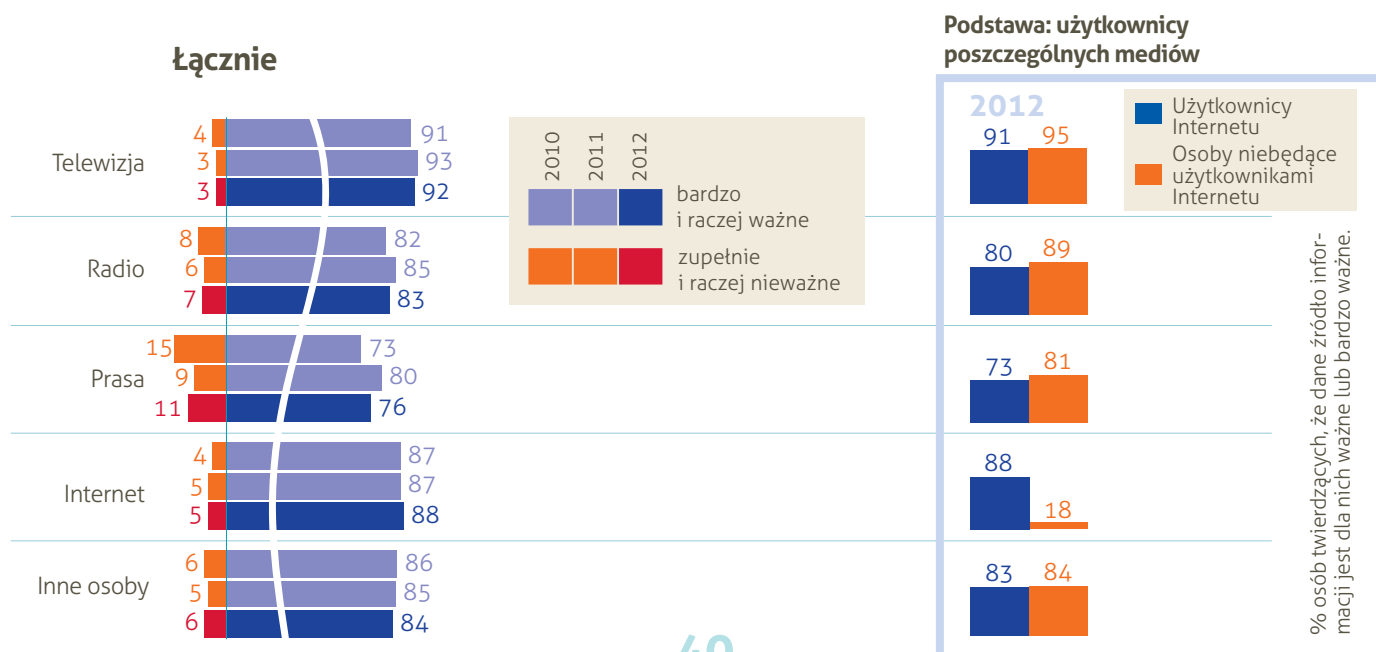
• Twórczość

- I Twórczość w Internecie
- II Sztuka zamieszczana w Internecie
- III Prawa autorskie

Źródła wiadomości/informacji – użytkownicy poszczególnych mediów

Wśród użytkowników poszczególnych mediów, najważniejsze źródła wiadomości/informacji to telewizja. Internet jest prawie tak samo ważny jak telewizja, wyprzedzając opinie innych osób oraz radio. Najmniej istotnym źródłem informacji jest prasa.

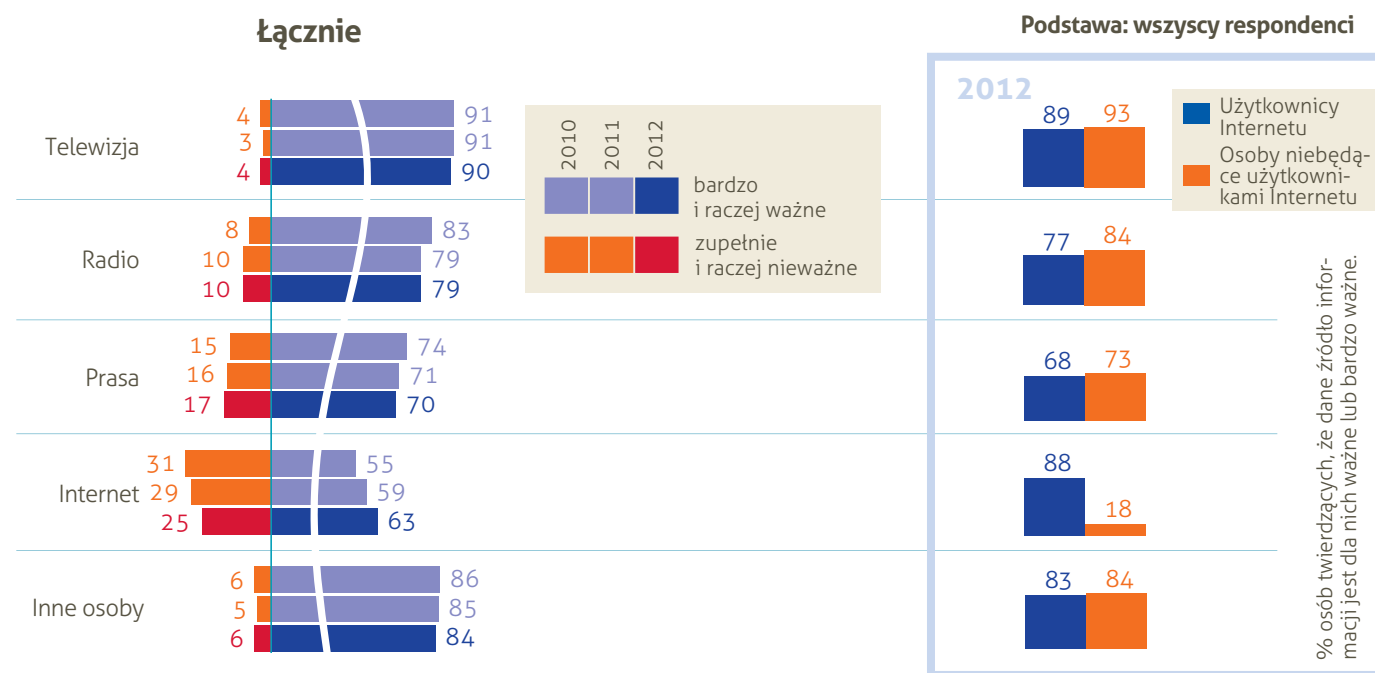
(P13). Jeśli chodzi o zdobywanie różnych informacji/newsów, na ile ważne jest dla Pana/Pani każde z poniższych źródeł? Proszę posłużyć się następującą skalą: 1=zupełnie nieważne, 2=nieważne, 3=nie wiem, 4=ważne, 5=bardzo ważne:



Źródła wiadomości/informacji – wszyscy respondenci

Uwzględniając wszystkich respondentów, Internet plasuje się na ostatniej pozycji, mimo że jednocześnie jest jedynym medium, którego znaczenie wzrosło w ostatnim roku.

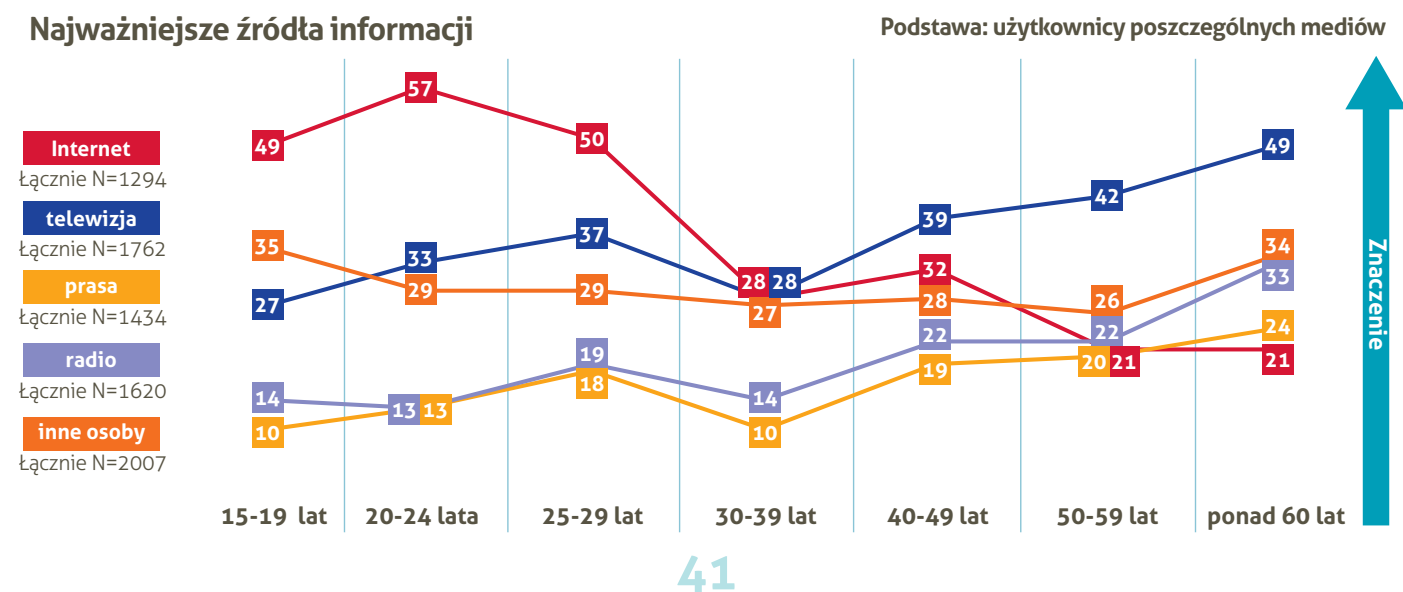
(P13). Jeśli chodzi o zdobywanie różnych informacji/newsów, na ile ważne jest dla Pana/Pani każde z poniższych źródeł? Proszę posłużyć się następującą skalą: 1=zupełnie nieważne, 2=nieważne, 3=nie wiem, 4=ważne, 5=bardzo ważne:



Źródła wiadomości/informacji – wg wieku, 2012

Znaczenie Internetu jako źródła informacji jest odwrotnie proporcjonalne do wieku - jest to zdecydowanie najważniejsze źródło informacji dla osób w wieku nieprzekraczającym 30 lat. Im starsi respondenci, tym większą uwagę przywiązują do telewizji, radia i prasy.

(P13). Jeśli chodzi o zdobywanie różnych informacji/newsów, na ile ważne jest dla Pana/Pani każde z poniższych źródeł? Proszę posłużyć się następującą skalą: 1=zupełnie nieważne, 2=nieważne, 3=nie wiem, 4=ważne, 5=bardzo ważne:



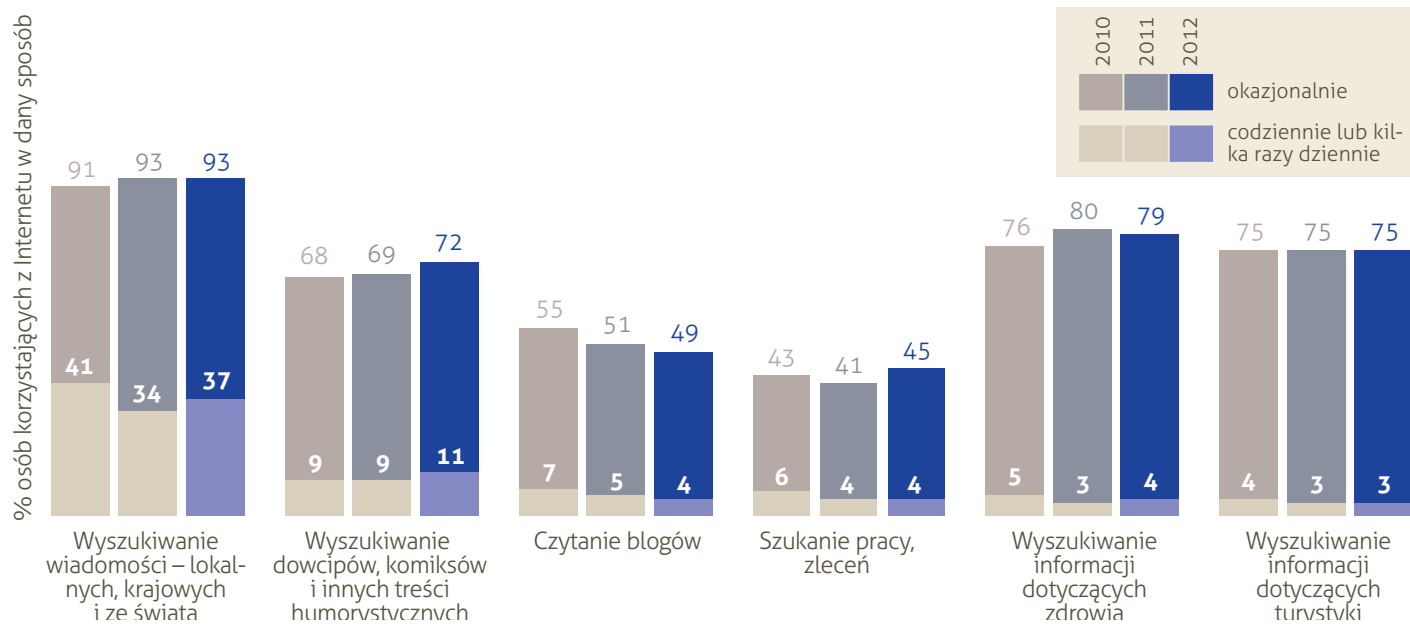
Rodzaje informacji wyszukiwanych w Internecie

Informacje

Użytkownicy Internetu najczęściej przeglądają sieć w poszukiwaniu wiadomości (lokalnych, krajowych i ze świata). Jedna trzecia z nich robi to przynajmniej raz dziennie. Ok. 3/4 użytkowników Internetu szuka informacji na temat zdrowia, turystyki oraz treści humorystycznych przynajmniej od czasu do czasu. Ponad połowa czyta blogi, a mniej niż połowa szuka pracy.

Użytkownicy Internetu
 2010 N=1316
 2011 N=1233
 2012 N=1294

(P21). Niektórzy ludzie często szukają w Internecie informacji potrzebnych w codziennym życiu, np. wiadomości, wyników sportowych, programu telewizyjnego, a inni tego nie robią. Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



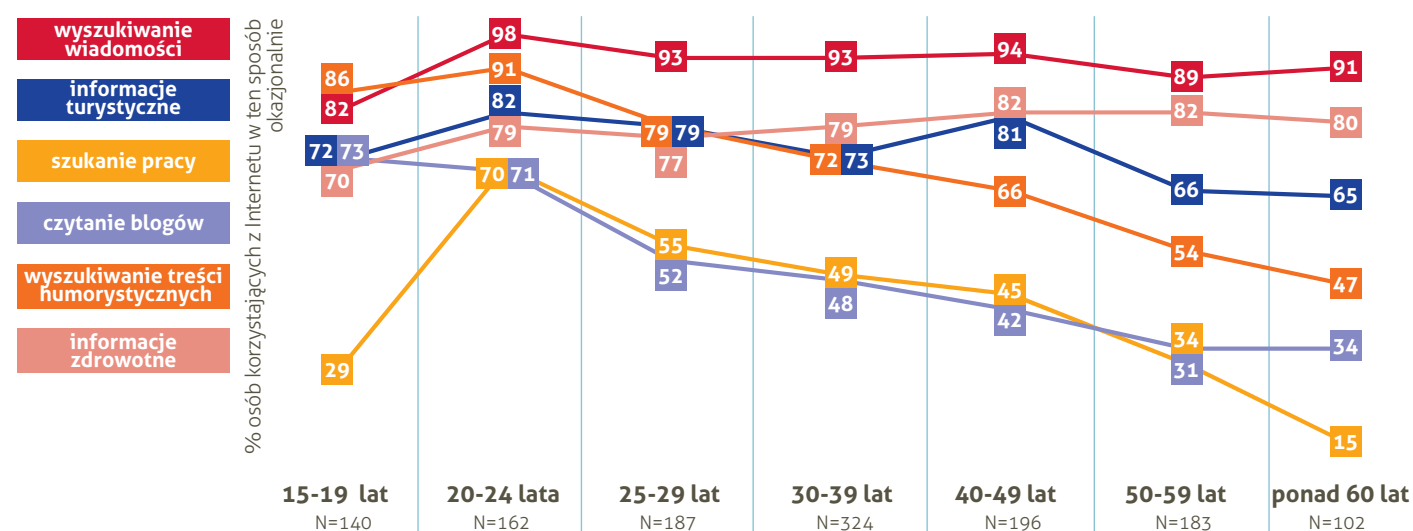
Rodzaje informacji wyszukiwanych w Internecie – wg wieku

Informacje

Najpopularniejszym rodzajem wyszukiwanych informacji we wszystkich grupach wiekowych, oprócz najmłodszej, są wiadomości. Popularność takich działań, jak czytanie blogów lub wyszukiwanie treści humorystycznych lub ofert pracy maleje z wiekiem.

