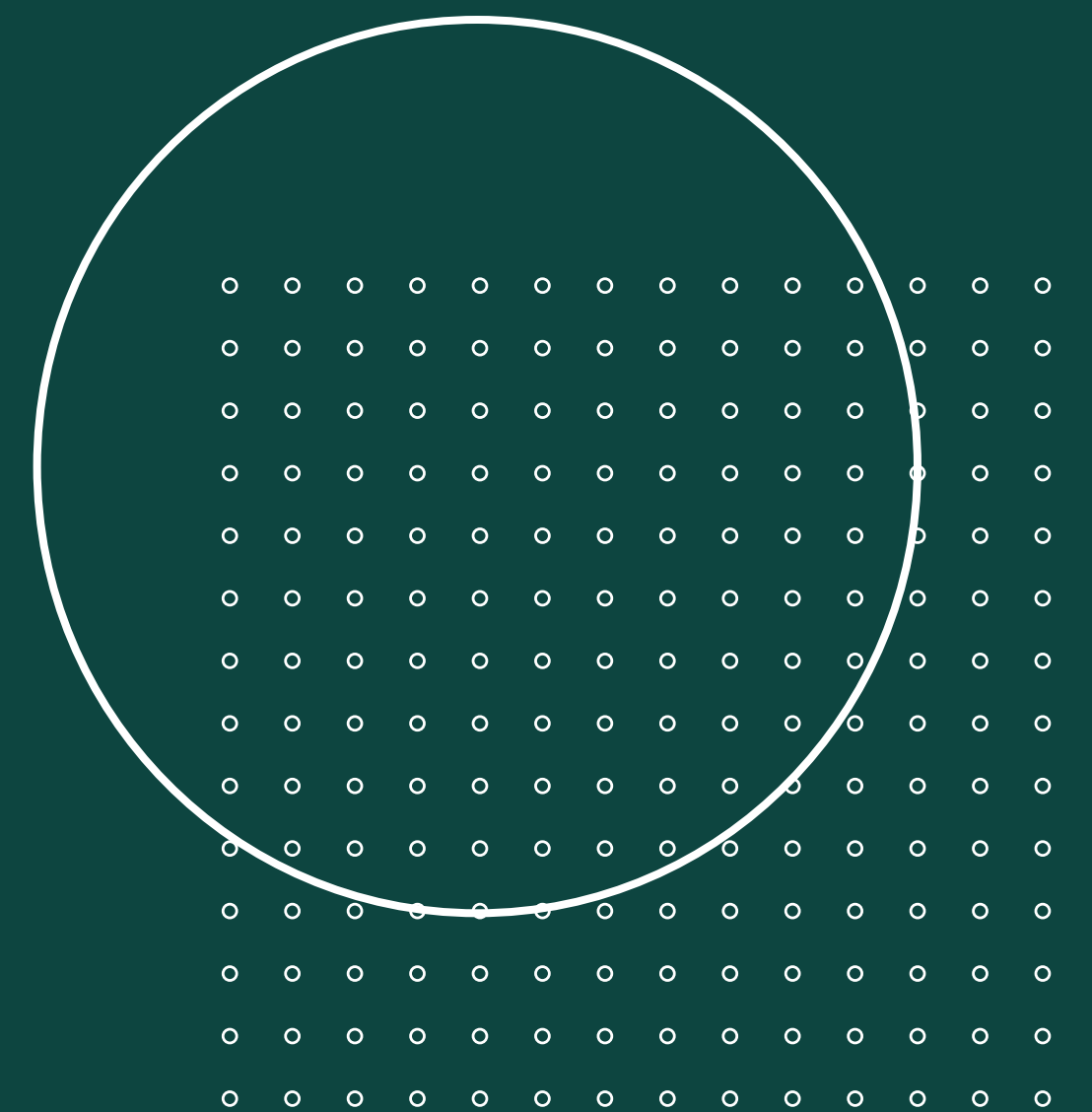


Polak w internecie

Co i jak czytamy? Czy łatwo nas zmanipulować?



Dlaczego zrobiliśmy te badania?

Internet otworzył przed mediami kosmos możliwości, ale przy okazji postawił przed nimi równie dużo wyzwań. Dziś twórcą informacji, którą podchwyci „cały internet” może być każdy, choć nie każdy powinien. Bariera wejścia stała się bardzo niska, a momentami wręcz nawet zniknęła. Wystarczy telefon w rękę i profil społecznościowy.

Największymi wydawcami na świecie są dwie firmy, które z dziennikarstwem de facto nie mają wiele wspólnego. Google i Facebook – bo o nich mowa – mają po prostu najwięcej czytelników i gigantyczny wpływ na media oraz rzeczywistość, którą mogą kształtować. Wystarczy spojrzeć chociażby na ostatnie wybory w Stanach Zjednoczonych. Media i dziennikarze muszą działać w tym egzotycznym i uzależniającym trójkącie.

Postanowiliśmy sprawdzić, jak w tej rzeczywistości odnajdują się polscy internauci. Przy współpracy z Incredible Inspirations, platformą mentoringową Sebastiana Kulczyka, a także badaczami z Publicis Groupe, przygotowaliśmy raport pt. „Polak w internecie” o tym, jak naprawdę Polacy pozyskują informacje w internecie.

Badanie było podzielone na dwa etapy: ilościowe i jakościowe, gdzie przez kilka tygodni badacze kontaktowali się z internautami. Chcieliśmy zbadać, jak dokładnie Polacy korzystają z mediów internetowych, jak podchodzą do portali informacyjnych i kwestii wiarygodności treści. Czy w ogóle zdają sobie sprawę z funkcjonowania fake newsów i baniek informacyjnych? A jeśli tak, to czy ma to dla nich znaczenie. Jaki portal jest dla nich wiarygodny i czego tak naprawdę

od niego oczekują? Sprawdziliśmy też, co właściwie jest w stanie przekonać Polaka do zapłacenia za treść w internecie.

W Grupie naTemat wierzymy, że wiedzą warto się dzielić i tak chcemy zrobić w tym przypadku. Wyniki i wnioski z naszych badań macie właśnie przed oczami do zapoznania i – mamy nadzieję – zastosowania. Zrozumienie perspektywy czytelnika może tylko pomóc w poprawie kondycji mediów i tego, co tysiące portali robią każdego dnia.

Michał Mańkowski

redaktor naczelny
członek zarządu Grupy naTemat



WSPIERAMY PIONIERÓW, BY PRZETRZEĆ SZLAKI INNYM

SEBASTIAN KULCZYK

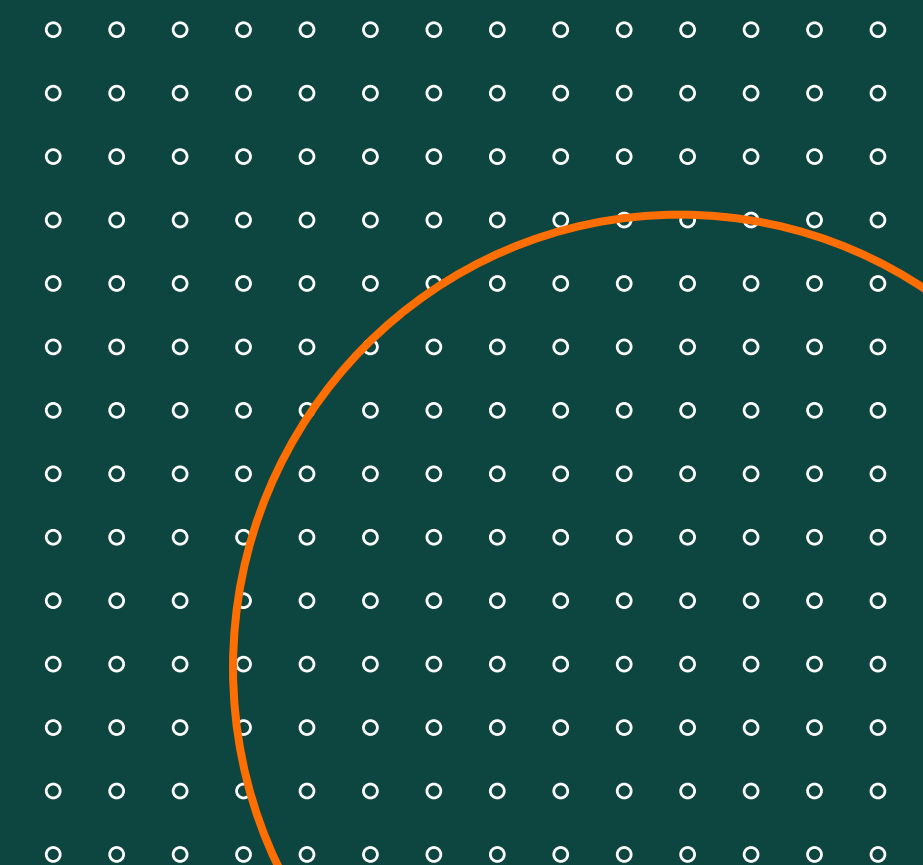
incredibleinspirations.com

POWERED BY
SEBASTIAN KULCZYK
**INCREIBLE
INSPIRATIONS**



Spis treści

1. Metodologia badania *strona 5*
2. Najważniejsze wyniki *strona 6*
3. Zainteresowanie informacją *strona 9*
4. Informacja w Internecie *strona 26*
5. Portale informacyjne *strona 48*
6. Wiarygodność *strona 63*
7. Płacenie za informację *strona 81*
8. Segmentacja z Internetu i mediów tradycyjnych *strona 113*
9. Materiały reklamowe i profilowanie w Internecie *strona 124*



Metodologia badania

Badanie zostało przeprowadzone przez zespół Research w Data Science, Publicis Groupe, zrealizowane dzięki współpracy z agencją badawczą ARC Rynek i Opinia.

Zrealizowano je w dwóch etapach. Pierwszym etapem było badanie jakościowe, kolejnym badanie ilościowe. Badanie jakościowe zrealizowano techniką 20 godzinnych, pogłębionych wywiadów indywidualnych przeprowadzanych w formie wideo rozmowy (TDI), na zróżnicowanej próbie pod kątem płci, wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

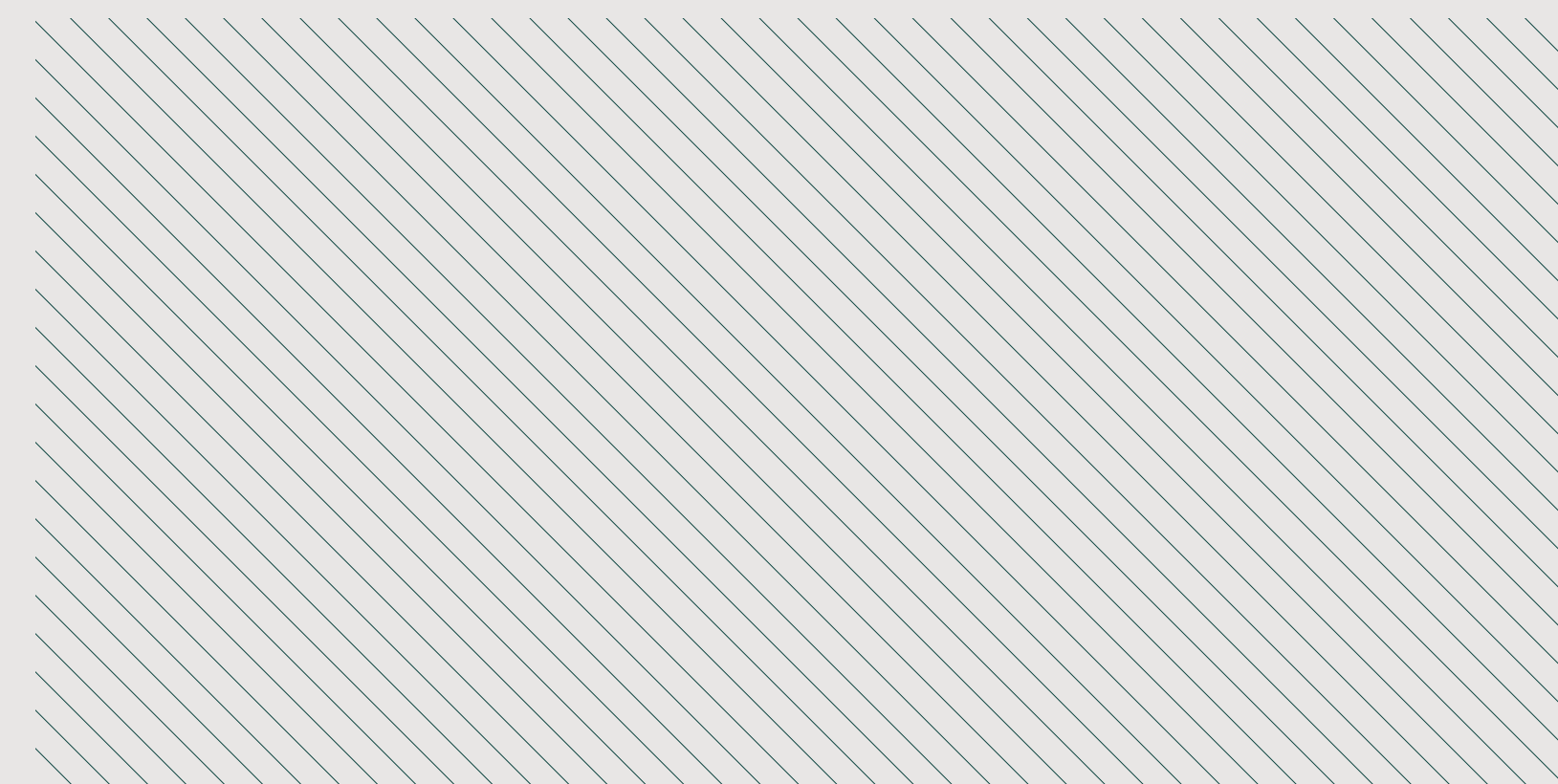
Część ilościowa zrealizowana została techniką wywiadów internetowych (CAWI). Zrealizowano łącznie 1029 wywiadów na reprezentatywnej grupie polskich internautów w wieku 16 – 59 lat.

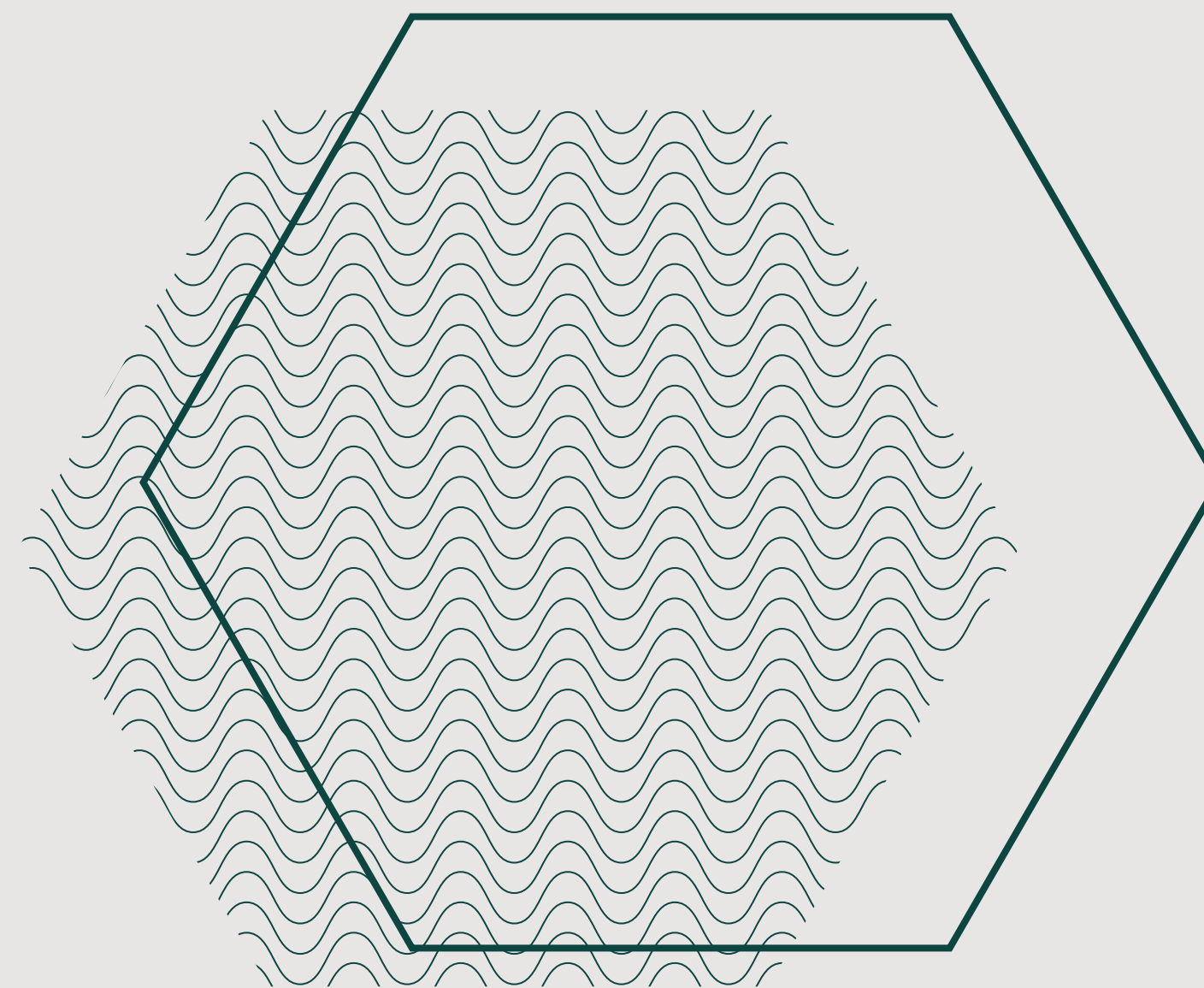
Badanie pokazało, że dla polskich inter-

nautów informacje to nie obowiązek ani nawyk, tylko wypełnienie wolnej chwili. Jednak jako społeczeństwo nie jesteśmy jednorodni pod względem podejścia do informacji.

Można wyróżnić 4 typy odbiorców informacji, z czego połowa jest mniej, a druga połowa bardziej zainteresowana informacjami. Ponad ¼ to typ tak zwany „unikający”. Te osoby mają mniej zainteresowań niż przeciętny polski internauta. Rzadziej korzystają z portali informacyjnych, rzadziej również sprawdzają informacje przy różnych okazjach. Bardziej niż innych do przeczytania informacji, przyciąga ich interesujące zdjęcie. Kolejnym typem są osoby „społeczne”, dla których znacznie częściej głównym źródłem informacji dla nich są portale społecznościowe. Lubią rozmawiać z innymi na różne tematy, lecz nie wyróżniają się żadnymi konkretnymi zainteresowaniami.

Druga połowa polskich internautów dzieli się na osoby tzw. „wnikliwe” oraz „poinformowane”. „Wnikliwi” to osoby, które wolą same dojść do informacji, dlatego chętnie korzystają z internetu, a rzadziej z telewizji, gazet czy magazynów. Mają wiele zainteresowań oraz sytuacji, w których sprawdzają informacje, a co ich wyróżnia to fakt, że rzadziej robią to dla relaksu lub z rutyny. To właśnie oni zwracają uwagę z jakiego serwisu pochodzi informacja, na którą trafili na portalu społecznościowym. O „poinformowanych” można by powiedzieć, że są uzależnieni od bycia na bieżąco. Częściej niż inni oglądają telewizję, słuchają radia, czy czytają prasę codzienną. Głównym źródłem informacji dla nich jest internet, a zdecydowana większość z nich sprawdza informacje kilka razy dziennie.





Najważniejsze wyniki

Najważniejsze wyniki

Tematami cieszącymi się największą popularnością wśród polskich internautów są wydarzenia i aktualności z kraju oraz zdrowie.

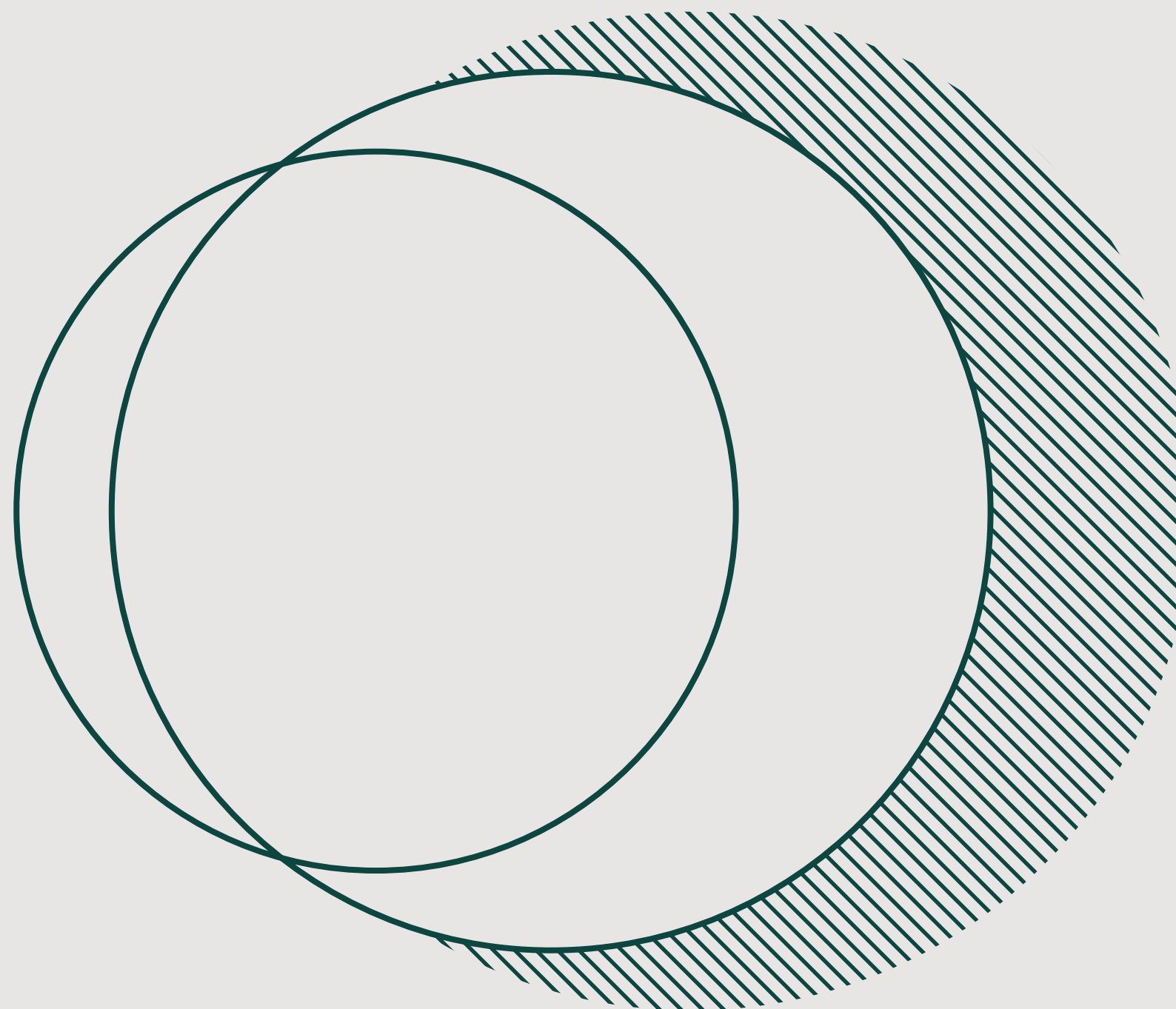
Głównym źródłem informacji dla ponad połowy polskich internautów jest Internet, a dla ¼ telewizja.

Nie ma znaczenia, czy respondenci czytają tekst autorski czy jego opracowanie – większość badanych przyznała, że nie zwraca uwagi na to, kto jest autorem tekstu, zwłaszcza w Internecie.

Co trzeci polski internauta często sprawdza w Internecie informacje usłyszane w telewizji bądź radio, co pokazuje spadek zaufania wobec mediów tradycyjnych, ale także powszechną potrzebę pogłębiania.

Najczęstszą formą pozyskiwania informacji nie jest odwiedzanie portali informacyjnych, ale korzystanie z wyszukiwarki Google.

24% polskich internautów mówi, że unika określonych portali. Najczęstszym powodem unikania jakiegoś portalu jest jego niewiarygodność.



Wiarygodna i rzetelna to także główne cechy informacji godnej uwagi według polskich internautów. Dopiero za nimi ważne jest, aby informacja była interesująca.

Negatywnie ocenia się zjawisko clickbaitów, ale z drugiej strony aż 66% badanych wskazuje interesujący tytuł, jako główny motywator do przeczytania artykułu.

Jedynie 16% polskich Internautów korzysta z płatnych treści w Internecie.

Mniej niż połowa polskich internautów jest skłonna zapłacić za treści. Głównymi czynnikami skłaniającymi do opłat są wiarygodność autorów, dostęp do najświeższych informacji oraz brak reklam.

Pomimo negatywnego nastawienia do reklam ich obecność nie wpływa na postrzeganie wiarygodności strony.

Ludzie nie mają nawyku wchodzenia na portale informacyjne codziennie o tej samej porze – ten nawyk rośnie wraz z wiekiem. Zamiast tego regularnie zaczynają dzień od mediów społecznościowych.

Komentowanie w internecie kojarzy się głównie negatywnie, ale ich czytanie stanowi element rozrywkowy.

Rekomendacje

#1

Wyszukiwarka

Postawić na pozycjonowanie

- a. Polacy korzystają z tych źródeł, które zostaną im podsunięte.
- b. Najczęstszym sposobem zdobywania informacji jest poprzez wyszukiwarkę. Wiele osób sprawdza w ten sposób informacje usłyszane w innych źródłach.
- c. Media społecznościowe są aktualnie ważniejszym źródłem informacji niż radio, częściej wykorzystywanym przez kobiety.

#2

Wiarygodność

Podkreślać wiarygodność oraz promować nazwiska dziennikarzy

- a. Wiarygodność jest najważniejszą cechą informacji wartą uwagi.
- b. Wiarygodność autorów jest głównym czynnikiem skłaniającym do opłat za treści w Internecie.
- c. Najczęściej użytkowane są portale informacyjne z wysoko ocenioną wiarygodnością. Wyjątkiem są portale, które oferują konta pocztowe. Dla przykładu: na Interia.pl ponad połowa z korzystających ma konto e-mail.
- d. Unikać wiadomości związanych z celebrytami, plotkami.

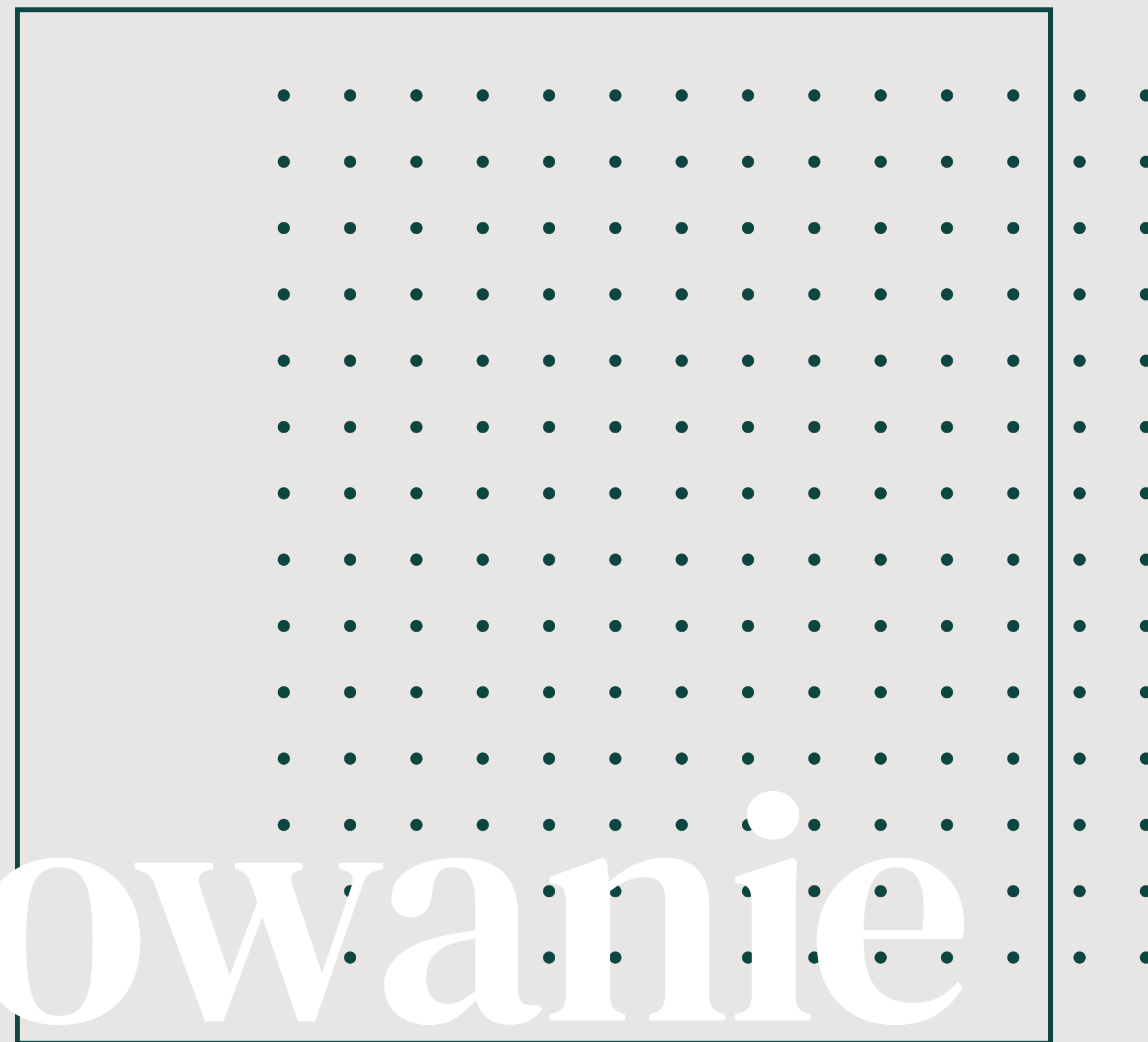
#3

Odbiorcy

Wybrać 1-2 segmenty i dopasować ofertę do nich

- a. Internauci bardzo różnią się podejściem do informacji. Dla jednych ważne jest zdjęcie, inni zainteresują się artykułem, gdy będzie miał ciekawe komentarze lub znajomy poleci, a są i tacy, którzy wejdą z link tylko z sympatii do portalu.

Zainteresowanie informacją



Obszary zainteresowań — rodzaje szukanych informacji

Wydarzenia / aktualności

Najbardziej popularny segment informacji. Zdecydowana większość respondentów zainteresowana jest aktualnościami z kraju i ze świata. Część badanych odwiedza także regularnie portale, które informują o wydarzeniach lokalnych.

Polityka

Większe zainteresowanie tym tematem wykazują osoby po 30. roku życia, jednak dla wielu jest to obszar, który kojarzy się zbyt negatywnie, przez co nie wzbudza zainteresowania.

Kultura

Informacje wyszukiwane w tym zakresie mają często charakter użytkowy np. sprawdzanie repertuarów kin i teatrów czy informacji o koncertach albo innych wydarzeniach. Niektórzy badani szukają takich informacji przy okazji szczególnych wydarzeń np. nagroda Nobla dla Olgi Tokarczuk.

Sport

Bardzo popularny obszar wyszukiwania informacji. Badani interesują się przede wszystkim wynikami meczów oraz innych zawodów sportowych, a także szczegółami z przebiegu takich wydarzeń.

Plotki

Wydarzenia ze świata celebrytów nie stanowią głównego obszaru zainteresowań, jednak część badanych (głównie kobiety) lubi ten segment informacji.

Serwisy plotkarskie często są odwiedzane z nudów, a informacje na ten temat wyszukiwane w kontekście rozrywkowym czy towarzyskim.

Pozostałe

Pojedynczy badani chętnie szukają informacji w bardziej specjalistycznych obszarach. Mężczyźni wykazują duże zainteresowanie nowinkami technologicznymi i motoryzacją, natomiast kobiety chętnie sięgają do tematów z zakresu zdrowia i psychologii.

Popularne są również informacje na temat biznesu i finansów — tych szukają osoby, u których sprzyja temu charakter pracy.

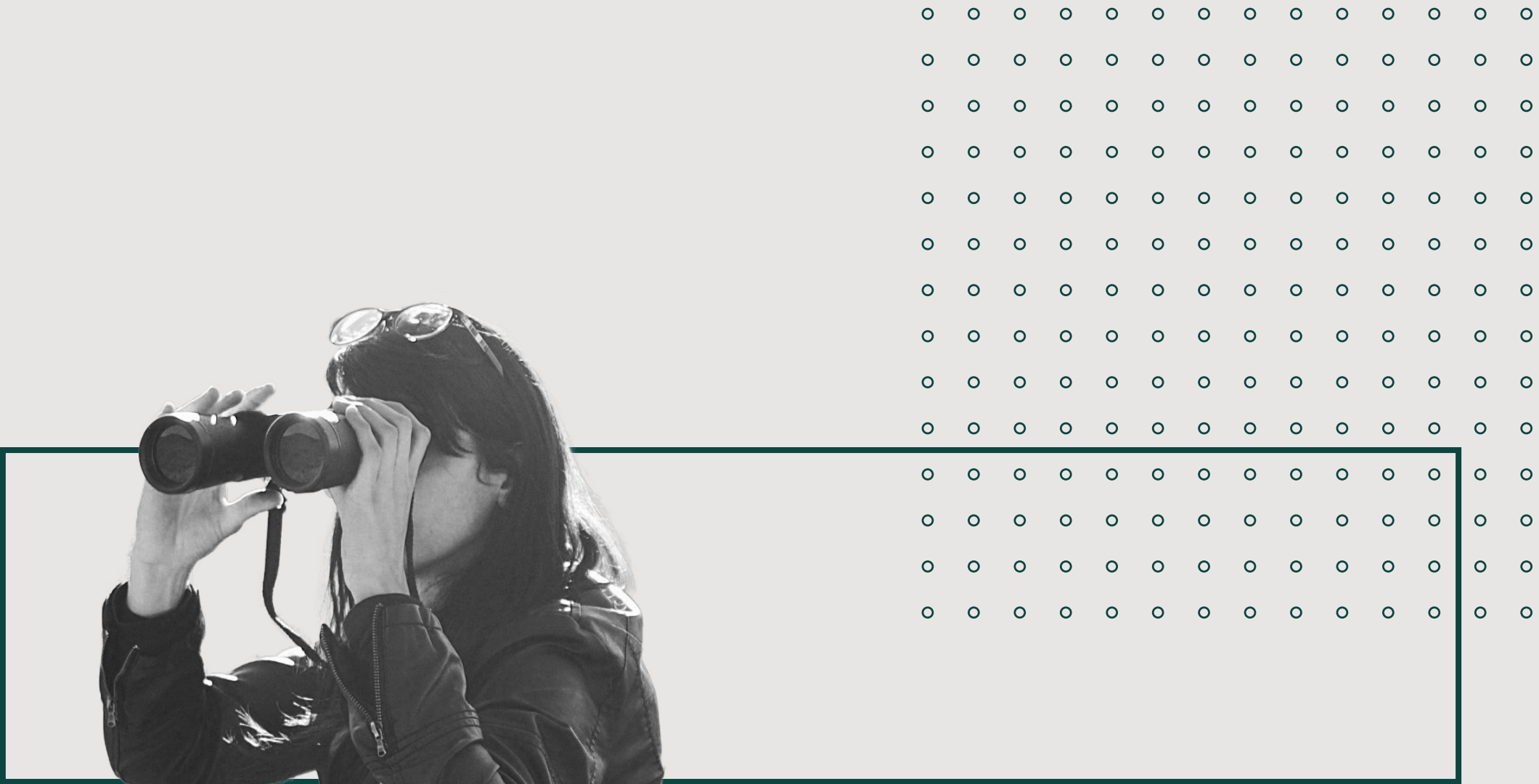


Zainteresowania

”

Na jaki temat? Ogólnie wiadomości, co się dzieje na świecie, w Polsce. Jakies tam i polityczne i tam jakieś społeczne, kulturalne. Nie przeglądam Pudelka.

Respondentka z badania jakościowego



Zainteresowania (1/2)

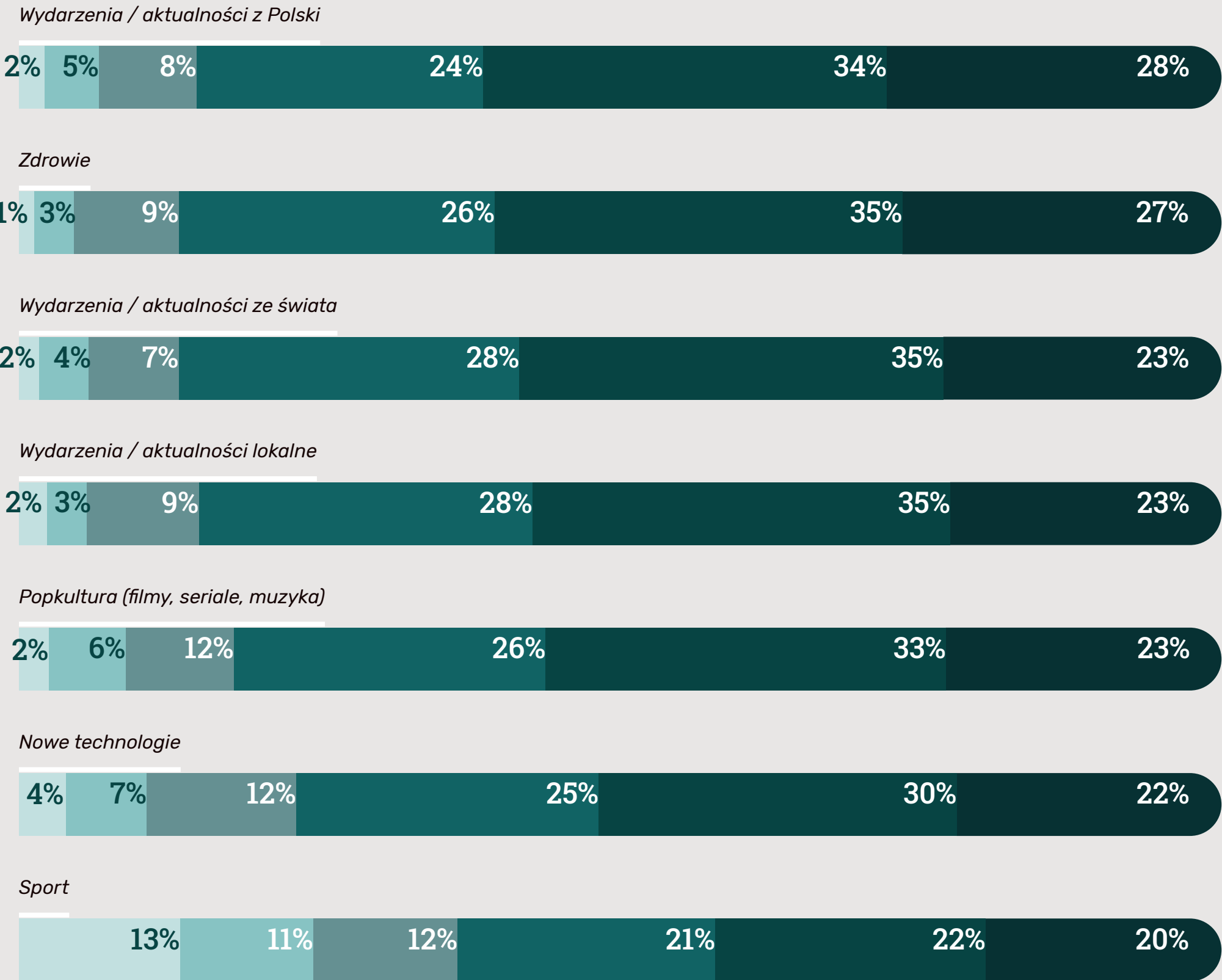
Tematami cieszącymi się **największą popularnością** wśród polskich internautów są **wydarzenia i aktualności z kraju** oraz **zdrowie**.

Również ponad połowa osób interesuje się aktualnościami ze świata, informacjami ze swojego regionu, popkulturą oraz nowymi technologiami. Nieco mniej osób zainteresowanych jest informacjami sportowymi.

- wcale się nie interesuje
- 2
- 3
- 4
- 5
- jestem bardzo zainteresowany

P1. Na ile interesujesz się następującymi tematami?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Zainteresowanie informacjami na dany temat



T2B

61%

60%

58%

57%

56%

52%

42%

Zainteresowania (2/2)

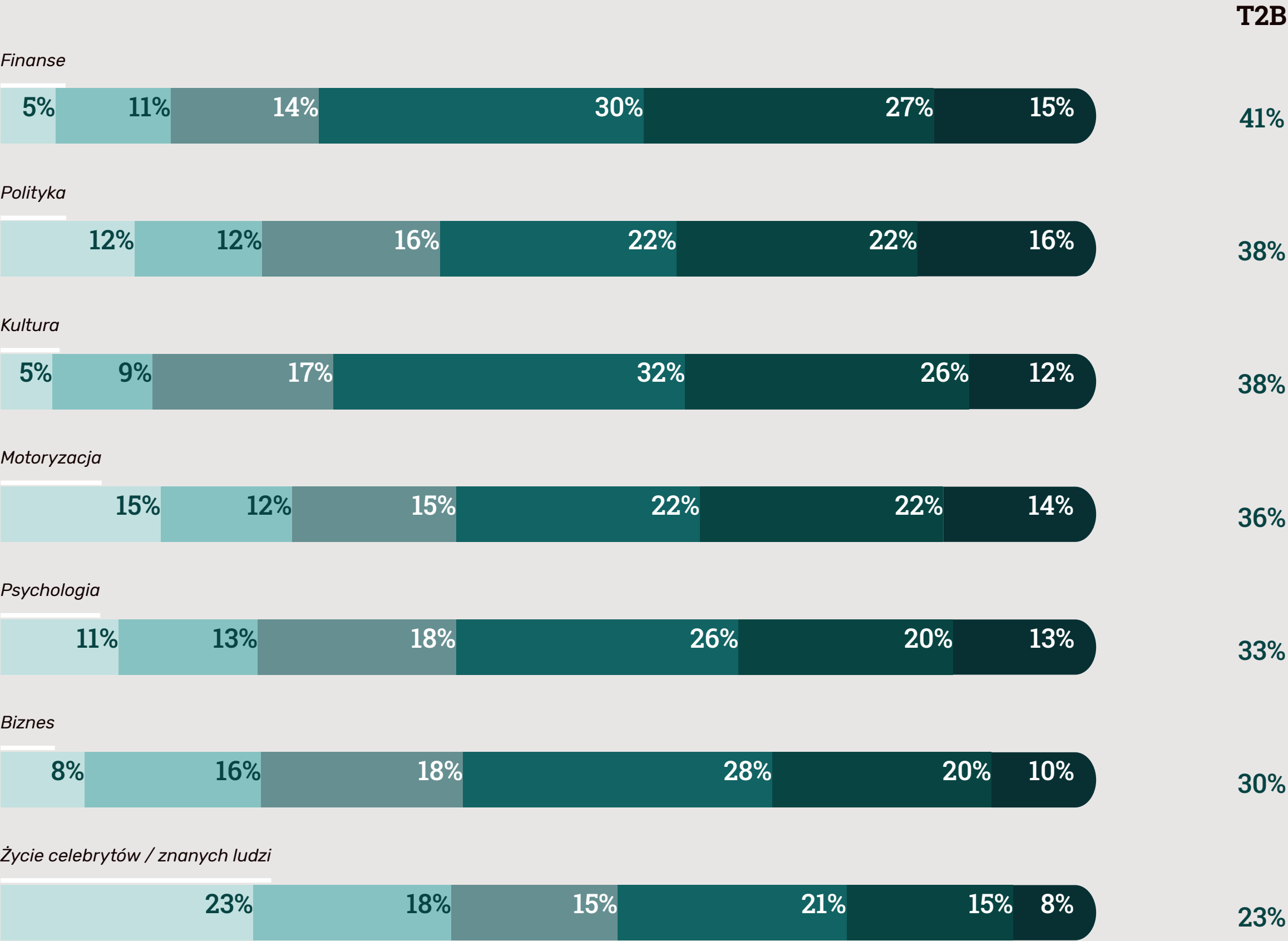
Kolejne tematy, które cieszą się nieco mniejszą popularnością to finanse, polityka, kultura i motoryzacja.

Co trzeci polski internauta interesuje się psychologią oraz biznesem. Najmniej popularnym tematem spośród wymienionych są informacje dotyczące życia celebrytów.

- wcale się nie interesuje
- 2
- 3
- 4
- 5
- jestem bardzo zainteresowany

P1. Na ile interesujesz się następującymi tematami?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Zainteresowanie informacjami na dany temat



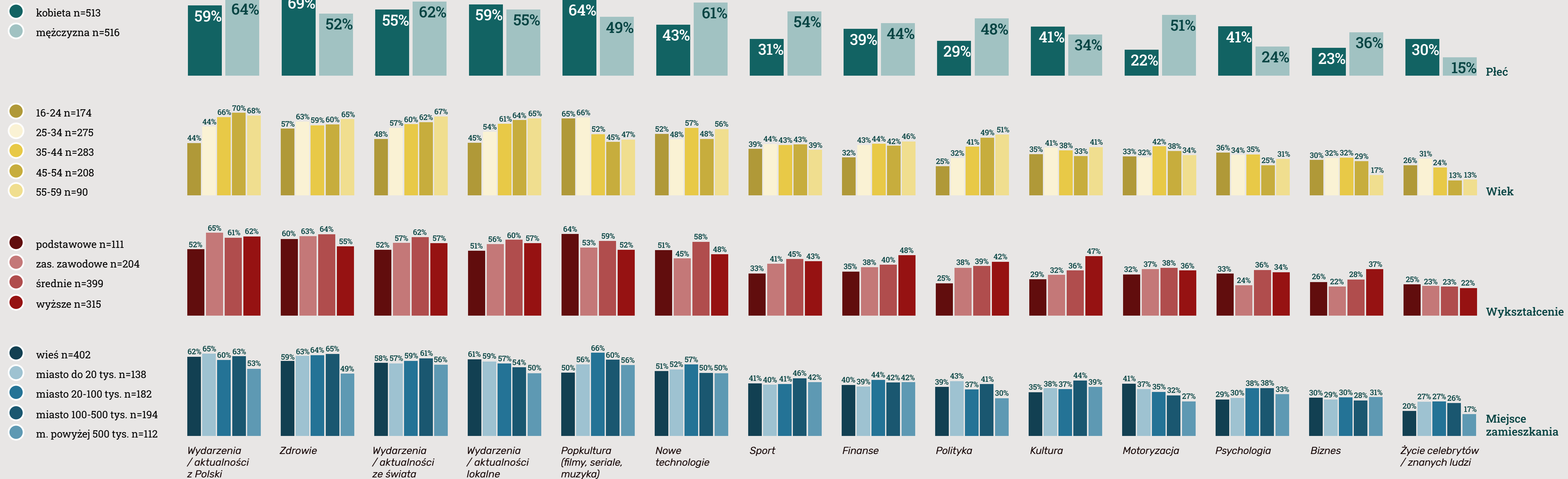
Zainteresowania w grupach demograficznych

Kobiety są bardziej zainteresowane zdrowiem, popkulturą, kulturą, psychologią i celebrytami. Mężczyźni wydarzeniami ze świata, technologiami, sportem,

polityką, motoryzacją i biznesem. Wraz z wiekiem rośnie zainteresowanie aktualnościami i polityką, a spada popkulturą i celebrytami. Im wyższe wykształcenie,

tym wyższy odsetek zainteresowanych finansami, polityką, a mniejszy celebrytami. Osoby ze średnich miast są szczególnie często zainteresowani popkulturą,

psychologią i celebrytami, a z miast 100-500 tys. sportem i kulturą. Osoby mieszkające na wsi częściej interesują się wydarzeniami lokalnymi i motoryzacją.



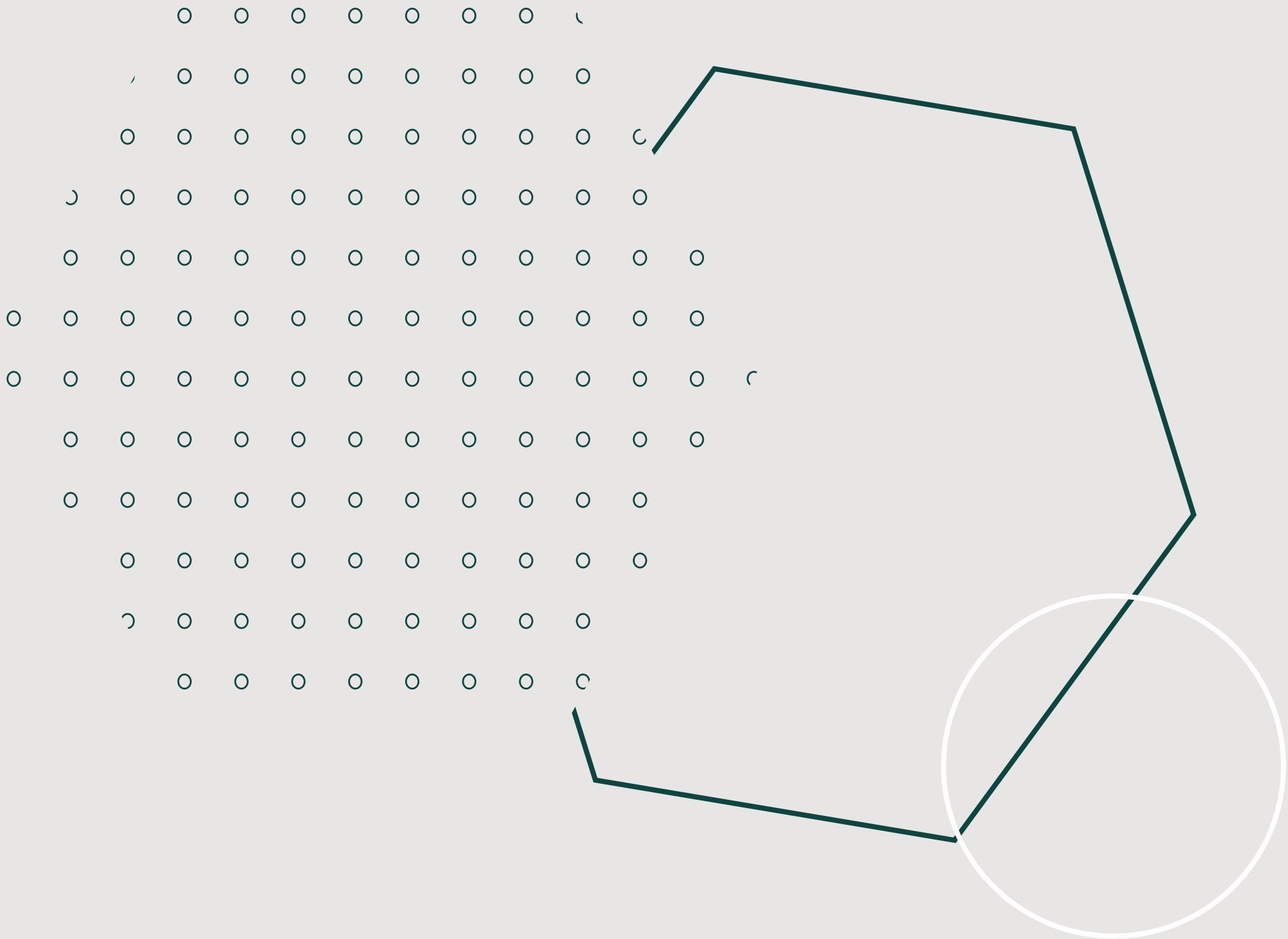
Forma informacji



*Informacja to nie tylko tekst.
Nagłówki i komentarze, zdjęcia,
to tylko uzupełnienie informacji.
Nagłówki i zdjęcia często są my-
lące, aby zachęcić do kliknięcia.*

*Jeśli są to informacje na temat,
który jest dla mnie istotny, wte-
dy czytam cały tekst. Jeśli jakiś
temat mnie nie interesuje, tylko
natknę się na jakąś informację,
artykuł to zwykle nie czytam nic
poza nagłówkiem, tytułem.*

Respondentka z badania jakościowego



Preferowane formy

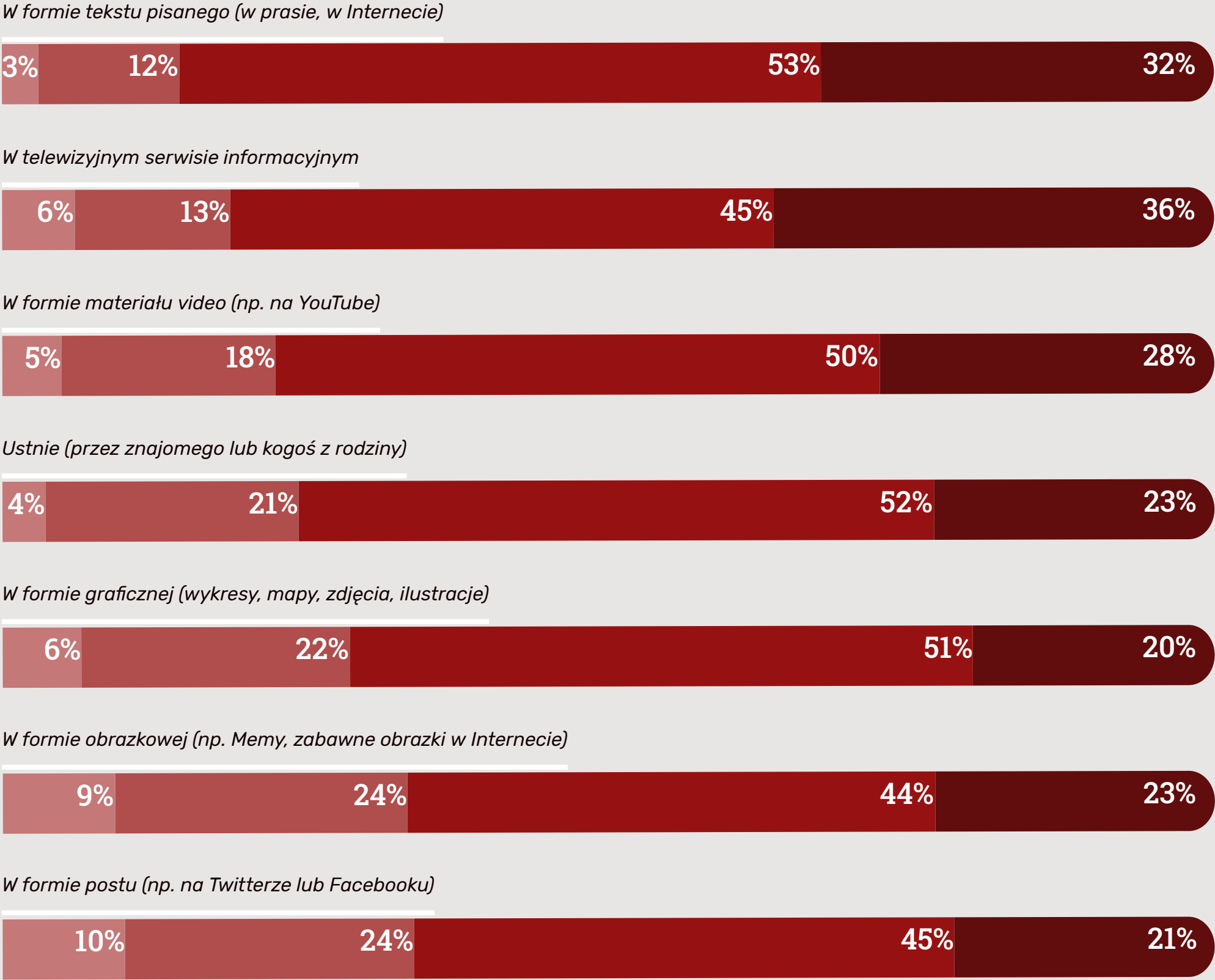
Formami przekazu cieszącymi się największą popularnością wśród polskich internautów są tradycyjne teksty pisane oraz telewizyjne serwisy informacyjne. Ponad ¾ lubi takie formy przekazu jak materiały video oraz przekazywanie informacji przez osoby znajome.

