

fot. Pixabay.com

ANKIETA INTERNETOWA

metoda internetowa, wstępna, bezpośrednio angażująca interesariuszy

Ankieta internetowa to podstawowe **narzędzie diagnostyczne.** Prowadzącego konsultacje i szukającego najlepszych rozwiązań przestrzennych, wyniki badania ankietowego mają wyposażyć w najlepszą z możliwych dostępnych **dawkę wiedzy o szczegółowych preferencjach społeczności,** którą badamy – jej opiniach, pomysłach, potrzebach. Ankiety trafiają do respondentów za pomocą sieci społecznościowych – zataczają kręgi od internauty do internauty, gromadząc użytkowników o szczególnych, podobnych cechach. Dlatego mechanizm wypełniania takiej ankiety przez kolejnych respondentów nazywany jest kulą śniegową. Taki mechanizm używany jest w przypadkach kiedy trudno dotrzeć do jakiejś konkretnej grupy wyróżniającej się jedną lub kilkoma cechami. Jest też prostszy i dużo tańszy do zastosowania niż statystyczny dobór celowy lub losowy. Należy jednak pamiętać o jego ograniczeniach i wychodzić im naprzeciw uzupełniając wiedzę zebraną w ten sposób, wiedzą pozyskaną z wykorzystaniem innych narzędzi, np. sondażu ulicznego lub wywiadów kwestionariuszowych.

(opis na podstawie: www.partycypacjaobywatelska.pl, dostęp: 28.05.2018)

Fundusze Europejskie Wiedza Edukacja Rozwój
Rzeczpospolita Polska
Unia Europejska Europejski Fundusz Społeczny

- **Cel:** zebranie bardziej szczegółowych informacji na temat potrzeb i opinii mieszkańców.
- **Etap procedury planistycznej:** faza wstępna (przed i po podjęciu uchwały o przystąpieniu do opracowania dokumentu planistycznego).

+ **Mocne strony:** posłużenie się narzędziami on-line pozwala: dotrzeć do **większej liczby obywateli szybciej,** łatwiej i taniej niż w przypadku tradycyjnych badań ankietowych, **zapewnia uczestnikom wygodę i łatwość wzięcia udziału w konsultacjach,** badacz i badany nie mają ze sobą bezpośredniego kontaktu, co uniemożliwia kontrolę próby badawczej, ale zwiększa prawdopodobieństwo uzyskania prawdziwych i szczerych odpowiedzi, umożliwia zadanie konkretnych, nawet złożonych pytań i uzyskanie ilościowych danych, które można przedstawić w postaci statystyk.

− **Słabe strony:** wyzwaniem jest **dobre przygotowanie pytań kwestionariusza,** pokazujących wagę podejmowanego tematu i angażujących respondentów; sposób dotarcia do osób i grup, na których odpowiedziach i opiniach najbardziej nam zależy i rozstrzygnięcie kwestii reprezentatywności prowadzonego badania. **Niewskazana jest do pozyskania informacji od osób starszych czy wykluczonych społecznie.**

- **Uwagi i praktyczne wskazówki:** ankiety on-line to nie to samo, co rzetelne naukowo badania opinii publicznej, chyba że podczas ich tworzenia uwzględniono inne elementy tradycyjnych badań, np. losowy dobór uczestników. Podobnie jak w przypadku konwencjonalnych badań ankietowych, **sposób formułowania pytań wpływa na kształt udzielanych odpowiedzi.** Podczas konstruowania ankiety możemy dodać pytania służące zbieraniu danych demograficznych, które nakreślą lepszy obraz grupy respondentów i tego, na ile jest ona reprezentatywna dla całej społeczności. Jednak bez względu na zgromadzone dane ten rodzaj badania zawsze prowadzi do **nadreprezentacji dobrze poinformowanych,** aktywnych obywateli i niedoreprezentowania grup, które są aktualnie mniej zaangażowane w sprawy publiczne. Badania mogą również służyć informowaniu obywateli o innych dostępnych możliwościach partycypacji.