Użytkownicy Internetu

(P21). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



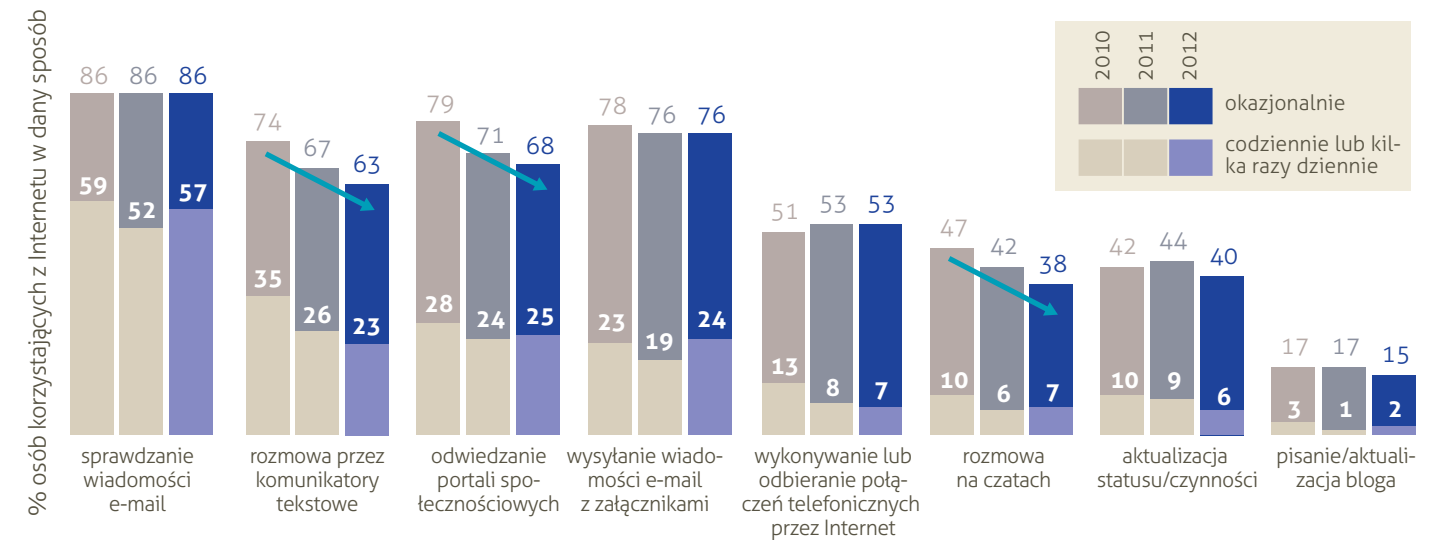
Komunikacja on-line

Komunikacja

Większość użytkowników Internetu korzysta z poczty elektronicznej. Ponad połowa z nich robi to przynajmniej raz dziennie. W porównaniu z poprzednimi pomiarami, rozmowa przez komunikatory tekstowe i na czatach traci na popularności, podobnie jak odwiedzanie portali społecznościowych.

Użytkownicy Internetu
 2010 N=1316
 2011 N=1233
 2012 N=1294

(P20/22). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



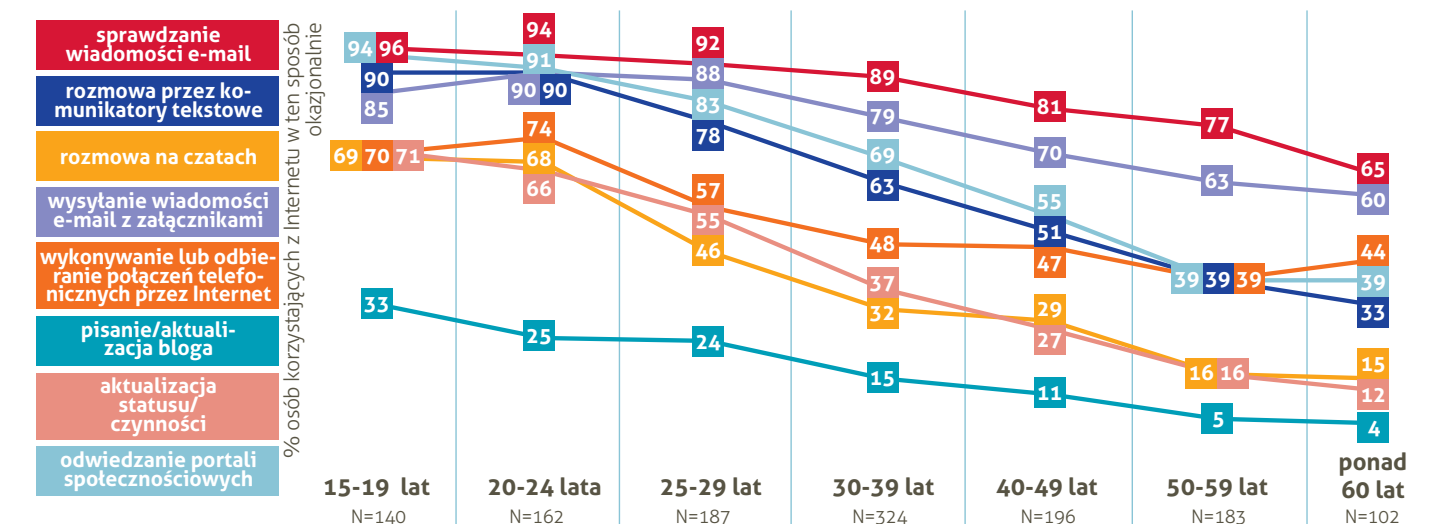
Komunikacja on-line – wg wieku, 2012

Komunikacja

Wykorzystywanie wszystkich analizowanych rodzajów komunikacji on-line maleje wraz z wiekiem - najbardziej gwałtowny spadek można zaobserwować w przypadku rozmów przez komunikatory tekstowe, rozmów na czatach, odwiedzaniu portali społecznościowych i aktualizacjach statusu.

Użytkownicy Internetu

(P20/22). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



Profile na portalach społecznościowych

Komunikacja

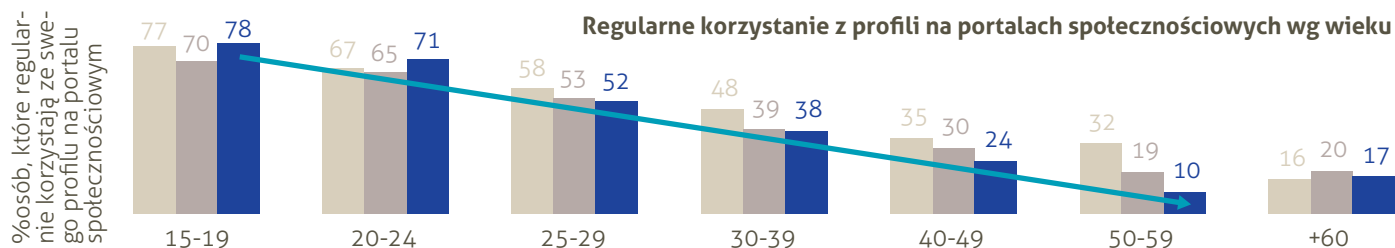
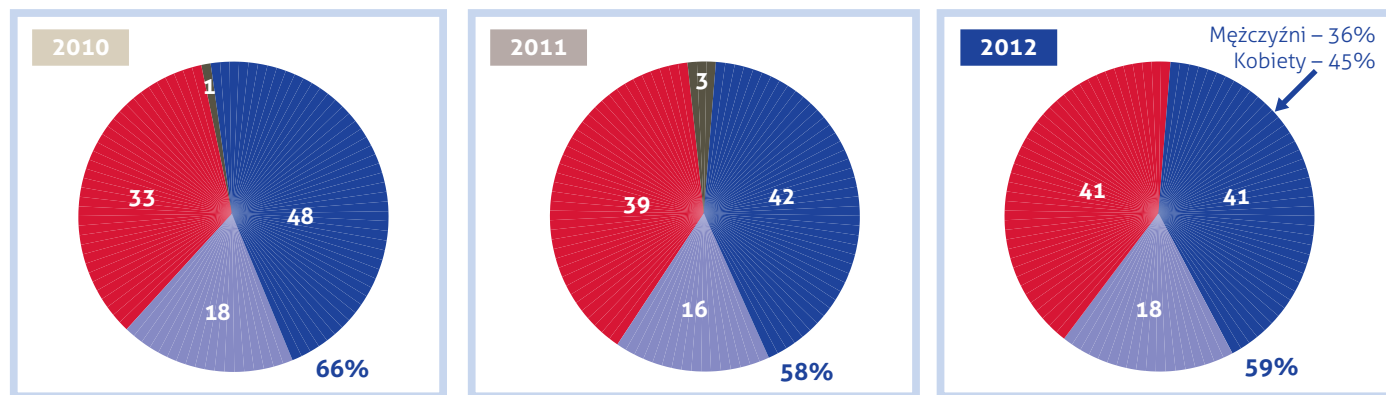
Popularność portali społecznościowych wzrosła w najmłodszych grupach wiekowych, ale zmalała w starszych - prawdopodobnie z powodu kurczącej się liczby użytkowników portalu nk.pl

Użytkownicy Internetu

(P201). Czy Posiada Pan(i) profil na którymś z portali społecznościowych, np. nasza-klasa, facebook, grono, itp?

■ tak i regularnie z niego korzystam (przynajmniej jednego)
 ■ nie
 ■ tak, kiedyś założyłem ale raczej z niego nie korzystam
 ■ nie wiem

Portale społecznościowe



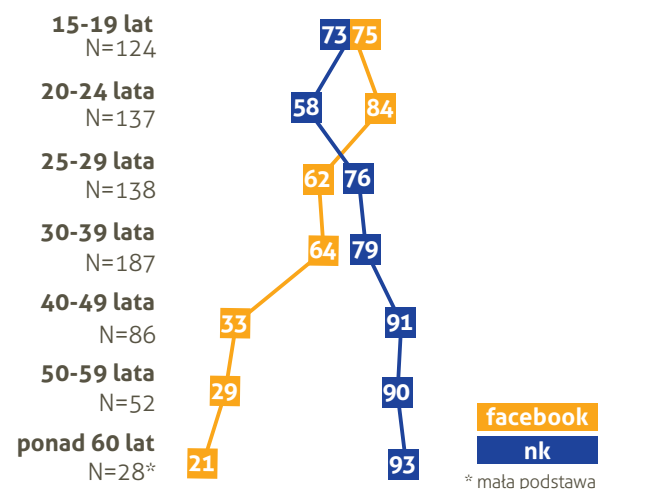
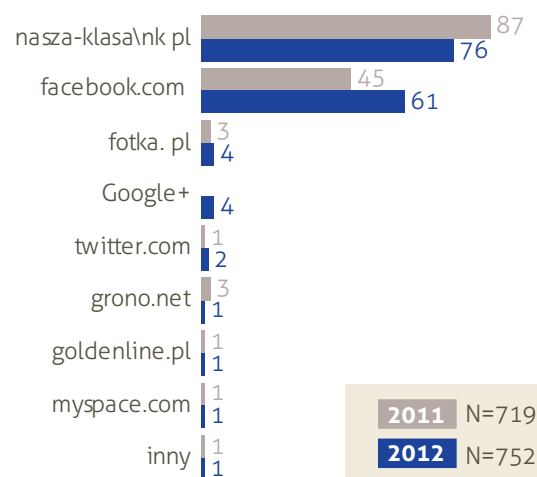
Profile na portalach społecznościowych – poszczególne strony internetowe

Komunikacja

Najpopularniejszym portalem społecznościowym w Polsce pozostaje nk.pl, mimo zauważalnej straty w szczególności wśród młodych Polaków. Rośnie liczba użytkowników Internetu zakładających konta na Facebooku.

Osoby posiadające profil na portalu społecznościowym

(P201a). Na jakich portalach społecznościowych ma Pan(i) konto



Postawa wobec portali społecznościowych

Komunikacja

Ponad połowa Polaków posiadających konto na portalu społecznościowym twierdzi, że ludzie przedstawiają się tam jako bardziej atrakcyjni i interesujący, niż są w rzeczywistości. Podobnie, ponad połowa ceni sobie swoją prywatność: ich profile mogą przeglądać wyłącznie znajomi. Nie chcą otrzymywać informacji od firm i organizacji na portalach społecznościowych.

Użytkownicy Internetu z kontem na portalu społecznościowym

Im większa czcionka – tym więcej wskazań

Z powodu portali społecznościowych znajomości stają się sztuczne. Moja aktywność na portalach obejmuje głównie śledzenie aktualizacji innych osób. Dzięki portalom społecznościowym mogę nawiązać ciekawe znajomości.

Dzięki portalom społecznościowym mogę łatwiej wyrażać swoje myśli, dzielić się zdjęciami i interesującymi rzeczami.

Portale społecznościowe to miejsce, w którym nie powinno być miejsca dla działalności firm i organizacji. Gdyby nie portale, nie mógłbym kontaktować się ze znajomymi tak często, jak teraz.

Ludzie na portalach społecznościowych przedstawiają się jako bardziej atrakcyjni i interesujący, niż są w rzeczywistości. Tylko moi znajomi mogą przeglądać mój profil.

„Lubię” profile marek i organizacji, które lubią moi znajomi*
Moi znajomi „lubią” profile marek i organizacji dzięki mojemu wpływowi*
Posiadanie profilu na portalu społecznościowym staje się niepopularne.

Na swoim profilu umieszczam linki do innych stron internetowych, które znalazłem/am.
Nie mogę sobie wyobrazić dnia bez zalogowania się na portal.

* Dotyczy wyłącznie osób z kontem na Facebooku

Postawa wobec portali społecznościowych

Komunikacja

(Pportale1). W jakim zakresie zgadza się Pan(i) z poniższymi twierdzeniami?

Osoby posiadające profil na portalu społecznościowym N=725

	Zdecydowanie się zgadzam	Zgadzam się	Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	Nie zgadzam się	Zdecydowanie się nie zgadzam
Ludzie na portalach społecznościowych przedstawiają się jako bardziej atrakcyjni i interesujący, niż są w rzeczywistości.	31	30	28	7	4
Portale społecznościowe to miejsce, w którym nie powinno być miejsca dla działalności firm i organizacji.	34	25	29	7	5
Tylko moi znajomi mogą przeglądać mój profil.	37	21	22	7	13
Dzięki portalom społecznościowym mogę łatwiej wyrażać swoje myśli, dzielić się zdjęciami i interesującymi rzeczami.	21	33	26	8	11
Dzięki portalom społecznościowym mogę nawiązać ciekawe znajomości.	19	28	28	10	15
Gdyby nie portale, nie mógłbym kontaktować się ze znajomymi tak często, jak teraz.	19	27	26	9	19
Portale społecznościowe to najlepszy sposób na znalezienie bieżących wiadomości i informacji.	16	27	34	11	11
Z powodu portali społecznościowych znajomości stają się sztuczne.	18	25	37	11	10
„Lubię” profile marek i organizacji, które lubią moi znajomi*	15	25	29	12	18
Moja aktywność na portalach obejmuje głównie śledzenie aktualizacji innych osób	13	25	30	15	17
Na swoim profilu umieszczam linki do innych stron internetowych, które znalazłem/am.	13	24	28	10	26
Nie mogę sobie wyobrazić dnia bez zalogowania się na portal.	16	19	22	13	29
Moi znajomi „lubią” profile marek i organizacji dzięki mojemu wpływowi*	13	21	35	10	20
Posiadanie profilu na portalu społecznościowym staje się niepopularne.	7	13	35	19	27
Czasami tworzę fałszywe konta, aby przeglądać inne profile bez udzielania informacji o sobie.	3	10	15	10	61

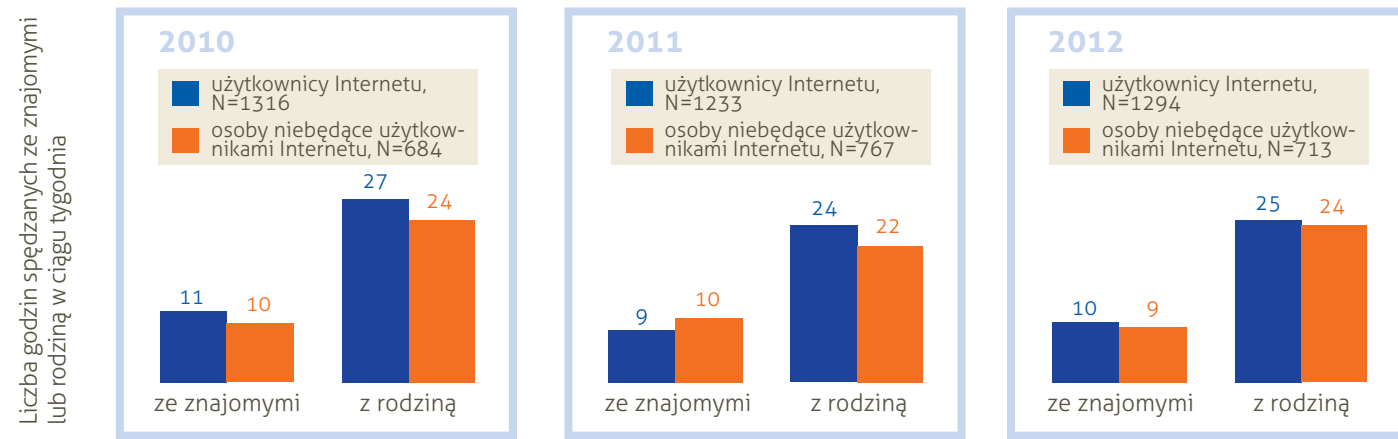
* Dotyczy wyłącznie osób z kontem na Facebooku

Czas spędzany z rodziną i znajomymi

Komunikacja

Po raz pierwszy od trzech lat użytkownicy Internetu spędzają nieco więcej czasu ze znajomymi, niż osoby niebędące użytkownikami Internetu.

(P16/17). Podczas typowego tygodnia, ile godzin lub minut spędza Pan(i) ze znajomymi/rodziną – twarzą w twarz?