Każda z niżej wymienionych form przekazu informacji cieszy się dość dużą popularnością – jest lubiana przez ponad połowę internautów.

- zdecydowanie nie
- raczej nie
- raczej tak
- zdecydowanie tak

P2. Jakie formy przekazywania informacji lubisz?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Formy przekazu informacji



T2B

85%

81%

77%

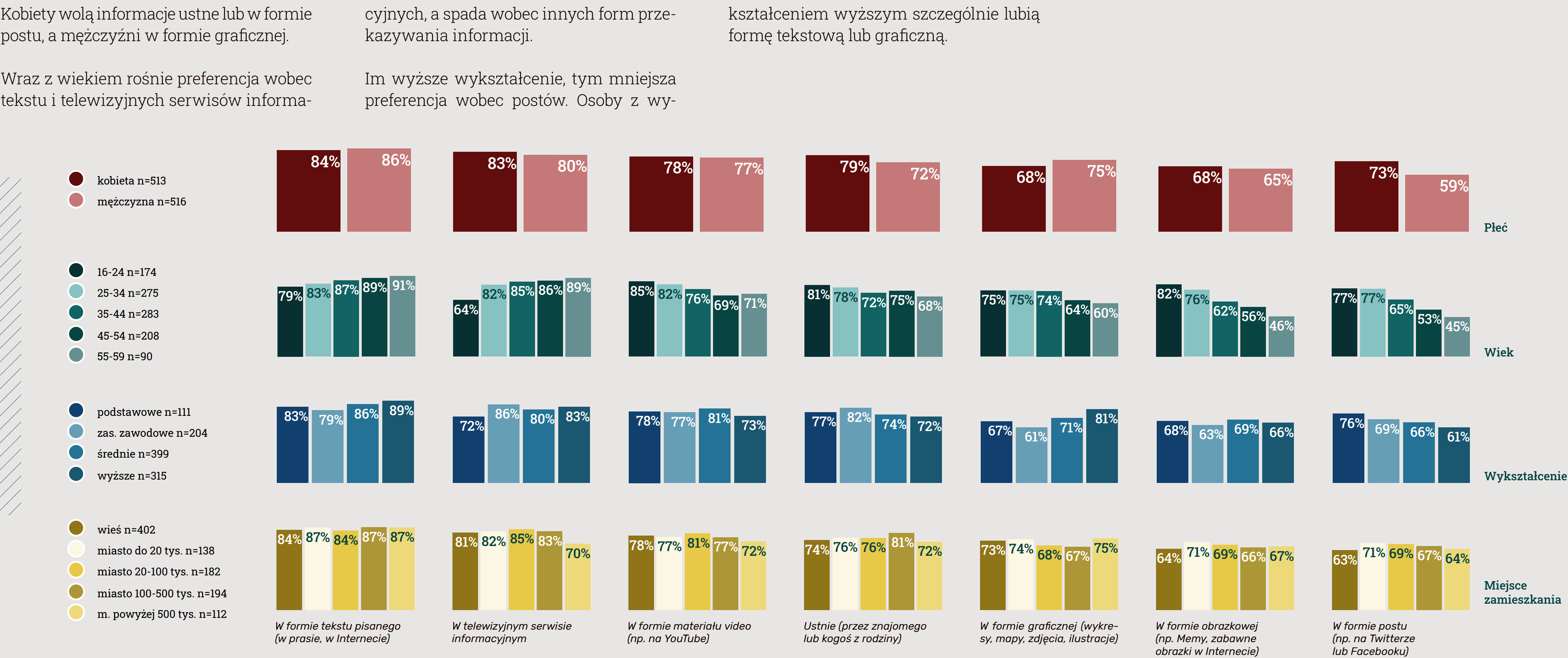
76%

71%

67%

66%

Preferowane formy w grupach demograficznych



P2. Jakie formy przekazywania informacji lubisz? Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Informacja w formie tekstu

Badani **starają się czytać** artykuły i informacje w formie tekstu **w całości**, przyznają jednak, że czasem zdarza im się przerwać tekst. Nie jest to spowodowane jego długością – do dalszego czytania **zniechęca najczęściej styl autora**. Zainteresowanie tekstem zależy też w dużej mierze od tego, jak bardzo poruszana tematyka może zaciekawić odbiorcę.

W przypadku tekstów o charakterze informacyjnym niektórzy badani nie czytają całości, a jedynie przeglądają tekst w celu wyłapania najważniejszych treści.

Trudno ustalić odpowiednią długość tekstu. Panuje przekonanie, że artykuły w Internecie nie są długie, a czytanie ich w całości nie stanowi problemu. Optymalna długość tekstu może wynosić około jednej strony A4.

Czytanie nagłówków to sposób selekcjonowania treści, które mogą potencjalnie zainteresować. Według badanych nie daje to jednak wystarczającej wiedzy na temat danego zagadnienia. Negatywnie ocenia się również zjawisko clickbaitów – badania zauważają, że problem ten najczęściej dotyczy serwisów plotkarskich.

Nie ma znaczenia, czy respondenci czytają tekst autorski czy jego opracowanie – większość badanych przyznała, że nie zwraca uwagi na to, kto jest autorem tekstu, zwłaszcza w Internecie. Część z nich wolałaby mieć do czynienia z materiałami źródłowymi, jednak nie jest to szczególnie ważne podczas czytania tekstu. Wiedza na temat autorstwa może być przydatna w przypadku artykułów opiniotwórczych, jednak nie informacyjnych.



Przyczyny czytania artykułu w Internecie

Główną przyczyną otwarcia danego artykułu w Internecie i następnie przeczytania go, jest **interesujący tytuł** artykułu. Z takiego powodu daną informację przeczyta aż **66% internautów**.

Co zachęca do czytania artykułu w Internecie?

Interesujący tytuł

66%

Bo pojawił się na portalu, który lubię

32%

Interesujące zdjęcie

31%

Bo jest to skrót najważniejszych wydarzeń

30%

Polecenie znajomego

23%

Ciekawe komentarze

23%

Obecność artykułu na górze w wyszukiwarce internetowej

23%

Powiadomienie o nim, np. w serwisie społecznościowym

21%

Interesujący mnie autor

14%

Duża liczba komentarzy

13%

Polecił go autorytet / znana osoba

11%

Dużo udostępnień

10%



1. Najpierw się czyta tytuły i czyta dalszą treść tych, które zainteresują. Jeżeli temat mnie poruszy, należy do moich hobby, to czytam również komentarze, gdyż mogą zawierać także istotne informacje.

2. Interesują mnie informacje krajowe, ciekawostki, o zdrowiu, o celebrytach i trochę polityka. Wszystko co ciekawe lubię czytać i co mnie zainteresuje tytułem. Najczęściej tytuł zachęca do przeczytania artykułu.

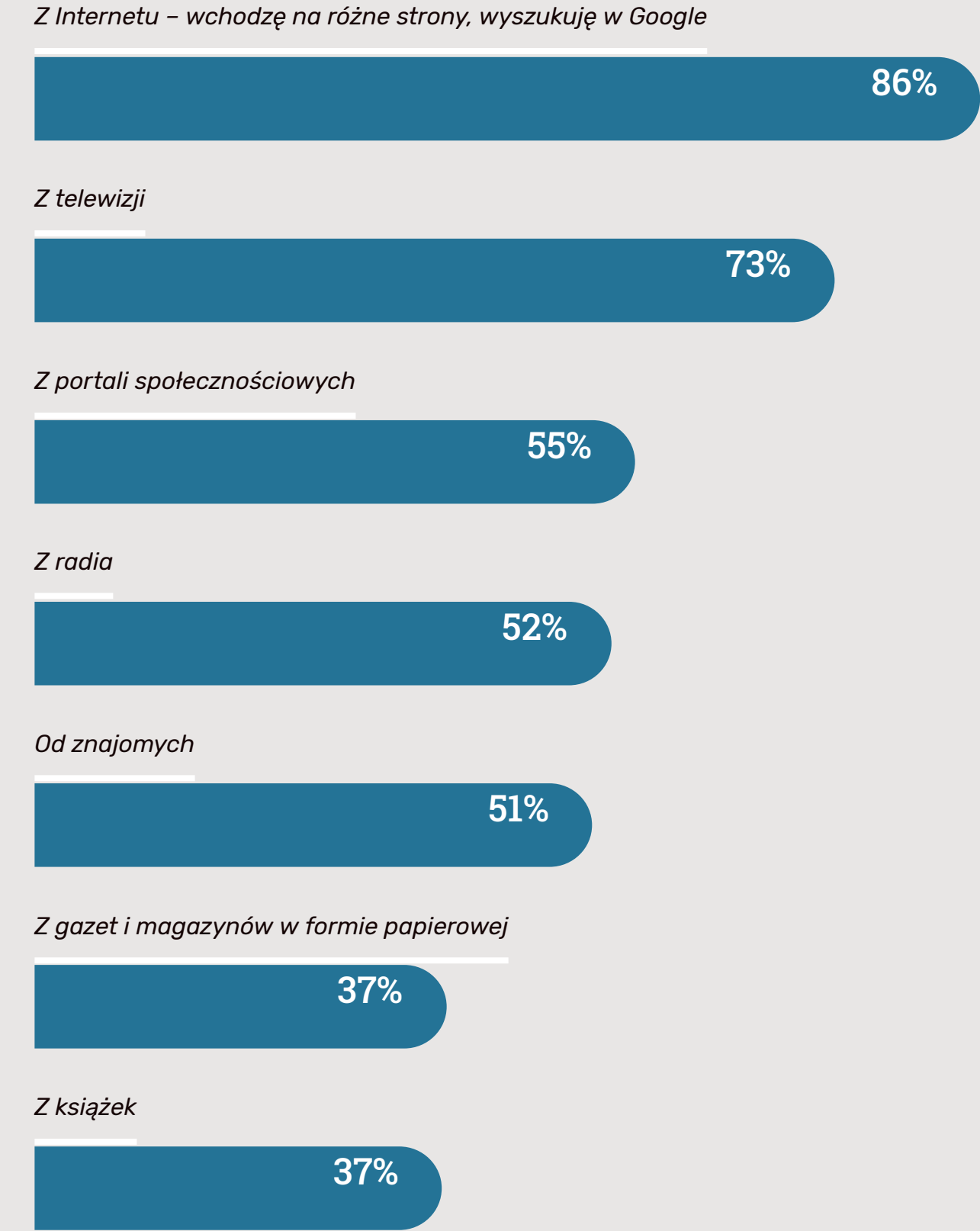
3. Lubię dostawać informacje na Facebooku i to często jest dla mnie bodziec do zainteresowania jakimś tematem.

P14. Co sprawia, że zaczynasz czytać artykuł w Internecie?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

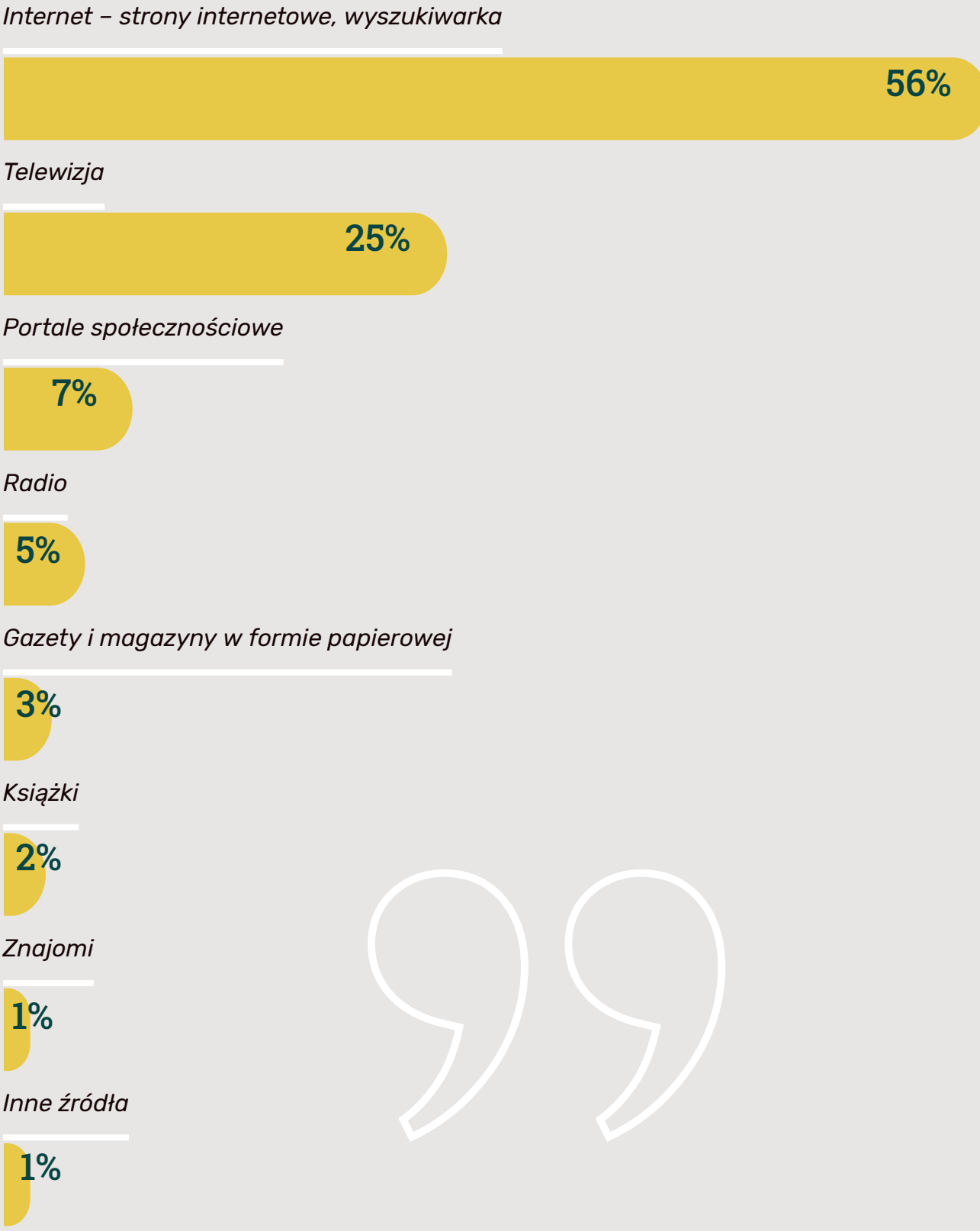
Korzystanie z mediów

Polscy internauci najczęściej czerpią informacje z Internetu (86%) i z telewizji (73%). Ponad połowa również zdobywa informacje na portalach społecznościowych, z radia, a także od swoich znajomych. Głównym źródłem informacji dla ponad połowy polskich internautów jest Internet (56%). Pomimo, że książki i gazety kojarzą się 1/3 osób ze źródłami informacji, to w porównaniu do bardziej nowoczesnych źródeł odgrywają niewielką rolę jako główne źródło informacji.

Źródła informacji – wszystkie wykorzystywane



Główne źródło informacji



Z prasy nie korzystam, w telewizji zdarza mi się oglądać Polsat News, jest włączony i słucham. Radio sporadycznie, ale też.

P3. Skąd czerpiesz informacje?
P3a. A co jest dla Ciebie głównym źródłem informacji?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Źródła informacji



Od klasycznych, jak książki, encyklopedie, telewizja, gazety aż do nowoczesnych, jak Internet, strony internetowe, portale społecznościowe. (...) Oczywiście jeżeli chcę mieć pewność co do jakości informacji to porównuję wszystko między źródłami. Natomiast jeśli informacja jest dla mnie mniej istotna to po prostu ją przyjmuję i nie zastanawiam się nad jej znaczeniem i wiarygodnością np. informacje o celebrytach.

Respondent z badania jakościowego

Szukając informacji korzystam z Internetu, książek, telewizji, gazet.

Jeśli wydarzy się coś istotnego to prędzej czy później trafi to to na FB. Jeśli źródło informacji na FB jest wiarygodne (np. serwis informacyjny, gazeta itp.) to również jest to dla mnie źródło informacji.

Respondentka z badania jakościowego



Korzystanie z Internetu

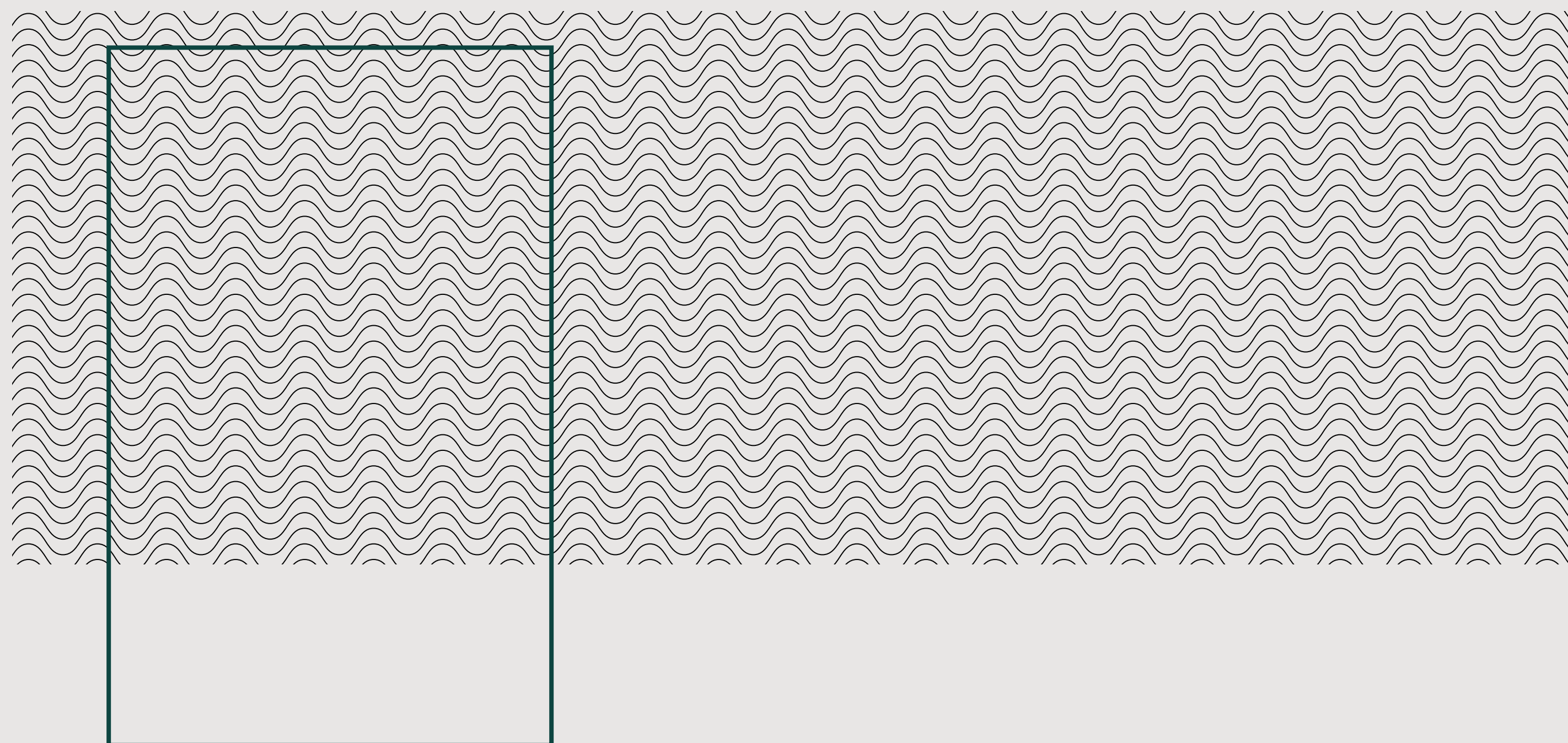
Zdecydowana większość badanych korzysta z Internetu **codziennie**. Średni czas aktywnego korzystania szacuje się na **około 3 h** w ciągu dnia.

Poranek to moment dnia, w którym badani **po raz pierwszy** zaglądają do Internetu. Dzieje się to zazwyczaj po przebudzeniu, a przed wyjściem do pracy lub przed rozpoczęciem wykonywania innych obowiązków.

Facebook, Instagram i komunikatory społecznościowe to strony i aplikacje, które są odwiedzane w pierwszej kolejności. Niektórzy rozpoczynają dzień także od przeglądu portali informacyjnych.

Częstą sytuacją jest korzystanie z Internetu w trakcie wykonywania innych czynności lub podczas przemieszczania się komunikacją miejską. Badani korzystają z Internetu również w wolnych chwilach w pracy i w szkole.

Urządzenia, na których najczęściej korzysta się z Internetu to smartfon i laptop.



Korzystanie z mediów tradycyjnych

Telewizja

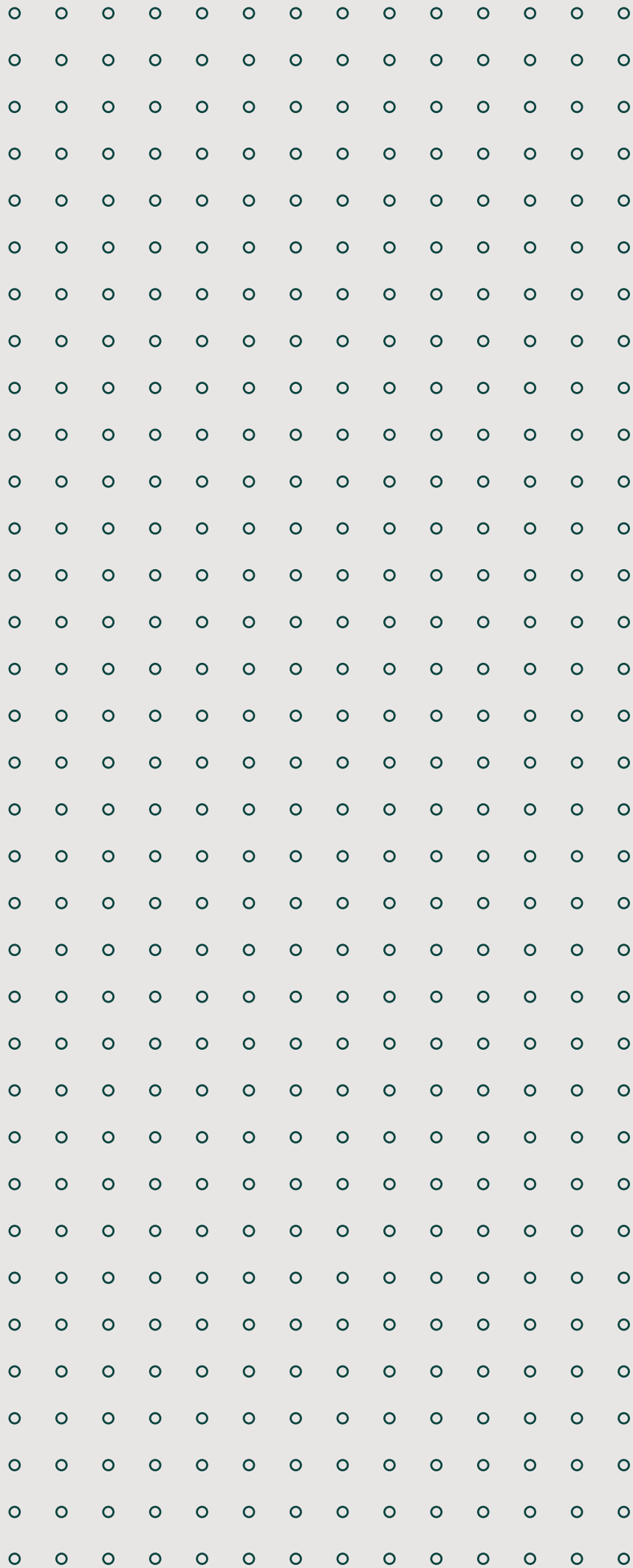
Badani różnią się w podejściu do oglądania telewizji. Wielu z nich włącza telewizor, żeby grał w tle podczas wykonywania innych czynności – nie zawsze skupiają pełną uwagę, na tym, co w danej chwili jest emitowane. Niektórzy respondenci oglądają telewizję tylko z uwagi na przywiązanie do konkretnych seriali lub z chęci obejrzenia filmu. Część z nich wybiera w tym celu telewizję online. Popularne jest również oglądanie wieczornych serwisów informacyjnych.

Prasa

Coraz mniej popularna w tradycyjnej formie. Niektórzy badani wskazują na przywiązanie do konkretnych tytułów jak np. Gazeta Wyborcza czy Angora oraz do kolorowych tygodników, a część z nich decyduje się na cyfrowe wersje tych wydań. Powody niekorzystania z prasy papierowej to przede wszystkim brak czasu na kupowanie gazet, chęć zaoszczędzenia papieru oraz przekonanie, że te same treści dostępne są za darmo w Internecie.

Radio

Najczęściej odtwarzane w trakcie jazdy samochodem lub przy okazji wykonywania innych czynności. Radio służy przede wszystkim do słuchania muzyki, a wiadomości i audycje to treści, które odbierane są przy okazji.



Korzystanie z mediów



No w zasadzie można powiedzieć, że prawie cały czas, bo w pracy jest wymóg, często sięgam do Internetu, a w domu też. Takie mamy czasy, że w zasadzie wszystko mamy w Internecie. Myślę, że co godzinę, co dwie godziny, można powiedzieć, że średnio jestem obecny w Internecie, natomiast takie rzeczy, jak poczta czy komunikatory to praktycznie non stop.

Respondent z badania jakościowego

Tak, cały czas mam włączony telewizor i czasami coś usłyszę jak sprzątam czy gotując obiad. Radio też mam cały czas włączone na swoich stacjach, ale są to stacje z Rzeszowa, Eska wiadomo i raczej z tego regionu, chyba że coś się wydarzy.

Respondentka z badania jakościowego

Podsumowanie: Zainteresowanie informacją

Tematami cieszącymi się największą popularnością wśród polskich internautów są **wydarzenia i aktualności z kraju** oraz **zdrowie**. Najmniej popularnym tematem są informacje dotyczące życia celebrytów.

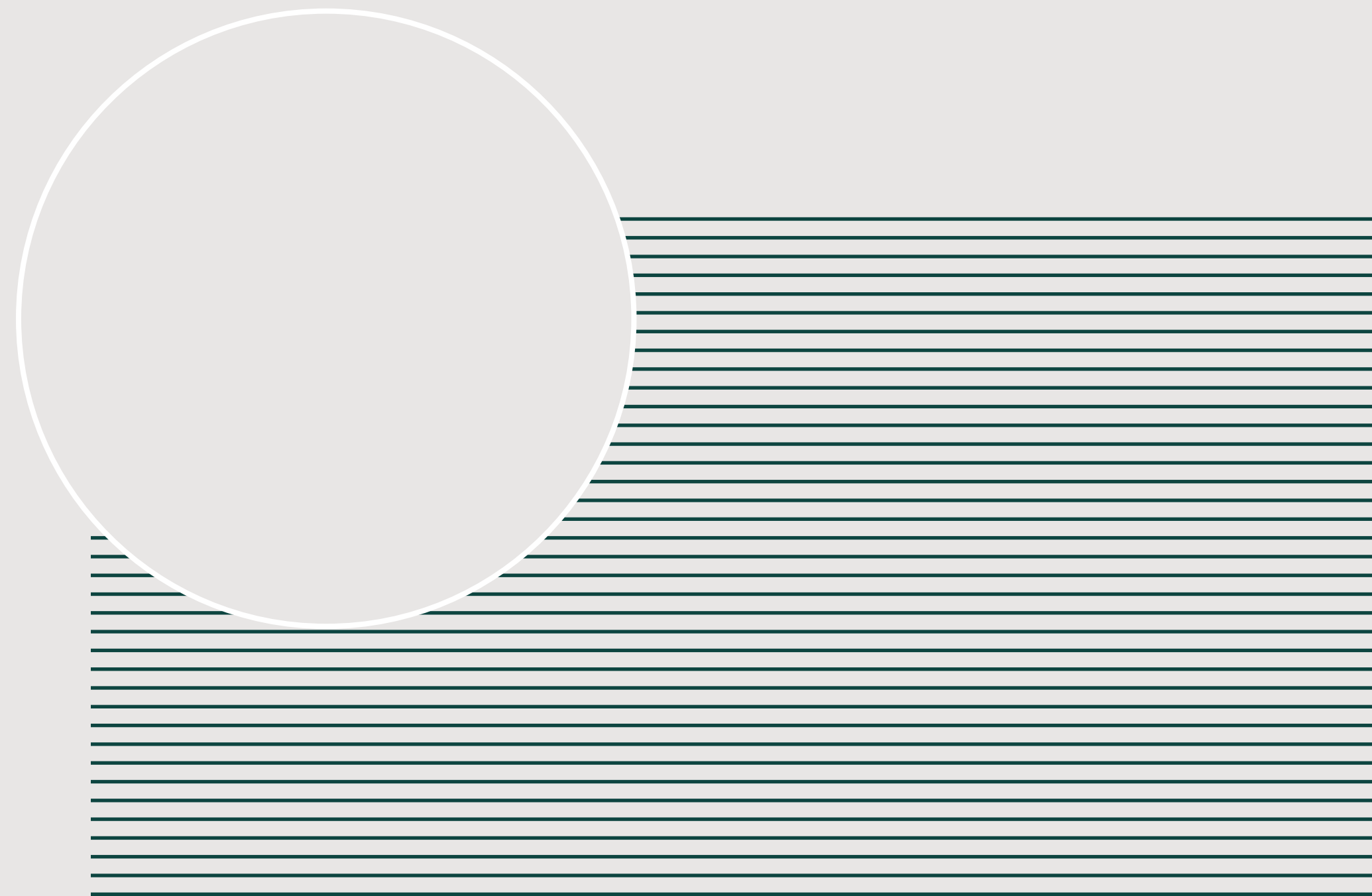
Kobiety są bardziej zainteresowane zdrowiem, popkulturą, kulturą, psychologią i celebrytami. Mężczyźni wydarzeniami ze świata, technologiami, sportem, polityką, motoryzacją i biznesem. Wraz z wiekiem rośnie zainteresowanie aktualnościami i polityką, a spada popkulturą i celebrytami. Im wyższe wykształcenie, tym wyższy odsetek zainteresowanych finansami, polityką, a mniejszy celebrytami. Osoby ze średnich miast są szczególnie często zainteresowani popkulturą, psychologią i celebrytami, a z miast 100-500 tys. sportem i kulturą. Osoby mieszkające na wsi częściej interesują się wydarzeniami lokalnymi i motoryzacją.

Formami przekazu cieszącymi się największą popularnością są tradycyjne **teksty pisane** oraz **telewizyjne serwisy informacyjne**.

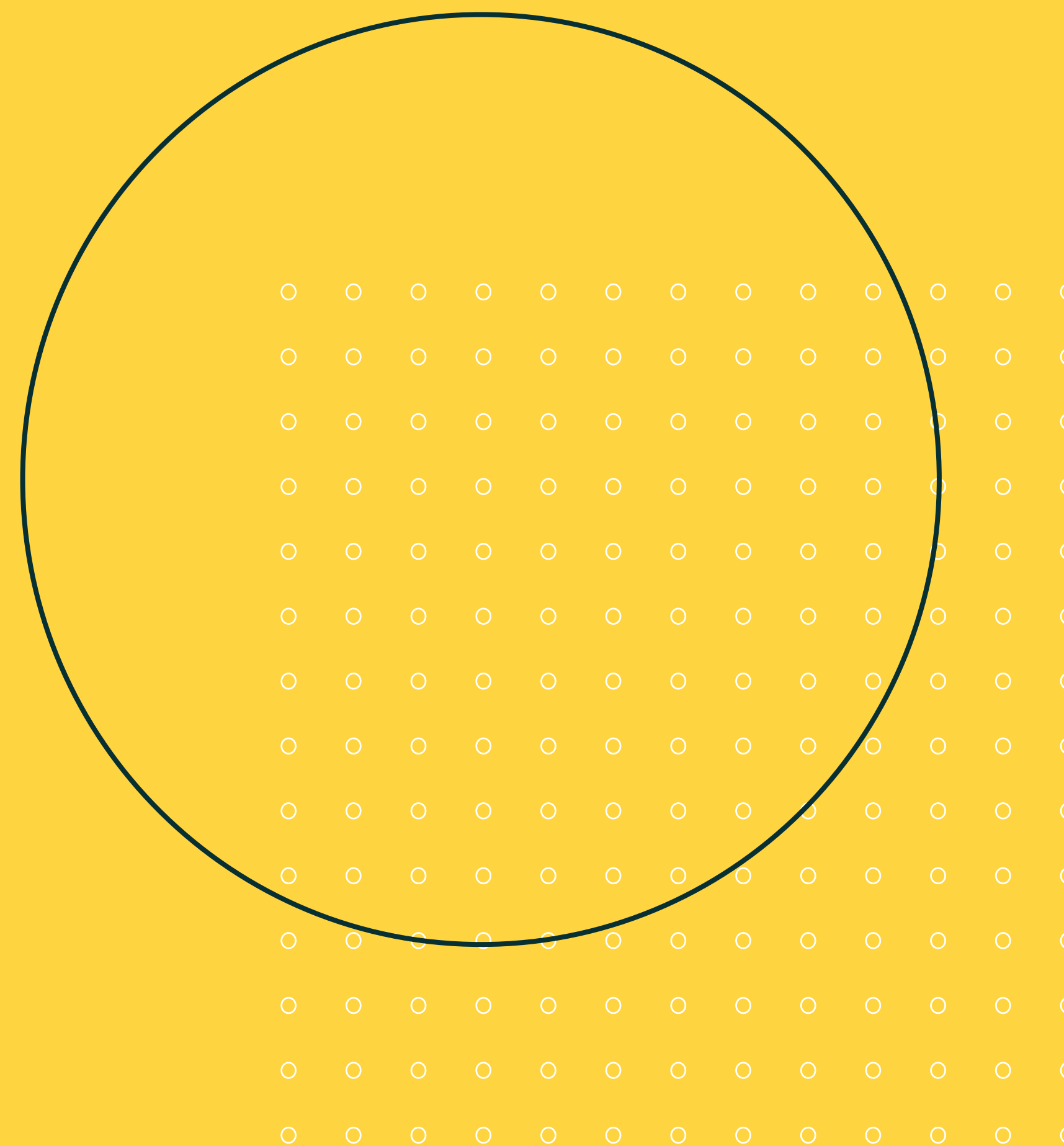
Kobiety wolą informacje ustne lub w formie postu, a mężczyźni w formie graficz-

nej. Wraz z wiekiem rośnie preferencja wobec tekstu i telewizyjnych serwisów informacyjnych, a spada wobec innych form przekazywania informacji. Im wyższe wykształcenie, tym mniejsza preferencja wobec postów. Osoby z wykształceniem wyższym szczególnie lubią formę tekstową lub graficzną.

Głównym źródłem informacji dla ponad połowy polskich internautów jest **Internet**, a dla ¼ **telewizja**.



Informacja w Internecie



Życie bez Internetu

”

Chyba nawet nie tych wiadomości, tylko możliwości szybkiego sprawdzenia. Tak się przyzwyczaiłem do tego, że jeżeli coś mnie zainteresuje, cokolwiek czy to jest model samochodu, który widzę, czy owad, który chodzi mi po oknie, to staram się to szukać na ten temat rzeczy w Internecie.

Respondent z badania jakościowego



Różnice w sposobach wyszukiwania informacji w Internecie

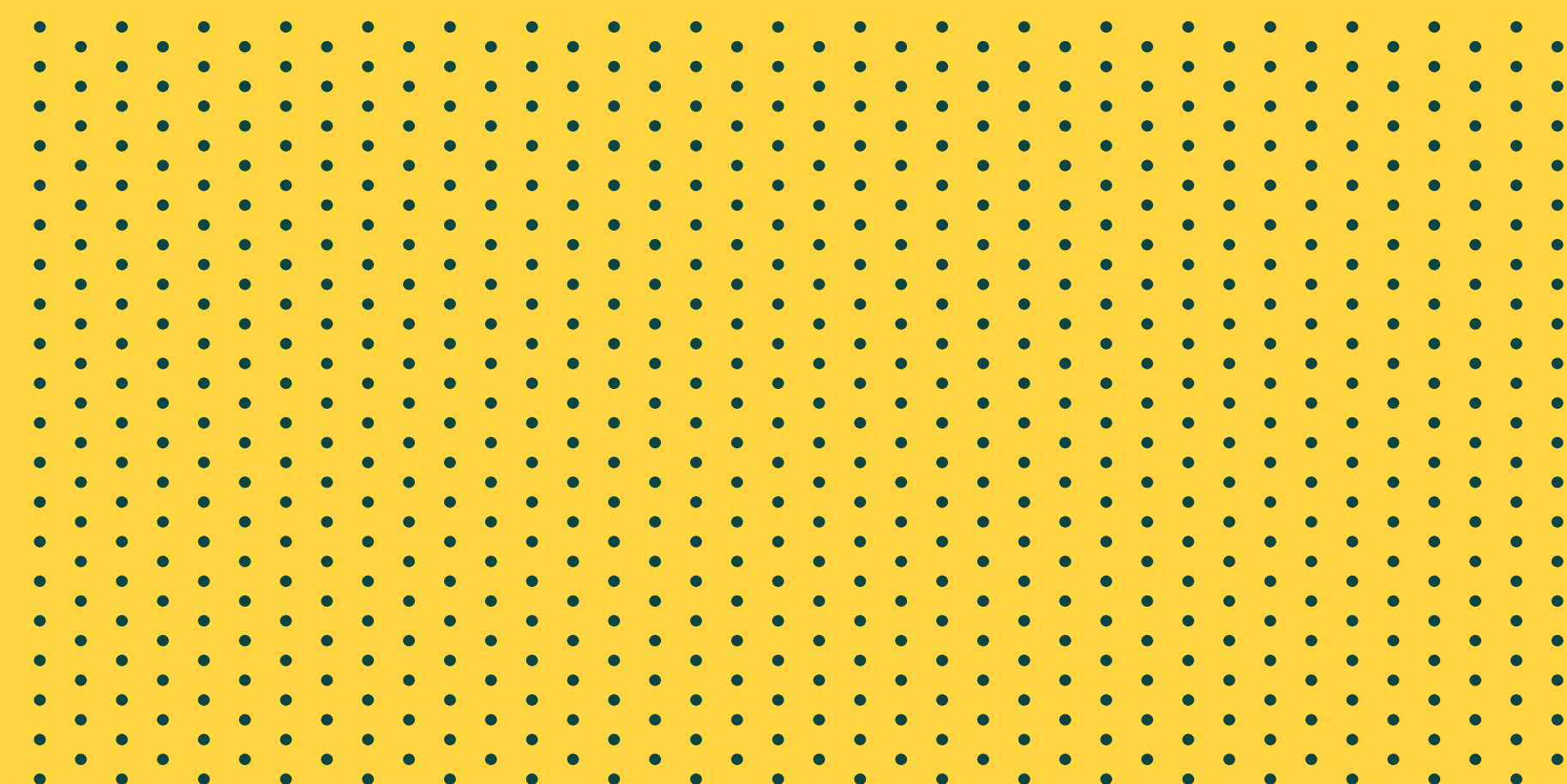
Korzystanie z wyszukiwarki — najczęściej stosowana metoda; badani szukają informacji na interesujący ich temat poprzez wpisanie hasła w wyszukiwarke Google, co umożliwia im wybór konkretnych artykułów i stron.

Sprawdzanie portali informacyjnych — część respondentów spodziewa się znaleźć informacje na dany temat na wybranych portalach informacyjnych.

Spontaniczne zdobywanie wiedzy — obecność na portalach społecznościowych, posiadanie skrzynki mailowej na portalu informacyjnym czy system powiadomień wysyłanych przez telefon ułatwiają proces zdobywania informacji i sprawiają, że dla wielu badanych pozyskiwanie informacji następuje przy okazji korzystania z Internetu w innych celach.

Czytanie kilku artykułów na dany temat — zależy od stopnia zainteresowania daną informacją, a także od tego, czy pierwsza wzmianka była wyczerpująca. Respondenci przyznają, że jeśli nie mają czasu, to poprze-

stają na jednym artykule, ale jeśli sprawa, o której się pisze jest ciekawa i cały czas pojawiają się nowe doniesienia, to badani chętnie ją śledzą.

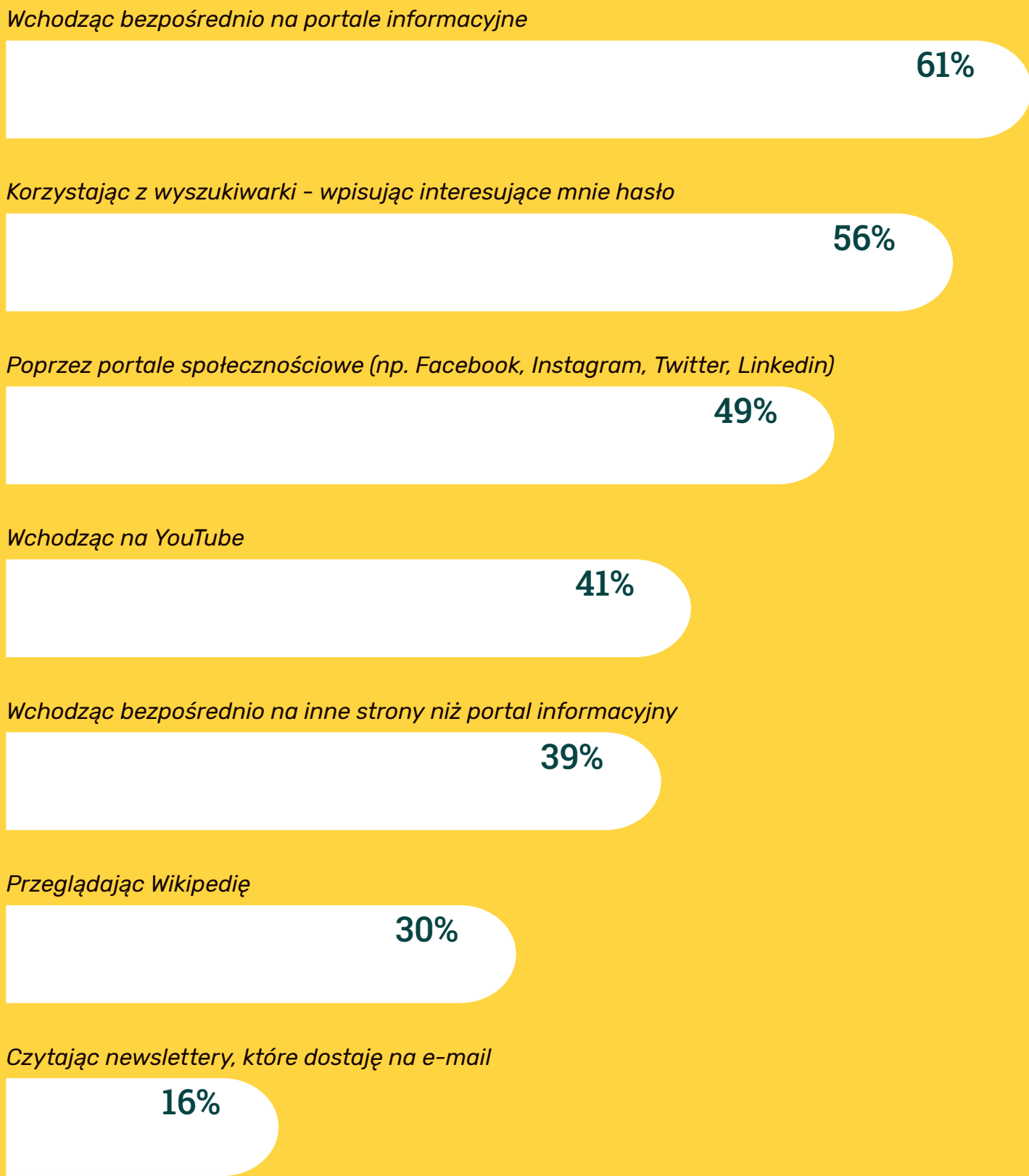


Sposoby zdobywania informacji w Internecie

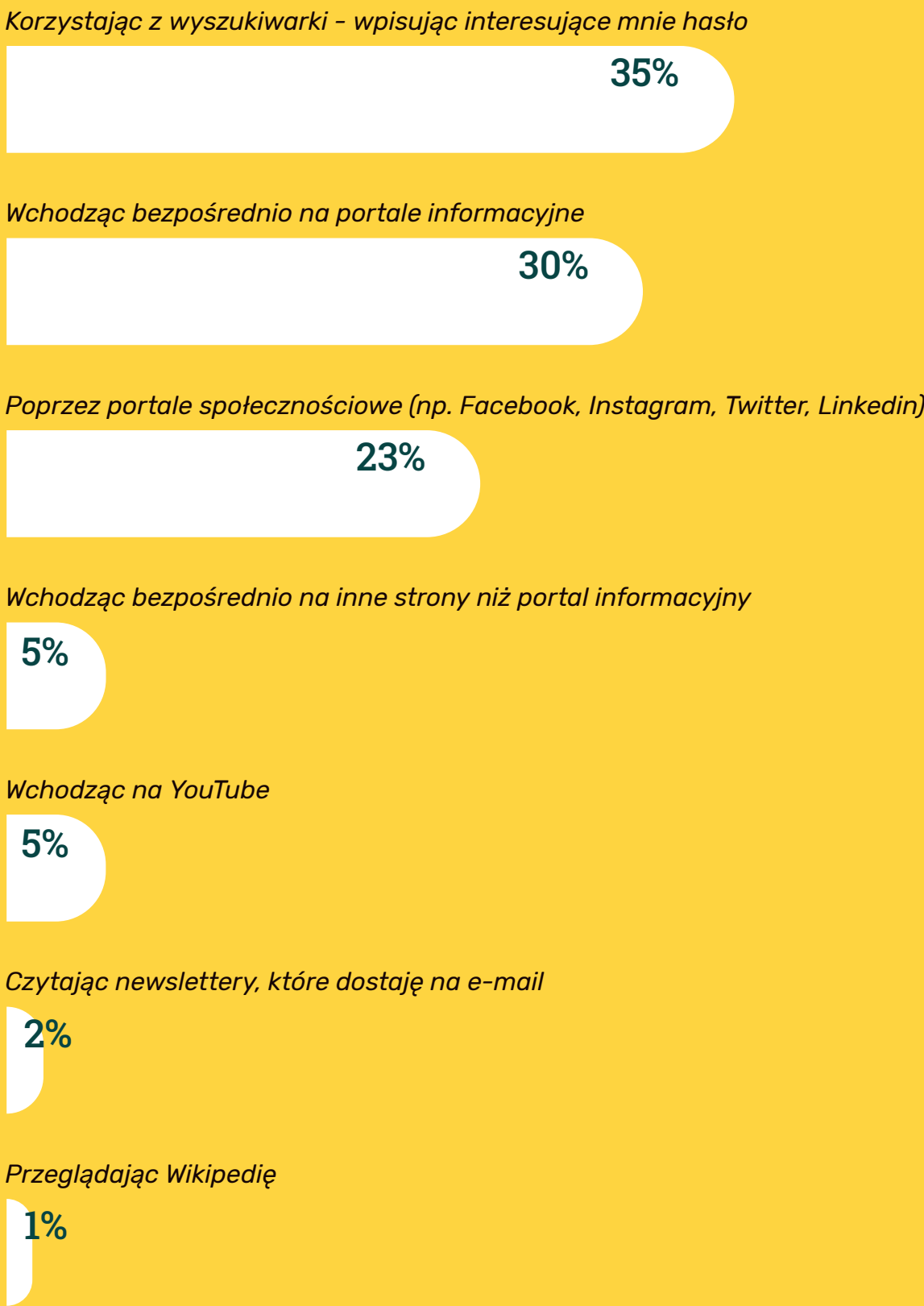
Najwięcej osób, bo ponad 60% spośród tych, którzy korzystają z informacji w Internecie, zdobywa informacje odwiedzając bezpośrednio portale informacyjne w celu sprawdzenia, co się dzieje. Hasło do wyszukiwarki wpisuje ponad połowa z nich, aby znaleźć konkretne informacje.

Wśród tych, którzy korzystają z kilku sposobów zdobywania informacji w Internecie najczęstszym jest korzystanie z wyszukiwarki, z którego korzysta 35%.

Sposób zdobywania informacji – wszystkie wykorzystywane



Najczęstszy sposób zdobywania informacji



osoby, które korzystają z kilku sposobów zdobywania informacji w Internecie

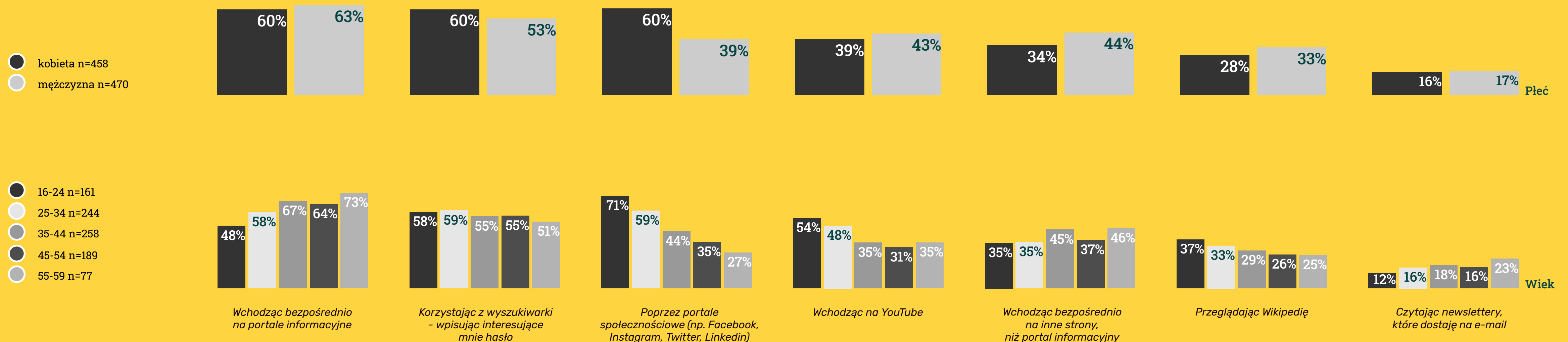
P6. W jaki sposób czerpiesz informacje z Internetu?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929
P6a. A w jaki sposób najczęściej czerpiesz informacje z Internetu?
Próba: Respondenci, korzystający przynajmniej z dwóch sposobów zdobywania informacji N=694

Sposoby zdobywania informacji w Internecie — demografia ^(1/2)

Kobiety częściej korzystają z wyszukiwarki i portali społecznościowych, podczas gdy mężczyźni częściej wchodzą bezpośrednio na strony internetowe.

Portale informacyjne są popularniejsze w starszych grupach wiekowych, podczas gdy w młodszych więcej osób korzysta z portali społecznościowych, YouTube'a lub Wikipedii.

Osoby z wyższym wykształceniem częściej zarówno wchodzą na portale informacyjne, jak i częściej korzystają z wyszukiwarki, a rzadziej z YouTube jako źródła informacji.

