

Marcin Anaszewicz

Rola nowych technologii w procesie komunikowania rządowego w Polsce

SŁOWA KLUCZOWE:

komunikowanie publiczne, nowe technologie, Internet, cyfryzacja, administracja rządowa

Wprowadzenie

Tematem mojego artykułu jest znaczenie nowych technologii w procesie komunikowania rządowego w Polsce. Dla potrzeb niniejszych rozważań istotę komunikowania rządowego najpełniej oddaje zaproponowana przez B. Dobek-Ostrowską definicja komunikowania publicznego, rozumianego jako komunikowanie formalne, ograniczone wyłącznie do sfery publicznej, a mianowicie do terytorium regulowanego przez prawo, gdzie zasady emisji i odbioru komunikatu publicznego opierają się na obowiązujących normach i przepisach prawnych¹. Komunikowanie publiczne ma na celu przekazywanie i wymianę informacji o publicznym zastosowaniu oraz podtrzymywanie więzi społecznych przez odpowiedzialne za ten proces instytucje publiczne². Z kolei nowe technologie komunikacyjne rozumiane są jako aplikacje sieciowe umożliwiające dwukierunkową komunikację za pośrednictwem Internetu między rządem i administracją rządową a obywatelami, a także dwukierunkową komunikację wewnętrzną między podmiotami i pracownikami administracji rządowej. Do takich aplikacji

¹ B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniewski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2002, s. 18.

² B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2007, s. 122.

sieciowych możemy zaliczyć standardowe strony internetowe i strony podmiotowe Biuletynów Informacji Publicznej, kanały RSS oraz media społecznościowe, takie jak portale społecznościowe, grupy dyskusyjne, czaty i blogi.

W prowadzonych przeze mnie badaniach oraz niniejszym artykule swoją uwagę skupiam na obszarze publicznego komunikowania rządowego z trzech powodów. Po pierwsze, system komunikowania publicznego jest częścią systemu komunikowania społecznego i jest nadrzędny wobec systemu komunikowania politycznego. Stąd też elementy systemu komunikowania publicznego zasługują na odrębne badania oraz odrębną pogłębioną analizę i dyskusję.

Po drugie, zadania instytucji i podmiotów działających w sferze publicznej, takie jak polityka komunikacyjna, w tym zarządzanie informacją o charakterze publicznym, budowanie i podtrzymywanie prestiżu instytucji publicznych czy udział w debacie publicznej i budowa kapitału społecznego, we współczesnej demokracji odgrywają kluczowe znaczenie. Dobek-Ostrowska uważa, że wpływ komunikowania na demokrację jest często niedostrzegany i przez praktyków – przedstawicieli instytucji publicznych, i teoretyków – przedstawicieli nauk społecznych. Jej zdaniem porozumiewanie się obu stron – rządzących i obywateli – rozumienie racji i przekonanie do określonych działań pozwala na pogłębienie demokracji³.

Po trzecie, rozwój systemu komunikowania publicznego w perspektywie ostatnich 20 lat polskiej transformacji wykazuje znacznie mniejszą dynamikę rozwoju w porównaniu do tych samych procesów zachodzących w systemie komunikowania politycznego. Można tutaj wskazać dwa wpływające na tę sytuację czynniki. Z jednej strony prawdopodobnie mamy do czynienia z mniejszą motywacją politycznych decydentów do szukania nowych narzędzi komunikowania w sferze publicznej niż w przypadku szukania przez nich nowych instrumentów i narzędzi komunikowania politycznego, np. w zakresie marketingu politycznego i politycznego public relations. Można zaryzykować twierdzenie, że motywacja do wygrywania wyborów i zdobywania władzy, w tym z wykorzystaniem nowych technologii, jest znacznie większa niż motywacja do efektywniejszego i bardziej ekonomicznego komunikowania z obywatelami w kwestiach publicznych. Z drugiej strony mamy do czynienia z mniejszym niż w przypadku komunikowania politycznego oddziaływaniem marketingu komercyjnego na rozwój i wprowadzanie nowych narzędzi komunikowania publicznego.

³ B. Dobek-Ostrowska, *Problem sfery publicznej*, [w:] J.P. Hudzik, W. Woźniak (red.), *Sfera publiczna. Kondycja – przejawy – przemiany*, Lublin 2006, s. 84.

Szczególnie widoczne jest to w okresie kampanii wyborczych. Od ponad 15 lat polskie partie polityczne znacznie częściej niż rząd oraz inne instytucje i podmioty publiczne korzystają z usług zewnętrznych konsultantów i komercyjnych agencji zajmujących się elementami komunikowania marketingowego. Stąd też dostęp partii politycznych do wiedzy i praktyki związanej z nowymi technologiami jest relatywnie znacznie częstszy i szerszy niż dostęp administracji rządowej. Lektura polskiej prasy z okresu kampanii wyborczej przed wyborami parlamentarnymi w 2011 roku pozwala tę tendencję łatwiej zrozumieć. Znajdujemy tam wiele informacji dotyczących stopnia, możliwości i planów związanych z wykorzystaniem narzędzi komunikowania za pośrednictwem Internetu w kampanii wyborczej do parlamentu. Dodatkowo zapowiedź ograniczenia w wyniku orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego możliwości stosowania w kampanii wyborczej podstawowych narzędzi ATL (emitowanie płatnych spotów wyborczych i naklejanie plakatów większych niż dwa metry kwadratowe w czasie kampanii wyborczej) sprawiła, że narzędzia internetowe urastały w dyskusji politycznej i politologicznej do rangi kluczowych w strategiach wyborczych partii politycznych. Miały to być narzędzia alternatywne, które mogły zastąpić wspomniane wcześniej spoty i bilbordy. Trybunał Konstytucyjny nie ograniczył możliwości stosowania ww. narzędzi ATL i w efekcie nowe technologie nie zostały wykorzystane w takim stopniu, jak przewidywano przed orzeczeniem Trybunału. Zdaniem J. Garlickiego, pomimo iż rola Internetu w wyborach prezydenckich w Polsce w 2010 roku była znacząca i to w większym stopniu niż wcześniej się zdarzało, to w zakresie promocji kandydatów było to medium wspierające, a nie główne narzędzie prowadzenia kampanii. Ponadto politycy w większym stopniu wykorzystywali możliwości tradycyjnych rozwiązań w ramach Web 1.2, niż bardziej interaktywne i zaawansowane rozwiązania w ramach Web 2.0⁴.

