

# *Aktywność dzieci w Internecie*



SIERPIEŃ 2011 R.

Wprowadzenie .....	<b>3</b>
Notka metodologiczna .....	<b>4</b>
Profil użytkownika internetu 7-15 lat .....	<b>5</b>
Najczęściej poszukiwana tematyka w Internecie.....	<b>9</b>
Najpopularniejsze witryny.....	<b>14</b>
Witryny na których dzieci spędzają najwięcej czasu .....	<b>19</b>
O Kidprotect.....	<b>22</b>
O PBI .....	<b>23</b>

## Wprowadzenie

12 procent polskich internautów to osoby poniżej 16 roku życia. 9 procent internautów nie skończyło jeszcze 13 lat. Wśród najmłodszych użytkowników internetu większość stanowią chłopcy (w grupie 7-12 lat 65 procent, a w grupie gimnazjalistów 60 procent użytkowników internetu).

Dzieci oraz młodzież korzystają z Internetu niewiele mniej intensywnie od dorosłych. Połowa Internautów w wieku 7-12 zagląda do Internetu codziennie lub prawie codziennie, kolejnych 27 procent zagląda do Internetu kilka razy w tygodniu. W grupie nastolatków do internetu codziennie lub prawie codziennie zagląda 48 procent, a kilka razy w tygodniu informacji w sieci szuka kolejne 46 procent gimnazjalistów.

Sieć, dla dzieci, to przede wszystkim rozrywka oraz serwisy społecznościowe. W obu grupach wiekowych na przynajmniej jedną ze stron z kategorii „Kultura i rozrywka” oraz „Społeczności” wszedł każdy młody internauta. Pośród witryn najczęściej odwiedzanych przez najmłodszych (7-12) znajdują się witryny z grami, natomiast gimnazjaliści (13-15) chętnie

zaglądają na strony związane z edukacją oraz portale horyzontalne.

W przeciągu ostatniego półrocza wzrósł odsetek młodych osób zaglądających na witryny erotyczne. Wśród osób w wieku 7-12 z 25 procent w październiku 2010 do 48 procent w maju 2011. Także gimnazjaliści zaglądają na witryny erotyczne częściej niż kilka miesięcy wcześniej – w maju 52 procent internautów w tej grupie wiekowej (w październiku 2010 - 42 procent).

---

*Zapraszamy do zapoznania się z II edycją opracowania eKid na temat aktywności dzieci internecie.*

*Zaprezentowane w raporcie dane pochodzą z badania Megapanel PBI/Gemius*

Fundacja Kidprotect  
Polskie Badania Internetu

## eKID PBI

To cykliczne opracowanie pokazujące aktywności dzieci w wieku 7-15 lat w Internecie. W raporcie wykorzystano dane z badania Megapanel PBI/Gemius.

## MEGAPANEL PBI/GEMIUS

Badanie jest standardem pomiaru oglądalności witryn internetowych w Polsce.

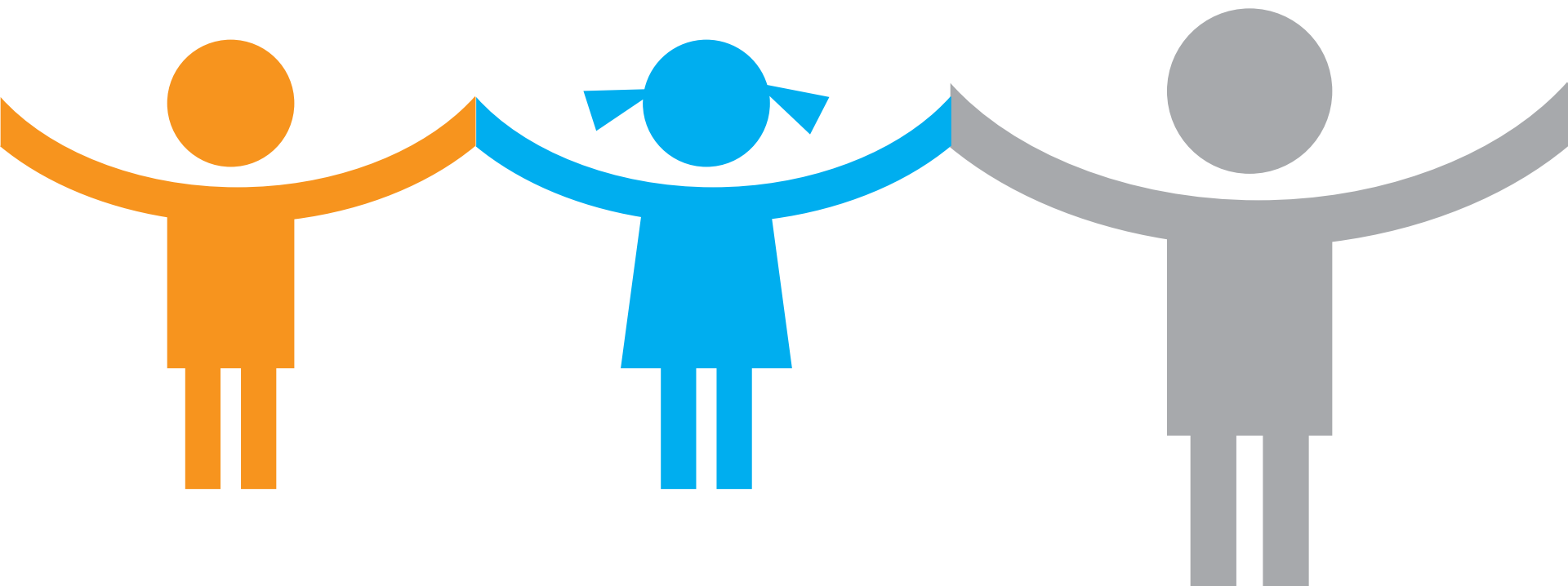
Jego celem jest dostarczenie aktualnej wiedzy o liczbie i profilu demograficznym użytkowników witryn internetowych w Polsce oraz sposobie, w jaki internauci z nich korzystają.

