

Wykorzystanie mediów w procesach partycypacyjnych

The use of the media in participatory processes

Kinga Jarmołowicz

Ostatnie 25 lat to czas rozwoju informatycznych form komunikacji i zmiana narzędzi wykorzystywanych w procesach partycypacji. Nowe media, a zwłaszcza media społecznościowe, stały się głównymi narzędziami deliberacji. „Dla zaistnienia społeczeństwa obywatelskiego konieczni są aktywni obywatele, a także stosunki polityczne i społeczne oparte na zaufaniu i współpracy”¹. W myśl stwierdzenia R. Putnama zaangażowanie obywateli w życie społeczne oraz procesy współdecydowania są jednymi z podstawowych celów administracji publicznej. Dobry i efektywny przebieg podejmowania decyzji ma charakter społeczny, a mieszkańcy mają możliwość pełnego udziału w stanowieniu w imię dobra ogółu. Dzięki bezpośredniemu zaangażowaniu obywatele mają poczucie realnego wpływu na tworzenie prawa oraz współodpowiedzialności za wspólnotę, w której mieszkają. Wykorzystanie nowych technologii jest czynnikiem wspomagającym rozwój usług oferowanych przez samorząd. E-administracja otwiera urząd na społeczeństwo, zmniejsza jednocześnie dystans pomiędzy petentem a urzędnikiem i ułatwia wzajemną komunikację. Jak twierdzi G. Bliźniuk, „Wymaga to oczywiście pewnej odwagi ze strony rządzących oraz umiejętności nawiązywania i utrzymywania dialogu społecznego”², ale poszerza krąg osób zaangażowanych w różne kwestie natury społecznej.

Analiza funkcjonalna mediów społecznościowych kształtujących społeczeństwo obywatelskie Lublina

Serwis społecznościowy jest tworzony czy współtworzony przez „ludzi o wspólnych zainteresowaniach lub celach, skupionych wokół pewnego internetowego ośrodka umożliwiającego realizację tych celów”³. Ideą przewodnią serwisu jest zapewnienie kontaktu pomiędzy użytkownikami, ułatwienie wymiany

¹ R. Putnam, *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków 1995, s. 31-32.

² G. Bliźniuk, *E-partycypacja w społeczności lokalnej*, www.magazyngmina.pl/index.php?option=com_k2&view=item&id=198:e-partycypacja-w-spolesznosci-lokalnej [data dostępu: 05.09.2016].

³ B. Jarosz, *Portal Nasza-klasa – fenomen wielopokoleniowy czy „nasza umarła klasa”*, <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2008/jarosz.pdf>. <https://sites.google.com/site/portalespol11313/1-wtep> [23.09.2016].

informacji, podejmowanie wspólnych inicjatyw za pomocą czatów, forów dyskusyjnych, blogów lub prywatnych wiadomości wysyłanych poprzez dostępne komunikatory.

O sukcesie w mediach społecznościowych decyduje pomysł, tematyka i funkcjonalność. Prowadzona przez Autorkę analiza profili istniejących na portalu Facebook, obejmujących swoją tematyką integrację obywatelską w Lublinie, została nazwana funkcjonalną ze względu na pełnione funkcje w realizacji inicjatyw społecznych i rolę na rzecz aktywności obywatelskiej. Analiza mediów społecznościowych środowiska lubelskiego umożliwiła wskazanie kilku funkcji tych portali: funkcję integracyjną, informacyjną, komunikacyjną, mobilizacją i pozyskania wsparcia, PR i promocji, edukacyjną oraz społeczną.

Pierwsza z nich opisuje rolę profilu w integracji środowiska wokół wspólnego celu. „Dzięki funkcjonalnościom ułatwiającym kontakty społeczne (jak np. mikroblog, czat, komunikator Facebook Messenger, możliwość tworzenia grup otwartych i zamkniętych itp.) Facebook stał się wygodną platformą do nawiązywania i podtrzymywania relacji”⁴. Możliwość zebrania liczного grona użytkowników zależy w głównej mierze od tematyki, wokół której budowana jest wspólnota. Z przeprowadzonych przez Autorkę badań i analiz procesów partycypacji, które miały miejsce w Lublinie, wyraźnie wynika, że największym zainteresowaniem społecznym cieszą się ważne społecznie kwestie, takie jak np. budowa dróg i szlaków komunikacyjnych, lokalizacja dużych zakładów przemysłowych czy zagospodarowanie przestrzeni miejskiej. Uwzględnienie szerokiego zakresu tematyki zwiększa szanse na zgromadzenie wokół siebie dużej grupy zainteresowanych, będących reprezentantami różnych grup społecznych, zawodowych itp.

Kolejną funkcją jest szeroko rozumiane informowanie. Obejmuje zbieranie, przechowywanie, przetwarzanie i upowszechnianie wiadomości, danych, obrazów. Przy analizie funkcji informacyjnej profilu skupiono się na charakterze publikowanych informacji, ich ilości i częstotliwości. Przeanalizowano styl i język wypowiedzi, którymi posługują się autorzy poszczególnych profili. Celem analizy było ukazanie zróżnicowania językowego, dostosowanego od grupy odbiorców i poruszanych na łamach profilu treści. Różnice dotyczyły na przykład kwestii honoryfikatywności, czyli formy zwracania się do interlokutora. Przyjęcie formy grzecznościowej, takiej jak: Szanowni Państwo, Drodzy Mieszkańcy, Przedstawiciele dzielnic, buduje dystans i hierarchię wśród osób poruszających się na profilu. Ten typ grzeczności językowej stosowany jest przez administratorów portali samorządowych. Zupełnie inną postać mają informacje generowane na profilach będących własnością osób prywatnych. Tutaj użytkownicy posługują się formami bezpośrednimi, nieformalnymi, co zmniejsza dystans i buduje poczucie dialogu.