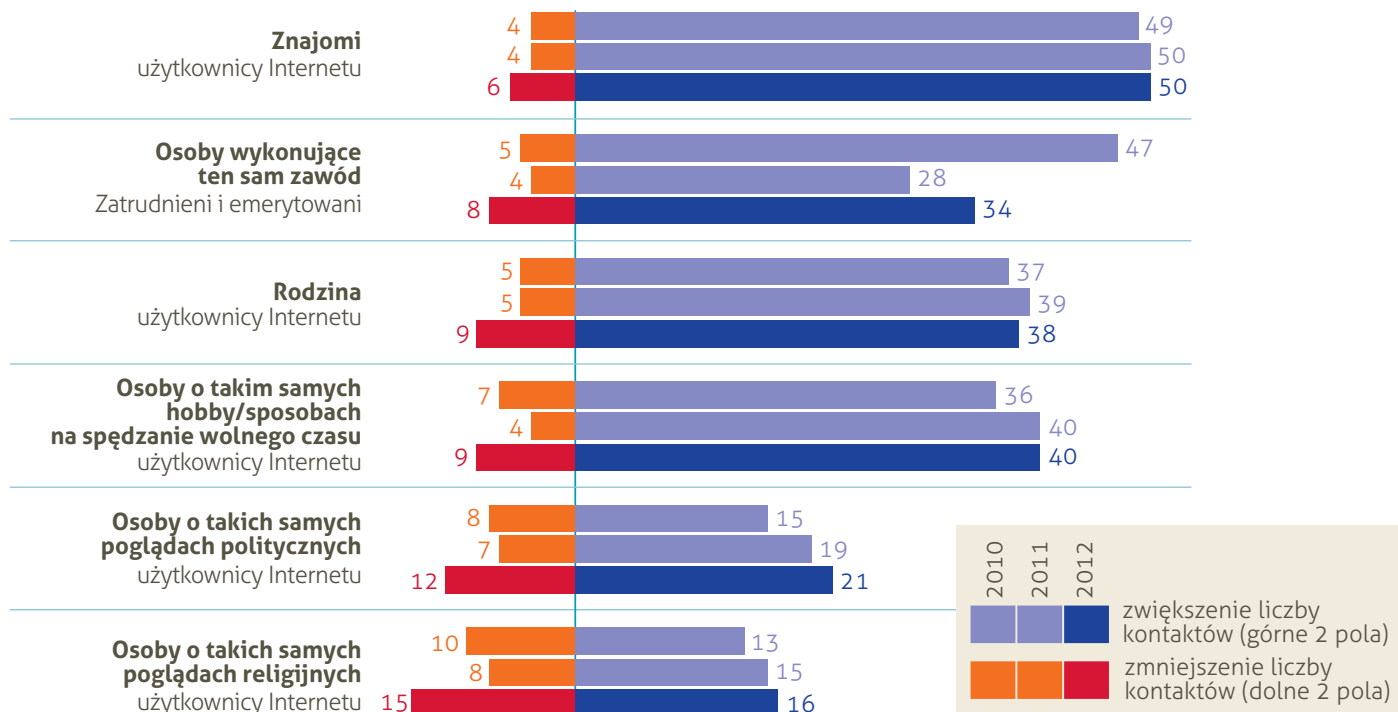


Wpływ Internetu na kontakty z innymi ludźmi

Komunikacja

W porównaniu z rokiem ubiegłym, większa liczba użytkowników Internetu twierdzi, że częstotliwość ich kontaktów ze wszystkimi analizowanymi grupami zmalała ze względu na korzystanie z Internetu - może być to efekt malejącej popularności czatów, komunikatorów tekstowych i w pewnym zakresie portali społecznościowych.

(P8). Czy korzystanie z Internetu powoduje wzrost czy też spadek Pana/Pani liczby kontaktów z następującymi grupami osób, tak w sieci jak i poza siecią? Użyj skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza znaczne zmniejszenie liczby kontaktów, „5” oznacza znaczne zwiększenie liczby kontaktów, natomiast „3” oznacza, że liczba kontaktów z tymi grupami pozostała na takim samym poziomie:

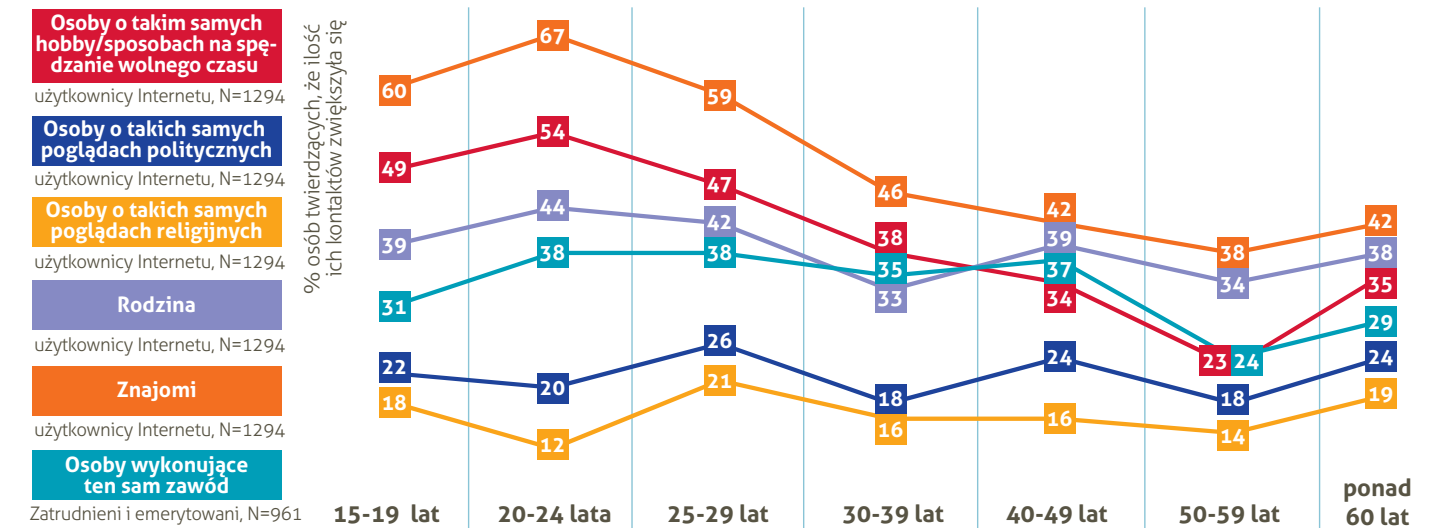


Wpływ Internetu na kontakty z innymi ludźmi – wg wieku, 2012

Komunikacja

Częstotliwość kontaktów ze znajomymi oraz osobami o tym samym hobby wzrosła z powodu korzystania z Internetu, zwłaszcza w najmłodszej grupie wiekowej respondentów.

(P8). Czy korzystanie z Internetu powoduje wzrost czy też spadek Pana/Pani liczby kontaktów z następującymi grupami osób, tak w sieci jak i poza siecią? Użyj skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza znaczne zmniejszenie liczby kontaktów, „5” oznacza znaczne zwiększenie liczby kontaktów, natomiast „3” oznacza, że liczba kontaktów z tymi grupami pozostała na takim samym poziomie:

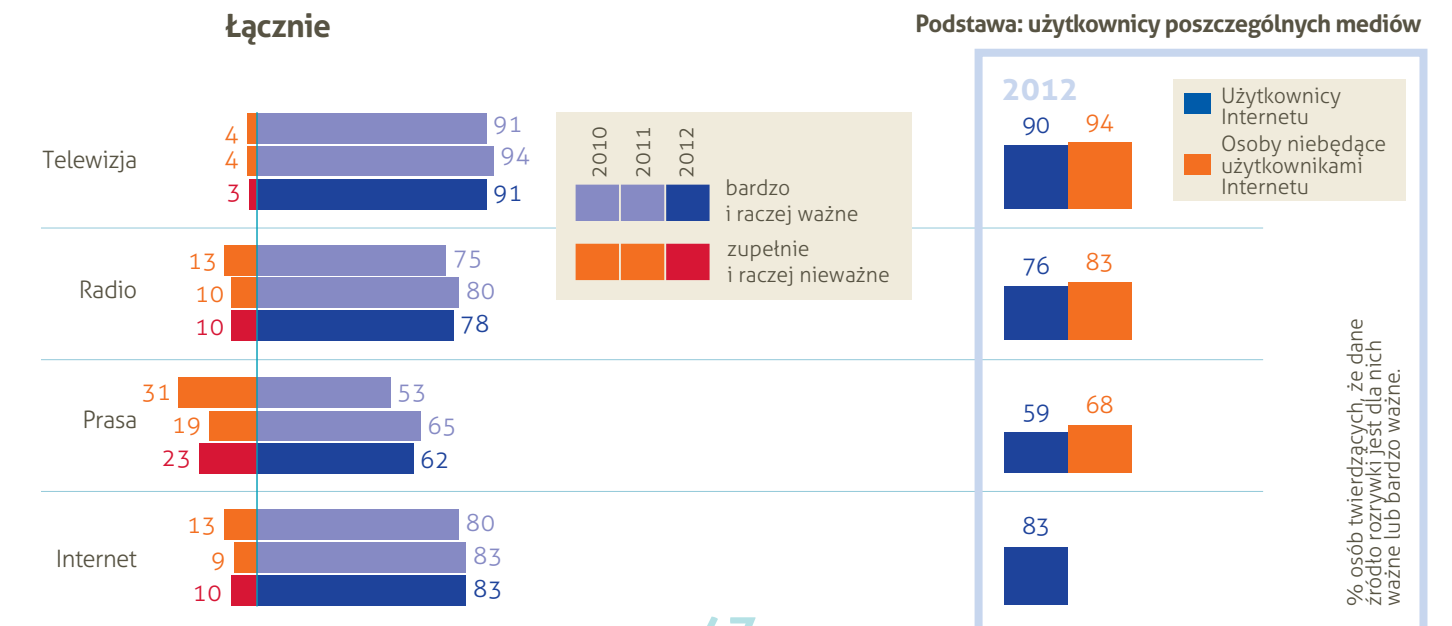


Źródła rozrywki – użytkownicy poszczególnych mediów

Rozrywka

Najważniejszym źródłem rozrywki pozostaje telewizja, a następnie Internet. Znaczenie Internetu kształtuje się na stabilnym poziomie, natomiast ważność prasy jest najniższa.

(P14). Jeśli chodzi o źródło rozrywki, na ile ważne są dla Pana/Pani poniższe źródła? Proszę posłużyć się następującą skalą: 1=zupełnie nieważne, 2=nieważne, 3=nie wiem, 4=ważne, 5=bardzo ważne

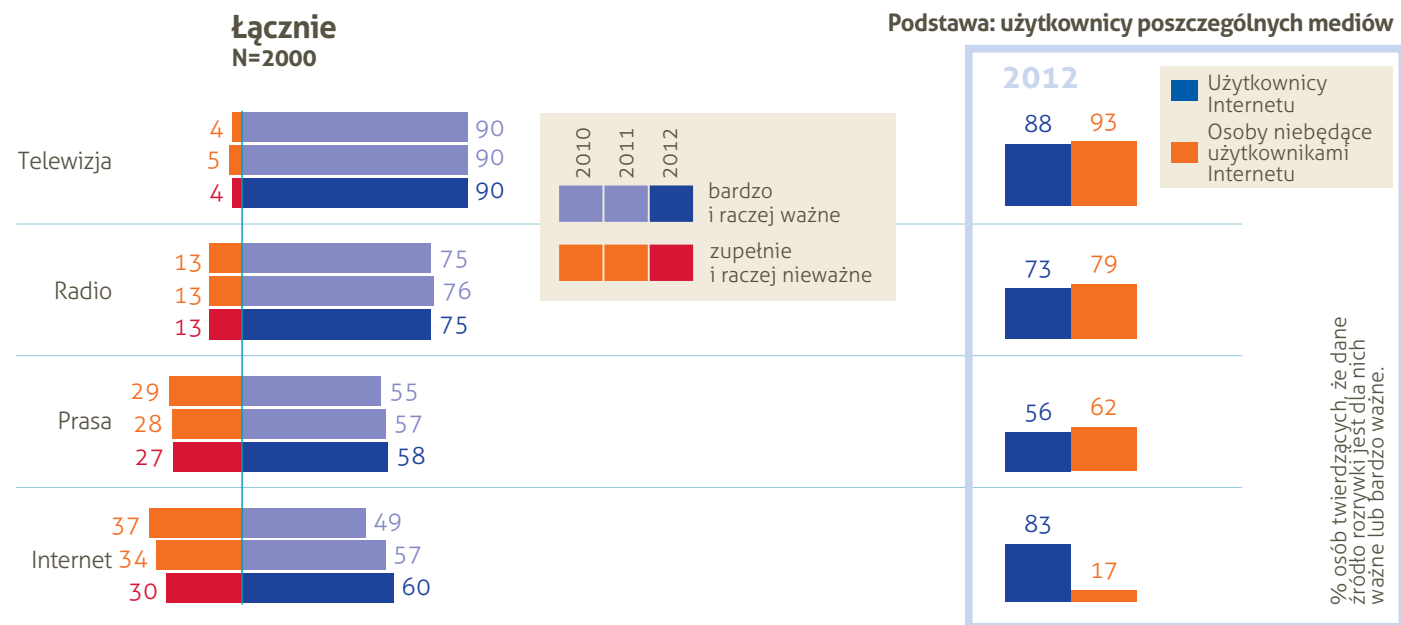


Źródła rozrywki – wszyscy respondenci

Rozrywka

Biorąc pod uwagę wszystkich Polaków, hierarchia przedstawia się identycznie, jak rok wcześniej: najważniejszym medium pozostaje telewizja, a następnie radio. Na ostatnim miejscu plasuje się wspólnie prasa i Internet.

(P14). Jeśli chodzi o źródło rozrywki, na ile ważne są dla Pana/Pani poniższe źródła? Proszę posłużyć się następującą skalą: 1=zupełnie nieważne, 2=nieważne, 3=nie wiem, 4=ważne, 5=bardzo ważne



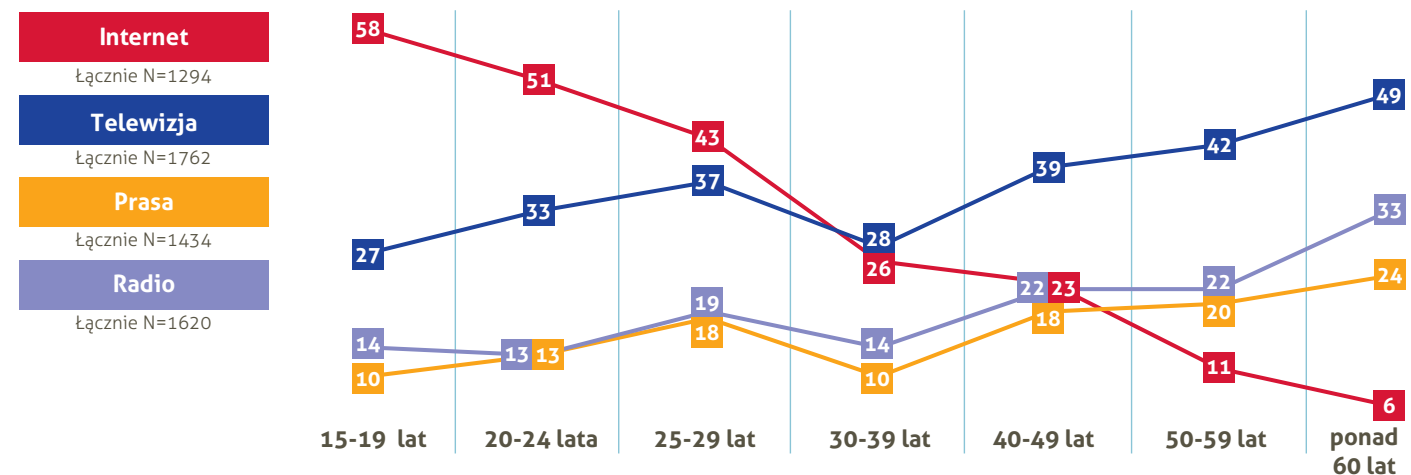
Źródła rozrywki – wg wieku

Rozrywka

Jeżeli chodzi o znaczenie Internetu jako źródła rozrywki, jest ono odwrotnie proporcjonalne do wieku. Nie jest tak w przypadku innych mediów: telewizji, prasy i radia. Wynik ten jest zgodny z wynikami przedstawionymi na poprzednich slajdach - najmłodszy użytkownicy szukają w Internecie najczęściej treści humorystycznych.

(P14). Jeśli chodzi o źródło rozrywki, na ile ważne są dla Pana/Pani poniższe źródła? Proszę posłużyć się następującą skalą: 1=zupełnie nieważne, 2=nieważne, 3=nie wiem, 4=ważne, 5=bardzo ważne

Najważniejsze źródła rozrywki



Rodzaje rozrywki wyszukiwanej w Internecie

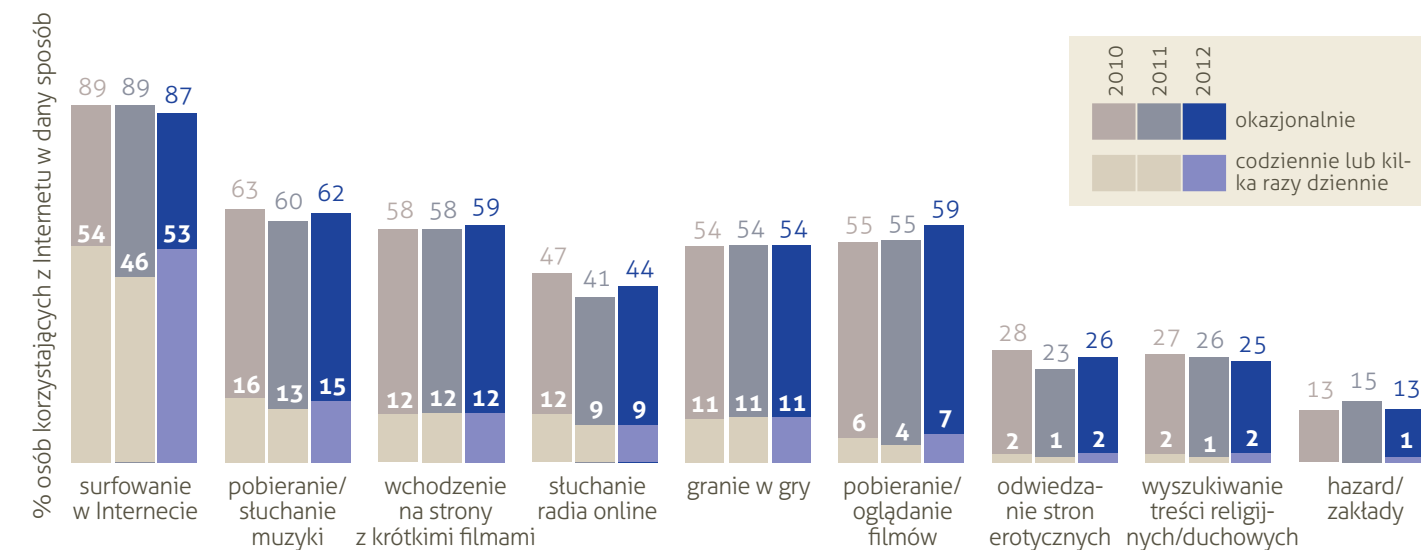
Rozrywka

Najpopularniejszym rodzajem rozrywki w Internecie pozostaje surfowanie w sieci. Ponad połowa internautów ściąga/słucha muzyki, pobiera/ogląda filmy, odwiedza strony z krótkimi filmami lub gra w gry przynajmniej od czasu do czasu.

