

Formy spędzania czasu wolnego w okresie pandemii z wykorzystaniem internetu

Forms of spending leisure time during the pandemic using the Internet

Beata Kolny

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach,
Wydział Ekonomii, Katedra Rynku i Konsumpcji
ORCID: [0000-0002-9162-1704](https://orcid.org/0000-0002-9162-1704)

Streszczenie

Internet niemalże z chwilą upowszechnienia i szerokiej dostępności zaczął odgrywać ważną rolę jako jedna z możliwości zagospodarowania czasu wolnego. Szczególną funkcję spełnił w czasie lockdownu, umożliwiając kontakt z innymi osobami, uczestnictwo w kulturze oraz rozwijanie aktywności fizycznej i intelektualnej. Celem artykułu jest zaprezentowanie form spędzania czasu wolnego podczas pandemii COVID-19 z wykorzystaniem internetu i aplikacji mobilnych oraz inteligentnych urządzeń. Napisano go na podstawie wtórnych i pierwotnych źródeł informacji. Badania bezpośrednie przeprowadzono w 2021 r. na próbie 620 dorosłych Polaków techniką ankiety internetowej. Z badań wynika, że konsumenci bardzo chętnie w czasie pandemii korzystają z możliwości, jakie daje dostępność do internetu w celu oglądania filmów, seriali poprzez telewizję internetową, słuchają muzyki za pomocą serwisów streamingowych, kontaktują się ze znajomymi przez komunikatory, korzystają z mediów społecznościowych. Ponadto korzystają z aplikacji mobilnych służących do monitorowania aktywności fizycznej oraz w trakcie wyjazdów turystycznych, a także uczą się online dla przyjemności.

Słowa kluczowe

czas wolny, internet, aplikacje mobilne

Abstract

The Internet, almost from the moment of popularization and wide availability, began to play an important role as one of the possibilities of spending leisure time. It played a special role during the lockdown, enabling contact with other people, participation in culture and the development of physical and intellectual activity. The aim of the article is to present the forms of spending leisure time during the COVID-19 pandemic using the Internet, mobile applications and smart devices. It was written on the basis of secondary and primary sources of information. Direct research was conducted in 2021 on a sample of 620 adult Poles using the online survey technique. Research shows that during a pandemic, consumers are very eager to use the possibilities offered by the Internet to watch movies and series via Internet TV, listen to music via streaming services, contact their friends via instant messaging, and use social media. In addition, they use mobile applications to monitor physical activity and during tourist trips, as well as learn online for fun.

Keywords

leisure, Internet, mobile applications

JEL: D12, D19**Wprowadzenie**

Nowe technologie, powszechny dostęp do internetu, coraz doskonalsze i szybsze urządzenia do przekazywania dźwięku i obrazu oddziałują na formy spędzania czasu wolnego. Łatwa dostępność urządzeń elektronicznych zachęca do korzystania z nich w czasie wolnym, a ich miniaturyzacja zrodziła mobilną formę konsumpcji. Internet wywarł znaczący wpływ nie tylko na formy spędzania czasu wolnego, ale także zakres udostępniania informacji na temat możliwości jego zagospodarowania. Dzięki internetowi można obejrzeć dowolne filmy, posłuchać muzyki, grać, przeczytać gazetę, książkę, zwiedzić muzeum, nawiązywać i podtrzymywać kontakty towarzyskie. Komunikatory internetowe ułatwiają łączność z innymi osobami niezależnie od miejsca ich przebywania. Wirtualne biblioteki umożliwiają konsumentom dostęp do książek bez konieczności odwiedzania placówek bibliotecznych. Wirtualne muzea to doskonałe rozwiązanie dla osób, które uwielbiają podróżować lub zwiedzać, albowiem miłośnikom sztuki pozwalają zapoznać się z wybitnymi dziełami prezentowanymi niemal na całym świecie, a w czasie, kiedy w wyniku pandemii COVID-19 instytucje te były tymczasowo zamknięte (przede wszystkim na skutek lockdownu), to doskonały sposób, aby z nich korzystać online. Aplikacje mobilne bez względu na miejsce pobytu konsumenta pozwalają monitorować jego aktywność fizyczną, a te przeznaczone turystyce szybko dostarczają informacji na temat odwiedzanych miejsc i możliwości zagospodarowania czasu w najbliższej okolicy. Internet prawie od początku powszechnego dostępu zaczął pełnić funkcje związane z zagospodarowaniem czasu, zaś w czasie trwania pandemii pojawiło się w nim wiele nowych możliwości aktywnego i kreatywnego spędzania czasu wolnego związanego z nauką i rozwijaniem pasji. W czasie przed pandemią spędzanie czasu wolnego online kojarzyło się przede wszystkim z grami, oglądaniem filmów, aktywnością na portalach społecznościowych. Pandemia zmieniła jednak to postrzeganie i sprawiła, że coraz częściej konsumenci poszukiwali różnego rodzaju warsztatów tematycznych, rozwijających zainteresowania oraz pozwalających zdobyć nowe umiejętności. W ramach spędzania czasu wolnego online, realizowanego bez wychodzenia z domu, można korzystać na przykład z nauki gry na instrumentach, nauczyć się fotografii, scenopisarstwa czy uczestniczyć w warsztatach kulinarnych, czyli realizować zainteresowania, które dotychczas postrzegane były jako aktywności wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem lub instruktorem. Internet znacznie zmienił sposób życia

człowieka, między innymi przeniósł relacje międzyludzkie na wirtualny poziom, począwszy od ich życia zawodowego aż po życie prywatne, szczególnie kontakty towarzyskie i korzystanie z usług. W czasie pandemii stał się także bardzo ważnym źródłem informacji o COVID-19. Poszukiwanie informacji na ten temat na stronach internetowych w 2020 r. deklarowało 68,5% użytkowników, a na portalach społecznościowych – 37,2%¹.

