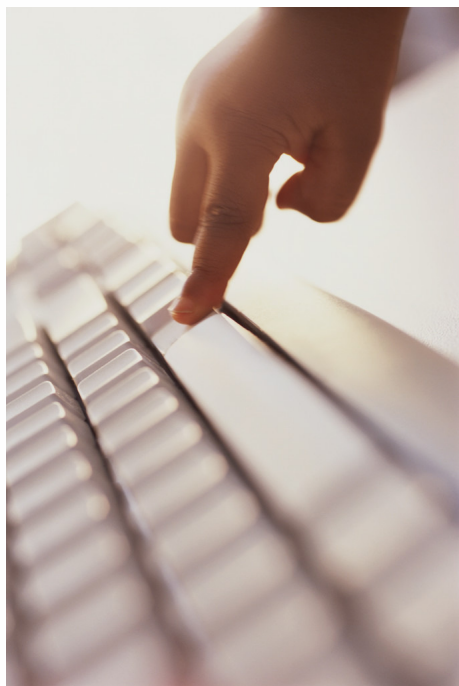


Dzieci aktywne online

- Urodzeni z myszką w ręku
- Często online, rzadziej offline
- Treści poszukiwane



październik 2007



Raport „**Dzieci aktywne online**” został opracowany na potrzeby

I Międzynarodowej Konferencji „Bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w internecie”.

Celem raportu jest zbadanie aktywności online użytkowników w wieku od 7-14 lat.

Na podstawie wyników badania Megapanel PBI/Gemius szczegółowej analizie poddano zachowania oraz preferencje dzieci obejmujące zarówno cały internet, jak i poszczególne kategorie tematyczne witryn objętych badaniem. Oszacowano udział tej grupy wiekowej w całej populacji użytkowników sieci oraz przedstawiono ich aktywność online na tle innych grup odbiorców.



Urodzeni z myszką w ręku
czyli...

Jak zmienia się aktywność dzieci online?

Co dziesiąty internauta w Polsce
to dziecko w wieku od 7-14 lat.

Urodzeni z myszką w ręku

Tabela. Aktywność w internecie według wieku.

grupa docelowa	użytkownicy (real users)	dopasowanie użytkowników	średni czas na użytkownika [godz:min:s]	średnia liczba odślon na użytkownika
7-14 lat	1514945	11,04%	24:27:54	1425,88
15-24 lat	4634218	33,76%	36:57:18	2298,62
25-34 lat	3041973	22,16%	27:37:49	1690,03
35-44 lat	1998107	14,56%	26:39:45	1626,56
45-54 lat	1709232	12,45%	25:35:50	1514,98
powyżej 55 lat	828023	6,03%	20:16:49	1124,57

- Grupą o największym udziale w „torcie internautów” jest młodzież od **15 do 24 lat (33,76 proc.)**. Generuje ona największy ruch na zasobach sieci, intensywnie i aktywnie korzystając z internetu.

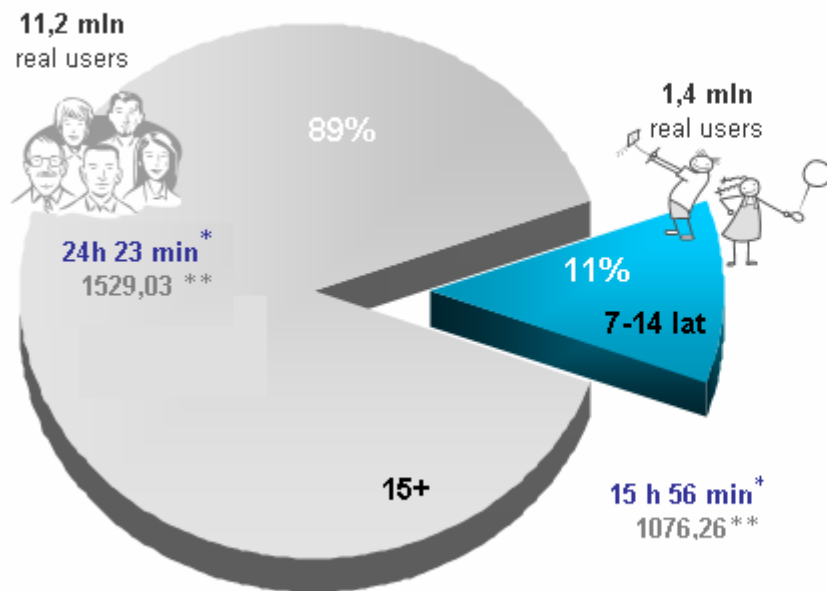
- Grupa internautów od **7 do 14 lat** stanowi **11,04 proc.**

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Zmienia się **INTENSYWNOŚĆ** kontaktu dzieci z treściami online.

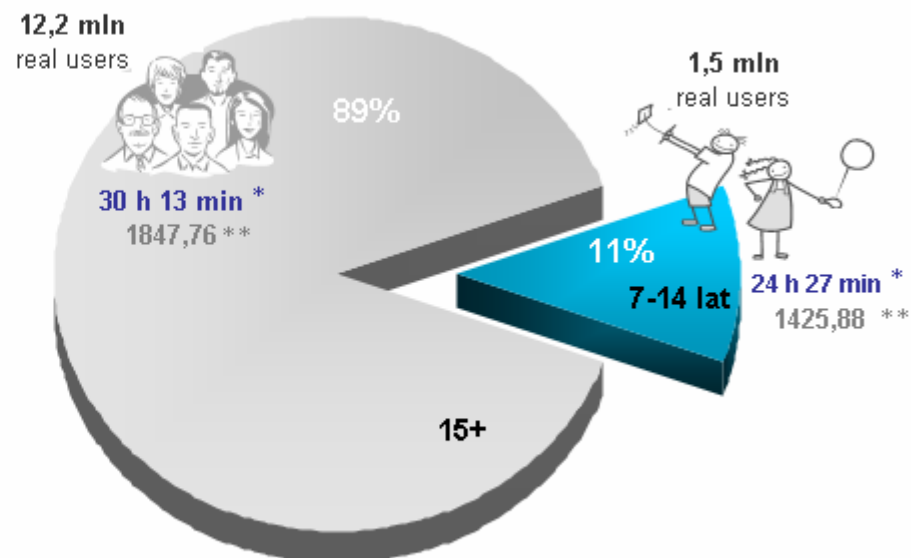
Urodzeni z myszką w ręku

Wykres. Struktura internautów według wieku - czerwiec 2006 r.



