



RAPORT

2025

SEN, SEKS) SMARTFONY!

o interakcjach z mediami w czasie, gdy wszyscy śpią.



 GEM I U S

Szanowni Państwo

“Zapraszamy do lektury raportu "**SEN, SEKS i SMARTFONY - o interakcjach z mediami w czasie, gdy wszyscy śpią.**", który rzuca nowe światło na to, co dzieje się w Polsce, gdy... gasną światła. Prezentacja ta miała swoją premierę na Festiwalu Insightów i Innowacji INSUMMIT 2024 (dawny Kongres Badaczy), gdzie otwierała sesję **TABU**. To kompendium wiedzy o nocnych aktywnościach mobile powstało na podstawie analizy danych z **2,5 tysiąca smartfonów** z panelu badawczego Gemius w Polsce i w oparciu o niemal **2 miliardy zdarzeń** - pracowaliśmy nad nimi agregując i analizując je tak, aby wydobyć kluczowe insighty dotyczące ruchu internetowego na telefonach, korzystania z aplikacji oraz kontaktu z radiem i telewizją. Dane te na co dzień zasilają **jednoźródłowe badanie mediów** na rynku polskim, Mediapanel oraz narzędzie do crossmediowego **pomiaru rynku reklamowego**, AdReal.”



Mateusz Chariasz, Data Analysis Team Manager, Gemius



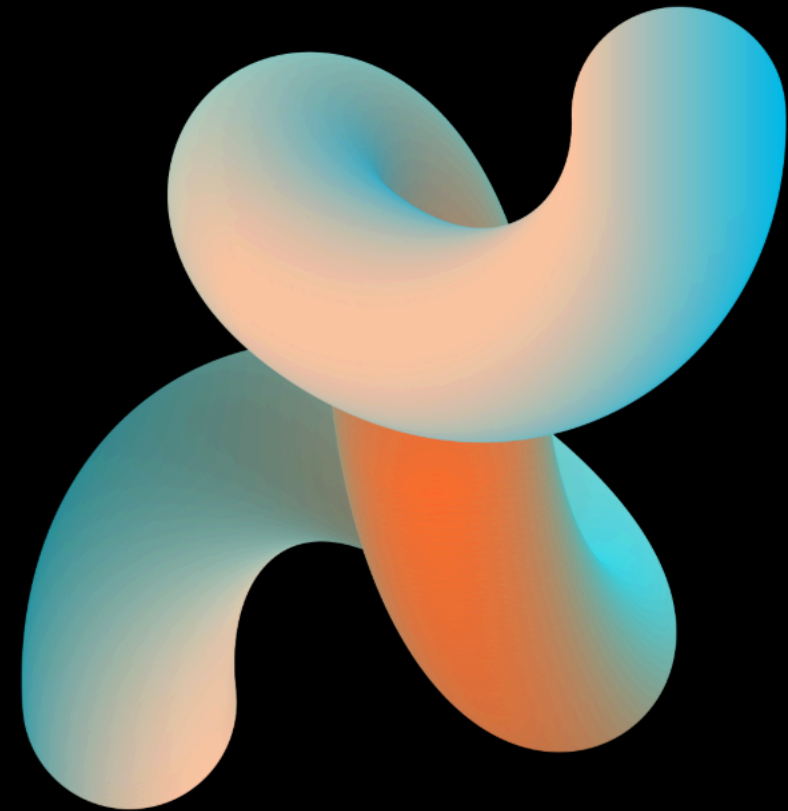
Agenda

- 1 na jakich danych została oparta analiza?
- 2 **sen.**
Ile śpią Polacy i Polki?
Krzywa hałasu czy wzorce snu?
- 3 **seks.**
Kto ogląda treści dla dorosłych?
- 4 **smartfony.**
Jakie aplikacje zyskują na popularności w nocy?
- 5 **key findings**
- 6 **nota metodologiczna**

**SEN, SEKS)
SMARTFONY!**

**1. na jakich danych została
oparta analiza?**

 **GEMIOUS**



1,8 mld aktywności/zdarzeń z **2,5 tysiąca smartfonów** z panelu badawczego Gemius w Polsce

