

Biblioteka Główna i OINT  
Politechniki Wrocławskiej



100100242188

**Eugeniusz Bagiński**  
**Łukasz Damurski**

# WIZERUNEK WROCŁAWIA



Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej

**Eugeniusz Bagiński**  
**Łukasz Damurski**

# **Wizerunek Wrocławia**



Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej  
Wrocław 2009

Recenzent

Zuzanna BORCZ

Opracowanie redakcyjne i korekta

Anna MIECZNIKOWSKA

Projekt okładki

Łukasz DAMURSKI

Autorzy rozdziałów

Eugeniusz BAGIŃSKI: *Od autorów* (współautor), rozdz. 1, 2 (współautor), 6  
Łukasz DAMURSKI: *Od autorów* (współautor), rozdz. 2 (współautor), 3, 4, 5

Wszelkie prawa zastrzeżone. Żadna część niniejszej książki, zarówno w całości, jak i we fragmentach, nie może być reprodukowana w sposób elektroniczny, fotograficzny i inny bez zgody wydawcy i właścicieli praw autorskich.

© Copyright by Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2009

OFICYNA WYDAWNICZA POLITECHNIKI WROCLAWSKIEJ

Wybrzeże Wyspiańskiego 27, 50-370 Wrocław

<http://www.oficyna.pwr.wroc.pl>;

e-mail: [oficwyd@pwr.wroc.pl](mailto:oficwyd@pwr.wroc.pl)

ISBN 978-83-7493-464-0

Drukarnia Oficyny Wydawniczej Politechniki Wrocławskiej. Zam. nr 367/2009.

## Spis treści

Od autorów (E. Bagiński, Ł. Damurski) .....	5
1. Wprowadzenie do książki (E. Bagiński) .....	9
1.1. Wstępne wyjaśnienia .....	9
1.2. Wprowadzenie i zarys tematu .....	9
1.3. Zakres badań .....	11
1.4. Miasto jako przedmiot badań (na podstawie Wrocławia) .....	11
1.5. Wizerunek Wrocławia (analiza pojęcia) .....	14
1.6. Wrocław – konstatacje i hipotezy .....	18
1.7. Wrocław w regionie (województwo dolnośląskie) .....	22
1.8. Wrocław na tle kraju .....	23
1.9. Wrocław w Europie .....	24
1.10. Podsumowanie rozdziału .....	24
2. Metoda badań (E. Bagiński, Ł. Damurski) .....	27
2.1. Ankieta internetowa .....	27
2.1.1. Dobór próby przyjętej do badań .....	28
2.1.2. Formularz ankiety .....	30
2.1.3. Sposób liczenia odpowiedzi .....	30
2.2. Ankieta przeprowadzona za pośrednictwem szkół podstawowych .....	31
2.2.1. Dobór próby przyjętej do badań .....	31
2.2.2. Formularz ankiety .....	34
2.2.3. Sposób liczenia odpowiedzi .....	34
3. Wizerunek Wrocławia w opinii mieszkańców (Ł. Damurski) .....	35
3.1. Charakterystyka próby przyjętej do badań .....	35
3.2. Deklarowana znajomość miasta .....	39
3.3. Wrocław lubiany i nielubiany .....	44
3.4. Skojarzenia związane z Wrocławiem .....	48
3.5. Wrocław w kilku słowach .....	52
3.6. Szczególne cechy Wrocławia .....	56
3.7. Miejsca charakterystyczne .....	60
3.8. Podobające się i niepodobające miejsca w mieście .....	63
3.9. Atrakcyjność Wrocławia .....	71
3.10. Najpilniejsze zmiany w mieście .....	72
3.11. Respondenci zainteresowani wynikami ankiety .....	75
3.12. Zmiany w wizerunku Wrocławia w latach 1997–2007 .....	76
3.12.1. Miejsca najbardziej podobające się .....	77
3.12.2. Miejsca najbardziej niepodobające się .....	78

---

3.12.3.	Najpilniejsze sprawy dla miasta .....	80
3.12.4.	Wnioski .....	81
3.13.	Podsumowanie: wizerunek Wrocławia w opinii mieszkańców .....	82
4.	Wizerunek Wrocławia w opinii osób spoza miasta (Ł. Damurski) .....	85
4.1.	Charakterystyka próby przyjętej do badań .....	85
4.2.	Deklarowana znajomość miasta .....	89
4.3.	Wrocław lubiany i nielubiany .....	92
4.4.	Skojarzenia związane z Wrocławiem .....	95
4.5.	Wrocław w kilku słowach .....	98
4.6.	Szczególne cechy Wrocławia .....	101
4.7.	Miejsca charakterystyczne .....	103
4.8.	Podobające się i niepodobające miejsca w mieście .....	106
4.9.	Atrakcyjność Wrocławia .....	109
4.10.	Najpilniejsze zmiany w mieście .....	111
4.11.	Respondenci zainteresowani wynikami ankiety internetowej .....	113
4.12.	Podsumowanie: wizerunek Wrocławia w opinii osób z zewnątrz .....	113
5.	Wnioski z badań (Ł. Damurski) .....	115
5.1.	Zarys rozważań nad tożsamością Wrocławia .....	115
5.2.	Wnioski .....	118
5.3.	Zastosowanie ankiety internetowej w badaniach opinii o mieście .....	119
5.4.	Propozycje dalszych badań .....	120
6.	Konkluzje (E. Bagiński) .....	121
	Bibliografia .....	125
	Dokumentacja fotograficzna .....	129
	Formularze ankiet .....	135

## Od autorów

Wraz z intensyfikacją procesów globalizacji coraz większego znaczenia nabiera pojęcie tożsamości terytorialnej. W świecie, w którym wiele dziedzin życia podlega nieuchronnej unifikacji i komercjalizacji, utrzymanie odrębnego, unikalnego charakteru miejsca i przestrzeni staje się coraz trudniejsze. Czy zatem tożsamość państw, regionów, a zwłaszcza miast jest dziś zagrożona?

Pojęcie tożsamości jest ściśle związane z wizerunkiem miasta. Istnieje wiele definicji tych terminów. Na gruncie polskim obszernie rozważania na ten temat prezentowali ostatnio między innymi A. Łuczak (2000), M. Łaska (2006), M. Florek (2006), K. Mrowińska i in. (2006) oraz S. Dudek-Mańkowska (2007). Badacze są w większości zgodni, że tożsamość miasta jest wartością obiektywną, zasadzającą się na trwałych cechach miasta, takich jak położenie geopolityczne, rodowód historyczny, dziedzictwo kulturowe czy warunki przyrodnicze. Wizerunek zaś jest odbiciem tożsamości miasta, jest sumą przekonań i wrażeń, odczuć i opinii, jakie o mieście mają indywidualni odbiorcy.

Wizerunek miasta jest jednak nie tylko wartością abstrakcyjną, lecz także istotnym czynnikiem rozwoju gospodarczego. Zwolennicy marketingu terytorialnego postrzegają rozwój dzisiejszych miast w kategoriach globalnej konkurencji, w której kluczową rolę odgrywa wizerunek – jeden z najważniejszych niematerialnych zasobów miasta (por. Kotler i in. 1999, Łaska 2006). Jak w tym kontekście wypada Wrocław? Czy jego wizerunek daje możliwości dalszego rozwoju w globalnej rzeczywistości?

Aby odpowiedzieć na te pytania, konieczna jest wnikliwa analiza percepcji miasta przez różne grupy odbiorców. Dlatego właśnie celem niniejszej pracy jest zbadanie aktualnego wizerunku Wrocławia w świadomości mieszkańców i osób z zewnątrz oraz wyciągnięcie na tej podstawie wniosków dotyczących tożsamości miasta.

Prezentowana książka zawiera wyniki badań teoretycznych i empirycznych prowadzonych we Wrocławiu w maju i czerwcu 2007 r. przez zespół Katedry Planowania Przestrzennego na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej w ramach projektu badawczego „Wizerunek miasta Wrocławia”. Projekt, finansowany ze środków na badania statutowe Politechniki Wrocławskiej, miał na celu określenie aktualnego obrazu Wrocławia w świadomości mieszkańców i osób spoza miasta, porównanie wyników ankiety z wynikami podobnych analiz z 1997 r. (zob. Bagiński 1998), a w efekcie poszerzenie dotychczasowej wiedzy na temat tożsamości Wrocławia i jej przemian w ostatnich latach. Ważnym zadaniem projektu było również opracowanie wniosków i wytycznych dotyczących polityki promocyjnej miasta. Zwieńczeniem tych działań jest publikacja tej właśnie książki.

Wizerunek Wrocławia i jego tożsamość były ostatnio przedmiotem różnych prac badawczych (zob. np. Dzikowska 2006, Namysłak 2007, PricewaterhouseCoopers 2007). Dotychczasowa wiedza na ten temat, choć szeroka, wymaga jednak stałego uzupełniania i aktualizacji – wszak miasto podlega nieustannym przekształceniom: zmienia się jego przestrzeń, zmieniają się mieszkańcy i warunki życia. Dlatego właśnie warto badać wizerunek miasta stale i na różne sposoby.

Najprostszym i najbardziej efektywnym sposobem poznawania obrazu miasta funkcjonującego w świadomości ludzi są badania ankietowe. W ramach projektu „Wizerunek miasta Wrocławia” przeprowadzono więc ankietę zatytułowaną „Co myślisz o Wrocławiu?”, obejmującą ogólny stosunek do miasta, skojarzenia związane z miastem i cechy decydujące o jego wyjątkowości, miejsca charakterystyczne dla miasta, miejsca lubiane i nielubiane, ocenę atrakcyjności miasta pod różnymi względami oraz propozycje zmian w mieście. Jej najważniejszymi wyróżnikami były: użyta metoda badawcza i sposób doboru respondentów. W ramach projektu „Wizerunek miasta Wrocławia” prawdopodobnie po raz pierwszy jako podstawowy materiał badawczy wykorzystano ankietę internetową, uzupełniając jej wyniki wynikami badań prowadzonych technikami tradycyjnymi (kwestionariusz do samodzielnego wypełnienia). Sondowano jednocześnie dwie grupy: mieszkańców Wrocławia i osoby spoza miasta.

Zestawienie wyników ankiet dla tych dwóch zbiorowości pozwala wskazać istotne różnice między obrazem miasta widzianym „z zewnątrz” i „od wewnątrz” oraz umożliwia wyróżnienie najbardziej powszechnych i wyrazistych elementów wizerunku miasta.

Układ książki odpowiada podziałowi na dwie badane grupy odbiorców miasta (mieszkańców i osoby z zewnątrz). Podczas omawiania wyników zachowano kolejność pytań zawartych w ankiecie. Nieuniknione są zatem powtórzenia w opisie wyników obu badań. Powtórzenia te mają jednak tę zaletę, że ułatwiają porównywanie poszczególnych elementów wizerunku Wrocławia funkcjonującego w świadomości mieszkańców i osób spoza miasta oraz umożliwiają wyciąganie uogólnionych wniosków.

W badaniach ankietowych wzięło udział 3887 osób, w tym 3288 mieszkańców Wrocławia i 599 respondentów spoza miasta. Autorzy pracy pragną w tym miejscu podziękować wszystkim respondentom – bez ich dobrej woli, otwartości na zaproszenie do udziału w ankiecie i chęci szczerego dzielenia się swoją opinią o Wrocławiu prowadzenie badań nad wizerunkiem miasta byłoby niemożliwe. Wyrazy wdzięczności należą się również osobom, które uczestniczyły w przygotowaniu i realizacji projektu badawczego „Wizerunek miasta Wrocławia” od strony technicznej: redaktorom lokalnych mediów, administratorom wybranych witryn internetowych, dyrektorom i nauczycielom wybranych szkół we Wrocławiu oraz studentom Wydziału Architektury Politechniki Wrocławskiej.

Na zakończenie warto wspomnieć, że autorzy tej pracy reprezentują dwa różne pokolenia wrocławian: Eugeniusz Bagiński należy do osób przybyłych do Wrocławia

---

w czasie wielkich migracji po II wojnie światowej, a Łukasz Damurski jest przedstawicielem trzeciej generacji mieszkańców miasta. Ta międzypokoleniowa współpraca była źródłem twórczej konfrontacji poglądów i sprzyjała szerokiemu spojrzeniu na problematykę wizerunku Wrocławia. Mamy nadzieję, że książka zarówno będzie pomocna w kształtowaniu lokalnej polityki samorządowej we Wrocławiu, jak i wniesie pewien wkład w definiowanie wizerunku współczesnego miasta w ogóle.

Dodajmy, że książek (zwłaszcza źródłowych – badawczych) o każdym mieście nigdy nie jest za wiele. Przeciwnie – mieszkańcy, w tym wypadku wrocławianie, oczekują prac o swoim mieście, o sobie<sup>1</sup>, identyfikując się z miastem i potwierdzając, że miasto to przede wszystkim ludzie.

---

<sup>1</sup> Kiedy książka *Wrocław w opinii swoich mieszkańców* (Bagiński 1998) trafiła do księgarni w Rynku, rozeszła się bardzo szybko.





