

Tomasz Sowada

*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
tomasz.sowada@amu.edu.pl*

Finansowanie społeczne jako nowe narzędzie partycypacji społecznej w gospodarce przestrzennej

Zarys treści: Celem artykułu jest przedstawienie finansowania społecznościowego i jego wykorzystania w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Autor poszukuje odpowiedzi na pytanie: czy finansowanie społecznościowe można uznać za nową formę partycypacji społecznej, która nawiązuje do tradycyjnych działań w tym zakresie, korzystając z zupełnie nowych narzędzi? W celu uzyskania odpowiedzi na tak sformułowane pytanie przeprowadzono analizę danych dotyczących polskich projektów finansowanych społecznościowo, które miały wpływ na planowanie i zagospodarowanie polskich jednostek osadniczych, oraz przeprowadzono pogłębione studium przypadku – warszawskiego projektu „Uratujmy Jazdów”. Wyniki badania pozwalają uznać przedmiotowe zjawisko za nową formę partycypacji społecznej, dając jednocześnie podstawy do rekomendacji w zakresie możliwości jej wykorzystania przez władze lokalne.

Słowa kluczowe: crowdfunding, finansowanie społecznościowe, partycypacja społeczna, planowanie przestrzenne, zagospodarowanie przestrzenne

Wprowadzenie

W ostatnich latach nastąpił duży wzrost znaczenia Internetu i usług sieciowych w codziennym życiu. Wymienione medium wkroczyło lub wkracza w zasadzie w każdą dziedzinę działalności człowieka. Zmienia się również jego funkcja, która w dniu dzisiejszym wykracza daleko poza pierwotne zastosowania, kiedy to przepływ informacji zachodził jednokierunkowo – od sieci do użytkownika. Pojawienie się powszechnej możliwości współtworzenia udostępnianych online treści wiąże się z rozwojem tak zwanej sieci 2.0. Wprowadza ona dwustronny przepływ informacji, czyniąc użytkownika już nie tylko odbiorcą, ale i aktywnym twórcą. Proces ten zachodzi z wykorzystaniem wszelkiego rodzaju narzędzi umożliwiających prowadzenie blogów, publikowanie zdjęć, filmów i innych materiałów, a tak-

że przenoszenie do wirtualnej rzeczywistości i rozwijanie na niespotykaną dotąd skalę funkcjonujących sieci społecznych (Cormode, Krishnamurthy 2008).

Istnieje również wiele przykładów zastosowania możliwości sieci 2.0 na potrzeby gospodarki (Dziuba 2012). Jednym z nich jest zyskująca coraz większą popularność na świecie i w Polsce idea finansowania społecznościowego (ang. *crowdfunding*¹). Stanowi ono narzędzie służące do finansowania różnorodnych projektów, proponowanych przez użytkowników sieci. Na gruncie naukowym jest najczęściej przywoływane w ramach dociekań przedstawicieli nauk ekonomicznych, rozpatrujących je jako nową formę gromadzenia kapitału przez podmioty gospodarcze. Podkreśla się również konieczność nowych regulacji prawnych i podatkowych czy też wpływ crowdfundingu na zachowania konsumenckie (Mollick 2014, Pieniążek 2014, Kędzińska-Szczepaniak, Szczepaniak 2015). W wielu pracach dokonuje się także typologii portali i projektów w zależności od sposobu finansowania i zasad funkcjonowania danej platformy.

O bardzo dużej dynamice zjawiska świadczą dane dotyczące środków zebranych w ten sposób w ostatnich latach. Wartość globalnego rynku crowdfundingowego w 2010 r. została oszacowana na 880 mln dolarów (www.forbes.com; The World Bank 2013), natomiast analogiczna wartość dla roku 2015 wyniosła już ponad 34 mld (www.forbes.com). Jeden z największych polskich portali crowdfundingowych – www.polakpotrafi.pl – został założony w 2011 r., z miesiąca na miesiąc zyskując coraz większą popularność. Aktualne dane wskazują, że w przeprowadzonych na wzmiankowanym portalu zbiorce zebrano już niemal 13,1 mln zł (stan na 24.05.2016 r., dla porównania w dniu 5.02.2016 r. kwota wynosiła 10,8 mln zł).

Celem niniejszego artykułu jest odpowiedź na pytanie: czy finansowanie społecznościowe można uznać za nową formę partycypacji społecznej, która nawiązuje do tradycyjnych działań w tym zakresie, korzystając z zupełnie nowych narzędzi? Dla zawężenia problemu – analizowany materiał ograniczono do kwestii związanych z gospodarką przestrzenną, a do analiz wybrano wyłącznie projekty mające wpływ na zagospodarowanie polskich jednostek osadniczych.