■ internauci w wieku powyżej 15 lat ■ internauci w wieku 7-14 lat
* średni czas na użytkownika ** średnia liczba odsłon na użytkownika

Wykres. Struktura internautów według wieku - czerwiec 2007 r.



■ internauci w wieku powyżej 15 lat ■ internauci w wieku 7-14 lat
* średni czas na użytkownika ** średnia liczba odsłon na użytkownika

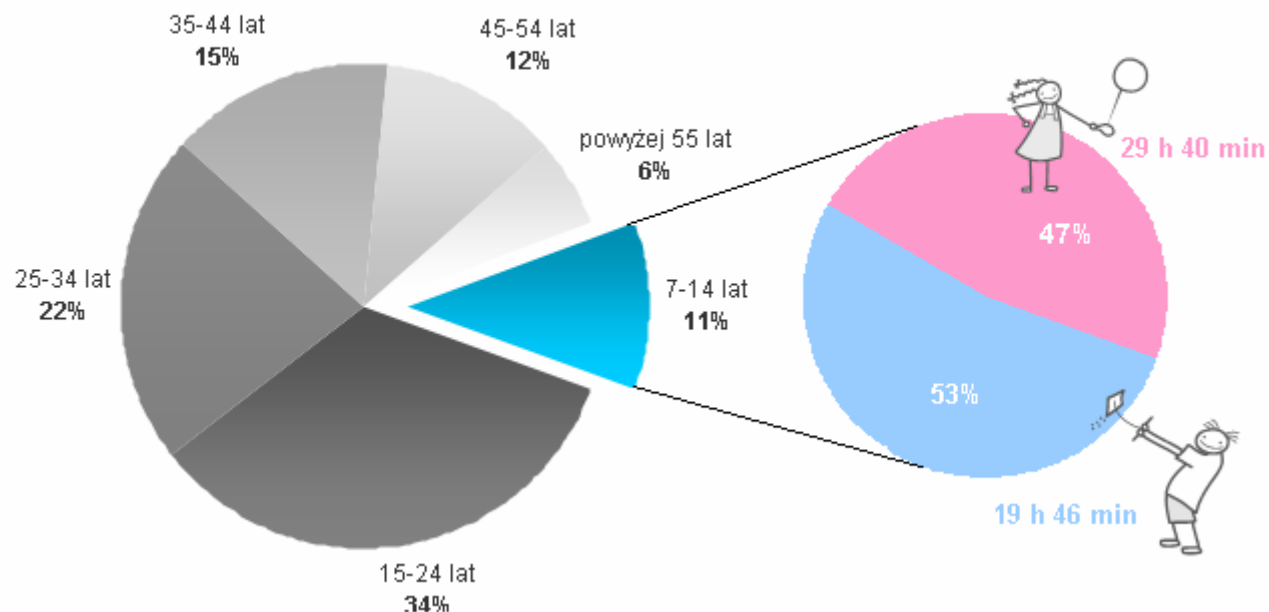
- Co prawda internauci w wieku od 7 do 14 lat spędzają online przeciętnie mniej czasu niż wszyscy internauci i dokonują przeciętnie mniej odsłon, to jednak w ciągu roku średni czas na użytkownika w tej grupie internautów wzrósł o niemal 10 godzin. Co więcej, zmiany te są bardziej dynamiczne niż dla całej populacji internautów.
- Choć procentowy udział dzieci w populacji internautów właściwie nie zmienił się w porównaniu z rokiem ubiegłym, widoczne są różnice w **sposobie korzystania z internetu**.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Dziewczynki spędzają w internecie więcej czasu niż chłopcy.

Urodzeni z myszką w ręku

Wykres. Użytkownicy (real users) według wieku oraz średni czas na użytkownika.



- Niemal równe są grupy internautek (**47 proc.**) i internautów (**53 proc.**).

- Przeciętna dziewczynka spędza w sieci średnio o **10 godzin więcej** niż chłopiec - co jest charakterystyczne tylko dla tej grupy wiekowej.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

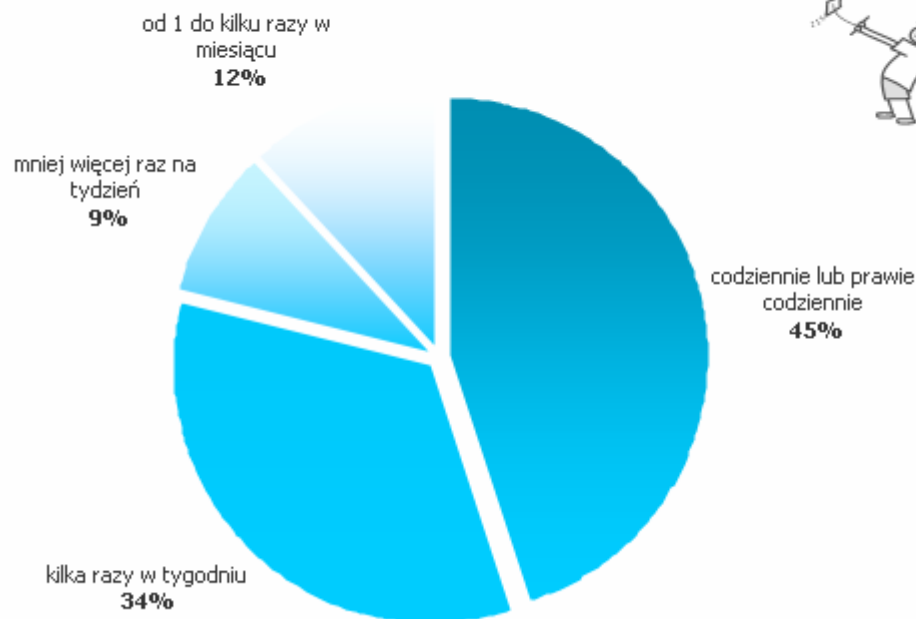


Częściej online, rzadziej offline?
czyli...
Złapani w sieć

Niemal co drugi internauta w wieku od 7 do 14 lat jest aktywny w internetowej społeczności codziennie.

