

Imię i nazwisko autora: Patrycja Rozbicka, Aston University, Birmingham, UK

Język publikacji: polski

Nawigatory wyborcze: Czy możemy mówić o ich użyteczności w badaniach empirycznych?

Astrakt artykułu:

Nawigatory wyborcze (VAA) stają się coraz ważniejszą częścią środowiska politycznego w Europie Zachodniej. Ich popularność rośnie wraz z liczbą użytkowników, którzy używają ich, aby uzyskać porady odnośnie głosowania w nadchodzących wyborach. Celem artykułu jest analiza problemów związanych z tworzeniem, użyciem i utrzymaniem jakości VAA, i związanych z tym konsekwencjami dla użyteczności danych zebranych przez VAA do badań empirycznych. Artykuł koncentruje się na trzech głównych trudnościach: (1) ilości, czasie i jakości samo-pozycjonowania się partii, które wpływają na kodowanie danych w trakcie przygotowywania aplikacji, a co za tym idzie wiarygodności zebranych danych, (2) problemach z dostępnością VAA i jak to wpływa na liczbę użytkowników, i jak reprezentatywne są wyniki w porównaniu z pełną populacją wyborców; i na koniec, (3) nad zwiększoną konkurencją pomiędzy VAA i jaki ma to efekt na jakość zebranych danych, sugerując potrzebę konsolidacji danych zbieranych przez różne VAA. Aby pokazać, że problemy te nie są unikalne dla jednego kraju, analiza porównuje doświadczenia w Holandii i Polski zebrane podczas prac nad EU Profilerem w 2009 r. i euandi w 2014 r.

Słowa kluczowe: nawigatory wyborcze, voting advice applications (VAA), wybory, EUProfiler, euandi

Author: Patrycja Rozbicka, Aston University, Birmingham, UK

Language of the publication: Polish

Voting Advice Applications: Can we see them as useful in empirical research?

Abstract:

Voting Advice Applications (VAA) are becoming a more significant part of the political environment in the Western Europe. Their popularity is growing together with the number of users that employ them to receive voting advice in upcoming elections. The aim of the article is to analyse the problems related with creation and maintenance of VAAs and how it reflects on usefulness of data collected through VAA for empirical research. The article focuses on three main difficulties: (1) amount, timing, and quality of self-positioning of parties that influences the coding of the parties in preparation of the applications and consequently reliability of collected data, (2) issues with accessibility of VAAs, how it influences number of users, and how representative are results in comparison to full population of voters, and finally, (3) the increased competition that VAAs are facing and how it asks for quality control and need for cross-VAA data consolidation. To show that those problems are not unique to one country, the analysis elaborates on experiences from the Netherlands and Poland collected during work on the EU Profiler in 2009 and euandi in 2014.

Key words: voting advice applications (VAA), elections, EUProfiler, euandi

Zacznijmy od stwierdzenia, które jest wspólne dla autorów tekstów opublikowanych w tym specjalnym wydaniu: „Narzędzia pomagające obywatelom dokonać decyzji odnośnie tego, kogo poprzeć w wyborach (VAA, Voting Advice Application) stały się nieodłączną częścią krajobrazu politycznego w państwach zachodniej Europy”. Już w 2007 roku, 15 państw w Europie używało co najmniej jednej wersji VAA w ich narodowych wyborach. Niektóre z najbardziej popularnych aplikacji zdołały zebrać 4 miliony użytkowników lub więcej. Do dzisiaj, przykładami najbardziej udanych aplikacji są holenderki *Stemwijzer* z 2006 roku, który zarejestrował 4.7 miliona użytkowników (co stanowi 40% całego holenderskiego elektoratu z tego roku) i niemiecki *Wah-O-Mat* z 2009 roku z 6.7 miliona konsultacji (12% elektoratu). Dotychczasowe badania i studia nad tego typu aplikacjami pokazały, że są one bardziej popularne w krajach z proporcjonalną ordynacją wyborczą i z większą ilością partii politycznych, włączając Belgię, Finlandię i Holandię.

Razem z innymi autorami w tym wydaniu skupiamy się w różnym stopniu i z różnych punktów widzenia na analizie potencjału nawigatorów wyborczych. Dyskutowane dylematy odnoszą się do pytań jak np. trudności z pozycjonowaniem stanowisk partii politycznych, wyzwaniami związanymi z budową nawigatorów wyborczych, jak również ich potencjalną użytecznością. Biorąc pod uwagę te rozważania, poniższy tekst skupia się nad praktycznym pytaniem: Czy możemy mówić o użyteczności nawigatorów wyborczych w badaniach empirycznych? Z praktycznych przyczyn, omówionych w innych artykułach, określenie użyteczności VAA z punktu widzenia zwiększania uczestnictwa w wyborach jest nadal kwestionowane. Jednakże możemy dokonać oceny przydatności zebranego materiału do badań naukowych. Poniżej, autor prezentuje przykłady informacji, które zbierane są podczas przygotowywania nawigatorów wyborczych, jak również dane które są generowane gdy potencjalni wyborcy używają nawigatorów. Aby nie pozostać jednostronnym, autor również odnosi się w tekście do zalet, wad, i skali zebranych danych i informacji pozwalając na ocenę wartości jaką użycie nawigatorów może przynieść w badaniach naukowych.

