

Teresa Sasińska-Klas

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

e-mail: teresa.sasinska-klas@uj.edu.pl

## Użytkownicy internetu w świetle badań opinii publicznej (2008–2017)

Abstract

### Internet Users in the Light of Public Opinion Polls (2008–2017)

The paper analyses the ways in which people use the Internet. The author shows how dynamicaly these ways have changed in the last ten years as well as how the expectations and tastes of Internet users have evolved. The paper also paints the profile of a contemporary Polish Internet user.

**Keywords:** virtual reality, media users.

**Słowa kluczowe:** wirtualna rzeczywistość, użytkownicy mediów.

Internet w ujęciu Manuela Castellsa stanowi współcześnie tkankę naszego życia<sup>1</sup>. Trudno wręcz wyobrazić sobie, jak mógłby dzisiaj wyglądać szybki przepływ informacji, gdyby nie było tego medium. Internet stał się w ostatnich niemal trzydziestu latach nieodłączną częścią współczesnego społeczeństwa. W jego obrębie ukształtowało się forum, w obrębie którego tworzą się wirtualne światy – organizacje, grupy, stowarzyszenia, miasta, a nawet państwa. Korzystanie z internetu pozwala na dotarcie do innych osób o podobnych bądź odmiennych poglądach, podzielenie się swoimi przemyśleniami, zainteresowaniami, opinią w jakiejś istotnej sprawie, wypracowanie dominującej oceny odnośnie do ważnej w danym momencie kwestii

---

<sup>1</sup> M. Castells, *Galaktyka Internetu – refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003, s. 11.

społecznej i tak dalej. Internet stał się forum opinii pozwalającej użytkownikom na wymianę myśli i poglądów z innymi osobami, z którymi z różnych względów nie możemy spotkać się w realu. W miarę rozwijania się zainteresowania korzystaniem z internetu, stał się on rozbudowanym, niekontrolowanym kanałem komunikacji poziomej zarówno w wymiarze „jeden do wielu”, jak i „wielu do wielu”<sup>2</sup>.

W internecie dochodzi także do polaryzacji opinii publicznej i ujawniania się ostrych podziałów, czasami sporów, a nawet kłótni, gdy użytkownicy mniej lub bardziej aktywnie dyskutują na różne tematy. Zwracają na to uwagę M. Olszewski i P. Wujec, gdy piszą:

Fora internetowe, niezbyt czyste, pełne ostrych sądów i niepolitycznych, są prawdziwe. To na nich właśnie trwają dyskusje, które najbardziej ludzi angażują i obchodzą. Na forach ludzie dzielą się pasjami, pomagają w nauce i pracy, rozmawiają o miłościach i zdradach, wspierają w wychowywaniu dzieci, w chorobie, w nieszczęściu, umawiają się na wspólne inicjatywy. Jeśli gdzieś buduje się społeczeństwo obywatelskie, to właśnie poprzez internetowe fora i blogi<sup>3</sup>.

Jak Polacy funkcjonują w sieci i w jaki sposób korzystają z internetu? Jakie nawyki korzystania z internetu wykształciły się w środowisku polskich internautów w ciągu ostatnich dziesięciu lat? Czego obawiają/nie obawiają się polscy internauci, gdy sięgają po treści dostępne w internecie? Spróbujmy odpowiedzieć na postawione wyżej pytania. Hipoteza badawcza skonstruowana dla potrzeb analizy tematu została sformułowana następująco: **rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych i – równolegle – ich wchodzenie na polski rynek przyczyniają się do zwiększenia się zakresu i częstotliwości korzystania z internetu przez użytkowników.**

Aby możliwe było pokazanie, jak ten – w założeniu – progresywny trend realizuje się w warunkach polskich w ciągu ostatnich lat, należy sięgnąć do badań opinii publicznej prowadzonych w ciągu ostatnich dziesięciu lat (lata 2008–2017) przez Centrum Badania Opinii Publicznej w Warszawie. To jeden z prestiżowych ośrodków działający na polskim rynku od 1982 roku, który prowadzi badania na różne tematy społeczne, w tym także niezbyt regularnie – a w większym stopniu od czasu do czasu – podejmuje badania nad nowymi użytkownikami technologii informacyjnych. Zebrane materiały badawcze na podstawie ich wstępnej weryfikacji pozwoliły na wnioskowanie, że możliwe będzie uzyskanie odpowiedzi na tak postawiony problem.

