



**„Dziecko w sieci” –
badanie zagrożeń związanych z poznawaniem ludzi
przez Internet wśród dzieci w wieku 12-17 lat**

20-25 października 2004



Podsumowanie



Podsumowanie (1)



- Zdecydowana większość badanych (91%) korzystała z Internetu codziennie lub prawie codziennie, w domu (55,2%) lub w szkole (25,1%).
- Badani najczęściej przeglądają strony www (95,8%), ale drugą pod względem popularności formą korzystania z Internetu jest używanie komunikatorów (89,2%). Najpopularniejsze jest korzystanie z komunikatorów tekstowych (88,4% korzystających z komunikatorów). W związku z tym, że komunikowanie się z innymi przez Internet należy do najpopularniejszych sposobów wykorzystywania tego medium, przeprowadzenie kampanii uświadamiającej dzieciom niebezpieczeństwa związane z poznawaniem nowych osób przez Internet jest jak najbardziej wskazane.
- Akcja „Dziecko w sieci” była dobrze zapamiętana. Wśród internautów do których przekaz był skierowany (12-17 lat) aż 85,3% słyszało o tej akcji. Podobnie silne było zapamiętanie akcji wśród osób dorosłych.
- Znajomość akcji ma duże przełożenie na postrzeganie zagrożenia związanego z poznawaniem nowych osób przez Internet, natomiast nie zanotowano wyraźnego wpływu znajomości akcji na zmianę zachowań związanych z nowymi internetowymi znajomościami.
- Podstawowym medium, które wpłynęło na zapamiętanie kampanii była telewizja. Na młodych internautów (wiek 12-17 lat) w znacznie większym stopniu niż na dorosłych oddziaływały takie media jak Internet (bannery widziało 50,6% badanych) oraz prasa (reklamy prasowe widziało 49,4% badanych).



Podsumowanie (2)



- Badani są generalnie dość ostrożni, jeśli chodzi o przekazywanie swoich danych personalnych osobom poznanym w Internecie. Najbardziej podają swój adres zamieszkania, najczęściej – adres e-mail, który wydaje im się być najbardziej anonimową informacją.
- Ostrożność badanych wynika przede wszystkim z faktu, że zdają sobie oni sprawę z tego, jak bardzo niebezpieczne może być podawanie danych osobowych obcym osobom. Aż 41,9% badanych zgadza się „zdecydowanie” z tym, że takie zachowanie może być niebezpieczne, kolejne 40,1% „raczej się zgadza”.
- Ponad połowie badanych przynajmniej raz zdarzyła się sytuacja, gdy ktoś usilnie wbrew ich woli usiłował z nimi rozmawiać. Spośród zaczepianych w sieci 23,7% przyznaje, że taka sytuacja ich przestraszyła.
- Aż 64,5% badanych przyznaje, że przynajmniej jedna osoba próbowała się z nimi umówić na spotkanie poza Internetem.
- Można rozróżnić sposoby zachowań ze względu na cechy społeczno-demograficzne. I tak na znajomość akcji i reklam wśród dziewcząt bardziej wpływają tradycyjne media, chłopcy są bardziej podatni na reklamę internetową. Dziewczeta są bardziej świadome zagrożeń związanych z poznawaniem nowych ludzi przez Internet, rzadziej przekazują obcym dane osobowe, a zwłaszcza adres e-mail, rzadziej decydują się pójść na spotkanie z osobą poznaną w Internecie, a jeśli już idą, częściej informują o nich (zwłaszcza rówieśników) oraz zabierają ze sobą osobę towarzyszącą. Jednocześnie dziewczeta częściej niż chłopcy są zaczepiane w Internecie i częściej przeraża je taka sytuacja.



Podsumowanie (3)



- Istnieją również zależności w zachowaniu nastolatków ze względu na ich wiek – im dziecko młodsze, tym lepiej zapamiętało kampanię. Natomiast wraz ze wzrostem wieku spada poczucie zagrożenia związanego z poznawaniem nowych osób w Internecie oraz zwiększa się procent osób chodzących na spotkania z osobami poznanymi przez Internet. Starsi również częściej dostają propozycje takich spotkań.
- Dzieci mieszkające na wsi rzadziej niż ich miejscy koledzy deklarują, że korzystają z Internetu w domu. Z kolei dzieci z dużych miast lepiej zapamiętały zarówno akcję „Dziecko w sieci” jak i reklamy tej akcji. Częściej również zdarza im się dostawać propozycję spotkania.



Spis treści



- O badaniu 7
- Korzystanie z Internetu 9
- Zapamiętanie akcji „Dzieci w sieci” 19
- Orientacja w zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet 25
- Zachowania związane z poznawaniem nowych osób w Internecie 35



O badaniu



O badaniu



- Badanie realizowane było na serwisach skupionych w ramach sieci reklamowej GRP Net.
- Ankiety (której pierwszą wersję przedstawiła Fundacja Dzieci Niczyje, a ostateczna wersja była efektem współpracy Fundacji oraz Gemius SA) wyświetlały się losowo.
- Grupa ankietowana to internauci w wieku 12-17 lat, którzy wypełnili ankietę do końca. Dla potrzeb określenia skuteczności akcji reklamowej „Dziecko w sieci” o zapamiętanie kampanii pytano również dorosłych badanych.
- W ramach badania zebrano 3218 ankiet, w tym 1487 ankiet wśród dzieci w wieku 12-17 lat.
- Response rate (liczba ankiet wypełnionych do liczby wyświetlonych zaproszeń do badania) kształtował się na poziomie 2,3%.
- Celem badania było określenie:
 - stopnia zapamiętania kampanii „Dziecko w sieci” oraz medium reklamowego najbardziej skutecznego w reklamowaniu akcji
 - sposobu korzystania z Internetu przez dzieci
 - zachowania się dzieci w czasie nawiązywania kontaktów z innymi internautami
 - poziomu świadomości zagrożeń związanych z poznawaniem ludzi w Internecie



Korzystanie z Internetu



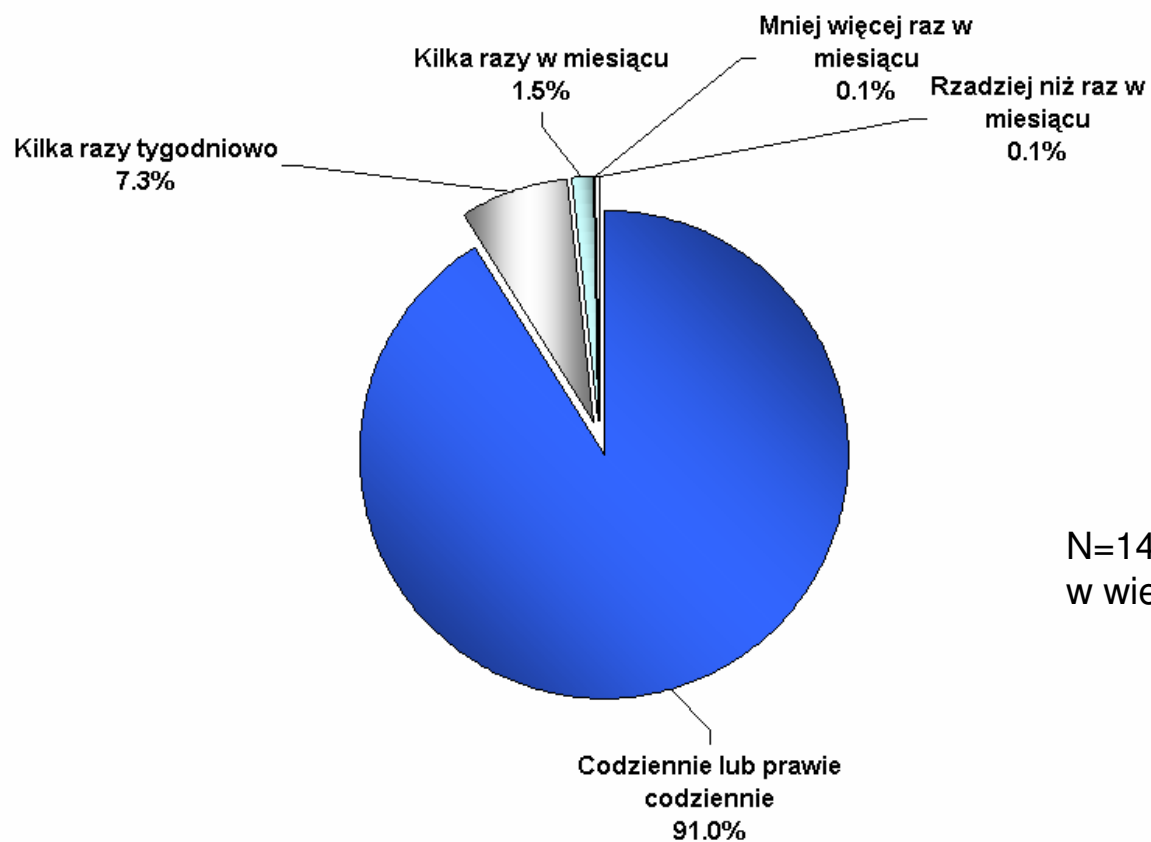
Korzystanie z Internetu



- Zdecydowana większość badanych (91%) korzystała z Internetu codziennie lub prawie codziennie. Dzieci ze wsi rzadziej niż ich rówieśnicy z większych miast (pow. 20 tys. mieszkańców) deklarują, że korzystają z Internetu „codziennie lub prawie codziennie”.
- Zdecydowana większość dzieci korzysta z Internetu w domu (55,2%), co czwarty badany – w szkole. Dzieci ze wsi nieco rzadziej deklarują, że korzystają z Internetu w domu.
- Badani najczęściej przeglądają strony www (95,8%), ale drugą pod względem popularności formą korzystania z Internetu jest używanie komunikatorów (89,2%). W związku z tym, że komunikowanie się z innymi przez Internet należy do najpopularniejszych sposobów wykorzystywania tego medium, przeprowadzenie kampanii uświadamiającej dzieciom niebezpieczeństwa związane z poznawaniem nowych osób przez Internet jest jak najbardziej wskazane.
- Chłopcy częściej niż dziewczęta korzystają z serwisów P2P i gier internetowych, natomiast dziewczynki nieco chętniej poświęcają czas na czaty. Można również zauważyć, że wraz z wiekiem maleje chęć korzystania z gier internetowych i chatów, natomiast rośnie – korzystanie z serwisów P2P.
- Osoby korzystające z komunikatorów najczęściej używały komunikatorów tekstowych (88,4% wszystkich badanych). Osoby mieszkające na wsi rzadziej deklarują korzystanie z tych komunikatorów.



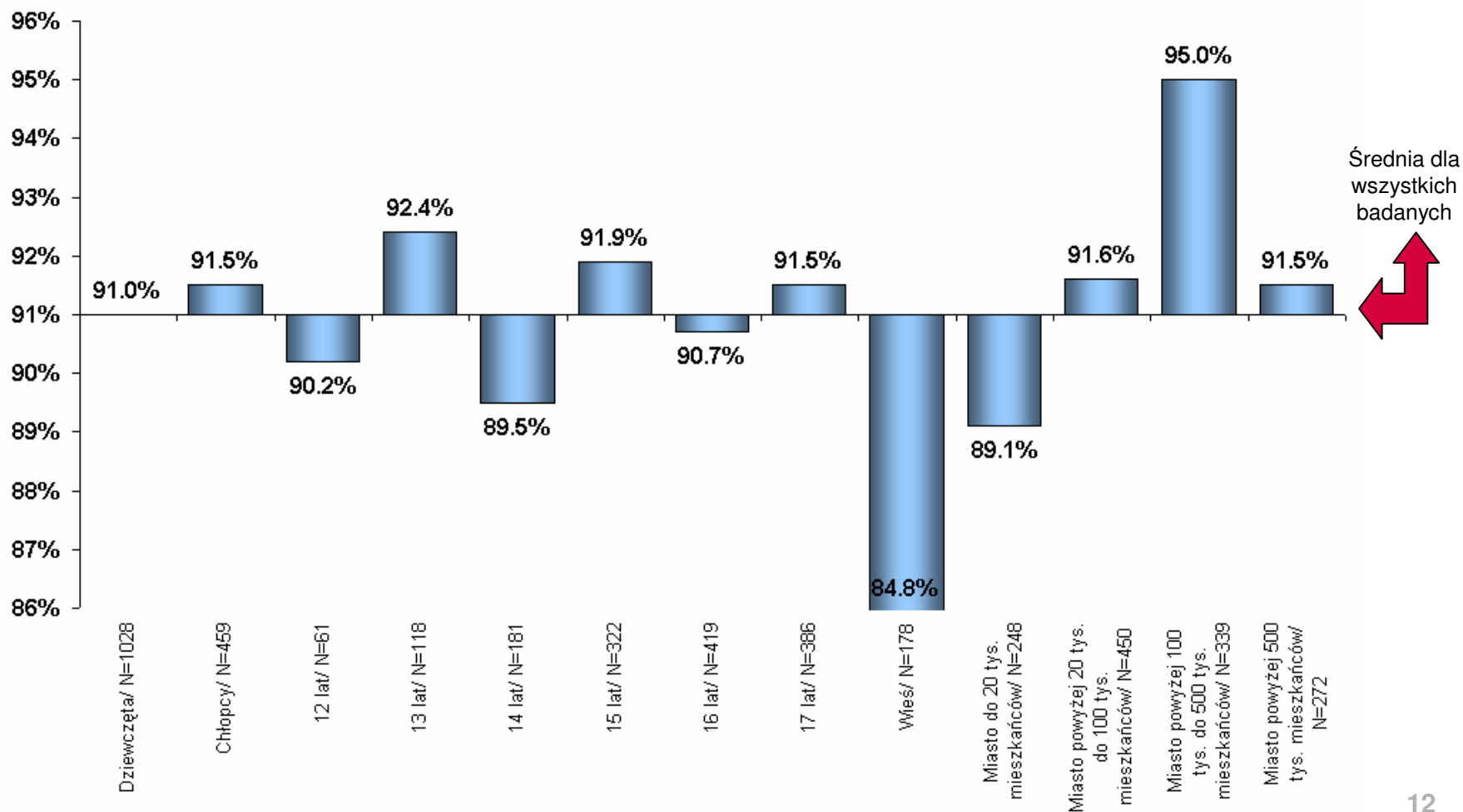
Jak często korzystasz z Internetu?