okres analizy: 01.07-31.08.2024



ruch www mobile



ruch app



radio, telewizja

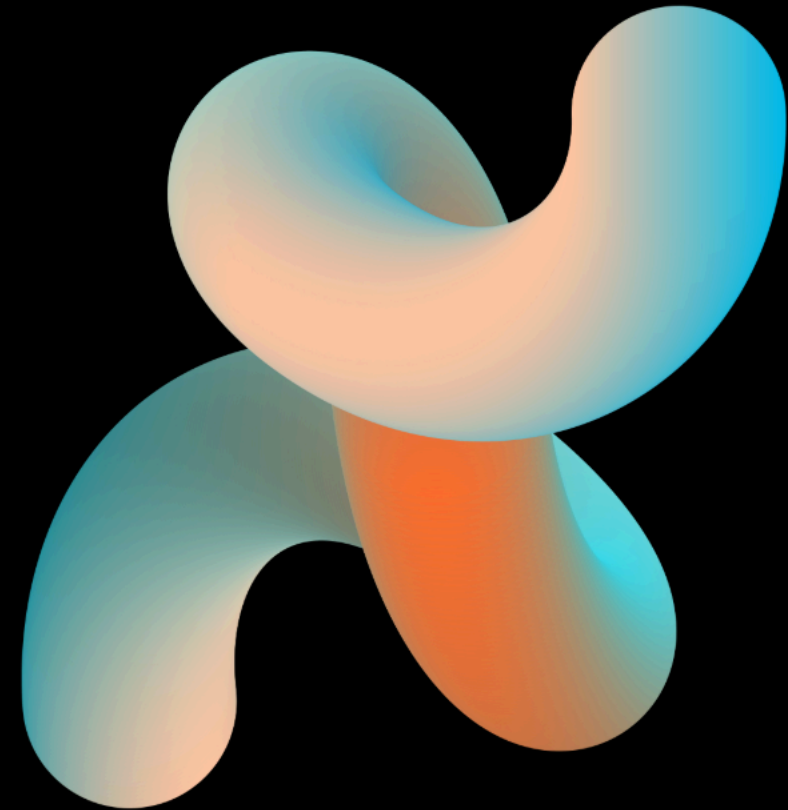


motion tracking,
nasilenie hałasu

**SEN, SEKS)
SMARTFONY!**

2. sen.

 **GEMIUS**



Ile śpią Polacy i Polki?

deklaracje, Badanie Dobowy budżet czasu ludności w 2023

**SEN, SEKS
SMARTFONY!**

wg. GUS średniodziennie

08h 33min

Ile śpią Polacy i Polki?

SEN, SEKS
SMARTFONY

the real question is: jak długo bywają nieaktywni mediowo w nocy, po 22:00?

estymacja w oparciu o pomiar pasywny Gemius

07h 15min

wg. GUS średniorocznie

08h 33min

Ile śpią Polacy i Polki?

SEN, SEKS)
SMARTFONY!

the real question is: jak długo bywają nieaktywni mediowo w nocy, po 22:00?

estymacja w oparciu o pomiar pasywny
Gemius

07h 15min

jak to wyliczono?

czas snu był liczony tylko wtedy, gdy panelista nie korzystał z mediów (www mobile, aplikacje, radio, TV) przez co najmniej 4 godziny w nocy (22:00–6:00). Na tej podstawie zliczano średnią długość snu.

Krzywa hałasu czy wzorce snu?

SEN, SEKS
SMARTFONY

Założenia:

Podzielono badanych na 3 grupy wiekowe (7-18, 19-59, 60-75 lat), by uwzględnić różnice w rytmach dobowych i potrzebach snu.

Dla każdej minuty doby uśredniono dane o poziomie hałasu jaki rejestruje telefon. Wykorzystano parametr średniego poziomu głośności dźwięku. Wartość jest wyższa, gdy jest głośniejsze a niższa gdy jest ciszej.

Każdy punkt na wykresach na kolejnych planszach oznacza średnią wartość hałasu w danym kwadransie dnia.

Telefon jest urządzeniem osobistym, towarzyszącym nam również w nocy, a do snu potrzebna jest cisza. Charakterystyka głośności dźwięku w otoczeniu badanych, szczególnie w nocy, może sugerować kiedy chętniej udają się na spoczynek.

Wnioski:

Poranek rozpoczyna się wcześniej niż zakładana zwyczajowo 6:00, choć widać spójność z biologicznym cyklem snu.