W dobrym tonie jest, aby polityk i partia polityczna miała i wykorzystywała nie tylko własny serwis internetowy, własne lub zewnętrzne czaty czy wideoblogi, lecz także portale i media społecznościowe. Nowe technologie w obszarze komunikowania politycznego są przejawem pewnego rodzaju politycznej mody. Niestety, w mojej opinii na podobny trend w obszarze publicznego komunikowania rządowego musimy jeszcze w Polsce poczekać. To, co w obszarze komunikowania politycznego partii

⁴ J. Garlicki, *Komunikacja w Internecie a kultura polityczna Polaków – komentarz po pierwszej fali badań*, [w:] *Kultura polityczna internautów w Polsce*, „Studia Politologiczne”, vol. 21, Warszawa 2011, s. 298–300.

politycznych jest przedmiotem powszechnej i standardowej procedury działania, w obszarze publicznego komunikowania rządowego jest często technologią całkiem nową lub stosowaną w bardzo ograniczonym zakresie.

W niniejszym artykule przedstawiam wybrane przykłady stosowania nowych technologii w procesie komunikowania rządowego w Polsce na tle wybranych modelowych rozwiązań amerykańskich na poziomie federalnym i stanowym. Na wstępie moich rozważań prezentuję podstawowe informacje dotyczące ewolucji zastosowania nowych technologii w komunikowaniu rządowym, począwszy od rządu 0.5 do rządu 2.0. Pokazując doświadczenia polskie, analizuję wykorzystanie nowych technologii w zarządzaniu informacją publiczną, w polityce informacyjnej rządu, w upowszechnianiu stanowionego prawa oraz w zakresie świadczenia usług publicznych na rzecz obywatela.

Od rządu 0.5 do rządu 2.0

Zdaniem autorów raportu *Mapa drogowa otwartego rządu w Polsce* powszechny w państwach rozwiniętych i rozwijających się dostęp do technologii cyfrowych, przyjazne i łatwe w obsłudze interfejsy internetowych aplikacji oraz rosnąca dostępność dokumentów oraz danych w Internecie, miały istotny wpływ na wzrost oczekiwań ze strony obywateli w zakresie podobnych usług oferowanych przez administrację publiczną. W Polsce natomiast metody pracy administracji, sposoby podejmowania decyzji oraz ogólne mechanizmy rządzenia pozostały niezmienione, jeśli nie uwzględnimy możliwości i zmian wynikających bezpośrednio z naturalnej ewolucji dostępnych rozwiązań technologicznych. Inaczej stało się w przypadku podmiotów prywatnych, które na bieżąco dostosowują metody działania do zmieniających się warunków, wykorzystując dostępne narzędzia i dostosowując je do własnych potrzeb. Autorzy wspomnianego raportu wskazują również ujawniającą się przepaść między metodami funkcjonowania instytucji prywatnych a systemem pracy instytucji publicznych. Podczas gdy w sektorze prywatnym postęp technologiczny oznacza eksplozję innowacyjności, w sektorze publicznym jego potencjał był przez długi okres ignorowany⁵.

⁵ J. Hofmokl, A. Tarkowski, I. Ostrowski, M. Werner, K. Werner, J. Bartosiak, D. Solda-Kutzmann, P. Hess, *Mapa drogowa otwartego rządu w Polsce*, s. 8, <http://centrumcyfrowe.pl/projekty/mapa-drogowa/>, 15.09.2011.

Radykalna zmiana charakteru i roli typowych stron internetowych rozpoczęła się wraz z wprowadzeniem koncepcji Web 2.0⁶. Zmiana polegała przede wszystkim na stworzeniu warunków zwiększających zaangażowanie użytkowników sieci i zachęcających ich do czynnego udziału w tworzeniu własnego wkładu do zasobów sieci. Wraz z wprowadzeniem tej koncepcji, serwisy internetowe zaczęły zmieniać się z mediów o charakterze nadawczym, „serwujących odbiorcom odgórnie tworzone i redagowane treści”⁷, w serwisy internetowe umożliwiające użytkownikom wzajemną komunikację i tworzenie własnych treści. Ponadto założenia nowej koncepcji miały również wymiar techniczny; serwisy Web 2.0 przynajmniej częściowo udostępniają sobie nawzajem treści. Źródłem wartości dodanej stały się więc nowe usługi, oparte na istniejących serwisach, czasem będące krzyżówką informacji i funkcji z szeregu różnych serwisów. Tak jak w wymiarze ekonomicznym (np. sklepy internetowe oferują rekomendacje oparte na danych o wcześniejszych zachowaniach użytkowników), tak w wymiarze publicznym – serwisy rządowe mogą powielać ten model, starając się, aby zwykłe zachowania użytkowników miały przełożenie polityczne lub obywatelskie⁸.

Generalnie w administracji publicznej narzędzia Web 2.0 zaczęły być wdrażane z niewielkim opóźnieniem wobec sektora komercyjnego i projektów w sektorze pozarządowym. Wykorzystywanie narzędzi interaktywnych do usprawniania pracy administracji lub do wspomaganie kontaktów między administracją a obywatelami pozwalało wejść na nowy poziom relacji pomiędzy odbiorcami i wykonawcami usług publicznych. Działania te zaczęto w dosyć szybkim czasie definiować jako odrębny wobec e-administracji model wykorzystywania technologii cyfrowych w działaniach rządu, nazywany czasem rządem 2.0⁹.

S. Goldsmith, używając terminologii kolejnych wersji, pokazuje ewolucję w komunikowaniu publicznym pod wpływem nowych technologii:

- wersja 0.5 – umieszczanie informacji na stronach internetowych,
- wersja 1.0 – elektroniczne wypełnianie formularzy,
- wersja 1.5 – narzędzia pozwalające obywatelom na zgłaszanie problemów i uwag,

⁶ Szerzej zob. na stronie O'Reilly Media Inc., *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

⁷ *Mapa drogowa...*, s. 9.

⁸ Tamże.

⁹ Tamże, s. 10.

- wersja 2.0 – platformy współpracy, które pozwalają obywatelom na wspólne opracowywanie dostępnych danych i rozwiązywanie problemów¹⁰.

Doświadczenia amerykańskie

Jednym z przykładów szerokiego zastosowania nowych technologii w obszarze publicznego komunikowania rządowego jest centralne repozytorium danych publicznych – Data.gov, które ostatecznie przyjęło postać katalogu rozproszonych danych udostępnianych przez amerykańską administrację publiczną. Data.gov nie ma charakteru czysto technicznego, to znaczy nie jest tylko kolejnym systemem technicznym e-administracji. Jego długoterminowym celem jest zmiana ogólnej praktyki zapewniania obywatelom dostępności zasobów publicznych. Umożliwia prowadzenie centralnie koordynowanych działań na rzecz zwiększenia dostępności już upubliczniętych zasobów oraz upubliczniania nowych źródeł informacji. W chwili upublicznienia, Data.gov obejmował 76 zbiorów danych i narzędzi do pracy z danymi udostępnianych dobrowolnie przez jedenaście różnych instytucji¹¹.