N=1487 (wszyscy badani w wieku 12-17 lat)

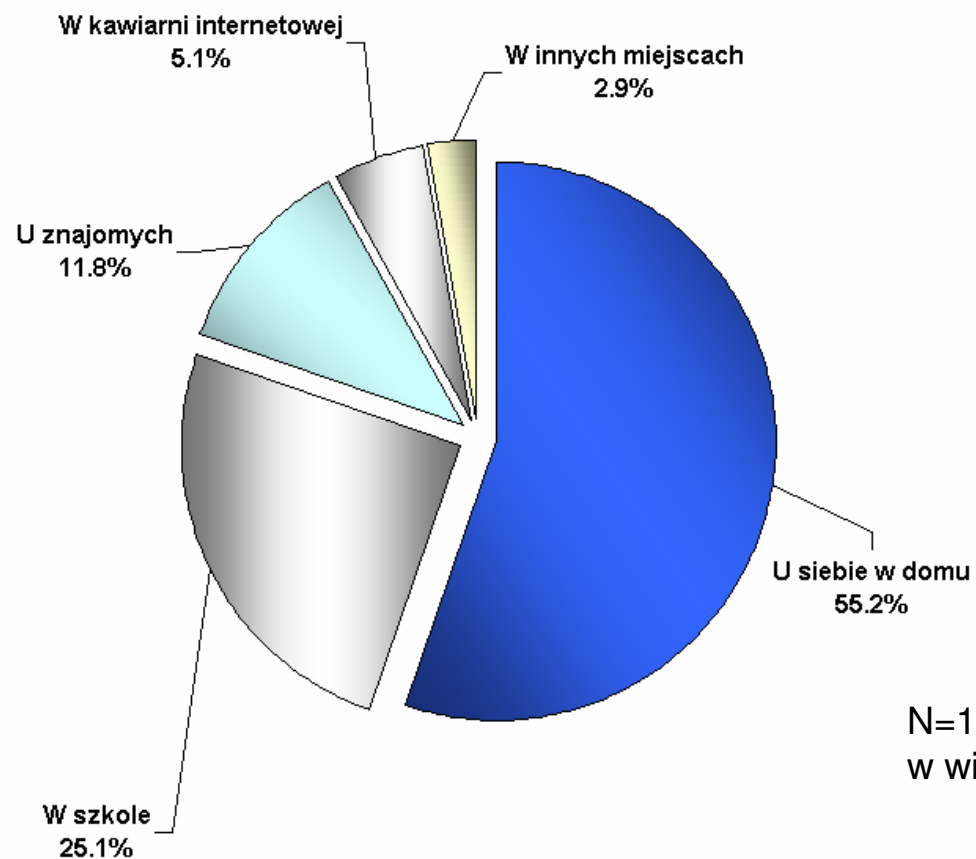


Jak często korzystasz z Internetu? – odpowiedzi „codziennie lub prawie codziennie” w podziale demograficznym





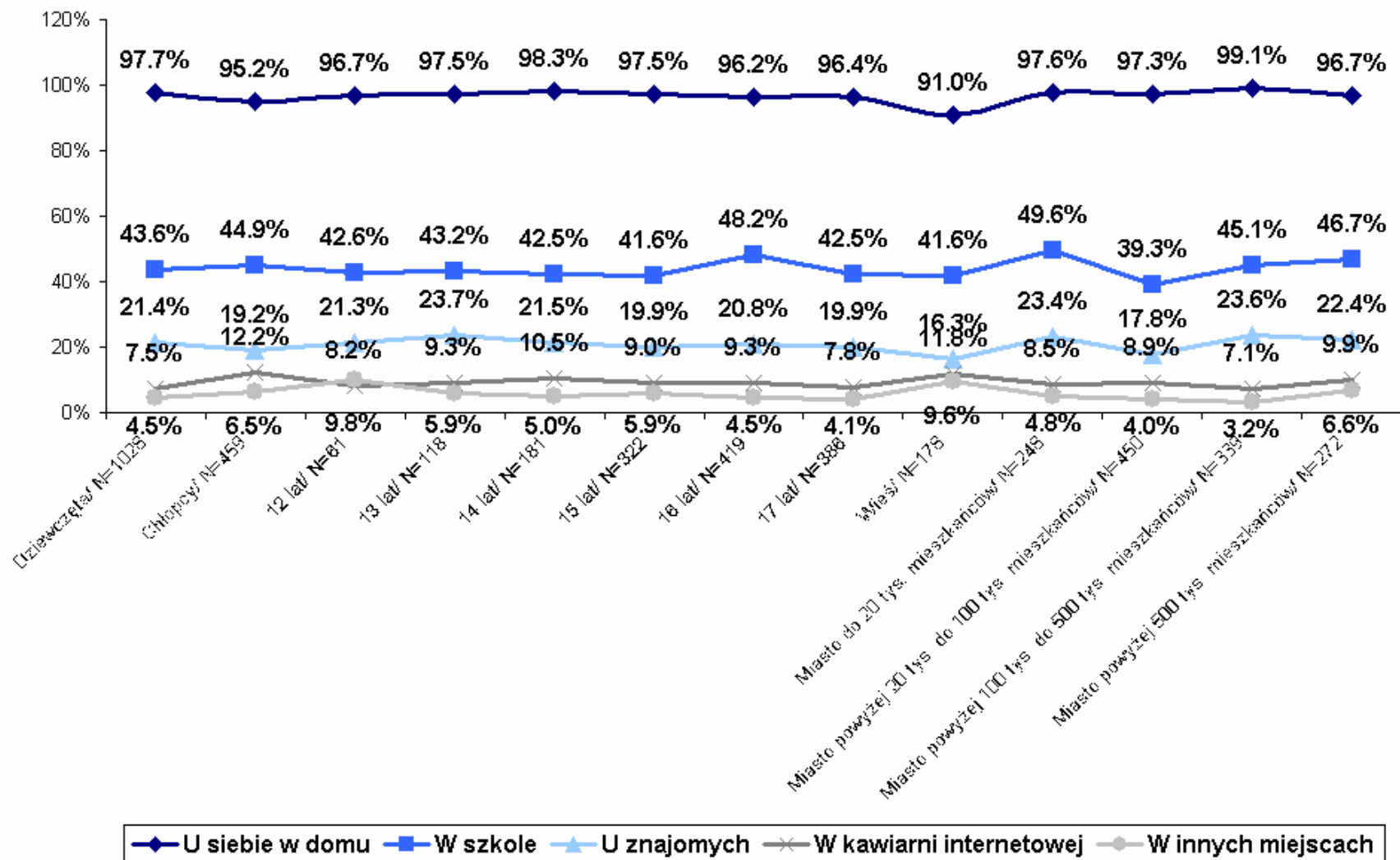
Gdzie korzystasz z Internetu?



N=1487 (wszyscy badani
w wieku 12-17 lat)

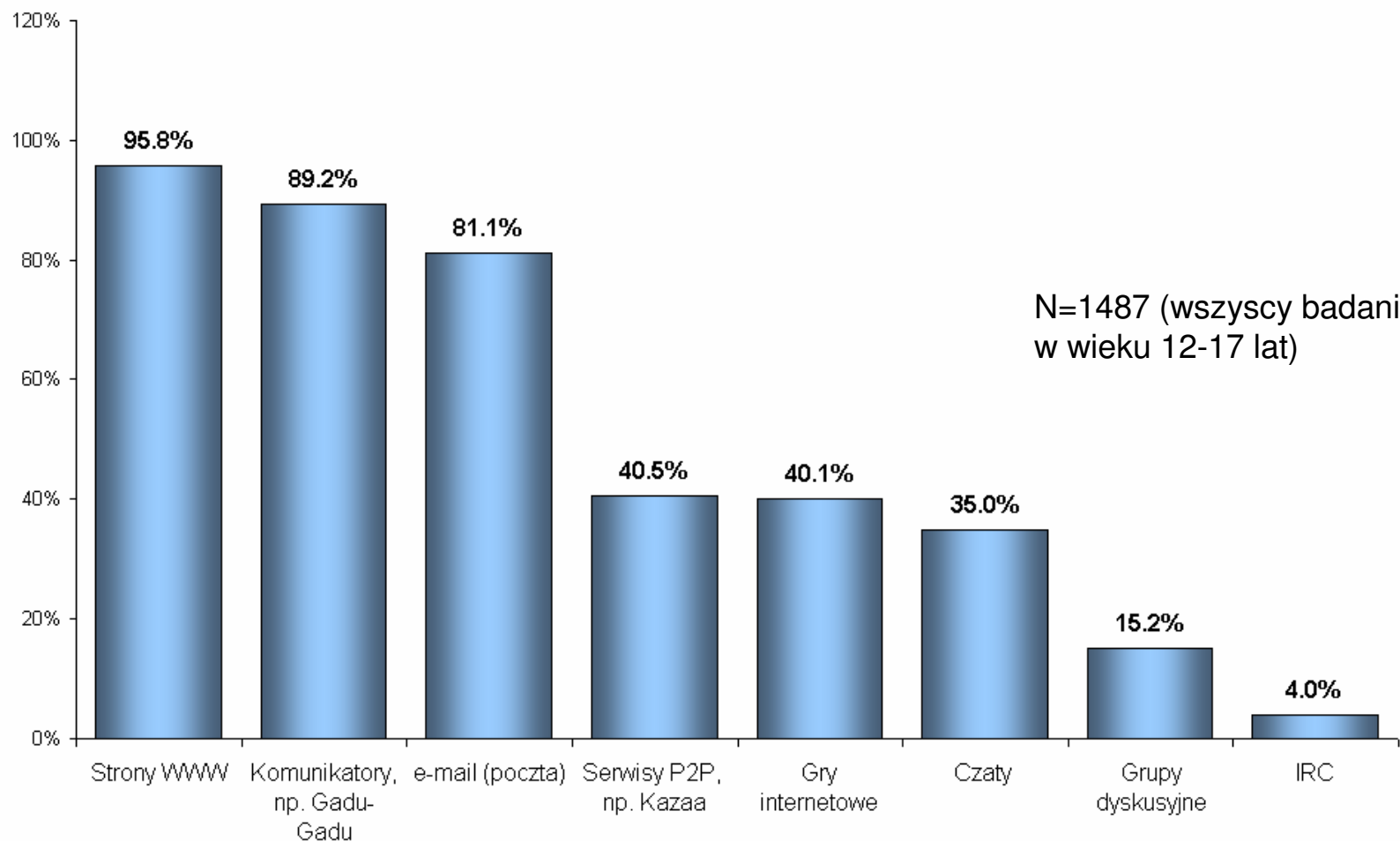


Gdzie korzystasz z Internetu? – dane w podziale demograficznym



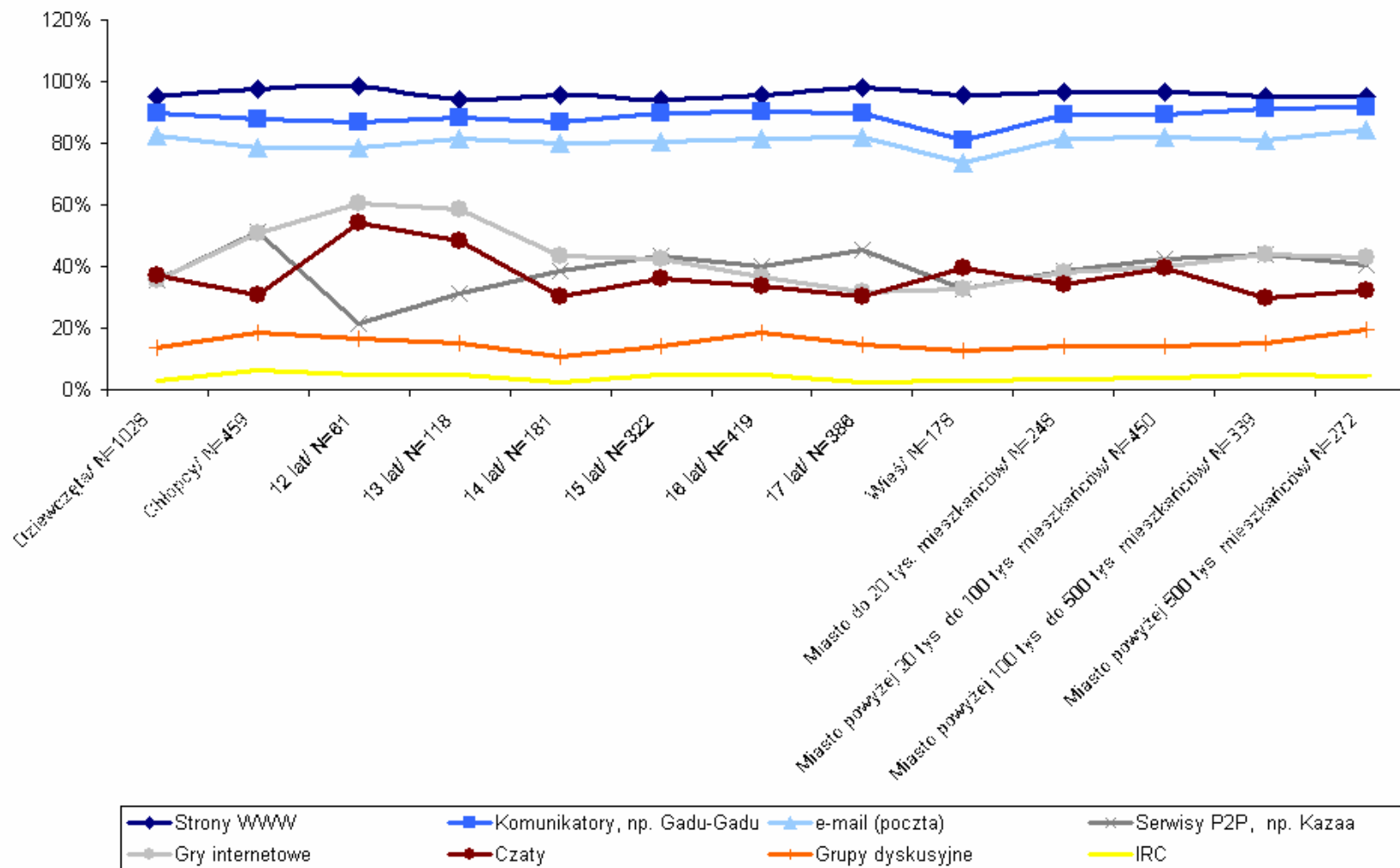


Z jakich usług internetowych korzystasz?



