

## **Wizerunek uniwersytetu w oczach maturzystów i studentów**

**dr Michał Grech,**

**Uniwersytet Wrocławski, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej**

### **0. Wstęp**

W tym artykule przedstawiono najważniejsze wyniki i wnioski wypływające z dwóch badań. Pierwsze z nich to badanie wewnętrzne przeprowadzone wśród studentów Uniwersytetu Wrocławskiego, drugie to badanie przeprowadzone wśród wrocławskich maturzystów oba badania zostały przeprowadzone w latach 2007 - 2009 na terenie Wrocławia. Ze względu na cele niniejszego opracowania ograniczona się do najistotniejszych wyników i wniosków wypływających z przeprowadzonych badań, pełne dane dostępne są w książce omawiającej wyniki badań autoprezentacji i wizerunek uczelni niepublicznych (Grech 2010) oraz artykule referującym metodologię oraz szczegółowe wyniki badań wizerunku Uniwersytetu Wrocławskiego (Grech 2011). Pierwsze z prezentowanych badań zostało zrealizowane przez grupę pracowników i studentów Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego, której autor był członkiem, drugie stanowi efekt większego projektu własnego.

Ze względu na brak porównywalnych badań dotyczących polskich uniwersytetów badanie, którego wybrane wyniki są prezentowane ma charakter pionierski i dopóki nie zostaną uzyskane dane referencyjne dla innych uniwersytetów daje podstawy do wnioskowania o wizerunku uniwersytetu w Polsce. Otrzymane rezultaty wskazują na oczekiwania, jawne i ukryte determinanty wyboru uczelni, cenione i negatywnie oceniane elementy wizerunku uniwersytetu, wyobrażenie o innych polskich uniwersytetach, rekonstrukcję obrazu idealnego uniwersytetu. Analiza zebranych danych wskazuje na kilka wymiarów, przez pryzmat których postrzegany jest uniwersytet i podejmowane decyzje o studiach, przy czym wymiary te mają charakter systemowy i hierarchiczny – w zależności od sytuacji inne kryteria uznawane są za istotne.

### **1. Badanie pierwsze – wizerunek Uniwersytetu Wrocławskiego wśród studentów.**

#### **1.1. Problem badawczy**

Głównym celem badania była rekonstrukcja wizerunku Uniwersytetu wśród jednej z dwóch grup wewnętrznych - aktualnych studentów. Ze względów organizacyjnych w pierwszym etapie pracy grupę ograniczono do studentów studiów stacjonarnych. Planowane jest jednak przeprowadzenie porównywalnego badania wśród pozostałych grup opinii istotnych dla uczelni.

#### **1.2. Podstawowe pojęcia**

Przedstawiona poniżej szczegółowa teoria wizerunku instytucji mieści się w szerszych ramach konstruktywistycznych teorii komunikacji i społeczeństwa (Fleischer 2007 i 2010; Luhmann 2007), które tu ze względu na charakter tekstu, nie będą szerzej omawiane.

W literaturze przedmiotu wskazuje się na wizerunek organizacji (image) jako jednoznaczny,

wolny od sprzeczności obraz organizacji funkcjonujący na rynku (opinii - MG) (Fleischer 2003, 108-109, Herbst 1998) i tak też będzie on rozumiany w niniejszej pracy. Składa się on zwykle z opinii, wiedzy, nastawień emocjonalnych i wartościowań.

Wizerunek (image), tworzy się na podstawie tożsamości organizacji (identity) projektowanej na relewantne grupy socjalne, a dokładniej: kognicję i komunikację tychże. Wizerunek to w tym ujęciu więcej niż tylko ocena organizacji na skali dychotomicznej, co warto jest wyraźnego zaznaczenia, gdyż w literaturze można znaleźć oba podejścia do tematu. Badania wizerunku dają podstawy do wnioskowania o funkcjonowaniu organizacji, a dokładniej o postrzeganiu tego funkcjonowania przez relewantne grupy opinii. Wiedza ta z kolei umożliwia podejmowanie celowych i działań organizacyjnych i komunikacyjnych mających na celu dostosowanie organizacji i jej komunikacji do oczekiwań otoczenia. Ponieważ tożsamość rozumiana jest jako system cech i właściwości charakterystycznych dla danej organizacji, umożliwiający odróżnienie jej od konkurencji i zapewniający orientację w działaniu organizacji (Fleischer 2003, 111), to możliwe jest wpływanie na postrzeganie instytucji w wyróżnionych grupach opinii poprzez działania wewnętrzne i komunikacyjne. Przy czym należy tu zaznaczyć, że jedynie zmiany wewnątrz organizacji przynoszą długofalowe skutki, krótkofalowe kampanie informacyjne czy reklamowe nie pozwalają na zmianę szczególnie niepożądanych aspektów funkcjonowania organizacji mogą natomiast spowodować powstanie różnych i sprzecznych obrazów organizacji w wybranych grupach.

### **1.3. Podobne próby badawcze**

O ile autorowi wiadomo, sposób przeprowadzania, wielkość i zakres badania jest unikalny przynajmniej w skali Polski. Przeszukując literaturę przedmiotu i strony WWW, natrafiono na dwa podobne przypadki. Pierwszy z nich to „wstępne” badania kognitywnego wizerunku Uniwersytetu, na podstawie badań ankietowych wśród studentów UWr przeprowadzone przez Olgę Kępińską i Artura Maronia w 2006 roku (Kępińska i Maroń, 2006). Choć podejście i metodologia badań mają wiele punktów wspólnych, to cele i zakres pracy znacząco się różni.

W trakcie przeszukiwania sieci Internet natrafiono także na projekt badawczy Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach pt. "Absolwent najlepszym promotorem Uniwersytetu". Choć tu zespół badawczy skupia się raczej na wizerunku absolwenta Uniwersytetu, nie są także znane jego pełne wyniki. Publikowane odpowiedzi na pytanie o powody podjęcia studiów wykazują daleko idące podobieństwa do wyników wrocławskich.

### **1.4. Metody badawcze**

Badanie przeprowadzono przy pomocy standaryzowanego kwestionariusza ankietowego zawierającego trzynaście pytań otwartych mających na celu zebranie danych kognitywnych. Poza tym dodano jedno pytanie skalujące opinię o przygotowaniu do pracy i zestaw 20 par przymiotników zestawionych opozycyjnie na zasadzie dyferencjału semantycznego. Przed rozpoczęciem badania kwestionariusz przetestowano w badaniu na grupie studentów, którzy później nie brali udziału w badaniu. Ponieważ pretest nie wykazał wad kwestionariusza uzyskane dane weszły do ogólnej puli badania.

## 1.5. Dobór próby

Uwzględniając specyfikę populacji generalnej studentów, zdecydowano się na dobór kwotowo - proporcjonalny na poziomie 10% roku ze względu na: kierunki, lata (1, 3, 5 lub 2 rok uzupełniających magisterskich), typy studiów (licencjackie i magisterskie) płeć respondentów. Wybór ten motywowany jest założeniem o rekrutacji populacji studentów ze względu na działające kierunki studiów i cykliczność naboru w kolejnych latach. Dodatkowo lata i typ studiów wydają się mieć potencjalny wpływ na postrzeganie instytucji i wykazywać następujące elementy: obrazu zewnętrznego - pierwszy rok i wewnętrznego - trzeci rok licencjatu i drugi rok uzupełniających magisterskich (lub piąty studiów jednolitych). Taki dobór pozwala zarówno na przekrojowe badanie złożonej całości (od 1 do 5 roku), jak i wskazanie potencjalnych różnic związanych z długością studiów. Pozwala on również na ograniczenie ilości grup respondentów poddanych badaniu nie eliminując szczegółowości uzyskanych wyników i możliwości ich ekstrapolacji na brakujące dane.

W chwili rozpoczęcia badania dostępne dane o ilości studentów wskazywały, że na studiach dziennych w roku akademickim 2007/2008 kształciło się na 36 kierunkach łącznie 20 345 studentów. Badaniem objęto 1166 studentów studiów dziennych na UW.

Grupa badawcza składała się z 15 osób wymienionych w porządku alfabetycznym: Marcin Bartusik, Bogumił Dudczenko, Marta Grabeus, Maurycy Graszewicz, Michał Grech, Daniel Kazanecki, Maciej Kosiorek, Michał Kwiecień, Karolin Lachowska, Katarzyna Niemyska, Marcin Pielużek, Agnieszka Smółka, Magdalena Solka, Justyna Urban, Maja Żabokrzycka.

