



**Polskie
Badania
Internetu**

Anna Miotk, Polskie Badania Internetu
czerwiec 2018

Serwisy z petycjami online



Spis treści

Serwisy z
petycjami online

- **Wstęp**
- **Petycje online. Charakterystyka zjawiska**
 - Definicje
 - Przegląd polskich serwisów z petycjami
 - Mechanizmy petycji wykorzystywane przez władze
 - Krytyka petycji online
 - Zalety petycji online
- **Dane z badania Gemius/PBI**
- **Sugestie praktyczne**
- **Metodologia**
 - Polskie Badania Internetu
 - Badanie Gemius/PBI
 - Zakres danych wykorzystanych w raporcie
 - Definicje wskaźników
 - Literatura źródłowa
 - O autorze raportu
- **Dane kontaktowe**

Wstęp

Serwisy z petycjami online

Petycje online jako forma angażowania się w debatę polityczną budzą liczne kontrowersje. Środowisko naukowe w ich sprawie jest podzielone. Przez niektórych badaczy odbierane są jako narzędzie promujące bierność i minimalne zaangażowanie, niewymagające nawet ruszenia się sprzed ekranu komputera. Inni twierdzą, że petycje online to jedna z uprawnionych form aktywności politycznej w sieci i jest narzędziem edukacji obywatelskiej, zwłaszcza dla młodszych, obytych z internetem pokoleń.

Jedno wiemy na pewno: **zainteresowanie polskich internautów petycjami online wzrosło w okolicy wyborów w 2015 roku i przez kolejny rok utrzymywało się na wysokim poziomie.** Tak wynika z badania Gemius/PBI. Postanowiliśmy się bliżej przyjrzeć tym serwisom i ich użytkownikom. Dane z naszego badania zostały skonfrontowane z wynikami badań naukowych, uzupełniliśmy informacjami na temat tych serwisów, przykładami skutecznych działań i komentarzami ekspertów.

Mamy nadzieję, że **raport „Serwisy z petycjami online”** spotka się z Państwa zainteresowaniem. Zapraszamy do lektury!

Polskie Badania Internetu

Petycje online – charakterystyka zjawiska

Serwisy z petycjami online

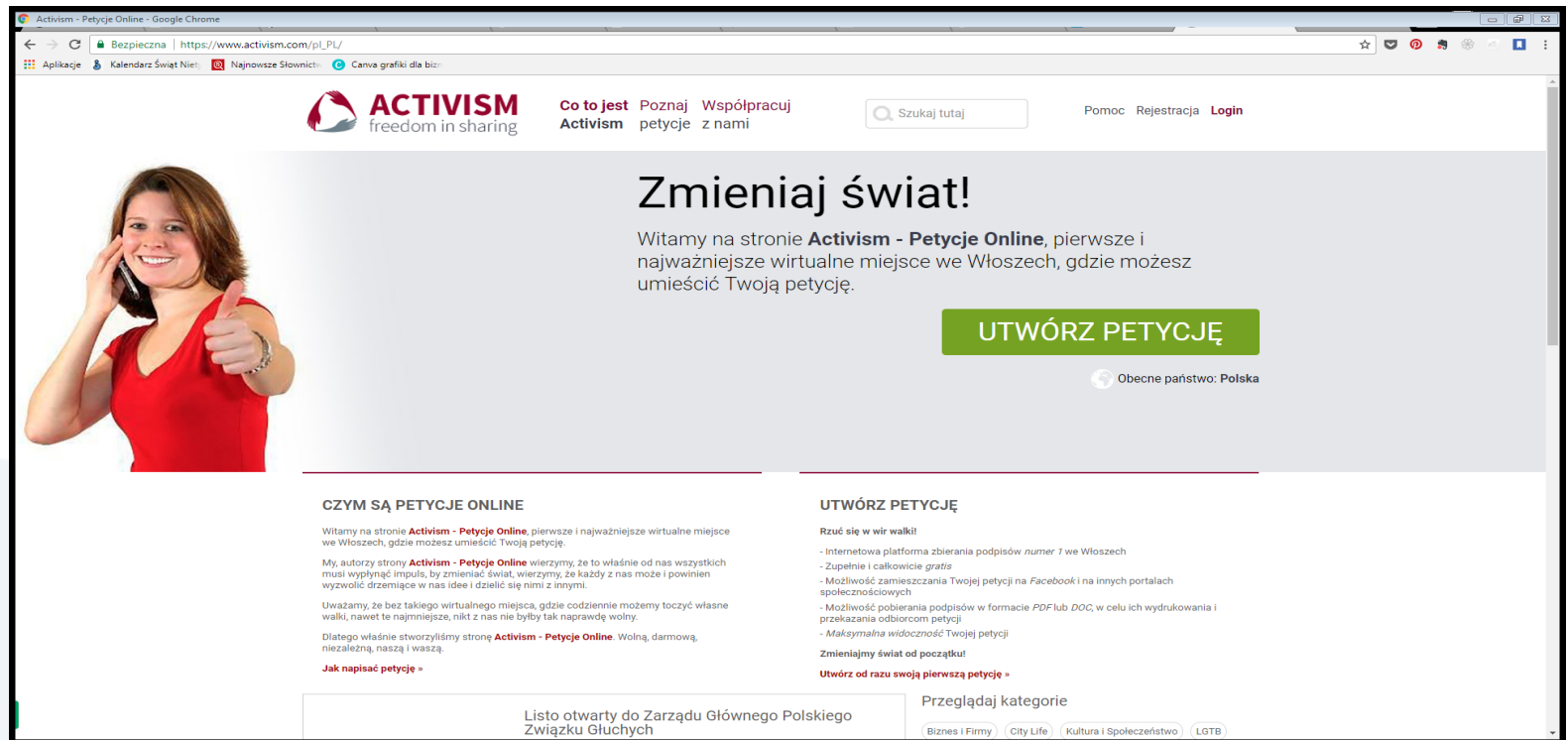
Serwisy z petycjami online

- **Serwis z petycjami online to bazujący na internecie system pozwalający użytkownikom na tworzenie petycji.** Użytkownicy podpisują petycje wypełniając zamieszczone przy nich formularze kontaktowe. Zazwyczaj wymagane jest podanie imienia, nazwiska i adresu e-mail. Niektóre systemy z petycjami umożliwiają użytkownikom również dyskusję na forum.
- **Serwisy z petycjami pojawiły się wraz z rozwojem Internetu Web 2.0** – technologii umożliwiających tworzenie sieci kontaktów, publikowanie własnych treści, interakcję i tworzenie społeczności.
- **Największe międzynarodowe serwisy z petycjami, Avaaz.org i Change.org powstały już w roku 2007.** Z kolei twórcy polskiego serwisu Petycje.pl jako datę początkową w stopce podają rok 2004.
- **W Polsce jest obecnie dostępnych kilka serwisów z petycjami – niektóre są pochodzenia zagranicznego, inne to lokalnie stworzone serwisy.** Największe to platformy międzynarodowe – wspomniane Avaaz.org i Change.org, a także serwis Petycjeonline.com z siedzibą w Finlandii. Na kolejnych stronach prezentujemy przegląd tych serwisów.

Przykład: Activism.com

Serwisy z petycjami online

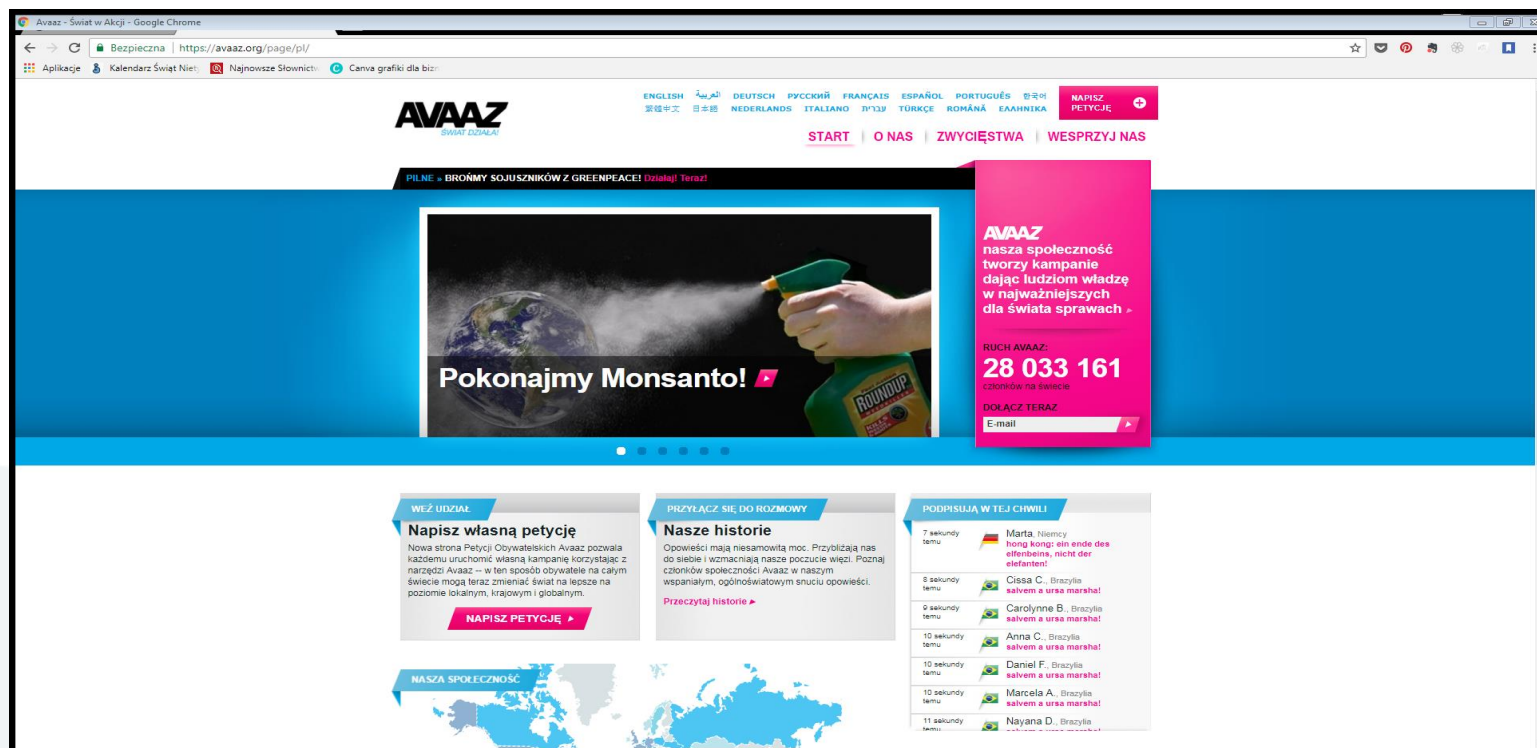
Serwis Activism.com jest serwisem międzynarodowym, powstałym we Włoszech. Działa w kilkunastu państwach, w tym w Polsce. Jak twierdzą jego administratorzy, serwis utrzymuje się z darowizn – w tym celu proszą o wspieranie go wpłatami.



Przykład: Avaaz.org

Serwisy z petycjami online

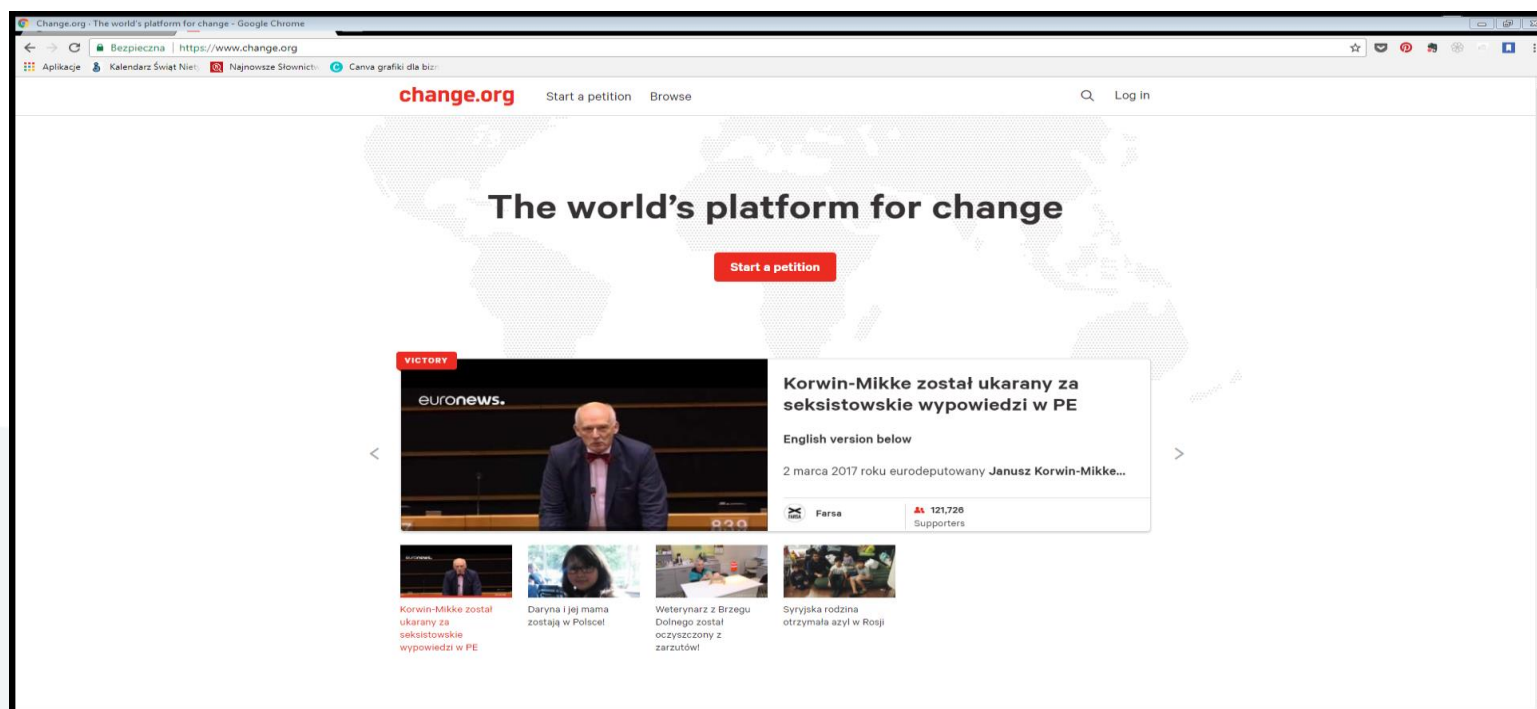
Avaaz.org to serwis o zasięgu międzynarodowym, posiadający swoją polską wersję internetową. Został założony w Stanach Zjednoczonych w 2007 roku przez ruch obywatelski. Promuje globalną aktywność w sprawach takich jak zmiana klimatu, prawa człowieka, prawa zwierząt, korupcja, ubóstwo i konflikty.