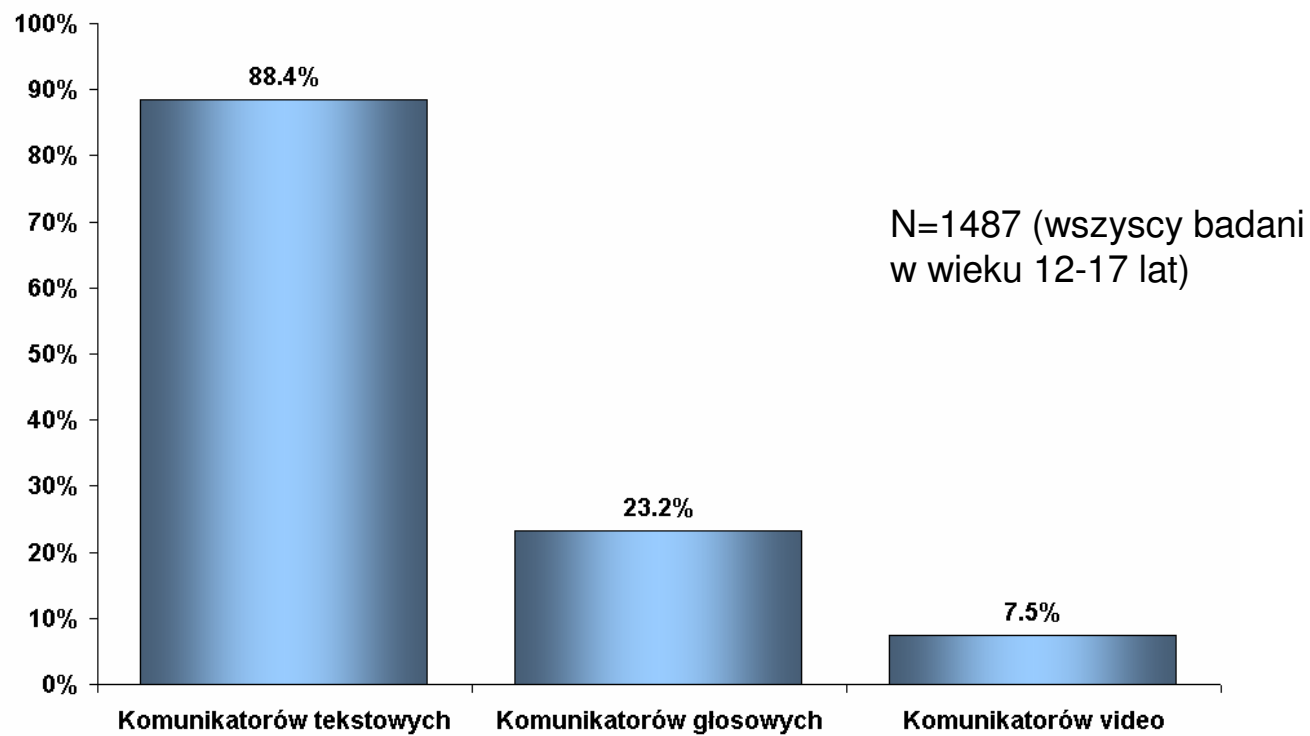


Z jakich usług internetowych korzystasz? – dane w podziale demograficznym



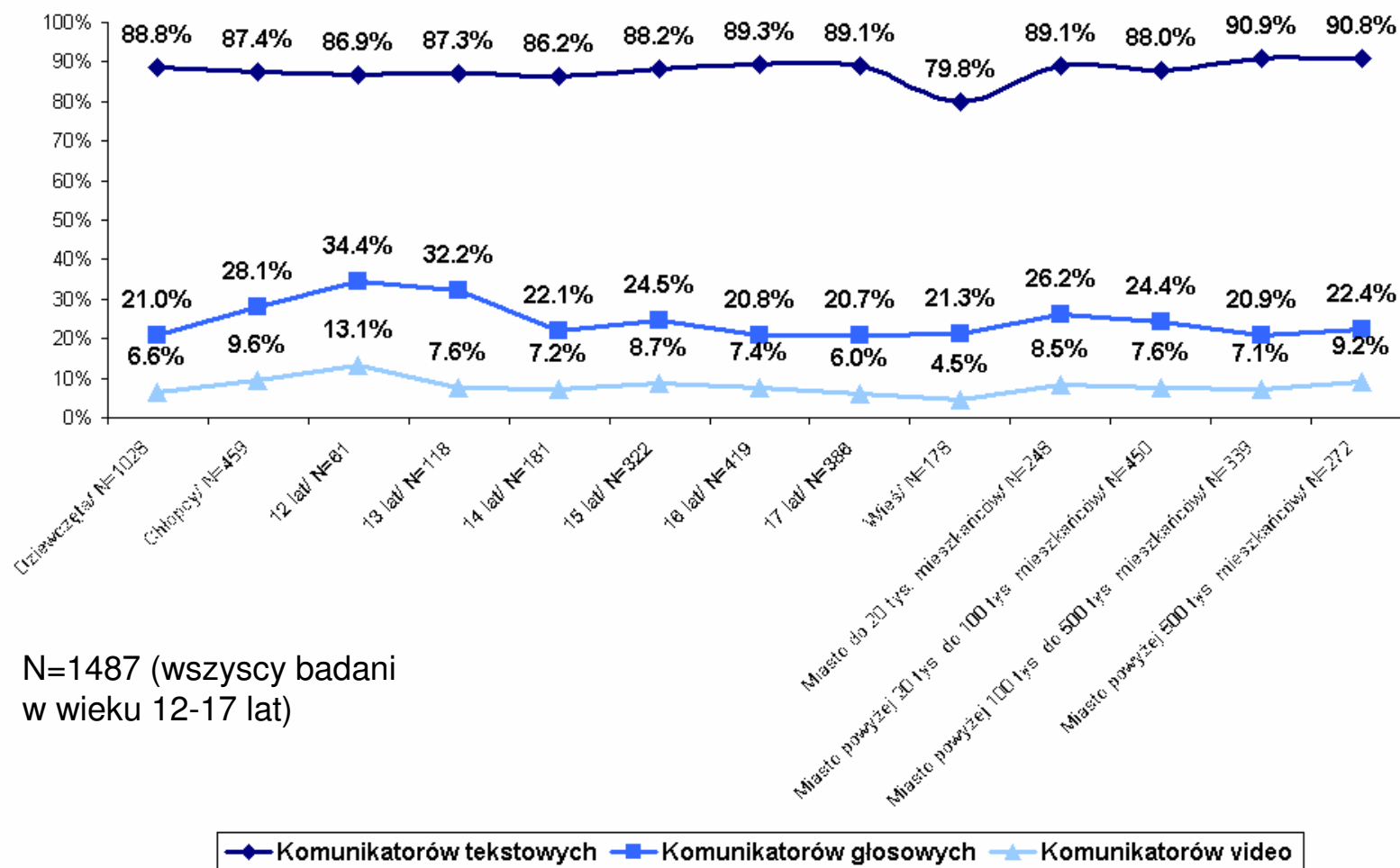


Z jakich komunikatorów korzystasz?





Z jakich komunikatorów korzystasz?– dane w podziale demograficznym



N=1487 (wszyscy badani w wieku 12-17 lat)



Zapamiętanie akcji „Dzieci w sieci”



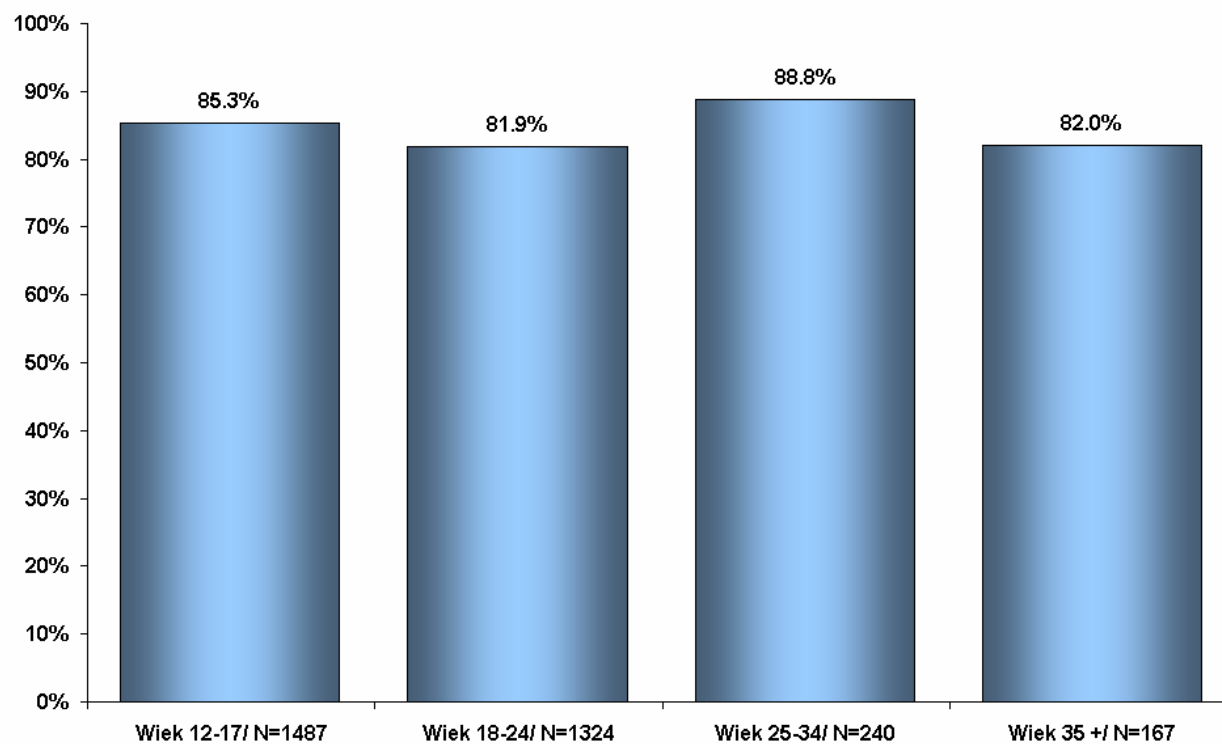
Zapamiętanie akcji „Dzieci w sieci”



- Akcja „Dziecko w sieci” była dobrze zapamiętana. Wśród internautów, do których przekaz był skierowany (12-17 lat) aż 85,3% słyszało o tej akcji. Podobnie silne było zapamiętanie akcji wśród osób dorosłych.
- Wśród dzieci w wieku 12-17 lat lepsze zapamiętanie kampanii zanotowano dla:
 - Dziewczynek (88,3%)
 - Dzieci z największych miast – powyżej 500 tys. mieszkańców (89%)Można również zaobserwować zależność, że im młodsze dziecko, tym lepiej zapamiętało kampanię,
- Podstawowym medium, które wpłynęło na zapamiętanie kampanii była telewizja.
- Na młodych internautów (wiek 12-17 lat) w znacznie większym stopniu niż na dorosłych oddziaływały takie media jak Internet (bannery widziało 50,6% badanych) oraz prasa (reklamy prasowe widziało 49,4% badanych).
- Można zauważyć, że w zależności od płci na badanych w różny sposób oddziałują media reklamowe. O ile dziewczęta poddane były w większym stopniu tradycyjnym mediom reklamowym, o tyle chłopcy nieco częściej zauważali reklamy w Internecie. Dodatkowo dzieci z większych miast (powyżej 100 tys. mieszkańców) częściej zapamiętywały reklamy na ulicznych plakatach – wynika to z większej możliwości kontaktu z reklamą uliczną.

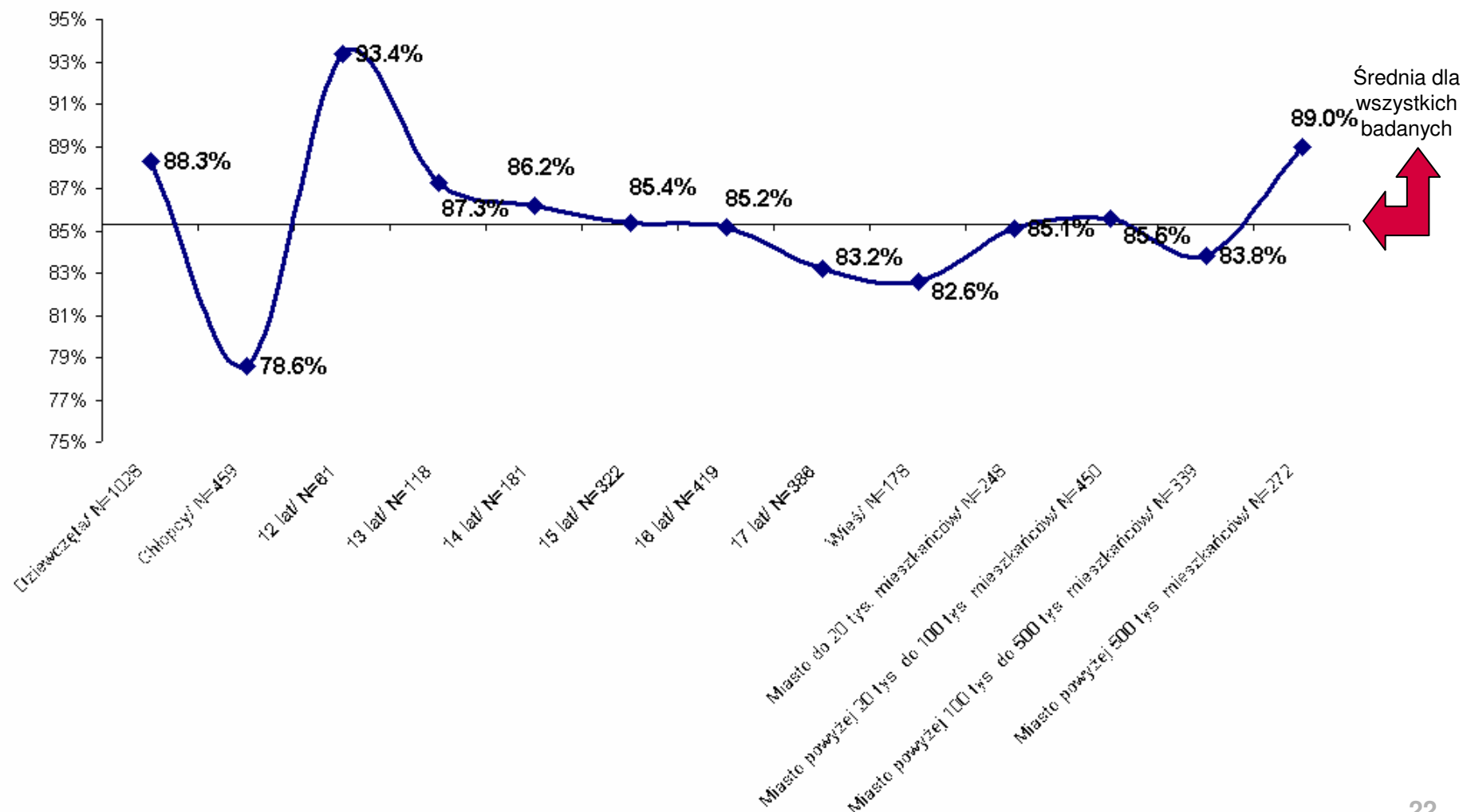


Czy słyszałe(a)ś o akcji „Dziecko w sieci”? – porównanie znajomości akcji przez dorosłych i dzieci



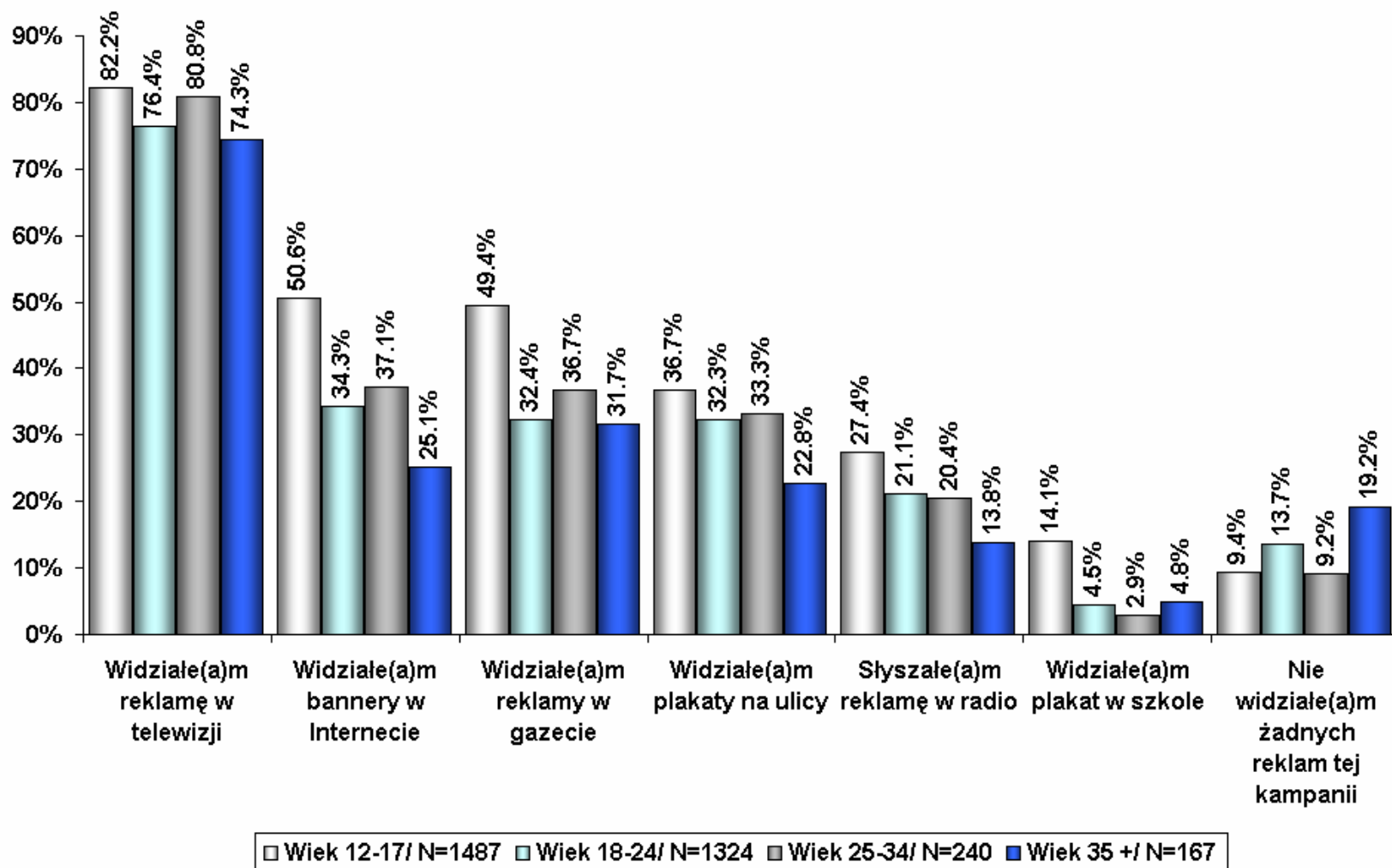


Czy słyszałe(a)ś o akcji „Dziecko w sieci”? – porównanie znajomości akcji przez dorosłych i dzieci