Celem artykułu jest zaprezentowanie form spędzania czasu wolnego przez konsumentów podczas pandemii COVID-19 z wykorzystaniem internetu i aplikacji mobilnych oraz inteligentnych urządzeń umożliwiających dostęp do internetu.

Materiał i metody

Do napisania artykułu wykorzystano zarówno wtórne, jak i pierwotne źródła informacji. Informacje wtórne pozwoliły scharakteryzować omawiane zagadnienia związane z formami zagospodarowania czasu wolnego z wykorzystaniem internetu. Ze źródeł wtórnych pozyskano także wyniki badań na temat spędzania czasu w roku 2019 przed pandemią oraz w czasie jej trwania w latach 2020 i 2021, opublikowane przez GUS, CBOS oraz serwis Prezentmarzen. Wyniki badań wtórnych uzupełnione zostały informacjami pierwotnymi zgromadzonymi przez autorkę w trybie badań bezpośrednich z wykorzystaniem techniki ankiety internetowej w dniach od 1 marca do 18 maja 2021 r. Kwestionariusz ankietowy udostępniony został na platformie SurveyMonkey, zaś link do badań rozsyłany był mailem do potencjalnych respondentów. Próba badawcza liczyła 620 osób, po połowie kobiet i mężczyzn. Osoby w wieku 18–24 lata stanowiły 70% respondentów, zaś w wieku 25 lat i więcej – 30%. Na wsi mieszkało 20,8% badanych, w miastach do 99 tys. mieszkańców mieszkało 27,7%, w miastach od 100 do 199 tys. – 24,2%, zaś 27,3% respondentów zamieszkiwało miasta powyżej 200 tys. mieszkańców.

Internet jako przestrzeń spędzania czasu wolnego

Wszystkie osoby, które nie są wykluczone cyfrowo, mają liczne możliwości, aby zagospodarować czas wolny z wykorzystaniem internetu. Wraz z jego rozwojem pojawiły się wirtualne przestrzenie, w których każdy, jeżeli tylko chce, może znaleźć dla siebie miejsce, a relacje *face to face* ustąpiły miejsca relacjom *interface to interface*. Internet zmienił formy świadczenia usług kulturalnych, rozrywkowych, turystycznych,

¹ *Spółczesność informacyjna w Polsce w 2020 r. Analizy statystyczne*, GUS, Warszawa-Szczecin 2020, s. 171.

medialnych², a zarazem sposoby ich konsumpcji. Spowodował, że nastąpiła wirtualizacja zachowań konsumentów w czasie wolnym, którą można zdefiniować jako proces zaspokajania potrzeb za pośrednictwem elektronicznych środków przekazu, internetu lub telewizji³. Wirtualna forma zagospodarowania czasu wolnego jest następstwem rozwoju nowych technologii informacyjnych, których poziom pozwala na masową i coraz tańszą produkcję środków wirtualnej komunikacji i powszechną ich dostępność. Wirtualna forma zagospodarowania czasu wolnego może dotyczyć np. obejrzenia filmu, koncertu, czytania e-książek i czasopism, grania, oglądania eksponatów w wirtualnym muzeum itp. W znacznym stopniu użytkownicy komputerów i urządzeń mobilnych z dostępem do internetu są świadomi, że są one bardzo przydatne dla nich, ale mogą być też niebezpieczne, gdy są nieodpowiedzialnie używane i nadużywane. Korzystanie z nich może uzależniać, mogą wystąpić kłopoty zdrowotne, jednak zalety takie jak nieograniczona informacja, relaks, a zwłaszcza szybkość zaspokojenia potrzeb⁴ i fakt, że w czasie pandemii i przymusowego lockdownu, była to często jedyna forma kontaktu z innymi osobami, uczestnictwa w kulturze oraz aktywności fizycznej i intelektualnej przewyższa dostrzegalne wady. Warto podkreślić, że korzystanie z internetu w czasie pandemii dla jednych może być bardzo ważną formą zagospodarowania czasu wolnego, dla innych zaś bardziej przymusem ze względu na brak dostępu do innych możliwości niż świadomym wyborem.

Korzystanie z różnych form spędzania czasu wolnego z wykorzystaniem internetu stało się możliwe m.in. dzięki cyfryzacji treści. Produkty, które wytwarzane były wcześniej w sposób analogowy, zostały przekonwertowane na postać cyfrową lub produkowane są od razu w wersji cyfrowej (np. książki, płyty). Przełomem w dystrybucji treści w formie cyfrowej (szczególnie muzyki i obrazu) stał się tzw. *streaming* (transmisja strumieniowa), oznaczający możliwość oglądania czy słuchania online i przez sieci mobilne, bez uprzedniego ściągania danej treści na urządzenie i jej zapisywania. Na takiej zasadzie funkcjonują m.in. Spotify i Netflix. Spotify oferuje dostęp do muzyki z poziomu aplikacji mobilnej dostępnej na smartfony, tablety, komputery i telewizory. Ta forma zastępuje kupowanie płyt z muzyką. Podobnie funkcjonuje Netflix, gdzie użytkownik poprzez aplikację może obejrzeć film, który znajduje się w bazie, bez konieczności kupowania go, a tylko jego wypożyczenia. W ten sposób nastąpiła rezygnacja z własności produktu na korzyść dostępu do niego⁵. W internecie oferowane są zarówno

² J. Kramer, *Możliwe postawy konsumentów wobec nowych trendów rozwoju konsumpcji*, „Marketing i Rynek” 2015, nr 8, s. 290.