Często „on”, rzadziej „off”?

Wykres. Struktura internautów w wieku od 7 do 14 lat według częstotliwości korzystania z internetu.



- Internauci w wieku od lat 7 do 14 korzystają z sieci przede wszystkim **codziennie lub prawie codziennie (45 proc.)**.

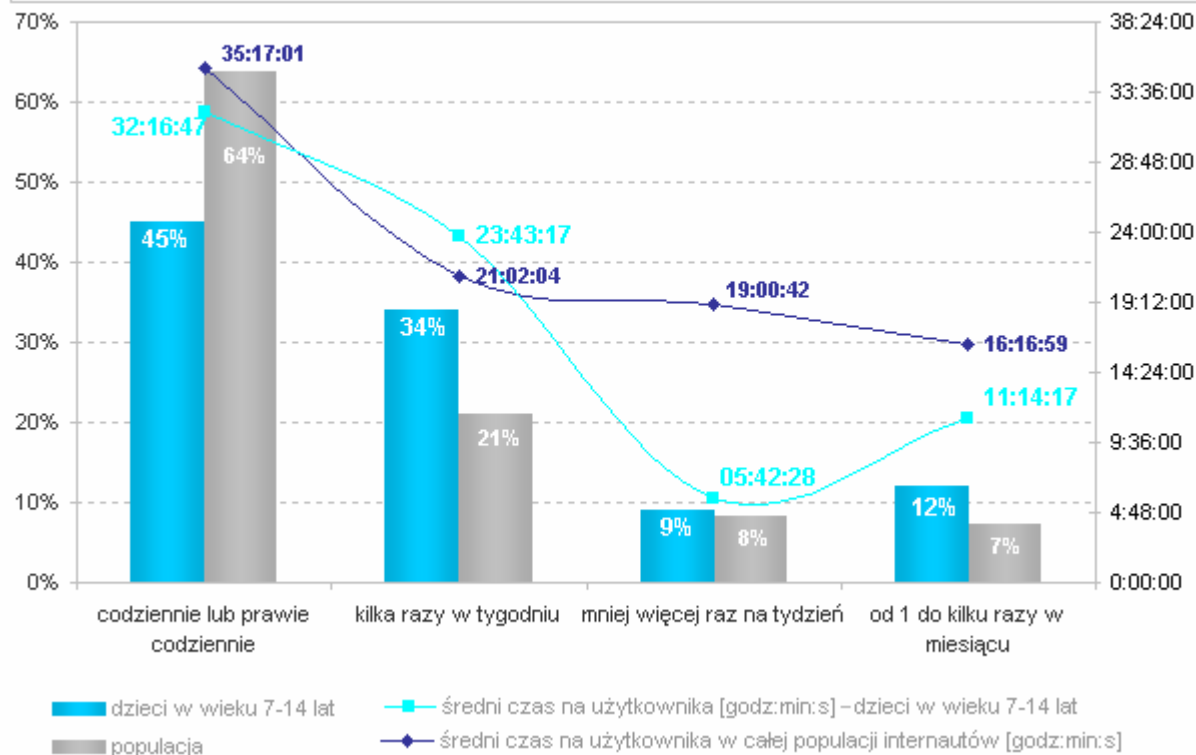
- Co trzeci internauta w wieku od 7 do 14 lat ma kontakt z treściami online **kilka razy w tygodniu (34 proc.)**.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=831, internauci 7-14 lat

Znaczny odsetek dzieci korzysta z sieci kilka razy w tygodniu.

Często „on”, rzadziej „off”?

Wykres. Struktura internautów według częstotliwości korzystania z internetu oraz średni czas na użytkownika.



- Odsetek dzieci korzystających z internetu **kilka razy w tygodniu** jest wyraźnie większy (**34 proc.**) niż średnia dla całej populacji internautów (20,9 proc.).

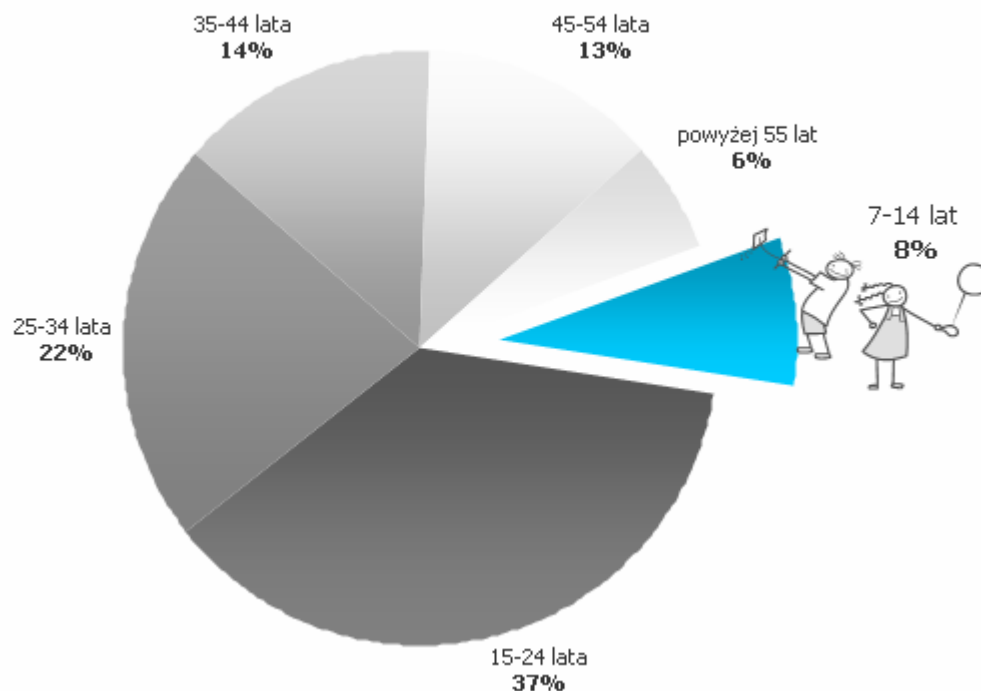
- Czas online spędzony przez przeciętnego internautę w wieku od 7-14 lat korzystającego z internetu kilka razy w tygodniu (**23h i 43 min**) jest wyższy niż średnia dla wszystkich internautów (21 h 02 min.).