# 1. Wprowadzenie do książki

## 1.1. Wstępne wyjaśnienia

Książka w zamierzeniu autorów jest przyczynkiem do stanu wiedzy o Wrocławiu. O mieście, które mimo swej krótkiej powojennej polskiej historii<sup>2</sup> jest znaczącym ogniwem w sieci osadniczej Polski. Podjęcie takiego trudnego tematu, jakim jest wizerunek miasta, nie tylko niesie ze sobą ryzyko niewywiązania się z przedsięwzięcia, ale i pociąga za sobą odpowiedzialność zawodową autorów – urbanistów, planistów przestrzennych.

Wyjaśnić (a może i usprawiedliwić się) tu należy, że w całej pierwszej części pracy nikogo nie cytuję, nie powołuję się na dość bogatą literaturę o Wrocławiu. Takie moje podejście nie jest megalomaństwem, brakiem pokory, lecz chęcią i potrzebą spojrzenia na Wrocław własnymi oczyma, odczytania go, wreszcie – jego zrozumienia. Nie ukrywam przy tym, że nie byłem pewien, czy wolno mi orzekać o wizerunku miasta niełatwego do ogarnięcia jako bytu społeczno-przestrzennego uformowanego w ciągu trzech powojennych pokoleń.

## 1.2. Wprowadzenie i zarys tematu

Napisanie książki o wizerunku miasta tak wyjątkowego, jak Wrocław, jest przedsięwzięciem tyleż trudnym, co zachęcającym zwłaszcza dla urbanisty-socjologa. Trudnym nie tylko ze względu na tysiącletnią historię miasta<sup>3</sup>, lecz także, czy w tym przypadku przede wszystkim, ze względu na burzliwe dzieje ostatniego ponad pół wieku (1945–2008). Zachęcającym – ze względu na nieustającą fascynację Wrocławiem. Obserwowałem go (jak w ogóle procesy społeczno-demograficzne na Ziemiach Odzyskanych) „z doskoku”, a od 1958 r., od czasu zamieszkania w nim na stałe, obserwuję go „uczestnicząco”. Owa uczestnicząca obserwacja była (i jest) wsparta prowadzonymi (i organizowanymi) badaniami nad pochodzeniem regionalnym ludności<sup>4</sup>,

---

<sup>2</sup> Bo tylko ten okres historii, funkcjonowania i rozwoju miasta wzięto pod uwagę.

<sup>3</sup> Zostawmy to historykom.

<sup>4</sup> Badania trwające parę lat prowadzone były pod kierunkiem prof. dr. hab. Stefana Golachowskiego – kierownika Katedry Geografii Ekonomicznej i opiekuna Katedry Socjologii Uniwersytetu Wrocławskiego.

a także pracą zawodową w Pracowni Urbanistycznej m. Wrocławia na stanowisku programowca-socjologa oraz w Wojewódzkiej Pracowni Urbanistycznej na stanowisku programowca-socjologa i demografa.

Od 1969 r. do dziś pracuję na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej<sup>5</sup>. Od samego początku prowadziłem wiele badań i własnych, i przeze mnie inspirowanych ze studentami, dyplomantami czy doktorantami. Większość z nich dotyczyła Wrocławia.

Mimo dość znacznej, jak mi się wydaje, wiedzy o Wrocławiu, niełatwo napisać o nim książkę. Ale to miasto – powtórzmy – ciągle fascynuje, choć trudno je zrozumieć, zmierzyć się z jego dynamicznym rozwojem. Wystarczy prześledzić jego najnowsze, jakże krótkie i burzliwe dzieje. Ta zaledwie epizodyczna najnowsza historia (1945–2008) mierzy się trzema tu urodzonymi pokoleniami – statystycznie rzecz ujmując. Pokolenia tu przybyłe najwcześniej były demograficznie młode, co zaowocowało wysokim przyrostem naturalnym sięgającym ok. 35%. Ów cykl pokoleniowy, w wymiarze współczynników (przyrostu naturalnego) powoli upodabniał się do procesów zachodzących na całych Ziemiach Odzyskanych i w całym kraju. Niemniej „młodość” Wrocławia trwała długo. Te trzy pokolenia Wrocławian tworzyły „nowe oblicze” miasta. Można odnotować dumę z „naszego” Rynku, „naszych” parków, „naszego (największego i najstarszego w Polsce) ZOO”, „naszej” Hali Stulecia z iglicą i pergolą, „naszych” muzeów, jedynych w Polsce, jak np. Muzeum Architektury. Są to symbole Wrocławia, zważmy, przyswojone zaledwie w parę dziesięcioleci, przez bądź co bądź ludność napływową, sięgającą sentymentami do „swoich” stron i w jakimś stopniu przekazującą „swoje” tradycje własnym dzieciom, a więc pokoleniu już jednak miejscowemu, wrocławskiemu.

Dziesięć lat temu w zakończeniu napisanej wówczas książki *Wrocław w opinii swoich mieszkańców* (Bagiński 1998, s. 138) oznajmiłem: „O napisaniu książki o Wrocławiu myślałem już dawno. Nie mogłem się «zebrać», nie umiałem – wyznam szczerze – zmierzyć się z tematem”. Dalszy ciąg tego kończącego książkę akapitu poszerzam o wyznanie – pytanie od razu z odpowiedzią: „Znasz ty to miasto? Zdecydowanie za mało!”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Początkowo jako starszy asystent (przez 2 lata), potem (po doktoracie) jako adiunkt, następnie przez parę lat jako doc. dr hab., parę lat jako profesor Politechniki Wrocławskiej i od 15 lat jako profesor (tzw. belwederski) dr hab. Przez 40 lat miałem autorskie wykłady i seminaria z *socjologii miasta i urbanizacji* oraz wykład z *programowania urbanistycznego*. Przez 15 lat prowadziłem zajęcia (wykład i seminarium) *podstawy społeczne planowania przestrzennego* na specjalności gospodarka przestrzenna na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej. W ramach tego przedmiotu zamieszczałem wiele treści o Wrocławiu oraz prowadziłem i inicjowałem różnorakie badania o mieście.

<sup>6</sup> Nie chodzi tu o znajomość fizycznej zabudowanej przestrzeni, którą zapewne jakoś znam (choć za mało), lecz o „ducha miasta” nieustannie fascynującego i rozwijającego się.

### 1.3. Zakres badań

Przedmiotem badań jest wizerunek Wrocławia kształtujący się w okresie 1945–2007, czyli od prawie całkowitej wymiany ludności (ostatnie ponad pół wieku). Celowo nie sięgano do historycznego początku miasta, założono bowiem, że „wizerunek” to przede wszystkim teraźniejszość ukształtowana właśnie po wojnie. A dokładniej wizerunek to to, co „teraz”. Owo „teraz” odnosimy zarówno do szaty zewnętrznej miasta, jak i do społeczności miejskiej formującej się od zasiedlenia do ostatnich lat. Zasiedlanie i pierwsze lata charakteryzujące się wysokim przyrostem naturalnym i ciągłymi migracjami do miasta tworzyły jego specyficzną dynamikę. Dynamiczna społeczność miejska kształtowała się początkowo na gruzach, a później w czasie długiej (czy skończonej?) odbudowy, a także budowy czy rozbudowy Wrocławia. Były to jakby dwa rozchodzące się procesy bez wyraźnej – niezbędnej symbiozy. Wprawdzie miasto „żyło”, tworzyło się, ale – zaryzykować można stwierdzenie – szybko rozwijająca się społeczność jakby nie wywierała dostatecznego wpływu na kształt przestrzenny miasta, które „świeciło” i nadal świeci niezabudowanymi miejscami, widocznymi, np. na pl. Społecznym. Wpłynęło to na zakres przede wszystkim treści, choć i – w pewnym stopniu – zakres przestrzenny badań, a nade wszystko na czasowe ograniczenie badań do ostatnich 60 lat.

### 1.4. Miasto jako przedmiot badań (na podstawie Wrocławia)

Każde miasto już przez samo istnienie, egzystowanie, jest – w mniejszym lub większym stopniu – uciążliwe dla mieszkańców. Z reguły im miasto większe, tym bardziej uciążliwe. Rodzaje uciążliwości są jednak nie tylko wielorakie, ale i niejednako dla wszystkich dokuczliwe. Najogólniej, w każdym z miast współczesnych nie sposób uniknąć konfliktów cywilizacyjnych generowanych zwłaszcza rozwojem komunikacji. Można by przejść nad tym do porządku dziennego i pogodzić się z nieuniknionym piętnem „ducha czasu”, jednocześnie poszukując progów, których nie należy przekraczać.

Skatalogizowanie i zobiektywizowanie różnych, zarówno co do ilości, jak i co do skali, uciążliwości wydaje się co najmniej trudne. Trudne również we Wrocławiu<sup>7</sup>, miasto bowiem ma różne, niekiedy skrajnie różne, układy przestrzenne, rodzaje zabudowy, wyposażenie w infrastrukturę techniczną i społeczną, różne odległości od miejsc centralnych w mieście.

---

<sup>7</sup> Choć było wcale nie tak mało badań w tym zakresie, również przede mną prowadzonych.

Dodajmy, że Wrocław nie wyróżnia się spośród wielkich i dużych miast ani zaletami, ani wadami (również co do uciążliwości). Nie ma zresztą tego typu zobiektywizowanych porównań. Kto wie, czy są możliwe takie porównania, poza – co najwyżej – opiniami mieszkańców miast, dotyczącymi np. tego, gdzie chcieliby mieszkać i dlaczego.

Główny problem w tym, że tak jak możliwe są pomiary zanieczyszczeń chemicznych czy zjawisk akustycznych, tak ustalenie wieloczynnikowych uciążliwości – nazwijmy je „miejskopochodnymi” – niemierzalnych w jednostkach fizycznych staje się czymś zgoła nieosiągalnym. Pomiary subiektywnych odczuć niedogodności życia w mieście, dokładniej w jego konkretnych miejscach, są możliwe i wielokrotnie były prowadzone w badaniach empirycznych w wielu miastach i wielu krajach.

Złożoność poszukiwania i ewentualnego ustalania zobiektywizowanych uciążliwości polega na tym, że nie dla wszystkich mieszkańców miasta są w równym stopniu dokuczliwe te same zjawiska. Jako przykład niech posłuży miejsce zamieszkania w mieście. Jedni chcą i cenią sobie zamieszkiwanie w samym centrum, innym doskwiera ono nadmiernym hałasem, nadmiernym ruchem komunikacyjnym (pieszym i drogowym), nagromadzeniem punktów zainteresowań, ograniczoną prywatnością, intymnością, a nawet osobistym bezpieczeństwem. Zdaniem wielu mieszkańców w centrum można być, a nie mieszkać. Bywać nawet ochoczo ze względów ludycznych, prestiżowych i innych, ale nie „egzystencjalnych” – mieszkalnych.

Wydaje się, że należałoby poszukiwać kanonów pozytywnych, zasad czy praw dotyczących tego, co miasto, jako środowisko mieszkalne, powinno zapewniać mieszkańcom. Ale i sformułować przepisy egzekwowania tych praw, w razie ich niedotrzymywania, zaniedbywania czy poniechania. Człowiek miasta i każdej jednostki osadniczej powinien mieć prawo i możliwość zamieszkiwania w akceptowanych (subiektywnie „dobrych”) warunkach. Naturalnie przy aktywnym (materialnym i pozamaterialnym) współudziale, współuczestniczeniu w tworzeniu „dobrego” środowiska mieszkalnego. Do tego współtworzenia „dobrego” środowiska niezbędne jest wypracowanie reguł aktywnego porozumiewania się mieszkańców miasta z władzami lokalnymi, municypalnymi. Niezbędna jest jak najdalej posunięta aktywność po obu stronach. Tak by powiedzenie „moje miasto”, „moje miejsce zamieszkania” mogło być personifikowane. Nie od rzeczy jest zatem poszukiwanie, odkrywanie i pozytywne ocenianie identyfikacji ludzi z ich miejscem zamieszkiwania. Tym bardziej że właśnie wzrastająca mobilność współczesnego człowieka jest głównie wynikiem poszukiwania zarówno „dobrej” pracy, jak i „dobrego” miejsca zamieszkania. Podążanie za „dobrą” pracą i „dobrym” zamieszkaniami nierzadko jest motywowane chęcią „odgradzania” się od nadmiernego ruchu komunikacyjnego, od gęstości, zatłoczenia, zwłaszcza wielkomiejskiego. Stąd, między innymi, to „kipienie” miast, obserwowane wyludnianie szczególnie centralnych dzielnic. Intensyfikują się procesy suburbanizacji, rozrastają się strefy

przemiejskie, skutkiem czego wydłużają się i „gęstnieją” dojazdy do pracy, szkół, miejsc usługowych, w kierunku „głównego” miasta.

„Gęstnieje” również ruch samochodowy – i to nie tylko, choć też – wskutek rozwoju motoryzacji, lecz przede wszystkim dlatego, że wytworzył się zgoła model takich zachowań przestrzennych mieszkańców suburbiów, stref podmiejskich, przemiejskich (np. codzienne rozwożenie dzieci do szkół niekoniecznie i nie zawsze po drodze do miejsca zatrudnienia). Stąd zdarzają się „powroty” na stałe do miast, niekiedy do samego centrum.