Ponadto w przygotowaniu koncepcji badania brał jeszcze udział: dr Dominik Lewiński, a w zbieraniu ankiet na filozofii Agnieszka Sekułowicz. Pomocy organizacyjne udzielił dr Marek Graszewicz, a za merytoryczne konsultacje dziękuję dr Annette Siemes.

## 1.7 Wyniki

Badanie przeprowadzono w semestrze zimowym roku akademickiego 2008/2009, zbieranie danych rozpoczęto 14.10.2008, a zakończono pod koniec stycznia 2009 przed rozpoczęciem sesji zimowej. W tym czasie zebrano ponad 1500 wypełnionych ankiet, do dalszej analizy zakwalifikowano 1166 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy: nie więcej niż 4 pytania niewypełnione i odpowiadające kryteriom doboru próby.

## 1.8. Opis statystyczny badanej grupy

Grupa respondentów składała się w 67,8 % z kobiet i w 31,8 % z mężczyzn. Wielkości te motywowane są proporcjonalnym doбором respondentów do próby z populacji studentów, gdzie wynoszą one odpowiednio 65% do 35% i na przestrzeni ostatnich dwóch lat są stałe (wahania na poziomie 1%). Różnice w proporcjach rekompensowane są przez wielkości grup, które pozwalają na analizy ilościowe każdej z nich pod wieloma kątami jako samodzielnej, licznej grupy respondentów.

Tabela 0.1. Rozkład płci respondentów w badanej grupie.

płeć	Częstość	Procent
kobieta	790	67,8

mężczyzna	371	31,8
Ogółem	1161	99,6
Systemowe braki danych	5	0,4
Ogółem	1166	100,0

Tabela 0.2. Tabela krzyżowa grup wiekowych i roku studiów w badanej grupie.

kategoria wiekowa / rok	1	3	5	Ogółem
18-20 lat	408	22	0	430
21-22 lata	29	286	17	332
23 - 24 lata	13	38	271	322
25 - 30 lat	4	2	38	44
brak danych	14	8	15	37
Ogółem	468	356	341	1165

Ostatnim istotnym kryterium opisującym próbę ze względu na jej wewnętrzne zróżnicowanie jest typ studiów. Tutaj także postarano się o reprezentację proporcjonalną do całości udziału studentów, szczególnie ze względu na podział na dwa stopnie studiów (licencjackie i magisterskie) oraz uwzględnienie w drugim stopniu dwóch wariantów ich prowadzenia: studiów jednolitych i uzupełniających. Jeśli przyjrzymy się, gdzie studiowali badani studenci studiów uzupełniających magisterskich w trakcie licencjatu, to zobaczymy, że 51,5% z zapytanych na UW, 24% na innej uczelni. Podobna liczebnie grupa (24,5 %) nie udzieliła odpowiedzi.

Po prezentacji charakterystyki próby omówione zostaną wyniki i wnioski z poszczególnych pytań, w kolejności ich występowania w kwestionariuszu. Ze względu na ramy tekstu zrezygnowano ze szczegółowej, tabelarycznej prezentacji wyników.

## 1.9. Wyniki badań – odpowiedzi na pytania o wizerunek uniwersytetu.

### 1.9.1. Pytanie 1. Co przychodzi Ci na myśl, gdy słyszysz Uniwersytet Wrocławski?

Pytanie o skojarzenia pozwalają wyodrębnić obszary spontanicznie kojarzone z Uniwersytetem, przy czym pierwsze dwa miejsca wykazują największą istotność dla tego pytania. Pierwsze miejsce zajmowane przez odpowiedzi z kategorii 'prestż/renoma' wskazują, na główny, wspólny wyróżnik Uniwersytetu w świadomości pojedynczych studentów. Jednocześnie wysokość udziału w grupie odpowiedzi (prawie 12%) i respondentów (prawie 37%) wskazuje na dość wysoki poziom powszechności wskazywanej właściwości. Jednak porównanie z pytaniem drugim o cechy Uniwersytetu, każe poddać w wątpliwość, czy UW jest prestiżowy (odpowiednio 4,8% i 12%) i czy taki powinien być: odpowiednio 1,7% i 3,6% w pytaniu trzecim (o to, jaki powinien być Uniwersytet Wrocławski).

Warto zapytać o źródła tego prestiżu. Czy nie są one wobec Uniwersytetu zewnętrzne, skoro sam Uniwersytet posiada je jest w stopniu niewielkim. Wśród zalet 'prestż' wymieniany jest odpowiednio 7,2% odpowiedzi i 14,8% respondentów, podczas gdy na pytanie 5. i 8. o to czym kierują się studenci przy wyborze uczelni (odpowiednio 15% - 16,5% odp. i 37% respondentów). Zdaniem studentów inni ludzie sądzą, że Uniwersytet jest

prestiżowy/renomowany (15% odpowiedzi i 25% respondentów). Podsumowując powyższe zestawienie, należy wskazać na wysoki udział czynników zewnętrznych (inni ludzie) jako źródło prestiżu Uniwersytetu. Wydaje się, że sami studenci nie do końca podzielają tego przekonania, a zapytani powtarzają je idąc za przykładem innych.

Skojarzenia z nauką i wiedzą wydają się być elementem założonej roli studentów na Uniwersytecie - nauki i zdobywania wiedzy, jak i indywidualnego doświadczenia.

Trzecia kategoria na liście swobodnych skojarzeń dotyczy braku organizacji/złej organizacji, co jest zjawiskiem o tyle niepokojącym, że zdanie to podziela co szósty badany. Tak wysoka pozycja wypowiedzi wskazujących na braki organizacyjne jest zjawiskiem alarmującym i powinna zostać poddana głębszej analizie pod kątem jej przyczyn. Analiza odpowiedzi poszczególnych kierunków wskazuje kierunki, których studenci najbardziej podzielają to przekonanie, są to: filologia niderlandzka 34%, filologia francuska 13,1%, filologia hiszpańska 14,6%, historia 9,4%, psychologia 11,1% i filologia polska 8,6%. Kierunki te znajdują się na dwóch z trzech największych, pod względem ilości studentów, wydziałów Uniwersytetu: Filologicznym oraz Nauk Historycznych i Pedagogicznych, co ciekawe takich problemów nie zgłaszają w porównywalnym stopniu studenci drugiego największego wydziału: Prawa, Administracji i Ekonomii. Ponadto pobieżna analiza wskazuje też wzrost ilości respondentów zgodnych co do braków w organizacji wraz z wyższym rokiem studiów i wiekiem i sięga 20 i więcej procent respondentów na 3. i 5. roku studiów.

W kategorii 'uczelnia' studenci wskazują, że Uniwersytet kojarzy im się z uczelnią, 'alma mater' i innymi samozwrotnymi wyrażeniami. W ramach kategorii budynki respondenci wymieniają Aulę Leopoldina, ładne budynki i gmach główny. Tradycja znajduje się na szóstej pozycji w zręgowanych odpowiedziach studentów UWr i dotyczy 4,4 % odpowiedzi i 13,9% respondentów. W tym miejscu należałoby zamknąć analizę odpowiedzi istotnych w zebranych zbiorze.

## 1.9.2. Pytanie 2. Jaki jest Uniwersytet Wrocławski?

Tabela 1. Odpowiedzi respondentów na pytanie: Jaki jest Uniwersytet Wrocławski?

2. Jaki jest UWr?	N	Procent odpowiedzi	Procent respondentów
duży	253	8,6%	21,7%
stary	243	8,3%	20,8%
niezorganizowany	190	6,5%	16,3%
tradycyjny	185	6,3%	15,9%
przyjazny	147	5,0%	12,6%
prestiżowy	140	4,8%	12,0%
skostniały	134	4,6%	11,5%
dobry	111	3,8%	9,5%
ładny	99	3,4%	8,5%
otwarty	93	3,2%	8,0%
fajny/lubiany	84	2,9%	7,2%
znany	82	2,8%	7,0%
pozostałe negatywne	82	2,8%	7,0%
wymagający	79	2,7%	6,8%
nowoczesny	60	2,0%	5,1%
rozproszony	59	2,0%	5,1%

kompetentny	56	1,9%	4,8%
nieprzyjazny	44	1,5%	3,8%
ciekawny	41	1,4%	3,5%
teoretyczny/mało praktyczny	35	1,2%	3,0%
biedny	34	1,2%	2,9%
szanowany	28	1,0%	2,4%
zorganizowany	28	1,0%	2,4%
poważny	27	,9%	2,3%
nudny	24	,8%	2,1%
rozbudowany	21	,7%	1,8%
inne	523	17,8%	44,9%
nie wiem	7	,2%	,6%
brak odpowiedzi	27	,9%	2,3%
ogółem	2936	100,0%	251,8%

Celem tego pytania było zebranie odpowiedzi respondentów, świadczących o sposobie opisu przez przymiotniki, a więc atrybutywnej generalizacji.

