



## UNIwersytety w Polsce w oczach opinii publicznej – stan obecny i oczekiwania w świetle badań

**dr Michał Grech**

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UW

### Wprowadzenie

W artykule przedstawiono najważniejsze wnioski wypływające z badań opinii i wiedzy o polskich uniwersytetach. Ankiety przeprowadzono metodą sondażu bezpośredniego w domach respondentów na reprezentatywnej próbie 1135 mieszkańców Polski na przełomie 2011 i 2012 roku.

Badanie przeprowadzono przy pomocy specjalnie przygotowanego kwestionariusza zawierającego przede wszystkim pytania otwarte, koncentrujące się na wiedzy i opiniach badanych o polskich uniwersytetach. Ze względu na brak porównywalnych badań dotyczących polskich uniwersytetów polskie badanie, którego wybrane wyniki zaprezentowano jest pierwszą, próbą odpowiedzi empirycznie na pewne pytania badawcze.

Otrzymane rezultaty pokazują zarówno aktualny obraz „uniwersytetu” w populacji mieszkańców Polski, oczekiwania, a także jawne i ukryte determinanty postrzegania uczelni – szczególnie te oceniane pozytywnie i negatywnie. Obrazu dopełnia rekonstrukcja wyobrażenia idealnego uniwersytetu.

Analiza zebranych danych wskazuje na kilka wymiarów, przez pryzmat których postrzegany jest uniwersytet i przy czym wymiary te mają charakter systemowy. Na podstawie analizy uzyskanych wyników podjęto próbę wskazania możliwych kierunków rozwoju uniwersytetów w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem aspektu komunikacji i marketingu.

### Charakterystyka badanej grupy

Podczas doboru próby do badania zdecydowano się na reprezentację populacji Polski, ze względu na kilka kryteriów. Pierwszym z nich jest płeć - jak wskazuje tabela 1. badana próba posiada charakterystyki podobne do populacji generalnej Polski. Drobne odchylenie zauważalne jest w ilości kobiet, która stanowi 52,3% jej składu, co na tle wartości podawanych przez GUS dla lat 2010 - 51,7% i 2011 - 52,1 czy - 51,5 (NSP 2011) nie jest wartością istotną.

Tabela 1. Rozkład płci respondentów.

płeć	Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
kobieta	594	52,3	52,3	52,3
mężczyzna	541	47,7	47,7	100,0
Ogółem	1135	100,0	100,0	

*Źródło: Opracowanie własne.*

Tabela 2. Rozkład kategorii wiekowych wśród respondentów.

wiek	Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
15-17 lat	27	2,4	2,4	2,4
18-24 lat	132	11,6	11,6	14,0
25-39 lat	325	28,6	28,6	42,6
40-59 lat	418	36,8	36,8	79,5
>59 lat	233	20,5	20,5	100,0
Ogółem	1135	100,0	100,0	

*Źródło: Opracowanie własne.*

Ze względu na nieznaczną liczebność najmłodszej grupy respondentów analiza odpowiedzi pod kątem tej grupy traktowana jest bardzo ostrożnie.

W dalszej kolejności zaprezentowano zbiorcze tabele ze skategoryzowanymi odpowiedziami na wybrane pytania. Kategoryzacji danych dokonano z założeniem uporządkowania materiału empirycznego na bazie odpowiedzi respondentów, a nie odgórnie założonego klucza. Dlatego też istotne składowe kategorii umieszczono jako nazwy kategorii, co pozwala na wyrobienie sobie przez czytelnika własnego oglądu sytuacji.

Ze względu na to, że prezentowane dane były integralną częścią większego projektu badawczego poniżej zaprezentowano je zachowując kolejność prezentacji i numerację z oryginalnego kwestionariusza. Daje to możliwość analizy związku z pomiędzy pytaniami w całym badaniu. Praca prezentująca całość badania jest obecnie w przygotowaniu do wydania na przełom 2012 i 2013 roku.

## Pytanie 3. Jakimi cechami określił(a)by Pani / Pan typowe polskie uniwersytety?

Tabela. 3. Odpowiedzi respondentów na pytanie:  
Jakimi cechami określił(a)by Pani / Pan typowe polskie uniwersytety?

p/n*	Jakie są typowe polskie uniwersytety?	Liczebność	% z N w kolumnie	% z odpowiedzi w kolumnie
0	nie wiem / trudno powiedzieć	400	35,2%	23,8%
p	wysoki poziom (nauczania)	128	11,3%	7,6%
p	dobrze, bardzo dobrze	87	7,7%	5,2%
0	wiedza, nauka	74	6,5%	4,4%
0	tradycyjne, stare	59	5,2%	3,5%
0	dostępne / otwarte	49	4,3%	2,9%
p	prestż / renoma	50	4,4%	3,0%
n	nie dla każdego /trudno się dostać / w dużych miastach	46	4,1%	2,7%
p	dobra kadra / kadra	45	4,0%	2,7%
p	dobrze kształcą	39	3,4%	2,3%
0	kształcą	39	3,4%	2,3%
n	dużo studentów / przeludnione	38	3,3%	2,3%
p	znane / słynne	36	3,2%	2,1%
0	duże	28	2,5%	1,7%
n	drogie	28	2,5%	1,7%
n	niepraktyczne / oderwane od rzeczywistości	25	2,2%	1,5%
0	różne kierunki	26	2,3%	1,5%
p	bezpłatne	22	1,9%	1,3%
n	skostniałe	21	1,9%	1,3%
p	nowoczesne	20	1,8%	1,2%
n	niski poziom	18	1,6%	1,1%
p	mądrość	16	1,4%	1,0%
0	państwowe	16	1,4%	1,0%
n	biedne / niedofinansowane	12	1,1%	0,7%
p	inne pozytywne	88	7,8%	5,2%
n	inne negatywne	52	4,6%	3,1%
0	inne pozostałe	218	19,2%	13,0%
	Ogółem	1135	100,0%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne.