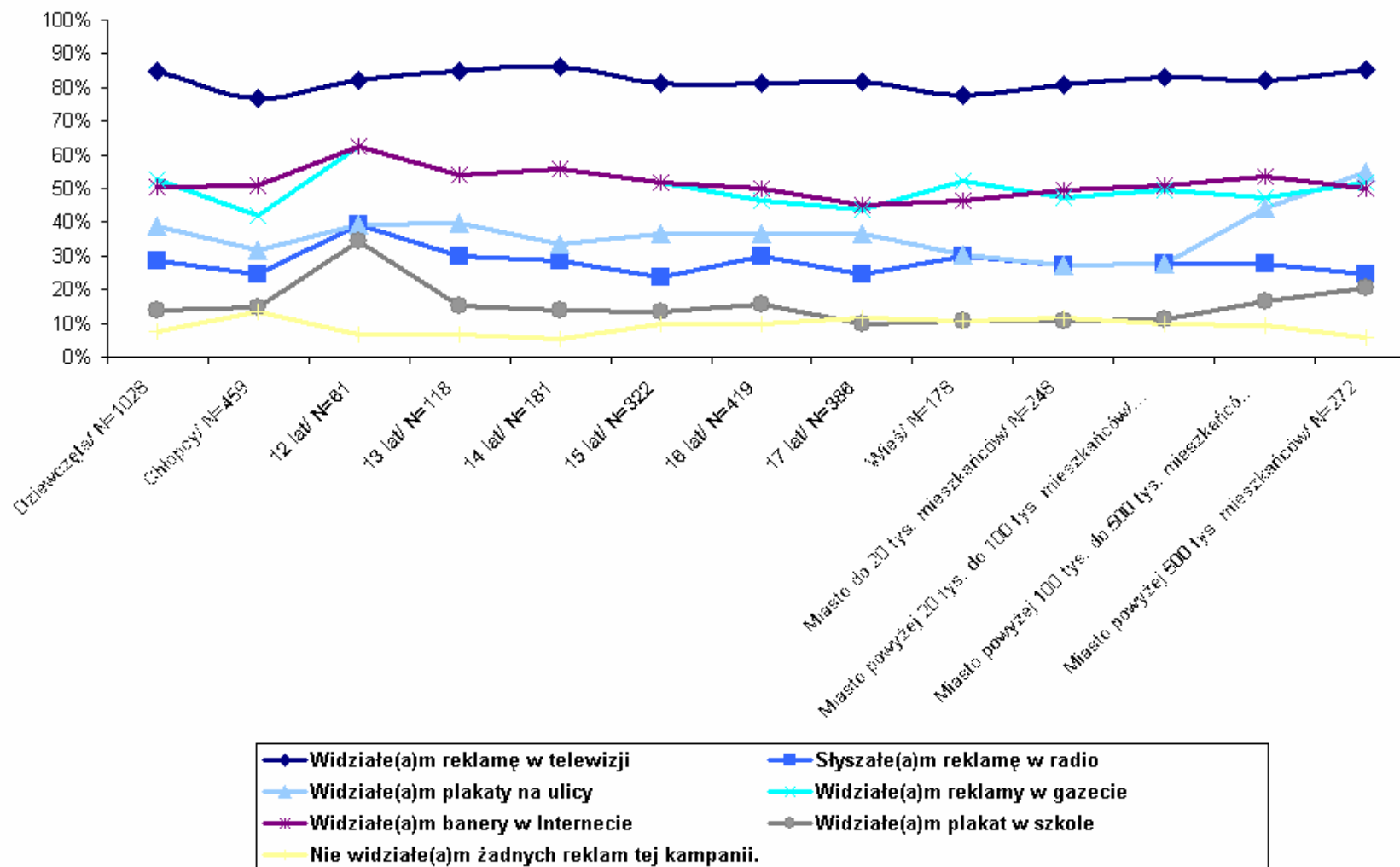


Zapamiętanie reklam akcji „Dziecko w sieci” – porównanie zapamiętania przez dorosłych i dzieci





Zapamiętanie reklam akcji „Dziecko w sieci” – dane dla dzieci w podziale demograficznym





Orientacja w zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet



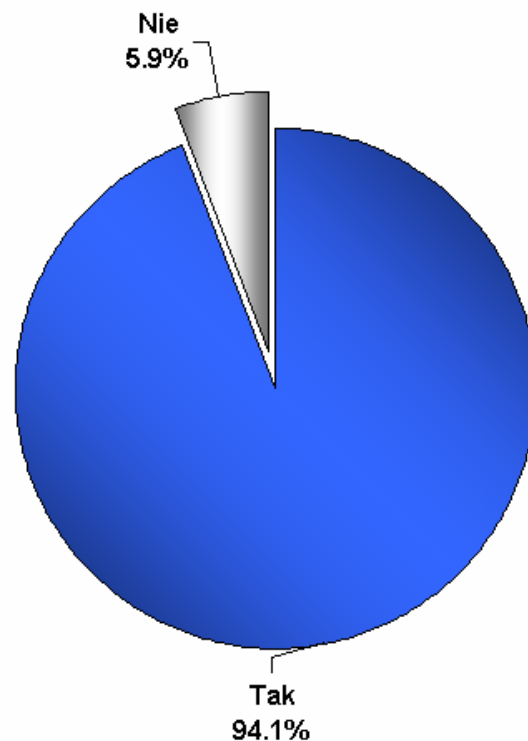
Orientacja w zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet



- Badani w wieku 12-17 lat w zdecydowanej większości przyznają, że słyszeli lub czytali o zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet (94,1%). Częściej deklarują to dziewczęta niż chłopcy.
- O zagrożeniach badani dowiadywali się przede wszystkim z telewizji (92,2%), gazet (75,8%) i Internetu (66,1%). Dziewczyny częściej wskazują na rolę tradycyjnych mediów, podczas gdy na chłopców nieco bardziej oddziałuje Internet.
- Nastolatki zdają sobie sprawę z tego, jak bardzo niebezpieczne może być podawanie danych osobowych obcym osobom. Aż 41,9% badanych zgadza się „zdecydowanie” z tym, że takie zachowanie może być niebezpieczne, kolejne 40,1% „raczej się zgadza”.
- Co ciekawe, internautom wydaje się, że podawanie danych osobowych jest o wiele bardziej niebezpieczne niż spotkanie z osobą poznaną w Internecie. Z tym stwierdzeniem zgadza się „zdecydowanie” 23,7% badanych a dalsze 39,8% „raczej się zgadza”.
- Chłopcy wykazują znacznie więcej beztroski niż dziewczęta, jeśli chodzi o ocenę bezpieczeństwa w sieci. Także wraz z wiekiem spada poczucie zagrożenia związanego z poznawaniem ludzi w sieci.
- Znajomość akcji „Dziecko w sieci” w dużym stopniu wpływa na zwiększenie postrzegania zagrożenia związanego z poznawaniem nowych ludzi przez Internet. Nie ma to jednak znacznego przełożenia na zachowania nastolatków w sieci.



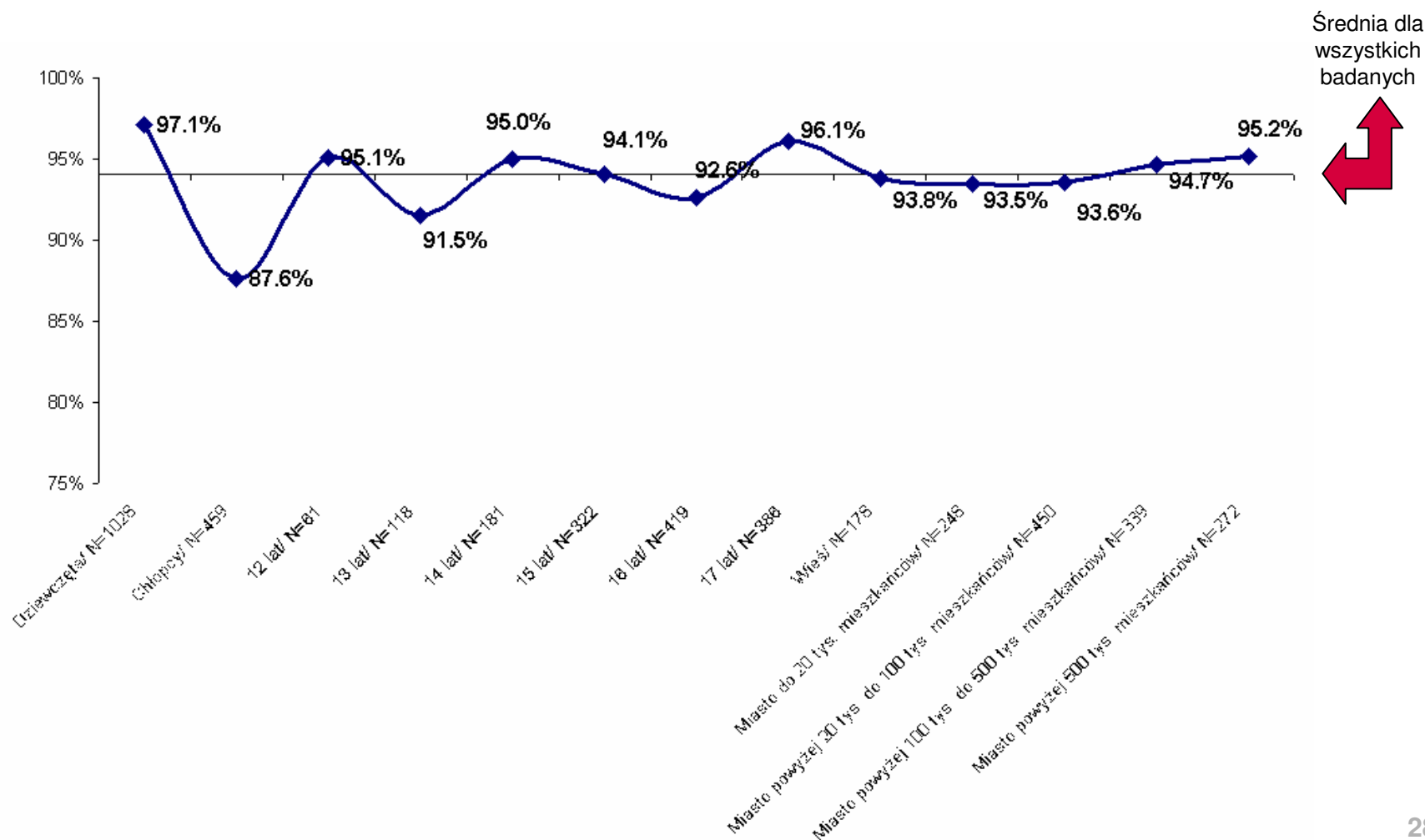
**Czy słyszałe(a)ś lub czytałe(a)ś kiedykolwiek
o zagrożeniach związanych z poznawaniem
nowych osób przez Internet?**



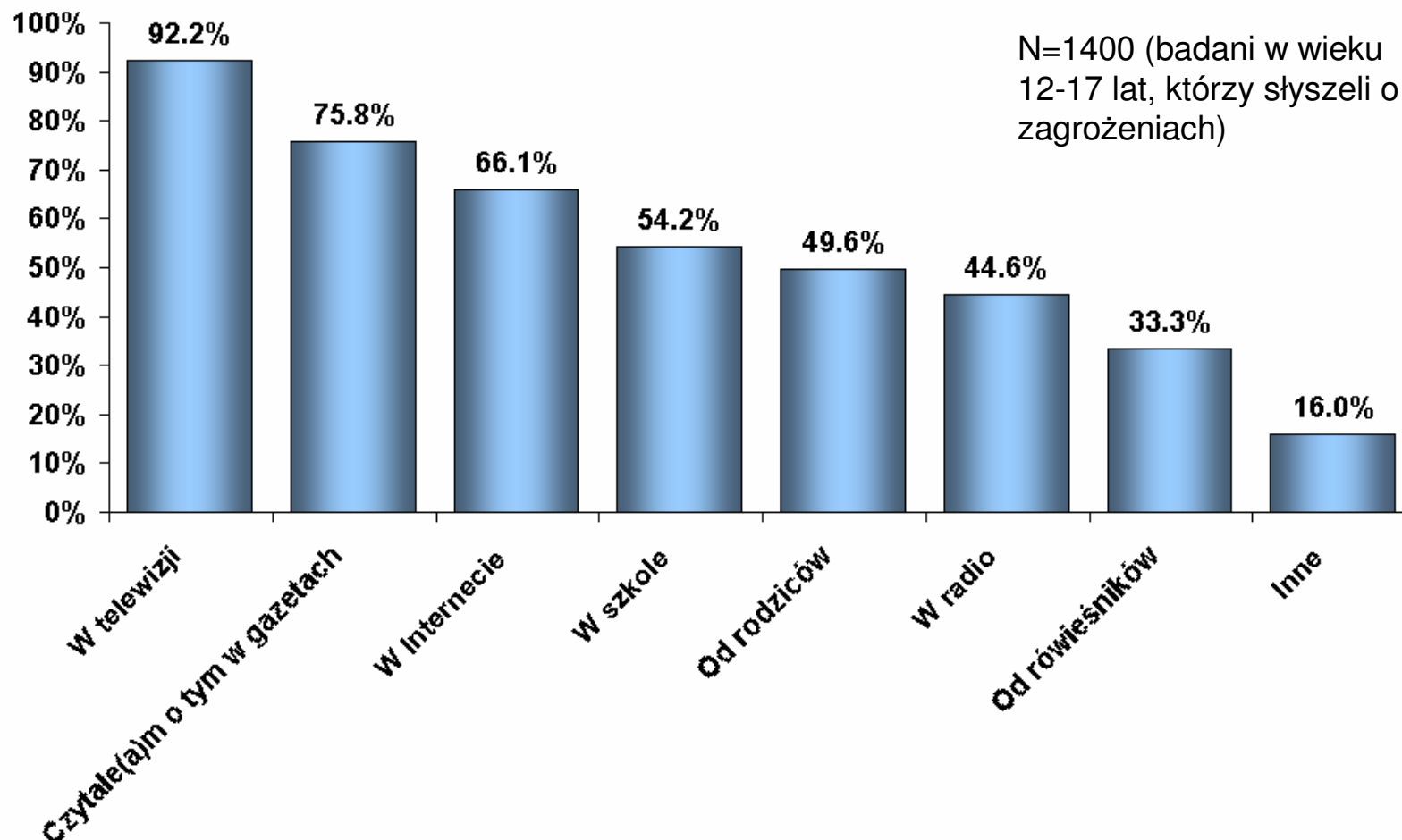
N=1487 (wszyscy badani
w wieku 12-17 lat)



Czy słyszałe(a)ś lub czytałe(a)ś kiedykolwiek o zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet? Dane w podziale demograficznym

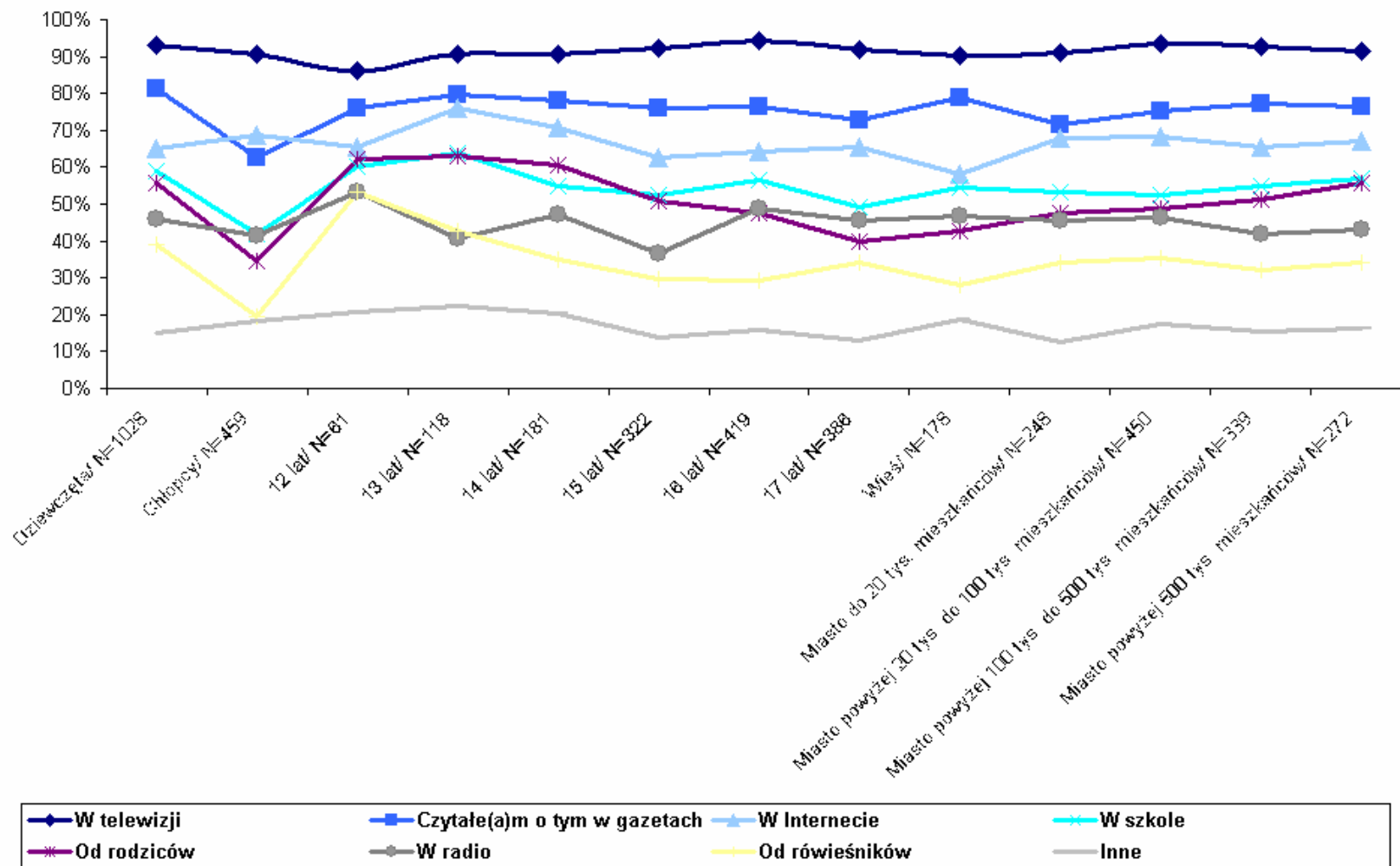


Gdzie słyszałe(a)ś lub czytała(a)ś o zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet?