Użytkownicy Internetu

2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294

(P22). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



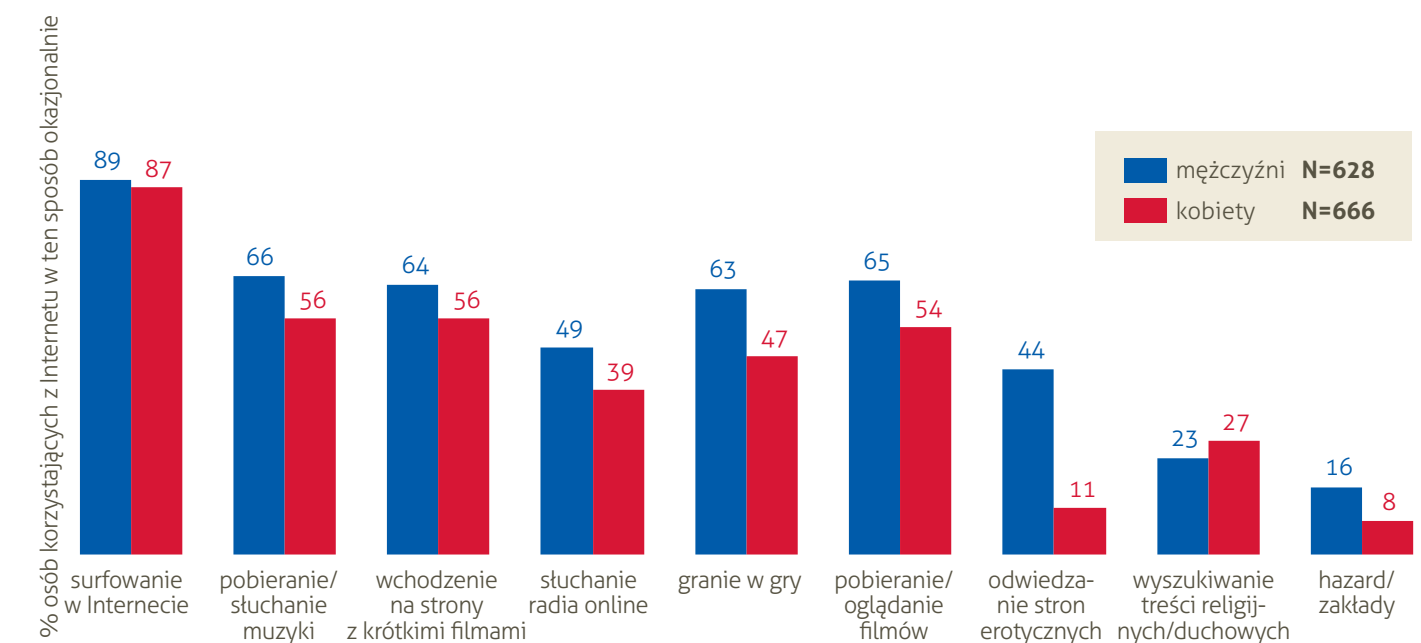
Rodzaje rozrywki wyszukiwanej w Internecie – wg płci, 2012

Rozrywka

Mężczyźni korzystają z dostępnej rozrywki w Internecie częściej niż kobiety.

Użytkownicy Internetu

(P22). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



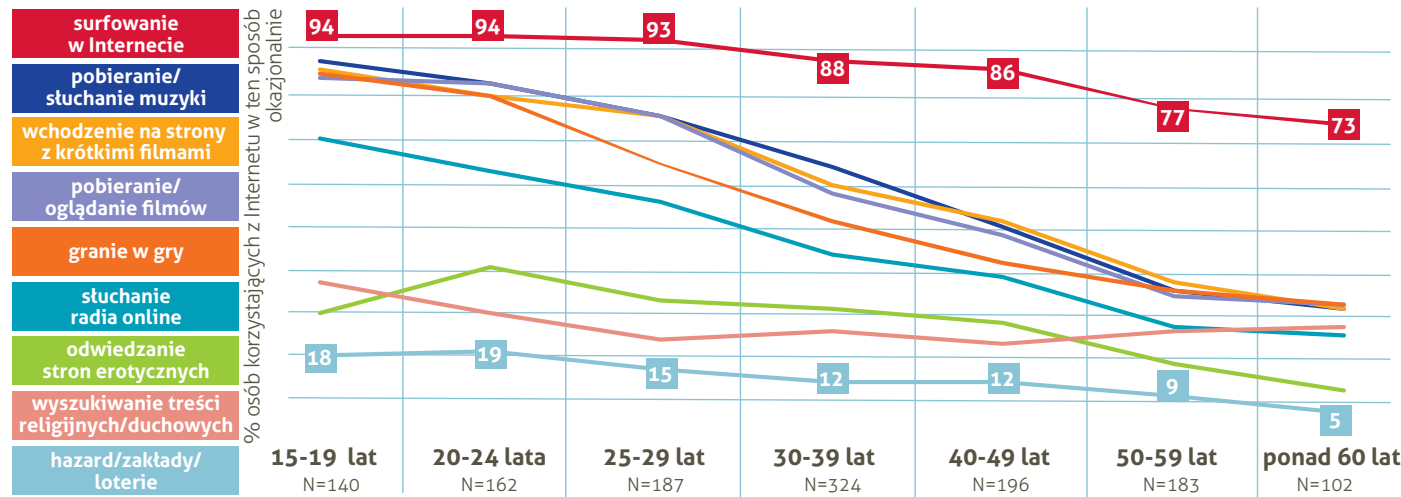
Rodzaje rozrywki wyszukiwanej w Internecie – wg wieku, 2012

Rozrywka

Najbardziej popularnym rodzajem rozrywki wyszukiwanym w Internecie we wszystkich grupach wiekowych jest po prostu surfowanie w sieci. Mimo że chęć do surfowania zmniejsza się z wiekiem, spadek w tym zakresie nie jest tak szybki, jak w przypadku innych czynności popularnych wśród internautów i pozostaje głównym źródłem rozrywki dla najstarszych grup.

Użytkownicy Internetu

(P22). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



Edukacja przez Internet

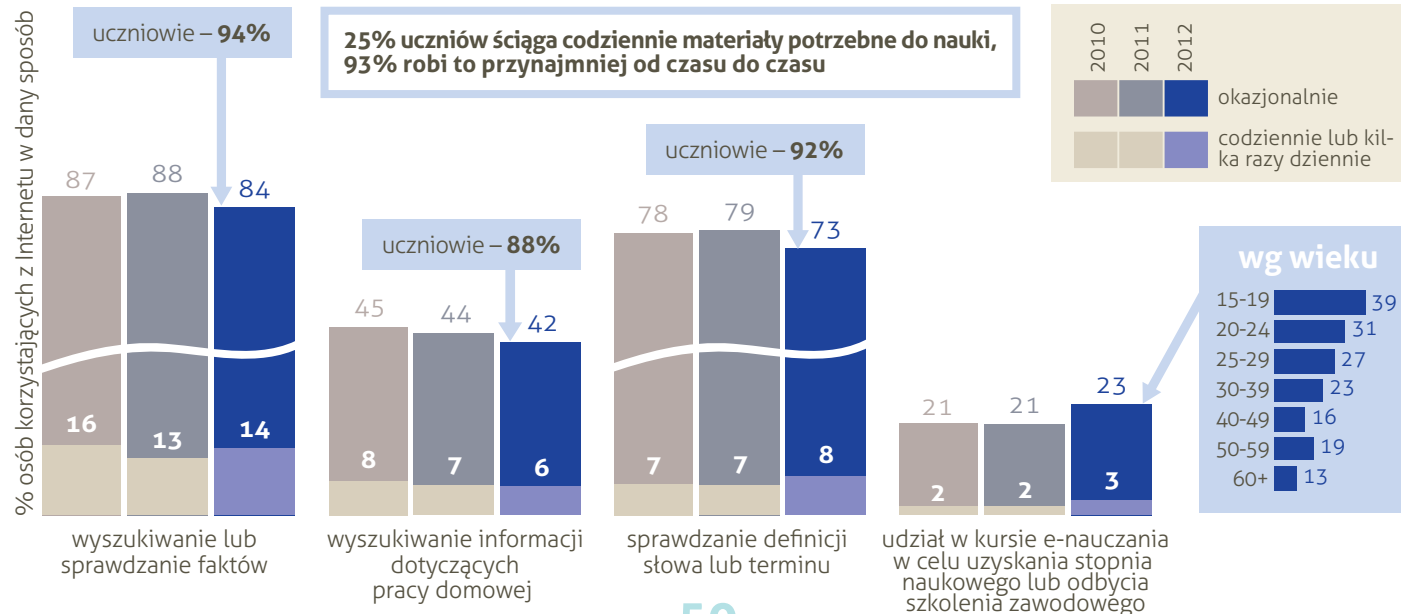
Edukacja

Internet jest powszechnie wykorzystywany w celach edukacyjnych, zwłaszcza przez uczniów. Większość użytkowników Internetu korzystało z niego w celu wyszukiwania lub sprawdzenia faktów, lub sprawdzenia definicji słowa lub terminu. Ponadto, prawie wszyscy uczniowie korzystali z Internetu, aby uzyskać informacje dotyczące pracy domowej. Prawie jedna czwarta użytkowników brała udział w kursach e-nauczania w celu uzyskania stopnia naukowego lub odbycia szkolenia zawodowego. Co ciekawe, na taką aktywność w sieci wskazywały nie tylko najmłodsze grupy internautów. Ponadto, prawie wszyscy uczniowie korzystają z Internetu do ściągania materiałów niezbędnych do nauki, a co czwarty robi to codziennie.

Użytkownicy Internetu

2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294

(P23). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



Rodzaje usług, z których użytkownicy korzystają w Internecie

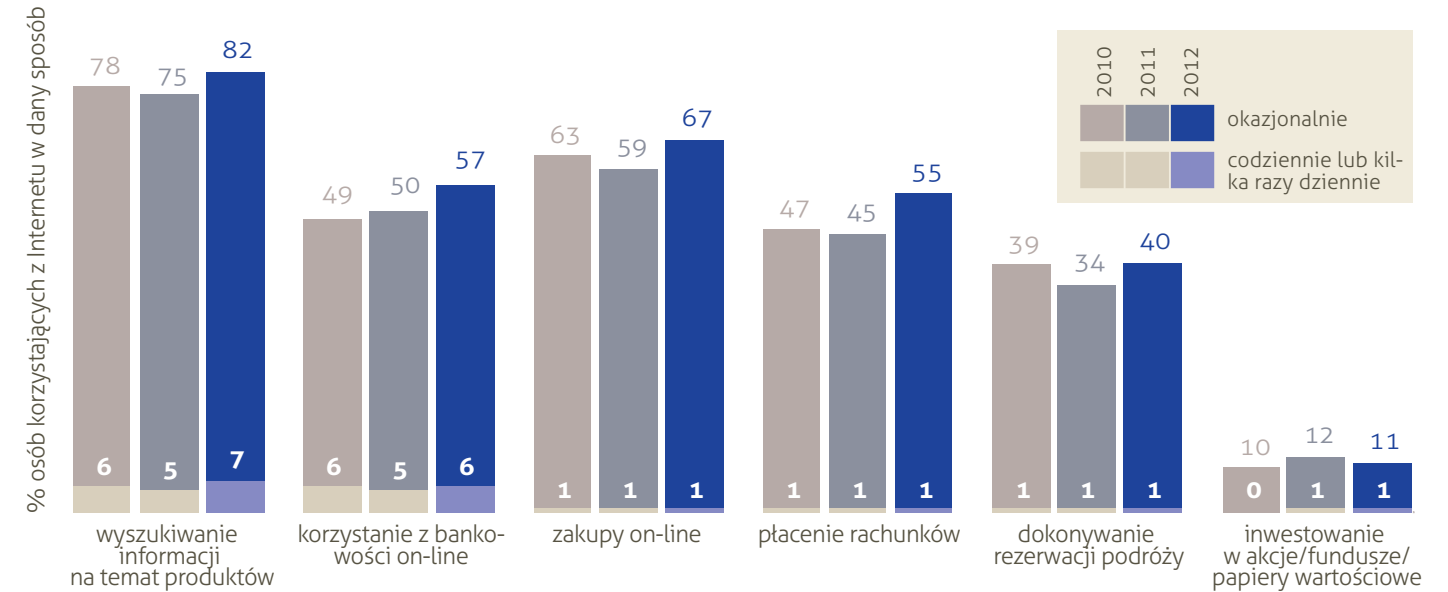
Usługi

W porównaniu z rokiem ubiegłym, wzrosła liczba internautów korzystających z medium w celu wyszukiwania informacji na temat produktów w Internecie, zakupów on-line, bankowości on-line, płatności rachunków i rezerwowania podróży. Inwestowanie w akcje / fundusze / papiery wartościowe pozostaje na tym samym, niskim poziomie. Zajmuje się tym jedynie 1/10 użytkowników Internetu.

Użytkownicy Internetu

2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294

(P23). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



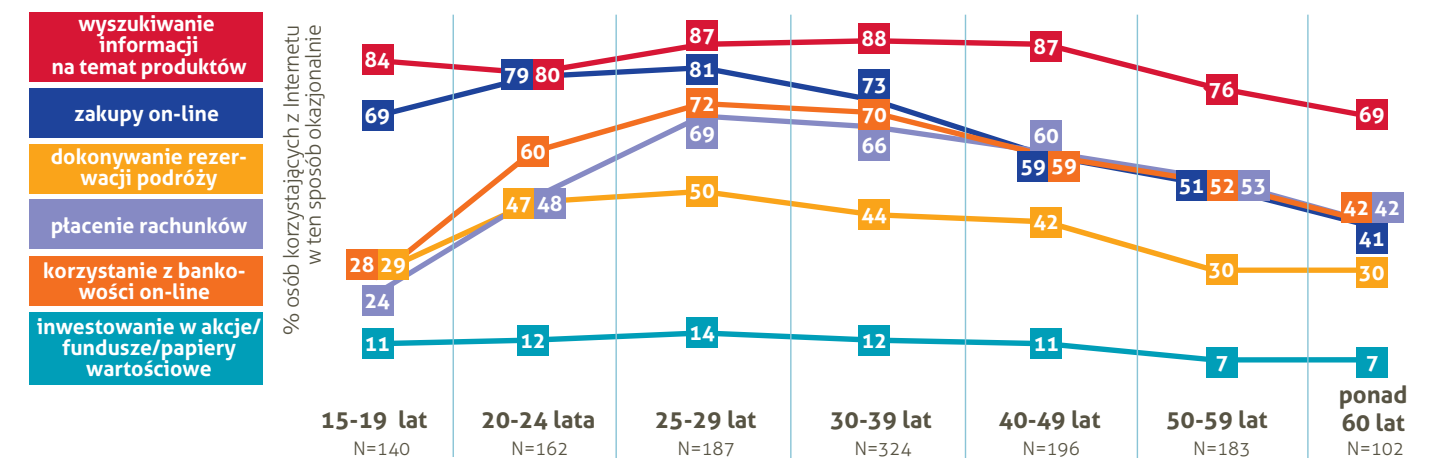
Rodzaje usług, z których użytkownicy korzystają w Internecie – wg wieku, 2012

Usługi

We wszystkich grupach wiekowych powszechną praktyką jest wyszukiwanie informacji na temat produktów w Internecie. Warto zauważyć, że jest to szczególnie popularne wśród najstarszych respondentów. Korzystanie z usług bankowych on-line, płatność rachunków i dokonywanie rezerwacji podróży są najbardziej popularne wśród osób w wieku od 25-49 lat, z których większość pracuje i ma do czynienia z usługami bankowymi.

Użytkownicy Internetu

(P23). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



Twórczość

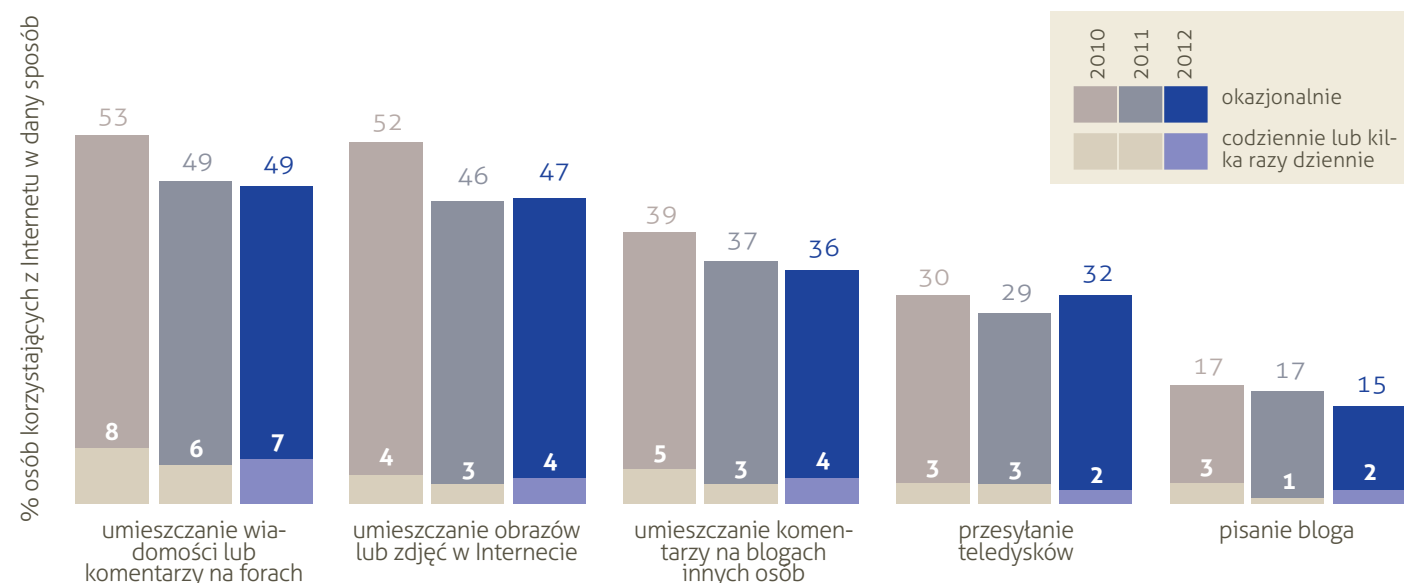
Twórczość

Popularność aktywności związanej z twórczością w Internecie pozostaje na stabilnym poziomie. Prawie co drugi użytkownik Internetu umieszcza obrazy, zdjęcia i wiadomości lub komentarze. Około jedna trzecia z nich zamieszcza komentarze na blogach innych osób i przesyła teledyski. Tylko jeden na siedmiu użytkowników prowadzi bloga.

