

## Polityczna siła polskich internautów

dr Albert Hupa, Interactive Research Center,

Joanna Skrzyńska, Zespół Badań Społecznych OBOP w TNS Polska

Czy rzeczywiście można mówić o politycznej sile internetu? Czy internauci faktycznie stanowią osobny segment wyborców mogących zmienić scenę polityczną w Polsce? Gdzie w polskim internecie można znaleźć miejsca, które najbardziej wpływają na światopogląd polityczny polskich internautów? Zespół Badań Społecznych OBOP w TNS Polska i Interactive Research Center sprawdziły, w jaki sposób korzystanie z internetu jest związane z postawami względem polityki.

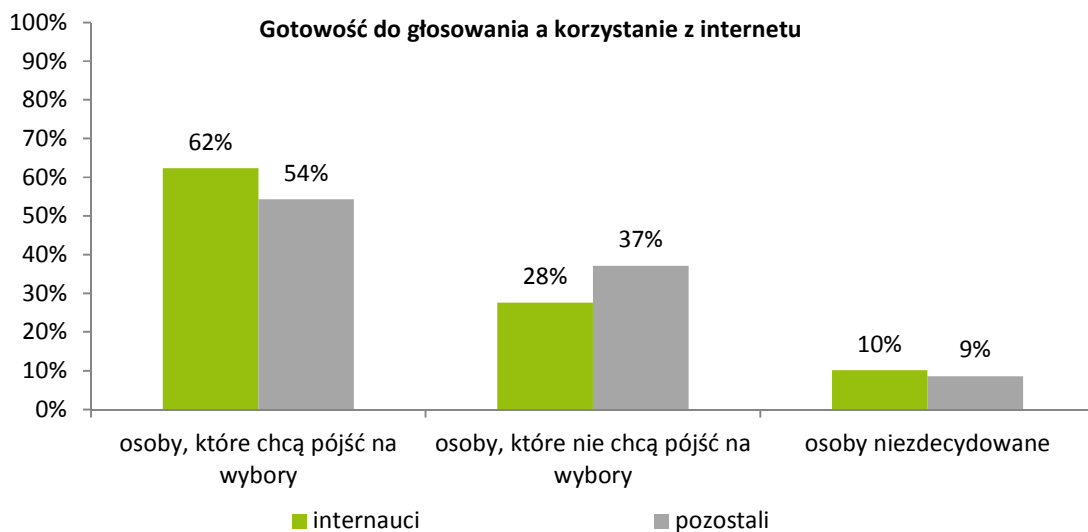
Analiza danych została oparta o dwie, niezależne i uzupełniające się metody badawcze; połączone zostały informacje uzyskane z sondażu Zespołu Badań Społecznych OBOP zrealizowanego w dniach od 4 do 7 października na reprezentatywnej 1000-osobowej ogólnopolskiej grupie osób od 15 roku życia i informacje pochodzące ze scanu internetu – analizy wypowiedzi opublikowanych w internecie od stycznia do września 2012 roku na komercyjnych serwisach informacyjnych i w mediach społecznościowych (w ramach badania zidentyfikowano niemal 264 tys. artykułów i ponad 270 tys. wypowiedzi internautów w mediach społecznościowych – bezpośrednio odwołujących się do nazw partii politycznych obecnych w polskim Parlamencie).

### Korzystanie z internetu a gotowość do głosowania

W Polsce z internetu korzysta 59% osób<sup>1</sup> powyżej 14 roku życia; niewiele mniej – bo 57% Polaków – jeżeli pozwalałby im na to wiek, wzięłoby udział w wyborach do Sejmu, gdyby odbyły się one w najbliższą niedzielę. Chociaż trudno jest mówić o statystycznie istotnym wpływie korzystania z internetu na gotowość do głosowania, niewątpliwie jest tak, że osoby korzystające z internetu częściej niż pozostali Polacy powyżej 18 roku życia, deklarują chęć pójścia na wybory. Liczbę tych osób można szacować na 11,1 mln wyborców – czego nie powinna zlekceważyć żadna partia polityczna.