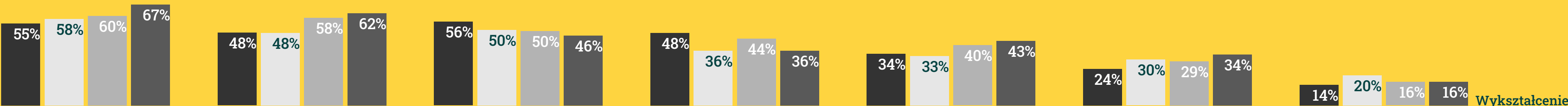


P6. W jaki sposób najczęściej czerpiesz informacje z Internetu?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

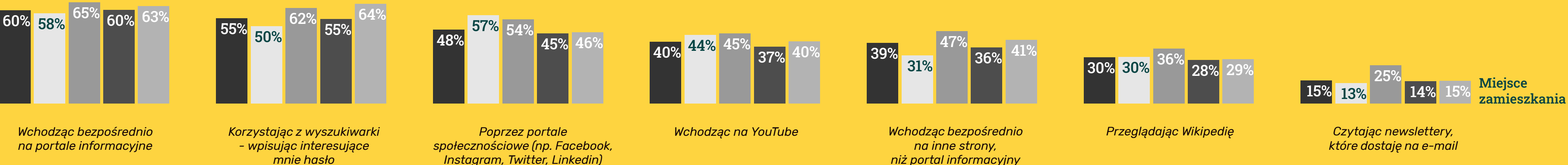
Sposoby zdobywania informacji w Internecie

— demografia (2/2)

- podstawowe n=101
- zas. zawodowe n=169
- średnie n=364
- wyższe n=294



- wieś n=362
- miasto do 20 tys. n=122
- miasto 20-100 tys. n=165
- miasto 100-500 tys. n=177
- m. powyżej 500 tys. n=103



P6. W jaki sposób najczęściej czerpiesz informacje z Internetu?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

Wyszukiwarka vs Portale informacyjne



Wyszukiwarka

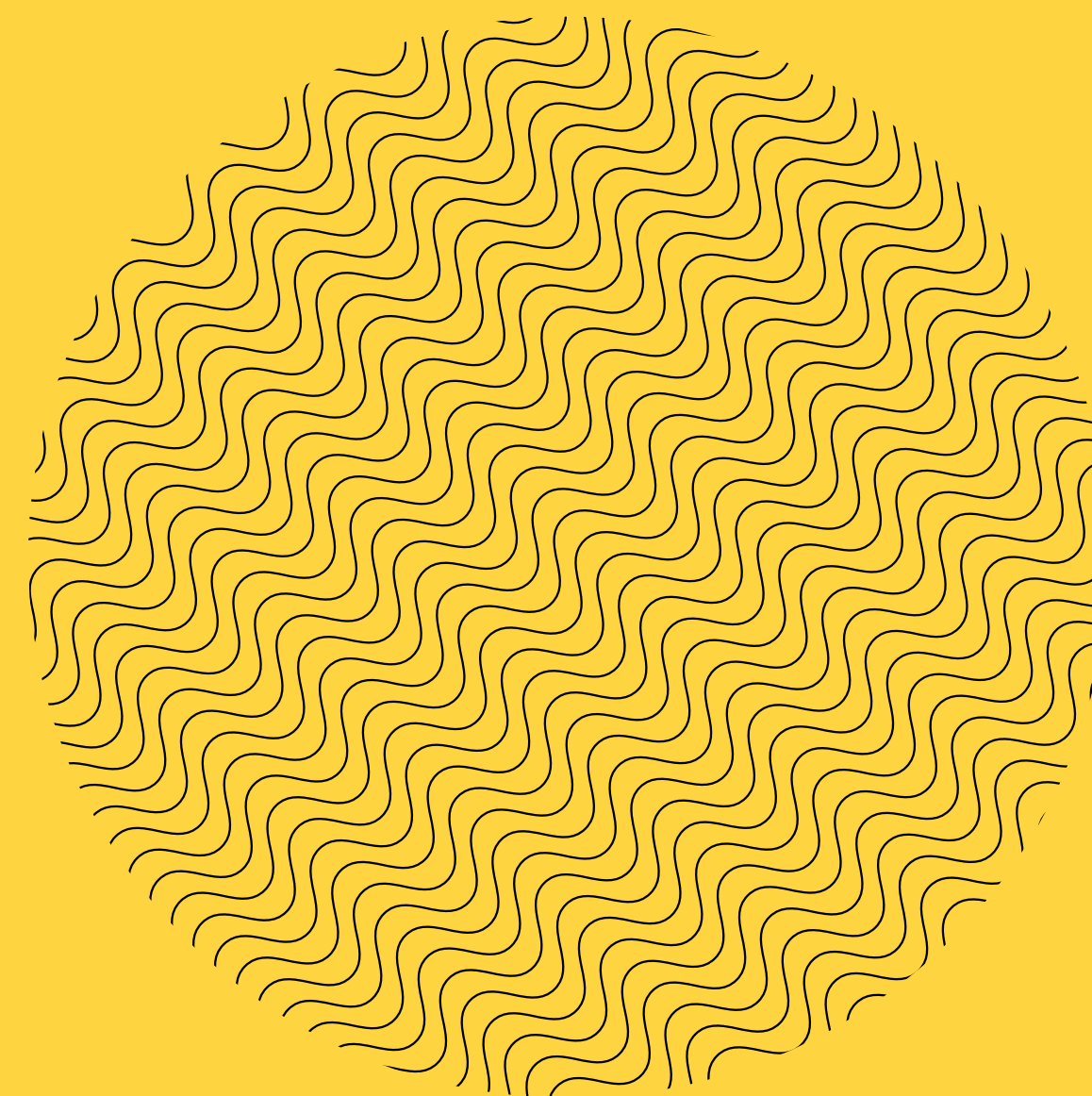
Wydaje mi się, że jakoś zdarza mi się wyszukiwać spontanicznie. Ale to może tak, że gdzieś wyczytałam jakiś news i wtedy mogłam specjalnie wyszukać, bo byłam zaciekawiona w związku z tym dalej. W takim sensie. Ale kwestie polityczne staram się trochę omijać. Więc na siłę nie szukuję.

Respondentka z badania jakościowego

vs Portale informacyjne

Generalnie to taka ciekawość. Takie zastępstwo gazet to jest. Przede wszystkim sobie sprawdzam, znaczy czytam wiadomości ze świata, wiadomości sportowe. Nie szukam jakichś tam specjalnych, konkretnych wiadomości. Najczęściej jest tak, że się spojrzy, coś mnie zainteresuje i wchodzę tam, bo na przykład na Interii są tam, na początku mamy te główne wiadomości (...) tam mamy uszeregowane wiadomości z kraju, ze świata, wiadomości sportowe, gdzieś tam się jeszcze przewijają przepisy i tam też sięgam, bo mnie zainteresuje obrazek.

Respondent z badania jakościowego



Zwyczaje związane z przeglądaniem informacji w Internecie

”

Zazwyczaj jak po prostu mam czas, czyli w drodze do i z pracy, przed snem, w podróży, oczekując gdzieś w kolejce lub na spóźnionych znajomych. Szukam wtedy tego co mi przyjdzie akurat do głowy, to przez Google, to przez Facebook, strony z wiadomościami.

Respondent z badania jakościowego

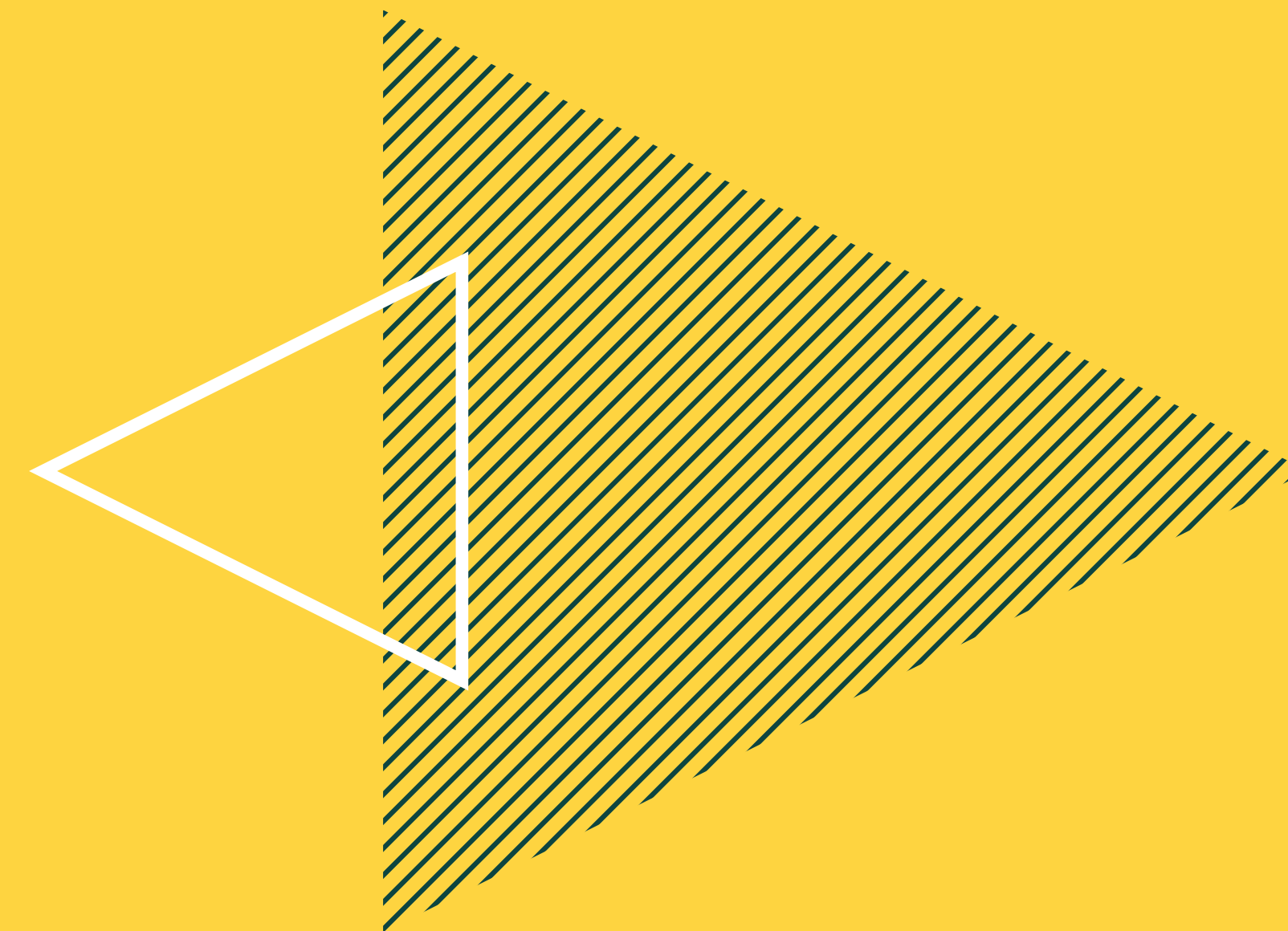


Podójście do wyszukiwania informacji w Internecie

Szukanie informacji kojarzy się głównie z Internetem – łatwość i szybkość dostarcia do treści, które interesują badanych sprawiają, że czynność wyszukiwania informacji kojarzona jest przede wszystkim z Internetem, a nie z mediami tradycyjnymi.

Internet pogłębia wiedzę zdobytą za pośrednictwem mediów tradycyjnych – dla niektórych badanych Internet daje możliwość zweryfikowania informacji, które usłyszeli w telewizji lub radiu dopełnienia wiedzy na interesujący ich temat.

Przegląd portali informacyjnych jako forma porannej prasówki – znaczna część badanych zagląda na portale informacyjne w pierwszym momencie dnia, w którym zaczynają korzystać z Internetu. Również ci, którzy sprawdzają Facebooka i skrzynkę mailową mają styczność z informacjami.



Okoliczności przeglądania informacji w Internecie

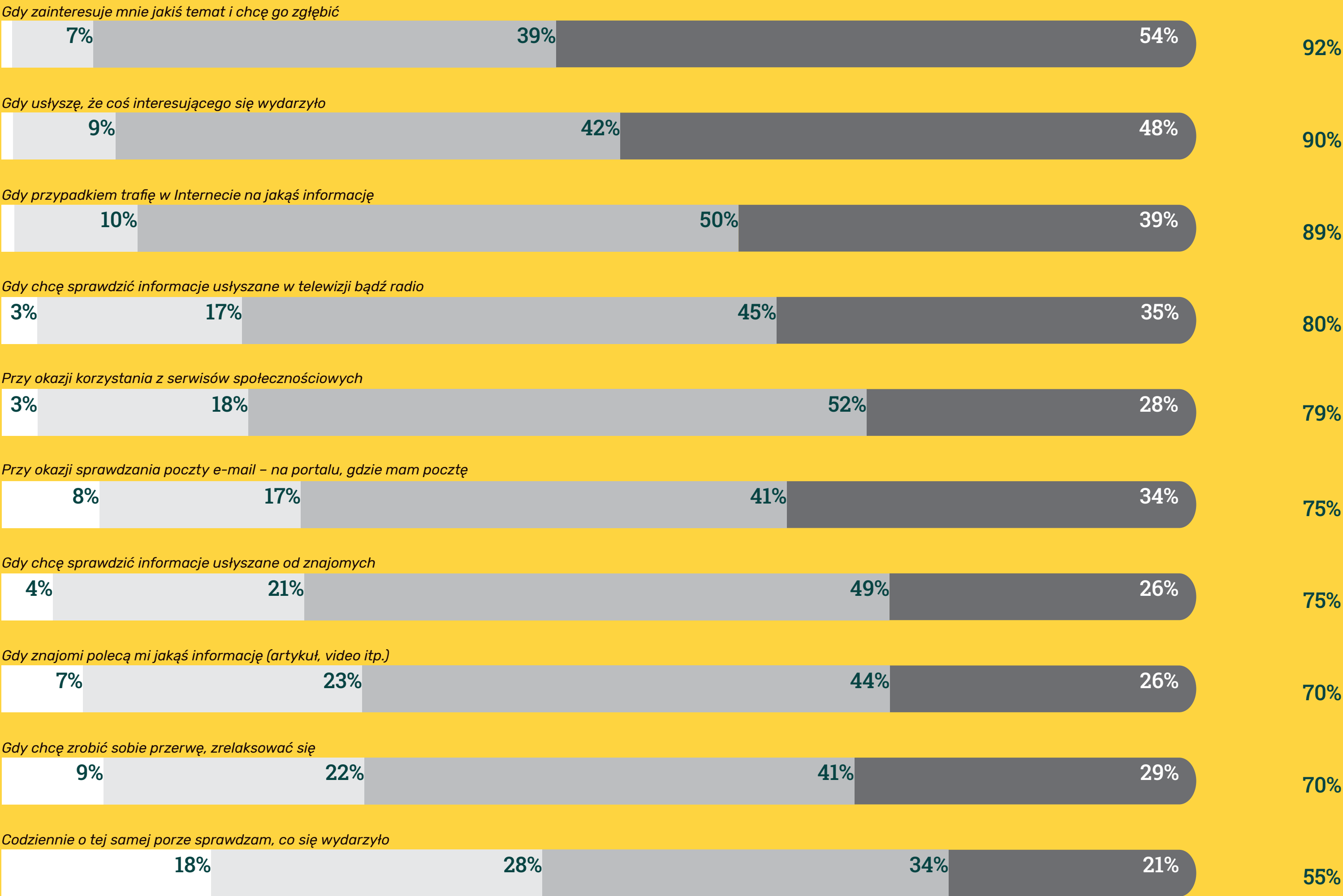
T2B

Najczęściej polscy internauci sprawdzają konkretne informacje w Internecie wtedy, gdy zainteresują się jakimś tematem i chcą go zgłębić oraz gdy usłyszą, że coś interesującego się wydarzyło, a także gdy natrafią na jakąś interesującą ich informację przypadkiem. Co trzeci polski internauta często sprawdza w Internecie informacje usłyszane w telewizji bądź radio, co pokazuje spadek zaufania wobec mediów tradycyjnych, ale także powszechną potrzebę pogłębiania. Najmniej jest osób, które sprawdzają informacje codziennie o tej samej porze.

- wcale
- rzadko
- czasami
- często

P8. Jak często sprawdzasz informacje w Internecie w następujący sposób?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

Częstotliwość przeglądania informacji w danej okoliczności



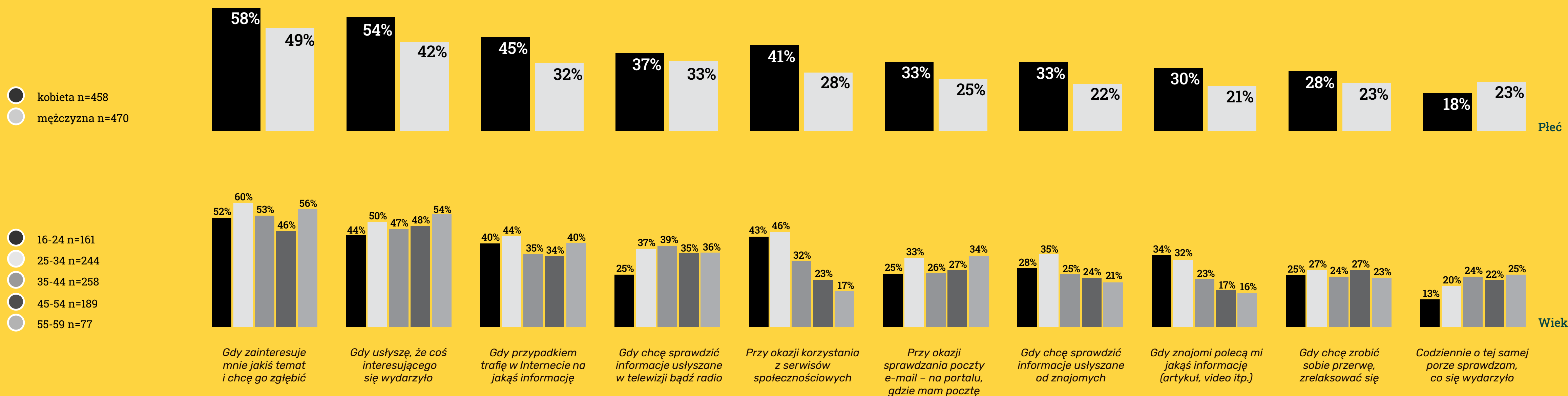
Okoliczności przeglądania informacji „często” — demografia ^(1/2)

Kobiety mają więcej różnorodnych okoliczności przeglądania informacji, podczas gdy mężczyźni częściej niż kobiety robią to codziennie o tej samej porze.

Przywiązanie do pory dnia deklarują częściej osoby 35+, podczas gdy młodszy częściej przeglądają informacje przy okazji przeglądania portali społecznościowych lub po poleceniu przez znajomych.

Media tradycyjne sprawdzają w Internecie częściej osoby w wieku ponad 25 lat oraz z wykształceniem średnim+. Wraz z wykształceniem rośnie częstotliwość przeglądania informacji dla relaksu

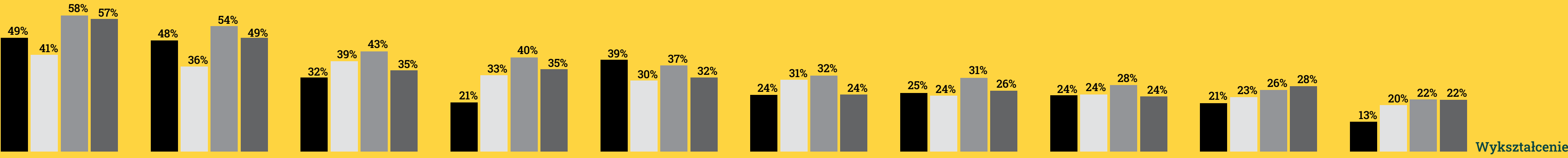
lub o stałej porze. Osoby z wykształceniem średnim częściej niż osoby z wykształceniem wyższym sprawdzają informacje, na które trafili przypadkiem lub przy okazji sprawdzania poczty e-mail.



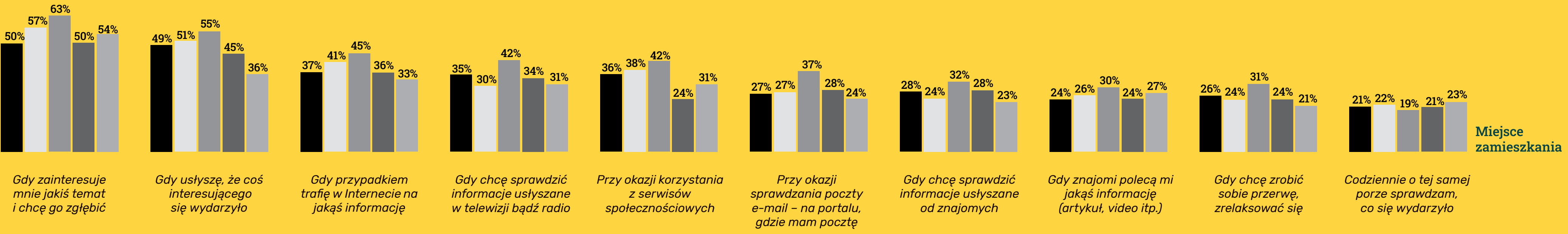
P8. Jak często sprawdzasz informacje w Internecie w następujący sposób? – Często
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

Okoliczności przeglądania informacji „często” — demografia ^(2/2)

- podstawowe n=101
- zas. zawodowe n=169
- średnie n=364
- wyższe n=294



- wieś n=362
- miasto do 20 tys. n=122
- miasto 20-100 tys. n=165
- miasto 100-500 tys. n=177
- m. powyżej 500 tys. n=103



P8. Jak często sprawdzasz informacje w Internecie w następujący sposób? – Często
Próba: Respondenci czerpiący informację z Internetu N=929

Sprawdzanie informacji usłyszanych w telewizji bądź radio

”

Z różnych źródeł, z telewizji, z Internetu, z relacji interpersonalnych w jakich się znajduję, w zasadzie z różnych mediów. Porównuję informacje przedstawiane w wieczornych dziennikach 3 stacji telewizyjnych i wyciągam wnioski.

Szukam informacji w Internecie, poszerzających namiastkę problemu usłyszanego w jakimś innym medium (np. w TV).

Respondent z badania jakościowego

Internet, telewizja, prasa, książki, radio, ludzie — porównuję za pomocą Google News.

Respondent z badania jakościowego

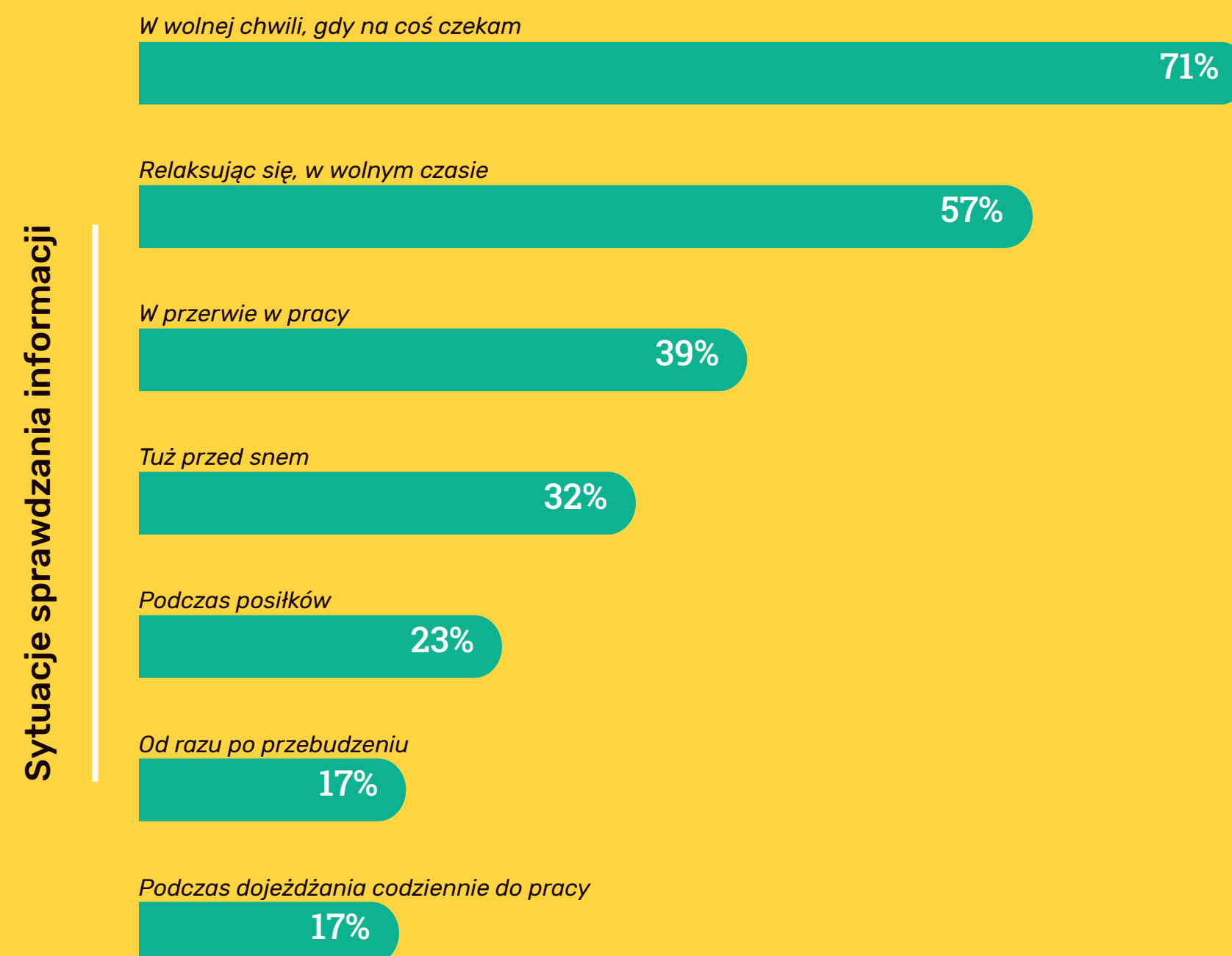
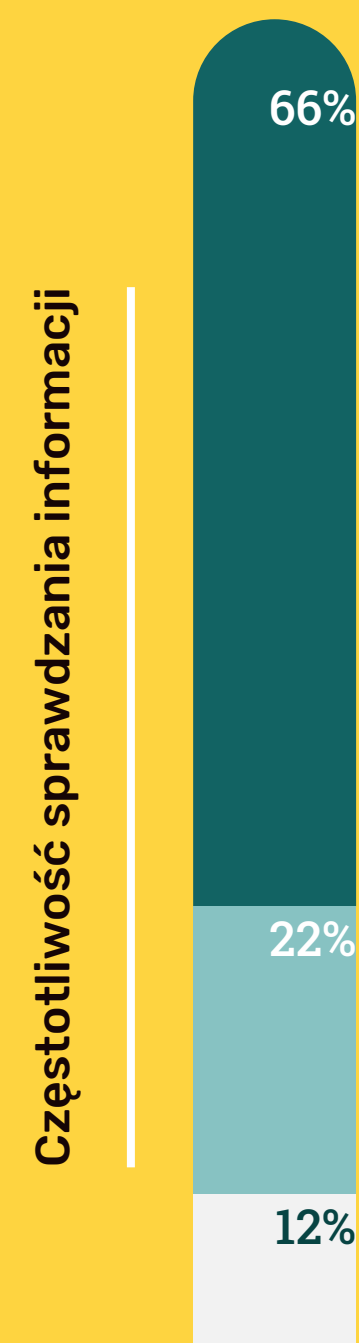


Sprawdzanie informacji w Internecie

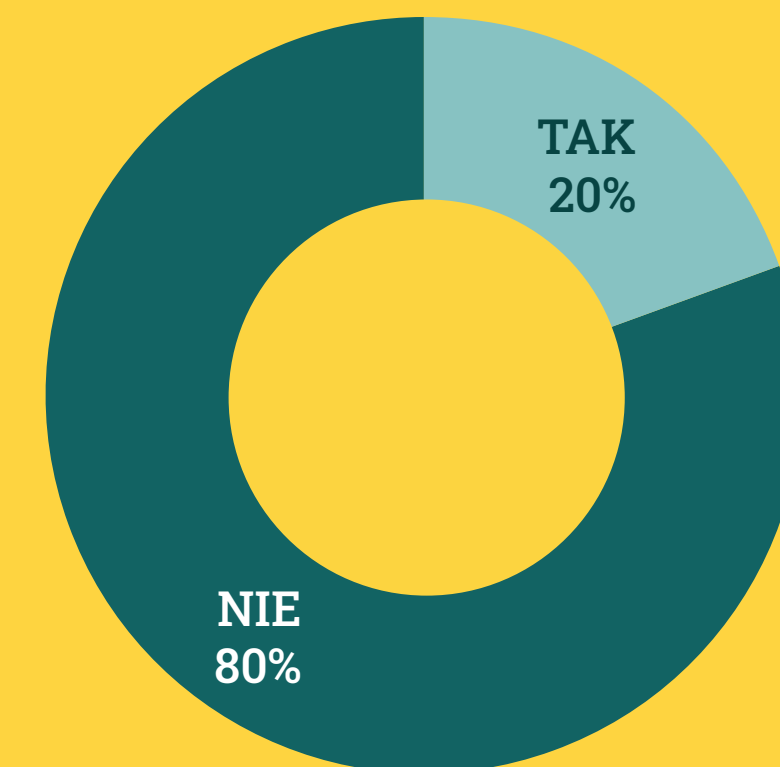
66% korzystających z informacji w Internecie sprawdza je **kilka razy dziennie**.

Najczęściej robią to w wolnej chwili, w oczekiwaniu na coś lub **w ramach relaksu** w wolnym czasie.

Co piąty polski internauta deklaruje, że jego **praca wymaga, aby był na bieżąco** z informacjami i znał aktualności z kraju i ze świata, a co trzeci spośród tych z wyższym wykształceniem.



Czy praca wymaga przeglądać i być na bieżąco z informacjami



Wśród osób z wykształceniem wyższym 31% mówi, że ich praca wymaga bycia na bieżąco z informacjami

P9. Ile razy dziennie sprawdzasz informacje w Internecie?

P10. W jakich sytuacjach sprawdzasz informacje w Internecie?

Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

P11. Czy Twoja praca wymaga, abyś czytał informacje i był na bieżąco z wydarzeniami?

Próba: Wszyscy respondenci N=1029

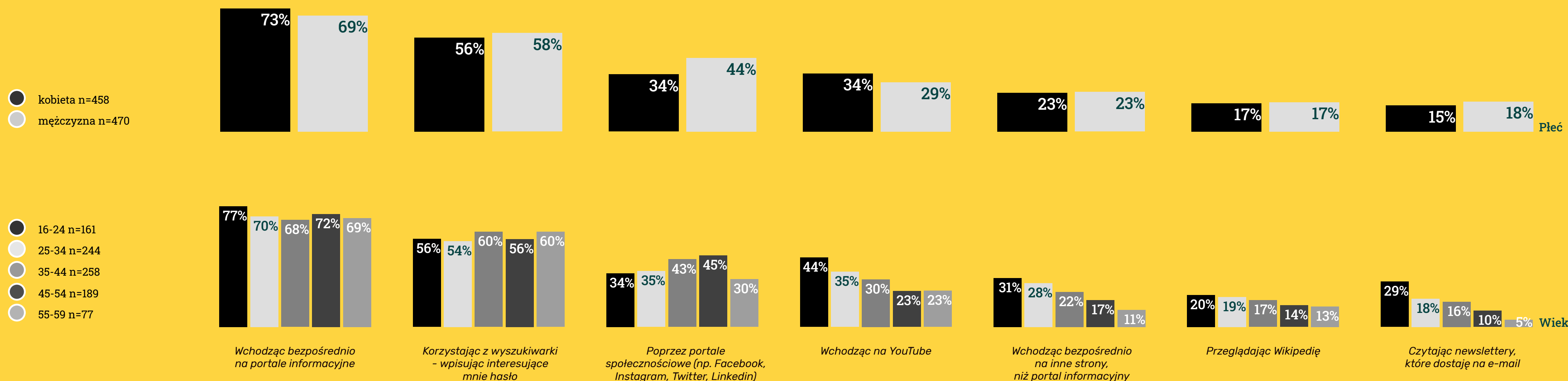
Sytuacje sprawdzania informacji w Internecie — demografia ^(1/2)

Mężczyźni częściej niż kobiety sprawdzają informacje podczas przerwy w pracy. Młodzi internauci sprawdzają informacje w większej liczbie sytuacji. Wraz z wiekiem spada częstość sprawdzania infor-

macji przed snem, podczas posiłków, od razu po przebudzeniu oraz podczas dojeżdżania.

Wraz z wykształceniem rośnie odsetek osób

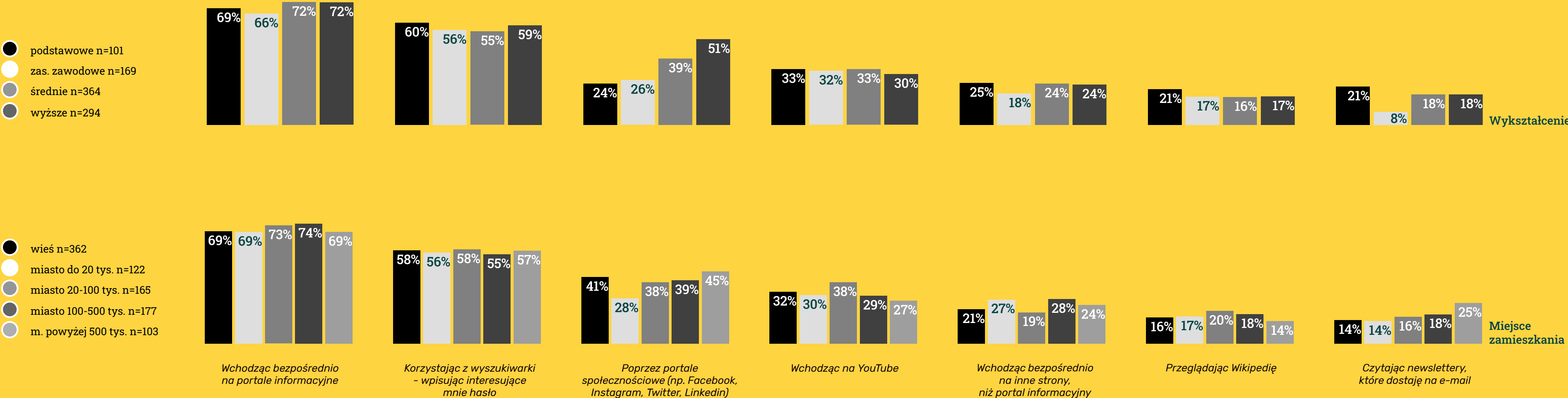
sprawdzających informacje w przerwie w pracy, co może mieć związek z rodzajem wykonywanej pracy — łatwiej sprawdzić informacje w Internecie pracując na co dzień przy komputerze.



P6. W jaki sposób najczęściej czerpiesz informacje z Internetu?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

Sytuacje sprawdzania informacji w Internecie

— demografia (2/2)



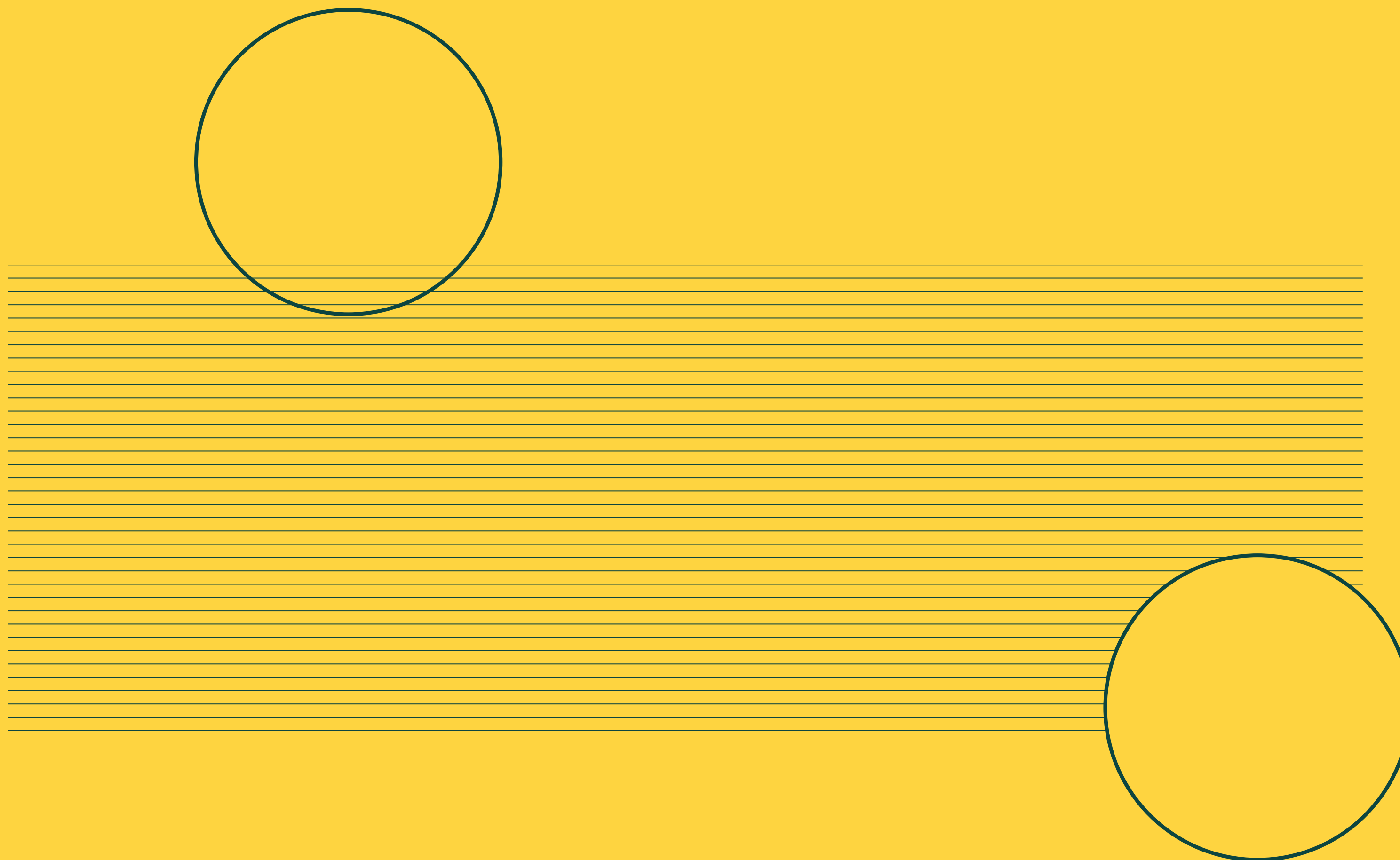
P6. W jaki sposób najczęściej czerpiesz informacje z Internetu?
Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

Udostępnianie



Artykuły bardzo rzadko, częściej zbiórki charytatywne. Tam jest strona zrzutka.pl czy pomagamy.pl i jeżeli widzę, że tam ktoś zbiera na konkretny cel, kiedy każda złotówka może ratować życie, to udostępniam to, staram się namówić jak najwięcej osób do wpłacenia jakiegokolwiek sumy.

Respondentka z badania jakościowego



Podjęmowane aktywności

Komentowanie kojarzy się głównie **negatywnie**, z uwagi na dużą ilość sytuacji, w których internauci atakują siebie nawzajem, co zniechęca do współudziału w tej formie dyskusji. Wiele badanych nie czuje również potrzeby wyrażania własnej opinii.

Niektórym nie przeszkadza to jednak **biernie uczestniczyć tym zjawisku**. Czytanie komentarzy, właśnie przez wzgląd na burzliwy charakter dyskusji, stanowi element rozrywkowy.

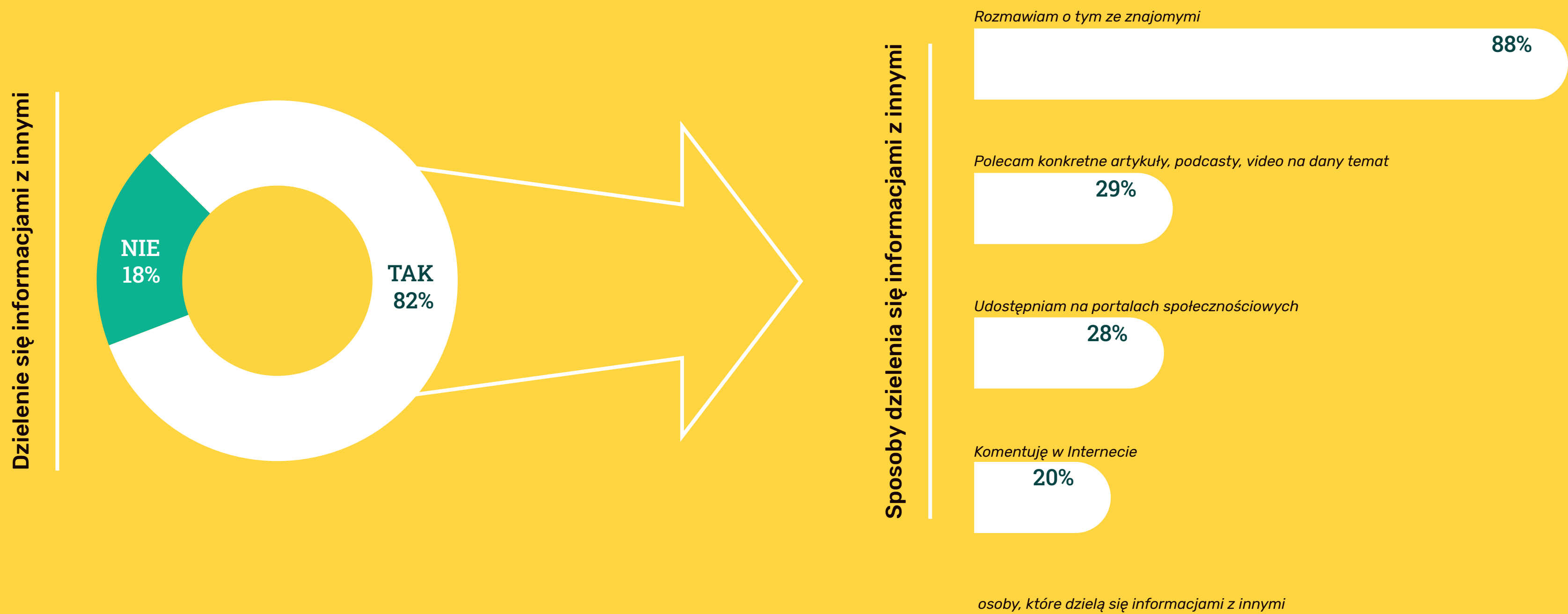
W przypadku tekstów o treściach specjalistycznych wiąże się to z chęcią poznania opinii innych internautów – podkreślono tu rolę komentarzy jako elementów uzupełniających tekst, a także weryfikujących zawarte w nim informacje.

Najchętniej udostępniane treści za pośrednictwem Facebooka to takie, które komunikują o ważnych, społecznych akcjach, jak np. zbiórki charytatywne czy informacja o poszukiwaniu zaginionej osoby. Artykuły o charakterze informacyjnym nie są udostępniane często, a do najbardziej popularnych należą te, które dotyczą sytuacji lokalnej.



Dzielenie się informacjami w Internecie

82% polskich internautów chętnie dzieli się nabytymi informacjami z innymi osobami, lecz zdecydowanie najczęściej poprzez rozmowę i ustne przekazanie aktualności.

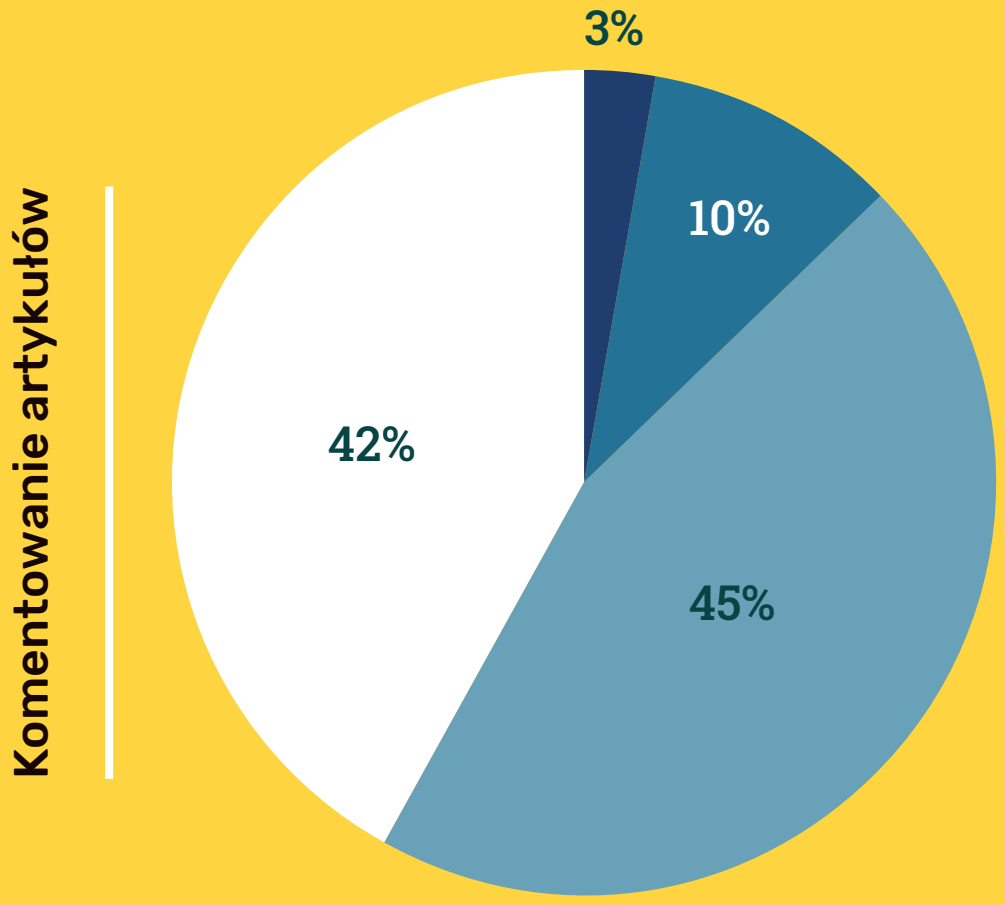
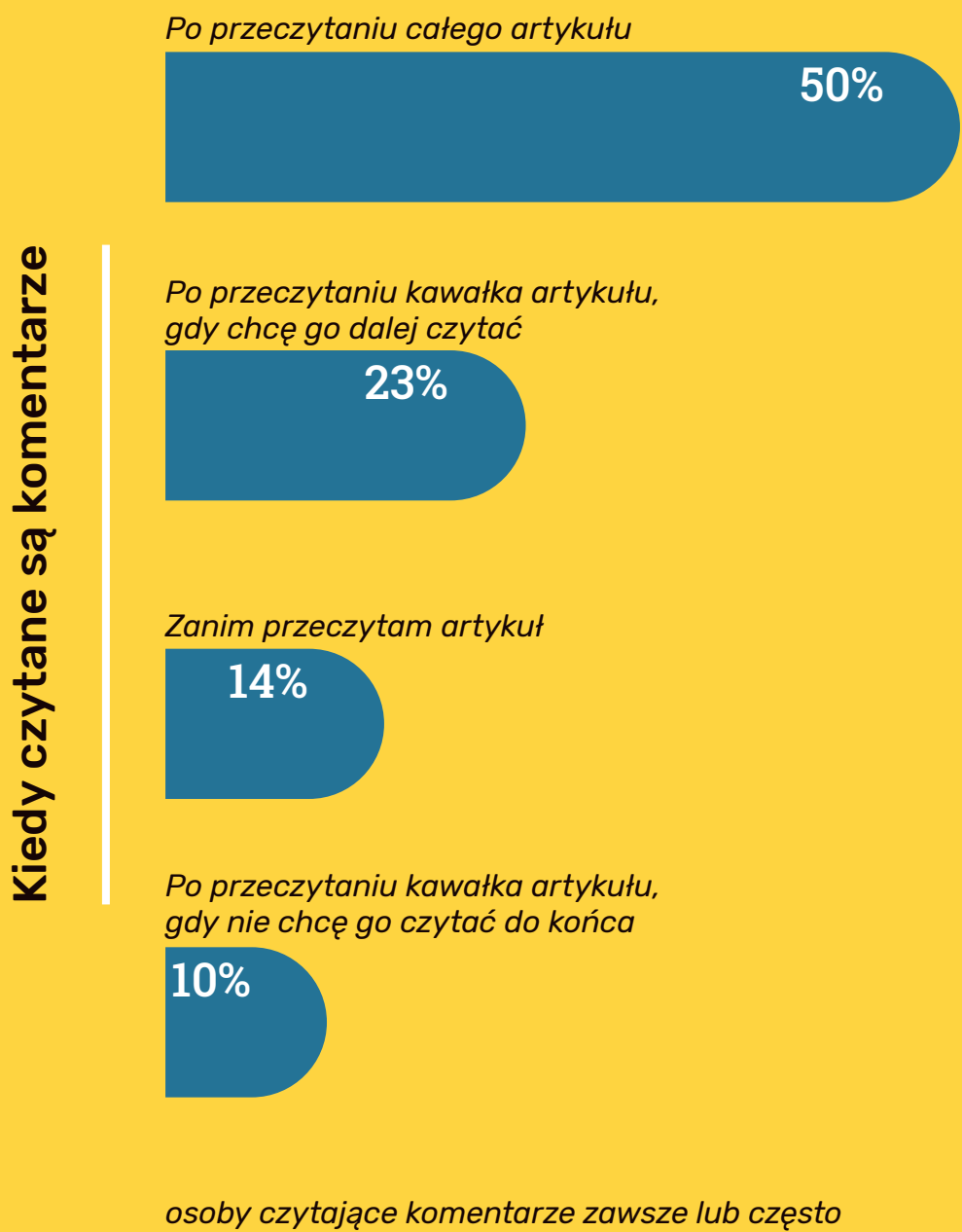
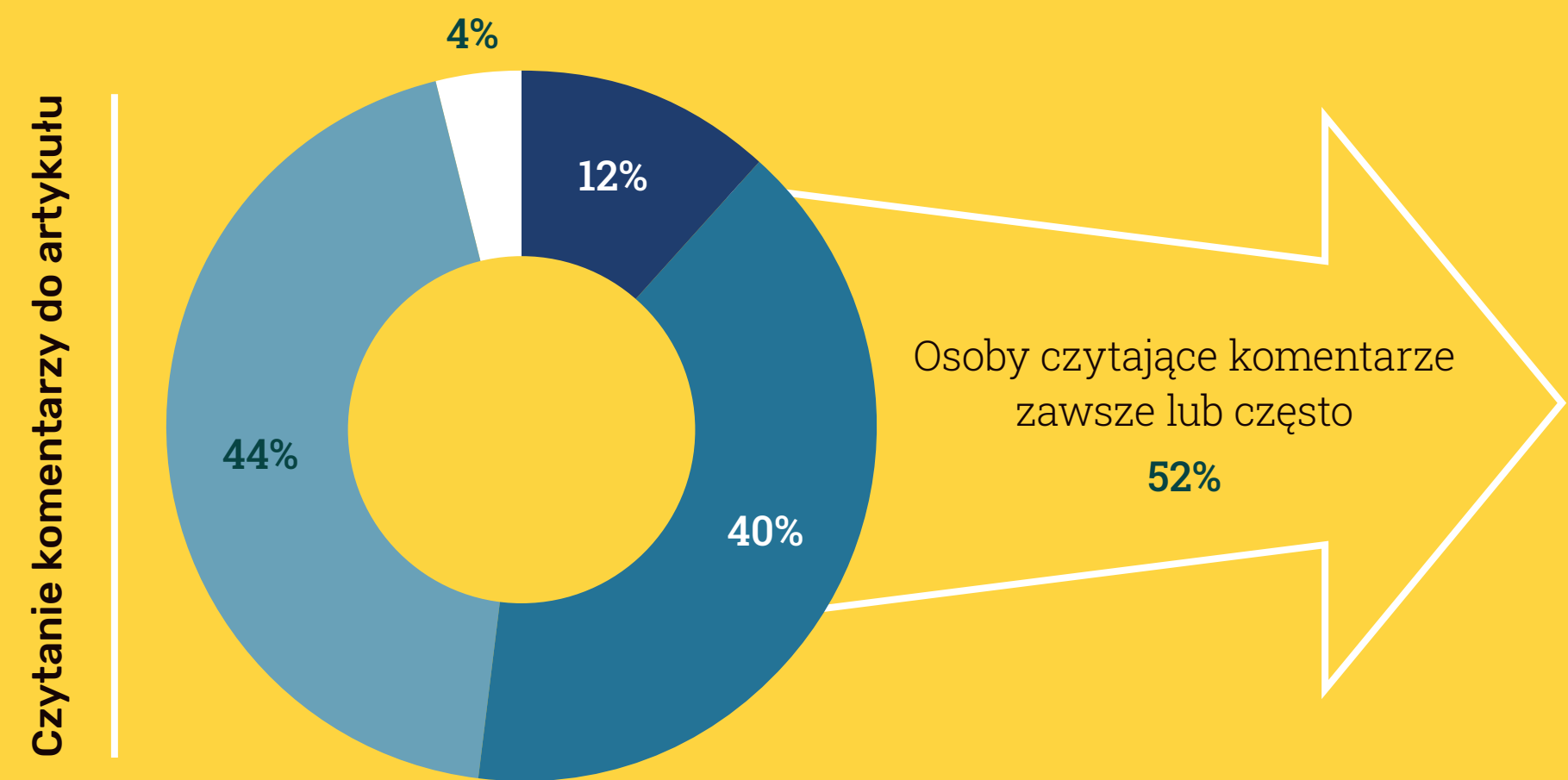


P11. Czy Twoja praca wymaga, abyś czytał informacje i był na bieżąco z wydarzeniami?
P12. Czy dzielisz się informacją z innymi – tym, co przeczytasz lub usłyszysz?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029
P13. W jaki sposób dzielisz się informacją?
Próba: Osoby dzielące się informacjami z innymi N=842

Komentarze w Internecie

Nieco ponad połowa osób pozyskujących informacje z Internetu czyta komentarze zawsze lub często. Robią to głównie po przeczytaniu całego artykułu. Osób komentujących jest mniej: 13% komentuje

zawsze lub często, a 42% nigdy nie pisze komentarzy pod artykułami.