³ D. Barney, *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2008, s. 76; Cz. Bywalec, *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 223.

⁴ A.M.V. Mitrache, M.G. Necea, *The role of information and communication technology in the development of leisure services*, „Business Excellence and Management” 3, 2013, nr 2, s. 59.

⁵ A. Janowska, *Przemysły kultury w erze dostępu*, „Studia i Prace, Kolegium Zarządzania i Finansów” 2017, z. 158, s. 188–190.

płatne, jak i bezpłatne filmy, seriale i muzyka online. Część filmów dostępnych do bezpłatnego przesyłania strumieniowego jest własnością publiczną, stały się wspólną własnością, ponieważ ustały prawa własności, co umożliwiło ich hostowanie⁶. Usługa VOD (*video on demand*) pozwala na oglądanie filmu lub serialu w czasie wybranym przez użytkownika. Na rynku liczba platform VOD systematycznie rośnie. Są wśród nich m.in. przywołany wcześniej Netflix, następnie HBO GO, Player+, Ipla, Amazon Prime, TVP VOD, Servis CDA.pl⁷. Korzystanie z platform VOD jest bardzo popularną formą spędzania czasu. Każdy serwis udostępnia trochę inną ofertę, dlatego konsument znajdzie z łatwością interesującą go tematykę. Muzyki online można słuchać na różnych urządzeniach, zyskując dostęp do bardzo wielu utworów bez potrzeby ściągania ich na dysk, m.in. w takich serwisach jak wymieniony już Spotify, a także TIDAL, Muzyka Google Play, Deezer, Apple Music, YouTubeMusic⁸.

W zakresie aktywnej rekreacji zasoby internetu mogą pomóc w opracowaniu indywidualnego planu aktywności fizycznej dostosowanej do ogólnego stanu zdrowia użytkownika⁹. W internecie jest mnóstwo zestawów ćwiczeń fizycznych pozwalających modelować sylwetkę lub oddzielnie każdą partię ciała. Dla osób biegających, jeżdżących na rolkach, rowerze oraz uprawiających *nordic walking* i wiele innych dyscyplin sportowych są dostępne aplikacje mobilne wspomagające zarówno amatorską aktywność fizyczną, jak i profesjonalny trening. Aplikacje te urozmaicają treningi i przede wszystkim motywują do aktywności fizycznej. Dokumentują osiągi, bez znaczenia, czy chodzi o liczenie kroków czy o przygotowania do profesjonalnych zawodów sportowych. Aplikacje mobilne przeznaczone do uprawiania sportu nie tylko rejestrują szczegóły treningu (trasę, dystans, czas, kalorie), ale dają możliwość bieżącego kontaktu ze znajomymi ich użytkownika w czasie rzeczywistym poprzez media społecznościowe, dzięki czemu możliwa jest wzajemna motywacja do aktywności fizycznej. W bazie aplikacji spełniających funkcje elektronicznego trenera personalnego zawarte są ćwiczenia kształtujące wszystkie partie ciała, po to aby poprzez kolejne etapy treningu doprowadzić użytkownika do wymarzonej sylwetki. Aplikacje wspomagające zmagania z redukcją wagi oprócz zestawu treningów zawierają informacje na temat produktów i posiłków w wybranych sieciach restauracji ze szczegółowymi opisami wartości odżywczych, dzięki czemu na bieżąco konsument może sprawdzać liczbę spożywanego kalorii w trakcie posiłku. Takie

⁶ 10 najlepszych witryn streamingowych z darmowymi filmami w 2021 roku, <https://pl.wizcase.com/blog/najlepszych-witryn-streamingowych-z-darmowymi-filmami/> [dostęp: 10.05.2021].

⁷ Platformy VOD, <https://finansepersonalne.pl/platformy-vod/> [dostęp: 10.05.2021].

⁸ Muzyczne serwisy streamingowe – który najlepszy dla audiofila w 2021?, <https://www.tophifi.pl/blog/post/muzyczne-serwisy-streamingowe-ktory-najlepszy-dla-audiofila-w-2021.html> [dostęp: 10.05.2021].

⁹ S. Zach, S. Lissitsa, *Internet use and leisure time physical activity of adults – A nationwide survey*, „Computers in Human Behavior” 60, 2016, s. 484.

aplikacje jak¹⁰: Garmin, Polar, Sunto, Fitbit, MapMyRun, Endomodo, Runkeeper, My Tracks, Sports Tracker, Strava Cycling, Calorie Counter i wiele innych mogą przyczynić się do automotywacji i systematyczności w codziennej aktywności fizycznej.