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

W grupie najaktywniejszych internautów prawie co dziesiąty ma od 7-14 lat.

Często „on”, rzadziej „off”?

Wykres. Struktura internautów korzystających z internetu codziennie lub prawie codziennie według wieku.



- Wśród „heavy users” – czyli korzystających z internetu codziennie lub prawie codziennie – najmłodszy stanowią **8 proc.**

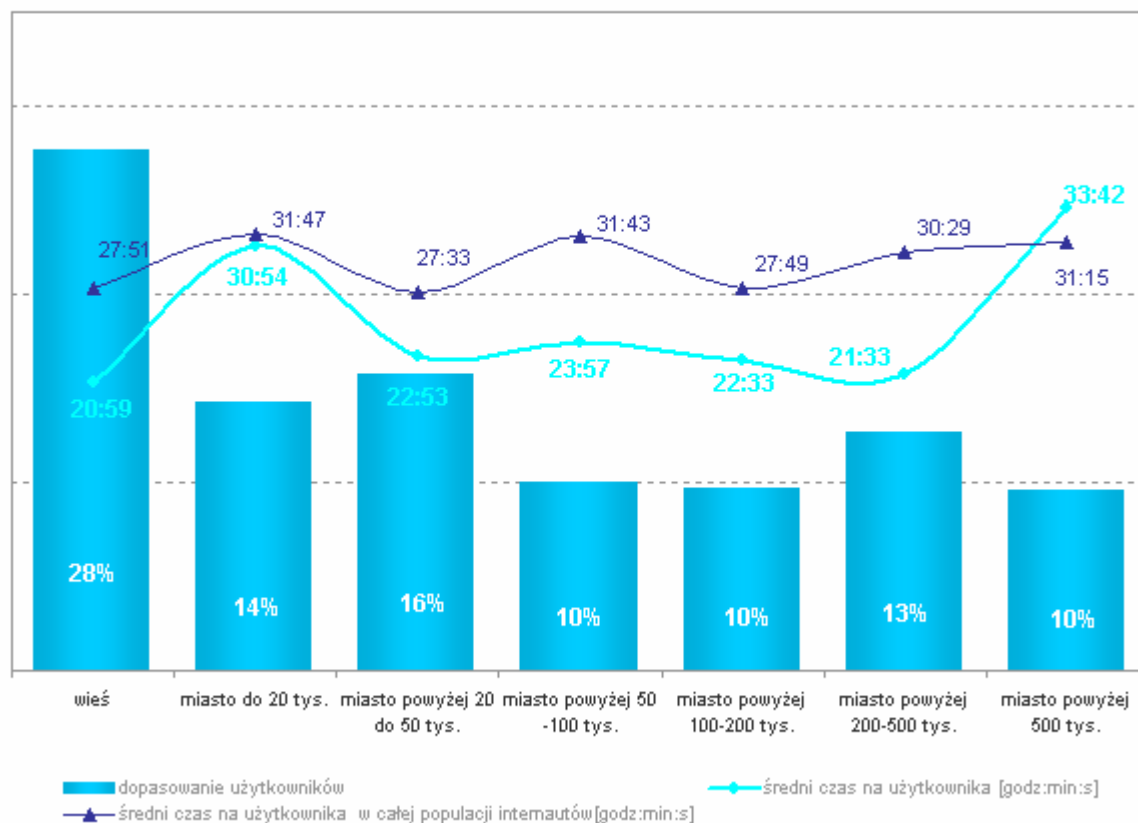
- **37 proc.** najbardziej aktywnych internautów stanowi młodzież w wieku od 15-24 lat.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Niemal co trzeci internauta w wieku 7-14 lat mieszka na wsi.

Często „on”, rzadziej „off”?

Wykres. Struktura internautów w wieku od 7 do 14 lat według miejsca zamieszkania oraz średni czas na użytkownika.



- Najliczniejszą grupę (**niemal 1/3**) wśród internautów od 7 do 14 lat stanowią mieszkańcy **wsi**. Udział mieszkańców wsi w grupie 7-14 lat jest wyższy niż w całej populacji.

- Dzieci mieszkające w **największych miastach** spędzają w internecie średnio najwięcej czasu (**33 h 42 min.**), co przewyższa przeciętny wynik mieszkańców miast.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=831, internauci 7-14 lat