Użytkownicy Internetu

2010	N=1316
2011	N=1233
2012	N=1294

(P20). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



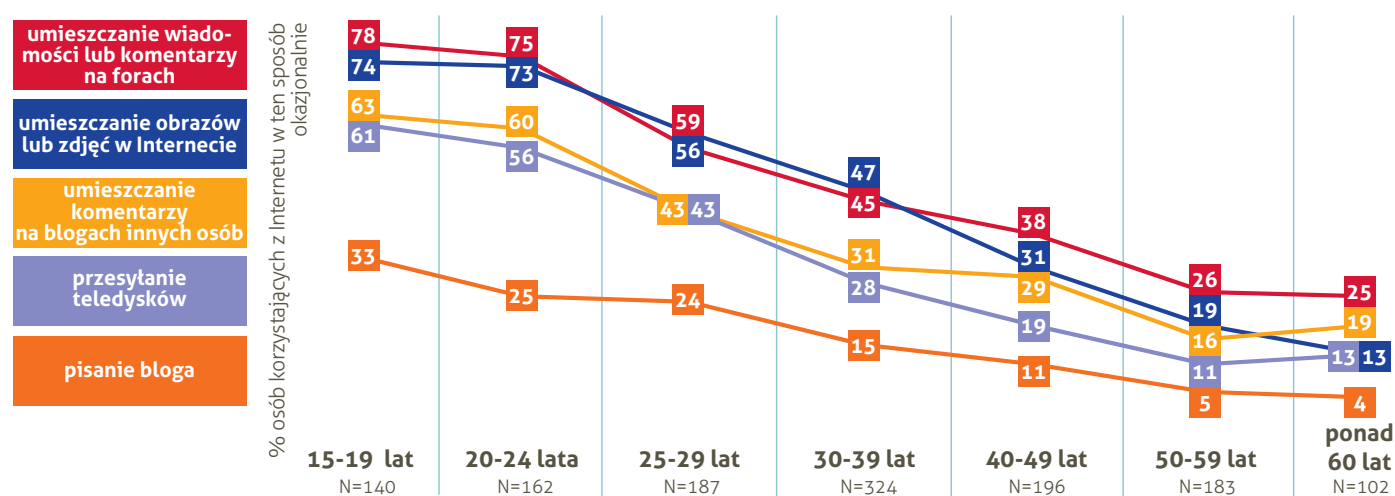
Twórczość – wg wieku, 2012

Twórczość

Podobnie jak w przypadku poprzednich pomiarów, korzystanie z Internetu w zakresie wszystkich analizowanych działalności twórczych maleje gwałtownie wraz z wiekiem. Im starsi respondenci, tym mniejsze prawdopodobieństwo umieszczania przez nich komentarzy, obrazów, zdjęć, przesyłania teledysków lub prowadzenia bloga.

Użytkownicy Internetu

(P20). Jak często korzysta Pan(i) z Internetu w następujących celach?



Kultura

Dyskutując o Internecie, nie sposób uniknąć pytań dotyczących jego związku z kulturą. Więzy pomiędzy tymi dwiema dziedzinami mogą być rozpatrywane na dwa sposoby.

Pierwszą kwestią jest, czy korzystanie z Internetu prowadzi do ograniczenia czasu spędzanego na czytaniu książek.

Kolejne pytanie dotyczy swobodnego i bezpłatnego dostępu do kultury w Internecie, który bardzo często jest nielegalny. Bez wątpliwości wiele osób korzysta z sieci, aby skorzystać z dóbr kultury, do których nie miałyby dostępu w inny sposób. Inną ciekawą kwestią jest to, dlaczego internauci pobierają filmy, muzykę, gry, itp. za darmo – czy dlatego, że nie chcą za nie zapłacić, czy też po prostu chcą je wypróbować przed zakupem?

- Czytanie książek
- Płatny i bezpłatny dostęp do dóbr kultury w Internecie

Czytanie książek

Podobnie jak w poprzednich latach, użytkownicy Internetu deklarują, że czytają więcej książek, niż osoby niebędące użytkownikami Internetu

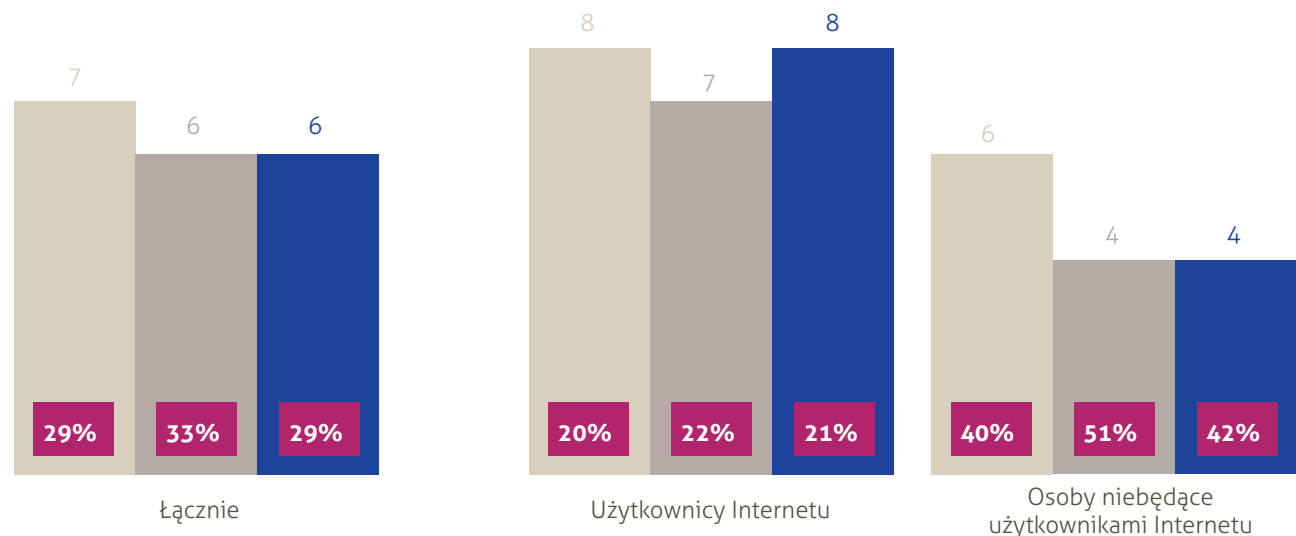
Liczba książek przeczytanych w ciągu roku

Podstawa: wszyscy respondenci

2010
2011
2012

Nie przeczytał żadnej książki

2% 2% Polaków posiada czytniki książek i magazynów (np. Kindle, Nook)



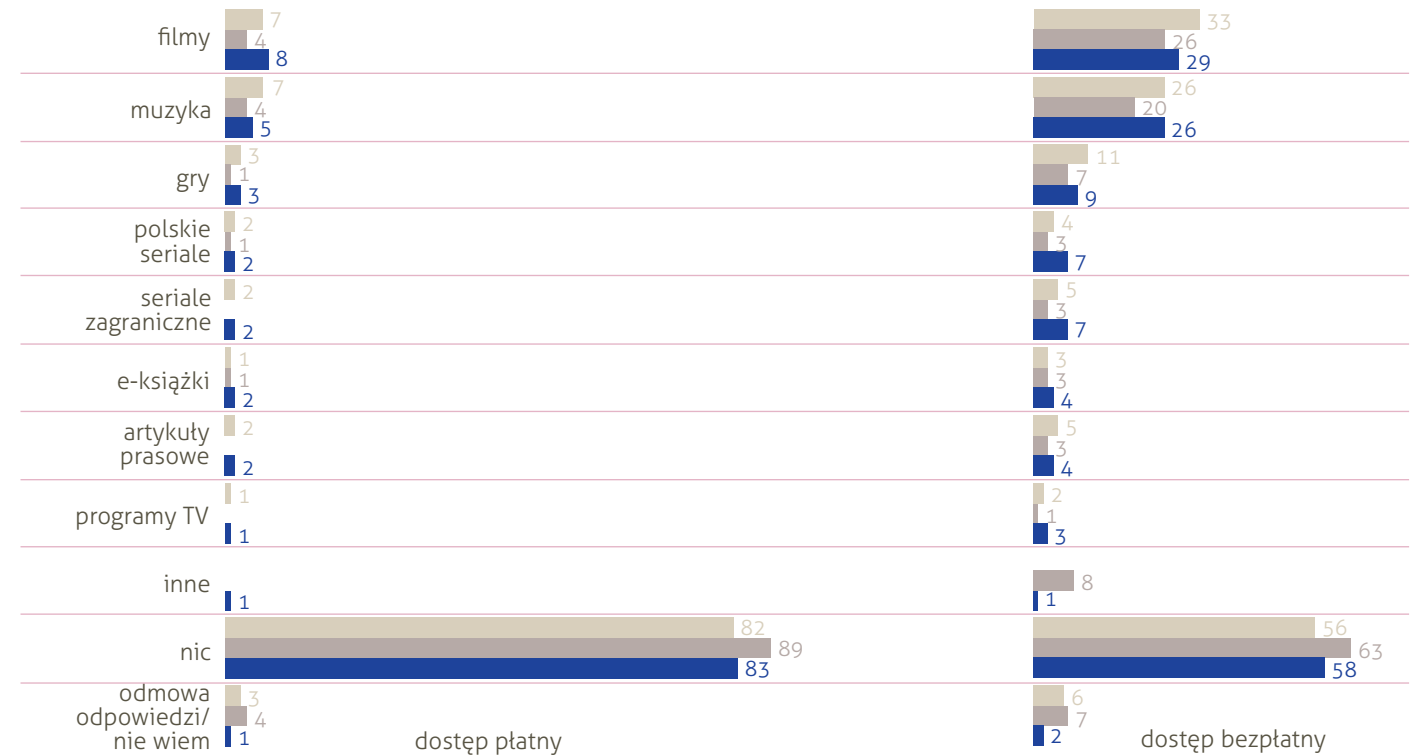
Płatny i bezpłatny dostęp do dóbr kultury w Internecie

Płatny i bezpłatny dostęp

Ponad 1/4 użytkowników Internetu przyznaje się do ściągania muzyki i filmów za darmo. Co dziesiąty użytkownik ściąga za darmo gry.

Internet users
2010 N=1316
2011 N=1233
2012 N=1294

(P25g). W Internecie można korzystać z niektórych treści odpłatnie lub bezpłatnie. Proszę powiedzieć, czy zdarzyło się Panu/Pani w ciągu ostatnich 12 miesięcy płacić za dostęp w Internecie do: (P25h). Istnieje też możliwości bezpłatnego korzystania z tych treści. Proszę powiedzieć, czy zdarzyło się Panu/Pani w ciągu ostatnich 12 miesięcy ściągać z Internetu:



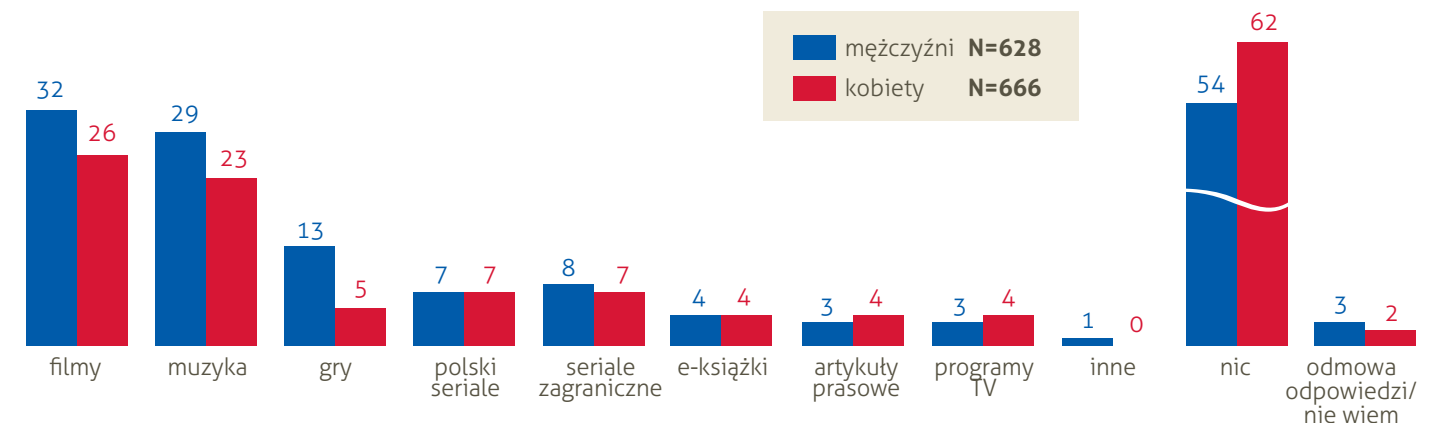
Bezpłatny dostęp do dóbr kultury w Internecie – wg płci

Płatny i bezpłatny dostęp

Mężczyźni ściągają darmową muzykę, filmy i gry częściej, niż kobiety.

Użytkownicy Internetu

(P25h). Czy zdarzyło się Panu/Pani w ciągu ostatnich 12 miesięcy ściągać za darmo z Internetu:



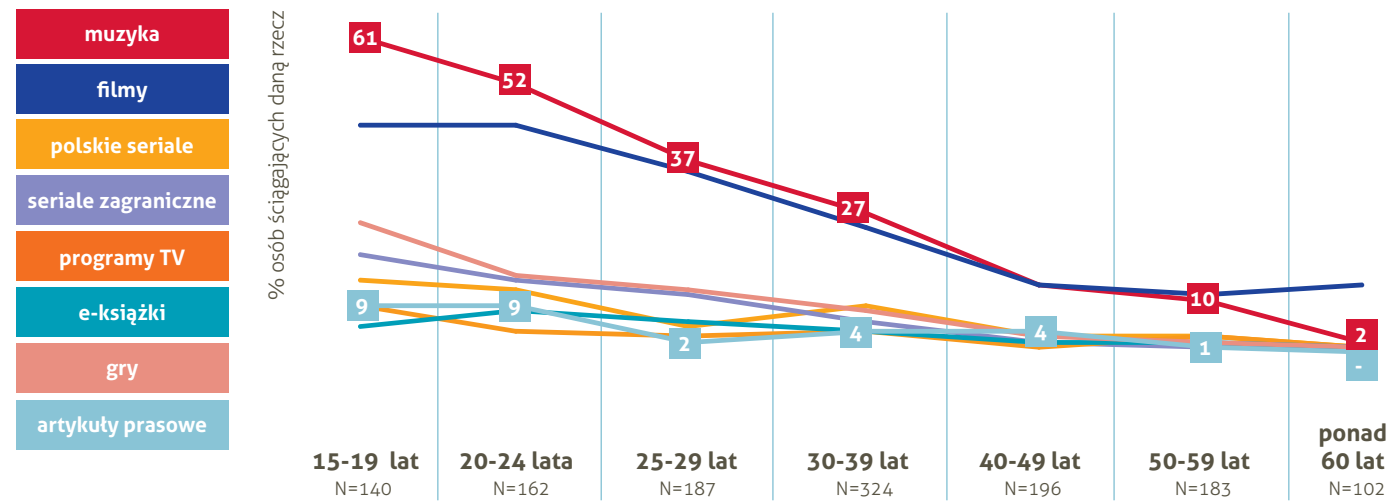
Bezpłatny dostęp do dóbr kultury w Internecie – wg wieku, 2012

Płatny i bezpłatny dostęp

Im starsi użytkownicy Internetu, tym mniej rzeczy ściągną za darmo.