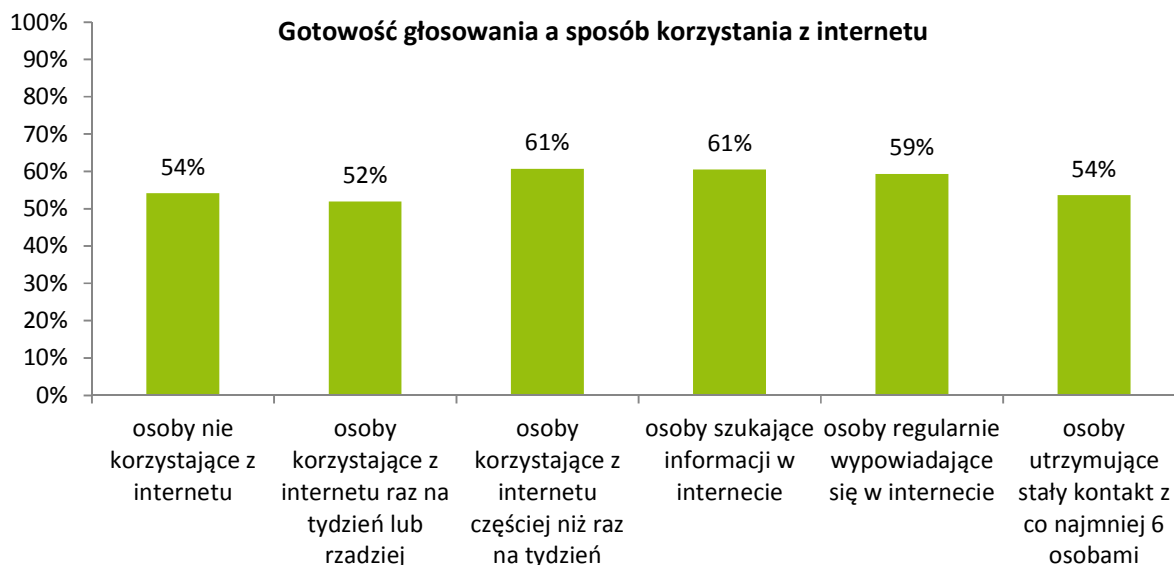
---

<sup>1</sup> Dane uzyskane w oparciu o omawiany w tekście sondaż Zespołu Badań Społecznych OBOP w TNS Polska. Za internautów uznaliśmy osoby, które mają dostęp do internetu i korzystają z niego (nawet jeżeli robią to rzadziej, niż raz w miesiącu); 10,1% badanych deklaruje, że ma dostęp do internetu i nie korzysta z niego.



1. Wykres prezentuje wyniki odpowiedzi na pytanie *Gdyby w najbliższą niedzielę odbyły się wybory do Sejmu, to czy wzięłyby(ęłaby) Pan(i) w nich udział?* dla osób, które w danym czasie byłyby uprawnione do głosowania w rozbiciu na: osoby korzystające z internetu, N=565 i osoby nie korzystające z internetu, N=407.

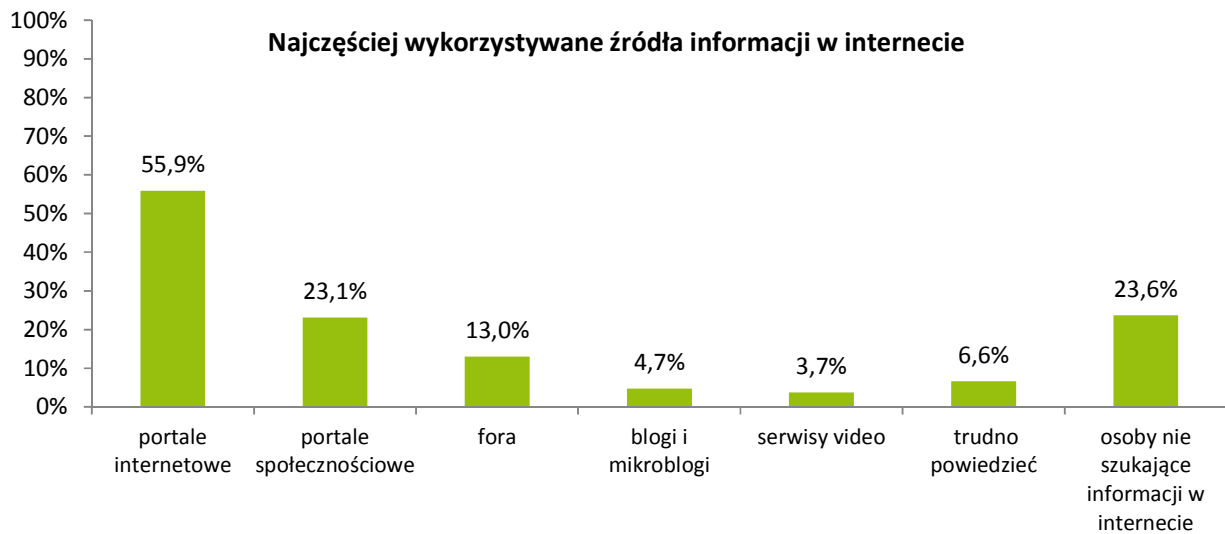
Internauci, którzy deklarują chęć wzięcia udziału w wyborach, to osoby, które przede wszystkim bardzo często korzystają z tego medium, szukają w nim różnych informacji i często się w nim wypowiadają. Internet, a zwłaszcza media społecznościowe, pozytywnie wpływają na nasz kapitał społeczny - sieci bliższych i dalszych znajomych (dość dawno temu udowodnił to m.in. prof. Barry Wellman z Uniwersytetu Toronto). Jednakże, wbrew intuicjom wynikającym z tego faktu, okazuje się, że osoby, które regularnie kontaktują się z wieloma osobami w internecie, nie pójdą chętniej na wybory, niż osoby, które nie pielęgnują swoich znajomości w mediach społecznościowych.



