

**Dariusz Baran**

## Internet w Polsce

Dwadzieścia lat rozwoju polskiego rynku mediów, wyznaczonych systemowymi zmianami w obszarze środków przekazu, to okres złożony. O ile pierwszą jego dekadę analizujemy pod kątem użytkowania „starych mediów”, druga wymaga już odniesienia do nowych technologii, z rozwojem internetu determinującego większości zaszyły w tym okresie przemian w obszarze komunikowania, sferze kultury i nowych przyzwyczajzeń.

Kiedy w 1990 r. w ośrodku badawczym CERN (Europejskiej Organizacji Badań Jądrowych) w Szwajcarii fizycznej postaci nabrała teoria protokołów WWW<sup>1</sup>, Polska była już młodą europejską demokracją. Mimo wciąż obowiązujących ograniczeń w obszarze polityki, ekonomii czy na polu aktywności społecznej, działalność na poziomie akademickim rozwijała się dynamicznie, dzięki czemu nowoczesna myśl technologiczna znajdowała ujście także na polskim gruncie. Dziś wiemy, iż stało się to również powodem, dla którego początkowy rozwój internetu w Polsce przebiegał kilkietapowo.

Niniejszy tekst ma na celu przybliżenie owej krótkiej historii internetu w Polsce, wskazania kierunków jego rozwoju, trendów mu towarzyszących, aż do przedstawienia stanu dzisiejszego. Świadomie unikam przy tym systematyzacji pewnych zjawisk, skupiając się wyłącznie na ich podstawowym zarysie, przede wszystkim w ujęciu społecznym, ale też technologicznym.

### Polski internet końca XX wieku

Prócz ogólnie przyjętej daty pierwszej transmisji danych z wykorzystaniem protokołu TCP/IP funkcjonują także inne, do niedawna mniej znane formy działania, związane z uruchomieniem pierwszego łącza dzierżawionego pomiędzy CERN

---

<sup>1</sup> „Ojcem” World Wide Web jest Tim Berners-Lee, który opracował system umożliwiający automatyczną wymianę informacji pomiędzy naukowcami z różnych ośrodków akademickich i instytucji na świecie.

a Instytutem Fizyki Jądrowej (IFJ) w Krakowie (26 września 1990), nadaniem IFJ pierwszego w Polsce numeru IP (19 listopada 1990) czy przesłaniem pierwszych e-maili: z siedziby CERN do IFJ (20 listopada 1990) lub wcześniej, 17 lipca tegoż roku, z Europejskiej Sieci Akademickiej<sup>2</sup> EARN (European Academic and Research Network) do administratora polskiego serwera tej europejskiej sieci<sup>3</sup>.

Za symboliczny start polskiego internetu przyjmuje się 17 sierpnia 1991 r., kiedy przesłano pierwszy pakiet danych z wykorzystaniem protokołu TCP/IP między Wydziałem Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego a Centrum Komputerowym Uniwersytetu w Kopenhadze. Faktyczne włączenie Polski do globalnej sieci w ramach EARN nastąpiło 15 grudnia 1991 r., po zniesieniu przez Stany Zjednoczone ograniczeń w dostępie do nowoczesnych technologii komputerowych i telekomunikacyjnych m.in. dla Polski (embargo dotyczyło ogólnie krajów byłego bloku wschodniego), mimo że kraj działał już faktycznie w EARN/BITNET od kwietnia 1990 r.<sup>4</sup>, a pierwsze starania o to czyniono już rok wcześniej<sup>5</sup>.

Ważnym czynnikiem było powstanie polskiego operatora, który byłby odpowiedzialny za zarządzanie polskimi sieciami akademickimi. W marcu 1991 r. przy Uniwersytecie Warszawskim powołana zostaje Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa (NASK), która będzie pełniła tę rolę do 1994 r. Ze względu na ograniczoną infrastrukturę techniczną, do tego czasu internet dostępny będzie w jej ramach właściwie tylko dla wyższych uczelni i instytucji naukowych.

Pierwszym, istotnym z punktu widzenia powszechności internetu w Polsce, okresem będzie grudzień 1993 r., kiedy NASK stała się samodzielną jednostką badawczo-rozwojową<sup>6</sup>, podległą Komitetowi Badań Naukowych, choć sam ten fakt nie spowoduje jednak jeszcze uwolnienia sieci dla odbiorców indywidualnych.

By zachować chronologię, należy wspomnieć kilka istotnych technologicznie wydarzeń tamtego okresu.

W styczniu 1993 r. na krakowskiej Akademii Górniczo-Hutniczej (AGH) założono pierwszy polski serwer IRC (Internet Relay Chat), umożliwiający komunikowanie się za pomocą tematycznych lub prywatnych kanałów sieciowych. W czerwcu

---

<sup>2</sup> EARN, europejska gałąź sieci BITNET (Because It's Time Net) oparta była na idei powstałej w Stanach Zjednoczonych, a mającej łączyć akademickie ośrodki w Europie. Włączenie do sieci wymagało m.in. zgody amerykańskich i europejskich urzędów telekomunikacyjnych, jednym z warunków była bowiem zmiana protokołu sieci (OSI) i przełączenie na sieć publiczną w ciągu czterech lat od podpisania. Jako PLEARN sieć działała w Polsce w latach 1990–2000. W 1994 r. EARN połączyła się z siecią RARE (Réseaux Associés pour la Recherche Européenne), powstałą w 1988 r. dla promowania współpracy w ramach krajowych sieci badawczych, w kontekście protokołów OSI. Obie organizacje stworzyły później organizację TERENA (Trans-European Research and Education Networking Association), <http://www.chilton-computing.org.uk/ccd/networking/p002.htm>, dostęp 25.01.2012.

<sup>3</sup> Szerzej: *Internet PL. 20 lat internetu w Polsce. Raport*. „PC World” 2011, nr 1.

<sup>4</sup> W tym też roku została utworzona domena „pl”. Kolejne: „gov.pl” i „org.pl”, powstają w 1992 r.

<sup>5</sup> Szerzej o historii: <http://www.nask.pl/run/n/Historia>. Warto w tym miejscu dodać, iż 17 lipca 1990 r. UW i Uniwersytet Kopenhaski (Københavns Universitet) połączono siecią o przepływności 9600 bit/s.

<sup>6</sup> W tym czasie NASK wraz z firmą ATM oferuje komercyjny dostęp do internetu, opłaty za konto na serwerze są jednak na tyle wysokie, że sieć nie zdobywa popularności.

1993 r. Komitet Badań Naukowych decyduje o budowie sieci w 11 polskich ośrodkach akademickich. W kolejnych latach nastąpi istne, acz oczywiste, zatrzymanie „pierwszych” form aktywności w internecie.

Pierwszy polski serwer WWW, a na nim pierwszy polski portal – Polską Stronę Domową, czyli Polish Home Page – uruchomiono w listopadzie 1993 r. na Wydziale Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego (UW), drugi na Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie jeszcze w grudniu. IV Liceum Ogólnokształcące z Torunia zostaje pierwszą polską szkołą średnią obecną w internecie (wrzesień 1993), ówczesny premier Waldemar Pawlak – pierwszym politykiem, który posiada adres e-mail (sierpień 1994) i rozmawia z internautami poprzez IRC (wrzesień 1995). W 1994 r. pojawia się ponadto serwer polskiego rządu. Z początkiem roku 1995 startuje program „Internet dla szkół”<sup>7</sup>, którego celem jest umożliwienie szkołom fizycznego podłączenia do sieci, udostępnienie im edukacyjnych zasobów internetu oraz ułatwienie współpracy między innymi placówkami w kraju i zagranicą.

Dostęp do internetu dla osób prywatnych możliwy staje się w 1995 r., dzięki uruchomieniu Maloka BBS (Bulletin Board System<sup>8</sup>). W styczniu 1995 r. w Łodzi zaczyna działać usługa Publiczny Dostęp do Internetu, w całej Polsce działa w tym okresie około 10 dostawców internetu, głównie w Warszawie. Wszyscy nadal pozostają zależni od NASK. Sytuacja zmienia się nieco pod koniec 1995 r., kiedy wybuchu sprawa planowanego wprowadzenia nowego cennika NASK, tj. płacenia za internet według ilości przesłanych/odebranych przez abonenta sieci megabajtów danych<sup>9</sup>. Działanie to, prócz protestów m.in. firm zależnych od polityki NASK, przyspiesza podłączanie się do globalnych zasobów sieci internet przez inne, niezależne podmioty.