Crowdfunding – współczesna alternatywa dla zbiorok publicznych i nowa forma partycypacji społecznej

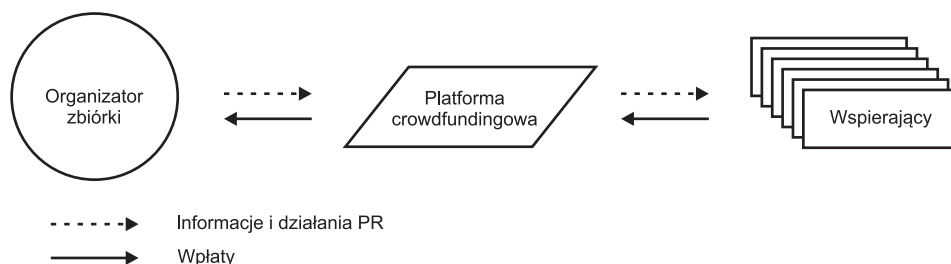
Pojęcie crowdfundingu wywodzi się bezpośrednio z funkcjonującego wcześniej crowdsourcingu, który polega na zleceniu rozmaitych zadań dużej i często anonimowej grupie niezależnych wykonawców z internetowego „tłumu” (ang. *crowd of people*). Celem takiego działania jest przyciągnięcie ich zasobów, środków i wiedzy. W przypadku finansowania społecznościowego działania kierowane do internetowego tłumu mają na celu pozyskanie pieniędzy (Hemer 2011). Według naj-

¹ W całym artykule terminu angielskojęzycznego używa się zamiennie z jego polskim odpowiednikiem w celu uniknięcia licznych powtórzeń. Oba terminy stosowane są w literaturze polskojęzycznej, najczęściej do określenia tego samego zjawiska.

szerszych definicji spotykanych w literaturze crowdfunding jest „dowolną formą gromadzenia środków finansowych poprzez sieć komputerową” (Dziuba 2012). W podobny sposób, zachowując szeroki zakres znaczeniowy, zjawisko definiują Belleflamme i in. (2013), według których finansowanie społecznościowe występuje w formie otwartej, kierowanej przez Internet prośby o przekazanie środków na wsparcie konkretnej inicjatywy lub celu, w postaci bezzwrotnych dotacji albo w zamian za przyszły produkt czy też inną formę nagrody. Uszczegółowienia definicji na gruncie literatury krajowej podjął się Dziuba (2012), pisząc, że: „jest to proces, w którym np. przedsiębiorcy, artyści czy organizacje non profit zbierają środki finansowe na potrzeby ich projektów, przedsięwzięć czy organizacji, bazując na wsparciu wielu osób (z internetowego «tłumu»), które wspólnie ofiarowują pieniądze na takie projekty, przedsięwzięcia itp. bądź inwestują w nie”.

Ostatnia z przywołanych definicji porusza kolejną istotną kwestię: aktorów procesu finansowania społecznościowego (por. ryc. 1). Dwie zasadnicze kategorie stanowią w tym przypadku organizatorzy zbiórki i wspierający (fundatorzy). Pomiędzy wskazanymi podmiotami zachodzą dwa główne typy relacji: (1) zabiegi informacyjne i marketingowe ze strony poszukujących kapitału oraz (2) dokonywanie wpłat przez wspierających (Hemer 2014). Podmioty pośredniczące, które stanowią zarówno platformę informacyjną, jak i przyjmującą wpłaty od wspierających to portale crowdfundingowe. Są to dedykowane strony internetowe dające możliwość tworzenia własnych przedsięwzięć, promowania ich i gromadzenia środków finansowych, najczęściej w zamian za odpowiednią prowizję (przykładowe portale z Polski i zagranicy to: Kickstarter, wspieram.to, PolakPotrafi, siepomaga, gofundme).

W literaturze znaleźć można również odniesienia do przesłanek czy też motywów, które kierują wyżej wymienianymi aktorami. Po stronie organizatorów zbiórek wymienia się oczywiście głównie konieczność zgromadzenia środków finansowych, często powiązaną z brakiem dostępu do innych źródeł finansowania (szczególnie brakiem zdolności kredytowej). Dla podmiotów tych istotne są ponadto: dodatkowa forma promocji projektu, budowa społeczności wokół projektu/produktu, pozyskanie akceptacji dla projektu/produktu oraz pozyskanie nowych umiejętności miękkich. W przypadku osób wspierających wymieniane są takie przesłanki, jak: uzyskanie nagrody, pomoc innym, bycie częścią społeczności, wsparcie konkretnej sprawy, więzi koleżeńskie/rodzinne oraz traktowanie



Ryc. 1. Relacje pomiędzy podstawowymi aktorami finansowania społecznościowego

Źródło: opracowanie własne na podstawie Hemer (2011, s. 9).

wsparcia jako pewien rodzaj inwestycji (Dziuba 2012, Gerber, Hui 2013, Kuppu-swamy, Bayus 2015, Hüfner 2016).