1. Wyniki prezentują odsetek osób w danej kategorii, które na pytanie: *Gdyby w najbliższą niedzielę odbyły się wybory do Sejmu, to czy wzięłyby(ęłaby) Pan(i) w nich udział?* Odpowiedziały *tak* lub *raczej tak*, N=592.
2. Wyniki nie uwzględniają osób, które w dniu wyborów nie byłyby jeszcze pełnoletnie.
3. Prezentowane kategorie respondentów nie są rozłączne.

Najczęściej wykorzystywanym źródłem informacji przez internautów są portale internetowe (w tym celu korzysta z nich 56% użytkowników internetu). Zgląda do nich większość aktywnych w internecie Polaków, ponieważ serwisy te stanowią najszybsze i najbardziej skrócone źródło informacji; strony te stanowią zresztą odpowiednik prasy lub wiadomości telewizyjnych, a jeszcze do niedawna to na ich stronach internauci najczęściej mogli się wzajemnie ze sobą komunikować (rozmawiać na forach lub chatach).

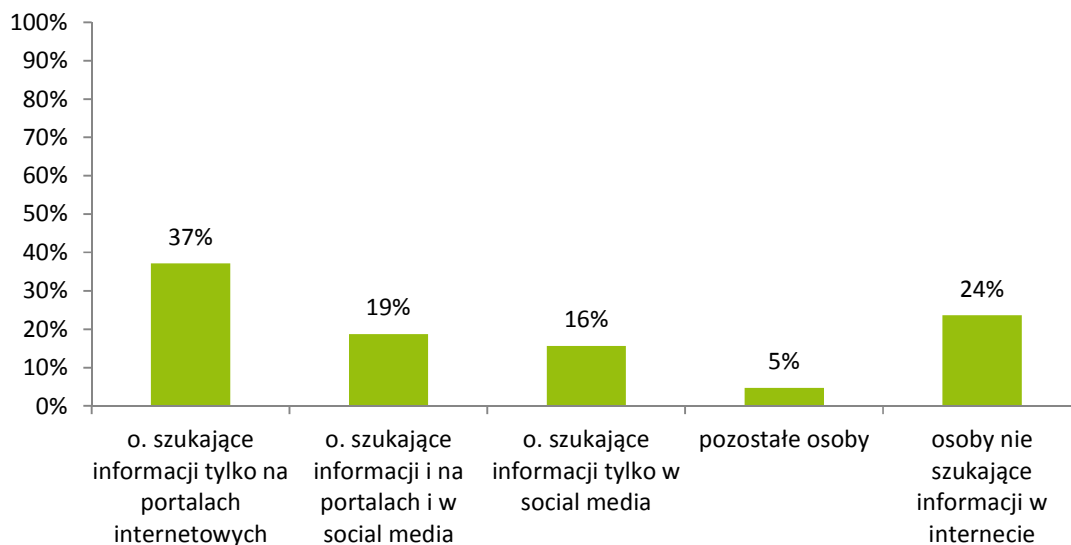
Niemal dwa razy mniej – bo tylko 23% internautów – codziennych informacji szuka również na portalach społecznościowych (takich jak Facebook i Nasza-Klasa). Serwisy te w tym sensie różnią się od portali społecznościowych, że z jednej strony udostępniają spersonalizowane informacje, związane z utrzymywaniem w internecie kręgami znajomych, a – z drugiej strony – wymagają nieco więcej wysiłku od swoich użytkowników, czyli sprawdzania, czym są zainteresowane osoby, z którymi internauci utrzymują kontakt. Korzystanie z portali społecznościowych jako źródeł informacji staje się w Polsce coraz bardziej powszechne – w przeciągu ostatniego miesiąca do Facebooka zalogowało się 49,3% internautów; czyli niemal połowa tych osób szukała w nim określonych informacji.