Bierną formą aktywności z wykorzystaniem internetu w czasie wolnym jest możliwość wirtualnych podróży bez przemieszczania się w czasie i w przestrzeni. W internecie można zwiedzać miasta, zabytki, sanktuaria, muzea zarówno w Polsce, jak i na świecie, obejrzeć przedstawienia teatralne i koncerty w czasie rzeczywistym lub zarejestrowane wcześniej z możliwością odtworzenia ich w dogodnym momencie. Dowolne wydarzenia bądź miejsca można śledzić, korzystając np. z YouTube'a. Nieograniczona kreatywność twórców różnych ofert i programów daje szansę konsumentowi na wybranie interesującej go propozycji. Dla osób, które lubią zwiedzać różne miejsca i oglądać je z perspektywy samochodu, roweru, motocykla, drona, dostępna jest taka możliwość np. poprzez stronę Drive&Listen. Na stronie tej jest kilkadziesiąt miast i różnych atrakcji przyrodniczych z całego świata. Wśród dodatkowych opcji zwiedzający ma możliwość posłuchania radia z danego kraju bądź dźwięków ulicy i natury. Jeśli sama jazda lub spacer wydają się zbyt powolne, może przyspieszyć podróż, wciskając przycisk zwiększenia szybkości.

Zwiedzanie online nie zastąpi w żaden sposób atmosfery i przeżyć w realu, chociaż czasami wystarczy kilka minut wirtualnego spaceru, aby konsument zyskał nową energię i planował z radością kolejny wyjazd. W związku z tym oprócz wirtualnych podróży szczególne znaczenie dla spędzania czasu wolnego, zwłaszcza poza domem, mają proponowane w internecie aplikacje mobilne przygotowane dla potrzeb turystyki. Dzięki nim udostępniany jest szeroki wachlarz ofert różnych usługodawców. Wśród takich aplikacji można wyróżnić np. TripAdvisor, Lonely Planet, Booking, Travelplanet, JakDojade.pl, Fousquare City Guide. Aplikacje mobilne ułatwiają współczesnemu turyście wyszukiwanie informacji o miejscu docelowym, pozwalają zobaczyć trasy wycieczkowe, wizualizację zabytków, sprawdzić warunki pogodowe, dokonać rezerwacji, przeliczyć kursy walut¹¹. Aplikacje te zawierają informacje nie tylko na temat najciekawszych miejsc do odwiedzenia, architektury, zabytków, lecz także na temat oferty usług gastronomicznych, w zakresie aktywnej rekreacji, kultury i sztuki. Aplikacje pozwalają na promocję lokalnych usługodawców, hoteli, pensjonatów, placówek gastronomicznych, wydarzeń kulturalnych

¹⁰ R. Rusiecki, *Najczęściej wybierane aplikacje monitorujące aktywność fizyczną. Pomagają śledzić przebieg treningu sportowego*, „Dziennik Bałtycki” 12.05.2021, [Sportowy24.Pl](https://sportowy24.pl) <https://dziennikbaltycki.pl/najczesciej-wyberane-aplikacje-monitorujace-aktywnosc-fizyczna-pomagaja-sledzic-przebieg-treningu-sportowego/ar/c2-15279162> [dostęp:]; *TOP 10 aplikacji dla aktywnych fizycznie*, 4.09.2020, <https://feedfit.pl/aktywnosc/top10-aplikacji-dla-aktywnych-fizycznie/> [dostęp: 24.05.2021].

¹¹ Z. Spyra, *Aplikacje mobilne na rynku turystycznym w opinii pokolenia Y*, [w:] B. Reformat (red.), *Innowacje w turystyce. Wybrane praktyki działań*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2017, s. 39.

i sportowych. Dzięki nim prezentowane są wiadomości, informacje i komunikaty samorządowe o wszystkich zaplanowanych imprezach. Aplikacje pozwalają również na bezpośrednią komunikację z ich użytkownikami. Mogą oni wyrażać swoje opinie i pisać o tym, co najbardziej im się podoba, co ich denerwuje, na czym im najbardziej zależy, co warto rozwijać. Umożliwiają zatem szybką informację zwrotną do urzędników lub ich twórców, którzy mogą wysyłać do nich aktualności, zaproszenia, ostrzeżenia. Turystom przekazywane są elektroniczne przewodniki (np. przewodniki turystyczne miasta udostępniane na komórkę). Przewodniki te mogą zawierać treści dotyczące szlaków, obiektów, atrakcji i miejsc wartych obejrzenia. Udostępnione aplikacje poświęcone turystyce prezentują użytkownikowi najatrakcyjniejsze dla niego trasy turystyczne, zaś często lektor opowiada to, co warto wiedzieć na temat zwiedzanego miejsca.

Zakres wykorzystania internetu w czasie wolnym – wyniki badań

Badania na temat dostępności oraz wykorzystania internetu, w tym także w celach prywatnych związanych z zagospodarowaniem czasu wolnego, prowadzone są corocznie przez GUS i CBOS. Wyniki tych badań pozwalają na śledzenie zmian w zakresie aktywności konsumentów w internecie. Niecodzienna sytuacja spowodowana pandemią COVID-19 zainspirowała do badań również inne podmioty, w tym zwłaszcza twórców serwisu Prezentmarzen, do prowadzenia badań na temat czasu wolnego na początku pandemii i przymusowego lockdownu w marcu 2020 r. oraz po roku jej trwania w kwietniu 2021 r. Dostępne wyniki badań wtórnych uzupełnione zostały wynikami badań pierwotnych pozyskanych przez autorkę w 2021 r. techniką ankiety internetowej na próbie 620 dorosłych Polaków.