---

<sup>2</sup> Tamże, s. 179.

<sup>3</sup> M. Olszewski, P. Wujec, *Cenzura nie łągodzi obyczajów w Internecie*, „Gazeta Wyborcza” 2009, 10 sierpnia.

## 1. Polacy w sieci – kim są?

Przedmiotem poniższej analizy będą wyniki badań opinii publicznej, które dotyczą wskazanej w tytule tematyki. Analiza przeprowadzona zostanie na zebranych materiale empirycznym i będzie to wtórna analiza wyników badań, która powinna pozwolić na uzyskanie odpowiedzi na postawione już pytania dotyczące korzystania przez polskich użytkowników z dostępu do sieci w ciągu ostatnich dziesięciu lat.

Gdy w marcu 2008 roku CBOS przeprowadził badania na próbie reprezentatywnej losowej dorosłych mieszkańców Polski (N = 1205 osób) dotyczące rozpoznania stopnia obecności polskich internautów w sieci, 57% dorosłych Polaków posiadało w swoim gospodarstwie domowym komputer osobisty<sup>4</sup> i grupa ta poszerzała się dynamicznie o nowych odbiorców wcześniej nieobecnych na rynku użytkowników komputerów. Pomiedzy rokiem 2007 a 2008 odnotowano wzrost o 6 punktów procentowych, a między 2002 a 2008 rokiem dokonał się dwukrotny wzrost liczby użytkowników komputerów.

Dostęp do internetu obejmował w 2008 roku 48% respondentów, czyli prawie co drugi był wówczas obecny w sieci. Mniej więcej co szósty właściciel komputera osobistego w 2008 roku w Polsce nie posiadał połączenia z siecią. W tym samym okresie ponad 2/3 badanych dorosłych Polaków (68%) posiadało w gospodarstwie domowym telefon stacjonarny.

Od 2005 roku zaczęto rejestrować postępujący spadek liczby użytkowników telefonów stacjonarnych. I to właśnie w 2008 roku badania opinii publicznej zasignalizowały, że więcej obywateli w naszym kraju posiada telefon komórkowy niż stacjonarny w miejscu zamieszkania<sup>5</sup>. 71% badanych miało telefon komórkowy do osobistego użytku, z czego 34% posiadało w swoich telefonach komórkowych funkcję pozwalającą korzystać z internetu, ale tylko 9% korzystało z tej funkcji<sup>6</sup>. W tym samym okresie 2/3 gospodarstw domowych było wyposażonych w telewizję kablową lub satelitarną<sup>7</sup>. Istotny jest związek pomiędzy wiekiem użytkowników a korzystaniem z telefonu komórkowego.

U schyłku pierwszej dekady XXI wieku zdecydowana większość ludzi młodych oraz osób w średnim wieku (do 54 lat) posługiwała się telefonem komórkowym. Wśród osób w wyższym przedziale wieku, czyli od 55 do 64 lat, prawie połowa posługiwała się telefonem komórkowym, natomiast tylko 1/4 osób od 65 roku życia i powyżej korzystała z komórek<sup>8</sup>.

<sup>4</sup> Komunikat z badań BS/58/2008: *Polacy w sieci*, CBOS, Warszawa, kwiecień 2008, s. 1.

<sup>5</sup> Tamże, s. 1.

<sup>6</sup> Tamże, s. 4.

<sup>7</sup> Tamże, s. 2.

<sup>8</sup> Tamże, s. 4.

W jaki sposób przed dziesięciu laty w Polsce łączono się z internetem? Najczęściej przez stałe łącze obsługiwane przez firmę oferującą usługi telekomunikacyjne. Niemal połowa internautów, to jest 22% (na ogólną liczbę 44%) korzystała z tej formy dostępu do internetu. Ponad dwie piąte badanych przeglądało strony www, z czego prawie co trzeci (28%) codziennie lub niemal codziennie korzystał z przeglądania stron www. Blisko co czwarty dorosły codziennie sprawdzał pocztę elektroniczną<sup>9</sup>. W 2008 roku niemal wszyscy użytkownicy poczty elektronicznej (stanowili oni 36% ogółu badanych dorosłych) korzystali z niej dla celów prywatnych, jedynie co trzeci internauta (16%) korzystał z dostępu do stron www dla celów służbowych<sup>10</sup>.