Aglomerowanie osadnictwa, tworzenie wielkich obszarów osadniczych, przekraczanie progów dzisiejszych aglomeracji, powoływanie (ustawowo?!) wielkich metropolii czy zespołów metropolitalnych może być, w nieodległym czasie, nieodwracalne. Szybko bowiem ewoluują preferencje i podnoszą się standardy mieszkaniowe, głównie w naszym kręgu cywilizacyjnym, a więc i w naszym kraju.

Nie podejmując dyskusji – a może ją odsuwając w czasie – na temat takich wyobrażeń i przewidywań, jak: miasto-Polska, miasto-Europa, miasto-świat (glob), nie sposób jednak nie zapytać o ewentualne pośrednie formy osadnicze. I to nie tylko przestrzenne – urbanistyczne. Czy krawędzie wielkich metropolii, miast-państw, miast-kontynentów będą zamieszkałe przez elity (ludzi zamożnych) czy ludzi z „przedmieść”, „podgrodzi” na modłę dawniejszych, ale nie tak znów odległych czasów? Problemy społeczno-demograficzne mogą być tu trudniejsze niż „czysto” osadnicze.

Udźwignięcie problematyki demograficznej, społecznej, ekonomicznej (zwłaszcza procesów wytwarzania), wreszcie osadniczej – w najogólniejszym tego słowa znaczeniu, nie jest możliwe w zamierzonym i celowo okrojonym tekście. To wcale nie zwalnia jednak z wyobrażenia sobie wizerunku miasta (Wrocławia) obecnie, w bliższej i dalszej przyszłości z uwzględnieniem szerszego tła rozwoju kraju, kontynentu (kontynentów), globu. Zwłaszcza w dobie – tak czy inaczej widzianej – globalizacji.

Wizerunek Wrocławia – całościowo pojmowanego – już teraz sprawia trudności w percepcji współczesnych mieszkańców. A wyobrażenie sobie owego wizerunku w zglobalizowanej Polsce, Europie, świecie? Pomijając pytanie z umiejscowieniem siebie, jednostki, rodziny, domu, ulicy, wreszcie miasta. Co będzie adresem tychże? Numer statystyczny (jaki?). W zlokalizowaniu adresu z pewnością pomogą rozwijające się techniki wizualizacji. Stąd, być może, łatwiej będzie mówić o poszczególnych numerach i odszukiwaniu ich w jakiejś przestrzeni za pomocą współczynników geograficznych, topograficznych czy zgoła antropologicznych.

Będzie przeto możliwy wizerunek Wrocławia w globalizującym się świecie? Może takich pytań nie będzie trzeba zadawać, bo np. w zglobalizowanej przestrzeni „kliknięciem” będzie można odszukać i szybko porozumieć się z kim się będzie chciało. Zatem po co wizerunek tworów (tu miast) miałby być potrzebny? Pytań podobnych do tego można zadawać więcej.

Pomijając zasadność tego rodzaju rozważań, spróbujmy jednak wyobrazić sobie wizerunek Wrocławia za 25, 50, 75, 100... lat, mierząc odległości czasowe pokole-

niami. Wstąpienie za 100 lat w XXII wiek to wszak nie tak znów kosmiczna perspektywa. I pewno będzie i przetrwa (z wykluczeniem wszelakich zawirowań) wrocławski Rynek, Ostrów Tumski i inne miejsca symboliczne, historyczne. Czy będą to miejsca w mieście-Polsce, w mieście-Europie, w mieście-globie?

Można by tak nieskończenie dywagować, gdyby nie twarde reguły miejsca i czasu. A jak dotychczas te reguły nie są obce człowiekowi „utkanemu” historycznie, obyczajowo, kulturowo, narodowo. Gdyby w tym kontekście zapytać wrocławian, gdziekolwiek los by ich rzucił, czy wrocławski Rynek znajduje się tam, gdzie był do tej pory, czy że jest on tylko punktem w mieście-Europie, to co by odpowiedzieli?

Wprawdzie mając świadomość, że za cztery pokolenia będzie inna rzeczywistość i inni ludzie, przy galopujących zdarzeniach – znanych, przewidywalnych i zupełnie nieprzewidywalnych – pojęcia, nazwy, miejsca mogą utracić dzisiejsze znaczenia.

Wydaje się (doprowadzenie do tego to powinność współczesnych wrocławian), że wizerunek Wrocławia da się odczytać i rozpoznać za parę, a może i paręnaście pokoleń. Ponieważ każdy wizerunek, również miasta, jest ciągłością, trwaniem, a nawet utrwalaniem siebie. Co więcej, wizerunki, w sensie zewnętrznego oglądu („zewnętrzności”) są odtwarzane, przedłużane w czasie mimo kataklizmów, zniszczeń. Przykładem Warszawa, Wrocław, Gdańsk i inne znane miasta, zresztą nie tylko polskie.

## 1.5. Wizerunek Wrocławia (analiza pojęcia)

Wizerunek miasta – w tym Wrocławia – można opisywać, przedstawiać z materialnej strony – może być obrazem, fotografią<sup>8</sup>, odzwierciedleniem „zewnętrzności”. Fotografia, obraz jest tym, co widać, co sportretował grafik, malarz lub co uchwyciła kamera, obiektyw, np. z lotu ptaka. Tę „zewnętrzność” odczytuje się jako coś statycznego. Nie wdając się w tym miejscu w ostrość widzenia przedmiotu (miasta), można taki sposób obrazowania porównać do postrzegania miast „martwych”, jak np. Efez, Pompea. W tych „martwych” miastach próbujemy odtworzyć życie, przy wsparciu historii, archeologii i innych dziedzin nauki. W przypadku miasta „żywego” funkcjonującego możemy tę „zewnętrzność” wpisać w dziejącą się rzeczywistość społeczno-przestrzenną.

Połączenie tych dwóch rzeczywistości: przestrzennej, urbanistyczno-architektonicznej (ogólnie technicznej) ze zbiorowością ludzką umożliwia pełniejsze pojmowanie wizerunku miasta. Jednakże te dwie sfery – techniczna i ludzka – nie istnieją (w przypadku miasta) obok, niezależnie od siebie. Są w ciągłej symbiozie. Jest to jednak względnie, czy wtórnie, uwarunkowana symbioza. Wszelkie bowiem urządzenia miejskie, takie jak komunikacja, usługi oraz „uzdatniana” w celach osiedleńczych

---

<sup>8</sup> Wizerunek to „podobizna, wyobrażenie, portret, obraz” (Leksykon PWN, 1972, s. 1284).

przestrzeń, są wtórnie przystosowywane do (ogólnie ujmując) zamieszkiwania. Opisywana symbioza jest rzeczywista, bo dzięki temu miasto żyje, w przeciwieństwie do wspomnianego Efezu czy Pompei. Tam została – choć mocno nadwerżona – tylko „zewnętrność”.

Wizerunek każdej jednostki osadniczej – od najmniejszej do największej – jest właśnie tym fenomenem symbiozy rzeczy materialnych z żywymi organizmami, z ludźmi, społecznościami. Brak tej symbiozy może doprowadzić, czy niekiedy doprowadza, do objawów patologicznych.

Wizerunek miasta tworzony przez mieszkańców bywa różny od wizerunku zarysowanego przez przybyszów – turystów, okazyjnych bywalców, a nawet codziennie dojeżdżających do szkół czy do pracy.

Rzeczywisty, całościowy wizerunek Wrocławia jest bardzo zróżnicowany. Zróżnicowany materialnie – jakością techniczną zabudowy, wyposażeniem, zagospodarowaniem, użytkowaniem przestrzeni. Wspomniana „zewnętrność” miasta jest nie tylko niejednolita, lecz także (a może właśnie dlatego) jest „nieobejmowalna” przez wielu mieszkańców. Jak zatem ci mieszkańcy mogą wypowiadać się o wizerunku miasta? Ów „zewnętrzny” wizerunek jest postrzegany, oceniany i przyswajany przez (w dużej mierze) „lokalizm” czy „determinizm” miejsca zamieszkania. Dla wielu Wrocław jest raczej nominalnym miejscem zamieszkania, ale nawet dla nich, dla tych z oddalonych części miasta Wrocław jest powodem do dumy. Cieszy, że się jest stąd, że miasto jest znane, „rozgłoszone”, wielkie, z wieloma wspaniałymi zabytkami (ratusz, Rynek, Ostrów Tumski). Do Wrocławia warto się przyznawać, choć mieszka się daleko, na obrzeżach, z niekiedy rzadkimi możliwościami i potrzebami bycia w jego centrum czy w wielu odległych innych miejscach.

Wydaje się przeto, że wizerunek miasta jest pewną syntezą percepcji różnych kategorii społecznych. Ogólny, obiektywny – ten „zewnętrzny” – wizerunek miasta jest zgoła niemożliwy czy trudny do ogarnięcia jako zwarta całość społeczno-materialna.

Każde miasto jest „opasane” umownymi, arbitralnie wyznaczonymi granicami. Wypełnienie obszaru znajdującego się w tych granicach tkanką miejską jest bardzo różnorakie. Bruk Rynku w niczym nie przystaje do wielu – nawet zamieszkałych – obrzeży miasta. Stąd patrzenie z perspektywy Śródmieścia i Rynku intensywnie zabudowanego i gęsto zamieszkałego nie jest tożsame<sup>9</sup> z patrzeniem na całe miasto.

Zatem czy wizerunek Wrocławia widziany z najwyższego punktu, np. wieży Kościoła Garnizonowego św. Elżbiety, to ta ogarnięta „zewnętrność”? Chyba nie, bo nawet przy założeniu, że w pogodny dzień widać daleko, to i tak dokładnie dostrzega się nie tak dużo, a potem coraz mniej, bo coraz dalej. Wprawdzie przy współczesnych technikach fotografowania z lotu ptaka można poszczególne kadry (fragmenty miasta) uszczegóławiać, powiększać, wyostrzać, skanować i składać w żadaną całość, ale taka „zewnętrność” miasta nadaje się do eksponowania go w turystycznych folderach

<sup>9</sup> Tożsamość „to bycie tym samym, identyczność” (Leksykon PWN, 1972, s. 1803).



i reklamach. Nawet w takich przypadkach oddzielnie podaje się wiele cech – nieuchwytnych kamerą – uzupełniających, wyjaśniających czy dopełniających obraz zewnętrzny. „Żywego” miasta nigdy nie da się w szczegółach przedstawić. Musi się właśnie dodać wiele szczegółów, których nie widać. Te detale są zgoła „niefotogeniczne”. A są, rzecz by można, istotną treścią miasta. Ludzie, cała społeczność miejska w końcu „ożywiająca” miasto jest nie tylko bardzo zróżnicowana demograficznie, społecznie, antropologicznie, zawodowo, wyznaniowo itp., ale nie daje się również w żaden sposób wizualnie przedstawić. A powtórzmy: miasto to całość społeczno-przestrzenna, którą nawet trudno zdefiniować.

Wielu uczonych, badaczy, planistów, urbanistów (teoretyków i praktyków) próbowało zdefiniować miasto i najczęściej, czy bardzo często, sprowadzało się to do tego, że miasto to ludzie. Co najwyżej dodawano: ludzie mieszkający, zajmujący daną przestrzeń, dostosowujący ją, przekształcający ją według swoich potrzeb, wymagań, wyobrażeń.

A Wrocław, pomijając w tym miejscu to, czy da się, czy nie zdefiniować, wszak *jest, istnieje*. Przeciętni mieszkańcy (a może i nie tylko przeciętni) nie zastanawiają się nad jego wizerunkiem, jakże trudno definiowalnym nawet dla tych, którzy się tego podejmują – przecież również ci ostatni (w tym piszący te słowa) są ułomni w tej mierze.

Najłatwiej uciec się do stwierdzenia, że Wrocław po prostu *jest, istnieje*. Można go (co czynimy) opisać, wymienić wiele jego cech, ale gdzie ów wizerunek? Ten rzeczywisty. Jeśli trudno (a trudno) sformułować naukową definicję wizerunku ogólnego miasta, to może trzeba się uciec (co czynimy) do jakiegoś wizerunku stworzonego przez mieszkańców Wrocławia. Po to, między innymi, przeprowadzono badania internetowe i przez wrocławskie (wybrane) szkoły.

Dodajmy do tego, że wielu z nas (czy w ogóle ludzie miasta) nosi w sobie jakiś wizerunek miasta nierzadko wyabstrahowanego, ale i bardzo konkretnego z nazwy. Wyobrażenia z jednej strony, z drugiej urealniana codzienność. Nierzadko wyobrażenia rozmiągają się w konfrontacji z konkretną rzeczywistością. To swoiste rozdwojenie (wyobrażeń z rzeczywistością) nie jest niczym innym, jak poszukiwaniem miasta zbliżonego do ideału – miasta idealnego. I nie trzeba żadnych dowodów na to, że wrocławianom, może niekoniecznie *in gremio*, marzy się idealne miasto Wrocław. Nie-wykluczone, ale na granicy pewności, że w ogóle mieszkańcy miast mając różne doświadczenia „miejskości”, chcieliby – jak wrocławianie – mieszkać w idealnym mieście.

Nie od rzeczy będzie przypomnienie, że w dziejach czy pradziejach ludzkości pojawiały się – w myślach, pragnieniach, do konkretnych projektów włącznie – plany miast idealnych. Jednakże, co wiadomo, idealnego miasta nie udało się jak dotychczas stworzyć.