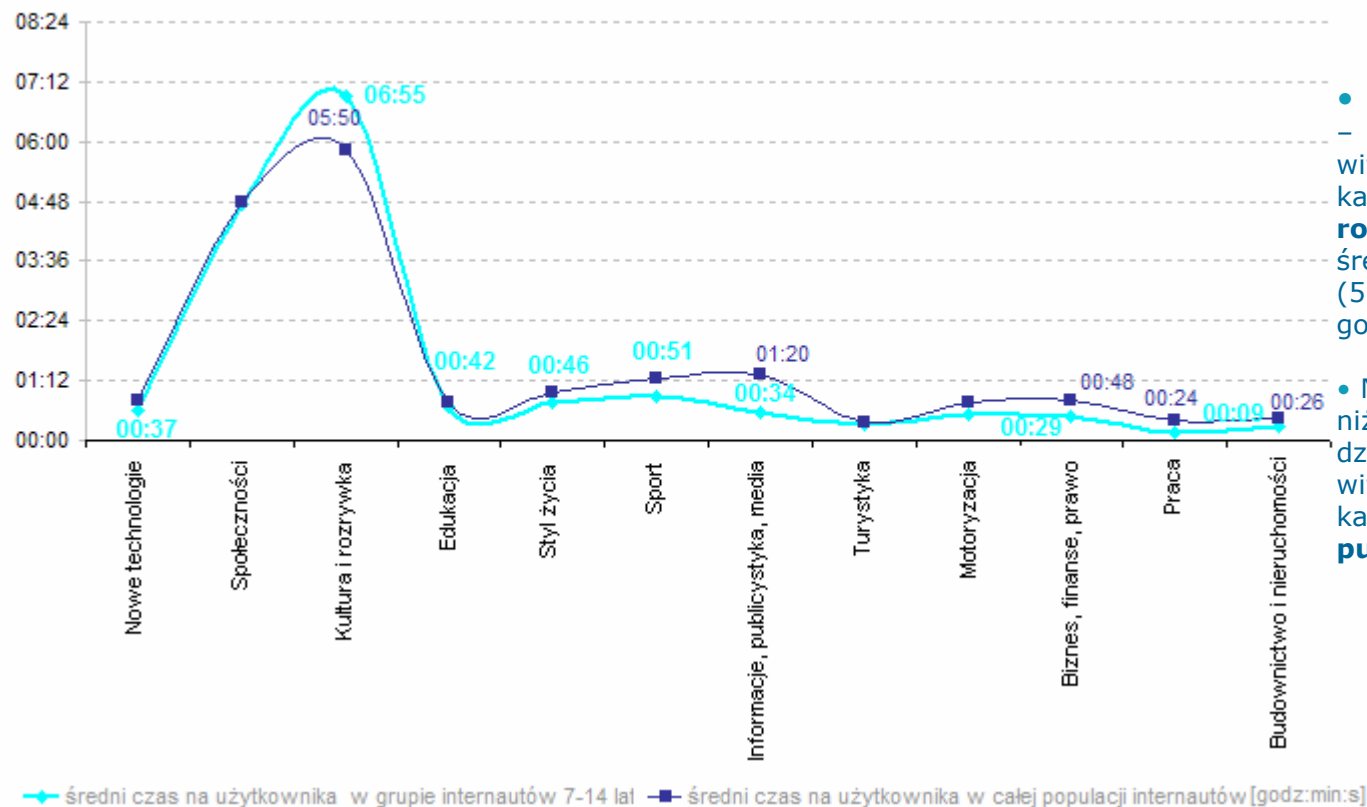


Treści poszukiwane
czyli...
Co zatrzymuje dzieci w sieci?

Internauci w wieku od 7-14 lat dzielą większość swojego czasu online między rozrywkę i społeczność.

Treści poszukiwane

Wykres. Średni czas na użytkownika na witrynach zaliczanych do poszczególnych kategorii tematycznych.



- Najdłużej – **6 h 55 min.** – dzieci zatrzymują się na witrynach zgrupowanych w kategorii **„Kultura i rozrywka”**, przewyższając średnią dla całej populacji (5 h 50 min) niemal o godzinę.

- Niemal o połowę krócej niż przeciętny internauta dzieci przebywają na witrynach i serwisach z kategorii **„Informacje, publicystyka, media”**.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=831, internauci 7-14 lat

Rozrywka, nowe technologie i społeczności.

Dzieci wybierają interaktywność, zabawę i komunikację.

Treści poszukiwane

Tabela. Popularność kategorii tematycznych według zasięgu
– **wszyscy** internauci.



1	Kultura i rozrywka
2	Informacje, publicystyka, media
3	Nowe technologie
4	Styl życia
5	Społeczności
6	Edukacja
7	Biznes, finanse, prawo
8	Turystyka
9	Motoryzacja
10	Sport
11	Praca
12	Budownictwo i nieruchomości

Tabela. Popularność kategorii tematycznych według zasięgu
– **internauci w wieku 7-14 lat.**



1	Kultura i rozrywka
2	Nowe technologie
3	Społeczności
4	Informacje, publicystyka, media
5	Styl życia
6	Edukacja
7	Sport
8	Biznes, finanse, prawo
9	Turystyka
10	Motoryzacja
11	Praca
12	Budownictwo i nieruchomości

- Internet to medium zapewniające przede wszystkim ROZRYWKĘ – także dla **ponad 95 proc.** internautów w wieku od 7 do 14 lat.

✗ **82 proc.** dzieci wybiera strony z kategorii NOWE TECHNOLOGIE – to więcej niż zasięg stron tego typu w całej populacji (78 proc.).

✗ Dzieci wydają się doceniać zalety serwisów SPOŁECZNOŚCIOWYCH (zasięg wśród internautów 7-14 lat – **70 proc.**).

✗ Serwisy i witryny INFORMACYJNE – które wydają się być specyfiką internetowego medium – cieszą się stosunkowo niską popularnością wśród najmłodszych internautów (**63 proc.**).

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Tabela. TOP 5 kategorii tematycznych według dopasowania użytkowników (dziewczynki 7-14 lat)



	dopasowanie użytkowników*
1 Edukacja	52,9%
2 Nowe technologie	51,4%
3 Społeczności	51%
4 Kultura i rozrywka	49,5%
5 Styl życia	47,6%

Tabela. TOP 5 kategorii tematycznych według dopasowania użytkowników (chłopcy 7-14 lat)



	dopasowanie użytkowników*
1 Społeczności	55,2%
2 Nowe technologie	54,9%
3 Kultura i rozrywka	50,2%
4 Edukacja	46,6%
5 Sport	45,7%

* 100 proc. stanowią internauci w wieku od 7-14 lat

- Biorąc pod uwagę strukturę użytkowników poszczególnych kategorii, EDUKACJA zatrzymuje największą grupę internautek w wieku 7-14 lat (**52,9 proc.** wśród dzieci w wieku od 7-14 lat). Wśród dziewczynek popularne są także nowe technologie oraz społeczności.
- Chłopcy doceniają przede wszystkim serwisy tworzące SPOŁECZNOŚCI (dopasowanie użytkowników w tej grupie wiekowej – **55,2 proc.**). Edukacja wydaje się nie przyciągać młodych internautów zbyt skutecznie – zajmuje 4. miejsce w rankingu.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=831, internauci 7-14 lat

GRY ONLINE – ulubione miejsca w sieci. Najmłodsi internauci wyjątkowo chętnie korzystają z możliwości grania online.

Treści poszukiwane



Tabela. Ranking witryn według dopasowania
– dzieci w wieku od 7 do 14 lat.