\* pozytywne, n-negatywne, 0-neutralne, trudne do ustalenia

---

Analizy odpowiedzi na pytanie o cechy „typowych polskich uniwersytetów” nie można nie zacząć od największej liczebnie kategorii (400) „nie wiem/trudno powiedzieć”, w której badani deklarują, że nie mają wiedzy na temat tychże, bądź też nie chcą jej ujawnić w badaniu. Jest to jeden z wyższych współczynników braku odpowiedzi na pytanie w całym badaniu, wyższe są tylko w pytaniach: 5. o zalety uniwersytetów, 6. wady uniwersytetów i 11. najgorsze polskie uniwersytety. Można więc założyć, że respondenci potraktowali to pytanie jako pytanie o wartościowanie, gdyż w takich pytaniach (także pyt. 4. o cechy idealnego uniwersytetu) wykazują wysoki odsetek braku odpowiedzi. Czym można wyjaśnić niechęć czy też trudności w udzielaniu odpowiedzi na pytania o stany pożądane lub niepożądane?

Kto tak mówi? Znaczące przewagi widać wśród kilku segmentów respondentów. Ze względu na wiek to osoby do 17 lub powyżej 59 roku życia, raczej z jednoosobowych gospodarstw domowych, z usamodzielnionymi dziećmi, pracujące w gospodarstwach rolnych, emeryci i renciści oraz bezrobotni, a także robotnicy niewykwalifikowani, gospodynie domowe, ale również właściciele i rolnicy. Co charakterystyczne także niekorzystające z internetu, o najniższych dochodach z trudnością zaspakajające swoje podstawowe potrzeby materialne. Wykształcenie podstawowe i zawodowe, stanowczo nie wyższe. Znaczące odchylenia na plus wykazują tu mieszkańcy województw: łódzkiego, śląskiego i zachodniopomorskiego.

Co ciekawe kolejne dwie najczęstsze kategorie są wprost wartościujące: „wysoki poziom nauczania” i „dobre, bardzo dobre” - razem stanowią one połowę liczebności kategorii „nie wiem/trudno powiedzieć”. Warto podkreślić jest też sposób wartościowania - dość ogólny: wysoki poziom i bardzo dobre - to praktycznie to samo.

Gdyby podliczyć razem wszystkie kategorie zawierające wartościowanie wyrażone wprost otrzymamy w sumie: 34,6 % odpowiedzi w tym: pozytywne: 27% (wysoki poziom, dobre, dobrze kształcą, prestiż/renoma, dobra kadra, dobrze kształcą, mądrość, inne pozytywne) i negatywne: 7,6% (niepraktyczne, skostniałe, niski poziom, niedofinansowane, inne negatywne). Podsumowując kwestie wartościowania warto zauważyć, że największą grupę stanowią odpowiedzi, które trudno jednoznacznie sklasyfikować jako pozytywne czy negatywne (54), kolejną odpowiedzi raczej pozytywne (32-33%), a tylko około 14% odpowiedzi negatywne.

W tym pytaniu jest też najwyższy odsetek odpowiedzi rzadkich czy pojedynczych ujętych w kategorii „inne” - łącznie stanowią one ponad 21% całości udzielonych odpowiedzi, a średnio prawie co trzeci respondent udzielił takiej odpowiedzi. Jeśli więc dodać odpowiedzi z kategorii „inne” i braki odpowiedzi otrzymujemy: 45% odpowiedzi i 66% respondentów, co wydaje się świadczyć o niskiej konwencjonalizacji obrazu uniwersytetu wśród badanych. Diagnoza ta potwierdza się także jeśli spojrzymy na (znaczną) ilość kategorii oscylujących w okolicach 1-2 %.

Pozostałe grupy odpowiedzi są już (jak wspomniano powyżej) raczej rzadkie i koncentrują się wokół kilku większych aspektów: 1. wiedzy/nauki, 2. tradycji i wiekowości vs. nowoczesności, 3. renomy i sławy, 4. jakości (kształcenia i kadry), 5. odpłatności (drogie i bezpłatne), a także 6. wielkości i ilości studentów.

Z czego może wynikać niska konwencjonalizacja wypowiedzi i wysoki odsetek braku? Czy tylko z niewiedzy - z braku kontaktu?

Analiza danych pod kątem zmiennych demograficznych nie wykazuje większych odchyłeń, poza zanalizowanym powyżej brakiem odpowiedzi. Z mniejszych różnic: kobiety bardziej podkreślają prestiż, dobrą kadre i sławę uniwersytetów. Korzystający z internetu ograniczoną dostępność uniwersytetu i prestiż, a licencjaci ‚wiedzę/naukę’. Rolnicy i robotnicy niewykwalifikowani oraz gospodynie domowe i właściciele nie wypowiadają się w największej ilości kategorii, najczęściej o (nie-) dostępności i starości oraz prestiżu oraz kształceniu i bezpłatności - tak jakby nie widzieli takiej możliwości.