I tak największa grupa odpowiedzi odnosi się do wielkości, ogromu uczelni - Uniwersytet jest duży i wielki, co robi na respondentach najmocniejsze i najdłużej utrzymujące się wrażenie, nieznacznie większe na pierwszym roku studiów. Co zdaje się świadczyć o tym, że najprawdopodobniej respondentów przerasta od początku możliwość ogarnięcia tej instytucji. Co ciekawe cecha ta dominuje w odpowiedziach studentów biotechnologii, fizyki i informatyki. Podobnie często Uniwersytet określany jest jako stary, tym razem jednak częściej przez studentów ostatniego roku studiów. Niezorganizowanie jest znacząco rzadziej dostrzegane przez studentów pierwszego roku (-7% odpowiedzi) i częściej przez kończących naukę. Przeciwnie przyjazność i otwartość i wymagania są znacząco częściej (ponad 15% odpowiedzi więcej) wymieniana przez pierwszoroczniaków i odpowiednio znacząco słabiej przez 3. i 5. rok (-10%) niż wynikałoby to z udziału respondentów w próbie. W dalej wymienianych cechach widać pewną tendencję do idealizacji Uniwersytetu przez studentów pierwszego roku (przyjazny, otwarty, znany, ładny, nowoczesny, dobry, ciekawy, lubiany, zorganizowany) i negatywnego oceniania przez kończących studia (niezorganizowany, skostniały, biedny, nudny, nieprzyjazny, mało praktyczny). Istotnie silniejsze są także oceny trzeciego roku w punktach stanowczo negatywnych, takich jak: skostniały, biedny, nudny, nieprzyjazny, mało praktyczny oraz największy zestaw innych negatywnych niedających się skategoryzować cech (wyjątkiem jest cecha szanowany). Odpowiedzi trzeciego roku są też w najmniejszym stopniu skonwencjonalizowane, a więc najbardziej indywidualne, o czym świadczy najwyższy odsetek odpowiedzi w kategorii 'inne'.

Zasadnicze w tym momencie pytanie, na które należałoby odpowiedzieć jest pytaniem o to, czy różnice w odpowiedziach między pierwszym i piątym rokiem wynikają z akumulacji doświadczenia czy też może ze zmian w funkcjonowaniu Uniwersytetu? W przypadku tak rozłożonych danych i zbieżnych odpowiedzi 3. i 5. roku wydają się jednoznacznie przemawiać na rzecz pierwszego wariantu (doświadczenia), a tym samym niekorzyść Uniwersytetu, w ramach którego entuzjazm pierwszego roku zmienia się w zniechęcenie i bardziej negatywne nastawienie studentów dalszych lat. Sytuacja ta jest alarmująca szczególnie wobec problemów z naborem przyszłych młodych naukowców, a niewykluczone,

że i studentów. Poza tym w razie kryzysu, czy to wewnętrznego czy zewnętrznego) trudno liczyć na pozytywne nastawienie i dobrą wolę (zniechęconych) studentów. Analizując jeszcze uzyskane odpowiedzi ze względu na ich generalnie pozytywne bądź negatywne zabarwienie można zobaczyć następujący wynik. Pozytywne odpowiedzi (przyjazny, prestiżowy, dobry, ładny, otwarty, znany, lubiany, nowoczesny, ciekawy, zorganizowany, szanowany,) stanowią około 33% odpowiedzi, natomiast negatywne (tradycyjny, niezorganizowany, skostniały, rozproszony, nieprzyjazny, mało praktyczny, biedny, nudny, inne negatywne) stanowią około 25% odpowiedzi. Cechy które trudno jednoznacznie zakwalifikować (stary, duży, poważny) dają razem 18% odpowiedzi. Widać więc, że choć cech pozytywnych jest więcej niż negatywnych, to nie stanowią one samodzielnie dominującej grupy.

### 1.9.3. Pytanie 3. Jaki powinien być Uniwersytet Wrocławski?

Tabela 2. Odpowiedzi respondentów na pytanie o pożądane cechy Uniwersytetu Wrocławskiego.

3. jaki powinien być UW?	N	Procent odpowiedzi	Procent respondentów
nowoczesny	365	14,7%	31,3%
przyjazny	345	13,8%	29,6%
zorganizowany	254	10,2%	21,8%
otwarty	196	7,9%	16,8%
praktyczny	98	3,9%	8,4%
taki jaki jest	52	2,1%	4,5%
bogaty	52	2,1%	4,5%
budynki w jednym miejscu i wyremontowane	51	2,0%	4,4%
wysoki poziom	45	1,8%	3,9%
lepszy	43	1,7%	3,7%
prestiżowy	42	1,7%	3,6%
przystępny	40	1,6%	3,4%
rozwijający się	40	1,6%	3,4%
komunikatywny	38	1,5%	3,3%
lepiej wyposażony	35	1,4%	3,0%
kompetentny	32	1,3%	2,7%
dynamiczny	30	1,2%	2,6%
wymagający	29	1,2%	2,5%
innovacyjny	29	1,2%	2,5%
pomocny	27	1,1%	2,3%
ciekawy	26	1,0%	2,2%
tradycyjny	24	1,0%	2,1%
inne	526	21,10%	45,10%
nie wiem	17	,7%	1,5%
brak odpowiedzi	55	2,2%	4,7%
ogółem	2491	100,0%	213,6%

Oczekiwania wobec Uniwersytetu dotyczą przede wszystkim tego, by był nowoczesny (przede wszystkim studenci trzeciego i piątego roku). Znacząco mniej mówią o tym wymaganiu studenci pierwszego roku, co może, podobnie jak w pytaniu drugim, świadczyć

o deficytach Uniwersytetu. Oczekiwanie przyjazności jest mniej więcej proporcjonalnie rozłożone w kolejnych rocznikach studentów, podobnie jak otwartości i bogactwa. Wydaje się więc to być oczekiwanie ogólne, co potwierdzają odpowiedzi na pytanie 13., o idealny uniwersytet. Natomiast ciekawe i rzucające nowe światło na postrzegany brak organizacji Uniwersytetu (w pyt. 2.) jest to, że pierwszy rok cechuje się największym (ilościowo i proporcjonalnie) oczekiwaniem zorganizowania i, jak można domniemywać, oczekiwanie to nie zostaje spełnione. Praktyczności i prestiżu oczekują znacząco częściej niż wynikałoby to z proporcji w próbie studenci piątego roku. Znacząco, bo dwukrotnie większą od oczekiwanej akceptacją obecnego stanu Uniwersytetu, charakteryzują się tylko pierwszorocznicy, pozostali jej nie podzielają. Ponadto dla zaczynających studia Uniwersytet powinien być jeszcze, poza byciem zorganizowanym (w tym także w aspekcie budynków) i wymagającym, ciekawy i przystępny. W czasie studiów zgłaszane są oczekiwania 'pomocności', kompetencji i sprawiedliwości, podczas gdy pod koniec dominuje wspomniana już praktyczność i prestiż oraz elitarność, rozwojowość i dynamika uczelni.

#### **1.9.4. Pytanie 4. Z jakimi kierunkami studiów kojarzy Ci się Uniwersytet Wrocławski?**

Najczęściej wymienianym kierunkiem jest prawo, którego pozycja jest dominująca i znacząco wyższa, niż następującej po nim historii, która jest wymieniana 2,5 rzadziej niż prawo. Następujące dalej filologia polska, administracja, psychologia i matematyka nie wykazują już tak skokowych odchyleń, choć także można uznać je za najbardziej rozpoznawalne kierunki studiów.