Internet w 2008 roku wyraźnie zaczynał zyskiwać w oczach swoich odbiorców znaczenie komercyjne, dostęp do sieci zaczynał stawać się coraz bardziej znaczącym kanałem dystrybucji dla produktów i usług. Co czwarty badany (24%) deklarował, że dokonał zakupu czegoś przez internet, najczęściej były to płyty, programy komputerowe, sprzęt komputerowy, artykuły dziecięce, akcesoria motoryzacyjne (po 2% wskazań). Do rzadkości należały zakupy biletów na samolot bądź pociąg. Systematycznie natomiast wzrastała liczba osób korzystających z internetowych usług bankowych i wynosiła ona 17%<sup>11</sup>.

Prawie co piąty dorosły ściągał darmowe programy, muzykę bądź filmy. Bardzo nieliczna grupa (5%) korzystała z płatnego dostępu do sieci (np. do archiwów gazet, zdjęć).

Przed dziesięcioma laty – jak sygnalizowały badania opinii publicznej – prawie co piąty badany (21%) istniał w środowisku wirtualnym na jakimś portalu społecznościowym (wówczas najczęściej były to: Nasza-klasa, MySpace, GoldenLine i in.)<sup>12</sup>. Zwracała uwagę stosunkowo wysoka liczba internautów korzystających z portali społecznościowych, najczęściej bowiem posiadali oni profile na portalu Nasza-klasa i nawiązywali kontakty w celu odświeżenia dawnych znajomości (18%).

Niemal połowa badanych (49%) pozytywnie oceniała dostęp do nowych technologii, takich jak internet i telefonia komórkowa. Tylko 13% spośród nich negatywnie oceniało dostęp do nich i wskazywało na zagrożenia wynikające z korzystania z nowych technologii komunikacyjno-informacyjnych<sup>13</sup>.

W następnym roku, 2009, przeprowadzono kolejne badania zmierzające do tego, by poznać i scharakteryzować portret polskiego internauty i użytkownika sieci<sup>14</sup>. Podejmując się próby opracowania portretu polskiego internauty, wzięto pod uwagę dane socjodemograficzne, takie jak: płeć, wiek, wykształcenie, aktywność zawodowa na rynku pracy, warunki materialne, miejsce zamieszkania oraz

<sup>9</sup> Tamże, s. 7.

<sup>10</sup> Tamże, s. 8.

<sup>11</sup> Tamże, s. 11, tab. 6.

<sup>12</sup> Tamże, s. 13.

<sup>13</sup> Tamże, s. 17.

<sup>14</sup> Komunikat z badań BS/33/2009: *Portret internauty*, CBOS, Warszawa, marzec 2009.

zróznicowanie regionalne. Wyodrębniono trzy kategorie wiekowe polskich internautów: osoby młode, do 34 lat – w tej grupie sytuowało się 80% internautów, oraz osoby w przedziale wieku: 35–50 lat – w tej grupie wiekowej zarejestrowano 55% internautów, trzecia grupa to osoby od 51 roku życia wzwyż – w tej grupie internauci stanowili 20% osób spośród ogółu badanych<sup>15</sup>. Można wyraźnie zauważyć, że najwyższe kompetencje cyfrowe ujawniają się w grupie młodych użytkowników internetu i stanowią naturalny składnik procesu socjalizacji tej kategorii w strukturze całościowej badanej zbiorowości.