⁴ A. Hulewska, *Facebook jako narzędzie edukowania o zdrowiu. Raport z badań*. „Media i Społeczeństwo” nr 6/2016, s.102, http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/06/06_hulewska.pdf [14.04.2017].

Pośrednim, a jednocześnie bezpiecznym, wyjściem jest użycie formy bezosobowej. Zastosowanie takiego zabiegu prowadzi do powstania komunikatu grzecznego, a jednocześnie pozbawionego dystansu i hierarchizacji.

Analizując funkcjonalność komunikacyjną profili na portalu Facebook, skupiono się na charakterze i formie kontaktu, na które składają się styl wypowiedzi i forma nawiązywania relacji pomiędzy administratorami profili a ich użytkownikami. Umiejętne zastosowanie zabiegów językowych oraz znajomość podstaw komunikacji decyduje o powodzeniu podejmowanych działań. Każdy profil charakteryzuje się odmiennym, właściwym sobie językiem. Różnice w realizacji założeń funkcji komunikacyjnej są w głównej mierze determinowane przez projektowanego odbiorcę publikowanych treści.

Funkcja komunikacyjna portali społecznościowych zakłada również budowanie społeczności złożonej z osób skupionych wokół tematyki poruszanej na profilu. Służą do tego takie funkcjonalności, jak debata i dyskusja, polegające na udostępnianiu i wymianie informacji pomiędzy uczestnikami dialogu. Są to działania zarówno o charakterze wertrykalnym, obejmujące komunikację pomiędzy administratorami profili i odbiorcami ich treści, jak też horyzontalnym, mającym na celu nawiązanie wzajemnych relacji pomiędzy użytkownikami. Z procesem komunikacji za pomocą portali społecznościowych związana jest nierozzerwalnie funkcja kontrolna i emotywna. Patrząc na charakter publikowanych komunikatów, łatwo zauważyć kontrolny charakter niektórych wypowiedzi – kontrolę społeczną względem rządzących, poszczególnych jednostek, organizacji i grup. Wśród grup i organizacji działających w mediach społecznościowych są takie, które skupiają się głównie na tej właśnie funkcjonalności, polegającej na sprawowaniu nadzoru nad organami publicznymi. Funkcja emotywna natomiast powstaje w sytuacji wyrażania uczuć i emocji, np. „Rowerzystów też obowiązuje myślenie...”⁵, „Radni tej Gminy mają w nosie przepisy prawa i nakaz Wojewody Lubelskiego. Czy długo jeszcze będą łamać prawo?”⁶.

Wyrazem e-mobilizacji i pozyskiwania wsparcia są działania ukierunkowane na zbudowanie grupy skupionej na realizacji bliskich i dalekich celów. Zainicjowane działania mają charakter bodźców zachęcających do podejmowania aktywności. To także stymulowanie osobistych aspiracji i wzorów zachowań. Inicjacja działań o charakterze mobilizacyjnym pełni funkcję motywacyjną, zachęcającą odbiorców do uzyskiwania konkretnych korzyści i osiągnięcia zakładanych celów.

Funkcja promocji jest możliwa dzięki temu, że „social media to nie tylko wielki potencjał do wykorzystania przez marketerów, ale i nowe narzędzie i kanał komu-

⁵ https://www.facebook.com/TAK-dla-tworzenia-nowych-miejsc-parkingowych-w-Lublinie-1738343729731923/?hc_ref=SEARCH&fref=nf [15.04.2017].

⁶ https://www.facebook.com/pg/FundacjaWolnosci/posts/?ref=page_internal [25.04.2017]

nikacji dla specjalistów public relations, które należy umiejętnie wykorzystywać⁷⁷. Z tej funkcjonalności korzystają najczęściej władze samorządowe i organizacje, których celem jest kreowanie pozytywnego wizerunku wśród mieszkańców za pośrednictwem mediów społecznościowych. Takie działania zapewniają dotarcie z informacją do ludzi młodych i mobilnych. W przypadku profili prowadzonych przez Urząd Miasta Lublin sprawa ta wydaje się dość prosta. Wytwarzane treści mają formę komunikatów lub informacji, których rolą jest poinformowanie konkretnych osób zainteresowanych sprawami publicznymi o realizacji danego zadania, promocja Urzędu Miasta jako instytucji oraz wyjście do społeczności poszczególnych przedstawicieli władz miasta. Zazwyczaj proces promocji i działań z zakresu public relations prowadzony jest według przyjętych wcześniej strategii określających szczegóły działań, harmonogram oraz budżet.