Podsumowując analizę odpowiedzi na to pytanie, można powiedzieć, że ogólny obraz uniwersytetu jest raczej pozytywny (33%) i nieznany (33%), a w nieznacznej mierze negatywny. Do pozytywnego obrazu można zaliczyć wskazania na ogólnie ‚wysoki poziom” i to, że są ‚dobre”, prestiżowe z dobrą kadre. Negatywy wskazują przede wszystkim na problemy z dostosowaniem do zmieniających się warunków, niski poziom nauki i finansowania. Ze względu na wysoki odsetek odpowiedzi wskazujących na braki wiedzy o uniwersytetach wskazane jest podjęcie działań komunikacyjnych w kierunku opracowania komunikatów i podjęcia komunikowania ze wskazanymi grupami odbiorców.

#### Pytanie 4. Idealny uniwersytet

W odpowiedzi na pytanie 4. o cechy idealnego uniwersytetu, podobnie jak w pytaniu 3. (o cechy typowego uniwersytetu) największą grupę stanowią odpowiedzi typu ‚nie wiem/trudno powiedzieć’ - choć ta grupa respondentów nie udzielających takiej odpowiedzi jest o 10% mniejsza. Jednak w tym (4.) pytaniu grupa odpowiedzi ‚inne’ jest większa o 7% w stosunku do odpowiedniego pytania. Wstępnie wskazuje to na większą ilość, bardziej zróżnicowanych wyobrażeń i oczekiwań wśród respondentów i stosunkowo większą ich grupę niż w pytaniu o cechy typowych (realnych) uniwersytetów. Wniosek ten choć może mało zaskakujący niesie jednak daleko idące konsekwencje dla uniwersytetów w Polsce: oczekuje się od nich więcej, niż wie o nich. Co potwierdza wnioski wypływające z poprzedniego pytania, że niewiele się wie o ‚uniwersytecie’, ... a oczekuje się po nim prawie samych pozytywnych stron.

Wiąże się z tym co najmniej kilka istotnych kwestii. Po pierwsze: ludzie wiedzą mało, po drugie: mają własne (jak pokazuje powyższa tabela) dość zindywidualizowane wyobrażenia, po trzecie ich spełnienie wiąże się z potwierdzeniem własnej wizji świata, a w konsekwencji przekonania o tym, że uniwersytet jest dobry. Bo kto (z czytelników) nie wie, jak powinny wyglądać i działać firmy czy instytucje zajmujące się np. edukacją? A uniwersytet jest dla badanych (jak wiemy z pytania 2.) przede wszystkim instytucją edukacyjną. W konsekwencji otrzymujemy zadowolenie z uniwersytetu wtedy, kiedy działa według reguł edukacyjnych. Przeciwniej sytuacji nie trzeba wyjaśniać. Kluczowe są więc oczekiwania od uniwersytetu i to na ile jest on w stanie je spełnić. Tu z kolei konieczna jest wiedza zarówno o oczekiwaniach, jak i możliwości ich spełnienia i potem konsekwentna komunikacja, tak by osoby mające kontakt z uniwersytetami wiedziały czego mogą (a czego nie) oczekiwać, co w długofalowo widzianej konsekwencji buduje ich wzajemne

rozumienie i zaufanie. Na podstawie analizy danych można stwierdzić, że aktualnie aspekt ten jest nieco zaniedbany.

Tabela 4. Odpowiedzi respondentów na pytanie: Jaki powinien być idealny uniwersytet?

Idealny uniwersytet	Odpowiedzi		Procent obserwacji
	N	Procent	
nie wiem	286	15,3%	25,2%
wysoki poziom	140	7,5%	12,3%
dobra kadra	142	7,6%	12,5%
przyjazny / dbający o studenta	124	6,6%	10,9%
praktyczny, praca po studiach	123	6,6%	10,8%
dostępne (dla wszystkich)	114	6,1%	10,0%
dobrze kształcą	100	5,4%	8,8%
bezpłatny, darmowy	77	4,1%	6,8%
dobrze wyposażony, zaplecze, bogaty	78	4,2%	6,9%
tani / stypendia	59	3,2%	5,2%
nowoczesny	53	2,8%	4,7%
otwarty	45	2,4%	4,0%
prestż / renoma / ceniony	37	2,0%	3,3%
dobry	32	1,7%	2,8%
dużo kierunków	26	1,4%	2,3%
tradycja	22	1,2%	1,9%
wiedza	19	1,0%	1,7%
nie dla każdego	19	1,0%	1,7%
wymagający	17	0,9%	1,5%
niezależny/ nieskorumpowany	16	0,9%	1,4%
duży	12	0,6%	1,1%
zorganizowany	12	0,6%	1,1%
ciekawy	12	0,6%	1,1%
inne	304	16,3%	26,8%
Ogółem	1869	100,0%	164,7%

*Źródło: Opracowanie własne.*

Kolejne dwie odpowiedzi zasadniczo powielają obraz z pytania (3.) o cechy uniwersytetu: „brak odpowiedzi” i „wysoki poziom”.

Jednak następane odpowiedzi wskazują kierunki oczekiwań od uniwersytetu. Część z nich jest „nowa”, w stosunku do pytania o cechy uniwersytetu: „przyjazny, dbający o studenta”, „praktyczny”, „dobrze wyposażony”, „tani” i „otwarty”, „niezależny”, „zorganizowany”. Są to cechy pożądane, których respondenci nie „widzą” mówiąc o typowych uniwersytetach.

Druga część to niejako „wzmocnienie” cech uznanych (wcześniej) za właściwe dla typowych uniwersytetów, przy czym podawane są w tym pytaniu 2-3 razy częściej niż w poprzednim. Te różnice pomiędzy stanem obecnym a oczekiwanym wydają się wskazywać deficyty, czy też mówiąc łagodniej „pożądane kierunki zmian”. Cechy te to: „dobra kadra”, „dostępne dla wszystkich”, „dobrze kształcą”, „bezpłatne/darmowe”, „nowoczesne”.