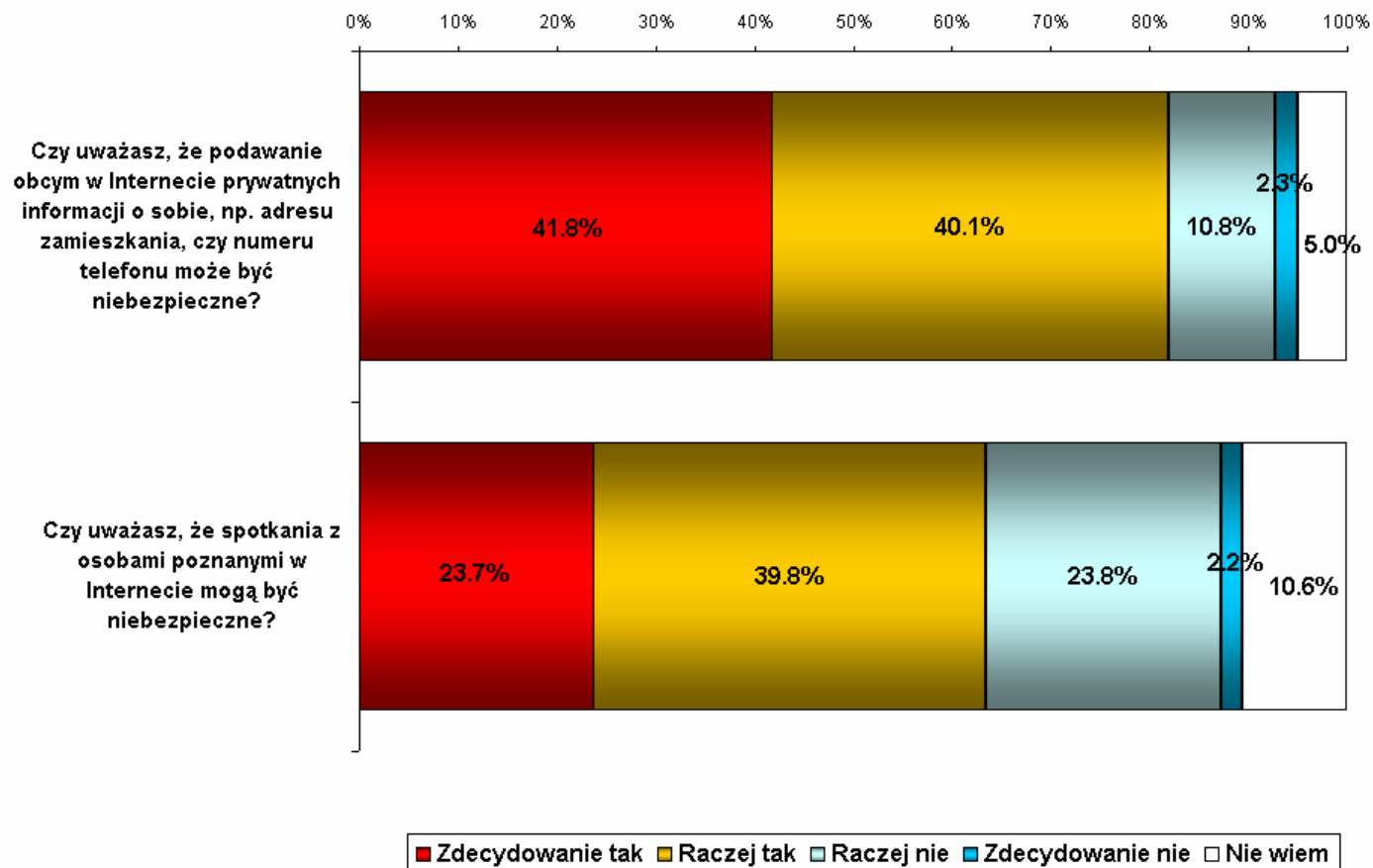


Gdzie słyszałe(a)s lub czytałe(a)s o zagrożeniach związanych z poznawaniem nowych osób przez Internet? Dane w podziale demograficznym



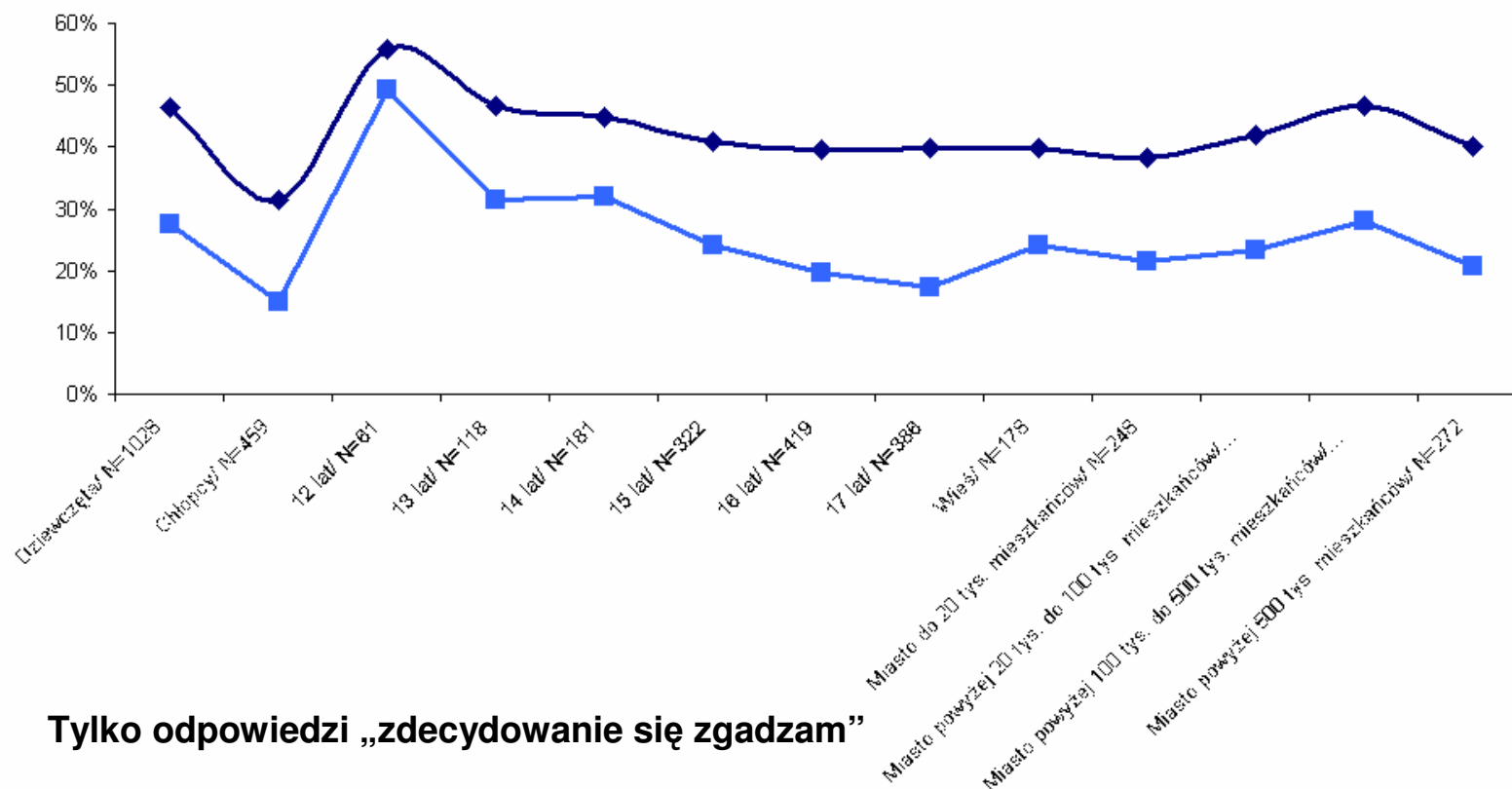


Ocena zagrożenia związanego z kontaktowaniem się z osobami poznanymi przez Internet



N=1487 (wszyscy badani
w wieku 12-17 lat)

Ocena zagrożenia związanego z kontaktowaniem się z osobami poznanymi przez Internet w podziale demograficznym



Tylko odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam”

- ◆ Czy uważasz, że podawanie obcym w Internecie prywatnych informacji o sobie, np. adresu zamieszkania, czy numeru telefonu może być niebezpieczne?
- Czy uważasz, że spotkania z osobami poznanymi w Internecie mogą być niebezpieczne?



Ocena zagrożenia związanego z kontaktowaniem się z osobami poznanymi przez Internet w zależności od znajomości akcji „Dziecko w sieci”



Czy uważasz, że podawanie obcym w Internecie prywatnych informacji o sobie, może być niebezpieczne?

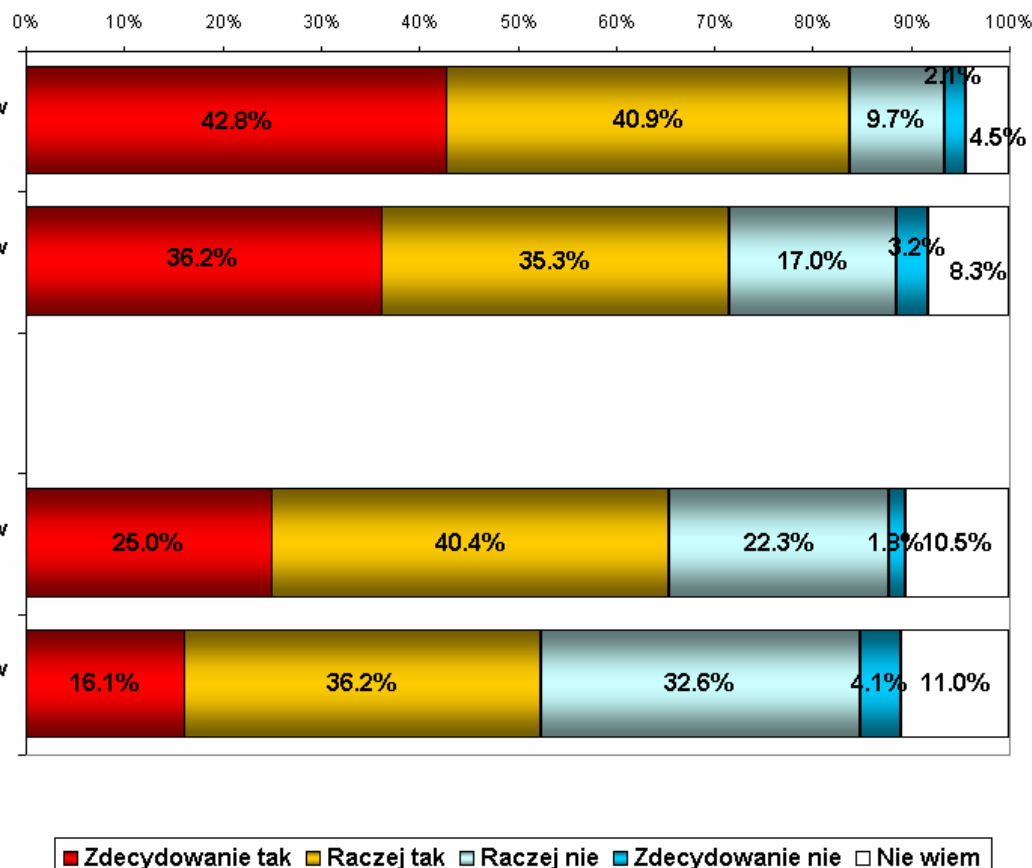
Słyszał(a) o akcji "Dziecko w sieci" N=1269

Nie słyszał(a) o akcji "Dziecko w sieci" N=218

Czy uważasz, że spotkania z osobami poznanymi w Internecie mogą być niebezpieczne?