Pojawienie się tego typu, względnie nowego, sposobu gromadzenia funduszy zbiega się z obserwowanymi zmianami form zaangażowania obywateli, dostrzeżanymi przez badaczy społeczeństwa obywatelskiego. Już samo powstanie i rozpowszechnienie technologii informacyjno-komunikacyjnych jest postrzegane jako katalizator rozwoju form uspołecznienia i aktywnego współdziałania. Zastosowanie nowych możliwości technologicznych w wielu przypadkach ograniczone jest tylko pomysłowością i wyobraźnią ich użytkowników. W kontekście niniejszego opracowania szczególnie ważnym efektem takiego stanu rzeczy może być wykształcenie nowych form partycypacji społecznej, rozumianej jako „proces mniej lub bardziej ścisłego współdziałania (zależnie od kwestii problemowych) indywidualnych mieszkańców, wspólnot mieszkaniowych i ruchów sąsiedzkich oraz stowarzyszeń i ruchów ogólnomiejskich z władzami lokalnymi oraz innymi zainteresowanymi podmiotami w fazie tworzenia pomysłów, ich uszczegółowienia oraz realizacji, a związanych z planowaniem i zarządzaniem miastem (...)” (Sowada, Kotus 2015). Wśród znanych form partycypacji społecznej literatura wymienia m.in.: informowanie, konsultacje społeczne, zgłaszanie pisemnych uwag, formy sądów obywatelskich, narzędzia PPGIS, badania ankietowe, warsztaty, oddolne inicjatywy planistyczne, protesty i manifestacje (Booher, Innes 2000, Creighton 2005, Pietraszko-Furmanek 2012). Nowe technologie jednocześnie wpływają na generowanie nieznanych wcześniej obszarów przestrzeni publicznej oraz nowych sposobów deliberacji i działania zbiorowego (Peisert 2011). Zmiany te polegają na powstawaniu form zaangażowania takich, jak: kampanie internetowe, ruchy protestu, alternatywne style życia czy konsumeryzm polityczny (Inglehart 1997, za: Piechota 2014), a także przejściu od bezpośrednich form komunikacji do komunikacji wirtualnej (Lievrouw 2012, za: Piechota 2014). Finansowanie społecznościowe – postrzegane przez pryzmat wspomnianych wcześniej zmian w zakresie współdziałania i uspołecznienia jest jedną z nowych form obu tych procesów. Wiele z realizowanych w Polsce projektów crowdfundingowych ma charakter społeczny. Są one skierowane na rozwój określonej grupy docelowej, stawiając dobro wspólne ponad korzyścią jednostek lub organizacji inicjujących zbiórkę. Ich cele obejmują różne dziedziny życia, takie jak: kultura, sztuka, edukacja, sport itp., a ich realizacja możliwa jest dzięki zaangażowaniu, poparciu i finansowaniu społeczeństwa (Sobol 2014). Poza granicami kraju znaleźć można również, szczególnie interesujące w kontekście niniejszego artykułu, studia przypadków związanych z wykorzystaniem finansowania społecznościowego w gospodarce przestrzennej. Odnoszą się one do zbiórek organizowanych m.in. na rzecz: budowy obiektów użyteczności publicznej, zagospodarowania skweru, urzędzenia ogródka, przeznaczenia konkretnego budynku lub lokalu pod wybraną funkcję (Correia de Freitas, Amado 2013, Sharma, Elrod 2016). Wraz z rozwojem tej formy gromadzenia środków można spodziewać się rosnącej liczby podobnych przykładów.

Takie podejście nawiązuje do bogatej w Polsce tradycji zbiórek publicznych. Były one organizowane w różnych okresach, zarówno pod zaborami, jak i w od-

rodzonej Rzeczypospolitej. Polacy gromadzili w ten sposób środki umożliwiające budowę polskich szkół, wyposażenie odbudowywanej (a wcześniej – konspiracyjnej) armii, budowę i wyposażenie szpitali czy też wspieranie tłumionych (w okresie zaborów) inicjatyw o charakterze narodowym i realizację wielu innych celów społecznych (Szczygieł 2004, Buchowski 2006). O znaczeniu tego rodzaju działalności może świadczyć fakt, że została ona uregulowana prawnie już w 1933 r., a przyjęta wówczas ustawa o zbiórkach publicznych (Dz.U. 1933 nr 22, poz. 162) była obowiązującym aktem prawnym aż do roku 2014. Godny odnotowania jest również fakt, że różnice pomiędzy mechanizmem finansowania społecznościowego a tradycyjną zbiórką publiczną nie ograniczają się wyłącznie do wykorzystania Internetu. W tradycyjnej zbiórce publicznej nie mieliśmy do czynienia ze świadczeniem zwrotnym dla darczyńcy, natomiast w przypadku crowdfundingu stosuje się różne formy rekompensaty, opisane krótko w dalszej części artykułu. Zgodnie z powszechnie obowiązującym prawem, zbiórką publiczną jest zbieranie ofiar w gotówce lub w naturze w miejscu publicznym na określony, zgodny z prawem cel pozostający w sferze zadań publicznych oraz na cele religijne” (Dz.U. 2014 poz. 498). Ponadto obowiązująca ustawa o zasadach prowadzenia zbiórek publicznych nakłada na nie wiele regulacji, którym nie podlega finansowanie społecznościowe. Obejmują one wąski katalog podmiotów uprawnionych do organizacji zbiórki (organizacje pozarządowe, podmioty określane jako organizacje pożytku publicznego i wolontariatu oraz komitety społeczne) oraz ścisłą kontrolę zbiórek sprawowaną przez ministra właściwego do spraw administracji publicznej. Kontrola ta odnosi się do celu zbiórki i jego organizatorów, a także miejsca, terminu i formy jej prowadzenia wraz z szacunkowymi kosztami organizacji.