W grudniu 1996 r. warszawska firma Polbox uruchamia pierwszy serwer darmowych kont pocztowych (z limitem pojemności konta 2 MB), strony WWW na serwerze free.polbox.pl można zakładać już od lutego 1997 r. W tym samym roku Krakowski Komercyjny Internet oferuje internautom konta o pojemności 3 MB. Estymator szacuje, że w połowie 1997 r. z internetu korzysta w Polsce prawie milion osób<sup>10</sup>. Ponad 40% z nich korzysta z sieci na uczelni lub w szkole, około 38% w miejscu pracy. Domowy internet ma około 23% Polaków.

Przełomem staje się wprowadzenie w kwietniu 1996 r. numeru dostępowego Telekomunikacji Polskiej SA (TP SA)<sup>11</sup> (0-202122), co upowszechnia możliwość wejścia w świat World Wide Web i daje namiastkę prawdziwego „surfowania” po jego ówczesnych zasobach. Jedynym urządzeniem służącym za bramkę do wirtualnego

<sup>7</sup> <http://www.fuw.edu.pl/~ajduk/zjazd/gajew.htm>, dostęp 25.01.2012. Program rozpoczęto w marcu 1995 r.; w trzy lata podłączono w jego ramach prawie 1400 szkół w 300 miastach.

<sup>8</sup> BBS to serwis komputerowy, z udostępnionym miejscem na gromadzenie dokumentów, obsługę skrzynki e-mail czy transfer plików.

<sup>9</sup> W odpowiedzi zorganizowano szereg protestów pod hasłem „Walka o polski internet”, zgłaszało także interpelacje poselskie. W efekcie NASK wycofał się z kilku kontrowersyjnych zapisów. Połączenie NASK ze Stanami Zjednoczonymi zlikwidowano w marcu 1998 r.

<sup>10</sup> Dane: Instytut Badania Mediów i Rynku Estymator, badanie przeprowadzone w okresie marzec-maj na grupie 4494 osób w wieku powyżej 15 lat.

<sup>11</sup> Telekomunikacja Polska SA działa na rynku od 1 stycznia 1992 r., po wydzieleniu z państwowego przedsiębiorstwa Polska Poczta, Telefon i Telegraf.

świata jest wówczas modem<sup>12</sup>, dzięki któremu można łączyć się z siecią WWW z prędkością 56 kb/s. Także TP SA jako pierwsza wprowadza w listopadzie 1999 r. system SDI, czyli usługę Stały Dostęp do Internetu.

Mając na względzie technologie, to właśnie rok 1999 będzie kolejnym milowym krokiem w rozwoju polskiego internetu. Stały dostęp do sieci WWW oznacza bowiem w praktyce wiele udogodnień: szybszy transfer danych (wysyłanie i odbieranie danych z prędkością 115 kb/s), nieblokowanie linii telefonicznej przy połączeniu z internetem oraz przypisanie użytkownikowi stałego adresu IP, dzięki czemu mógł on już na własnym komputerze uruchomić serwer.

1 stycznia 1999 r. powstaje pierwsza polska księgarnia internetowa Merlin.pl, 13 grudnia rusza natomiast serwis aukcyjny Allegro – do dziś największa<sup>13</sup> w Polsce platforma sprzedaży/zakupów online. Od 14 września 1999 r. klienci banku BZ WBK mają dostęp do swoich kont bankowych online; pierwszy wirtualny bank – mBank – założony zostanie 26 listopada następnego roku.

Pierwsza dekada polskiego internetu to w praktyce ograniczone korzystanie z usług dostępnych za jego pośrednictwem (IRC, e-mail, fora dyskusyjne). Na tym też opierała się (formalnie) istota globalnej sieci, choć jej komercyjny wymiar był znacznie prostszy do osiągnięcia. Kiedy internet zaczął na dobre funkcjonować w świadomości społecznej Polaków, świat wchodził w erę Web 2.0. Nie wpłynęło to jednak na fakt, iż rewolucyjna forma komunikowania się w wirtualnej rzeczywistości będzie się już rozwijała – na świecie i w Polsce – równorzędnie. Nowe usługi i zjawiska nieodwracalnie zmieniają przyzwyczajenia, zrewolucjonizują sposoby spędzania wolnego czasu, czerpania rozrywki, komunikowania, zdobywania wiedzy i zaspokajania potrzeby informacji. I tylko splot rozmaitych czynników (ograniczenia infrastruktury, monopol na zarządzanie łączami internetowymi, wysokość opłat za dostęp<sup>14</sup>, poziom dochodów) spowoduje, że prędkość rozwoju

<sup>12</sup> Należy przy tym wspomnieć, iż łączenie przez modem telefoniczny nie było też popularne z powodu ograniczonej liczby telefonów w gospodarstwach domowych.

<sup>13</sup> W kwietniu 2005 r. do Polski wchodzi amerykański gigant aukcyjny eBay. Spóźnione wejście Amerykanów, pomimo rozpoznawalności marki i oczekiwań internautów, nie detronizuje Allegro i w październiku 2008 r. polski oddział zostaje zamknięty. 12 października 2006 r. uruchomiony zostaje, powiązany z eBay, system szybkiej płatności PayPal.

<sup>14</sup> Ograniczenia w infrastrukturze i monopol na łącza internetowe to dwa podstawowe hamulce dynamiki rozwoju polskiej sieci. Nie mniejsze znaczenie miało też podwyższenie 1 marca 2005 r. stawki podatku VAT na internet z 7% do 22%. Długi czas, poza NASK, synonimem internetu w Polsce była Telekomunikacja Polska SA. Drugi operator wśród telekomów wszedł na rynek dopiero w marcu 2000 r. (telefonia Dialog SA), miesiąc później Telet2 zaoferuje bezprzewodowy dostęp do internetu, w maju numer dostępowy wprowadzi Netia, a w czerwcu Era GSM umożliwi dostęp poprzez telefon komórkowy. Nie zmieni to faktu, iż łącza będą przez inne firmy dzierżawione od TP SA, a państwo będzie dbało, by taka sytuacja się utrzymywała, jak się powszechnie uważa, do wprowadzania kolejnych usług. W 2001 r. TP SA proponuje usługę ADSL, czyli asynchroniczny stały dostęp do sieci poprzez linię telefoniczną. Od tego czasu prędkość pobierania danych będzie większa od prędkości ich wysyłania, działania te wzmocnią też monopol na aktywność i dostęp do sieci. Skutkiem tego będą odezwy i apele ludzi nauki, polityki i samych internautów o lepszy dostęp do sieci. Niezależni operatorzy, którzy pojawili się z początkiem nowego milenium, dopiero w 2004 r. zwrócą się do władz spółki TP SA o zmianę polityki i „uwolnienie łączy” dla nich, lecz przede wszystkim dla użytkowników sieci. W 2003 r. wystartuje Neostrada, która szybko okaże się hitem TP SA. Rok później spółka wprowadzi limit danych, który będzie obowiązywał do 1 lutego 2007 r.

i upowszechniania WWW w Polsce nie będzie tak dynamiczna, jak w wielu innych krajach Europy.

## Od informacji do portali społecznościowych

Powstałe w pierwszej połowie lat 90. strony internetowe pełniły głównie funkcję informacyjną, promocyjną lub katalogującą, rzadziej odnosiły się do treści z mediów tradycyjnych. Od początku jednak podstawę popularnego „surfowania” stanowiły ułatwiające poruszanie się po cyberprzestrzeni wyszukiwarki.

Obok najpopularniejszych w owym czasie wyszukiwarek sieciowych, takich jak Yahoo (od 1994) czy Altavista (1995), od 17 grudnia 1996 polscy internauci mogli już korzystać z dwóch rodzimych narzędzi – NEToskopu i Sieciowida. Kolejna wyszukiwarka obsługująca polskie zasoby sieci, Infoseek, pojawiła się z początkiem 1997, rok później zadebiutowało najpopularniejsze dziś narzędzie do eksploracji zasobów WWW – Google. Netsprint, sprofilowany do przeszukiwania zasobów polskiego internetu, pojawia się dopiero we wrześniu 2001.