Użytkownicy Internetu

(P25h). Czy zdarzyło się Panu/Pani w ciągu ostatnich 12 miesięcy ściągnąć za darmo z Internetu:



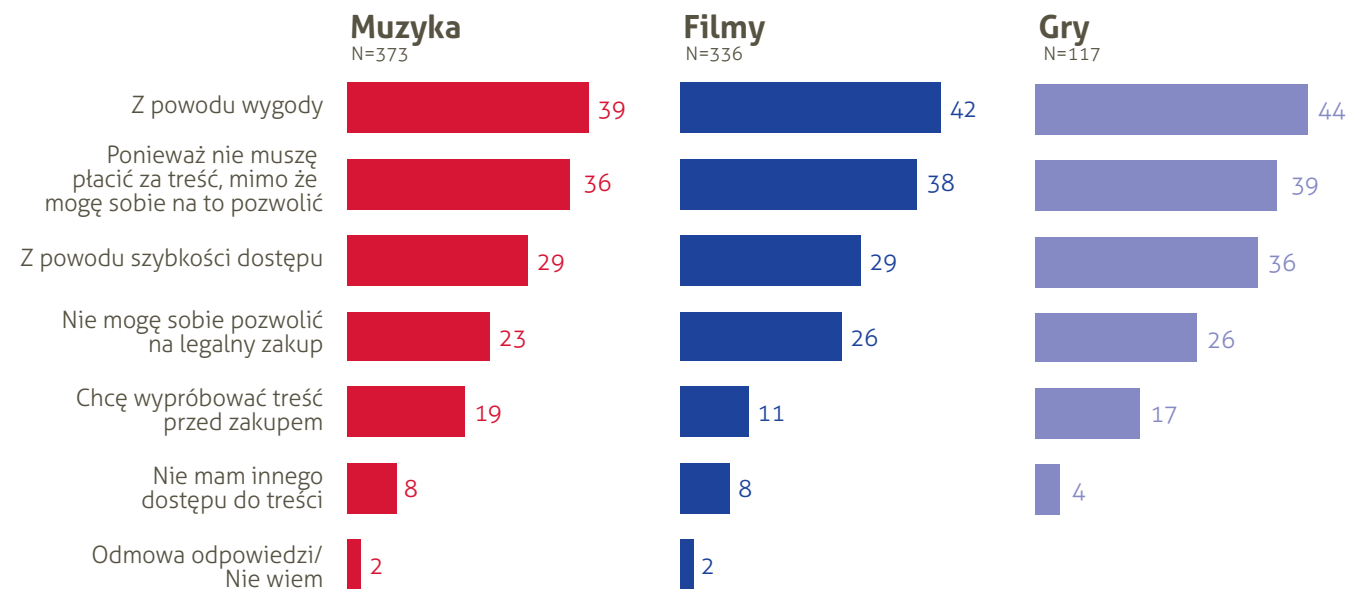
Przyczyny korzystania z bezpłatnego dostępu do dóbr kultury w Internecie

Płatny i bezpłatny dostęp

Główną przyczyną ściągnięcia muzyki, gier i filmów za darmo jest wygoda, następnie możliwość niepłacenia, nawet jeśli dana osoba może sobie pozwolić na zakup treści.

Użytkownicy Internetu ściągnający treści za darmo

(P25i). Z jakich powodów ściąga Pan(i) bezpłatnie poniższe:



Regulacja i kontrola

Z Internetem wiążą się nie tylko możliwości, ale także zagrożenia. Z jednej strony, sieć zapewnia szeroki dostęp do informacji, rozrywki itp., z drugiej może być wykorzystywana jako narzędzie umożliwiające naruszanie prywatności innych osób lub ich anonimowego znieważania. Niektóre osoby boją się również dokonywania transakcji przez Internet, lub wierzą, że ich działania online są monitorowane, a następnie wykorzystywane przez rząd lub firmy.

Ten rozdział bada, w jakim stopniu Polacy czują się bezpiecznie w Internecie, oraz opisuje rodzaje oprogramowania zabezpieczającego, którego używają i ich postawę wobec regulacji dotyczących Internetu. Rozdział poświęcony jest również postrzeganiu Internetu jako źródła władzy politycznej.

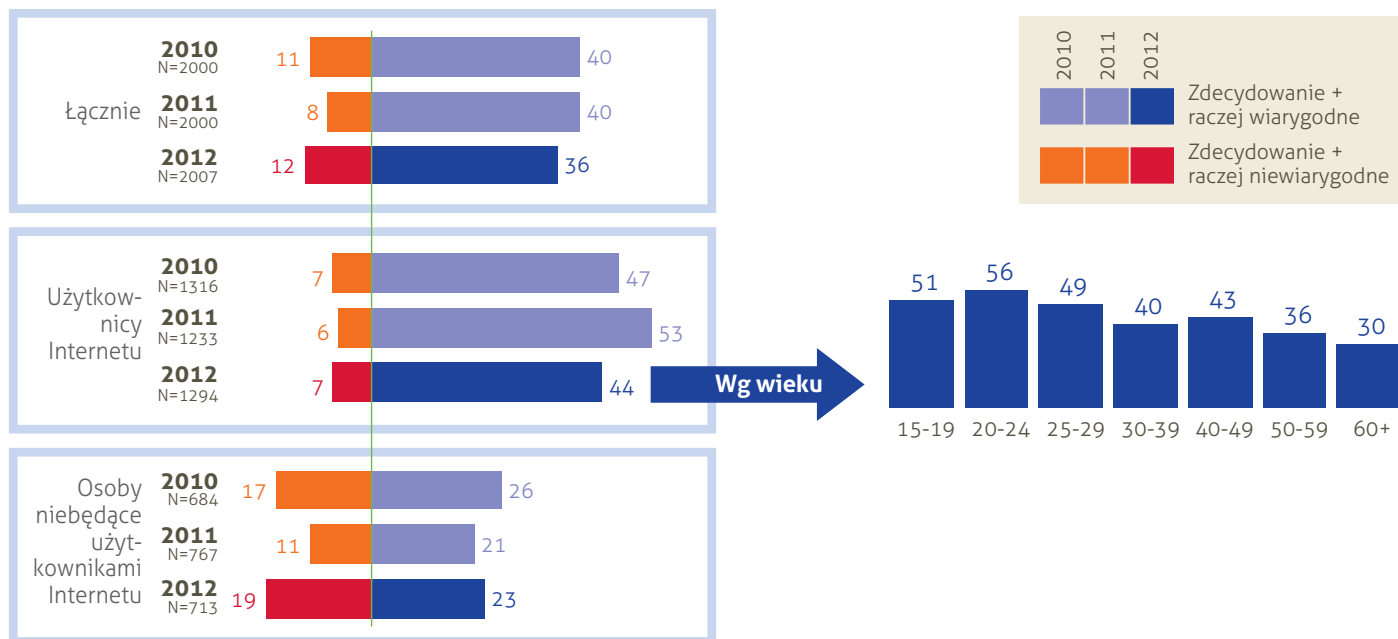
- **Zaufanie**
- **Polityka**
 - I Internet jako źródło władzy politycznej
 - II Internet jako miejsce do wyrażania opinii i sprawowania kontroli
- **Negatywne doświadczenia**
- **Bezpieczeństwo w Internecie**
 - I Oprogramowanie
 - II Postrzeżenie zagrożeń
- **Regulacja**

Wiarygodność informacji pochodzących z Internetu

Zaufanie

Użytkownicy Internetu podchodzą bardziej sceptycznie do informacji pochodzących z Internetu w porównaniu z ubiegłym rokiem. Im starsi użytkownicy, tym mniejsze zaufanie do treści internetowych.

(P12). Proszę spróbować ocenić jaka część ogółu informacji z Internetu jest godna zaufania? Proszę posłużyć się skalą, gdzie „1” oznacza, że żadne informacje z Internetu nie są godne zaufania a „5” oznacza, że wszystkie te informacje są godne zaufania.

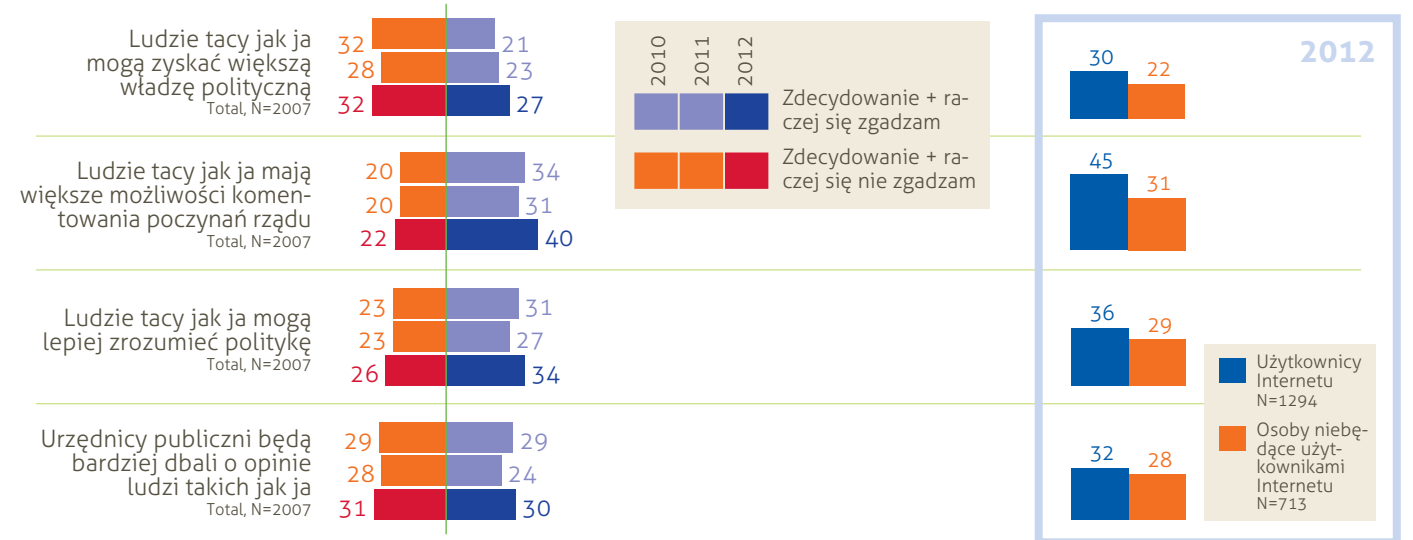


Internet jako źródło władzy politycznej

Polityka

Internet nie jest postrzegany jako skuteczne narzędzie wpływające na politykę, niemniej jednak, w porównaniu z rokiem ubiegłym, coraz więcej Polaków zaczyna dostrzegać jego potencjał w tym kierunku.

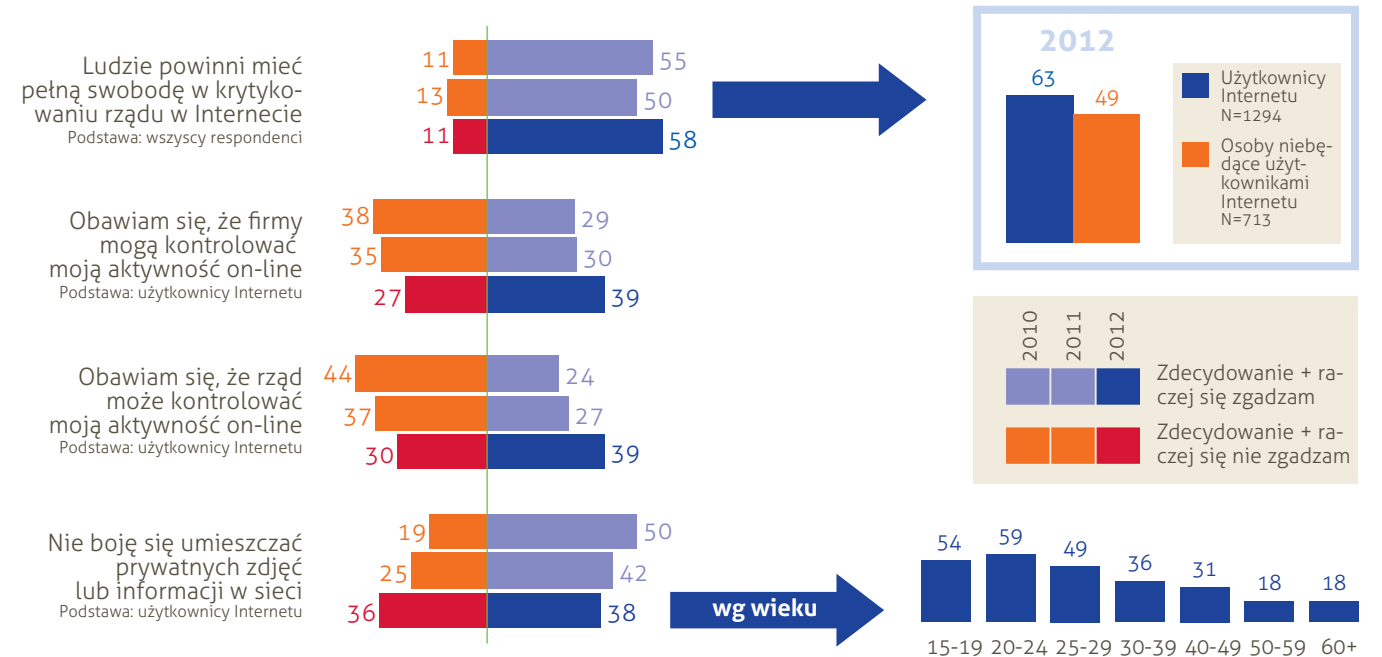
(P11). Przeczytam teraz listę stwierdzeń. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z nich. Proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza, że zdecydowanie się Pan/i nie zgadza, a „5” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza. Proszę pamiętać, że może Pan/i wskazać dowolną liczbę od 1 do 5. Czy myśli Pan(i), że korzystając z Internetu:



Zachowanie prywatności

Prywatność

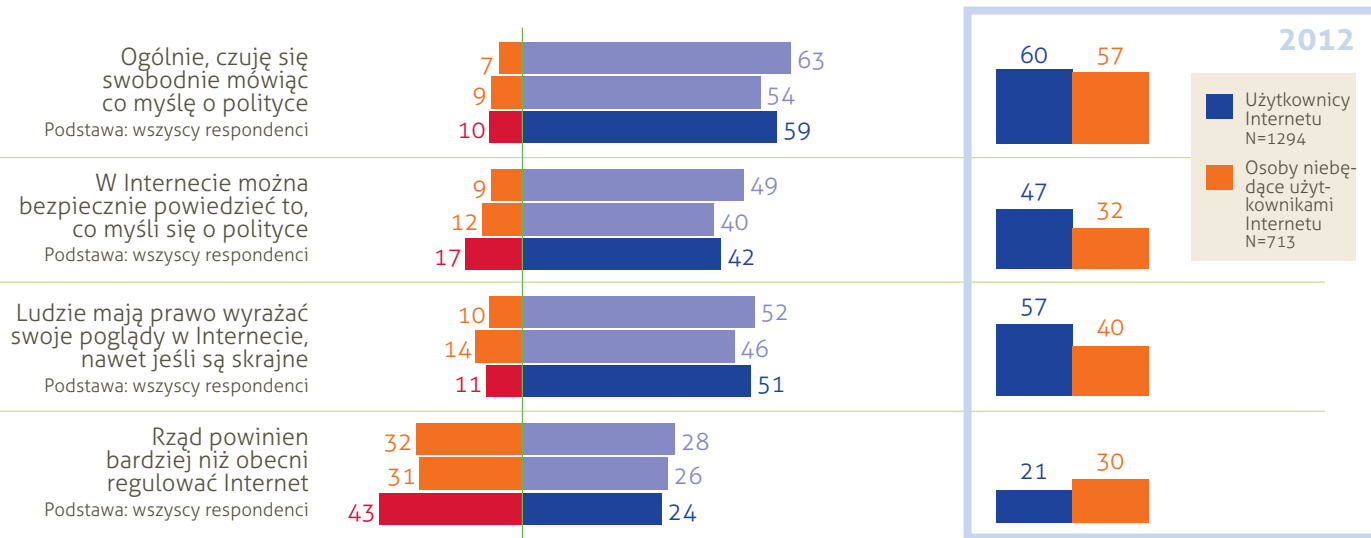
Polacy zaczynają coraz bardziej ostrożnie podchodzić do Internetu. Obawiają się, że rząd lub firmy mogą gromadzić informacje o ich aktywności on-line i mniej chętnie przekazują informacje osobiste w sieci. Jednocześnie wykazują większą tolerancję dla krytykowania rządu w Internecie.



Internet jako miejsce do wyrażania opinii i sprawowania kontroli

Polityka

W porównaniu z ubiegłym rokiem, Polacy podchodzą bardziej niechętnie do rządowej kontroli Internetu, ale wykazują większą tolerancję dla wyrażania skrajnych idei w sieci. Z drugiej strony, w przeciągu trzech ostatnich lat wzrósł odsetek osób, które nie czują się bezpiecznie mówiąc, co myślą o polityce, w Internecie,



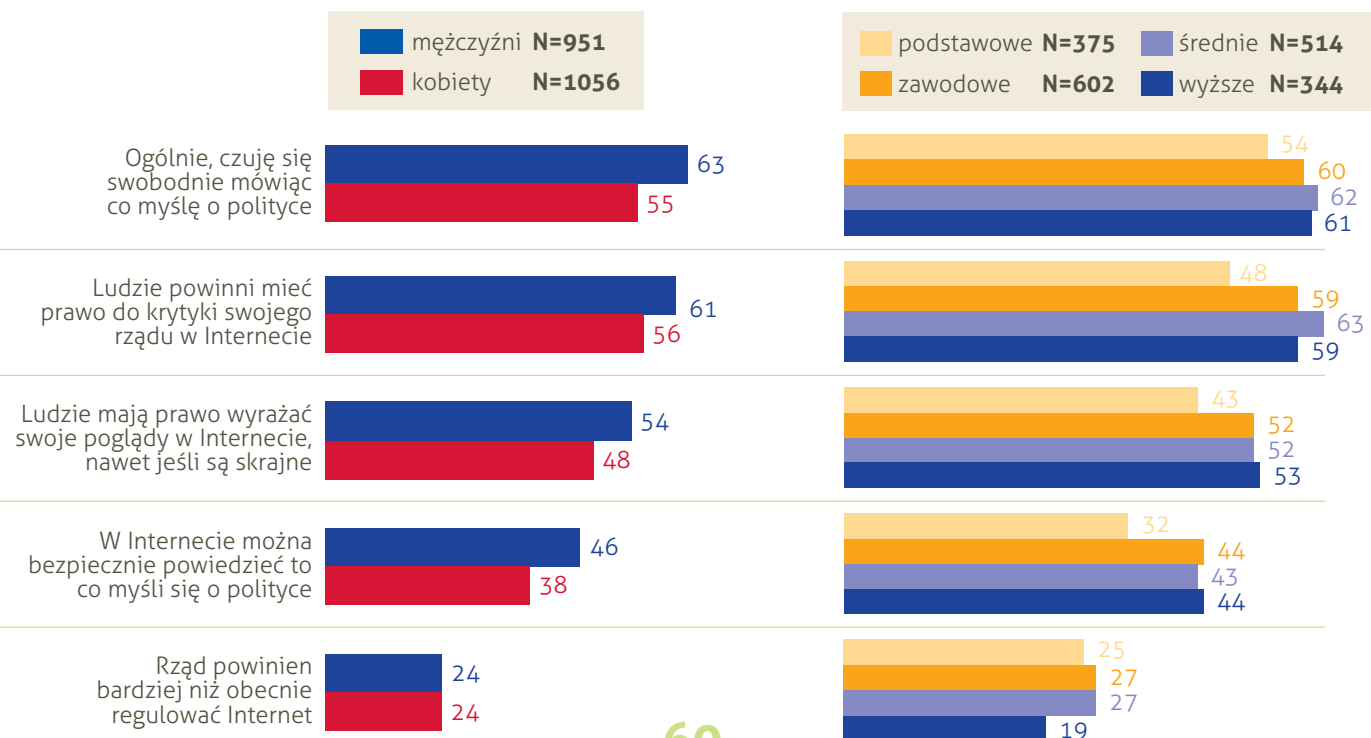
Internet jako miejsce do wyrażania opinii i sprawowania kontroli – wg płci i wykształcenia

Polityka

Jeżeli chodzi o wyrażanie nawet skrajnych poglądów w Internecie, mężczyźni są nieco bardziej tolerancyjni niż kobiety. Co więcej, lepiej wykształceni respondenci są bardziej zorientowani na swobodę wypowiedzi.