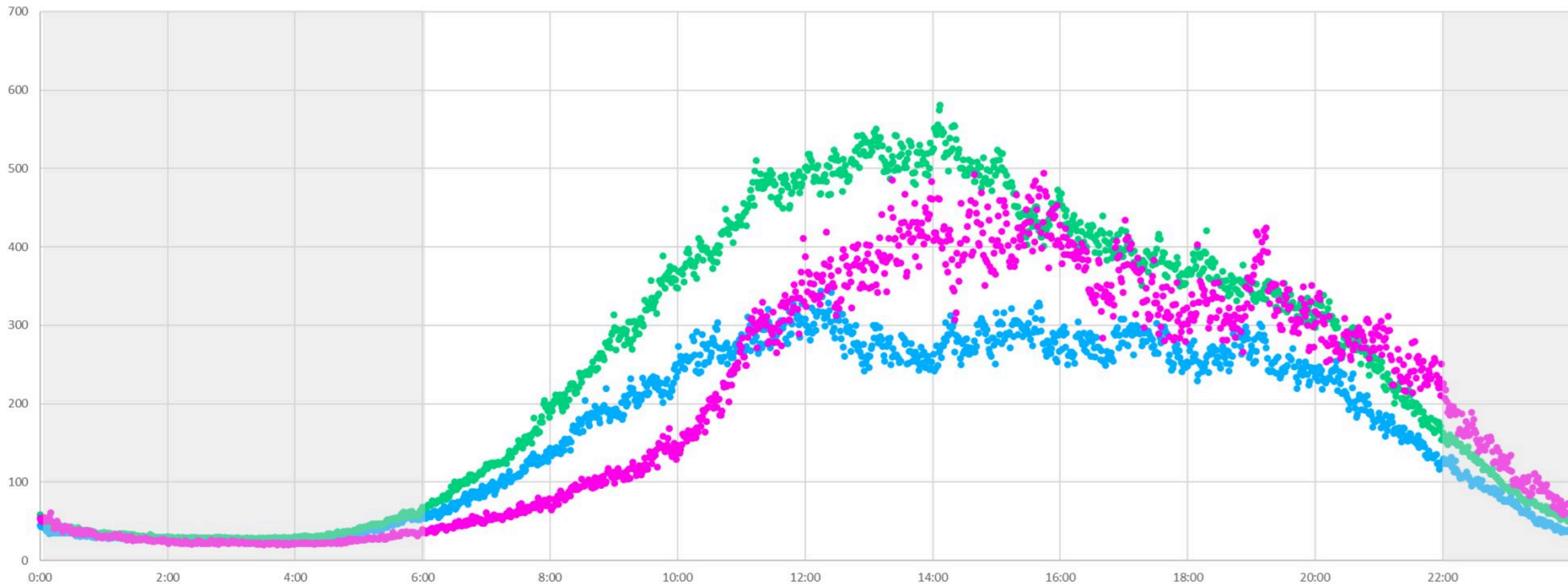
Obserwujemy korelację z naturalnymi rytмами aktywności tj. osoby aktywne zawodowo (19-59 lat) rozpoczynają dzień najwcześniej i po 6:00 poziom głośności dźwięków w którym się znajdują wzrasta najbardziej dynamicznie. Młodzież (7-18 lat) zasypia najpóźniej. Osoby dojrzałe (60-75 lat) mają bardziej regularny rytm, ale są też grupą, która dłużej pozostaje mniej aktywna w nocy.

dzień i noc

SEN, SEKS
SMARTFONY!

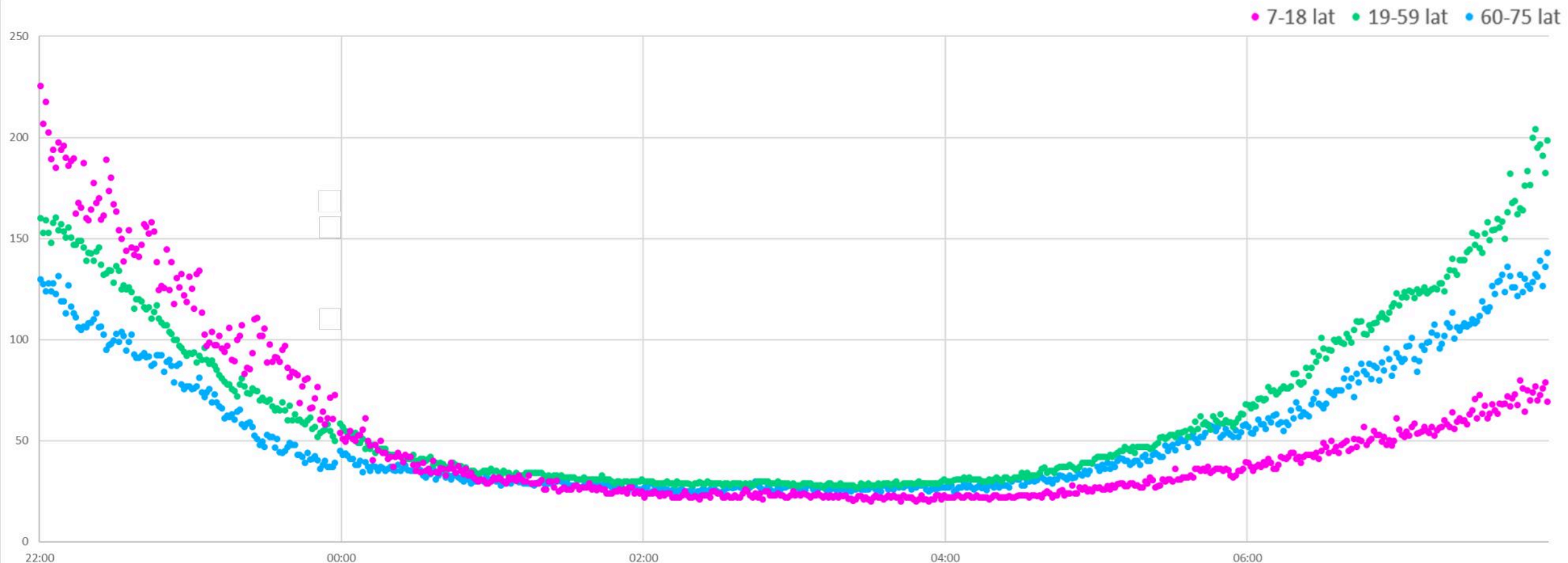
przeciętny poziom hałasu (weekend, minuta po minucie)

