



pracownia badań
i innowacji
społecznych



PRACOWNIA BADAŃ I
INNOWACJI
SPOŁECZNYCH
STOCZNIA

**OPIS CIEKAWEGO PRZYKŁADU
PARTYCYPACJI
BRISTOL CITIZENS' PANEL (PANEL
OBYWATELSKI W BRISTOLU)
ALEKSANDRA ZAJĄC**

**Opracowanie powstało w ramach programu Laboratorium Partycypacji
Obywatelskiej realizowanego przy wsparciu Fundacji im. Stefana Batorego.**

Warszawa, sierpień 2010

W SKRÓCIE

Metoda: Panel obywatelski

Przydatna do: zbierania opinii reprezentatywnej grupy mieszkańców jakiegoś miasta lub regionu w kwestiach dotyczących lokalnych społeczności i polityki miejskiej/regionalnej

Organizator: Bristol City Council, Corporate Consultation and Research Team, będący częścią Policy and Strategy Department

Czas trwania: cykliczne - kwestionariusze wysyłane 3 razy w roku

Co się dzieje: Bristol Citizens' Panel przeprowadzany jest przez Urząd Miasta (Bristol City Council) od 1998 roku. Bierze w nim udział ok. 2000 osób, którzy są reprezentatywną próbą mieszkańców Bristolu. Trzy razy w roku wysyłane są do nich tradycyjną pocztą lub mailem ankiety dotyczące bieżących problemów miasta. Zebrane w ten sposób opinie trafiają do wydziałów urzędu odpowiedzialnych za dane kwestie. Paneliści uczestniczą również w innych badaniach i konsultacjach organizowanych przez miasto. Jest to efektywna kosztowo metoda, pozwalająca na poznanie opinii reprezentatywnej próby mieszkańców miasta w kwestiach dotyczących przede wszystkim polityki miejskiej.

Kontakt: consultation@bristol.gov.uk, <http://www.bristol.gov.uk/ccm/navigation/council-and-democracy/councillors--democracy-and-elections/citizen-panels/>

osoba odpowiedzialna za panel – Anna McDermott, Consultation Officer

PRZEBIEG



Pomysł na panel wziął się z potrzeby włączania mieszkańców w procesy podejmowania decyzji, które ich dotyczą. Badanie panelowe okazało się bardziej opłacalne niż tradycyjne sondaże.

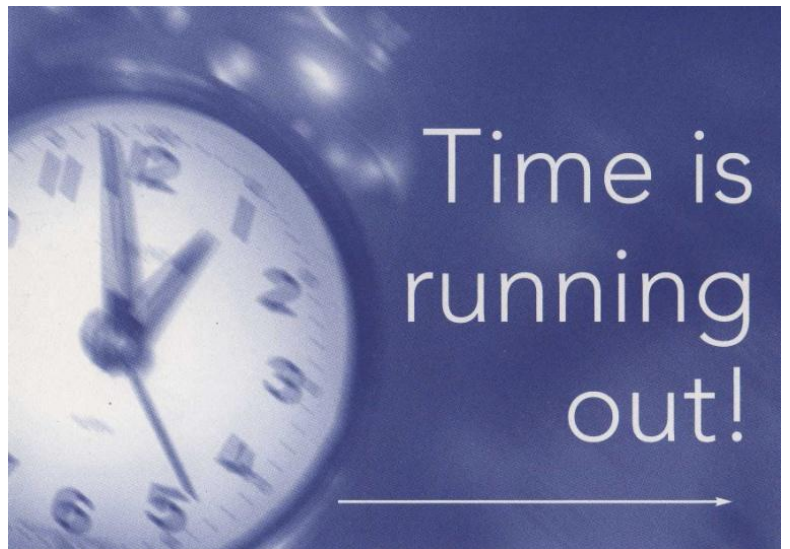
Anna McDermott

W panelu uczestniczy około dwóch tysięcy osób. Są oni rekrutowani spośród mieszkańców Bristolu zarejestrowanych w spisach wyborczych, w taki sposób, aby byli reprezentatywną próbką wszystkich mieszkańców ze względu na płeć, wiek, przynależność etniczną oraz dzielnicę, w której mieszkają. W związku z tym, że jedynie około 10% osób odpowiada na