P15. Czy czytasz komentarze do artykułów internetowych?

P15b. Czy komentujesz artykuły internetowe?

Próba: Respondenci czerpiący informacje z Internetu N=929

P15a. Kiedy najczęściej czytasz komentarze

Próba: Respondenci czytający komentarze zawsze lub często N=483

tak, zawsze **tak, często** **tak, ale tylko czasami** **nie, nigdy**

Komentowanie

”

Gdy ludzie bardzo tak wypowiadają się czy wulgarnie, na przykład w komentarzach, jak czytam ten wulgaryzm taki, hejt jak to się mówi teraz. Nie lubię tego naprawdę. Ten hejt się rzuca bardzo często w oczy, nawet i w tych komentarzach. Są przytłaczające, które odrzucam po prostu.

Dlaczego nie komentuję? Bo mi szkoda na to czasu czasami. Bo jak czytam czasami te komentarze to mi żal prawda, żal czasu na to żeby to czytać.



Podsumowanie: Informacja w Internecie

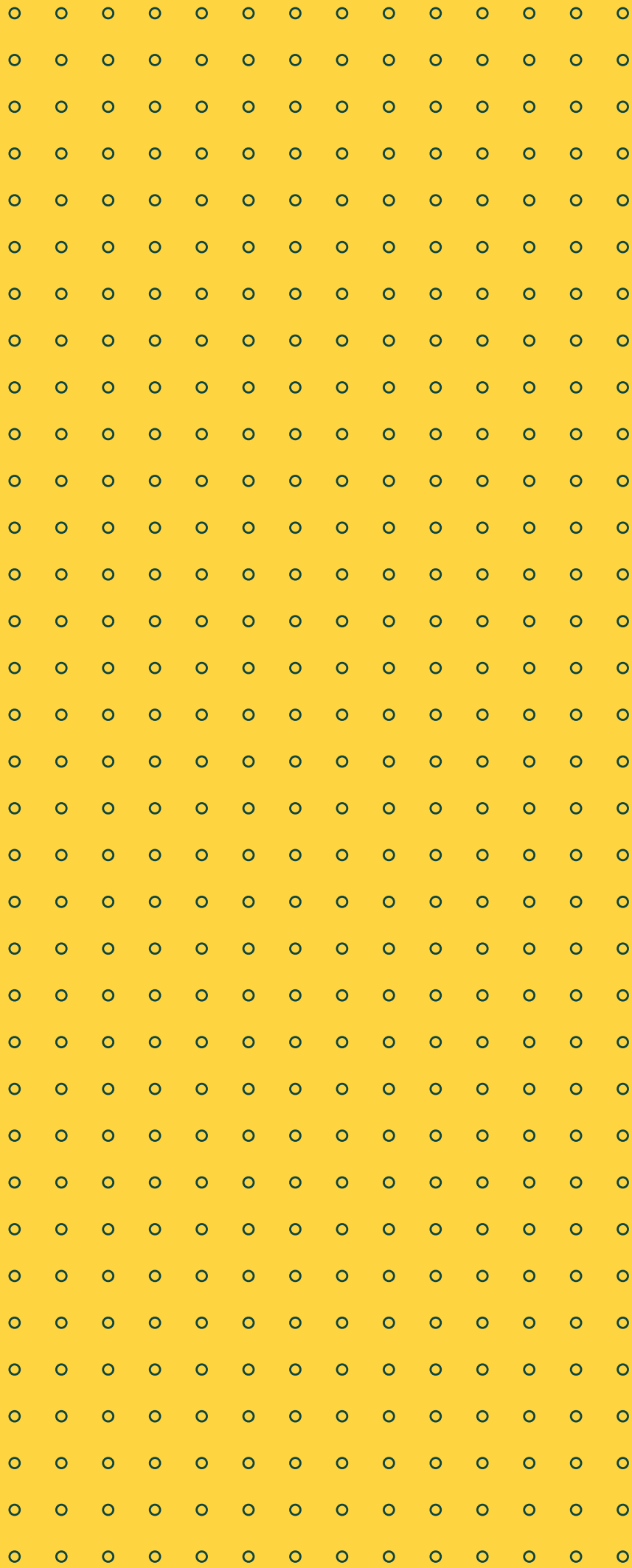
66% korzystających z informacji w Internecie sprawdza je **kilka razy dziennie**. Najczęściej robią to **w wolnej chwili**, w oczekiwaniu lub **w ramach relaksu**. 2/3 wchodzi bezpośrednio na portale informacyjne chcąc przejrzeć ogólne informacje. Jednak skoro polscy internauci najczęściej sprawdzają informacje w Internecie wtedy, gdy zainteresują się jakimś tematem i chcą go zgłębić lub gdy usłyszą, że coś interesującego się wydarzyło, to ponad połowa wykorzystuje także **wyszukiwarkę** do sprawdzenia informacji i **korzystają z niej częściej niż z portali**.

Co trzeci polski internauta często sprawdza w Internecie informacje usłyszane w telewizji bądź radio, co pokazuje spadek zaufania wobec mediów tradycyjnych, ale także **powszechną potrzebę pogłębiania**. Media tradycyjne sprawdzają w Internecie częściej osoby w wieku ponad 25 lat oraz z wykształceniem średnim i wyższym.

Osoby poniżej 35 lat częściej przeglądają informacje przy okazji przeglądania portali społecznościowych lub po poleceniu przez znajomych, podczas gdy osoby 35+ częściej niż młodsi deklarują przywiązanie do pory dnia w zakresie sprawdzania informacji.

Wraz z wykształceniem rośnie częstotliwość przeglądania informacji dla relaksu lub o stałej porze. Osoby z wykształceniem średnim częściej niż osoby z wykształceniem wyższym sprawdzają informacje, na które trafili przypadkiem lub przy okazji sprawdzania poczty e-mail.

82% polskich internautów chętnie **dzieli się nabytymi informacjami z innymi osobami**, lecz zdecydowanie najczęściej **poprzez rozmowę** i ustne przekazanie aktualności.





Portale informacyjne

Portale informacyjne

”

Podoba mi się, że na tych stronach jest dość przejrzyste, że nie muszę wyszukiwać wiadomości, tylko automatycznie wchodząc od razu mam te wiadomości, które chcę wyszukać. Są w zasięgu mojego wzroku, są dość wyraźnie napisane czy podkreślone na czerwono i przejadę tylko palcem i już widzę gdzie co jest, jeśli chodzi o telefon. Laptop ma większy ekran, więc widzę więcej niż na telefonie czy na tablecie.

Respondent z badania jakościowego



Popularność portali informacyjnych

Do najbardziej popularnych portali informacyjnych, które odwiedzają badani należą **Onet** i **Wirtualna Polska**, często wskazywano również **o2.pl** oraz **Interię**.

Rzadziej wymieniano gazetę.pl, internetową wersję TVN24 oraz Fakt24.pl.

Pojedynczy badani wskazywali także portale o specjalistycznej tematyce informacyjnej – Infor.pl, Puls Biznesu, Bankier, Biznes Radar czy Filmweb.

Wśród lokalnych portali informacyjnych wymieniono dwukrotnie **Trójmiasto.pl**, a także Echo Dnia i Lublin112.pl.

W obszarze informacji sportowych do najchętniej odwiedzanych portali należą **SportoweFakty** oraz **Sport.pl**.

Motywy odwiedzania konkretnych stron są zróżnicowane.

Wybór portalu informacyjnego, który odwiedza się regularnie jest bardzo często uzależniony od posiadania **skrzynki pocztowej** na danej domenie (przede wszystkim Onet, WP i o2).

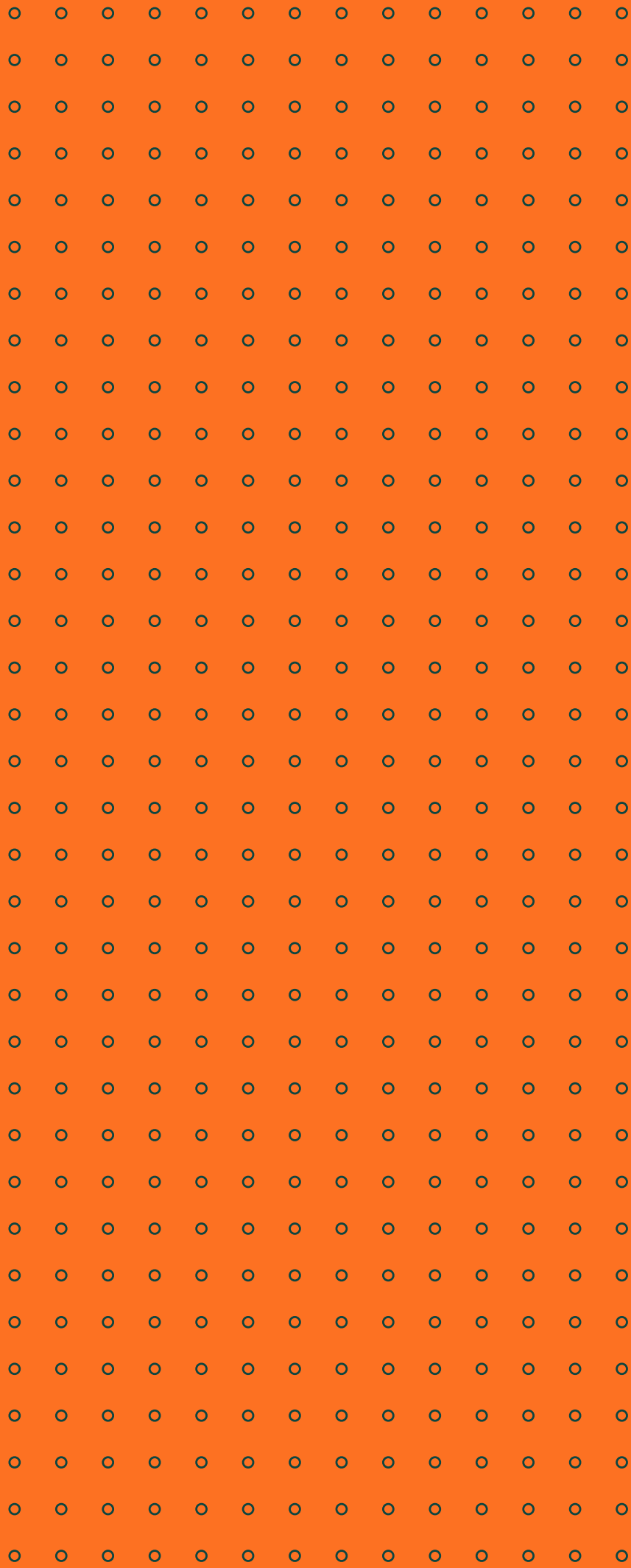
Niektórzy badani wskazują również na swoje **przywiązanie**, zwłaszcza do serwisu Onet, z którego korzystają już kilkanaście lat.

W przypadku pojedynczych respondentów jest to zależne od **stron przekierowujących** do konkretnych portali. W ten sposób działa zakładka Wiadomości Google, powiadomienia wysyłane przez telefon, a także udostępnienia na Facebooku.

Mocne strony najbardziej popularnych portali (Onet, WP) to przede wszystkim:

- przejrzystość – informacje są ułożone
- w schemacie „kafelek”, co wizualnie ułatwia poruszanie się po stronie;
- różnorodność tematyczna – poza podstawowymi wiadomościami z zakresu aktualności, sportu kultury, można
- tam również znaleźć treści specjalistyczne np. nowinki technologiczne czy motoryzacyjne;
- możliwość założenia skrzynki pocztowej – wygodne rozwiązanie;

Często podkreślanym i negatywnie ocenianym elementem wspólnym dla portali informacyjnych jest duża ilość reklam.

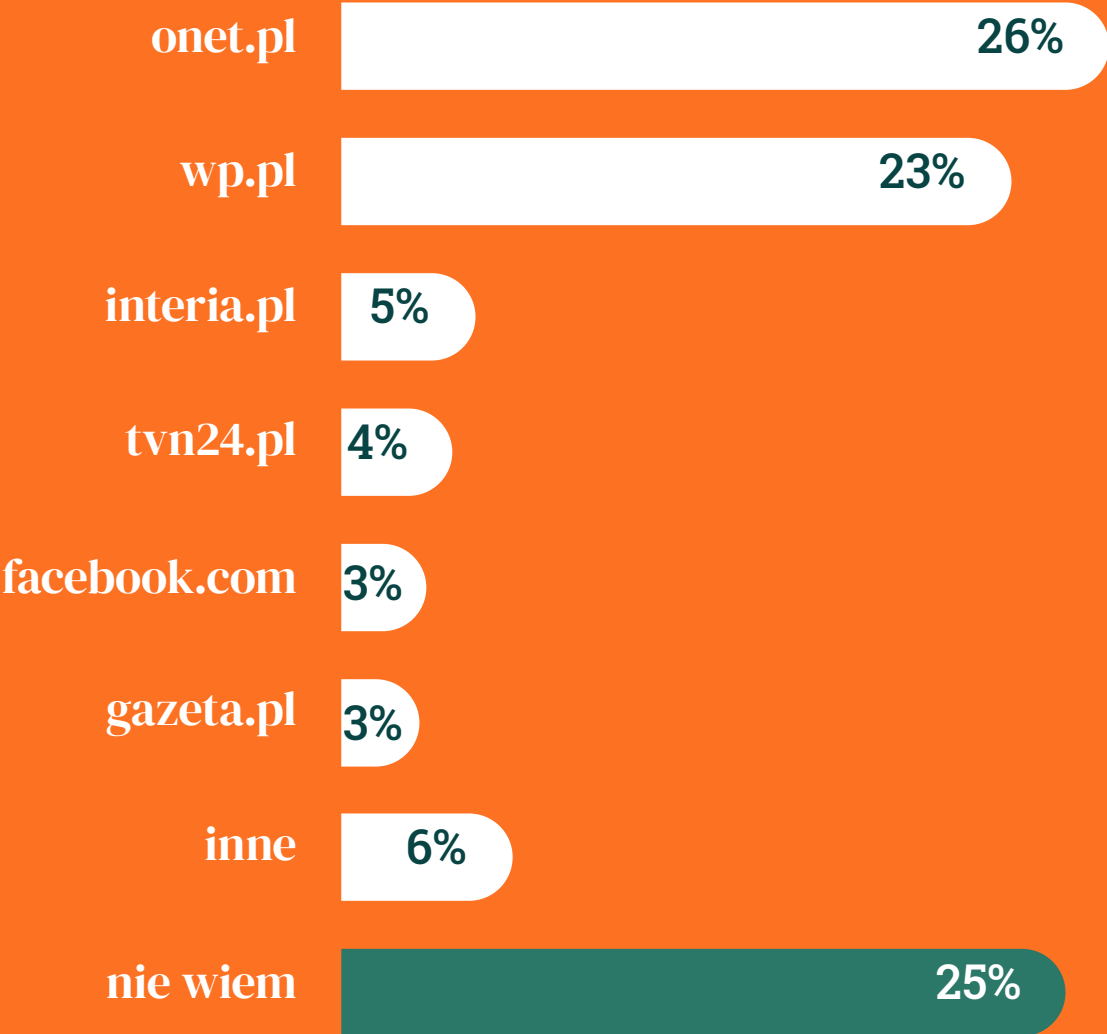


Znajomość spontaniczna portali informacyjnych

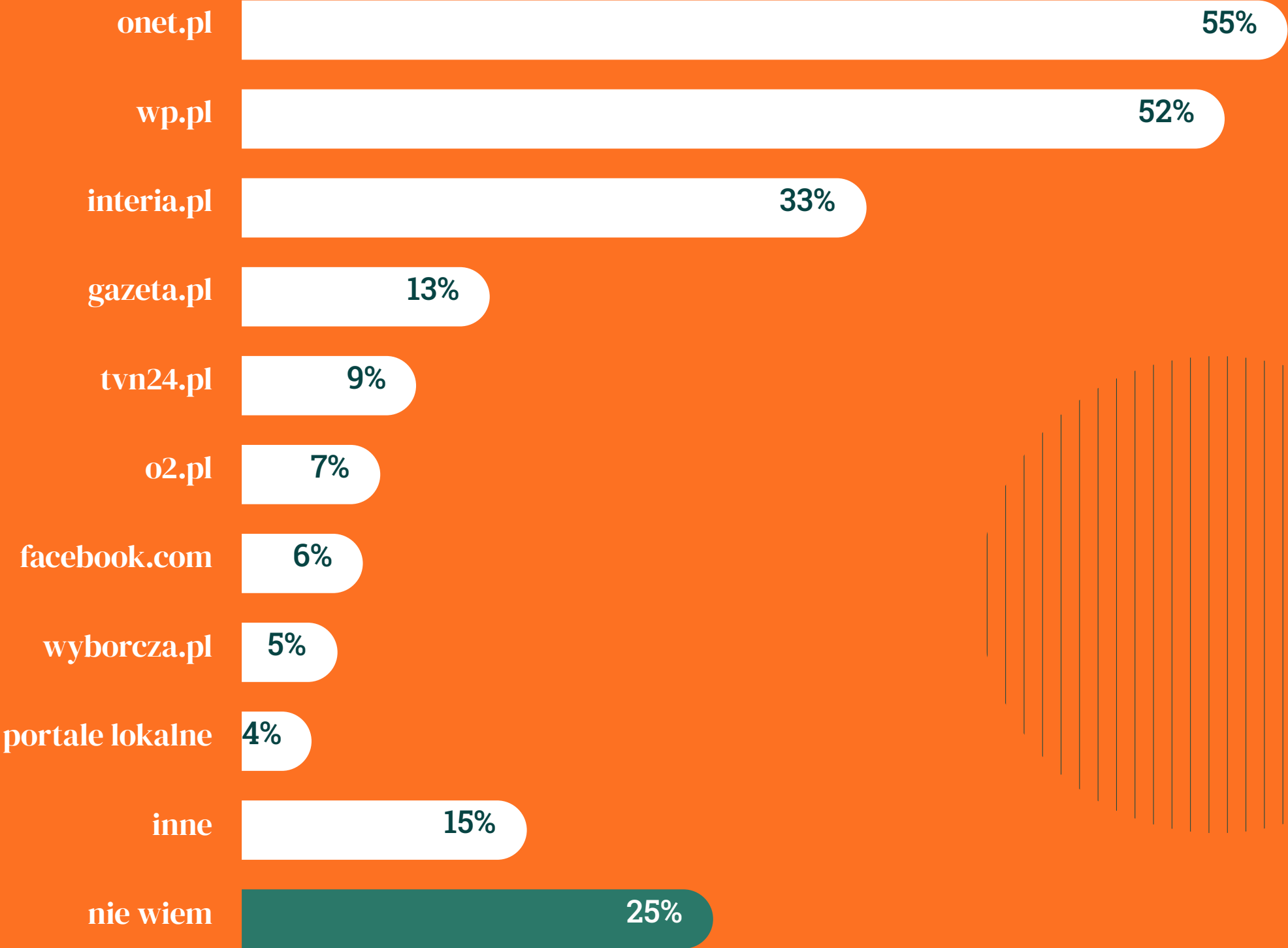
Zdecydowanie najbardziej znanymi portalami informacyjnymi, wymienianymi spontanicznie są **Onet i Wirtualna Polska**.

Ponad połowa osób spontanicznie wymienia Onet i WP a około ¼ badanych wymienia te dwie marki jako pierwsze.

Znajomość spontaniczna – Top of mind



Znajomość spontaniczna



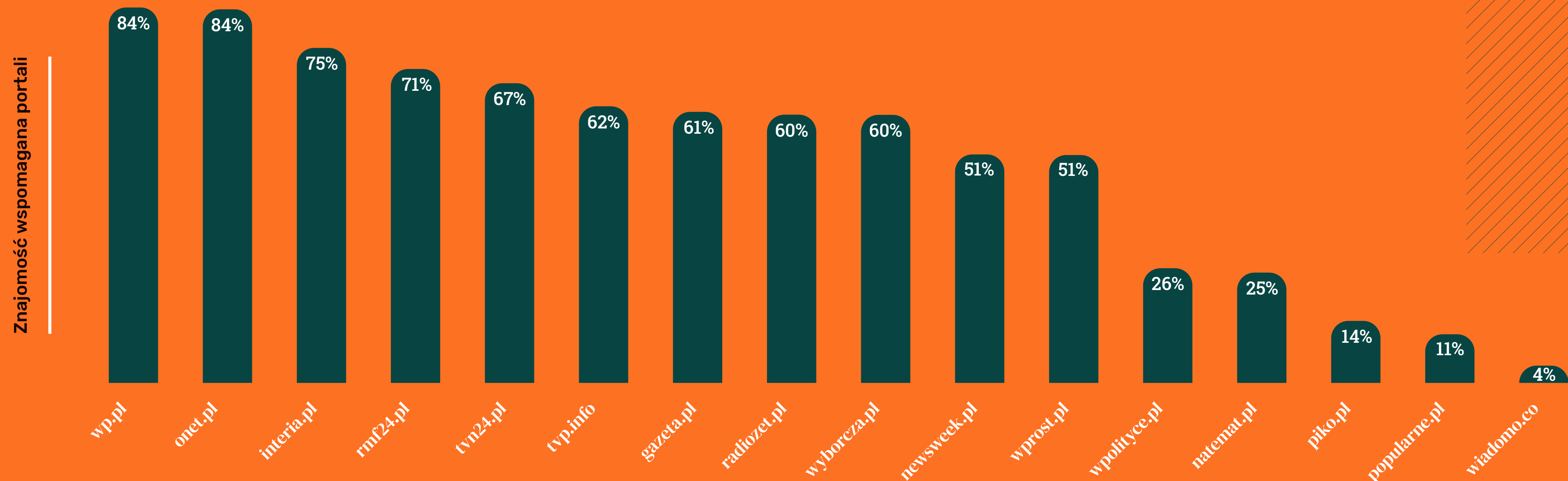
P4. Jakie znasz internetowe portale informacyjne?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Znajomość wspomagana portali informacyjnych

Po zaprezentowaniu logo **najlepiej rozpoznawanymi portalami są WP i Onet. Oba portale zna aż 84% badanych.** $\frac{3}{4}$ osób zna portal Interia.pl.

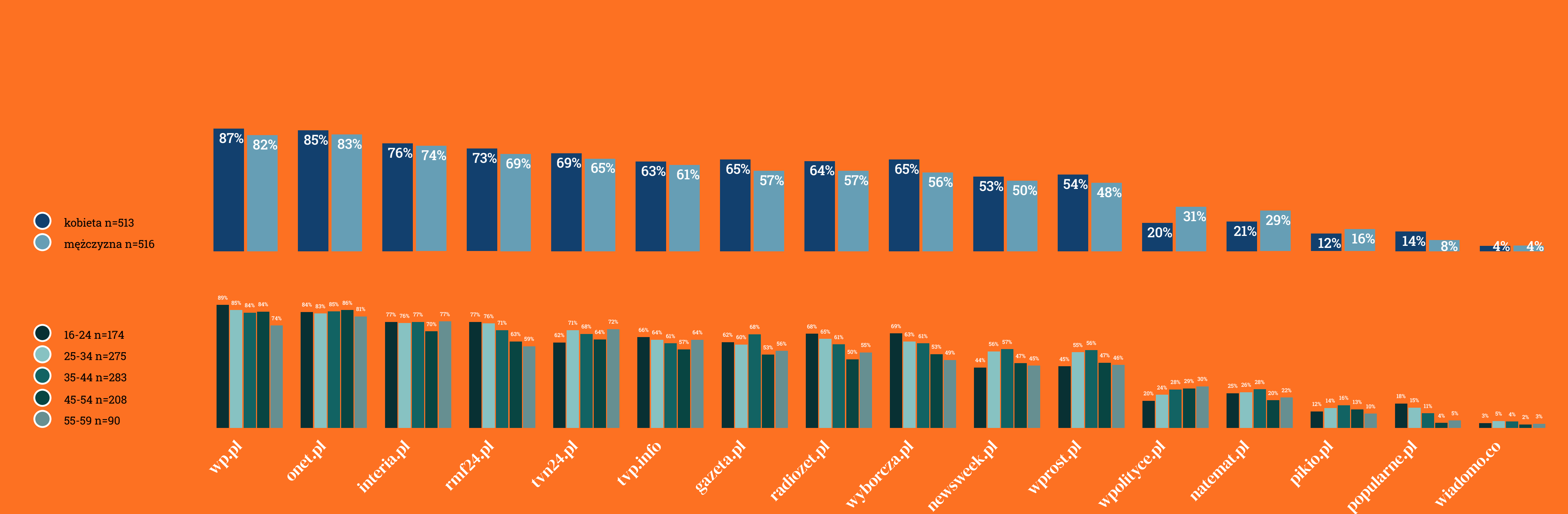
Wysoką rozpoznawalnością cieszą się portale związane z mediami tradycyjnymi, takie jak rmf.fm, tvn24.pl, tvp.info, gazeta.pl, radiozet.pl, wyborcza.pl, Newswe-

ek.pl i wprost.pl **Portal naTemat.pl zna co czwarty polski internauta.**



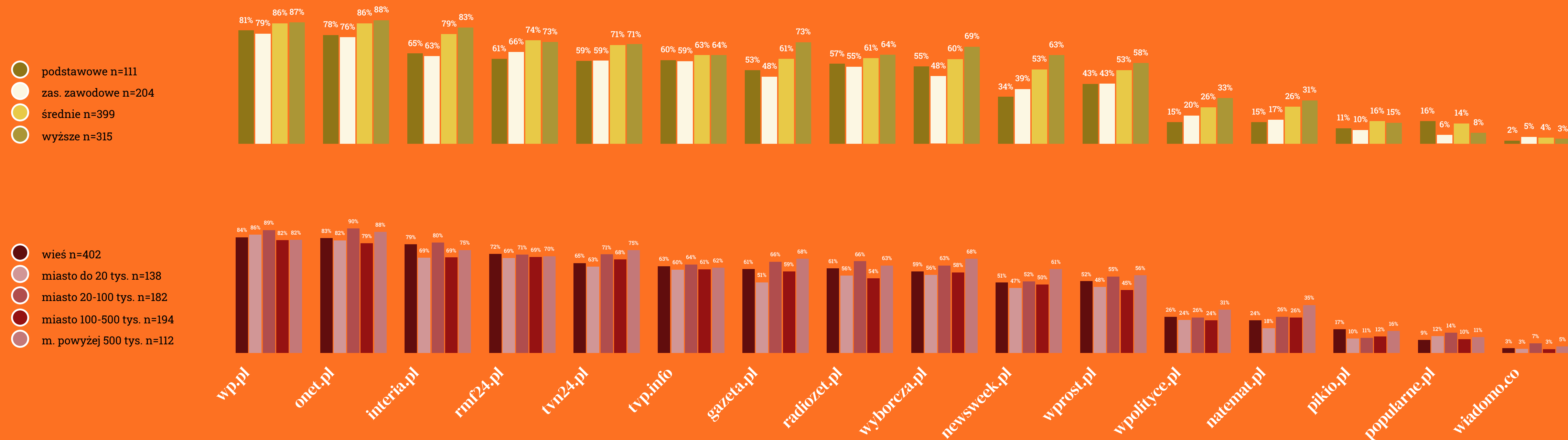
P4a. Czasami trudno jest sobie przypomnieć wszystkie znane portale.
Z poniżej pokazanych zaznacz wszystkie jakie znasz chociażby ze słyszenia.
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Znajomość wspomagana portali informacyjnych — demografia ^(1/2)



P4a. Czasami trudno jest sobie przypomnieć wszystkie znane portale. Z poniżej pokazanych zaznacz wszystkie jakie znasz chociażby ze słyszenia.
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

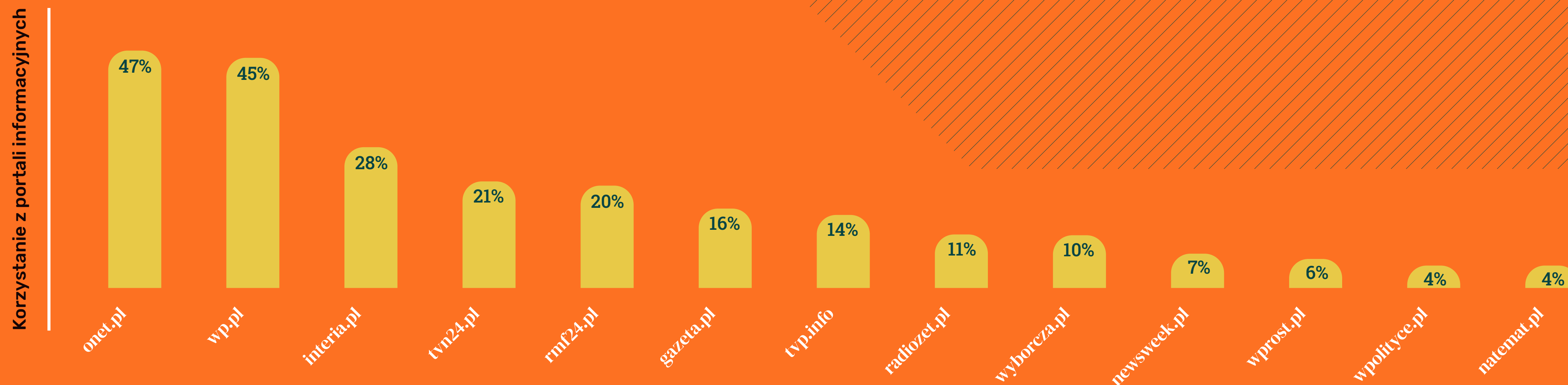
Znajomość wspomagana portali informacyjnych — demografia ^(2/2)



P4a. Czasami trudno jest sobie przypomnieć wszystkie znane portale. Z poniżej pokazanych zaznacz wszystkie jakie znasz chociażby ze słyszenia.
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Regularne korzystanie z portali informacyjnych

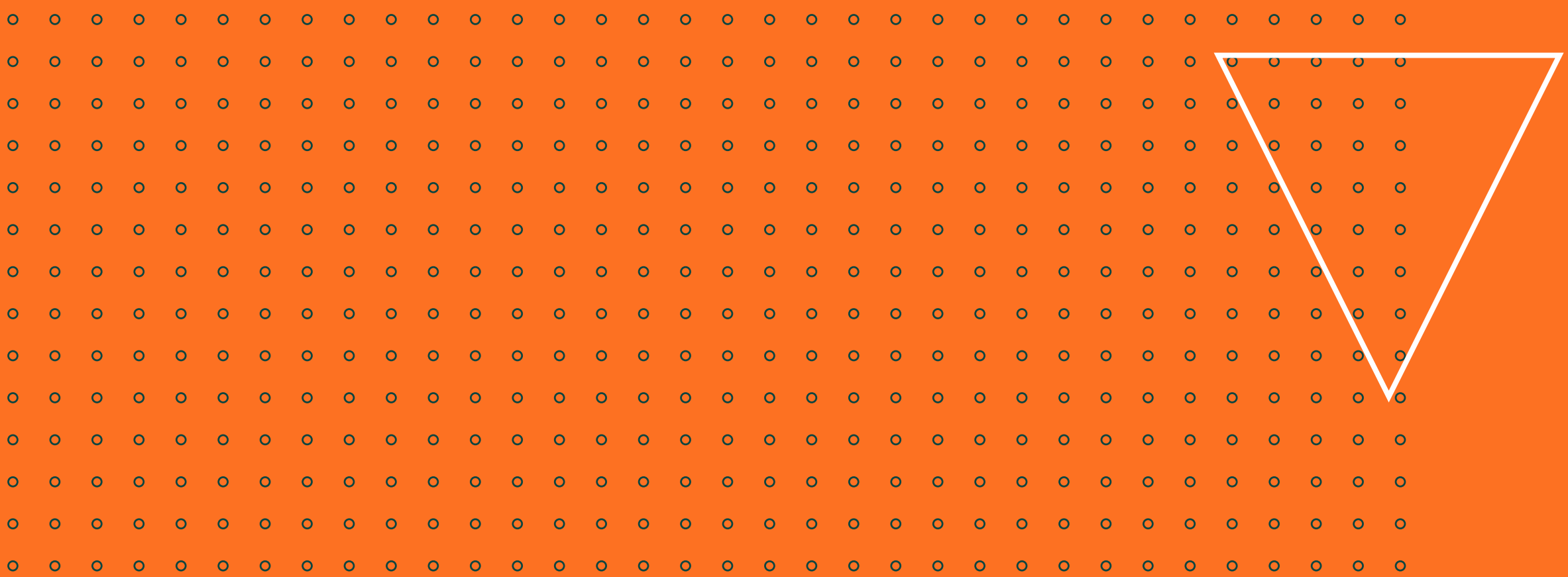
Około 45% polskich internautów zagląda regularnie na Onet.pl oraz na WP.pl. Podczas gdy Interia, TVN24 i RMF ponad 20%.



P5a. Z których portali informacyjnych korzystasz regularnie?
Próba: Osoby znające poszczególne portale informacyjne N=1019

Ulubione portale internetowe

Co piąty polski internauta mówi, że jego ulubionym portalem jest WP.pl. Taki sam wynik uzyskał również Onet.pl.



P5a. Z których portali informacyjnych korzystasz regularnie?
Próba: Osoby znające poszczególne portale informacyjne N=1019

Portale społecznościowe

”

*Portale informacyjne mam zalaj-
kowane na Facebooku, TVN24,
TVN to jakby przez Facebooka
wyświetlają mi się różne tam wy-
darzenia dnia, jakiś wprost.pl,
jakby na Wprost wchodzę też na
artykuły.*

Respondent z badania jakościowego



Facebook jako źródło informacyjne

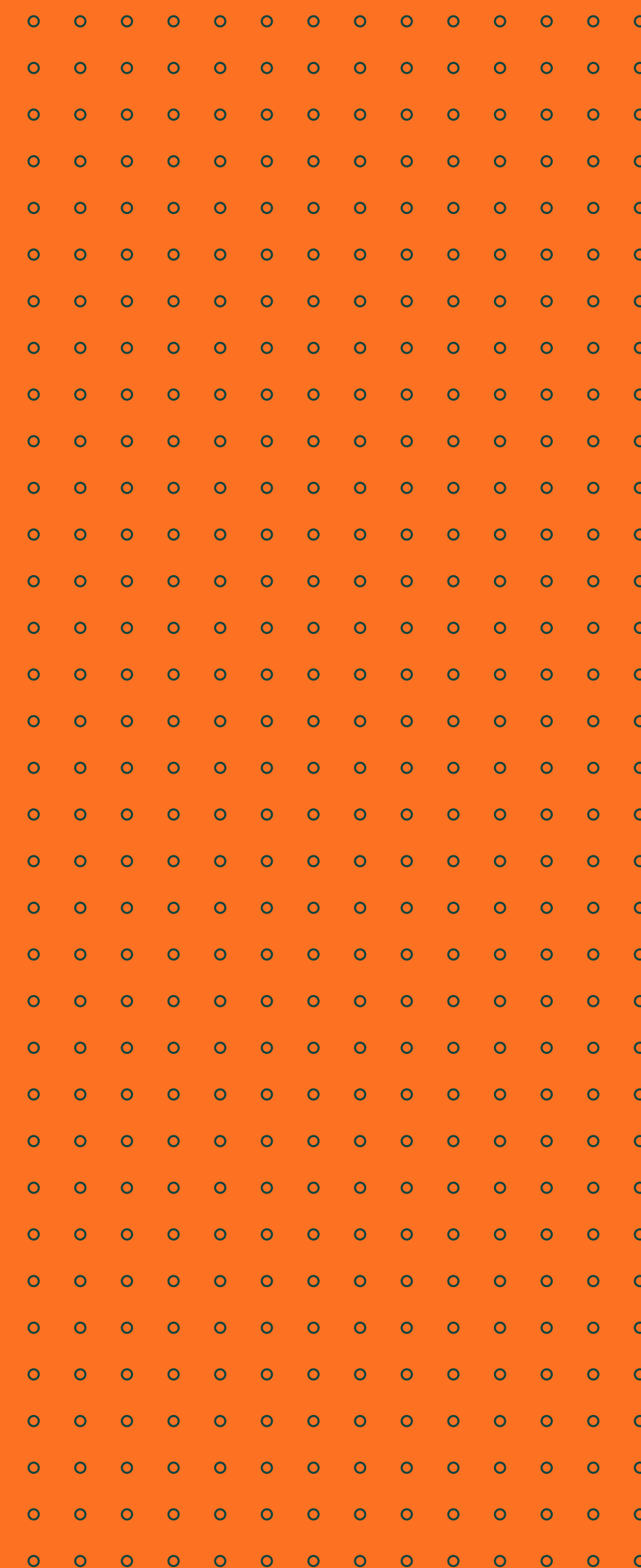
Dla respondentów Facebook realizuje się **głównie w wymiarze przestrzeni do komunikacji** z bliskimi oraz obserwowania ich aktywności.

Niewielka część badanych traktuje go również jako źródło informacji — jednak nie jako podstawowe, ale komplementarne do portali, które odwiedzają. Sprawdzanie aktualności czy otwieranie artykułów udostępnianych przez polubione strony, odbywa się spontanicznie, przy okazji wykonywania czynności, które mieszczą się w społecznościowej roli tego portalu.

Wiarygodność memów i grafik udostępnianych na Facebooku oceniono jako niską. Respondenci wskazują, że taka forma komunikatów ma dla nich przede wszystkim wymiar satyryczny i nie traktują tych treści w kategorii przekazów informacyjnych.

”

Portale informacyjne mam zalaj-kowane na Facebooku, TVN24, TVN to jakby przez Facebooka wyświetlają mi się różne tam wydarzenia dnia, jakiś wprost.pl, jakby na Wprost wchodzę też na artykuły.



Zdobywanie informacji na portalach społecznościowych

Jeżeli chodzi o portale społecznościowe, to polscy internauci korzystają najczęściej na Facebooka, Instagrama i Twittera w celu zdobywania informacji. Najlepszym źród-

łem informacji spośród portali społecznościowych zdecydowanie jest Facebook. 43% osób, które korzystają z portali społecznościowych w celach informacyjnych

zwraca uwagę z jakiego serwisu pochodzi informacja znaleziona na nim.



P7a. Z których portali społecznościowych czerpiesz informacje?

P7b. A który z tych portali społecznościowych jest dla Ciebie najlepszym źródłem informacji?

P7c. Czy trafiając na jakąś informację na portalu społecznościowym:

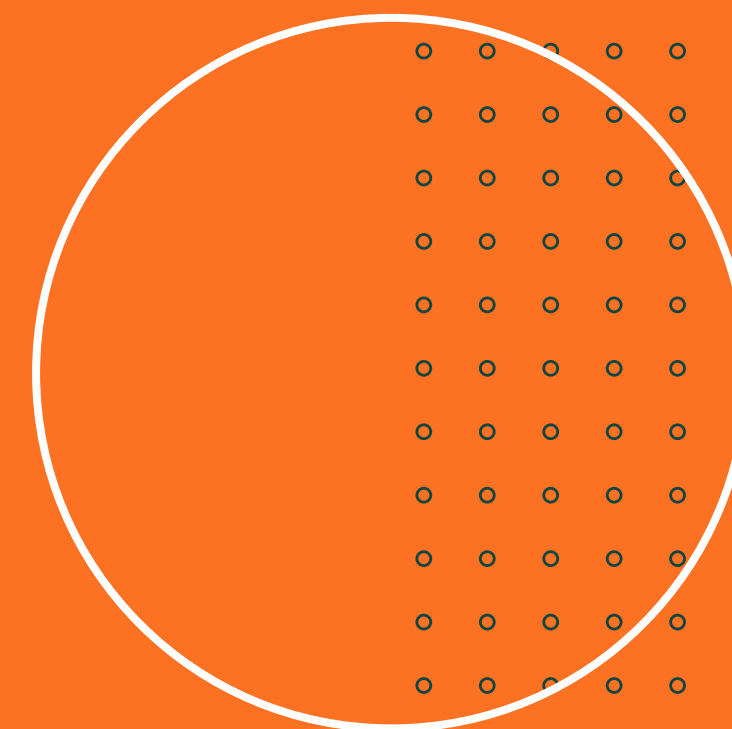
Próba: Respondenci czerpiący informacje z portali społecznościowych N=459

Unikanie portali internetowych

”

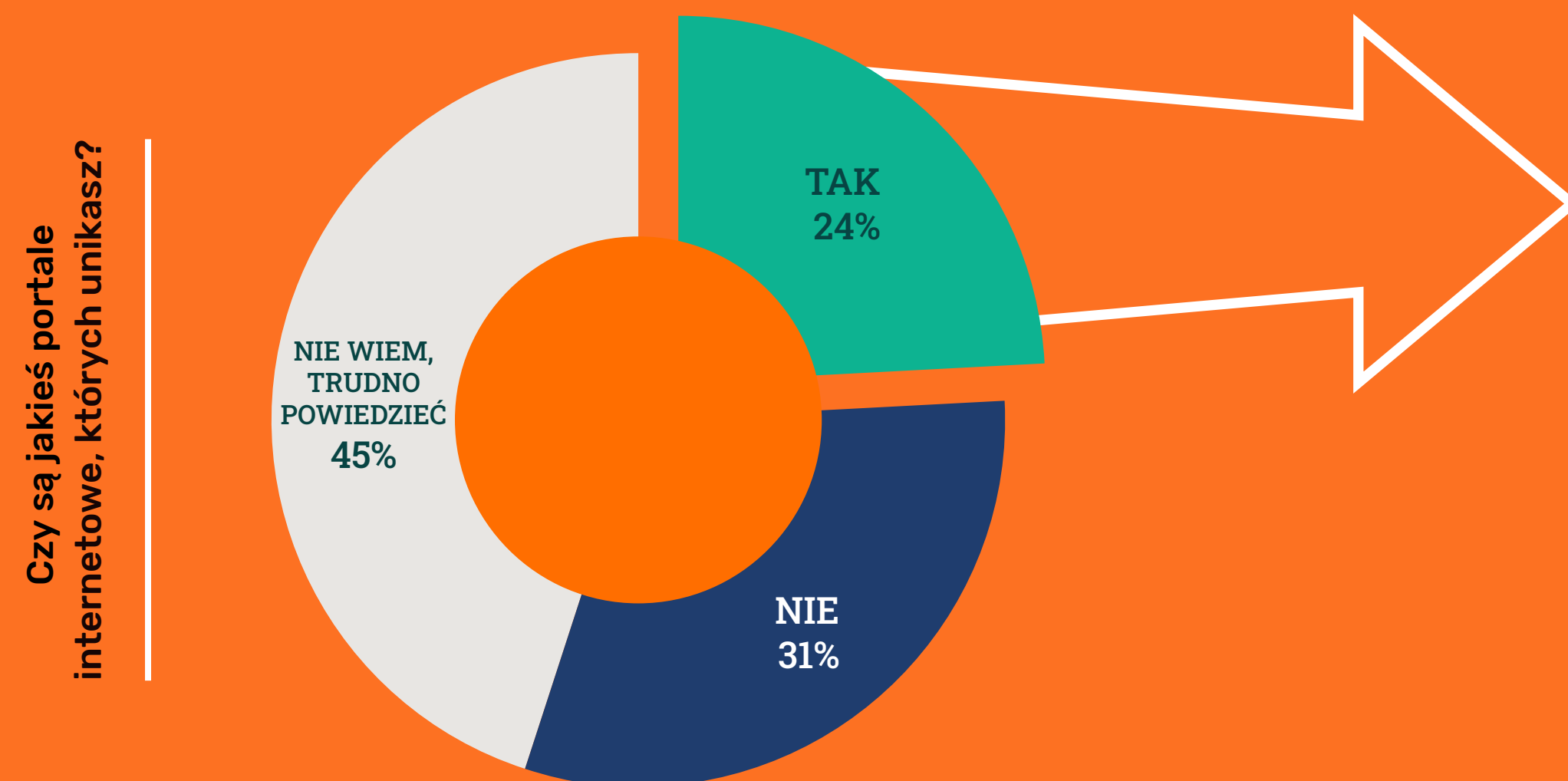
Rzetelny dziennikarz powinien być obiektywny bez dodawania własnych komentarzy. Od tego są pola pod artykułem. Artykuł powinien być zwięzły — czyli najlepiej do tej długości A4, napisany poprawną polszczyzną, bez przekleństw i insynuacji. Rzetelność jest ważna bo wpływa na to, jak postrzegam całe medium. Jeśli na stronie jest mało rzetelnych artykułów to przestaję lubić daną stronę.

Respondentka z badania jakościowego

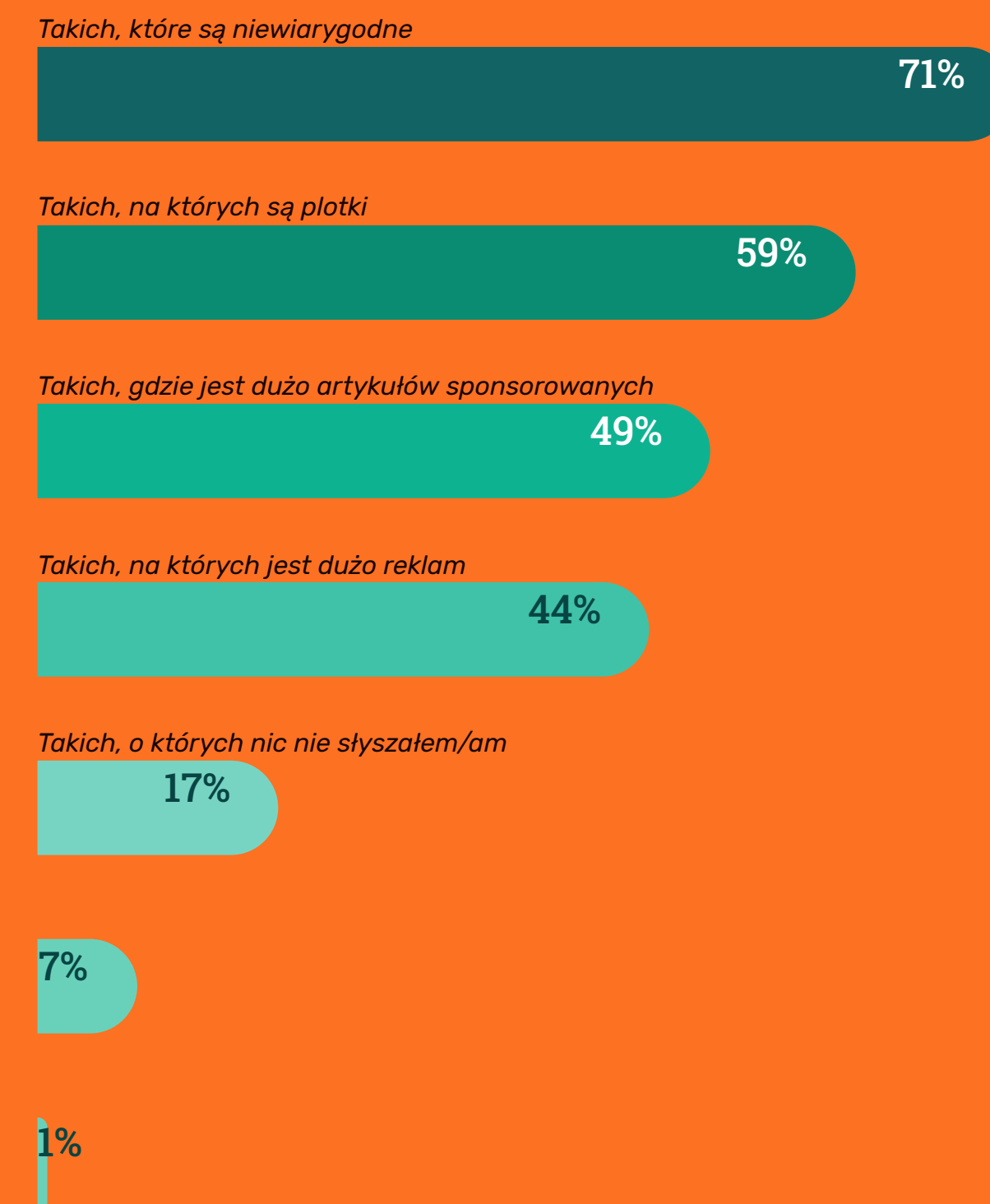


Unikanie portali internetowych

24% polskich internautów mówi, że unika określonych portali, jednak aż 45% nie zastanawiało się na tym. Najczęstszym powodem unikania jakiegoś portalu jest jego niewiarygodność. Nieznajomość portalu jest bardzo rzadko powodem do jego unikania.



Jakich portali internetowych unikaasz?



osoby, które unikają jakichś portali informacyjnych

W7. Czy są jakieś portale internetowe, których unikaasz?

Próba: Wszyscy respondenci N=1029

W7a. Jakich portali internetowych unikaasz?

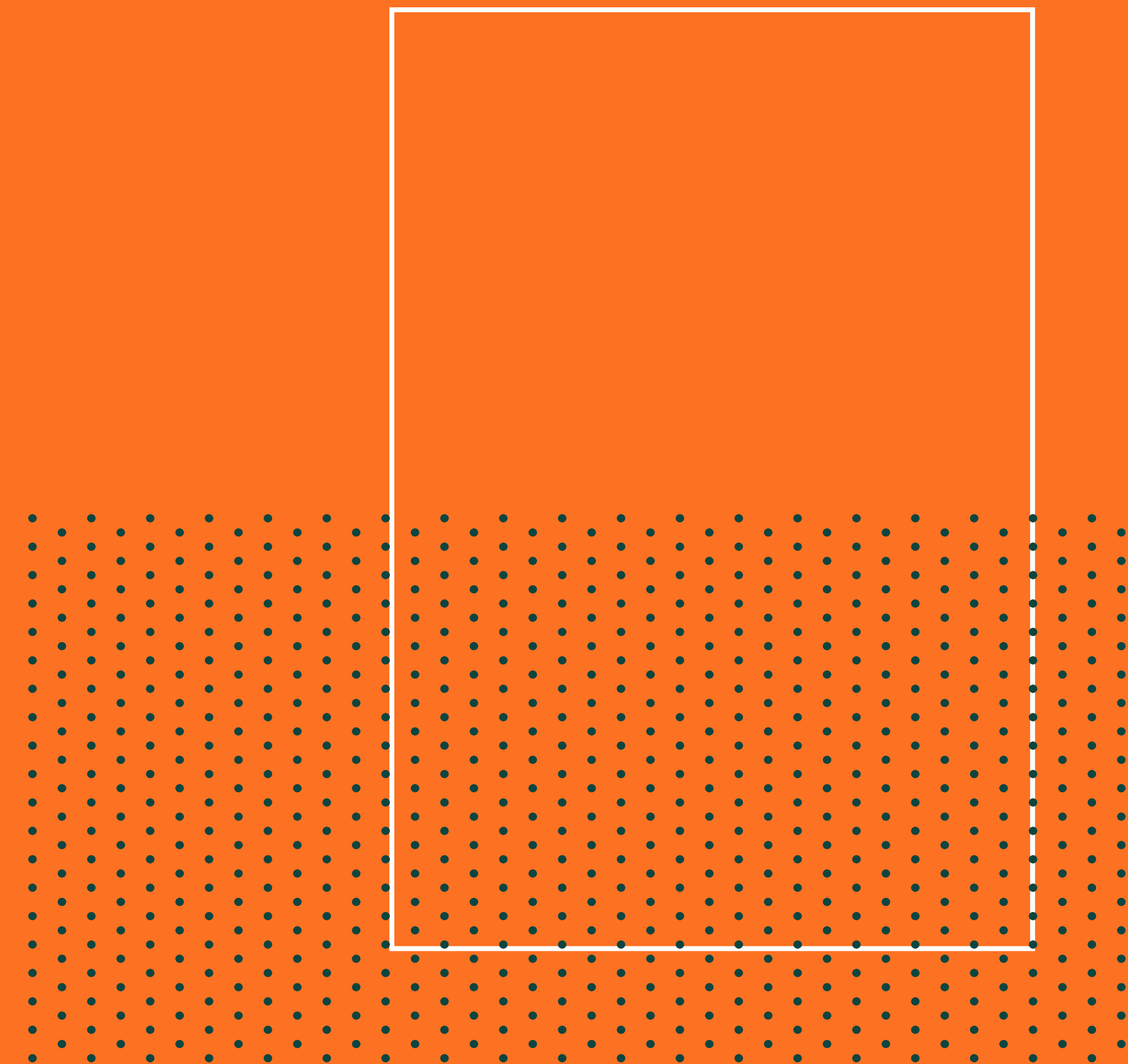
Próba: Respondenci unikający portali informacyjnych N=249

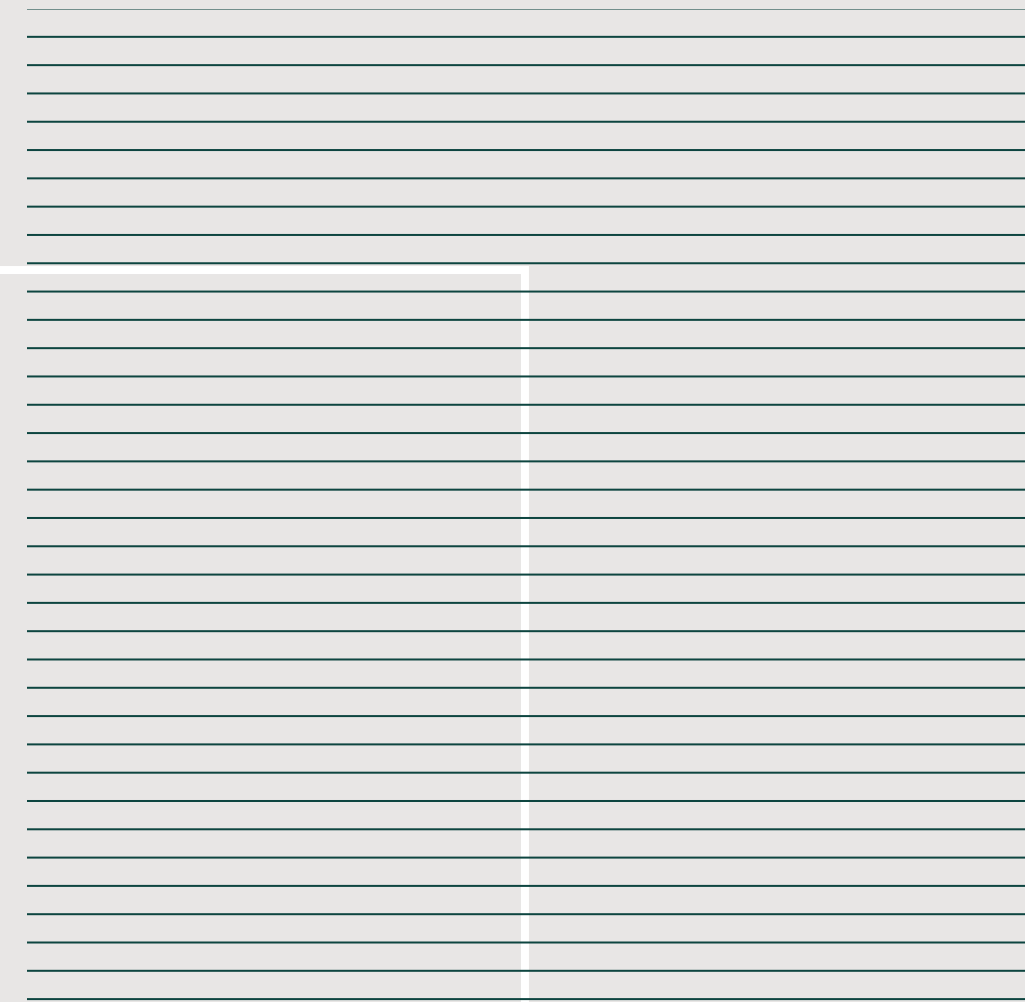
Podsumowanie: Portale informacyjne

Zdecydowanie najbardziej znanymi portalami informacyjnymi są **Onet** i **Wirtualna Polska**. Około 45% polskich internautów zagląda regularnie na którykolwiek z tych portali. Co piąty polski internauta mówi, że jego ulubionym portalem jest WP.pl. Taki sam wynik uzyskał również Onet.pl.