Żeby pokazać, że problemy które pojawiają się na polskiej scenie politycznej związane z VAA nie są unikalne, artykuł dokonuje porównania z jednym z krajów gdzie VAA jest „*chlebem powszednim*”. Niniejszy tekst odnosi się do doświadczeń zebranych w Holandii i Polsce podczas pracy nad EU Profilerem¹ w 2009 roku i euandi² w 2014. W obu przypadkach autor skupia się nad aplikacjami stworzonymi na potrzeby wyborów do Parlamentu Europejskiego. W obu przypadkach aplikacje zostały zaprezentowane w tym samym czasie dla użytkowników zarówno w Polsce, jak i w Holandii. Zasugerowane tutaj odpowiedzi bazują na doświadczeniach zebranych w bezpośrednim kontakcie i wywiadach z koderami, użytkownikami, i przedstawicielami partii, jak również analizie mediów (tych typowych jak gazety i tych bazujących na *new media*, jak Twitter i Facebook).

Artykuł skupi się nad kilkoma wybranymi zagadnieniami. Po pierwsze, zaprezentuje informacje odnośnie EU Profilera i euandi w Polsce i w Holandii: liczbę użytkowników, ich charakterystykę, elementy ogólne i jak te elementy mogą być wykorzystane w badaniach naukowych. W drugiej części tekst skupi się nad analizą elementów, które muszą być wzięte pod uwagę by w pełni zrozumieć jakość i użyteczność zebranych danych i informacji. Porównując doświadczenia w Holandii i w Polsce, rozdział przywołuje tematykę wydobywania stanowisk wyborczych od partii politycznych w obu krajach (tzw. samookreślenia się) i problemów związanych z ich otrzymaniem, jakością i przydatnością. Jednym z głównych warunków użyteczność VAA dla badań naukowych nad całym elektoratem jest jego dostępność do jak największej części populacji. W następnej sekcji tekst skupi się więc nad tematyką dostępności nawigatorów dla użytkowników, ich widocznością w mediach, i konkurencją w postaci innych nawigatorów wyborczych. Dyskusja tych elementów stanowi ważny element oceny użyteczności nawigatorów sugerując, że znaczna liczba zmiennych musi być wzięta pod uwagę podczas analizy rezultatów i wniosków z nich płynących. Artykuł kończy się podsumowaniem wniosków płynących z doświadczeń w obu krajach. Tekst sugeruje liczbę potencjalnych przyczyn wyjaśniających różnice między krajami,

¹ <https://www.eui.eu/Projects/EUDO/Research/EUProfiler>, 26.01.2018

² www.euandi.eu, 26.01.2018

jednakże jest tylko początkiem debaty. Główny wniosek artykułu sugeruje, że użyteczność nawigatorów wyborczych w badaniach naukowych ma duży potencjał, ale analiza musi być dokonywana z krytycznym spojrzeniem.

EU Profiler i euandi w Polsce i w Holandii

EU Profiler and euandi są przykładami dwóch nawigatorów wyborczych przygotowanych na wybory do Parlamentu Europejskiego w 2009 i 2014 roku. Generalna idea stojąca za rozwinięciem tych dwóch nawigatorów była oparta na podobnych projektach przygotowanych na wybory w Holandii (przez Kieskompas na wybory w 2006 roku),³ w Szwajcarii (VAA: Smartvote w 2007),⁴ i w Niemczech (VAA: Wahl-o-mat w 2005 roku).

Obydwa nawigatory były przygotowane w podobny sposób, jednakże z powodu większej liczby informacji dostępnej odnośnie EU Profilera skupimy się bardziej na tej aplikacji. W pierwszej fazie budowy nawigatora grupa ekspertów przygotowała listę stwierdzeń, które według ich ekspertyzy i debaty w mediach, stanowiła grupę tematów, które będą najważniejsze w nadchodzących wyborach parlamentarnych. W następnej fazie, stwierdzenia te były rozesłane do różnych partii politycznych z zapytaniem o ustosunkowanie się do nich z prośbą o podanie źródła. Następnie po przetworzeniu odpowiedzi (i ich weryfikacji przez koderów) i wprowadzeniu ich do aplikacji, nawigator został udostępniony dla Internautów.

EU Profiler został zainicjowany w 23 kwietnia 2009 pod adresem internetowym www.euprofiler.eu. Ideą nawigatora była jego dostępność dla użytkowników w 27 krajach Unii Europejskiej, plus Turcji, Szwajcarii i Chorwacji. Użytkownicy byli poproszeni o ustosunkowanie się do 30 stwierdzeń, po czym otrzymywali analizę prezentującą zbieżność ich preferencji z tymi zgłoszonymi przez partie polityczne. Nawigator był dostępny w 24 językach i pozwalał użytkownikom dokonać wyboru wersji językowej niezależnie od kraju pobytu.