Jaki charakter ma realizacja tej funkcjonalności przez profile prowadzone przez inne podmioty niż samorząd? Analiza wykazała, że przekaz promocyjny jest mniej bezpośredni i dosłowny, jednak cel finalny ten sam, tzn. zbudowanie pozytywnego wizerunku podmiotu. Idąc krok dalej, można powiedzieć, że podjęcie działań promocyjnych przez podmioty inne niż samorząd przenika się z e-mobilizacją i funkcją motywacyjną. Schemat jest ten sam:

przedstawienie celu	→	działania promujące cel	→	budowanie pozytywnego wizerunku celu	↓
wspólne działanie na rzecz celu	←	zaangażowanie do współpracy przy osiągnięciu celu	←	skupienie w swoim otoczeniu zwolenników realizacji celu	←

Tabela 1. Schemat przekazu treści. Opracowanie własne

Na powyższym schemacie widać, jak powiązane ze sobą są te dwie funkcjonalności. Przykładem może być profil *Wieża dla Jerzyków*. Fanpage powstał jako element projektu złożonego do pierwszej edycji Budżetu Obywatelskiego Lublina. Jego pierwotnym założeniem było zapoznanie mieszkańców z występującym w naszym mieście gatunkiem ptaka – Jerzykiem. Z profilu mogliśmy się dowiedzieć, czym charakteryzuje się ten ptak i jakie są jego zwyczaje. Kolejnym krokiem było zapoznanie mieszkańców z korzyściami, jakie dla człowieka niesie za sobą obecność Jerzyka w środowisku przyrodniczym. Budowanie pozytywnego wizerunku miało na celu wzbudzenie w mieszkańcach sympatii do tego gatunku ptaka i uaktywnienie wrażliwości na jego los. Udało się to dzięki

⁷⁷ K. Fabianiak-Czerniak, *Internetowe media społecznościowe jako narzędzie public relations* [w:] Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności, (Red.) K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2012, s. 174.

zaprezentowaniu ludziom tajników życia Jerzyka. W następnej kolejności lublinianie byli informowani o możliwościach polepszenia bytu ptaków i sposobach zwiększenia ich populacji. Poprzez pokazanie korzyści płynących dla mieszkańców miasta, zaangażowano społeczność w działania zmierzające ku poprawie bytu Jerzyków. Naturalnym kolejnym krokiem była promocja projektu złożonego do Budżetu Obywatelskiego Lublina, w którego zakresie znalazła się realizacja zadania wpływającego bezpośrednio na los ptaka, czyli budowa wież w wybranych dzielnicach miasta.

Duże znaczenie w edukacji społecznej miały profile *Górki Czechowskie – Wietrznie Zielone* oraz *Parki Lublina*, które obok integracji zwolenników ochrony środowiska miały charakter poznawczy – przekazywały dużą ilość informacji na temat tych terenów. Szczególnie ważną rolę odegrał profil poświęcony Górkom Czechowskim, zlokalizowanym na lubelskim poligonie, na granicy trzech dzielnic: Czechowa Południowego, Czechowa Północnego i Sławina. Profil powstał w odpowiedzi na zmiany w planie zagospodarowania przestrzennego dla tego obszaru. Mieszkańcy zaniepokojeni perspektywą zabudowy blokami obszaru zielonego – wcześniej sprzedanego z przeznaczeniem na tereny rekreacyjne i zieleń – podjęli inicjatywę obrony tego miejsca. Jednym z narzędzi komunikacji był profil na Facebooku. Autorzy profilu zadbali o to, by przybliżyć mieszkańcom, czym dla Lublina jest obszar Górek Czechowskich. Poprzez włączenie do współpracy przedstawicieli różnych środowisk oraz autorytetów reprezentujących różne specjalności zbudowali ruch społeczny. Nie byłoby to możliwe bez prowadzonej na łamach profilu akcji edukacyjnej. Dzięki publikowanym treściom wielu mieszkańców zainteresowało się kwestią zagospodarowania tej części miasta. Działacze na tę sprawę zwrócili także uwagę przedstawicieli władz miasta, którzy podjęli kroki zmierzające do konsensusu.

Pożytki płynące z podjętej działalności są kolejną funkcjonalnością przyświecającą powstaniu każdego z analizowanych w artykule profili. W każdym przypadku profity są jednak inne. Dla profili samorządowych korzyścią będzie wzrost poparcia dla działania władz i wykreowanie poczucia sympatii oraz szacunku dla instytucji i osób pełniących funkcje publiczne. Media społecznościowe pozwalają na zamieszczanie plików graficznych, fotografii i innych materiałów wzbogacających publikowane informacje. Dzięki temu możliwe jest wykorzystanie social mediów w procesach partycypacyjnych. To niewątpliwa korzyść w postaci oszczędzenia czasu i pieniędzy. Na przykładzie profili *Rady Dzielnic Ponikwoda* i *Dzielnic Czuby Południowe* widać wyraźnie, że oba przejęły rolę głównego kanału komunikacji z mieszkańcami. Profile te pełnią funkcje dawnych tablic informacyjnych, na których mieszkańcy mogli zapoznać się z powiadomieniami i aktualnościami dotyczącymi ich miejsca zamieszkania. Na wymienionych profilach publikowane są zaproszenia na wydarzenia, ogłoszenia i informacje ważne dla mieszkańców oraz takie dokumenty poddawane konsultacjom społecznym,

jak na przykład plany zagospodarowania przestrzennego. Dużym ułatwieniem jest możliwość skupienia wszystkich tych informacji w jednym miejscu. To także korzyść dla mieszkańców, którzy nie muszą poszukiwać sposobów dotarcia do interesujących ich informacji. Wszystko mają w jednym miejscu i docierają do tego za pomocą kilku kliknięć.

