

PIOTR MATCZAK, KRZYSZTOF MAĆZKA, MACIEJ MILEWICZ

E-PARTYCYPACJA: ZASTOSOWANIA SONDAŻU INTERNETOWEGO JAKO NARZĘDZIA PARTYCYPACYJNEGO

I. WSTĘP – KORZENIE PARTYCYPACJI

Jako antidotum na spadek udziału obywateli w życiu politycznym i publicznym w wielu krajach podejmowane są próby angażowania obywateli do uczestnictwa w procesie tworzenia polityki i zarządzania publicznego¹. Partycypacja obywateli w podejmowaniu decyzji przez władze publiczne ma rosnące znaczenie od końca drugiej połowy XX w. Cztery podstawowe kategorie partycypacji to: aktywność publiczna obywateli, angażowanie obywateli do podejmowania decyzji przez władze publiczne, partycypacja wyborcza, partycypacja obowiązkowa². Tradycyjnie w literaturze na temat partycypacji wskazuje się różne poziomy „intensywności” – zaangażowania uczestników, które wywodzą się z klasycznej koncepcji „drabiny partycypacyjnej” Arnstein: poczynając od informowania obywateli – najsłabszej formy, przez konsultowanie, włączanie w podejmowanie decyzji, współpracę, upodmiotowienie – najsilniejszej formy³.

Wskazuje się szereg funkcji partycypacji: a) przynosi ona lepszą legitymizację decyzji; b) pomaga w emancypacji wykluczonych grup społecznych; c) poprawia jakość podejmowanych decyzji; d) poprawia działanie administracji⁴. W wielu krajach partycypacja jest uregulowana prawnie⁵. W Polsce w ciągu ostatnich kilkunastu lat obserwuje się rosnącą popularność partycypacji. W pewnym zakresie można wiązać to z przystąpieniem do UE i wymogami związanymi z wydatkowaniem środków unijnych.

¹ L. Komito, *e-Participation and Governance: Widening the Net*, „The Electronic Journal of e-Government” 3, 2005, nr 1, s. 39-48.

² T. Kaźmierczak, *Partycypacja publiczna: pojęcie, ramy teoretyczne*, w: A. Olech (red.), *Partycypacja publiczna: o uczestnictwie obywateli w życiu wspólnoty lokalnej*, Warszawa 2011, s. 83-99.

³ S. R. Arnstein, *A Ladder of Citizen Participation*, „Journal of the American Institute of Planners” 35, 1969, nr 4.

⁴ P. Matczak, *Formy partycypacji w procesie politycznym w zakresie ochrony środowiska*, w: A. Olech (red.), op. cit., s. 130-155.

⁵ W Polsce wskazać można przykładowo ustawę z 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko. Przegląd regulacji dotyczących konsultacji społecznych w samorządzie przedstawia M. Banat w artykule: *Konsultacje społeczne w samorządzie terytorialnym*, „Samorząd Terytorialny” 2014, nr 1-2, s. 13-25.

Użyteczność partycypacji bywa traktowana sceptycznie⁶. Partycypacja jest kosztowna, uzyskiwane zaś wyniki nie zawsze są pozytywne (z różnych względów, także ze względu na kontestowanie jej wyników)⁷. Pomimo tych trudności można zaobserwować jednak duże zainteresowanie narzędziami partycypacyjnymi, tworzenie i stosowanie nowych metod i technik angażujących obywateli w życie publiczne. Szczególne znaczenie przypisywane jest technologiom informatycznym. Ich rozwój w ciągu ostatnich 25 lat zmienił kontekst i praktykę partycypacji. Pojawiło się pojęcie „e-partycypacji”. W niniejszym artykule przedstawiono funkcje e-partycypacji, stosowane narzędzia, a także krytykę zgłaszaną pod adresem tego sposobu angażowania obywateli. Następnie naszkicowano sytuację e-partycypacji w Polsce oraz szczegółowy przypadek sondażu internetowego w Poznaniu, który wykorzystywany jest jako narzędzie konsultacyjne. Na koniec przedstawiono wnioski wynikające z zastosowania sondażu internetowego jako narzędzia e-partycypacji.

II. TECHNOLOGIE INFORMATYCZNE A PARTYCYPACJA

Zmiany sposobów uczestnictwa obywateli w życiu publicznym po części można przypisać przemianom technologicznym i rozwojowi technik masowego komunikowania (prasa, radio, telewizja, nowe technologie informatyczne)⁸. Szczególne znaczenie mają nowe technologie informatyczne (ang. ICT – *Information and Communication Technologies*) i rozwój Internetu. Początkowo Internet oznaczał głównie digitalizację procesów konsultacyjnych, tzn. zamiast wysyłania komunikacji listowej używana była poczta elektroniczna, a dokumenty udostępniano na stronie internetowej – zamiast w postaci papierowej⁹. Z czasem doszło jednak do jakościowych zmian i wykorzystanie technologii informacyjnych oraz komunikacyjnych do angażowania społeczeństwa w procesy demokratyczne przybrało formę nazwaną e-partycypacją (elektroniczną partycypacją, e-uczestnictwem). E-partycypacja odnosi się do działania administracji publicznej, dostarczania usług publicznych, podejmowania decyzji oraz przygotowywania i wdrażania polityki publicznej. Ma ona postać interakcji między sferą społeczeństwa obywatelskiego a formalną sferą polityki i administracji, technologie informatyczne zaś pośredniczą w tej interakcji¹⁰. Rolą e-partycypacji jest umożliwienie obywatelom udziału w procesach podej-

⁶ K. Friske, *Polowanie na jednorożca: demokratyczna administracja publiczna?*, „Samorząd Terytorialny” 2014, nr 1-2, s. 5-12.

⁷ Zastrzeżenia bardziej filozoficznej natury zgłaszają K. Frieske i K. Pawłowska w artykule: *Obywatelska partycypacja: migotanie idei*, w: A. Olech (red.), op. cit., s. 61-79.

⁸ A. Peisert, K. Stachura, *Partycypacja jako wynik rozwoju technik komunikowania i zmian charakteru sfery publicznej*, w: A. Olech (red.), op. cit., s. 45-60.

⁹ M. Conroy, J. Evans-Cowley, *E-participation in Planning: An Analysis of Cities Adopting On-line Citizen Participation Tools*, „Environment and Planning C: Government and Policy” 24, 2006, nr 3, s. 371-384.

¹⁰ C. Sanford, *Characterizing e-Participation*, „International Journal of Information Management” 2007, s. 406-421.

mowania oddolnych, świadomych decyzji i podejmowania odpowiedzialności za decyzje w sprawach publicznych za pomocą narzędzi informatycznych.

Należy zauważyć, że partycypacja z wykorzystaniem narzędzi informatycznych szybko zyskała popularność i zaczęto w niej pokładać nadzieje na przemiany dotyczące funkcjonowania administracji oraz odnowy demokracji. Pojawiły się pojęcia „e-obywatelstwa”¹¹, a także idea Gov 2.0¹², jako radykalnego sposobu naprawy słabości współczesnych państw.