- Wśród dzieci największą popularnością cieszy się witryna z **grami online**.
- Dostosowane do preferencji najmłodszych badanych wydają się być także **serwisy wideo i społecznościowe** (youtube.com, maxior.pl, fora.pl)

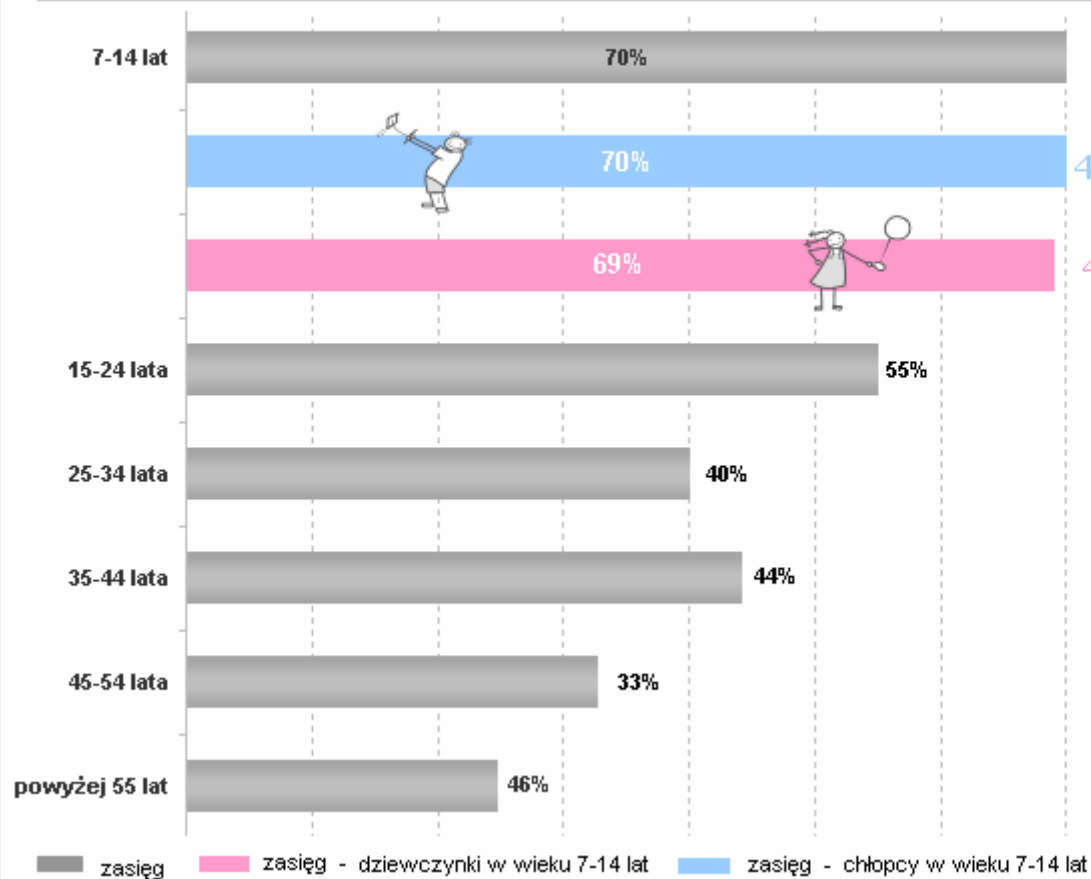
	witryna	audyt site-centric	użytkownicy (real users)	dopasowanie użytkowników
1	gry.pl	tak	425446	24,71%
2	maxior.pl	tak	368855	22,98%
3	fora.pl		221757	15,16%
4	gadu-gadu.pl	tak	384294	13,61%
5	imageshack.us		287121	12,93%
6	youtube.com		601479	12,88%
7	dobreprogramy.pl		196885	12,83%
8	Neotrada		355276	12,40%
9	Plus GSM		313819	12,34%
10	Grupa YoYo.pl		222449	12,18%
11	Grupa Fotka.pl	tak	353998	11,88%
12	o2.pl	tak	725727	11,29%
13	Gery.pl	tak	172884	11,13%
14	Google		1196798	11,05%
15	ovh.org		177895	11,03%
16	Grupa Medousa.pl		338277	11,00%
17	adobe.com		161307	10,97%
18	wikipedia.org		603711	10,87%
19	msn.com		203422	10,64%
20	Grupa IDG	tak	342910	10,57%

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=831, internauci 7-14 lat

Sieciowi gracze - wbrew stereotypom, dziewczynki równie chętnie grają online.

Treści poszukiwane

Wykres. Zasięg witryn z kategorii "Gry online" według wieku.



- **70 proc.** dzieci spędza czas w internecie grając online.

- Gry online cieszą się praktycznie równym zainteresowaniem dziewczynek i chłopców w wieku od 7-14 lat.