W przypadku profili zakładanych w celu realizacji danego zadania podstawową korzyścią jest jego zrealizowanie. Inne pozytywy to działania towarzyszące. Jeśli dany profil został utworzony, aby dzięki zaangażowaniu użytkowników stało się możliwe osiągnięcie zakładanego celu, to efekt finalny, zgodny z zakładanym, jest sukcesem i korzyścią samą w sobie. Przykłady takich profili to: *Otwórzmy Żmigród* i *Bronowice – Żyjący plac zabaw*. Sukcesem ich funkcjonowania jest realizacja konkretnych inwestycji pożytku publicznego.

Na budowie więzi i wspólnoty opiera się funkcja socjalizacyjna, nazywana także społeczną. Media społecznościowe, jak pisze K. Fabianiak-Czerniak, angażują odbiorcę oraz skupiają wokół głównego wątku profilu określone grupy społeczne. „Budują zatem nieformalne społeczności, które solidaryzują się wokół określonych zagadnień⁸. Realizacja funkcji socjalizacyjnej obejmuje działania ukierunkowane na dostarczenia użytkownikom wiedzy na temat funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego i roli obywateli w tym środowisku. Umiejętne prowadzenie profilu stwarza mieszkańcom możliwość nawiązywania pomiędzy sobą kontaktów i relacji. Jak głosił Eliot Aronson⁹, człowiek jest istotą społeczną i w środowisku realizuje swoje podstawowe potrzeby. Budowanie społeczności, skupionej wokół jednej idei, stanowi wynik efektywnej pracy osób prowadzących dany profil w mediach społecznościowych. Zwolennicy zastosowania rozwiązań architektonicznych (*Otwórzmy Żmigród*, *Miasto dla Rowerów*, *Pieszy Lublin*), miłośnicy aktywności społecznej (*Bike Polo Lublin*, *Bronowice – Żyjący plac zabaw*, *Punkt Kultury*), obrońcy środowiska (*Inicjatywa na rzecz wybiegu dla psów*, *Górki Czechowskie – wietrznie zielone*, *Miasto to też Twój dom*) to grupy, które zostały zbudowane wokół konkretnych profili prowadzonych na portalu Facebook. Ideą oczywiście nie było samo zbudowanie społeczności, ale jej powstanie było następstwem wielu działań konsolidujących osoby reprezentujące podobne poglądy i przekonania.

⁸ K. Fabianiak-Czerniak, *Internetowe media społecznościowe jako narzędzie public relations* [w:] Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności, (Red.) K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2012, s. 183.

⁹ Eliot Aronson, amerykański psycholog, jest badaczem psychologii społecznej, autorem eksperymentu tzw. klasy z puzzli, polegającego na badaniu metod redukcji uprzedzeń wśród dzieci. Wskazał na współpracę pomiędzy uczestnikami społeczeństwa jako na czynnik warunkujący osiągnięcie lepszych rezultatów w realizacji zakładanych celów.

Facebook jako medium obywatelskich inicjatyw e-partycypacyjnych

Przeprowadzona analiza objęła 20 wybranych profili prowadzonych na portalu Facebook. Uwaga badawcza była skupiona na roli, jaką te profile odegrały w zakresie zaangażowania obywatelskiego w prowadzone przez Urząd Miasta Lublin procesy partycypacji obywatelskiej w latach 2010-2016. Ekscerpcji poddano około 100 profili. Proces selekcji i doboru materiału badawczego obejmował cztery etapy:

1. etap selekcji – funkcjonowanie w środowisku partycypacji;
2. etap selekcji – profile o najwyższej ilości polubień;
3. etap selekcji – profile o najwyższej aktywności;
4. etap selekcji – profile o wysokim poziomie uczestnictwa w procesach partycypacji społecznej Urzędu Miasta Lublin.

W efekcie przeanalizowano 20 profili w następujących kategoriach:

1. Przestrzeń miejska (*Miasto dla Ludzi, Pieszy Lublin, Parki Lublina, Pieszy Żmigród*);
2. Ochrona Środowiska (*Górki Czechowskie – wietrznie zielone, Lublinwybierzspokój ≠ Południowa Obwodnica Lublina – popieram, Lublin z psem, NIE dla odstrzału lisów w Parku Saskim*);
3. Kultura (*Żyjący Plac – Bronowice Lublin, Punkt Kultury, Stowarzyszenie Maraton Lubelski*);
4. Działania społeczne (*Kobiety Lublin, profile dzielnicowe, Obywatelski Lublin, Budżet Obywatelski Lublina, Fundacja Aktywni Rodzice, Lubelska Akcja Lokatorska*).

W celu ukazania schematu funkcjonowania oraz roli w procesie integracji obywatelskiej mieszkańców Lublina zostaną zaprezentowane jedynie wybrane profile.

„Wraz z dojrzewaniem społeczeństwa obywatelskiego i pojawianiem się inicjatyw społecznych narodziła się potrzeba spędzania czasu w plenerze, a co za tym idzie potrzeba miejsc, gdzie taki czas można by było efektywnie spędzać. Również władze miast powoli zauważają, że dla wizerunku miast bardzo ważne są dobrej jakości przestrzenie publiczne¹⁰. Słowa te wyraźnie pokazują, który aspekt życia miejskiego jest szczególnie ważki. Uwaga badawcza zatem zostanie skierowana w pierwszym rzędzie na te kwestie, które generują największe zainteresowanie odbiorców i dotyczą najważniejszej – z punktu widzenia mieszkańca – materii, czyli przestrzeni miejskiej. Jest to pojęcie szerokie, obejmujące swym zakresem obszar najbliższy mieszkańcom. W tej kategorii zawiera się mała

¹⁰ D. Janicka, M. Gdak, *Przestrzeń otwarta dla wszystkich* <http://forumprzestrzeniemijskie.pl/images/Janicka%20D.,%20Gdak%20M.,%20Przestrze%C5%84%20otwarta%20dla%20wszystkich.pdf> [dostęp: 14.04.2017]

architektura, zieleń miejska, zagospodarowanie przestrzeni wspólnej. W uproszczeniu można stwierdzić, że przestrzeń miejska to elementy składające się na rzeczywistość społeczną.