Jeżeli chodzi o portale społecznościowe, to polscy internauci korzystają najczęściej na Facebooka, Instagrama i Twittera w celu zdobywania informacji. **Najlepszym źródłem informacji spośród portali społecznościowych zdecydowanie uważany jest Facebook**. 43% osób, które korzystają z portali społecznościowych w celach informacyjnych zwraca uwagę z jakiego serwisu pochodzi informacja znaleziona na nim.

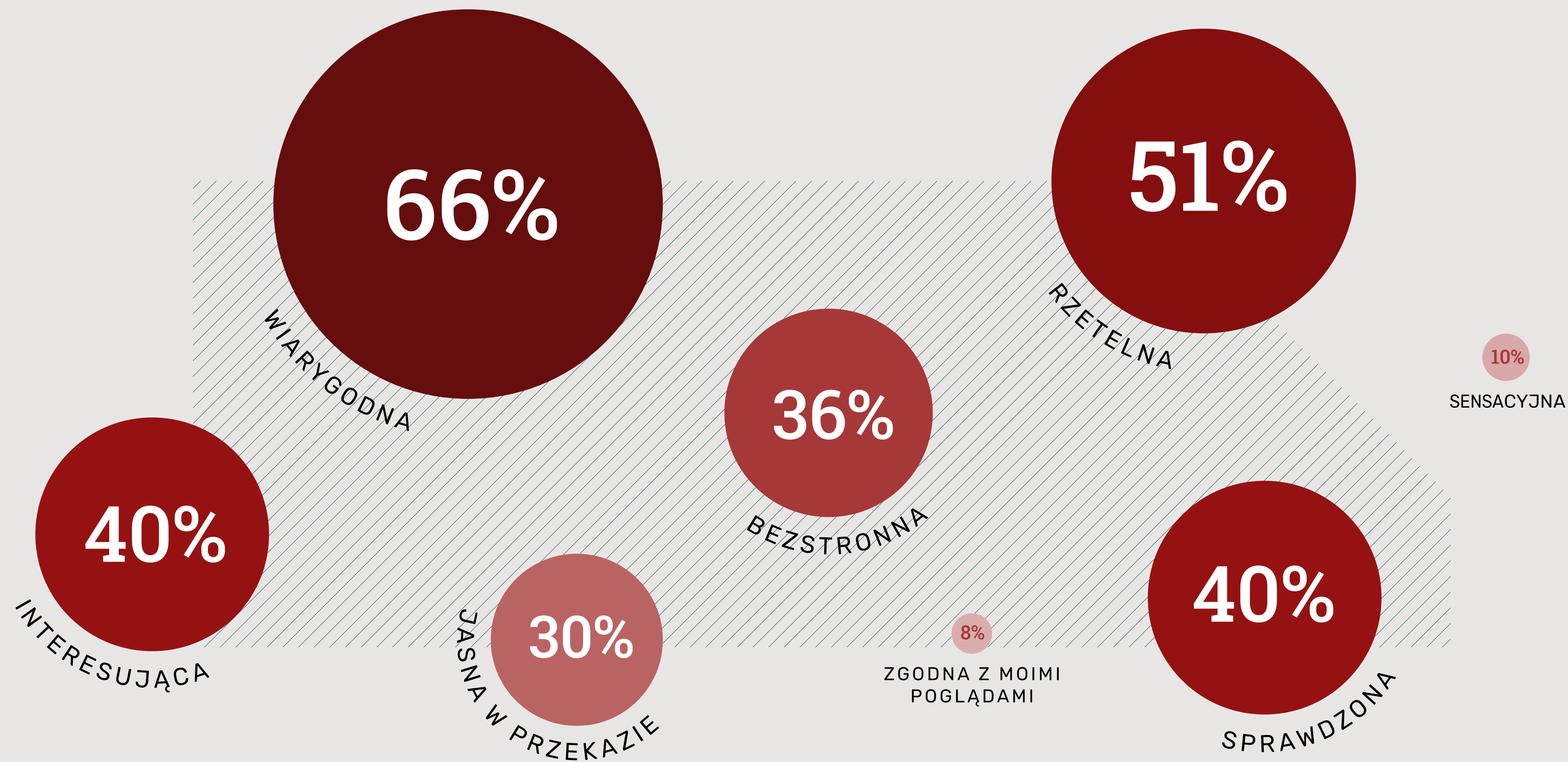
24% polskich internautów mówi, że unika określonych portali, jednak aż 45% nie zastanawiało się na tym. **Najczęstszym powodem unikania jakiegoś portalu jest jego niewiarygodność**. Nieznajomość portalu jest bardzo rzadko powodem do jego unikania.





Wiarogodność

Źródła informacji



W1. Jakie cechy powinna mieć informacja, aby była warta Twojej uwagi?

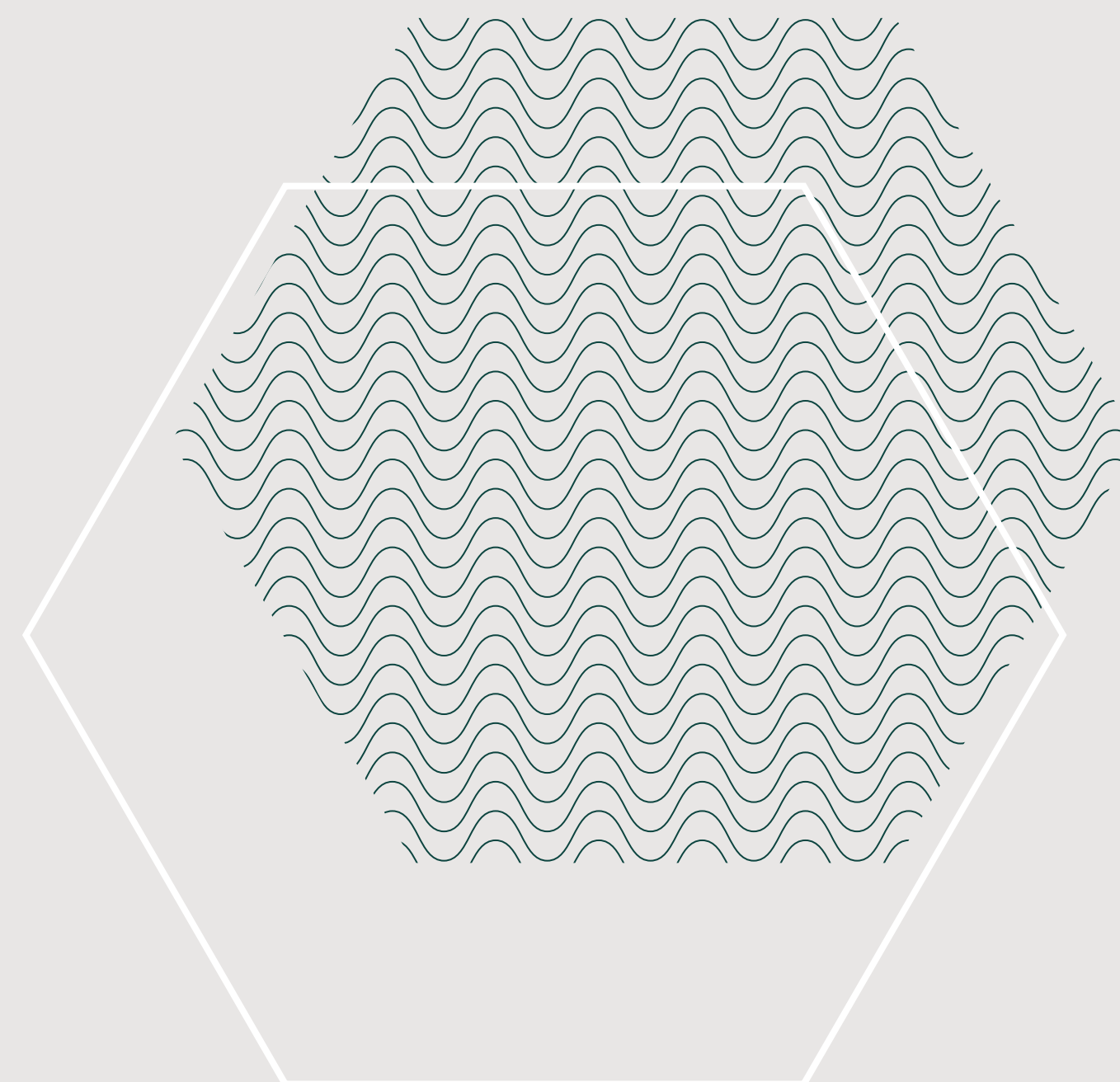
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Wiarygodność



Niewiarygodne? No plotkarskie, nie wiem na przykład pudelek.pl, tak, no wiadomo, że jakby z tego show biznesu, że to jest wszystko możliwe, zakłamanie i tak dalej, tak, że to są informacje nieprawdziwe i jakby wtedy nie zagłębiał się w ten, bo to jest lekkie, łatwe i przyjemne, czytam to, ale jakby nie biorę tego do siebie no, bo nie jest to wartościowe.

Respondentka z badania jakościowego



Wiarygodność źródeł informacyjnych



Znaczy wydaje mi się że generalnie media są bardzo manipulowane także, generalnie to tak na prawdę wszystko jest wyreżyserowane pod odbiór, nas znaczy.

#2

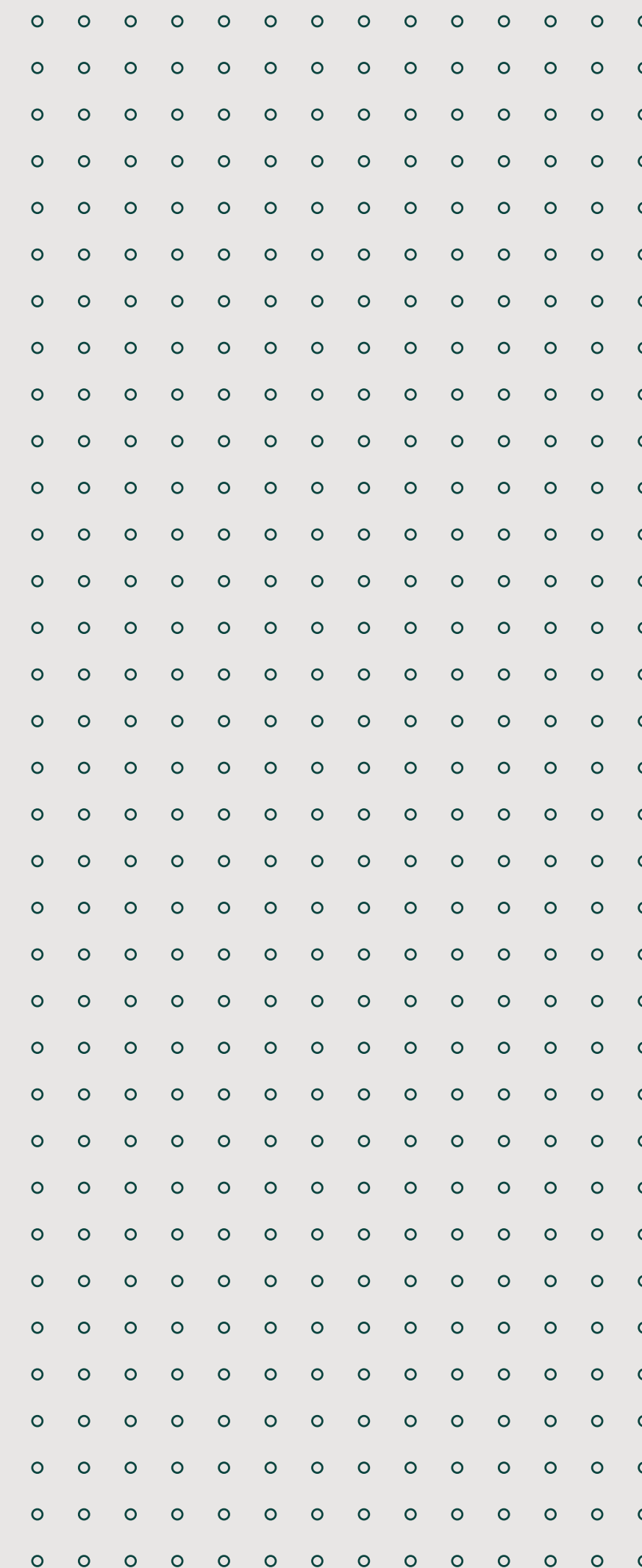
Czasami mi się zdarza jak zainteresuje mnie temat, to wrzucam go w Internet i sprawdzam jak ludzie o tym piszą czy to się zgadza, ale w bardzo małym stopniu mi się to zdarza, nie mam parcia, żeby wszystko sprawdzać.

Badani zgodnie przyznali, że **nie należy wierzyć we wszystkie przekazy**, które do nas docierają, a każda z osób przynajmniej raz miała styczność z informacją, która okazała się później nieprawdziwa. Zwrócono uwagę, że **fake newsy dotyczą zazwyczaj znanych osób**, a najbardziej jaskrawe przypadki nieprawdy to takie, kiedy informuje się o czyjejs śmierci. Uważa się, że takie komunikaty są przede wszystkim obliczone na zysk (np. ze sprzedaży gazet albo liczby wejść na stronę) oraz na chęć zdobycia rozgłosu.

Równolegle do tego zjawiska wskazano również na problem **manipulowania faktami**, który kojarzony jest przede wszystkim z telewizją. Za przykład podano tu sprzeczną narrację konkurencyjnych serwisów informacyjnych na temat awarii kolektora oczyszczalni „Czajka”. Manipu-

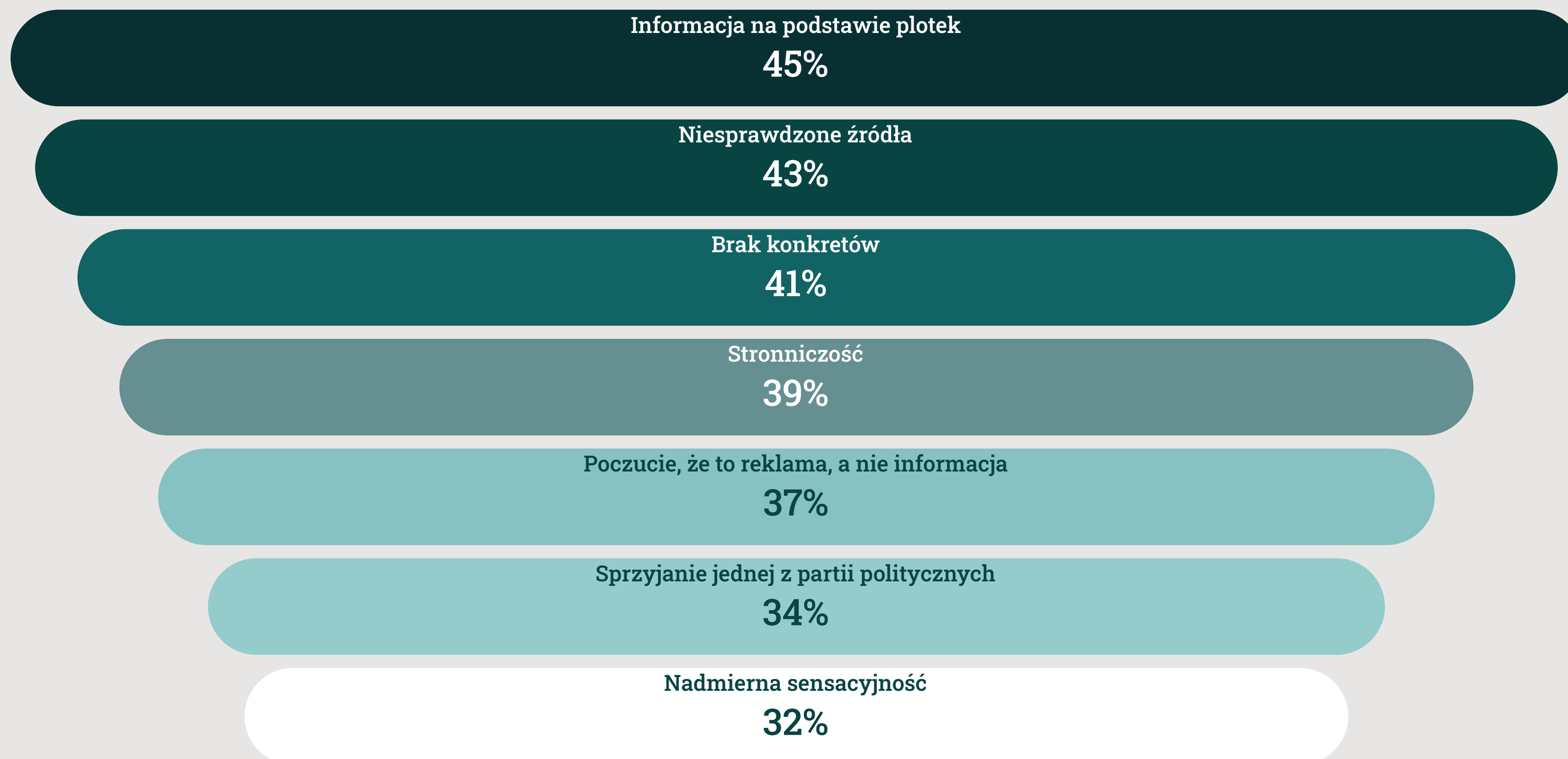
lacja informacjami oraz generowanie fake newsów jest również kojarzone z **upolitycznieniem mediów** i próbą wywierania nacisku na poszczególne źródła informacyjne.

Respondenci rzadko weryfikują informacje, z uwagi na zbyt dużą ilość treści, które do nich trafiają — niemożliwe byłoby weryfikowanie wszystkiego. Niektórzy badani przyznają, że czasem sprawdzają informacje, które wydają im się wątpliwe — zwłaszcza takie, które są bardzo kontrowersyjne. Weryfikowanie treści najczęściej jednak odbywa się bez aktywnego udziału badanych np. poprzez spontaniczne korzystanie z innych mediów, w trakcie rozmowy ze znajomymi lub w wyniku trafienia na sprostowanie nieprawdziwej informacji.



Niewiarygodna informacja

Co sprawia, że informacja jest niewiarygodna



W2. Co sprawia, że uznajesz informację w Internecie za niewiarygodną?

Próba: Wszyscy respondenci N=1029

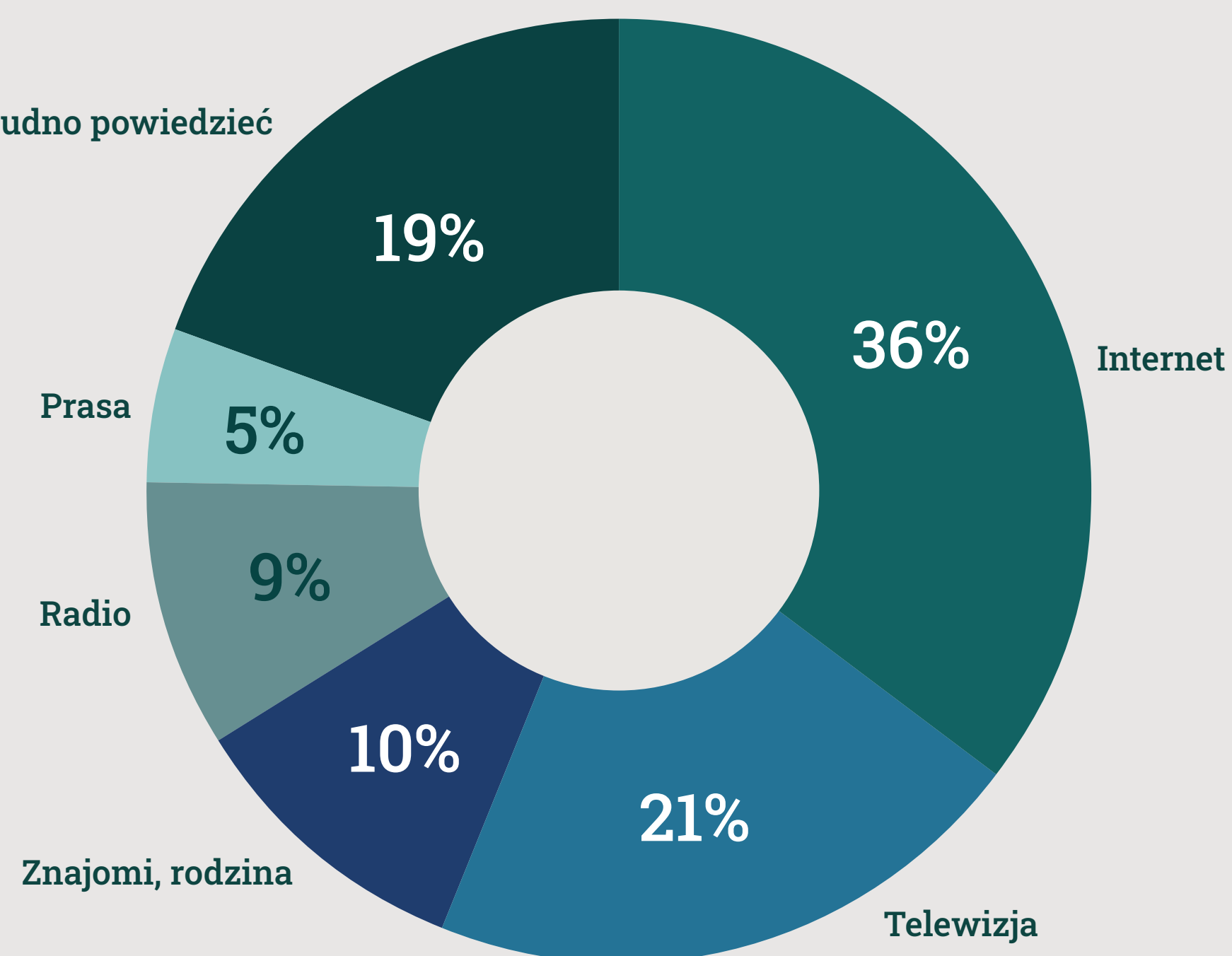
Internet to najbardziej wiarygodny kanał

Widać spadek zaufania do mediów tradycyjnych — więcej polskich internautów wskazuje Internet niż telewizję jako najbardziej wiarygodny kanał przekazywania

informacji. Dlatego też informacje zasłyszane w telewizji, od znajomych czy w innych mediach sprawdzają w Internecie.

Jaki kanał przekazywania informacji jest dla Ciebie najbardziej wiarygodny?

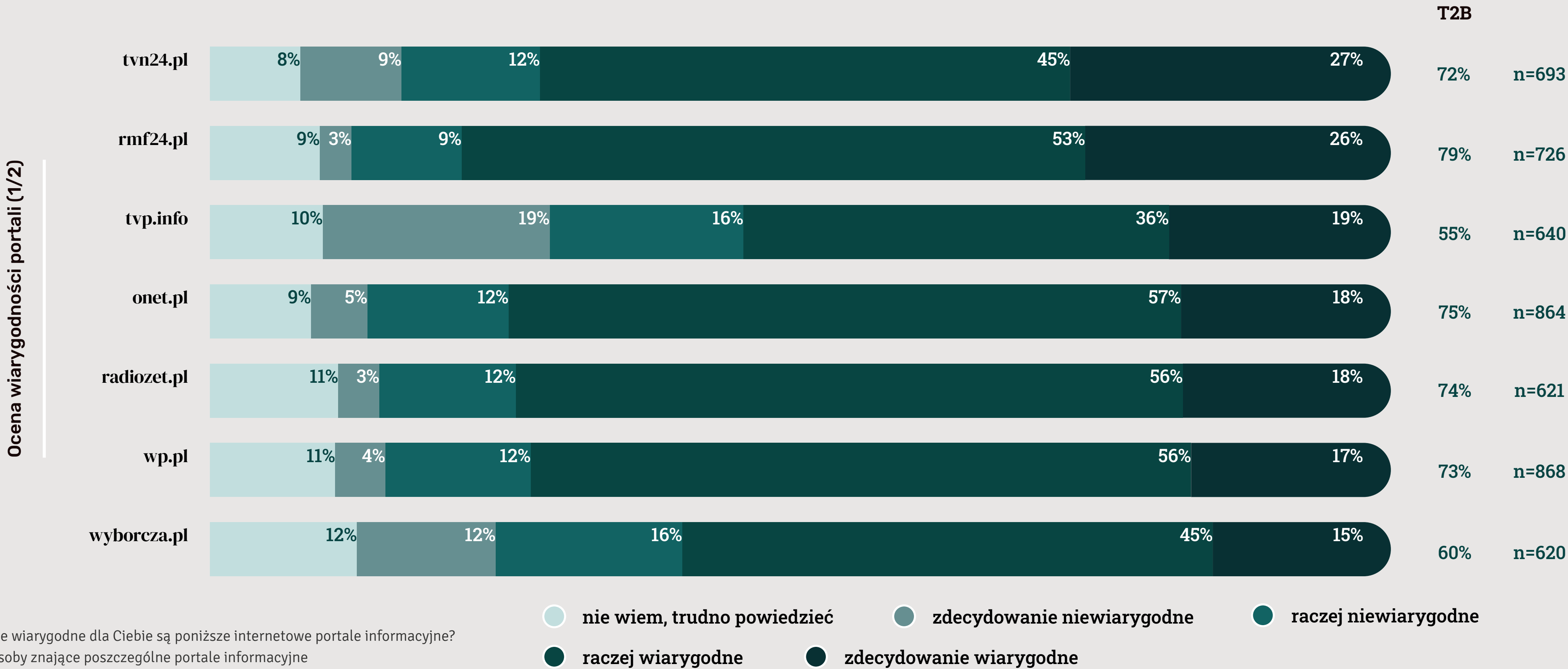
Nie wiem, trudno powiedzieć



Próba: Wszyscy respondenci N=1029

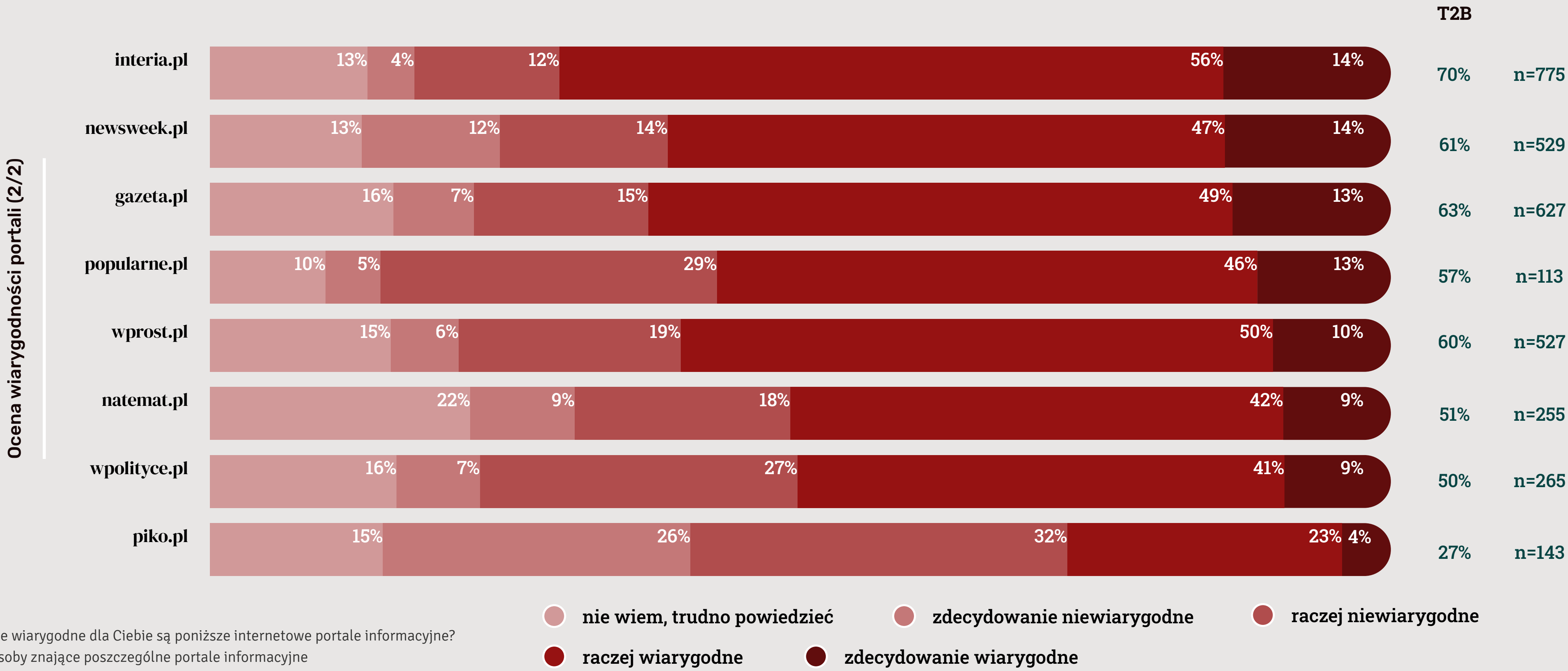
Wiarygodność portali informacyjnych

Najbardziej wiarygodnymi portalami informacyjnymi wśród osób znających, są TVN24 i RMF24. Wiarygodność takich portali, jak onet.pl, radiozet.pl, wp.pl i tvn24.pl pozytywnie oceniło ponad 70%.



Wiarygodność portali informacyjnych

Wśród osób znających portal naTemat.pl 51% uważa go za wiarygodny. Najmniej wiarygodnym portalem został uznany pikio.pl



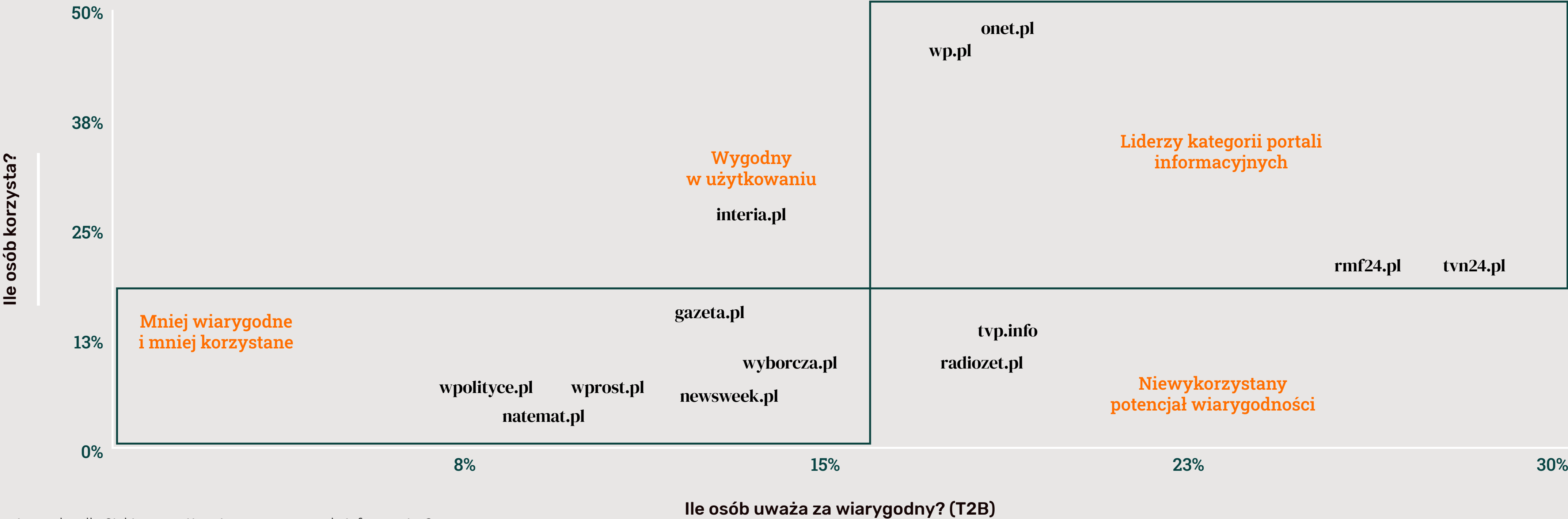
Wiarygodność a korzystanie z portali informacyjnych

Polscy internauci deklarują, że w przypadku informacji godnej uwagi wiarygodność jest bardzo ważna. Dlatego wśród liderów kategorii znalazły się portale najbardziej

wiarygodne: TVN24.pl i RMF24.pl. Najpopularniejsze portale Onet.pl i WP.pl także mają wiarygodność powyżej średniej. TVPinfo.pl oraz radioZET.pl są uważane

za wiarygodne, jednak wydaje się, że ten potencjał mógłby lepiej przekładać się na liczbę użytkowników. Pomimo niższej wiarygodności Interia.pl, wiele osób ko-

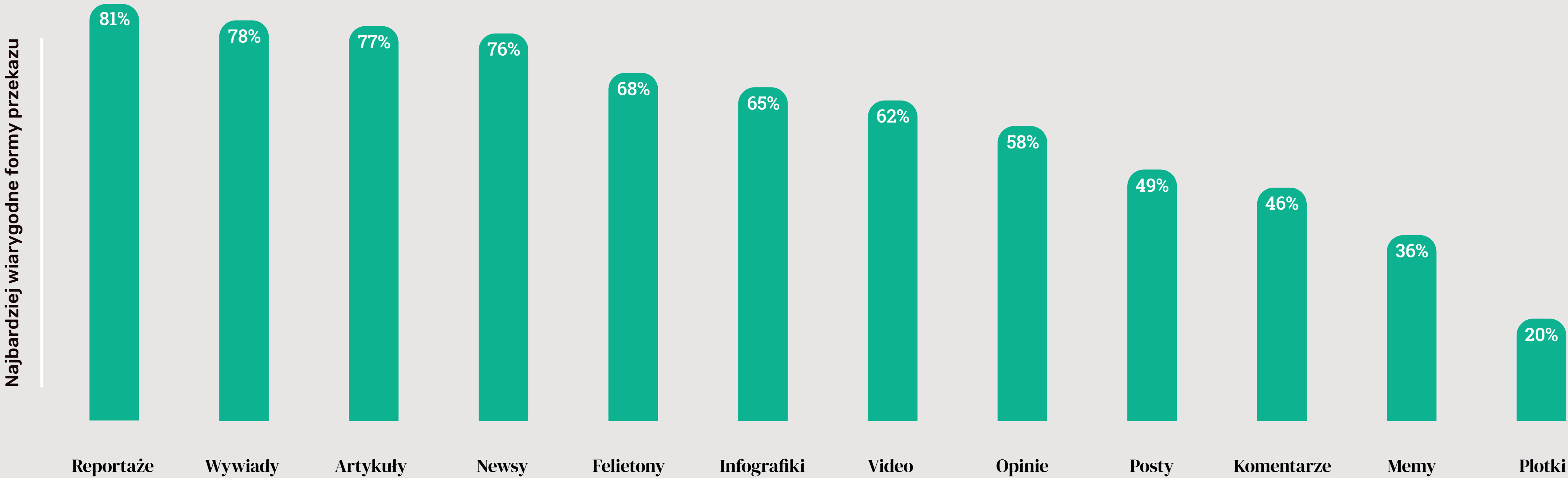
rzysta z tego portalu, ponieważ oferuje także popularną skrzynkę pocztową.



W4. Na ile wiarygodne dla Ciebie są poniższe internetowe portale informacyjne?
P5a. Z których portali informacyjnych korzystasz regularnie?
Próba: Osoby znające portale informacyjne N=1019

Wiarygodność form przekazu

Cztery najbardziej wiarygodne formy przekazu to reportaże, wywiady, artykuły, informacje/newsy. Za wiarygodne uznaje je więcej niż ¾ badanych. Najmniej wiarygodnymi formami przekazu są memy i plotki.

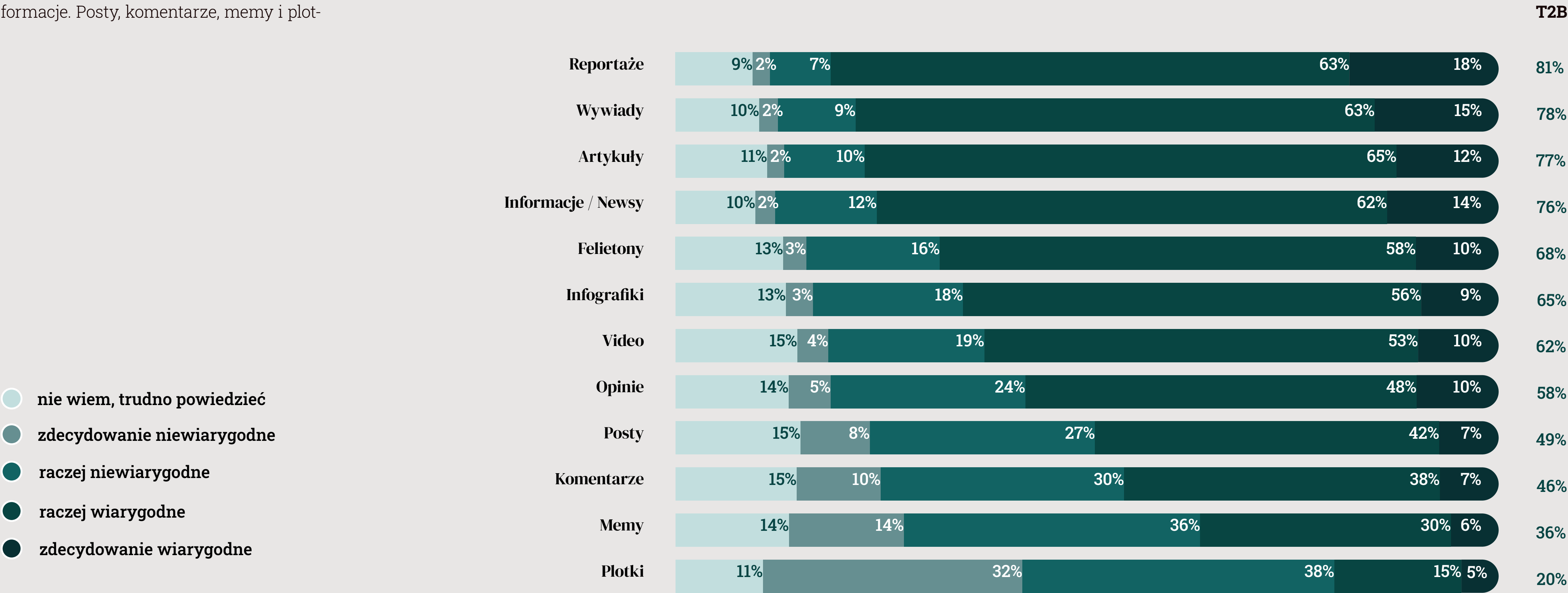


W5. A na ile wiarygodne są poniższe formy przekazywania informacji w Internecie? Zdecydowanie wiarygodne + Raczej wiarygodne
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Wiarygodność form przekazu

Najbardziej wiarygodnymi formami przekazu są reportaże, wywiady, artykuły i informacje. Posty, komentarze, memy i plot-

ki uważane są za najmniej wiarygodne źródła informacji.



W5. A na ile wiarygodne są poniższe formy przekazywania informacji w Internecie?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

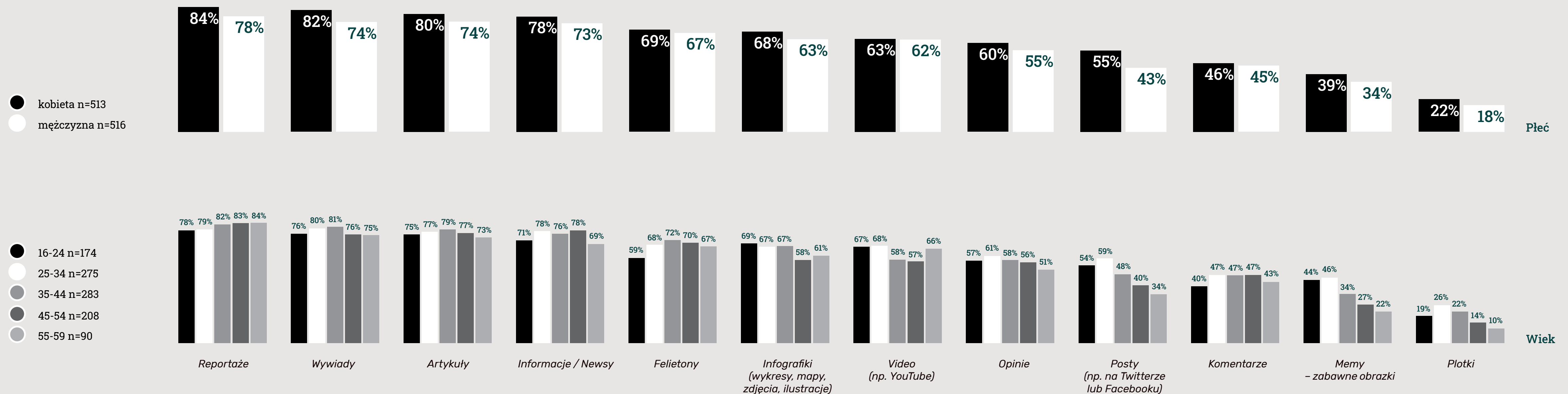
Wiarygodność form przekazu — demografia ^(1/2)

Kobiety mają wyższe zaufanie do form przekazu informacji w Internecie niż mężczyźni, w szczególności do reportaży, wywiadów, artykułów oraz postów.

Felietonom ufają szczególnie osoby w wieku 35-54 lata, a w posty i memy osoby poniżej 35 lat.

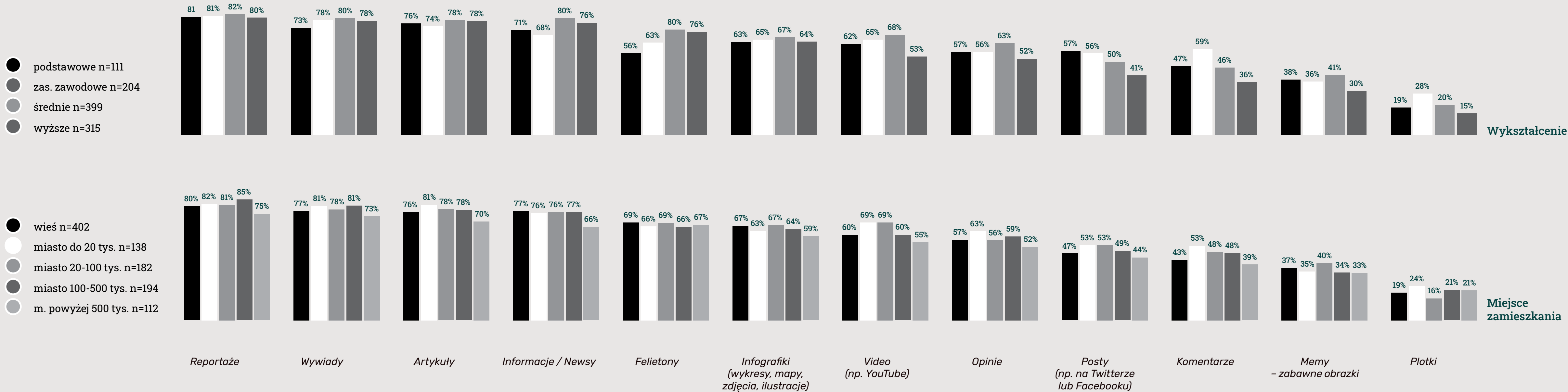
Wraz z wykształceniem rośnie zaufanie do felietonów, a spada względem postów i komentarzy. Osoby z wyższym wykształceniem także rzadziej ufają informacjom przekazywanym w formie video niż osoby z wykształceniem średnim lub niższym.

Osoby z największych miast mają mniejsze zaufanie do wszystkich form przekazu informacji w Internecie.



W5. A na ile wiarygodne są poniższe formy przekazywania informacji w Internecie?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Wiarygodność form przekazu — demografia ^(2/2)



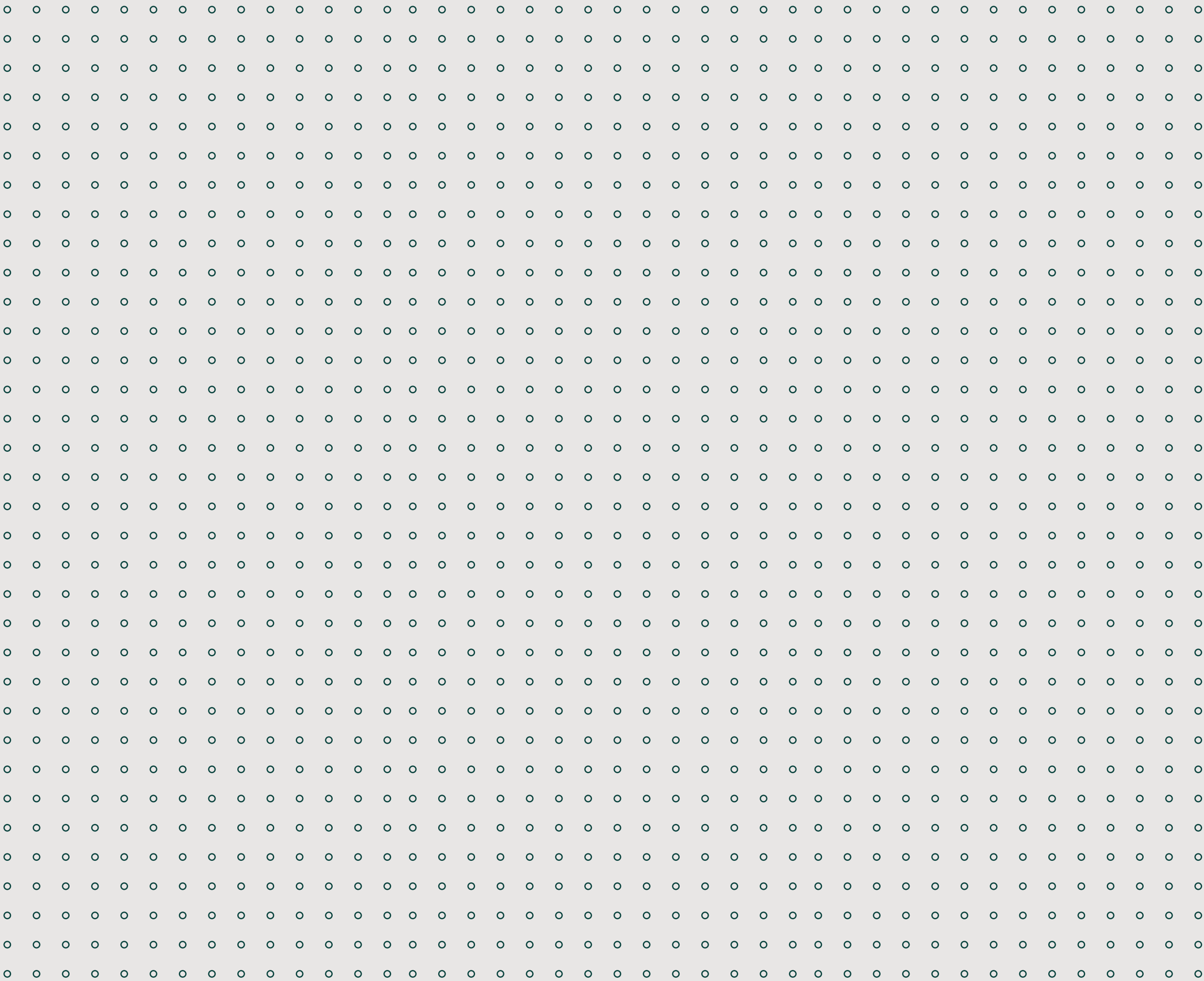
W5. A na ile wiarygodne są poniższe formy przekazywania informacji w Internecie?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

Dziennikarze



Jeśli jakaś informacja wzbudza moje zainteresowanie wskazane jest z mojego punktu widzenia by była jak najbardziej obszerna i obrazowa — informacja sportowa z kolei może ograniczać się do suchego wyniku meczu — rzetelność dziennikarza bywa czasami kluczowa — rzetelny dziennikarz równa się wiarygodny dziennikarz

Respondent z badania jakościowego



Sylwetka rzetelnego dziennikarza

Dociekliwy

Powinien cechować się uporem w dążeniu do poznania prawdy, a także znaleźć możliwie jak najwięcej informacji na temat, którym się zajmuje.

Uczciwy

Nie podaje nieprawdziwych ani niesprawdzonych informacji, a także nie manipuluje faktami; stara się, aby prezentowany materiał był jak najbardziej zgodny z rzeczywistością.

Niezależny

Oczekiwanie, aby dziennikarz nie ulegał zewnętrznym wpływom i naciskom, a prezentowane przez niego informacje były wolne od narzuconej odgórnie narracji; niezwiązany z żadną opcją polityczną.

Obiektywny

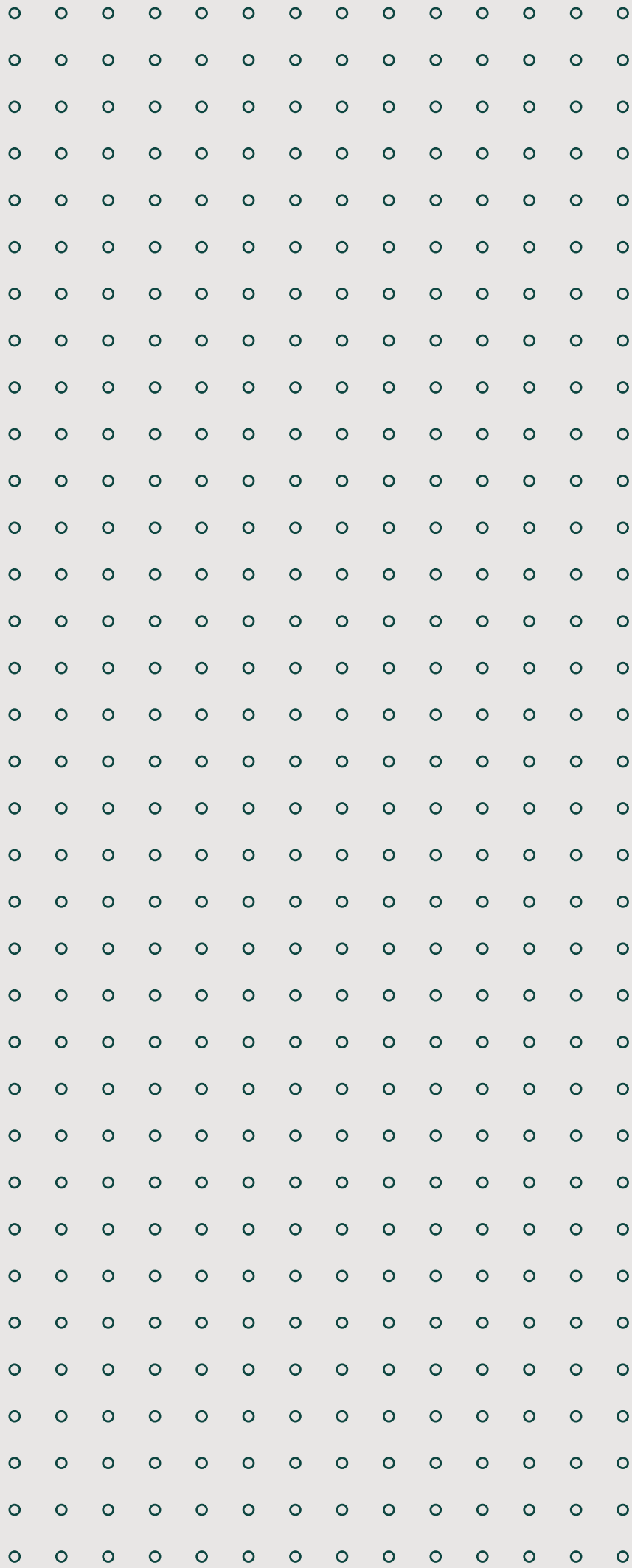
W przekazach informacyjnych nie powinien prezentować własnych poglądów ani opowiadać się za żadną ze stron.