Liczba użytkowników z Polski badania Gemius/PBI, wrzesień 2017: 507 942

Przykład: Change.org

Change.org to serwis o zasięgu międzynarodowym, posiadający polskojęzyczną wersję językową. 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.

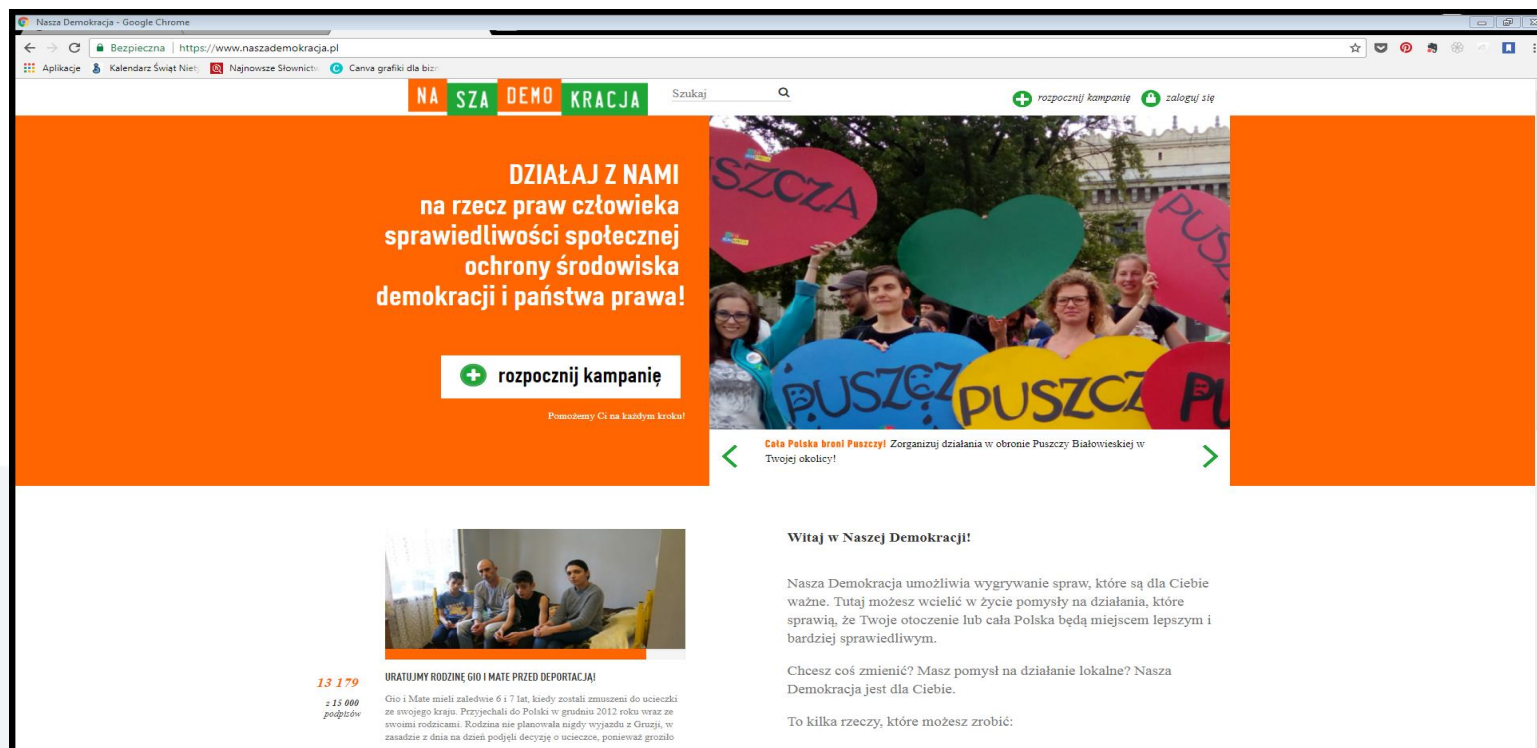


Liczba użytkowników z Polski w badaniu Gemius/PBI, wrzesień 2017: 81 000

Przykład: Naszademokracja.pl

Serwisy z petycjami online

Nasza Demokracja to 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 skutecznej ochrony środowiska.



Przykład: Petycje.pl

Serwisy z petycjami online

Polski serwis Petycje.pl powstał w 2004 roku. Jak podają jego administratorzy, do tej pory zanotował ponad 68 mln wizyt, a pod umieszczonym 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.

The screenshot shows the homepage of Petycje.pl. At the top, there's a navigation bar with the website logo, a search bar, and statistics: "Wizyty: 68,455,763" and "Podpisów: 2,371,118". Below the navigation bar, there's a main content area with a large red 'P' logo and a navigation menu with links: "Strona Główna", "Gorąca Lista", and "Napisz Petycję". A date "06.11.2017" is visible in the top right corner of the main content area.

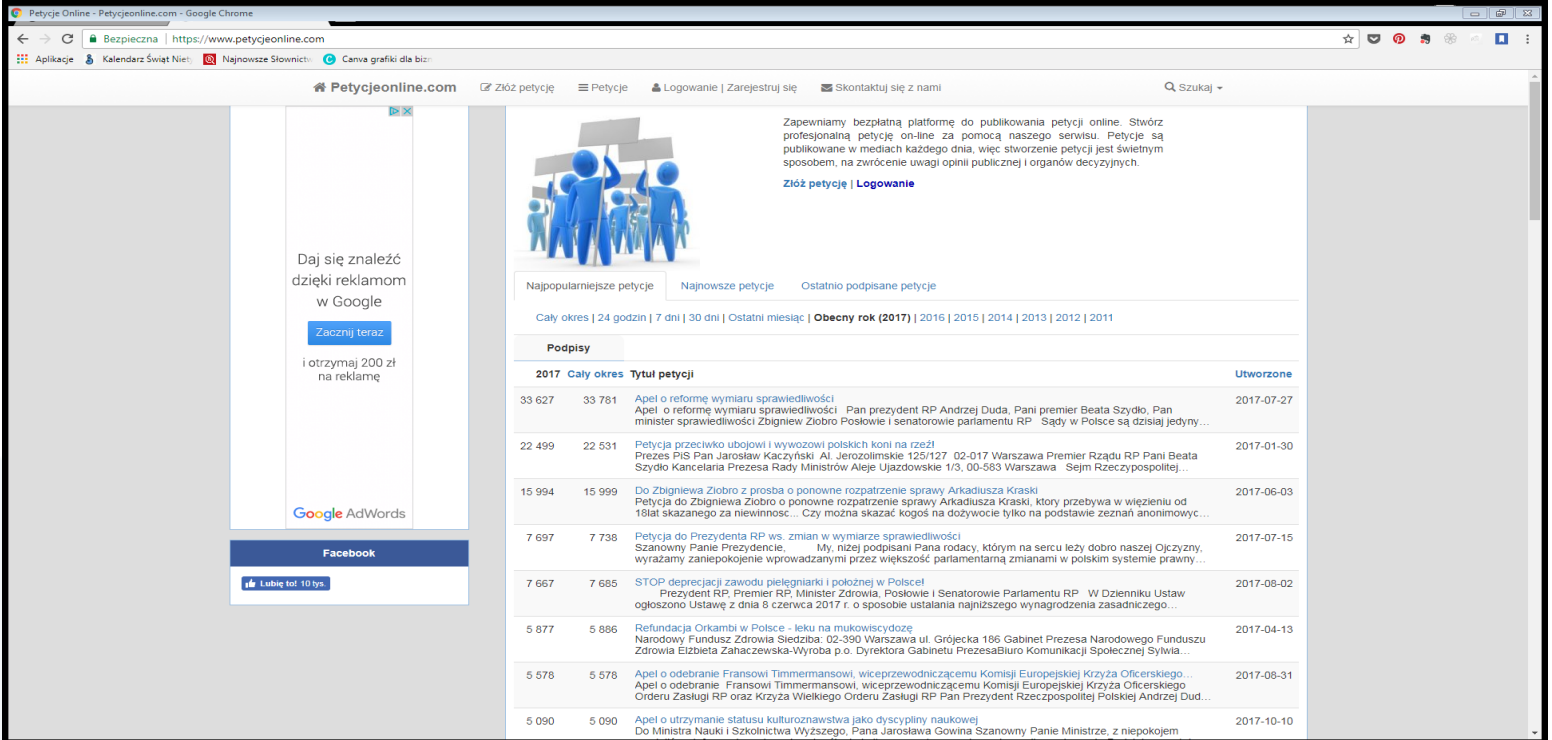
Below the navigation menu, there's a section titled "Nowe petycje" (New petitions) with a table listing recent petitions. The table has three columns: "Nazwa dokumentu" (Document name), "Autor/ Adresat dokum." (Author/ Addressee), and "Data wpisu" (Submission date).

Nazwa dokumentu	Autor/ Adresat dokum.	Data wpisu
PETYCJA MIESZKAŃCÓW POZNANIA PRZECIWO ZMIANIE NAZW ULIC (Petycja)	Amadeusz Smirnow Do: Wojewoda Wielkopolski Zbigniew Hoffmann	06-11-2017 07:17:21
Petycja w sprawie pozostawienia starej wersji bankowości internetowej w ING Bank Śląski S.A (Petycja)	Grzegorz Szoltysek Do: ING Bank Śląski S.A.	02-11-2017 21:13:24
NIE planowanemu przebiegowi drogi DK75 w wariantie KS1 przez Park Krajobrazowy (Petycja)	Gabriela Cygan Do: Halcrow Group Sp. z o.o. (CH2M)	02-11-2017 06:10:54
NIE planowanemu przebiegowi drogi DK75 w wariantie KS1 przez Park Krajobrazowy (Petycja)	Gabriela Cygan Do: Halcrow Group Sp. z o.o.	02-11-2017 06:03:26
NIE planowanemu przebiegowi drogi DK75 w wariantie KS1 przez Park Krajobrazowy (Petycja)	Gabriela Cygan Do: Halcrow Group Sp. z o.o. (CH2M)	02-11-2017 05:42:50
NIE planowanemu przebiegowi drogi DK75 w wariantie KS1 przez Park Krajobrazowy (Petycja)	Gabriela Cygan Do: Halcrow Group Sp. z o.o. (CH2M)	02-11-2017 05:11:54
Nie przenoście nam pomnika Prusa (Petycja)	Marcin Gałązka Do: Prezydent m.st. Warszawy Hanna Gronkiewicz-Waltz	28-10-2017 20:22:22
Sprzeciw wobec kolejnej podwyżki cen leków immunosupresyjnych dla osób po transplantacji narządów (Petycja)	Anna Ogrodowicz Do: Minister Zdrowia Konstanty Radziwiłł	25-10-2017 01:46:58
NIE dla przebudowy kawiarni "Bunkier Szuki" (Petycja)	Nina Gabryś Do: Galeria Sztuki Współczesnej „Bunkier	24-10-2017 22:14:15

Przykład: Petycjeonline.com

Serwisy z
petycjami online

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



The screenshot shows the homepage of Petycjeonline.com. On the left, there is a Google AdWords advertisement. The main content area features a list of petitions under the heading 'Najpopularniejsze petycje'. The table below lists several petitions with their IDs, titles, and creation dates.