Analizując wyniki badania GUS, można stwierdzić, że z roku na rok wzrasta liczba osób korzystających z internetu. W 2020 r. 81,4% osób w wieku 16–74 lata regularnie, czyli co najmniej raz w tygodniu, korzystało z internetu (wobec 78,3% w roku 2019)¹². Dostęp do internetu w 2020 r. posiadało 90,4% gospodarstw domowych (rok wcześniej było to 86,7%)¹³. Łącze stacjonarne z dostępem szerokopasmowym miało 67,7% (wobec 62,3% w roku 2019). Dynamicznie wzrosła popularność szerokopasmowych łączy mobilnych, które w 2020 r. stosowane były przez 66,7% gospodarstw domowych (w roku 2019 było to 54,3%)¹⁴.

Podczas użytkowania internetu w sprawach prywatnych w 2020 r. najczęściej wykonywanymi czynnościami były korzystanie z poczty elektronicznej (65,9%) oraz

¹² *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 r.*, s. 137.

¹³ *Ibidem*, s. 132.

¹⁴ *Ibidem*, s. 134.

czytanie online wiadomości, gazet lub czasopism (65,4%). Oprócz używania poczty elektronicznej najpopularniejszą formą komunikacji internetowej było wykonywanie rozmów głosowych lub wideo (66,7%). Z serwisów społecznościowych korzystało 54,8%. Nagrania wideo z serwisów tworzonych przez użytkowników oglądało 41,5% badanych. Blisko co czwarty ankietowany (24,5%) korzystał z usługi VOD. Własne treści w internecie umieszczało 18,1%, a w gry komputerowe grało 15,6%. Zestawiając dane z rokiem wcześniejszym, stwierdzono, że w czasie trwania pandemii w roku 2020 w porównaniu do roku 2019 najwięcej wzrósł odsetek osób oglądających wideo na żądanie (24,5% wobec 17,5%), następnie prowadzących rozmowy głosowe lub wideo (55,0% wobec 48,6%), czytających online (65,4% wobec 60,5%), korzystających z komunikatorów (53,4% wobec 48,6%), najmniej zaś zmienił się odsetek osób korzystających z serwisów społecznościowych (54,8% wobec 53,0%), korzystających z poczty elektronicznej (65,9% wobec 64,8%) i wyszukujących informacji o towarach i usługach (62,7% wobec 62,2%) – tabela 1.

Tabela 1. Wykorzystanie internetu w sprawach prywatnych w latach 2019–2020 (w %*)

Wyszczególnienie	2019	2020
Korzystanie z poczty elektronicznej	64,8	65,9
Wyszukiwanie informacji o towarach i usługach	62,2	62,7
Czytanie online wiadomości, gazet lub czasopism	60,5	65,4
Korzystanie z serwisów społecznościowych	53	54,8
Prowadzenie rozmów głosowych lub wideo	48,6	55
Korzystanie z komunikatorów	48,6	53,4
Oglądanie nagrań wideo z serwisów tworzonych przez użytkowników	41,6	41,5
Umieszczanie w internecie własnych treści (tekstów, zdjęć, filmów itp.)	21,1	18,1
Granie w gry komputerowe, pobieranie plików z gramami, odtwarzanie	17,9	15,6
Oglądanie wideo na żądanie (VOD) od komercyjnych usługodawców	17,5	24,5

*W procentach ogółu osób w wieku 16–74 lata

Źródło: *Jak korzystamy z Internetu?*, GUS, Warszawa-Szczecin 2021.

Badania dotyczące korzystania z internetu prowadzone przez CBOS obejmują podobny zakres informacji do tych udostępnianych przez GUS. Z badań tych wynika, że najpopularniejszą formą wykorzystania internetu w 2020 r. było kontaktowanie się ze znajomymi przez komunikatory (79%). W dalszej kolejności znalazło się korzystanie z serwisów społecznościowych (69%) i oglądanie telewizji, filmów, seriali, nagrań wideo (56%). Oglądanie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych internautów deklarowała ponad jedna trzecia osób korzystających z sieci (37%). Od roku 2019

liczba odbiorców takich transmisji wyraźnie się zwiększyła. Bloga czytał co trzeci badany. Niewiele mniej (32%) dokonywało wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach serwisów społecznościowych. Słuchanie radia deklarowało 29%. Większą popularnością w roku 2020 cieszyły się usługi i treści dostępne w sieci odpłatnie, takie jak prenumeraty prasy, dostęp do multimediiów, członkostwo w serwisach lub grach. Usługi tego typu opłacała jedna piąta użytkowników internetu (20%). Pobieranie z sieci darmowych programów, muzyki i filmów deklarowała jedna czwarta internautów (26%). Co czwarty użytkownik internetu (25%) w 2020 r. oglądał online transmisje mszy św. lub innego nabożeństwa (tabela 2).

Tabela 2. Wykorzystanie internetu w celu pozyskania i udostępnienia informacji oraz zagospodarowania czasu wolnego w latach 2019–2020 (w %)

Wyszczególnienie	V'19	VI'20
Kontaktowanie się ze znajomymi przez komunikatory (np. Messenger, WhatsApp)	74	79
Korzystanie z serwisów społecznościowych	66	69
Oglądanie przez internet telewizji, filmów, seriali, nagrań wideo	56	56
Dokonywanie wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach serwisów społecznościowych	32	32
Czytanie bloga	29	33
Słuchanie radia przez internet	28	29
Oglądanie w internecie transmisji realizowanych i nadawanych na żywo przez innych użytkowników	26	37
Zamieszczanie zdjęć	25	27
Ściąganie darmowych programów, muzyki, filmów	25	26
Granie z innymi ludźmi w coś w sieci	16	15
Korzystanie z treści dostępnych w sieci internetowej za opłatą, takich jak gazety, zdjęcia, materiały wideo, płatne członkostwo w serwisach, grach	15	20
Prowadzenie bloga lub własnej strony internetowej	5	3
Oglądanie przez internet mszy św. lub innego nabożeństwa	-	25

Źródło: *Korzystanie z Internetu*, CBOS, Komunikat z badań nr 85/2020.