1. Wykres prezentuje kategorie internetowych źródeł informacji, z których korzystanie deklarują polscy użytkownicy internetu, N=592. Badani odpowiadali na pytanie: *Gdzie w internecie najczęściej szuka Pan/i informacji ? Proszę podać maksymalnie trzy rodzaje stron internetowych, na których najczęściej szuka Pan/i informacji.* Badani mogli wskazać więcej, niż jedno źródło informacji.

Nie wszyscy polscy użytkownicy Internetu szukają informacji w tym medium w podobny sposób. Polskich internautów można podzielić w tej perspektywie na trzy kategorie. Najmniej (bo 24%) jest osób, które w ogóle nie szukają informacji w internecie, chociaż korzystają z niego przynajmniej od czasu do czasu w innych celach. Pozostałe osoby różnią się pod względem ulubionych źródeł informacji – 37% internautów ogranicza się w szukaniu informacji do portali internetowych, podczas gdy 34% użytkowników internetu wykorzystuje również media społecznościowe (choć jednocześnie nie stronią one od czytania portali internetowych). Zawodowi dziennikarze nie muszą się jednak bać o swoją pracę – tylko 16% internautów szuka informacji wyłącznie w mediach społecznościowych.

### Podział internautów ze względu na szukanie informacji w internecie



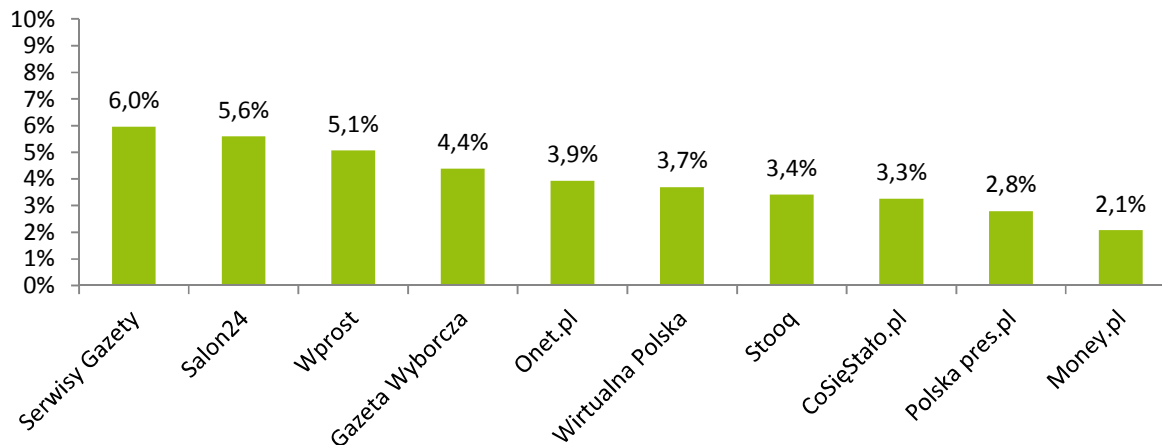
1. Wykres prezentuje kategorie internautów podzielonych ze względu na wykorzystywane przez nich źródła informacji, N=592. Badani odpowiadali na pytanie: *Gdzie w internecie najczęściej szuka Pan/i informacji? Proszę podać maksymalnie trzy rodzaje stron internetowych, na których najczęściej szuka Pan/i informacji.* Badani mogli wskazać więcej, niż jedno źródło informacji.