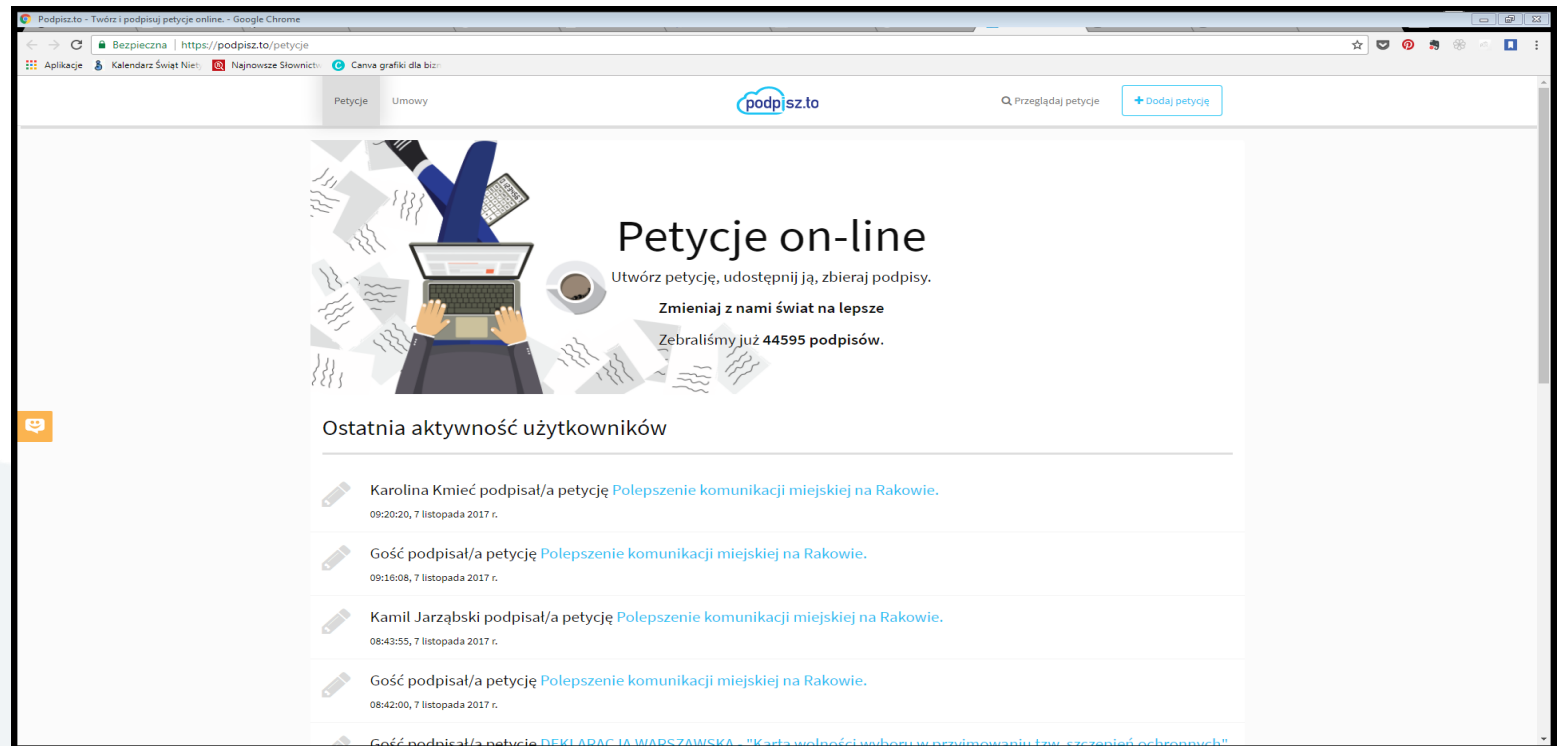
Podpis	Cały okres	Tytuł petycji	Utworzone
33 627	33 781	Apel o reformę wymiaru sprawiedliwości	2017-07-27
22 499	22 531	Petycja przeciwko ubojowi i wywozowi polskich koni na rzeź	2017-01-30
15 994	15 999	Do Zbigniewa Ziobro z prośbą o ponowne rozpatrzenie sprawy Arkadiusza Kraski	2017-06-03
7 697	7 738	Petycja do Prezydenta RP ws. zmian w wymiarze sprawiedliwości	2017-07-15
7 667	7 685	STOP deprecjacji zawodu pielęgniarzy i położnej w Polsce	2017-08-02
5 877	5 886	Refundacja Orkambi w Polsce - leku na mukowiscydę	2017-04-13
5 578	5 578	Apel o odebranie Fransowi Timmermansowi, wiceprzewodniczącemu Komisji Europejskiej Krzyża Oficerskiego...	2017-08-31
5 090	5 090	Apel o utrzymanie statusu kulturoznawstwa jako dyscypliny naukowej	2017-10-10

Liczba użytkowników z Polski w badaniu Gemius/PBI, wrzesień 2017: 85 282

Przykład: Podpisz.to

Serwisy z petycjami online

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



Petycje online jako narzędzie partycypacji politycznej

Serwisy z
petycjami online

- Serwisy z petycjami są uznawane za główne instrumenty elektronicznej partycypacji politycznej, obok forów, chatów, elektronicznych społeczności, e-paneli, e-referendów i elektronicznych sądów cywilnych.
- Henry Jenkins, pisząc o udziale obywateli, wspomina wręcz o „polityce partycypacji”, którą określa jako „interaktywne działania, bazujące na równorzędnych połączeniach, przez które osoby i grupy próbują wywrzeć wpływ i uzyskać głos w sprawach interesujących opinię publiczną”. (Jenkins i inni, 2016, s. 157).



Serwisy z petycjami online

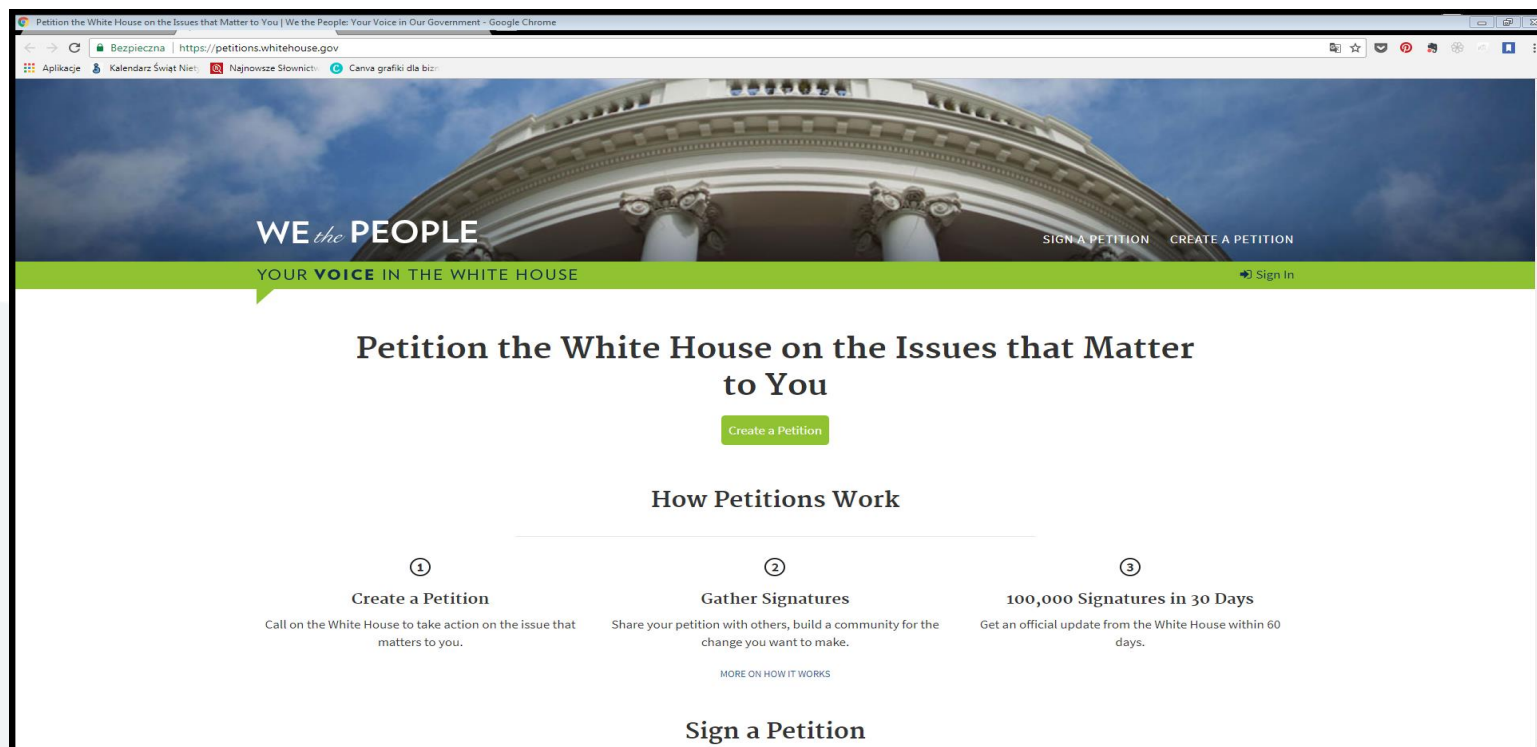


Piotr Talarek, TBT i Wspólnicy, ekspert public affairs i komunikacji korporacyjnej

- **Petycja są narzędziem dialogu sił społecznych**, od ponad dwustu lat obecnym w demokracji parlamentarnej. Dość powiedzieć, że wiele narodów – od amerykańskiego po polski, wpisało petycje do swoich konstytucji. Są swoistym głosem obywatelskim, wyrażanym pomiędzy aktami wyborczymi, a w epoce malejącej roli tradycyjnych partii politycznych w zachodnich demokracjach – znaczącym głosem woli suwerena, dużo istotniejszym niż anonimowe sondaże opinii wyborczych.
- **Nie możemy jednak nie zauważać, że forma petycji zmieniała się na przestrzeni lat, w ślad za tym jak zmieniały się społeczeństwa i formy komunikacji społecznej.** Dzisiejsze petycje, by skutecznie wyrażały głos społeczeństwa obywatelskiego wymagają dostosowania do jego aktualnych zwyczajów i preferencji komunikacyjnych, ale też profilu potencjalnych sygnatariuszy petycji. W polskim społeczeństwie poziom cyfryzacji jest nadal na stosunkowo niskim poziomie, a rzeczywista aktywność w sieci dominuje w dużych miastach. I mimo iż, jak pokazują badania, ugrupowania konserwatywne i prawicowe są silniej obecne w internecie, to jak pokazały niedawne obywatelskie inicjatywy ustawodawcze (np. w sprawie ograniczenia handlu w niedziele, zaostreżenia prawa aborcyjnego) podpisy są skutecznie zbierane (odpowiednio: 1 mln i 800 tys.) głównie w niewielkich społecznościach i środowiskach związanych z Kościołem Katolickim i związkami zawodowymi.
- Stosunkowo niska skala wykorzystania petycji w dialogu z parlamentem, rządem i administracją wynika nie tylko z niskiego poziomu cyfryzacji polskiego społeczeństwa. **Moim zdaniem wiele do zrobienia mają zarówno administratorzy serwisów petycyjnych, organizatorzy „inicjatyw petycyjnych” jak i sama administracja rządowa.** Aby serwisy zyskały większą popularność i wagę, muszą udoskonalić technologię, lepiej zabezpieczać dane i powiększyć zasięg w Polsce. Wielu inicjatorów akcji obywatelskich, opartych na petycjach zdają się nie doceniać wagi tego narzędzia. Petycje wymagają przemyślanej akcji marketingowej jeszcze przed upublicznieniem postulatów, w trakcie zbierania podpisów jak i po osiągnięciu celu. Jak pokazują badania zespołu Hellen Margetts, petycje które nie zdobędą znaczącej liczby podpisów w okresie 1-2 tygodni, nie zdobędą ich już nigdy. Dlatego tak istotne jest precyzyjne zaplanowanie komunikacji i momentum zainicjowania zbierania podpisów, uwzględniającego zarówno czynniki wewnętrzne jak i dynamikę dyskursu politycznego. Z kolei polski rząd i administracja mógłby dla wzmocnienia demokracji wspierać serwisy petycyjne, podobnie jak czynił to np. rządy amerykański i brytyjski. Dotychczasowa praktyka składania petycji jest archaiczna. Byłoby uzasadnione akceptowanie przez administrację petycji składanych za pośrednictwem niezależnych platform cyfrowych, spełniających surowe normy technologiczne (bezpieczeństwa).
- Gdy zostaną spełnione te trzy warunki, petycje mają szansę zaistnieć w polskim życiu politycznym w znacząco większym stopniu. Mogą stać się silniejszym narzędziem oddziaływania niż sondaże – będą stali za nimi „prawdziwi ludzie”. Nie mają moim zdaniem racji krytycy cyfrowych petycji – slaktywizm istnieje, ale jest to inna forma aktywności, wynikająca często z nieumiejętności utrzymania uwagi sił politycznych na swoich postulatach. **Dzisiejszy obywatel, zanurzony w informacyjnym i rozrywkowym strumieniu ma znacząco mniej czasu na aktywność polityczną, zatem skupienie jego uwagi nawet na mikro aktywności politycznej może być sukcesem.**

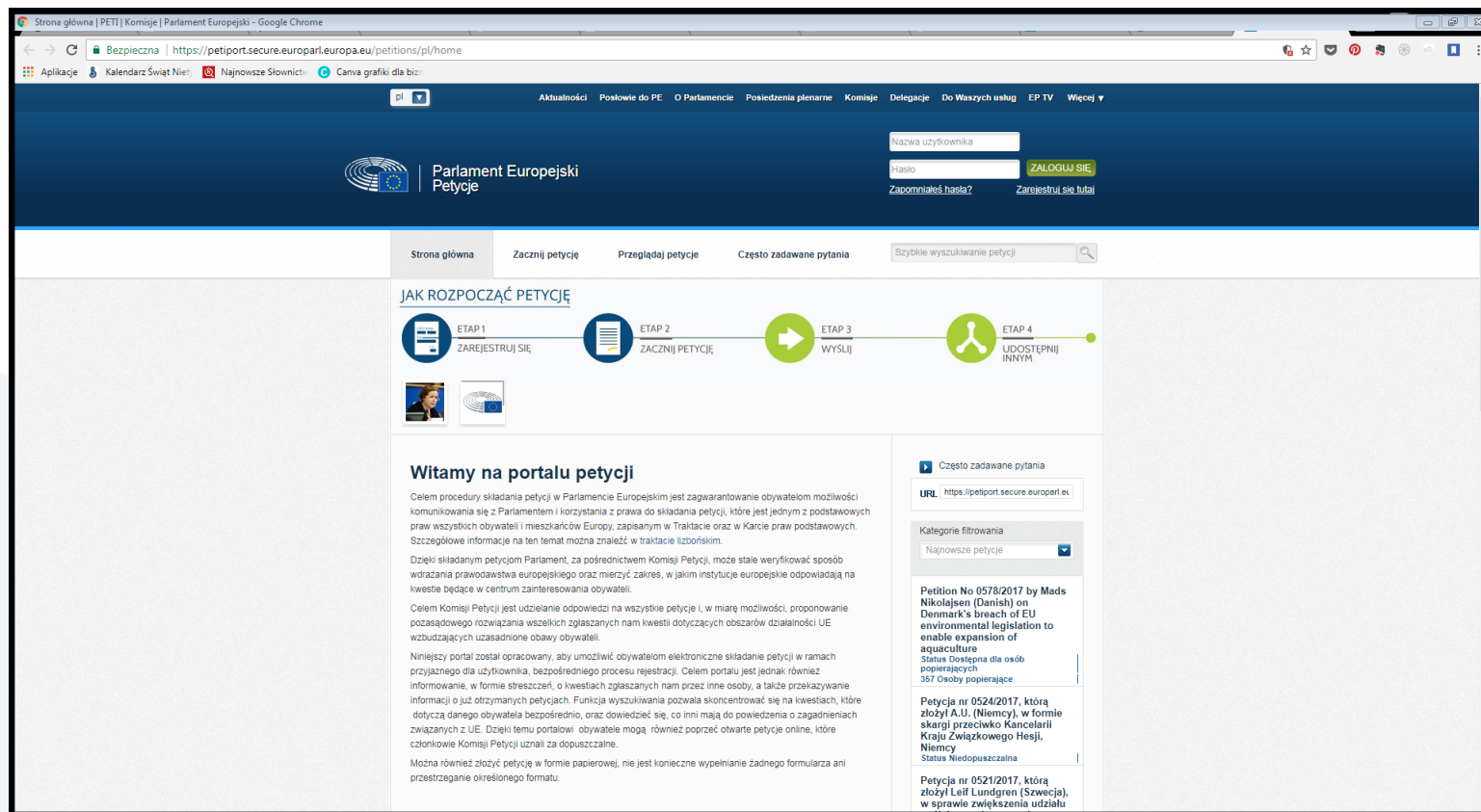
Mechanizmy petycji wykorzystywane przez władze – Biały Dom

Rolę petycji online jako narzędzia komunikacji z obywatelami dostrzegł Biały Dom, który uruchomił specjalny serwis We the People do tworzenia petycji i gromadzenia podpisów pod nimi. Jeśli twórca petycji uzbiera 100 tys. podpisów w 30 dni, petycja zostaje rozpatrzona przez Biały Dom, przekazana ekspertom i uzyskuje oficjalną odpowiedź.