Z badań dotyczących czasu wolnego, przeprowadzonych przez serwis Prezentmarzen na próbie 352 osób, na początku pandemii w marcu 2020 r.¹⁵, wynika, że korzystanie z internetu było istotnym elementem spędzania czasu. Zdaniem 35% respondentów dzięki internetowi można rozwijać swoje zainteresowania i zdobywać nowe umiejętności,

¹⁵ M. Dębska, A. Buczyńska, *Czas wolny Polaków podczas koronawirusa. Wyniki sondy*, 8.05.2020, <https://media.innovationpr.pl/clients/2635/pr/498195/czas-wolny-polakow-podczas-koronawirusa-wyniki-sondy> [dostęp: 10.05.2021].

uczestnicząc w transmisjach w mediach społecznościowych. Według 29% respondentów dobrym źródłem poszerzania wiedzy są poradniki internetowe, a dla 22% różnego rodzaju kursy online. Odpowiadając, z jakich rozrywek najczęściej korzystali badani w tym czasie, odnotowano, że w celu urozmaicenia go, przebywając w domu, czytali książki oraz oglądali filmy i seriale (25%), ćwiczyli fitness i jogę, korzystając z kursów online (22%) lub grali w wirtualne gry (20%). Czas umiłamy przez 18% badanych był również poprzez naukę rzeczy, na które wcześniej nie mieli czasu (np. kursy językowe online) oraz gotowanie i sprawdzanie nowych ciekawych przepisów (15%)¹⁶.

Z badań przeprowadzonych przez ten sam serwis w kwietniu 2021 r. na próbie 522 osób, omówionych w materiałach *Covidowe rozrywki Polaków*, wynika, że przez rok trwania pandemii Polacy pozyskali umiejętność korzystania z nowych technologii w celach rozrywkowych (34%) oraz łączenia rozrywki ze zdobywaniem praktycznych umiejętności (30%). Z badania wynika także, że poza pracą najwięcej czasu ankietowani poświęcali na obecność w social mediach (24%), następnie na uczestnictwo w rozrywkach kulturalnych online, takich jak koncerty czy spektakle (21%). Na gry komputerowe najwięcej wolnego czasu przeznaczają 14% ankietowanych. Zdaniem 11% badanych zarówno udział w warsztatach manualnych, jak i słuchanie muzyki oraz czytanie książek zajmowało najwięcej wolnych chwil. Odpowiedzi na pytanie, jakie rozrywki stały się popularniejsze dzięki pandemii, zdominowały zajęcia wykonywane z wykorzystaniem internetu. Ćwiczenia z instruktorami online popularniejsze stały się zdaniem 21% badanych, uczestnictwo w kulturze online – w opinii 19%, czytanie e-booków oraz słuchanie audiobooków – 18%. Taki sam odsetek respondentów uznał, że popularniejsze stały się gry komputerowe (18%), natomiast 12% badanych stwierdziło, że warsztaty online, np. kulinarne, plastyczne. Zdaniem 41% respondentów trwająca pandemia mobilizuje do ciągłego poszukiwania nowych zajęć. Niestety dla wielu także stała się wymówką, gdyż 24% z nich przyznało, że są bardziej leniwi. Z kolei 17% odpowiedziało, że pod wpływem nowej rzeczywistości zwolniło tryb życia. Na koniec przytaczanych wyników warto odnotować, że dla 12% badanych czas spędzony w sieci stał się bardziej przymusem niż wyborem¹⁷.

Prowadząc własne badania bezpośrednie na temat form zagospodarowania czasu wolnego z wykorzystaniem inteligentnych urządzeń oraz internetu, interesujące wydało się najpierw zdiagnozowanie kompetencji respondentów w zakresie umiejętności używania różnych urządzeń i narzędzi niezbędnych do spędzania w nim czasu wolnego.

¹⁶ A. Buczyńska, *Wypoczywamy w trybie online tęskniąc za aktywnym spędzaniem czasu*, 22.01.2021, <https://media.innovationpr.pl/clients/2635/pr/635298/wypoczywamy-w-trybie-online-teskniacz-aktywnym-spedzaniem-czasu> [dostęp: 10.05.2021].

¹⁷ A. Buczyńska, M. Dębska, *Covidowe rozrywki Polaków. Co się zmieniło po roku pandemii? Wyniki sondy*, 15.04.2021, <https://media.innovationpr.pl/clients/2635/pr/660249/covidowe-rozrywki-polakow-co-sie-zmienilo-po-roku-pandemii-wyniki-sondy> [dostęp: 10.05.2021].

Z badań wynika, że bardzo wysokie umiejętności związane z korzystaniem ze smartfona deklarowało 69,7% badanych, z komputera – 58,9%, z tabletu – 50% oraz różnych aplikacji internetowych – 61,1%. Gdy zestawiono deklaracje umiejętności wysokich i bardzo wysokich, odsetek respondentów prawie we wszystkich przypadkach zwiększył się do znacznie ponad 90% (poza tabletem, gdzie umiejętności na tych poziomach deklarowało 76,3% badanych).