Wartością płynącą z profilu *Miasto dla Ludzi* jest realizacja funkcji społecznej, opartej na budowie więzi i wspólnoty wokół wspólnej idei. Dzięki umiejętnej administracji profilu, wzbogaconej o działania towarzyszące, takie jak warsztaty i spotkania, wokół *Miasta dla Ludzi* zgromadziła się społeczność złożona z osób, dla których piesze poruszanie się po mieście jest bardzo istotne. Zaangażowanie mieszkańców we wspólne planowanie przestrzeni miejskiej i współpracę na rzecz wypracowania listy priorytetów polityki pieszej miasta Lublin jest kwestią istotną i zauważalną. Zbudowana grupa nie poprzestała li tylko na osiągnięciu założonego celu. Napędzana sukcesem współpracuje dalej. Profil *Pieszki Lublin* założony został przez społeczność, dla której możliwość poruszania się po mieście pieszo, a jednocześnie bezpiecznie, jest priorytetem. Kategoria ta najlepiej oddaje charakter profilu, który pełni rolę łącznika i katalizatora ludzkich potrzeb i propozycji ich zaspokojenia. Środowisko administrujące profilem to w głównej mierze te same osoby, które tworzą *Miasto dla Ludzi*, wzbogacone o silny czynnik społeczny. Głównym założeniem profilu jest zbudowanie poparcia społecznego dla idei wprowadzenia regulacji dotyczących poruszania się pieszo po mieście.

Kolejny profil, *Pieszki Żmigród*, zakładał zbudowanie społeczności z zaangażowanych jednostek, zmobilizowanych do walki o realizację wspólnego celu, jakim jest zamknięcie dla ruchu ulicy Żmigród. Publikacje przedstawiające postępy we wspólnych staraniach miały na celu pozyskanie wsparcia u osób dotąd niezdecydowanych. Korzyści osiągnięto stosunkowo szybko. Uruchomienie profilu w czerwcu 2015 roku połączono z aktywną realizacją działań towarzyszących. Stworzenie petycji i rozpowszechnienie jej wśród mieszkańców oraz organizacja licznych wydarzeń kulturalnych, zlokalizowanych na ulicy, sprawiły, że kwestią Żmigrodu zainteresowali się mieszkańcy innych części miasta. Udało się wykonać „Mieszkanie Kultury” – projekt angażujący mieszkańców Żmigrodu we wspólny remont mieszkania. Złożenie petycji na ręce prezydenta miasta zaowocowało konkretnymi decyzjami o całkowitym zamknięciu ulicy Żmigród dla ruchu samochodowego i stworzeniu od 1 lipca 2015 roku z tego obszaru strefy zamieszkania. W kwietniu 2016 roku Urząd Miasta Lublin rozpoczął dyskusję publiczną nad rewitalizacją Żmigrodu. „Mieszkańcy, architekci, urbaniści i specjaliści od przestrzeni będą debatować o tym, jak lubelski Żmigród powinien się zmienić w najbliższych latach”¹¹.

Aktywną społecznością jest grupa działająca na rzecz środowiska. Efektem pracy osób stojących za administrowaniem profilu *Górki Czechowskie – Wietrznie Zielone* jest pozyskanie wsparcia dla działań związanych z ochroną terenów

¹¹ <http://www.lublin.eu/lublin/aktualnosci/rozpoczynamy-dyskusje-o-zmigrodzie,8,2133,1.html> [12.01.2017].

Górek Czechowskich w Lublinie. Udało się zwrócić uwagę na problem zabudowy tego obszaru budownictwem mieszkaniowym. Działania społeczności skupionej wokół sprawy stały się ważnym głosem w dyskusji o przyszłości tego terenu. Powstała społeczność uzyskała status partnera w dialogu prowadzonym na linii deweloper (właściciel terenu) – Urząd Miasta Lublin – społeczeństwo. Dodatkowo zorganizowano debaty na temat walorów środowiskowych i ich korzyści dla lubelskiego ekosystemu, spotkania z architektami i urbanistami, którzy prezentowali własne pomysły na zagospodarowanie tego terenu oraz spotkania publiczne z władzami miasta, podczas których każdy otrzymał możliwość przedstawienia swoich uwag i wniosków. Skutkiem działań osób zaangażowanych w ochronę Górek Czechowskich jest zwrócenie uwagi społeczeństwa na tę kwestię i przesunięcie w czasie decyzji dotyczących planów zabudowy oraz zagospodarowania przestrzennego wskazanego obszaru.