### Najważniejsze źródła informacji o polityce

W internecie najwięcej „profesjonalnych” informacji o polityce (w badaniu ograniczonym do treści odnoszących się do partii politycznych) można znaleźć na portalach internetowych (takich jak Gazeta.pl), serwisach internetowych związanych z klasyczną prasą (np. serwisy Wprost) i serwisach tematycznych, (m.in. finansowych, takich jak np. Money.pl).

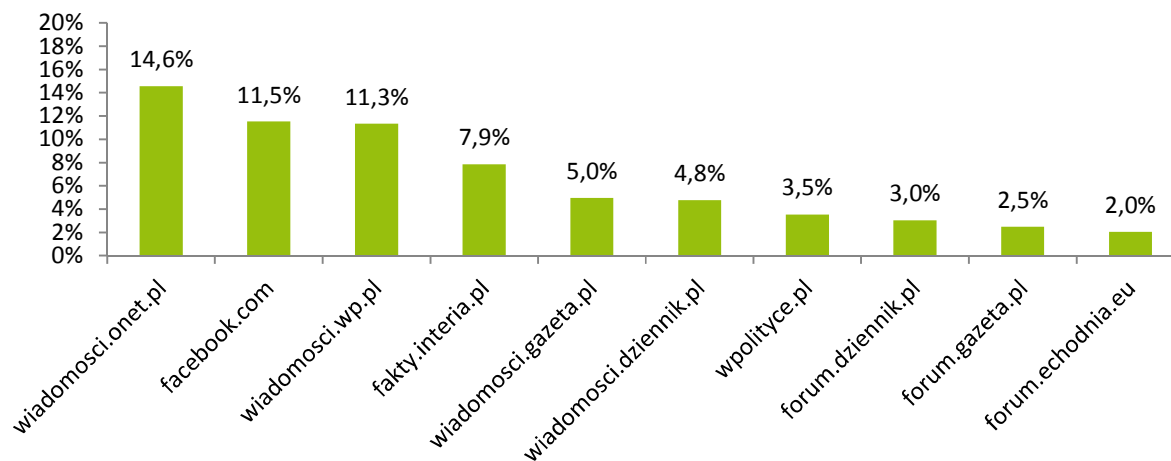
Internauci samodzielnie umieszczają tyle samo wypowiedzi o partiach politycznych, co profesjonalni dziennikarze i politycy. Najwięcej dyskusji o polityce odbywa się na forach internetowych występujących pod egidą najbardziej aktywnych portali internetowych – przede wszystkim Onetu i Wirtualnej Polski. Jednocześnie niemal tyle samo dyskusji co na tych forach – odbywa się również na Facebooku.

**Najbardziej aktywne serwisy informacyjne w internecie**  
odsetek publikacji o partiach politycznych



1. Wykres prezentuje odsetek publikacji bezpośrednio odnoszących się do nazw partii politycznych w polskim parlamencie i opublikowanych na serwisach informacyjnych, N=263958, okres: styczeń – wrzesień 2012.
2. W ramach serwisów informacyjnych został uwzględniony Salon24, ponieważ na jego stronach wypowiadają się dziennikarze i politycy.

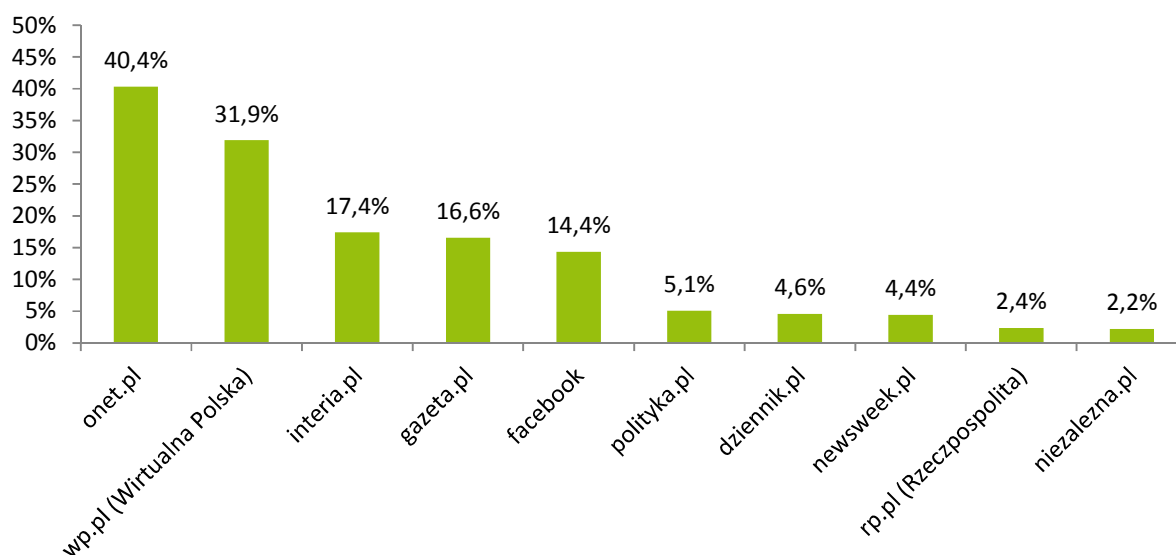
**Najbardziej aktywne miejsca dyskusji internautów**  
odsetek publikacji o partiach politycznych