Wydane we wrześniu 2009 memorandum pt. *Open Government Directive* zobowiązało wszystkie amerykańskie instytucje rządowe do udostępnienia, do stycznia 2010 roku, trzech zbiorów danych tzw. danych o wysokiej wartości. Dane te zostały zdefiniowane w przedmiotowym dokumencie jako informacje, które mogą być wykorzystane w celu zwiększenia odpowiedzialności instytucji, zwiększenia świadomości publicznej działań instytucji, wspierania misji instytucji, inicjowania przedsięwzięć gospodarczych, wspierania procesu konsultacji społecznych¹².

W chwili obecnej Data.gov kataloguje ponad 3200 zbiorów danych (z czego około 2000 to dane wysokiej jakości), 930 narzędzi i dodatkowo 376 tysięcy zbiorów geodanych. Zasoby te są udostępniane w formatach standardowych (umożliwiających odczyt maszynowy) oraz opatrzone metadanymi; niektóre są zgodne ze standardem połączonych danych. Data.gov umożliwia dostęp do zasobów na kilka sposobów – poprzez katalog „surowych” danych, w którym można je wyświetlić i pobrać lub

¹⁰ S. Goldsmith, *Citizensourcing smarter government in New York City*, <http://radar.oreilly.com/2011/03/nyc-smart-government.html>, 22.09.2011.

¹¹ *Mapa drogowa...*, s. 43.

¹² http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/memoranda_2010/m10-06.pdf, 22.09.2011.

poprzez różne aplikacje, takie jak kalkulatory danych, strumienie danych RSS czy wizualizacje. Portal zawiera też elementy społecznościowe – forum, możliwość oceny i komentowania kolekcji, sugerowania, jakie kolejne zbiory powinny zostać udostępnione, zawiera też odnośniki do podobnych portali z danymi lokalnymi i stanowymi¹³.

Kolejnym przykładem stosowania nowych technologii w obszarze komunikowania publicznego, tym razem na poziomie lokalnym, jest polityka informacyjna stanu Utah, którego administracja należy do najbardziej zaawansowanych technologicznie administracji stanowych w USA. W roku 2008 władze stanu zdecydowały, że konieczna jest unifikacja różnych serwisów i narzędzi internetowych oraz stworzenie jednej, wszechstronnej platformy, obsługującej kontakty z obywatelami. W tym celu postanowiono wykorzystać nowoczesne narzędzia społecznościowe, dzięki którym znacznie zwiększono liczbę użytkowników portalu Utah.gov. Dzięki temu oficjalne informacje zamiast krążyć we własnym, odizolowanym obiegu, mogły stać się częścią szerszych sieci wymiany informacji¹⁴.

Na platformie Utah.gov zawarto różne materiały i usługi społecznościowe, w tym blogi różnych agencji publicznych stanu Utah zagregowane i skategoryzowane w jednym miejscu, wpisy z Twittera obejmujące ponad 185 kont prywatnych i kont należących do instytucji, aplikacje mobilne, galerie fotografii dotyczących stanu Utah umieszczanych na różnorodnych serwisach społecznościowych, a także Facebook, na którym agencje publiczne stanu Utah mają w sumie ponad 90 profili (niektóre z nich śledzi ponad 25 tysięcy osób). Serwis Utah.gov ma osobną platformę wideo, na której umieszczane są wszystkie materiały z 25 kanałów multimedialnych różnych agencji. Użytkownicy portalu Utah.gov mogą śledzić ponad 53 kanały RSS z aktualnymi informacjami dotyczącymi stanu Utah, a na stronie co godzinę pojawia się średnio 12 aktualizacji na temat bieżących spraw tego stanu¹⁵.

Ponadto wszystkie usługi Utah.gov mają być obsługiwane z poziomu telefonu komórkowego. Uruchomiono również możliwość dostosowywania treści serwisu do specyfiki konkretnej lokalizacji, z której łączył się użytkownik (geolokalizacja wykorzystująca numery IP). W efekcie przeprowadzonych działań – w tym w wyniku szerokiego wykorzystania serwisów społecznościowych – znacznie wzrosła średnia liczba unikatowych miesięcznych wizyt – do ponad miliona (to znaczy dwa razy więcej niż

¹³ *Mapa drogowa...*, s. 43.

¹⁴ Tamże, s. 50–51.

¹⁵ Tamże.

w okolicznych stanach, które nie używają tych kanałów do komunikacji z obywatelami)¹⁶.

Komunikowanie rządowe w Polsce a nowe technologie

Przeprowadzona przeze mnie analiza przyjętych rozwiązań prawnych i organizacyjnych, a także analiza bieżącej praktyki w administracji rządowej pozwala wskazać następujące zadania w obszarze publicznego komunikowania rządowego w Polsce, które w mniejszym lub większym stopniu realizowane są z wykorzystaniem nowych technologii. Jest to polityka informacyjna, media relations, zarządzanie informacją o charakterze publicznym, proces upubliczniania procesu legislacyjnego, ogłaszanie aktów normatywnych oraz innych aktów prawnych.

Do realizacji wyżej wskazanych zadań wykorzystywane są w Polsce w szczególności narzędzia internetowe, takie jak własne strony internetowe (wzorowane z reguły na rozwiązaniach wypracowanych w sektorze usług komercyjnych, a także stosowanych przez organizacje pozarządowe oraz doświadczeniach administracji publicznej w innych krajach) oraz media społecznościowe i komunikatory internetowe. Do zarządzania informacją publiczną wykorzystywane są strony podmiotowe Biuletynów Informacji Publicznej. Z kolei w zakresie zadań związanych z analizą wizerunku w mediach oraz zadań w obszarze media relations administracja rządowa korzysta z zewnętrznych usług i narzędzi opartych na nowych technologiach (platformy służące do monitoringu i analizy mediów). Dodatkowo w obszarze komunikowania wewnętrznego (np. w konkretnym urzędzie) stosowane są strony intranetowe.

Z narzędzi tych w różnym stopniu korzystają wszystkie podmioty tworzące strukturę komunikowania rządowego w Polsce tj.:

- administracja rządowa z Rzecznikiem Prasowym Rządu (jako koordynatorem komunikowania rządowego) i Centrum Informacyjnym Rządu w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów (komórką organizacyjną Kancelarii obsługującą Rzecznika Prasowego Rządu);
- administracja rządowa z rzecznikami ministrów i właściwe ministerstwa obsługujące tych rzeczników;
- administracja rządowa z rzecznikami kierowników urzędów centralnych i obsługujące ich urzędy centralne (np. Główny Inspektorat Weterynarii, Główny Urząd Miar czy Główny Urząd Statystyczny);

¹⁶ Tamże.