Analizując uzyskane wyniki badań własnych, stwierdzono, że najpopularniejszą formą spędzania czasu wolnego było korzystanie z YouTube'a. Blisko 90% ankietowanych w czasie wolnym przeglądało jego bardzo zróżnicowane i dostosowane dla każdego odbiorcy przeogromne zasoby (w tym 87,4% kobiet i 91,6% mężczyzn). Niewiele mniej, bo 88,5% badanych, deklarowało oglądanie telewizji, filmów, seriali za pomocą serwisów streamingowych. Analizując odpowiedzi ze względu na płeć badanych, odnotowano, że kobiety częściej niż mężczyźni korzystały z tej formy (91,6% wobec 85,5%). Bardzo podobny odsetek respondentów korzystał z serwisów społecznościowych, słuchał muzyki za pomocą serwisów streamingowych oraz kontaktował się ze znajomymi przez komunikatory (odpowiednio 81,9%, 81,8% oraz 81,1%). We wszystkich przypadkach mężczyźni częściej niż kobiety korzystali z danej formy. Prawie taki sam odsetek badanych korzystał z aplikacji mobilnych służących zarówno do monitorowania aktywności fizycznej, jak i w trakcie wyjazdów turystycznych (odpowiednio 52,7% i 52,1%). Naukę online dla przyjemności zadeklarowało 41,5% badanych (w tym więcej kobiet niż mężczyzn, 44,5% wobec 38,4%). Niewiele mniej respondentów, bo 40,8%, deklarowało granie z innymi ludźmi w coś w sieci, przy czym tym razem zdecydowanie więcej mężczyzn niż kobiet preferowało tę aktywność (51,3% wobec 30,3%). Popularną formą spędzania czasu było czytanie e-booków, bloga oraz czasopism online (odpowiednio 30,2%, 26% oraz 24%). Podróże wirtualne deklarowało 28,7% badanych, zaś zwiedzanie wirtualne muzeów wskazało 7,6% badanych – tabela 3.

Pytając respondentów o stosunek do wybranych aktywności w czasie wolnym z wykorzystaniem inteligentnych urządzeń oraz sieci mobilnych, coraz częściej niedozwonych w życiu współczesnych konsumentów, stwierdzono, że badani zgadzali się (w skali od 1 do 7, gdzie 1 oznaczało, że respondent zdecydowanie się nie zgadzał z tym stwierdzeniem, zaś 7, że się z nim zdecydowanie zgadzał), że konsumenci coraz częściej korzystają z aplikacji mobilnych podczas wyjazdów turystycznych (średnia 6,09), następnie, że częściej pobierają muzykę przez Internet niż kupują płyty CD (średnia 6,05), a także, że konsumenci coraz częściej korzystają z aplikacji mobilnych służących do monitorowania ich aktywności fizycznej (średnia 5,96). Stwierdzenie, że konsumenci częściej wypożyczają filmy, jakie chcą obejrzeć, niż je kupują, również zyskało wysoką średnią (5,74) – tabela 4.

Tabela 3. Formy spędzania czasu wolnego z wykorzystaniem internetu i urządzeń inteligentnych, według płci respondentów (w %)

Wyszczególnienie	Oceny średnie		
	Próba Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Korzystanie z YouTube	89,5	87,4	91,6
Oglądanie telewizji, filmów, seriali za pomocą serwisów streamingowych	88,5	91,6	85,5
Korzystanie z serwisów społecznościowych	81,9	84,2	79,7
Słuchanie muzyki za pomocą serwisów streamingowych	81,8	83,5	80
Kontaktowanie się ze znajomymi przez komunikatory	81,1	86,5	75,8
Korzystanie z aplikacji służących do monitorowania aktywności fizycznej	52,7	54,8	50,6
Korzystanie z aplikacji mobilnych w trakcie wyjazdów turystycznych	52,1	50,3	53,9
Nauka online dla przyjemności	41,5	44,5	38,4
Granie z innymi ludźmi w coś w sieci	40,8	30,3	51,3
Korzystanie z aplikacji mobilnych umożliwiających wysyłanie materiałów wideo	37,6	43,9	31,3
Dokonywanie wpisów na forach, grupach dyskusyjnych, stronach serwisów społecznościowych	31,8	30	33,5
Czytanie e-booków	30,2	33,5	26,8
Oglądanie ciekawych miejsc na świecie (podróże wirtualne)	28,7	28,1	29,4
Czytanie bloga	26	25,8	26,1
Korzystanie z serwisów poświęconych turystyce	25,3	25,8	24,8
Czytanie czasopism online	24	20,6	27,4
Oglądanie eksponatów muzealnych (wirtualne zwiedzanie)	7,6	7,1	8,1
Inne	2,7	1,3	4,2

Źródło: Badania własne.