Ciekawe wyniki daje sprawdzenia jaki jest stosunek pozycji kierunku w hierarchii rozpoznawalności w porównaniu do jego pozycji według liczebności studentów. Zestawiając te dane uzyskujemy kierunki, które są w postrzeganiu większe niż „w rzeczywistości” i te, których, pomimo liczebności jakby nie widać. Generalnie obserwowalny jest związek wielkości kierunku z częstością jego wymieniania (współczynnik korelacji rangowej Spearmana równy 0,84), jednak niektóre z kierunków odchylają się tu na plus. I tak najbardziej widoczne w porównaniu do liczebności są (w kolejności): psychologia (skok o 17 pozycji do góry), kulturoznawstwo i archeologia (+7) i historia, matematyka i informatyka (+6). Niższe pozycje w liście rangowej postrzegania, w porównaniu do wielkości kierunku mają: filologia słowiańska (16 miejsc w dół), ochrona środowiska (-12), pedagogika (-8 miejsc) oraz filologia francuska (-7) i germańska (-6). Należy tu wspomnieć, że część respondentów wskazała odpowiedź ogólną „filologie”, co z jednej strony mogłoby wspomóc te z kierunków filologicznych, które niedomagają wizerunkowo, z drugiej jednak respondenci nie mają świadomości ich istnienia - nie rozróżniają pomiędzy niejasnymi dla nich filologiami. Wydaje się to być wskaźnik problemu niedoinformowania studentów o ofercie niektórych wydziałów czy kierunków. Dokładniejsze omówienie tego pytania wykracza poza ramy opracowania.

#### **1.9.5. Pytanie 5. Czym kierowałeś/aś się wybierając studia na Uniwersytecie Wrocławskim?**

Pytanie piąte koncentruje się na deklarowanych powodach wyboru studiów i obrazuje zakres elementów branych pod uwagę przez respondentów. Poza znanymi już z poprzednich pytań



prestżem/(renomą) istotna okazuje się odległość/bliskość miejsca zamieszkania, miasto, w którym się znajduje uczelnia (w tym przypadku Wrocław) oraz lokalizacja, które można podsumować jako czynniki lokalizacyjne - podsumowane dają łącznie 26,5% odpowiedzi i tym samym sytuują się na drugim miejscu sumowanych kategorii. Gdyby zsumować kategorie związane z „dobrą opinią”: „prestż, opinia, najlepszy” dadzą one łącznie ponad 30% procent odpowiedzi i są najistotniejszą kategorią ogólną. Potraktowane łącznie obie największe kategorie obejmują ponad 56% wszystkich odpowiedzi, co pozwala na generalizację, że ponad połowa powodów wyboru Uniwersytetu związana jest z opinią o nim i miejscem, w którym się znajduje. Gdy dane te przeliczymy na respondentów, to okaże się, że potencjalnie dotyczą one wszystkich studentów.

Dopiero po aspekcie lokalizacyjnym jest w hierarchii istotnych czynników wyboru studiów miejsce na 'kierunek studiów' często związany z zainteresowaniami, poziomem (na Uniwersytecie bądź kierunku) oraz perspektywy na przyszłość. Ciekawe wyniki można uzyskać dzięki badaniom porównawczym z innym uniwersytetem we Wrocławiu innych miastach. Natomiast zestawiając odpowiedzi na to pytanie z odpowiedziami na pytanie 1., o skojarzenia z UW, widoczna jest stabilna pozycja prestiżu/dobrej opinii jako czynnika decydującego o studiach i skojarzeniach, pozostałe czynniki istotne przy wyborze UW mają związek głównie z jego lokalizacją, na którą Uniwersytet nie ma większego wpływu. Natomiast to, jak (dobrze) i gdzie się mówi o Uniwersytecie jest już w sferze działalności działu komunikacji i jak pokazują badania, koniecznie trzeba o to dbać, gdyż zmiana opinii o prestiżu, poziomie Uniwersytetu powinna być odczuwalna zarówno w ilości, jak i jakości kandydatów na studia.

Analizując wewnętrzne zależności w pytaniu stwierdzono następujące związki:

Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'prestż', to drugą: bliskość/ odległość 17,7%, kierunek 14,6%, poziom 11%, miasto 9,6%, lokalizacja 9%. Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'bliskość/odległość', to drugą: prestiż/renomę 33%, kierunek 11%, poziom 7,6%. Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'miasto', to drugą: prestiż/renomę 29%, kierunek 14%, bliskość odległość 14%, poziom 10%. Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'kierunek', to drugą: miasto 19%, lokalizacja 17%, prestiż/renomę 14%, bliskość odległość 14%, uczelnia 7%. Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'poziom', to drugą: prestiż 22%, bliskość/odległość 18,6%, kierunek 10%, miasto 8,5%, lokalizacja 8,5%, opinia znajomych 8,5%, perspektywy 6%. Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'lokalizacja' to druga: prestiż 28%, kierunki 16%, najlepszy 16%, poziom 12%. Jeśli jako pierwszą odpowiedź podano 'opinie innych', to drugą: najlepszy 17%, lokalizacja, bliskość po 10% i prestiż 7,5%.

Gdyby próbować stworzyć algorytm istotności elementów związanych z wyborem uczelni, to należałoby wskazać przede wszystkim na: opinie/renomę, odległość od miejsca zamieszkania/ miasto, kierunek studiów związany z zainteresowaniami. W obecnej sytuacji, gdy nowe kierunki studiów powstają jednocześnie w różnych miastach i uczelniach, czynnikiem zwiększającym przewagę konkurencyjną między uczelniami jest opinia o niej i jej prestiż/renomę w opinii społecznej. Zdaniem studentów posiada on renomę, jednak nie jest to jego główna cecha, a jak wykazano wyżej, wraz z upływem lat nauki studenci stwierdzają, że mogłoby być bardziej prestiżowy i niektóre aspekty jego organizacji wymagają ulepszenia.

#### **1.9.6. Pytanie 6. Jakie są zalety Uniwersytetu Wrocławskiego?**

Pytanie o zalety miało na celu wyróżnienie pozytywnych elementów konstrukcji wizerunku UWr - Średnio po dwie odpowiedzi. Skupiają się one głównie na kadrze, która po raz pierwszy pojawia wśród istotnych odpowiedzi w niniejszym badaniu. Pozostałe elementy miały już znaczący udział w poprzednich pytaniach i tak prestiż najmocniej kojarzył się z UWr, poziom, lokalizacja i miasto, bliskość/odległość w pytaniu 5. o powody wyboru studiów na Uniwersytecie, tradycja i historia w pytaniu 1., 2. Odpowiedź "otwarty" jest na poziomie porównywalnym z odpowiedziami na pytanie 2. o cechy Uniwersytetu.

Tak więc kadra wydaje się być najmocniejszą, wyróżniającą się pozytywnie częścią Uniwersytetu. Poza kadra studenci wskazują głównie na czynniki istotne przy wyborze studiów i Uniwersytetu, a ponieważ zostały one szczegółowo omówione w punktach 2. i 5. zdecydowano się nie powtarzać tych omówień.

#### **1.9.7. Pytanie 7. Jakie są wady Uniwersytetu Wrocławskiego?**

Najbardziej negatywnie studenci UWr oceniają braki w organizacji: zarówno zajęć, administracji, jak i rozmieszczeniu budynków (i ich standardzie) - odpowiedzi te po zsumowaniu dają prawie 30% odpowiedzi i dwa razy tyle respondentów. Poza tym ze znaczną krytyką studentów spotyka się: zastój i przestarzałość. Do istotnych problemów należałoby jeszcze zaliczyć zbyt dużą teoretyczność i brak praktyki oraz problemy ze stypendiami, dziekanatami, przepływem informacji i podejściem do studenta. Punkty te wskazują na najbardziej palące dla studentów problemy, którymi warto się zająć, by nie zaprzepaścić szansy na opinię o UWr jako uczelni nowoczesnej i dbającej o studenta, a są to, jak pokazują wyniki, bardzo istotne czynniki w postrzeganiu uczelni.

Wady są wymieniane podobnie licznie jak zalety - prawie dwie przypadają na jedną osobę.

#### **1.9.8. Pytanie 8. Czym wg Ciebie kierują się studenci przy wyborze uczelni wyższej?**

W pytaniu 8. poproszono studentów o wymienienie, czym ich zdaniem kierowali się inni przy wyborze uczelni. Pytanie to ma na celu nie tyle poznanie, na ile badani znają opinie kolegów i koleżanek, ile raczej uzyskanie tych odpowiedzi, których ze względu na moc dyskursu (czyli, tego co wiadomo, że należy mówić) nie podali w pytaniu 5. I w rzeczy samej elementami tymi są: rankingi uczelni, przyszła praca, łatwość dostania się i ukończenia. Pozostałe odpowiedzi są na porównywalnym jak w pytaniu 5 poziomie.