- administracja rządowa w województwie z rzecznikami wojewodów i obsługującymi ich właściwymi urzędami wojewódzkimi.

Informacja publiczna w Polsce a nowe technologie

W przypadku Polski, przełomowe znaczenie dla procesu wprowadzania nowych technologii do praktyki publicznego komunikowania rządowego miało wejście w życie ustawy o dostępie do informacji publicznej (przyjętej w 2001 roku), a następnie rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej (2007 rok). Są to w mojej opinii najbardziej istotne regulacje w zakresie komunikowania rządowego, ponieważ stanowią one de facto jedyne w Polsce akty prawne kompleksowo i szczegółowo normujące obowiązki informacyjne władz publicznych, w tym rządu, relacje (w zakresie udostępnienia informacji o sprawach publicznych) organów władzy z obywatelami. Ustawa o dostępie do informacji publicznej określa również kwestie dotyczące stron internetowych tzw. Biuletynów Informacji Publicznej (BIP), na których organy władzy, w tym członkowie rządu, umieszczają informacje publiczne, a także kwestie przekazywania przez władzę dziennikarzom i osobom niebędącym dziennikarzami wszelkich informacji o sprawach publicznych, których nie ma na stronie BIP. Ustawa o dostępie do informacji publicznej jest więc aktem prawnym wyznaczającym zasady komunikowania rządu bezpośrednio lub poprzez media z obywatelami, a także wymusza stosowanie nowych technologii w formie podmiotowych stron internetowych BIP. Przedmiotowa ustawa wraz z rozporządzeniem i rozległym orzecznictwem niejako „wymusiły” więc na administracji publicznej zmiany w zakresie komunikowania rządowego, a także stopniowe wprowadzanie i rozwój narzędzi komunikowania opartych na nowych technologiach.

Według założeń ustawy o dostępie do informacji publicznej Biuletyny Informacji Publicznej miały stanowić w Polsce główne źródło dostępu do informacji publicznej za pośrednictwem Internetu. Pomimo że ich jakość poprawia się z roku na rok, to nadal nie spełniają one pokładanych w nich nadziei. Obecnie BIP-y pełnią funkcje słupów ogłoszeniowych, gdyż nie spełniają jednego standardu informatycznego. Przykładowo, w obecnym kształcie nie mogą one być przeszukiwane przez serwisy do poszukiwania i agregowania danych, gdyż Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji do chwili obecnej nie wydało ani obligatoryjnego standardu informacji, które ma zawierać BIP, ani struktury XML, jaką te informa-

cje powinny posiadać. Ponadto strony BIP i strony internetowe urzędów się dublują. Około 90% urzędów poza podmiotową stroną BIP prowadzi też własne strony internetowe, które zawierają zazwyczaj znacznie więcej informacji oraz narzędzi służących komunikowaniu rządowemu niż sam BIP. Takie narzędzia, jak platformy konsultacji obywatelskich, fora wymiany opinii, umieszcza się w tej chwili raczej na stronach internetowych, a nie na stronach BIP. Sytuacja ta po pierwsze zwielaokrotnia koszty, po drugie, wprowadza zamęt – nie wiadomo bowiem, gdzie użytkownik powinien szukać informacji. Badania pokazują też, że BIP-y nie są postrzegane przez administrację publiczną jako jedno z priorytetowych zadań administracji; praktyka pokazuje, że do prowadzenia BIP-ów przydziela się z reguły tylko jednego pracownika, który nie jest w stanie podołać obowiązkowi wynikającemu z przepisów prawnych. Należy wspomnieć, że wiele jednostek w ogóle nie założyło stron BIP (spośród około 80 000 podmiotów, zobligowanych do utworzenia BIP, z obowiązku tego wywiązało się tylko około 12 500)¹⁷.

Narzędzia polityki informacyjnej rządu

Jednym z narzędzi realizacji polityki informacyjnej rządu jest oficjalny serwis internetowy polskiego rządu umieszczony pod domenami: www.premier.gov.pl i www.kprm.gov.pl. Stroną administruje jedna z komórek organizacyjnych Kancelarii Prezesa Rady Ministrów – Centrum Informacyjne Rządu (CIR). Obecnie funkcjonujący serwis – premier.gov.pl – uruchomiony został w grudniu 2009 roku i odświeżony w I kwartale 2011 roku. Główne elementy odróżniające nową stronę od poprzedniej to więcej multimediiów (zdjęć, plików wideo), powiązanie serwisu z witrynami społecznościowymi (Facebookiem, Twitterem, Blipem, YouTube'em) i bardziej kolorowa grafika. W nowym serwisie można też oglądać transmisje i wideorelacje z wystąpień premiera. Na stronie internetowej jest też filtr pozwalający na wyszukiwanie informacji według dat, ale także z podziałem na wydarzenia i ich głównych bohaterów. Możliwe jest też śledzenie nowości w serwisie za pośrednictwem podstron osobnych dla poszczególnych kategorii, takich jak: zdjęcia, wideo czy wywiady. Główna struktura strony zawiera takie elementy, jak: „premier”, „rząd”, „działania

¹⁷ Tamże, s. 103–104.

rządu”, „kancelaria”, „zdjęcia i filmy”, oddzielną podstronę dedykowaną Centrum Informacyjnego Rządu¹⁸.

Jednym z narzędzi w ramach media relations jest podstrona serwisu premier.gov.pl – „centrum prasowe”, która obok wiadomości strictly informacyjnych, tj. biografia Rzecznika Prasowego Rządu oraz dane teleadresowe CIR, rzeczników ministrów i wojewodów, zawiera narzędzia o charakterze bardziej funkcjonalnym tj. „akredytacje”, „wnioski o wywiad” czy „powiadomienia sms”, pozwalające na przekazywanie dziennikarzom informacji o nadchodzących wydarzeniach za pośrednictwem sms-ów. W zakresie informacji i narzędzi dedykowanych obywatelom na szczególną uwagę zasługują następujące nowe rozwiązania:

- podstrona „działania rządu”, zawierająca stale aktualizowane informacje podzielone według głównych obszarów działania rządu tj. finanse publiczne, fundusze unijne, rynek pracy, ochrona środowiska i kultura;
- interaktywne, zintegrowane z Facebookiem narzędzie „70 zmian na lepsze – zgłoś!” – jest to lista wybranych zmian, na które można głosować, a najpopularniejsze tematy znajdują się na szczycie zestawienia automatycznie aktualizowanego;
- „moje postulaty” – z wykorzystaniem formularza można zgłaszać opinie na temat artykułu premiera „Trzecia fala nowoczesności”, który ukazał się w Gazecie Wyborczej 19 marca 2011 roku;
- aktywny formularz „napisz do premiera”.