Wyniki badania umożliwiają porównywanie popularności witryn i aplikacji internetowych oraz oszacowanie ich potencjału reklamowego przy pomocy precyzyjnie zdefiniowanych wskaźników.

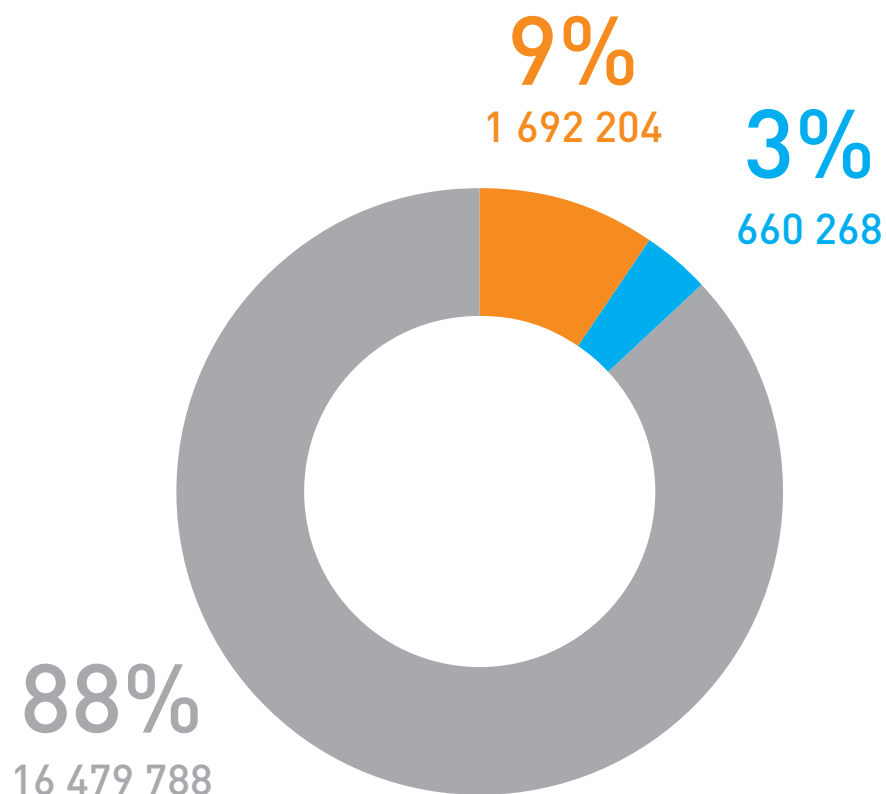
Badaniem objętych jest obecnie około pięciu tysięcy witryn, zarówno polskich jak i zagranicznych.