³<https://home.kieskompas.nl/en/>, 12.01.2018

⁴<https://www.smartvote.ch/>, 12.12.2017

Stwierdzenia w nawigatorze różniły się pomiędzy tymi skupiającymi się na wydatkach rządowych (stwierdzenie 11) aż do, na przykład, ochrony środowiska i kosztów związanych ze zwalczaniem zmiany klimatu (stwierdzenie 18). Stwierdzenia były podzielone na dziewięć sekcji (np. ekonomia i praca, lub polityka zagraniczna) i skupiały się na najistotniejszych punktach debaty wyborczej. Użytkownicy (podobnie jak wcześniej reprezentanci partii politycznych) byli proszeni o ustosunkowanie się do poszczególnych stwierdzeń na 5-cio stopniowej skali: „w pełni się zgadzam”, poprzez mniej radykalne i neutralne stanowisko, aż do „w pełni się nie zgadzam”. Tuż po zamknięciu wyborów do Parlamentu Europejskiego (8 czerwca 2009) aplikacja zarejestrowała 2.572.891 indywidualnych rozpoczętych sesji i 919.422 w pełni zakończonych.⁵ Liczby te oznaczają, że aplikacja została odwiedzona przez ponad 2.5 mln użytkowników, podczas gdy 0.9 mln dokonało pełnego ustosunkowania się do różnych stwierdzeń i miało okazję porównać rezultaty samopozycjonowania do tych dostarczonych przez partie. Liczba użytkowników różniła się w zależności od kraju. Na przykład, w Szwecji zaobserwowano 223.952 użytkowników, podczas gdy na Malcie jedynie 378.

Dodatkową funkcją EU Profilera były dwa pytania zadane użytkownikom po samopozycjonowaniu. Pierwsze pytanie określało ważność różnych stwierdzeń dla użytkownika (na 5-cio stopniowej skali: „nie ważne” do „bardzo ważne”). Drugie pytanie szukało informacji odnośnie tego na jakie partie użytkownicy będą głosować w wyborach. Aplikacja umożliwiała użytkownikom pominięcie obu pytań. Na samym końcu, jak w każdym nawigatorze wyborczym, użytkownicy mieli możliwość porównania swoich odpowiedzi do tych dostarczonych przez partie. Z punktu widzenia nauk społecznych te dwa pytania miały szczególną wartość dostarczając informacji podobnej do Eurobarometru lub innych badań opinii publicznej, ze szczególnym uwzględnieniem wyborów do Parlamentu Europejskiego.

W przypadku naszej analizy odnośnie użytkowników z Polski i Holandii informacje i dane zebrane przez EU Profiler mogą być rozbite na mniejsze detale. Kiedy

⁵ A. Trechsel and P. Mair, *When Parties (also) Position Themselves: An Introduction to the EU Profiler*, RSCAS Working Papers, <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/13007>, 06.01.2018.

EU Profiler w całości zmobilizował 2.5 miliona użytkowników, 182.145 pochodziło z Holandii i 31.389 z Polski. Różnica jest szokująca, biorąc pod uwagę zwłaszcza narodowe populacje, odpowiednio 17 mln i 38 mln. Liczba użytkowników w Holandii była więc proporcjonalnie prawie sześciokrotnie większa od tej jaką powinniśmy byli oczekiwać w Polsce.

Pomijając te różnice wiele elementów jest też wspólnych. Przeciętne wypełnienie wszystkich odpowiedzi do czasu otrzymania rezultatu zajęło odpowiednio 10.5 minut w Holandii i 8.5 minuty w Polsce (różnica 2 minut wynikająca z faktu, że większość Holendrów wypełniła dodatkowo ankietę dołączoną do EU Profilera w celach naukowych). 99.8 % użytkowników w obu krajach wybrało narodowy język jako język użytkownika. Wiekowy profil użytkowników podkreślił, że głównymi odbiorcami tego typu nawigatorów są ludzie w wieku między 26 i 35 rokiem życia, w większości z edukacją średnią lub wyższą.

euandi został zainicjowany w kwietniu 2014 na ten sam okres czasu jak EU Profiler. Cel nawigatora był identyczny: pomoc w pozycjonowaniu wyborcom na wybory do Parlamentu Europejskiego, tym razem na kadencję 2014-2019. Oba nawigatory były przygotowane w ten sam sposób i w większości przez tę samą ekipę (zakładając normalną rotację personelu). Dane odnośnie **euandi** zarejestrowały widoczną zmianę między dwoma nawigatorami. **euandi** zarejestrował znaczny spadek użytkowników. Liczba ta nie przekroczyła 657.572 użytkowników dla całego nawigatora. Najistotniejsza zmiana pojawiła się w liczbie indywidualnych użytkowników w Holandii i w Polsce, odpowiednio 15.337 i 23.689. Główna argumentacja odnośnie tej zmiany skupia się na fakcie, że podczas wyborów w 2014 roku Internauci mieli dostęp do o wiele większej ilości nawigatorów, włączając np. EU Vox dla całej Europy czy też liczbę nawigatorów przygotowanych na indywidualne sceny polityczne, np. Latarnik Wyborczy w Polsce.⁶

Biorąc pod uwagę powyższe punkty największą korzyścią odnośnie użyteczności VAA w badaniach naukowych jest niezmierna skala zebranych danych i informacji. Te dane i informacje odnoszą się do wiedzy na temat partii politycznych, ale również

⁶<http://www.latarnikwyborczy.pl/test>, 26.01.2018.

samych użytkowników (potencjalnych wyborców). Skala zebranych informacji na temat pozycjonowania partii politycznych jest porównywalna wyłącznie do tej generowanej przez Comparative Manifesto Project (CMP).⁷ Bazy danych obydwu nawigatorów zawierają informacje nie tylko odnośnie znacznej części partii politycznych w krajach Europejskich, ale również zarejestrowały zmianę w pozycjonowaniu się tych partii w czasie. Wartością dodaną obydwu nawigatorów, w porównaniu np. do informacji w mediach lub tą zarejestrowaną w CMP, jest ich dostępność w jednym miejscu. Z punktu widzenia użytkowników, głównym źródłem informacji jest liczba Internautów, którzy użyli aplikacji, pozwalająca nam na porównania między krajami odnośnie aktywności i wartości budowania nawigatorów. W niektórych przypadkach, gdy dodatkowa ankieta została wypełniona, możemy też dokonać analizy profilu użytkowników.