W opinii wielu ekspertów w zakresie marketingu internetowego wprowadzona w 2009 roku strona premier.gov.pl była wierną kopią strony internetowej Białego Domu USA, w szczególności w zakresie architektury informacji (układ strony, rotowany key visual, poziome menu oraz stopka). Eksperti podkreślają, że nowy serwis premiera i jego kancelarii jest czysty i uporządkowany. W porównaniu z wersją poprzednią, strony prezentują wyższą wartość informacyjną – architektura informacyjna jest znacznie lepiej przemyślana. Zwracają uwagę na wykorzystanie materiałów wideo, a także na duże wizerunkowe zdjęcia, które nie pozostawiają wątpliwości, kto firmuje urząd premiera własnym nazwiskiem. Rozwiązania zastosowane na premier.gov.pl w dużej mierze są trafne, jak np.: karuzela z najważniejszymi informacjami, prosta konstrukcja newsowa (podkreśla, że sednem są informacje), łatwy dostęp do materiałów wideo, podkreślenie obecności premiera w serwisach socialmedia (jak Facebook czy Twitter), stopka podsumowująca, która rozpisuje najważniejsze tre-

¹⁸ Tamże.

ści oraz wersja wai (dla niepełnosprawnych). Z funkcjonalnego punktu widzenia wadą jest zbyt duży obszar przeznaczony na top ze zdjęciem, który przesuwają pozostałe, istotne informacje na drugi plan. Ekspertki zwracają uwagę również na fakt, iż nowy serwis potwierdza, podobnie jak w przypadku strony Kancelarii Prezydenta RP i wszystkich innych urzędów państwowych, całkowity brak koncepcji rządu w zakresie corporate identity Polski. „Tutaj orzeł, tam flaga, tutaj beżowo, tam niebiesko. Do wyboru, do koloru. W prywatnej firmie – rzecz nie do pomyślenia”¹⁹. Brak unifikacji stron rządowych dotyczy nie tylko szaty graficznej, lecz także struktury strony oraz stosowanych narzędzi służących interaktywnej komunikacji z użytkownikami. Każde ministerstwo i każda instytucja publiczna tworzy strony internetowe opierając się na całkiem innej strukturze danych i innej szacie graficznej.

Centrum Informacyjne Rządu od czerwca 2009 roku prowadzi również serwis www.efs.kprm.gov.pl (serwis prowadzony przez Instytucję Pośredniczącą II stopnia w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów dla Działania 5.1 *Wzmocnienie potencjału administracji rządowej* Programu Kapitał Ludzki).

Jak wspomniano wyżej, wyraźnie eksponowaną przez CIR nową grupą instrumentów komunikowania rządowego są media społecznościowe. Obecnie CIR wykorzystuje łącznie 5 takich narzędzi. Są to:

- Facebook (pierwszy post z dnia 15 grudnia 2009 r., osób, które „lubią” – 5259 na dzień 22 lipca 2011 r.),
- Youtube (uruchomienie profilu – 17 lipca 2009 r., wyświetlenia kanału – 25 580, widzowie – 383, łączna liczba umieszczonych nagrań – 445),
- Twitter,
- Blip (pierwszy wpis z 16 grudnia 2009 r.),
- Flickr (uruchomiony w sierpniu 2009 r.).

Serwis premier.gov.pl, podobnie jak serwisy polskich ministerstw, znajduje się na dalekim końcu krajowego rankingu stron. Według rankingu alexa.com²⁰ strona polskiego premiera na liście najpopularniejszych polskich stron internetowych znajduje się dopiero na 3234 miejscu. Dla porównania, lepiej nie wypadają również serwisy premiera Wielkiej Brytanii (number10.gov.uk zajmuje w Wielkiej Brytanii miejsce 6114),

¹⁹ Ł. Macheta, *Nowy serwis premiera to kopia WhiteHouse.gov?*, http://www.medialink.pl/arttykul/6334,Nowy_serwis_premiera_to_kopia_WhiteHouse.gov?,group4, 15.08.2011.

²⁰ www.alexa.com, 22.07.2011 r.; ranking w kraju obliczany jest za pomocą połączenia średniej dziennej odwiedzających na stronie www i odsłon na stronie www przez użytkowników z tego kraju w ciągu ostatnich 3 miesięcy. Strona z najwyższym wskaźnikiem odwiedzających i odsłon zajmuje 1. miejsce w rankingu w tym kraju.

serwis kanclerz Niemiec (www.bundeskanzlerin.de zajmuje w Niemczech miejsce 25 551.), a także prezydenta Francji (elysee.fr zajmuje miejsce 5508.). Bezkonkurencyjnie wypada natomiast serwis brytyjskiej administracji www.direct.gov.uk, który w krajowym rankingu zajmuje miejsce 39, a w rankingu globalnym 1390. Wśród polskich ministerstw najlepiej wypada serwis Ministerstwa Sprawiedliwości zajmujący miejsce 738, a najgorzej – Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego plasujący się poza rankingiem.

Tabela 1. Wybrane strony polskiej administracji rządowej w krajowym rankingu stron WWW

L.p.	Miejsce w rankingu alexa.com (PL)	Podmiot	Adres www
1	738	Ministerstwo Sprawiedliwości	ms.gov.pl
2	1 746	Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji	mswia.gov.pl
3	2 146	Ministerstwo Edukacji Narodowej	men.gov.pl
4	2 265	Ministerstwo Gospodarki	mg.gov.pl
5	3 234	Kancelaria Prezesa Rady Ministrów	premier.gov.pl
6	3 499	Ministerstwo Infrastruktury	mi.gov.pl
7	3 742	Ministerstwo Spraw Zagranicznych	msz.gov.pl
8	3 823	Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi	minrol.gov.pl
9	4 443	Ministerstwo Zdrowia	mz.gov.pl
10	6 635	Ministerstwo Obrony Narodowej	mon.gov.pl
11	7 657	Ministerstwo Skarbu Państwa	msp.gov.pl
12	7 838	Ministerstwo Środowiska	mos.gov.pl
13	7 938	Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej	mpips.gov.pl
14	7 941	Ministerstwo Rozwoju Regionalnego	mrr.gov.pl
15	9 081	Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego	mkidn.gov.pl
16	17 002	Ministerstwo Finansów	mofnet.gov.pl
17	45 839	Ministerstwo Sportu i Turystyki	msit.gov.pl
18	poza rankingiem	Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego	mnisw.gov.pl

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych alexa.com

Z dostępnych statystyk odwiedzin serwisu premier.gov.pl (statystyki prowadzone są od 15 grudnia 2009 roku) wynika, że średnia miesięczna liczba unikatowych gości tego serwisu kształtuje się na poziomie 60 tys., a liczba wizyt na poziomie 100 tys.²¹

Tabela 2. Statystyki serwisu premier.gov.pl w latach 2009–2011

Okres analizy	Unikatowi goście	Unikatowi goście (średnio miesięcznie)	Wizyty	Wizyty (średnio miesięcznie)
01.01.2011 – 30.06.2011	375 438	62 573	638 618	106 436
01.01.2010 – 31.12.2010	761 312	63 443	1 279 644	106 637
15.12.2009 – 31.12.2009	65 216	65 216	91 807	91 807

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Centrum Informacyjnego Rządu.