Metodologia

W zasadniczej części niniejszego artykułu przeprowadzona zostanie analiza danych ilościowych, pogłębiona o studium przypadku.

W pierwszym kroku dokonano ilościowej analizy danych dotyczących zbiórek z portalu Polak Potrafi. Są to m.in. następujące dane: zakładanej i rzeczywiście zgromadzonej kwoty finansowania, opisy projektów, liczba wspierających, komentarze do projektu oraz listy „nagród” oferowanych donatorom. Po dokonaniu kwerendy ponad 2 tys. udanych projektów – 61 z nich zostało przez autora uznanych za bezpośrednio wpływające na planowanie i zagospodarowanie przestrzeni kraju. Są wśród nich różnego rodzaju działania – od budowy pomnika, przez zebranie środków na przystosowanie konkretnego lokalu do nowej funkcji (komercyjnej lub niekomercyjnej), zgromadzenie środków na zagospodarowanie wybranego wycinka przestrzeni (np. zaniedbanego parku), aż po próby „ratowania” określonych obiektów, np. zabytkowych. W tym przypadku analizie poddano przede wszystkim dane ilościowe związane z kwotami oraz liczbą wspierających i komentujących, nie zgłębiając szczegółów opisu danego przedsięwzięcia. Tego typu przegląd dostępnych danych dostarcza czytelnikowi podstawowych informacji o zjawisku, obrazując, jaka jest jego skala, popularność i skuteczność.

Następnie przedstawione zostanie studium przypadku. Obejmuje ono szczegółowy opis pojedynczego projektu crowdfundingowego. Zdaniem autora jest to właściwe rozwinięcie analizy ilościowej, która pozwalała jedynie określić skalę omawianego zjawiska, nie zaś jego charakter. To na jego przykładzie pokazane zostanie, czy i w jaki sposób tego typu działania można kategoryzować w ramach pojęcia partycypacji społecznej odnośnie do planowania i zagospodarowania przestrzennego.

Zgodnie z przyjętymi założeniami – wykorzystanie dwóch uzupełniających się metod ma służyć wstępnemu rozpoznaniu zjawiska i włączeniu go do dyskursu w nurcie związanym z partycypacją społeczną w planowaniu przestrzennym, a także w innych dziedzinach życia społeczności lokalnych.

Model funkcjonowania platform crowdfundingowych

Jak wcześniej wspomniano – finansowanie społecznościowe polega na otwartym zaproszeniu do wsparcia finansowego inicjatywy pomysłodawcy w formie darowizny lub w zamian za określoną korzyść. Informacja o zaproszeniu jest kierowana do wielu drobnych udziałowców (inwestorów) za pośrednictwem platformy internetowej (Kleeman, Cunningham, za: Kędzierska-Szczepaniak, Szczepaniak 2015). W większości przypadków mamy do czynienia z sytuacją, w której osoby wspierające wybrany projekt otrzymują rekompensatę w formie określonej nagrody. Jest ona każdorazowo związana z kwotą wsparcia i obejmuje różne formy gratyfikacji, poczynając od symbolicznej wdzięczności organizatorów, przez rozmaite nagrody rzeczowe, usługi, pierwszeństwo w korzystaniu z efektów projektu, aż po otrzymanie na własność końcowego produktu (jeśli takowy istnieje) czy też innych nagród, które ograniczone są wyobraźnią i możliwościami organizatora zbiórki.

W celu wprowadzenia pewnych podstawowych pojęć oraz uczynienia dalszej lektury niniejszego tekstu bardziej zrozumiałą – bieżący podrozdział otwierać będzie krótkie przedstawienie zasad i mechanizmów dotyczących zbiórek organizowanych za pośrednictwem portalu Polak Potrafi. Ich organizacja jest możliwa dla praktycznie każdej osoby w pełni zdolnej do czynności prawnych. Organizator wybiera nazwę projektu, przydziela go do jednej z licznych kategorii, ustala kwotę, którą planuje zgromadzić i listę proponowanych nagród. Dobór kwoty i nagród jest elementem kluczowym przygotowania projektu z kilku powodów:

- pieniądze trafiają na konto twórcy projektu wyłącznie w przypadku zgromadzenia lub przekroczenia kwoty docelowej, w innym wypadku – projekt nie zostaje sfinansowany, a środki wracają na konta donatorów;
- portal pobiera określony procent od zebranej sumy, jest ona również obciążona podatkiem dochodowym (punkt dotyczy wyłącznie projektów udanych, które zebrały założoną kwotę);
- w kalkulacji należy uwzględnić koszt proponowanych potencjalnym wspierającym nagród.