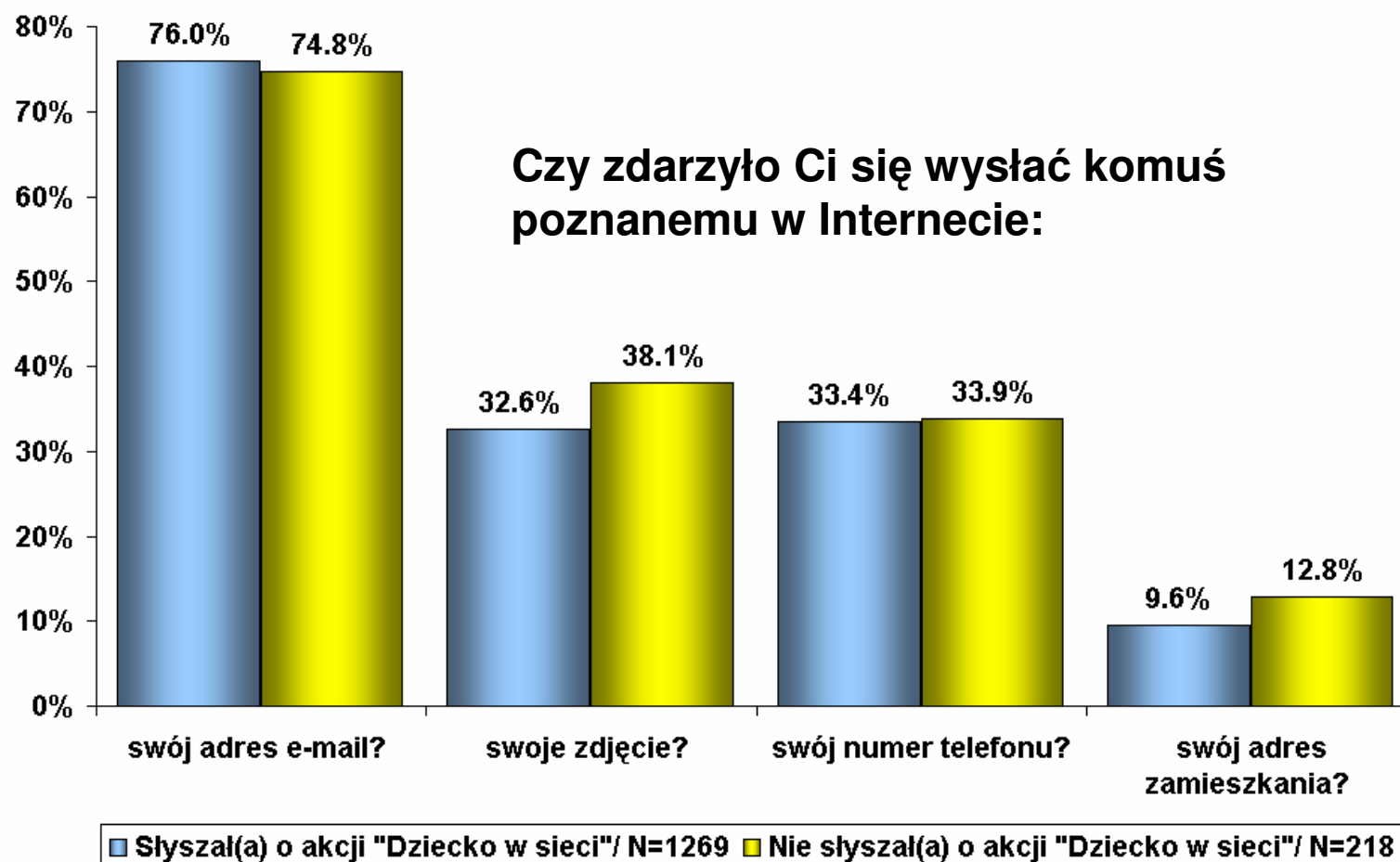
Słyszał(a) o akcji "Dziecko w sieci" N=1269

Nie słyszał(a) o akcji "Dziecko w sieci" N=218





Ocena zagrożenia związanego z kontaktowaniem się z osobami poznanymi przez Internet w zależności od znajomości akcji „Dziecko w sieci”



Odpowiedzi „często” lub „kilka razy”



Zachowania związane z poznawaniem nowych osób w Internecie



Zachowania związane z poznawaniem nowych osób w Internecie (1)



- Badani są generalnie dość ostrożni, jeśli chodzi o przekazywanie swoich danych personalnych osobom poznanym w Internecie. Najrzadziej podają swój adres zamieszkania, najczęściej – adres e-mail, który wydaje się być najbardziej anonimową informacją.
- Chłopcy są odważniejsi, jeśli chodzi o przekazywanie swoich danych osobowych, a zwłaszcza adresu e-mail. Można również zauważyć, że im badany starszy, tym większe jest prawdopodobieństwo, że przekaże on swój adres e-mail lub zdjęcie osobie poznanej w Internecie.
- Ostrożność badanych wynika przede wszystkim z faktu, że zdają sobie oni sprawę z tego, jak bardzo niebezpieczne może być podawanie danych osobowych obcym osobom. Aż 41,9% badanych zgadza się „zdecydowanie” z tym, że takie zachowanie może być niebezpieczne, kolejne 40,1% „raczej się zgadza”.
- Ponad połowie badanych zdarzyło się przynajmniej raz, że ktoś usiłnie, wbrew ich woli, usiłował z nimi rozmawiać. Częściej takie doświadczenia miały dziewczęta i osoby z większych miast.
- Spośród zaczepianych w sieci 23,7% przyznaje, że taka sytuacja ich przestraszyła. Dziewczęta częściej przyznają, że była to sytuacja, która je przestraszyła.
- Aż 64,5% badanych przyznaje, że przynajmniej jedna osoba próbowała się z nimi umówić na spotkanie poza Internetem. Częściej przyznają się do tego dziewczęta, osoby z większych miast. Częstotliwość propozycji spotkania rośnie również wraz z wiekiem badanego.



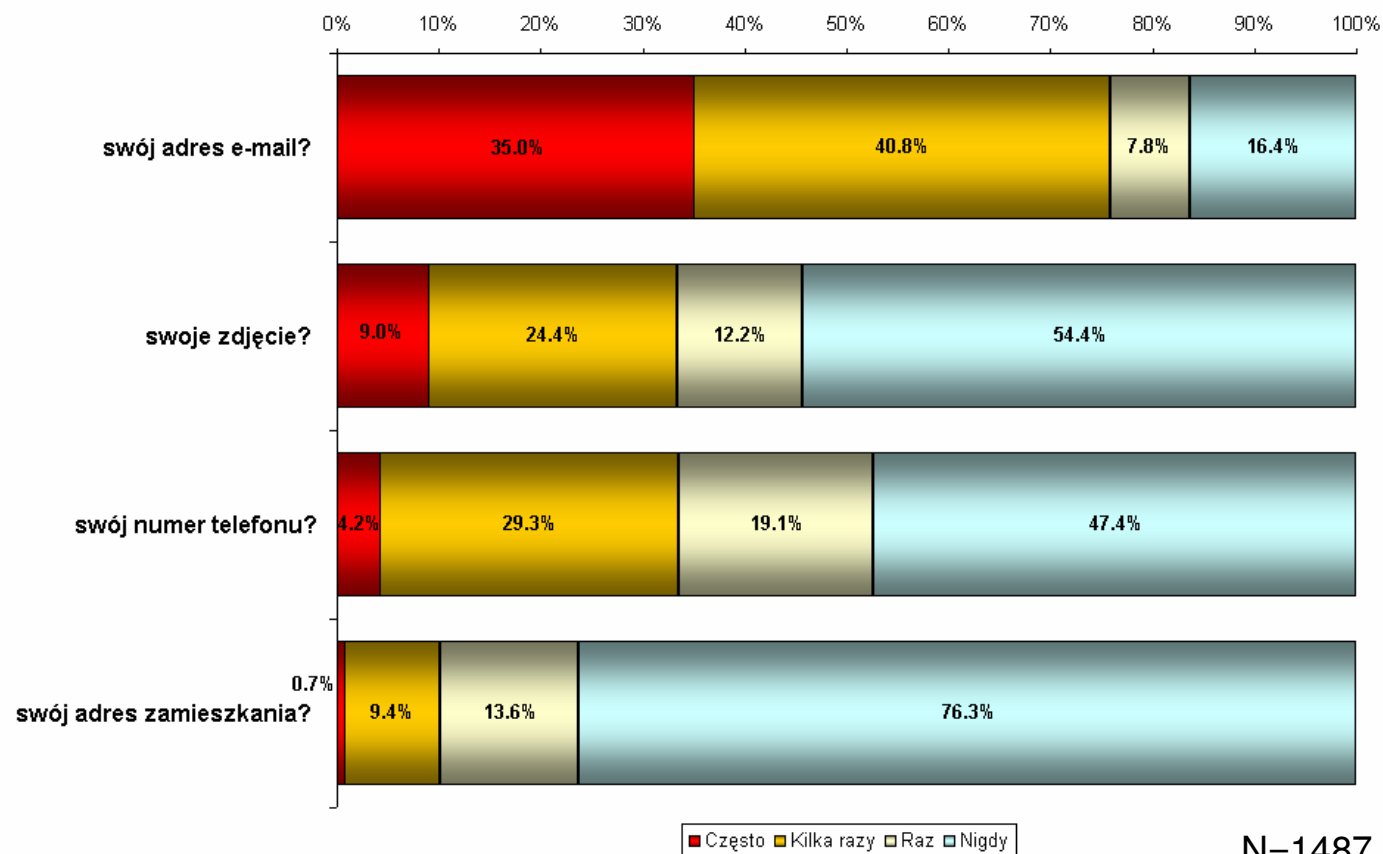
Zachowania związane z poznawaniem nowych osób w Internecie (2)



- W 37,1% przypadków propozycje spotkania kończą się przyjęciem zaproszenia przez małoletnich internautów. Częściej przyjmują takie zaproszenia chłopcy i starsze dzieci.
- Kiedy już dochodzi do spotkania aż 48,5% badanych wychodzi na to spotkanie samotnie. Natomiast jeśli decydują się na towarzystwo, prawie zawsze jest to towarzystwo rówieśnika. 26,2% badanych informuje rodziców o spotkaniu już po jego zakończeniu. Częściej (54,2%) informowani są o tym rówieśnicy. Rzadko się również zdarza, że internauci nie dzielą się z nikim (16,6%) informacją o takim spotkaniu.
- Generalnie dziewczęta częściej niż chłopcy zarówno informują o spotkaniach, jak udając się na nie zabierają ze sobą osobę towarzyszącą.
- 13,2% badanych, którzy udali się na spotkanie z osobą poznaną przez Internet deklaruje, że osoba ta nie była tym za kogo się podawała.
- Była to osoba młodsza lub starsza, o wiele rzadziej zdarzało się, że była innej płci. Ponieważ na pytanie to odpowiadała bardzo mała grupa badanych (47 osób), wyniki nie mogą być miarodajne). Badani, którzy spotkali się z osobą poznaną w Internecie deklarowali najczęściej, że nie spotkali się ze złymi zamiarami ze strony tych osób.



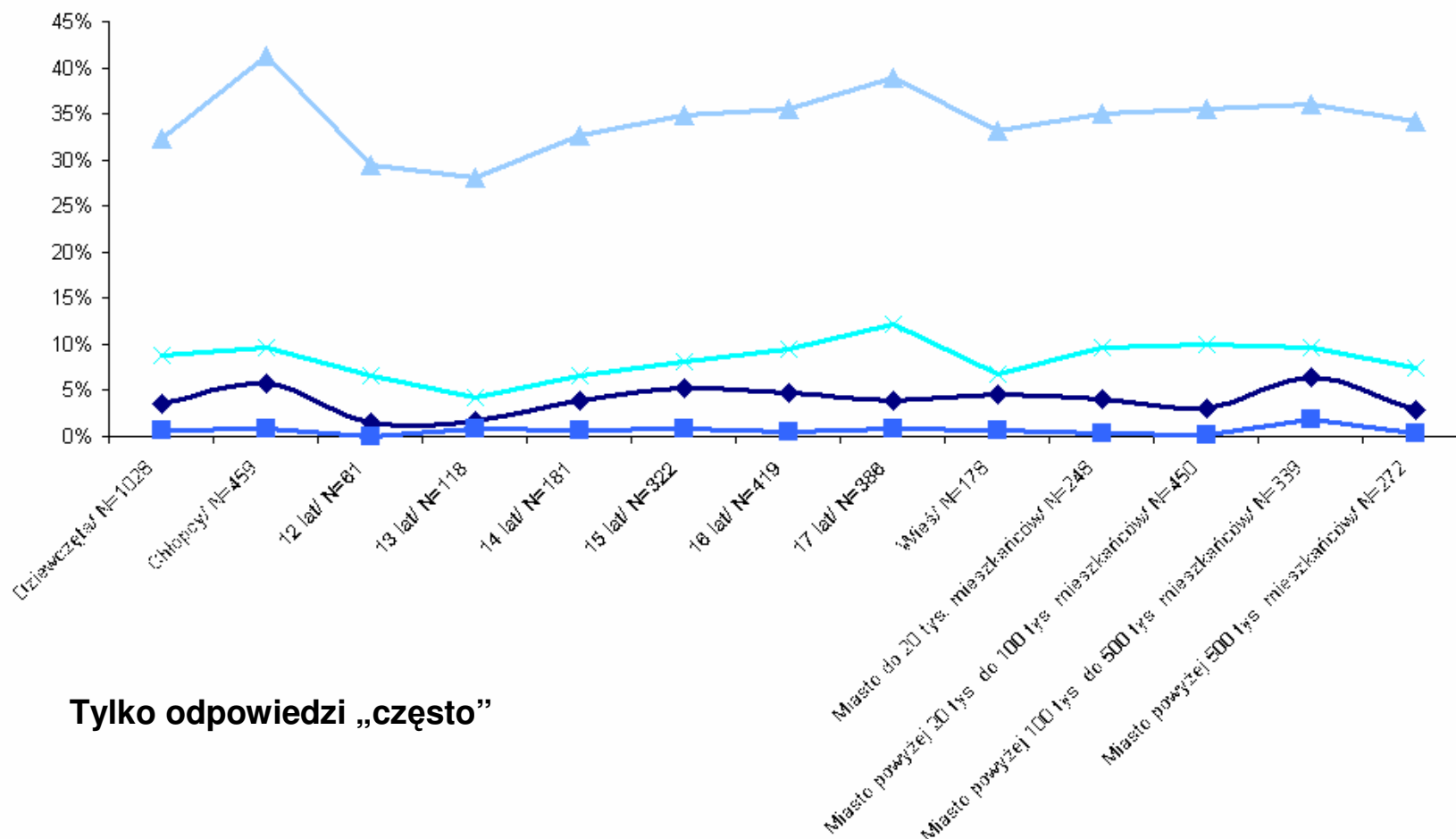
Czy zdarzyło Ci się wysłać komuś poznanemu w Internecie:



N=1487 (wszyscy badani
w wieku 12-17 lat)



Czy zdarzyło Ci się wysłać komuś poznanemu w Internecie: w podziale demograficznym

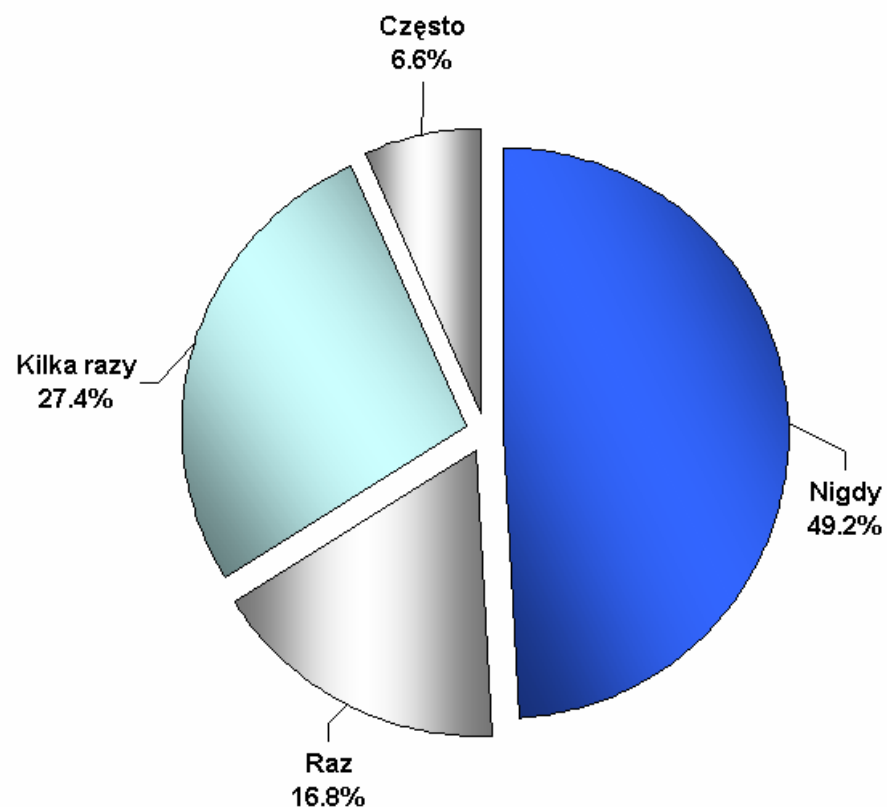


Tylko odpowiedzi „często”

◆ swój numer telefonu?
 ■ swój adres zamieszkania?
 ▲ swój adres e-mail?
 ✕ swoje zdjęcie?