zaproszenia do udziału w panelu, taka rekrutacja wymaga dużych nakładów finansowych i czasowych. Co kilka lat do panelu dołączają nowi uczestnicy, na miejsce tych, którzy z różnych względów przestali być aktywni (przeprowadzka, śmierć, brak zainteresowania) oraz osób uczestniczących w panelu od ponad trzech lat (z czasem sam fakt bycia regularnie badanym specyficznie warunkuje uczestników do określonych odpowiedzi.). Co prawda większość panelistów rekrutowana jest na podstawie danych ze spisów wyborców, jednak przedstawiciele grup, w których najtrudniej jest znaleźć ochotników (m. in. młodzieży oraz mniejszości etnicznych) rekrutowani bywają w sposób celowy.

Po wyrażeniu zgody na udział w panelu uczestnicy wypełniają kwestionariusz, którym oprócz danych osobowych, zbiera się też informacje o przynależności etnicznej, sytuacji zawodowej, czy niepełnosprawności. Wybierają oni również preferowany sposób wypełniania kwestionariuszy – przez Internet lub metodą „papier-ołówek”. Aktualnie ponad 40% uczestników zdecydowało się na wypełnianie ankiet online. Sposób ten jest szczególnie promowany przez organizatorów jako przyjazny środowisku i tańszy.

Uczestnicy trzy razy w roku dostają wybraną przez siebie drogą kwestionariusze, dotyczące kilku (zazwyczaj 3-4) kwestii problemowych. Na ich wypełnienie mają miesiąc, w trakcie którego wysyłane są do nich emaile lub kartki pocztowe z przypomnieniem o wypełnieniu kwestionariusza. Przeciętnie około 50-



65% uczestników odsyła wypełnione ankiety pocztą lub przez Internet (stopa zwrotu ankiet internetowych jest zazwyczaj nieznacznie wyższa niż tych rozsyłanych na papierze). Jest to wysoka stopa zwrotu jak na badanie sondażowe.

Uczestnicy nie dostają żadnego wynagrodzenia za udział w panelu. Przez ostatnie kilka lat losowane były wśród nich nagrody rzeczowe ufundowane przez lokalnych sponsorów oraz bilety wstępu na imprezy kulturalne. W 2009 roku zrezygnowano z takich form zachęty, co

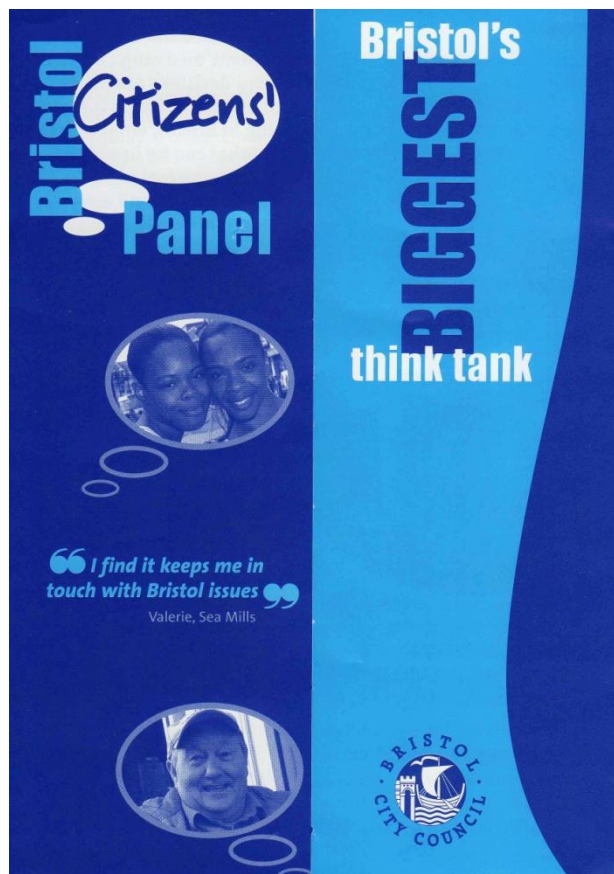
nie wpłynęło jednak w znaczący sposób na stopę zwrotu ankiet. Zdaniem Anne McDermott (Consultation Officer w Urzędzie Miasta w Bristolu, odpowiedzialna za panel) osoby które poświęcają czas na wypełnienie ankiet nie robią tego aby otrzymać nagrody, ale kierują się innymi, bardziej „obywatelskimi” powodami.