Istotnym elementem składowym położenia socjodemograficznego, mającym wpływ na kompetencje cyfrowe, jest poziom wykształcenia. Internauci sytuują się w grupie osób wyżej wykształconych, najczęściej to osoby z wykształceniem średnim lub policealnym, a następnie wyższym. Spośród osób niekorzystających z sieci dominują osoby o wykształceniu zasadniczym zawodowym. Wskaźniki niekorzystania z sieci przez osoby z wykształceniem zawodowym są porównywalne do wskaźników korzystania z sieci w grupie osób z wykształceniem średnim i policealnym. Podobne zależności dotyczą poziomu dochodów. Badania pokazują, że tylko w najmłodszej grupie wiekowej dochody nie są czynnikiem różnicującym kompetencje cyfrowe, natomiast osoby o niskich dochodach (do 750 zł na osobę, we wszystkich grupach wiekowych) tworzą grupę nieużywających komputera z dostępem do internetu, a osoby o wyższym poziomie dochodów (przeważnie od 1451 do 2000 zł) to najczęściej użytkownicy sieci, w grupach wiekowych od 25 roku życia wzwyż<sup>16</sup>. Użytkownicy sieci to najczęściej osoby zamieszkujące w dużych miastach, zwłaszcza w największych aglomeracjach kraju, i w tej grupie sytuują się blisko 2/3 dorosłych badanych (65%)<sup>17</sup>. Internauci w roku 2009 nieco częściej niż pozostali badani interesowali się polityką (44% wskazań), natomiast niekorzystający z internetu deklarowali najczęściej średnie (36%) bądź niewielkie (28%) zainteresowanie polityką, bądź jego brak (27% wskazań)<sup>18</sup>. Biorąc pod uwagę poglądy polityczne, w grupie internautów dominowały w badanym okresie poglądy prawicowe (35% wskazań), a także centrowe (33%). Natomiast wśród niekorzystających z internetu w równym stopniu prawicowe i centrowe (po 31% wskazań). Zwraca uwagę niski wskaźnik zainteresowania poglądami lewicowymi w obu badanych grupach (15% i 12% wskazań)<sup>19</sup>.

Dwa lata później, to jest w kwietniu 2010 roku, CBOS przeprowadziło badania panelowe dotyczące funkcjonowania społeczności wirtualnych w internecie. Wyniki badań sygnalizują, że można zauważyć narastające tendencje progresywne

---

<sup>15</sup> Tamże, s. 11.

<sup>16</sup> Tamże, s. 8.

<sup>17</sup> Tamże, s. 9.

<sup>18</sup> Tamże, s. 12.

<sup>19</sup> Tamże, s. 15, tab. 25.

w grupie użytkowników internetu związane z tym, że coraz częściej uczestniczą oni w różnego rodzaju forach i innych formach komunikacji sieciowej. W 2008 roku co piąty dorosły (21%) był zarejestrowany na portalu społecznościowym, następnie w 2009 roku – co trzeci (30%) i, podobnie, w 2010 roku – co trzeci (32%)<sup>20</sup>. Najwyższe zainteresowanie społecznościami wirtualnymi i obecność w nich rejestruje się w grupie internautów w najniższym wśród badanych przedziale wiekowym, to jest 18–24 lat (79% zarejestrowanych na jakimś portalu społecznościowym)<sup>21</sup>. Podobnie sytuacja przedstawia się w grupie internautów w następnym przedziale wiekowym, czyli w wieku 25–34 lat – 75% spośród nich jest zarejestrowanych na jakimś portalu społecznościowym. Przed dziesięcioma laty największą popularnością wśród portali, na których najczęściej rejestrowali się polscy internauci, była Nasza-klasa (95%), na dużo dalszym miejscu znajdował się Facebook (14% wskazań). Na trzecim miejscu był wówczas wybierany polski serwis GoldenLine (3% wskazań) zorientowany głównie na promocję rozwoju kariery i życia zawodowego użytkowników<sup>22</sup>.

Dlaczego coraz częściej korzystano z portali społecznościowych? W celu utrzymania kontaktów ze znajomymi (53% wskazań spośród ogółu badanych, z czego 85% spośród użytkowników portali). Kolejnym powodem składającym do obecności w sieci na portalach internetowych jest chęć zaspokojenia ciekawości (49% wskazań wśród ogółu użytkowników internetu, z czego 78% wskazań w grupie użytkowników portali) oraz chęć odnowienia dawnych znajomości, czemu służyła wówczas głównie Nasza-klasa (46% wskazań wśród ogółu użytkowników internetu, z czego 73% wskazań wśród użytkowników portali)<sup>23</sup>.