W przypadku wybranych serwisów ministerstw średniomiesięczna liczba odwiedzin wyglądała następująco:

- serwis Ministerstwa Infrastruktury mi.gov.pl – ok. 150 tys. odwiedzin (dane za rok 2010)²²,
- serwis Ministerstwa Zdrowia mz.gov.pl – ok. 200 tys. odwiedzin (dane za rok 2010)²³,
- serwis Ministerstwa Sprawiedliwości – ok. 560 tys. (dane za okres 10 2010 – 07.2011)²⁴,
- serwis Ministerstwa Obrony Narodowej – ok. 500 tys. (dane za okres 01–06.2011 r.)²⁵.

Przykładem rozproszonego modelu zarządzania serwisami internetowymi urzędu (w przeciwieństwie do modelu zastosowanego w CIR) jest Ministerstwo Spraw Zagranicznych (MSZ), które prowadzi aż 32 serwisy internetowe, w tym www.msz.gov.pl, www.poland.gov.pl, www.prezydentjaue.gov.pl, www.pl2011.eu oraz serwisy internetowe placówek dyplomatycznych w domenie www.polemb.net. Ministerstwo Spraw

²¹ Informacje pozyskane z Centrum Informacyjnego Rządu w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

²² Informacje pozyskane z Ministerstwa Infrastruktury w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

²³ Informacje pozyskane z Ministerstwa Zdrowia w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

²⁴ Informacje pozyskane z Ministerstwa Sprawiedliwości w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

²⁵ Informacje pozyskane z Ministerstwa Obrony Narodowej w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

Zagranicznych nie korzysta z usług firm zewnętrznych w zakresie bezpośredniego zarządzania serwisami internetowymi ministerstwa. Zadania te należą do obowiązków służbowych odpowiednich pracowników MSZ. Zgodnie z regulaminem organizacyjnym Ministerstwa Spraw Zagranicznych za redagowanie treści w serwisach internetowych MSZ odpowiada Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej MSZ (odpowiedzialnych 8 osób). Serwis www.e-step.pl prowadzi Departament Prawa Unii Europejskiej (1 osoba). Wsparcie techniczne zapewnia Biuro Informatyki i Telekomunikacji MSZ oraz firmy zewnętrzne, które na rzecz ministerstwa świadczą również usługi z zakresu projektowania grafiki, architektury informacji i funkcjonalności serwisów internetowych, ich tworzenia, wdrażania oraz utrzymania. MSZ korzysta również od 2010 roku z usług w zakresie pozycjonowania serwisów internetowych, jednak tylko w przypadku serwisu www.poland.gov.pl. Dodatkowo firmy będące wykonawcami poszczególnych serwisów internetowych świadczą na rzecz MSZ usługi w zakresie doradztwa związanego z marketingiem internetowym. Łączne wydatki na opracowanie i dostarczenie treści oraz wsparcie techniczne związane z zarządzaniem serwisami internetowymi w 2010 roku wyniosły ok. 1,4 mln zł. (na ok. 290 mln zł. łącznych wydatków urzędu). Niezależnie od serwisów internetowych polski MSZ korzysta również z popularnych serwisów społecznościach. W 2009 roku rozpoczął korzystanie z Flickr'a, Blipa, Twittera i YouTube'a, w 2010 roku z Facebooka, a w 2011 roku w związku z Przewodnictwem Polski w Radzie UE z Goldenline i Naszej Klasy. Nadzór nad serwisami społecznościowymi wykorzystywanymi przez MSZ sprawuje Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej MSZ (zadania te realizuje 3 pracowników). W zakresie obsługi serwisów społecznościowych Ministerstwo Spraw Zagranicznych nie korzysta z usług zewnętrznych. Pracownicy tego departamentu odbyli szkolenia m.in. z zakresu tworzenia grafiki i multimedii, tworzenia strategii sieci społecznościowych, tworzenia i edycji tekstów na potrzeby Internetu, tworzenia użytecznych stron.

Liczba użytkowników poszczególnych serwisów internetowych MSZ waha się od ok. 1,4 mln do ok. 4 tys. użytkowników rocznie (średniomiesięcznie od ok. 118 tys. do ok. 400 użytkowników). Przykładowo, serwis www.msz.gov.pl w 2010 roku odwiedziło 1 417 455 użytkowników, www.poland.gov.pl – 1 406 189, www.polskawue.gov.pl – 129 893, www.katyncrime.pl – 37 318, a www.e-step.pl – 4737²⁶.

²⁶ Informacje pozyskane z Ministerstwa Spraw Zagranicznych w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

Podobnie jak w MSZ, w Ministerstwie Środowiska (MŚ) za zarządzanie serwisami internetowymi odpowiadają pracownicy innej niż odpowiedzialna za obsługę rzecznika prasowego komórki, tj. pracownicy Biura Dyrektora Generalnego. Zarządzanie serwisami internetowymi należy do obowiązków 2 osób, a 3 inne odpowiadają za utrzymanie infrastruktury teleinformatycznej Ministerstwa Środowiska. Ponadto w procesie zarządzania serwisami MŚ uczestniczy Departament Edukacji Ekologicznej, realizując projekty ekologiczne. Niezależnie od serwisu www.mos.gov.pl urząd korzysta z portalu Nasza Klasa (przy okazji organizacji kampanii „Dzień bez samochodu” w 2009 roku), ma także profile na [facebook.com](https://www.facebook.com) (od 2010 roku) i [youtube.com](https://www.youtube.com) (od 2010 roku). Za zarządzanie ww. serwisami społecznościowymi odpowiada Departament Edukacji Ekologicznej²⁷.

Usługi publiczne a nowe technologie

Jedną z ostatnich inicjatyw w zakresie komunikowaniu publicznego rządu oraz w zakresie rozwoju usług publicznych świadczonych w oparciu o nowe technologie, jest epuap.gov.pl, czyli Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej (ePUAP). Inicjatywa została uwzględniona w Planie Informatyzacji Państwa na lata 2007–2010²⁸ jako jedno z głównych przedsięwzięć informatycznych mających na celu budowę elektronicznej administracji w Polsce. Główne cele epuap.gov.pl to z jednej strony stworzenie możliwości załatwiania przez obywateli spraw urzędowych za pośrednictwem Internetu, a z drugiej stworzenie możliwości bezpłatnego udostępniania przez podmioty publiczne swoich usług w postaci elektronicznej. [Epuap.gov.pl](http://epuap.gov.pl) stanowić ma również próbę stworzenia jednego, łatwo dostępnego i bezpiecznego elektronicznego kanału udostępniania usług publicznych. Portal ma zapewniać sprawną komunikację pomiędzy obywatelami a administracją, przedsiębiorcami a administracją oraz pomiędzy poszczególnymi instytucjami administracji publicznej²⁹.