Konsekwentny

Nie zmienia poglądów, a wartości, którymi kieruje się w pracy, reprezentuje także w życiu prywatnym.

Profesjonalny

Ma dobry warsztat dziennikarski, jest zawsze przygotowany i potrafi panować nad emocjami.



Grupy z życia publicznego uważane za wiarygodne

Za najbardziej wiarygodną grupę osób uważani są dziennikarze. Często spontanicznie wymieniane były także nazwiska polityków, sportowców i celebrytów. Pomimo, że te grupy mogą być niejednorodne – znajdują się wśród nich osoby zarówno bardzo wiarygodne, jak i wręcz przeciwnie, to z racji z wysokiej znajomości ich nazwisk były często wymieniane.



Osoby z życia publicznego uważane za wiarygodne

Ponad ¼ polskich internautów nie potrafiła wskazać osoby, którą uważa za wiarygodną, była to najczęstsza odpowiedź na zadane pytanie. Co dziesiąty nie uznał nikogo z osób publicznych za wiarygodnego.

Za najbardziej wiarygodną osobę uważany jest Andrzej Duda – 4% spontanicznych wskazań. Następni są Donald Tusk (2%) i Tomasz Lis (2%), bracia Siekielscy (2%).



Podsumowanie: Wiarygodność informacji

Najbardziej wiarygodnymi portalami informacyjnymi są TVN24.pl i RMF24.pl.

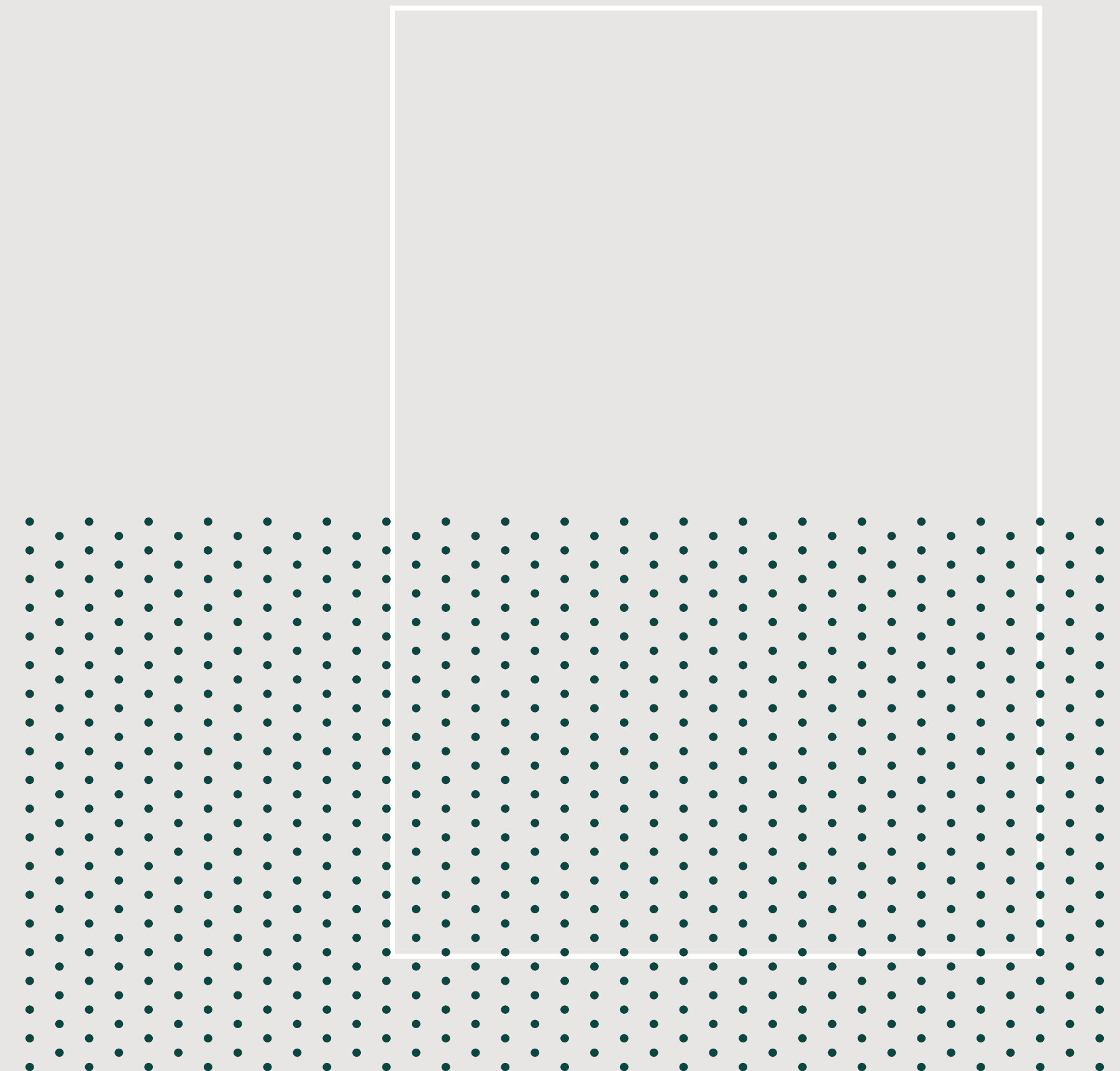
Wiarygodność takich portali, jak onet.pl, radiozet.pl, wp.pl i tvn24.pl pozytywnie oceniło ponad 70%. Wśród osób znających portal naTemat.pl 51% uważa go za wiarygodny. Najmniej wiarygodnym portalem został uznany pikio.pl

Cztery najbardziej wiarygodne formy przekazu to reportaże, wywiady, artykuły, informacje/newsy. Za wiarygodne uznaje je więcej niż $\frac{3}{4}$ badanych. Najmniej wiarygodnymi formami przekazu są memy i plotki.

Kobiety mają wyższe zaufanie do form przekazu informacji w Internecie niż mężczyźni, w szczególności do reportaży, wywiadów, artykułów oraz postów. Felietonom ufają szczególnie osoby w wieku 35-54 lata, a w posty i memy osoby poniżej 35 lat. Wraz z wykształceniem rośnie zaufanie do felietonów, a spada względem postów i komentarzy. Osoby z wyższym wykształceniem także rzadziej ufają informacjom przekazywanym w formie video niż osoby z wykształceniem średnim lub niższym. Osoby z największych miast mają mniejsze zaufanie do wszystkich form przekazu informacji w Internecie.

Za najbardziej wiarygodną grupę osób uważani są dziennikarze, jednak ponad $\frac{1}{4}$ polskich internautów nie potrafiła wskazać osoby, którą uważa za wiarygodną.

Często spontanicznie wymieniane były także nazwiska polityków, sportowców i celebrytów. Pomimo że te grupy mogą być niejednorodne – znajdują się wśród nich osoby zarówno bardzo wiarygodne, jak i wręcz przeciwnie, to z racji z wysokiej znajomości ich nazwisk były często wymieniane.



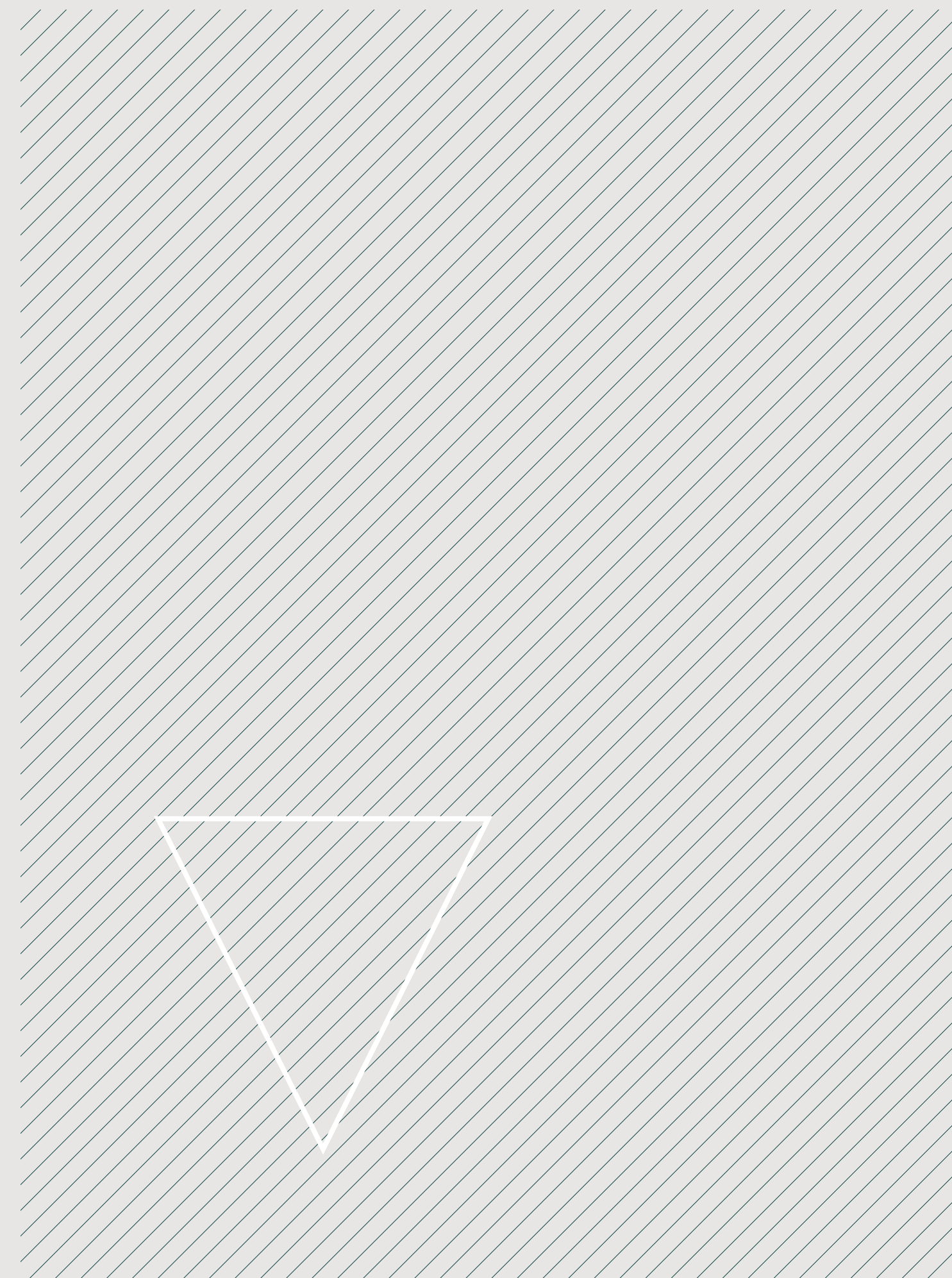
Płacenie za informacje

Płacenie za treści w Internecie



*Nie, zawsze to omijam, wyszuki-
ję darmowego dostępu.*

Respondent z badania jakościowego



Płatne źródła informacji nie wzbudzają zainteresowania

Badani w dużej mierze korzystają z ze stron, które umożliwiają dostęp do filmowych i muzycznych bibliotek, jak np. Netflix, Spotify czy Player.

Portale i źródła informacji posiadające system płatnych subskrypcji cieszą się jednak mniejszą popularnością. Większość badanych **nie potrafiło wymienić strony, która posiada system płatności** za dostęp do treści.

Wśród znanych respondentom portali pojawiły się internetowe wersje gazet i czasopism, jak: Gazeta.pl, Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, Newsweek i Gazeta Prawna.

Niewiele osób decyduje się na wykupienie subskrypcji.

W badanej grupie znalazły się dwie osoby płacące za dostęp do cyfrowej wersji **Gazety Wyborczej**, a jedna za dostęp do **Wprost**. Powodem, dla którego osoby te decydowały się skorzystać z płatnej wersji serwisu jest chęć posiadania dostępu do pełnej wersji artykułów, co nie jest możliwe podczas darmowego korzystania – takie podejście jest właściwe dla osób przywiązanych do danego tytułu.

Większość jest jednak zdania, że **nie ma potrzeby płacenia za treści informacyjne**, ponieważ w **Internecie jest duża dostępność darmowych materiałów**.

[illegible]

[illegible]

Spotify itd. 84% osób nie korzysta z płatnych treści i zaledwie 13% z nich zdarzyło się kiedykolwiek zapłacić za dostęp do treści.

Za jakie treści płaci się w sieci

-
- A donut chart illustrating the distribution of responses. The chart is divided into two segments: a black segment on the left representing 'TAK' at 16%, and a white segment on the right representing 'NIE' at 84%. The chart is centered on a light gray background. Two large teal arrows point horizontally away from the center, one to the left and one to the right, passing behind the donut chart.
- | Response | Percentage |
|----------|------------|
| TAK | 16% |
| NIE | 84% |

Response	Percentage
NIE	87%
TAK	13%

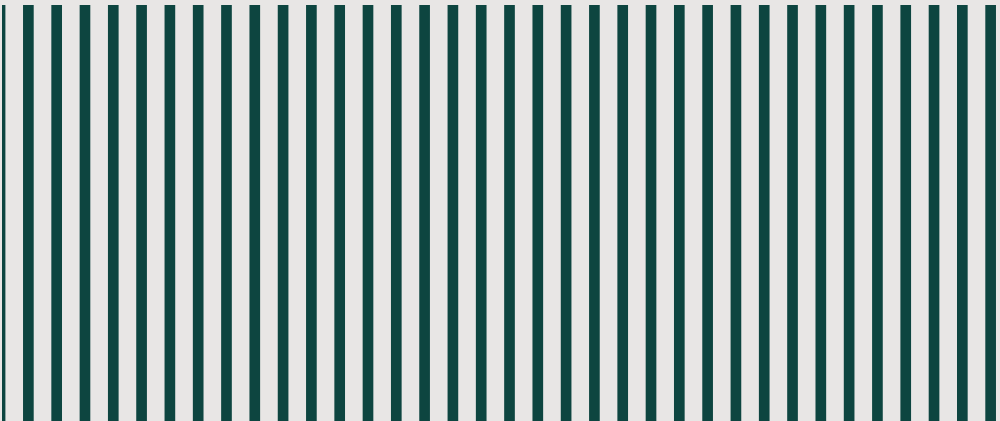
Próba: Respondenci nie płacący za treści w Internecie N=866

Reklamy w Internecie



Czytam tekst i od dołu pokazuje się reklama i rozbija mój tok myślenia, moje skupienie na tekście, zaczyna mnie to denerwować, chcę już wyłączyć, klikam dwa razy, ale nic się nie wyłącza, za chwilę zniknie. Wracam do tekstu, szukam, gdzie byłam, więc to trochę rozbija, na pewno to denerwuje.

Respondentka z badania jakościowego



Reklamy w Internecie

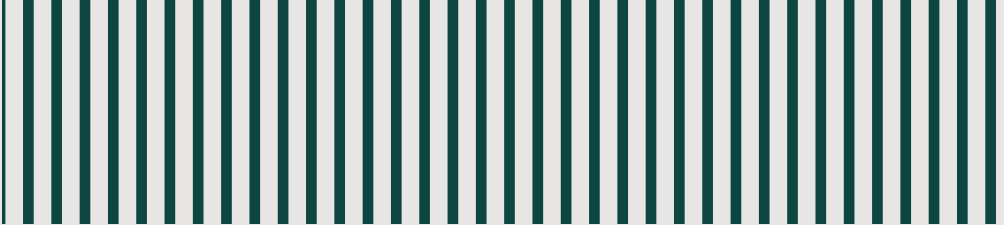
Postrzegane jako negatywny aspekt korzystania z sieci

Badani spontanicznie wskazywali reklamy jako element, który przeszkadza w korzystaniu z Internetu. Ich zdaniem natarczywa obecność reklam na stronie może skutecznie zniechęcić do korzystania z niej.

Zwrócono uwagę na dużą ilość reklam na serwisach informacyjnych.

Respondenci są świadomi sposobu, w jaki zarabiają media, dlatego nie sprzeciwiają się obecności reklam w Internecie. Reklamy, które pojawiają się z boku lub z dołu strony są przez badanych uznawane za akceptowalne, ponieważ nie utrudniają przeglądania strony. Najwięcej zastrzeżeń pojawia się do reklam, których **zamknięcie wymaga wysiłku** np. takie, które znikają dopiero po odczekaniu kilku sekund, znaczek zamknięcia jest ukryty lub te, które najeżdżają na tekst.

Pomimo negatywnego nastawienia do reklam ich obecność **nie wpływa na postrzeganie wiarygodności** strony, na której się wyświetlają czy materiału, podczas którego są prezentowane.



Płatne treści w Internecie

Głównym czynnikiem zachęcającym do płatności za treści w Internecie są rzetelni, wiarygodni autorzy treści. Jednak

i tak mniej niż połowa polskich internautów jest skłonna zapłacić za treści w tym przypadku. Czynnikiem skłaniającym do

zakupu takich treści są również w dużym stopniu: dostęp do najświeższych informacji oraz brak reklam.

Co mogłoby skłonić do korzystania z płatnych treści



P17. Czy następujące rzeczy mogłyby przekonać Cię do płacenia za treści w Internecie?
Próba: Wszyscy respondenci N=1029

zdecydowanie nie raczej nie raczej tak zdecydowanie tak

Podsumowanie: Płacenie za informacje

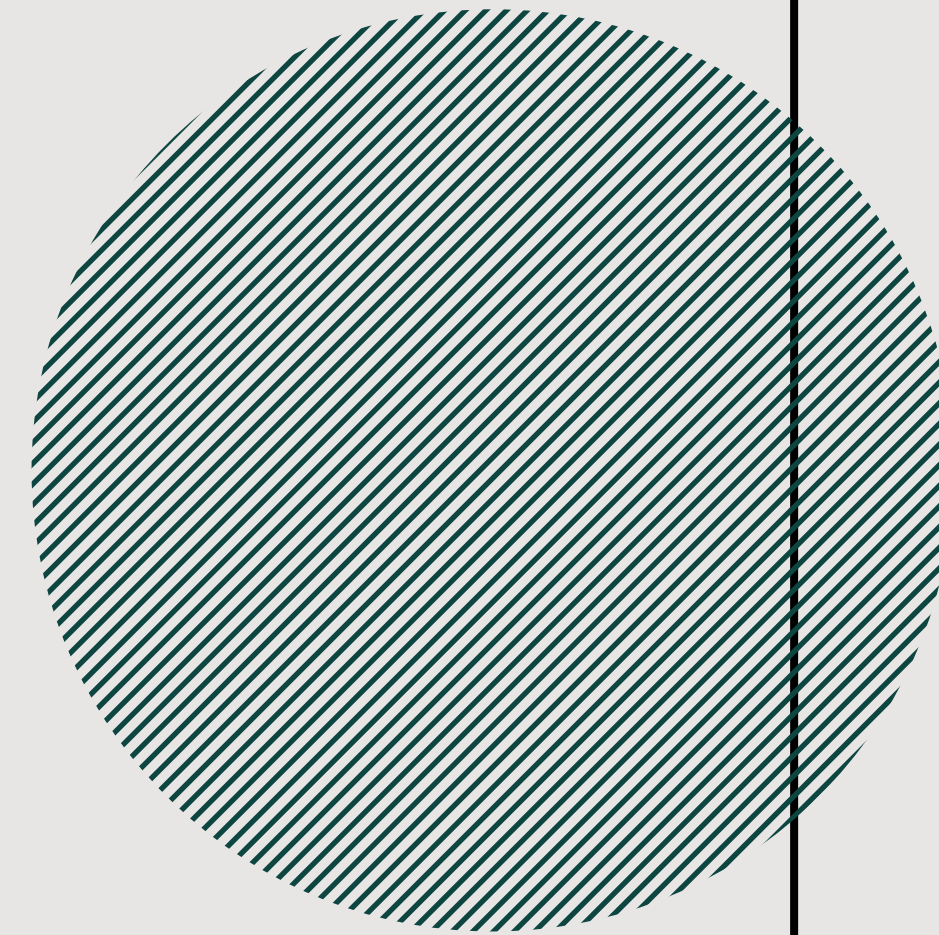
Jedynie **16%** polskich Internautów **korzysta z płatnych treści w Internecie**. Płacą głównie za dostęp do platform streamingowych.

84% osób nie korzysta z płatnych treści i zaledwie 13% z nich zdarzyło się kiedykolwiek zapłacić za dostęp do treści.

Mniej niż połowa polskich internautów jest skłonna zapłacić za treści. Głównymi czynnikami skłaniającymi do opłat są wiarygodność autorów, dostęp do najświeższych informacji oraz brak reklam.

Pomimo negatywnego nastawienia do reklam ich obecność nie wpływa na postrzeganie wiarygodności strony, na której się wyświetlają czy materiału, podczas którego są prezentowane.





Segmentacja

odbiorców informacji

Podział odbiorców informacji na podstawie ich zachowań

Dzięki przeprowadzonej analizie udało się wyróżnić grupujące się stwierdzenia, z których utworzono cztery segmenty różniące się zachowaniami związanymi z korzystaniem z informacji.

Postawy

		Zawsze weryfikuję informacje, o których dowiedziałam się po raz pierwszy, w drugim źródle	Jest dla mnie bardzo istotne, aby wiedzieć, co dzieje się na świecie
Najbardziej interesują mnie informacje lokalne	Chętnie komentuję artykuły	Często czuję się przytłoczony ilością informacji	Mam poczucie, że żyję w bańce informacyjnej – docierają do mnie tylko określone, jednego typu informacje
Każdego dnia rano mam potrzebę sprawdzenia bieżących wydarzeń	Nigdy nie czytam komentarzy	Mam wąskie i specjalistyczne zainteresowania	Czytanie bieżących informacji jest dla mnie stałym punktem każdego dnia
Obawiam się o swoje bezpieczeństwo w Internecie	Podczas urlopu lub wakacji lubię sobie zrobić przerwę od informacji	Lubię przedruki ze znanych światowych serwisów	Czytam informacje po to, aby rozmawiać o nich z innymi ludźmi
O wydarzeniach dowiaduję się od znajomych, nie szukam ich sam	Wśród znajomych to ja pierwszy wiem o najnowszych wydarzeniach na świecie	Zawsze zwracam uwagę, kto jest autorem artykułu	Gdy mnie jakaś informacja zainteresuje, to lubię czytać kilka artykułów na ten temat na różnych portalach

Analiza czynnikowa



Podział odbiorców informacji

Wśród polskich internautów najłatwiej jest znaleźć osoby z segmentu „unikający” i jest ich statystycznie więcej niż „poinfor-

mowanych”. Te największy i najmniejszy segment stanowią połowę polskich internautów, podczas gdy drugą połowę może-

my podzielić na „społecznych” oraz „wnikliwych”.

Czym wyróżniają się poszczególne segmenty?

Unikający

Częściej zgadzają się, że:

- a) Często czuję się przytłoczony ilością informacji
- b) Mam poczucie, że żyję w bańce informacyjnej – docierają do mnie tylko określone, jednego typu informacje
- c) Nigdy nie czytam komentarzy
- d) Obawiam się o swoje bezpieczeństwo w Internecie

27%

Społeczni

Częściej zgadzają się, że:

- a) Chętnie komentuję artykuły
- b) O wydarzeniach dowiaduję się od znajomych, nie szukam ich sam
- c) Wśród znajomych to ja pierwszy wiem o najnowszych wydarzeniach na świecie
- d) Lubię przedruki ze znanych światowych serwisów

25%

Wnikliwi

Częściej zgadzają się, że:

- a) Gdy mnie jakaś informacja zainteresuje, to lubię czytać kilka artykułów na ten temat na różnych portalach
- b) Zawsze weryfikuję informacje, o których dowiedziałam się po raz pierwszy, w drugim źródle
- c) Zawsze zwracam uwagę, kto jest autorem artykułu

25%

Poinformowani

Częściej zgadzają się, że:

- a) Czytanie bieżących informacji jest dla mnie stałym punktem każdego dnia
- b) Każdego dnia rano mam potrzebę sprawdzenia bieżących wydarzeń
- c) Jest dla mnie bardzo istotne, aby wiedzieć, co dzieje się na świecie

23%

Cechy informacji wartej uwagi — różnice między segmentami



Wszystkie grupy cenią informacje wiarygodne i rzetelne. Każdą z grup wyróżniają jednak inne cechy informacji, które są dla nich bardziej istotne niż dla przedstawicieli innych segmentów.

„Społeczni” chętniej niż inni zwrócą uwagę na informację, która jest sensacyjna. „Wnikliwi” skupiają się na dotarciu do informacji wiarygodnych i rzetelnych. Dla „poinformowanych” cenniejsze będą informacje interesujące i bezstronne.

Grupa „unikających” najbardziej wyróżniła się tym, że mniej niż dla reszty, istotna jest informacja sprawdzona.

Na kolejnych stronach opisane zostaną poszczególne segmenty – jakie są oraz czym wyróżniają się osoby cechujące się danym podejściem do informacji.

Społeczni

Sensacyjna **13%** (132)

Unikający

Sprawdzona **31%** (78)

Wnikliwi

Wiarygodna **71%** (108)

Rzetelna **57%** (112)

Poinformowani

Interesująca **40%** (119)

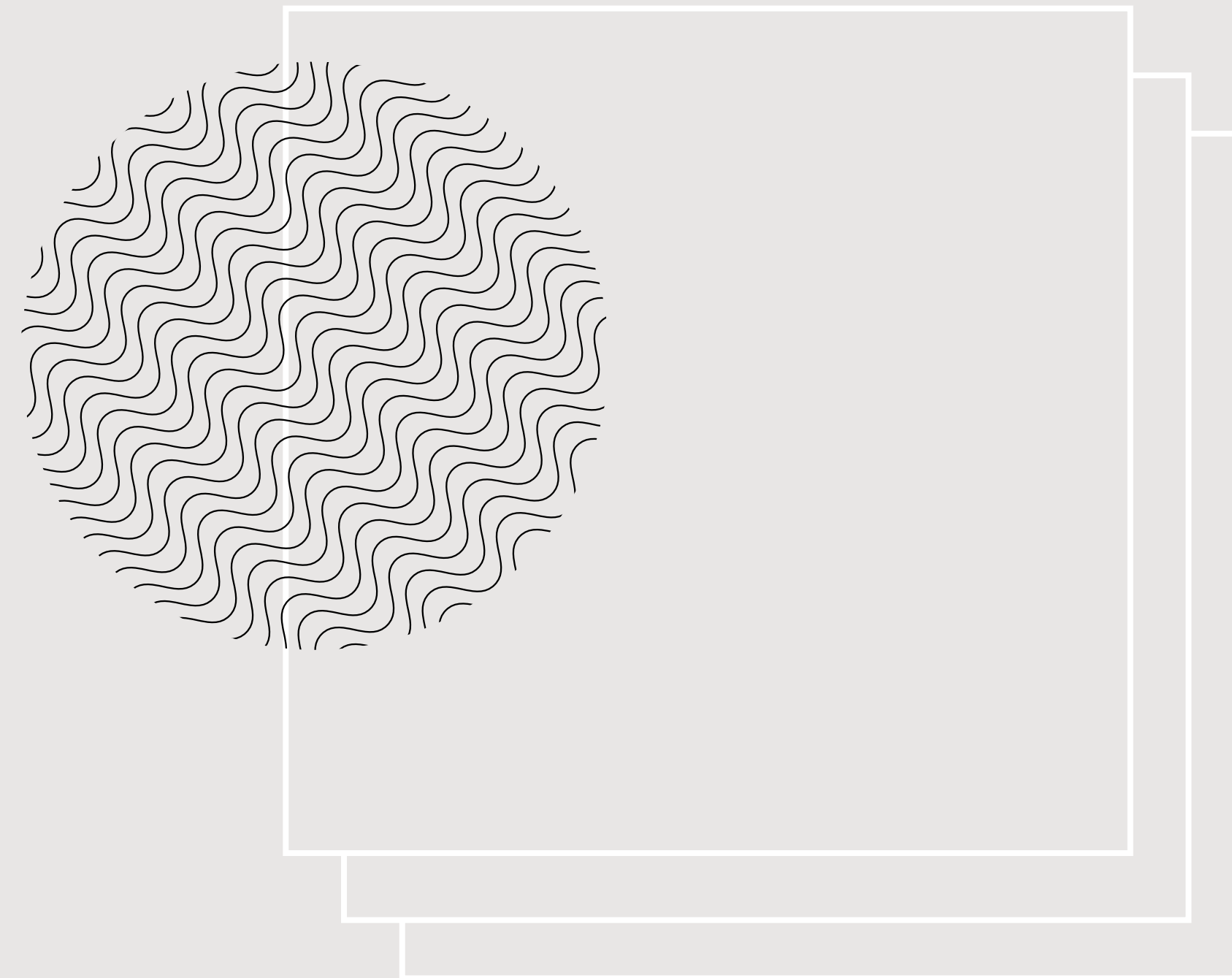
Bezstronna **36%** (116)

Unikający

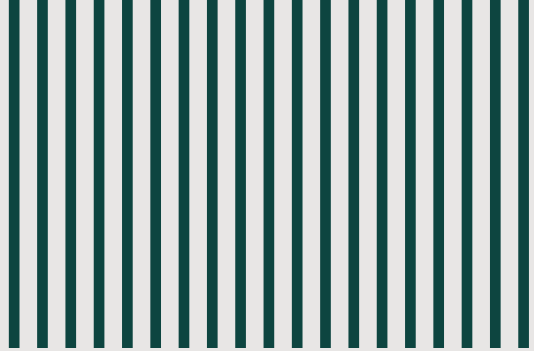


Jeśli tekst jest za długi, a ja nie mam za dużo czasu w chwili dostarczenia długiej informacji, to prawdopodobnie nigdy go nie przeczytam.

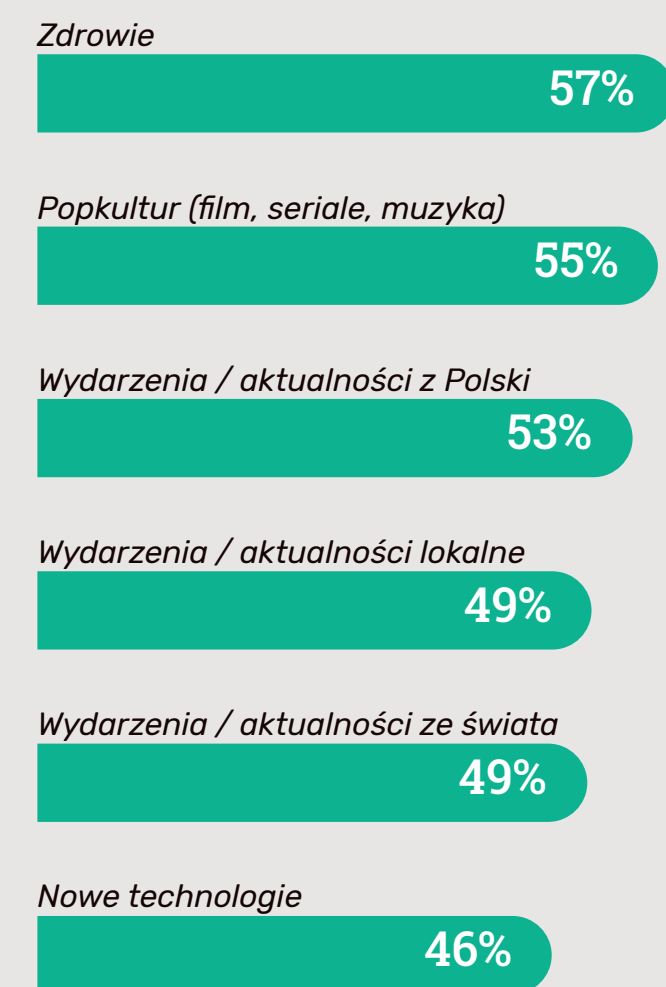
Respondentka z badania jakościowego



Unikający — informacje podstawowe



Najbardziej interesujące tematy



94

98

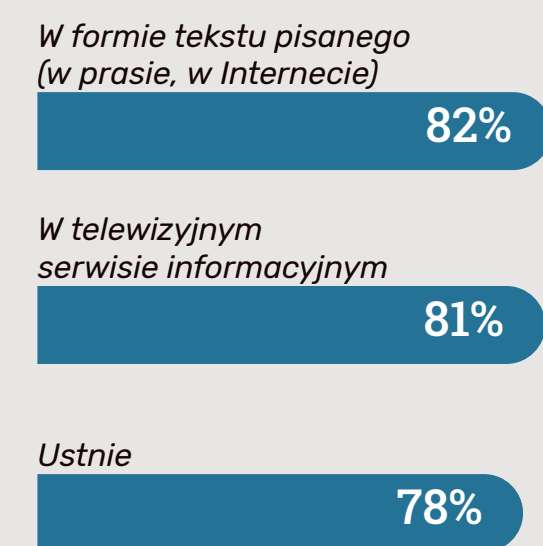
86

86

84

88

Ulubione formy przekazu

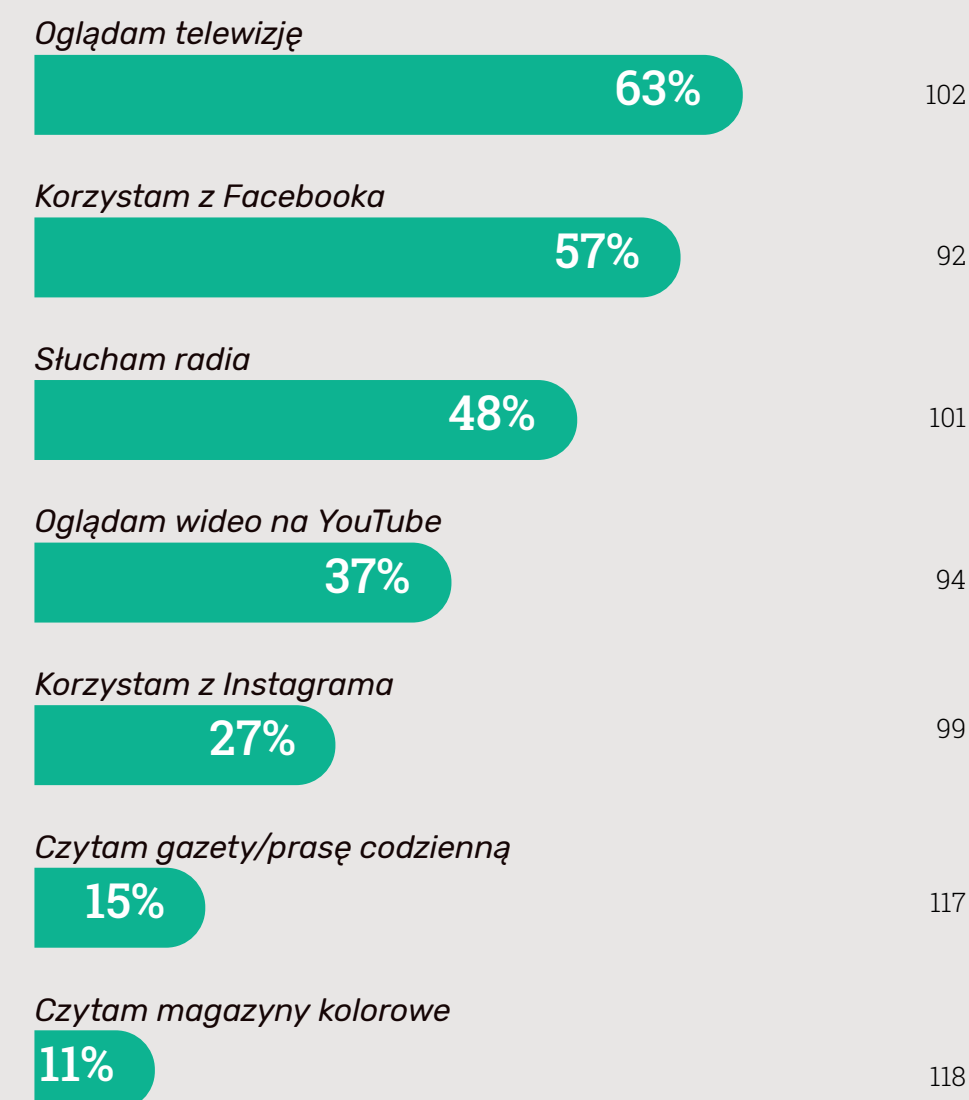


96

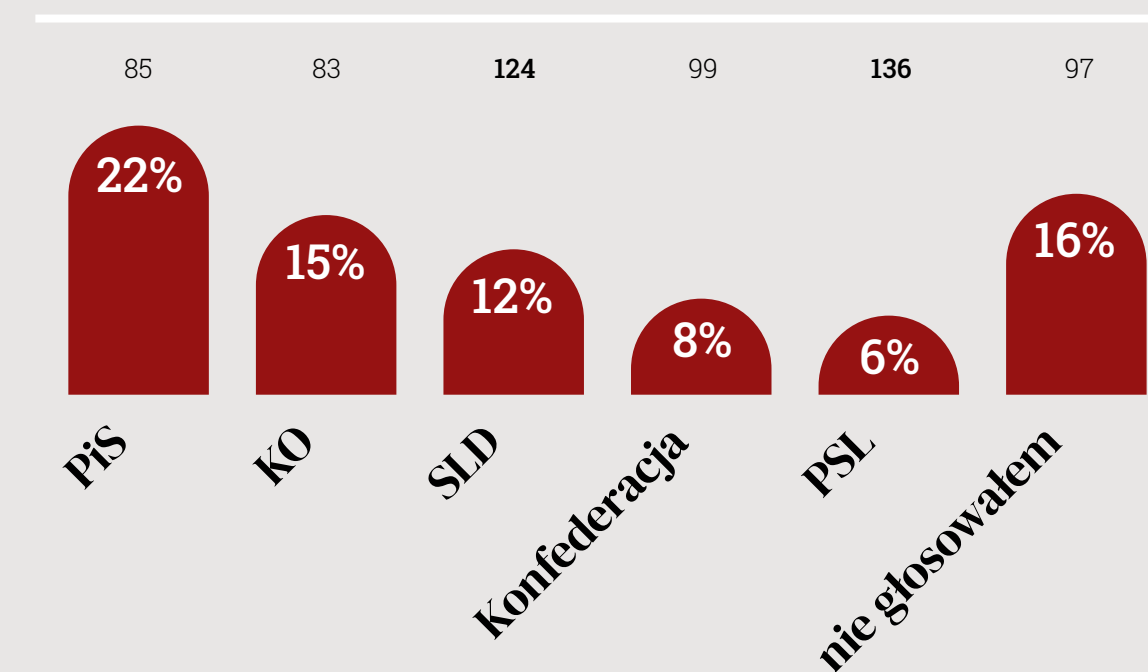
100

100

Co dziennie lub prawie codziennie:



Na jaką partię głosowałeś w ostatnich wyborach?



pleć

kobieta	51%	103
mężczyzna	49%	97

wiek

16-24	17%	100
25-34	23%	86
35-44	28%	102
45-54	22%	102
55-59	10%	119

wielkość miejsca zamieszkania

wieś	37%	96
miasto do 20 tys.	12%	92
miasto 20-100 tys.	19%	107
miasto 100-500 tys.	22%	115
miasto powyżej 500 tys.	10%	88

wyszktałcenie

podstawowe	11%	99
zas. zawodowe	19%	95
średnie	38%	98
wyższe	33%	107

Unikający — informacja w Internecie

Główne źródło informacji

46%₈₃

Internet

Najczęstszy sposób zdobywania informacji

40%₁₁₄

Korzystając z wyszukiwarki — wpisując interesujące mnie hasło

Korzystanie z portali

TOP wyróżniające się

onet.pl

42%₉₂

wp.pl

42%₉₃

rmf24.pl

20%₁₀₁

Powody czytania artykułu w Internecie

Interesujący tytuł

58%

97

Interesujące zdjęcia

30%

109

Bo jest to skrót najważniejszych zdarzeń

29%

106

Trafiając na informację na portalu społecznościowym

Zwracam uwagę z jakiego serwisu pochodzi

13%₆₆

Sposoby dzielenia się informacją

Polecam konkretne artykuły, podcasty, video

22%

70

Udostępniam na portalach społecznościowych

20%

68

Komentuję w Internecie

14%

66

Sprawdzanie informacji kilka razy dziennie

49%₈₁

Okazje sprawdzania informacji — często

Gdy zainteresuje mnie jakiś temat i chcę go zgłębić

41%

86

Gdy usłyszę, że coś interesującego się wydarzyło

35%

81

Gdy przypadkiem trafię w Internecie na jakąś informację

26%

75

Przy okazji korzystania z serwisów społecznościowych

25%

82

Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane w telewizji bądź radio

24%

76

Gdy znajomi polecą mi jakąś informację (artykuł, video itp.)

24%

104

Przy okazji sprawdzania poczty e-mail — na portalu, gdzie mam pocztę

22%

85

Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane od znajomych

21%

86

Gdy chcę zrobić sobie przerwę, zrelaksować się

17%

75

Codziennie o tej samej porze sprawdzam, co się wydarzyło

15%

76

Unikający — wiarygodność informacji



Najbardziej wiarygodne osoby

Szymon Hołownia	4%	165
Andrzej Duda	3%	70
Dorota Wellman	3%	124
Jerzy Owsiak	3%	150

Najbardziej wiarygodne źródła informacji

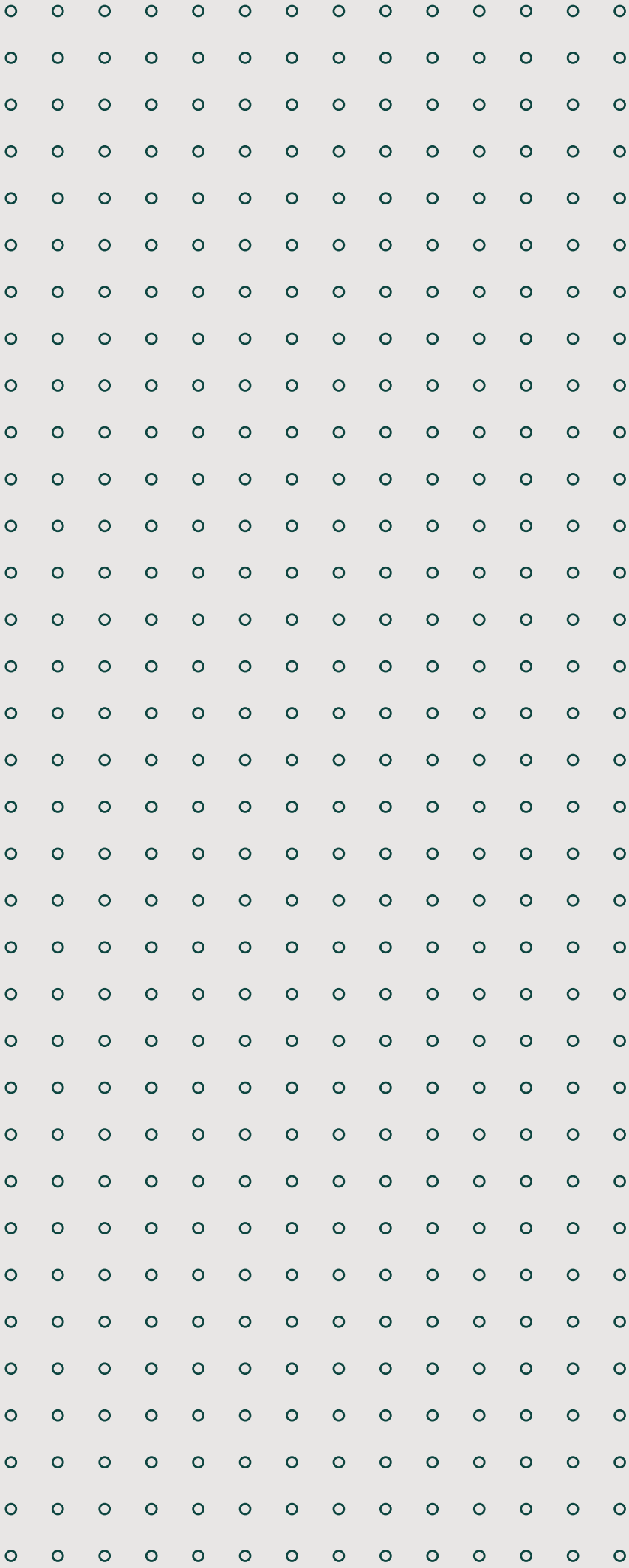
31% 86	23% 113
Internet	telewizja

Najbardziej wiarygodne portale informacyjne

tvn24.pl	24%	89
rmf24.pl	23%	87
radiozet.pl	17%	96
wp.pl	16%	96
natemat.pl	13%	141

Najbardziej wiarygodne formy przekazu

Reportaże	81%	100
Wywiady	75%	96
Artykuły	74%	96
Informacje / Newsy	73%	96



Podsumowanie: Unikający

Osoby, o których można powiedzieć, że w stosunku do informacji są „unikający” cechują się tym, że mają **mniej zainteresowań** niż przeciętny polski internauta. **Rzadziej korzystają z portali informacyjnych**, nawet z tych największych, jak Onet.pl i WP.pl. **Rzadziej również sprawdzają informacje przy różnych okazjach**. Jedynie polecenie przez znajomych działa na nich równie zachęcająco, jak na pozostałych internautów. Sami jednak **rzadko dzielą się informacją w Internecie**. Trafiając na informację na portalu społecznościowym szczególnie rzadko, w porównaniu do innych internautów, sprawdzają z jakiego serwisu pochodzi. Bardziej niż innych do przeczytania informacji, **przyciąga interesujące zdjęcie**.

„Unikający” częściej od innych uważają **telewizję za wiarygodne źródło informacji**. Także **wiarygodność portalu NaTemat.pl** została przez nich oceniona dosyć wysoko w porównaniu do innych segmentów. Okazuje się, że „unikający” zdecydowanie częściej wymienili jako wiarygodne osoby z życia publicznego: **Szymona Hołownię, Dorotę Wellman i Jerzego Owsiaka**. Postawy nazywane „unikającymi” w stosunku do informacji reprezentują częściej **osoby starsze** (powyżej 55 roku życia)

oraz **osoby z dużych miast** (100-500 tysięcy mieszkańców). Jest wśród nich więcej niż w innych segmentach **wyborców SLD i PSL**.

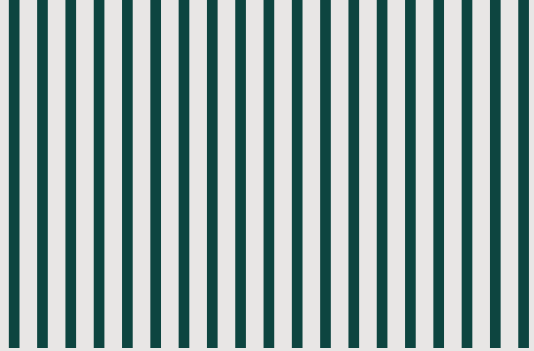
Społeczni



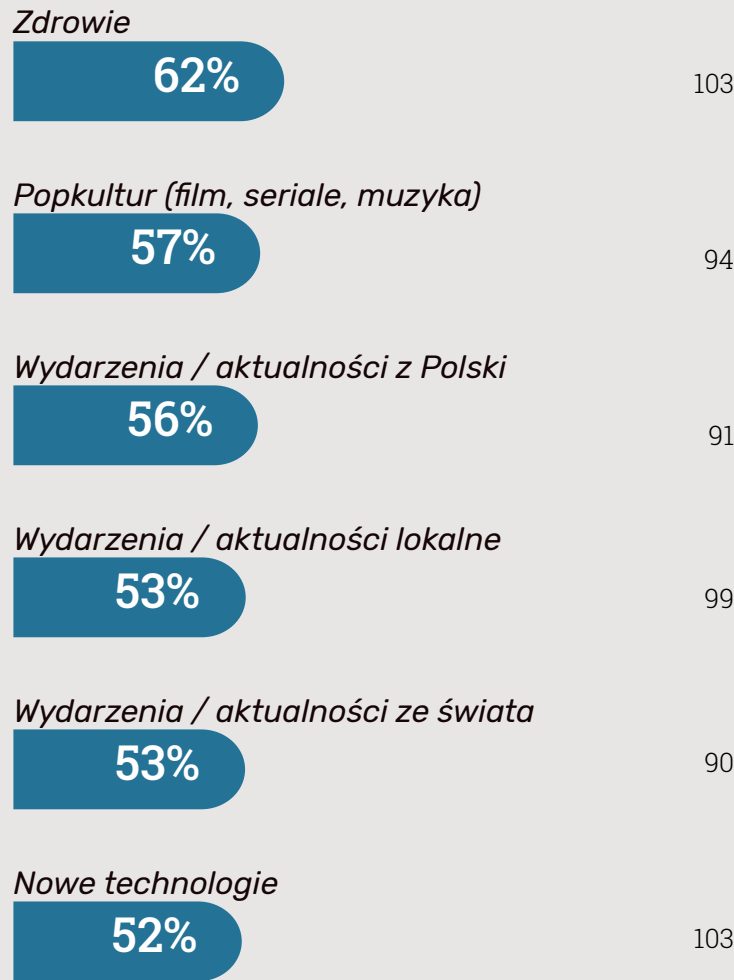
*Moją motywacją jest ciekawość.
:D Uwielbiam rozmawiać o ta-
kich rzeczach, więc muszę mieć
duży zapas wiedzy, by można
było te tematy obgadywać.*

Respondentka z badania jakościowego

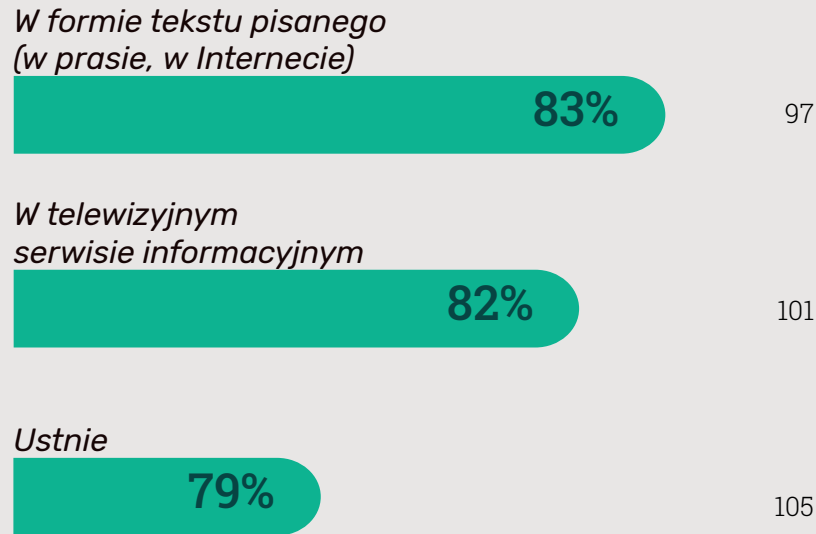
Spółeczni — informacje podstawowe



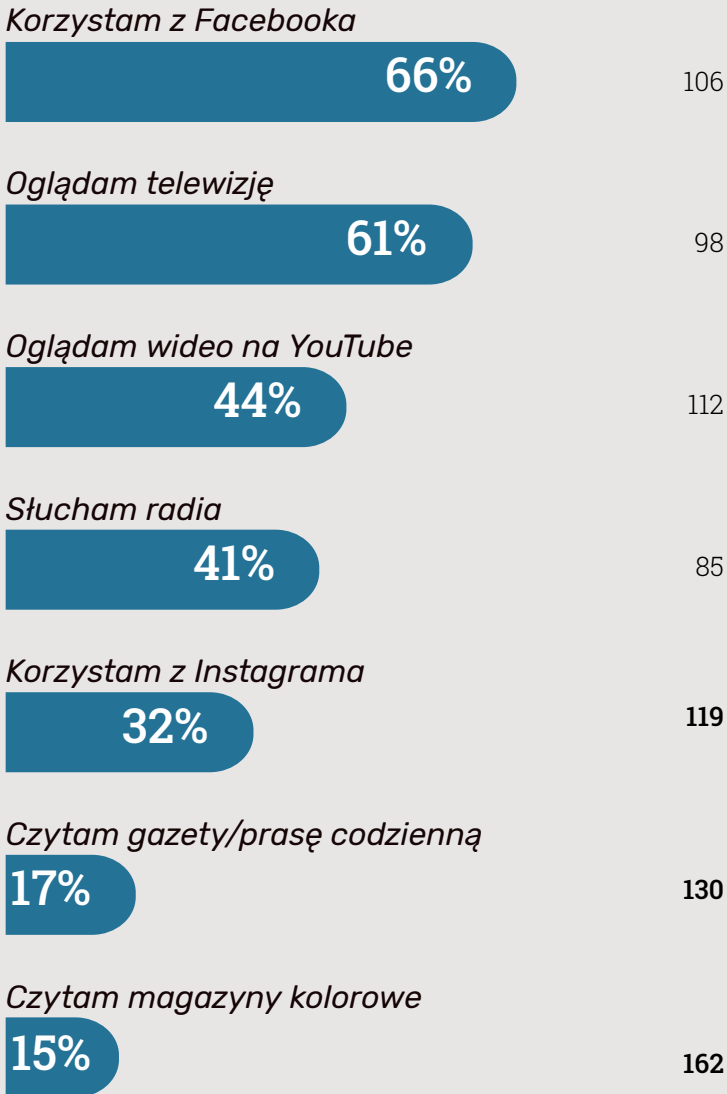
Najbardziej interesujące tematy



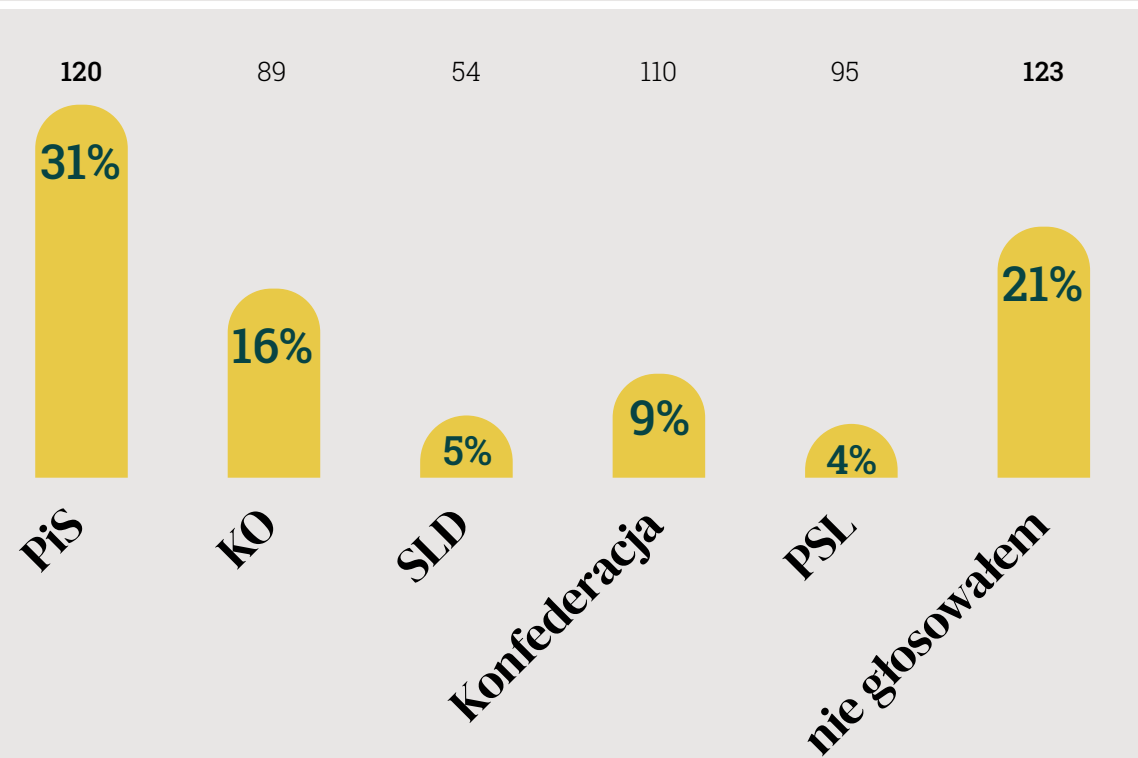
Ulubione formy przekazu



Co dziennie lub prawie codziennie:



Na jaką partię głosowałeś w ostatnich wyborach?



pleć

kobieta	48%	97
mężczyzna	52%	103

wiek

16-24	20%	120
25-34	33%	124
35-44	23%	84
45-54	16%	80
55-59	7%	85

wielkość miejsca zamieszkania

wieś	37%	94
miasto do 20 tys.	16%	117
miasto 20-100 tys.	17%	93
miasto 100-500 tys	19%	100
miasto powyżej 500 tys.	12%	111

wyszktałcenie

podstawowe	12%	109
zas. zawodowe	29%	148
średnie	34%	87
wyższe	25%	82

Społeczni — informacja w Internecie

Główne źródło informacji

49%⁸⁷

Internet

Najczęstszy sposób zdobywania informacji

28%¹¹²

Korzystając z wyszukiwarki — wpisując interesujące mnie hasło

Korzystanie z portali

TOP

wp.pl
45%¹⁰⁰

onet.pl
42%⁹¹

wyróżniające się

radiozet.pl
14%¹³¹

wprost.pl
9%¹⁵⁷

newsweek.pl
8%¹²⁶

pikio.pl
3%¹⁵⁶

Powody czytania artykułu w Internecie

Interesujący tytuł

51%

86

Interesujące zdjęcia

28%

102

Ciekawe komentarze

24%

114

Trafiając na informację na portalu społecznościowym

Zwracam uwagę z jakiego serwisu pochodzi

18%⁹⁴

Sposoby dzielenia się informacją

Udostępniam na portalach społecznościowych

34%

115

Komentuję w Internecie

29%

134

Polecam konkretne artykuły, podcasty, video

27%

85

Sprawdzanie informacji kilka razy dziennie

57%⁹⁶

Okazje sprawdzania informacji — często

Gdy zainteresuje mnie jakiś temat i chcę go zgłębić

33%

68

Gdy przypadkiem trafię w Internecie na jakąś informację

29%

84

Przy okazji korzystania z serwisów społecznościowych

27%

89

Gdy usłyszę, że coś interesującego się wydarzyło

27%

63

Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane w telewizji bądź radio

27%

84

Przy okazji sprawdzania poczty e-mail — na portalu, gdzie mam pocztę

21%

82

Gdy chcę zrobić sobie przerwę, zrelaksować się

20%

88

Gdy znajomi polecą mi jakąś informację (artykuł, video itp.)