Łącznie

(P241). Przeczytam teraz listę stwierdzeń. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z nich. Proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza, że zdecydowanie się Pan/i nie zgadza, a „5” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza. Proszę pamiętać, że może Pan(i) wskazać dowolną liczbę od 1 do 5:



60

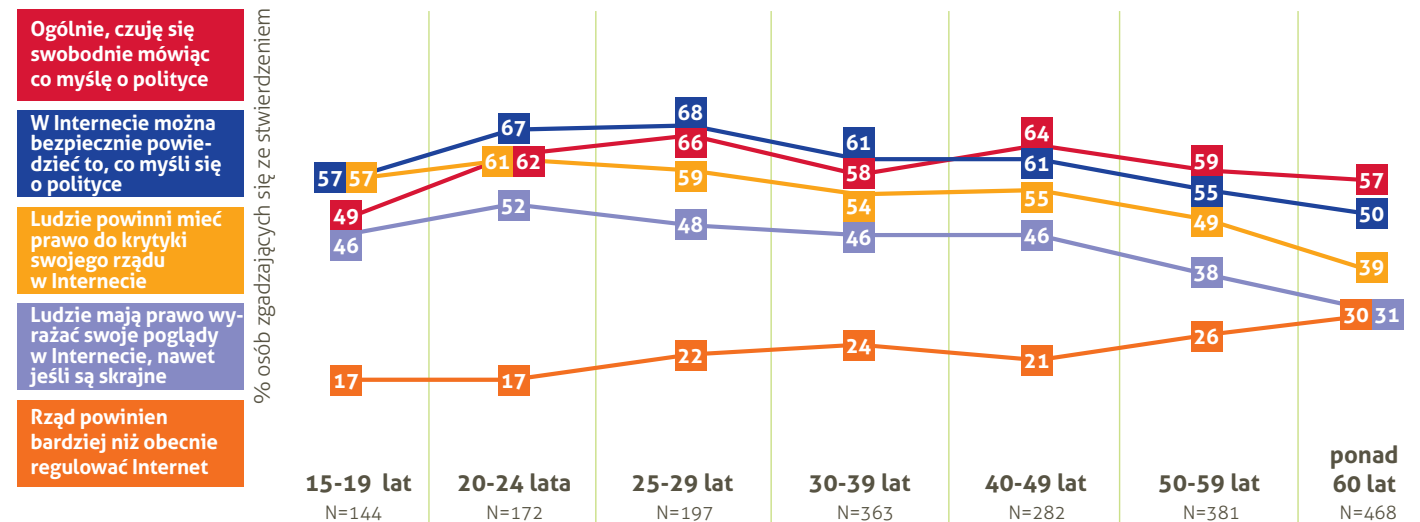
Internet jako miejsce do wyrażania opinii i sprawowania kontroli – wg wieku

Polityka

Polacy wraz z wiekiem bardziej zgadzają się ze stwierdzeniem, że rząd powinien kontrolować Internet w większym stopniu niż obecnie. Co zaskakujące, najmłodsze grupy czują się mniej bezpiecznie, mówiąc co myślą o polityce w Internecie, niż starsi respondenci (20-30).

Łącznie

(P241). Przeczytam teraz listę stwierdzeń. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z nich. Proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza, że zdecydowanie się Pan/i nie zgadza, a „5” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza. Proszę pamiętać, że może Pan(i) wskazać dowolną liczbę od 1 do 5:



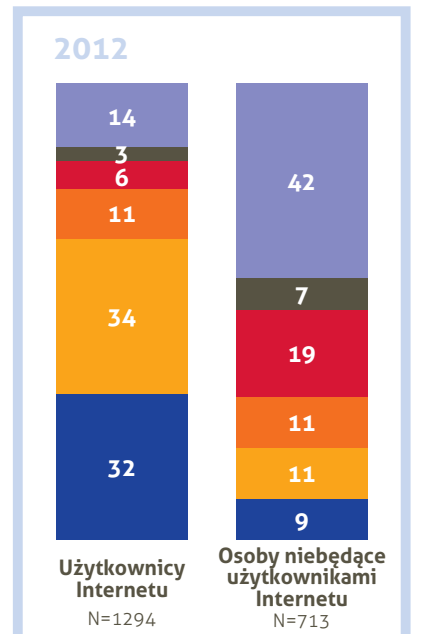
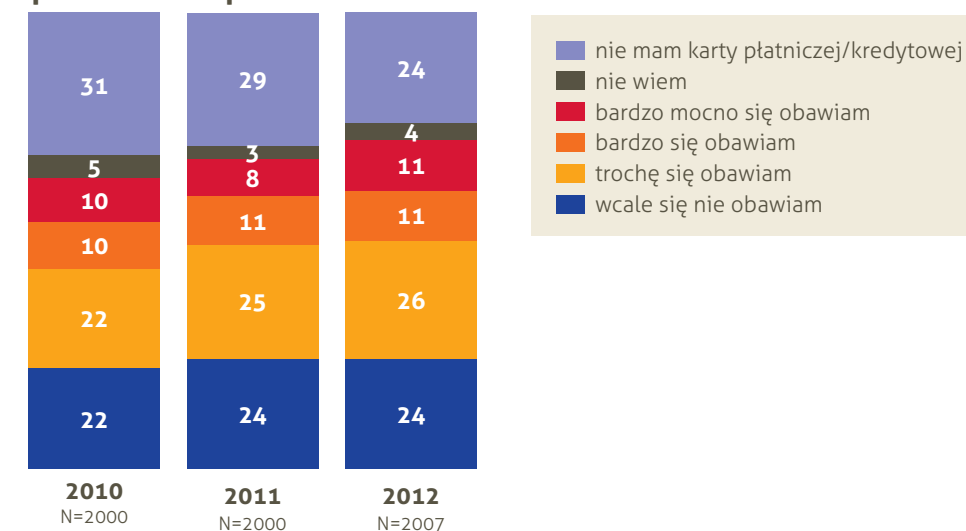
Transakcje kartami kredytowymi

Bezpieczeństwo

Zaufanie do transakcji za pomocą kart kredytowych/płatniczych wykonywanych w Internecie pozostaje na stabilnym poziomie – jedynie 1/4 Polaków czuje się całkowicie bezpiecznie realizując takie transakcje (1/3 użytkowników Internetu).

(P7-72). Na ile obawia się Pan(i) transakcji za pomocą karty kredytowej lub płatniczej przy zakupach przez Internet

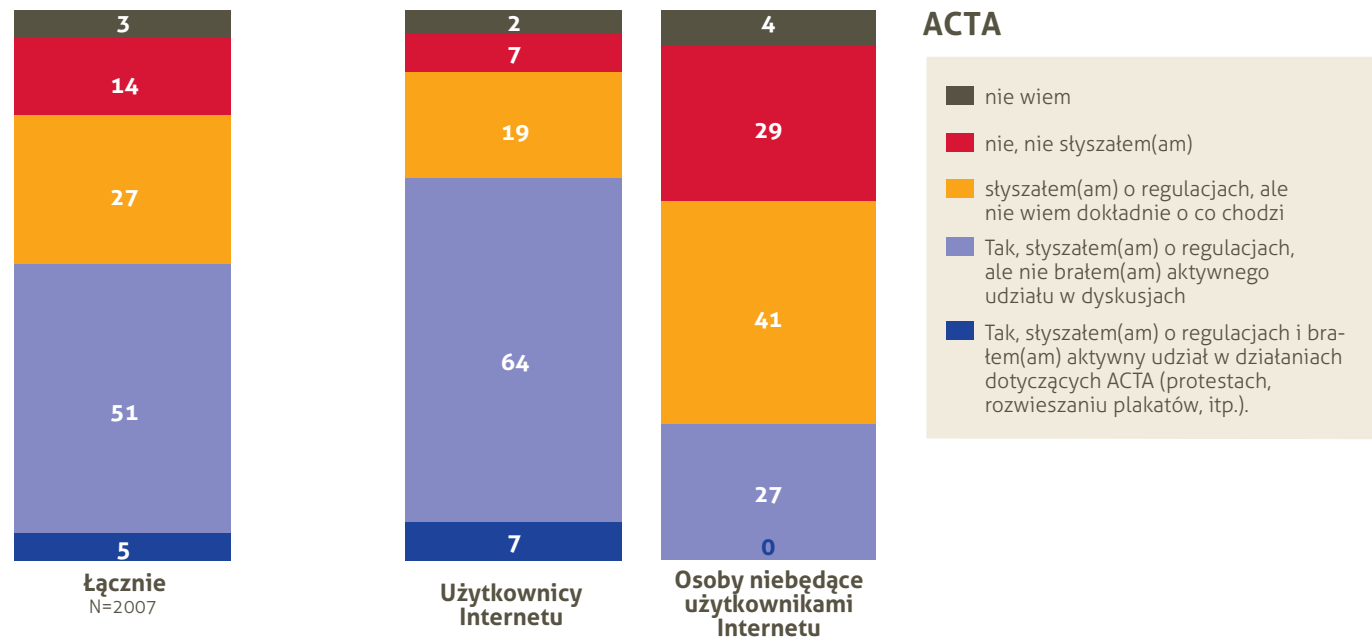
Transakcje za pomocą kart płatniczych/kredytowych podczas zakupów on-line



61

Proponowane regulacje ACTA były w ubiegłym roku szeroko dyskutowane w Polsce, m.in. w debatach telewizyjnych. Spowodowały także protesty na ulicach. 5% Polaków aktywnie uczestniczyło w działaniach dotyczących ACTA – co nie dziwi, użytkownicy Internetu byli o wiele bardziej zainteresowani tą problematyką niż osoby niekorzystające z sieci.

(P73). Niedawno przez Polskę przetoczyła się dyskusja na temat porozumienia ACTA dotyczącego min. ochrony praw autorskich w Internecie. Czy słyszał(a) Pan(i) o tym?

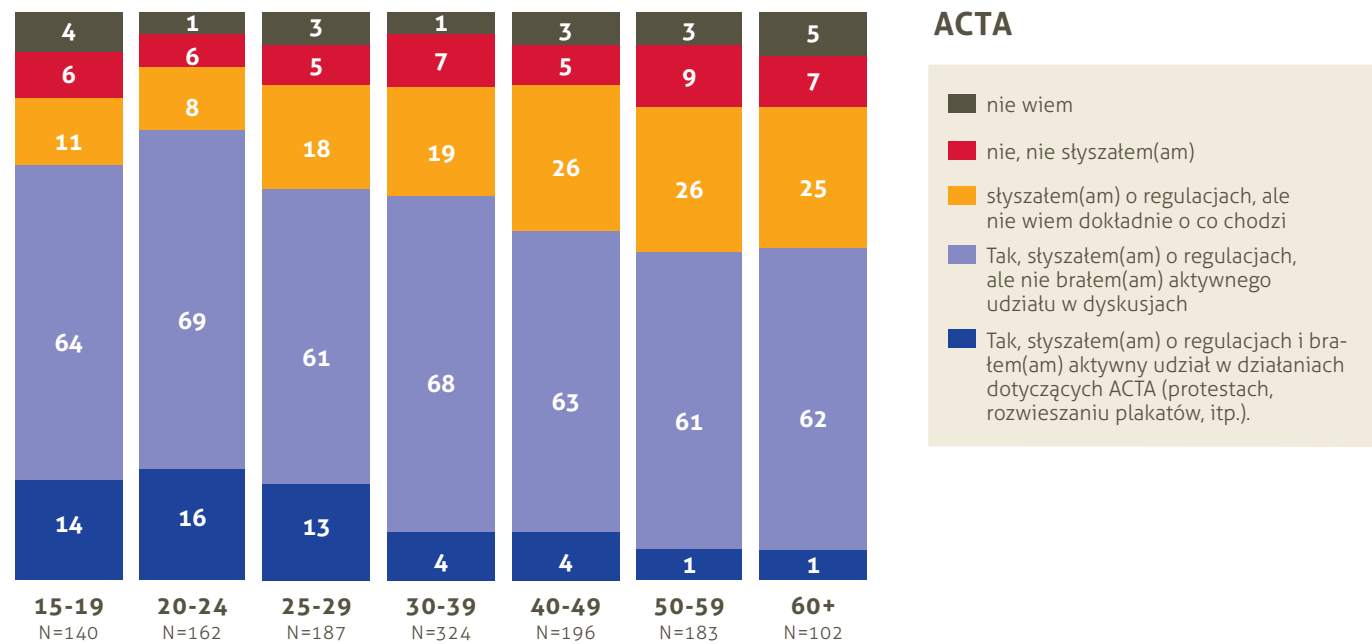


ACTA 2012 wg wieku

Im młodszy użytkownicy Internetu, tym chętniej aktywnie uczestniczyli w działaniach dotyczących ACTA.

Użytkownicy Internetu

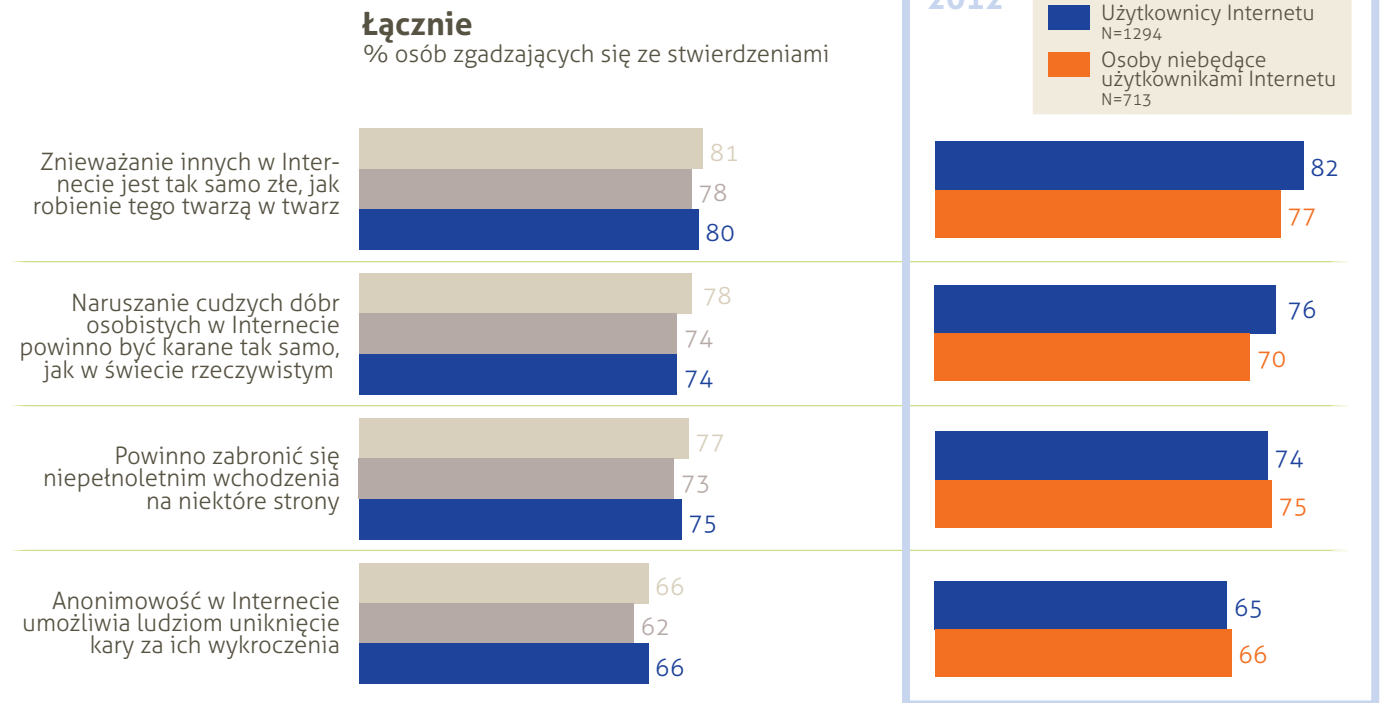
(P73). Niedawno przez Polskę przetoczyła się dyskusja na temat porozumienia ACTA dotyczącego min. ochrony praw autorskich w Internecie. Czy słyszał(a) Pan(i) o tym?