Łatwo wywnioskować, że rzeczywista kwota netto niezbędna do realizacji danego założenia musi być powiększona o koszty w postaci prowizji dla portalu, podatków oraz ewentualnych nagród. Dodatkowym mechanizmem, pobudzającym

darczyńców do dokonywania wpłat już po zebraniu docelowej kwoty, są tzw. progi. Umożliwiają one wprowadzenie dodatkowych kwot, kolejnych celów do osiągnięcia po zebraniu kwoty podstawowej (np. organizator zbiórki na wydanie książki może ustalić cel na poziomie 10 000 zł, jednocześnie informując, że w przypadku zebrania 15 000 zł otrzyma ona dodatkowe ilustracje, a 20 000 zł – twardą oprawę). Użytkownicy portalu oprócz możliwości wspierania wybranych projektów – mogą je komentować, co wprowadza możliwość dyskusji z organizatorami zbiórki lub innymi członkami wirtualnej społeczności. Zgodnie z zasadami ustalonymi przez portal, czas na zebranie pieniędzy nie może przekraczać 75 dni.

Polskie projekty crowdfundingowe a gospodarka przestrzenna

Jak wspomniano w części metodologicznej – do analizy wybrano 61 projektów bezpośrednio powiązanych z kwestiami zagospodarowania przestrzennego, realizowanych w Polsce. Uwzględniono wyłącznie dane zbiórek, dzięki którym udało się zgromadzić założoną sumę wpłat (portal nie udostępnia danych dotyczących inicjatyw zakończonych fiaskiem). Zakres czasowy badania obejmuje okres od założenia serwisu w roku 2011 do maja roku 2016. Łączne wsparcie udzielone projektom spełniającym kryteria doboru wyniosło w tym okresie 1 615 344,47 zł. W przybliżeniu daje to około 12% kwoty zgromadzonej we wszystkich udanych zbiórkach przeprowadzonych za pośrednictwem strony www.polakpotrafi.pl do momentu pozyskania danych. Średnia wartość wsparcia dla pojedynczej inicjatywy wyniosła niemal 26,5 tys. zł. Uwagę zwraca jednak bardzo duże zróżnicowanie przywoływanych kwot, często warunkowane planowanym zakresem działań. Z jednej strony mamy niewielkie zbiórki, gdzie uzyskane wsparcie zaczyna się od 715 zł, z drugiej zaś – ponad 385 tys. zł zebrane na budowę Pomnika Armii Krajowej w Krakowie. Łączna suma ponad 1,6 mln zł została zebrana dzięki zaangażowaniu 15 325 osób, które napisały 609 komentarzy dotyczących projektów. Oznacza to, że wpłat dokonało średnio ponad 250 osób na projekt. Zarówno dane odnoszące się do kwot, liczby wspierających, jak i komentarzy można uznać za miarę wysokiego na tle tradycyjnych procesów partycypacyjnych zaangażowania społecznego.

Mocno zróżnicowane są wartości wyliczonego dla każdego projektu „wskaźnika sukcesu” zbiórki. Został on obliczony poprzez podzielenie kwoty zebranej przez kwotę docelową i wyrażony w postaci procentowej. Uzyskane wyniki zawierają się w przedziale od 101% do 440%. W świetle udostępnianych przez portal danych trudno wskazać cechy projektu wiążące się z tym, o ile przekraczana jest wstępnie założona kwota. Pozwala to wysunąć przypuszczenie, że istotne są tzw. miękkie kompetencje inicjatorów danego projektu związane z umiejętnością uzyskania rozgłosu za pomocą mediów tradycyjnych i społecznościowych.

Studium przypadku – „Uratujmy Jazdów”

„Uratujmy Jazdów” to warszawski projekt zrealizowany w 2014 r., dzięki środkom zebranym na platformie Polak Potrafi. Jego zgłoszenie, a więc sama inicja-

tywa, było reakcją nie tylko na ówczesny stan domków fińskich na zabytkowym osiedlu Jazdów, ale również na przekazywane pocztą pantoflową informacje na temat jego przyszłości. Zgodnie z opisem omawianego projektu budynki wzniesiono w 1945 r. w ramach fińskich reparacji wojennych na rzecz ZSRR, a swoim charakterem wyróżniały się na tle architektury dominującej w centrum miasta. W roku 2014 ich stan techniczny pozostawał wiele do życzenia, a nowym przeznaczeniem stało się koczowisko dla osób bezdomnych. Wspomniane wcześniej plany dotyczyły całkowitego wyburzenia osiedla i przeznaczenia uzyskanych w ten sposób terenów na nowe cele – pod lokalizację kolejnych ambasad lub zabudowę deweloperską. Reakcją na stan osiedla i powyższe plotki najlepiej obrazuje cytat z opisu projektu na jego stronie internetowej: „W tej sytuacji urzędnicy miejscy postanowili dać szansę na drugie życie tego osiedla, oddając je w ręce organizacji pozarządowych. Misję tę wzięła na siebie m.in. nasza organizacja, Stowarzyszenie Inicjatywa „Razem”, wyznaczając sobie za cel wyremontowanie domku przy ul. Jazdów 3/17, a także podjęcie starań o rewitalizację innych domków i terenów przyległych”.