Skuteczne prowadzenie profilu *Lublin z psem* stanowi wyraz realizacji funkcji społecznej, opartej na budowie więzi i wspólnoty wokół wspólnej idei. Wzbogacanie publikowanych treści o działania towarzyszące, takie jak spacer, spotkania, wspólne występowanie w procesach partycypacyjnych organizowanych przez Urząd Miasta skutkowało powstaniem społeczności złożonej z osób, dla których dobro psa i jego właściciela oraz swobodne ich poruszanie się w przestrzeni miejskiej jest priorytetowe. Powstała wspólnota nie poprzestała na osiągnięciu założonego początkowo celu. Współpracuje dalej, czego efektem jest skuteczne aplikowanie o środki finansowe w ramach kolejnych edycji Budżetu Obywatelskiego Lublina:

- Kompleksowa sterylizacja psów i kotów na terenie Lublina;
- Sprzątam po moim psie – kampania w mediach;
- Czysto i bezpiecznie: system koszy na psie odchody i dzielnicowe wybiegi dla psów;
- Polepszenie warunków życia zwierząt w lubelskim schronisku;
- *Zwierzolublin*.

Kategoria *Kultura* obejmuje działania stworzone dla mieszkańców i często przez nich zapoczątkowane. Wśród wielu inicjatyw warto wskazać te, które potrafiły zaangażować szerokie grono mieszkańców i spotkały się z pozytywnym odbiorem społecznym. Powstała wokół profilu *Żyjący Plac – Bronowice Lublin* społeczność stanowi silną i skuteczną w swych działaniach grupę. Realizowane przez jej członków inicjatywy służą zacieśnianiu powstałych więzi i integracji poprzez działanie. Najlepszym wyrazem jakości powstałej wspólnoty jest wspólne spędzanie wolnego czasu. Mikołajki, sylwester czy podwórkowa Wigilia to czas spędzany w towarzystwie osób, które się lubi, i w grupie, której członkowie czują się dobrze w swoim towarzystwie. Efektem działań podjętych na profilu *Żyjący Plac – Bronowice Lublin* jest sukces odniesiony w głosowaniu na projekty pierwszej edycji Budżetu Obywatelskiego Lublina i pozyskanie 1370 głosów. Mało

kto wierzył w to, że podjęte działania zaowocują długofalowymi korzyściami. Realizacja celu nie rozproszyła wspólnoty portalowej, a wręcz przeciwnie, stała się bodźcem do współpracy i podejmowania kolejnych inicjatyw.

Profile zakwalifikowane do ostatniej, stworzonej na potrzeby tego artykułu, kategorii angażują mieszkańców w działania o charakterze społecznym. Współpraca na rzecz kobiet i młodych mam, aktywizowanie mieszkańców przez rady dzielnic i lokalnych liderów oraz ochrona praw ubogich to główne zamierzenia administratorów analizowanych w tej części profili. Wszystkie oscylują wokół poszerzenia wiedzy mieszkańców na temat możliwości udziału w procesach partycypacyjnych.

Analizując świadomość i zaangażowanie mieszkańców Lublina w procesy współdecydowania, odnosi się wrażenie, że jest to zupełnie inne społeczeństwo. Język, jakim posługują się mieszkańcy w swoich publikacjach, jakość upowszechnianych przez nich materiałów i poziom przygotowywanych inicjatyw są coraz wyższe. Dużą rolę w edukacji społeczności odegrał Urząd Miasta i funkcjonowanie profili: *Budżet Obywatelski Lublina i Obywatelski Lublin*. To także duża praca, jaką wykonali sami mieszkańcy. Korzyścią są konkretne realizacje w przestrzeni miejskiej: place zabaw, zieleńce, parkingi, jak również warte odnotowania jest zaangażowanie mieszkańców w działania rad dzielnic, które zapraszają do udziału w konsultacjach społecznych i wspólnym przygotowywaniu inicjatyw. Przede wszystkim zmieniło się miasto – Lublin zmienił się w miasto obywateli świadomych, współtworzących rzeczywistość, w której żyją.

Wyniki badań

Analiza funkcjonalna wybranych 20 profili portalu Facebook pokazała ich rolę oraz miejsce w środowisku lubelskiej partycypacji społecznej. Wyniki analizy wskazały zależności pomiędzy poruszaną tematyką, zaangażowaniem społecznym w realizowane procesy a osiąganiem zakładanych celów.

	Przestrzeń miejska	Ochrona środowiska	Aktywność (sport i kultura)	Działania społeczne
Integracyjna	bardzo wysoka	wysoka	wysoka	średnia
Informacyjna	wysoka	bardzo wysoka	średnia	bardzo wysoka
Komunikacyjna	bardzo wysoka	średnia	wysoka	średnia
E-mobilizacja	bardzo wysoka	średnia	wysoka	średnia
PR i promocji	bardzo wysoka	wysoka	bardzo wysoka	wysoka

	Przestrzeń miejska	Ochrona środowiska	Aktywność (sport i kultura)	Działania społeczne
Edukacyjna	bardzo wysoka	bardzo wysoka	wysoka	bardzo wysoka
Korzyści	wysokie	wysoka	bardzo wysoka	średnia
Spoleczna	bardzo wysoka	bardzo wysoka	bardzo wysoka	wysoka

Tabela 2. Wyniki analizy funkcjonalnej. Opracowanie własne

Tabela obrazująca wyniki analizy wskazuje wyraźnie, iż najlepsze rezultaty osiągają profile oscylujące wokół tematyki *Przestrzeni miejskiej*. Na ich sukces składa się zaangażowanie i praca osób tworzących profil i pracujących na rzecz jego popularyzacji, zaangażowanie mieszkańców w proces współtworzenia treści oraz poruszany na profilach zakres tematyczny. Jak wskazywano powyżej, przestrzeń miejska generuje bardzo wysokie zaangażowanie społeczne. W myśl zasady „Dzisiaj ważne jest, aby projektować przestrzenie nie dla użytkowników, tylko z użytkownikami”¹² administratorzy profili swoje wysiłki zogniskowali na integracji środowiska miłośników przestrzeni miejskiej i zmobilizowaniu zbudowanej społeczności do podejmowania wspólnych inicjatyw. Dużą rolę w ich działaniu odegrała realizacja funkcji komunikacyjnej i edukacyjnej. Pierwszy krok polegał na przekazaniu społeczeństwu informacji i wiedzy niezbędnej do świadomego udziału ludzi w podejmowanych procesach. Całość działań i zaangażowanie umożliwiło realizację funkcji społecznej. Powstała aktywna i świadoma społeczność, stanowiąca partnera w dialogu i aktywnego członka procesów partycypacji społecznej, który sam chętnie inicjuje te procesy.