1. Wykres prezentuje odsetek publikacji bezpośrednio odnoszących się do nazw partii politycznych w polskim parlamencie i opublikowanych w polskich mediach społecznościowych, N=271514, okres: styczeń – wrzesień 2012.

Korzystanie ze źródeł informacji nie jest jednak tożsamy z oceną ich wiarygodności – można przecież czytać wiadomości tabloidowe (zarówno w prasie, jak i w internecie) tylko i wyłącznie dla rozrywki. Zresztą, w efekcie dążenia do popularności większość serwisów internetowych najczęściej publikuje treści rozrywkowe (określane mianem *lifestyle’owych*), co wpływa na ocenę i kontekst występujących obok nich informacji politycznych. Dlatego właśnie w ramach badania zapytaliśmy Polaków o internetowe źródła informacji, które uważają oni za najbardziej wiarygodne. Osoby korzystające z internetu najczęściej wskazały tutaj portale internetowe Onet.pl i WP.pl – dwa najczęściej odwiedzane polskie serwisy internetowe. Warto zwrócić uwagę na fakt, że pod względem wiarygodności informacji Facebook (najbardziej popularny w Polsce portal społecznościowy) plasuje się dopiero na piątym miejscu, a przecież aktywni użytkownicy mediów społecznościowych w kontekście szukania informacji stanowią tylko jedną trzecią wszystkich polskich internautów.

### 10 najbardziej wiarygodnych źródeł informacji w polskim internecie

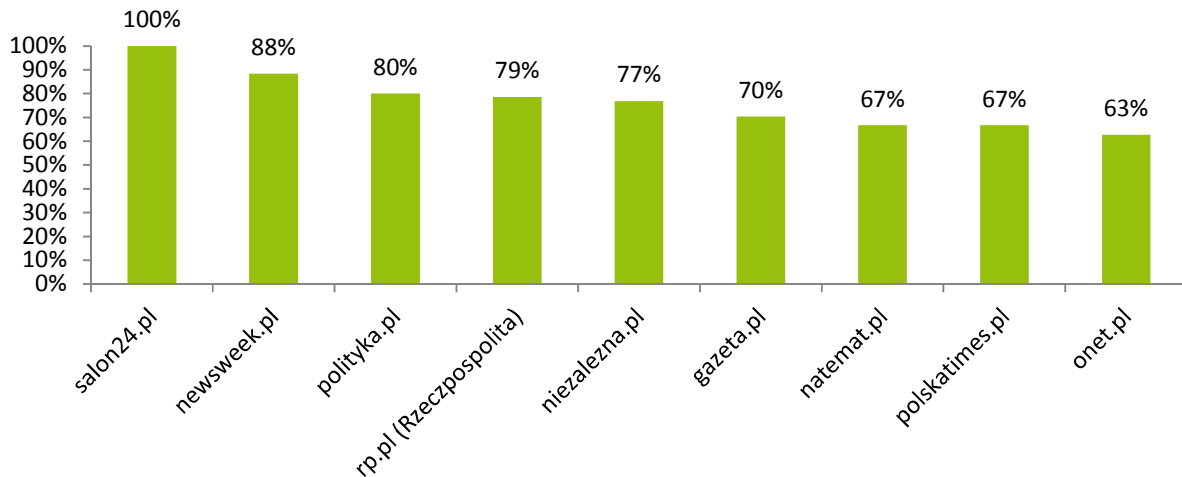


1. Wyniki dotyczą osób, które deklarują, że korzystają z internetu,  $N=592$ . W wynikach nie są uwzględnione osoby, które mają dostęp do internetu, jednak z niego nie korzystają.
2. Respondenci byli proszeni o wskazanie najbardziej wiarygodnych źródeł informacji z zaprezentowanej im listy serwisów internetowych.