Inicjatorzy projektu, czyli Stowarzyszenie Inicjatywa „Razem”, to organizacja pozarządowa, która już wcześniej zajmowała się szeroko pojmowaną aktywizacją społeczną i kulturalną mieszkańców Warszawy (m.in. realizując pokazy i festiwale filmowe, wspomagając organizację festynów sąsiedzkich, klubów dyskusyjnych czy przestrzeni do wymiany materialnej i ideowej – „Wymienialni”). Na cel ratowania domków fińskich (a konkretnie – jednego z nich) i nadania im nowej funkcji postanowiono zebrać 8 tys. zł za pośrednictwem platformy Polak Potrafi. Zebrane środki miały, przynajmniej w części, pokryć wydatki związane z wykonaniem remontu, który umożliwiłby działalność społeczno-kulturalną z wykorzystaniem zasobów Stowarzyszenia i poszanowaniem przepisów ppoż. i sanepidu. Część pieniędzy planowano też przeznaczyć na promocję działalności kulturalnej. Stowarzyszenie nie zamierzało poprzestać na opisanych powyżej działaniach, o czym świadczy m.in. kolejny fragment opisu projektu: „Jeśli uda się osiągnąć fundusze, by zrealizować powyższy plan minimum, dalsze środki zostaną przeznaczone na rewitalizację kolejnych domków fińskich (w przypadku porozumienia z Zarządem Gospodarowania Nieruchomościami dzielnicy Śródmieście)”.

W zamian za wsparcie projektu, zgodnie z modelem funkcjonowania portalu Polak Potrafi, oferowano różne nagrody, zależne od wpłacanej kwoty (por. tab. 1). Suma pozyskanego wsparcia wyniosła 8090 zł, a złożyły się na nią datki uzyskane od 42 osób. Oznacza to, że średnia wysokość wpłaty wyniosła aż 192,62 zł, czyli o wiele więcej niż średnia dla wszystkich analizowanych wcześniej projektów (wynosząca nieco ponad 106 zł). Należy przy tym pamiętać o wspomnianych w poprzedniej części artykułu ograniczeniach związanych z analizą omawianych danych oraz wpływie najwyższych odnotowanych wpłat. Ostatnia, najdroższa z nagród nie została wybrana przez żadnego ze wspierających, natomiast trzy osoby zdecydowały się na wsparcie projektu kwotą przynajmniej 1 tys. zł. Warto też zauważyć, że w przypadku najniższych przedziałów kwotowych mamy do czynienia z rekompensatą w formie wdzięczności, podziękowań czy nawet braku nagrody. W przypadku zbiorów nawiązujących w tak bezpośredni sposób do kwestii zagospodaro-

Tabela 1. Nagrody oferowane za wsparcie projektu „Uratujmy Jazdów” za pośrednictwem strony www.polakpotrafi.pl

Lp.	Opis nagrody	Minimalna kwota wsparcia	Liczba wspierających
1.	Wsparcie bez nagrody	1 zł	1
2.	Podziękowanie w mediach społecznościowych	5 zł	4
3.	Jabłko z drzewa „Benek”, podziękowanie w mediach społecznościowych	10 zł	4
4.	Zaproszenie na sok jabłkowy/cydr na osiedlu Jazdów.	25 zł	14
5.	Umieszczenie imienia i nazwiska darczyńcy/nazwy firmy wspierającej na Tablicy Darczyńców	50 zł	13
6.	Limitowana odznaka przyjaciela Jazdowa	75 zł	1
7.	Udział w wycieczce po osiedlu Jazdów	100 zł	6
8.	Umieszczenie imienia i nazwiska darczyńcy/nazwy firmy wspierającej w filmie podsumowującym projekt. Udział w wycieczce po Jazdowie	150 zł	4
9.	Książka o tematyce podróżniczej lub warszawskiej z dedykacją prezesa stowarzyszenia	200 zł	3
10.	Organizacja własnego wydarzenia kulturalnego; unikalne zdjęcie wykonane aparatem typu camera obscura; udział w wycieczce po Jazdowie	500 zł	2
11.	Oficjalny tytuł „Mecenasa Jazdowa”; organizacja własnego wydarzenia kulturalnego	1 000 zł	3
12.	Wszystkie nagrody z powyższych; możliwość organizacji stałych ekspozycji i korzystania z obiektu. Wspólny obiad. Wyjątkowy produkt regionalny z hasłem odnoszącym się do wybranej dzielnicy Warszawy. Możliwość zaaranżowania jednego z pomieszczeń zgodnie ze swoim projektem	10 000 zł	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z portalu www.polakpotrafi.pl.

wania przestrzennego możliwe wydaje się wprowadzenie innych symbolicznych form zadośćuczynienia, takich jak np. poprawa ładu przestrzennego, ratowanie lokalnego dziedzictwa, zachowanie wspólnego dobra i tym podobne.