A czy udałoby się zbudować takie idealne miasto będące odzwierciedleniem wizerunku czy choćby wyselekcjonowaną sumą jego wizerunków wielu „miej-

skich” ludzi? Wydaje się, że w tym miejscu jesteśmy blisko uświadomienia sobie braku ścisłości w pojmowaniu, w definiowaniu wizerunku miasta. Miasta w ogóle. Bo gdyby było inaczej, to możliwe by było stworzenie właśnie miasta idealnego. Zaryzykować można twierdzenie, że wszyscy twórcy miast idealnych mieli zapewne za mało wiedzy o tych, dla których owe idealne plany miast usiłowali kreślić.

Zauważmy przy tej okazji, jak ważne dla człowieka jest „dobre” miejsce zamieszkania. Jak wiele energii twórczej wyzwalało w celu zaspokojenia oczekiwań, marzeń (ale i własnych ambicji autorów), by zrealizować, najpierw w planach – co logiczne – a potem starając się budować takie miasta.

Wydaje się, że wtedy, w dobie tworzenia idealnych planów, ich twórcy jakiś wizerunek miasta jednak mieli, potrafili go wyartykułować, narysować, niekiedy – choć niekoniecznie w całości – zbudować. Dziś trudniej o to zapewne dlatego, że miasto upowszechniło się („rozmnóżyło się”) jako forma zamieszkiwania i to nie tylko w kręgu naszej cywilizacji. Teraz miasta buduje się zgoła taśmowo, jakże często według schematu, według matrycy. Wizerunek tych właśnie miast (nazwijmy współczesnych) trudno pojąć nie tylko ich mieszkańcom. W „schematycznym” mieście, mieście „z taśmy” jest trudno i będzie jeszcze trudniej zastanawiać się nad jego wizerunkiem, przedkładając nad to myślenie to, jak najłatwiej, najszybciej, w miarę bezkolizyjnie dostać się z miejsca na miejsce, np. do pracy, do szkoły, do teatru, kościoła, na spotkanie towarzyskie...

W podsumowaniu tego podrozdziału można postawić pytanie, czy poszukiwanie – zapewne w zamysłach poprawianie – sieci osadniczej, to między innymi tworzenie obszarów metropolitalnych? Poszukiwanie w tym ideału? Najprawdopodobniej pomysłodawcy obszarów metropolitalnych zastanawiają się, czy jest to ziszczalne, zwłaszcza przy dzisiejszych „rozchwianych” tendencjach globalizacji. Globalizacja to jednak niekoniecznie łączenie wszystkiego ze wszystkim. Nieustanne dodawanie elementów (cząstek) do spiętrzenia piramidalnego. Globalizacja rzeczy, przedmiotów, różnych elementów, dodajmy nie tylko materialnych, w jedną – niekoniecznie w pełni wyobrażalną całość.

Gorzej, trudniej i wręcz niebezpiecznie „zglobalizować” ludzkie myślenie (pomyśły), ludzkie odczucia, opinie, preferencje. Z tego nie da się stworzyć („ułożyć”) całości, „globalnej” całości. Wtedy, gdyby „zglobalizowanie” było nieodwracalne, nie byłoby wizerunku całości, globalnego wizerunku miasta-Polski, miasta-Europy, miasta-globu. Być może będą to (jeśli będą) wizerunki cząstkowe: domu, ulicy, fragmentu zabudowy, fragmentu przestrzeni. Niejako z konieczności (jeśli w ogóle) tworzony by był wizerunek „selektywny”. Selektywny to jednak ograniczony. Dom, ulica, może fragment większego otoczenia widziane, oceniane, pojmowane są jednak cząstkowo w stosunku do zglobalizowanego obszaru metropolitalnego. Czyżby to próba zawężenia horyzontów przestrzennych, środowiskowo-mieszkalnych? Czy wtedy w zamieszkiwanych molochach (obszarach metropolitalnych) nie będzie się przymuszonym

(sytuacyjnie) do ograniczania pola widzenia: do wyjścia – wejścia; dom – praca; dom – usługi. A reszta to tylko zglobalizowana przestrzeń?

Nie wdając się w rozważania, co jest, a tym bardziej, co będzie wizerunkiem nawet lokalnego, niewielkiego obszaru zamieszkiwania, można się jednak zastanowić, czy potrzebny będzie czy nie wizerunek szerszego, większego, ukształtowanego na modłę dzisiejszą miejsca zamieszkania: miasta, osiedla, miejscowości. Czy zatem będzie można (i trzeba) identyfikować się tylko z miejscem egzystencji? Nie są to pytania li tylko formalne.

Od dawna powszechnie wiadomo, że człowiek – podobnie do wielu (może wszystkich) zwierząt – poszukuje dobrego miejsca i mimo poszerzającej się mobilności, przywiązuje się do tego miejsca, nierzadko utożsamia się z miejscem, z wizerunkiem miejsca.

## 1.6. Wrocław – konstatacje i hipotezy

Polska sieć osadnicza charakteryzuje się rozbudowaną i zróżnicowaną strukturą przestrzenną, społeczną, kulturową. Miasto zaś jako wykwit cywilizacji samo cechuje się wszelaką różnorodnością. W dodatku im miasta większe, tym bardziej zróżnicowane. Wrocław, liczący ok. 640 tysięcy mieszkańców i rozpostarty na 293 km<sup>2</sup>, niejako w samej rzeczy jest bardzo zróżnicowany przestrzennie, społecznie, demograficznie, zawodowo. Na tak ogromnej przestrzeni znajduje się wiele wyodrębniających się mniejszych i większych liczebnie swoistych miejsko-wiejskich, a nawet małomiasteczkowych społeczności lokalnych, np. Leśnica, Psie Pole, Brochów. A centrum z dużymi przyległościami o zwartej zabudowie z dużym zagęszczeniem ma wyraźne znamiona wielkomiejskości, wyróżnia się wizualnie, funkcjonalnie i kulturowo w olbrzymim, osadniczo „dziurawym” obszarze miasta.

Scalenie tego „dziurawego” miasta z dużymi przestrzeniami: użytków rolnych, nieużytków, łąg, lasów potrwa zapewne dłuższy czas. Tym bardziej że prognozy demograficzne zapowiadają spadek zaludnienia, zresztą charakterystyczny (już dziś) nie tylko dla Wrocławia. Nadto pogłębiać się to będzie między innymi na skutek „kipienia” miasta na zewnątrz, przede wszystkim przez budowę i rozbudowę mieszkalnictwa – wznoszenie niekiedy całych kolonii głównie luksusowych, coraz większych domów lub wręcz pałaców z dużymi ogrodami. Powstają i rozwijają się suburbia prawie na granicy Wrocławia i w jego pobliżu.

W ten sposób powiększa się przestrzeń przymiejska, przeważnie zasiedlana ludnością z Wrocławia. Zasięg Wrocławia, mimo że formalnie „opasany” granicami administracyjnymi, nieformalnie się poszerza. Tego trendu nie da się – jak się wydaje – jeszcze długo opanować przy tendencji „kroczącego” osadnictwa nieagrarnego. Jest to przykład nie tylko Wrocławia, ale wszystkich największych (i innych) miast w Polsce. Rejestrując i uwzględniając ten trend, nie można nie zadać jeszcze raz pytania i nie

rozważać zapowiadanych zmian, co gorsza urzędowych, tworzenia parunastu obszarów metropolitalnych, w tym wrocławskiego<sup>10</sup>.

Tworzenie urzędowo okręgów metropolitalnych to chyba niezbyt trafiony pomysł. Dawniej, zwłaszcza tam, gdzie wielkie aglomeracje, metropolie powstawały spontanicznie (w krajach o szybkiej, gwałtownej industrializacji), nikt tego zjawiska nie programował z urzędu. To były procesy samoistne. Zauważmy – procesy, a nie rządowe „ukazy”.

A tak przy okazji, władze rządowe i municypalne (wrocławskie) mają mandat od mieszkańców, w których imię i dla których władają miastem, planują jego rozwój. Nie można jednak nie zapytać, w jakim zakresie władze wywiązują się z tego i jaki jest stopień aprobaty mieszkańców co do poczynań władz. Nie chodzi tu o plebiscyty czy permanentne plebiscyty, lecz o wiedzę, najlepiej empiryczną, a nie tylko wynikającą z immunitetów, nadanych uprawnień czy nawet z rozstrzygniętych konkursów. Nie pytano wrocławian<sup>11</sup>, tak *in gremio*, co sądzą, jakie mają zdanie, życzenia i oczekiwania względem proponowanego – czy już gotowego – programu, wielkości, obszaru metropolitalnego.

Dlatego wydaje się zasadne sformułowanie kilku pytań – hipotez, w ramach podstaw teoretycznych tematu.

1. Czy w przypadku utworzenia wrocławskiego okręgu metropolitalnego można będzie mówić o wizerunku Wrocławia? Już teraz, jak wspomniano, wizerunek Wrocławia rozmywa się w postrzeganiu i wyobrażeniach mieszkańców miasta. A przez niemieszkańców Wrocław jest widziany głównie poprzez jego wyraźne akcenty – walory miasta (Rynek, ratusz, Ostrów Tumski, Hala Stulecia z pergolą wtopioną w park Szczytnicki).

2. Czy wizerunek okręgu metropolitalnego będzie do określenia? Wielka wszerz i wzdłuż przestrzeń „umiastowiana”, „metropolizowana” jest nie do ogarnięcia, do wtłoczenia w jedno określenie „wizerunek”. Zamaże się pojęcie miasta. Jeśli taki jest zamiar, to ciśnie się pytanie, czy wrocławski „obszar metropolitalny” będzie podzielony na cząstkowe „wrocławsko brzmiące” miejscowości.

3. Tak jak zasadne są propozycje nazwania Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego (GOP) miastem Śląsk (czy Górny Śląsk), tak niezasadnie by było nazwać Wrocław, nawet z najszerszym otoczeniem, miastem Dolny Śląsk. Tam (na Górnym Ślą-

---

<sup>10</sup> Planowało się (i przygotowywało) początkowo utworzenie administracyjnie ośmiu takich obszarów, doszły (propozycje rządowe) nowe: Białystok, Lublin, Rzeszów. Zachodzi podejrzenie, że inne (jakie?) powody brane były pod uwagę.

Doraźne uzupełnienie czy wyjaśnienie: otóż tekst ten został napisany przed dyskusją (w połowie roku 2008) podającą w wątpliwość powoływanie (urzędowo) obszarów metropolitalnych w ogóle. Niewykluczone, że do tego pomysłu będą powroty, dlatego ów tekst (z argumentacją) pozostawiam, jako swego rodzaju przestrożę, mimo że obecnie (w środku roku 2008) milcząco wycofano się z tego. Na jak długo?!

<sup>11</sup> Tak, jak zapewne nie pytano mieszkańców innych miast, wokół których mają być tworzone okręgi metropolitalne.

sku) jest wiele miejscowości, w tym dużych miast, takich jak: Katowice, Gliwice, Zabrze, Chorzów, Sosnowiec (choć to ostatnie to dawne Zagłębie), z łączną liczbą mieszkańców ponad 3 miliony. Wrocław z „dodatkami” wchodzącymi do okręgu metropolitalnego miałby mniej niż milion ludności, zapewne z tendencją wzrostową. Ale w jakich rozmiarach i w jakim czasie potencjał demograficzny Dolnego Śląska, a nawet całego kraju, umożliwiałby rozrost?

4. Jak wielki przestrzennie może być Wrocław, aglomerujący, wchłaniający bliższe i dalsze miejscowości (jednostki osadnicze). Czy dla Wrocławia – może blisko milionowego, przestrzennie wielokrotnie większego niż teraz (293 km<sup>2</sup>) – jest miejsce tu na Dolnym Śląsku? Czy Wrocław może, czy powinien wchłonąć połowę czy ponad połowę mieszkańców obecnego województwa dolnośląskiego? Czy może, powinien zaglomerować – skoncentrować większość lub prawie wszystkie (główne) miejsca pracy Dolnego Śląska<sup>12</sup>? Można założyć (hipotetycznie), że nadmierna koncentracja miejsc pracy będzie powodem – znanym z nieodległej przeszłości – do „wszczynania” deglomeracji, „wypychania” przedsiębiorstw, instytucji luźniej lub w ogóle niezwiązanych z Wrocławiem.

5. Można by przyjąć jeszcze jedną – piątą hipotezę: utworzenie paru – niekoniecznie równej wielkości – ośrodków (aglomeracji, skupień osadniczych) w województwie dolnośląskim z hierarchiczną nadrzędnością Wrocławia. Uzasadnieniem tej hipotezy mogą być następujące argumenty: dekoncentracja (tak pomyślana) mogłaby znacznie zmniejszać, ograniczać ruch komunikacyjny. Redukcja koncentrycznie nagromadzonych (w metropolitalnym obszarze) miejsc pracy często generujących ruchliwość przestrzenną, nadmiernie wydłużających przejazdy: dom – miejsce pracy, pomnażających „puste” podróże.