Od 1995 r. polska sieć rozwija się w kierunku portali ogólnotematycznych. 6 sierpnia tego roku powstaje pierwsza wersja portalu Wirtualna Polska, 2 czerwca 1996 r. informacyjno-rozrywkowy Onet.pl. Najpóźniej, bo 11 lutego 2000 r., debiutuje serwis należący do spółki RMF i Comarch – Interia.pl. W tym samym roku powstają portale Arena.pl, Ahoj.pl, Poland.com i Hoga.pl. Już rok później trzy pierwsze przestają jednak działać.

Dalsze lata w polskim internecie pokrywać się będą z trendami ogólnosiwiatowymi. Tendencji tej dowodzi przykład Wikipedii, która 26 września 2001 r., osiem miesięcy po światowej premierze, powstaje w polskiej wersji. Na wspólny adres (pl.wikipedia.org) serwis przeniesie się w listopadzie 2002 r. Trzy lata później polscy internauci zamieszczą w niej ponad 100 tysięcy haseł, w 2008 r. – 500 tysięcy.

Web 2.0 w pewien sposób wymusi, nie tylko na społeczności internetowej, konieczność ciągłego podłączenia do informacji, wzrost zapotrzebowania na wiedzę i podtrzymywanie kontaktów; wszystko przekazywane zgodnie z niepisanymi regułami cyberprzestrzeni – szybko i w dowolnym momencie. Istota nowoczesnego internetu opierać się będzie na pełnej interakcji z wirtualnym otoczeniem – komunikowaniu z osobami znajomymi lub nawiązywaniu nowych (towarzyskich lub biznesowych) znajomości, korzystaniu ze wspólnych narzędzi sieciowych, dzieleniu się informacjami i wiedzą, zbiorowej kreacji i zaangażowaniu, które prowadzić będzie do spontanicznego powstawania ruchów społecznych. Sieciowa rzeczywistość stanie się substytutem wolnego czasu, stwarzając warunki do organizowania się w zespoły przynależące do konkretnych grup, które mogą stać się częścią „większego” lub komunikować w ramach jednej, często zamkniętej całości, z wykorzystaniem specyficznych dla jej zasobów kodów, norm zachowań i języka.

Niemal każdą z tych potrzeb i możliwości zaspokoją *social networks*, tj. portale społecznościowe, które stanowią odrębną funkcjonalnie sieć w sieci, subprzestrzeń, w której internauta świadomie uczestniczy i którą współtworzy. Przynależność do przynajmniej jednego z portali społecznościowych deklaruje obecnie

58% polskich internautów<sup>15</sup>. Blisko 80% z nich ma 18–24 lata, 75% do 34 lat. Co ciekawe, ponad jedna czwarta internautów powyżej 65 roku życia także założyła na nich swój profil.

Mając na względzie europejskie statystyki, Polacy stanowią jedną z najliczniejszych grup wysyłających wiadomości w ramach serwisów społecznościowych i komunikatorów<sup>16</sup>.

Poniższe zestawienie ilustruje ten przypadek:

Tabela 1. Internauci korzystający z portali społecznościowych i komunikatorów w 2010 r.

L.p.	Kraj	Odsetek internautów (2010)
1	Szwecja	46
2	Dania	45
3	Norwegia	44
4	Islandia	43
5	Finlandia	42
6	Polska	41
7	Litwa	41
...	...	...
	Grecja	21
	Włochy	21
	Macedonia	20
	Rumunia	17
	<b>Średnia dla 27 krajów UE</b>	<b>32</b>
	<b>Średnia dla Europy</b>	<b>30</b>

Za pierwszy rodzimy portal społecznościowy uznaje się serwis Fotka.pl (14 lutego 2001), oferujący możliwość dzielenia się z innymi użytkownikami zdjęciami i nawiązywania kontaktów. Do dziś pozostaje on jednym z najprężniej działających w polskiej sferze: tworzy go 1,6-milionowa społeczność, choć jej liczebność zmniejszyła się w 2010 r. o ponad 400 tysięcy.

20 lutego 2004 r. uruchomiono serwis społecznościowy Grono.net, który przez ponad 2 lata stanowić będzie podstawowe pole aktywności społecznościowej. Pomimo dość zamkniętej formuły<sup>17</sup> wciąż gromadzi prawie 2 miliony aktywnych internautów. Można by zakładać dalszy, lepszy scenariusz rozwoju, gdyby nie rewolucja, która nadeszła 11 listopada 2006 wraz z debiutem serwisu Nasza-klasa.pl (nk).

<sup>15</sup> Źródło: CBOS, „Korzystanie z internetu”, Warszawa, sierpień 2011. W I kwartale 2010 r. na przynajmniej jednym z portali zarejestrowanych było 62% internautów (32% ogółu dorosłych Polaków). Szerzej: CBOS: badanie „Społeczności wirtualne”. Warszawa, maj 2010.

<sup>16</sup> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00084>.

<sup>17</sup> Do „grona” mogła należeć wyłącznie osoba zaproszona przez innego użytkownika, struktura portalu opiera się bowiem na niewielkich gronach osób zorientowanych na utrwalanie relacji ze znajomymi lub wymianę opinii na ściśle określony temat.

Ów początkowo niewielki portal założony przez wrocławskich studentów, w lawinowym tempie stał się najbardziej rozpoznawalną marką polskiego internetu. Pod koniec 2007 r. miał zarejestrowanych 3 miliony użytkowników, przez co działalność nk okrzyknięto najważniejszym wydarzeniem polskiej sieci. Sukces mógł zaskakiwać o tyle, że już w 2002 r. istniała strona Szkolnelata.pl, pierwsza, która służyła do nawiązywania kontaktów ze znajomymi z czasów szkolnych. W 2006 r. serwis miał jednak tylko 50 tys. zarejestrowanych użytkowników<sup>18</sup>. Na tych samych zasadach działał założony niemal równorzędnie Sztambuch.pl. I choć wszystkie portale bazowały na pomysłach z zagranicznych witryn, twórcom dwóch pierwszych nie udało się przekuć tamtego sukcesu we własny<sup>19</sup>.

Pod koniec 2009 r. na portalu nk zarejestrowanych było już ponad 13 milionów kont użytkowników, do korzystania z serwisu przyznawało się aż 70% polskich internautów. Tej istnej hegemonii zagroziło jednak pojawienie się 14 maja 2008 r. polskiej wersji portalu Facebook (oryginalnie zadebiutował w lutym 2004 r.). Odtąd w mediach przypatrywano się nieuchronnej „wojnie” ze szczególną atencją, wyczekując działań po stronie właścicieli rodzimego portalu. W rok od polskiego debiutu Facebook zdobył 1,5 miliona użytkowników.

Po fali odejść z serwisu nk, spowodowanych m.in. wprowadzeniem nowego regulaminu<sup>20</sup>, rok 2010 zamknął on liczbą 11,9 miliona użytkowników; w tym czasie Facebook mógł się już pochwalić 9,14 miliona. Według zestawień PBI/Gemius, we wrześniu 2011 r. Facebook przegonił nk pod względem liczby *real users* (11,7 do 11,6 miliona); w listopadzie różnica wyniosła już ponad milion użytkowników (12,3 do 11,2 miliona)<sup>21</sup>.

W grupę najpopularniejszych polskich serwisów społecznościowych wpisane są jeszcze portale chomikuj.pl (ponad 4,8 miliona użytkowników), czyli witrynę służącą za „wirtualny dysk twardy”, gg.pl (2,2 mln) i mojageneracja.pl, czyli portale należące do grupy Gadu-Gadu, oraz stricte biznesowy Goldenline.pl<sup>22</sup>, mający niecałe 2 miliony użytkowników.

Nie można także nie wspomnieć o obecnych w Polsce zagranicznych serwisach, które nie zdobywszy szerszego uznania wśród polskich internautów wyczołgały się z walki o tę część e-ryнку. Mowa tu o należącym do imperium Ruperta Murdocha portalu MySpace, który zamknął polski oddział już pół roku od jego utworzenia<sup>23</sup>, oraz należącym wówczas do grupy AOL serwisie Bebo, działającym od lipca 2007 r.

<sup>18</sup> <http://news.webweb.pl/2,4199,0,Znajdz,przyjaciela,ze,szkolnej,lawy.html>, dostęp 16.01.2012.

<sup>19</sup> W efekcie portale zamknięto, choć jeszcze jakiś czas po wejściu serwisu Nasza-klasa.pl na rynku utrzymywały się wszystkie trzy. O braku sukcesu zdecydował z pewnością brak działań reklamowych i promocji w innych mediach.