## PROFIL UŻYTKOWNIKA INTERNETU 7-15



## INTERNAUCI



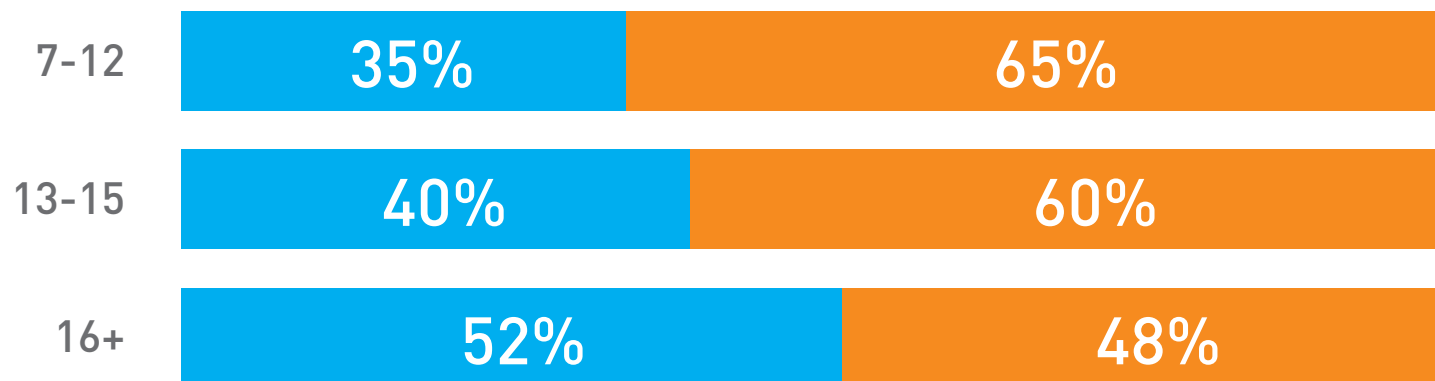
DZIECI W WIEKU 7-12  
STANOWIĄ 9%

A MŁODZIEŻ W WIEKU  
GIMNAZJALNYM 3%  
WSZYSTKICH  
INTERNAUTÓW



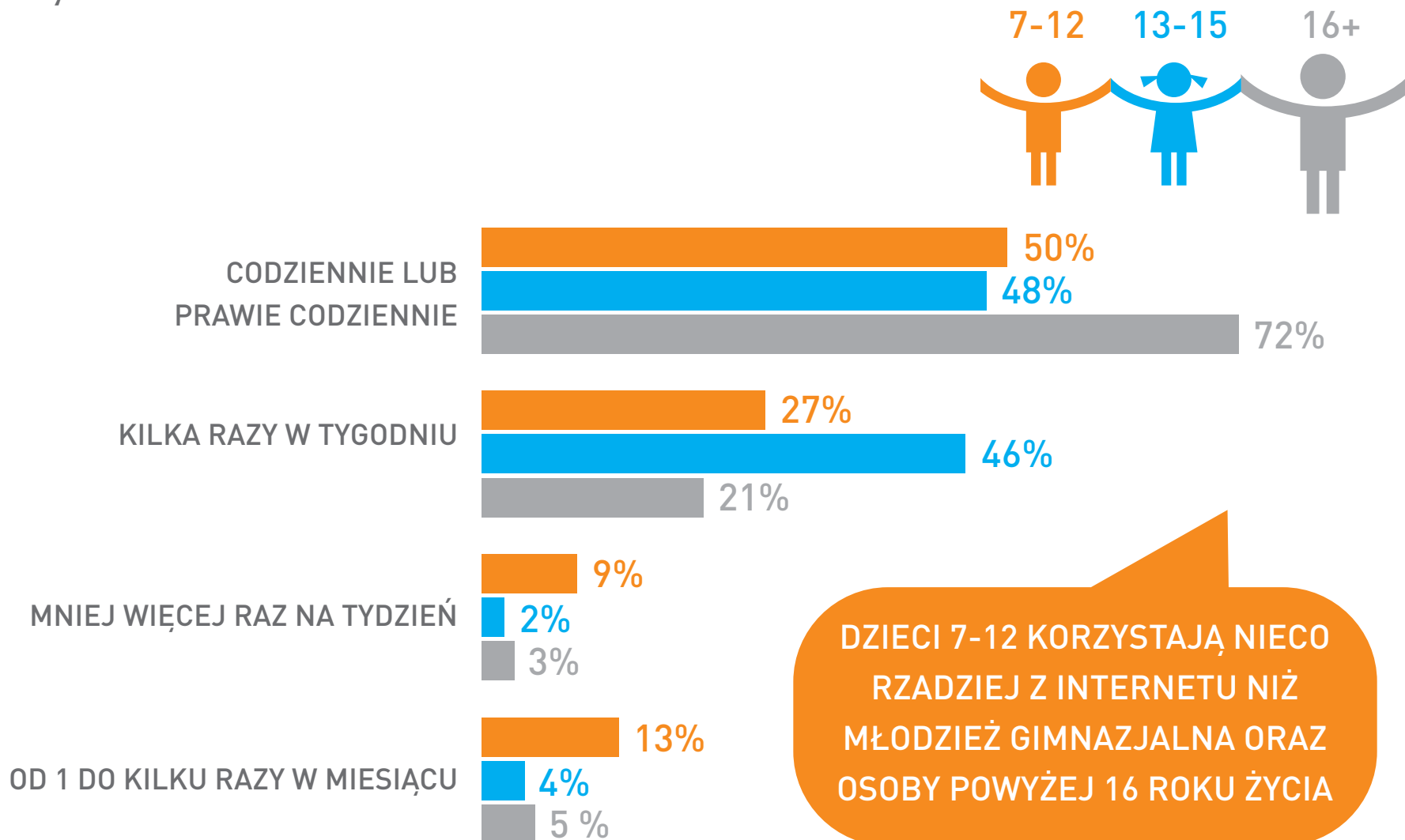


WŚRÓD NAJMŁODSZYCH UŻYTKOWNIKÓW  
INTERNETU (7-12 LAT) JEST WIĘCEJ  
CHŁOPCÓW NIŻ DZIEWCZYNEK



WŚRÓD STARSZYCH UŻYTKOWNIKÓW  
PROPORCJE PŁCI WYRÓWNUJĄ SIĘ

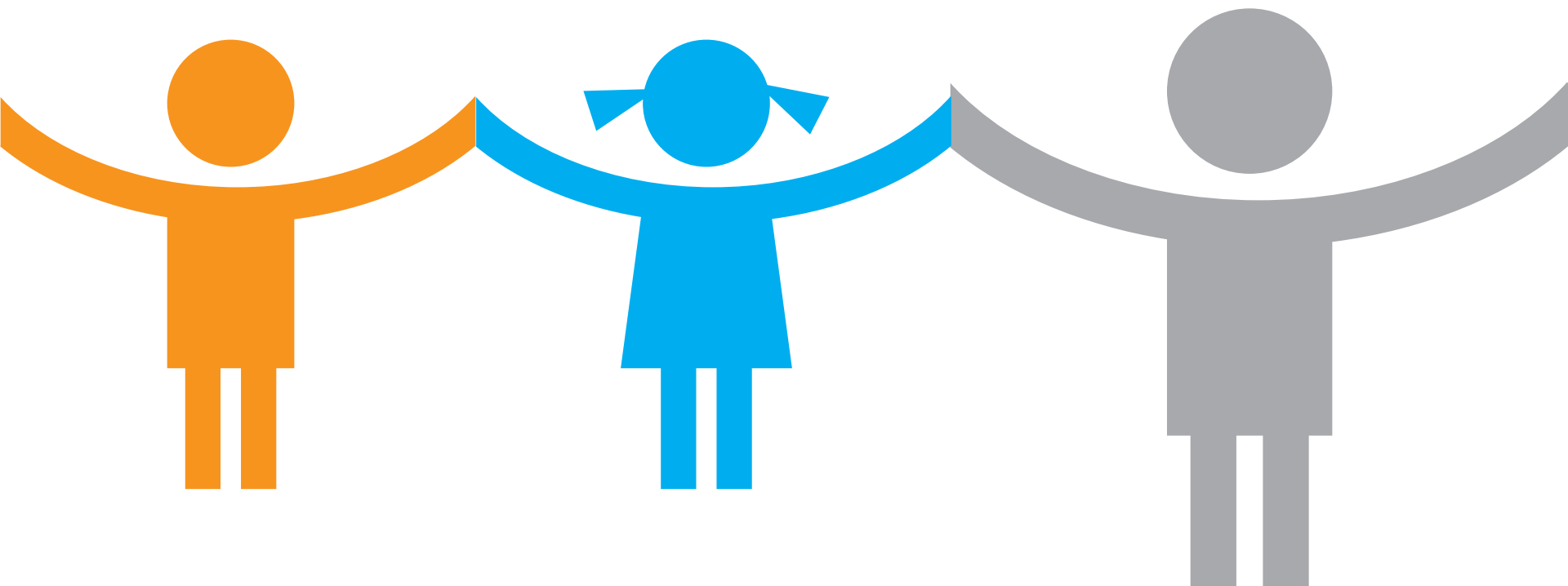
## CZĘSTOŚĆ KORZYSTANIA Z INTERNETU







NAJCZĘŚCIEJ POSZUKIWANA TEMATYKA W INTERNECIE



## WIEK 7-12

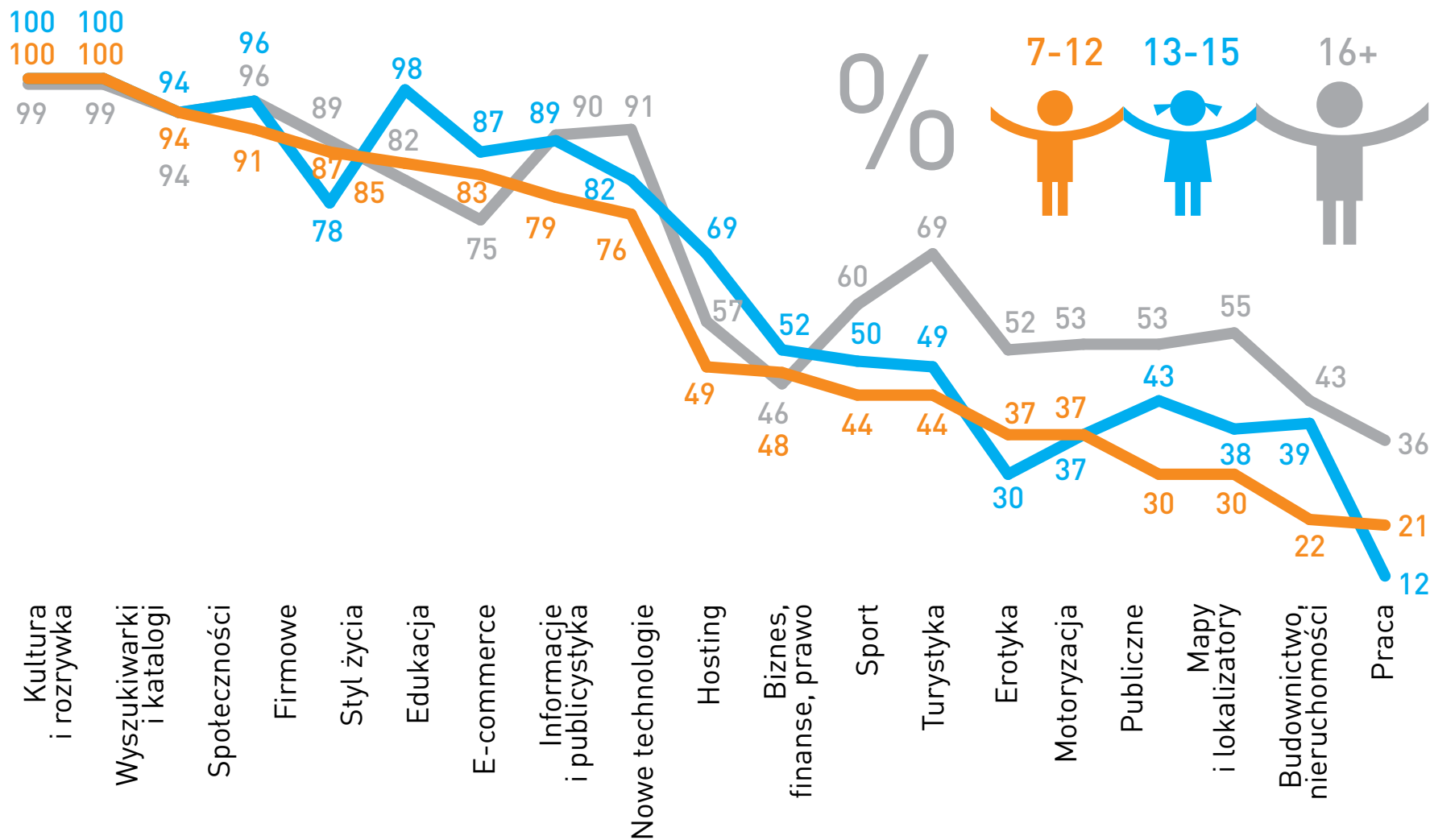
LP.	NAZWA W ZŁA	REAL USERS	ZASI G
1	Kultura i rozrywka	1 710 168	100%
2	Społeczności	1 710 168	100%
3	Firmowe	1 604 053	93,80%
4	Wyszukiwarki i katalogi	1 550 128	90,64%
5	E-commerce	1 484 928	86,83%
6	Nowe technologie	1 455 156	85,09%
7	Edukacja	1 414 791	82,73%
8	Informacje i publicystyka	1 348 275	78,84%