● 7-18 lat ● 19-59 lat ● 60-75 lat



noc 22-6

przeciętny poziom hałasu (workweek, minuta po minucie)



Ilu Polaków/Polek nie sypia?

SEN, SEKS
SMARTFONY!



30%

rejestruje **ponadprzeciętny poziom hałasu w swoim otoczeniu** między 22-6

Ilu Polaków/Polek nie sypia?

SEN, SEKS
SMARTFONY?



30%

rejestruje **ponadprzeciętny poziom hałasu** między 22-6



66%

korzysta w godzinach 22-6 z telefonu

Ilu Polaków/Polek nie sypia?

SEN, SEKS
SMARTFONY!



30%

rejestruje **ponadprzeciętny poziom hałasu** między 22-6

66%

korzysta w godzinach 22-6
z telefonu



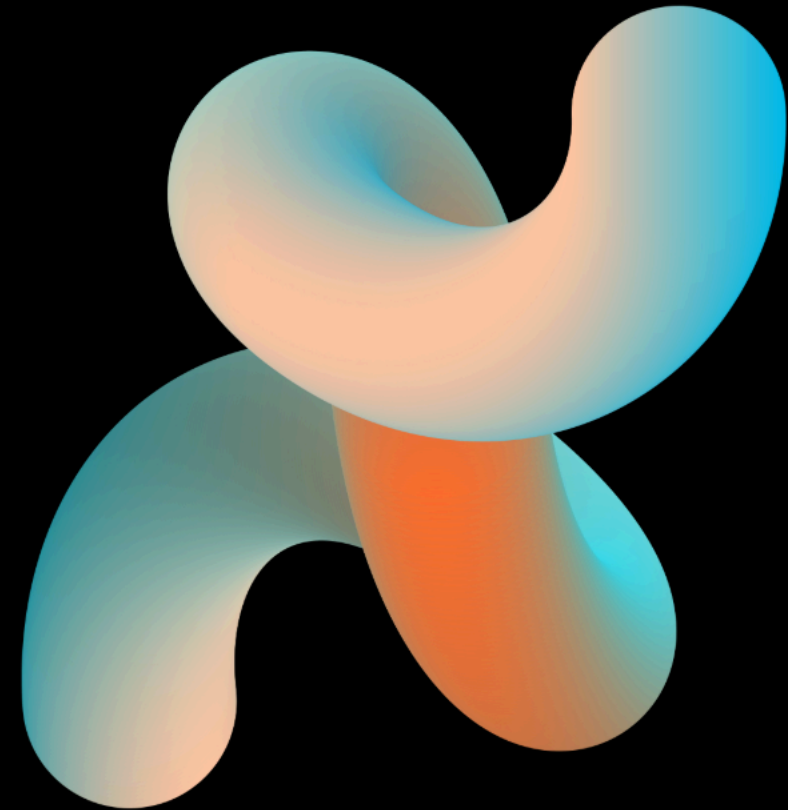
26%

było **nieaktywnymi medialnie**
krócej niż 5h (w danym dniu)

**SEN, SEKS)
SMARTFONY!**

3. seks.