Analizując kolejne odpowiedzi dostrzec można ponownie tylko odpowiedzi, znane już z pytania 3. - tu jednak podane zostały 2-3 razy rzadziej niż przy określaniu typowości. Można wnosić, że cechy te wskazują na aspekty, które bądź są zdaniem respondentów wystarczającej ilości, bądź też nie ma potrzeby, czy możliwości ich powielania. Dotyczą one takich właściwości jak: „prestż/renoma”, „dobry”, „tradycja”, „wiedza”, „nie dla każdego”, „duży”, a więc są to cechy w pewnym stopniu wyjątkowe, ekskluzywne (może poza wiedzą), które nie jest łatwo uzyskać.

Z kolei analiza zależności między pytaniami 3. i 4. pokazuje, że kilka związanych kategorii, które mogą świadczyć o związku wyobrażeń o typowym uniwersytecie z oczekiwaniami oraz deficytami w ich realizacji. Z istotnych korelacji należy wymienić: 1) pomiędzy 30 - 60%: niepraktyczne - praktyczne, skostniałe - praktyczne, 2) pomiędzy 25 - 29%: kształcą - wysoki poziom, nie dla każdego - przyjazny, dobra kadra - dobrze wyposażony, skostniałe - przyjazne. Niższe związki uznano za nieistotne. Zauważono cztery istotne autokorelacje między odpowiedziami na pytanie 3. i 4.: „nie wiem” 49,5% (69), „wysoki poziom” 35% (33,6), „dobra kadra” 32% (10), tradycja 25% (77,3) - procenty oznaczają procent respondentów powtarzających odpowiedź z pytania 3. w pytaniu 4. Natomiast liczby w nawiasach sytuację analizowaną z drugiej strony - ile procent respondentów, wypowiadających odpowiedź w pyt. 4 powiedziało ją też wcześniej w pyt. 3. Jak więc widać najwyższą stabilność w komunikacji o (aktualnych i pożądanych) cechach uczelni mają „tradycja” i „nie wiem”, co wydaje się być ciekawą obserwacją, ponieważ szczególnie w przypadku pierwszej z analizowanych odpowiedzi stanowi widoczną realizację działania mechanizmu tradycji, który można trawestować słowami: „to co i jak kiedyś było (dobrze) jest i będzie dobrze”.

Analiza danych pod kątem zmiennych demograficznych nie wykazuje większych odchyień z wyjątkiem kilku kategorii. Najmłodsza i najstarsza grupa, oraz najniższe dochody osobiste oraz rolnicy i robotnicy niewykwalifikowani - więcej odpowiedzi „nie wiem”. Mniej odpowiedzi „nie wiem” - wiąże się z najwyższymi dochodami osobistymi i sferą budżetową, pracownikami umysłowymi, kadrami i właścicielami - jak pokazuje analiza jest zauważalny związek wiedzy o uniwersytecie z wykształceniem. Odpowiedź „dostępne” wymieniają częściej osoby z niższymi dochodami osobistymi i w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym, osoby z wykształceniem licencjackim oraz rolnicy. „Bardziej dbający” powinien być dla kadry i pracowników przedsiębiorstw państwowych oraz ponownie licencjatów.

## Pytanie 5. Zalety uniwersytetów

Tabela. 5. Odpowiedzi respondentów na pytanie: Jakie są zalety polskich uniwersytetów?

Zalety uniwersytetów	Odpowiedzi		Procent obserwacji
	N	Procent	
1 nie wiem	390	25,1%	34,4%
2 wysoki poziom	159	10,2%	14,0%
3 dobrze kształcą / kształcą	146	9,4%	12,9%
4 kadra	107	6,9%	9,4%
5 dostępne / otwarte	93	6,0%	8,2%
6 prestiż / znane / cenione	85	5,5%	7,5%
7 bezpłatne / darmowe	76	4,9%	6,7%
8 jest ich dużo / wybór kierunków	50	3,2%	4,4%
9 tanie / stypendia	27	1,7%	2,4%
10 wiedza	21	1,4%	1,9%
11 nie ma zalet	18	1,2%	1,6%
12 polskie	18	1,2%	1,6%
13 współpraca / wymiany zagraniczne	19	1,2%	1,7%
14 tradycja	17	1,1%	1,5%
15 przyjazne / dbają o studenta	14	0,9%	1,2%
16 studenci / wielu studentów	13	0,8%	1,1%
17 wyposażenie / zaplecze	13	0,8%	1,1%
18 dobre	12	0,8%	1,1%
19 nowoczesne	10	0,6%	0,9%
20 duże	8	0,5%	0,7%
88 inne	259	16,7%	22,8%
suma	1555	100,0%	137,0%

*Źródło: Opracowanie własne.*

Pytanie o zalety uniwersytetów (tabela 5.) w założeniu miało dwie istotne funkcje. Pierwsza z nich to wyłonienie tych z cech, które są postrzegane przez respondentów jako aktualnie pozytywne. Druga nie mniej istotna, to skontrastowanie aktualnych zalet z ideałem, a następnie z aktualnymi cechami typowych uniwersytetów uzyskanymi w pytaniu trzecim (kiedy jeszcze nie proszono badanych o wartościowanie).

Przejdźmy najpierw do analizy tego, co respondenci wymieniają jako zalety. Największy udział w puli odpowiedzi ma, podobnie jak w poprzednim pytaniu (o idealny uniwersytet) kategoria „nie wiem”.