9	Styl życia	1 298 682	75,94%
10	Hosting	835 943	48,88%

## WIEK 13-15

LP.	NAZWA W ZŁA	REAL USERS	ZASI G
1	Kultura i rozrywka	663 895	100%
2	Społeczności	663 895	100%
3	Nowe technologie	649 789	97,88%
4	Wyszukiwarki i katalogi	639 950	96,39%
5	Firmowe	623 883	93,97%
6	Informacje i publicystyka	587 717	88,53%
7	Edukacja	577 376	86,97%
8	Styl życia	545 081	82,10%
9	E-commerce	520 091	78,34%
10	Hosting	457 412	68,90%

W OBU KATEGORIACH WIEKOWYCH 100% INTERNAUTÓW ODWIEDZA WITRYNY Z KATEGORII KULTURA I ROZRYWKA ORAZ SPOŁECZNOŚCI. NASTOLATKI DUŻO CZĘŚCIEJ POSZUKUJĄ INFORMACJI ZWIĄZANYCH Z NOWYMI TECHNOLOGIAMI

## PORÓWNANIE POPULARNOŚCI KATEGORII TEMATYCZNYCH



## POPULARNOŚĆ WYBRANYCH KATEGORII TEMATYCZNYCH WŚRÓD DZIECI EROTYKA; ZAKŁADY BUKMACHERSKIE/KASYNA; RANDKI

### WIEK 7-12

NAZWA	U YTKOWNICY (REAL USERS)	ZASIĘG [W %]
Erotyka	815 676	47,70%
Randki	231 283	13,52%
Zakłady bukmacherskie, kasyna	215 947	12,63%