Skala dostępnych danych i informacji jest ogromna, jednakże parę elementów musi być wziętych pod uwagę zanim sukces nawigatorów w badaniach naukowych może być ogłoszony. Poniższe sekcje skupiają się na paru problemach nawigatorów wyborczych, które muszą być wzięte pod uwagę gdy rozważamy jakość i skalę danych zebranych przez nawigatorów. Pierwszym problemem jest jakość zebranej informacji odnosząca się do pierwszego etapu budowania nawigatorów: samopozycjonowania się partii i kontroli przez tzw. koderów. Następna sekcja rozważa problem ze skalą zebranej informacji odnośnie użytkowników. Rozważania w tej sekcji skupiają się nad dostępnością nawigatorów dla użytkowników i pytaniu czy możemy traktować przeciętnego użytkownika jako reprezentanta populacji wyborczej. Później dochodzenie skupia się na różnicach między dostępnością nawigatorów i jak te różnice mogą zmniejszyć użyteczność nawigatorów w badaniach porównawczych między krajami.

Wydobywanie stanowisk wyborczych od partii politycznych i jakość zebranych danych

Z innych tekstów zebranych w tym wyadniu, jak również poprzedniej sekcji w tym rozdziale, dowiedzieliśmy się, że przygotowując nawigatorów wyborcze tak zwane

⁷<https://manifesto-project.wzb.eu/>, 11.01.2018.

„samookreślenie się” partii jest niezmiernie ważne. Rozważając proces z teoretycznego punktu widzenia koncept jest dosyć prosty. Po przygotowaniu listy interesujących tematów, które eksperci uznają za ważne w nadchodzących wyborach, partie polityczne są adresowane z pytaniami odnośnie ich pozycji na temat tych stanowisk. Partie muszą odnieść się do stanowisk na 5-cio stopniowej skali zaczynając od „całkowicie się zgadzamy” do „całkowicie się nie zgadzamy”. Członek partii, który został oddelegowany do udzielenia odpowiedzi, jest dodatkowo poproszony o uzasadnienie odpowiedzi i dostarczenie cytatu z manifestu partii, wypowiedzi jednego z jej członków, lub innego dokumentu, który uzasadniłby odpowiedź.

Znaczenie „samookreślenia się” jest podwójne. Z jednej strony, ułatwia to pracę dla osób odpowiedzialnych za kodowanie partii (następny krok w przygotowaniu rzetelnego nawigatora). Przynajmniej w założeniu, zmniejsza to ilość godzin, które trzeba poświęcić na pozycjonowanie partii, bazowane na czytaniu partii manifestów, wywiadów z członkami partii, czy też przeglądaniu Internetu. Z drugiej strony, „samookreślenie się” gwarantuje, że pozycja partii zarejestrowana w nawigatorze jest najbliższa stanowisku, które partia chce prezentować w sferze publicznej. Z tego punktu widzenia, zapewnia to obiektywność nawigatora i, jeśli wszystkie partie są uczciwe w raportowaniu swoich stanowisk, wyborcy otrzymają o wiele lepszą poradę. Z punktu widzenia badań naukowych, rzetelność tego procesu jest niezmiernie ważna, jako że dostarcza ona głównych danych do analizy porównawczej między partiami.

Największe problemy z „samookreśleniem się” odnoszą się do ilości otrzymanych odpowiedzi od partii, czasu jaki proces ten zajmuje i jakości odpowiedzi otrzymanych od partii. Dane zaprezentowane tutaj skupią się na **euandi**, głównie z powodu ich większej aktualności. Spójrzmy najpierw na wstępne liczby. W 2014 roku w Holandii prośba o „samookreślenie się” została wysłana do 12 partii na początku lutego 2014. 10 partii odesłało odpowiedzi w okresie między 2 do 30 dni. 80% partii odesłało odpowiedzi w okresie między 22 do 30 dni od dnia otrzymania zaproszenia. Ta sama procedura i w tym samym czasie została zaadresowana do 8 partii w Polsce, tylko trzy partie odpowiedziały i zajęło im to 22 i 28 dni.

Argumenty odnośnie braku odpowiedzi („samookreślenia się”) są zaskakujące. Dwie holenderskie partie, które odmówiły udziału za powód podały uczestnictwo w innych tego typu przedsięwzięciach i zasugerowały skopiowanie odpowiedzi z innych nawigatorów. Ten szczególny powód ilustruje idealnie problem z istnieniem dużej liczby nawigatorów wyborczych w tym samym czasie na narodowej scenie politycznej, do którego odniosę się w następnej sekcji. Konkurencja między różnymi nawigatorami w Holandii jest dosyć wysoka. Źródłem tej sytuacji jest popularność nawigatorów, która rosła nieprzerwanie od początku poprzedniej dekady. Obecnie nawigatory są stosowane nawet w wyborach regionalnych i samorządowych (np. *Gemeente Kieskompas* 2014, lub *Maastricht StemWijzer* 2014).