6. Wreszcie od dawna znane, korelujące z wielkością miasta objawy patologii społecznych: im miasto większe, tym większa dezintegracja, anonimowość, wyobcowanie społeczne. Tych znanych (zbadanych i opisanych) zjawisk dysfunkcyjnych społecznie jest wiele. Nie można tego pomnażać, a przeciwnie – wszystko przedsięwziąć do ich redukowania. A możliwości niestety się kurczą. Syntetyzując: patologia społeczna – i nie tylko, bo i komunikacyjna – wzrasta wraz ze wzrostem (wielkością) miasta.

7. Wrocław jako metropolia (sam w sobie) byłby miastem rozrządowym z władzą na modłę księcia, zbliżoną do obecnego marszałka. Ów „książę” miałby władzę wykonawczą względem całego Dolnego Śląska. A w dzisiejszym województwie – „księstwie” dolnośląskim mogą, a raczej powinny powstać takie subregionalne ośrodki – centra, jak: Legnica w powiązaniu z Lubinem, Głogowem, Polkowicami, na gruncie obecnego LGOM (Legnicko-Głogowskiego Okręgu Miedziowego), Jele-

---

<sup>12</sup> Dolny Śląsk zbliżony jest obszarowo do województwa dolnośląskiego, choć granice historyczne i geograficzne obu tych obszarów nie w pełni się pokrywają.

nia Góra spajająca karkonoski obszar osadniczy, Wałbrzych – Świdnica – Dzierżoniów z Bielawą, Pieszcami, Kłodzko z całą Ziemią Kłodzką. Wydaje się, że te cztery subregiony, wprawdzie nierówne pod względem obszaru, zaludnienia i sieci osadniczej jednostek doń należących, koncentrowałyby subregionalny potencjał gospodarczy z bardziej równomiernym rozłożeniem miejsc pracy, nauki i usług wyższego rzędu. Siła oddziaływania Wrocławia z tego powodu by nie zmalała, a chyba przeciwnie, byłaby bardziej hierarchicznie dominująca w stosunku do województwa („księstwa”). Ale wymienione subregiony i ich stolice byłyby bardziej dowartościowane i przybliżałyby – ułatwiałyby obsługę całego Dolnego Śląska. Należałoby przypuszczać – zakładać, że wizerunek Wrocławia z rangą takiej nadzędności by nie osłabł, a przeciwnie, zyskałby na tego rodzaju, dobrze pojętej, a nie urzędowo zakładanej, supremacji.

Dodatkowym uzasadnieniem tej ostatniej hipotezy mogą być następujące argumenty: dekoncentracja osadnictwa wokół i ze stolicami subregionów może znacznie ograniczyć ruch komunikacyjny – w sensie dojazdów praca–dom, również usługi–dom (zwłaszcza usługi wyższego rzędu: nauka, oświata, kultura). Kompensowałoby to ruch komunikacyjny na wielkich przestrzeniach na rzecz komunikacji bardziej „punktowej”, sprowadzającej się do pokonywania mniejszych przestrzeni, do krótszych podróży. Byłoby to przestrzenne (i nie tylko przestrzenne) zawężenie – przybliżenie miejsc – celów usługowych, zawodowych, a może nawet towarzyskich.

Nieustanne rozrastanie się samoistnie (niesterowalnie) wielkich zespołów osadniczych (metropolitalnych) siłą rzeczy generuje zwiększoną ruchliwość, niekiedy (czy nawet często) sytuacyjnie wymuszoną. I tak zwiększająca się mobilność przestrzenna wzmacnia narzekania na kurczenie się czasu, na ograniczanie życia rodzinnego, towarzyskiego, kulturalnego. Marginalizacja wolnego czasu („czasu dla siebie”) jest coraz bardziej dostrzegalnym efektem tracenia go i to na te nieproduktywne, „puste” podróże, w dodatku męczące fizycznie i psychicznie, powodujące – niejako z wyboru – alienację społeczną.

Wprawdzie wielkie zespoły osadnicze dają czy dawałyby większą różnorodność (miejsc pracy, wybór szeroko pojętych usług, rozrywki, kultury), ale nie można nie dostrzegać w nich swoistej antynomii. Z jednej strony pojawiłaby się zgoła nieograniczona podaż wszystkiego, z drugiej zaś kurczące się możliwości nade wszystko czasowe, ale i wcale nierzadko przestrzenne (spowodowane zatłoczoną, niewydolną indywidualną komunikacją samochodową i komunikacją zbiorową).

Konstatacje i hipotezy odnoszące się zarówno do Wrocławia, jak i do szerszego obszaru – województwa, sformułowane i przedstawione zostały w kontekście najogólniej pojętego wizerunku miasta. Wizerunku, który jest również pewną sumą skumulowanych skutków wynikających z obsługi większego obszaru, w tym przypadku województwa czy regionu dolnośląskiego.

## 1.7. Wrocław w regionie (województwo dolnośląskie)

Wrocław ze względu na wielkość i położenie, wprawdzie nieco skrajne w stosunku do całego województwa, jest jednak zwieńczeniem sieci osadniczej regionu. Z tego punktu widzenia Wrocław widziany jest w ogólniejszych zarysach. Dla regionu jego stolica to nie tylko duże miasto, ale przede wszystkim główne odniesienie w zakresie kultury, nauki, administracji i szeroko pojętych usług. Zatem wizerunek Wrocławia dla mieszkańców regionu jest nie tylko skumulowaniem cech wielkomiejskich, lecz także pewnym etapem „po drodze” do stolicy kraju (w hierarchii osadnictwa). Tym bardziej że Wrocław znajduje się wśród pięciu największych miast w kraju<sup>13</sup>. Oczekiwania względem Wrocławia są może nawet (z pewnych przyczyn) większe wśród mieszkańców województwa niż wśród mieszkańców miasta. Dla wrocławian jest to nade wszystko miejsce zamieszkania i głównie z tej pozycji Wrocław jest postrzegany i oceniany. Mieszkańcy regionu (województwa) chcą natomiast widzieć w nim miasto o wysokoskumulowanej randze kulturowej, usługowej, wynikającej z położenia i usytuowania w sieci osadniczej kraju, jak również z relacji do innych dużych miast i do stolicy. Są związani z nim formalnie, administracyjnie, komunikacyjnie oraz nieformalnie: korzystają z wielu placówek kulturalnych (teatry, muzea, kina), naukowych (uczelnie, szkoły, biblioteki), usługowo-handlowych (supermarkety, giełdy). Przymioty Wrocławia są jakby magnesem, wywołują potrzebę „bywania” w wielkim mieście, wyjścia poza opłotki mniejszych i większych jednostek osadniczych znajdujących się w granicach województwa.

Ranga „punktowego” miasta wojewódzkiego, a nie „rozlanego” obszaru metropolitalnego może być bardziej przyciągająca, bardziej „przyswajalna” dla mieszkańców regionu i nie tylko regionu. Na wielkim obszarze metropolitalnym różne instytucje z reguły są rozprzestrzenione, niekiedy bardzo daleko od siebie położone. Trudniej o koncentrację, możliwość stworzenia zwartego centrum. Centrum, które bywa nie tylko atrakcją dla przybyszów i mieszkańców, lecz także pewną ozdobą, kulminacyjnym obszarem kulturowym, niekiedy „salonem” miasta, miejscem zbornym, walorem turystycznym. Centrum tak wielkiego miasta, jak Wrocław (i nie tylko), daje wręcz nieograniczone możliwości twórcom (malarzom, grafikom), architektom i urbanistom eksponowania go poprzez okazałe, wyjątkowe budowle, rzeźby i inne dzieła tworzące klimat, przydające rangi nie tylko całemu miastu, lecz także regionowi. To między innymi był motyw – powód zabiegania miasta o imprezy i instytucje o randze mię-

---

<sup>13</sup> W kolejności: Warszawa, Łódź, Kraków, Wrocław, Poznań.

dzynarodowej, jak Expo, Europejski Instytut Technologiczny, mistrzostwa Europy w piłce nożnej.

Do wizerunku miasta przyczynia się ono samo przez znaczące akcenty wytwarzane przez siebie, jak również przez przyciąganie i wspomaganie tego co rozwija, rozstawia, podnosi rangę miasta.

## 1.8. Wrocław na tle kraju

Jeśli Wrocław jest czwartym – pod względem wielkości – miastem w kraju, to jego silny akcent, ranga w sieci osadniczej jest właśnie tak wysoka. Nadto Wrocław, będąc stolicą ważnej, graniczącej z dwoma państwami (Republiką Czeską i Republiką Federalną Niemiec) części kraju, jest niejako „bliżej” Europy. Wizerunek miasta z tego punktu widzenia nabiera (poza innymi) walorów, wartości gospodarczych, kulturalnych, turystycznych czy w ogóle ogólnocywilizacyjnych. Kumulacja wymienionych przymiotów międzynarodowych, europejskich, regionalnych i miejscowych (wrocławskich) sytuuje Wrocław nader wysoko w świadomości zarówno wrocławian, jak i Polaków czy Europejczyków. Można domniemywać, że wizerunek Wrocławia utrwalił się nie tylko pośród Dolnoślązaków, Polaków, Europejczyków, ale i w opinii światowej. Wizerunek miasta wpływa na jego promocję, choć bywa i odwrotnie. Niemniej należy śledzić jedno i drugie. Pojęcia te – ich treść i znaczenie – wzajem się warunkują. Wizerunek miasta jest pewną wartością, jego ocena może wzrastać i obniżać się, uświadamianie jego nie znika. Ma wysokie notowania lub nie, ale jest zawsze jakiś, jako obraz odzwierciedlający taką lub inną rzeczywistość. Zapewne dlatego należy dbać o dobry (najlepszy) wizerunek miasta w sensie jego „zewnątrzności” i jego uświadamiania zarówno u mieszkańców, jak i u Niemieszkańców.

Wizerunek miasta w kraju (w całym kraju) jest trudny do dostrzeżenia. Z tego powodu miasto musi eksponować swoje walory zarówno przez słowo (w tym publikacje), jak i obraz.

Obraz wielu miast – nie tylko polskich – utrwała się w świadomości ludzi, elit, nie zawsze ze względów historycznych, kulturowych, turystycznych, ale również (często znacząco) przez umiejętne, by nie powiedzieć wyrafinowane, eksponowanie ich.

Na ile zatem Polacy znają Wrocław? Chciałoby się powiedzieć, że przeciętni Polacy z całego kraju znają Wrocław na tyle, na ile jest prezentowany za pomocą elektronicznych przekazów, w publikacjach prasowych, dostępnych folderach. A że Wrocław – co nie raz wskazywano – jest jednym z największych miast w kraju, to jego upowszechniony wizerunek jest co najmniej dostatecznie znany.



## 1.9. Wrocław w Europie

Wrocław jest bodaj najbardziej europejskim miastem w Polsce, chociażby ze względu na swe położenie geograficzne. Wprawdzie Poznań i Szczecin znajdują się równie blisko, Szczecin najbliższej zachodnich granic kraju, ale to Wrocław wraz z województwem graniczy (przypomnijmy) z dwoma krajami: na południu z Republiką Czeską i na zachodzie z Republiką Federalną Niemiec. Nadto znajduje się na dość czytelnym trakcie komunikacyjnym między Europą Zachodnią a Ukrainą, Morzem Czarnym i Kaukazem. Przez Wrocław, a co najmniej tuż obok granic miasta (z Węzłem Bielańskim włącznie), musi się przejechać, podróżując na Wschód i ze Wschodu na Zachód. To dogodne położenie w Europie ma prawie takie samo znaczenie, jak położenie w Polsce. Stąd Wrocław, nawet bez dokładnego oglądania go, bez wjechania doń, utrwala się jednak w pamięci przejezdnych, a przynajmniej pozostawia ślad w ich świadomości, jako ważne miejsce i punkt – dokładniej węzeł – komunikacyjny.

Przy okazji dodajmy, że z Wrocławia jest bliżej do dwóch europejskich stolic (do Berlina i Pragi) niż do Warszawy – stolicy Polski<sup>14</sup>, również bliżej jest do Drezna (w Niemczech) i do Brna (w Czechach). W zjednoczonej Europie – Unii Europejskiej można bezkolizyjnie przekraczać granice, co dodatkowo ułatwia kontakty Wrocławia z wymienionymi (wielkimi) i innymi miastami Europy.

Czy wystarcza to do dostrzeżenia Wrocławia w Europie? W ogólnym sensie, tak. Chciałoby się powiedzieć, że Wrocław tyleż potrzebny jest Europie, co Europa Wrocławowi – nadużywając nieco wrocławskiej megalomanii. Do czego jako mieszkaniec Wrocławia i jego obserwator przyznaję się i w jakimś stopniu usprawiedliwiam siebie samego, a Czytelnika proszę o wyrozumiałość.

## 1.10. Podsumowanie rozdziału

W podsumowaniu całego rozdziału można by zapytać, jak w tym kontekście wygląda Wrocław, jaki zarysowuje się jego wizerunek. Najpełniejszy i najdokładniejszy (co zaznaczono) wizerunek Wrocławia stworzyli sami wrocławianie. Zgodnie z założeniem (co również wcześniej podkreślano), że nie może być obojętne miasto, w którym się mieszka. Nawet najbardziej krytyczny obraz to jednak efekt postrzegania go jako małej ojczyzny. A o ojczyźnie należy mówić dobrze przed obcymi i ewentualnie różnie przed swoimi. W ten sposób można swoich obliżować do usuwania wad. Swoje miasto to takie, w którym chciałoby się mieszkać, choć czasami tylko z racji urodzenia, migracji doń czy innych splotów okoliczności – małżeństwa, znalezienia dobrej pracy albo z przypadku.