Wcześniej, bo w latach 2005–2008, zrealizowany został projekt pod nazwą „Budowa elektronicznej Platformy Usług Administracji Publicz-

²⁷ Informacje pozyskane z Informacji Ministerstwa Środowiska w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej.

²⁸ <http://www.mswia.gov.pl/portal/pl/256/4635/>, 24.09.2011.

²⁹ <http://epuap.gov.pl/>, 24.09.2011.

nej (ePUAP)”, którego koszt wyniósł około 32 mln zł. Projekt sfinansowany został w 75% ze środków pochodzących z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw na lata 2004–2006), a pozostałe 25% to koszty krajowe. Obecnie platforma ePUAP jest rozbudowywana o nowe funkcjonalności. Trwają prace nad rozszerzeniem wachlarza usług publicznych świadczonych za jej pośrednictwem. Działania te prowadzone są w ramach projektu ePUAP2 dofinansowanego ze środków 7. osi priorytetowej Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Kwota przyznanego dofinansowania na realizację ePUAP2 wynosi 140 mln zł. (85% wydatków kwalifikowanych to środki pochodzące z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, 15% stanowi współfinansowanie krajowe)³⁰. W wyniku realizacji tego projektu oczekiwane jest m.in. obniżenie kosztów usług świadczonych przez administrację publiczną (w wyniku przeniesienia części usług na platformę elektroniczną, a tym samym ograniczenia liczby spraw załatwianych w sposób tradycyjny), udostępnienie mechanizmów integrujących jednostki samorządu terytorialnego na platformie ePUAP oraz ułatwienie korzystania z usług publicznych dostępnych online poprzez wprowadzenie jednolitej klasyfikacji usług (katalogu usług)³¹. Obecnie ePUAP ma zaledwie 17 686 tzw. profili zaufanych (bezpłatna metoda potwierdzania tożsamości obywatela w systemach elektronicznej administracji; jest to odpowiednik bezpiecznego podpisu elektronicznego, weryfikowanego certyfikatem kwalifikowanym). Wykorzystując profil zaufany, obywatel może załatwić sprawy administracyjne (np. wnoszenie podań, odwołań, skarg) drogą elektroniczną bez konieczności pójścia do urzędu³².

Jak wynika z przytaczanego wcześniej raportu *Mapa drogowa otwartego rządu w Polsce*, urzędy nadal w bardzo niewielkim stopniu wykorzystują ePUAP. Autorzy raportu przypominają, że system miał służyć jako „witryna” e-rządu dla obywateli, zawierać centralne repozytorium wzorów dokumentów i ujednoliconych opisów usług publicznych, zapewnić interoperacyjność systemów, być platformą komunikacji pomiędzy urzędami oraz „bramą” do rejestrów centralnych. Choć prawdopodobnie mniej więcej połowa urzędów założyła obowiązkowe skrzynki podawcze na ePUAP, z badań wynika, że w codziennej praktyce większość w ogóle nie korzysta z tego systemu. Nie jest on też zintegrowany z wewnętrzn-

³⁰ <http://epuap.gov.pl/>, 24.09.2011.

³¹ Tamże.

³² Tamże.

nymi systemami obiegu dokumentów w urzędach tam, gdzie się go używa³³. Jest to przykład produktu, który – pozbawiony i koncepcji, i realnych działań promocyjnych (zarówno zewnętrznych adresowanych do obywateli, jak i wewnętrznych adresowanych do personelu zatrudnionego w administracji) – pozbawiony został autentycznej weryfikacji w warunkach rynkowych.

Dostęp do aktów prawnych

Kolejnym obszarem stosowania nowych technologii w obszarze komunikowania publicznego rządu jest informatyzacja procesu ogłaszania aktów prawnych. Zgodnie ze zmianami w przepisach prawnych³⁴ przyjętymi w 2011 roku wszystkie akty oraz dzienniki urzędowe (Dziennik Ustaw oraz Dziennik Urzędowy RP „Monitor Polski”), w których te akty są ogłaszane, będą miały wyłącznie postać elektroniczną. Celem wprowadzonych zmian było ułatwienie i uproszczenie dostępu do ogłaszanych aktów prawnych. Ułatwienie takie pozwala na realizację konstytucyjnej zasady zaufania obywatela do państwa i stanowionego prawa, wynikającej z zasady demokratycznego państwa prawnego, określonej w art. 2 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. W wyniku wprowadzonych zmian Polska ma dołączyć do grupy państw członkowskich Unii Europejskiej, które są najbardziej zaawansowane w procesie elektronizacji dostępu do prawa, tj. Austrii, Belgii, Danii, Hiszpanii, Portugalii i Węgier. W tych krajach oficjalnej wersji papierowej dzienników urzędowych już się nie publikuje, jedynie w Austrii i Belgii na zamówienie udostępnia się kopie papierowe (wydruki) dzienników elektronicznych³⁵. Szczegółowe wymagania techniczne dotyczące m.in. środków komunikacji elektronicznej i informatycznych nośników danych używanych do udostępniania aktów prawnych określi rozporządzeniem Prezes Rady Ministrów.

³³ *Mapa drogowa...*, s. 99.

³⁴ Ustawa z dnia 4 marca 2011 r. o zmianie ustawy o ogłaszaniu aktów normatywnych i niektórych innych aktów prawnych oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. Nr 117, poz. 676).

³⁵ Uzasadnienie do projektu ustawy o zmianie ustawy o ogłaszaniu aktów normatywnych i niektórych innych aktów prawnych oraz niektórych innych ustaw (druk nr 3673), www.sejm.gov.pl.