Jak można wnosić, tym o czym nie należy rozmawiać na UWr w kontekście przyjęcia jest to, że patrzyło się na rankingi w prasie, szczególnie te związane z przyszłą pracą i że wie się, czy też ma nadzieję na łatwe ukończenie studiów. O ile pierwszy czynnik jest istotny, gdyż wskazuje na niejawne kryteria wyboru uczelni przez kandydatów, o tyle drugi, choć równie ważny, jest w dłuższym okresie czasu niepokojący.

#### **1.9.9. Pytanie 9. Jaki jest student Uniwersytetu Wrocławskiego?**

Wskazywane przez respondentów cechy wydają się być generalnie pozytywne, tylko sześć cech nie jest jednoznacznie pozytywnych, a pierwsza z nich - zmęczony - lokuje się na pozycji 11 na liście frekwencji. Cechy pozytywne reprezentują dość szerokie spektrum z najistotniejszymi dotyczącymi: otwartości, pracowitości, inteligencji oraz ambicji i luzu.

Dalszą część idealizacji wiąże się z przyjaznością, wykształceniem, wesołością i mądrością.

Cechy negatywne związane są niejako symetrycznie głównie z nadmiarem pracy, niechęcią do niej, egocentryzmem oraz biedą.

Zestawienie tych cech pozwala na rekonstrukcję ram konstruktów 'studenta', do których należą: otwartość/luz/przyjazność (z negatywnej strony egocentryzm), pracowitość (czasem nadmiar pracy i zmęczenie), inteligencja, ambicja, wykształcenie/mądrość.

#### 1.9.10. Pytanie 10. Jaki jest wykładowca Uniwersytetu Wrocławskiego?

Pytanie o cechy wykładowcy UWr ujawnia aspekty przez pryzmat, których studenci konstruują zgeneralizowany obraz wykładowcy. Podobnie jak w przypadku autowizerunku studentów jest on raczej pozytywny, choć cechy negatywne ujawniają się szybciej, bo już na czwartej pozycji. Koncentrują się one na aspekcie relacji do/ze studentem (nudny, arogancki), czy też jej braku (brak kontaktu) i o ile ostatnią z cech można uznać za marginalną, to pierwsza i druga warta jest uwagi.

Cechy pozytywne związane są głównie z kompetencją (wykształceniem, przygotowaniem - razem 13,4% odp. i 33% respondentów), stawianiem wymagań (7% i 17%), stosunkiem do studenta (miły, przyjazny, otwarty, pomocny, zabawny, wyrozumiały - razem 14,3% i 33%) oraz intelektem (inteligentny, mądry 5,2% i 13,3%).

#### 1.9.11. Pytanie 11. Czy Uniwersytet Wrocławski przygotowuje Cię do pracy w zawodzie?

Pytanie to było jednym z dwóch pytań zamkniętych wyboru w całym badaniu. Poniższa tabela wskazuje ogólne tendencje w ocenie przydatności studiów do (przyszłej) pracy zawodowej.

Tabela 4. Odpowiedzi respondentów na pytanie: Czy Uniwersytet przygotowuje Cię do pracy w zawodzie?

Czy Uniwersytet przygotowuje Cię do pracy w zawodzie?	Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
zdecydowanie tak	89	7,6	7,7	7,7
raczej tak	448	38,4	38,6	46,3
tak	129	11,1	11,1	57,4
nie	66	5,7	5,7	63,0
raczej nie	228	19,6	19,6	82,7
zdecydowanie nie	92	7,9	7,9	90,6
nie wiem	109	9,3	9,4	100,0
Ogółem	1161	99,6	100,0	
Systemowe braki danych	5	,4		
ogółem	1166	100,0		

Zauważalna jest tendencja do potwierdzania przydatności obejmująca nieco ponad połowę respondentów (57,4% zsumowanych odpowiedzi „tak”, „zdecydowanie tak” i „raczej tak”), przy jednej trzeciej (33,3%) odpowiadających negatywnie na to pytanie.

Tendencja ta widoczna jest szczególnie, gdy porówna się odpowiedzi „tak” i „nie” oraz

„raczej tak” i „raczej nie, proporcje tych grup odpowiedzi są stałe równe ~1,95. Co ciekawe, grupy respondentów zdecydowanych skrajnie na „tak” i „nie” są również prawie równo liczne (7,6% i 7,9%). Czyli odliczając grupy skrajne, na każdym z dwóch zadowolonych studentów przypada jeden niezadowolony z przygotowania do pracy uzyskiwanego na studiach. Ta proporcja wydaje się znaczna i choć oczywiście wychodzi ponad średnią, która sugerowałaby jeden na jednego. Jednak pytanie o stosunek do tej kwestii Uniwersytetu wydaje się zasadne. Czy uniwersytet chce kształcić ludzi, którzy z tylko dwukrotnie większym prawdopodobieństwem oceniają swoje przygotowanie do pracy w zawodzie jako wystarczające niż niewystarczające?

Poszukując czynników wewnętrznych odpowiadających za ten stan rzeczy, należałoby wskazać przede wszystkim na rok studiów: wraz z rokiem znacząco wzrasta liczba osób twierdzących, że nie przygotowuje (1 rok zdecydowanie nie=6,5%, 3 rok=44%, 5 rok= 49%). Równocześnie spada liczba osób twierdzących, że przygotowuje do pracy: z pośród osób twierdzących, że zdecydowanie przygotowuje aż 67% respondentów jest na pierwszym roku (gdy w próbie stanowią jedynie 40%), podczas gdy na trzecim jest 22% tej grupy a na piątym tylko 10%).

#### **1.9.12. Pytanie 12. Co Twoim zdaniem inni ludzie myślą o Uniwersytecie Wrocławskim?**

Pytanie to podobnie jak pytanie 8. miało na celu uzyskanie tych opinii o uczelni, których badani jako jej studenci, nie chcieliby sami wypowiedzieć jako własnych, jednak je posiadają. W tym miejscu należy też zaznaczyć, że jest to pytanie z jedną z najniższych średnich ilości odpowiedzi na respondenta =1,66.

Nie stwierdzono znaczących nowych odpowiedzi, które w tym pytaniu pojawiłyby się po raz pierwszy, co można wyjaśnić przede wszystkim kolejnością tego pytania (12.), negatywne aspekty miały już wiele okazji, by pojawić się wcześniej. Interesujące więc wydają się te elementy, które w tym pytaniu pojawiają się znacząco często i częściej niż w poprzednich. Jak pokazuje zestawienie skategoryzowanych: odpowiedź „ambitny/wymagający” pojawiają się po raz pierwszy w kontekście samego UW, wcześniej występowała ona jako najistotniejsza cecha wykładowcy Uniwersytetu. Co istotne, ma ona też kontr-reprezentację w postaci cechy: „niewymagający”, co może świadczyć o tym, że studenci zgodziliby się, że UW jest „ambitny/wymagający”. Natomiast „wysoki poziom” występował wcześniej jako oczekiwanie studentów w pytaniu 3. (Jaki powinien być UW?), wydaje się więc, że mógłby ten poziom być nieco wyższy, by studenci sami go podkreślali. Podobnie sytuacja przedstawia się z cechami „nowoczesny” i „otwarty” oraz niepraktyczny, choć waga problemu nie jest już tak znacząca. Pozostałe odpowiedzi lokują się poniżej progu relewancji przyjętego w analizie=5% respondentów.

#### **1.9.13. Pytanie 13. Jaki powinien być idealny uniwersytet?**

Pytanie to ma na celu rekonstrukcję ideału uniwersytetu wśród studentów, a obraz wyłaniający się z wyników zbiorczych wydaje się bardzo prosty: po pierwsze zorientowany na studenta, otwarty na jego potrzeby, przyjazny. Po drugie: aktywnie podejmujący działania, by być na czasie, zmieniający się (nowoczesny, aktywny), po trzecie: stawiający na praktyczny rozwój i wymagający tegoż raczej niż 'wkuwania' teorii.

Kolejne aspekty dotyczą dobrej organizacji, wyposażenia w sprzęt i komputery oraz nie stwarzania barier w dostępności i otwartości dla wszystkich, w tym szczególnie barier finansowych.