Tematy poruszane w panelu zgłaszane są zarówno przez wydziały Urzędu Miasta, jak również przez policję, służbę zdrowia czy opiekę społeczną. Propozycje tematów zbierane są także od osób zajmujących się badaniami w innych wydziałach Urzędu oraz od organizacji pozarządowych. Często są to pytania, które mają pomóc w ustaleniu polityki miejskiej w jakiejś kwestii, na przykład śmieci, transportu czy dofinansowywania festiwali i imprez kulturalnych. Cyklicznie pojawia się również część dotycząca poczucia bezpieczeństwa w centrum miasta. Kwestionariusze z poprzednich edycji panelu dostępne są na stronie Bristol Citizens' Panel.

EFEKTY

Bezpośrednim efektem panelu jest uzyskanie wglądu w opinie mieszkańców na temat polityk miejskich, na bardzo wczesnym etapie ich formułowania. Dzięki panelowi urzędnicy są

w stanie lepiej przygotować się do konsultacji społecznych, przygotowując propozycje bardziej zgodne z oczekiwaniami mieszkańców. Kwestionariusze są również używane do oceny już funkcjonujących programów, na przykład poprawy bezpieczeństwa w centrum Bristolu (co pewien czas część jednego z kwestionariuszy dotyczy poczucia bezpieczeństwa w mieście). Innym celem panelu jest badanie stanu wyjściowego przed wprowadzeniem nowych programów, tak aby po pewnym czasie ich funkcjonowania można było zbadać efekty (temu będzie służyła część najbliższej ankiety, z jesieni



Materiały promocyjne panelu

2010 roku, dotycząca zdrowego odżywiania i aktywności sportowej).

Zebrane opinie opracowywane są w formie raportów dostępnych na [stronach Bristol City Panel](#). Są one przekazywane jednostce, która zamówiła sondaż na konkretny temat. Po mniej więcej sześciu miesiącach zamawiające instytucje są proszone o krótki opis do czego zostały wykorzystane wyniki ankiet. Dodatkowo uczestnicy panelu dostają newsletter, w którym wyniki badań omawiane są w bardziej przystępny sposób, zamieszczane są tam także informacje na temat sposobu wykorzystania tych informacji przez urzędników. Newsletter jest również używany do promocji wydarzeń organizowanych przez miasto.

Ponadto ważnym efektem prowadzenia panelu jest istnienie bazy kontaktów osób, które są zainteresowane swoim miastem i tym, co się w nim dzieje. Bardzo często z nich właśnie rekrutowani są uczestnicy innych badań (np. grup focusowych) prowadzonych przez Urząd.

FINANSOWANIE:

Panel finansowany jest przez Urząd Miasta. Wydziały, które zlecają tematy poszczególnych kwestionariuszy zazwyczaj partycypują w kosztach bieżących panelu, kwoty te wahają się w okolicach 500 funtów za każdą część, ale zależą między innymi od typu pytań (otwarte lub zamknięte). Pieniądze uzyskane w ten sposób zazwyczaj pokrywają koszty przeprowadzenia badania, czyli druk materiałów, wysyłkę, wprowadzanie danych. Ponadto jedna osoba zatrudniona w Consultations and Research Team zajmuje się przede wszystkim panelem, czyli opracowywaniem pytań, tworzeniem kwestionariusza, analizą danych i tworzeniem raportów. Większość czynności związanych z panelem wykonywana jest we własnym zakresie przez urząd, jedynie wprowadzanie danych do komputera zlecane jest zewnętrznej firmie (koszt 500 – 800 funtów, z zależności od ilości pytań otwartych). Zdaniem Anne McDermott



Siedziba Urzędu Miasta w Bristolu

pozwała to na większą elastyczność w przeprowadzaniu panelu (możliwość zmian pytań w ostatniej chwili, szybkiego wprowadzania zmian w raportach końcowych), jak również na łatwiejsze wykorzystanie bazy respondentów w celu rekrutacji do innych form badań organizowanych przez miasto.