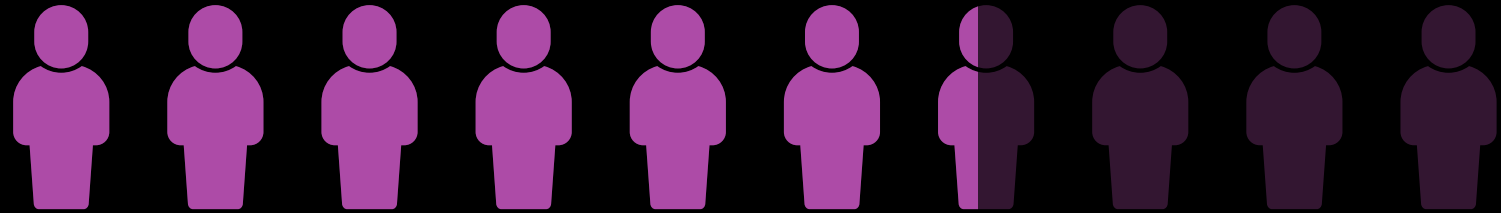
 **GEMIOUS**



Korzystanie z kategorii erotyka - ruch www mobile

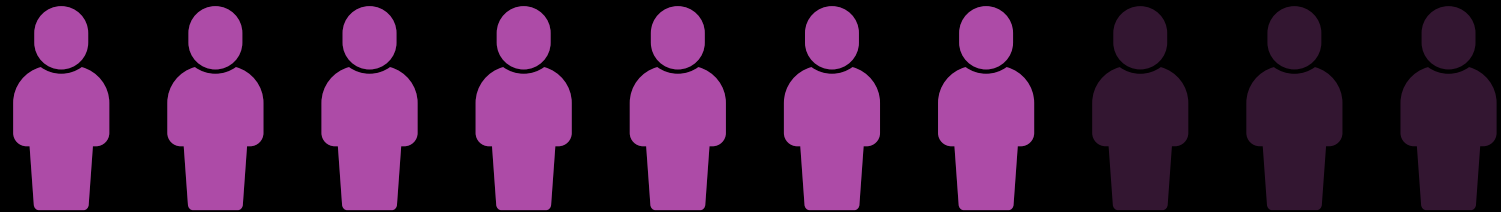
W nocy 70% spośród korzystających mobilnie z treści erotycznych stanowi grupa dorosłych 19-59 lat

65%



DZIEŃ: wiek 19-59

70%



NOC: wiek 19-59

Raport "SEN, SEKS i SMARTFONY - o interakcjach z mediami w czasie, gdy wszyscy śpią.", Gemius, okres: 01.07-31.08.2024,

aktywność: hardware panel Gemius, Polska, N=2500, ruch www mobilny

Korzystanie z kategorii erotyka - ruch www mobile

17% kobiet i 15% osób dojrzałych w wieku 60-75 korzysta z treści erotycznych w nocy.

W przypadku grupy 60-75 udział ten jest porównywalny z jej udziałem wśród aktywnie używających aplikacji do komunikowania w nocy.



DZIEŃ: kobiety i osoby dojrzałe 60-75 lat



NOC: kobiety



NOC: osoby dojrzałe 60-75

Raport "SEN, SEKS i SMARTFONY - o interakcjach z mediami w czasie, gdy wszyscy śpią.", Gemius, okres: 01.07-31.08.2024,

aktywność: hardware panel Gemius, Polska, N=2500, ruch www mobilny

SEN, SEKS) SMARTFONY!

użytkownicy i użytkowniczki po sesjach w kategoriach erotycznych sięgają do komunikatorów ponad **dwukrotnie częściej**, niż ma to miejsce w przypadku innych kategorii tematycznych w tym czasie oraz za dnia

WhatsApp, Messenger, Telegram, Viber, Signal *after*



Komentarz Ekspertki

“Elementy seksu w materiałach dla dorosłych budzą potrzebę bliskości pełnej, nie tylko fizycznej, ale także czułości. To jak z filmami o podróżach, które, mimo że siedzimy, sprawiają, że nagle mamy ochotę ruszyć z miejsca. Zastanawiające jest to, że ktoś musi coś czuć, kiedy otwiera taką kategorię jak Erotyka. Pojawia się jakaś potrzeba w nocy, szczególnie gdy jesteśmy sami; pragniemy miłości i wchodzimy w świat erotyki. Ktoś, kto się tym rozgrzał, kieruje się w stronę tych, których zna, szukając rozmowy i bliskości.”