Wysokie wyniki osiągnęły także profile funkcjonujące w ramach ochrony środowiska i aktywności społecznej. Należy podkreślić, że w ramach tych grup poszczególne profile osiągnęły różne wyniki. Najwyższą pozycję w obu kategoriach uzyskały profile *NIE dla odstrzału lisów w Parku Saskim* oraz *Bronowice – Żyjący Plac – Bronowice Lublin*. Funkcjonowanie pierwszego profilu jest o tyle wyjątkowe, że w ciągu niespełna dwóch miesięcy od powstania administratorom udało się zbudować silną grupę, która stała się pełnoprawnym partnerem w dyskusji z Urzędem Miasta Lublin. Realizacja funkcji edukacyjnej oraz dbałość o bieżące informowanie użytkowników ułatwiły mobilizację ich aktywności i budowę silnej i gotowej do działania społeczności. Wysokie zaangażowanie w poruszaną sprawę oraz wiedza merytoryczna grupy powstałej wokół profilu skłoniła władze Lublina do zmiany regulacji prawnych. „Wygraliśmy!!! Dziękujemy wszystkim za

¹² A. Fojud, *Spoleczna rewitalizacja – Sposób na ożywienie przestrzeni publicznej*, <http://www.designforall.pl/spoleczna-rewitalizacja-sposob-na-ozywienie-przestrzeni-publicznej/> [12.05.2017].

poparcie, nie potrzeba już petycji! Dzięki szybkiej facebookowej akcji prezydent wycofał akcję! Dzięki Wam wszystkim!”¹³ – to komentarz wieńczący akcję.

Należy też zwrócić uwagę na funkcjonowanie pozostałych profili w obu wymienionych wyżej grupach. W ich przypadku wyniki są niższe z uwagi na wąski zakres poruszanych kwestii. Grupa miłośników biegania, ruchu rowerowego, ochrony Górek Czechowskich czy budowy obwodnicy Lublina jest mniejsza, tym bardziej publikowane treści wymagały od administratorów większego zaangażowania i przygotowania. Większy nacisk należało położyć na realizację funkcji informacyjnej i edukacyjnej. Ważne było dostarczanie użytkownikom wiedzy odnośnie do tematyki profilu oraz bieżące sprawozdania z zakresu realizacji założonych celów. Dużą uwagę przywiązywano do budowania świadomości odbiorców. Realizacja funkcji PR i promocji polegała na wypromowaniu podejmowanych przez administratorów działań, które naturalnie przeradzały się w mobilizowanie użytkowników do wspólnych inicjatyw. Założony cel udało się osiągnąć i to jest niewątpliwym sukcesem. „Kiedy pod koniec 2011 roku w kilka osób zaczęliśmy marzyć o stworzeniu w Lublinie maratonu, też byliśmy jak piksele: różne i małe. Ale z każdym tygodniem przybywało ludzi i energii. Pojawiła się coraz wyraźniejsza sylwetka biegacza. I ruszyło. 2012 – przepiękny Dziki Maraton, 2013 – upragniony Pierwszy Maraton Lubelski, 2014 – potwierdzenie sukcesu czyli Drugi”¹⁴.

Na koniec warto poświęcić uwagę profilom tzw. dzielnicowym, których rola w budowie społeczeństwa obywatelskiego jest bezsprzeczna. Motto profilu *Obywatelski Czechów* wskazuje na rolę, jaką wyznaczyli sobie administratorzy: „Zmieńmy Czechów razem. Skupiamy wokół siebie ludzi chcących by Czechów był najlepszą i najładniejszą dzielnicą Lublina”¹⁵. Profile prowadzone są przez rady dzielnic, lokalnych liderów, jednostki zaangażowane społecznie. W powyższej analizie ujęto trzy – zdaniem Autorki – najbardziej efektywne profile. Jest ich jednak znacznie więcej, przy czym większość z istniejących skupia się głównie na dostarczaniu mieszkańcom niezbędnych informacji na temat dzielnicy i funkcjonowania rady, w tym informuje na przykład, jaki był „Podział środków z rezerwy celowej na rok 2017 zatwierdzony przez Radę Dzielnicy Dziesiąta w Lubinie”¹⁶. Profile dzielnicowe przejęły rolę tablic informacyjnych, z których mieszkańcy czerpią wiedzę na temat życia dzielnicy. To miejsce, w którym aktywni mieszkańcy mogą proponować podejmowanie wspólnych inicjatyw, realizację wspólnych pomysłów. Administratorzy dostarczają mieszkańcom informacji z zakresu planowanych inwestycji w dzielnicy, konsultacji społecznych, w których zainteresowani

¹³ https://www.facebook.com/NIE-dla-odstrza%C5%82u-lis%C3%B3w-w-Parku-Saskim357253561139712/?hc_ref=SEARCH&fref=nf [15.01.2017].