18%

79

Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane od znajomych

18%

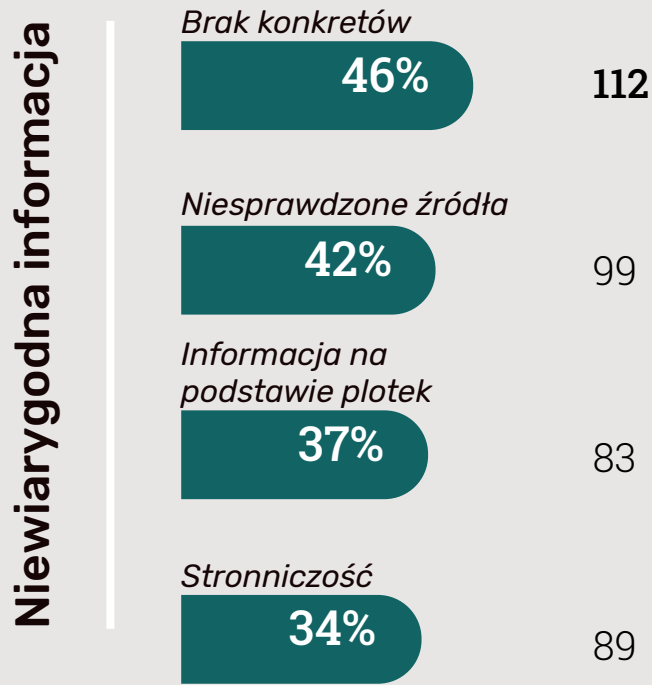
72

Codziennie o tej samej porze sprawdzam, co się wydarzyło

17%

90

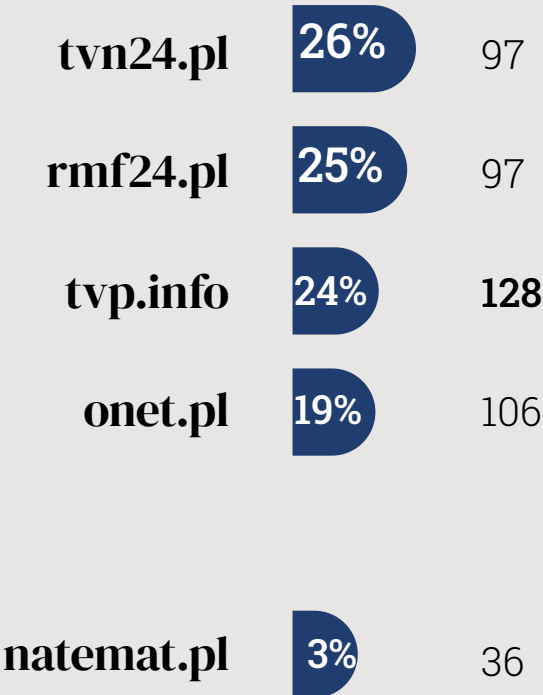
Spółeczni — wiarygodność informacji



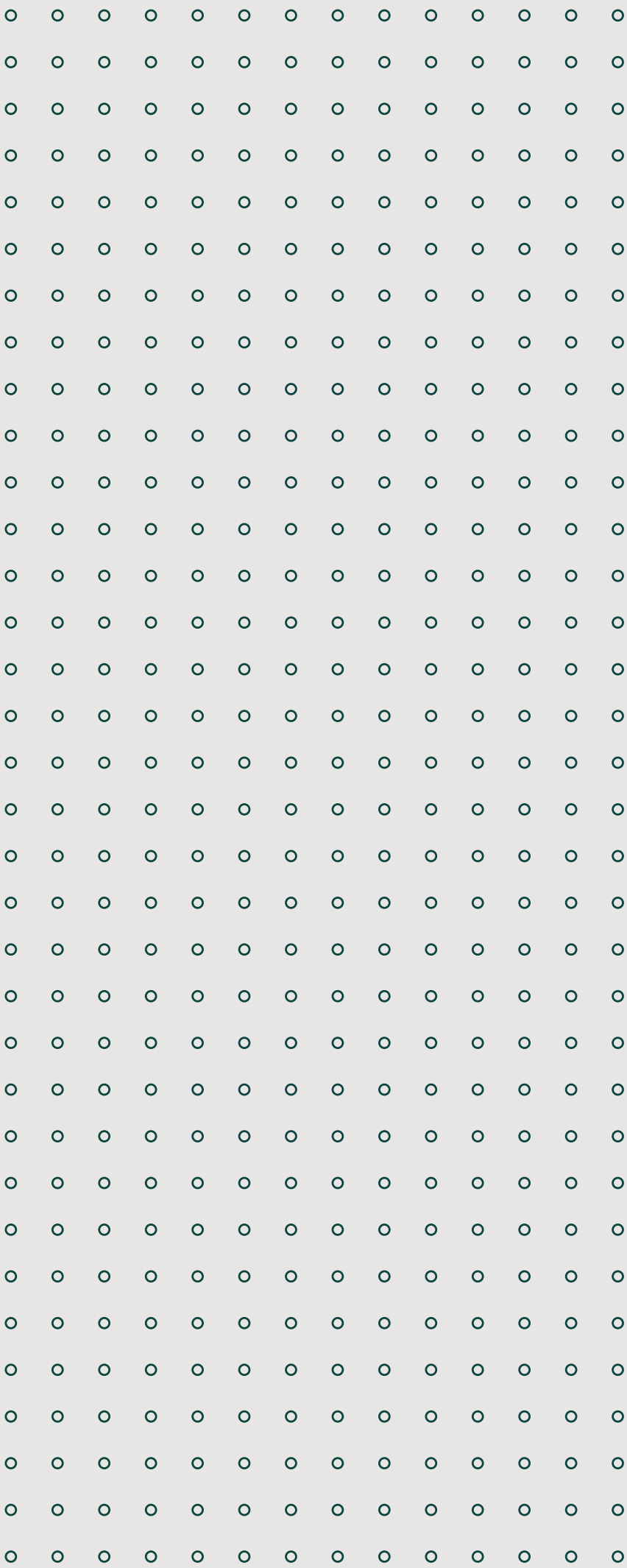
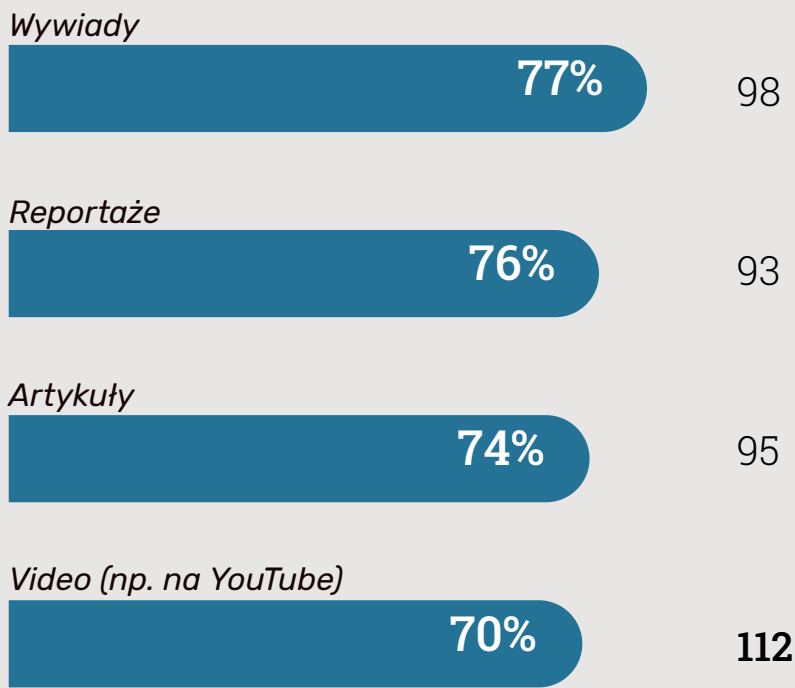
Najbardziej wiarygodne źródła informacji



Najbardziej wiarygodne portale informacyjne



Najbardziej wiarygodne formy przekazu



Podsumowanie: Społeczni

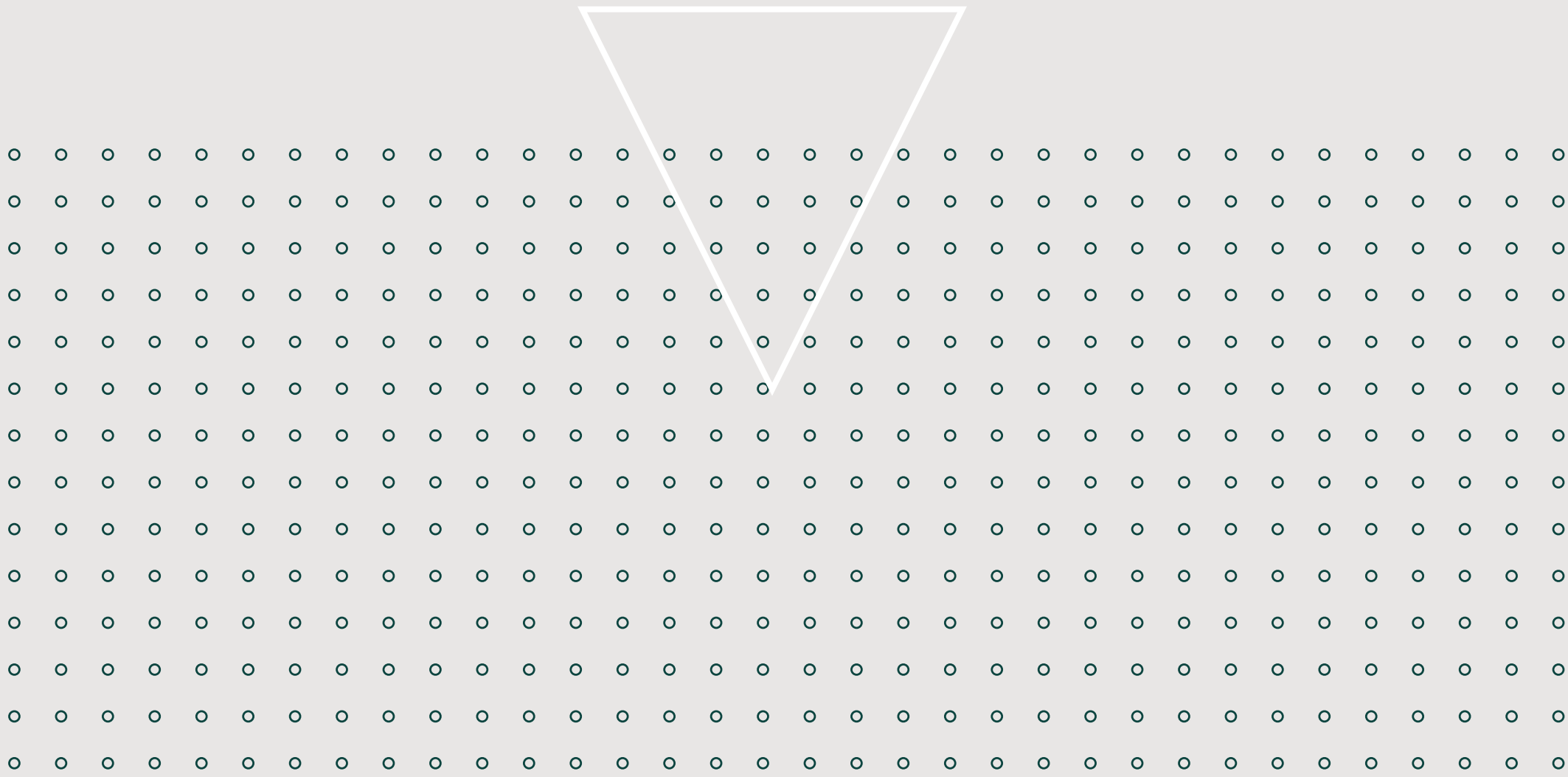
Osoby zaklasyfikowane jako „społeczne” wyróżniają się tym, że **znacznie częściej głównym źródłem informacji** dla nich są **portale społecznościowe**. Lubią rozmawiać z innymi na różne tematy, lecz nie wyróżniają się żadnymi konkretnymi zainteresowaniami.

Częściej niż reprezentanci innych segmentów korzystają z mediów społecznościowych, **szczególnie z Instagrama**. Chętniej także przeglądają gazety i magazyny kolorowe. W Internecie **zwracają uwagę na komentarze** i jeżeli są ciekawe, to zachęca ich to do przeczytania całego artykułu. **Częściej niż pozostali sami komentują** informacje w Internecie. Częściej korzystają z takich portali informacyjnych, jak radioZET.pl, wprost.pl, newsweek.pl oraz Pikio.pl. Jednak rzadziej niż inni sprawdzają informacje **w Internecie, poszukują tam raczej rozrywki** poprzez np. video na YouTube.

Dla społecznych **niewiarygodną informacją** jest taka, w której **brakuje konkretów** – to utrudnia im rozmawianie o tej informacji z innymi. Częściej niż pozostali internauci uważają **telewizję za wiarygodne źródło informacji**, a portal **TVPinfo.pl** należy według nich do najbardziej wiary-

godnych portali informacyjnych. Również częściej niż inni, społeczni **za wiarygodne uznają filmy video na YouTube**, które chętnie oglądają. Znacznie bardziej od innych za osoby wiarygodnie społeczni uznają Tomasza Lisa, jak i Jarosława Kaczyńskiego.

Wśród osób cechujących się „społecznym” podejściem do informacji więcej jest osób młodych, **ponad połowa z nich ma poniżej 35 lat, a jedna trzecia z nich ma wykształcenie zasadnicze zawodowe** – więcej niż wśród wszystkich polskich internautów. Więcej z nich deklaruje, że w ostatnich wyborach **głosowali na PiS lub wcale nie głosowali**.



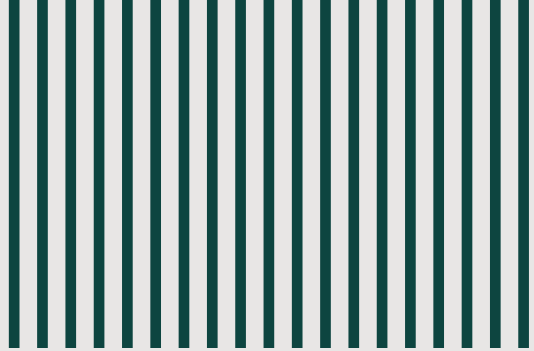
Wnikliwi



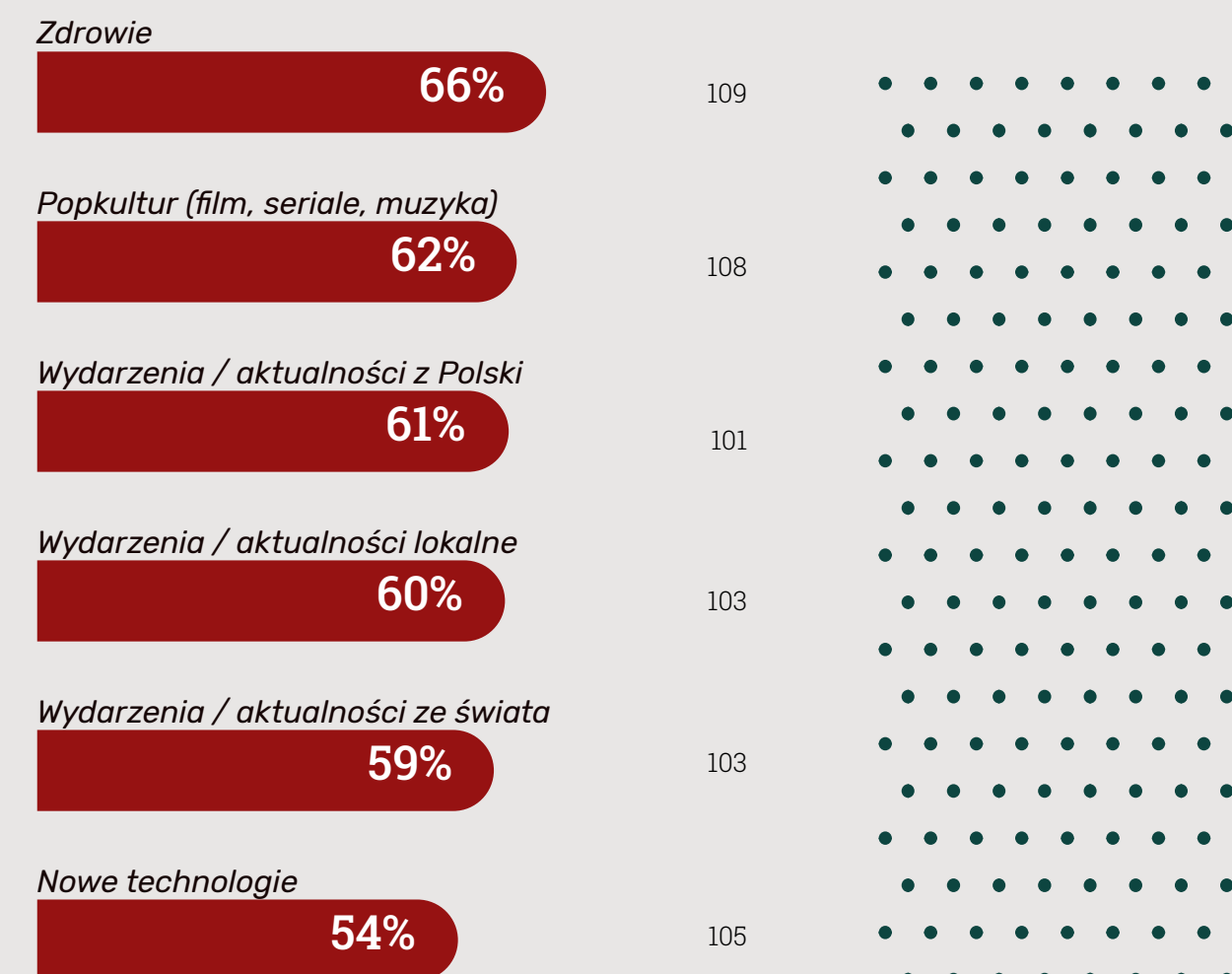
Poszukiwanie informacji to przeglądanie 6-7 najważniejszych dla mnie stron z informacjami w PL np. Onet i tak dalej. Potem jeśli artykuł nie wyczerpuje tematu lub chcę wiedzieć naprawdę więcej to wyszukiwarka Google i tak szukam stron oraz obrazów i filmów na YouTube. Dzięki temu jestem na bieżąco.

Respondentka z badania jakościowego

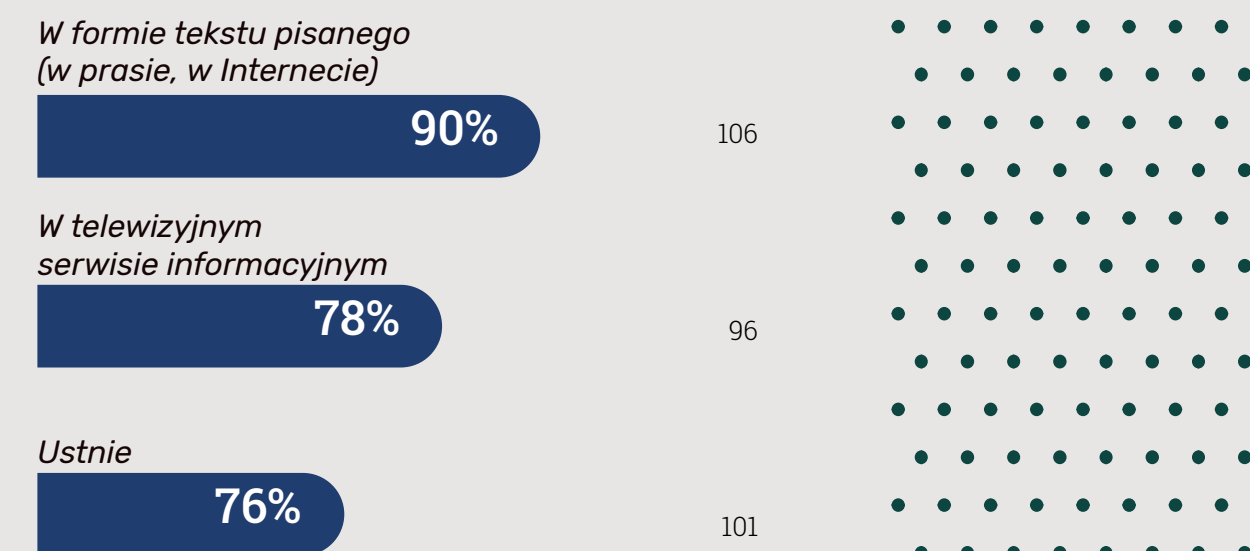
Wnikliwi — informacje podstawowe



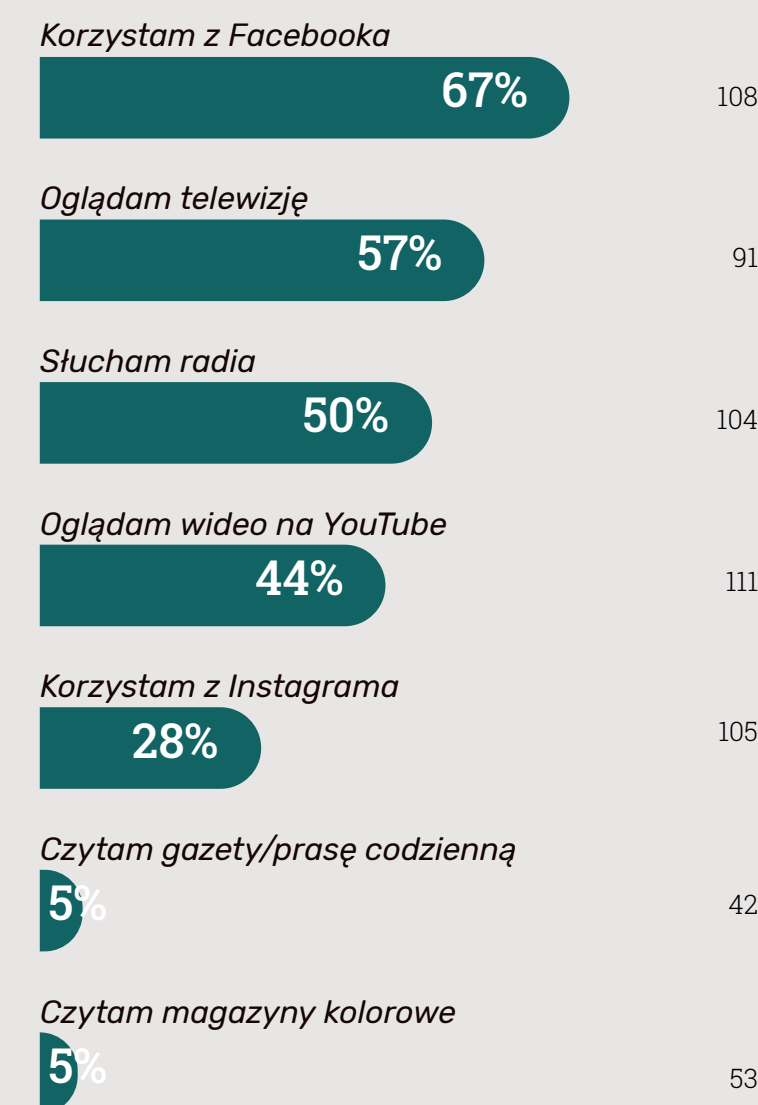
Najbardziej interesujące tematy



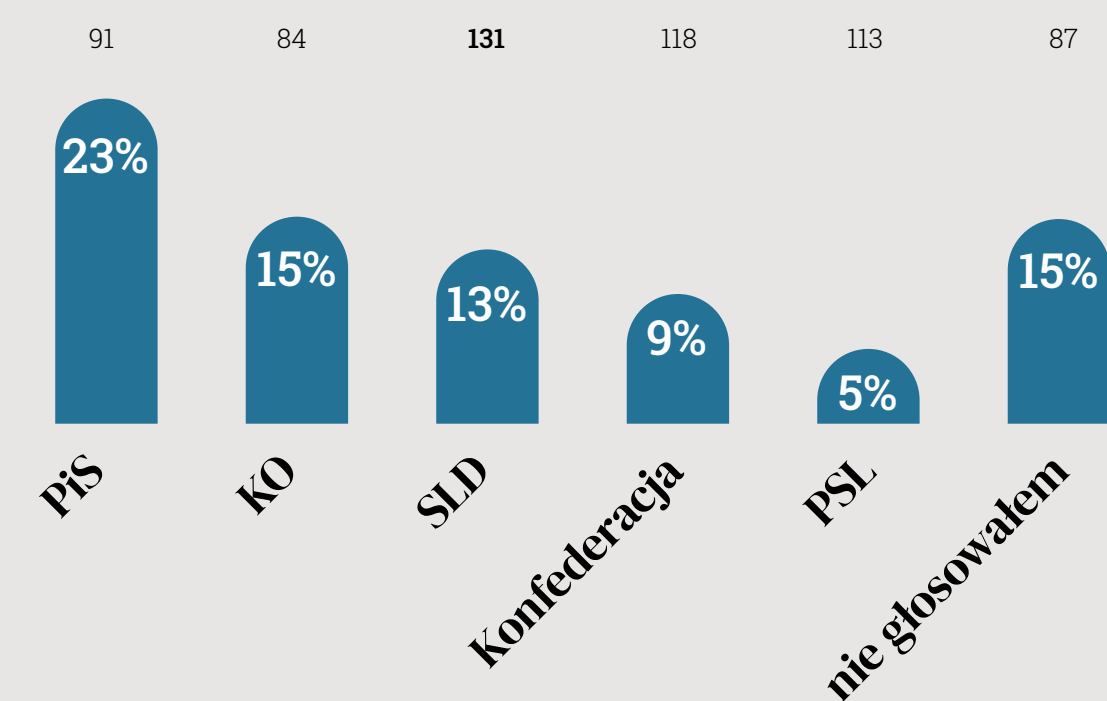
Ulubione formy przekazu



Co dziennie lub prawie codziennie:



Na jaką partię głosowałeś w ostatnich wyborach?



pleć

kobieta	57%	114
mężczyzna	43%	86

wiek

16-24	19%	112
25-34	26%	97
35-44	30%	109
45-54	15%	75
55-59	10%	113

wielkość miejsca zamieszkania

wieś	40%	102
miasto do 20 tys.	15%	109
miasto 20-100 tys.	20%	111
miasto 100-500 tys.	14%	74
miasto powyżej 500 tys.	12%	107

wyszktałcenie

podstawowe	11%	105
zas. zawodowe	16%	83
średnie	45%	115
wyższe	28%	91

Wnikliwi — informacja w Internecie

Główne źródło informacji

62%¹¹⁰

Internet

Najczęstszy sposób zdobywania informacji

41%¹¹⁸

Korzystając z wyszukiwarki — wpisując interesujące mnie hasło

Korzystanie z portali

TOP

onet.pl

50%¹⁰⁸

wp.pl

43%⁹⁶

wyróżniające się

wyborcza.pl

13%¹²²

natemat.pl

5%¹³⁴

Powody czytania artykułu w Internecie

Interesujący tytuł

63%

105

Bo pojawił się na portalu, który lubię

30%

102

Polecenie znajomego

28%

134

Trafiając na informację na portalu społecznościowym

Zwracam uwagę z jakiego serwisu pochodzi

29%¹⁵³

Sposoby dzielenia się informacją

Udostępniam na portalach społecznościowych

33%

124

Polecam konkretne artykuły, podcasty, video

32%

115

Komentuję w Internecie

22%

114

Sprawdzanie informacji kilka razy dziennie

58%⁹⁷

Okazje sprawdzania informacji — często

Gdy zainteresuje mnie jakiś temat i chcę go zgłębić

65%

134

Gdy usłyszę, że coś interesującego się wydarzyło

55%

127

Gdy przypadkiem trafię w Internecie na jakąś informację

42%

121

Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane w telewizji bądź radio

40%

126

Przy okazji korzystania z serwisów społecznościowych

35%

113

Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane od znajomych

34%

137

Gdy znajomi polecą mi jakąś informację (artykuł, video itp.)

29%

125

Przy okazji sprawdzania poczty e-mail – na portalu, gdzie mam pocztę

27%

105

Gdy chcę zrobić sobie przerwę, zrelaksować się

22%

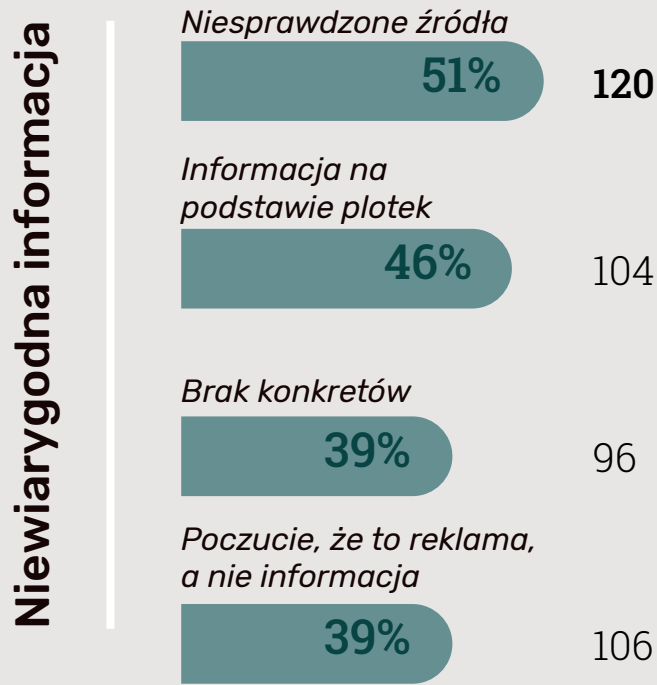
96

Codziennie o tej samej porze sprawdzam, co się wydarzyło

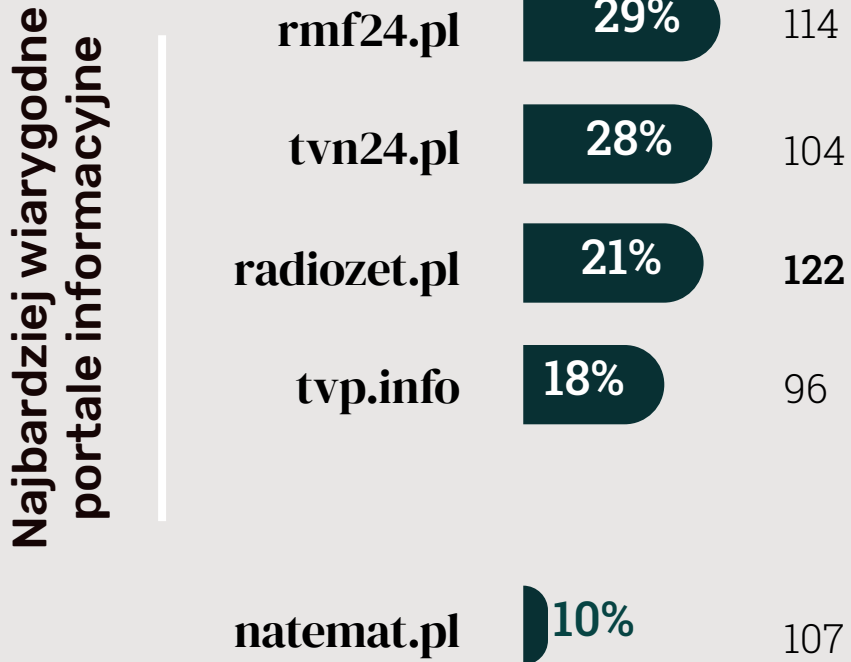
15%

80

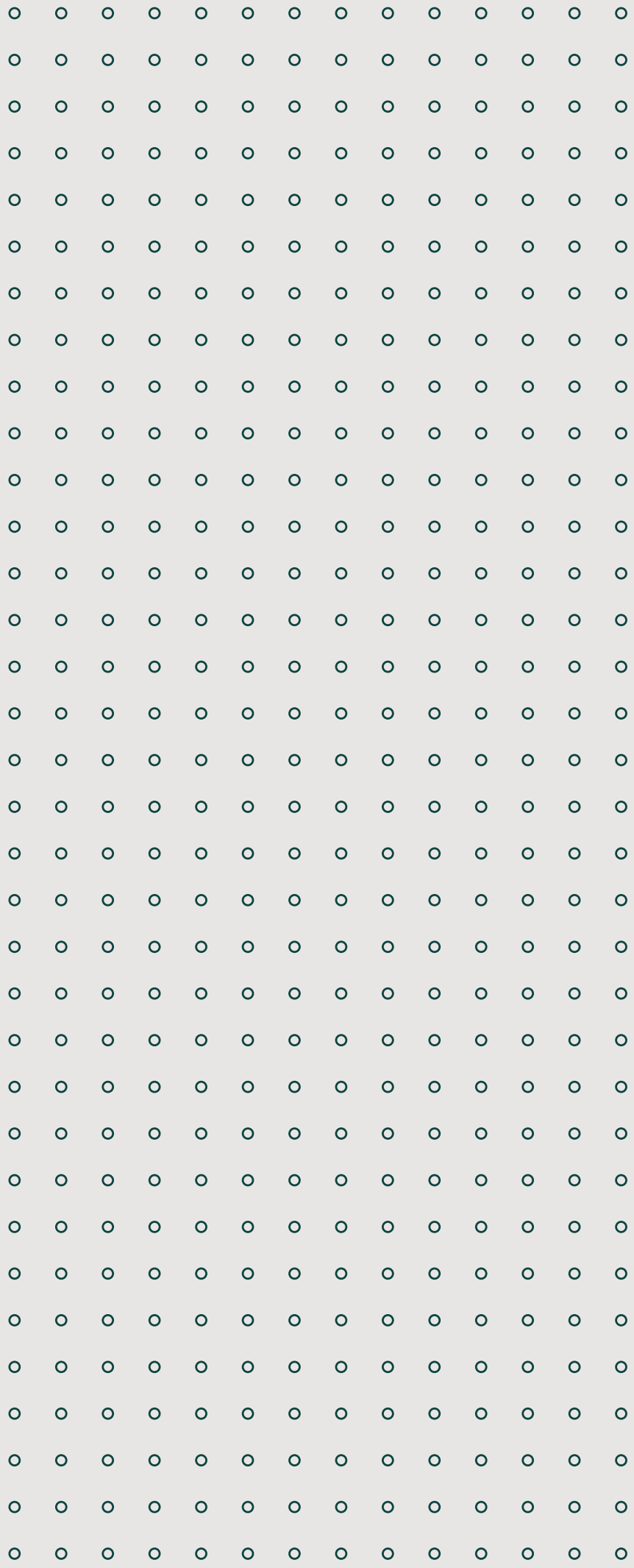
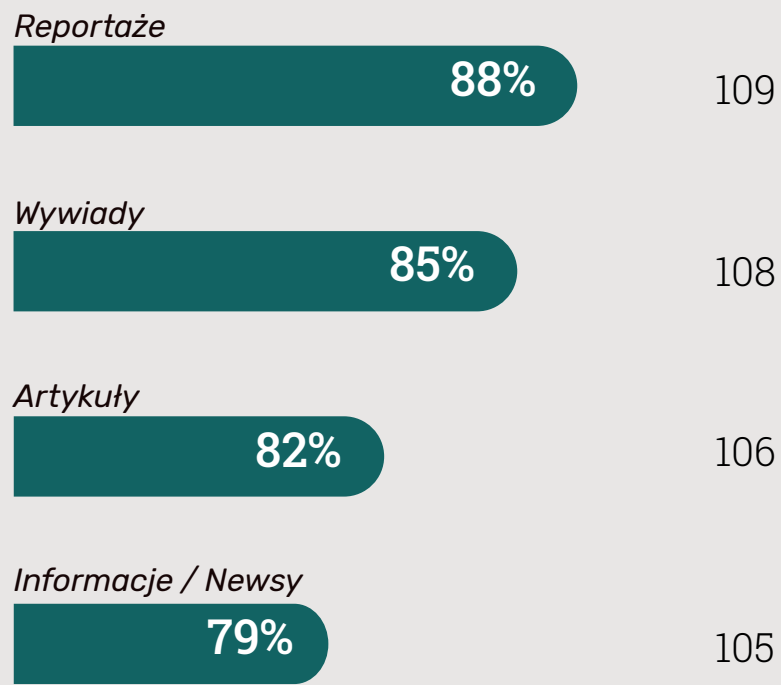
Wnikliwi — wiarygodność informacji



Najbardziej wiarygodne źródła informacji



Najbardziej wiarygodne formy przekazu



Podsumowanie: Wnikliwi

„Wnikliwi” to osoby, które **wolą same dojść do informacji**, dlatego chętnie korzystają z **Internetu**, a rzadziej z telewizji, gazet czy magazynów. Grupa „wnikliwych” ma **wiele zainteresowań**, choć żaden temat nie wyróżnia się znacznie. Preferują oni informacje **w formie tekstu pisanego**, gdyż przekaz ten jest najłatwiejszy w weryfikacji. Najczęściej zdobywają informacje **wpisując interesujące ich hasło do wyszukiwarki**. Jako że lubią sprawdzać wszystko, o czym się dowiedzą, to także **chętnie czytają artykuły polecone przez znajomego**. Działa to w obie strony, bo później także sami **chętniej niż inni internauci udostępniają**. Mają wiele sytuacji, w których sprawdzają informacje, a co ich wyróżnia od innych internautów to fakt, że rzadziej robią to dla relaksu lub z rutyny. „Wnikliwi” zdecydowanie częściej od innych korzystają z portali wyborcza.pl oraz naTemat.pl. Ponad 70% „wnikliwych” uważa, że informacja godna uwagi musi być wiarygodna i jest to najwyższy wynik spośród wszystkich wyróżnionych segmentów. Najbardziej niewiarygodna dla nich jest informacja z niesprawdzonych źródeł, gdyż sprawdzanie źródeł jest kluczowe dla „wnikliwych”. To właśnie oni **zwracają uwagę z jakiego serwisu pochodzi informacja, na którą trafili na portalu spo-**

łecznościowym. Wyróżnia ich także duże zaufanie względem portalu radioZET.pl. Jeżeli chodzi o osoby z życia publicznego, to wymieniają wiele nazwisk, lecz ponieważ są ogólnie mniej ufający, żadne nazwisko nie wyróżnia się jako szczególnie wiarygodne.

Demograficznie osoby „wnikliwe” nie wyróżniają się spośród innych internautów – reprezentantów tego segmentu można znaleźć **w każdej grupie demograficznej**. Wyróżnia ich natomiast aktywność w wyborach – **więcej z nich głosowało w ogóle**, a w porównaniu do totala, częściej wybierali SLD, Konfederację lub PSL, a rzadziej niż inni PiS lub KO.



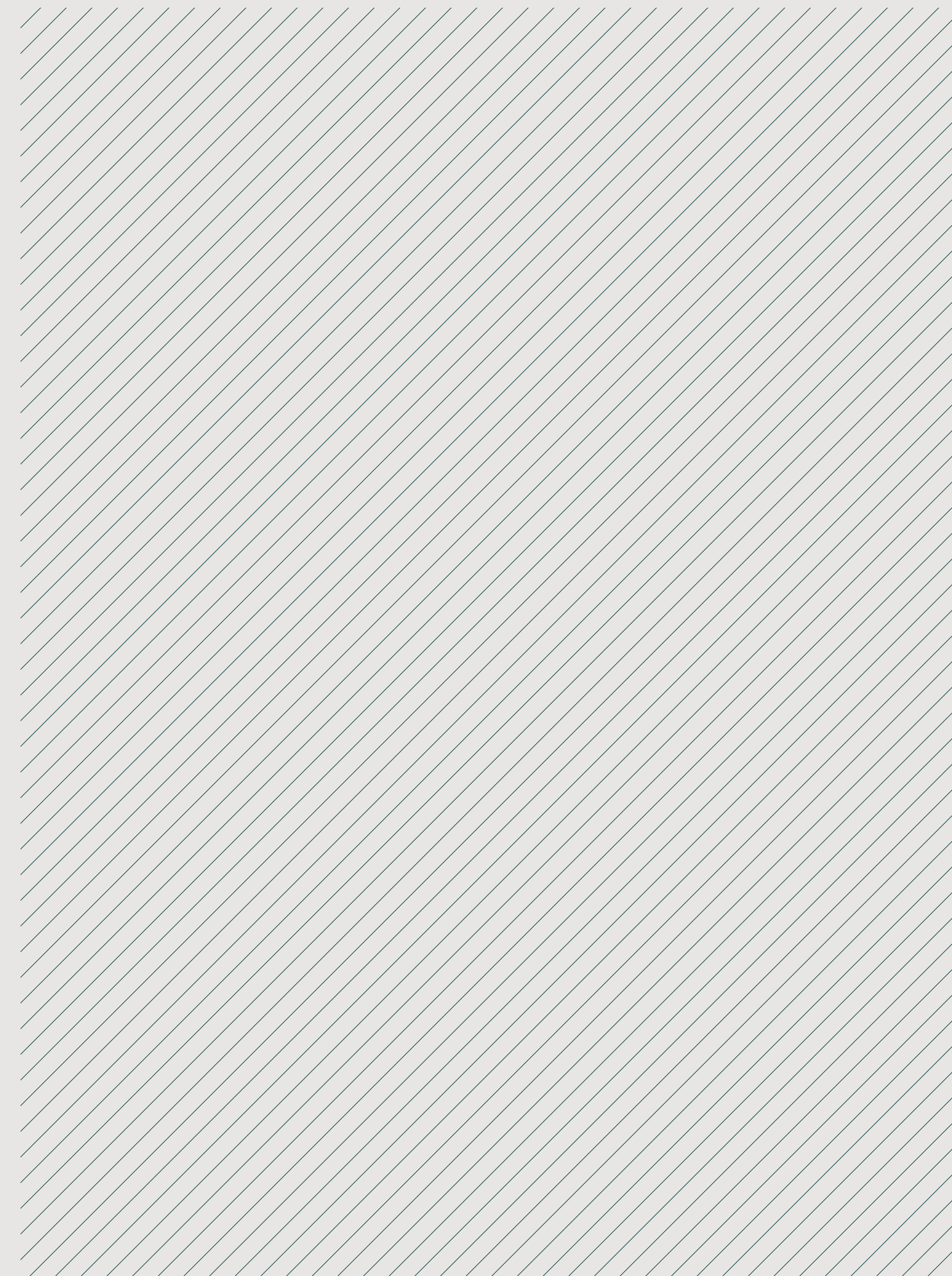
Poinformowani



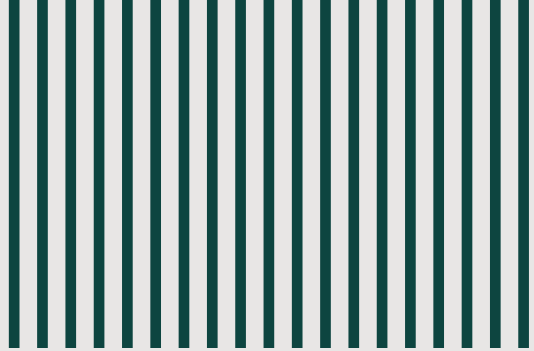
Lubię być na czasie z tym co się dzieje najbliżej, w dziedzinach związanych z pracą oraz ogólnie polityką. Raczej lubię mieć stały dostęp do informacji i być na czasie.

Odruchowo przeglądam portale informacyjne i wybieram na nich to co akurat rzuci mi się w oczy i wyda się w danym momencie ciekawe.