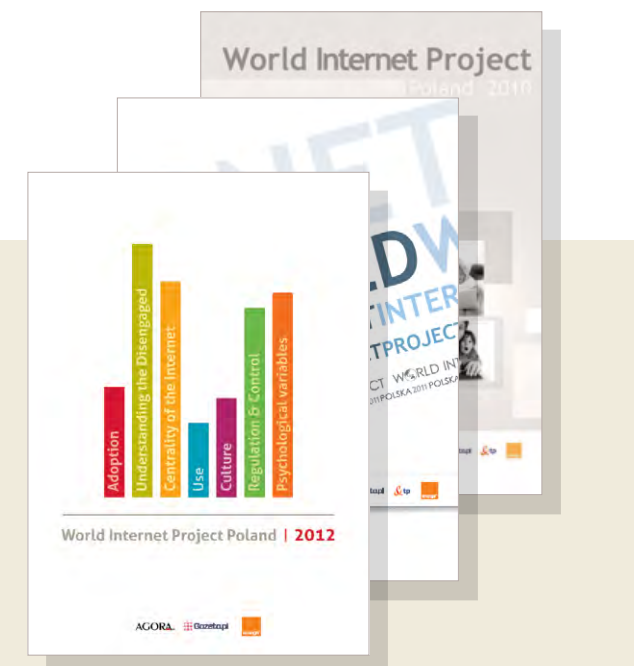
Użytkownicy Internetu w zasadzie nie różnią się od osób z niego niekorzystających w zakresie podejścia do zasad savoir-vivre'u w Internecie. Większość użytkowników Internetu oraz osób niebędących użytkownikami twierdzi, że osoby w Internecie powinny zachowywać się w sposób przyzwoity, podobnie jak w świecie rzeczywistym. Co więcej, trzy czwarte badanych uważa, że osobom niepełnoletnim powinno zabronić się wchodzenia na niektóre strony. W opinii 2/3 respondentów, bezkarność w Internecie wynika z anonimowości.

2010
2011
2012

(P76). Przeczytam teraz listę stwierdzeń. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z nich. Proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) nie zgadza, a „5” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza.

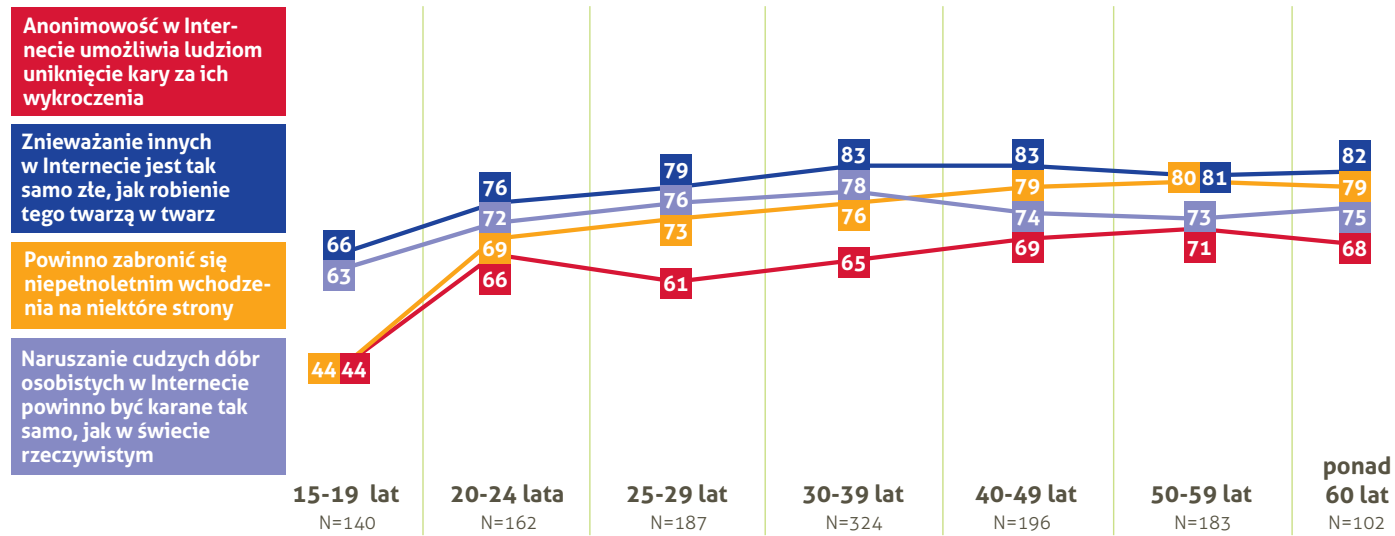


Raporty „World Internet Project. Poland” na lata 2010, 2011 i 2012 są dostępne on-line na stronie: Worldinternetproject.net



Podobnie jak w przypadku poprzednich pomiarów, wszystkie grupy wiekowe za wyjątkiem najmłodszej (najbardziej liberalnej) wyrażały wspólne poglądy dotyczące zasad, które powinny być przestrzegane w Internecie.

(P76). Przeczytam teraz listę stwierdzeń. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z nich. Proszę użyć skali od 1 do 5, gdzie „1” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) nie zgadza, a „5” oznacza, że zdecydowanie się Pan(i) zgadza.



Raporty „World Internet Project. Poland” na lata 2010, 2011 i 2012 są dostępne on-line na stronie: Worldinternetproject.net



Zmienne psychologiczne

W poniższych pomiarach wykorzystano cztery zmienne powszechnie stosowane w socjopsychologii.

Sprawdziliśmy, jak bardzo użytkownicy Internetu różnią się od osób z niego niekorzystających w przypadku umiejscowienia kontroli, integracyjnego i pomostowego kapitału społecznego, ogólnego poziomu zaufania i szczęśliwości.

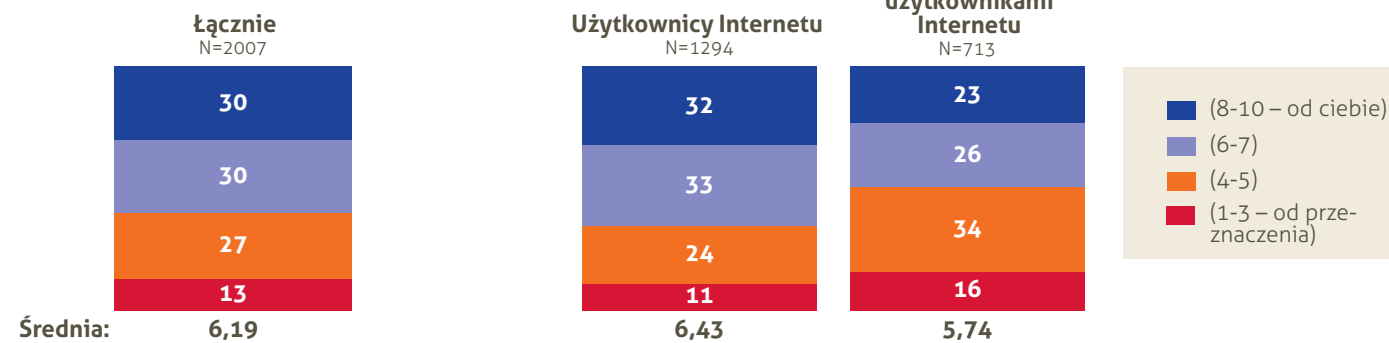
- Umiejscowienie kontroli
- Integracyjny i pomostowy kapitał społeczny
- Ogólny poziom zaufania
- Poziom szczęśliwości

Umiejscowienie kontroli

Zmienne psychologiczne

Użytkownicy Internetu mają większe poczucie, że ich życie zależy od nich samych, a nie od przeznaczenia, niż osoby niebędące użytkownikami.

To, co dzieje się z twoim życiem zależy głównie od...?

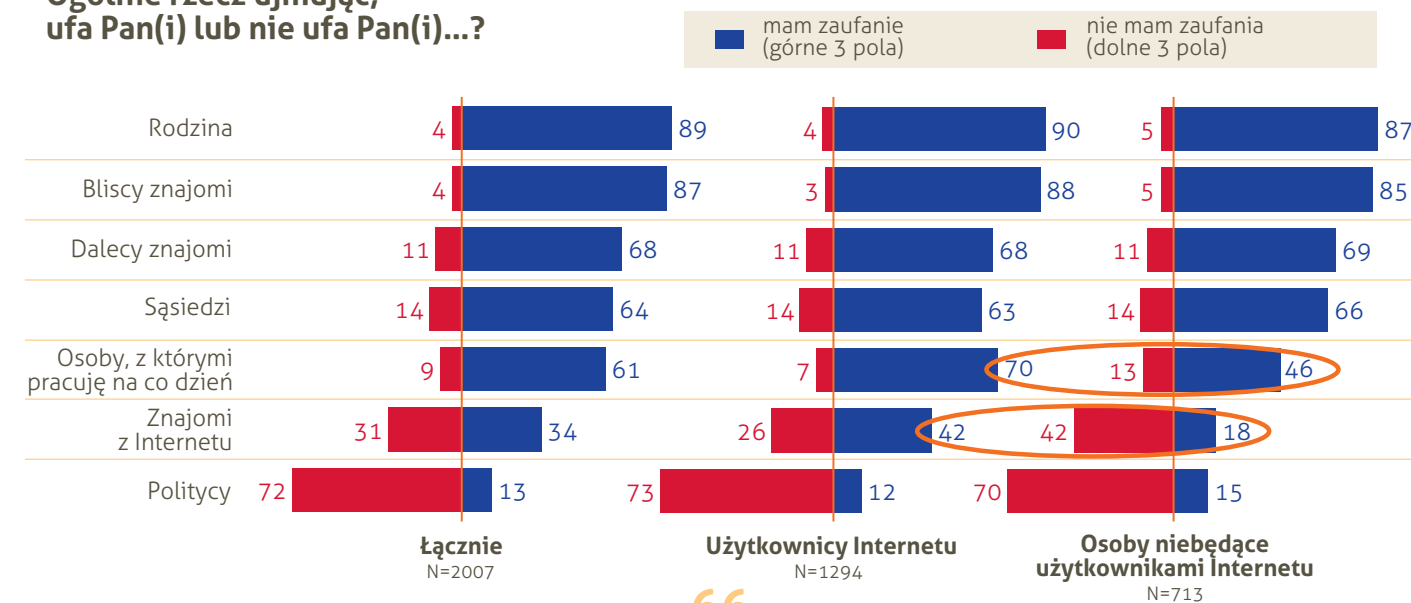


Integracyjny i pomostowy kapitał społeczny

Zmienne psychologiczne

Użytkownicy Internetu mają większe zaufanie do osób, z którymi pracują na co dzień, a także do znajomych z Internetu, niż osoby niebędące użytkownikami (w przypadku ostatniej grupy, osoby niekorzystające z sieci najprawdopodobniej opierają się o odczucie ogólnego zaufania do Internetu). Nie zaobserwowano żadnych różnic w przypadku pozostałych grup włączonych do badania.

Ogólnie rzecz ujmując, ufa Pan(i) lub nie ufa Pan(i)...

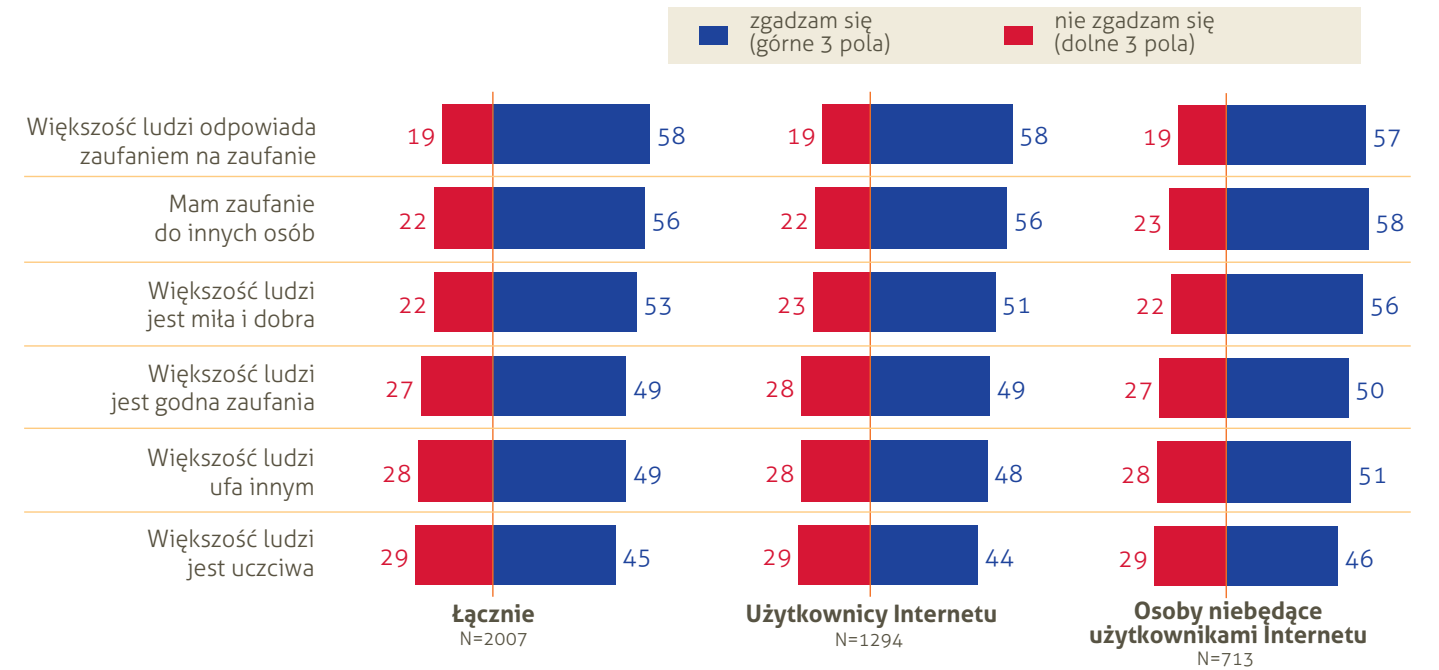


Ogólny poziom zaufania

Zmienne psychologiczne

Ogólnie rzecz biorąc, poziom zaufania do innych osób jest taki sam zarówno w przypadku użytkowników Internetu, jak i osób z niego niekorzystających.

W jakim zakresie zgadza się Pan(i) z następującymi stwierdzeniami:

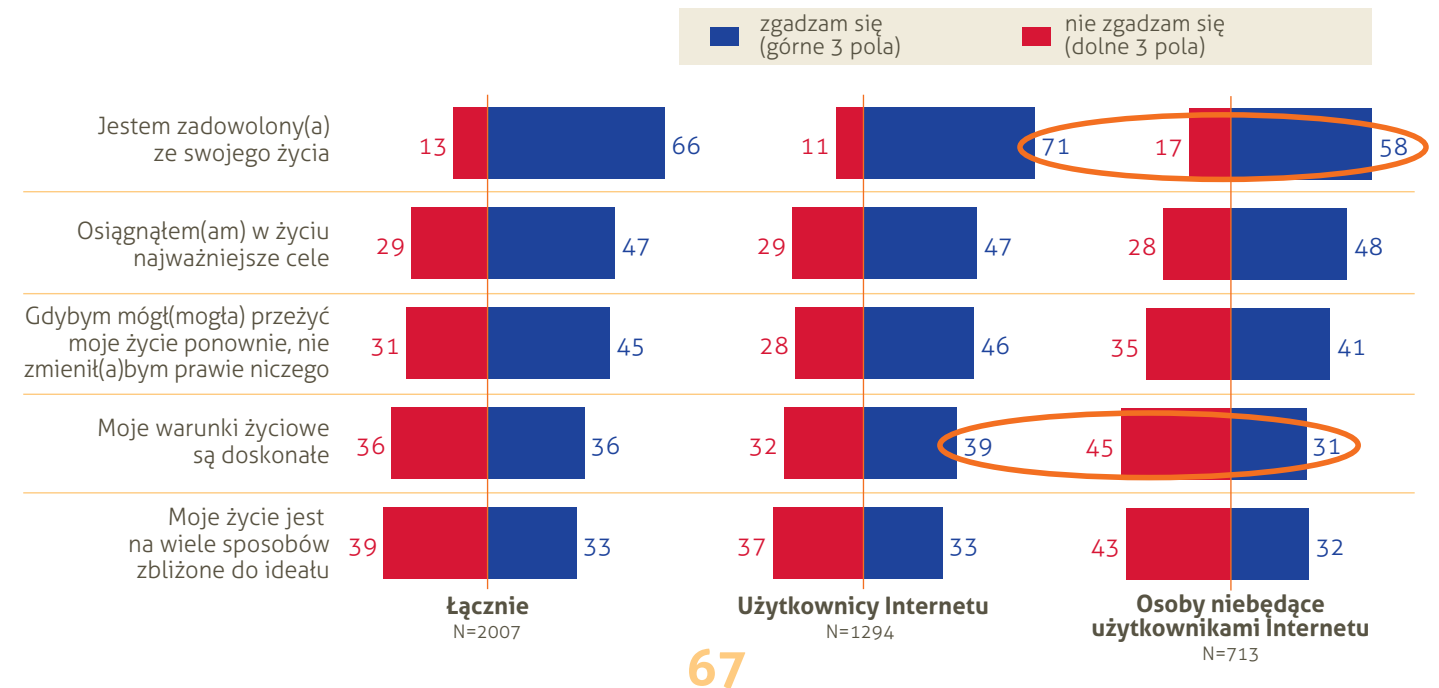


Poziom szczęśliwości

Zmienne psychologiczne

Użytkownicy Internetu są bardziej zadowoleni ze swego życia w porównaniu z osobami niebędącymi użytkownikami Internetu i częściej twierdzą, że ich warunki życiowe są doskonałe - może to wynikać jednak z czynników obiektywnych: niższych dochodów, niższego poziomu wykształcenia, bardziej zaawansowanego wieku (połowa osób niekorzystających z sieci ma ponad 60 lat).

W jakim zakresie zgadza się Pan(i) z następującymi stwierdzeniami:



World Internet Project Poland 2012

Wydawca: Agora SA i Orange Polska

Cytować jako:

World Internet Project. Poland (2012), Warszawa, Agora SA i Orange Polska

Polska edycja badania

Koncepcja i koordynacja:

Agora SA: dr Piotr Toczyski, Arkadiusz Kustra | piotr.toczyski@agora.pl

Orange Polska: Jakub Rzeźnik, dr Maria Gerszewska | jakub.rzeznik@orange.com

Badania terenowe, wizualizacja i podsumowanie:

Ipsos: dr Iwona Wilmowska, Łukasz Borys | Iwona.Wilmowska@Ipsos.com

Współpraca: Digital Center, Annenberg School for Communication & Journalism,
Uniwersytet Południowej Kalifornii

Publikacja: okładka i oprawa graficzna – Katarzyna Dippel

Koordynacja: Katarzyna Anuszevska

Dokument nieprzeznaczony do użytku komercyjnego. Do użytku akademickiego.