<sup>20</sup> [http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/438957,nasza\\_klasa\\_moze\\_stracic\\_20\\_30\\_proc\\_uzytkownikow.html](http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/438957,nasza_klasa_moze_stracic_20_30_proc_uzytkownikow.html), dostęp 16.01.2012.

<sup>21</sup> Z danych samego portalu wynika, że polski Facebook miał na koniec 2011 r. nieco ponad 7,11 miliona użytkowników; prawie 32% osób mających dostęp do sieci deklaruje, że ma tam swój profil. Polski Facebook zajmuje tym samym 24. miejsce w globalnym zestawieniu wersji portalu.

<sup>22</sup> Wszystkie dane: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2010.

<sup>23</sup> Portal funkcjonował od października 2008 do marca 2009 r. Ostatecznie zachowano jego polską wersję.

W zasadzie każdy ogólnotematyczny portal dysponuje dziś własnymi „społecznościami”. Rolę tę pełnią w pewnym sensie również komunikatory internetowe, których funkcje w wielu przypadkach są niemal analogiczne<sup>24</sup>. Obok wspomnianej grupy Gadu-Gadu w polskiej sieci zaistniały rodzime marki, takie jak WPkontakt (2001, później jako Spik) czy Tlen (2001, aplikacja portalu o2.pl pozwalająca na integrację z innymi komunikatorami) oraz kilka pomniejszych (AQQ, Konnekt). Drugim co do popularności jest dzisiaj globalny gigant Skype, obecny w Polsce od listopada 2005 r.

## Internet a tradycyjne media

Pierwszym polskim tytułem dostępnym na stronach WWW była „Gazeta Wyborcza”<sup>25</sup>, której krakowski dodatek „Komputery i Biuro” pojawił się na serwerach firmy Cyfronet w październiku 1994 r. Dopiero w 2001 r. z ogólnego serwisu wyodrębniona została gazeta.pl jako samodzielny portal i wyborcza.pl, czyli strona internetowa papierowego dziennika. W dalszej kolejności swoją obecność w sieci zaznaczył „Super Express” (1996), rok później weszła doń „Rzeczpospolita”. „Fakt” (Axel Springer), który zadebiutował w kioskach w październiku 2003 r., stronę internetową gazety uruchomił dopiero 23 kwietnia 2008 r. Wersja online innego tytułu koncernu Axel Springer, „Dziennika”<sup>26</sup>, pojawiła się dopiero siedem miesięcy po debiucie gazety papierowej (18 kwietnia 2006 r.), co było częściowym falstartem całego projektu.

Dziś swoje witryny posiadają wszystkie polskie dzienniki, jednak ich znaczenie wśród najchętniej oglądanych portali jest niewielkie. Portal Agory SA (grupa Gazeta.pl) to do niedawna tak naprawdę jedyny liczący się serwis okołoprasowy w polskich zasobach, w 2007 r. klasyfikowany na 7. pozycji wśród ogólnie najczęściej odwiedzanych witryn<sup>27</sup>, w 2010 r. – na pozycji 5. W połowie 2007 r. sam portal horyzontalny Agory miał 5,83 miliona użytkowników, z czego 2,95 miliona bezpośrednio w jego serwisach informacyjnych, pod koniec 2010 r. liczba użytkowników sięgała już 7,9 miliona.

Zestawiając popularność informacyjnych portali prasowych, wyborcza.pl miała pod koniec 2010 r. 2,43 miliona użytkowników (13,34% zasięgu), strona rp.pl

<sup>24</sup> Gadu-Gadu szybko stało się synonimem kontaktu, sieciowej konwersacji w czasie rzeczywistym, od samego sposobu jej prowadzenia, poprzez rozbudowane formy interakcji, aż do stron społecznościowych. Stworzono z niego aplikację łączącą w sobie wiele usług i narzędzi (możliwość wysyłania SMS-ów, słuchanie radia online), aż do wspomnianej społeczności (mojageneracja.pl).

<sup>25</sup> Pierwsze pełne internetowe wydanie ukazuje się w roku następnym <http://serwisy.gazeta.pl/onas/1,30608,781736.html>. Pierwszym polskim czasopismem elektronicznym są „Donosy”, utworzone dla przebywających za granicami kraju polskich środowisk naukowych. Pierwszy numer periodyku ukazał się 2 sierpnia 1989 r.

<sup>26</sup> Dziś „Dziennik Gazeta Prawna” należy do wydawnictwa Infor, po połączeniu 17 sierpnia 2009 r. „Dziennika” i „Gazety Prawnej”.

<sup>27</sup> Dane: Megapanel/PBI Gemius, sierpień 2007, styczeń 2008. Szerzej także: Internet Standard: Digital Landscape Poland – January 2008 (raport).



(„Rzeczpospolita” online) niewiele ponad 1,31 miliona (7,19%), gazeta prawna.pl 1,14 i dziennik.pl 1,13 miliona (wydawca stworzył dla tego tytułu dwie odrębne witryny). Opierając się na kryterium popularności, drugim najchętniej czytany serwis prasowym będzie jednak portal „Super Expressu” se.pl – 1,63 miliona (8,9%), który wyprzedza fakt.pl („Fakt”) z 1,47 miliona użytkowników<sup>28</sup>. Portal „Faktu” odnotuje jednak najwięcej odsłon już w I połowie 2011 r., witryna „Gazety Wyborczej” mimo przewagi w ciągu kolejnego roku straci niemal połowę swoich użytkowników (dane Megapanel/PBI Gemius).

Warto przy tej okazji zwrócić uwagę na popularność serwisów Mediów Regionalnych (MR), złączonych w grupę regionalnych serwisów prasowych<sup>29</sup>, tytułów wydawanych w ramach jednego projektu oraz miejskich serwisów Moje Miasto (mm.pl). W styczniu 2008 r. odwiedziło je 921 tysięcy internautów, o 200 tys. więcej niż rok wcześniej. Dane ze stycznia 2012 r. wskazują na ponad 9 milionów<sup>30</sup> użytkowników wszystkich serwisów MR (wzrost o 11%).

Stały przyrost liczby internautów szukających informacji lokalnych i regionalnych może być dowodem na zapotrzebowanie i chłonność tego typu wiadomości. Z początkiem 2008 r. średni czas przebywania na tych witrynach wyniósł 21 minut, największą liczbę użytkowników zanotowały serwisy echodnia.eu (148,1 tysiąca), pomorska.pl (124,4 tysiąca) i nto.pl (113,2 tysiąca). Ogólna liczba użytkowników wyniosła wówczas 921 tysięcy. W kolejnych latach Media Regionalne znacznie rozbudowały swoją ofertę, tworząc nowe lub rozbudowując stare serwisy. Efektem tego są wyniki z końca III kwartału 2011 r., w którym serwisy informacyjne grupy zgromadziły blisko 5,47 miliona użytkowników<sup>31</sup>. Najwięcej portal wspolczesna.pl (549,3 tysiąca), echodnia.eu (544,9 tysiąca) i dziennikwschodni.pl (528,3 tysiąca).

Wśród tygodników ukazujących się na papierze i w sieci, największą liczbę użytkowników mają portale: newsweek.pl (983,4 tysiąca), telemagazyn.pl (730,6) i wprost.pl (591,4). Portal polityka.pl, mający 438,2 tysiąca *real users*, zajmuje 4. pozycję, wyprzedzając auto-swiat.pl (393,1 tysiąca).

Ogółem, witryny najważniejszych gazet coraz rzadziej ustępują popularnością stronom informacyjnym portali ogólnotematycznych. W 2008 r. gazeta.pl zajmowała 3. pozycję z zasięgiem 19,3%, należące do Mediów Regionalnych i Polskapresse naszemiasto.pl 6. (zasięg 9,27%), a rp.pl – 10. (5,10%). Strona WWW rozgłośni RMF FM znalazła się na 11. miejscu (4,85%), Radio Zet – 18. (2,66%). Najlepiej radziła sobie wówczas witryna TVP – była 4. najchętniej odwiedzany serwisem informacyjnym (5. pozycja, zasięg 12,85%).

Wyniki badań za listopad 2011 r.<sup>32</sup> wskazują na trend zwiększający udział portali informacyjnych związanych z mediami drukowanymi. Jest on związany nie tylko z przegrupowaniami na rynku prasy, co zwiększa zasięg niektórych witryn internetowych, ale też zmianami w użytkowaniu i przyzwyczajeniach internautów.