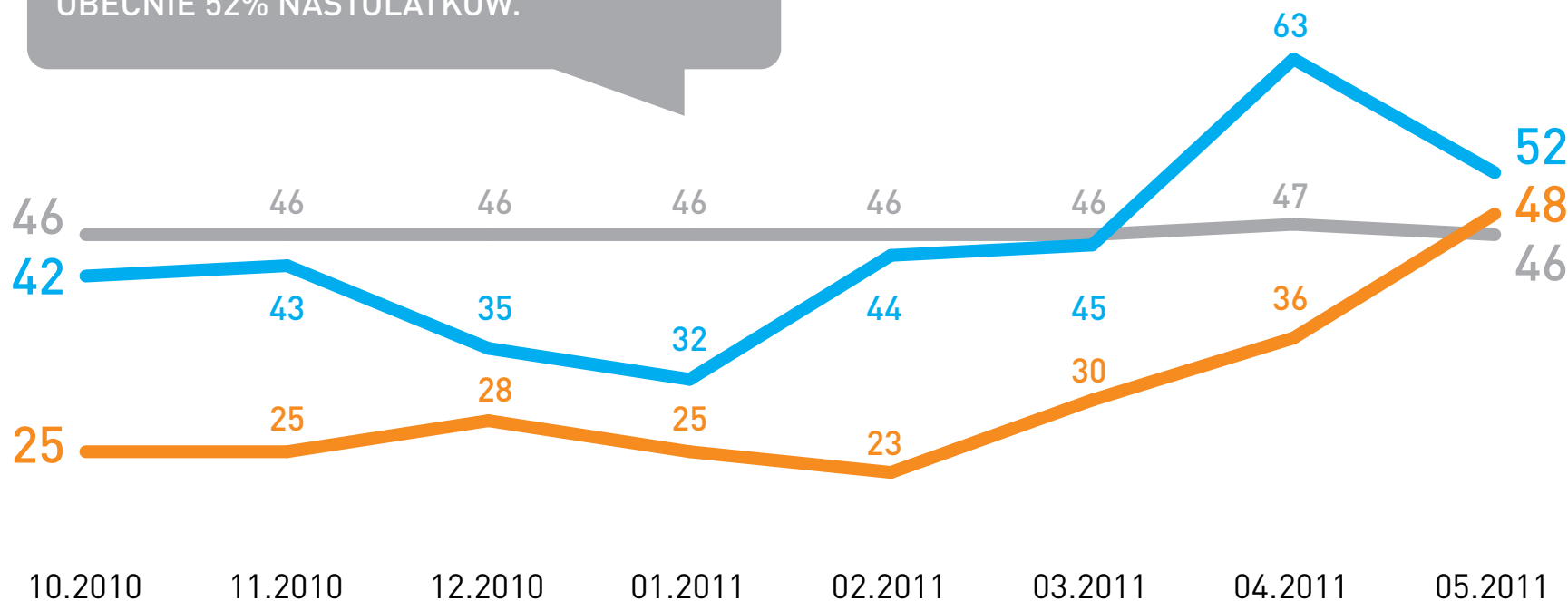
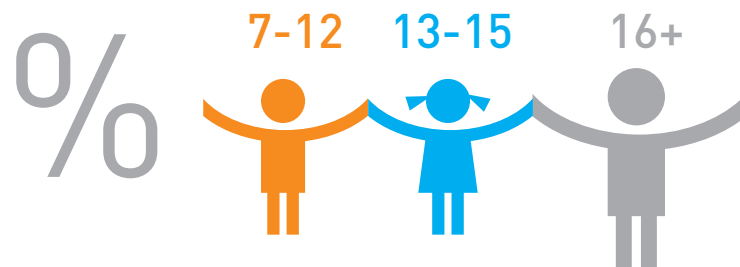
### WIEK 13-15

NAZWA	U YTKOWNICY REAL USERS	ZASIĘG [W PROC.]
Erotyka	347 182	52,29%
Randki	111 230	16,75%
Zakłady bukmacherskie, kasyna	78 451	11,82%

NA STRONY O TEMATYCE EROTYCZNEJ ZAGLĄDA PRAWIE 48% INTERNAUTÓW WIEKU 7-12 ORAZ 52% INTERNAUTÓW W WIEKU 13-15. RANDKI ORAZ ZAKŁADY BUKMACHERSKIE CIESZĄ SIĘ MNIEJSZĄ POPULARNOŚCIĄ

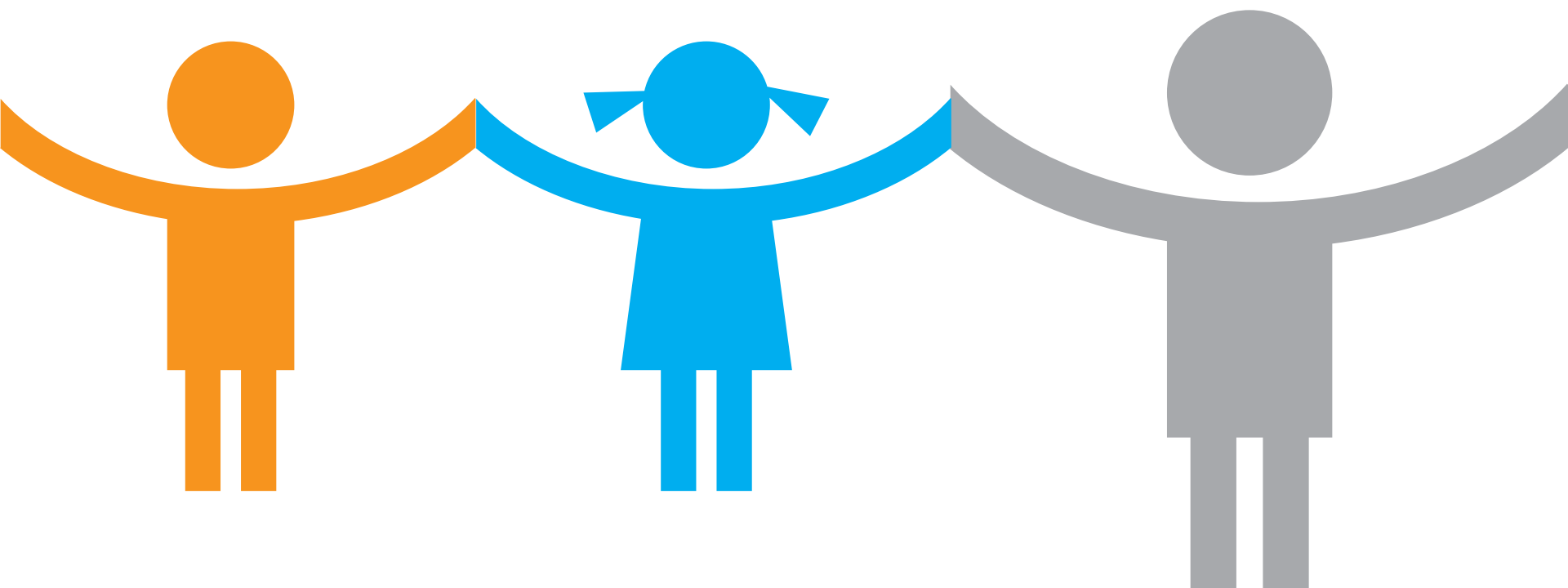
## POPULARNOŚĆ KATEGORII EROTYKA WŚRÓD DZIECI