Planowany remont został zrealizowany, a w odnowionym domku działa klub towarzyski „Zaczarowany Ogród”. Organizuje się tam liczne wydarzenia kulturalne oraz aktywizujące mieszkańców miasta (wystawy, projekcje filmowe, warsztaty, spotkania dyskusyjne itp.). Przyjmując szerszą perspektywę, należy uznać, że nie to jest największym sukcesem inicjatorów przytaczanego projektu. Okazał się on jedynie początkiem udanej walki o zachowanie tej cennej dla mieszkańców części miasta w formie, która im odpowiadała i od lat stanowiła nieodłączny fragment miejskiego krajobrazu stolicy. Po zebraniu w tej sprawie blisko 2 tys. podpisów – mieszkańcy wymusili na władzach organizację konsultacji społecznych w sprawie Jazdowa. Ich uczestnicy postulowali zachowanie wszystkich domków oraz przylegających zabudowań poszpitalnych, zachowanie otwartego, zielonego charakteru i wprowadzenie nowych funkcji. Wyniki konsultacji zostały przez władze uznane za wiążące, a w kwietniu 2015 r., ustami wiceprezydenta, miasto ogłosiło rezygnację z rozbiórki domków i zgodziło się przeznaczyć je na funkcje społeczne, kulturalne, edukacyjne i mieszkalne.

Wnioski

Wyżej omawiane projekty stanowią nową formę zaangażowania mieszkańców w rozwój społeczności lokalnych oraz zagospodarowania przestrzeni będącej środowiskiem ich życia. W świetle wstępnych ustaleń terminologicznych i dotychczasowej literatury można sklasyfikować tego rodzaju aktywność jako oddolną formę partycypacji społecznej. Jest to jednocześnie forma dobrze znana, nawiązująca do historii zaangażowania obywateli w sprawy społeczne lub narodowe, oraz innowacyjna – ze względu na wykorzystanie nowych technologii i funkcjonowanie w sieci. Pojawianie się tego rodzaju hybrydowych form świadczy o zachodzącej reakcji na zmiany technologiczne (gwałtowny rozwój technologii informacyjnych) oraz społeczne – wyrażające się poprzez ograniczenie relacji bezpośrednich (Sobol 2014). Co istotne – mowa jest praktycznie wyłącznie o inicjatywach oddolnych, co można postrzegać jako przejaw pozytywnego wpływu narzędzi Web 2.0 na kształtowanie w społeczeństwie postaw obywatelskich. Również duża liczba osób zaangażowanych w omawiane działania zdaje się potwierdzać tak postawioną tezę.

Obserwując zakładane i rzeczywiście uzyskiwane kwoty zbiórek – można zauważyć duże zróżnicowanie wartości „wskaźnika sukcesu zbiórki” (kwota zebrana/kwota zakładana) przy względnie niewielkim zróżnicowaniu porównywanych projektów. Oznacza to, że rzeczywista wartość zebranej kwoty zależy jest od wielu czynników związanych zapewne z atrakcyjnością oferowanych nagród, umiejętnością uzyskania rozgłosu medialnego i innych. Skuteczność tego rodzaju form gromadzenia środków finansowych może być przedmiotem dalszych pogłębionych badań, ukierunkowanych na identyfikację „czynników sukcesu” podobnych form angażowania społeczności lokalnych.

Przywołane studium przypadku ukazuje, że finansowanie społecznościowe oddolnych projektów partycypacyjnych może mieć znaczący wpływ na ich skuteczność. Oprócz silnego i grupowego wyrażenia sprzeciwu (lub choćby wyrażenia swojego zdania w sprawie), mamy bowiem do czynienia z dodatkowym argumentem w postaci zgromadzonych środków finansowych. Jest to szczególnie istotne w sytuacji, kiedy nasz system planowania i zarządzania przestrzenią miast wciąż może być postrzegany z perspektywy reżimu technokratów i kapitału ekonomicznego wspominanego przez Sowadę i Kotusa (2015). To właśnie dzięki takim działaniom system ten może przejść oddolnie wymuszoną transformację w kierunku paradygmatu partycypacyjnego, często wymienianego w kontekście „planowania w XXI wieku”.

Przytaczane wcześniej fakty dotyczące omawianego problemu pozwalają również wysuwać pewne sugestie w kierunku władz lokalnych odpowiedzialnych za gospodarkę przestrzenną na poziomie gminnym. Po odpowiednich modyfikacjach – model crowdfundingowy mógłby zostać przekształcony w wielofunkcyjną platformę służącą angażowaniu społeczności lokalnych w procesy partycypacyjne. Narzędzie tego typu łączyłoby w sobie elementy budżetu obywatelskiego (rozdysponowywanie określonych kwot pomiędzy proponowanymi projektami), dyskusji publicznej/konsultacji społecznych (rozbudowana możliwość dodawania komen-

tarzy) oraz składania wniosków (w formie zgłaszania własnych projektów). Podobna idea wydaje się uzasadniona w świetle zidentyfikowanego braku reprezentacji określonych grup wiekowych i społecznych w tradycyjnych konsultacjach (Kaczmarek, Wójcicki 2016).