<sup>28</sup> Wszystkie dane: Megapanel PBI/Gemius, listopad 2010.

<sup>29</sup> Jeszcze w 2008 roku serwisów prasowych było 12, dziś pozostaje 9.

<sup>30</sup> <http://www.mediaregionalne.pl/ponad-9-milionow-uzytkow-nikow-w-serwisach-mediow-regionalnych/Lead05,52,567,2/>, dostęp 29.01.2012.

<sup>31</sup> Wynik ten jest pochodną przejęć na rynku prasy (m.in. roszadami Polskapresse), a zatem i jej wydań internetowych.

<sup>32</sup> Opublikowane przez Gemius/PBI 31.01.2012 r.

Obraz ten przybliży poniższe zestawienie.

Tabela 2. Zasięg portali internetowych mediów tradycyjnych

I.p.	Nazwa portalu (grupy) Kategoria: informacje i publicystyka	Zasięg (proc.)	Miejsce w zestawieniu ogólnym
1	Gazeta.pl	28,86	3
2	Polskapresse	20,80	4
3	Media Regionalne	20,64	5
4	TVN	13,33	7
5	Ringier Axel Springer	10,64	8
6	Murator	10,39	9
7	Presspublica	6,73	10
8	TVP	6,21	11
9	Next Infor	5,91	12
10	Polskie Radio	5,34	13

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Megapanel PBI/Gemius.

Wyrazna supremacja „Gazety Wyborczej” jako źródła informacji i opinii, zarówno w wersji online, jak i papierowej, widoczna jest od początku, choć obecnie zbliżyły się do niej lokalne strony obu dużych grup wydawniczych. Co ciekawe, w przypadku serwisu Wyborcza.pl w 2005 r. nastąpiło niemal zrównanie poziomu korzystania z serwisu i wersji papierowej. To jednak tylko jeden z trendów odnoszących się do korzystania z tradycyjnych mediów w wersji online. Na inne wskaże krótki historiograficzny przegląd badań nad ich użytkowaniem.

W 2004 r. polscy internauci spośród mediów dostępnych w wersji online najchętniej czytali dzienniki (59,5%), w dalszej kolejności słuchali radia (ok. 45%), najmniejszą popularnością cieszyła się telewizja (16,2%). Rezultaty badań potwierdzały trend światowy – zainteresowanie prasą w wersji papierowej i online rośnie wraz z wiekiem użytkownika, w przypadku radia – spada. Czytelność prasy online wśród 15–24-latków wynosiło 55%, u osób powyżej 35. roku życia – 69%. Obecnie 59% mężczyzn i 64% kobiet objętych badaniem Gemius stanowią czytelnicy stron WWW dzienników, tygodników i dwutygodników odpowiednio 30% i 40%, miesięczników – 27% i 35%<sup>33</sup>.

W badaniach preferencji Nielsen/Net Ratings za 2005 rok, 21% polskich użytkowników sieci czytających prasę codzienną wybierało formę online, 72% wolało pozostać przy wersji papierowej, a 7% korzystało z obu form. Z kolejnego raportu Gemius z 2006 r. wynikało, że korzystający z zasobów online każdego dnia czytają więcej prasy codziennej niż ogół badanych. Najchętniej (69%) korzystają z możliwości czytania ze stron WWW dzienników osoby w wieku +35 lat (starsze nadal preferują wydania papierowe); również one chętniej zaglądają na strony tygodni-

<sup>33</sup> Dane: Raport „Konsumpcja mediów. Sposoby korzystania z mediów wśród internautów”, październik–listopad 2006.

ków i dwutygodników. Co czwarty internauta słuchał w sieci radia, tylko 14% oglądało telewizję.

Z początkiem 2007 r. liczba polskich internautów czytających wersje gazet codziennych online zbliżyła się do połowy (45%); odnotowano dalszy wzrost słuchalności radia online, a mniej więcej co ósmy Polak oglądał w sieci telewizję<sup>34</sup>. Rok później aż 58% deklaroowało czytanie internetowych gazet lub czasopism w sieci, 37% słuchanie radia, a wciąż mniej niż jedna piąta oglądanie telewizji<sup>35</sup>.

Z badań wynika, że strony WWW prasy mocniej stymulują do wymiany opinii, sieciowych rozmów, ich użytkownicy mają wyraźniejsze poglądy, a reklamy umieszczone na tych stronach uważają za bardziej wiarygodne<sup>36</sup>. Co ważniejsze, ich zwiększona aktywność idzie w parze z wykształceniem, a więc atrakcyjnością odbiorcy. Dziś, w Polsce z witryn internetowych gazet korzysta codziennie 1/5 badanych internautów, w tym 1/3 z wyższym wykształceniem<sup>37</sup>. Według ComScore, w Europie blisko połowa internautów odwiedza strony WWW gazet codziennych i w porównaniu z rokiem 2010 jest to tendencja wzrostowa<sup>38</sup>.

Z danych PBC za okres luty 2010–styczeń 2011 wynika, że prasę wyłącznie w internecie czyta dziś niecały 1% respondentów<sup>39</sup>, mimo iż czytelnictwo tradycyjnej prasy deklaruje aż 90% badanych w wieku 15–75 lat. Co czwarty z nich, czyli około 7,3 miliona osób (według PBC z internetu korzystało w danym okresie 52,7% Polaków), czyta obie wersje.

## Spoleczne implikacje upowszechniania internetu

Z chwilą pojawienia się internetu czas przeznaczony na dzienną konsumpcję mediów rozciągnął się, nie powodując początkowo znacznego odpływu odbiorców z mediów tradycyjnych, lecz wpisując we fragmentaryzujące się otoczenie medialne. Supremacja nowych technologii komunikacyjnych zaczęła jednak zastępować inne formy aktywności, w tym spędzania wolnego czasu.

Analizując wyniki badań CBOS nad formami spędzania wolnego czasu przez Polaków od 1988 r., obserwujemy dwa trendy: zmiany w aktywności do połowy lat 90., z najniższymi wskaźnikami we wszystkich dziedzinach życia w 1993 r., względną stabilizację po 1997 r., następnie wydłużające się korzystanie z telewizji, aż po coraz dłuższy czas spędzany w internecie.

Według CBOS, w 2006 r. statystyczny Polak na komputer i internet przeznaczał 9 godzin. Dłużej, bo przeciętnie 12 godzin tygodniowo oglądał telewizję, ponad

<sup>34</sup> CBOS: Badanie „Korzystanie z Internetu i komputerów”, Warszawa, kwiecień 2007.

<sup>35</sup> Dane za CBOS: Badanie „Polacy w sieci”, Warszawa, kwiecień 2008.

<sup>36</sup> Badanie przeprowadził Millward Brown na zlecenie NNN/NAA w okresie wrzesień–październik, metodą wywiadu na grupie dorosłych (powyżej 18 roku życia).

<sup>37</sup> Badanie konsumentów firm Gemius i Value Media, przeprowadzone metodą ankietową w internecie w lutym 2008.

<sup>38</sup> Dane za listopad 2011 r. wskazują 9-procentowy wzrost „rok do roku” w grupie powyżej 15 roku życia. Szerzej: [www.comscore.com](http://www.comscore.com).

<sup>39</sup> <http://www.pbczyt.pl/news/items/35.html>, dostęp 07.01.2012.

7 poświęcał na czytanie prasy lub książki, przez 10 godzin słuchał radia. Na spotkania z rodziną i przyjaciółmi przypada w tym czasie średnio godzina dziennie, korzystanie z kultury jest znikome<sup>40</sup>.

Z danych Megapanel PBI/Gemius za 2006 rok wynika, że już wówczas średni miesięczny czas spędzony w sieci wyniósł przeciętnie 28 godzin i 23 minuty<sup>41</sup>. Był on dłuższy o pięć godzin w stosunku do roku poprzedniego roku, a prawie o 10 wobec roku 2004. Średnio 5 godzin i 6 minut w miesiącu poświęcali internauci na kulturę i rozrywkę, dużą popularnością cieszyły się także witryny poradnikowe, informacyjne i hobbyistyczne.