NA STRONY O TEMATYCE EROTYCZNEJ ZAGLĄDA PRAWIE 48% INTERNAUTÓW WIEKU 7-12 TO O 21 PUNKTÓW PROCENTOWYCH WIĘCEJ NIŻ W PAŹDZIERNIKU 2010. NA STRONY O TEMATYCE EROTYCZNEJ ZAGLĄDA OBECNIE 52% NASTOLATKÓW.



Fu

## NAJPOPULARNIEJSZE WITRYNY



## TOP20 NAJPOPULARNIEJSZYCH WITRYN WŚRÓD DZIECI 7-12 1/2

LP.	NAZWA W ZŁA	AUDYT SITE-CENTRIC	REAL USERS	ZASIĘG	LICZBA ODSŁON	REDNI CZAS NA UŻYTKOWNIKA [GODZ:MIN:S]	TYP WITRYNY
1	google.pl	-	1 461 098	85,44%	-	-	Wyszukiwarka
2	onet.pl	tak	1 158 892	67,76%	60 464 918	1:14:56	Portal
3	youtube.com	-	1 121 778	65,59%	-	-	Wideo
4	google.com	-	1 120 664	65,53%	-	-	Wyszukiwarka
5	nk.pl	-	1 017 316	59,49%	-	-	Spółeczność
6	wikipedia.org	-	922 987	53,97%	-	-	Edukacja
7	wp.pl	tak	890 828	52,09%	79 479 750	2:30:23	Portal
8	allegro.pl	tak	850 344	49,72%	173 920 077	1:49:21	Aukcje
9	facebook.com	-	789 332	46,16%	-	-	Spółeczność
10	interia.pl	tak	718 330	42,00%	21 348 819	1:16:07	Portal

## TOP20 NAJPOPULARNIEJSZYCH WITRYN WŚRÓD DZIECI 7-12 2/2

LP.	NAZWA W ZŁA	AUDYT SITE-CENTRIC	REAL USERS	ZASIĘG	LICZBA ODSŁON	REDNI CZAS NA UTYKOWNIKA [GODZ:MIN:S]	TYP WITRYNY
11	<a href="http://zapytaj.com.pl">zapytaj.com.pl</a>	tak	671 396	39,26%	31 923 676	0:58:48	Q&A
12	<a href="http://gry.pl">gry.pl</a>	tak	610 985	35,73%	37 071 231	1:51:38	Gry
13	<a href="http://mozilla.com">mozilla.com</a>	-	584 997	34,21%	-	-	Firmowa
14	<a href="http://microsoft.com">microsoft.com</a>	-	528 422	30,90%	-	-	Firmowa
15	<a href="http://gazeta.pl">gazeta.pl</a>	tak	493 377	28,85%	7 194 960	0:12:15	Portal
16	<a href="http://chomikuj.pl">chomikuj.pl</a>	tak	484 872	28,35%	4 588 594	0:15:36	UGC
17	<a href="http://bing.com">bing.com</a>	-	482 423	28,21%	-	-	Wyszukiwarka
18	<a href="http://wyspagier.pl">wyspagier.pl</a>	tak	413 580	24,18%	14 372 884	1:00:19	Gry
19	<a href="http://wrzuta.pl">wrzuta.pl</a>	tak	406 823	23,79%	16 786 266	0:52:47	UGC
20	<a href="http://zumi.pl">zumi.pl</a>	tak	394 362	23,06%	2 870 487	0:25:11	Mapy

TAK JAK DOROŚLI DZIECI NAJCZĘŚCIEJ ODWIEDZAJĄ WYSZUKIWARKI, SERWISY SPOŁECZNOŚCIOWE ORAZ WITRYNY ZWIĄZANE Z ROZRYWKĄ.