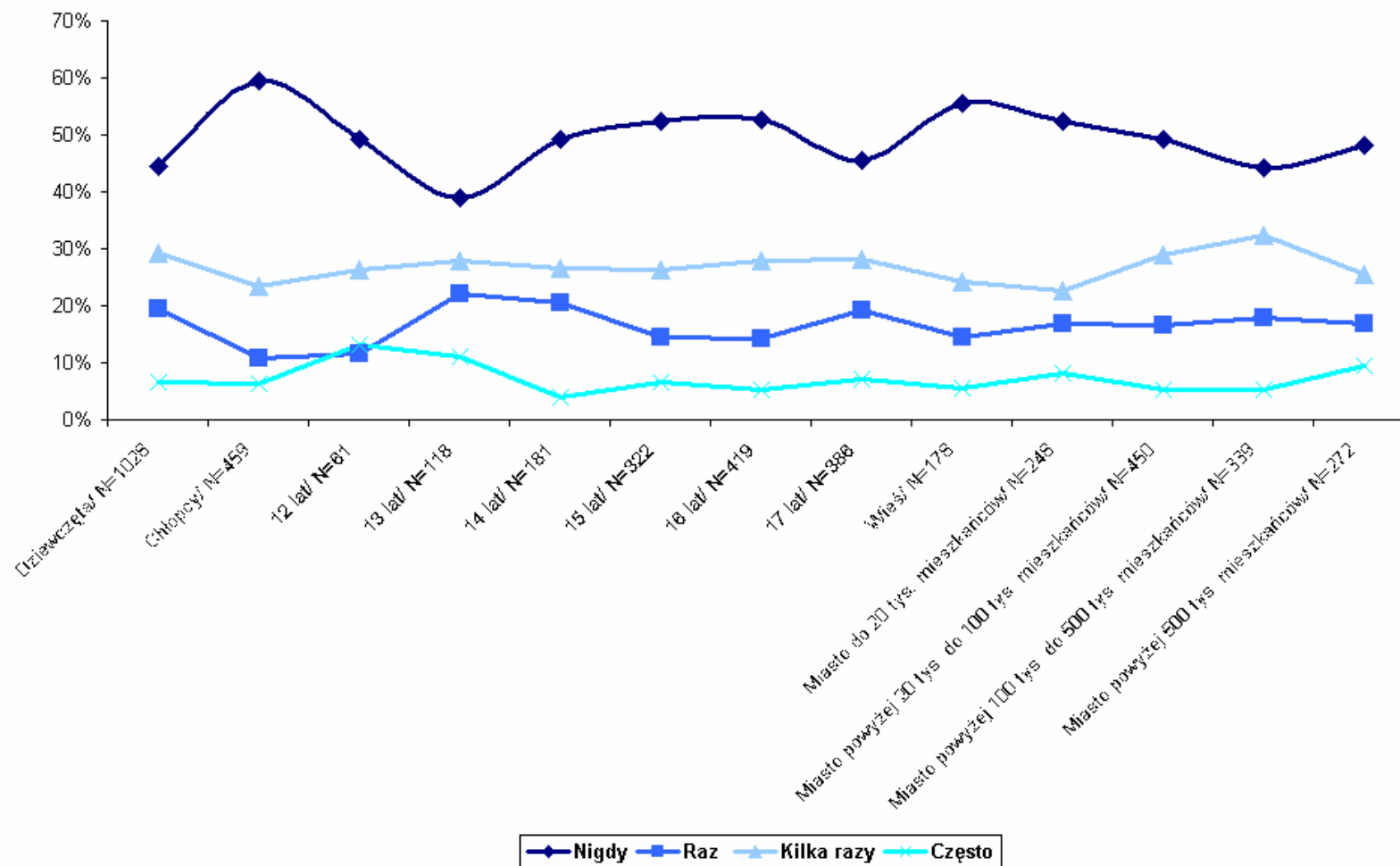
**Czy zdarzyło Ci się w ciągu ostatniego roku
będąc na czacie lub gdzie indziej w
Internecie, że ktoś usilnie, wbrew Twojej woli
próbował z Tobą rozmawiać?**



N=1487 (wszyscy badani
w wieku 12-17 lat)

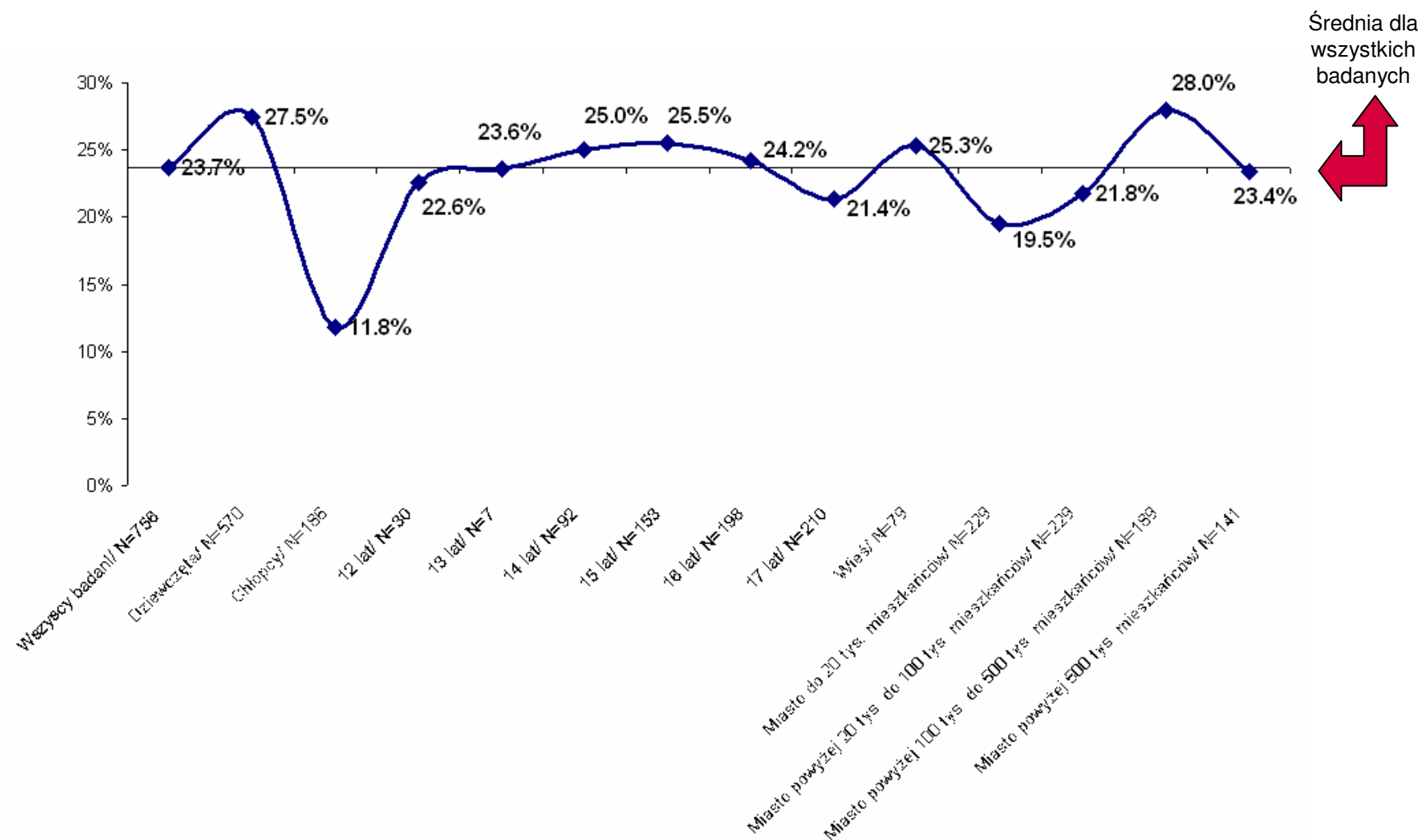


Czy zdarzyło Ci się w ciągu ostatniego roku będąc na czacie lub gdzie indziej w Internecie, że ktoś usilnie, wbrew Twojej woli próbował z Tobą rozmawiać? Dane w podziale demograficznym



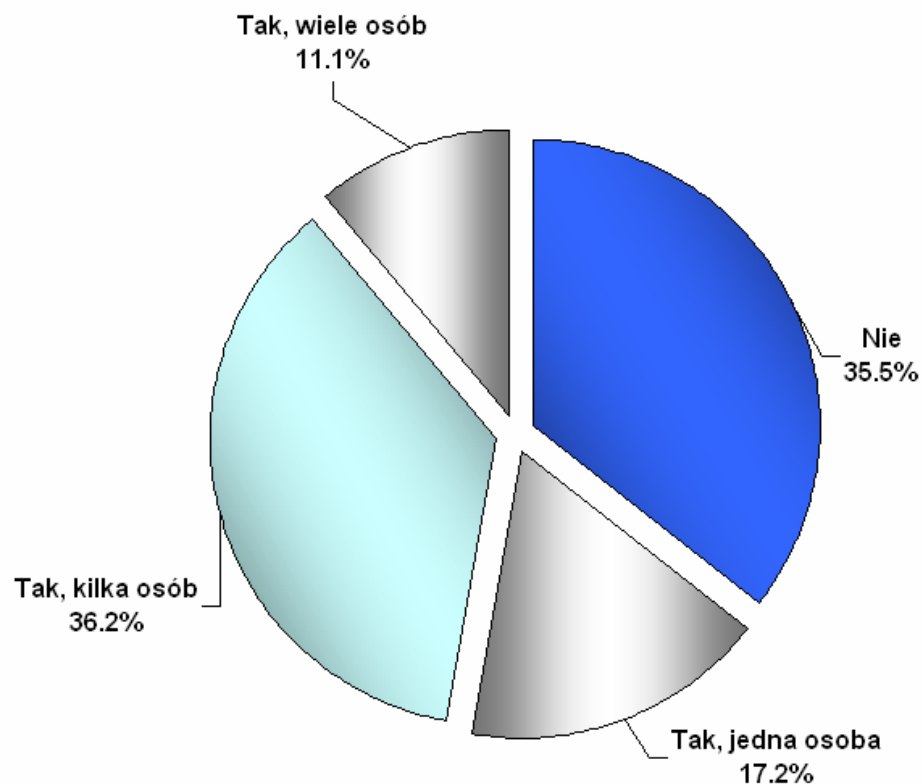


Czy taka sytuacja Cię przestraszyła?





Czy w ciągu ostatniego roku, ktoś chciał się umówić z Tobą na spotkanie poza Internetem?

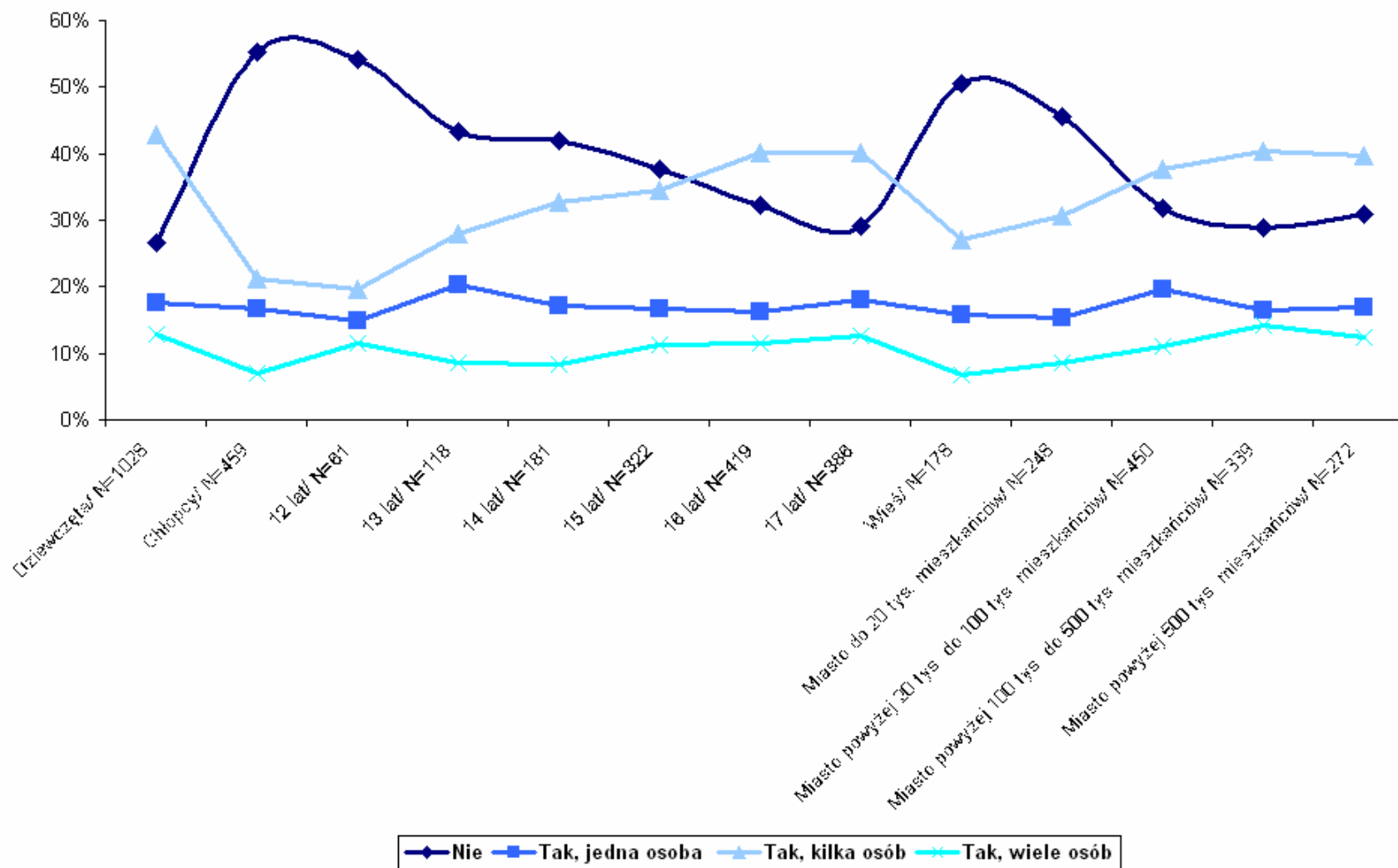


N=1487 (wszyscy badani w wieku 12-17 lat)



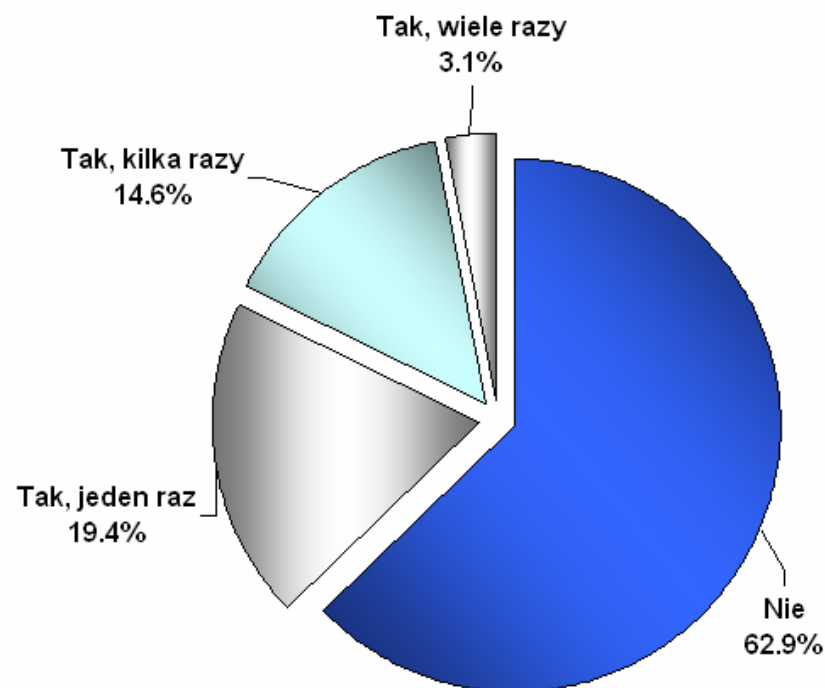
Czy w ciągu ostatniego roku, ktoś chciał się umówić z Tobą na spotkanie poza Internetem?