Mechanizmy petycji wykorzystywane przez władze – Parlament Europejski

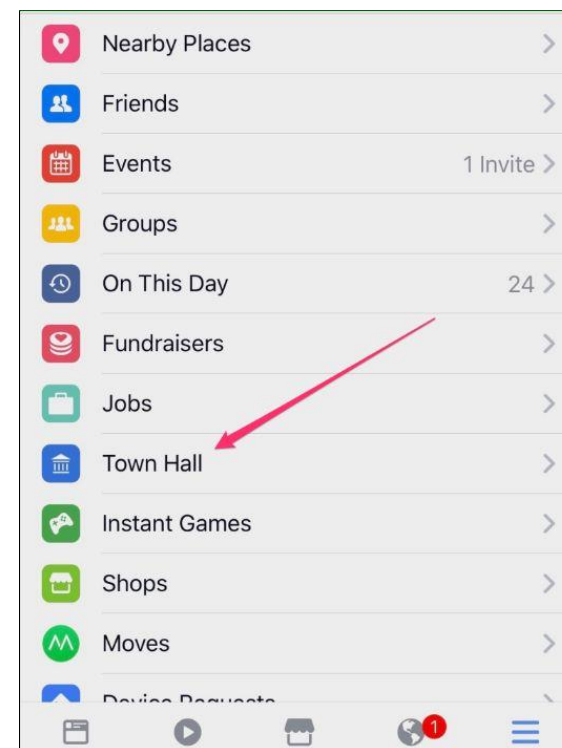
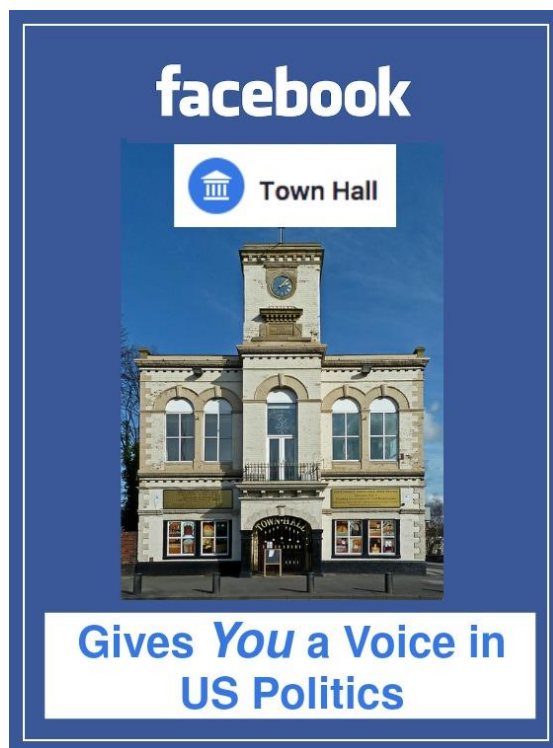
Swój serwis z petycjami posiada również Parlament Europejski. Obywatele mogą w nim tworzyć własne petycje do Parlamentu, jak również promować petycje wśród swoich znajomych dzięki mechanizmom społecznościowego udostępniania.



Facebook dostrzegł potencjał petycji online

Serwisy z petycjami online

W marcu 2017 Facebook poinformował o udostępnieniu nowej funkcji - Town Hall. Ma ona ułatwiać kontakty obywateli z politykami i instytucjami, a także przypominać o wydarzeniach politycznych. Usługa ma też ułatwić składanie petycji online. Jak na razie Town Hall działa tylko w Stanach Zjednoczonych.



Źródła obrazów: wonderoftech.com, wirtualnemedi.pl

Zalety petycji online



Serwisy z petycjami online

W nowszych badaniach badacze dostrzegają, że petycje online mają swoje liczne zalety w budowie demokratycznego społeczeństwa.

- Petycje pozwalają angażować młodych, którzy w świecie internetu czują się swobodnie i naturalnie.
- Dla młodych ludzi petycje online mogą być dobrym wstępem do „tradycyjnych” aktywności politycznych.
- Petycje online wzmacniają tożsamość organizacji zbierających podpisy pod petycjami i powodują, że członkowie tych organizacji silniej się z nimi utożsamiają.
- Petycje stymulują debatę polityczną i pozwalają dzielić się poglądami przy niskich kosztach zaangażowania uczestników.
- Osoby aktywne online (podpisujące czy tworzące petycje) to również osoby, które są aktywne offline.
- Petycje online pozwalają wyrażać poglądy grupom do tej pory marginalizowanym w przestrzeni publicznej
- Aktywność związana z petycją służy do upowszechniania informacji o proteście.
- Interakcje w sieci (także te związane z petycjami) mają znaczenie dla wzrostu świadomości politycznej.
- Petycje online odgrywają ważną rolę w przestrzeni publicznej – pozwalają na budowanie kapitału społecznego, co jest możliwe dzięki interakcji ze społecznością.

Grzegorz Żukowski, Amnesty International Polska, Specjalista ds. PR

Serwisy z
petycjami online



- Petycje on-line dla Amnesty International są jedną z podstawowych narzędzi realizujących nasze cele. Po pierwsze umożliwiają nam w szybki sposób pomagać ludziom, których prawa są łamane. Po drugie pomagają nam budować ruch ludzi, którzy w obronie praw człowieka występują. Podpisując petycję osoby zgadzają się na podzielenie się z nami swoimi danymi (tj. mail i telefon), które umożliwiają nam pozostanie z nimi w kontakcie, zachęcenie do działania w innych akcjach, wsparcia Stowarzyszenia finansowo, dołączenie do Stowarzyszenia. Istotne jest dla nas zatem ciągle doskonalenie tego mechanizmu, obserwowanie jak robią to inni, aby zdobywać podpisów jak najwięcej.

Krytyka petycji online

Serwisy z petycjami online

Petycje online już od samego początku budziły kontrowersje wśród badaczy. Poniżej przedstawiamy główne zarzuty, wybrane przez nas ze źródeł naukowych (lista źródeł na końcu raportu).

- Serwisy z petycjami to sposób na gromadzenie bazy e-maili, aby potem móc wysyłać prośby o dotacje.
- Aktywność wielu internautów ogranicza się do złożenia podpisu pod petycją (tzw. slaktywizm).
- Zbyt złożone problemy nie nadają się do przedstawienia w formie petycji.
- Użytkownicy mogą odbierać podpisanie petycji jako „wykonanie zadania”, bez miejsca na głębsze zaangażowanie czy dowiedzenie się więcej o sprawie, którą popierają.
- Zbierający petycje mogą się nadmiernie skupiać na liczbie podpisujących, nie zaś na jakości zaangażowania – np. na wiadomościach otrzymanych od podpisujących.
- Petycje mogą być zagrożeniem, jeśli władze danego państwa są bardzo represyjne i karzą za przejawy politycznej aktywności w internecie.
- Petycje mogą być traktowane jako narzędzie budowania wizerunku przez udostępniających petycje Aktywizm online może zastępować tradycyjne aktywności i obniżać poziomy uczestnictwa.
- Serwisy z petycjami miały w przeszłości problemy z bezpieczeństwem danych.
- Petycja online nie tworzy społeczności – podpisujący nie mają kontaktu pomiędzy sobą.
- Serwisy z petycjami są powiązane z politykami określonych opcji – w ten sposób stanowią jeszcze jedno narzędzie wpływu polityków na obywateli.
- Serwisy z petycjami pozwalają każdemu na stworzenie swojej petycji – dlatego w serwisach z petycjami pojawiają się też petycje niezgodne z wartościami danego serwisu.
- Nie można dokładnie stwierdzić, czy aktywności online przekładają się na aktywności offline.

Serwisy z
petycjami online

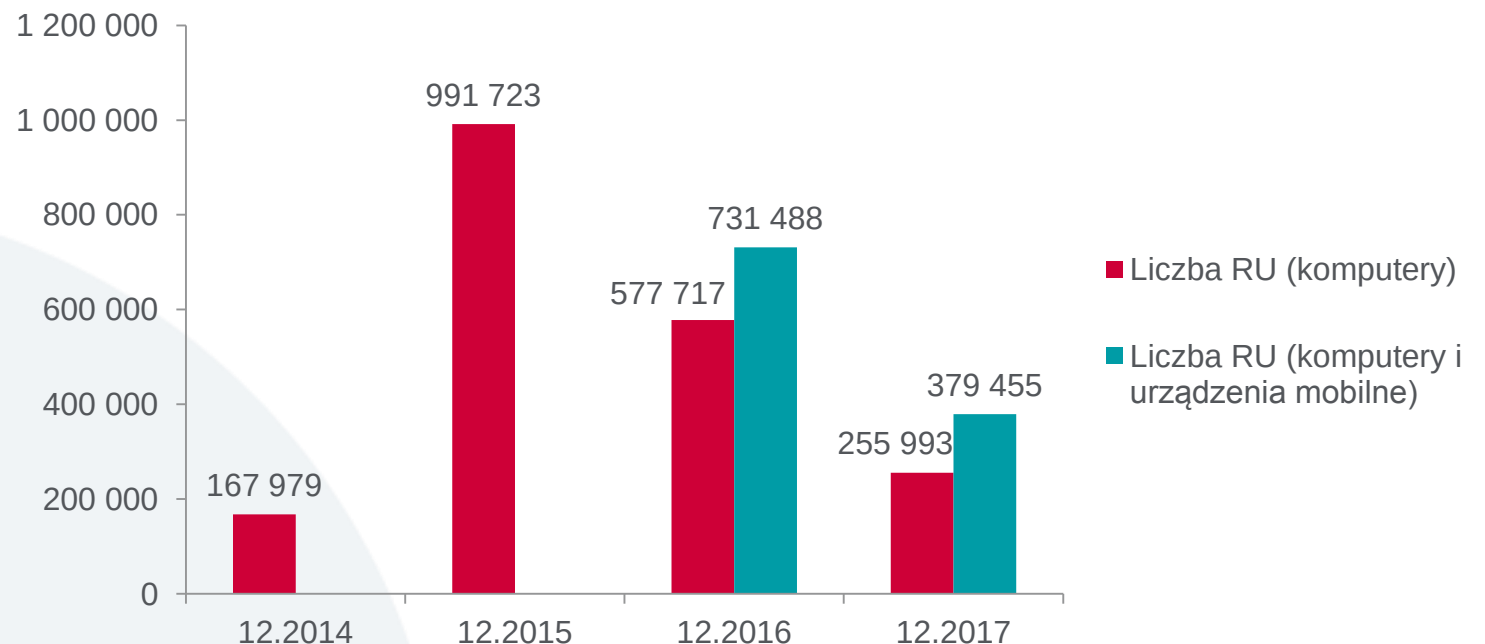
Petycje online w badaniu Gemius/PBI

Serwisy z petycjami w badaniu PBI

Serwisy z petycjami online

- Do analizy wybraliśmy trzy największe serwisy z petycjami, które są dostępne w polskim internecie i które przyciągają na tyle duży ruch, że w latach 2014-2017 są obecne w badaniach Megapanel i badaniach Gemius/PBI: petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org (do analiz wybrano miesiąc grudzień, jako ten, w którym na omawianych serwisach odnotowano największy ruch).
- Od 2015 roku można zaobserwować wyraźny wzrost zainteresowania badanymi serwisami. To czas wyborów w Polsce i wygranej Prawa i Sprawiedliwości. Nowy rząd i jego plany wywołują intensywną debatę publiczną, zwłaszcza w pierwszych miesiącach działalności. W grudniu 2016 liczba użytkowników serwisów z petycjami wyraźnie spadła, choć i tak była wyższa niż w grudniu 2014.