W 2007 r. komputer i internet staje się sposobem na spędzanie wolnego czasu dla 11% Polaków. Nie zmienia się grupa najbardziej aktywnych jego użytkowników – to osoby w wieku 15–24 lat. W 2007 r. stanowili oni 33,76% wszystkich internautów, spędzając w sieci średniomiesięcznie 37 godzin. Aż 11,04% internautów to osoby w wieku 7–14 lat<sup>42</sup> (korzystają z internetu przez 24 godziny i 27 minut). W tej grupie największy odsetek stanowią mieszkańcy wsi (28%).

Dziś długość korzystania z internetu, zgodnie z deklaracjami respondentów, ulega skróceniu. Pytani w 2011 r. przez CBOS respondenci deklarowali korzystanie z sieci przez 12 godzin tygodniowo, o 3 krócej niż w roku poprzedzającym badanie (dane za kwiecień 2010–czerwiec 2011). Także wyniki wspólnych badań Grupy TP i Agory w ramach World Internet Project za rok 2011 wskazują, że średniotygodniowo polscy internauci spędzają w sieci 13 godzin i 41 minut, wobec 14 godzin i 27 minut w roku 2010<sup>43</sup>.

Według globalnych badań TNS „Digital Life”<sup>44</sup> ilość czasu spędzanego przez internautów w sieci, w odniesieniu do użytkowania przez nich pozostałych mediów, przedstawia się następująco: 89% z nich korzysta z internetu z celach prywatnych, 74% ogląda telewizję, tylko 56% słucha radia; zaledwie 27% to czytelnicy gazet codziennych, 17% – magazynów. Coraz dłuższe spędzanie czasu online, przyczyniające się w największym stopniu do medialnej fragmentaryzacji, stanowi współcześnie komplementarną formę telewizyjnej aktywności. W przypadku Polaków, w skali kraju wciąż „społeczeństwa telewizyjnego”, związek ten wydaje się więc oczywisty, tym bardziej że niecałe 5% internautów deklaruje, że nie ogląda materiałów wideo w sieci (dane: PBI/Gemius).

Podobne zjawisko obserwujemy np. w Stanach Zjednoczonych, gdzie także krótszy czas oglądania telewizji równoważony jest przez dłuższe korzystanie z internetu. Tym samym telewizyjna publiczność rozkłada się pomiędzy starym i nowym medium.

<sup>40</sup> CBOS: „Co Polacy robią w czasie wolnym”, Warszawa, sierpień 2006.

<sup>41</sup> W ciągu całego roku czas ten wzrósł z 25 do 30 godzin miesięcznie.

<sup>42</sup> Megapanel/PBI Gemius: badanie „Dzieci aktywne online 2007”, październik 2007. Warto wskazać na wydłużający się średni czas korzystania z sieci (wcześniej 15 godzin i 56 minut) i to mimo niezmięniętej liczby. W najmłodszej grupie respondentów dłużej w sieci spędzają czas dziewczynki – 29,4 godzin, wobec 19,4 godzin spędzanych przez chłopców, mimo że proporcjonalnie jest ich mniej. Dzieci korzystają z internetu dla treści rozrywkowych i kulturowych oraz aktywności w grupach społecznościowych (70%), a także nowych technologii i gier.

<sup>43</sup> Szerzej: World Internet Project – Polska 2011, raport: <http://biuroprasowe.tp.pl/pl/presskit?file=352031>, dostęp 27.01.2012.

<sup>44</sup> Badanie przeprowadzono na 72 tysiącach osób z 60 krajów.

## Polski internauta w statystykach

Pierwsze badanie samego tylko internetu, co czytamy na stronie NASK, przeprowadziła w 1995 r. firma RUN, a wyłonił się z niego obraz polskiego internauty – mężczyzny z wyższym wykształceniem, co miało bezpośredni związek z użytkowaniem komputerów głównie przez kadre naukową. Powołana wyłącznie do badań sieci WWW spółka Polskie Badania Internetu (PBI) powstaje dopiero 7 sierpnia 2000 r.

Według wspomnianych badań z roku 1995 liczba polskich internautów sięgała pół miliona. Dane OBOP z 1997 r. wskazują na deklaracyjny dostęp do internetu 8% społeczeństwa<sup>45</sup>; trzy lata później liczbę polskich internautów ośrodek ten szacuje na 5,2 mln, co odpowiada 17% ogółu Polaków. Najczęściej łączono się z siecią w domu (45,5%) i w miejscu pracy (37,9%). W ciągu kolejnych lat dynamika przyrostu, a także sposoby korzystania z internetu, zmieniały się, choć w pierwszym przypadku trudno jest mówić o wyjątkowym progresie i zróżnicowaniu.

W 2001 r. ponad 60% internautów stanowili użytkownicy w wieku 15–29 lat, 30% w przedziale 30–50 lat; 38% miało wykształcenie średnie i pomaturalne, a 30% podstawowe<sup>46</sup>. Jak wskazywano, już wówczas internet przestał być narzędziem dla lepiej wykształconych, wciąż pozostawał jednak domeną mężczyzn (56% internautów). Co czwarty internauta korzystał z sieci w domu, około 13% w pracy, 1% używał do tego telefonu komórkowego<sup>47</sup>.

W 2004 r. komputera używało 55% Polaków w wieku 16–74 lat, z tego 47% korzystało z internetu. Przy średniej dla krajów UE wynoszącej wówczas 47%, w Polsce było ich 29%. Badanie Interbus, realizowane w 2004 r. przez TNS OBOP, uzupełnia te dane o fakt, iż co drugi polski internauta korzystał z sieci codziennie (odsetek wszystkich internautów osiągnął według Interbus 25%).

W 2006 r., według różnych źródeł dostęp do sieci WWW miało w Polsce 36% lub 38% społeczeństwa<sup>48</sup>; według danych Internet World Stats, średnia dla krajów UE wynosiła wówczas ponad 51% (Eurostat wykazywał 49%). Badania firmy Megapanel PBI/Gemius „Zainteresowania polskich internautów” modelują ich jako osoby młode i dobrze wykształcone (46,44% ma mniej niż 25 lat), spędzające średnio 27 godzin 22 minuty na surfowaniu po internecie<sup>49</sup>. Z jego zasobów najczęściej wciąż korzystają 15–34-latkowie, w grupie powyżej 55 lat są to głównie mężczyźni z wyższym wykształceniem, mieszkający w mieście.

Najbardziej zaawansowane w korzystaniu z nowych technologii kraje UE to w owym czasie Islandia (83%), Holandia (80%) i Dania (79%), najślabiej – Grecja

<sup>45</sup> OBOP: „Dostęp Polaków do internetu”, październik 1997.

<sup>46</sup> TNS OBOP: „Dostęp i korzystanie z Internetu”, styczeń–czerwiec 2002.

<sup>47</sup> Dane: Taylor Nelson Sofres Interactive – Globale Commerce Report.

<sup>48</sup> 36% wskazują dane Eurostat, 38% oparte są na badaniach konsumenckich Ericsson Consumer & Enterprise Lab, przeprowadzonych na grupie 1500 osób w wieku 15–69 lat.

<sup>49</sup> Stan na marzec 2006. Podobnie prezentują się wyniki innych badań, przeprowadzonych przez NetTrack Millward Brown SMG/KRC, zgodnie z którymi z internetu najczęściej korzystają osoby w wieku 15–24 lat, z wykształceniem średnim. 60,5% korzysta z sieci codziennie, 20,2% kilka razy w tygodniu. Zaledwie 2,2% internautów ma 60 i więcej lat.

(23%), Słowacja (27%) i Węgry (32%). Mimo że liczba użytkowników sieci WWW przyrasta znacznie szybciej niż od połowy lat 90., wciąż widoczna jest wyraźna dysproporcja pomiędzy starymi a nowymi krajami Unii Europejskiej.

W roku 2007 dostęp do sieci miało już 42% polskiego społeczeństwa<sup>50</sup>; to 12,8 mln użytkowników internetu powyżej 15 roku życia, z których odsetek mężczyzn i kobiet praktycznie się wyrównał (stosunek 50,8% mężczyzn do 49,2% kobiet). Rok 2008 nie przyniósł znaczącego progressu w dostępie do sieci. W stosunku do innych krajów Europy, takich jak Słowacja, Austria, Francja czy Luksemburg, w Polsce nie zanotowano większego przyrostu użytkowników internetu; korzystanie z sieci przynajmniej raz w tygodniu deklaruje 45% badanych przez CBOS<sup>51</sup>; najwięcej, 87%, osoby w wieku 18–24 lata. W pozostałych grupach wiekowych: 65% to 25–34-latkowie, tylko 22% stanowią osoby w wieku 55–64 lat, ledwie 6% internautów znajdziemy w grupie powyżej 65 roku życia.