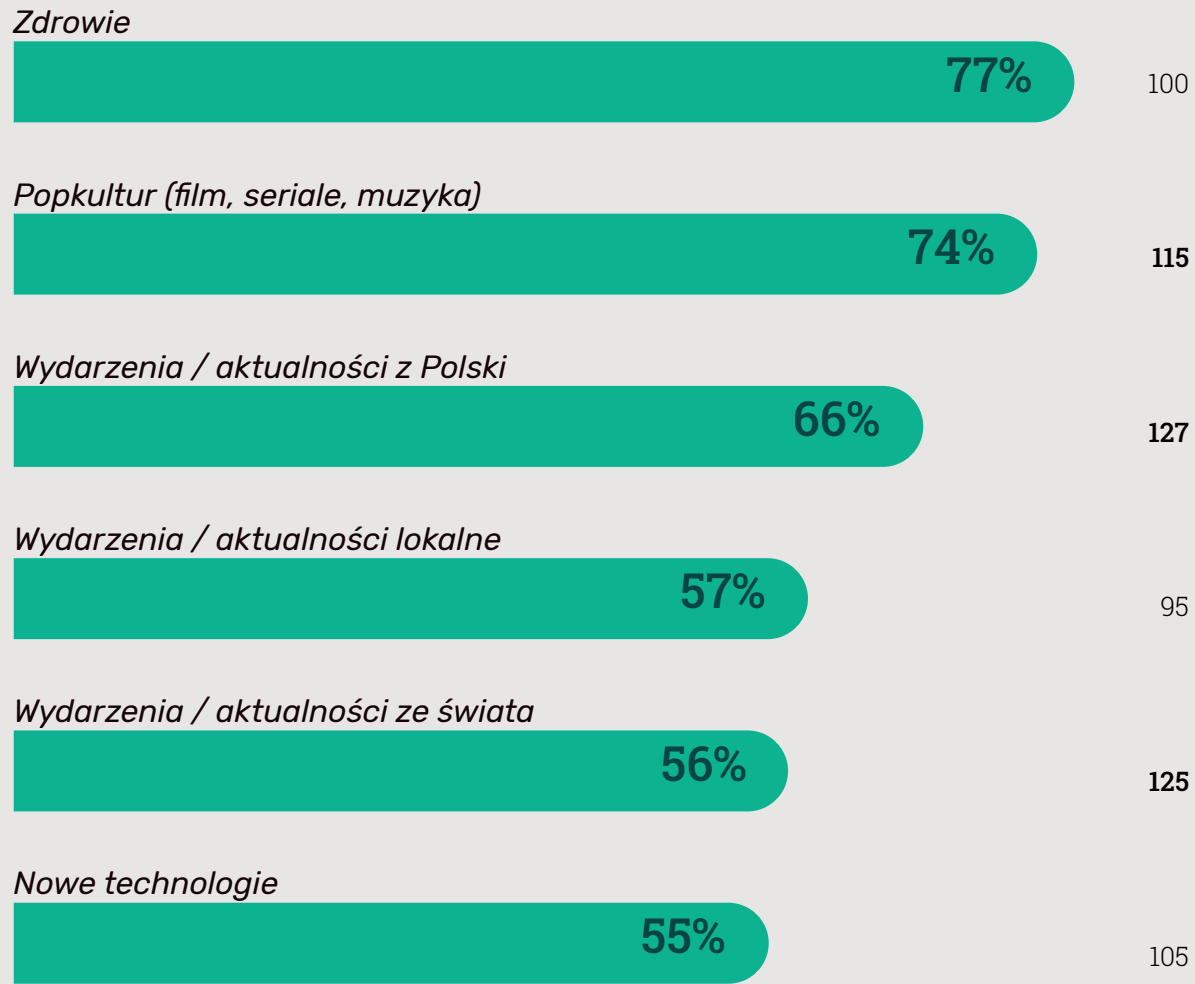
Respondent z badania jakościowego



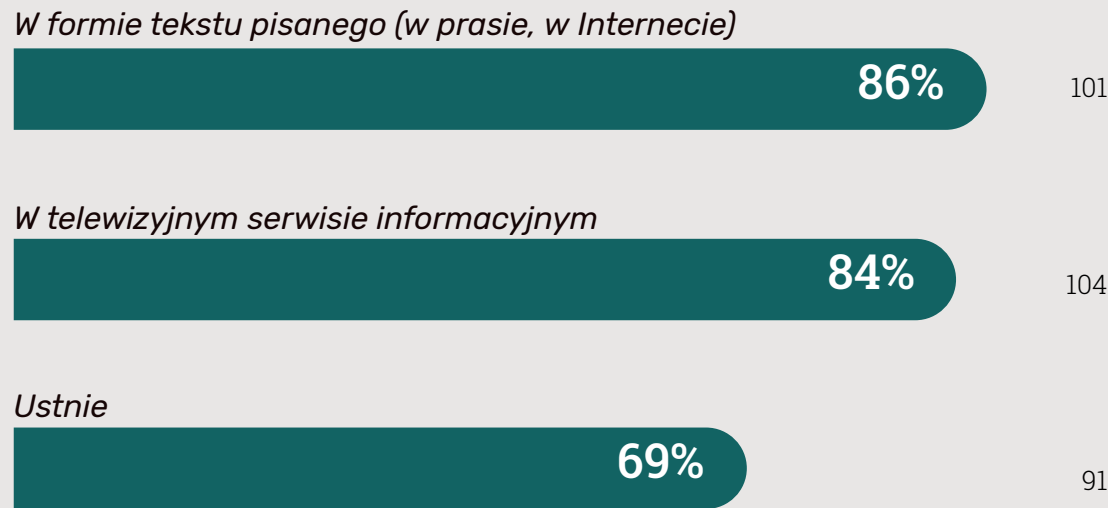
Poinformowani — informacje podstawowe



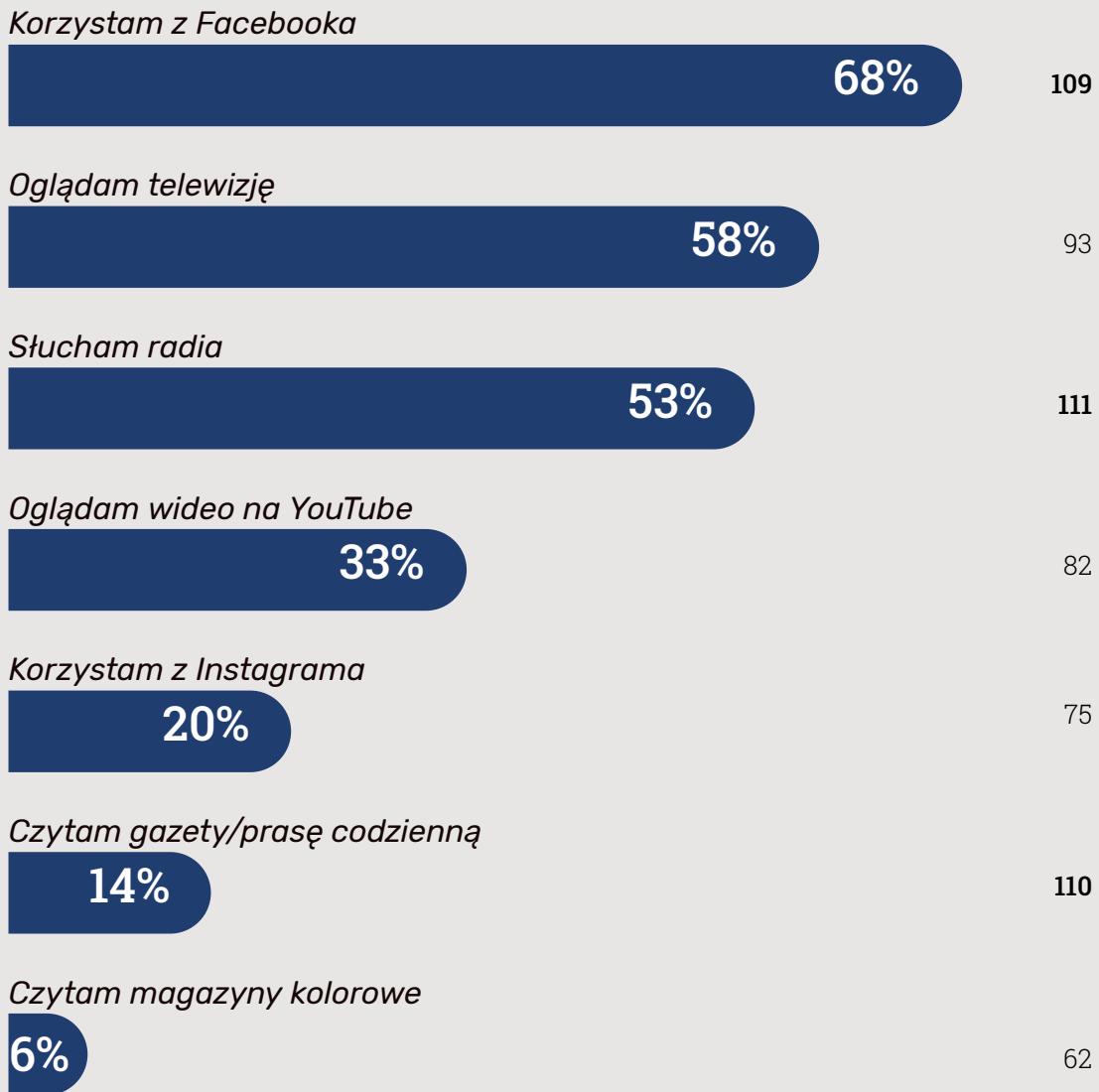
Najbardziej interesujące tematy



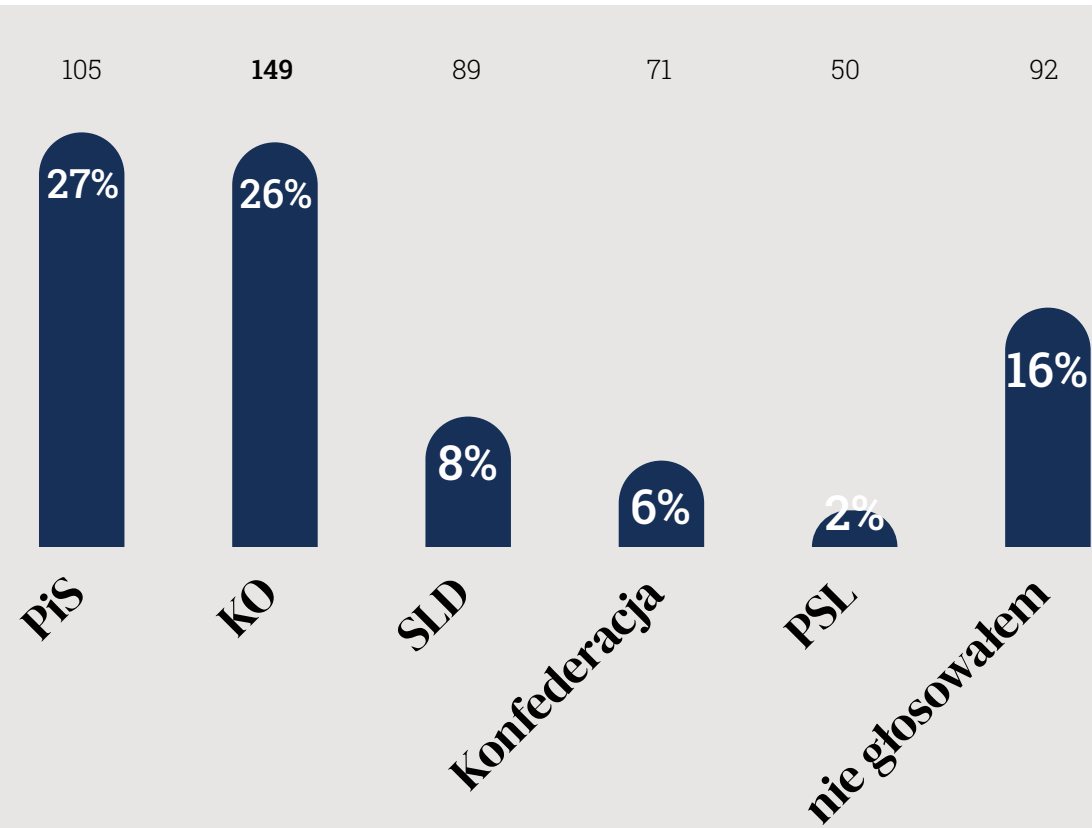
Ulubione formy przekazu



Co dziennie lub prawie codziennie:



Na jaką partię głosowałeś w ostatnich wyborach?



płeć		
kobieta	42%	84
mężczyzna	58%	116

wiek		
16-24	11%	65
25-34	25%	92
35-44	29%	105
45-54	28%	141
55-59	7%	82

wielkość miejsca zamieszkania		
wieś	42%	109
miasto do 20 tys.	11%	82
miasto 20-100 tys.	16%	88
miasto 100-500 tys	21%	110
miasto powyżej 500 tys.	10%	94

wyszktałcenie		
podstawowe	9%	86
zas. zawodowe	14%	72
średnie	39%	101
wyższe	37%	122

Poinformowani — informacja w Internecie

Główne źródło informacji

68%₁₂₃

Internet

Najczęstszy sposób zdobywania informacji

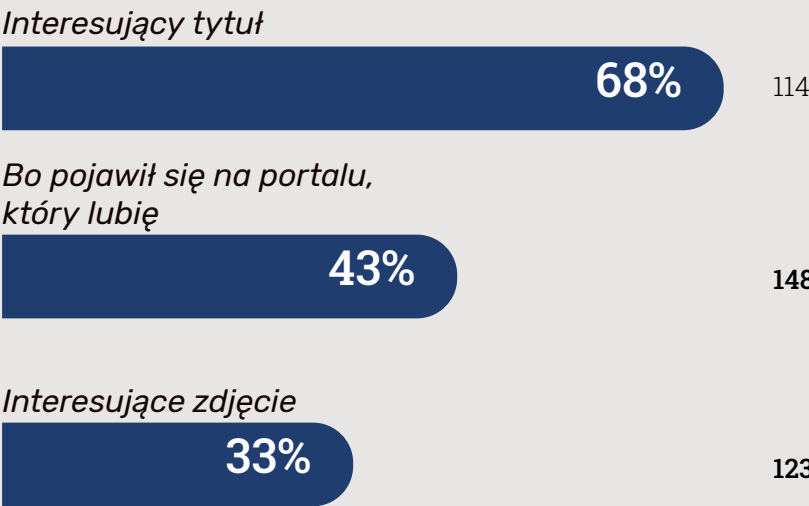
44%₁₄₅

Wchodząc bezpośrednio na portale informacyjne i na portale informacyjne

Korzystanie z portali

TOP	wyróżniające się
onet.pl	interia.pl
51% ₁₁₁	33% ₁₂₁
wp.pl	natemat.pl
51% ₁₁₃	24% ₁₅₄

Powody czytania artykułu w Internecie

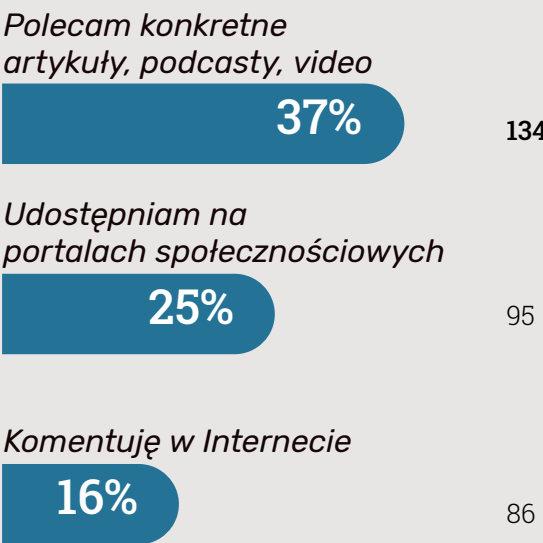


Trafiając na informację na portalu społecznościowym

Zwracam uwagę z jakiego serwisu pochodzi

17%₈₈

Sposoby dzielenia się informacją



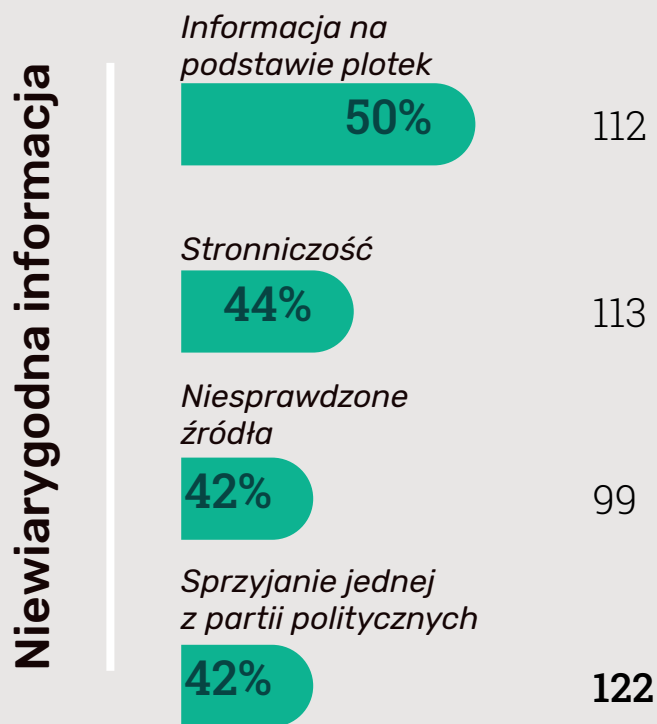
Sprawdzanie informacji kilka razy dziennie

78%₁₃₀

Okazje sprawdzania informacji — często

Gdy usłyszę, że coś interesującego się wydarzyło	58%	134
Gdy zainteresuje mnie jakiś temat i chcę go zgłębić	55%	115
Gdy przypadkiem trafię w Internecie na jakąś informację	42%	123
Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane w telewizji bądź radio	37%	117
Przy okazji korzystania z serwisów społecznościowych	37%	119
Przy okazji sprawdzania poczty e-mail – na portalu, gdzie mam pocztę	34%	131
Gdy chcę zrobić sobie przerwę, zrelaksować się	34%	145
Codziennie o tej samej porze sprawdzam, co się wydarzyło	30%	159
Gdy chcę sprawdzić informacje usłyszane od znajomych	27%	108
Gdy znajomi polecą mi jakąś informację (artykuł, video itp.)	21%	91

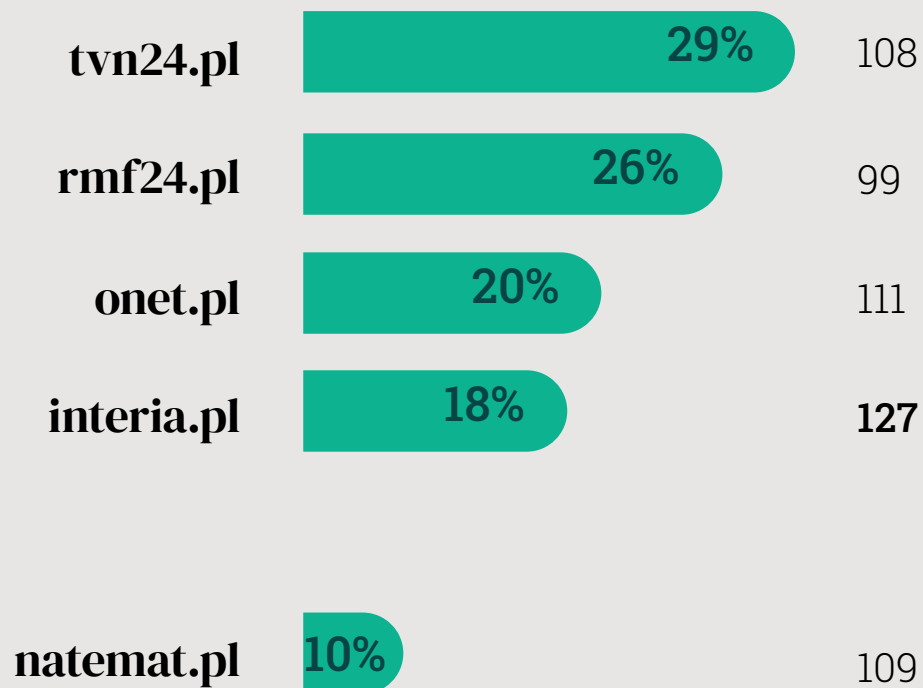
Poinformowani — wiarygodność informacji



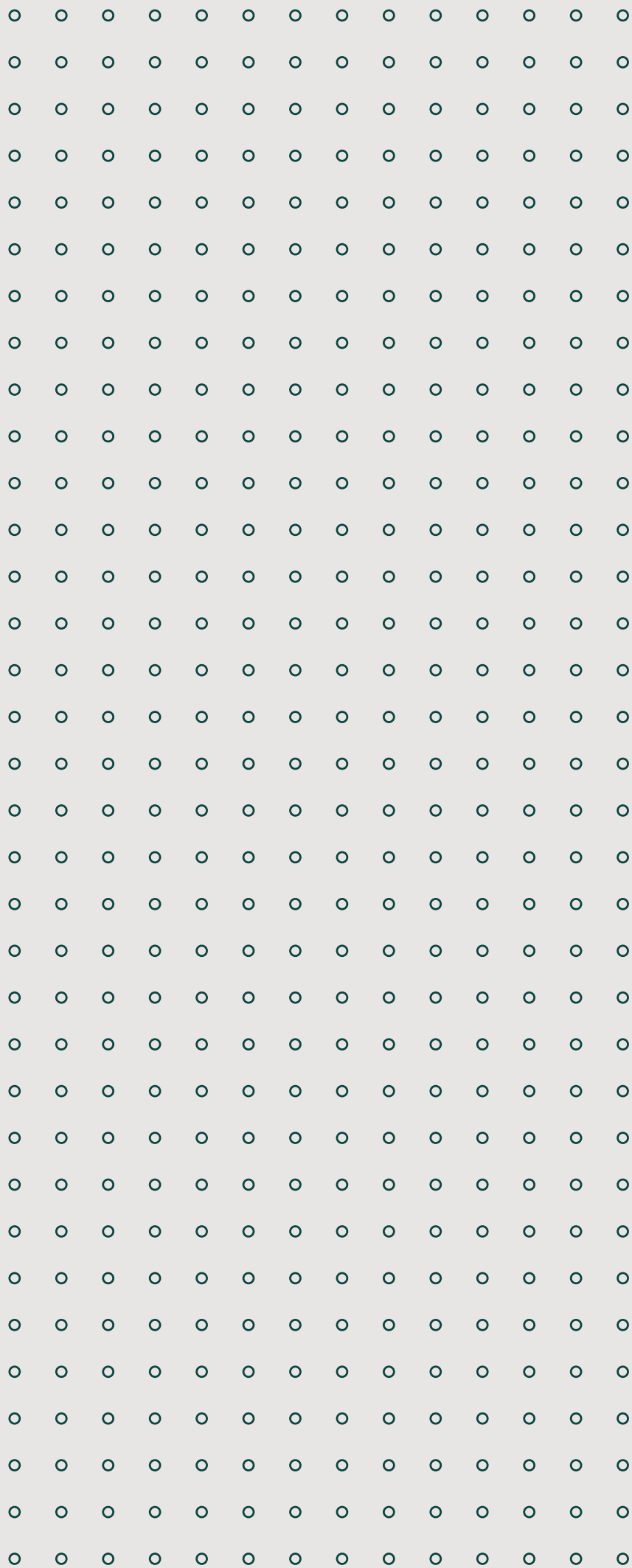
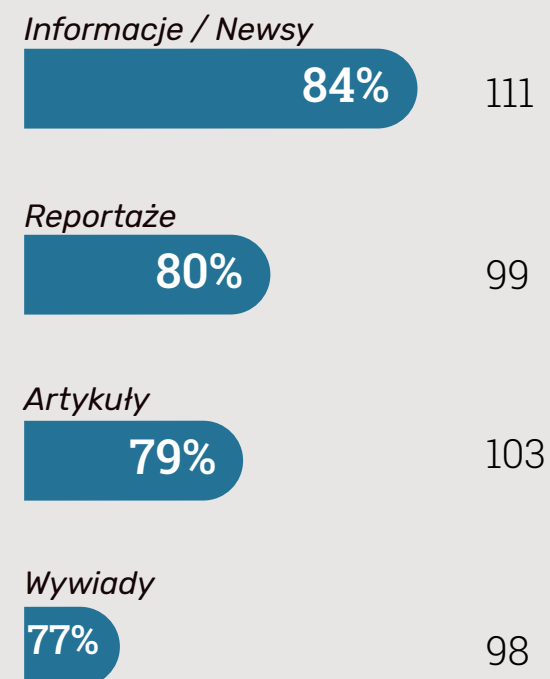
Najbardziej wiarygodne źródła informacji



Najbardziej wiarygodne portale informacyjne



Najbardziej wiarygodne formy przekazu



Podsumowanie: Poinformowani

O „poinformowanych” można by powiedzieć, że są **uzależnieni od bycia na bieżąco**. Częściej niż inni **oglądają telewizję, słuchają radia, czy czytają prasę codzienną**. Jednak **głównym źródłem informacji** dla „poinformowanych” jest **Internet, a 78% z nich sprawdza informacje kilka razy dziennie**, najczęściej poprzez portale informacyjne. Poza najpopularniejszymi: Onet.pl i WP.pl, częściej niż inni korzystają z interia.pl i gazeta.pl. „Poinformowani” najbardziej interesują się różnego rodzaju aktualnościami i wydarzeniami. Zwłaszcza **wydarzenia z Polski i świata** są dla nich szczególnie istotne. Sprawdzanie informacji jest dla nich zarówno **stałym punktem dnia**, jak i **możliwością do relaksu**. Często sięgają po aktualności także przy okazji oraz gdy coś szczególnego się wydarzy. „Poinformowani” czytają artykuł, ponieważ zainteresował ich jego tytuł, a także częściej niż inni po prostu ponieważ pojawił się na danym portalu lub miał interesujące zdjęcie. Z racji tego, że mają szerokie spektrum źródeł informacji, ponad 1/3 z nich **poleca innym konkretny artykuł, podcast lub video**.

Mają **duże zaufanie do Internetu**, jednak nie lubią informacji na podstawie plotek, stroniczych lub sprzyjających jednej z partii po-

litycznych. „Poinformowani” **ufają wielu ludziom z życia publicznego**. Najbardziej wiarygodnymi osobami z życia publicznego są dla nich Andrzej Duda, Donald Tusk, Tomasz Lis, Tomasz Siekielski i Mateusz Morawiecki – wszyscy znacznie częściej wymieniani przez osoby przypisane do tego segmentu niż do innych.

Wśród „poinformowanych” więcej jest mężczyzn, **szczególnie w wieku 45-54 lata z wykształceniem wyższym**. Osoby cechujące się takim podejściem do informacji częściej niż inni internauci głosowali na KO w ostatnich wyborach.

Korzystanie z Internetu i mediów tradycyjnych



Korzystanie z Internetu

Zdecydowana większość badanych korzysta z Internetu **codziennie**. Średni czas aktywnego korzystania szacuje się na **około 3 h** w ciągu dnia.

Poranek to moment dnia, w którym badani **po raz pierwszy** zaglądają do Internetu. Dzieje się to zazwyczaj po przebudzeniu, a przed wyjściem do pracy lub przed rozpoczęciem wykonywania innych obowiązków.

Facebook, Instagram i komunikatory społecznościowe to strony i aplikacje, które są odwiedzane w pierwszej kolejności. Niektórzy rozpoczynają dzień także od przeglądu portali informacyjnych.

Częstą sytuacją jest korzystanie z Internetu w trakcie wykonywania innych czynności lub podczas przemieszczania się komunikacją miejską. Badani korzystają z Internetu również w wolnych chwilach w pracy i w szkole.

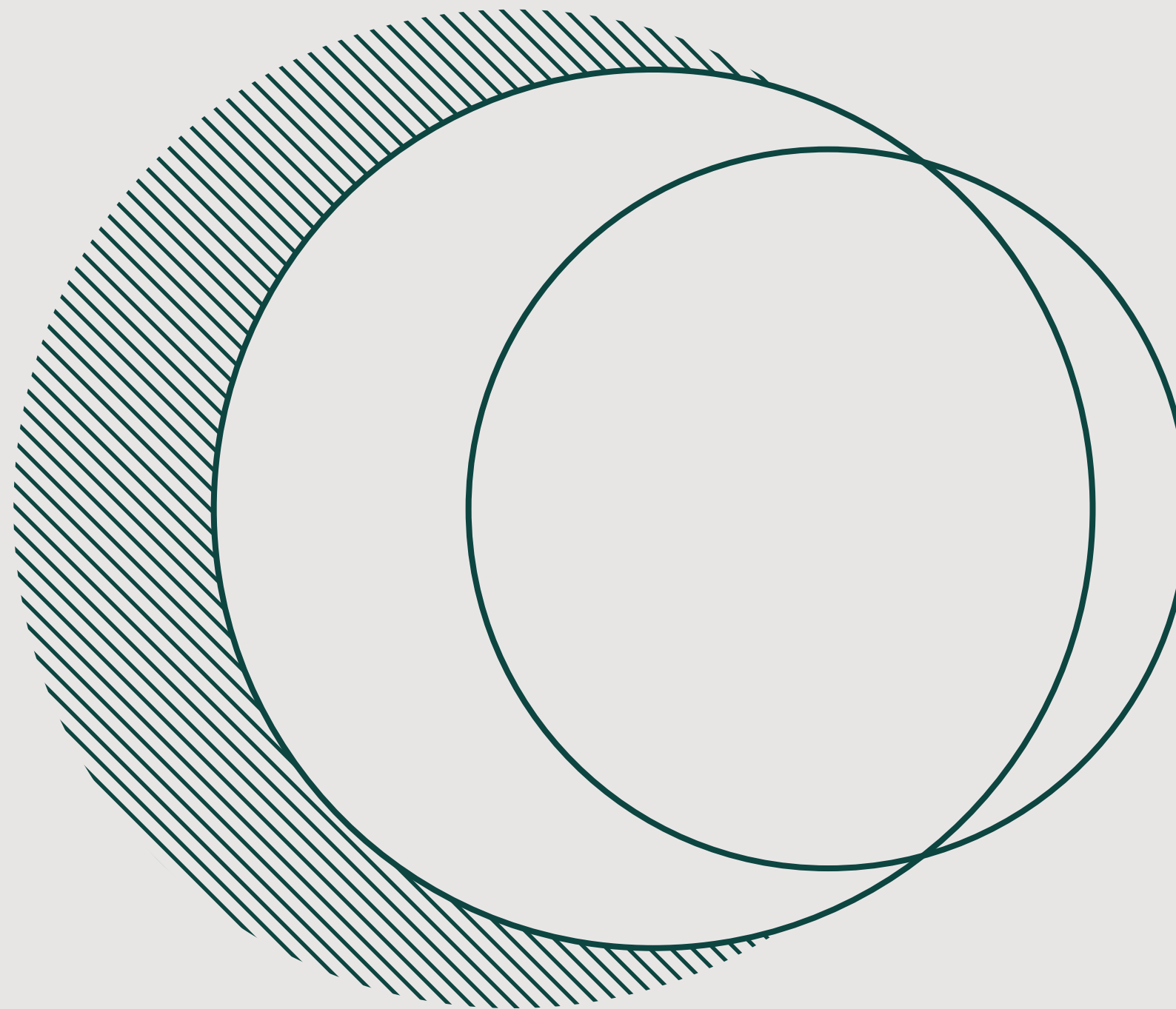
Urządzenia, na których najczęściej korzysta się z Internetu to smartfon i laptop.



Życie bez dostępu do Internetu

Jak mogłoby wyglądać

- a) Więcej czasu dla rodziny i bliskich
- b) Więcej czasu na czytanie książek, rozwijanie zainteresowań
- c) Załatwianie spraw (zakupy, płacenie rachunków) byłoby mniej wygodne i zajmowałoby więcej czasu
- d) Konieczność szukania informacji w mediach tradycyjnych, bibliotekach, publicznych informatorach



Czego brakowałoby najbardziej...

- a) Łatwości w kontaktowaniu się z bliskimi
- b) Możliwości szybkiego sprawdzania informacji
- c) Dostępu do portali społecznościowych
- d) Dokonywania szybkich operacji bankowych
- e) Dokonywania zakupów z domu

Cytaty

Internet

#1

Bardzo wcześnie. Zaraz po wstaniu sprawdzam e-maile, w tym sensie. Natomiast potem zwykle przy śniadaniu już przeglądam Internet.

#2

O 6:30 jak się budzę. Sprawdzam informacje dnia, modowe, komunikator, czasami przejrzę Fejsa, odkładam i chwilę zajmuję się sobą, a potem co chwilę zaglądam.

#3

No w zasadzie można powiedzieć, że prawie cały czas, bo w pracy jest wymóg, często sięgam do Internetu, a w domu też. Takie mamy czasy, że w zasadzie wszystko mamy w Internecie. Myślę, że co godzinę, co dwie godziny, można powiedzieć, że średnio jestem obecny w Internecie, natomiast takie rzeczy, jak poczta czy komunikatory to praktycznie non stop.

#4

Chyba nawet nie tych wiadomości, tylko możliwości szybkiego sprawdzenia. Tak się przyzwyczaiłem do tego, że jeżeli coś mnie zainteresuje, cokolwiek czy to jest model samochodu, który widzę, czy owad, który chodzi mi po oknie, to staram się to szukać na ten temat rzeczy w Internecie. [o życiu bez dostępu do Internetu]

Media tradycyjne

#1

Radio w samochodzie i w pracy. Sobie gdzieś tam brzdąka. W domu przeważnie puszczam sobie muzykę z komputera taką, jaką chcę. Telewizja wieczorami, Netflix lubię. Mam jakieś takie dwa serie, tak jak chyba większość Polaków.

#2

Rzadko kiedy czytam już gazety, naprawdę, bo jakoś tak, tak naprawdę wydaje mi się że w sieci mogę szybciej dotrzeć do treści która mnie interesuje.

#3

Z prasy nie korzystam, w telewizji zdarza mi się oglądać Polsat News, jest włączony i słucham. Radio sporadycznie, ale też.

#4

Ustawię sobie RMF to słucham tego, jak jest muzyka, to muzyki, co pół godziny są wiadomości to też się wysłucha co dzieje się w kraju i na świecie.

#5

Tak, cały czas mam włączony telewizor i czasami coś usłyszę jak sprzątam czy gotując obiad. Radio też mam cały czas włączone na swoich stacjach, ale są to stacje z Rzeszowa, Eska wiadomości i raczej z tego regionu, chyba że coś się wydarzy.

Pozyskiwanie informacji za pośrednictwem telewizji

Oglądanie wieczornych serwisów informacyjnych to dla wielu kwestia przyzwyczajenia – dla osób, które przeglądanie Internetu rozpoczynają od wczesnych godzin porannych, oglądanie programów informacyjnych nie stanowi głównego sposobu pozyskiwania informacji, a raczej jest kwestią przyzwyczajenia do formy telewizyjnego dziennika.

Różnice w przedstawianiu faktów w telewizji są bardziej wyraźne – z uwagi na mniejszą liczbę programów informacyjnych niż portali w Internecie, a także przez wzgląd na różnice w przedstawianiu wydarzeń (zwłaszcza politycznych). W telewizji łatwiej i szybciej jest porównywać narrację poszczególnych mediów.

Informacje docierają przy okazji – respondenci przyznają, że czasem włączają telewizję podczas wykonywania innych czynności, niekoniecznie w celu obejrzenia konkretnego programu. Wówczas informacje docierają do nich spontanicznie.

Cytaty



#1

Jeżeli coś mnie zainteresuje, co wyskakuje mi na WP czy na dzienniku, to dalej szukam informacji, nie wszystkich, ale poszczególnych na pewno.

#2

Bo w telewizji to tak jednym uchem się wpuści, drugim wypuści. No chyba, że coś zainteresuje, to faktycznie. Bo ten telewizor po prostu jest włączony. Robię obiad, czy jem śniadanie, to on jest włączony. Czasami nawet nie wiem, co tam leci. Pewnie są wiadomości, ale...

#3

Wydaje mi się, że jakoś zdarza mi się wyszukiwać spontanicznie. Ale to może tak, że gdzieś wyczytałam jakiś news i wtedy mogłam specjalnie wyszukać, bo byłam zaintrygowana w związku z tym dalej. W takim sensie. Ale kwestie polityczne staram się trochę omijać. Więc na siłę nie wyszukuję.

#4

Jeśli coś jest super fajnego, to jednak można się zagłębić i coś tam znaleźć, zweryfikować, popatrzyć, wpisać frazę w Google, czy w wyszukiwarkę i zagłębić się w to.

#5

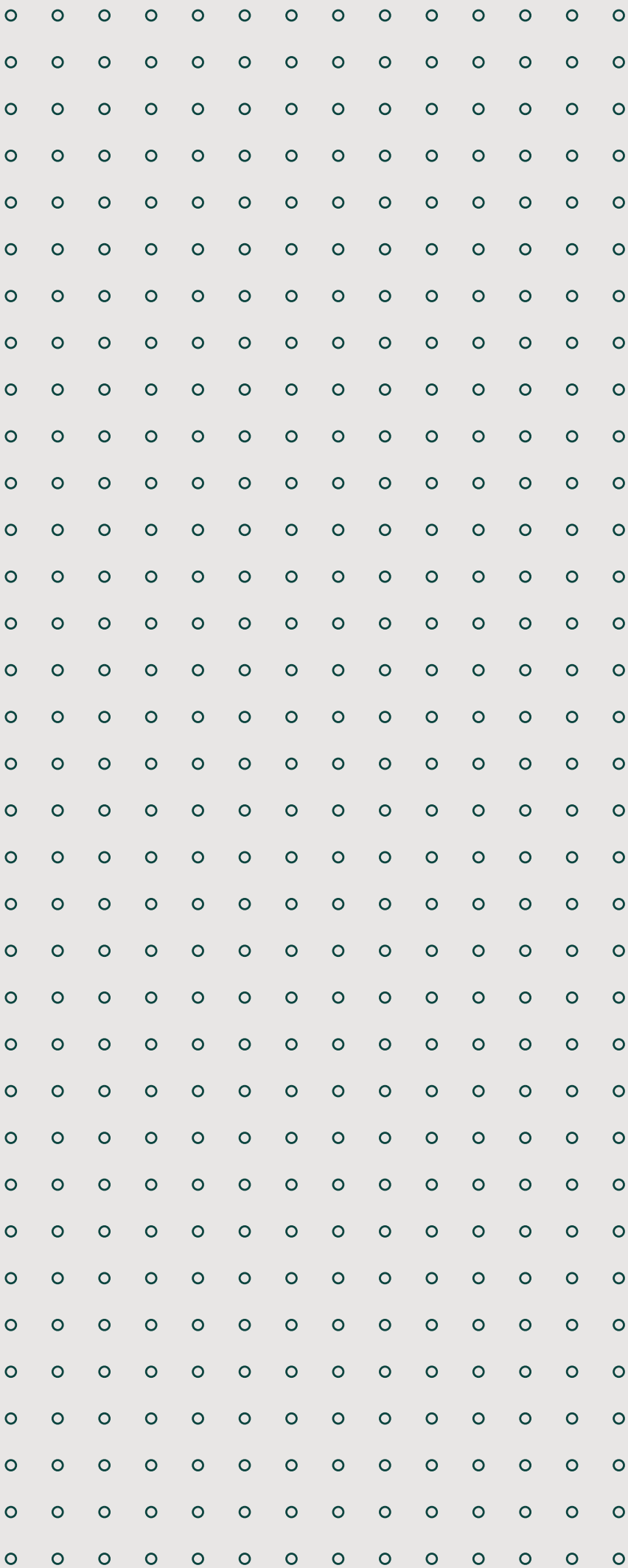
To też na tych informacyjnych kanałach. To tak sobie lubię oglądać po paręnaście minut każdą stację. Żeby sobie zobaczyć, co tam słychać w Polsce na każdej stacji.

#6

Tak przeważnie to jest Google. I Wpisuję hasło w Google i wyszukuje mi.

#7

Generalnie to taka ciekawość. Takie zastępstwo gazet to jest. Przede wszystkim sobie sprawdzam, znaczy czytam wiadomości ze świata, wiadomości sportowe. Nie szukam jakichś tam specjalnych, konkretnych wiadomości. Najczęściej jest tak, że się spojrzy, coś mnie zainteresuje i wchodzę tam, bo na przykład na Interii są tam, na początku mamy te główne wiadomości (...) tam mamy uszeregowane wiadomości z kraju, ze świata, wiadomości sportowe, gdzieś tam się jeszcze przewijają przepisy i tam też sięgam, bo mnie zainteresuje obrazek.



Portale informacyjne — cytaty



#1

Onet jest już starym serwisem, ja już też chwilę mam jak żyję i może dlatego się przyzwyczaiałam do Onetu. Czasami na WP zajrzę, ale to jakoś tak... Bo się przyzwyczaiłam. Nie dlatego, że tam są jakieś szczególne rzeczy, czy szczególne...

#2

Na Wirtualnej Polsce mam konto swoje mailowe założone, więc raczej nie ma czegoś takiego, co by mi się nie podobało. Lubię po prostu z tych stron korzystać. Tam wszystkie informacje tak

naprawdę są. Wiadomości różne i tam mam pocztę, jakieś ciekawostki, więc raczej nie mam żadnego, ale do tych stron internetowych.

#3

Na pewno fajne jest to, że na stronie głównej [Onetu i o2] mamy wszystkie informacje. I one są w takich jakby, jak to powiedzieć, bo teraz mówiłam wizualnie jak wygląda strona. Takie kafelki z jakimś skrótem info. Tam jest dodane zdjęcie i wiele po prostu...

#4

Są przejrzyste, od razu rzucają mi w twarz główne artykuły, które mogą mnie zainteresować, jest jakieś zdjęcie albo tytuł, który przykuwa oko.

#5

Fakt 24, Onet, WP, O2, nieraz zdarzy mi się wejść na interię.pl, gdzie wyświetlają się ogólne wiadomości z całego świata, piszą o zamachach, tragediach, które się wydarzyły.

#6

Jakoś bardziej mi Interia podchodzi. Czasami jeszcze zaglądam na taką stronę o2. Gdzieś tam są linki do o2, to teraz mnie tam przerzuca, bo te portale generalnie to przerzucają na jakieś inne najczęściej. Ale jakoś Interia mnie bardziej. WP od czasu do czasu, znaczy sport mi się podoba bardziej na WP. Tam są takie zielone strony o sporcie i tam bardziej fajnie to zrobione niż na Interii, natomiast jeżeli chodzi o cały układ pierwszej strony, gdzie wiadomości przeglądam to

wydaje mi się, że Interia jest bardziej uporządkowana. Może to też wynika z tego, że mam pocztę na Interii i tam od razu wchodzę na pocztę, pogoda też mi się tam podoba na Interii, też jest fajnie zrobiona.

#7

Podoba mi się, że na tych stronach jest dość przejrzyste, że nie muszę wyszukiwać wiadomości, tylko automatycznie wchodząc od razu mam te wiadomości, które chcę wyszukać. Są w zasięgu mojego wzroku, są dość wyraźnie napisane czy podkreślone na czerwono i przejadę tylko palcem i już widzę gdzie co jest, jeśli chodzi o telefon. Laptop ma większy ekran, więc widzę więcej niż na telefonie czy na tablecie.

Przytłoczenie informacjami nie stanowi powszechnego problemu

Uczucie przytłoczeniem informacjami **nie występuje jako faktyczny problem**. Respondenci uważają, że sami kontrolują przepływ treści, które do nich trafiają i w momencie, gdy czują się nimi zmęczeni, **potrafią wyłączyć media** i zająć się czymś innym.

Kilkoro badanych przyznało jednak, że miało do czynienia z uczuciem przytłoczenia informacjami. Podawano konkretne przypadki albo typy sytuacji, w których staje się to problemem:

- a) Katastrofa smoleńska
- b) Przy okazji wyborów
- c) Natężenie negatywnych newsów
np. katastrofy, choroby, śmierć
- d) „Gorący temat”, o którym mówi się
bez przerwy przez kilka dni
- e) Poczucie, że wszystkie media
podają te same informacje

Dla niektórych przytłoczenie informacji kojarzy się również z przesytem treści zawartym w jednym materiale/artykułach, przytłoczeniem reklamami czy zbyt dużą ilością negatywnych komentarzy w Internecie.



Te wszystkie urządzenia mają jeden cudowny guzik, z którego wielu ludzi nie umie korzystać, zawsze to można wyłączyć.

Cytaty

Informacja w formie tekstu

#1

Zależy jak ten tekst jest napisany, zależy czy w połowie tekstu już jakby mam dosyć to znaczy jakby zappełniła się moja ciekawość, bo czasami też tak jest. Czasami jest tak, że jest bardzo dużo opisu i człowiek po prostu przelatuje wzrokiem, wylapuje jakieś główne elementy i z tego sobie tworzy całość.

#2

Nie ma znaczenia. Nawet nie sprawdzam czy to jest z pierwszej ręki. [o tekstach autorskich]

#3

Cieężko jest to określić. Dla niektórych może być 5 stron a dla niektórych 2 zdania i to już może zniechęcić. No nie umiem odpowiedzieć na to pytanie. Jeśli coś jest fajnego no to można to opisać w paru stronach i to się fajnie czyta, prawda?

Podejmowanie aktywności

#4

Artykuły bardzo rzadko, częściej zbiórki charytatywne. Tam jest strona zrzutka.pl czy pomagamy.pl i jeżeli widzę, że tam ktoś zbiera na konkretny cel, kiedy każda złotówka może ratować życie, to udostępniam to, staram się namówić jak najwięcej osób do wpłacenia jakiegokolwiek sumy.

#5

Gdy ludzie bardzo tak wypowiadają się czy wulgarnie, na przykład w komentarzach, jak czytam ten wulgaryzm taki, hejt jak to się mówi teraz. Nie lubię tego naprawdę. Ten hejt się rzuca bardzo często w oczy, nawet i w tych komentarzach. Są przytłaczające, które odrzucam po prostu.

#6

Nie mam takiej potrzeby, jakoś w ogóle nie komentuję. Nawet na forach nic nie piszę, nie mam potrzeby.

#7

Dlaczego nie komentuję? Bo mi szkoda na to czasu czasami. Bo jak czytam czasami te komentarze to mi żal prawda, żal czasu na to żeby to czytać.

Przytłoczenie informacjami

#8

Wie pan co, nie. Ja nie odczułam, że jestem przytłoczona. Pod tym względem... Potrafię powiedzieć sobie w jakiś sposób „Dobra, kończę”, bo mam coś innego do zrobienia. Nie czuję się aż tak uzależniona. Chociaż czasami się uśmiecham, zerkając na Facebook, to człowiek już w jakiś sposób się uzależnił od tej aplikacji, którą posiada

#9

Tak naprawdę te wszystkie informacje się powtarzają. Gdzieś tam... Jeżeli czytam jedną informację i w drugim linku 3/4 tej informacji się powtarza. Ale nie było tak, żebym była jakaś, nie wiem, przytłoczona ilością

#10

Znaczy wydaje mi się że Internet daje nam tę swobodę, że możemy się w każdej chwili wyłączyć. Także mam nad tym kontrolę, tak samo jak telewizor mogę wyłączyć, jak mam dosyć to wyłączam.

Cytaty

Nieprawdziwe informacje

#1

Wiem, czego to dotyczyło, natomiast szczegółów już nie pamiętam, bo ja takie rzeczy staram się wyrzucać z pamięci, bo mi szkoda głowy. Podana była informacja o śmierci któregoś z aktorów. I okazało się to oczywiście plotką, bujdą.

#2

To, że tak powiem, bardzo przepraszam za określenie, ale jak wam Czajka strzeliła to włączyłam wtedy akurat w trakcie całej tej, tego problemu, włączyłam jakieś wiadomości najpierw na Polsacie,

bo Polsat chyba pierwszy daje wiadomości. Trafiłam na akurat wiadomości o Czajce. Przerzuciłam na Fakty i trafiłam również na informacje o Czajce. Po czym po chwili przełączyłam na TVP1 i też były informacje o Czajce. I stwierdziłam, że żyję w Matrixie. Więc dlatego skrzętnie omijam wiadomości.

#3

Jak się dowiedziałem? Tak, bo na przykład było coś takiego, że później ktoś, dana osoba, która była konkretnie zainteresowana, dementuje to. Czy publicznie opisując na stronach internetowych, informacyjnych, czy tam telewizyjnych. Później dementuje, że tak nie było, że tak nie jest. Ale to też jest tak... Wie pan, że ktoś dementuje, a za chwilę wychodzi i on kłamie.

Wiarygodność źródeł

#4

Właśnie generalnie akurat Internet wydaje się takim źródłem informacji mało sprawdzonych i niewiarygodnych. Jednak te informacje w prasie, na przykład w Angorze, wydają mi się bardziej wiarygodne. To są takie rzetelne artykuły.

#5

Dla mnie nie ma. Bo nie powiem, że wierzę w Internet tylko i wyłącznie. Bo wie pan, trochę młodszy ode mnie szukają jakiś informacji i wchodzi w Wikipedię. Ja też korzystam z Wikipedii, oczywiście, że korzystam. Natomiast to, co w Wikipedii jest podane, niejednokrotnie, bo nie zawsze, ale zdarza mi się zweryfikować, bo znajduję bzdury.

#6

Wydaje mi się, że dziennikarze TVN dość obiektywnie przedstawiają. Bo to posłużę się przykładem Polskiego Radia... Nie, radio nie. TVP1, TVP2 Telewizji Polskiej, to wydaje mi się w ogóle nie wiarygodna telewizja. Bardziej wiarygodne informacje z TVN chyba jednak są.

#7

Niewiarygodne? No plotkarskie, nie wiem na przykład pudelek.pl, tak, no wiadomo, że jakby z tego show biznesu, że to jest wszystko możliwe, zakładane i tak dalej, tak, że to są informacje nieprawdziwe i jakby wtedy nie zagłębiał się w ten, bo to jest lekkie, łatwe i przyjemne, czytam to, ale jakby nie biorę tego do siebie no, bo nie jest to wartościowe.

Cytaty



#1

No właśnie prawdomówność, uczciwość wobec drugiego człowieka, prawdomówności. I sobą reprezentować też i w życiu, tak jak wielu innych ludzi. Jak ktoś pracuje na przykład w zawodach takich zastrzeżonych, no niezastrzeżonych, tylko na przykład policjanci, wojskowi, sędziowie, lekarze, mają swoje stanowisko i on nie tylko w pracy, ale i na co dzień, gdzieś tam jedzie, gdzieś tam przebywa, też powinien mieć z tyłu głowy, że powinien być uczciwy.

#2

Jakie cechy powinien mieć? No nie wiem, powinien być uczciwym w tym, co robi. Bezstronny.

#3

Myślę, że powinien być bardzo rzetelny, sprawdzać informacje, które dalej przekazuje. Pracować u źródła czyli jakoś te informacje zdobywać, dbać o swój warsztat czyli pisać do rzeczy, składnie, w miarę obiektywnie i tak dalej.

#4

Powinien mieć obiektywizm, upór, żeby dowiadywać się prawdy i brnąć w to, nie rezygnować, powinien być rzetelny, sprawiedliwy.

#5

Dla mnie rzetelne dziennikarstwo jest to dziennikarstwo które nie jest powiązane z polityką, z partiami. Jakoś nie bardzo, jest to po prostu przedstawianie tego co się aktualnie dzieje no, ale w taki sposób żeby nie narzucać osobie która to czyta... Jakby to nazwać, żeby nie narzucać odbioru, może nie tyle odbioru co końcowych wniosków.

#6

Powinien podawać informację sprawdzoną. Jeśli tego nie sprawdził, jest niesprawdzone tylko jest jego domysłem to powinien zaznaczyć, że to jest jego zdanie, że to nie jest fakt.

#7

Cierpliwy, chce mu się potwierdzać wszystkie informacje, dociekliwy, żeby szukał tych informacji, musi być komunikatywny, żeby potrafił porozumieć się z drugą osobą, dowiedzieć się. musi mieć lekkie pióro, żeby łatwo coś napisać i żeby to ciekawie napisane.

#8

No jakie cechy powinien mieć, no powinna to być osoba która faktycznie jest zainteresowana przekazywaniem prawdziwych faktów, która przez nikogo nie jest manipulowana.

Materiały reklamowe i profilowanie w **Internecie**



Teksty sponsorowane

Badani znają pojęcie tekstów sponsorowanych jednak **nie zawsze są pewni, czy mieli z nimi styczność**. Nawet ci, którzy przyznają, że zdarzyło im się czytać taki tekst, nie pamiętają, czego dotyczył. Pojedyncze osoby wskazały, że najczęściej trafiają na teksty dotyczące sposobów na odchudzanie, motoryzacji i sprzętów elektronicznych.

Wiarygodność tekstów sponsorowanych jest zróżnicowana. Badani nie wyrażają zastrzeżeń co do warstwy informacyjnej, jednak **wątpliwości budzi emocjonalna strona tekstu** np. sugerowanie, że dany produkt jest najlepszy na rynku. Takie teksty wzbudzają również skojarzenia z reklamami. Panuje przekonanie, że jeśli ktoś zapłacił za powstanie materiału, to nie może być on w pełni wiarygodny. **Przydatność tekstów sponsorowanych oceniana jest przez wzgląd na aspekt informacyjny**.

Jedna z respondentek miała również styczność z tekstami sponsorowanymi jako strona, która zleciła stworzenie takich materiałów. Teksty pojawiały się za pośrednictwem Facebooka, a ich skuteczność okazała się niewielka – rzeczywista liczba odsłon takiego tekstu była dużo niższa niż oczekiwana.

Profilowanie treści w Internecie

Selekcjonowanie treści w Internecie kojarzone **jest wyłącznie z segmentem reklam**. Badani wykazują się dużą świadomością tego zjawiska, ale jedynie w obszarze materiałów reklamowych – zdecydowana większość przyznała, że dostrzega profilowanie treści reklamowych podczas codziennego korzystania z Internetu. Respondenci **nie postrzegają selekcjonowania treści jako profilowania informacji**.

Świadomość tego zjawiska wzbudza mieszane emocje. Niektórzy badani przyznają, że pomimo dostrzegania takich zabiegów, nie zastanawiają się nad powodami ich stosowania ani możliwymi skutkami, ponieważ **nie mają poczucia, że może mieć to wpływ na ich życie**.

U wielu respondentów wywołuje to jednak negatywne odczucia – badani nie są zadowoleni z faktu bycia „śledzonym”. Bardziej świadomi użytkownicy **wyrażają obawę o swoje bezpieczeństwo w sieci** – świadomość profilowania może sugerować również inne sposoby zbierania lub wykorzystywania informacji na ich temat.

Niezależnie jednak od stopnia świadomości – zjawisko profilowania treści **nie wpływa na sposób korzystania z Inter-**

netu. Respondenci zdają sobie sprawę z tego, że jest to nieuniknione, a oni sami nie mają możliwości przeciwdziałania takim zabiegom.

Cytaty

Teksty sponsorowane

#1

To znaczy mogłem przeczytać początek, mogłem przeczytać. Ale jak zauważyłem, że ktoś za dużo takich, za dużo słodkości to da się wyczuć. Że na dany temat, że to już jest sponsorowane.

#2

No w ogóle nie są, znaczy, jeśli chodzi o warstwę informacyjną, to rozumiem, że są zgodne z prawdą, natomiast jeśli chodzi o inne, które przekazują, to nie można im wierzyć, bo to jest oczywiste, że jeśli ktoś coś sponsoruje, to tekst będzie pochlebny.

#3

Dla mnie to jest trochę, może nie tyle co przekłamane, okej, może produkt zasługuje na taką cenę jaką ma. I może faktycznie jest taki wspaniały. Ale dla mnie, gdzieś tam traci na wartości właśnie przez to, że jest to przedstawione tak sztucznie.

Reklamy

#4

Czasami nie przeszkadzają, bo gdzieś są na dole strony. Po prostu są. A czasami same się załączają, odpalają się jakieś filmy reklamowe. Wystarczy gdzieś tam trącić paluchem i od razu załączają się wielkie zakładki z jakąś reklamą. To trochę jest denerwujące właśnie.

#5

Przeszkadzać przeszkadzają, natomiast zgodzę się na to, dlatego że jeżeli chcę mieć darmowy serwis, to skądś ten serwis musi się w jakiś sposób utrzymać. A utrzymuje się z reklam. Zresztą tam pracują ludzie, informatycy, przecież tym ludziom trzeba zapłacić. Wszystko kosztuje pieniądze. Nie bierze się to znikąd, prawda?

#6

Czytam tekst i od dołu pokazuje się reklama i rozbija mój tok myślenia, moje skupienie na tekście, zaczyna mnie to denerwować, chcę już wyłączyć, klikam dwa razy, ale nic się nie wyłącza, za chwilę zniknie. Wracam do tekstu, szukam, gdzie byłem, więc to trochę rozbija, na pewno to denerwuje.

Profilowanie treści

#7

Może stwarzać zagrożenia, jakby cyber przestrzeń, że moje dane mogą być wykorzystywane głównie później, jakby do tych celów, do których ja bym nie chciała, żeby były wykorzystywane.

#8

Trochę tak nieswojo czasami. Tym bardziej, że czasami jak jestem w jakimś sklepie, nawet nie wpisuję tej frazy do Internetu, a pewnie smartfon załączy lokalizację, to później właśnie mam reklamę z tego sklepu. Żeby sobie coś od nich kupić.

#9

Oczywiście, że tak. Wie pan, otwieram Internet, czegoś tam szukam i przy okazji pojawiają mi się reklamy. Przecież Wielki Brat czuwa, widzi, po jakich stronach ja chodzę, jakich informacji szukam. Ewidentnie reklamy, które potem są... Które pokazują, wyświetlają mi się, myślę, że jest efektem tego, po jakich ja stronach chodzę, jakich informacji szukam.

Polak w internecie

Co i jak czytamy? Czy łatwo nas zmanipulować?

POWERED BY
SEBASTIAN KULCZYK
INCREDIBLE
INSPIRATIONS

na:Temat



2020 © Grupa naTemat. Wszelkie prawa zastrzeżone