Reasumując, poczynszy od 2009 roku, wśród użytkowników portali dominuje zainteresowanie utrzymywaniem kontaktów ze znajomymi i to, przede wszystkim, motywuje ich do korzystania z portali społecznościowych<sup>24</sup>. 95% badanych jest zdania, że portale społecznościowe sprzyjają nawiązywaniu nowych znajomości. Podobnego zdania jest 90% badanych niezarejestrowanych na portalach społecznościowych<sup>25</sup>. Blisko 3/4 dorosłych (74%), którzy zarejestrowali się na portalach społecznościowych – co interesujące – odnowiło dawne znajomości, natomiast w niewielkim tylko stopniu udało się badanym nawiązać kontakty zawodowe (12% wskazań).

---

<sup>20</sup> Tamże, s. 2, rys. 1.

<sup>21</sup> Tamże, s. 2, tab. 1.

<sup>22</sup> Tamże, s. 3, rys. 2.

<sup>23</sup> Tamże, s. 4, tab. 2.

<sup>24</sup> Tamże, s. 5, tab. 3.

<sup>25</sup> Tamże, s. 8, tab. 7.

## 2. Korzystanie z internetu

Interesującym wątkiem tematycznym były badania opinii publicznej mające na celu ustalenie sposobów korzystania z internetu realizowane w wybranym do analizy okresie. I tak w 2009 roku badania dotyczyły dostępu do sieci oraz zakresu korzystania z niej i zmierzały do wychwycenia zmian w tym zakresie<sup>26</sup>. Co sygnalizowały? Że większość gospodarstw domowych w naszym kraju posiada komputer osobisty (65%) oraz ponad połowa (56%) – dostęp do internetu. Ale również, że blisko co siódmy komputer znajdujący się w gospodarstwie domowym nie ma połączenia z siecią<sup>27</sup>. Ta sytuacja zmienia się, i to w korzystnym kierunku, bowiem sukcesywnie zwiększa się odsetek osób posiadających komputer osobisty oraz dostęp do internetu. W marcu 2002 roku, gdy po raz pierwszy prowadzono badania na ten temat, tylko 27% gospodarstw domowych wyposażonych było w komputer osobisty, a 13% posiadało dostęp do internetu. W dalszym ciągu jednak mniej niż połowa gospodarstw domowych posiadała w 2009 roku dostęp do sieci<sup>28</sup>. W 2009 roku blisko połowa badanych (48%) deklarowała, że korzysta z internetu przynajmniej raz w tygodniu.

Co istotne, najwyższy poziom aktywności w internecie, biorąc pod uwagę kryterium częstotliwości korzystania z niego, deklarowali ludzie młodzi, w przedziale wiekowym 18–24 lata. 86% spośród nich deklarowało regularne korzystanie z internetu. W grupie wiekowej powyżej 65 roku życia mniej niż połowa osób korzystała wówczas w swoim gospodarstwie domowym z możliwości łączenia się z siecią<sup>29</sup>. W jakim celu sięgano do internetu? Najczęściej po to, by dokonać jakichś zakupów, co wskazuje na rosnącą rolę internetu jako kanału dystrybucji dla produktów i usług. Co trzeci dorosły w 2009 roku dokonał zakupu jakiegoś produktu przez internet, co dziesiąty coś sprzedał<sup>30</sup>. Co kupowano najczęściej? Sprzęt elektroniczny, artykuły motoryzacyjne, znacznie rzadziej książki, programy komputerowe, bilety, pliki muzyczne i tym podobne.

Aktywność w sieci była najczęściej rejestrowana w najniższej grupie wiekowej użytkowników sieci, czyli wśród osób w przedziale wiekowym 18–24 lata. Ta grupa ludzi, młodych przede wszystkim, zorientowana była na wypełnienie czasu wolnego, ale także na kontakty zawodowe, biznesowe, poszukiwanie pracy. W 2009 roku co dwunasty internauta posiadał własną stronę internetową lub prowadził bloga. Najczęściej czytano blogi niezwiązane z polityką (39% wskazań), ale także co piąty (21%) sięgał po blogi zawierające tematy polityczne<sup>31</sup>.

---

<sup>26</sup> Komunikat z badań BS/96/2009: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa, lipiec 2009.

<sup>27</sup> Tamże, s. 1.

<sup>28</sup> Tamże, s. 2.

<sup>29</sup> Tamże, s. 3.

<sup>30</sup> Tamże, s. 4.

<sup>31</sup> Tamże, s. 12.