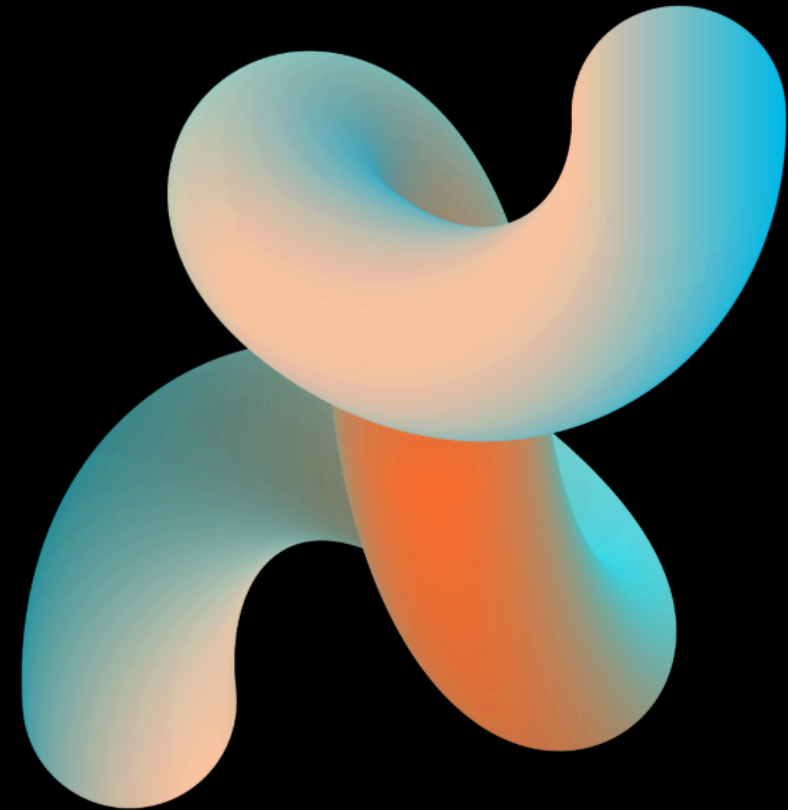
Katarzyna Popiołek, dr hab., prof. Uniwersytetu SWPS, Psycholog Społeczny



SEN, SEKS)
SMARTFONY.

4. smartfony.

 GEMIOUS



Zmiany w rankingu kategorii domen (www)

ruch www z przeglądarek internetowych na telefonach

**SEN, SEKS
SMARTFONY**

category	udział ruchu w nocy	udział ruchu za dnia	zmiana w rankingu
Erotyka	28	72	11
Kultura i rozrywka	18	82	9
Edukacja	17	83	7
Sport	16	84	5
Budownictwo i wnętrza	16	84	3
inne	15	85	1
Nauka i technologia	15	85	-1
Wielotematyczne	15	85	-3
Podróże i turystyka	15	85	-5
Styl życia	15	85	-7
Informacje i publicystyka	14	86	-9
Biznes, finanse, prawo	14	86	-11