Jednakże ten sam powód wyjaśnia czemu inne partie udzieliły odpowiedzi. Rosnąca znajomość z i użyteczność nawigatorów w Holandii jest bardzo wysoka. Większość partii w obliczu rosnącej popularności nawigatorów przygotowując kampanie wyborcze konstruuje jednocześnie listę krótkich stwierdzeń wyborczych przeznaczonych wyłącznie na użytek VAA (np. „Standpunten op Stemwijzer” przygotowane przez VVD - Holenderska Partia Ludowa na rzecz Wolności i Demokracji).⁸ Większość uprawnionych do głosowania obywateli holenderskich jest zaznajomiona z ideą działania nawigatorów. Dodatkowo, w niektórych przypadkach, obywatele otrzymują informacje o istnieniu odpowiedniego nawigatora jednocześnie z otrzymaniem ich karty ewidencyjnej uprawniającej do głosowania w nadchodzących wyborach.⁹

W Polsce, partie albo w ogóle nie odpisały na wysłaną prośbę, albo nie zdołały wypełnić wysłanego formularza w terminie. Sytuacja była podobna również w czasie wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku, co może sugerować istnienie charakterystycznego trendu w Polsce. Argument tutaj może odnosić się do faktu, że nawigatory na polskiej arenie politycznej rozpoczęły swoją działalność dopiero w

⁸<https://www.vvd.nl/standpunten>, 11.01.2018.

⁹Proszę zauważyć, że w Holandii, aby zagłosować w wyborach (narodowych, regionalnych lub samorządowych) wyborcy otrzymują kartę z ich numerem ewidencyjnym każdorazowo uprawniającym ich do głosowania zazwyczaj na 3-6 tygodni przed wyborami. Aby zagłosować udają się oni do punktu wyborczego, gdzie podstawą otrzymania typowej karty do głosowania znanej w Polsce jest przedstawienie ich dokumentu tożsamości i otrzymanej wcześniej karty z numerem ewidencyjnym.

drugiej połowie ostatniej dekady, co może sugerować brak znajomości z VAA. Jednakże argument nie jest przekonujący zwłaszcza w obliczu rosnącej liczby nawigatorów.

Warty zauważenia jest fakt, że w obu przypadkach, w Holandii i w Polsce, główna część „samookreślenia się” dotarła do koderów w ostatniej fazie terminu przeznaczonego na odpowiedź partii. Mimo, iż nie stanowi to wielkiego problemu, definitywnie spowalnia to prace koderów, którzy zobowiązani są do rozpoczęcia pracy nad kodowaniem jak najwcześniej i dostarczenia jej na czas tak, aby nawigator mógł ruszyć w wyznaczonym terminie. Późne lub niewypełnione odpowiedzi od partii oznaczają więcej pracy i dodatkowe ryzyko subiektywności zakodowanych odpowiedzi. Powodując dodatkowy kłopot z rzetelnością danych analizowanych w późniejszych badaniach naukowych.

Jednakże największym problemem są rozbieżności między „samookreśleniem się” partii i pozycjonowaniem dostarczonym przez koderów. W Holandii tylko w jednym przypadku pojawiła się znacząca różnica: PvdA (Holenderska Partia Pracy) „samookreśliła” się w 6 przypadkach inaczej niż zasugerowali koderzy. W Polsce, różnice pojawiły się we wszystkich przypadkach, różnicując się między 5 i 11 stwierdzeniami zależnie od partii.

Rozbieżności te mogą wynikać z różnych powodów. Na przykład, członek partii wydelegowany do udzielenia odpowiedzi nie zawsze jest odpowiednią osobą by w pełni zaprezentować pozycje partii na różne tematy. Ten powód jest zwłaszcza widoczny w przypadku polskich partii z gdzie większość odpowiedzi przygotowywana jest przez młodsze partyjne pokolenie. Argument wspierający ich wybór jest ich znajomość z technologią internetową lub też fakt, że zazwyczaj pełnią oni funkcje stażystów. W konsekwencji, badania naukowe przeprowadzane na tego typu danych muszą brać pod uwagę potencjalny problem z jakością dostępnych danych. Nie należy tego stwierdzenia rozumieć w negatywnym znaczeniu odnośnie pracy stażystów. Chodzi tu raczej o ich brak doświadczenia w zoperacjonalizowaniu polityki partii, co powoduje że ich interpretacja stwierdzenia i pozycji partii może się różnić.

I w Polsce i w Holandii ważnym powodem jest również charakter dostarczonych do partii pytań-stwierdzeń. Z zasady są one ogólne i nie wchodzi one w detale

poszczególnych rozwiązań ekonomicznych i politycznych. Jednakże partie często różnią się między sobą zwłaszcza w tych detalach i ich interpretacją potencjalnych rozwiązań. Np. jedno ze stwierdzeń w **euandi** skupiło się na badaniach nad komórkami macierzystymi i ich kontynuacją lub wstrzymaniem. Mimo iż partia PvdD (Holenderska Partia na rzecz Zwierząt) ogólnie wspiera tego typu badania, i konsekwentnie została zakodowana jako zgadzająca się na ich kontynuację, partia jest w całkowitej opozycji do tego typu badań z wykorzystaniem zwierząt. W konsekwencji kod musiał być zmieniony.