III. ZALETY I FUNKCJE E-PARTYCYPACJI

Rozwój technologii internetowych stworzył nowe możliwości partycypacji (niemożliwe wcześniej). Narzędzia te dają możliwość stosunkowo taniego (z punktu widzenia administracji publicznej – organizatora partycypacji oraz z punktu widzenia uczestnika partycypacji) i szybkiego pozyskiwania informacji. E-partycypacja pozwala zmniejszyć koszty transakcyjne związane z dostarczaniem usług¹³. Z tego punktu widzenia narzędzia internetowe stanowią duże ułatwienie¹⁴.

W ramach e-partycypacji można wyróżnić 3 zasadnicze procesy: a) pozyskiwanie informacji; b) formowanie opinii; c) podejmowanie decyzji. Mogą one zachodzić w szeregu obszarów, gdzie ma zastosowanie e-partycypacja. Zissis, Lekkas i Papadopoulou wskazują następujące obszary:

- a) dostarczanie informacji (strukturyzacja i zarządzanie informacjami);
- b) budowa środowisk wspólnotowych (wspierania osób wspólnie tworzących społeczności, rozwijanie wspólnych programów oraz kształtowanie i wzmacnianie społeczności);
- c) konsultowanie (umożliwienie zainteresowanym stronom przekazania opinii, prywatnie lub publicznie, dotyczących konkretnych spraw);
- d) realizacja kampanii (społecznych – zgłaszanie protestów, lobbying, petycje i inne formy działania zbiorowego, z wyjątkiem kampanii politycznych);
- e) realizacja kampanii politycznych (wyborczych – wspieranie polityków, partii politycznych i lobbystów w kontekście wyborów);
- f) deliberacja (wspieranie wirtualnych grup dyskusyjnych, wspierających refleksję i pomagające w rozpatrywaniu spraw publicznych);
- g) dyskusja/dyskurs (analiza i wspieranie dyskusji – dyskursów);

¹¹ R. K. Palat, L. Pratchett, *E-citizenship: Reconstructing the Public Online*, w: C. Durose, S. Greasley, L. Richardson (red.), *Changing Local Governance, Changing Citizens*, Bristol 2009, s. 193-209.

¹² S. Borins, *Strategic Planning from Robert McNamara to Gov 2.0*, „Public Administration Review” 70, 2010, nr 1; W. D. Eggers, *Government 2.0: Using Technology to Improve Education, Cut Red Tape, Reduce Gridlock and Enhance Democracy*, Plymouth 2005; D. Tapscott, A. D. Williams, D. Herman, *Government 2.0: Transforming Government and Governance for the Twenty-First Century*, „New Paradigm” 2008, s. 1-25.

¹³ L. Pratchett, S. Leach, *A New Vision for Local Government: Rhetoric or Reality*, „Parliamentary Affairs” 58, 2005, nr 2, s. 318-34.

¹⁴ L. K. Polat, L. Pratchett, op. cit.

- h) mediacja (pomoc w mediacji lub rozstrzygnięciu sporów lub konfliktów);
- i) planowanie przestrzenne (wspieranie planowanie przestrzennego, środowiskowego, urbanistycznego);
- j) sondaż (badanie opinii publicznej w dyskutowanych sprawach);
- k) głosowanie (wybory, referenda, plebiscyty)¹⁵.

Badania pokazują, że – przynajmniej w niektórych obszarach – e-partycypacja rzeczywiście jest wdrażana. Badania z 2004 r. dotyczące 582 amerykańskich miast powyżej 50 tys. mieszkańców pokazują, że 35% z nich podaje adres e-mailowy do kontaktu z mieszkańcami, 55% zamieszczało w Internecie plany przestrzenne, a 37% umieszczało protokoły ze spotkań dotyczących planów¹⁶. W Wielkiej Brytanii program rządu zakładający, że sprawy administracji rządowej i samorządów lokalnych powinny być realizowane drogą elektroniczną, zakończył się sukcesem¹⁷.

IV. NARZĘDZIA E-PARTYCYPACJI

W ramach e-partycypacji wykorzystywanych jest wiele narzędzi. Zissis, Lekkas i Papadopoulou dokonali ich analizy i wskazali następujące¹⁸: *webcasts*¹⁹, FAQ²⁰, blogi, narzędzia do badania opinii (na bazie prób), narzędzia do badania opinii – bez procedury próbkowania, *chat rooms*²¹, gry decyzyjne, fora dyskusyjne, e-panele (grono wybranych osób, które dyskutują w pewnym okresie na dany temat), e-petycje, e-deliberatywne badanie opinii (wybrani według pewnej – zasadniczo losowej – procedury wyboru mieszkańcy mają dostarczyć pogłębionej informacji); wirtualne wspólnoty; mechanizmy alertu (drogą e-mailową oraz poprzez RSS²²).

Trzydzieści powyższych narzędzi zostało ocenionych za pomocą szeregu kryteriów (dostępność; łatwość korzystania; wymogi sprzętowe; ilość pozyskiwanej informacji; zapewnienie bezpieczeństwa i anonimowości użytkowników; interaktywność; szerokość zasięgu). Autorzy analizy wskazują, że nie da się

¹⁵ D. Zissis, D. Lekkas, A. E. Papadopoulou, op. cit., s. 195-208. Wskazać można także inne zastosowania narzędzi internetowych, choćby zakupy publiczne (*e-procurement*) czy e-przetargi (*e-tendering*), które jednak w mniejszym zakresie traktować można jako narzędzia partycypacyjne.

¹⁶ M. Conroy, J. Evans-Cowley, op. cit.

¹⁷ L. K. Polat, L. Pratchett, op. cit.

¹⁸ D. Zissis, D. Lekkas, A. E. Papadopoulou, op. cit.

¹⁹ Termin używany do określenia produkcji, transmisji i dostarczania prezentacji zawierających video, dźwięk oraz tekst poprzez przeglądarkę internetową.

²⁰ Z angielskiego *Frequently Asked Questions* – najczęściej zadawane pytania.

²¹ Przestrzeń w serwisie oferującym chat. Podział na chatroomy służy wyodrębnieniu grup o podobnych zainteresowaniach, przynależnościach (np. gustów muzycznych) lub skupieniu tematu dyskusji, co wyrażane jest w nazwie danego chatroomu, na przykład: jazz, disco, rock, muzyka lat '60, Elvis itd.

²² Dokument RSS, często zwany „kanałem”, zazwyczaj zawiera streszczoną formę wiadomości ze skojarzonej strony WWW lub jej pełny tekst. RSS umożliwia użytkownikom automatyczne śledzenie nowych treści ulubionych serwisów sieciowych.

stworzyć jednoznacznego rankingu narzędzi, gdyż korzyści z ich zastosowania zależą od potrzeb oraz od okoliczności.

Niezależnie od zalet i wad poszczególnych narzędzi na świecie wyspecjalizowane firmy stworzyły szereg narzędzi internetowych przeznaczonych do konsultacji społecznych. Przykłady z USA, Australii, Kandy czy wielkiej Brytanii pokazują, że kształt narzędzia do organizowania działań partycypacyjnych w sieci zależy jedynie od potrzeb zamawiającego oraz środków, które może on na dany projekt przeznaczyć. Część platform to proste narzędzia nastawione głównie na wymianę informacji, generowanie pomysłów i ich komentowanie. Inne działają na zasadzie symulatorów i oprócz tego, że zbierają informacje, pokazują także uczestnikom procesu, jakie konsekwencje pociągają za sobą proponowane przez nich decyzje. Istnieją też bardzo wyrafinowane i zaawansowane platformy, które na drabinie partycypacji można by umiejscowić między poziomami współpracy a upodmiotowienia. Wiele z tych narzędzi oferuje niezwykle atrakcyjną szatę graficzną i wabi użytkowników nieszablonową formą angażowania, która nie sprowadza się jedynie do standardowego komentowania (tab. 1).

Tabela 1

Przykładowe narzędzia internetowe służące do procesów partycypacyjnych

| Lp. | Nazwa/kraj | Cena | Komentarz |
|-----|--------------------|-------------------------------|--|
| 1. | MindMixer/ USA | 10-20 tys. dolarów za projekt | Celem tego narzędzia jest poprawienie efektywności i wydajności partycypacji publicznej w porównaniu z narzędziami „tradycyjnymi”. Platforma umożliwia uczestnikom dzielenie się ideami na temat polityki miasta i tematów związanych z jego rozwojem, komentowanie pomysłów innych uczestników i umiejscawianie najbardziej popularnych tematów na szczycie listy. Mind Mixer stara się podnieść jakość partycypacji ale także zachęca uczestników do działania, stosując bardzo atrakcyjną oprawę graficzną oraz elementy teorii gier, aby wszelkie doświadczenia z narzędziem były satysfakcjonujące i angażujące. Narzędzia są zorientowane projektowo, czyli posiadają określony początek i koniec, składają się z powiązanych ze sobą elementów i są nastawione na osiągnięcie celu. Adres: www.mindmixer.com/ |
| 2. | EngagingPlans/ USA | od 75 dolarów miesięcznie | Użytkownicy tej platformy mogą udostępniać projekty albo projekty polityki publicznej interesariuszom, a także gromadzić informacje zwrotną. Portal jest wyposażony w wiele funkcji, za pomocą których użytkownicy mogą dostosować końcowy produkt do swoich potrzeb: ankiety, kalendarz wydarzeń, bibliotekę dokumentów, przyciski „lubię” oraz „udostępniam”, aby móc rozpowszechniać informacje także za pomocą mediów społecznościowych. Adres: http://urbanintactivestudio.com/ |

| Lp. | Nazwa/kraj | Cena | Komentarz |
|-----|----------------------------------|---|---|
| 3. | CitizenSpace/ UK, Australia, USA | od 3 tys. dolarów (w zależności od aplikacji) | Narzędzie służy do zarządzania, publikowania i archiwizowania informacji zwrotnej, posiada wyszukiwarkę tematów oraz moduł do projektowania sondaży. Pozwala także analizować, raportować i eksportować zgromadzone informacje do plików Excel lub SPSS. Administratorzy mogą edytować i zarządzać zawartością, a także przypisywać role użytkownikom. Aplikacja może być dostosowana do potrzeb różnych instytucji, ale najlepiej sprawdza się podczas dużych projektów infrastrukturalnych, np. projektów autostrad itp. Adres: www.citizenspace.com |
| 4. | Crowdbrite/ USA, Canada | od 2,5 tys. dolarów (w zależności od aplikacji) | Narzędzie to jest skonstruowane zgodnie z koncepcją <i>charette</i> – warsztatu partycypacyjnego zorientowanego na zaprojektowanie konsultowanego obszaru przestrzeni publicznej (projekt lub plan zagospodarowania przestrzennego). Użytkownicy mogą za pośrednictwem portalu uczestniczyć w takich warsztatach w sieci przez pisanie komentarzy oraz „przyklejanie karteczek” w konkretnym miejscu na planie/projście. Za pośrednictwem „karteczek” można też dodawać zdjęcia lub nagrania video, a także głosować i tym samym popierać wybrane idee. Ze wszystkich funkcjonalności portalu można korzystać także za pomocą urządzeń mobilnych, co dodatkowo umożliwi efektywne wykorzystywanie narzędzia podczas spotkań „w rzeczywistości”. Wprowadzane dane są widoczne w czasie rzeczywistym. Adres: www.crowdbrite.com/ |
| 5. | Ideascale/ USA | od ok. 100 dolarów miesięcznie | Narzędzie pozwala wykorzystywać ideę <i>crowd-sourcingu</i> w celu zarządzania informacjami dotyczącymi projektów, polityki, firm i ich moderowania. Platforma pomaga kompilować informacje oraz gromadzić informację zwrotną od użytkowników w jednym miejscu w sieci. Użytkownicy mogą publikować własne pomysły, komentować, głosować oraz zgadzać lub nie zgadzać się z komentarzami innych. Najpopularniejsze tematy są umieszczane na górze strony (podobnie jak w MindMixerze). Z Ideascale można korzystać za pośrednictwem strony internetowej, mediów społecznościowych czy widgetów, a także za pośrednictwem urządzeń mobilnych. Adres: http://ideascale.com/ |
| 6. | PlaceSpeak/ Canada | od ok. 200-300 dolarów rocznie | Platforma pozwala użytkownikom publikować własne pomysły i dzielić się nimi. Administratorzy natomiast mogą umieszczać informacje na temat kontekstu konsultacji. Cechą wyróżniającą PlaceSpeak jest fakt, że wymaga od użytkownika adresu zamieszkania, aby program mógł połączyć jego identyfikator z lokalizacją. Ta funkcja pozwala administratorom skupić się na dialogu mieszkańców poszczególnych ważnych dla procesu dzielnic i pozwala uzyskać informację zwrotną na temat np. konsultowanej polityki od osób, których terytorialnie bardziej ona dotyczy. Adres: www.placespeak.com/ |

| Lp. | Nazwa/kraj | Cena | Komentarz |
|-----|--|--|---|
| 7. | MetroQuest/ Canada | od ok. 9 tys. dolarów za projekt | Narzędzie pomaga skonstruować mechanizm wspierający procesy planistyczne. Pozwala skupić się instytucji zapraszającej do konsultacji na określeniu priorytetów planistycznych danej społeczności, zmapowaniu kwestii dotyczących transportu i planowania miejskiego (np. zaznaczeniu na mapie miejsc, które wymagają usprawnienia), projektowaniu budżetu oraz projektowaniu strategii. Adres: http://metroquest.com/ |
| 8. | E-Deliberation/ Canada | ceny ustalane indywidualnie, zniżki dla organizacji pozarządowych i grup nieformalnych | Narzędzie to jest skonstruowane tak, by gromadzić informacje, dzielić się nimi, umożliwić zaangażowanym obywatelom faktyczny wpływ na proces decyzyjny. Użytkownicy stają się uczestnikami bardzo specyficznego procesu, który opiera się na doświadczeniach zarówno akademików, jak i praktyków. W rezultacie platforma prowadzi uczestników przez poszczególne fazy procesu, z których każda posiada inne zasady zaangażowania, materiały na temat kontekstu i kryteria decyzyjne. Możliwe są różne warianty procesu w zależności od kompleksowości tematu i pożądanego efektu. Adres: www.e-deliberation.com |
| 9. | Open Town Hall/ USA | od ok. 2,5 tys. dolarów na rok | Narzędzie pozwala użytkownikom głosować i popierać konkretne idee, z których najbardziej popularne są najlepiej widoczne na stronie. Użytkownicy mogą dodawać zdjęcia oraz nagrania video w celu uzupełniania swoich pomysłów, a administratorzy mogą odpowiadać na nie publicznie bądź przez wysyłanie prywatnych wiadomości. Narzędzie zorientowane jest na komunikację. Adres: www.opentownhall.com/ |
| 10. | Citizen Participation Suite by Granicus/ USA | od ok. 300 dolarów miesięcznie | Narzędzie jest zbudowane z dwóch programów: CivicIdeas and eComment. Pierwszy to program pozwalający generować idee i dzielić się nim członkom społeczności, promować je poprzez Facebooka czy prowadzić ich ranking. Drugi jest zintegrowany z agendami różnych spotkań, np. samorządu terytorialnego, i umożliwia użytkownikom pozostawienie wiadomości tekstowej lub video na temat poszczególnych elementów agendy (możliwe jest także generowanie raportów z opiniami). Narzędzie ma na celu zniwelowanie barier w partycypacji na poziomie samorządu terytorialnego przez umożliwienie wyrażania opinii bez konieczności obecności na konkretnym spotkaniu. Adres: www.granicus.com/ |
| 11. | OpenNorth/ Canada | w zależności od narzędzia darmowe lub płatne od ok. 4 tys. dolarów za projekt | Adres: http://opennorth.ca/ |

| Lp. | Nazwa/kraj | Cena | Komentarz |
|-----|---|--------------------------------|---|
| 12. | EngagementHQ from Bang the Table/ Australia | od ok. 700 dolarów miesięcznie | Główną osią tej platformy jest forum umożliwiające dzielenie się pomysłami oraz komentowanie ich, a także – w wersji minimalnej – zgadzanie lub niezgadzanie się z opiniami innych. Cała zawartość forum może być „tagowana” lub kategoryzowana przez administratora. Dodatkowa funkcja „księga gości” pozwala także na pozostawienie komentarzy bez generowania dalszej dyskusji. Adres: http://bangthetable.com/ |
| 13. | Textizen/ USA | cena ustalana indywidualnie | Narzędzie zostało skonstruowane po to, by umożliwić mieszkańcom, którzy nie mają dostępu do Internetu ani smartphonów, uczestnictwo w partycypacji <i>online</i> . Program wykorzystuje SMS-y, aby umożliwić mieszkańcom uczestnictwo w sondażach dotyczących kwestii publicznych. Administratorzy natomiast mogą w prosty sposób dane te gromadzić i generować raporty. Adres: www.textizen.com/ |

Źródło: D. G. Rucker, *Online Public Participation Platforms and Applications (Overview) 2014* oraz strony portali internetowych.

Należy zauważyć, że po pierwsze, narzędzia przedstawione w powyższej tabeli są stosunkowo tanie. Po drugie, są one dość zróżnicowane, za względu na pełnione funkcje i możliwe do uzyskania wyniki. Wymagają one dobrania w zależności od konkretnej potrzeby.

V. KRYTYKA E-PARTYCYPACJI

Mimo atrakcyjności i rozwoju e-partycypacji, rozwoju narzędzi wzbudza ona zastrzeżenia. Po pierwsze, ambicje zasadniczych przemian zarządzania publicznego, jakie miały się pojawić wraz z zastosowaniem narzędzi informatycznych, okazały się zbyt wielkie. Idea Gov 2.0 wdrażana jest powoli. Meijer et al. wskazują²³ trzy zasadnicze czynniki mające wpływ na wdrażanie idei Gov. 2.0: a) przywództwo, a w szczególności – nowe przywództwo, które oznacza odejście od tradycyjnych ról biurokratycznych; b) zachęty dla obywateli, by skorzystali z nowych narzędzi i możliwości; c) zaufanie, dzięki któremu obywatele gotowi są ujawnić swoje preferencje, opinie i tożsamość, w sposób i w zakresie, które będą dla nich komfortowe. Każdy z tych czynników okazuje się barierą we wdrażaniu Gov. 2.0.

Krytycy e-partycypacji wskazują, że tak jak demokracja wymaga dobrze poinformowanych i aktywnych obywateli, tak i wymaga ich e-partycypacja. Dodatkowo wykorzystanie narzędzi informatycznych może tworzyć tzw. lukę

²³ A. J. Meijer et al., *Government 2.0: Key Challenges to Its Realization*, „Electronic Journal of e-Government” 10, 2012, nr 1, s. 59-69.

cyfrową (ang. *digital gap*) i prowadzić do cyfrowego wykluczenia²⁴. Związane to jest z tym, że e-partycypacja wymaga posiadania odpowiednich umiejętności oraz posiadania sprzętu. Wykorzystanie narzędzi informatycznych rodzi też zastrzeżenia związane z ochroną prywatności. Wykorzystanie narzędzi informatycznych w specyficzny sposób prowadzi do ujawniania tożsamości. Przykładowo Facebook skłania do szerokiego ujawniania prywatności. Jednocześnie istnieją możliwości anonimizacji aktywności, z których obywatele nie zawsze zdają sobie sprawę.

Nie jest też sprawą jasną, czy narzędzie informatyczne stanowi innowacyjny mechanizm poprawiający jakość procesów w domenie publicznej, czy też konserwują one i wzmacniają już istniejące nierówności, układy interesów itd.²⁵

Zastrzeżenia dotyczą także spraw bardziej szczegółowych. Polat i Pratchett²⁶ zwracają uwagę, że rozwój technologii informatycznych, oferujący ułatwienia w komunikacji między władzą a obywatelami, niekoniecznie musi być związany z promocją lokalizmu. Może być wręcz przeciwnie – narzędzia informatyczne, ułatwiając nawiązywanie kontaktów w skali globalnej, mogą osłabiać więzi sąsiedzkie i lokalne na rzecz sieci kontaktów oderwanych od lokalnych przestrzeni. Autorzy wskazują jednak, że w rzeczywistości takie narzędzia, jak poczta elektroniczna lub Facebook, służą także do mobilizacji lokalnej i wspierają lokalną aktywność.

E-partycypacja może prowadzić do indywidualizacji, co nie zawsze jest korzystne z punktu widzenia procesu politycznego²⁷. Na przykład e-głosowanie eliminuje wpływ instytucji zbiorowych i pewne symboliczne wartości związane z obecnością w lokalu wyborczym, co może prowadzić do mniej refleksyjnego głosowania²⁸.

Narzędzia informatyczne zastosowane do e-partycypacji niekoniecznie muszą prowadzić do budowy wartości obywatelskich. Program informatyzacji przyjęty przez rząd brytyjski, zakładający, że sprawy administracji rządowej i samorządów lokalnych powinny być prowadzone drogą elektroniczną, został zrealizowany. Jednak Polat i Pratchett wskazują²⁹, że zadowolenie, które obywatele wykazują z tego powodu, ma charakter zadowolenia konsumentów, a nie obywateli. Natomiast partycypacyjne zastosowania są mizerne. Narzę-

²⁴ W. Dutton, E. Helsper, *The Internet in Britain 2007*, Oxford 2007.

²⁵ K. Kraemer, K. King, *Information Technology and Administrative Reform: Will e-Government be Different?*, „The International Journal of Electronic Government Research” 2, 2005, nr 1, s. 1-20; T. Zarycki, *Spoleczne konsekwencje rozwoju Internetu – rewolucja czy reprodukcja struktur spolecznych?*, w: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spoleczna przestrzeń Internetu*, Warszawa 2002, s. 337-346; D. Batorski, *Internet a nierownosci spoleczne*, „Studia Socjologiczne” 2005, nr 2 (177), s. 107-131.

²⁶ L. K. Polat, L. Pratchett, op. cit.

²⁷ Ibidem.

²⁸ L. Pratchett, M. Wingfield, *Piloting e-Voting: Lessens and Limitations from the UK Experience*, w: N. Kersting, H. Boldersheim (red.), *Electronic Voting and Democracy: A Comparative Analysis*, Basingstoke 2004, s. 172-92.

²⁹ L. K. Polat, L. Pratchett, op. cit.

dzia informatyczne używane są zwykle w ten sposób, że stosunkowo niewielkie grupy przekazują informacje stosunkowo wąskim grupom interesu.

Nie wiadomo też, czy nowoczesne technologie powielają metody partycypacji wykorzystywane poza siecią, czy też wprowadzają zupełnie nową jakość. Badania przeprowadzone przez Gibsona i Cantijoch dotyczące związku pomiędzy internetowymi a „tradycyjnymi” narzędziami partycypacji pokazały³⁰, że Internet pozwala zintensyfikować działania prowadzone poza siecią. Z kolei badania przeprowadzone przez Oser et al. na reprezentatywnej próbie Amerykanów w 2008 r. pokazały³¹, że istnieją empiryczne różnice pomiędzy partycypacją *online* a *offline*. Można wyróżnić grupę respondentów, która preferuje internetowe uczestnictwo w życiu publicznym. Jednak wbrew temu, co twierdzą niektórzy autorzy, nie rezygnuje przy tym z uczestnictwa pozainternetowego. Uzyskane rezultaty pokazały także, że aktywiści internetowi różnią się znacząco od aktywistów nieinternetowych wiekiem (są młodszy), nie występują natomiast znaczące różnice, jeśli chodzi o płeć oraz status społeczno-ekonomiczny. Autorzy wskazują, że wnioski z badań przeprowadzonych w USA mogą nie być przekładalne na inne kraje, a słabością danych wykorzystanych w badaniach mógł być fakt odbywania się (w trakcie ich pozyskiwania) kampanii prezydenckiej Baracka Obamy, który podobnie jak inni kandydaci w wyborach prezydenckich, do Kongresu czy na gubernatora potrafił wykorzystać potencjał Internetu i zachęcić do poparcia różne grupy osób.

W przeciwieństwie do przykładów z USA Campante et al. dowodzą³², że szerokopasmowy Internet miał znacząco negatywny wpływ na frekwencję w wyborach parlamentarnych we Włoszech pomiędzy 1996 a 2008 r. Jednak jest on jednocześnie pozytywnie kojarzony z innymi formami partycypacji, zarówno *online*, jak i *offline*: pojawieniem się oddolnych internetowych ruchów protestujących i frekwencji w referendum krajowych (którym znacząco sprzeciwiały się główne partie). Ponadto autorzy pokazali także, że negatywny wpływ Internetu na frekwencję w wyborach parlamentarnych uległ znaczącemu odwróceniu po 2008 r., kiedy to lokalne ruchy oddolne zjednoczyły się w Ruch Pięciu Gwiazd z własną listą wyborczą. Potwierdza to przypuszczenia, że efekty dostępności Internetu zmieniają się w zależności od konkretnego rodzaju zaangażowania. Poza tym znaczenie ma zestaw pojawiających się na scenie politycznej aktorów, którzy mogą skorzystać z dobrodziejstw nowych technologii i tym samym trafić do rozczarowanych i zniechęconych rzesz wyborców. Nowe formy mobilizacji mogą oddziaływać na proces wyborczy głównego nurtu, przekształcając strategię „wychodzę” w strategię „głosuję”.

³⁰ R. Gibson, M. Cantijoch, *Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline?*, „The Journal of Politics” 75, 2013.

³¹ J. Oser et al., *Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification*, „Political Research Quarterly” 66, 2013.

³² F. Campante et al., *Politics 2.0: The Multifaceted Effect of Broadband Internet on Political Participation* (working paper), 2013.

VI. E-PARTYCYPACJA W POLSCE

W Polsce internetowe narzędzia konsultacji społecznych stosowane są na coraz szerszą skalę. Na duży potencjał tych narzędzi wskazywali niemal 10 lat temu twórcy raportu: „Obywatele współdecydują. Przewodnik po partycypacji społecznej”³³. Wśród narzędzi wymieniali e-maile i listy mailingowe, grupy i fora internetowe, telefonię internetową (np. *skype*) i e-sondaże, a także serwisy umożliwiające składanie petycji czy przeznaczone specjalnie do konsultacji społecznych strony internetowe. Twórcy raportu opisywali zarówno szanse, jak i bariery dotyczące poszczególnych narzędzi. Zwracali także uwagę na niebezpieczeństwo przerostu formy nad treścią. Wskazują oni, że czasami lepiej skorzystać z „tradycyjnego” e-maila niż skomplikowanej strony internetowej. Te pierwsze mogą posłużyć do uzyskania pojedynczych opinii na dany temat, podczas gdy te drugie są wykorzystywane w Polsce głównie do konsultowania dokumentów o dużych rozmiarach.

Fundacja Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” 4 lata temu utworzyła portal³⁴, który umożliwia różnym instytucjom konsultowanie aktów prawa i innych dokumentów określających politykę publiczną. Serwis zapewnia powszechny dostęp do projektu danego dokumentu, daje możliwość określenia czasu konsultacji oraz wyrażania opinii na temat danego dokumentu. Opinie widoczne są dla wszystkich, a po zakończeniu konsultacji instytucja zapraszająca ustosunkowuje się do poszczególnych uwag. Następnie zarówno dokument, jak i wszystkie uwagi są automatycznie przenoszone do ogólnodostępnego archiwum konsultacji. Obecnie na portalu trwają 3 procesy konsultacyjne, a 101 zostało zakończonych (stan na 20 czerwca 2014 r.). Podobny serwis³⁵ utworzyła Fundacja Laboratorium Badań i Działań Społecznych „SocLab”. Dotychczas za pomocą portalu przeprowadzono cztery procesy konsultacyjne – wszystkie na Podlasiu. Internetowe konsultowanie dokumentów jest także często praktykowane za pomocą własnych platform, np. przez Regionalne Dyrekcje Ochrony Środowiska, które mają obowiązek konsultowania dokumentów planistycznych dotyczących obszarów chronionych³⁶.

VII. SONDAŻ INTERNETOWY JAKO NARZĘDZIE PARTYCYPACJI

Przedstawione powyżej rozważania pokazują, że mimo wszystkich zalet narzędzia e-partycypacji wymagają doboru stosownie do potrzeb. Nie da się wskazać narzędzi, które mogłyby być uniwersalnie stosowane.

Narzędziem, które wydaje się mieć stosunkowo użyteczne zastosowania, jest sondaż internetowy. Jest to narzędzie szeroko stosowane do wielu celów,

³³ D. Długosz, J. J. Wygnański, *Obywatele współdecydują. Przewodnik po partycypacji społecznej*, Warszawa 2005.

³⁴ Zob. www.mamzdanie.org.pl.

³⁵ Zob. www.konsultacje.soclab.org.pl.

³⁶ Zob. <http://pzo.gdos.gov.pl>.

w tym do badań naukowych³⁷. Couper wyróżnia 8 typów sondaży internetowych: trzy z nich opierają się na nieprobabilistycznych metodach doboru próby, pięć pozostałych zaś opiera się na metodach probabilistycznych. Pierwsze trzy typy to:

a) sondaże jako zabawa lub rozrywka (sondaż typu: „pytanie dnia”, bez pretensji do reprezentatywności i do naukowego charakteru);

b) sondaże opierające się na dobrowolnym uczestnictwie każdego, kto się zgłosi. Zwykle nie stosuje się kontroli dostępu i nieraz brakuje kontroli wielokrotnego dostępu do ankiety. Organizator zwykle zachęca do udziału wszystkich zainteresowanych. Różnica między tym typem a poprzednim polega na tym, że mamy tu pretensje do naukowego charakteru badania. Couper uznaje, że jest to najbardziej popularny typ sondażu internetowego;

c) sondaże opierające się na bazach danych wolontariuszy – użytkowników Internetu. Wolontariusze, rejestrując się, podają swoje podstawowe dane społeczno-demograficzne. Badanie polega na doborze wolontariuszy. W niektórych przypadkach wyniki są też weryfikowane przez badanie telefoniczne. Wyniki są interpretowane za pomocą modeli i ważenie. Umożliwia to pewną kontrolę, lecz w dalszym ciągu jest to sondaż oparty na respondentach, którzy się samodzielnie zgłaszają.

Powyższe trzy metody opierające się na próbkowaniu nie mogą być traktowane jako badanie reprezentacyjne. W przypadku poniższych pięciu metod probabilistycznych również nie ma gwarancji reprezentatywności, głównie ze względu na kłopoty z realizacją próby, lecz bazują one na wiedzy na temat populacji oraz informacji na temat doboru próby. Pozwala to na kontrolowanie i szacowanie błędów. Są to następujące typy:

a) sondaż obejmujący pewną grupę (np. odwiedzających daną stronę internetową), polegający na wysłaniu zaproszenia do wypełnienia ankiety do n -tej osoby (w sposób analogiczny do *exit poll*);

b) sondaż bazujący na listach osób z grup korzystających z Internetu, np. studentów lub pracowników firm. Do wylosowanych osób wysyłany jest email z zaproszeniem do wzięcia udziału w badaniu;

c) sondaż, w którym droga internetowa stanowi jedną z możliwości (obok np. papierowej ankiety). Jest to sposób stosowany w firmach i organizacjach;

d) sondaż opierający się na dobranych użytkownikach Internetu. Użytkownicy są wcześniej dobierani (metodą probabilistyczną) i rekrutacja odbywa się poprzez kontakt telefoniczny;

e) sondaż bazujący na próbie reprezentatywnej całej populacji. Dobre osoby muszą być wyposażone w sprzęt, jeśli go nie posiadają. Tak robią np. firmy badające rynek telewizyjny.

Każda z metod opierających się na próbkowaniu probabilistycznym pozwala na ocenę błędów – przynajmniej ich oszacowanie. Choć generalnie wykorzystywanie narzędzi internetowych pozwala obniżyć koszty badań, metody bardziej rzetelne są droższe. W każdym przypadku wybór metody jest pochodną potrzeb oraz ograniczeń budżetowych.

³⁷ M. P. Couper, *Web Surveys: A Review of Issues and Approaches*, „The Public Opinion Quarterly” 64, 2000, nr 4, s. 464-494.

VIII. SONDAŻE INTERNETOWE W POZNANIU

W Poznaniu sondaż internetowy jest stosowany od kilku lat, głównie przy okazji konsultacji. Niektóre z procesów konsultacyjnych są zakrojone na dość szeroką skalę, np. Poznański Budżet Obywatelski. W tabeli 2 przedstawiono przegląd konsultacji społecznych przeprowadzonych za pomocą narzędzi internetowych, z których zdecydowana większość opierała się na wykorzystaniu ankiety/sondażu internetowego.

Zastosowanie sondażu internetowego w Poznaniu można uznać za udane w tym sensie, że wielu przypadkach odzew był duży. Należy jednak zwrócić uwagę na dużą rozpiętość zainteresowania: od prawie 50 tys. oddanych głosów w przypadku głosowania w ramach Poznańskiego Budżetu Obywatelskiego do 10 głosów – w przypadku opinii nt. Planu Transportowego Aglomeracji Poznańskiej. Można wskazać na kilka czynników, które mają znaczenie dla skali zainteresowania: a) charakter sprawy (od spraw prostych do kompleksowych zagadnień); b) typ głosowania (od prostego głosowania referendalnego, typu tak/nie, do zgłaszania złożonych opinii); c) nagłośnienie w mediach (od spraw, które nie budzą zainteresowania mediów, do „gorących tematów”, zwłaszcza w otoczkę skandalu); d) zdolność aktywistów do mobilizowania zainteresowania mieszkańców.

Ważnym aspektem sondażu jest przejrzystość, prostota i ograniczona długość kwestionariusza, tak aby każdy mieszkaniec mógł go wypełnić i nie musiał na to poświęcać zbyt wiele czasu. Nie można jednak mówić o prostej zależności, że im prostszy kwestionariusz, tym więcej opinii. Doświadczenia poznańskiego Urzędu Miasta pokazują, że nawet dłuższe kwestionariusze mogą spotkać się z zainteresowaniem mieszkańców. Tak było np. w przypadku konsultacji dotyczących zagospodarowania terenów wokół obszaru Gołęcina. Trzeba jednak zauważyć, że ten przypadek jest szczególny, ponieważ dotyczy terenu, który jest postrzegany jako ważny dla lokalnej społeczności, a dodatkowo związanych jest z nim kilku bardzo czynnych grup aktywistów, którzy stymulowali proces udziału w konsultacjach. Podobnie było w przypadku Poznańskiego Budżetu Obywatelskiego, gdy każdemu finaliście zależało na pozyskaniu głosów, czy konsultacji dotyczących tematów „rowerowych”.

Niewątpliwie prostota i zwięzłość kwestionariusza internetowego, choć może być pewnym ograniczeniem, jest jednak zalecana, i to szczególnie w przypadku tematów budzących nieco mniejsze zainteresowanie społeczne. Jako potwierdzenie tej tezy może posłużyć przykład funkcjonującego w Poznaniu forum internetowego, które jest poświęcone właśnie konsultacjom społecznym. Jest jednak ono praktycznie nieużywane. Rozpoznanie przeprowadzone przez Urząd pokazuje, że dostęp do forum jest uznawany za trudny i wielostopniowy (rejestracja, logowanie), tematy są mało atrakcyjne, brakuje stałej obecności moderatora z instytucji zapraszającej do konsultacji, który reagowałby na komentarze. Poza tym portale społecznościowe dają większe możliwości, ponieważ w jednym miejscu są zdolne łączyć funkcje wielu forów, a reakcja może być natychmiastowa.

Tabela 2

Zastosowanie sondażu internetowego do konsultacji przy podejmowaniu decyzji w Poznaniu

| Lp. | Temat konsultacji | Cel konsultacji | Czas trwania | Liczba uczestników | Linki | Narzędzie |
|-----|---|---|--|---|---|---|
| 1. | Lokalizacje nowych stacji w systemie Poznańskiego Rowu Miejskiego | 1) Wybór lokalizacji stacji, 2) Wyrażenie opinii na temat innych lokalizacji | 3-14 lutego 2014 | 8147 | http://bit.ly/1eskARv | Ankieta elektroniczna na NETIGATE |
| 2. | Poznański Budżet Obywatelski (PBO) 2015/2014/2013 | 1) Zgłaszanie pomysłów, 2) Głosowanie nad wybranymi propozycjami | 1) Etap I – od 22 kwietnia do 15 czerwca 2) Etap II – 1-12 października | PBO 2013: 20 238 głosów. W tym 19 260 (w drugim etapie) z czego 45% głosów wpłynęło przez Internet. PBO 2014: 88 597 głosów, w tym 67 123 głosy ważne (w drugim etapie). Z czego głosy oddane przez Internet to 48 463 (ważnych: 31 802) | http://bit.ly/11E5nwb | Aplikacja elektroniczna |
| 3. | Plan Transportowy Aglomeracji Poznańskiej | Wyrażenie opinii na każdym etapie tworzenia projektu | 1) Etap I – od około 13 listopada do 3 grudnia 2013 2) Etap II – od 22 stycznia do 4 lutego 2014 3) Pozostałe etapy opisane na stronie WWW | Na adres mailowy wpłynęło ok. 10 uwag | http://bit.ly/1xpwmEd | Adres e-mailowy do przesyłania danych oraz ankieta internetowa na stronie: www.plantap.pl |

| | | | | | | |
|----|--|---|---|----------|---|--|
| 4. | Konsultacje dot. aktualizacji Strategii Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030 | Hierarchizacja priorytetów rozwojowych Poznania | W raporcie 10-24 maja 2013 | 441 | http://bit.ly/1qUXgkq | Adres e-mailowy do przesyłania danych oraz ankieta internetowa na stronie miasta w systemie NETIGATE |
| 5. | Konsultacje na temat oznaczeń na tablicach rejestracyjnych | Wybór wtórnika rejestracyjnego | Pierwsza połowa lipca 2012 | ok. 8000 | http://bit.ly/1q1HdQd | Sonda internetowa na www.poznan.pl |
| 6. | Konsultacje na temat „Wolnych Torów” | Wyrażenie opinii na temat sposobu zagospodarowania terenu tzw. Wolnych Torów | Pierwsza połowa marca 2014 | ok. 50 | http://bit.ly/1q1Hfrq | |
| 7. | Konsultacje na temat zmian w regulaminie GOAP* | Przybliżenie uczestnikom systemu gospodarowania odpadami proponowanymi zmianami | Od 13 stycznia 2014 do 31 marca 2014 | ok. 700 | http://bit.ly/1kkXMmp | Ankieta internetowa |
| 8. | Konsultacje na temat wizji przyszłości terenów Gołęcina i Rusalki | Zebranie uwag, opinii i oczekiwań na temat potencjalnego zagospodarowania terenów – raport stanowić ma społeczny wkład do konkursu architektonicznego | Od 14 maja do 30 czerwca (z opcją przedłużenia dla rad osiedli). Etap internetowy od 26 maja do 30 czerwca 2014 | ok. 3000 | http://bit.ly/1mPV8VN | Ankieta Netigate |

* Gospodarka Odpadami Aglomeracji Poznańskiej.

Należy zauważyć, że narzędzia e-parycpacji działają w swoistej symbiozie z mediami. Media informując o sondażu, wzbudzają zainteresowanie. Z tego punktu widzenia na większą medialność i zainteresowanie projektem może wpłynąć – paradoksalnie – np. błąd w kwestionariuszu bądź na stronie internetowej, ponieważ wzbudza to oburzenie prezentowane w mediach, ale przez to – także ciekawość użytkowników, którzy czujnie wychwytyją tego rodzaju potknięcia urzędników. Z kolei internetowe konsultacje są atrakcyjne medialnie dlatego, że dziennikarze są zainteresowani konkretnym „wynikiem” konsultacji. Konsultacje kończące się „wynikiem” są promowane szerzej. Natomiast mniej atrakcyjne są te konsultacje, których rezultatem są opinie niejednoznaczne, np. mające charakter równoważnych rozwiązań.

Reasumując, można stwierdzić, że narzędzia internetowe są raczej elementem szerszego procesu konsultacyjnego i dopełniają inne możliwości wypowiedzi, chyba że temat konsultacji np. skierowany jest wyłącznie do użytkowników Internetu.

Biorąc pod uwagę wskazane wcześniej funkcje partycypacji: a) lepsza legitymizację decyzji; b) pomoc w emancypacji wykluczonych grup społecznych; c) poprawa jakości podejmowanych decyzji; d) poprawa działania administracji, można uznać, że w przedstawionych powyżej procesach konsultacyjnych dadzą się stwierdzić wszystkie te funkcje. W przypadku zastosowań sondażu internetowego w Poznaniu wskazać można następujące szczegółowe cele, które sondaż miał spełniać:

- aktywizacja mieszkańców (ogółu oraz pewnych grup);
- informowanie mieszkańców;
- pozyskiwanie opinii;
- pozyskiwanie nowych pomysłów;
- hierarchizacja rozwiązań (wskazywanie priorytetów);
- wybór najlepszych projektów.

Należy zwrócić uwagę na to, że w poszczególnych przypadkach cele łączą się ze sobą, choć w różnych proporcjach. Cel aktywizacyjny jest obecny zasadniczo w każdym przypadku, choć na przykład konsultowanie Planu Transportowego Aglomeracji Poznańskiej było skierowane raczej do ekspertów niż do ogółu mieszkańców i aktywizacja miała małe znaczenie.

Warto zwrócić uwagę na to, że metodologiczne ugruntowanie sondażu internetowego może być odmienne – w zależności od celu badań. Cel aktywizacyjny nie wymaga respektowania wymogów probabilistycznego doboru próby. Każda reakcja mieszkańców w takim sondażu spełnia podstawowy cel, reprezentatywność zaś nie jest konieczna. Podobnie jest w przypadku pozyskiwania pomysłów czy informowania (cel edukacyjny). Z kolei gdy chodzi o poprawę jakości podejmowanych decyzji, co wymaga dobrego rozeznania preferencji obywateli – reprezentatywność jest konieczna. Bez niej bowiem sondaż może dać wyniki „wykrzywiające” rozkład społecznych preferencji.

Spojrzenie przez pryzmat typów sondaży internetowych wyróżnionych przez Coupera³⁸ pozwala stwierdzić, że poznańskie konsultacje społeczne

³⁸ M. P. Couper, op. cit.

mogą zostać zaliczone do sondaży nieprobabilistycznych, a konkretnie – do sondaży opierających się na dobrowolnym uczestnictwie każdego, kto się zgłosi. Czasami były stosowne pewne znamiona kontroli próby, która polegała na podawaniu PESEL-u czy numeru legitymacji studenckiej (w przypadku Poznańskiego Budżetu Obywatelskiego), tak aby w konsultacjach brały udział jedynie osoby zameldowane lub studiujące w Poznaniu.

Można zatem stwierdzić, że sondaże internetowe spełniały głównie funkcję aktywizacyjną. Pomagają one w emancypacji wykluczonych grup społecznych („dają głos” mieszkańcom) oraz zapewniają lepszą legitymizację decyzji. W mniejszym stopniu przyczyniają się do poprawy jakości podejmowanych decyzji i poprawy działania administracji. Realizowanie tych dwóch ostatnich funkcji wymagałoby większej dbałości o probabilistyczny charakter prób.

IX. PODSUMOWANIE

Rozwój technologii informatycznych przyniósł nadzieje związane z nowymi możliwościami aktywizacji obywateli i włączania ich do procesów partycypacyjnych. Można stwierdzić, że mimo bardzo dużego rozwoju komunikacji i przepływu informacji między władzami publicznymi a obywatelami, co można obserwować w wielu krajach, nadzieje na jakościowy przełom w zarządzaniu publicznym nie spełniły się. Niemniej rozwój e-partycypacji i poszczególnych narzędzi e-partycypacji (szczególnie w USA i w Kanadzie) jest widoczny. Obok oczywistych korzyści (np. obniżenie kosztów uzyskiwania i przekazywania informacji), rodzi to także obawy, czy nie pociąga to za sobą utrwalenia istniejących nierówności i czy nie dochodzi do powstawania nowych. W przedstawionej powyżej analizie różnego zastosowania sondażu internetowego do prowadzenia konsultacji w Poznaniu zwrócono uwagę na to, czy zastosowanie tego narzędzia nie powoduje systematycznego „wykrzywienia” uzyskiwanych wyników. Gwałtowny wzrost popularności sondaży internetowych, który można obserwować, wynika z tego, że jest to metoda tania. Jednocześnie jednak może ona prowadzić do przekłamań. W szczególności niebezpieczeństwo to dotyczy zastosowań sondażu internetowego jako narzędzia partycypacyjnego. Reprezentatywność jest kluczowa, gdy sondaż ma przynieść rzeczową informację (np. na temat rozkładu preferencji), funkcją zaś jest uzyskanie najwyższej jakości decyzji. Jednocześnie, gdyby chodziło o funkcję aktywizacji i pomocy w emancypacji wykluczonych grup społecznych, reprezentatywność nie jest najważniejsza. Może ona mieć pewne znaczenie, lecz w niektórych sytuacjach może mieć znaczenie marginalne.

W rzeczy samej zastosowanie sondaży internetowych w Poznaniu miało *de facto* przede wszystkim funkcję aktywizacyjną. Trzeba zauważyć, że w tym zakresie doświadczenia są pozytywne. W sondażach uczestniczy często kilka tysięcy mieszkańców. Zainteresowanie w niektórych przypadkach było jakościowo większe, niż spodziewali się organizatorzy. Jednocześnie niebezpieczeństwo związane z wytwarzaniem wykluczenia cyfrowego jest minimalizowane przez to, że sondaże internetowe, czy w ogóle internetowe narzędzia konsul-

tacji społecznych stosowane w Poznaniu, praktycznie nigdy nie były jedynym narzędziem wyrażania opinii czy oddania głosu (poza przypadkiem konsultacji na temat wyboru wórnika rejestracyjnego).

Zastosowania sondażu internetowego wskazują na konieczność dostosowania narzędzia do celu badania oraz spodziewanego zainteresowania. W przypadku kilkuset lub tysięcy opinii/głosów potrzebna jest analiza ilościowa, co należy uwzględnić na etapie przygotowań. Z drugiej strony, jeśli liczba spodziewanych odpowiedzi jest mała, wymaga to użycia adekwatnego narzędzia.

Jeśli sondaż internetowy ma pełnić funkcje wykraczające poza aktywizację, legitymizację decyzji i generowanie rozwiązań i jeśli ma dawać obraz rozkładów preferencji, by pomóc w podejmowaniu lepszych decyzji, niezbędna jest dbałość o metodologię badań i taki dobór próby, by możliwe było oszacowanie błędów.

dr hab. Piotr Matczak
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
matczak@amu.edu.pl

mgr Krzysztof Mączka
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
krzysztof.maczka@amu.edu.pl

dr Maciej Milewicz
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
maciej_milewicz@um.poznan.pl

E-PARTICIPATION: APPLICATION OF A WEB SURVEY AS A PARTICIPATORY TOOL

Summary

The development of information and communication technologies over the last 25 years has changed the context and practice of participation. There emerged the concept of e-participation, meaning the interaction between the sphere of civil society and the formal sphere of politics and administration, through information technology. The paper presents the functions of e-participation, the tools used and the criticism raised at this method of engaging citizens. Further, e-participation practice in Poland is introduced with a detailed case of web surveys in Poznań which are used as a consultation tool. Finally, the conclusions are offered, based on an analysis of the use of web surveys as a tool of e-participation. The surveys carried out in Poznań can be classified as based on non-probabilistic sampling. They rely on the voluntary participation of respondents who come forward. Internet surveys meet the mostly activation. Thus, they empowered marginalized social groups ('give voice' to inhabitants) gave greater legitimacy to decisions. To a lesser extent, this tool contributed to improving the quality of decision making and to an improvement in the workings of the administration. The implementation of the latter two functions would require greater attention to the probabilistic characteristic of the sampling.