Polacy zapytani o wiarygodne źródła informacji wskazywali najczęściej te serwisy, które kojarzą z codziennymi wiadomościami, czyli – *newsami*. Nie oznacza to jednak, że informacjom tym ufają i kształtują na ich podstawie swoje preferencje polityczne. Zaangażowanie polityczne – w tym badaniu mierzone gotowością do wzięcia udziału w wyborach do Sejmu – układa się zupełnie inaczej wśród czytelników polskich serwisów politycznych. Najprawdopodobniej najchętniej zagłosowałoby niewątpliwie wszyscy czytelnicy Salonu24 (jednak warto pamiętać, że w ogólnopolskiej skali nie jest to znany serwis, w badanej próbie 1000 respondentów wskazało go tylko 6 osób). Spośród najbardziej popularnych źródeł informacji zdecydowanie wyrobione opinie polityczne mają również czytelnicy

internetowych wydań Newsweeka, Polityki i Rzeczpospolitej. Najwięcej osób bojkotujących wybory występuje natomiast wśród czytelników internetowych stron Rzeczpospolitej, Natemat, Polska Times i Onetu.

### Gotowość głosowania wśród czytelników serwisów internetowych



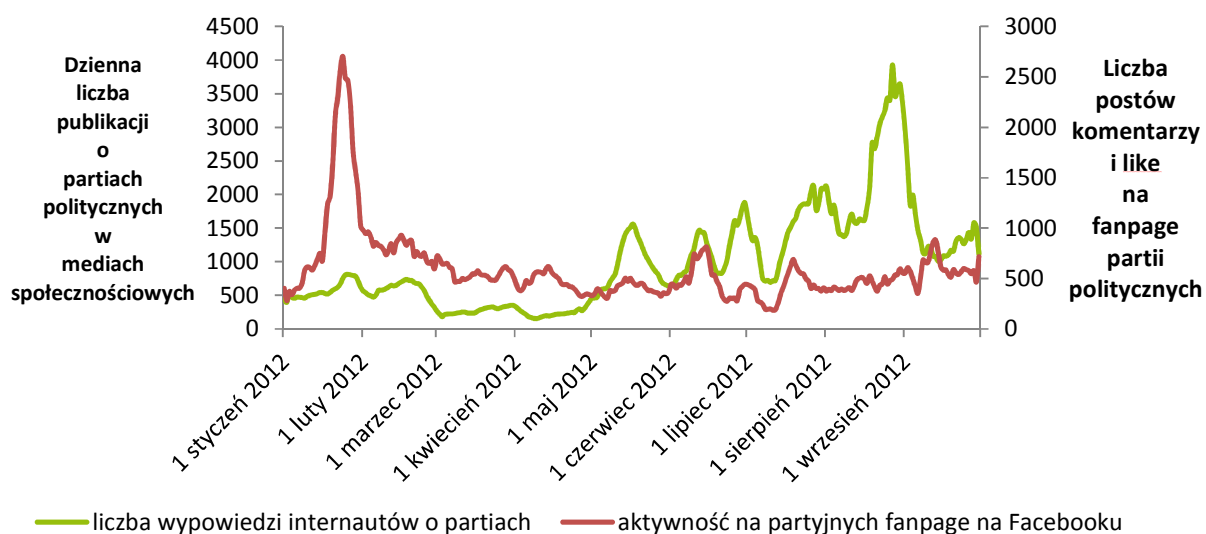
1. Wyniki dotyczą osób, które deklarują, że korzystają z internetu,  $N=592$ . W wynikach nie są uwzględnione osoby, które mają dostęp do internetu, jednak z niego nie korzystają.
2. Kategoria *tak* odnosi się do osób, które odpowiedziały *tak* lub *raczej tak* w odpowiedzi na pytanie o gotowość wzięcia udziału w głosowaniu do Sejmu i jednocześnie uważają dane źródło informacji za wiarygodne.