Liczba użytkowników serwisów z petycjami



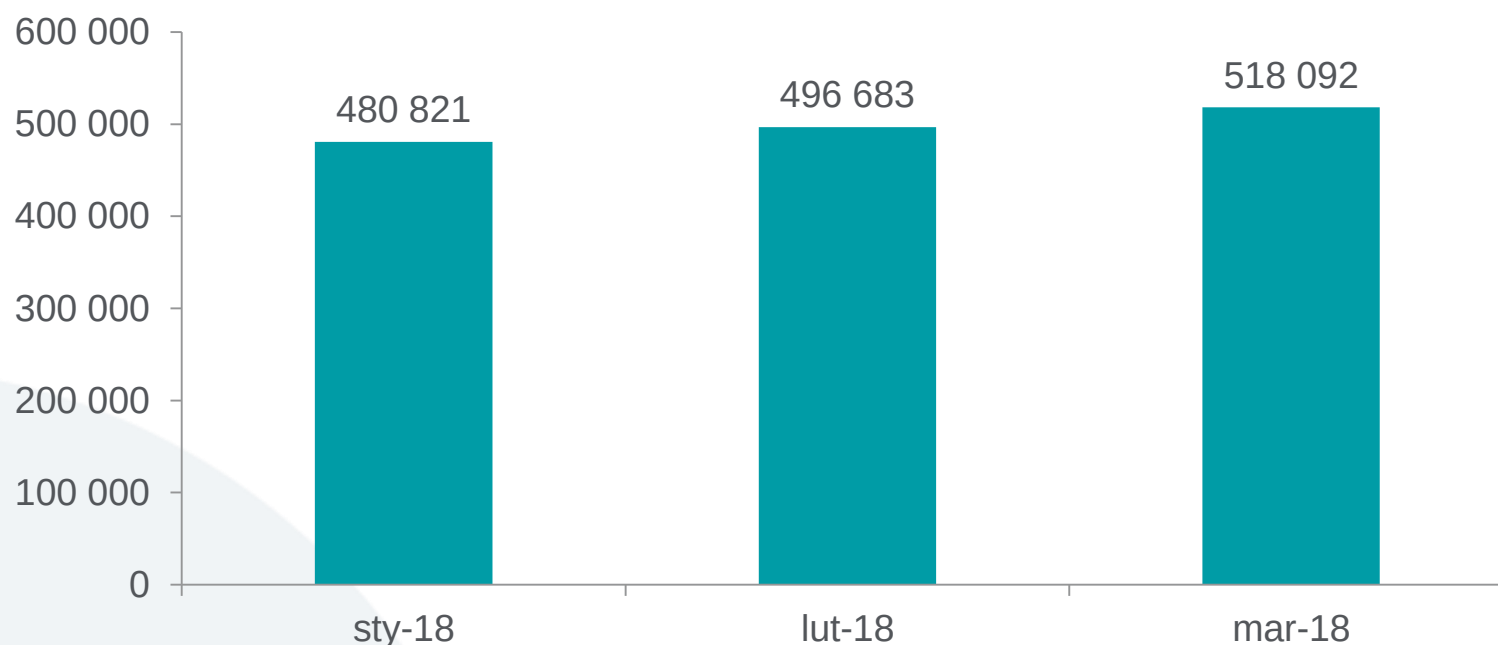
Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współoglądalności. Źródło danych: badanie Megapanel PBI/Gemius (2014-2015) i badanie Gemius/PBI (2016-2017).

Zwiększona aktywność na początku 2018

Serwisy z petycjami online

W pierwszym kwartale 2018 roku aktywność w serwisach z petycjami była wyższa, niż pod koniec roku. Był to czas intensywnej debaty publicznej nad formą sprawowania rządów przez partię rządzącą czy kolejnej odsłony debaty na temat zmian w ustawie o planowaniu rodziny, ochronie płodu ludzkiego i warunkach dopuszczalności przerywania ciąży.

Liczba RU (komputery i urządzenia mobilne)

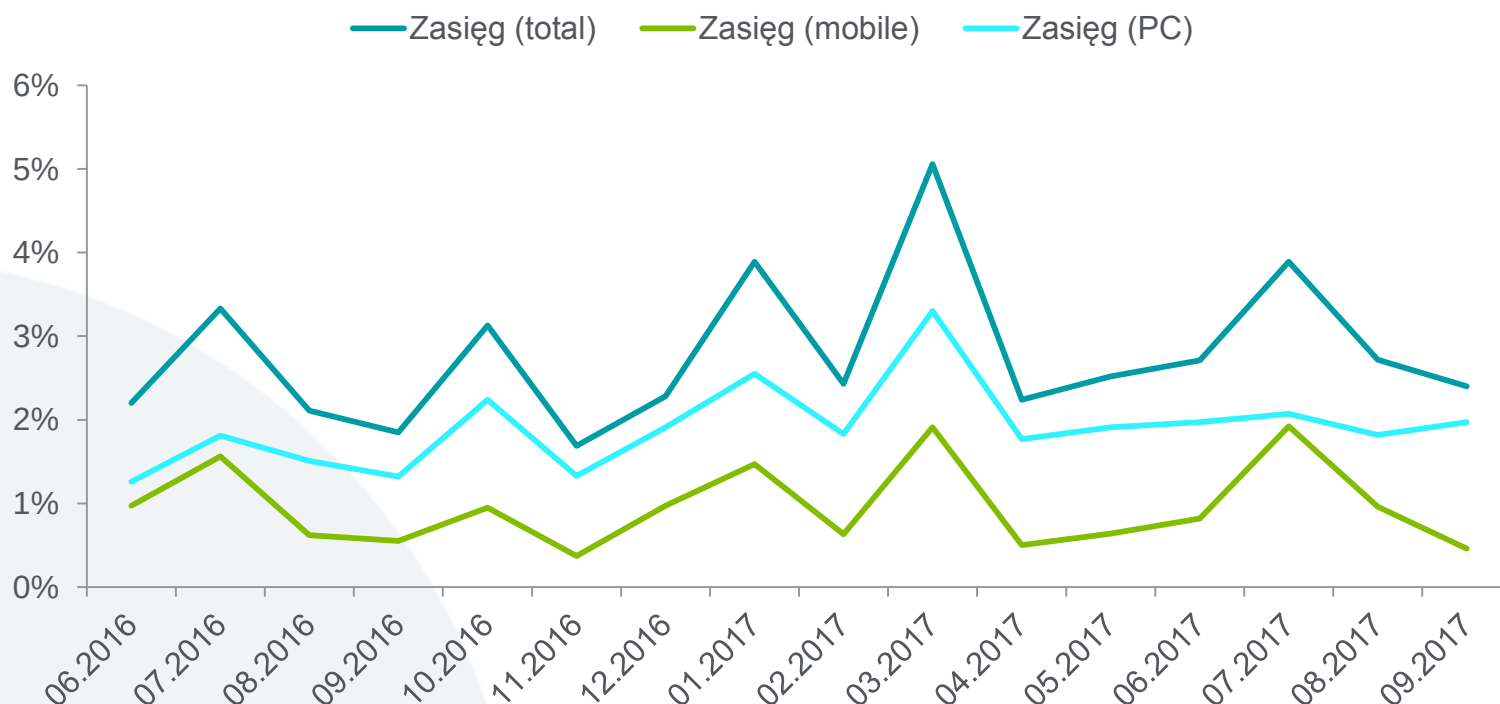


Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości. Źródło danych: badanie Gemius/PBI (styczeń-marzec 2018).

Zasięgi rosną wraz z temperaturą debaty publicznej

W przypadku serwisów z petycjami trudno mówić o jakiegokolwiek sezonowości związanej z wakacjami czy świętami. Rytm zainteresowania nimi wyznacza temperatura debaty publicznej, która rośnie w zależności od aktualnych wydarzeń politycznych. Można wówczas zauważyć, że uaktywniają się zarówno popierający rząd, jak też będący w opozycji – każda strona stara się angażować swoich odbiorców przez tworzenie i promowanie konkretnych inicjatyw.

Zasięg serwisów z petycjami



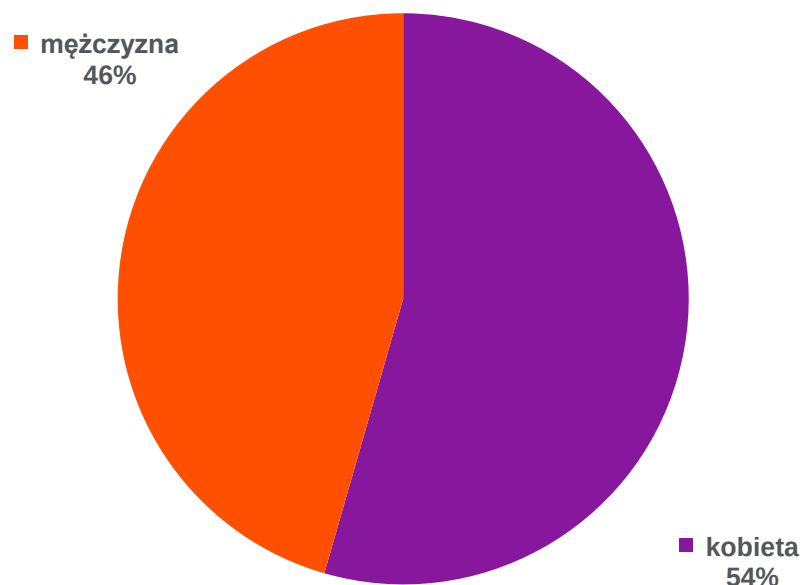
Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości. Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2016 – wrzesień 2017.

Kobiety bardziej zainteresowane

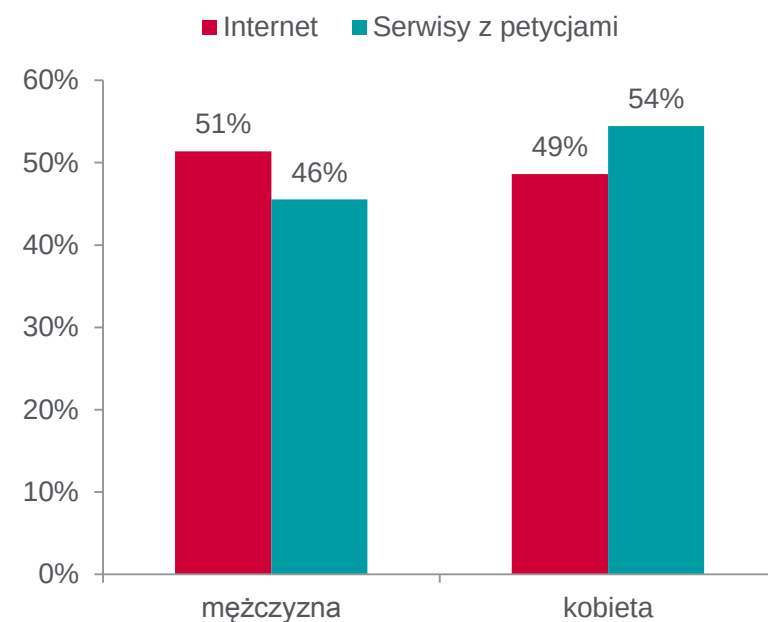
Serwisy z petycjami online

Na serwisach z petycjami online większość użytkowników to kobiety –54 proc. Ich udział w serwisach z petycjami jest o kilka procent wyższy niż wśród ogółu internautów.

**Płeć użytkowników serwisów z petycjami,
liczba użytkowników = 733 987**



Profil użytkownika

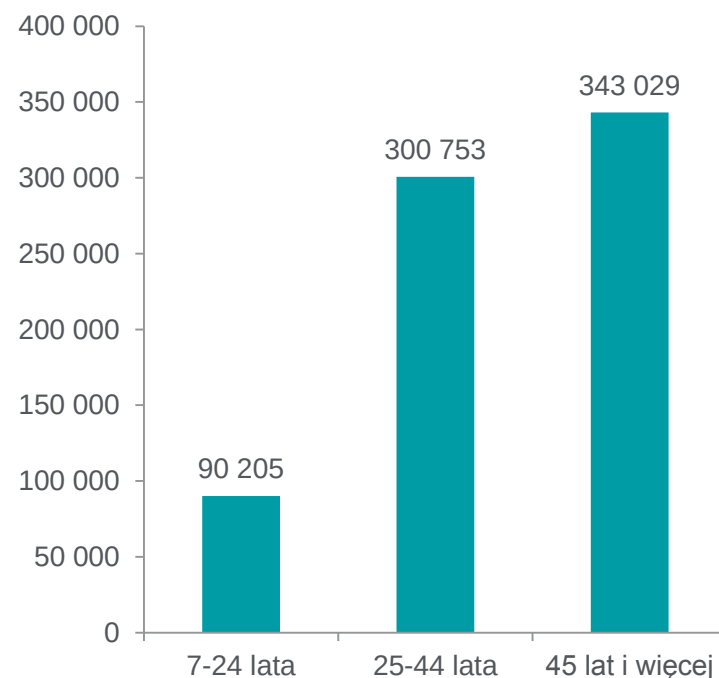


Wykres przedstawia dane dla petyceonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości. Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

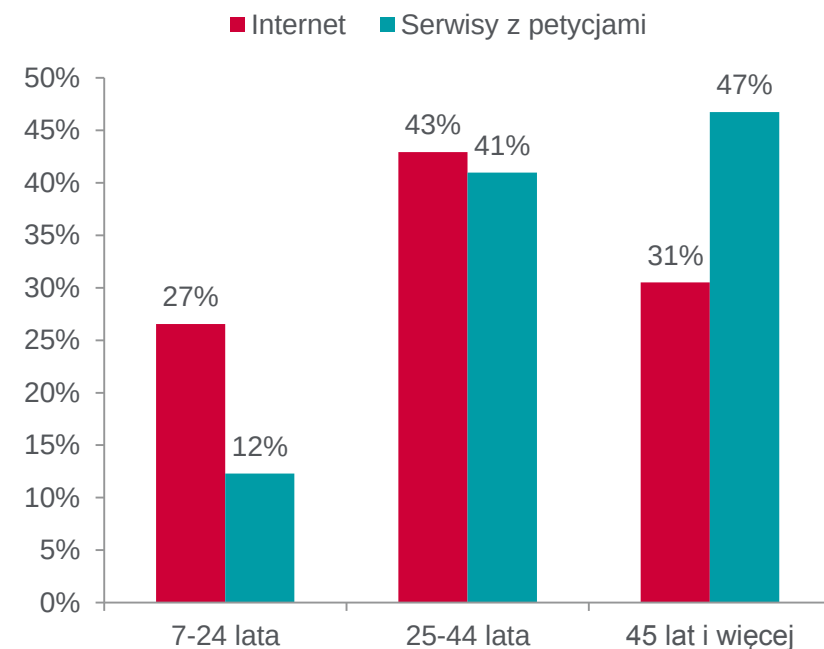
Wysoki udział internautów w wieku 45+ w serwisach z petycjami

Choć w serwisach z petycjami liczebność grupy osób w wieku 25-44 i grupy osób w wieku powyżej 44 lat jest podobna, to wyraźnie widać, że internauci z tego drugiego zbioru są mocno nadreprezentowani w stosunku do internetu.