Dostępność nawigatorów i dylemat „użytkownik vs wyborca”

Podczas gdy skala zebranych informacji odnośnie użytkowników nawigatorów wydaje się ogromna, dwa punkty powinny być rozważone jako słabość nawigatorów. Pierwszy punkt to traktowanie użytkowników jako grupa reprezentatywna wyborców. Obydwa nawigatory (we wszystkich krajach dla których zostały zaprojektowane) były dostarczone do potencjalnych wyborców wyłącznie w formie online. Podczas gdy EU Profiler dostarczał użytkownikom możliwość zachowania i wydrukowania rezultatu, a **euandi** oferował dodatkowo opcję zamieszczenia wyników na Facebooku, w obu przypadkach warunkiem był dostęp do Internetu. Jako rezultat, każda analiza naukowa przeprowadzana na podstawie danych zebranych przez nawigatory musi wziąć pod uwagę różnice między liczbą użytkowników (online) i wyborców (offline; Tabela 1). W obydwu przypadkach (i nie zależnie od państwa) różnica między liczbą uprawnionych wyborców do głosowania i użytkownikami VAA jest szokująca. Zebrane dane reprezentują mniej niż 1.5 % potencjalnych wyborców.

Tabela 1 Porównanie liczby użytkowników i wyborców dla EU Profiler i euandi w Polsce i w Holandi (2009 i 2014)

	EU Profiler (2009)	Wyborcy uprawnieni do głosowania w 2009 ¹⁰	Procent	euandi (2014)	Wyborcy uprawnieni do głosowania w 2014 ¹¹¹²	Procent
Polska	31.389	30.496.253	1.03%	23.689	30.548.021	0.08%
Holandia	182.145	12.378.500	1.47%	15.337	12.655.760	0.12%

Częściowym wyjaśnieniem dla małej ilości użytkowników w porównaniu do uprawnionych wyborców, i drugą słabością nawigatorów, jest dostępność aplikacji dla potencjalnych użytkowników. Liczba potencjalnych użytkowników jest zależna od dostępności Internetu aby dokonać „samopozycjonowania” lub wypełnienia ankiety. Weźmy na przykład rok 2009, w którym EU Profiler został zaprezentowany użytkownikom. Według Eurostatu w 2009 tylko 52 % obywateli Unii Europejskiej miało dostęp do Internetu w domu.¹³ Według danych zebranych przez EU Profiler, 80 % użytkowników nawigatora dokonywało samopozycjonowania w domu. Należy z tego wnioskować, że dostęp do Internetu w domu odgrywa ważną rolę (możemy to bazować na założeniu, że samopozycjonowanie zajmuje czas i nie powinno mieć miejsca podczas godzin pracy). Biorąc te liczby pod uwagę, około połowa potencjalnych wyborców nie miała nawet okazji aby zostać zarejestrowani jako użytkownicy nawigatora.

Powyższe przykłady mogą wydawać się trywialne, ale podkreślają one największą słabość nawigatorów. Zebrane dane odnoszą się tylko do wąskiej grupy społeczeństwa i powinny być traktowane z tej perspektywy. Dodając do tego aspekt wieku użytkowników (np. wspomniany wcześniej wiek użytkowników zarejestrowanych przez EU Profiler: 26-35), sub-grupa reprezentowana przez dane nawigatorów ma specyficzny profil. W konsekwencji, generalizacje odnośnie populacji

¹⁰Źródło: Państwowa Komisja Wyborcza, stan czerwiec 2009

¹¹Źródło: Państwowa Komisja Wyborcza, stan czerwiec 2014

¹²Źródło: <http://europa.verkiezingen.parool.nl/uitslag/resultaten.html>, 09.05.2014.

¹³ Eurostat, *Europe in figures. Eurostat yearbook 2009*, Luxemburg 2009, s. 501.

wyborczej tworzone na podstawie danych zebranych przez nawigatory powinny być brane z przymrużeniem oka.

Widoczność nawigatorów wyborczych

Następnym problemem z nawigatorami wyborczymi, skalą i jakością danych jakie zbierają jest ich widoczność. Definicja widoczności odnosi się do wiedzy potencjalnych użytkowników o istnieniu nawigatora i tego w jaki sposób dowiedzieli się o jego istnieniu i różnicach jakie generuje to między krajami na których przeprowadzane są badania porównawcze. Z teoretycznego punktu widzenia, większa widoczność powinna przełożyć się na większą liczbę użytkowników nawigatora, i w konsekwencji dostarczać więcej informacji i danych do analizy.

We wszystkich przypadkach opisanych w tym artykule (EU Profiler i euandi, w Holandii i w Polsce) procedura wyglądała podobnie. Wszystkie główne drukowane media w kraju zostały poinformowane o istnieniu nawigatorów przed ich opublikowaniem. Zostały one poinformowane o znaczeniu nawigatorów, ich funkcjach i użyteczności w standardowej nocy informacyjnej. Kampania informująca o dostępności EU Profilera spotkała się z różną odpowiedzią w mediach (w prasie, telewizji i radiu). W niektórych krajach nawigator był niezmiernie widoczny. Na przykład w Holandii wzmianka o VAA pojawiła się w wieczornym wydaniu wiadomości, NOS – głównym wydaniu wiadomości dla kraju, w artykułach prasowych w Volkskrant i NRC – w dwóch głównych gazetach krajowych. W innych krajach jednakże wzmianki o VAA były znikome. W Polsce, na przykład, EU Profiler był wspomniany tylko raz podczas całej kampanii w Gazecie Wyborczej. Z tego punktu widzenia wynika ważny wniosek: różnice między rezultatami i zarejestrowanymi użytkownikami w różnych krajach, nie zawsze zależne są wyłącznie od typowych charakterystyk (liczby wyborców, historycznego doświadczenia z nawigatorami, czy specyfice systemu wyborczego) i większa liczba zmiennych musi być wzięta pod uwagę.