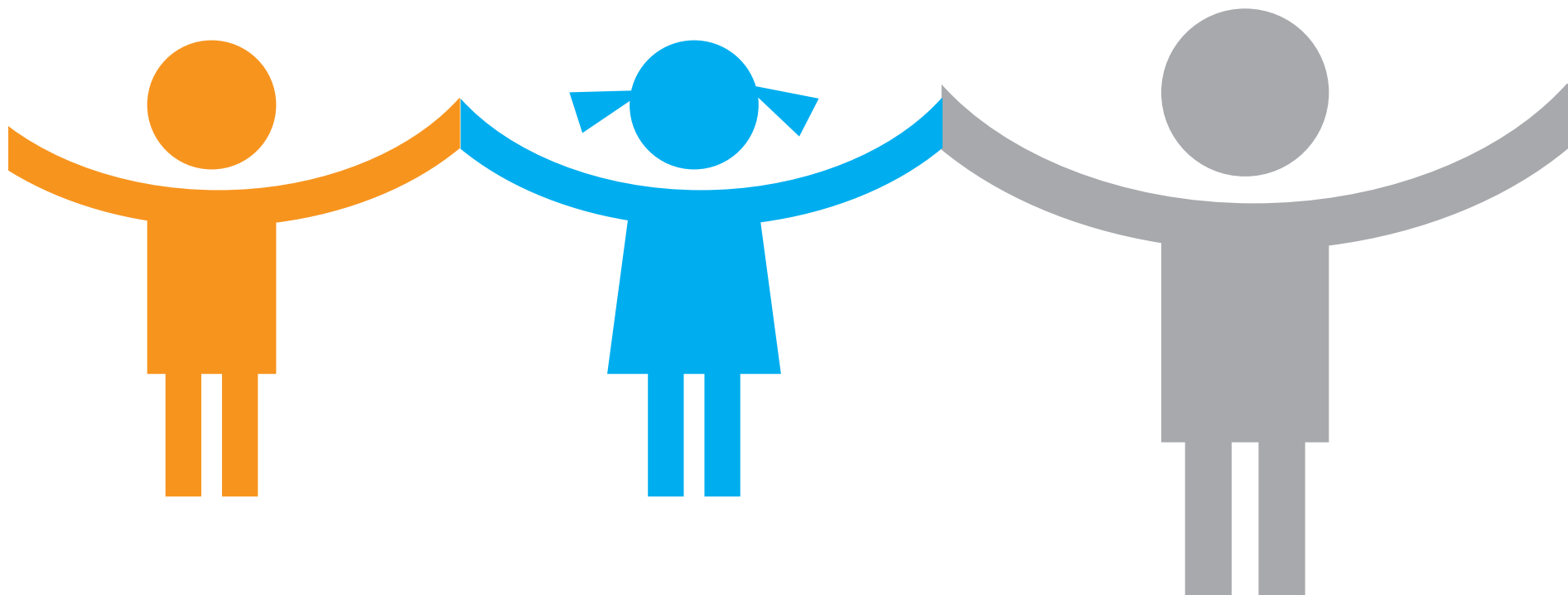
## TOP20 NAJPOPULARNIEJSZYCH WITRYN WŚRÓD NASTOLATKÓW 13-15 1/2

LP.	NAZWA W ZŁA	AUDYT SITE-CENTRIC	REAL USERS	ZASIĘG	LICZBA ODSŁON	ŚREDNI CZAS NA UŻYTKOWNIKA [GODZ:MIN:S]	TYP WITRYNY
1	google.pl	-	599 227	90,26%	-	-	Wyszukiwarka
2	youtube.com	-	509 636	76,76%	-	-	Wideo
3	nk.pl	-	484 124	72,92%	-	-	Spółeczność
4	google.com	-	403 583	60,79%	-	-	Wyszukiwarka
5	wikipedia.org	-	402 417	60,61%	-	-	Edukacja
6	onet.pl	tak	399 068	60,11%	61 042 784	2:51:02	Portal
7	facebook.com	-	372 322	56,08%	-	-	Spółeczność
8	allegro.pl	tak	363 114	54,69%	58 746 439	1:43:58	Aukcje
9	mozilla.com	-	338 730	51,02%	-	-	Firmowe
10	wp.pl	tak	337 181	50,79%	19 790 347	2:20:39	Portal