Stanowi ona 1/4 zbioru odpowiedzi, a udzielił jej co trzeci badany. Trawestują to, można powiedzieć, że jedynie 2/3 badanej populacji ma cokolwiek do powiedzenia na temat zalet uniwersytetów. Czy to dużo, czy mało? Jeśli wziąć pod uwagę tylko to badanie i porównać ilości braków odpowiedzi, to pytanie to sytuuje się powyżej średniej dla całego badania i w pierwszej piątce (analizując rangi) - nie jest jednak w tym względzie wyjątkowe. Ci, którzy udzielali takiej odpowiedzi („nie wiem”) to przede wszystkim osoby po 59 roku życia, z jednoosobowych gospodarstw domowych, z dochodem osobistym poniżej 800 zł i na osobę w gospodarstwie poniżej 700 zł, emeryci i renciści oraz pracujący w gospodarstwach rolnych także robotnicy niewykwalifikowani i gospodynie domowe. Przeważają także osoby nie korzystające z internetu z wykształceniem podstawowym i zawodowym. Są to więc osoby, które z racji wykształcenia czy finansów miały / mają utrudniony dostęp do uniwersytetów i nie korzystają z medium jakim jest internet.

Kolejne zalety uniwersytetów dotyczą dobrego kształcenia, na wysokim poziomie (odpowiedzi „wysoki poziom”, „dobrze kształcą”) - tu analiza socjodemograficzna nie wykazuje znaczących różnic - można więc założyć, że jest to dość rozpowszechnione i stabilne mniemanie. Mniej o aspekcie dobrego kształcenia mówią tylko pracownicy sfery budżetowej, choć może to być nieregularność przypadkowa.

Kolejnym atutem polskich uniwersytetów, zdaniem badanych jest ich kadra, a więc osoby (współ-) odpowiedzialne za wymieniony wcześniej „wysoki poziom” i „dobre kształcenie”. Także znajdującą się na końcu tabeli kategorię odpowiedzi „dobre” - uznano za funkcjonalnie związaną z „kadrą”. I gdyby zsumować wymienione przed chwilą odpowiedzi jako dużą grupę stanowią one łącznie 27,3% zbioru odpowiedzi na to pytanie.

Kolejna duża grupa to odpowiedzi wskazujące na szeroko rozumianą dostępność uniwersytetu: „dostępne/otwarte”, „bezpłatne/ tanie”, „jest ich dużo” - w sumie 12,6% odpowiedzi.

Ostatnia już grupa odpowiedzi, która przekracza poziom 2% respondentów dotyczy „prestżu” uniwersytetów. Tu nie ma większych różnic między grupami respondentów, z wyjątkiem rolników i gospodyń domowych, którzy nie wymienili żadnej odpowiedzi z tej kategorii.

Analizując różnice między zaletami, a stanem idealnym, czyli ile z wyobrażenia ideału zostało już zrealizowane jako zaletę można zauważyć kilka istotnych zależności:

- 68% osób, które nie wiedziały jaki powinien być idealny uniwersytet, nie zna też zalet,
- 41% osób które wcześniej twierdziły, że idealny uniwersytet powinien mieć wysoki poziom, takiz poziom uważa za zalety polskich uniwersytetów,
- 28%, które twierdziły, że ideałem jest dobre kształcenie, nie wie jakie są zalety,
- po 20% osób, które jako cechę idealnego uniwersytetu wymieniały „dobrą kadrę” podaje „dobrą kadrę” i wysoki poziom jako zalety.

Różnice i związki między postrzeganiem zalet a stanu obecnego:

- 63% osób, które nie znały cech typowych polskich uniwersytetów nie wymienia też zalet.
- Analizując zależności między pytaniami 3., 4. i 5. zauważono stałą grupę liczącą 153 osoby, które

udzieliły odpowiedzi, nie wiem' na wszystkie trzy pytania,

- 46% badanych, która określiła typowe uniwersytety jako charakteryzujące się wysokim poziomem, podaje tą odpowiedź także jako cechę oraz 20% podaje także jako zaletę kadre,
- 36% uważających, że typowe są dostępne, podaje to także jako zaletę,
- 32% uznających typowe za prestiżowe podaje wysoki poziom jako zaletę,
- z ludzi uznających typowe za wyposażone w dobrą kadre 40% uznaje kadre, a 35% wysoki poziom za zalety polskich uniwersytetów.

Podsumowując tą część analizy warto podkreślić, że założony związek między, wysokim poziomem' i, kadre' został potwierdzony w odpowiedziach części respondentów.

#### Pytanie 6. Jakie są Pani/Pana zdaniem wady polskich uniwersytetów?

Jakie są wady polskich uniwersytetów?	Odpowiedzi		Procent obserwacji
	N	Procent	
nie wiem, nie znam, trudno powiedzieć	508	35,7%	44,8%
drogie, płatne, dla bogatych	150	10,5%	13,2%
nie mają wad	97	6,8%	8,5%
niepraktyczne, niedostosowane	68	4,8%	6,0%
trudno znaleźć pracę	45	3,2%	4,0%
braki w wyposażeniu i zapleczu	47	3,3%	4,1%
trudno się dostać, niedostępne	48	3,4%	4,2%
przepełnione, mało miejsc	48	3,4%	4,2%
niski poziom	48	3,4%	4,2%
brak pieniędzy, finansowania	40	2,8%	3,5%
organizacja i biurokracja	40	2,8%	3,5%
skostniałe, zamknięte	37	2,6%	3,3%
kadra	30	2,1%	2,6%
korupcja, kumoterstwo	21	1,5%	1,9%
podejście do studenta	22	1,5%	1,9%
braki w kierunkach kształcenia	21	1,5%	1,9%
jest ich za mało	22	1,5%	1,9%
tylko w dużych miastach	13	0,9%	1,1%
pomoc socjalna za mała	13	0,9%	1,1%
trudne, dużo wymagają	12	0,8%	1,1%
inne	81	5,7%	7,1%
brak odpowiedzi	12	0,8%	1,1%
ogółem	1423	100,0%	125,4%