Jakość wzmianki o nawigatorze ogrywa również rolę. Dla porównania skupmy się na euandi. Niektóre media zdecydowały się na publikację krótkiej informacji dla ich czytelników (np. Gazeta Wyborcza 18.05.2014 „Pierwszy europejski nawigator

wyborczy. Sprawdź, na kogo zagłosować”), inne przygotowały artykuły porównujące kilka nawigatorów (np. NRC Handelsblad 09.05.2014 „Kies wat je kiest: een kieswijzer voor Europese kieswijzers” - Wybierz to, co wybrać: nawigatory wyborcze na Europejskie wybory). W przypadku **euandi** kampania informacyjna skupiona na podniesieniu widoczności nawigatora dodatkowo zwerbowała *social media*. Zaproszenie do użycia nawigatora zostało przesłane do potencjalnych użytkowników za pomocą list korespondencyjnych, Twittera i Facebooka. Zwłaszcza użycie Facebooka było wkalkulowanym posunięciem. Niektóre z nowych funkcji **euandi**, w porównaniu do EU Profilera, były dostępne wyłącznie przez Facebook (np. tworzenie społeczności ludzi o podobnych poglądach politycznych). Dodanie nowych mediów do zwiększenia widoczności VAA powinno było zwiększyć liczbę użytkowników. Jednakże z danych zaprezentowanych powyżej wiemy, że liczba użytkowników była prawie czterokrotnie mniejsza w porównaniu do EU Profilera.

W przypadku EU Profilera możemy na pewno zaobserwować korelację z liczbą dostępnej informacji (artykułów, wzmianek w prasie) i wzrostem liczby użytkowników w poszczególnych krajach. Jednakże w przypadku **euandi** korelacja była znikoma. Biorąc pod uwagę, prawie identyczną liczbę artykułów w mediach dla obu nawigatorów i nawet dodanie widoczności w *social media* dla **euandi**, otwiera to ciekawą debatę odnośnie użyteczności tych mediów w zwiększaniu widoczności nawigatorów. Punkt ten wymaga dalszej analizy. Naszą sugestią jest tutaj skupienie się nad porównawczą analizą liczby artykułów i ich treści. Przykładowo, nawet długość artykułu mogła mieć efekt na wzbudzenie zainteresowania wśród czytelników. W porównaniu, wymienienie kilku nawigatorów w jednym artykule mogło również zasugerować czytelnikom wybór innego nawigatora. Ten szczególny wniosek otwiera następny dylemat odnośnie skali zebranych danych: biorąc pod uwagę ilość generowanych nawigatorów, która aplikacja jest najbardziej reprezentatywna? A co za tym idzie, która VAA dostarczy nam najlepszych danych do analizy?

Alternatywy do VAA

Z wyżej wymienionych punktów jasno wynika, że jednym z rosnących problemów dla wszystkich nawigatorów jest ich rosnąca konkurencja. W Polsce mamy doświadczenia z Latarnikiem Wyborczym,¹⁴ mycandidate.eu (stworzony w Centrum Europejskim UW na wybory lokalne w Wielkiej Brytanii), oraz międzynarodowymi aplikacjami w polskiej wersji takiej jak EU Profiler, EU Vox i **euandi**. W Holandi na same wybory do Parlamentu Europejskiego 2014 liczba jest większa, włączając Electio2014.eu¹⁵ przygotowany przez VoteWatch Europe, organizację śledzącą postępowania Parlamentu Europejskiego, KiesWijs.eu przygotowany przez organizację *Humanisten*; i dodatkowo kilka mniejszych nawigatorów jak Roze Kijswijzer, Ondernemersstemwijzer (nawigator przygotowany dla businessmenów)¹⁶ i Boerderij Stemhulp (nawigator adresowany do rolników)¹⁷. Nie należy też ujmować znaczenia **euandi** i EU Vox, które podzieliły między sobą 45 % użytkowników holenderskich. Również argumenty zaprezentowane w sekcji odnośnie odpowiedzi na prośbę o „samookreślenie się” podkreślają problem rosnącej liczby nawigatorów.

Rosnąca konkurencja stwarza niezmierną presję na twórców nawigatorów tak aby zapewnić ich indywidualny charakter i wyróżnić je z tłumu pozornie identycznych aplikacji. Niektórzy twórcy skupiają się na zwiększonej jakości nawigatorów. W tym przypadku negatywnym przykładem jest Latarnik Wyborczy i jego skupienie się wyłącznie na „samookreśleniu się” partii wyborczych bez ich weryfikacji (co przypomina nam o problemie jakości zebranych danych). Inni twórcy stawiają dodatkowo na nowe funkcje nawigatorów tak aby rozszerzyć paletę ich użyteczności. **Euandi** i inwestycja w *social media* jest tutaj pozytywnym przykładem. Funkcja pozwalająca użytkownikom na porównanie ich rezultatów z innymi użytkownikami w europejskiej skali geograficznej i następane zalogowanie się na Facebooku pozwoliła sprawdzić, którzy konkretni użytkownicy mają podobne poglądy i stworzenie tak zwanych *Facebook communities*.