Wnioski

Możemy wskazać społeczne czynniki, które ograniczają rozwój nowych technologii w obszarze komunikowania rządowego. Są to po pierwsze, ograniczone „kompetencje cyfrowe” Polaków i po drugie, duża skala „wykluczenia cyfrowego” Polaków. Z komputera regularnie korzysta w Polsce zaledwie niecałe 58% (57,7%) Polaków powyżej 16 roku życia, chociaż w roku 2010 69% gospodarstw domowych w Polsce miało co najmniej jeden komputer, co wśród krajów europejskich daje Polsce 17 miejsce³⁶. Ponadto, mimo że właściwie wszystkie urzędy administracji publicznej są już obecnie dobrze skomputeryzowane i podłączone do Internetu, elektroniczne zarządzanie dokumentami stosuje się na niewielką skalę, a tam, gdzie je w ogóle wdrożono, stanowi ono przeważnie tylko dodatek do standardowego obiegu papierowych dokumentów. Z badań internetyzacji urzędów administracji lokalnej i centralnej wynika, że mimo obowiązku wynikającego z ustawy o informatyzacji tylko mniej więcej trzecia część urzędów wprowadziła elektroniczny wewnętrzny obieg dokumentów, a trend wzrostowy jest niewielki³⁷.

Jaka jest zatem rola nowych technologii w procesie komunikowania publicznego rządu w Polsce? Z jednej strony niewątpliwie mamy do czynienia z sytuacją masowego upowszechnienia nowych technologii w działaniach polskiej administracji rządowej, w tym w komunikowaniu publicznym rządu (polityka informacyjna, media relations, zarządzanie informacją publiczną, konsultacje społeczne, świadczenie usług publicznych, ogłaszanie aktów prawnych). Z drugiej strony można mieć wrażenie, że powszechnie dostępne narzędzia i technologie cyfrowe wykorzystywane są w sposób marginalny, zarówno przez administrację, jak i bezpośrednich beneficjentów tych rozwiązań – obywateli (z systemu ePUAP efektywnie korzysta zaledwie niecałe 18 000 osób, stronę polskiego premiera odwiedza miesięcznie zaledwie 100 000 osób). Jakże są więc przyczyny takiego stanu rzeczy?

Moim zdaniem można tutaj wskazać następujące mankamenty. Po pierwsze, brak jest podmiotu odpowiedzialnego za sprawną koordynację działań rządu w zakresie wdrażania nowych technologii komunikacyjnych³⁸. Do tej pory odpowiedzialne za ten obszar Ministerstwo Spraw

³⁶ Społeczeństwo informacyjne 2006–2010, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2010, s. 75–76.

³⁷ *Mapa drogowa...*, s. 99.

³⁸ Próbą utworzenia takiego podmiotu jest powołanie w nowym rządzie Donalda Tuska w listopadzie 2011 r. Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji. Zgodnie z rozporządze-

Wewnętrznych i Administracji tej misji nie realizuje (przykładem jest obecny, niski standard funkcjonalny i merytoryczny Biuletynów Informacji Publicznej, za którego określenie odpowiadało właśnie MSWiA). Po drugie, brak jest polityki państwa wyrażonej w postaci planów strategicznych, precyzyjnych planów operacyjnych oraz regulacji prawnych określających misję, standardy i zakres wdrażanych rozwiązań. Po trzecie, brak jest polityki państwa oraz kultury organizacyjnej w administracji państwowej, które wymuszałyby unifikację działań, podnoszenie efektywności i efektywności działań w obszarze komunikowania publicznego rządu (przykładem może być choćby fakt funkcjonowania tylko w administracji rządowej kilkuset niezależnych serwisów internetowych, całkowicie różniących się od siebie funkcjonalnością i wizerunkiem lub dublowanie przez 90% podmiotów stron internetowych i stron podmiotowych BIP). Po czwarte, administracja rządowa cały czas traktuje Internet i nowe media jako narzędzie jednostronnej komunikacji, a nie jako narzędzie interaktywnego, dwukierunkowego dialogu z obywatelami. Istotną część instytucji publicznych w procesie ewolucji nowych technologii w komunikowaniu publicznym zatrzymała się na wersji 1.0, a część nie wyszła jeszcze z wersji 0.5. Instytucje te korzystają wyłącznie z rozwiązań na poziomie Web 1.2, a stosowane wybiórczo rozwiązania Web 2.0 stanowią „elementy dekoracyjne” tradycyjnych stron internetowych, a nie elementy przemyślanej strategii działania. Brak jest polityki państwa zmierzającej do nadawania idei transparentności państwa właściwego miejsca w systemie wartości i codziennej praktyce działania służby cywilnej. Problemem są również wspomniane wcześniej niskie „kompetencje cyfrowe” Polaków i duża skala ich „wykluczenia cyfrowego”.

Dalszy rozwój i upowszechnianie nowych technologii w obszarze komunikowania rządowego w Polsce wydają się oczywiste. Wpływ będą na to miały w szczególności rosnące oczekiwania i zgłaszane potrzeby informacyjne bezpośrednio ze strony obywateli, a pośrednio ze strony reprezentujących ich mediów, organizacji pozarządowych, a także ze strony biznesu. Zintensyfikowanie i przyspieszenie tego procesu wymaga niezwłocznych zmian prawnych i instytucjonalnych. Komunikowanie rządowe w ogóle oraz komunikowanie rządowe z wykorzystaniem nowych technologii komunikowania musi się stać koherentnym elementem

niem Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 listopada 2011 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Administracji i Cyfryzacji (Dz.U. Nr 248, poz. 1479) minister ten kieruje m.in. następującymi organami administracji rządowej: administracją publiczną, informatyzacją i łącznością oraz nadzoruje Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

programu i polityki każdego rządu. W przeciwnym razie nie będzie możliwe ani szybkie podnoszenie wspomnianych wcześniej „kompetencji cyfrowych” Polaków, ani ograniczenie ich „cyfrowego wykluczenia”, a tym samym nie będzie możliwy dalszy rozwój i „pogłębianie” polskiej demokracji.

STRESZCZENIE

Tematem artykułu jest znaczenie nowych technologii w procesie komunikowania rządowego w Polsce. Komunikowanie rządowe rozumiane jest jako komunikowanie formalne, ograniczone do sfery publicznej, gdzie zasady emisji i odbioru komunikatu opierają się na obowiązujących normach i przepisach prawnych. Artykuł przedstawia wybrane przykłady stosowania nowych technologii w procesie komunikowania rządowego w Polsce na tle wybranych modelowych rozwiązań amerykańskich na poziomie federalnym i stanowym. Celem autora jest zasygnalizowanie istotnych tematów, które wymagają oddzielnej, szerszej dyskusji oraz badań politologicznych.

Marcin Anaszewicz

THE ROLE OF NEW TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF PUBLIC COMMUNICATION OF THE GOVERNMENT IN POLAND

The subject of this article is the importance of new technologies in the process of public communication of the Government in Poland. Public communication is understood as a formal communication, limited to the public sphere, where the emission and reception of a message are based on existing law. This paper presents selected examples of the use of new technologies in the process of communication of the Government in Poland compared to selected model solutions of U.S. federal and state level. The aim of this article is to point out certain issues that require a separate, broader discussion and research.

KEY WORDS: *public communication, new technologies, the Internet, digitalization, government administration*