Dwa lata później, czyli w 2011 roku, CBOS przeprowadziło kolejne badania dotyczące korzystania dorosłych Polaków z internetu<sup>32</sup>. Zasygnalizowały one tym razem podnoszącą się na coraz wyższy poziom aktywność w internecie – 56% badanych deklaroowało, że korzysta z internetu (w tym ze stron internetowych, poczty e-mail, komunikatora internetowego itd.)<sup>33</sup> przynajmniej raz w tygodniu. Odsetek korzystania z internetu w grupie wiekowej 18–24 l. wzrósł do poziomu 94%. Wśród grup społeczno-zawodowych korzystających z internetu największą obecność w sieci realizują: uczniowie i studenci – 99% wskazań, kadra kierownicza – 97%, pracownicy administracyjno-biurowi – 93%, pracujący na własny rachunek – 89%, technicy i personel biurowy – 88%. To osoby, które oceniają swoje warunki materialne jako dobre (75%). Najrzadziej z internetu korzystają emeryci – 16% i renciści – 21%<sup>34</sup>. Biorąc pod uwagę kryterium geograficzne i konstruując tak zwaną geografie korzystania z internetu, relatywnie wysoki stopień zarejestrowano w województwach: pomorskim, śląskim, wielkopolskim i opolskim. Najniższy – w województwach: kujawsko-pomorskim, zachodniopomorskim, podkarpackim, warmińsko-mazurskim i dolnośląskim<sup>35</sup>.

Najczęściej korzystano w internecie w domu – 88% wskazań, w szkole lub w pracy – 47% wskazań. Coraz więcej użytkowników korzysta z mobilnego, bezprzewodowego dostępu do internetu. Stanowili oni w 2011 roku 55% badanych osób spośród ogółu użytkowników<sup>36</sup>. Ponad połowa (54%) internautów sięgała w sieci po wydania prasy online. Wykluczenie cyfrowe – jak sygnalizują wyniki badań – w dalszym ciągu obejmuje osoby starsze.

W następnym, 2012, roku, CBOS po raz kolejny zrealizowało badania na temat korzystania z internetu<sup>37</sup>. W przeważającej większości zebranych danych można wskazać na stabilizację sposobów korzystania z sieci przez użytkowników w naszym kraju. Interesujące są natomiast rezultaty badawcze wskazujące na to, że coraz bardziej popularna staje się bankowość elektroniczna. Prawie 2/3 polskich internautów (60%) deklaroowało w 2012 roku, że obsługuje swoje konto bankowe przez internet.

Co trzeci internauta pobiera z sieci darmowe programy, muzykę, filmy. Tylko co jedenasty (9%) korzysta z płatnego dostępu do archiwów gazet bądź opłaca swoje członkostwo w serwisach<sup>38</sup>. 3/5 badanych (60%) czyta internetowe wydania gazet i najczęściej są to najbardziej wiekowo zaawansowani internauci (72% wśród najstarszych internautów). Blisko co trzeci internauta (30%) deklaroował, że słucha radia online. 18% użytkowników zamieszczało w internecie zrobione przez siebie

---

<sup>32</sup> Komunikat z badań BS/99/2011: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa, sierpień 2011.

<sup>33</sup> Tamże, s. 1–2.

<sup>34</sup> Tamże, s. 3.

<sup>35</sup> Tamże, s. 4., rys. 6.

<sup>36</sup> Tamże, s. 6.

<sup>37</sup> Komunikat z badań BS/81/2012: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa, czerwiec 2012.

<sup>38</sup> Tamże, s. 8.



zdjęcia i materiały wideo; częściej były to kobiety (23%) niż mężczyźni (14%)<sup>39</sup>. Ta zmieniająca się aktywność w sieci wymaga dalszego rozpoznania źródeł jej atrakcyjności w zbiorowości internatów oraz wychwycenia nowych zjawisk w tym zakresie<sup>40</sup>.