Dane w podziale demograficznym





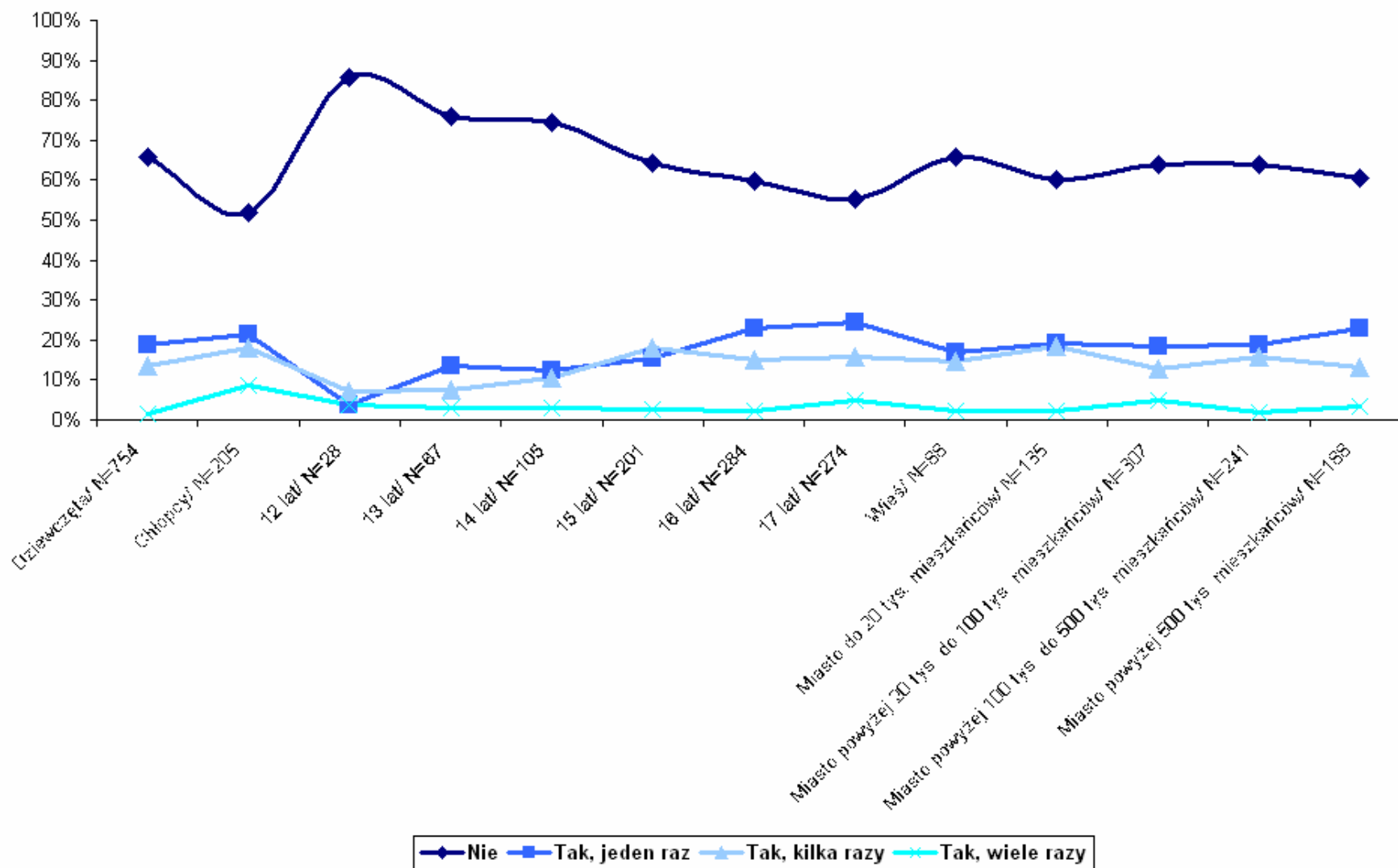
Czy doszło do spotkania?



N=959 (badani w wieku 12-17 lat, którzy dostali propozycję spotkania)

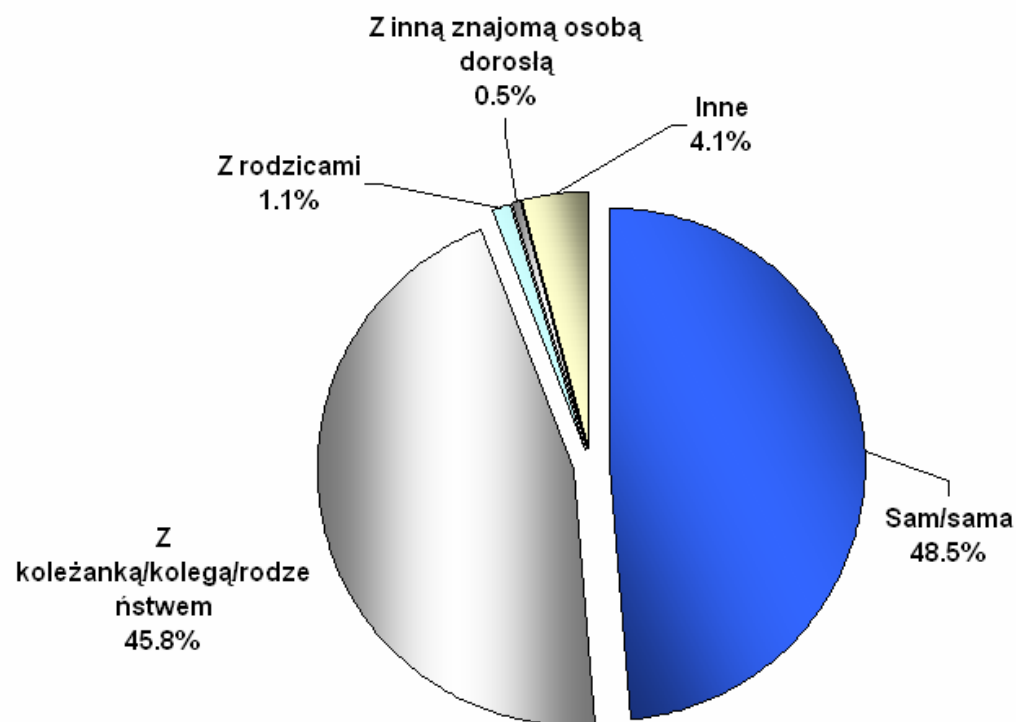


Czy doszło do spotkania? Dane w podziale demograficznym





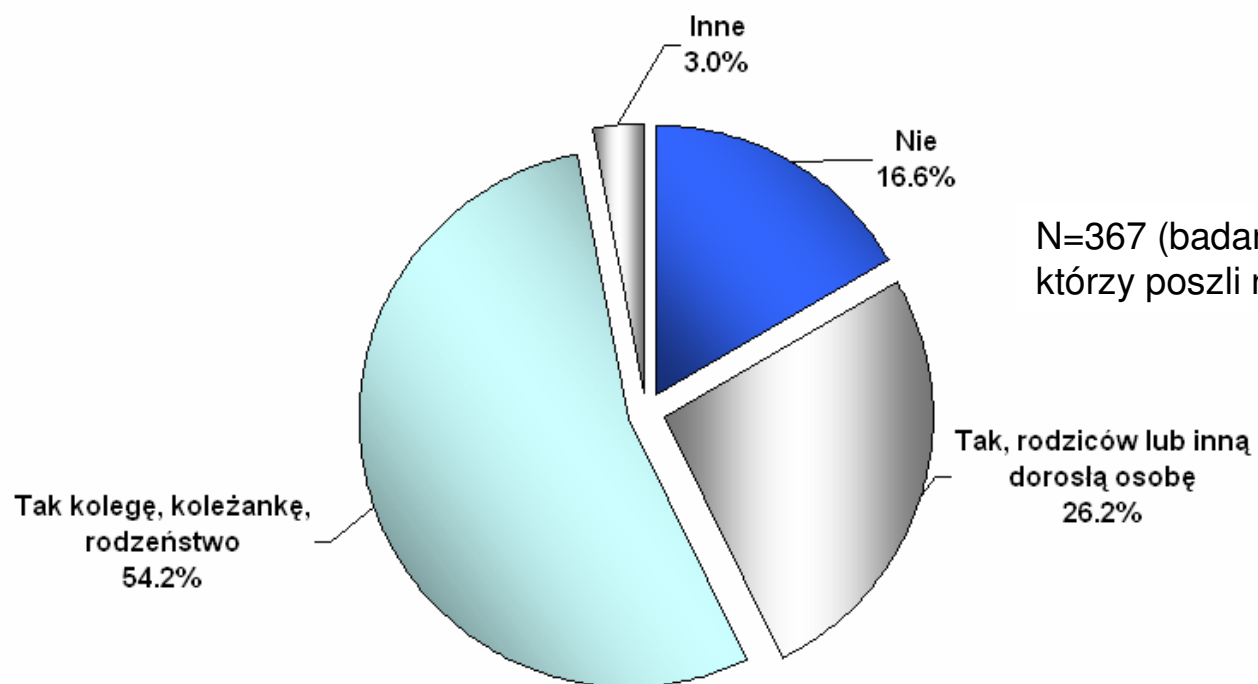
W którym towarzystwie poszedłeś (poszłaś) na spotkanie z osobą poznaną w Internecie?



N=367 (badani w wieku
12-17 lat, którzy poszli na
spotkanie)



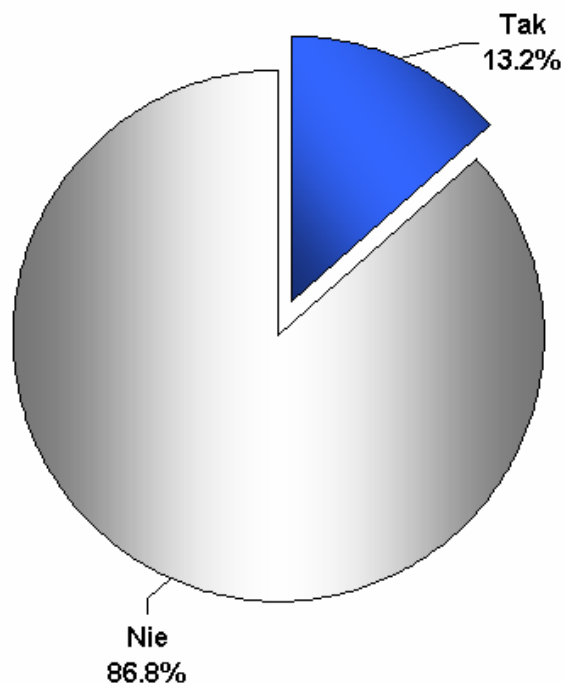
Czy poinformowałeś kogoś o spotkaniu?



N=367 (badani w wieku 12-17 lat, którzy poszli na spotkanie)



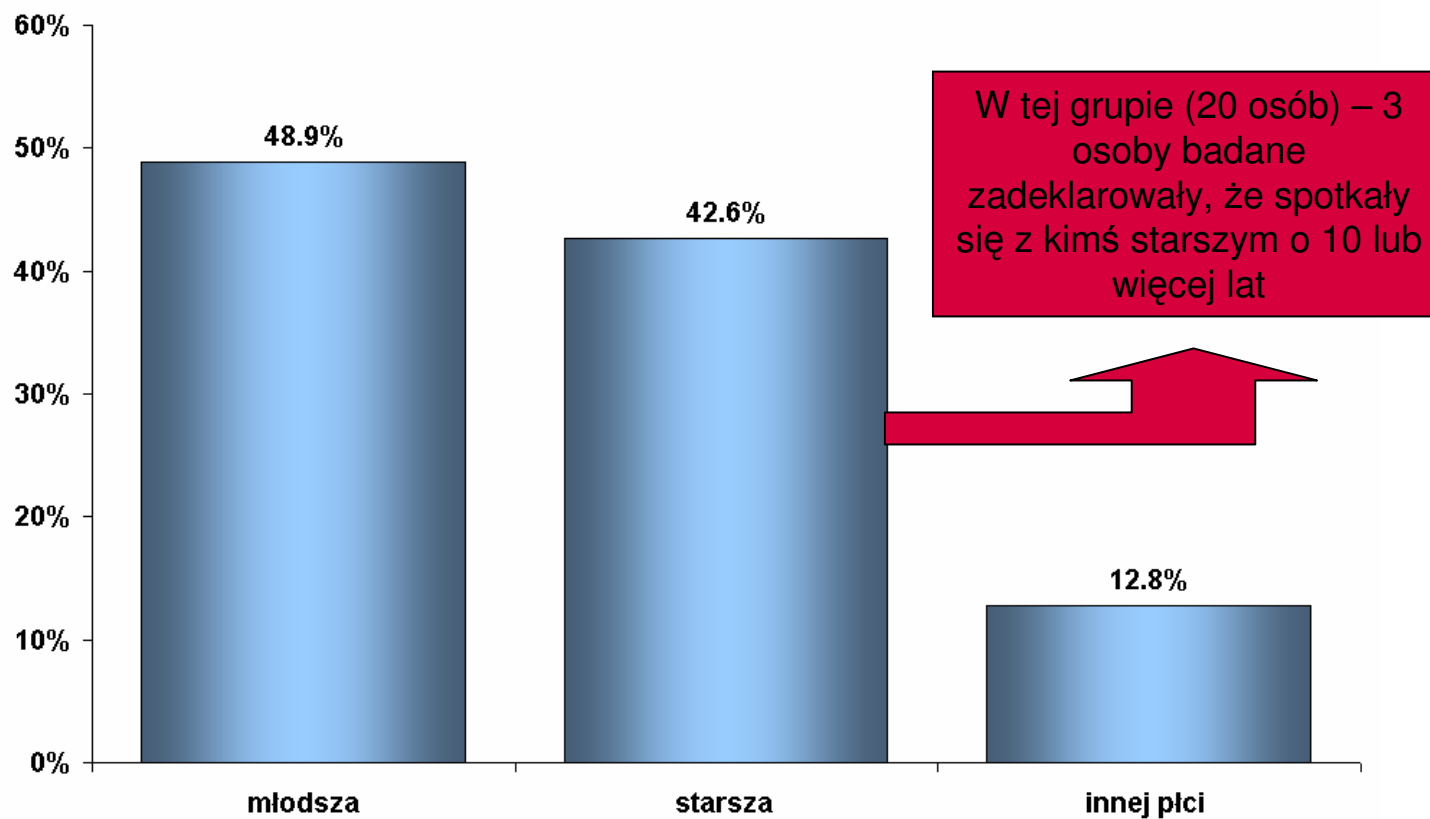
Czy zdarzyło się, że osoba z którą się spotkała(a)ś nie była tym, za kogo podawała się w Internecie?



N=367 (badani w wieku 12-17 lat, którzy poszli na spotkanie)



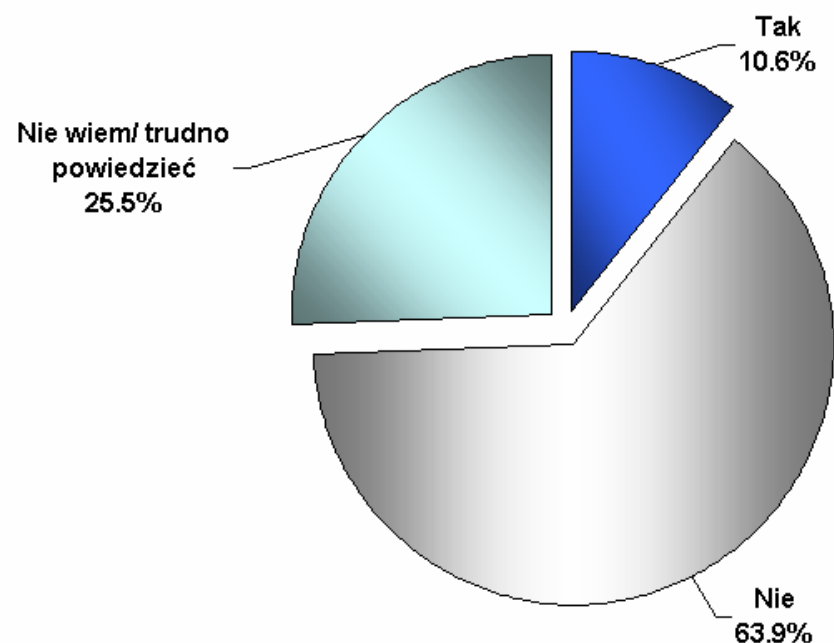
Czy zdarzyło ci się, że osoba z którą się spotkała(a)s była:



N=367 (badani w wieku 12-17 lat, którzy poszli na spotkanie)



Czy kiedykolwiek osoba poznana w Internecie zachowywała się na spotkaniu z Tobą tak, jakby chciała zrobić Ci coś złego?



N=47 (osoby, które poszły na spotkanie z osobą poznaną w Internecie, która była kimś innym niż się podawała wcześniej)