Literatura

- Agrawal A., Catalini C., Goldfarb A. 2011. Friends, Family and the Flat World: The Geography of Crowdfunding. NBER Working Paper, 16820: 1–61.
- Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A. 2013. Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5): 585–609.
- Booher D.E., Innes J.E. 2000. Public Participation in Planning. New Strategies for the 21st Century. University of California, Berkeley, Institute of Urban and Regional Development Working Paper.
- Buchowski K. 2006. Związek Wyzwolenia Wilna i mit wileński w międzywojennej Litwie. *Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej*, 41: 47–74.
- Cormode G., Krishnamurthy B. 2008. Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13, 6.
- Correia de Freitas J., Amado M. 2013. Crowdfunding in urban planning: Opportunities and Obstacles. RC43 Annual Conference, Amsterdam, July 2013.
- Creighton J.L. 2005. *The Public Participation Handbook*. Jossey-Bass, A. Wiley Imprint, San Francisco.
- Crowdfunding's potential for the developing world. 2013. The World Bank, Washington, s. 19.
- Dziuba D.T. 2012. Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania. *Problemy Zarządzania*, 10, 3(38): 83–103.
- Gerber E., Hui J. 2014. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. *ACM Transactions on Computer – Human Interaction*, 20, 6, Article 34: 1–32.
- Hemer J. 2011. A snapshot on crowdfunding. Working Papers Firms and Region, R2.
- Hüfner A. 2016. Motivations for Financial Backing of Reward Crowdfunding Campaigns – Based on Data from Germany and Norway. University of Agder, Agder.
- Kaczmarek T., Wójcicki M. 2016. Participation in Public Consultations on Spatial Planning Documents. The Case of Poznań City. *Quaestiones Geographicae*, 35(2): 71–81.
- Kędzierska-Szczepaniak A., Szczepaniak K. 2015. Podatkowe aspekty crowdfundingu. *Zarządzanie i Finanse*, 13, 4/1: 19–30.
- Kuppuswamy V., Bayus B. 2015. Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter. Social Science Research Network (SSRN) (<http://ssrn.com/abstract=2234765>; do-step: 10.07.2016).
- Madhuri S., Brenna E. 2016. Crowdfunding and Crowdsourcing Initiatives in Detroit. *International Journal of Geospatial and Environmental Research*, 3, 1: 1–22.
- Mollick E. 2014. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29: 1–16.
- Peisert A., Stachura K. 2011. Partycypacja jako wynik rozwoju technik komunikowania i zmian charakteru sfery publicznej. [W:] A. Olech (red.), *Partycypacja publiczna. O uczestnictwie obywateli w życiu wspólnoty lokalnej*. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, s. 45–60.
- Piechota G. 2014. Społeczeństwo obywatelskie w dobie social media. *Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne*, 41: 231–248.
- Pieniążek J. 2014. Finansowanie społecznościowe a nowe trendy w zachowaniach konsumenckich. *Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych*, 12, 2: 3–24.
- Pietraszko-Furmanek I. 2012. Partycypacja społeczna w środowiskach lokalnych. *Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o. o. – Oficyna Wydawnicza AFM*, Kraków.
- Sobol A. 2014. Crowdfunding jako oddolne narzędzie realizacji zrównoważonego rozwoju. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego*, 37, 2: 137–146.
- Szczygiel M. 2004. Zadania i cele pomocy społecznej w II Rzeczypospolitej na przykładzie miasta Częstochowy (wybrane aspekty). *Prace Naukowe Akademii im. J. Długosza w Częstochowie*, 13: 107–114.

Ustawa z dnia 15 marca 1933 r. o zbiórkach publicznych (Dz.U. 1933 nr 22, poz. 162).

Ustawa z dnia 14 marca 2014 r. o zasadach prowadzenia zbiorów publicznych (Dz.U. 2014 poz. 498).

<http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (dostęp: 16.05.2016)

<http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2015/06/09/trends-show-crowdfunding-to-surpass-vc-in-2016/#1bcd009f444b> (dostęp: 16.05.2016)

http://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/1,54420,17832433,Domki_finskie_zostaja_PrzelomPrz_decyzja_wladz_miasta.html?utm_source=facebook.com&utm_medium=SM&utm_campaign=FB_Gazeta_Warszawa&disableRedirects=true (dostęp: 16.05.2016)

<http://polakpotrafi.pl/> (dostęp: 16.05.2016)

Crowdfunding as a new form of public participation in spatial planning and management

Abstract: The main aim of this paper is to show a role of crowdfunding in spatial planning and spatial management. The main research question is: Could we treat crowdfunding as a new form of public participation which combines traditional approach with new technologies? Two methods were used to find an answer for this question: introductory analysis of data concerning Polish crowdfunding projects connected with spatial management and case study of project “Uratujmy Jazdów” from Warsaw, Poland. Presented results provoke to conclusion that crowdfunding is a new form of public participation. It was also a base to enunciate a few recommendations for local authorities considering the possible use of this new form.

Key words: crowdfunding, public participation, spatial planning, spatial management