Co kilka lat przeprowadzane jest również „odświeżanie panelu”, czyli rekrutacja nowych uczestników na miejsce tych nieaktywnych lub aktywnych od więcej niż trzech lat. Wiąże się to ze stosunkowo dużymi kosztami (ok. 5000 funtów), gdyż wymaga kontaktu w wieloma potencjalnymi uczestnikami – jak wcześniej wspomniano, jedynie około 10% osób godzi się na udział w panelu. W przypadku niedoreprezentowanych grup, których rekrutacja jest szczególnie trudna zachodzi czasem konieczność skorzystania z pomocy wynajętej firmy badawczej. Ulotkę służącą zachęcaniu do udziału w panelu można obejrzeć [tutaj](#).

PLANY ROZWOJU:

Mimo iż obecna formuła panelu jest oceniana jako efektywna i opłacalna, w najbliższej przyszłości planowane jest wprowadzenie kilku zmian.

Przede wszystkim w związku z inicjatywą Partnerstw Sąsiedzkich (Neighbourhood Partnerships), które mają przyczynić się do wzrostu jakości życia w Bristolu, planowane jest uszczegółowienie informacji dotyczących miejsca zamieszkania, tak aby można było przeprowadzać analizy na poziomie poszczególnych sąsiedztw. Ma to umożliwić ocenę działania różnych polityk miejskich na najniższym szczeblu i dzięki temu pomóc lepiej rozpoznać potrzeby społeczności lokalnych.

Ponadto planowane jest zwiększanie ilości osób odpowiadających na ankiety przez Internet. Oprócz oszczędności, przejście panelu do wersji online umożliwiłoby większą elastyczność i możliwość przeprowadzania badań ad hoc. Z podobnych przyczyn planowane jest również umożliwienie uczestnictwa w panelu metodą wywiadów telefonicznych.

WSKAZÓWKI DO REPLIKACJI:

- Należy pytać jedynie o rzeczy, które naprawdę będą mogły być użyte, przyniosą widoczny rezultat. Zdaniem Anny McDermott mieszkańcy szybko przestaliby poświęcać swój czas na panel, gdyby nie widzieli, że jego wyniki faktycznie są brane pod uwagę przez urzędników



Upewnij się, że to o co pytasz ma szansę coś zmienić, bo ludzie przestaną odpowiadać, znużą się odpowiadaniem na pytania, jeśli nie będą widzieli jak te informacje są używane. Dlatego tak ważne jest, aby to o co pytasz było realistyczne.

Anna McDermott

- Kwestie poruszane w panelu powinny dotyczyć całego miasta i większości jego mieszkańców, należy więc unikać pytań na przykład o konkretne dzielnice czy problemy dotyczące konkretnej grupy społecznej (np. młodych rodziców).
- Nie należy powierzać pracy nad końcowym brzmieniem pytań jedynie przedstawicielom wydziałów, którzy korzystają z panelu. Często mają oni tendencję do używania hermetycznego języka, który mógłby być niezrozumiały dla przeciętnego odbiorcy. Wspólna praca z osobą z Consultation and Research Unit pozwala na uniknięcie tych pułapek i przygotowanie poprawnych pod względem metodologicznym pytań.
- Trzeba być ostrożnym jeśli chodzi o ilość otwartych pytań w kwestionariuszach. Zazwyczaj wydają się one najprostszym rozwiązaniem, jednak czasochłonność zarówno wypełniania jak i analizy bywa większa niż waga uzyskanych w ten sposób informacji.
- W związku z wysokimi kosztami rekrutacji panelistów, zwłaszcza z niedoreprezentowanych grup, warto wykorzystywać wszystkie okazje do promowania panelu, na przykład poprzez organizacje, które pracują z przedstawicielami tych grup. Stworzenie bazy kontaktów osób chętnych do wzięcia udziału w panelu może być przydatne też w przyszłości.