---

<sup>14</sup> Z Wrocławia do Berlina 340 km, do Pragi 270 km, do Warszawy 370 km.

Również poznawanie, ocenianie, wyrabianie zdania o swoim mieście bywa – i jest – bardzo zróżnicowane. Niemniej wrocławianie, mimo różnych losów, różnych okoliczności i dróg dotarcia do Wrocławia są prawie w pełni z nim zrośnięci i w dostatecznym (ale chyba nie ostatecznym czy pożądanym) stopniu zintegrowani. To pochodzeniowe „obciążenie” ujawniające się już tylko w określeniach (zresztą szczątkowych) takich, jak: „ci z za Buga”, „ci z centrali”, „ci z Francji, Belgii, Westfalii”, niemal całkowicie się zaciera, a realnie nie ma już – poza sentymentami – prawie żadnego znaczenia przy wyznaniu: „my Wrocławianie”.

Inaczej – co zrozumiałe – jest z mieszkańcami regionu (województwa dolnośląskiego). Dla nich Wrocław jest „sentymentalnie” obcy, ale „swój” z racji jego stołeczności (wojewódzkiej), zainteresowania nim, wahadłowych migracji. Z tego punktu widzenia Wrocław jest „na miarę swój”. W niemałym stopniu mieszkańcy województwa znają go, przynajmniej „newralgiczne” jego części (dworce z okolicami, urzędy, uczelnie, szkoły, centrum, Rynek, Hala Stulecia, ZOO). Wrocław przez obco-krajowców widziany jest najczęściej okazjonalnie w zarysie, wybiórczo, zresztą przy różnych okazjach: turystycznych, naukowych, kulturalnych (festiwale, koncerty), rodzinnych i mniej sprecyzowanych.



## 2. Metoda badań

W badaniach wizerunku miasta mamy do czynienia z nienamacalną i nieuchwytną materią. Pytanie „Jak mierzyć wizerunek miasta?” stawiało sobie już wielu naukowców (w ostatnim czasie Florek 2006, Łaska 2006, Mrowińska i in. 2006, PricewaterhouseCoopers 2007). Większość z nich jest zgodna, że najprostszą i najskuteczniejszą drogą do poznania obrazu miasta funkcjonującego w świadomości ludzi są badania ankietowe.

Na potrzeby prezentowanej pracy w maju i czerwcu 2007 r. przeprowadzono badania wizerunku Wrocławia jednocześnie na dwa sposoby: przez ogólnodostępną ankietę internetową (w której wzięły udział 3524 osoby) oraz przez kwestionariusz do samodzielnego wypełniania rozprowadzany za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach miasta (363 respondentów). Ponieważ obie te techniki mają swoją specyfikę, w dalszej części rozdziału scharakteryzowano każdą z nich.

### 2.1. Ankieta internetowa

Metodologię badań socjologicznych za pośrednictwem Internetu opisali zwięźle D. Batorski i M. Olcoń-Kubicka (2006). Według nich ankieta *online* jest łatwiejsza, wygodniejsza i tańsza niż badania prowadzone metodami tradycyjnymi (takimi jak np. wywiad). Może mieć również o wiele szerszy zasięg, przy jednoczesnym skróceniu czasu zbierania danych. Cyfrowa postać ankiety umożliwia ponadto szybszą analizę wyników. Z kolei z punktu widzenia osób badanych przez Internet brak bezpośredniej interakcji „twarzą w twarz” daje poczucie większej anonimowości, dzięki czemu czują się one bardziej swobodnie i nie cenzurują swoich wypowiedzi.

Oprócz wymienionych tu zalet ankieta internetowa ma jednak również pewne wady. Podstawową jej wadą jest to, że populacja użytkowników Internetu różni się zazwyczaj od całej badanej populacji. Z ogólnosiwiatowej sieci komputerowej korzystają przede wszystkim osoby młode, lepiej wykształcone bądź uczące się, mieszkające w większych miejscowościach, częściej mężczyźni niż kobiety (por. Batorski 2005, Smihily 2007). To znacznie utrudnia dobór reprezentatywnej próby, choć nie przesądza, że prowadzenie badań w Internecie w ogóle nie ma sensu. Trzeba jednak pamiętać, że ankieta internetowa wymaga pewnej ostrożności przy uogólnianiu wyników na całą populację.

Kolejnym mankamentem, którego nie można pominąć, jest brak bezpośredniego kontaktu z ankietowanymi, a więc niemożność jakiegokolwiek ich weryfikacji. Istnieje pewien odsetek ludzi, którzy biorąc udział w badaniach *online*, świadomie podają o sobie nieprawdziwe informacje lub też tworzą fikcyjne odpowiedzi<sup>15</sup>.

W związku z tak poważnymi zastrzeżeniami dotyczącymi ankiety internetowej pojawia się pytanie, czy jest ona w ogóle dobrym narzędziem do badania wizerunku miasta. Otóż o użyciu tej techniki w projekcie „Wizerunek miasta Wrocławia” zdecydowała przede wszystkim możliwość znacznego poszerzenia bez dodatkowych nakładów finansowych i czasowych grona respondentów (do rozmiarów wręcz globalnych). Uznano, że dla opisu ogólnego wizerunku miasta, które postrzegane i oceniane jest przecież nie tylko przez mieszkańców, ale przez wszystkich, którzy w nim byli lub o nim kiedykolwiek słyszeli, taki szeroki zasięg badania ma zasadnicze znaczenie.

### 2.1.1. Dobór próby przyjętej do badań

Ankieta internetowa „Co myślisz o Wrocławiu?” była ogólnodostępna i mógł ją wypełnić każdy mieszkaniec oraz każdy, kto kiedykolwiek był we Wrocławiu. Rekrutację respondentów do udziału w badaniu prowadzono przez ogłoszenia w Internecie i w lokalnych mediach. W pierwszym tygodniu funkcjonowania ankiety (1.05.2007 – 7.05.2007) informacja o projekcie pojawiła się:

– w Internecie: na stronach Politechniki Wrocławskiej ([www.pwr.wroc.pl](http://www.pwr.wroc.pl)), Uniwersytetu Wrocławskiego ([www.uni.wroc.pl](http://www.uni.wroc.pl)), Urzędu Miejskiego Wrocławia ([www.wroclaw.pl](http://www.wroclaw.pl)), Polskiego Radia Wrocław ([www.prw.wroc.pl](http://www.prw.wroc.pl)), Radia RAM ([www.radioram.pl](http://www.radioram.pl)) oraz wrocławskiego oddziału „Gazety Wyborczej” (<http://miasta.gazeta.pl/wroclaw>)<sup>16</sup>;

– w lokalnych rozgłośniach radiowych: Polskie Radio Wrocław, Radio RAM, Radio Eska;

– w lokalnej prasie: „Gazeta Wyborcza”.

Treść ogłoszenia (która ma istotny wpływ na decyzję o udziale potencjalnego respondenta w badaniu) zależała od charakteru poszczególnych mediów oraz od preferencji osób redagujących informacje, autorzy projektu badawczego nie mieli więc wpływu na jej kształt. Niezmienny był natomiast komunikat umieszczony na stronach internetowych Katedry Planowania Przestrzennego Wydziału Architektury Politech-

<sup>15</sup> Zdaniem D. Batorskiego i M. Olcoń-Kubickiej (2006) nie dyskwalifikuje to wyników ankiet internetowych, ponieważ osoby takie, chcąc nie chcąc, nieświadomie przekazują pewne informacje o sobie, a ponadto wymyślenie fikcji wymaga czasem większego wysiłku niż powiedzenie prawdy.

<sup>16</sup> W kolejnych tygodniach z inicjatywy internautów link do stron internetowych z ankietą pojawił się również na innych stronach internetowych, w tym m.in.: Portalu Rowerowego Wrocław (<http://www.rowery.eko.wroc.pl>), IC Forum – serwisu poświęconego kolejowej komunikacji międzymiastowej Intercity (<http://www.ic.rail.pl>), Forum Polskich Wieżowców (<http://www.skyscrapercity.com>).

niki Wrocławskiej, z których ankieta była dostępna. Informacja o badaniu miała następującą treść:

Co myślisz o Wrocławiu? Ankieta. Zespół Katedry Planowania Przestrzennego na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej zaprasza do udziału w ankiecie dotyczącej opinii o mieście Wrocławiu. Celem badania jest poznanie aktualnej opinii o mieście. Ankieta jest częścią projektu badawczego realizowanego przez zespół Katedry Planowania Przestrzennego na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej. Wyniki badania (wraz z analizą i komentarzem) będą opublikowane w książce pt. „Wizerunek miasta Wrocławia”, której wydanie przewidziane jest na rok 2008. Planuje się również udostępnienie wyników badań w Internecie. Osoby zainteresowane mogą w odpowiednim miejscu ankiety podać swój adres e-mail, na który przesyłane będą informacje dotyczące publikacji. W ankiecie mogą wziąć udział zarówno osoby mieszkające na stałe we Wrocławiu, jak i każdy, kto kiedykolwiek był we Wrocławiu. Ankieta jest anonimowa i składa się z 18 pytań. Jej wypełnienie zajmuje około 10 minut. Uwaga! Ankieta będzie realizowana wyłącznie w dniach od 1 maja 2007 r. do 31 maja 2007 r. Ankieta jest anonimowa. Udzielone odpowiedzi będą wykorzystane wyłącznie do celów naukowych.

Ostatecznie w ankiecie wzięły udział 3524 osoby, w tym 2925 mieszkańców Wrocławia i 599 respondentów spoza miasta. Tak duże zainteresowanie badaniem pozwala stwierdzić, że sposób rozpropagowania informacji o ankiecie był skuteczny. Potwierdza to tezę zawartą w artykule D. Batorskiego i M. Olcoń-Kubickiej, że „udział w badaniu jest (...) znacznie wyższy, jeżeli informacja o badaniu i zaproszenie były dostarczane badanym również poza Internetem” (Batorski, Olcoń-Kubicka 2006, s. 115). Prawdopodobnie istotną rolę odegrała tu również tematyka ankiety, nawiązująca do obserwowanego obecnie dynamicznego rozwoju gospodarczego i przestrzennego Wrocławia. Pewne znaczenie mogła mieć też zapowiedź publikacji wyników badania w Internecie, w tym możliwość uzyskania informacji o wynikach na prywatny adres e-mail<sup>17</sup>.

Jednak z badaniami prowadzonymi na ochotnikach wiążą się problemy, które trudno pominąć. Po pierwsze, próby takie nie są losowe, co utrudnia generalizowanie wyników. Po drugie, ochotnicy różnią się na ogół w istotny sposób od osób, które nie są skłonne zgłaszać się do udziału w badaniach, co może mieć duże znaczenie dla uogólniania wyników i wyciągania wniosków.

Reprezentatywność badania przez Internet można zwiększyć przez replikację wyników w innych warunkach i na innych populacjach. Dlatego właśnie D. Batorski i M. Olcoń-Kubicka (2006) oraz inni badacze jako najlepszą z metod rekomendują porównywanie prób i badań internetowych z badaniami prowadzonymi poza siecią. Takie podejście zastosowano w prezentowanych badaniach wizerunku Wrocławia, przepro-

---

<sup>17</sup> Jak piszą D. Batorski i M. Olcoń-Kubicka, „duże znaczenie dla zwiększenia motywacji do udziału w badaniu ma (...) gratyfikacja (...). Do pewnego stopnia gratyfikacją może być sam udział w interesującym badaniu. Jest to jeden z rodzajów gratyfikacji psychologicznej. Innymi jej przykładami mogą być poczucie udziału w ważnych badaniach, poczucie wyjątkowości swojego udziału (...). Formą gratyfikacji jest również dostarczenie informacji zwrotnej o wynikach badania” (Batorski, Olcoń-Kubicka 2006, s. 114).

wadzając jednocześnie ankietę internetową i ankietę techniką tradycyjną w wybranych rejonach miasta. Opis tej techniki badań zamieszczono w dalszej części pracy.

### 2.1.2. Formularz ankiety

Jak zaznaczono, w ankiecie *online* mogli brać udział zarówno mieszkańcy Wrocławia, jak i osoby spoza miasta. Dla każdej z tych grup przygotowano odrębny formularz, dostępny na osobnej stronie internetowej. Wybór formularza następował po zapoznaniu się respondenta z ogólnymi informacjami dotyczącymi celu i sposobu prowadzenia badań.

Kwestionariusze dla mieszkańców Wrocławia oraz dla osób spoza miasta różniły się w dwóch miejscach. Wersja dla mieszkańców zawierała pytania: „Ile lat mieszka Pani/Pan we Wrocławiu?” oraz „W jakiej części Wrocławia Pani/Pan mieszka (proszę wybrać osiedle)?”, które w wersji dla osób z zewnątrz zamieniono na: „Jak często bywa Pani/Pan we Wrocławiu?” oraz „Miejsce zamieszkania (proszę podać nazwę gminy lub miasta)”. Wzory obu kwestionariuszy zamieszczono na końcu pracy.