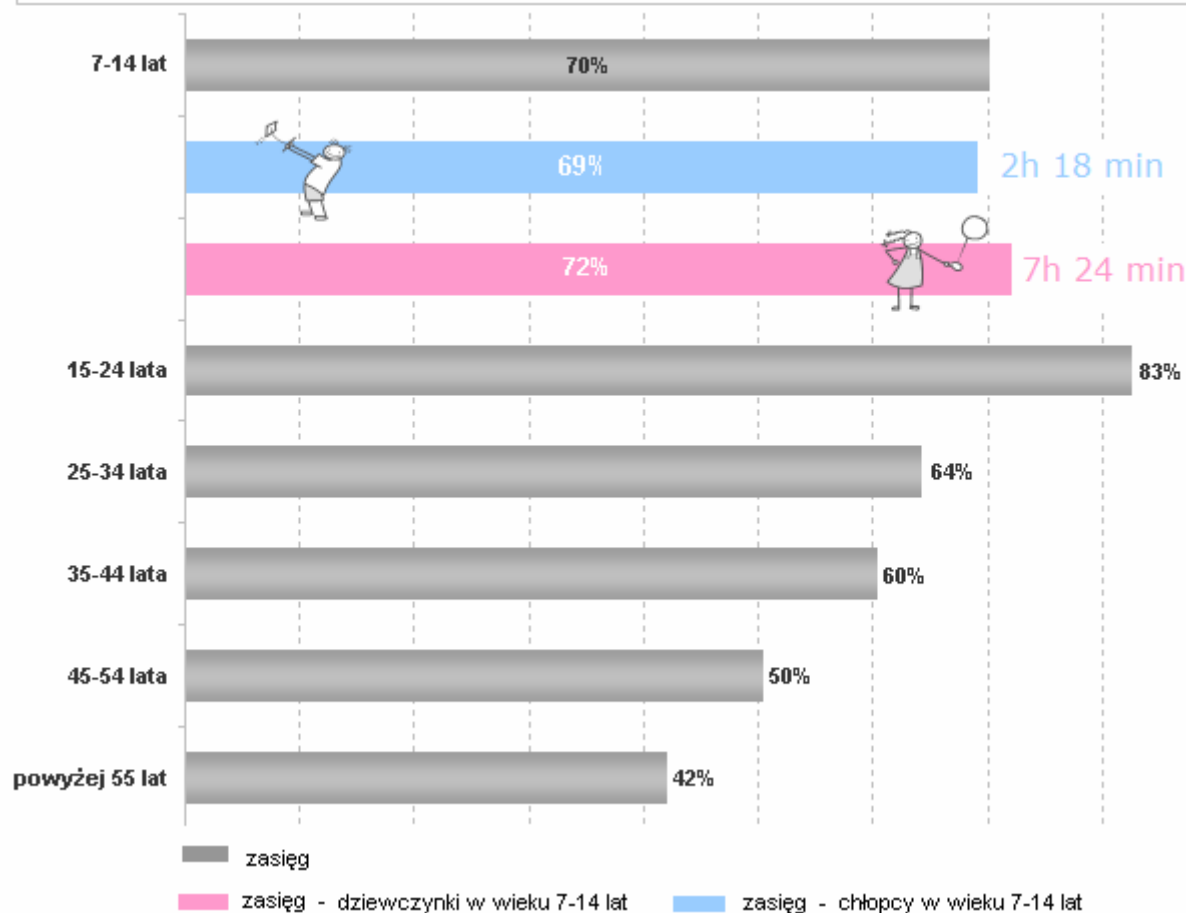
- Dziewczynki przebywają na witrynach z grami online średnio dłużej (**4 h 50 min.**) niż chłopcy (**4 h 34 min.**).

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Dzieci aktywnie uczestniczą w tworzeniu społeczności online.

Treści poszukiwane

Wykres. Zasięg witryn z kategorii "Społeczności" według wieku.



- Aż **70 proc.** internautów w wieku od 7 do 14 lat odwiedza strony poświęcone społecznościom.

- Dziewczynki spędzają na serwisach społecznościowych **trzy razy więcej** czasu niż chłopcy.

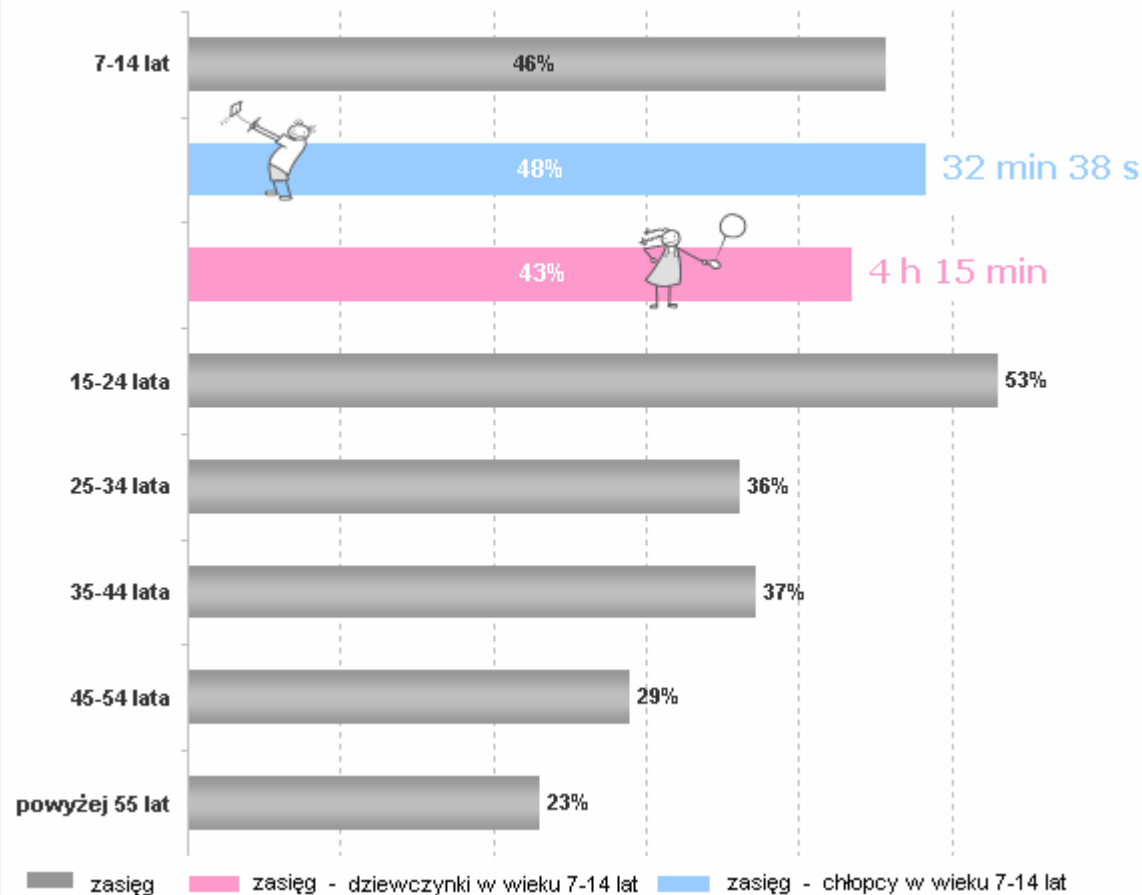
- Zasięg witryn z kategorii społeczności wśród dzieci jest mniejszy tylko od najaktywniejszej w internecie grupy – internautów w wieku od 15 do 24 lat.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Najmłodsi internauci czytają, komentują i piszą blogi.