Liczba użytkowników w grupach wiekowych



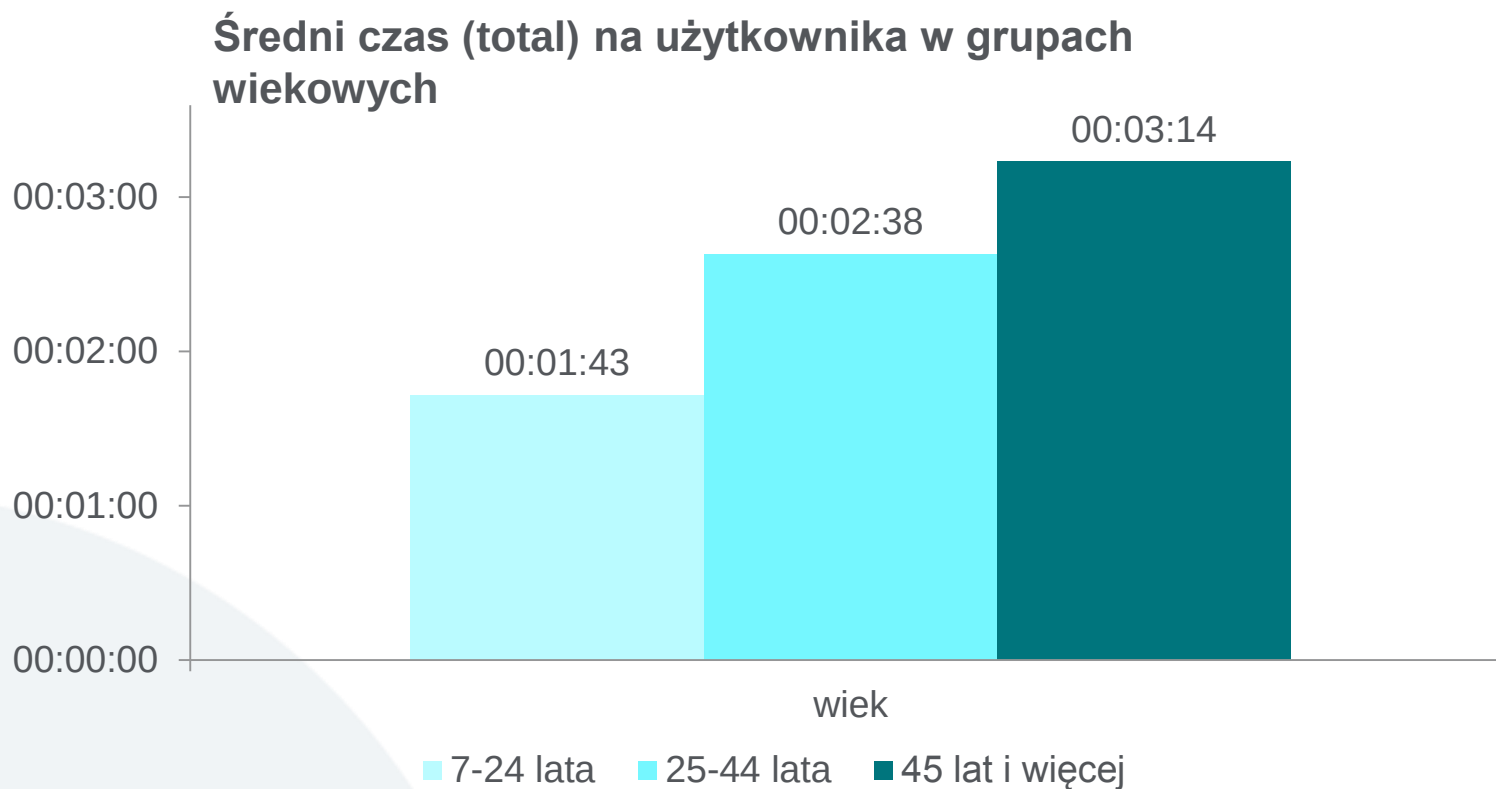
Profil użytkownika



Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współoglądalności. Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

Starsi użytkownicy spędzają więcej czasu w serwisach z petycjami

Średni czas spędzany w serwisach z petycjami online rośnie wraz z wiekiem. Im starszy jest użytkownik tych serwisów, tym więcej czasu w nich spędza.



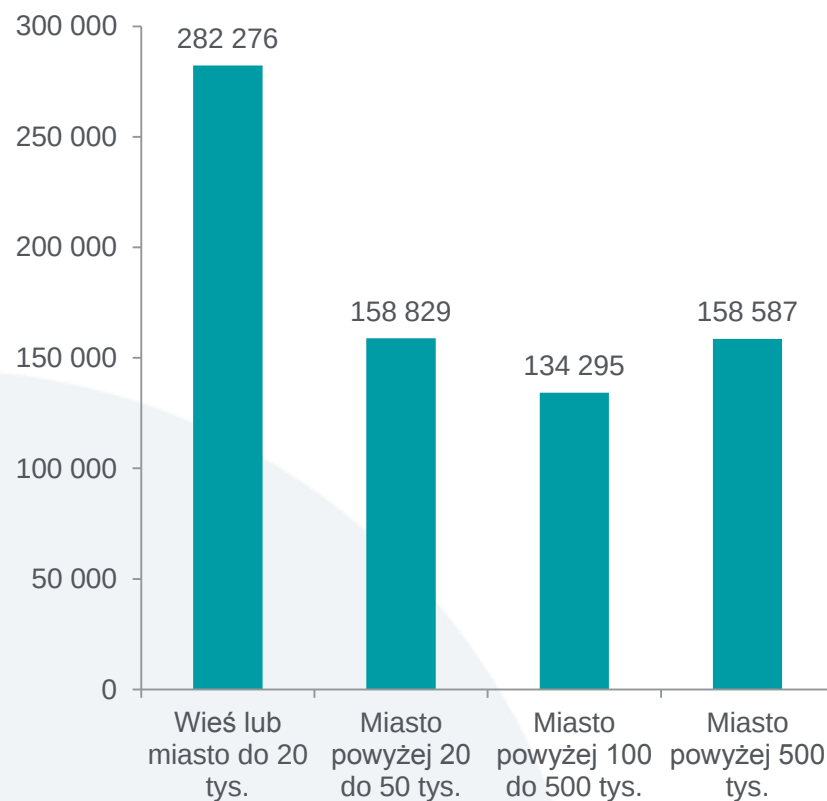
Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości.
Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

Im większa miejscowość, tym wyższy zasięg

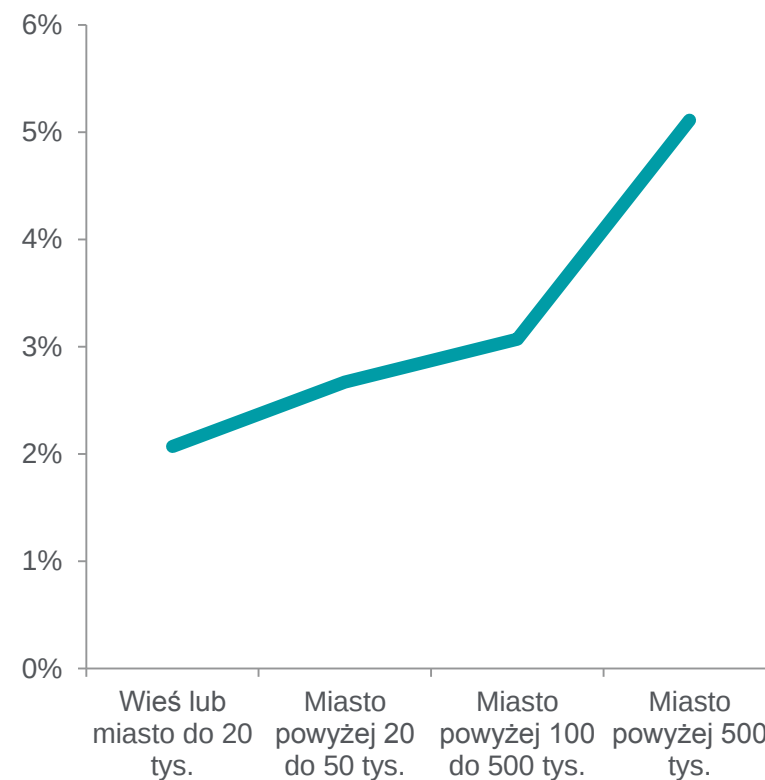
Serwisy z petycjami online

Choć najbardziej liczną grupą użytkowników serwisów z petycjami są mieszkańcy mniejszych miejscowości, to największe zasięgi odnotowuje się dla mieszkańców dużych miast. Oznacza to, że wśród wszystkich mieszkańców miast pow. 500 tys. z petycji online skorzystało 5 proc, a wśród mieszkańców wsi i miast do 20 tys. – 2 proc. (zasięg rozumiany tutaj jest jako stosunek liczby użytkowników badanych serwisów w danej grupie celowej do liczby wszystkich użytkowników Internetu z tej grupy celowej).

Liczba użytkowników (RU) według wielkości miejscowości



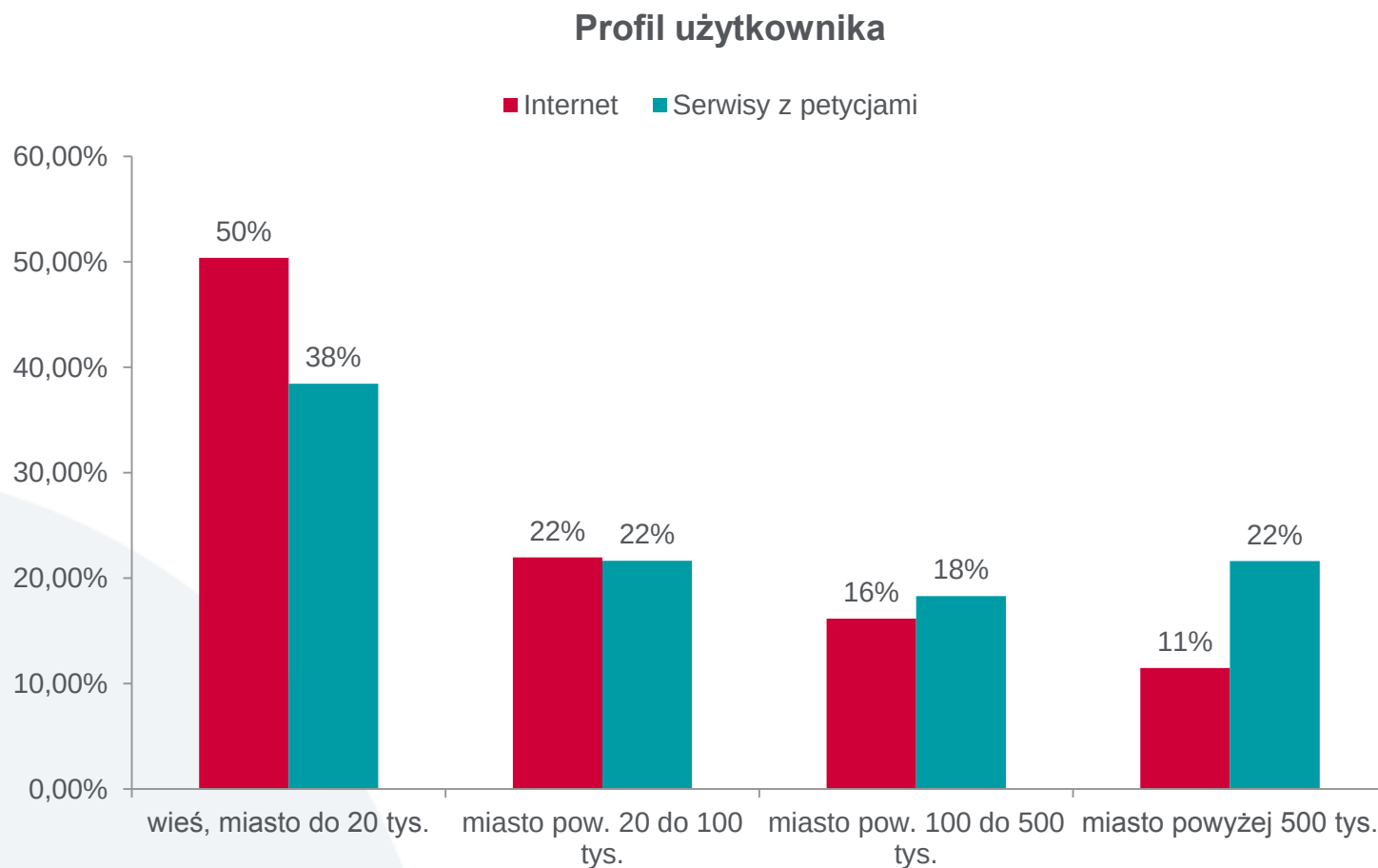
Zasięg ze względu na wielkość miejscowości



Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości.
Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

Większy udział internautów z większych miejscowości

Ze względu na wielkość miejscowości profil użytkownika serwisów z petycjami jest różny od profilu przeciętnego internauty - większy jest udział osób z większych miejscowości.