### 2.1.3. Sposób liczenia odpowiedzi

Jak już wspomniano, jedną z istotnych zalet ankiety internetowej jest łatwość i szybkość liczenia wyników dzięki wykorzystaniu zaawansowanych programów komputerowych, np. arkuszy kalkulacyjnych. Dotyczy to zwłaszcza pytań zamkniętych, w których zakres odpowiedzi jest z góry znany i wystarczy przy użyciu właściwego polecenia je policzyć. Nieco bardziej skomplikowane jest zliczanie odpowiedzi na pytania otwarte, gdyż przy udzielaniu takich odpowiedzi respondenci mają pełną dowolność.

Podstawowa trudność w tym zakresie wiązała się ze specyfiką języka polskiego, który wymaga odmiany rzeczowników, przymiotników, zaimków i liczebników przez przypadki i liczby (deklinacja). Chcąc np. policzyć wszystkie odpowiedzi zawierające w sobie nazwę osiedla Leśnica, należało użyć formuły możliwie ogólnej, a jednocześnie unikalnej (tj. takiej, która nie policzy innych odpowiedzi), uwzględniającej jedynie niezmienną część zadanego słowa – w tym wypadku „leśnic”. Ponieważ jednak spora część internautów nie używa polskich liter, wspomnianą formułę trzeba było uzupełnić kolejną: „lesnic”, dodając uzyskaną liczbę do liczby odpowiedzi zawierających polskie znaki.

Kolejna trudność dotyczyła analizy odpowiedzi zawierających dwuczłonowe nazwy miejsc, np. Ostrów Tumski. Należało uwzględnić fakt, że część respondentów podawała pełne nazwy, a część jedynie ich fragmenty. Wpisując formułę „tumsk”, można było pominąć pewną liczbę odpowiedzi zawierających wyłącznie słowo „Ostrów”, dlatego trzeba było policzyć osobno pełne nazwy i nazwy cząstkowe, a następnie od sumy nazw cząstkowych odjąć liczbę nazw pełnych. Podobne rozwią-

zanie zastosowano w przypadku miejsc, dla których funkcjonuje kilka różnych nazw, np. Dworzec PKP, Dworzec Główny.

Innym wreszcie problemem było wymienianie przez ankietowanych kilku obiektów znajdujących się w tym samym miejscu, np. Rynek i ratusz. W tym wypadku również należało przed ostatecznym podliczeniem odpowiedzi zsumować osobno nazwy podawane pojedynczo, tzn. sam Rynek i sam ratusz, a następnie odjąć od nich liczbę odpowiedzi zawierających obie nazwy (z uwzględnieniem ich różnej kolejności, a więc „Rynek ratusz” i „ratusz Rynek”).

Opisana technika automatycznego liczenia odpowiedzi na pytania otwarte jest stosunkowo skuteczna. Wykonane na próbie kontrolnej 98 arkuszy porównanie tej metody z tradycyjnym sposobem zliczania wyników ankiety, w którym odpowiedzi każdego respondenta są szczegółowo czytane i przypisywane do odpowiednich kategorii, wykazało rozbieżności od 0% do 25% w zależności od charakteru pytania<sup>18</sup>. Odsetek ten jest zbliżony do odsetka błędów popełnianych przy dawniej stosowanych sposobach liczenia wyników. Wydaje się zatem, że świadome użycie techniki cyfrowej do opracowania odpowiedzi na pytania otwarte pozwala uchwycić większość możliwych wariantów, bez konieczności przeglądania każdego arkusza z osobna.

## 2.2. Ankieta przeprowadzona za pośrednictwem szkół podstawowych

Jak już zaznaczono, w maju i czerwcu 2007 r. równoległe z ankietą internetową przeprowadzono badanie opinii o Wrocławiu techniką kwestionariusza do samodzielnego wypełniania. Zgodnie z przyjętym założeniem wyniki tego badania mają stanowić uzupełnienie i weryfikację ankiety prowadzonej *online*. Dalej przedstawiono najważniejsze cechy tej techniki badawczej.

### 2.2.1. Dobór próby przyjętej do badań

Nawiązując do badań opinii mieszkańców miasta Wrocławia prowadzonych przez E. Bagińskiego w latach 1996–1997 (Bagiński 1998), przy ustalaniu próby posłużono się wyznaczonymi wówczas rejonami miasta. W każdym z rejonów wytypowano jedną szkołę podstawową, w której miały być przeprowadzone ankiety wśród rodziców. Po wstępnych rozmowach z dyrektorami okazało się jednak, że w niektórych szkołach realizacja badania nie będzie możliwa. W związku z tym konieczne było zrewidowanie listy rejonów z 1996 r. Co więcej, w części szkół udział w badaniu (liczba zwróconych wypełnionych ankiet) był bardzo niski, więc w niektórych rejonach wytypo-

<sup>18</sup> Największe błędy pojawiły się przy zliczaniu odpowiedzi występujących najrzadziej.

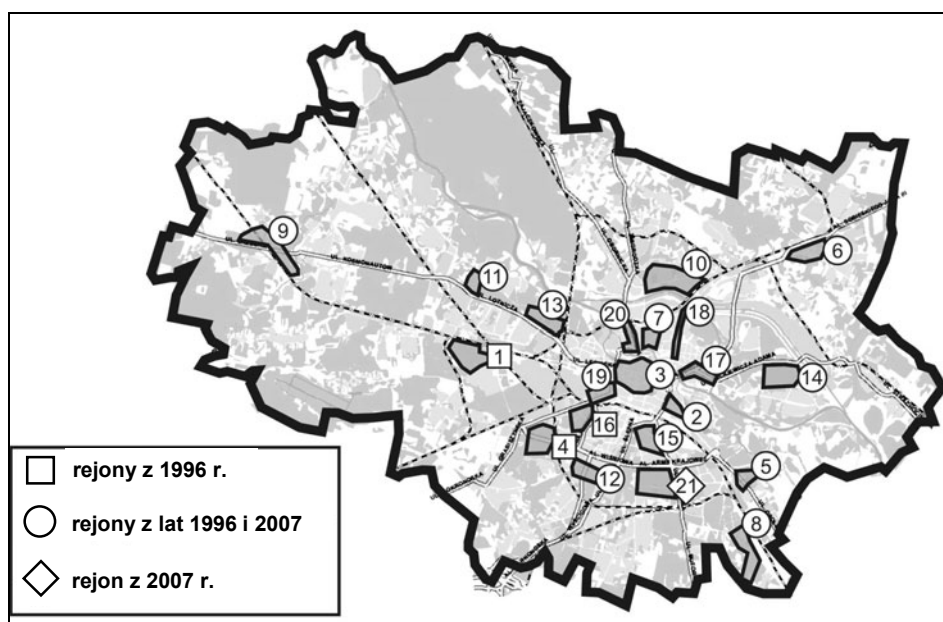


wano – w miarę możliwości – drugą szkołę. Ostatecznie ustalono, że badanie będzie przeprowadzone w 18 rejonach miasta, w 21 szkołach (tab. 1, rys. 1).

Tabela 1. Rejony Wrocławia, w których przeprowadzono badania opinii mieszkańców w latach 1996–1997 i 2007 wraz z liczbą zrealizowanych wywiadów i wypełnionych ankiet (na podstawie badań i Bagiński 1998, s. 14)

Numer rejonu	Rejon z 1996 r.	Liczba respondentów	Rejon z 2007 r.	Numer i adres szkoły podstawowej	Liczba respondentów
1	Nowy Dwór	139	–	–	0
2	rejon ul. Traugutta	77	Okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej	SP Nr 2 ul. Komuny Paryskiej 36–38	16
				SP Nr 85 ul. Gen. R. Traugutta 37	21
3	Stare Miasto	103	Stare Miasto	SP Nr 63 ul. Mennicza 21/23	19
				SP Nr 67 pl. Muzealny 20	18
4	Grabiszynek	60	–	–	0
5	Księża Małe	28	Księża Małe	SP Nr 99 ul. Głębczycka 3	14
6	Psie Pole	42	Psie Pole	SP Nr 98 ul. Sycowska 22	15
7	okolice ul. Jedności Narodowej	79	Okolice ul. Jedności Narodowej	SP Nr 93 ul. J.U. Niemcewicza 29/31	20
8	Brochów	34	Brochów	SP Nr 80 ul. Polna 4	26
9	Leśnica	24	Leśnica	SP Nr 51 ul. Krępicka 50	17
10	Karłowice	68	Karłowice	SP Nr 83 al. T. Boya-Żeleńskiego 32	26
11	Pilczyce	34	Pilczyce	SP Nr 19 ul. Koszykarska 2/4	17
12	Borek	44	Borek	SP Nr 47 ul. Januszowicka 35/37	11
13	Popowice	105	Popowice	SP Nr 3 ul. Bobrza 27	15
14	Sępolno	68	Sępolno	SP Nr 45 ul. R. Krajewskiego 1	7
15	Huby	123	Huby	SP Nr 73 ul. Gliniana 30	21
16	Gajowice	146	–	–	0
17	ul. Skłodowskiej-Curie, pl. Grunwaldzki	48	Okolice pl. Grunwaldzkiego	SP Nr 12 ul. Z. Janiszewskiego 14	15

18	ul. S. Wyszyńskiego	86	okolice ul. Wyszyńskiego	SP Nr 1 ul. Nowowiejska 78	10
				SP Nr 107 ul. B. Prusa 64/74	15
19	ul. Pułaskiego, Piłsudskiego, Tęczowa	101	okolice ul. Tęczowej	SP Nr 97 ul. Prosta 16	21
20	ul. Pomorska, Dubois	72	okolice ul. Pomorskiej i Dubois	SP Nr 58 ul. Składowa 2/4	22
21	–	0	Gaj	SP Nr 90 ul. Orzechowa 62	17
Razem		1481	Razem		363



Rys. 1. Rejony Wrocławia, w których przeprowadzono badania opinii mieszkańców w latach 1996–1997 i 2007. Numeracja rejonów według tabeli 1

W każdej szkole badania przeprowadzono wśród rodziców dzieci jednej z klas I–VI. Formularze ankiet w liczbie odpowiadającej liczebności klasy przekazano za pośrednictwem nauczycieli (wychowawców) bądź bezpośrednio na zebraniach i konsultacjach. Ostatecznie na ogólną liczbę przekazanych 567 ankiet wypełnione zostały 363 kwestionariusze (64,02%), co należy uznać za stosunkowo dobry wynik.

### **2.2.2. Formularz ankiety**

W ankiecie przeprowadzonej w szkołach – w odróżnieniu od ankiety internetowej – nie było możliwości zróżnicowania formularza w zależności od miejsca zamieszkania respondentów (we Wrocławiu lub poza Wrocławiem). W związku z tym przygotowano jeden uniwersalny kwestionariusz dla wszystkich ankietowanych w formie trzech zszytych kart formatu A4. Jego wzór zamieszczono na końcu pracy.

### **2.2.3. Sposób liczenia odpowiedzi**

Zwrócone przez respondentów formularze ankiet zamieniono na postać cyfrową, przepisując je do arkusza kalkulacyjnego i zliczono podobnie jak odpowiedzi na pytania ankiety internetowej.

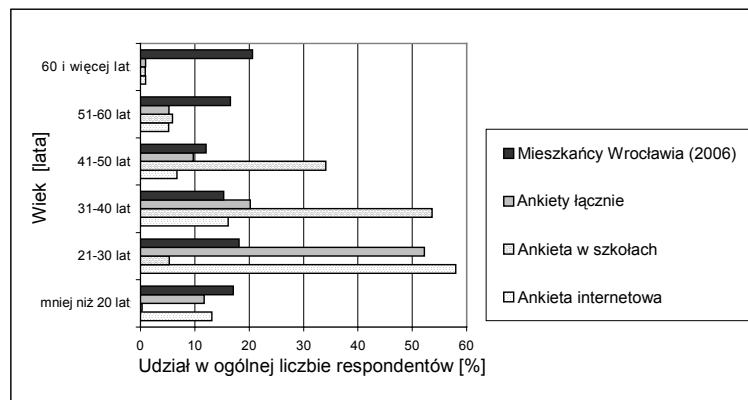
### **3. Wizerunek Wrocławia w opinii mieszkańców**

W tym rozdziale przedstawiono wyniki badań prowadzonych wśród mieszkańców Wrocławia. Zasadniczą treścią tej części pracy jest szczegółowa analiza odpowiedzi udzielonych przez respondentów w 2007 r. Uzupełnieniem tych informacji jest zamieszczone na końcu rozdziału porównanie otrzymanych wyników z wynikami badań prowadzonych przez E. Bagińskiego w latach 1996–1997 (Bagiński 1998).

Pod względem technik badawczych prezentowane dane stanowią kompilację wyników ankiety internetowej i ankiety przeprowadzonej za pośrednictwem szkół. Mimo istotnych różnic między tymi dwoma badaniami uzasadnione wydaje się traktowanie uzyskanych wyników łącznie. Przemawia za tym komplementarność obu grup respondentów pod względem struktury wieku, płci i wykształcenia (szczegółową charakterystykę próby przedstawiono w dalszej części tego rozdziału). Zastosowanie identycznego formularza w ankiecie internetowej i w ankiecie przeprowadzonej w szkołach pozwala na zestawienie wyników uzyskanych z tych dwóch źródeł. Podnosi to wiarygodność wyników badań i umożliwia wyciąganie uogólnionych wniosków. Dlatego 2925 uczestników ankiety internetowej i 363 uczestników ankiety tradycyjnej potraktowano łącznie jako jedną próbę.