Średnia europejska w tym roku kształtuje się na poziomie 60% (osoby w wieku 16–74 lata)<sup>52</sup>.

Wciąż poziom korzystania z nowych technologii zdeterminowany jest przez wiek i wykształcenie: 84% badanych ma ukończoną wyższą edukację, 58% posiada wykształcenie średnie i tylko 22% podstawowe. Ze względu na miejsce zamieszkania najwyższy odsetek notuje się u mieszkańców miast wielkości 101–500 tysięcy (62%) i powyżej 500 tysięcy (59%); deklaratywnie z internetu korzysta 31% mieszkańców wsi.

Po raz pierwszy jednak autorzy raportu „Portret internauty”<sup>53</sup> (CBOS, marzec 2009) wymieniają bardzo ważny element rozwoju internetu, wyłaniający się z końcem 2008 r. „nowy wymiar zróżnicowania społecznego”, czyli wykluczenie cyfrowe dotyczące osoby niemające dostępu do nowych technologii lub nieumiejętnie się nimi posługujące. Wśród osób nieużywających internetu 57% stanowiły kobiety. Średni wiek osób dorosłych zakwalifikowanych jako „nieinternauci”<sup>54</sup> obliczono na 56 lat, przy średnim wieku internautów 35 lat (w grupie 18–24 lata aż 89% korzysta z internetu).

<sup>50</sup> SMG/KRC NetTrack. Z badań Gemius wynika, że w grupie 7+ pod koniec 2011 było w Polsce około 14 mln internautów, czyli niecałe 40% społeczeństwa.

<sup>51</sup> Wciąż najpopularniejszym technologicznie urządzeniem był telefon komórkowy, którego używało 76% Polaków. Badacze z CBOS stwierdzili nawet, że 47% Polaków „pozostaje w stadium niskiego stopnia nowoczesności lub wręcz swoistego zacofania”. Badanie: „Czy Polacy są nowocześni?”, Warszawa, listopad 2008, zrealizowane na grupie 1050 osób.

<sup>52</sup> Z tego 49% stanowi dostęp szerokopasmowy. Dziś *broadband* to 61% połączeń internetowych. Polska zajmuje w tych statystykach 18 pozycję wśród 27 krajów UE, przy średniej dla nich i pozostałej części Europy 68%. Dane te „zawyżają” kraje skandynawskie, w których dostęp szerokopasmowy stanowi ponad 80% połączeń sieciowych. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00073>.

<sup>53</sup> Raport był wspólnym przedsięwzięciem CBOS i portalu gazeta.pl. W badaniach wykorzystano wyniki sondaży „Aktualne problemy i wydarzenia” z okresu październik 2008–styczeń 2009.

<sup>54</sup> Osoby z wykształceniem podstawowym, które stanowią znaczną grupę „nieinternautów” (90%), to najczęściej osoby starsze, które z racji wieku nie interesują się nowymi technologiami. 65% to jednak także osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Na tym poziomie, a także policealnym i średnim, zarysowuje się przewaga mężczyzn nieinternautów.

Należy zaznaczyć, że kryterium „nieinternautów” to kolejny indyktor, który plasuje Polskę w końcu listy państw europejskich (miejsce 21); średni odsetek osób w wieku 16–74 lat, niekorzystających dotąd z internetu wynosi dla UE 24%, w Polsce jest to 33%. Rok wcześniej było to 35%, lecz w porównaniu z rokiem 2005 odsetek ten zmalał aż o 25%<sup>55</sup>. Dowodzi to, iż w coraz większym stopniu z sieci zaczynają korzystać osoby starsze, które stanowią odpowiednio prawie 90% wśród 65–74-latków i około 65% w wieku 55–64 lat. Problem ten praktycznie nie występuje w grupach dobrze wykształconych (1% wśród 25–54-latków).

W 2010 r. pozostajemy w czołówce państw z szerokim dostępem do sieci w miejscu nauczania (jako szósty kraj). Z innych danych ponad 45% deklaruje dostęp do sieci tylko w domu (średnia dla UE 38%), 32% – również w pracy (tu „średnia unijna” wynosi 42%). 91% korzysta z internetu w domu.

Zszacuje się, że 34% 16–74-latków w Polsce korzysta z sieci głównie dla komunikowania się (e-mail, komunikatory, rozmowy telefoniczne), brania udziału w czatach lub grupach dyskusyjnych. Z treści dostępnych odpłatnie korzysta zaledwie 8% użytkowników i w porównaniu z rokiem 2010 jest to dwukrotnie mniej. Polacy cenią sobie swobodę dostępu do treści darmowych, ale także tych nielegalnych. Potwierdza się, iż internet jest głównie miejscem rozrywki – blisko 1/4 polskich internautów korzysta z sieci, grając lub pobierając gry, muzykę, filmy i zdjęcia. To odsetek zbliżony do średniej w krajach Unii<sup>56</sup> (28%), choć ze wciąż wzrastającą tendencją, gdy spojrzeć na rok 2004 (14%) czy 2007 (17%).

Odsetek korzystających z sieci WWW zależy w znacznym stopniu od urbanizacji danego rejonu. W podziale wojewódzkim najwięcej użytkowników internetu notuje się dziś w województwie pomorskim (70%), śląskim (60%), w Wielkopolsce i na Opolszczyźnie – 59%. Co ciekawe, w województwie opolskim znaczny odsetek stanowi ludność wiejska. Najniższy odsetek internautów notuje się w woj. kujawsko-pomorskim (48%), zachodnio-pomorskim (49%) i warmińsko-mazurskim (51%)<sup>57</sup>.

W uzupełnieniu danych warto na koniec wskazać dodatkowe indykatory celowości korzystania z sieci. Na tle innych krajów Europy obraz Polski prezentuje się bowiem mniej atrakcyjnie, co świadczy o tym, iż wciąż w wielu dziedzinach życia nie wykorzystujemy internetu do celów szerszych niż rozrywka czy kontakt e-mailowy. Według danych Eurostatu, zaledwie 28% polskich internautów wykorzystuje sieć do kontaktu z instytucjami publicznymi<sup>58</sup> (bez zmian, jeśli wziąć pod uwagę rok 2010), co lokuje nasz kraj na czwartym miejscu od końca wśród 27 państw Unii (za Polską plasują się Włochy, Rumunia, Bułgaria i Grecja). Dla porównania, internet jako narzędzie kontaktu z aparatem urzędniczym wykorzystuje 81% Duńczyków, 50% Niemców czy 39% Anglików. Średnia dla krajów UE wynosi 41%, dla Europy – 44% (78% w Norwegii). Wynik ten jest i tak znacznie lepszy niż

<sup>55</sup> Eurostat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tin00011&language=en>, dostęp 20.01.2012.

<sup>56</sup> Aż 51% Holendrów czy 47% Finów korzysta z internetu właśnie w tym celu.

<sup>57</sup> CBOS: Badanie „Korzystanie z internetu”, Warszawa, sierpień 2011.

<sup>58</sup> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00012>.

w 2006 r.; wówczas średnio 26% europejskich internautów korzystało z sieci w celu kontaktu z instytucjami publicznymi, polskich zaś ledwie 6%. Był to wskaźnik najniższy w Europie<sup>59</sup>.

Po informacje ze stron władz publicznych sięga online 21% Polaków i to także dość stabilny poziom (25% w 2010), choć stawia nas jedynie przed Rumunią i Bułgarią. Średnia dla krajów UE w tym przypadku to 35%, dla całej Europy – 39%.

Internet stanowi miejsce poszukiwania pracy dla 11% polskich internautów (5% w 2005). Dla krajów UE średnia wynosi 17% (Europy 16%), a w takich państwach jak Dania, Estonia, Łotwa, Wielka Brytania i Skandynawia przekracza 20%.

7% polskich internautów używa sieci do tworzenia treści i dzielenia się nimi z innymi użytkownikami (2008 rok). Tu również wskaźniki w innych krajach Wspólnoty (także „nowej Unii”, przy średniej dla wszystkich państw 11%), są znacznie wyższe: Estonia 21%, 19% Łotwa i Wielka Brytania i 17% Węgry.