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując zestawienie kategorii uzyskanych na podstawie odpowiedzi respondentów na pytanie 6. „Jakie są Pani/Pana zdaniem wady polskich uniwersytetów?” ponownie na pierwszym planie widoczny jest spory udział kategorii ,nie wiem, nie znam’, który sięga prawie 45% badanych. Jeśli doliczyć do tego odpowiedzi z kategorii ,brak odpowiedzi’ i ,nie mają wad’ , to okazuje się, że ponad połowa (54,4%) respondentów nie podaje wad uniwersytetu. Jest to więc pytanie z trzecią (lub drugą jeśli liczyć także ,brak odpowiedzi’ i ,nie mają wad’) najwyższą ilością odpowiedzi ,nie wiem’ w całym badaniu. Więcej odpowiedzi typu ,nie wiem’ na pewno jest tylko pytanie o „najgorsze uniwersytety w Polsce”. Z powyższego zestawienia można wnioskować, że badani najmniej (chętnie) wypowiadają się o negatywnych stronach uniwersytetu, jakby panowała zasada, że o tym co negatywne/złe się nie mówi, lub też po prostu ich nie znają.

Warto też się od razu przyjrzeć ilości odpowiedzi w kategorii ,inne’, która jest dość niska bo wynosi zaledwie nieco ponad 5% zbioru odpowiedzi 7% respondentów, a więc znacząco poniżej średniej dla wszystkich pytań. Można więc przyjąć, że na to pytanie, albo nie odpowiadano, albo odpowiadano w dość (choć nie bardzo) skonwencjonalizowany sposób - odpowiedzi wskazujących na różnice indywidualne jest niewiele.

Przejdźmy do analizy tego, co respondenci wymieniają jako wady.

Najistotniejsza grupa odpowiedzi wskazuje na aspekt finansowy: uniwersytety postrzegane są jako drogie, płatne’ czy wręcz nastawione na osoby bogate. W podobnym tonie utrzymane są odpowiedzi wskazujące na niewystarczającą pomoc socjalną. Łącznie odpowiedzi te stanowią ponad 11% odpowiedzi a udzieliło ich 14% ankietowanych.

Druga grupa odpowiedzi wskazuje na niepraktyczność, niedostosowanie do aktualnych realiów i trudności w znalezieniu pracy po studiach - odpowiedzi tych udzieliło łącznie 10% badanych, a jeśli doliczyć jeszcze ,skostniałe’ to ponad 13% .

Następne wady to zdaniem badanych: ,trudności w dostaniu się’, ,przepełnienie’, ,jest ich za mało’ i to, że są ,tylko w dużych miastach’ i braki niektórych kierunków studiów - co daje łącznie 13% respondentów. Ostatnie dwie grupy wskazań koncentrują się wokół braków w wyposażeniu, finansowaniu (7%) oraz niedostatków organizacyjnych, skostniałości i biurokracji (6,6%).

Wymienione powyżej pięć dużych grup odpowiedzi wyczerpuje prawie cały katalog wad uniwersytetów zebranych w ramach tego pytania. (Znacznie) Upraszczając można je podsumować jednym zdaniem: „Nie dość, że są tylko dla bogatych, to i tak są biedne, słabo wyposażone i zorganizowane, a człowiek nie ma po nich pracy”. Jest to obraz dość ciekawy, który wskazuje na instytucję, która mimo tego, że jest „klientem” bogatszej części społeczeństwa nie radzi sobie z własnym, często biurokratycznym i anachronicznym wnętrzem, przez co staje się niedostosowana do współczesności. Wciąż jednak jest pożądana.

Z jednej strony widać więc niespełnione oczekiwania socjalne i możliwości uczestnictwa, z drugiej zaś niedostatki merytoryczno-praktyczne i organizacyjne.

Odpowiedź ,nie wiem’ - częściej wskazują osoby nie korzystające z internetu z wykształceniem podstawowym i zawodowym, mieszkające na wsi i powyżej 40 roku życia, z dochodami osobistymi poniżej 800 zł oraz emeryci, rolnicy, robotnicy niewykwalifikowani i gospodynie domowe, a także osoby, z dziećmi

---

już usamodzielnionymi.

Na kwestie ograniczenia dostępu z racji kosztów częściej wskazują mieszkańcy małych miast (do 50 tys.), na niedostosowanie i niepraktyczność młodzież w wieku 18-24 lata i osoby korzystające z internetu oraz te z gospodarstw domowych, w których zdaniem respondentów starcza na wszystko, bez potrzeby wyrzeczeń. Na „przepełnienie” i „biurokrację/organizację” częściej wskazują małżeństwa i związki partnerskie bez dzieci. Choć zrozumiałe, to i niepokojące jest spostrzeżenie, że na takie wady jak „biurokracja”, „skostniałe”, „kadra” znacząco częściej narzekają osoby z wykształceniem wyższym - prowadzi to do wniosku, że wady te znają z autopsji. Powyższe stwierdzenie można uogólnić na wiele wad uniwersytetów: wymieniają je częściej ci, którzy mogą znać je z osobistego doświadczenia, co jest o tyle alarmujące, że wskazują raczej na istnienie realnych problemów dostrzeganych przez ludzi, niż tylko niepotwierdzonych opinii krążących w społeczeństwie.