### Które polityczne tematy najbardziej zaangażowały polskich internautów?

Chociaż osób regularnie wypowiadających się w internecie jest niewiele (tylko 6% wszystkich osób korzystających z internetu), to właśnie ich aktywność składa się na wizerunek „aktywnie zaangażowanych internautów”. Wchodząc na blogi i fora trafiamy na ich wypowiedzi, mając wrażenie, że obcujemy z „tą rzeszą internautów”, która stanowi osobną, nieujarzmioną siłę polityczną; kiedy ktoś czasami jeszcze mówi o „powszechnym w internecie chamstwie” – odwołuje się właśnie do tej mniejszości. Chociaż dla wielu liczba tych osób może się wydawać zbyt mała (niecałe 6% wszystkich korzystających z internetu), to dla ekspertów powinna jawić się jako zbyt duża; klasyczny już model Nielsena – znany jako 1-9-90 – zakłada przecież, że tylko 1% internautów tworzy treści, a 9% - komentuje je (pozostałe osoby mają być tylko biernymi obserwatorami).



## Aktywność internautów w kontekście partii politycznych



1. Dane o liczbie publikacji prezentują liczbę treści internetowych bezpośrednio odnoszących się do nazw partii politycznych w polskim parlamencie i opublikowanych w polskich mediach społecznościowych, N=271514, dane obejmują okres: styczeń – wrzesień 2012.
2. Dane o liczbie postów, komentarzy i *like* na serwisie *Facebook* dotyczą wszystkich aktywności na oficjalnych fanpage partii politycznych. Dane obejmują okres: styczeń – wrzesień 2012.

Jednak zbyt dużym uproszczeniem jest stwierdzenie, że to wspomniane 6% internautów reaguje na wydarzenia polityczne, podczas kiedy pozostali internauci to tylko bierni konsumenci informacji. Są przecież wydarzenia, które potrafią skłonić do dyskusji osoby, które na co dzień nie mają zwyczaju rozmawiać o polityce. W polskim internecie w okresie od stycznia do września 2012 roku były to przede wszystkim: problem ratyfikacji A.C.T.A. i tzw. afera Amber Gold. Warto wiedzieć, że - chociaż oba były równie popularne, na ich temat wypowiadały się jednak różne osoby.

Problem z porozumieniem A.C.T.A. poruszył najpierw – oczywiście oprócz komercyjnych mediów – osoby zainteresowane prawami autorskimi, a następnie dotarł do osób spędzających czas na portalach społecznościowych. Większość grup dyskusyjnych i dyskusji na temat, składających się na ten krótkotrwały ruch społeczny, odbywała się właśnie na Facebooku, gdzie informacje wśród internautów rozprzestrzeniają się najszybciej i gdzie najłatwiej jest wyrazić swoje poparcie dla różnych inicjatyw społecznych.

Internauci na co dzień zainteresowani polityką – głównie wypowiadający się na forach – oczywiście także wypowiadali się o A.C.T.A. Jednak to nie ten temat był dla nich najważniejszy w przeciągu ostatnich dziewięciu miesięcy. Poziom dyskusji o polityce najbardziej wzrósł w efekcie: afery Amber Gold, afery taśmowej, marszu rosyjskich kibiców w trakcie piłkarskich Mistrzostw Europy i decyzji o podniesieniu wieku emerytalnego. O tematach tych de facto wypowiadały się inne osoby, niż te, które wirtualnie przyłączały się do ruchu A.C.T.A, a co więcej – częściej pisały o tym na forach, niż na portalach społecznościowych, gdzie mogły dotrzeć do osób o podobnych zainteresowaniach.

### **Zakończenie**

Korzystanie z internetu nie wpływa na preferencje i postawy względem polityki. To tylko narzędzie, z którego korzysta na co dzień ponad połowa Polaków, przede wszystkim – jako źródła informacji o świecie i możliwości utrzymywania kontaktów ze znajomymi. Osoby charakteryzujące się wyraźnymi poglądami politycznymi rozmawiają we własnym gronie na forach, najczęściej związanych z największymi serwisami politycznymi. Jednak więcej niż jedna trzecia internautów korzysta z mediów społecznościowych – najbardziej podatnych na doraźne trendy i krótkotrwałe ruchy społeczne.