W 2015 roku zrealizowano kolejne badania mające na celu sprofilowanie portretu polskiego internauty. Ujawniła się dalsza tendencja wzrostowa odnośnie do korzystania z internetu. W 2015 roku 64% badanych deklaroowało, że regularnie korzysta z internetu<sup>41</sup>, w tym niemal wszystkie osoby w najniższym przedziale wiekowym (18–24 lat) (97%). Zmieniła się nieco geografia korzystania z internetu. Najwyższy wskaźnik procentowy (70%) obejmuje mieszkańców województw mazowieckiego, łódzkiego; następnie sytuuje się region południowy (69%), czyli województwa śląskie i małopolskie; w najmniejszym stopniu – region wschodni (53%), czyli województwa podlaskie, lubelskie, podkarpackie i świętokrzyskie<sup>42</sup>. Coraz więcej internautów dokonuje zakupów w sieci, wzrasta zwłaszcza liczba osób dokonujących regularnych zakupów w sieci. W roku 2015 46% badanych deklaroowało, że dokonuje zakupów w sieci, co stanowiło wzrost o 10% w stosunku do roku 2014. Systematycznie wzrasta korzystanie z usług bankowości elektronicznej. W 2015 roku 69% badanych deklaroowało, że korzysta z takich usług<sup>43</sup>.

Co drugi internauta (50%) ogląda w sieci telewizję, filmy, seriale oraz inne dostępne materiały wideo, co wskazuje na to, że przybywa widzów online. Są to głównie osoby najmłodsze.

Blisko co trzeci internauta prowadzi rozmowy telefoniczne online (35%), a ponad połowa internautów (53%) korzysta z komunikatorów tekstowych, które są samodzielnymi programami bądź działają w ramach portali społecznościowych<sup>44</sup>. Nieznacznie wzrasta popularność portali społecznościowych jako kanałów poszukiwania pracy. Co piąty dorosły sięga po tę możliwość.

Najnowsze badania na temat korzystania z internetu zrealizowano wiosną 2017 roku<sup>45</sup>. Wyniki sygnalizują, że w ciągu ostatnich pięciu lat ustabilizowała się liczba użytkowników i aktualnie wynosi 67% spośród ogółu badanych. Poszerzeniu uległa grupa najaktywniejszych użytkowników i obejmuje ona osoby głównie w przedziale wiekowym: 18–34 lata (z tym że w przedziale wiekowym 18–24 lata wynosi 100%, natomiast w przedziale 25–34 – obejmuje 96%). Osoby z wykształceniem gimnazjalnym (100%) i wyższym (95%) dominują w grupie użytkowników, jeśli idzie o poziom wykształcenia<sup>46</sup>. Podobną sytuację można zaobserwować w przypadku

<sup>39</sup> Tamże, s. 9.

<sup>40</sup> Komunikat z badań Nr 90/2015: *Internauci 2015*, CBOS, Warszawa, czerwiec 2015.

<sup>41</sup> Tamże, s. 1., rys. 1.

<sup>42</sup> Tamże, s. 4.

<sup>43</sup> Tamże, s. 10.

<sup>44</sup> Tamże, s. 13.

<sup>45</sup> Komunikat z badań Nr 49/2017: *Korzystanie z internetu*, CBOS Warszawa, kwiecień 2017.

<sup>46</sup> Tamże, s. 2.

grup zawodowych. Niemal w całości (99%) korzystają z internetu kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem, następnie plasują się osoby pracujące na własny rachunek (97%), pracownicy administracyjno-biurowi, technicy, średni personel (odpowiednio w każdej kategorii zawodowej – 95%).

Wzrasta procentowy udział użytkowników internetu mieszkających w małych miastach (63%) oraz na wsi (59%), co należy ocenić jako trend modernizacyjny.

Przeciętny użytkownik internetu korzysta z niego około 12 godzin w ciągu tygodnia. Niemal wszyscy użytkownicy mają dostęp do internetu i korzystają z niego w domu (98%), a blisko połowa (49%) w szkole lub pracy<sup>47</sup>. Przeważająca większość użytkowników łączy się z siecią bezprzewodowo, z wykorzystaniem takich urządzeń jak smartfon, tablet czy laptop. To znacząca zmiana na przykład w porównaniu do roku 2010, gdy użytkownicy mobilni stanowili mniej niż połowę internautów.

Doświadczenia związane z dokonywaniem zakupów przez internet deklaruje 81% badanych, w mniejszym stopniu deklarują oni sukcesy z dokonanych sprzedaży, 37% badanych sprzedawało jakieś produkty w internecie. W tej grupie doświadczenia są bardziej umiarkowane i wzrost aktywności jest wolniejszy.