Porównując te odpowiedzi z tym, jak widziany jest UWr aktualnie, można wskazać różnice, mogące stać się kierunkami zmiany przede wszystkim w nastawieniu na studenta, nowoczesności, praktycznej użyteczności zdobywanej wiedzy w przyszłej pracy zawodowej, lepszej organizacji pracy uczelni oraz wyposażenia w odpowiedni sprzęt.

Należy też wskazać, że aktualne cechy uniwersytetu częściowo pokrywają się z wyobrażeniem ideału, przede wszystkim w aspektach kompetencji wykładowców, otwartości (uczelni i wykładowców). Najpoważniejszym problemem wydają się słabości organizacji pracy uczelni.

#### **1.9.14. Pytanie 14. Czym różni się Uniwersytet Wrocławski od innych polskich uniwersytetów?**

Respondenci zapytani o wyróżniki UWr na tle innych polskich uniwersytetów wskazują na pięć najistotniejszych grup czynników związanych z: położeniem, prestiżem, tradycją, poziomem, wymaganiami oraz pozytywną atmosferą i dobrą kadrą. Wszystkie wymienione elementy wydają się być pozytywne lub choćby nienegatywne. Wszystkie te elementy są składowymi indywidualnego obrazu wizerunku UWr i tu ulegają wzmocnieniu/uwypukleniu. Można wskazać na brak elementów zewnętrznych, które wychodziłyby poza schemat uważania, że to co my sądzimy, sądzą też inni.

Grupa odpowiedzi negatywnych (gorszy, zła organizacja, rozrzucony po mieście, kadra zła) liczy w sumie 7,6% odpowiedzi i 12% respondentów i choć nie jest duża, to wskazuje na pojawiające się już wcześniej wskazania na słabe strony UWr w opinii jego studentów: poziom, podejście do studenta i wyposażenie w sprzęt.

W tym pytaniu największa grupa osób, bo aż ponad 27%, nie wypowiada własnego zdania („nie wiem” i „brak odpowiedzi”) co ze względu na charakter pytania nie jest zaskakujące. W zestawieniu z wnioskami z akapitu pierwszego może świadczyć o braku znajomości szerszego kontekstu, w tym innych uniwersytetów wśród respondentów i posilkowaniu się ogólnymi opiniami (prestiż, tradycja) lub analizą nazwy czy bliskością od miejsca zamieszkania (*Wrocławski*).

#### **1.9.15. Pytanie 15. Natężenie wybranych cech Uniwersytetu.**

Poniżej ograniczono się do wskazania najistotniejszych właściwości tego pytania. Ta część badania polegała na przedstawieniu respondentom wybranych par cech ułożonych w skali pięciostopniowej, gdzie po lewej stronie skali znajdowała się cecha umieszczona po lewej stronie pary, po prawej cecha umieszczona w tabeli po prawej stronie pary. Każda z cech miała dwa poziomy intensywności: bardzo i raczej, po środku pozostawiono możliwość niedokonania wyboru żadnej z cech. Respondentów proszono o zaznaczenie natężenia cechy na skali dwustopniowej w każdą stronę (lub zera).

Dokładny wzór ankiety znajduje się w załączeniu, poniżej umieszczono tylko poglądowo fragment tej części kwestionariusza (Rysunek. 1.) oraz zbiorcze zestawienie odpowiedzi.

15. Uniwersytet Wrocławski jest:  
(Zaznacz odpowiednie natężenie cechy.)

	bardzo	raczej	ani ani	raczej	bardzo	
stary	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	młody
kobięcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	męski

Rysunek. 1. Fragment kwestionariusza ankiety

Tabela 5. Zestawienie najistotniejszych statystyk dla par cech opisujących UWr - skala dyferencjału od 1 do 5, pytanie brzmiało: Uniwersytet Wrocławski jest: ....

Uniwersytet Wrocławski jest: (natężenie cech podanych parami)	N	Średnia	Błąd standardowy Średniej	Odchylenie standardowe
niewymagający / wymagający	1163	3,74	,031	1,067
praktyczny / teoretyczny	1161	3,44	,035	1,184
nieskomplikowany / skomplikowany	1157	3,34	,030	1,009
zorganizowany / chaotyczny	1165	3,21	,036	1,240
nieobliczalny / przewidywalny	1159	3,07	,031	1,061
bogaty / biedny	1161	2,90	,031	1,072
odważny / tchórzliwy	1149	2,79	,025	,837
konsekwentny	1160	2,76	,030	1,024
kobięcy / męski	1157	2,76	,022	,764
komunikatywny / niekomunikatywny	1159	2,62	,031	1,041
aktywny / bierny	1161	2,45	,031	1,041
otwarty / zamknięty	1161	2,40	,030	1,026
przyjazny / wrogi	1162	2,35	,026	,903
poważny / wyluzowany	1164	2,20	,029	,984
kompetentny / niekompetentny	1162	2,19	,027	,904
lubiany / nielubiany	1161	2,18	,024	,835
ładny / brzydki	1159	2,13	,027	,925
tradycyjny	1164	2,12	,028	,971
mądry/głupi	1155	1,99	,024	,824
stary / młody	1156	1,86	,022	,742

I tak ze względu na rozkład Średnich za najmocniejsze cechy należałoby uznać: po pierwsze, cztery cechy z góry (wymagający, teoretyczny, skomplikowany, chaotyczny) i z dołu tabeli (ładny, tradycyjny, mądry, stary). Posiadają one najwyższe wartości Średnich i znacząco odstają od Średniej zestawienia =2,63 przy odchyleniu standardowym =0,51.

Przy czym największą spójność odpowiedzi respondentów występuje przy cechach: lubiany, mądry, stary, kompetentny, przyjazny i parach: kobięcy /męski, odważny / tchórzliwy, gdzie Średnia nie pozwala na jednoznaczne wskazanie przeważającej części z pary.

Po zestawieniu cech najistotniejszych i najspójniejszych otrzymujemy zestaw najmocniejszych cech UWr ze względu na Średnią i jednoznaczność osądu zarazem: mądry, stary, kompetentny, lubiany oraz wymagający, skomplikowany choć raczej poważny i przewidywalny. Chaotyczność i teoretyczność jest najmocniejsza, ale też najbardziej różnicuje grupę respondentów.

Pozostałe cechy należy traktować jako mało znaczące dla konstrukcji wizerunku Uniwersytetu.

#### 1.9.1.16. Podsumowanie części pierwszej

Krótko podsumowując przedstawione powyżej dane i wnioski można zarysować ramy konstrukcji wizerunku Uniwersytetu Wrocławskiego i wskazać na najistotniejsze problemy i zagrożenia wyłaniające się z analiz.

I tak do najważniejszych elementów konstrukcji Uniwersytetu należą: prestiż/renoma (7), tradycja (5), lokalizacja (3): w mieście Wrocław, niedaleko od miejsca zamieszkania studentów, stawianie wymagań (4) i utrzymywanie poziomu (3) przy tym przyjazność (2). Poza tym UWr postrzegany jest jako: stary (2), duży (2) i raczej ładny.

Jako największą zaletę uczelni studenci wymieniają: kadre (3): dobrą, kompetentną, wykształconą, przyjazną. Jednocześnie pojawiają się problemy takie jak przede wszystkim: brak organizacji (3), biurokracja, skostniałość/przestarzałość oraz mała praktyczność - zajęć przygotowania do przyszłej pracy. Poza tym studenci wskazują na nieprzejrzystość procedur dla studenta i rozrzucenie budynków po mieście.

W takiej sytuacji proponowane są następujące główne kierunki zmian/rozwoju: poprawienie wewnętrznej organizacji i komunikacji, stopniowe dostosowanie do studenta i położenia nacisku na przygotowanie go do pracy zawodowej, bycie na czasie - nowoczesność i zadbanie o odpowiednie wyposażenie w sprzęt.

Potencjalnym problemem jest brak unikalnych wyróżników UWr na tle innych uniwersytetów, odpowiedzi udzielane przez respondentów przedstawiają obraz raczej pozytywny, jednak opierający się w znacznej mierze na niespecyficznych sądach ogólnych i lokalizacji uczelni. Nie ma w nich niczego, co by specjalnie wyróżniało Uniwersytet.