Zajmując się związkiem między wadami (6.) a stanem idealnym (5.) wyróżniono największe grupy korelacji odpowiedzi:

- na oba pytania odpowiadają „nie wiem” 222 osoby, czyli 19% wszystkich respondentów,
- 75% tych, którzy nie wiedzieli jaki powinien być idealny uniwersytet, nie wymienia też wad,
- 36% badanych uznających „wysoki poziom” jako cechę idealną nie podaje wad, i 13% twierdzi, że „nie ma wad” - to razem połowa tej grupy,
- 27-29% z osób uznających za pożądane cechy „dobrą kadrę” i „przyjazność dla studenta” - nie podaje wad,
- z kolei z tych, którzy uważają, że pożądaną cechą jest „dostępność dla wszystkich”, „tania” i „bezpłatność” 31-38% nie podaje wad, ale 24% - 30% twierdzi, że wadą jest „dostępność dla osób bardziej zamożnych”.

Analizując związki w odpowiedziach na pytania o wady i stanem obecnym zauważono konsekwencję grupy osób udzielających odpowiedzi „nie wiem” na poziomie 70%. Poza tym nie zauważono specjalnych różnic, a raczej konsekwencje w podkreślaniu cech raczej negatywnych uznanych za typowe (niepraktyczne, przepełnione, nie dla wszystkich) także w pytaniu o wady.

### **Pytanie 7. Co polskie uniwersytety dają społeczeństwu?**

Dokonując wstępnej analizy tabeli 7 warto zwrócić uwagę na ilość kategorii w tabeli, których jest mniej niż w poprzednich i są średnio bardziej liczne. Na szczycie tabeli lokują się dwie kategorie o równej liczebności (po 24,6% respondentów), obie dotyczą kształcenia i wykształcenia, jedna wprost ludzi („wykształconych ludzi”) druga ogólniej wykształcenia. Jednak jako, że na uniwersytetach kształcić się mogą jedynie (głównie?) ludzie, obie kategorie wydają się w tym aspekcie zbieżne. Przy czym i ile jedna z nich zwraca uwagę na aspekt efektu: „wykształceni ludzie”, o tyle druga wskazuje na proces i możliwość wzięcia w nim udziału.

Kolejna dość liczna kategoria (25% respondentów) wskazuje na „kadry, specjalistów” (15,6%) jako „zysk

społeczeństwa” z uniwersytetów, także ona wskazuje na efekty kształcenia tym razem w odniesieniu do rynku pracy. Do rynku pracy odnoszą się także dwie inne kategorie, bezrobotni’ (4,8%) i,praca’ (4,6%). Przy czym, co warto zauważyć, pozytywnie odnosi się do tego aspektu 20,2% badanych (15,6+4,6), a negatywnie ponad 4 razy mniej (,bezrobotnych’ - 4,8%).

Tabela. 7. Odpowiedzi respondentów na pytanie: Co polskie uniwersytety dają społeczeństwu?

Co polskie uniwersytety dają społeczeństwu?	Odpowiedzi		Obserwacje
	N	Procent	Procent
1 wykształconych ludzi	279	17,4%	24,6%
2 wykształcenie / kształcenia	279	17,4%	24,6%
3 kadry, specjalistów	177	11,0%	15,6%
4 wiedzę	133	8,3%	11,7%
5 postęp, odkrycia	84	5,2%	7,4%
6 naukowców	55	3,4%	4,8%
7 bezrobotnych	55	3,4%	4,8%
8 pracę	52	3,2%	4,6%
9 mądrych ludzi	49	3,1%	4,3%
10 naukę	40	2,5%	3,5%
11 tytuły: magistrów i inżynierów	36	2,2%	3,2%
12 inteligencję i elity	29	1,8%	2,6%
13 nic	21	1,3%	1,9%
14 wyższy poziom	21	1,3%	1,9%
15 możliwości, przyszłość	17	1,1%	1,5%
16 prestiż, renomę	15	0,9%	1,3%
17 kulturę	15	0,9%	1,3%
18 pieniądze	9	0,6%	0,8%
19 kontakty	9	0,6%	0,8%
66 inne negatywne	23	1,4%	2,0%
88 inne	121	7,6%	10,7%
99 brak odpowiedzi / nie wiem	83	5,2%	7,3%
ogółem	1602	100,0%	141,1%

Źródło: Opracowanie własne.

---

Kolejna grupa odpowiedzi dotyczy ,postępów, odkryć, nowych możliwości, przyszłości i rozwoju na wyższy poziom (,postęp/odkrycia', ,wyższy poziom', ,możliwości/przyszłość'). Kategorie zsumowane w tej grupie zostały podane przez 10,8% respondentów.

Wydaje się, że także na naukowy aspekt uniwersytetu zwracają uwagę badani gdy mówią, że uniwersytet daje społeczeństwu ,naukowców' (4,8) i ,naukę' (3,5%). Nie do końca jasne jest tu jak zakwalifikować odpowiedzi wskazujące na ,magistrów i inżynierów' a więc absolwentów uniwersytetu. Nie są oni naukowcami, choć teoretycznie od tego momentu mogą wybrać taką drogę rozwoju. Także nie do końca jasne jest jak interpretować odpowiedzi dotyczące ,wiedzy' (8,3%). Czy traktować je w kategoriach postępu wiedzy, rozwoju nauki itp. czy też raczej bardziej dydaktycznie jako możliwość zdobywania wiedzy niekoniecznie najnowszej jednak ustabilizowanej i sprawdzonej (na co wskazywałyby odpowiedzi na wcześniejsze pytania).