Co trzeci użytkownik (33%) deklarował, że wypowiedział się w 2017 roku na różnych forach dyskusyjnych lub stronach portali społecznościowych. Także niewielką popularnością cieszą gry online. 12% deklarowało taką aktywność w 2017 roku<sup>48</sup>.

### 3. Refleksje końcowe

Prezentowane powyżej wyniki badań opinii publicznej dotyczące korzystania z internetu pokazują, że dynamicznie rośnie w naszym kraju liczba jego użytkowników. Aktualnie 2/3 dorosłych Polaków regularnie korzysta z internetu. Nieznacznie wzrasta obecność online. Zmienną różnicującą jest poziom wieku. Powszechnie korzystają z internetu osoby w przedziale wiekowym 18–35 lat oraz przeważająca większość osób w wieku 35–54 lata. Wielkim zainteresowaniem internautów cieszą się serwisy społecznościowe, a następnie odnotowujemy, że rośnie zainteresowanie bankowością elektroniczną, robieniem zakupów online, oglądaniem w sieci materiałów wideo, czytaniem prasy, prowadzeniem rozmów, natomiast niewielkie zainteresowanie obejmuje granie w gry z innymi użytkownikami oraz kupowanie dostępu do usług.

To wszystko, o czym była mowa powyżej pokazuje, że w internecie toczy się aktywne życie jego użytkowników, którzy sięgają po coraz więcej możliwości i reagują na wyzwania, jakie stwarza im korzystanie z internetu. Ich uwaga jest silnie skupiona wokół tego, co kreuje życie w internecie, także w jego wirtualnym wymiarze.

---

<sup>47</sup> Tamże, s. 4–5.

<sup>48</sup> Tamże, s. 12.

Hipoteza badawcza przyjęta na potrzeby przeprowadzenia analizy odnośnie do zakresu oraz częstotliwości korzystania z internetu przez polskich użytkowników sieci została potwierdzona. Wchodzące na polski rynek odbiorczy nowe technologie informacyjno-komunikacyjne napotykały pozytywny oddźwięk społeczny wśród odbiorców, którzy stosunkowo szybko adaptują się i na coraz szerszą skalę korzystają z nowych możliwości, jakie te technologie wnoszą do życia obywatela. Powoduje to, że zaangażowanie użytkowników sieci w to, co nowe technologie oferują, znajduje się na ścieżce wzrostu i ten trend należy ocenić wysoce pozytywnie. Stwierdzenie to może budzić wręcz jednoznaczną refleksję, że już od początku wydawało się to proste do przewidzenia, a Polacy zareagują pozytywnie na oferty technologiczne w tym zakresie. Nie sposób było jednak przewidzieć dziesięć lat temu, że w tak wysokim stopniu i tak dynamicznie użytkownicy internetu w naszym kraju włączą się w różne formy aktywizacji, jakie oferowane są w sieci, jak na przykład w e-bankowość, rywalizację wyborczą, poszukiwanie miejsca zatrudnienia na rynku pracy, zakupy online. I to ocenić należy jako wysoce obiecujący sygnał społecznej aktywności realizowanej w sieci przez polskich internautów.

## Bibliografia

### Publikacje książkowe

Castells M., *Galaktyka Internetu – refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.

### Artykuły prasowe

Olszewski M., Wujec P., *Cenzura nie łagodzi obyczajów w Internecie*, „Gazeta Wyborcza” 2009, 10 sierpnia.

### Raporty z badań

Komunikat z badań BS/58/2008: *Polacy w sieci*, CBOS, Warszawa, kwiecień 2008.

Komunikat z badań BS/33/2009: *Portret internauty*, CBOS: Warszawa 2009.

Komunikat z badań BS/96/2009: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa lipiec 2009.

Komunikat z badań BS/58/2010: *Społeczności wirtualne*, CBOS, Warszawa, maj 2010.

Komunikat z badań BS/99/2011: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa sierpień 2011.

Komunikat z badań BS/81/2012: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa, czerwiec 2012.

Komunikat z badań Nr 90/2015: *Internauci 2015*, CBOS, Warszawa, czerwiec 2015.

Komunikat z badań Nr 49/2017: *Korzystanie z internetu*, CBOS, Warszawa, kwiecień 2017.