¹⁴<http://www.latarnikwyborczy.pl/>, 26.01.2018.

¹⁵<http://www.electio2014.eu>, 11.01.2018.

¹⁶<https://www.vno-ncw.nl/news-europa/ondernemersstemwijzer-europese-verkiezingen-de-lucht>, 01.10.2016.

¹⁷<http://www.boerderij.nl/Home/Nieuws/2014/4/CDA-bovenaam-bij-gebruikers-Stemhulp-1512165W/>, 01.11.2016.

Jednak nie rozwiązuje to problemu dla badaczy naukowych. Liczba zarejestrowanych użytkowników zmniejszona już o brak dostępu do Internetu i brak widoczności nawigatorów, musi dodatkowo być podzielona przez liczbę dostępnych nawigatorów. Z powodu tych wniosków reprezentatywność danych zebranych przez nawigatorów musi zawsze być „brana pod lupę”.

Podsumowanie

Nawigatory wyborcze rosną w popularności. Powyższy tekst odniósł się zwłaszcza do zwiększającej się liczby nawigatorów w Polsce i w Holandii. Jednakże nie są to odizolowane przypadki i podobne trendy możemy zaobserwować również w innych państwach europejskich. Zwiększająca się liczba nawigatorów powoduje wzrost zainteresowania w VAA i ich użyteczności na większą skalę. Główną ideą nawigatorów jest pomoc użytkownikom (potencjalnym wyborcom) w dokonaniu wyboru na kogo głosować w nadchodzących wyborach. Ta konkretna funkcja jest filarem użyteczności nawigatorów.

Celem tego artykułu było rozważenie przydatności VAA dla badań naukowych. Rozdział przytoczył doświadczenia, dane i informacje wygenerowane podczas przygotowywania i działalności dwóch nawigatorów, EU Profiler i euandi, w Polsce i w Holandii odnośnie wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2009 i 2014 roku. Mimo skupienia się nad tymi dwoma przykładami, wnioski płynące z analizy mogą być rozszerzone na całą populację nawigatorów jako że inne aplikacje spotykają się z tymi samymi problemami.

Nie umniejszając znaczeniu nawigatorów dla potencjalnych wyborców, powyższy rozdział skupił się na krytycznej analizie danych i informacji jakie generowane są przez nawigatorów. Dwa główne problemy przytoczone w tekście odnoszą się do jakości i skali zebranych danych. Wnioski płynące z analizy sugerują, że jakość zebranych danych odnośnie „samopozycjonowania” się partii powinna podlegać dodatkowej weryfikacji. Przykłady z Polski i Holandii wskazują na potencjalną rozbieżność między zakodowanym stanowiskiem i tym w rzeczywistości reprezentowanym przez partię. Dalsza analiza wskazała również na problem ze skalą zebranych danych. Mimo

imponującej liczby użytkowników, i w Polsce i w Holandii, obydwie aplikacje zebrały dane tylko o 1.5 % potencjalnych wyborców. Argument przytoczony później w tekście sugerował, że może to być związane z brakiem dostępu do Internetu, małą widocznością nawigatorów w mediach, czy też podziałem wyborców między konkurencyjnymi aplikacjami. Z tego punktu widzenia, reprezentatywność danych zebranych przez nawigatory musi być kwestionowana.

Nie oznacza to, że dane te są nie przydatne. Wygenerowana ilość informacji jest na pewno użyteczna do analizy użytkowników: ich profilu, orientacji partyjnej, ważności różnych aspektów na krajowej i zagranicznej arenie politycznej. Informacja ta może być użyta w przygotowaniu następnych nawigatorów, analizie zależności między wykorzystaniem nawigatorów i ich zdolnością do profilowania wyborców. Jednakże uzyskana informacja odnosi się tylko do określonej sub-grupy wyborców i powinna być traktowana z tej perspektywy.

Zaprezentowane powyżej punkty podsumowują doświadczenia z pracy nad EU Profilerem i **euandi** w Holandii i Polsce. Liczba wymienionych problemów nie jest jednak zamknięta. Punkty wymienione powyżej są jedynie najbardziej charakterystyczne w porównaniu tych dwóch aplikacji. Liczba punktów jest nadal otwarta na debatę i potencjalne rozwiązania.

Bibliography

Eurostat, *Europe in figures. Eurostat yearbook 2009*, Luxemburg 2009.

A. Trechsel and P. Mair, *When Parties (also) Position Themselves: An Introduction to the EU Profiler*, RSCAS Working Papers, <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/13007>, 06.01.2018.

Nota o autorze:

Dr Patrycja Rozbicka, jest wykładowcą na Aston University, Birmingham, UK, jest głównie związana z projektem CIG-Survey Project skupiającym się na [grupach biznesu różnego typu organizacjach pozarządowych](#) w procesie tworzenia polityk europejskich. Poprzednio otrzymała ona doktorat z Europejskiego Instytutu Uniwersyteckiego we Florencji, Włochy, i habilitację na Ruhr University, Bochum, Germany. Podczas wyborów do Parlamentu Europejskiego była członkiem polskiej drużyny pracującej nad EU Profilerem w 2009 roku i koordynatorem holenderskiej drużyny pracującej nad euandi w 2014. Główne tematy zainteresowania i publikacji: uczestnictwo organizacji pozarządowych w tworzeniu polityki europejskiej, e-Demokracja, europejskie wybory parlamentarne w perspektywie porównawczej.