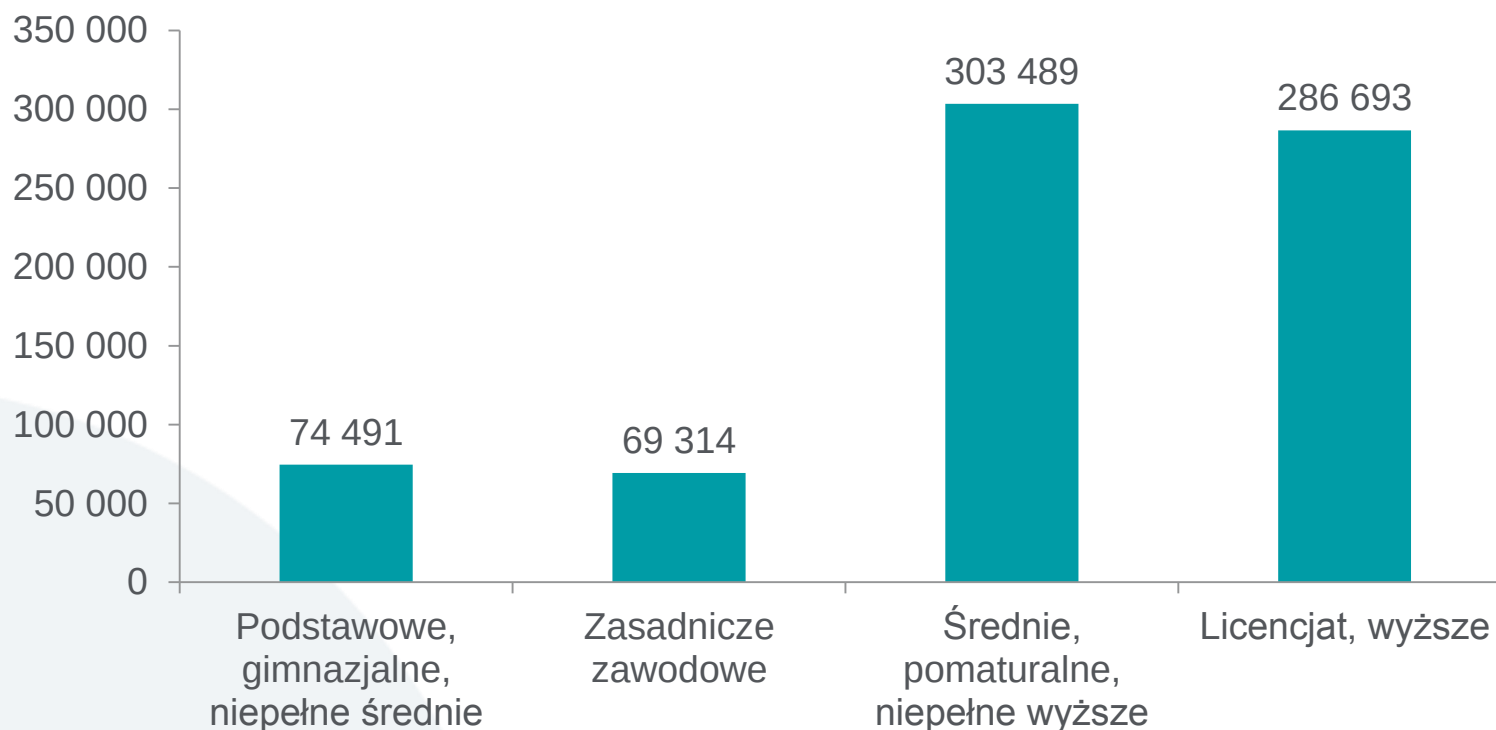


Wykres przedstawia dane dla petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości. Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

Im wyższe wykształcenie, tym więcej użytkowników

Liczba użytkowników rośnie z poziomem wykształcenia. Osoby z maturą (ale bez ukończonych studiów) to ponad 40 procent odbiorców serwisów z petycjami. Bardzo podobny odsetek to użytkownicy posiadający wykształcenie wyższe.

Wykształcenie a liczba użytkowników serwisów z petycjami



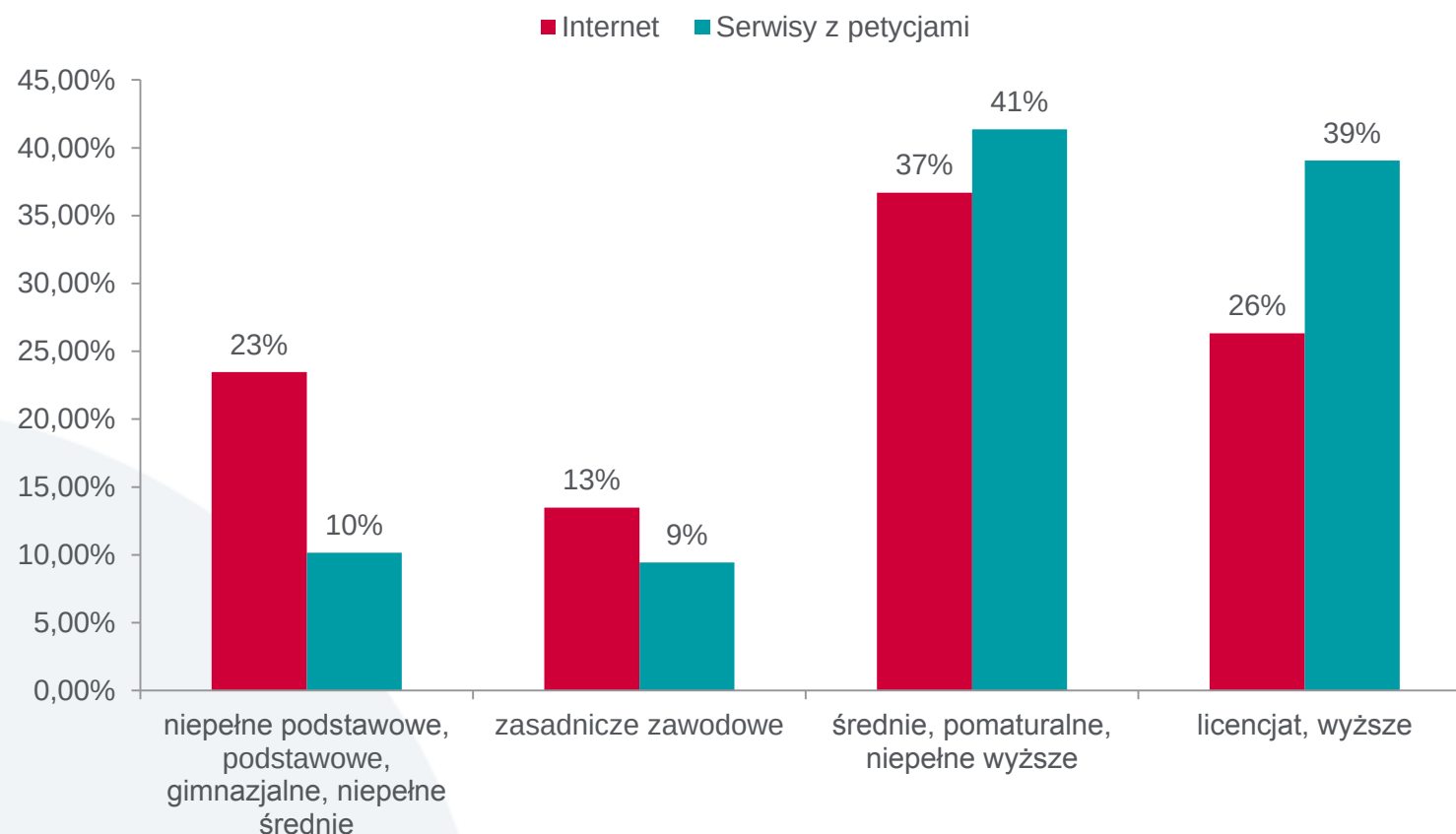
Wykres przedstawia dane dla petycje.pl, petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości. Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

Wyższy udział wykształconych

Serwisy z petycjami online

Profil użytkownika serwisów z petycjami różni się od profilu statystycznego użytkownika internetu także pod kątem wykształcenia. W serwisach z petycjami większy jest udział osób z średnim, a zwłaszcza z wyższym, wykształceniem.

Profil użytkownika



Wykres przedstawia dane dla [petycje.pl](#), [petycjeonline.pl](#), [avaaz.org](#) i [change.org](#) z uwzględnieniem współoglądalności. Źródło: badanie Gemius/PBI, czerwiec 2017

Wnioski

Serwisy z petycjami online

- **Serwisy z petycjami zyskały na znaczeniu w roku 2015, podczas ostatnich wyborów parlamentarnych w Polsce.** Także po wyborach cieszą się większym zainteresowaniem internautów. Wynika to ze wzrostu natężenia debaty politycznej w Polsce. Z innych badań wynika, że te aktywności umiarkowanie wiążą się z poglądami liberalnymi, które obecnie w Polsce są reprezentowane przez opozycję.
- **Petycje online są częściej odwiedzane przez kobiety** niż przez mężczyzn. Być może dlatego, że serwisy z petycjami są serwisami społecznościowymi i jako takie mają szansę angażować więcej kobiet niż mężczyzn.
- **Największa i najbardziej zaangażowana grupa użytkowników petycji online to osoby w wieku powyżej 45 lat.** Osoby te bardziej niż młodsi internauci interesują się polityką i sprawami publicznymi. Jak wynika z danych z badania Gemius/PBI, są one ponadprzeciętnie zainteresowane również serwisami zawierającymi informacje i treści publicystyczne.
- **Im wyższe wykształcenie, tym większe zainteresowanie serwisami z petycjami.** Osoby po studiach wyższych są mocno nadreprezentowane w stosunku do udziału tych osób w populacji polskiego internetu.

Marcin Żukowski, CyfrowyTubylec.pl, ekspert digital marketingu

Serwisy z petycjami online



- Petycja jest znaną od lat formą demokracji partycypacyjnej. To na tym mechanizmie opierają się określone w konstytucji mechanizmy referendum i projektów ustaw obywatelskich. Jednak zebranie 100 tysięcy podpisów (realnych, na określonych formularzach z dużą ilością danych osobowych) jest trudne. **A wpływ na decyzje polityczne, gospodarcze i społeczne można dziś wywołać także działaniami online, teoretycznie prostszymi do przeprowadzenia. I stąd coraz większe znaczenie mechanizmów petycji online, które mogą być znacznie bardziej efektywnym rozwiązaniem niż petycje tradycyjne.**
- **Myśląc o wykorzystaniu petycji online warto przede wszystkim pomyśleć o odbiorcach. Dziś ci obywatele żyją w świecie nowych mediów, znacznie szybszym niż świat mediów tradycyjnych.** Treści, które przyswajają są efemeryczne i takie też bywa ich obywatelskie zaangażowanie. Znakomicie pokazała to klasyczna już dziś kwestia ACTA, przy okazji której zobaczyliśmy, jak działania online mogą przełożyć się na sukces w postaci wpływu na rządzących. Jednak na kanwie ACTA nie udało się wytworzyć żadnego długofalowego ruchu czy trendu. Ku rozpaczy niektórych działaczy społecznych okazało się, że dzisiejsze społeczeństwo, żyjące w dobie mobilności, mediów społecznościowych i efemerycznych treści, nie chce wchodzić w długofalowe ruchy czy organizacje. Zaangażowanie jest tak samo efemeryczne, jak rozrywka czy informacja, którą konsumujemy. We współczesnym społeczeństwie króluje slaktywizm, a więc trend krótkoterminowego, jednorazowego, natychmiastowego angażowania się. Jednak nie można go lekceważyć, bo bywa ono skuteczną formą wpływu.
- Nie można obrażać się na rzeczywistość, a ta dziś nie jest taką, jak kilkanaście czy kilkadziesiąt lat temu wyobrażali sobie teoretycy społeczeństwa obywatelskiego. **Dziś to społeczeństwo obywatelskie objawia się w takich działaniach jak petycje online.** Warto to wykorzystać – w kampaniach społecznych, ale nie tylko tych organizowanych przez organizacje pozarządowe. Petycje mogą być narzędziem wykorzystywanym również przez marketing i biznes. Otwartym pytaniem pozostaje ich weryfikacja – czy istniejące serwisy z petycjami są wystarczająco wiarygodne i dobre, aby udźwignąć rosnącą rolę petycji? Czy lepszym rozwiązaniem jest tworzenie dedykowanych stron docelowych dla poszczególnych petycji? Czy dobrym pomysłem byłoby wdrożenie w polskich warunkach mechanizmu podobnego do WeThePeople, który byłby uznawany za wiarygodny przez wszystkich graczy? To pytania otwarte, które wymagają odpowiedzi od zainteresowanych stron, gdyż petycje online mogą być coraz ważniejszą formą zaangażowania obywatelskiego i nie można sobie pozwolić na przegapienie tego trendu.

Petycje online – sugestie praktyczne

Jak stworzyć skuteczną petycję? Rady Kat Sladden z Change.org

- **Opowiedz swoją historię.** Ludzie odnoszą się do szczerych, osobistych historii. Gdy petycja uwzględnia opowieść stojącą za sprawą, pomaga ludziom nawiązać relację emocjonalną. „Ludzie odnoszą się do historii i to pociąga ich do działania”, mówi Kat.
- **Stwórz swoją społeczność.** Wyślij mailem petycję do wszystkich, których znasz i poproś ich o przesłanie petycji swoim znajomym. Ruchy społeczne nie zaczynają się od sieci społecznościowych, a o wiadomości e-mail. Rozmawiaj z ludźmi, którzy okazali zainteresowanie sprawą, wskazuj kierunki działania. Organizuj wydarzenia w świecie offline i pozyskuj publikacje w mediach – to zwiększy wielkość społeczności i siłę jej oddziaływania.
- **Skoncentruj się na „jednej małej rzeczy”.** Skup się na tym, co będzie wygraną dla pojedynczej osoby lub grupy. Choć jest to mniej imponujące niż propozycje mające na celu zmienianie całych globalnych systemów lub problemów strukturalnych, małe wygrane rozpoczną dialog decydentami i napędzą większe ruchy.

Kanały skutecznej dystrybucji petycji

Serwisy z petycjami online

- **Newsletter.** Stwórz własny newsletter z własną bazą adresów e-mail. Zachęcaj internautów, aby samodzielnie się do niej zapisywali.
- **Media społecznościowe.** Prowadź i rozwijaj swoje własne kanały społecznościowe. Nie musisz być wszędzie - bądź obecny w tych serwisach, w których są obecne Twoje grupy docelowe i tam buduj swoją zaangażowaną społeczność.
- **Liderzy opinii.** Stwórz bazę linki do stron, blogów i profili związanych tematycznie z Twoją petycją. Staraj się uzyskać ich poparcie dla sprawy.
- **Media tradycyjne.** Dystrybuuj informacje o petycji wśród mediów tradycyjnych. Póki co mają one wyższe zasięgi niż media społecznościowe.
- **Twoi znajomi.** Proś swoich znajomych, aby upowszechniali informacje na swoich profilach i przypominaj im o swojej prośbie (byle nie za często).