Porównując odpowiedzi na wszystkie pytania, można zauważyć niską zgodność respondentów odnośnie kluczowych kwestii, rzadko kiedy (poza pytaniem 13. o idealny uniwersytet) przekracza ona 10-15% odpowiedzi, co świadczy o rozmyciu obrazu Uniwersytetu, który choć jest dla studentów jasny, to jednak nie jest wyraźnie zarysowany. Podczas gdy ideał, do którego warto dążyć, jest wyraźny: nastawiony na studentów. Wskazane są dalsze badania porównawcze z innymi uniwersytetami w Polsce, które pozwoliłyby porównać uzyskane wyniki i tym samym określić wspólne ramy wizerunkowe polskich uniwersytetów.

Analiza Średniej ilości odpowiedzi na osobę w pytaniach wskazuje, że najbardziej rozbudowane są takie aspekty wizerunku jak: skojarzenia (3,1), jaki jest student UWr (2,7) i wykładowca (2,5), czym inni kierują się przy wyborze uczelni (2,6), jaki jest Uniwersytet (2,5) najslabiej zaś czym różni się od innych uniwersytetów (1,5) i co myślą inni o uczelni (1,6). Tak więc najmniej chętnie udzielane są odpowiedzi o zewnętrzne widzenie alma mater, a najchętniej o sobie i własnych skojarzeniach i projekcjach dotyczących macierzystej uczelni.

## **2.0. Badanie drugie - postrzeganie uczelni przez licealistów.**

W ramach badań konstruktów uczelni u przyszłych studentów przeprowadzona została ankieta z uczniami klas maturalnych wrocławskich liceów, którzy deklarowali chęć kontynuowania nauki na studiach. Poniżej zostaną przedstawione cele i założenia badania, jego przebieg, wyniki i wnioski.

### **2.1. Cele badania ankietowego**

Poprzez przeprowadzenie wywiadów ankietowych zamierzano osiągnąć:

- zbadanie zakresu wyobrażeń związanych z uczelniami wyższymi, w szczególności z semantyką dwóch wyrażzeń najczęściej występujących jako nazwa całej kategorii: *uczelnia* i *szkoła wyższa*,
- zbadanie pola semantycznego uczelni publicznych (i niepublicznych),
- poznanie deklarowanych preferencji odnośnie wyboru przyszłej uczelni,
- zbadanie oczekiwań uczniów względem przyszłej szkoły,
- rekonstrukcja listy powodów wyboru uczelni przez przyszłych studentów.

### **2.2 Metoda**

Badanie przeprowadzono w styczniu 2007 roku przez rozdanie uczniom trzech wrocławskich liceów ogólnokształcących kwestionariuszy do samodzielnego wypełnienia podczas uzgodnionej z dyrektorem szkoły i nauczycielem prowadzącym przerwy na początku zajęć lekcyjnych. Licea dobrano na drodze losowania z puli wrocławskich liceów, do badania zakwalifikowano 1., 9. i 21. liceum ogólnokształcące we Wrocławiu. Celem doboru próby było jej zróżnicowanie i uzyskanie szerokiego zakresu odpowiedzi.

Kwestionariusze rozdano do samodzielnego wypełniania łącznie, poprzedzając je krótkim wyjaśnieniem celu badania, sposobu wypełniania ankiety, jej zwrotu i zapewnieniem o anonimowości. Uzyskano liczbę 140 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, która została poddana dalszej analizie.

Ze względu na cele opracowania poniżej zanalizowany tylko wybrane pytania (pełne dane dostępne są w pozycji Grech (2010)).

### **2.3. Wyniki**

#### **2.3.1. Odpowiedzi na pytanie: Co przychodzi Pani / Panu na myśl kiedy słyszy Pani / Pan słowo uczelnia**

Skojarzenia respondentów ze słowem nauka to przede wszystkim: studia, nauka, szkoła i szkoła wyższa, zabawa i ludzie. Przy czym każda z dwóch pierwszych kategorii wymieniana jest przez co najmniej 30 procent respondentów, a w sumie stanowią 40 wszystkich odpowiedzi.

#### **2.3.2 Odpowiedzi na pytanie: Co przychodzi Pani / Panu na myśl kiedy słyszy Pani / Pan wyrażenie: 'szkoła wyższa'?**



W tym pytaniu skojarzenia badanych są bardziej zróżnicowane, niż w przypadku skojarzeń z wyrazem *uczelnia*. Pozostałe dwie istotne różnice to po pierwsze, o połowę mniej liczne dwie największe i te same kategorie odpowiedzi (studia, nauka) i po drugie wymiana słowa *uczelnia* na *szkoła wyższa* w odpowiedziach respondentów. Powyższe różnice mogą świadczyć o częściowej ekwiwalencji zakresów znaczeniowych badanych wyrażzeń, jak i wskazują na większą konwencjonalizację *uczelni*. Pozostałe odpowiedzi różniące badane słowa (zabawa, ludzie młodzi, dorosłość z jednej i pieniądze, praca z drugiej) wskazują pola różnicowania, które jednak oscylują w granicach 5 procent respondentów.

Poniżej progu 2 procent odpowiedzi i 3 procent respondentów znalazły następujące kategorie pojawiające się częściej w odpowiedziach na inne pytania: wykłady, wymagania, poziom, gorsze miejsce, edukacja.

### 2.3.3. Odpowiedzi na pytanie: Uczelnie państwowe są:

Odpowiedzi na pytanie o charakterystykę uczelni państwowych wskazują na kilka obszarów: po pierwsze kwestia opłat (33 proc. respondentów i 22 proc. odpowiedzi), po drugie, że są dobre, bardzo dobre i lepsze (28 proc. respondentów i 19,2 proc. odpowiedzi) i po trzecie utrudniony dostęp do studiowania na nich (17,2 i 11,5 ) oraz po czwarte to, że są lepiej postrzegane i cieszą się prestiżem (10,0 i 6,7) oraz wysoki poziom i wymagania. Pojawiają się również wartościowania negatywne (5,0 i 3,3) i sporadyczne opinie o braku dbałości o studentów (3,6 i 2,4).

### 2.3.4. Odpowiedzi na pytanie: Jakimi cechami określiłaby uczelnie, do której chciałby chodzić?

Odpowiedzi na pytanie o pożądane cechy wskazują na kilka najważniejszych obszarów: prestiż (25 proc. respondentów), przyjazność dla studentów i dobra atmosfera (30), wysoki poziom i wymagania oraz solidność i rzetelność. Prawie co piąty przyszedł student nie ma sprecyzowanych oczekiwań (17 proc.) i tyle samo osób podaje odpowiedź *dobra*, nie specyfikując czego ma ona dotyczyć. Zauważono również, że równie często pojawiają się życzenia odnośnie nowoczesności, jak i tradycyjności przyszłej uczelni. Poniższa tabela przedstawia te kategorie odpowiedzi, które mają większy niż 5-cio procentowy udział w grupie respondentów, pozostałe, ze względu na akcydentalny charakter nie podlegają analizie, jednak są dostępne w załączonej do pracy elektronicznej bazie danych.

Tabela 6. Odpowiedzi licealistów wrocławskich na pytanie: Cechy uczelni, do której chciałby chodzić

8. Cechy uczelni, do której chciałby chodzić	częstość	procent odp.	procent respondentów
prestiż	36	10,6	25,7
przyjazna	33	9,7	23,6
dobra	25	7,3	17,86
brak odpowiedzi	24	7,0	17,1
wysoki poziom	20	5,9	14,3
wymagająca	16	4,7	11,4
solidna / rzetelna	15	4,4	10,7

ciekawa	13	3,8	9,29
dobra kadra	11	3,2	7,86
znana	11	3,2	7,86
dobre przygotowanie do zawodu	10	2,9	7,14
kształci	10	2,9	7,14
dobra atmosfera	9	2,6	6,43
nowoczesna	8	2,3	5,71
tradycja	8	2,3	5,71
inne	92	27,0	65,7
suma	341	100	243,57

### 2.3.5 Odpowiedzi na pytanie: Czego oczekuje Pani / Pan od swojej przyszłej uczelni?

Odpowiedzi wykazują duże zróżnicowanie jednak można wyróżnić kilka głównych tematów: po pierwsze dobre przygotowanie do zawodu (30,7), po drugie wykształcenie, w tym: dobre i na wysokim poziomie (29,3 resp.), po trzecie nastawienia na ucznia, wyrozumiałość i dobra atmosfera (14,2). Inne poniżej 3 proc respondentów: wymiany międzynarodowej, profesjonalizmu, rzetelności, przyjęcia.