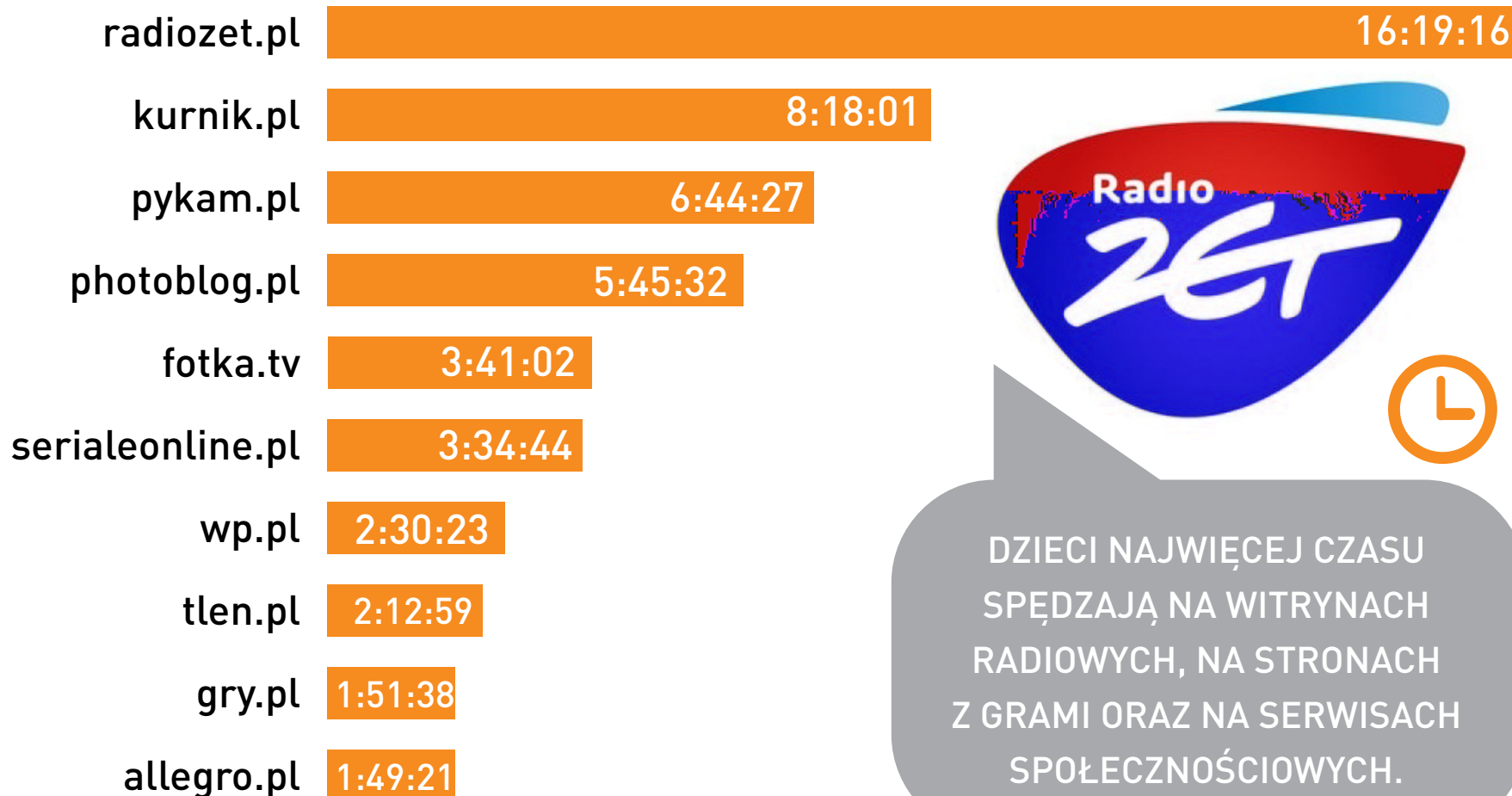


Fu

WITRYNY NA KTÓRYCH DZIECI SPĘDZAJĄ NAJWIĘCEJ CZASU



## WG ŚREDNIEGO CZASU NA UŻYTKOWNIKA



DZIECI NAJWIĘCEJ CZASU SPĘDZAJĄ NA WITRYNACH RADIOWYCH, NA STRONACH Z GRAMI ORAZ NA SERWISACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH.

## WG ŚREDNIEGO CZASU NA UŻYTKOWNIKA

radiozet.pl	10:16:56
kurnik.pl	5:32:32
gram.pl	5:09:19
joemonster.org	4:42:29
cdaction.pl	4:26:41
photoblog.pl	4:25:25
targeo.pl	4:15:15
tlen.pl	4:05:15
fotka.tv	3:18:30
open.fm	3:15:28



MŁODZIEŻ PODOBNIIE JAK  
NAJMŁODSI UŻYTKOWNICY  
NAJWIĘCEJ CZASU SPĘDZA NA  
WITRYNACH Z GRAMI, WITRYNACH  
RADIOWYCH ORAZ SERWISACH  
SPOŁECZNOŚCIOWYCH.



## O KIDPROTECT

Fundacja Kidprotect.pl jest pierwszą organizacją pozarządową w Polsce, która zajęła się problemem bezpieczeństwa dzieci w Internecie.

Od 2009 roku, wspólnie z Grupą TP realizuje program profilaktyczno-edukacyjny „Szkoła Bezpiecznego Internetu” skierowany do szkół w całej Polsce. Wspólnie z Rzecznikiem Praw Dziecka realizuje czwartą odsłonę ogólnopolskiej kampanii społecznej „Stop pedofilom!”, która zwraca uwagę dorosłych na problem uwodzenia dzieci w Sieci. W ubiegłym roku zrealizowała kampanię „Nasze dzieci w Sieci”, w której wzięły udział znane osoby ze świata sztuki i mediów.

Poprzez Centrum Edukacyjne Fundacja Kidprotect.pl, udziela szkoleń z bezpiecznego Internetu nauczycielom, uczniom i rodzicom w całej Polsce. Przyznaje również bezpłatny certyfikat „Strony Przyjaznej Dzieciom”, który może uzyskać każda strona www spełniająca warunki strony bezpiecznej dla dzieci.

Polskie Badania Internetu (PBI) - organizacja powołana w celu stworzenia standardu badań Internetu w Polsce przez czołowych wydawców internetowych w Polsce, właścicieli największych krajowych witryn: Gazeta.pl, INTERIA.PL, Onet.pl, Wirtualna Polska i Rzeczpospolita OnLine.

Polskie Badania Internetu jest firmą badawczą, prowadzącą badania internetu w Polsce oraz promującą wiarygodne i rzetelne badania, jako nieodzowne narzędzia dla podmiotów korzystających z reklamy on-line.

Misją PBI jest przyczynienie się do rozwoju polskiego internetu, jako medium zbadanego i tym samym wiarygodnego dla reklamodawców, agencji reklamowych inwestorów oraz firm, których działalność jest związana z internetem.

PBI prowadzi badanie Megapanel PBI/Gemius, stanowiące standard pomiaru oglądalności witryn internetowych w Polsce. Badanie jest prowadzone na zlecenie PBI przez firmę Gemius SA.

PBI prowadzi również badania marketingowe typu: ad-hoc, syndykatowe oraz badania niekomercyjne, promujące wiedzę na temat rynku i medium, jakim jest Internet.



Realizuje na zlecenie  
PBI badanie Megapanel  
PBI/Gemius.



Współpraca przy edukowaniu  
rynku i popularyzowaniu  
medium internetowego.



INTERNET STANDARD

Współpraca  
przy konferencjach  
promujących internet.

TransmisjeOnline.pl

Transmisje konferencji  
w trybie online.

polskie  
badania  
internetu **pbi**  
.org.pl



NewsPoint

Dostawca monitoringu  
newsów oraz agregator  
wpisów na blogach.

Norbert Dominiczak,  
Anna Sitarska

Opracowanie graficzne  
prezentacji, raportów  
i infografik.



Współpraca przy edukowaniu  
rynku i popularyzowaniu  
medium internetowego.



Dostawca profesjonalnych  
narzędzi do prowadzenia  
badań online.



**Polskie Badania Internetu Sp. z o.o.**  
al. Jerozolimskie 65/79, lok. 3. 272

00 - 697 Warszawa

tel. (022) 630 72 68,

fax (022) 630 72 67

e-mail: [biuro@pbi.org.pl](mailto:biuro@pbi.org.pl)

[www.pbi.org.pl](http://www.pbi.org.pl)