¹⁴ Tamże.

¹⁵ https://www.facebook.com/pg/ObywatelskiCzechow/about/?ref=page_internal [10.05.2017].

¹⁶ <https://www.facebook.com/RadaDzielnicyDziesiata/> [5.05.2017].

mogą wziąć udział, jak również przedstawiają realizacje projektów inicjowanych przez samych mieszkańców. Zachęcają społeczność do partycypowania i współdecydowania: „Już dziś oddaj głos na projekt Budżetu Obywatelskiego”¹⁷. Takie działanie jest elementem realizacji funkcji public relations. Kolejne edycje Budżetu Obywatelskiego Lublina i duża frekwencja mieszkańców dzielnic wskazuje na wysoką skuteczność administratorów profili w zakresie realizacji wskazanych funkcji.

Dynamika rozwoju technologii teleinformatycznych znalazła wyraz w wielu dziedzinach życia jednostek społecznych. Zastosowanie nowych rozwiązań technologicznych oceniane jest przez pryzmat wpływu, jaki wywierają one na demokrację i rozwój społeczeństwa obywatelskiego, zwłaszcza w zakresie dostępu do informacji oraz możliwości swobodnego korzystania z usług informatycznych dostosowanych do potrzeb indywidualnych członków społeczeństwa. Wzrost popularności usług on-line wpłynął na rozwój portali internetowych, pełniących funkcję centrum usług internetowych. Coraz większą popularnością cieszą się także media społecznościowe, a ich obecność w usługach administracyjnych i procesach partycypacyjnych stale wzrasta.

Przeprowadzone badania i analizy dały odpowiedź na pytanie o rolę mediów w procesie budowy społeczeństwa obywatelskiego Lublina. Rozwój nowoczesnych technologii i włączenie ich w komunikację na linii urząd – mieszkańcy umożliwiło zaangażowanie obywateli w procesy współdecydowania. Niewątpliwie najpopularniejszym kanałem są media społecznościowe. Ich charakter i forma przekazu przenosi procesy partycypacji społecznej ze świata realnego do rzeczywistości wirtualnej. Za ich pośrednictwem są prowadzone konsultacje społeczne, odbywa się zbieranie opinii społecznej oraz aktywizacja obywatelska inicjowana przez mieszkańców.

Zastosowanie nowoczesnych narzędzi teleinformatycznych w komunikacji personalnej przyczyniło się do wykorzystania mediów społecznościowych przez Urząd Miasta Lublin w prowadzonej polityce e-partycypacji oraz pozytywnie wpłynęło na zaangażowanie społeczne i udział mieszkańców we współtworzeniu treści ważkiej dla całej społeczności Lublina. Poziom wykorzystania mediów społecznościowych przez mieszkańców miasta w oddolnych procesach partycypacji stanowi dowód na rolę social mediów w budowie społeczeństwa obywatelskiego w Lublinie.

¹⁷ <https://www.facebook.com/ObywatelskiCzechow/> [15.05.2017].

Bibliografia:**Monografie i opracowania zbiorowe:**

Fabianiak-Czerniak K., *Internetowe media społecznościowe jako narzędzie public relations* [w:] Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności, red. K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2012.

Putnam R., *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków 1995.

Źródła internetowe:

Bliźniuk G., *E-partycypacja w społeczności lokalnej*, www.magazynngmina.pl/index.php?option=com_k2&view=item&id=198:e-partycypacja-w-spolesznosci-lokalnej [05.09.2016].

Hulewska A., *Facebook jako narzędzie edukowania o zdrowiu. Raport z badań*. „Media i Społeczeństwo” nr 6/2016, http://www.mediaispoleszenstwo.ath.bielsko.pl/art/06/06_hulewska.pdf [14.04.2017].

Janicka D., Gdak M., *Przestrzeń otwarta dla wszystkich*, <http://forumprzestrzeniemiejskie.pl/images/Janicka%20D.,%20Gdak%20M.,%20Przestrzenie%20C5%84%20otwarta%20dla%20wszystkich.pdf> [14.04.2017].

Jarosz B., *Portal Nasza-klasa – fenomen wielopokoleniowy czy „nasza umarła klasa”*, <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2008/jarosz.pdf> [23.09.2016].

A. Fojud, *Społeczna rewitalizacja – Sposób na ożywienie przestrzeni publicznej*. <http://www.designforall.pl/spoleczna-rewitalizacja-sposob-na-ozywienie-przestrzeni-publicznej/> [12.05.2017].

Strony internetowe:

www.lublin.eu

www.facebook.com

www.partycypacjaobywatelska.pl

Słowa kluczowe:

partycypacja, budżet obywatelski, aktywność obywatelska, deliberacja, nowe media, media społecznościowe

Key words:

participation, participatory budgeting, civil activity, deliberation, new media, social media

Summary

Policy participatory urban management is the process of engaging citizens in the processes of co-Introduction of new tools of communication is a response to social needs, resulting mainly from the adjustment of forms of cooperation to be used by the residents of tools. Natural stage communication process has to incorporate the media into a dialogue with the residents.

This article presents an analysis of the media and the role they play a in the process of building civil society Lublin. A special place devoted social media, tools so readily used by the locals. In this article I will present the media used by the City of Lublin in communicating with residents, the role that communication plays in the social media and the level of community involvement in the communication process with the use of Facebook.