Treści poszukiwane

Wykres. Zasięg witryn z kategorii "Blogi" według wieku.



- Niemal **co drugi** internauta w wieku od 7 do 14 lat odwiedza serwisy blogowe.

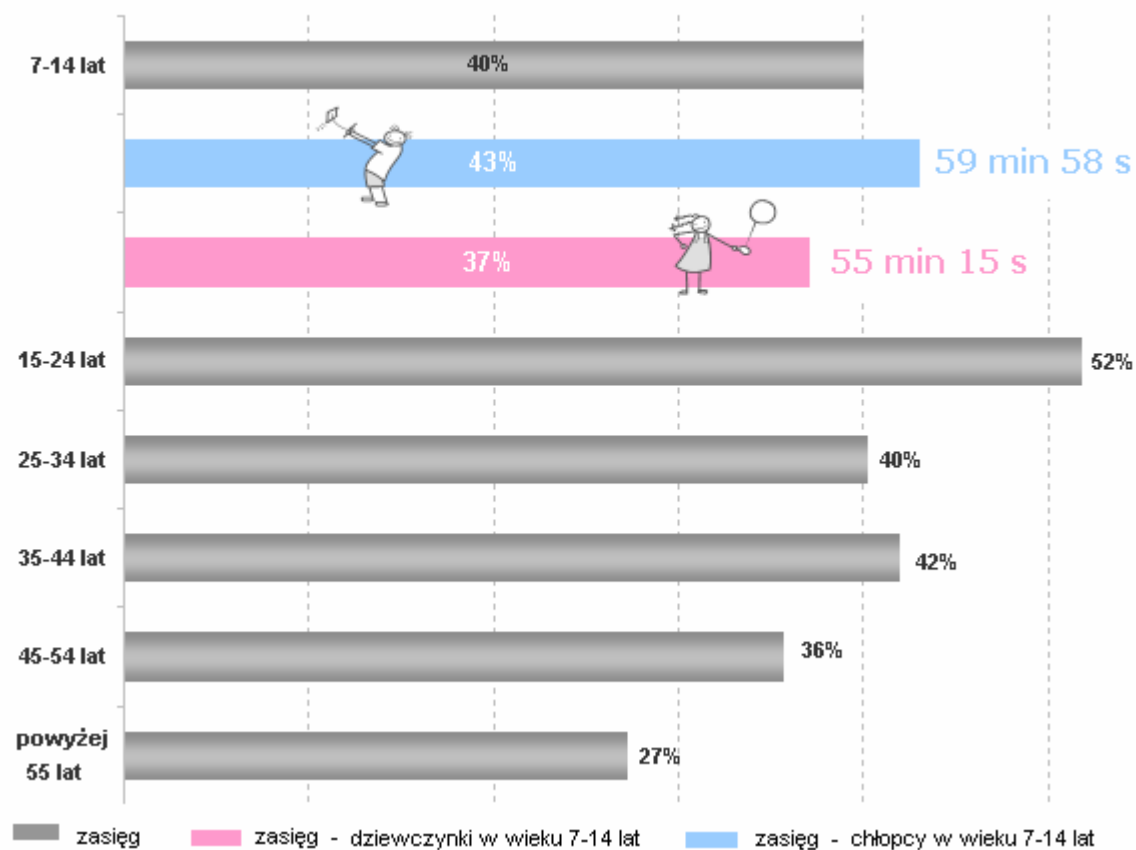
- Treść blogów czy też możliwość ich pisania zatrzymuje dziewczynki **znacznie skuteczniej** niż chłopców. Średni czas na użytkownika: dziewczynki – **4 h 15 min.**, chłopcy – **32 min 38 s.**

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+

Erotyka w sieci – zakazany owoc smakuje?
Aż **40 proc.** dzieci ma kontakt z treściami erotycznymi online.

Treści poszukiwane

Wykres. Zasięg witryn z kategorii "Erotyka" według wieku.



- Wśród internautów w wieku 7-14 lat **43 proc.** chłopców i **37 proc.** dziewczynek odwiedza witryny o tematyce erotycznej.
- Chłopcy spędzają na witrynach erotycznych więcej czasu (**59 min 58 s.**) niż dziewczynki (**55 min. 15 s.**).
- Średni czas na użytkownika wśród dzieci (**57 min 36 s.**) jest wyraźnie krótszy niż w innych grupach wiekowych. Co może świadczyć - obok oczywistego mniejszego zainteresowania treściami erotycznymi online - o świadomości bycia kontrolowanym.

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2007, n=19015, wszyscy 7+



Program „Internet dla kampanii społecznych”



Raport „**Dzieci aktywne online**” powstało w ramach współpracy Gemius SA z **Fundacją Dzieci Niczyje** na potrzeby I Międzynarodowej Konferencji „Bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w internecie”.

Opracowanie jest częścią działań w ramach programu Gemius „**Internet dla kampanii społecznych**”. W którego ramach Gemius umożliwia organizacjom pożytku publicznego realizację internetowych kampanii społecznych (we współpracy ze stat24 i PBI) oraz udostępnia profesjonalne narzędzia badawcze (np. gemiusTraffic, gemiusAdHoc, gemiusEffect).

Aleksandra Szłamas
tel. (0 22) 874 41 00

e-mail: aleksandra.szlamas@gemius.pl



MYŚLI BEZ GRANIC

o Gemius

Gemius SA – firma badawcza, lider i prekursor w dziedzinie badań internetu w Europie Środkowo-Wschodniej. Na rynku polskim istnieje od 1999 roku, oferując profesjonalne rozwiązania badawcze, usługi analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku. Firma oferuje szeroki wachlarz kompleksowych badań dotyczących m.in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznego (gemiusProfile), czy też skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect). We współpracy ze spółką Polskie Badania Internetu, Gemius prowadzi całościowe badanie oglądalności witryn i aplikacji internetowych – Megapanel PBI/Gemius. Firma realizuje badania internetu w Polsce, Czechach, Słowacji, na Litwie, Łotwie, w Estonii, Rumunii, na Ukrainie, a także na Węgrzech, Słowenii i Chorwacji.