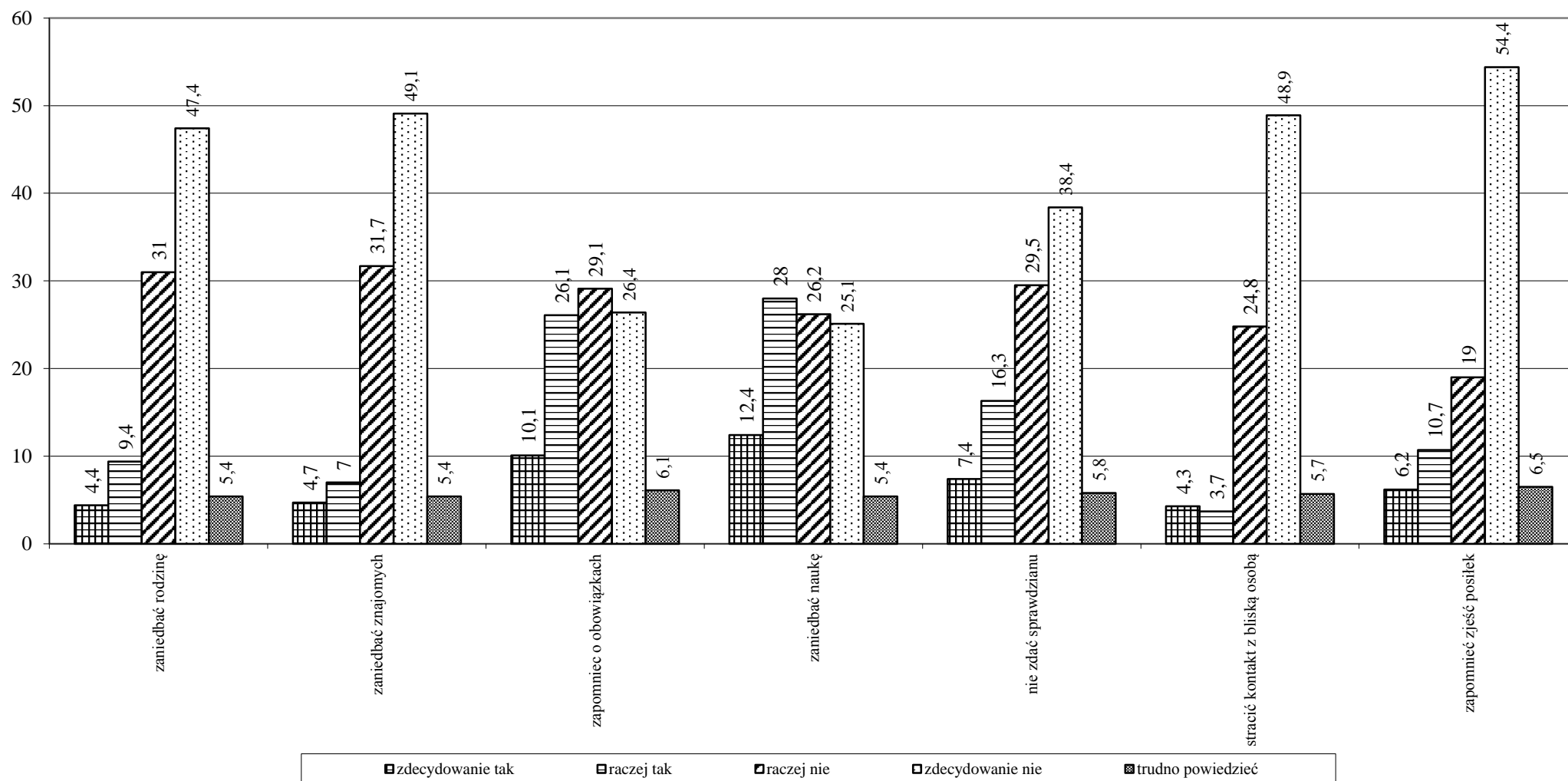


Przekonanie respondentów, że Internetu tak zaabsorbował uwagę, że trudno wykonać inne działania (w %) (bez braków odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne