

Dynamika i użytkownicy serwisów z petycjami online w Polsce

Anna Miotk

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa

anna.miotk@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9200-5057

STRESZCZENIE

Artykuł zawiera analizę demografii użytkowników serwisów z petycjami online. **Cel:** Sprawdzenie, jak prezentuje się struktura demograficzna użytkowników serwisów z petycjami, w porównaniu do wyników innych badań dotyczących petycji online. **Metody badań:** Dane wtórne z badania Gemius/PBI – pomiaru widowni internetowej. **Wyniki i wnioski:** Petycje online są najczęściej odwiedzane przez osoby w wieku 55 lat i więcej, mieszkańców wielkich miast z wyższym wykształceniem. **Wartość poznawcza:** Do tej pory największe zainteresowanie petycjami online przypisywano ludziom młodym. Nie badano też użytkowników tego typu serwisów za pomocą analizy danych o zachowaniach.

SŁOWA KLUCZOWE

partycypacja polityczna, petycje obywatelskie, petycje online, pomiar widowni internetowej, *silver generation*



Serwisy z petycjami pojawiły się wraz z rozwojem Internetu Web 2.0 – technologii umożliwiających tworzenie sieci kontaktów, publikowanie własnych treści, interakcję i tworzenie społeczności. Stanowią wirtualny odpowiednik papierowych petycji, pod którymi niegdyś żmudnie gromadzono podpisy w przestrzeni publicznej, zazwyczaj w bardzo ruchliwych miejscach (i nadal jest to praktykowane). Tym samym petycje online stwarzają nowe możliwości uczestnictwa obywateli w debacie politycznej. Gromadzenie podpisów nie jest ograniczone do kilku fizycznych miejsc i osób, które się tam w danym momencie znalazły, ale ma miejsce w całym internecie przez całą dobę i ma szansę zgromadzić dużo większą widownię, także widownię międzynarodową.

Zasada funkcjonowania serwisów z petycjami jest prosta. Jego użytkownicy mogą tworzyć własne podstrony z treścią petycji (nazywanych też „sprawami”, ang. *causes*) i promować je w celu uzyskania jak największej liczby podpisów. Podpisanie petycji dokonuje się przez wypełnienie umieszczonego na stronie petycji formularza kontaktowego. Zazwyczaj wymagane jest podanie imienia, nazwiska i adresu e-mail. Podpisanie petycji następuje dopiero przez kliknięcie linku potwierdzającego, który jest wysyłany na adres e-mail podpisującego. Niektóre systemy z petycjami umożliwiają użytkownikom również dyskusję na forum (Kollar, Gasperová i Poliak, 2016).



Do Przewodniczącego Chińskiej Republiki Ludowej, Pana Xi Jinpinga, Gubernatora Prowincji Kuangsi, Pana Chena Wu, oraz członków Rządu Centralnego ChRL:

"My, obywatele i obywatelki z całego świata, jesteśmy głęboko poruszeni przypadkami maltretowania psów oraz spożywania ich mięsa podczas festiwalu w Yulin. Stanowczo domagamy się natychmiastowego zakazania takich praktyk. Miliony Chińczyków poparlio wprowadzenie regulacji prawnych, które mogłyby powstrzymać produkcję psiego mięsa, a my dziś przyłączamy się do ich apelu o zaprzestanie tego okrucieństwa"

Przeczytaj więcej:

Aktualizacja: 16 czerwca 2017: HURRA!!! Po otrzymaniu apelu społeczności Avaaz, lokalnych działaczy i innych grup, władze Yulin zakazały sprzedaży psiego mięsa na tegorocznym festiwalu! Teraz to od władz zależy, czy nowe przepisy będą przestrzegane i będą obowiązywały także w przyszłości. Festiwal zaczyna się już za kilka dni. Musimy naciskać dalej, by mieć pewność, że ta okrutny zwyczaj zakończy się na dobre!

Aktualizacja, 29 czerwca 2016: Obiecujące wieści! Władze chińskiego regionu Yulin zadeklarowały blokowanie festiwalu torturowania psów i „podjęcie natychmiastowych działań, aby nie dopuścić do jego powtórki”.

To duży postęp w sprawie, jednak tegoroczna edycja niestety miała miejsce. Musimy naciskać dalej, aby zamknąć ten okrutny festiwal

Imię i nazwisko

E-mail

Kraj Kod pocztowy

PODPISZ TERAZ ▶

Kontynuując, wyrażasz zgodę na otrzymywanie e-maili od Avaaz. Nasza [Polityka prywatności](#) chroni Twoje dane i wyjaśnia, w jaki sposób są wykorzystywane. W każdej chwili możesz zrezygnować z subskrypcji.

3 500 000
3 410 409
3 410 409 podpisało. Niech będzie nas 3 500 000

52 sekundy temu		Daria H., Polska
minutę temu		Пвта П., Росја
minutę temu		Miquel, Francja
3 minut temu		Jacek W., Polska
5 minut temu		Anita Y., Chiny
6 minut temu		Zuzanna M., Wielka Brytania

Rysunek 1. Przykładowa strona z petycją i formularzem kontaktowym

Źródło: avaaz.org

Obecnie w Polsce funkcjonuje kilka serwisów z petycjami:

Avaaz.org – serwis o zasięgu międzynarodowym, posiadający swoją polską wersję internetową. Został założony w Stanach Zjednoczonych w 2007 roku przez ruch obywatelski. Promuje globalną aktywność w sprawach takich, jak zmiana klimatu, prawa człowieka, prawa zwierząt, korupcja, ubóstwo i konflikty (Dryjanska, 2009).

Change.org – serwis o zasięgu międzynarodowym, posiadający wersję polskojęzyczną. Jego właścicielem jest amerykańska firma Change.org z siedzibą w San Francisco w Kalifornii. Celem serwisu jest ułatwienie opinii publicznej tworzenia petycji. Serwis prowadzi sponsorowane kampanie dla największych organizacji pozarządowych. Popularne sprawy na Change.org dotyczą sprawiedliwości ekonomicznej, praw człowieka, edukacji, ochrony środowiska, praw zwierząt, zdrowia i zrównoważonej żywności.

Naszademokracja.pl – serwis z petycjami online stworzony przez inicjatywę obywatelską Akcja Demokracja. Założeniem Akcji jest jednoczenie ludzi za pomocą nowoczesnych technologii w celu budowania lepszego, bardziej sprawiedliwego społeczeństwa. W ramach swoich działań Akcja prowadzi serwis Naszademokracja.pl. Jej specjalizacja tematyczna to sprawy związane ze sprawiedliwością społeczną, demokracją, prawami człowieka i skuteczną ochroną środowiska.

Petycje.pl – polski serwis Petycje.pl powstał w 2004 roku. Jak podają jego administratorzy, do tej pory zanotował ponad 68 mln wizyt, a pod umieszczonymi w nim petycjami złożono ponad 2,3 mln podpisów. Serwis podkreśla, że dane użytkowników są gromadzone wyłącznie w celu weryfikacji petycji i nie są udostępniane osobom trzecim.

Petycjeonline.com – serwis pochodzenia fińskiego, jego biura są zlokalizowane w Oulu. Serwis zapewnia dla użytkowników bezpłatną platformę do publikowania petycji online. Czerpie dochody z reklam umieszczonych w serwisie.

Podpisz.to – właścicielem serwisu jest polska firma Ensila z siedzibą w Bielsku-Białej. Serwis ma na celu ułatwienie załatwiania formalności drogą online. Jedną z dodatkowych, pobocznych funkcjonalności są właśnie petycje online. Jak podają administratorzy, do tej pory zebrano niemal 45 tys. podpisów pod petycjami umieszczonymi w serwisie.

Potencjał petycji online dostrzegły też władze. Własny serwis z petycjami obywatelskimi pod nazwą We the People posiada Biały Dom. Jeśli petycja w 30 dni uzbiera 100 tys. podpisów, to zostaje rozpatrzona przez Biały Dom, przekazana ekspertom i otrzymuje oficjalną odpowiedź.

Także Parlament Europejski ma swój osobny serwis tego typu. Obywatele mogą w nim tworzyć własne petycje do Parlamentu, jak również promować petycje wśród swoich znajomych dzięki mechanizmom społecznościowego udostępniania. Skoro już w 2002 roku w badaniu European Social Survey 20 proc. obywateli kilku krajów europejskich zadeklarowało podpisywanie petycji obywatelskich (Acik, 2013), to przeniesienie tej aktywności do internetu było naturalną konsekwencją.

Potencjał petycji dostrzegł również Facebook. W marcu 2017 serwis poinformował o udostępnieniu nowej funkcji Town Hall. Ułatwia ona kontakty obywateli z politykami i instytucjami, a także przypomina o wydarzeniach politycznych. Umożliwia też składanie petycji online. Jak na razie Town Hall działa tylko w Stanach Zjednoczonych (Wirtualnedia.pl, 2017).

Przegląd literatury

Dyskusja naukowa na temat petycji online dotyczy w głównej mierze zagadnienia, na ile są one wyrazem ograniczonej aktywności internautów, a na ile stanowią jeden z wartościowych przejawów aktywności politycznej. Początkowo debatę na temat petycji online torowało krytyczne podejście, zapoczątkowane przez Christensena, który sformułował pojęcie slaktywizmu (2011),

czyli politycznych aktywności, które nie mają wpływu na rzeczywiste wyniki polityczne, a służą jedynie poprawie samopoczucia uczestników. W Polsce zwolenniczką tego podejścia jest Szpunar (2014), która wprost wskazuje, że podpisywanie petycji jest jednym z przejawów slaktywizmu, aktywności cechujących się niewielkim wysiłkiem i zaangażowaniem.

Kristofersson, White i Pelosa (2014) sformułowali koncepcję aktywności tokenowej, która oznacza zaangażowanie o niskim koszcie, przeciwstawne do znaczącego zaangażowania – o wysokim koszcie. Ich zdaniem wielu internautów, w tym osoby podpisujące petycje, poprzestają na podzieleniu się informacją o własnym zaangażowaniu. Nie jest jednak oczywiste, czy dzięki zaangażowaniu w *social mediach* rośnie aktywność głosujących (Howard, Savage, Saviaga, Toxtli i Monroy-Hernandez, 2016), a samo zjawisko jest trudno mierzalne, bo rozproszone pomiędzy różne platformy.

W późniejszych latach zarówno aktywność polityczna w internecie, jak i petycje online doczekały się kolejnych analiz, które eksponowały ich pozytywne funkcje. Badania pokazują, że osoby aktywne w internecie są również aktywne poza nim (García-Galera, Del-Hoyo-Hurtado i Fernández-Muñoz, 2014; Velički, Dumančić i Topolovčan, 2017). Sama aktywność związana z petycjami online generuje niskie koszty i pozwala szybko upowszechnić informację o proteście (Nowak, 2013; Tran, 2013). W przypadku ludzi młodych uczestnictwo w działaniach online jest często wstępem do aktywności offline (Kahne i Middaugh, 2012; Gibson i Cantijoch, 2013) lub naturalną formą ekspresji poglądów politycznych (Konieczny, 2014). Interakcje w sieci mają też znaczenie dla wzrostu świadomości politycznej (Jensen, 2013).

Wyniki badań opisujące użytkowników petycji online jako grupę nie są jednoznaczne. Niektórzy badacze wskazują, że są to osoby młode. Tak twierdzi chociażby Malin Sveningsson, analizując dotychczasową debatę na temat petycji online i właściwości tych serwisów (2014). Badaczka nie popiera jednak swojego twierdzenia konkretnymi danymi demograficznymi. Wojniak (2010) cytuje dane z badań deklaracyjnych w Wielkiej Brytanii, według których najbardziej zainteresowani partycypacją polityczną online są ludzie młodzi. Zdaniem Štětka i Mazáka (2014), kiedy dochodzi do politycznej mobilizacji przez media społecznościowe, ich wpływowi częściej ulegają raczej ludzie starsi niż młodzi.

Shepard (2015) twierdzi, że petycjami online najbardziej są zainteresowane osoby z wyższymi dochodami, co wiąże się z wyższym wykształceniem i kompetencjami komunikacyjnymi w obszarze internetu. Także Stekelenburg, Klandermans i Akkerman (2016) doszli do wniosku, że grupa najbardziej aktywna w organizacjach politycznych to osoby w wieku 45–65 lat, natomiast osoby z przedziału 25–44 są dużo mniej aktywne i deklarują raczej chęć pasywnego uczestnictwa. Wojniak (2010) wskazuje również, że na kreowanie kultury politycznego uczestnictwa może mieć wpływ kontekst przestrzenny – tendencja do pojawiania się skupisk jednostek, które przejawiają większe zainteresowanie sprawami publicznymi, a także aktywność politycznych elit, które koncentrują swoją uwagę na konkretnym regionie w celu jego politycznej mobilizacji.

Wyniki badań dotyczących grupy użytkowników serwisów z petycjami nie są zatem jednoznaczne.

Problem i cel badawczy

Niejednoznaczności związane z grupą użytkowników serwisów z petycjami były powodem zainteresowania autorki, która postanowiła bliżej przyjrzeć się tej grupie pod kątem kryteriów demograficznych. Czy są to faktycznie ludzie młodzi, biele posługujący się internetem? Czy zainteresowanie serwisami z petycjami będzie charakterystyczne dla obszarów wielkomiejskich, które siłą rzeczy mają również lepszą infrastrukturę internetową i gdzie skupiają się polityczne elity?

Postanowiono również sprawdzić, jak wyglądało zainteresowanie serwisami z petycjami w Polsce od momentu ich powstania po koniec 2017 roku. Czy popularność tych serwisów rośnie, czy też utrzymuje się na niezmiennym poziomie? Co może być powodem ewentualnych zmian w popularności?

Sformułowane zostały następujące pytania badawcze:

- Czy liczba użytkowników serwisów z petycjami w Polsce rośnie? Czy można wskazać konkretne wydarzenia, które powodują zmiany w liczbie użytkowników?
- Czy w przypadku liczby użytkowników serwisów z petycjami można zaobserwować jakiegokolwiek prawidłowości sezonowe?
- Czy użytkownikami serwisów z petycjami są częściej osoby młodsze, z grup wiekowych – raczej z grupy wiekowej 7–24 lata niż 45 lat i więcej?
- Jakie jest wykształcenie użytkowników serwisów z petycjami?
- W jakiej wielkości miejscowości mieszkają użytkownicy serwisów z petycjami?

Metoda badawcza

Aby ustalić, jak wygląda struktura demograficzna użytkowników serwisów z petycjami, posłużono się wynikami badania Gemius/PBI. To jedyne w Polsce badanie widowni internetowej, które jest standardem obowiązującym na polskim rynku w rozliczeniach pomiędzy reklamodawcami i właścicielami serwisów internetowych. Badanie od 2016 roku prowadzą firmy PBI i Gemius. Zastąpiło ono poprzednie badanie Megapanel, realizowane w latach 2005–2015. W badaniu stosuje się pomiar hybrydowy, czyli połączenie metod: *site-centric* (mierzenie aktywności użytkowników w serwisie internetowym za pomocą kodów śledzących) oraz *user-centric* (mierzenie aktywności użytkowników za pomocą aplikacji zainstalowanej na urządzeniach). Dane z pomiaru są następnie łączone i estymowane na całą populację internautów. Próba badawcza w grudniu 2017 wynosiła 146 tys. osób.

Za pomocą badania Gemius/PBI można poznać podstawowe wskaźniki dotyczące serwisu internetowego, tzn. liczbę użytkowników, czas, zasięg, odsłony oraz szereg wskaźników pochodnych. Można również ustalić parametry demograficzne użytkowników serwisu: wiek, płeć, wykształcenie, status zawodowy, wielkość miejscowości zamieszkania, województwo, dochód netto, wielkość gospodarstwa domowego, dochód netto gospodarstwa.

Podstawową zaletą skorzystania z danych z pomiaru widowni internetowej jest pomiar faktycznej aktywności internautów w internecie. Pomiar stosowany w badaniu Gemius/PBI jest pomiarem zachowań, a nie deklaracji. Pozwala to na uniknięcie błędów związanych z „efektem ankietera” (respondent deklaruje zachowania, które pozwolą mu korzystniej wypaść w oczach badacza). Respondenci, pytani o to, na które serwisy wchodzili w ciągu poprzedniego dnia (a co dopiero miesiąca), nie potrafiliby wymienić wszystkich, bo po prostu nie są w stanie tego pamiętać. Dlatego ten sposób pomiaru pozwala uzyskać najbardziej trafne wyniki.

Metoda pomiaru stosowana w badaniu Gemius/PBI ma jednak swoje ograniczenia. Prezentowanie wyniku dla danego serwisu w wynikach badania zależy od liczby panelistów zanotowanych w danym serwisie. Próg wynosi 300 panelistów, co oznacza, że wyniki węzłów poniżej 300 panelistów pozostają ukryte. Powoduje to, że w pomiarze nie są obecne najmniejsze serwisy.

Pierwszym krokiem w realizacji badania było wytypowanie serwisów z petycjami, które powinny zostać uwzględnione w analizie. Dokonano tego na bazie wyników z wyszukiwarki Google, uwzględniając frazy: „petycje online”, „serwisy z petycjami”, „petycje internetowe”, „petycje obywatelskie”. W ten sposób zgromadzono wstępną listę serwisów. Następnie sprawdzono, dla których z nich można uzyskać dane z badania Gemius/PBI. Wystarczająco duży ruch, aby znaleźć się w wynikach badania, zanotowały serwisy: petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org.

Ze względu na to, że liczby użytkowników tych serwisów nie są zbyt wysokie dla pojedynczych serwisów (i w związku z tym wnioskowanie na temat pojedynczych serwisów mogłoby być obciążone błędem), w analizie połączono dane wszystkich trzech serwisów.

Do stworzenia profilu demograficznego wybrano dane z badania Gemius/PBI z czerwca 2017, kiedy ruch w serwisach z petycjami cechował się umiarkowanym natężeniem. Z kolei do prześledzenia trendów w ruchu w serwisach wybrano dane z badania Gemius/PBI dla 15 miesięcy pomiędzy czerwcem 2016 a wrześniem 2017. Do prześledzenia zmian w poszczególnych latach skorzystano z wyników z badania Megapanel (lata 2011–2015) oraz badania Gemius/PBI (lata 2016–2017). Porównano wskaźniki dotyczące ruchu z komputerów PC (tzw. desktop) stosowane w obydwu badaniach. Dla badania Gemius/PBI zaprezentowano również dane dla wskaźnika total, który łączy użytkowników komputerów PC i urządzeń mobilnych, przy uwzględnieniu współgłębkości.

Wyniki

Niektóre serwisy z petycjami uruchomiono w Polsce już w 2007 roku, jednak większą popularność zaczęły zyskiwać dopiero w 2011. W tym roku po raz pierwszy pojawiły się one w wynikach badania Megapanel. Od 2014 roku można zaobserwować wyraźny wzrost zainteresowania serwisami z petycjami – wtedy rozpoczęły się kampanie wyborcze: prezydencka i parlamentarna. Po wyborach w 2015, najpierw prezydenckich (maj 2015), a potem parlamentarnych (październik 2015), władzę przejęła dotychczas opozycyjna partia Prawa i Sprawiedliwości. Nowy rząd i jego plany wywołały intensywną debatę publiczną, zwłaszcza w pierwszym roku działalności. Odzwierciedla się to w zwiększonym zainteresowaniu serwisami z petycjami w roku 2015. W grudniu 2016 liczba użytkowników tych serwisów spadła, choć i tak była wyższa niż w grudniu 2014. W grudniu 2017 spadek liczby użytkowników był dużo bardziej wyraźny.

Tabela 1. Liczba użytkowników serwisów z petycjami petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębkości

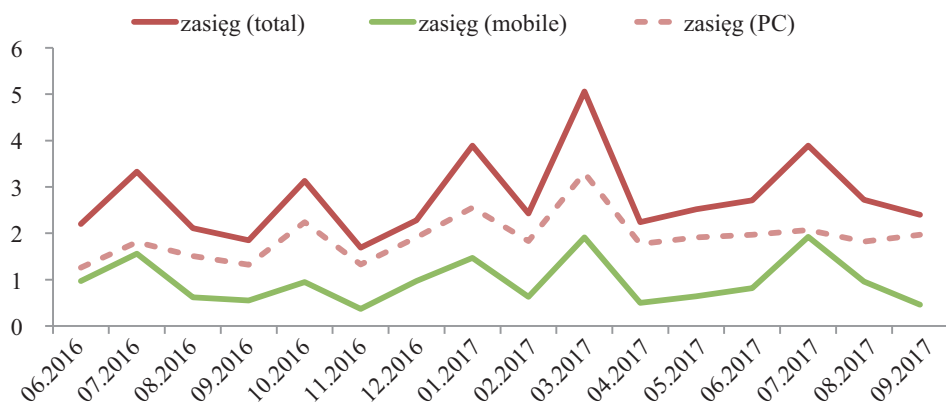
Liczba użytkowników (RU)	12.2010	12.2011	12.2012	12.2013	12.2014	12.2015	12.2016	12.2017
desktop	–	103 522	–	103 528	167 979	991 723	577 717	255 993
total	–	–	–	–	–	–	731 488	379 455

Źródło danych: badanie Megapanel PBI/Gemius (2014–2015) i badanie Gemius/PBI (2016–2017)

Zasięg serwisów z petycjami cechują nagle skoki popularności w ciągu roku, brakuje też wyraźnego spadku zainteresowania w sezonach związanych z mniejszą aktywnością internautów (okolice świąt, ferii czy sezon wakacyjny). Oznacza to, że rytm zainteresowania petycjami w sieci wyznacza temperatura debaty publicznej. Można wówczas zauważyć, że uaktywniają się zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy rządu, którzy starają się zyskać poparcie internautów przez tworzenie i promowanie konkretnych inicjatyw.

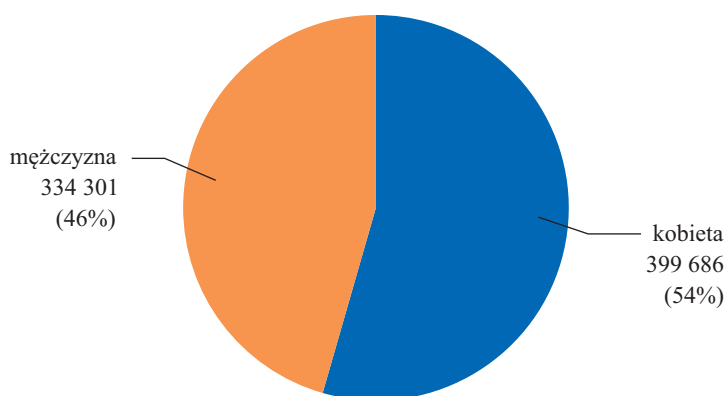
Analiza danych demograficznych użytkowników wybranych serwisów z petycjami pokazuje, że częściej użytkowniczkami tych serwisów są kobiety. Różnica pomiędzy kobietami i mężczyznami nie jest jednak zbyt duża i wynosi 8 punktów procentowych.

Porównując odsetki dla płci względem internetu, możemy zauważyć, że różnica jest nadal niewielka. Zarówno kobiety, jak i mężczyźni są w podobnym stopniu zainteresowani serwisami z petycjami.



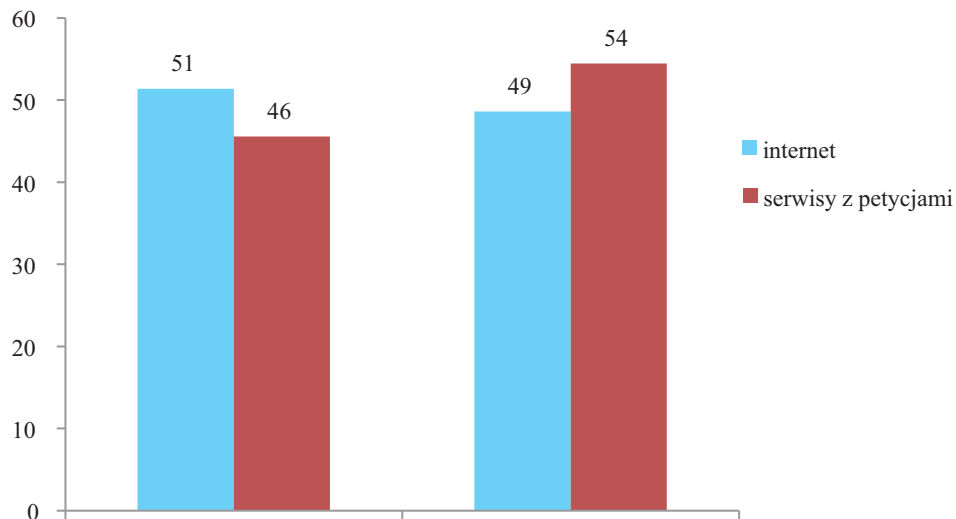
Wykres 1. Zasięg w serwisach petycjami petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org, z uwzględnieniem współgłębkości (dane w proc.)

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, czerwiec 2016–wrzesień 2017, dane miesięczne



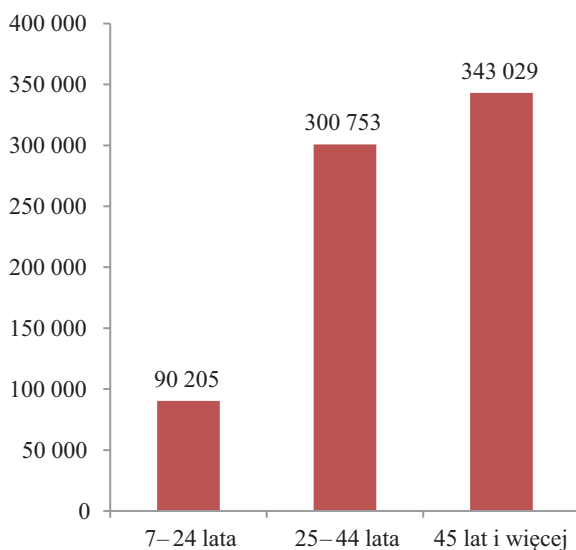
Wykres 2. Płeć użytkowników wybranych serwisów z petycjami petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org, z uwzględnieniem współgłębkości, N = 733 987

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne



Wykres 3. Płeć: Odsetek użytkowników wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org) względem odsetka internautów (dane w proc.)

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

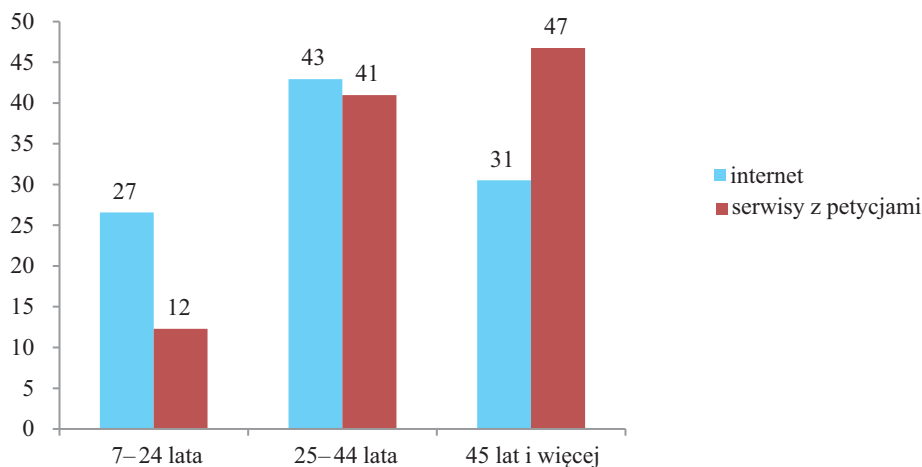


Wykres 4. Liczba użytkowników w poszczególnych grupach wiekowych dla wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org), N = 733 987

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

W przypadku wieku użytkowników sytuacja ma się już inaczej. Najmniej liczną grupą użytkowników serwisów z petycjami są osoby w wieku 7–24 lata. Kolejne dwie grupy wiekowe, 25–44 lata i 44 lata i więcej są do siebie zbliżone liczebnie. Aby dokładniej to wyjaśnić, dokonano porównania struktury wiekowej użytkowników serwisów z petycjami z ogółem internautów.

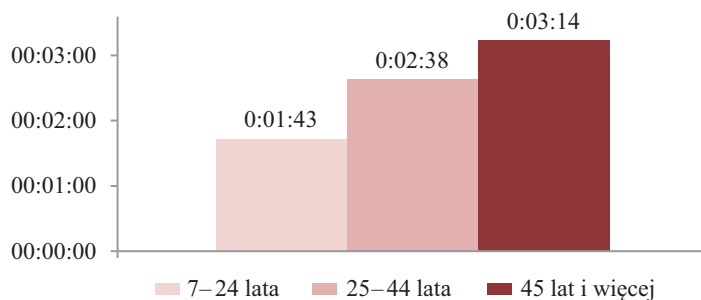
Choć w serwisach z petycjami liczebność grupy osób w wieku 25–44 i grupy osób w wieku powyżej 44 lat jest podobna, to różnica pomiędzy pierwszą grupą a internautami jest niewielka i wynosi 2 punkty procentowe. Oznacza to, że i wśród internautów, i wśród użytkowników petycji online udział grupy wiekowej 25–44 lata jest podobny. O dużej różnicy można mówić dopiero w przypadku grupy 44 lata i więcej – to internauci z tego drugiego zbioru w serwisach z petycjami są wyraźnie nadreprezentowani w stosunku do internetu.



Wykres 5. Wiek: odsetek użytkowników w poszczególnych grupach wiekowych dla wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org) względem odsetka internautów (dane w proc.)

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

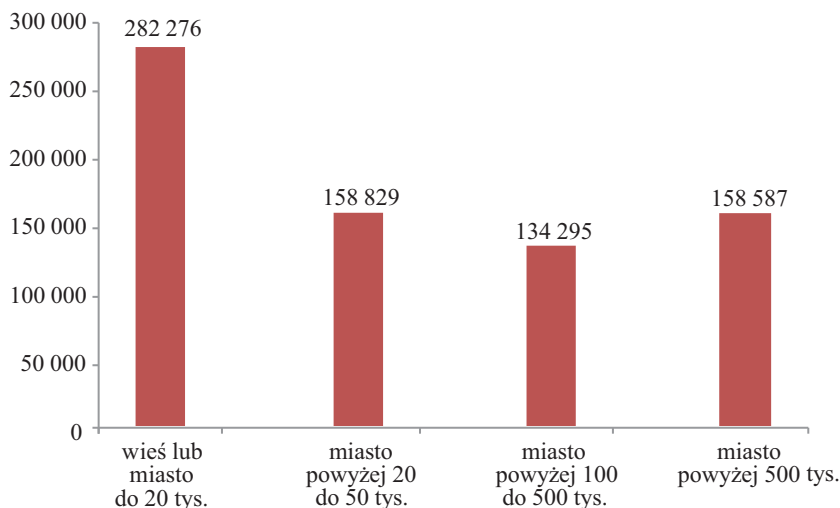
Wraz z wiekiem rośnie czas spędzany w serwisach z petycjami. O ile grupa użytkowników w wieku 7–24 lata spędza tam nieco ponad półtorej minuty miesięcznie, o tyle w grupie najstarszych użytkowników ten czas się podwaja i wynosi nieco ponad trzy minuty. A zatem, im starszy użytkownik serwisów z petycjami, tym więcej czasu w nich spędza.



Wykres 6. Średni czas na użytkownika (godz : min : s) w serwisach z petycjami w zależności od grupy wiekowej

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

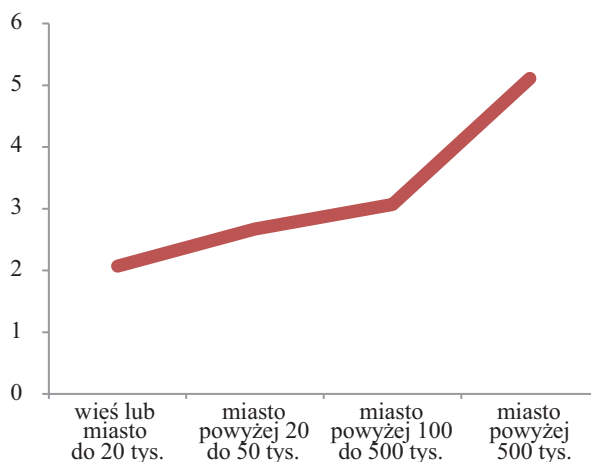
Liczba użytkowników dla wybranych serwisów z petycjami na pierwszy rzut oka wydaje się największa w miejscowościach wiejskich, a w pozostałych typach wielkości miejscowości kształtuje się na zbliżonym poziomie. W tej sytuacji zdecydowano się na sprawdzenie zasięgu tych serwisów oraz porównanie struktury ich użytkowników ze strukturą internautów pod kątem miejsca zamieszkania.



Wykres 7. Liczba użytkowników dla wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org) w miejscowościach różnej wielkości, N = 733 987

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

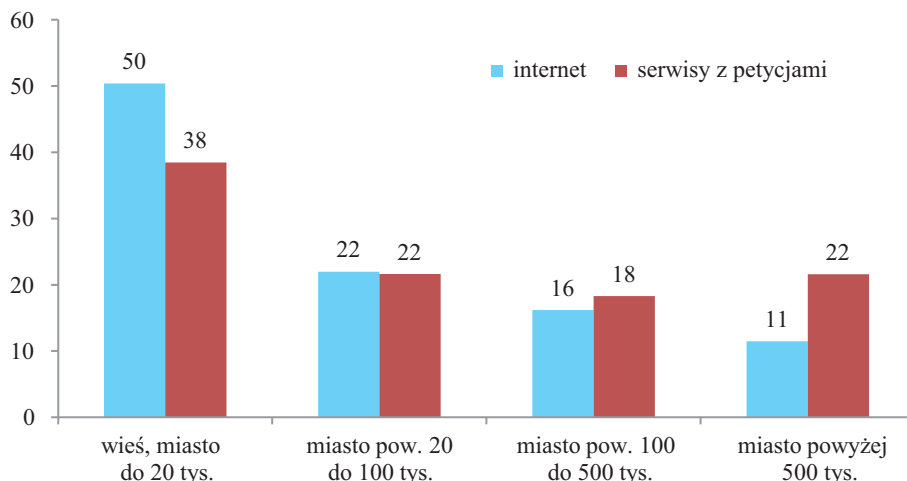
Zasięg serwisów z petycjami rośnie wraz z wielkością miejscowości. Oznacza to, że im większa miejscowość, tym większy odsetek internautów korzysta z serwisów z petycjami.



Wykres 8. Zasięg wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org) w miejscowościach różnej wielkości (dane w proc.)

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

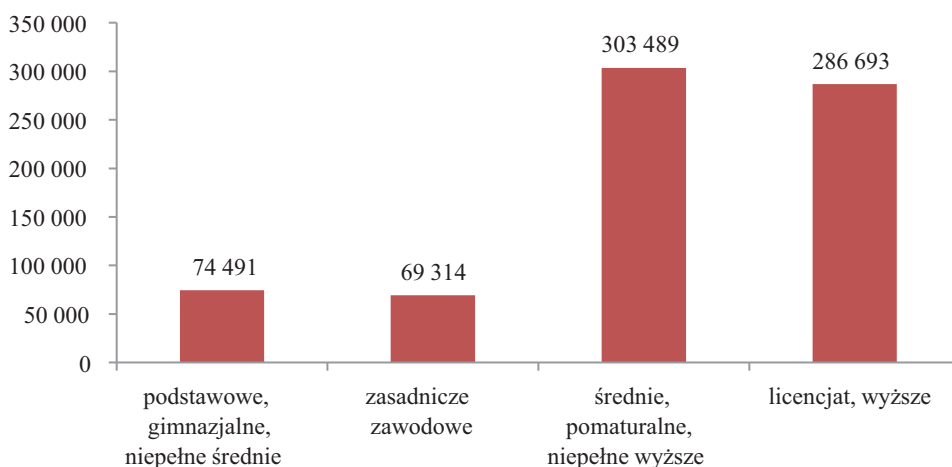
Z kolei przy porównaniu odsetków internautów i użytkowników serwisów z petycjami mieszkających w miejscowościach różnej wielkości, największe różnice można zauważyć w przypadku wsi i największych miast. Mieszkańców wsi jest w serwisach z petycjami o 12 punktów procentowych mniej, niż w internecie. Odwrotna sytuacja występuje w przypadku największych miast. Mieszkańców największych miast jest o 11 punktów procentowych więcej w serwisach z petycjami, niż ogółem w internecie.



Wykres 9. Wielkość miejscowości: odsetek użytkowników dla wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org) względem odsetka internautów (dane w proc.)

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

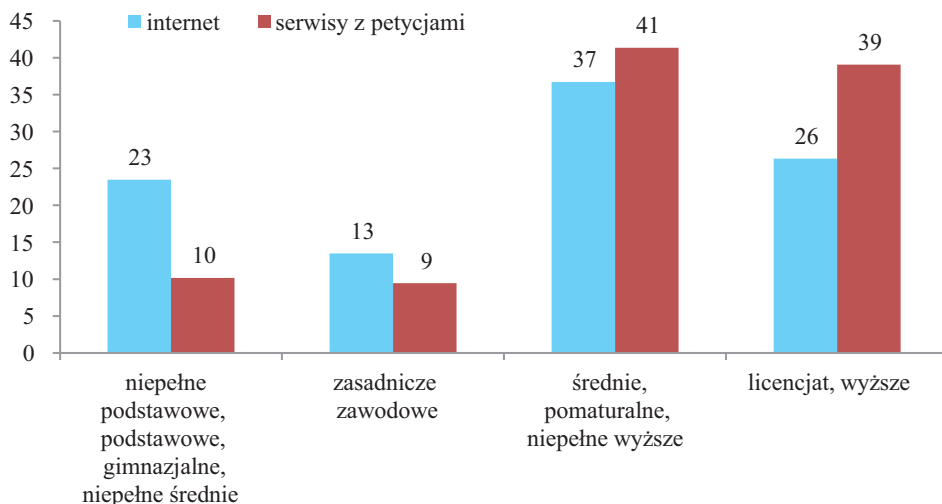
Najmniejsze liczebnie grupy użytkowników serwisów z petycjami to osoby z wykształceniem podstawowym, gimnazjalnym i niepełnym średnim oraz osoby z wykształceniem zawodowym. Liczebność grup ze średnim i wyższym wykształceniem jest ponad 4-krotnie wyższa.



Wykres 10. Liczba użytkowników dla wybranych serwisów z petycjami (petycjeonline.pl, avaaaz.org i change.org) o poszczególnym typie wykształcenia, N = 733 987

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

Porównując rozkład wykształcenia w grupie użytkowników serwisów z petycjami i internautów, można również zauważyć, że osoby z wyższym wykształceniem są zdecydowanie nadreprezentowane w serwisach z petycjami. W przypadku wykształcenia średniego różnica nie jest taka duża.



Wykres 11. Wykształcenie: odsetek użytkowników dla wybranych serwisów z petycjami (petyceonline.pl, avaaaz.org i change.org) względem odsetka internautów (dane w proc.)

Źródło: dane z badania Gemius/PBI, wrzesień 2017, dane miesięczne

Wnioski i dyskusja

Serwisy z petycjami to narzędzie, które wśród polskich internautów zaczęło być popularne w 2014 roku, kiedy rozpoczęły się kampanie wyborcze. Popularność petycji znacznie wzrosła podczas wyborów prezydenta (maj 2015) oraz wyborów do Sejmu i Senatu RP (październik 2015) i utrzymywała się na wysokim poziomie w ciągu roku po wyborach, kiedy trwała ostra debata polityczna pomiędzy zwolennikami a przeciwnikami zwycięskiego Prawa i Sprawiedliwości. Serwisy z petycjami były także używane podczas toczących się w danym momencie sporów politycznych, o czym świadczą nagle skoki w ich popularności.

Wśród użytkowników serwisów z petycjami przeważają starsi internauci (grupa wiekowa 45+ jest reprezentowana najsilniej). Z innych analiz wynika, że ta grupa najczęściej odwiedza serwisy z kategorii „Informacje i publicystyka” (Miotk, 2017). Można zatem przypuszczać, że zainteresowanie petycjami online wynika z większego zaangażowania politycznego, a równocześnie – z większej ilości czasu wolnego, który można poświęcić na realizację zainteresowań. Jest to zgodne z wynikami badań, w których wskazywano grupę 45–65 jako najbardziej aktywną w organizacjach politycznych (Stekelenburg et al., 2016).

W serwisy z petycjami bardziej angażują się również internauci z wyższym wykształceniem, co potwierdzają wyniki innych badań. Wykształcenie wiąże się z wyższymi kompetencjami komunikacyjnymi w obszarze internetu, a równocześnie przekłada się na wyższe dochody (Sheppard, 2015). Jak widać, oznacza też większe zainteresowanie sprawami publicznymi.

Najbardziej zaangażowani w serwisy z petycjami są mieszkańcy największych miast. Jest to wynik kilku faktów: większa penetracja internetu występuje na obszarach wysoko zurbani-

zowanych (GUS, 2017). Ośrodki wielkomijskie to także obszary największego zaangażowania elit politycznych i ośrodki, w których toczy się najbardziej intensywna debata polityczna (Wojniak, 2010).

Prezentowane dane wskazują, jakie osoby odwiedzają serwisy z petycjami, ale nie można z nich wywnioskować, jak duży odsetek faktycznie podpisuje petycje czy też angażuje się w ich dalsze promowanie. Takie badanie wymagałoby zaawansowanej współpracy z właścicielami poszczególnych serwisów z petycjami i dostępu do ich wewnętrznych statystyk. Powstaje tylko pytanie, czy właściciele tego typu serwisów byłiby skłonni je upublicznić.

Na podstawie zaprezentowanych wyników nie można też ustalić, na ile silne jest zaangażowanie osób odwiedzających serwisy z petycjami. Czy regularnie powracają, aby przeglądać petycje i podpisywać te, z których postulatami się zgadzają? Czy śledzą konkretne typy spraw, jak na przykład dobro zwierząt, i wówczas podpisanie petycji jest jednym z wymiarów ich zaangażowania?

Można by było też zadać pytanie bardziej ogólne – jak zaangażowanie w petycje online wiąże się z innymi wymiarami aktywności obywatelskiej w sieci i poza nią? W tym przypadku badania dane ilościowe o zachowaniach internautów warto byłoby uzupełnić danymi jakościowymi z wywiadów z najbardziej zaangażowanymi użytkownikami takich serwisów.

Dane z badania Gemius/PBI nie mówią też nic o wymiarze świadomościowym badanych. Dlatego kolejny kierunek pogłębienia wiedzy to zbadanie wiedzy przeciętnych internautów na temat petycji online. Czy zdają sobie sprawę z istnienia serwisów z petycjami? Czy deklarują ich odwiedzanie? Czy deklarowane a faktyczne wizyty różnią się znacząco? Co powoduje, że się nimi interesują (lub je odrzucają)? Jakie podejście do serwisów z petycjami mają osoby najbardziej w nie zaangażowane?

Kolejny wymiar, nieujęty wystarczająco w niniejszej analizie, a warty pogłębienia, to zaangażowanie polityczne osób w wieku 45 lat i więcej. Do tej pory ta grupa była traktowana jako nieistotna przez badaczy marketingowych – starsze osoby dysponowały niewielką siłą nabywczą, a w związku z tym nie były uważane przez specjalistów ds. marketingu za atrakcyjną grupę docelową. W ostatnich latach sytuacja tej grupy jednak się zmieniła. Coraz częściej mówi się o dysponującej wysokimi dochodami i potencjałem nabywczym oraz bardzo aktywnej zawodowo *silver generation* (Dzierżyńska-Mielczarek, 2018). Warto byłoby sprawdzić, jak to pokolenie realizuje się w internecie nie tylko jako konsumenci, ale również jako obywatele.

Zakończenie

Petycje online to narzędzie internetowej aktywności obywatelskiej, które w Polsce z roku na rok staje się coraz bardziej popularne. Wzrost tej popularności widoczny jest podczas nasilonej debaty politycznej – na przykład podczas kampanii wyborczej i wyborów. Wbrew twierdzeniom, że media społecznościowe to narzędzie, którym posługują się głównie ludzie młodzi, serwisy z petycjami odwiedzają raczej osoby starsze, wykształcone i z dużych miast. Ich zaangażowanie w sprawy publiczne i kompetencje komunikacyjne powodują, że chętnie wypowiadają się w internecie – także za pośrednictwem petycji online.

Bibliografia

- Acik, N. (2013). Reducing the Participation Gap in Civic Engagement: Political Consumerism in Europe. *European Sociological Review*, 29 (6).
- Cabrera, N. L., Matias, C. E., & Montoya, R. (2017). Activism or Slacktivism? The Potential and Pitfalls of Social Media in Contemporary Student Activism. *Journal of Diversity in Higher Education* (1).

- Christensen, H. S. (2011). Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means? *First Monday*, 16 (2).
- Dryjanska, E. (2009). Social media jako narzędzie w rękach społeczeństwa obywatelskiego na przykładzie organizacji Avaaz. *Global Media Journal – Polish Edition*, 5 (1).
- Dzierżyńska-Mielczarek, J. (2018). *Rynek mediów w Polsce*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- García-Galera, M.-C., Del-Hoyo-Hurtado, M., & Fernández-Muñoz, C. (2014). Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation. *Comunicar* (43).
- Gibson, R., & Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline? *The Journal of Politics*, 75 (3).
- GUS. (2017). *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2017 r.* Warszawa: GUS.
- Howard, P. N., Savage, S., Saviaga, C. F., Toxtli, C., & A., M.-H. (2016). Social Media, Civic Engagement, and the Slacktivism Hypothesis: Lessons from Mexico's „El Bronco”. *Journal of International Affairs*, 70 (1).
- J., B. S., & Krueger, B. S. (2005). Analyzing the Representativeness of Internet Political Participation. *Political Behavior*, 27 (2).
- Jensen, J. L. (2013). Political Participation Online: *The Scandinavian Political Studies*, 36 (4).
- Kahne, J., & Middaugh, E. (2012). Digital Media Shapes: Youth Participation in Politics. *Kappan Magazine*, 94 (3).
- Kollar, V., Gasperová, J., & Poliak, P. (2016). View of Electronic Participation and its Application in the Present Conditions of Democracy. *Studia Commercialia Bratislavensia*, 9 (33).
- Konieczny, P. (2014). Signs of a Generational Change in Social Movements – Activists' Use of Modern Information and Communication Technologies. *Polish Sociological Review*, 187 (3).
- Kristofferson, K., White, K., & Pelozo, J. (2014). The Nature of Slacktivism: How the Social Observability of an Initial Act of Token Support Affects Subsequent Prosocial Action. *Journal of Consumer Research*, 40.
- Miotk, A. (2017). *Generacje w internecie*. Warszawa: Polskie Badania Internetu.
- Nowak, J. (2013). (Nie) tylko zabawa w protest. Sprzeciw wobec ACTA jako aktywność obywatelska i uczestnictwo w kulturze popularnej. W M. Marczewska-Rytko, *Demokracja elektroniczna. Kontrowersje i dylematy*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Sheppard, J. (2015). Online Petitions in Australia: Information, Opportunity and Gender. *Australian Journal of Political Science*, 50 (3).
- Stekelenburg, J., Klandermans, B., & Akkerman, A. (2016). Does Civic Participation Stimulate Political Activity? *Journal of Social Issues*, 72 (2).
- Štětka, V., & J., M. (2014). Whither Slacktivism? Political Engagement and Social Media Use in the 2013 Czech Parliamentary Elections. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8 (3).
- Sveningsson, M. (2014). “I Don't Like It and I Think It's Useless, People Discussing Politics on Facebook”: Young Swedes' understandings of social media use for political discussion. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8 (3).
- Szpunar, M. (2014). Nowa ekologia mediów. *Studia Humanistyczne AGH*, 13 (1).
- Tran, S. (2013). Cyber-Republicanism. *William & Mary Law Review*, 55 (2).
- Velički, D., Dumančić, M., & Topolovčan, T. (2017). The Net Generation, the Internet and Political Communication and Participation. *Croatian Journal of Education*, 19 (1).
- Wirtualnemedi.pl. (2017, 03. 29). *Facebook wprowadza funkcję Town Hall do kontaktów obywateli z politykami*. „Nowe źródło danych o użytkownikach”. Pobrane 27 czerwca 2018 z <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/facebook-wprowadza-funkcje-town-hall-do-kontaktow-obywateli-z-politykami-nowe-zrodlo-danych-o-uzytownikach>
- Wojniak, J. (2010). Uczestnictwo polityczne w obliczu nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych. W A. Walecka-Rynduch, & M. du Vall, *Stare i nowe media w kontekście kampanii politycznej i sprawowania władzy*. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.