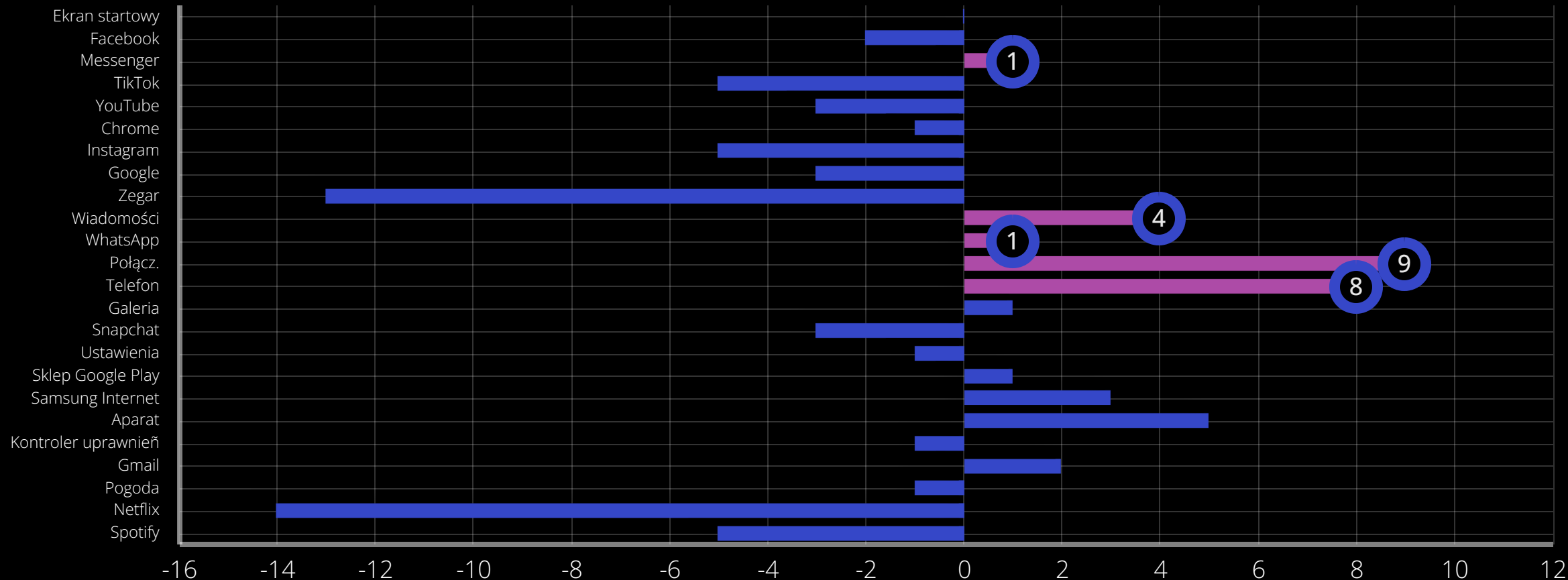


nocą częściej
wchodzimy w
**intencjonalny
kontakt
z treściami**

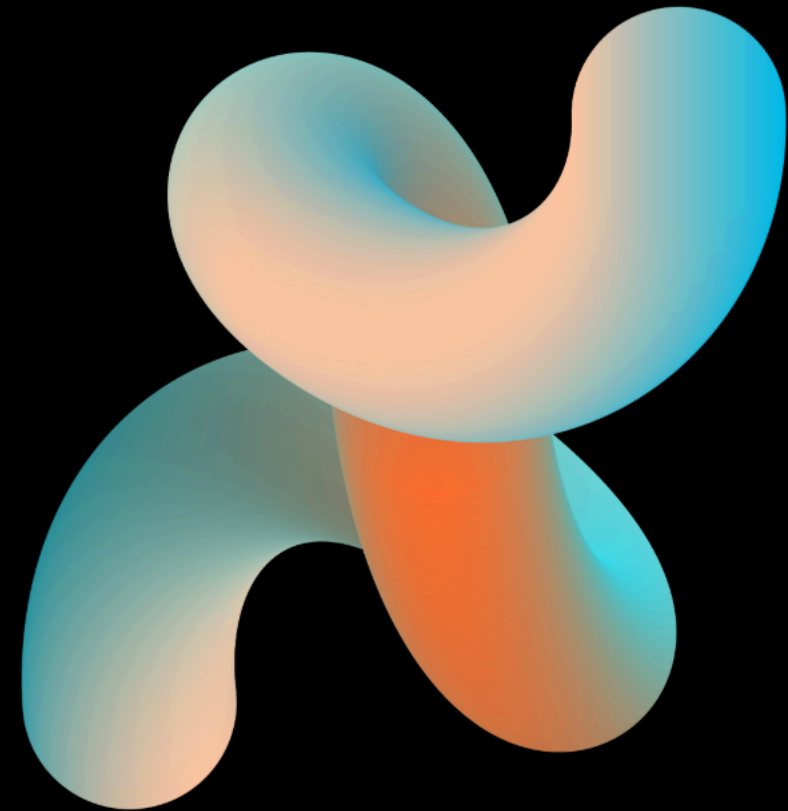
Zmiany w rankingu aplikacji

SEN, SEKS
SMARTFONY

zmiana w rankingu noc vs. dzień; kolejność na wykresie według pozycji nocą



4. key findings.



SEN, SEKS SMARTFONY

SEN

Rzeczywisty czas bez aktywności na telefonie w nocy to średnio **7 godzin i 15 minut**. To istotnie mniej niż deklarowana przeciętna długość snu w danych GUS.

66% badanych korzysta z telefonu w godzinach nocnych (22:00-6:00), a co czwarta osoba pozostaje nieaktywna przez mniej niż 5 godzin, co sugeruje, że **znaczna część użytkowników nie zapewnia sobie wystarczającej przerwy od ekranów**.

SEKS

Osoby oglądające treści erotyczne w nocy ponad **dwukrotnie częściej** niż za dnia przechodzą do aplikacji służących do komunikacji po zakończonej sesji.

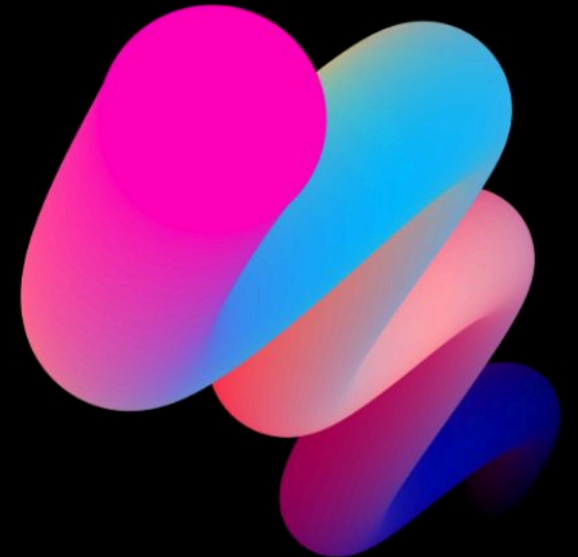
Może to sugerować potrzebę nawiązania kontaktu, poszukiwania **bliskości i relacji międzyludzkich po zetknięciu się z cyfrową formą intymności**.