Ostatnią dość liczną grupą odpowiedzi są wskazania na to, że uniwersytety „dają”, ,mądrych ludzi' (4,3) oraz ,inteligencję, elity' społeczeństwa (2,6). Odpowiedzi te są omawiane osobno od odpowiedzi dotyczących wykształcenia czy kadry, gdyż jak się wydaje wskazują na zupełnie inny rodzaj kształtowania - nie chodzi tu wszakże o wiedzę, szczególnie w jej rozumieniu regułkowo-książkowym ale raczej o pewną wykształconą zdolność oglądu rzeczywistości i rozwiązywania problemów, w sposób bardziej kreatywny niż przewidują „standardowe” rozwiązania.

Przyglądając się kolejnym, choć mniej licznym kategoriom warto zauważyć, że wskazują one pewnego rodzaju dobra niematerialne (prestż, kultura) jak i materialne (pieniądze) czy przekładające się na możliwości współpracy i rozwoju (kontakty).

Ilość odpowiedzi, inne' lokuje się na poziomie średnim dla badania, natomiast ilość, braku odpowiedzi' (7,3) nawet zsumowana z odpowiedzią ,nic' (1,9) lokuje się raczej w niższych wartościach na tle innych pytań.

Podsumowując powyższe analizy zwrócono jeszcze uwagę na kilka aspektów. Pierwszy z nich to zestawienie odpowiedzi ze względu na to czy dotyczą one aspektu dydaktyki/kształcenia 68,6% badanych (24,6+24,6+15,6+4,8, bezrobotni') a ile nauki/ rozwoju 19,1% badanych (10,8+8,3). Niejasny jest tu status ,wiedzy', niemniej jednak niezależnie od jej zakwalifikowania widoczna jest przewaga komponentów dydaktycznych w tym co uniwersytet „daje społeczeństwu”.

## Podsumowanie

Podsumowując wyniki uzyskane w badaniu warto podkreślić kilka najbardziej znaczących spostrzeżeń i wniosków.

Pierwszy z nich wskazuje na znaczącą ilość braków odpowiedzi, za którą mogą być odpowiedzialne zarówno braki wiedzy o uniwersytecie (w części pytań) jak i obowiązujące normy dyskursowe - w ramach których o uniwersytecie się „nie mówi źle” (więc nie mówi się w ogóle). Drugi, niejako uzupełniający wskazuje na jasne oczekiwania społecznej użyteczności uniwersytetów wyrażające się na: kształceniu rozumia-

nym ogólnie jak i specjalistycznie, przygotowywaniu specjalistów do pracy, rozwoju wiedzy i postępu.

Klarowne są także wyróżniki najlepszych polskich uniwersytetów, za które badani uważają tradycję, wysoki poziom, fakt że są znane, wiekowe, prestiżowe/renomowane, a także dysponują dobrą kadrami. Także wyobrażenie o idealnym uniwersytecie zawiera oczekiwanie wysokiego poziomu i dobrej kadry, a także co bardzo istotne przyjazności i praktyczności. I tych dwóch ostatnich aspektów brakuje w opiniach badanych typowym, polskim uniwersytecie, gdyż większość pozostałych wyznaczników dobrego uniwersytetu w większym czy mniejszym stopniu spełniają. Zapytani o wady uniwersytetów badani wymieniają jeszcze aspekt ich odpłatności i większej dostępności dla osób zamożnych.

Wydaje się, że w obecnej sytuacji wskazane jest podjęcie przez polskie uniwersytety co najmniej dwóch rodzajów działań. Pierwsze z nich to wypracowanie ogólnej strategii komunikacji o uniwersytetach jako całości - wskazane jest opracowanie takiego dokumentu na poziomie (konferencji?) rektorów wszystkich polskich uniwersytetów. Drugi, bardziej indywidualny to wypracowanie strategii komunikacyjnych przez poszczególne, mniej znane i tradycyjne niezakorzenione jednostki. Podjęcie tych dwóch rodzajów dokumentów i związanych z nimi działań strategicznych i komunikacyjnych powinno długofalowo zapobiec erozji zaufania do uniwersytetu jako instytucji i zmniejszenia (i tak już niewielkich) możliwości aktywnego uczestniczenia w nieustannie zachodzących zmianach społecznych. Jednak rozwój tego scenariusza nie jest zdeterminowany i wymaga dalszych systematycznych badań.

## Bibliografia

1. Fleischer M., *Communication design czyli projektowanie komunikacji*, Łódź 2010,
2. Fleischer M., *Corporate identity, public relations*, Wrocław 2003,
3. Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Warszawa 2000,
4. Gackowski T., Łączyński M., *Metody w badaniach wizerunku w mediach*, Warszawa 2009,
5. Grech M., Wyniki badania wizerunku Uniwersytetu Wrocławskiego wśród jego studentów [w]: *communication design magazine* nr 1/2011, [cd-magazine.uni.wroc.pl/artykul/wyniki\\_badania\\_wizerunku\\_uniwersytetu\\_wroclawskiego\\_wsrod\\_jego\\_studentow/](http://cd-magazine.uni.wroc.pl/artykul/wyniki_badania_wizerunku_uniwersytetu_wroclawskiego_wsrod_jego_studentow/) Wrocław 2011,
6. Grech M., *Komunikacja i wizerunek uczelni niepublicznych*, Łódź 2010,
7. Herbst D., *Corporate identity*, Berlin 1998,
8. Kępińska O., Maroń A., 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>, 18.02.2012,
9. Kurek O., 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 2010,
10. Luhmann N., *Systemy społeczne*, Kraków 2007,
11. Maison D., Noga-Bogomilski A., (red.), *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*. Gdańsk 2007.