Tabela 4. Stosunek do wybranych aktywności z wykorzystaniem internetu i inteligentnych urządzeń, według płci respondentów (oceny średnie*)

Wyszczególnienie	Oceny średnie		
	Próba ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Konsumenci coraz częściej korzystają z aplikacji mobilnych podczas wyjazdów turystycznych	6,09	6,13	6,06
Konsumenci częściej pobierają muzykę przez internet, niż kupują płyty CD (np. Spotify)	6,05	6,09	6,00

Wyszczególnienie	Oceny średnie		
	Próba ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Konsumenci coraz częściej korzystają z aplikacji mobilnych służących do monitorowania ich aktywności fizycznej	5,96	6,08	5,83
Konsumenci częściej wypożyczają filmy, jakie chcą obejrzeć, niż je kupują (np. Netflix)	5,74	5,61	5,87
Konsumenci nabywają inteligentne urządzenia, ponieważ używanie ich jest zabawne i uatrakcyjnia codzienne życie	4,82	4,93	4,71

*Oceny dokonano w skali od 1 do 7, gdzie 1 oznaczało, że respondent zdecydowanie się nie zgadza z tym stwierdzeniem, zaś 7, że się z nim zdecydowanie zgadza

Źródło: Badania własne.

Podsumowanie

Internet niemal od początku powszechnego dostępu stał się przestrzenią, w której można w różnorodny sposób zagospodarować czas, niezależnie od miejsca i sytuacji, w jakiej znajduje się konsument. Niecodzienna sytuacja spowodowana przymusowym lockdownem zintensyfikowała korzystanie z internetu w czasie wolnym. Z badań wynika, że konsumenci bardzo chętnie w czasie trwania pandemii COVID-19 korzystają z możliwości, jakie daje dostępność do internetu w celu przeglądania zasobów YouTube'a, oglądania filmów, seriali poprzez telewizję internetową, słuchania muzyki za pomocą serwisów streamingowych, kontaktowania się ze znajomymi przez komunikatory, korzystania z serwisów społecznościowych. Ponadto korzystają z aplikacji mobilnych służących do monitorowania aktywności fizycznej oraz w trakcie wyjazdów turystycznych, a także uczą się online dla przyjemności. Pod wpływem czasu spędzanego w domu większą popularnością zaczęły cieszyć się ćwiczenia z instruktorami online, uczestnictwo w kulturze online, czytanie e-booków i słuchanie audiobooków, granie w gry komputerowe, a także wirtualne podróże i zwiedzanie.

Bibliografia

Literatura

Barney D., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2008.

Bywalec Cz., *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.

- Janowska A., *Przemysły kultury w erze dostępu*, „Studia i Prace, Kolegium Zarządzania i Finansów” 2017, nr 158.
- Kramer J., *Możliwe postawy konsumentów wobec nowych trendów rozwoju konsumpcji*, „Marketing i Rynek” 2015, nr 8.
- Mitrache A.M.V., Necea M.G., *The role of information and communication technology in the development of leisure services*, „Business Excellence and Management” 3, 2013, nr 2.
- Spyra Z., *Aplikacje mobilne na rynku turystycznym w opinii pokolenia Y*, [w:] B. Reformat (red.), *Innowacje w turystyce. Wybrane praktyki działań*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2017.
- Zach S., Lissitsa S., *Internet use and leisure time physical activity of adults – A nationwide survey*, „Computers in Human Behavior” 60, 2016.

Źródła

- Jak korzystamy z Internetu?*, GUS, Warszawa-Szczecin 2021.
- Korzystanie z Internetu*, CBOS, Komunikat z badań nr 85/2020.
- Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 r. Analizy statystyczne*, GUS, Warszawa-Szczecin 2020.

Internet

- 10 najlepszych witryn streamingowych z darmowymi filmami w 2021 roku*, <https://pl.wizcase.com/blog/najlepszych-witryn-streamingowych-z-darmowymi-filmami/>.
- Buczyńska A., *Wypoczywamy w trybie online, tęskniąc za aktywnym spędzaniem czasu*, 22.01.2021, <https://media.innovationpr.pl/clients/2635/pr/635298/wypoczywamy-w-trybie-online-teskniac-za-aktywnym-spedzaniem-czasu>.
- Buczyńska A., Dębska M., *Covidowe rozrywki Polaków. Co się zmieniło po roku pandemii? Wyniki sondy*, 15.04.2021, <https://media.innovationpr.pl/clients/2635/pr/660249/covidowe-rozrywki-polakow-co-sie-zmienilo-po-roku-pandemii-wyniki-sondy>.
- Dębska M., Buczyńska A., *Czas wolny Polaków podczas koronawirusa. Wyniki sondy*, 8.05.2020, <https://media.innovationpr.pl/clients/2635/pr/498195/czas-wolny-polakow-podczas-koronawirusa-wyniki-sondy>.
- Muzyczne serwisy streamingowe – który najlepszy dla audiofila w 2021?*, <https://www.tophifi.pl/blog/post/muzyczne-serwisy-streamingowe-ktory-najlepszy-dla-audiofila-w-2021.html>.
- Platformy VOD*, <https://finansepersonalne.pl/platformy-vod/>.
- Rusiecki R., *Najczęściej wybierane aplikacje monitorujące aktywność fizyczną. Pomagają śledzić przebieg treningu sportowego*, „Dziennik Bałtycki” 12.05.2021, Sportowy24.Pl, <https://dziennikbaltycki.pl/najczesciej-wyberane-aplikacje-monitorujace-aktywnosc-fizyczna-pomagaja-sledzic-przebieg-treningu-sportowego/ar/c2-15279162>.
- TOP 10 aplikacji dla aktywnych fizycznie*, 4.09.2020, <https://feedfit.pl/aktywnosc/top10-aplikacji-dla-aktywnych-fizycznie/>.