Raport ujawnia, że aż **15% seniorów, osób w wieku 60-75, również korzysta z tego typu treści**, co jest porównywalne z aktywnie używających aplikacji do komunikowania w nocy, właśnie w tej grupie wiekowej

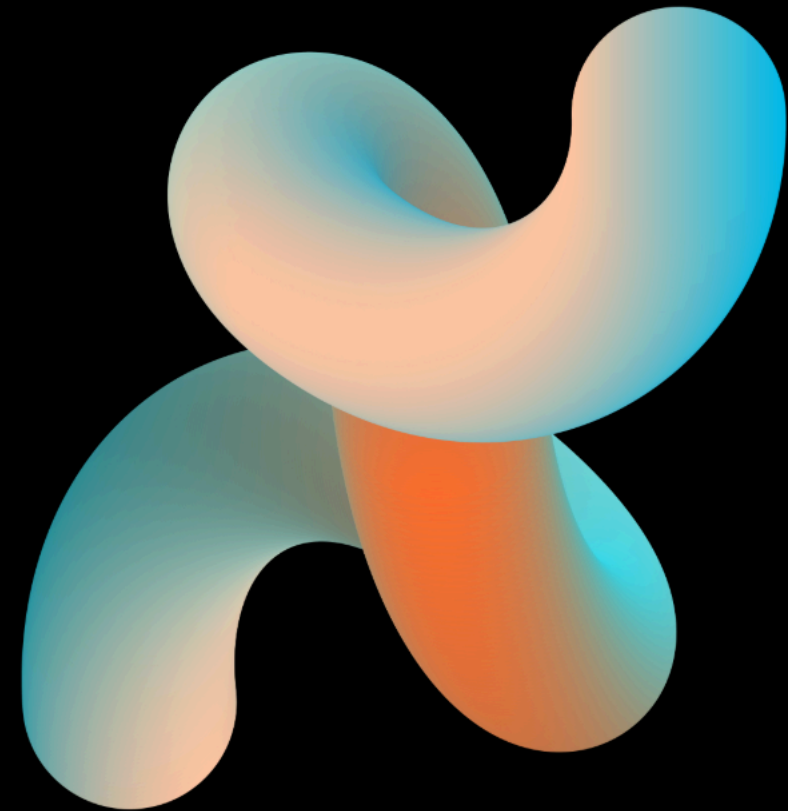
SMARTFONY

W nocy użytkownicy najczęściej konsumują treści związane z **erotyką, kulturą i rozrywką**, podczas gdy za dnia wybierają informacje, biznes i finanse. Noc sprzyja bardziej **osobistym i emocjonalnym wyborom treści, a także dłuższemu zatrzymywaniu się przy wybranych kategoriach**.

W tym czasie użytkownicy częściej sięgają po materiały, które nie są narzucane przez algorytmy i reklamy, lecz odzwierciedlają ich **indywidualne potrzeby**.



6. nota metodologiczna.



nota metodologiczna

**SEN, SEKS
SMARTFONY**

Analiza powstała w oparciu o dane pochodzące z panelu badawczego Gemius reprezentatywnego dla populacji Polaków 7-75 lat. W badanym okresie obejmował on 2,5 tys. użytkowników smartfonów (hardware panel). Szczegółowe dane z niego przetwarzane są zbiorczo w celu pomiaru konsumpcji internetu, telewizji i radia w Polsce.

Jeśli nie zaznaczono inaczej, dane prezentowane w raporcie dotyczą aktywności mediowej panelistów w poszczególnych kwadransach doby. Okres objęty analizą to 01.07-31.08.2024.

Zmienne/aktywności brane pod uwagę w analizie: ruch www z przeglądarek internetowych na telefonach; aktywności w aplikacjach; słuchanie radia i oglądanie telewizji (badane w oparciu o audiomatching); motion tracking (fizyczny ruch telefonu); nasilenie hałasu (w otoczeniu smartfona).

CYTOWANIE: RAPORT "SEN, SEKS I SMARTFONY - O INTERAKCJACH Z MEDIAMI W CZASIE, GDY WSZYSCY ŚPIĄ.",
GEMIUS, OKRES: 01.07-31.08.2024, AKTYWNOŚĆ: HARDWARE PANEL GEMIUS, POLSKA, N=2500

**SEN, SEKS)
SMARTFONY!**



Dziękujemy.