### 2.3.6 Odpowiedzi na pytanie: Co bierze Pani / Pan pod uwagę przy wyborze uczelni?

Gdy maturzystom zadano pytanie: „Co bierze Pani / Pan pod uwagę przy wyborze uczelni?” uzyskano następujące dane, przedstawione w poniższej tabeli (7).

Tabela 7. Odpowiedzi licealistów wrocławskich na pytanie: Co bierze Pani / Pan pod uwagę przy wyborze uczelni?

Co bierze pod uwagę przy wyborze uczelni	częstość	procent odp.	procent respondentów
kierunek	46	19,4	32,9
zainteresowania	24	10,1	17,1
poziom nauczania	20	8,4	14,3
przyszły zawód	20	8,4	14,3
opinie	15	6,3	10,7
prestiż	15	6,3	10,7
rekrutacja sposób	12	5,1	8,6
lokalizacja	11	4,6	7,9
wymagania	10	4,2	7,1
rekrutacyjne progi	9	3,8	6,4
przyszłość / plany życiowe	8	3,4	5,7
liczba kandydatów na miejsce	6	2,5	4,3
brak odpowiedzi	5	2,1	3,6
inne	36	15,3	25,7
suma	237	100	169,3

Widoczne są przede wszystkim odpowiedzi związane z kierunkiem studiów i zainteresowaniami, które można uznać za związane ze sobą poprzez przedmiot, którego dotyczą. Dalej uniwersytet widziany jest przez pryzmat poziomu nauczania, pod kątem przyszłego zawodu oraz opinii i prestiżu.

Przyszli studenci mniej widzą to, co podkreślają studenci: lokalizacji w konkretnym mieście i nie oceniając tak wysoko prestiżu Uniwersytetu. Tą różnicę można wyjaśnić tym, że badani licealiści pochodzący z Wrocławia (lub okolicy) i tu się uczący, zakładają uczelnie wrocławskie jako przyszłe miejsca studiów. Poprzez to założenie (niewidoczne dla nich) nie powstaje u nich problem wyboru miasta, istotny dla studentów rekrutujących się także spoza Wrocławia.

### 3.0. Podsumowanie i wnioski

Podsumowując wnioski płynące z dwóch różnych badań dotyczących postrzegania uczelni przez studentów i maturzystów chciałbym zacząć od stwierdzenia, że jeśli założyć, że Uniwersytet Wrocławski, jego studenci (aktualni i przyszli) nie są jakoś specjalnie inni niż pozostałe polskie uniwersytety ich studenci (zarówno aktualni jak i przyszli) to można potraktować uzyskane wyniki jako wstępną diagnozę wizerunku uniwersytetu w Polsce.

Oczywiście tą tezę należy zweryfikować badaniami porównawczymi uwzględniając lokalne specyfiki wybranych uczelni – jednak założenie o względnej jedności konstruktu uniwersytetu w społeczeństwie polskim wydaje się być uzasadnione w świetle systemowych teorii społeczeństwa i komunikacji wymienionych na początku artykułu.

Po analizie otrzymanych wyników uzyskano następujące podstawowe wymiary, przez pryzmat, których badani postrzegają i komunikują o uniwersytecie:

1. **prestiż** i szeroko rozumiana opinia innych, tu zarówno opinie innych studiujących czy absolwentów jak i rankingi medialne,
2. **wielkość** to najprawdopodobniej jeden z podstawowych wymiarów przeniesiony niejako ze trójwymiarowej przestrzeni i przedmiotów, w połączeniu z wiekiem wskazuje na charakter uczelni, jej rozległość czy liczbę studentów,
3. **wiek** wydaje się być istotny jako wskaźnik wiarygodności i prestiżu, szczególnie w połączeniu z kolejnym wymiarem tradycji,
4. **tradycja**, a dokładniej czy ona jest, jak długa i jaki jest stosunek do niej, jest to też dość prosty sygnał wskazujący na normy, wartości panujące w danym uniwersytecie. Z tym wymiarem wydaje się być związana para, często wymienianych cech: skostniałość – nowoczesność, które wydają się być jednymi z istotnych współcześnie konceptów różnicujących instytucje i produkty,
5. **kadra**, pracownicy zarówno naukowcy jak i pracownicy dziekanatów czy sekretariatów - to z nimi stykają się studenci na co dzień i wyrabiają sobie przekonanie o wartościach, regułach i nastawieniach panujących na uczelni,
6. **nastawienia do ludzi**, choć wymienione na szóstej pozycji wydają się być jednym z bardziej istotnych wymiarów, szczególnie, jeśli zwróci się uwagę, że nauka to relacja między studentami i prowadzącymi. Jako szczególnie istotne nastawienia badani wymieniają: przyjazność, otwartość, dostępność.
7. **położenie / lokalizacja** związana jest z odległością od dotychczasowego miejsca zamieszkania (najczęściej rodziny). Przy czym o ile dla części badanych niewielka odległość wydaje się być atutem, to niektórzy badani, szczególnie studenci wskazywali, że interesujące są dla nich dalsze wyjazdy.
8. **kierunki studiów związane z zawodem i zainteresowaniami studentów**
9. **praktyczność i użyteczność w pracy**, to bardzo istotny wymiar dla badanych (zarówno

maturzystów jak i studentów). Często przeciwstawiany teoretyczności w rozumieniu teorii dla której nie widać zastosowania w przyszłym Życiu i pracy zawodowej.

**10. organizacja, budynki, zaplecze techniczne** to bardzo istotne dla studentów tematy. Czasy gdy studia to tylko relacja student – profesor najwyraźniej ze odeszły w przeszłość.

**11. poziom nauczania, wymagania od studentów** – to może niezbyt podkreślany przez badanych temat, jednak wydaje się on być jednym z czynników różnicujących uczelnie na „lepsze” i „gorsze”.

**12. sposób rekrutacji i łatwość czy też możliwość dostania się** to warunek wejściowy i jeden z dwóch trzech istotnych różnic między uczelniami publicznymi i niepublicznymi.

Na koniec warto powtórzyć wyniki uzyskane w analizie pytania o idealny uniwersytet, gdyż wskazują na oczyszczony przez idealizację konstrukt.

Wskazania studentów wyraźnie pokazują po pierwsze na orientację na studenta, otwartość na jego potrzeby i przyjazność. Po drugie: aktywne podejmowanie działań, by być na czasie, (zmieniający się, nowoczesny, aktywny), po trzeciej: uczelnia powinna stawiać na praktyczny rozwój i wymagając bardziej użyteczności wiedzy niż 'wkuwania' teorii.

Kolejne aspekty dotyczą dobrej organizacji, wyposażenia w sprzęt oraz nie stwarzania barier w dostępności i otwartości dla wszystkich, w tym szczególnie barier finansowych.

## Literatura

Fleischer, M. (2010). Communication design czyli projektowanie komunikacji. Łódź.

Fleischer M. (2003). Corporate identity, public relations. Wrocław.

Frankfort-Nachmias. Ch., Nachmias D. (2000). Metody badawcze w naukach społecznych. Warszawa.

Gackowski, T., Łączyński, M. (2009) Metody w badaniach wizerunku w mediach, Warszawa.

Grech, M. (2011). Wyniki badania wizerunku Uniwersytetu Wrocławskiego wśród jego studentów

[w]: communication design magazine nr 1/2011, cd-

magazine.uni.wroc.pl/artukul/wyniki\_badania\_wizerunku\_uniwersytetu\_wroclawskiego\_wsrod\_jego\_studentow/

Grech, M. (2010). Komunikacja i wizerunek uczelni niepublicznych. Łódź.

Herbst, D. (1998). Corporate identity. Berlin.

Kępińska, O., Maroń A. (2006). Kognitywny wizerunek uniwersytetu. Na podstawie badania

ankietowego wśród studentów UW. [w]: Kultura i Historia” nr 10/2006

<http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/148> dostęp 18.02.2009.

Kurek, O. (2010). Wizerunek niepublicznych szkół wyższych w Rzeszowie w opinii maturzystów – raport z badań. [w:] D. Tworzydło, Z., Chmielewski (red.) Public relations w procesie kształtowania relacji z otoczeniem. Kraków-Rzeszów-Zamość: Konsorcjum akademickie.

Luhmann N. (2007). Systemy społeczne, Kraków.

Maison, D. & Noga-Bogomilski, A. (red.) (2007). Badania marketingowe. Od teorii do praktyki. Gdańsk.