## Podsumowanie

Rozwój rynku internetowego w Polsce, szczególnie w zakresie powszechności jego dostępu, wciąż postępuje dość powoli i mimo okresowo zwiększonego tempa przyrostu liczby internautów – szacuje się, że w latach 2005–2006 wyniósł on ponad trzy miliony użytkowników, z 8,4 do 11,5 mln – rok 2011 był kolejnym, w którym wzrost wyniósł nie więcej niż 5%. To powoduje, iż kraj pozostaje poza czołówką państw europejskich.

Z internetu korzysta dziś w Polsce 62% społeczeństwa (Eurostat)<sup>60</sup>, według danych Net Track to 16,7 miliona osób. Plasuje nas to na miejscach 19–21 w Europie, jedynie przed takimi krajami jak Grecja, Włochy, Bułgaria, Rumunia, Portugalia i Cypr. Średni odsetek internautów w 27 krajach UE wynosi 73%, o jeden więcej, gdy wliczymy pozostałe kraje kontynentu.

Na 27 krajów Wspólnoty tylko 10 cechuje się słabszym nasyceniem (w 2006 r. było ich 8); zasięg ten daje nam miejsce daleko za takimi krajami jak Holandia, Luksemburg czy Szwecja (ponad 90%), na równi z Republiką Czeską, ale więcej niż Węgry czy Malta. Sytuacja wygląda lepiej, gdy spojrzymy też na szerokopasmowy dostęp do sieci. Na tym polu nastąpiła znaczna poprawa i w 2011 r. łącza szerokopasmowe stanowiły już 30% wszystkich (w 2004 r. było to 8%).

Powodów wciąż słabej penetracji sieci jest wiele i, jak podkreślają analitycy branżowi, należy do nich zaliczyć wciąż duże braki w infrastrukturze oraz opór osób starszych do korzystania z nowych technologii<sup>61</sup>. Nowej szansy należy upatrywać w rozwoju internetu mobilnego, jego powszechność jest bowiem zbliżona do średniej światowej – przynajmniej raz w miesiącu tą drogą korzysta z sieci 37%

<sup>59</sup> Źródło: Eurostat.

<sup>60</sup> 65% korzystało w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie. Niektóre statystyki podają penetrację na poziomie 67%. Eurostat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&nit=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00028>.

<sup>61</sup> M. Lemańska, *Z sieci korzystają dwa miliardy ludzi*. „Rzeczpospolita”, 28.05.2011 [http://www.rp.pl/artykul/665029\\_W\\_Polsce\\_liczba\\_internautow\\_rosnie\\_wolniej.html](http://www.rp.pl/artykul/665029_W_Polsce_liczba_internautow_rosnie_wolniej.html), dostęp 02.01.2012.



polskich internautów. Ma to z pewnością związek ze znaczną penetracją rynku telefonii komórkowej w Polsce – według danych Głównego Urzędu Statystycznego w I półroczu 2011 r. w Polsce używano 48,5 miliona telefonów komórkowych<sup>62</sup>.

Czy oznacza to, że Polacy są przygotowani na nowoczesność? Czy działania w sferze internetu będą rozwijane w kierunku przyspieszenia transferu danych, czy polityka państwa skupi się na eliminowaniu zjawiska cyfrowego wykluczenia? Trudno dziś przyznać, że dwadzieścia lat WWW w Polsce zostało właściwie wykorzystane. Prócz wspomnianego poziomu społecznego pokrycia, rozwój internetu przyniósł ze sobą wiele nowych dylematów, które także do dziś pozostają nierozstrzygnięte.

Nadal nie rozwiązano problemu „zgodności” stron internetowych z prawem prasowym, czyli uznania bądź nie takiej aktywności jak blogi za aktywność dziennikarską. Przedmiotem sporów pozostają metody precyzyjnego pomiaru generowanego ruchu w sieci, co przekłada się przecież na rzeczywistą atrakcyjność stron, a w konsekwencji urealnian plan rozwoju modelu biznesowego. Zauważmy, że 70% polskich internautów przyznaje się do zakupów online, natomiast e-rynek to wciąż ledwie 3% całego handlu<sup>63</sup>.

Inne problemy znalazły się nawet w fazie proponowanych do konsultacji projektów rządowych. Jednym z nich był zamysł rejestrowania w KRRiT programów upowszechnianych w internecie (marzec 2011), inną – pomysł blokowania przez dostawców internetu, za pomocą środków technicznych, dostępu do treści zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich. W propozycjach nowej ustawy znalazł się zapis o obowiązku promowania „audycji europejskich”<sup>64</sup> w wymiarze co najmniej 15% zbiorów audiowizualnych.

Gros dylematów nie istniało w świadomości społecznej pod koniec lat 90. XX w., kiedy internet nie wpływał choćby tak wyraźnie na odbiór tradycyjnych mediów. Wówczas wynikało to jednak głównie z ograniczeń ekonomicznych (zaporowa dla wielu opłata za dostęp do sieci), technicznych (modemowa, a więc powolna prędkość przesyłu danych) i rynkowych (niemal wszystkie połączenia dokonywane za pośrednictwem łącz TP S.A.). Liczba użytkowników sieci była pochodną tak stworzonych barier.

Przeciętny polski internauta ma w sieci „staż” sześćioletni (dane World Internet Project Polska 2011). Przeciętnie korzysta z sieci ponad dwie godziny dziennie, w ponad 90% przypadków we własnym domu. Jest aktywny<sup>65</sup>, choć fatalny poziom tej aktywności pasuje Polaków wśród najbardziej agresywnych werbalnie i wulgarnych internautów świata. Wśród użytkowników sieci najwięcej jest gimnazjalistów i osób z wyższym wykształceniem, odpowiednio 94% i 93%<sup>66</sup>.

<sup>62</sup> Dane te z pewnością zawiąza znaczna ilość kart typu pre-paid, używanych często okresowo.

<sup>63</sup> Dziś w polskiej sieci możemy wybierać spośród blisko 11 tys. sklepów (dane TNS OBOP).

<sup>64</sup> Map, mig, *Co czeka polski internet? Koncesje, cenzura i kary finansowe*, www.gazeta.pl, dostęp 14.03.2011.

<sup>65</sup> Aktywność tę wyrażają m.in. te dane: przekroczenie liczby 100 tys. zarejestrowanych domen „eu” (grudzień 2007) czy zarejestrowanie w styczniu 2011 r. dwumilionowej domeny „pl” („tutam.pl”).

<sup>66</sup> CBOS: *„Korzystanie z internetu”*, Warszawa, sierpień 2011.

O tym, że polski rynek internetowy nie jest przewidywalny, przekonali się najwięksi globalni gracze: serwis aukcyjny Ebay, My Space, portale AOL czy Yahoo News. Niełatwo tym samym prognozować, jakie potrzeby będzie on w kolejnych latach zaspokajał – przede wszystkim informacyjne, rozrywkowe czy towarzyskie? Najważniejszym polem aktywności polskich internautów pozostaje komunikacja – regularne sprawdzenie poczty e-mail, aktywność na portalach społecznościowych (mimo że ich popularność zmalała) i kontakt za pomocą komunikatorów. W odczuciu samych internautów aktywność w sieci przekłada się na wzmożone kontakty także poza światem wirtualnym. Jako pierwsze źródło rozrywki często wybierają telewizję<sup>67</sup>.

Trudno skrótowo podsumować dwadzieścia lat rozwoju polskiej sieci internetowej. Druga dekada wolności od razu przeniosła polskie społeczeństwo w świat przyspieszonego rozwoju technologii i odsłoniła nowe możliwości komunikacyjne, odkrywane nie tylko wraz z upowszechnianiem się zasobów globalnej sieci, ale też możliwościami nowych mediów cyfrowych (telewizja, radio, telefonia). Z wielu wspomnianych w tym tekście powodów portret dzisiejszego internauty wciąż pozostaje zatem niepełny i niestabilny. Z jednej strony Polska wciąż „goni” Europę i świat (argument ten jest zawsze wygodny do przytoczenia w sytuacjach zaniedbań i zacofania na pewnych polach), z drugiej zaś pielęgnowane w społeczeństwie nawyki, normy zachowań i świadomość braku w pełni wypracowanych i respektowanych zasad etycznych powodują, że wciąż wiele w działaniach społeczeństwa chaosu i przypadkowości. Podobnie, jak miało to miejsce zgoła dwie dekady temu.

---

<sup>67</sup> Taki trend wskazuje wspomniany już raport „World Internet Project – Polska 2011”.