5 zasad udanej akcji petycyjnej (Norbert Kilen, Think Kong)

- Wyjaśnij o co chodzi. Krótko, zrozumiale. Wiele akcji zbierania podpisów wcale nie przedstawia klarownie nawet celu akcji. Co chcesz zmienić lub osiągnąć, dlaczego, dlaczego powinienem w tym pomóc?
- Zajmij się jednym tematem, nie wieloma jednocześnie. Skup się na tym, co ważne. Poruszenie w petycji spraw dyskusyjnych, luźno związanych z głównym celem może zniechęcić mnie do podpisania. Twoje emocje czy np opinia o kimś nie są najważniejsze.
- Staraj się wyrażać prośbę o wsparcie językiem korzyści lub obaw odbiorcy. Nie licz, że ktoś wzruszy się losem rzadkiej rasy rzodkwi. Bardziej poruszy go obawa, że bez niej będzie musiał jeść mniej pożywne odmiany, a to może zagrozić jego zdrowiu. Nie posuwaj się jednak do przesady, bo utracisz swój główny atut - szczerłość i wiarygodność swojego zaangażowania.
- Oceniaj skuteczność kanałów i narzędzi pozyskiwania podpisów. Nie wszystko jest równie pracochłonne czy kosztowne. Nie wszystko przynosi wsparcie w tej samej skali. Warto koncentrować się na najskuteczniejszych rozwiązaniach.
- Dziękuj i informuj i dalszych krokach. Gromadź emaile do osób, które udzieliły Ci wsparcia i zostawiaj z nimi w kontakcie. Koszt dotarcia i pozyskania nowego wspierającego jest dużo wyższy niż aktywizacji już pozyskanych.

Marcin Żukowski – sugestie praktyczne

Serwisy z petycjami online

- **Wykorzystaj temat, który jest popularny** – nie musisz być jego inicjatorem, ale możesz się w niego zaangażować. Pamiętaj jednak, że news żyje dziś kilka godzin, więc każdy, nawet ważny, nie może stać się fundamentem petycji, bo jego siła może nie być wystarczająca.
- **Temat nie wystarczy** – musisz odpowiednio sformułować tytuł petycji i jej adresata. Media są dziś efemeryczne, a kontakt z treścią błyskawiczny. Musisz więc tak sformułować tytuł i treść petycji, aby była zrozumiała i jasna dla każdego, kto choćby rzuci na nią okiem.
- **Niech twój komunikat będzie zróżnicowany** – zadbaj o nagłówek, lead, ale też o rozbudowaną treść, aby dopasować się do różnych odbiorców, bo jedni rzucają okiem tylko na tytuł, inni przejrzą lead, ale znajdą się i tacy detaliści, którzy przeczytają wszystko od deski do deski.
- **Pomyśl o dystrybucji petycji** – stworzenie dobrej petycji to tylko połowa sukcesu. Nie wystarczy osadzić jej na popularnym serwisie. Musisz jeszcze pomyśleć o planie jej dystrybucji – czy wykorzystasz media społecznościowe? Jeśli tak, to w jaki sposób? Czy masz budżet na promocję? Czy zaangażujesz influencerów? Jaki stworzysz mechanizm, który sprawi, że ludzie będą nie tylko podpisywać, ale także dzielić się petycją dalej?
- **Zadbaj o research i wykorzystanie liderów opinii** – to innowatorzy i wcześnie naśladowcy zapewnią Ci zasięg, nie myśl o tym by dotrzeć do większości. Pomyśl więc o tym, aby znaleźć osoby, które są popularne w sieci i „użyczą” Ci swoich mediów, zaangażują się w poparcie petycji i przekonają do niej swoich odbiorców. Nie możesz sam narzucić agendy opinii publicznej, musisz angażować w to innych.

Serwisy z
petycjami online

O Polskich Badaniach Internetu

- **PBI wspiera rynek wiedzą pozwalającą podejmować lepsze decyzje biznesowe w środowisku cyfrowym.**
- W tym celu **organizacja prowadzi i udostępnia wyniki badań internetu** – standardu pomiaru widowni internetowej Gemius/PBI (od 2016) oraz badań własnych.
- Z danych PBI korzystają przedstawiciele wydawców, domów mediowych, działów badawczych dużych firm oraz agencje interaktywne.
- **PBI przyczynia się do rozwoju cyfrowego rynku**, dzieląc się także wiedzą ekspercką i nawiązuje współpracę z organizacjami partnerskimi o zbliżonym profilu działalności.
- Rok powstania: 2000
- Wcześniejsze projekty
 - Standard pomiaru widowni internetowej Megapanel – 2005-2015

Serwisy z
petycjami online

O Badaniu Gemius/PBI



Serwisy z petycjami online

- Badanie Gemius/PBI jest **standardem pomiaru widowni internetowej** w Polsce.
- Jest **wykorzystywane przez właścicieli serwisów internetowych** do mierzenia ruchu w serwisach, porównywania się z konkurencyjnymi firmami i konstruowania ofert reklamowych. **Reklamodawcy** na bazie pomiaru widowni internetowej mogą z kolei porównywać parametry ofert różnych wydawców.
- Badanie Gemius/PBI to **badanie hybrydowe**, łączące pomiar ruchu online (site-centric) i pomiar zachowań panelistów (user-centric). Mierzy zarówno ruch na stronach internetowych, konsumpcję treści audio i wideo oraz aplikacje mobilne.
- Badaniem objęci **są internauci w wieku 7 lat i więcej**.
- **Wskaźniki stosowane w badaniu** to liczba internautów, zasięg, czas spędzany na witrynach i liczba odsłon oraz wskaźniki pochodne. Dostępne są również **dane demograficzne** użytkowników.
- Dostęp do wyników badania można uzyskać za pomocą licencjonowanego oprogramowania Gemius Explorer.

Zakres danych wykorzystanych w raporcie

Serwisy z petycjami online

- Uwzględniono dane dla serwisów petycje.pl, petycjeonline.pl, avaaz.org i change.org z uwzględnieniem współgłębokości.
- W wynikach badania pokazywanie wyników jest uzależnione od liczby panelistów zanotowanych na danym węźle. Próg wynosi 300 panelistów, dla węzłów, które osiągnęły mniejszą liczbę panelistów, wyniki nie są pokazywane w badaniu.
- Źródła danych:
 - Dane z badań Megapanel i Gemius/PBI – trendy w latach 2014 - 2017
 - Dane z badania Gemius/PBI z czerwca 2016 – września 2017 – trendy w poszczególnych miesiącach, liczby użytkowników w profilach serwisów
 - Dane z badania Gemius/PBI z czerwca 2017 – profil socjodemograficzny użytkowników

Definicje wskaźników stosowanych w raporcie

Serwisy z petycjami online

- **Użytkownicy (real users)** - liczba użytkowników Internetu w danej grupie celowej, którzy odwiedzili (wygenerowali co najmniej jedną odsłonę) wybrany węzeł(y) w zdefiniowanym okresie. Wskaźnik ten odnosi się do rzeczywistej liczby osób, a nie komputerów, plików cookie czy adresów IP.
- Korzystanie z urządzeń:
 - **Total** – łączna liczba użytkowników korzystających z urządzeń mobilnych i komputerów (uwzględnia osoby korzystające z wielu urządzeń równocześnie)
 - **Desktop** – użytkownicy komputerów
 - **Mobile** – użytkownicy urządzeń mobilnych (smartfony i tablety)
- **Zasięg wśród internautów** - stosunek liczby użytkowników w danej grupie celowej, którzy odwiedzili wybrany węzeł(y) w zdefiniowanym okresie do liczby wszystkich użytkowników Internetu w danej grupie celowej, w danym miesiącu. Wskaźnik ten wyrażony jest w procentach.
- **Średni czas na użytkownika** - średni czas spędzony przez użytkownika w danej grupie celowej na wybranym węźle(ach) w zdefiniowanym okresie.
- **Dopasowanie** - stosunek liczby użytkowników w danej grupie celowej, którzy odwiedzili wybrany węzeł(y) w zdefiniowanym okresie do całkowitej liczby użytkowników w zdefiniowanej grupie referencyjnej, którzy odwiedzili wybrany węzeł(y) w zdefiniowanym okresie. Wskaźnik ten wyrażony jest w procentach.

Źródła (1)

Serwisy z
petycjami online

- Źródła książkowe
 - Jenkins H., Ito M., Boyd D., Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics, Polity Press, 2016
- Raporty
 - Cohen C. J., Kahne J., Bowyer B., Middaugh E., Rogowski J., [Participatory Politics. New Media and Youth Political Action](#), YPP Research Network, 2011
- Źródła internetowe
 - Gladwell, M., [Small change. Why the revolution will not be tweeted](#), The New Yorker, 2010.10.04 (dostęp 2017.11.06)
 - Horn, H., [Your online petition is useless](#), The Atlantic, 2010.08.12 (dostęp 2017.11.06)
 - Katz, J., [8 online petition tools: How to make a difference](#), Socialbrite.com, 2010.07.20 (dostęp 2017.11.06)
 - Mahoon, A., [How to create a successful petition in 3 easy steps](#), Tedxinnovations.ted.com, 2016.05.18 (dostęp 2017.11.06)

Źródła (2)

Serwisy z petycjami online

- Artykuły naukowe
 - Acik N., *Reducing the participation gap in civic engagement: Political consumerism in Europe*, European Sociological Review Volume 29 Number 6 2013 1309–1322
 - Best S. J., Krueger B., S., *Analyzing the Representativeness of Internet Political Participation*, Political Behavior, Vol. 27, No. 2, June 2005
 - Cabrera N. L., Matias Ch. E., Montoya R., *Activism or Slacktivism? The Potential and Pitfalls of Social Media in Contemporary Student Activism*, Journal of Diversity in Higher Education, April 3, 2017, s.
 - Dryjanska E., *Social media jako narzędzie w rekach społeczeństwa obywatelskiego na przykładzie organizacji „Avaaz”*, Global Media Journal—Polish Edition No 1 (5), 2009
 - Dutt M., Rasul N., *Raising Digital Consciousness: An Analysis Of The Opportunities And Risks Facing Human Rights Activists In A Digital Age*, Sur - International Journal On Human Rights, 20 pp. 427-435 (2014)
 - García-Galera M-C., Del-Hoyo-Hurtado M., Fernández-Muñoz C., *Engaged Youth in the Internet. The Role of Social Networks in Social Active Participation*, Comunicar, n. 43, v. XXII, 2014
 - Gibson R., Cantijoch M., *Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline?*, The Journal of Politics, Vol. 75, No. 3, July 2013, pp. 701–716
 - Howard P. N., Savage S., Saviaga C. F., Toxtli C., Monroy-Hernandez A., *Social Media, Civic Engagement, and the Slacktivism Hypothesis: Lessons from Mexico's “El Bronco”*, Journal of International Affairs, Winter 2016 Vol.70, No. 1., 55-73
 - Jensen J. L., *Political Participation Online: The Replacement and the Mobilisation Hypotheses Revisited*, Scandinavian Political Studies, Vol. 36 – No. 4, 2013, s. 347-364.
 - Kahne J., Middaugh E., *Digital media shapes: youth participation in politics*, Kappan Magazine, November 2012, V94 N3
 - Kollar V., Gasperová J., Poliak P., *View of Electronic Participation and its Application in the Present Conditions of Democracy*, Studia Commercialia Bratislavensia Volume 9; Number 33 (1/2016); pp. 58-64

Źródła (3)

Serwisy z petycjami online

- Artykuły naukowe – c.d.
 - Konieczny P., *Signs of a Generational Change in Social Movements—Activists’ Use of Modern Information and Communication Technologies*, Polish Sociological Review, 3 (187), 2014
 - Kristofferson K., White K., Peloza J., *The Nature of Slacktivism: How the Social Observability of an Initial Act of Token Support Affects Subsequent Prosocial Action*, Journal of Consumer Research, Vol. 40, April 2014
 - Meuleman B., Boushel C., *Hashtags, ruling relations and the everyday: institutional ethnography insights on social movements*, Contemporary Social Science, 2014, Vol. 9, No. 1, 49–62
 - Nowak J., *(Nie) tylko zabawa w protest. Sprzeciw wobec ACTA jako aktywność obywatelska i uczestnictwo w kulturze popularnej*, (w:) (red.) M. Marczevska-Rytka, Demokracja elektroniczna. Kontrowersje i dylematy, Wyd. UMCS, Lublin 2013, s. 129-146
 - Ranchordás S., *Digital agoras: democratic legitimacy, online participation and the case of Uber-petitions*, The Theory And Practice Of Legislation, 2017 VOL. 5, NO. 1, 31–54
 - Ranchordás S., Voermans W., *Crowdsourcing legislation: new ways of engaging the public*, The Theory and Practice of Legislation, 2017 vol. 5, no. 1, s. 1–4
 - Schumann S., Klein O., *Substitute or stepping stone? Assessing the impact of low-threshold online collective actions on offline participation*, European Journal of Social Psychology, 45 (2015) , s. 308–322
 - Stekelenburg J., Klandermans B., and Akkerman A., *Does Civic Participation Stimulate Political Activity?*, Journal of Social Issues, Vol. 72, No. 2, 2016, pp. 286—314
 - Sveningsson, M., *“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., *Nowa ekologia mediów*, Studia Humanistyczne AGH, tom 13/1, 2014
 - Tran S., *Cyber-republicanism*, William & Mary Law Review, 2013, vol. 55 no. 2,
 - Velički D., Dumančić M., Topolovčan T., *The Net Generation, the Internet, and Political Communication and Participation*, Croatian Journal of Education Vol.19; No.1/2017, pages: 237-266
 - Wojniak J., *Uczestnictwo polityczne w obliczu nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych w: Stare i nowe media w kontekście kampanii politycznej i sprawowania władzy*, (red.) Walecka-Rynduch A., du Vall M., Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2010, s. 87-97.

Autorzy raportu

Serwisy z
petycjami online



Dr Anna Miotk

- Od 2014 jest dyrektorem ds. komunikacji w firmie Polskie Badania Internetu. Równocześnie pracuje jako nauczyciel akademicki w Instytucie Dziennikarstwa i Edukacji Medialnej UKSW. Jej doświadczenia zawodowe obejmują też kierowanie rozwojem systemu monitoringu mediów oraz konsulting PR.
- Doktor nauk humanistycznych w zakresie nauki o polityce, wcześniej ukończyła studia magisterskie z socjologii na Uniwersytecie Gdańskim. Trenerka biznesu, prowadzi szkolenia z zakresu marketingu i PR. Autorka książek “Badania w public relations”, “Skuteczne social media”, „Nowy PR”, licznych publikacji w mediach branżowych oraz bloga www.annamiotk.pl.

Współpraca:

Grzegorz Dąbrowski, analityk



**Polskie
Badania
Internetu**

Polskie Badania Internetu

www.pbi.org.pl

biuro@pbi.org.pl

Dziękujemy!