#### **3.1. Charakterystyka próby przyjętej do badań**

Łącznie w ankiecie internetowej i w badaniu prowadzonym za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach miasta wzięło udział 3288 mieszkańców, co stanowi 0,52% ludności Wrocławia. Strukturę wieku respondentów i mieszkańców miasta przedstawiono na rysunku 2. Wśród osób biorących udział w ankiecie internetowej zdecydowanie przeważają ludzie młodzi: do grupy wieku 21–30 lat należy łącznie 57,98% respondentów (1696 osób). Taki rozkład respondentów jest zgodny ze wskaźnikami wykorzystania Internetu przez poszczególne grupy wieku (zob. Batorski 2007, s. 281), więc można go uznać za typowy dla badań prowadzonych z użyciem sieci w ostatnich latach. Natomiast uczestnicy badania za pośrednictwem szkół podstawowych to w większości osoby w wieku 31–40 lat, stanowiące 53,63% respondentów (192 osoby) – wynika to z faktu, że ankietowani to głównie rodzice dzieci w wieku szkolnym.



Rys. 2. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: struktura wieku ludności Wrocławia i respondentów.

Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie o wiek: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 358.

Dane dla miasta Wrocławia z IV kwartału 2007 r. – populacja Wrocławia – 632 930 osób (GUS 2007–2008)

Jeśli by rozpatrywać łącznie ankietowanych przez Internet i za pośrednictwem szkół, to w zestawieniu z populacją całego miasta widoczne jest zdecydowane nadreprezentowanie grupy wieku 21–30 lat (o 34,11%) i znaczące niedoreprezentowanie osób powyżej 50. roku życia (łącznie o 31,08%). Pod względem struktury wieku przyjęta do badań próba nie jest więc reprezentatywna.

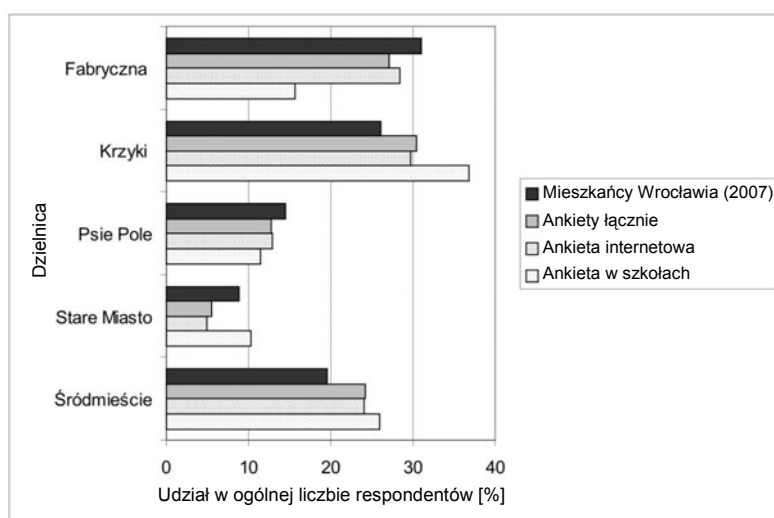
Znacznie lepiej wypada struktura płci respondentów, przedstawiona w tabeli 2. Rozkład płci osób wypełniających ankietę internetową jest stosunkowo wyrównany, z niewielką, 2-procentową przewagą mężczyzn. Z kolei w strukturze płci respondentów ankietowanych przez szkoły zaznacza się wyraźna dominacja kobiet. Połączenie prób uzyskanych z badania internetowego i badania w szkołach daje wynik zadowalający, odbiegający od struktury płci populacji Wrocławia jedynie o 0,73%. Pozwala to stwierdzić, że uzyskana próba jest reprezentatywna pod względem rozkładu płci.

Tabela 2. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: struktura płci ludności Wrocławia i respondentów.

Dane dla miasta Wrocławia z III kwartału 2007 r. (GUS 2007–2008)

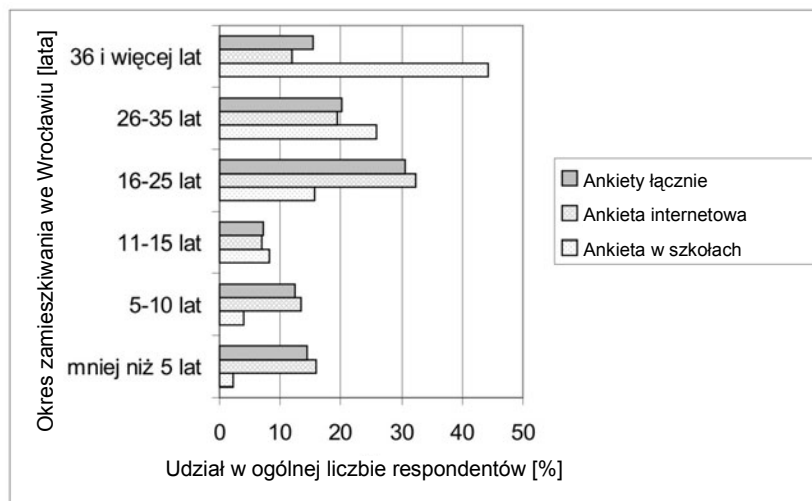
Płeć	Mieszkańcy Wrocławia ogółem		Respondenci					
			Internet		szkoły		łącznie	
	liczba	odsetek	liczba	odsetek	liczba	odsetek	liczba	odsetek
Kobiety	337 261	53,20	1436	49,09	286	80,11	1722	52,47
Mężczyźni	296 689	46,80	1489	50,91	71	19,89	1560	47,53
Razem	633 950	100	2925	100	357	100	3282	100

Rozkład miejsc zamieszkania wskazywanych przez respondentów przedstawiono na rysunku 3. Wynika z niego, że próba uzyskana w ankiecie internetowej jest bliższa rzeczywistej strukturze zamieszkania niż grupa respondentów biorących udział w ankietach prowadzonych za pośrednictwem szkół, co wiąże się z nielosowym (arbitralnym) doбором rejonów miasta wytypowanych do badań (zob. rozdział „Metoda badań”). Połączenie obu prób daje wyniki niewiele różniące się od rzeczywistej struktury zamieszkania, a niedoreprezentowanie lub nadreprezentowanie poszczególnych dzielnic nie przekracza 5%.



Rys. 3. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: miejsce zamieszkania ludności Wrocławia i respondentów w układzie dawnych dzielnic. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie o miejsce zamieszkania: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 351.  
Dane dla miasta Wrocławia z II kwartału 2007 r. – populacja Wrocławia – 633 950 osób  
(*Wrocław. Sytuacja...* 2007)

Dodatkowymi cechami respondentów, których jednak nie można zestawić z cechami całej populacji Wrocławia ze względu na brak danych, jest okres zamieszkiwania w mieście i wykształcenie. Obie te cechy wyraźnie różnicują analizowane grupy respondentów. Próba uzyskana w badaniach prowadzonych za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia jest zdecydowanie bardziej zasiedlona w mieście niż próba uzyskana w ankiecie internetowej: aż 70,00% (252 osoby) spośród ankietowanych przez szkoły i jedynie 31,21% (913 osób) spośród biorących udział w badaniu internetowym mieszka we Wrocławiu 26 i więcej lat (por. rys. 4).



Rys. 4. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: okres zamieszkiwania we Wrocławiu.

Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie o okres zamieszkiwania we Wrocławiu: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 360

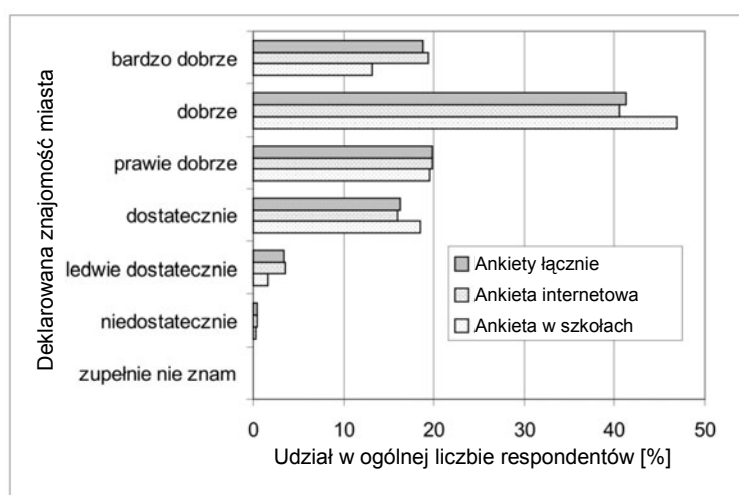
Okres zamieszkiwania w mieście jest silnie związany ze strukturą wieku respondentów, jednak zestawienie obu tych cech jest utrudnione ze względu na użycie różnych zestawów odpowiedzi (przedziałów czasowych) w poszczególnych pytaniach ankiety (por. rys. 2 i 4). Jeśli przyjąć, że osoby mieszkające w mieście co najmniej przez połowę swojego życia są z nim trwale związane, to wówczas okazuje się, że zasiedziały mieszkańcy jest wśród ankietowanych 62,68% (2061 respondentów). Grupa ta jest oczywiście zróżnicowana wewnątrz: statystycznie rzecz ujmując, respondenci w wieku 41 i więcej lat są o wiele mocniej związani z miastem (79,23% z nich, 412 osób mieszka we Wrocławiu przez większość swojego życia) niż respondenci poniżej 40. roku życia (59,68%, 1649 z nich mieszka we Wrocławiu przez większość swojego życia).

W zakresie poziomu wykształcenia respondentów największe różnice między obiema ankietami dotyczą wykształcenia średniego i wyższego. Zdecydowana większość ankietowanych za pośrednictwem szkół legitymuje się wykształceniem średnim – deklaruje tak 56,82% respondentów (204 osoby). Natomiast wśród osób biorących udział w ankiecie internetowej najliczniejszą grupę stanowią respondenci z wykształceniem wyższym, których jest 46,05% (1347 osób). Jest to powszechne zjawisko, ponieważ z nowych technologii najczęściej korzystają osoby z wyższym wykształceniem (Batorski 2007, s. 281). Wskaźnik wykształcenia podstawowego w obu próbach jest zbliżony i oscyluje w okolicach 5%.

### 3.2. Deklarowana znajomość miasta

Pomiar wiedzy o mieście jest pierwszym etapem badania jego wizerunku (zob. Bagiński 1998, Florek 2006). Deklarowana przez respondentów znajomość miasta jest oczywiście wynikiem ich subiektywnej oceny, jednak przy założeniu szczerości i dobrej woli osób badanych może służyć do weryfikacji odpowiedzi udzielonych na inne pytania ankiety.

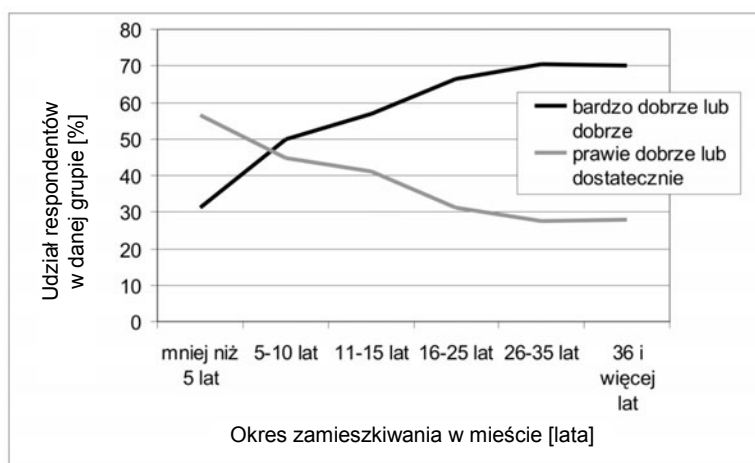
Stopień ogólnej znajomości Wrocławia wśród mieszkańców biorących udział w badaniach jest wysoki. Łącznie 59,98% respondentów (1972 osoby) deklaruje, że zna Wrocław bardzo dobrze lub dobrze, zaś kolejne 36,01% (1184 osoby) – prawie dobrze lub dostatecznie. Wyniki obu ankiet są pod tym względem bardzo zbliżone, co obrazuje rysunek 5. Można więc uznać, że w grupie badanych 3288 mieszkańców poziom znajomości miasta jest na tyle wysoki, że odpowiedzi na pozostałe pytania są poparte rzeczywistą wiedzą na temat miasta, jego przestrzeni i jego problemów.



Rys. 5. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: deklarowana znajomość Wrocławia. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie „W jakim stopniu, według własnej oceny, zna Pani/Pan całe miasto Wrocław?”, to w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 363

Poziom znajomości Wrocławia jest ściśle związany z okresem zamieszkiwania w mieście. Większość respondentów mieszkających w mieście 16 lat i dłużej zna Wrocław bardzo dobrze lub dobrze, podczas gdy osoby mieszkające 15 lat lub krócej przeważnie znają miasto w stopniu dostatecznym lub prawie dobrym (rys. 6).

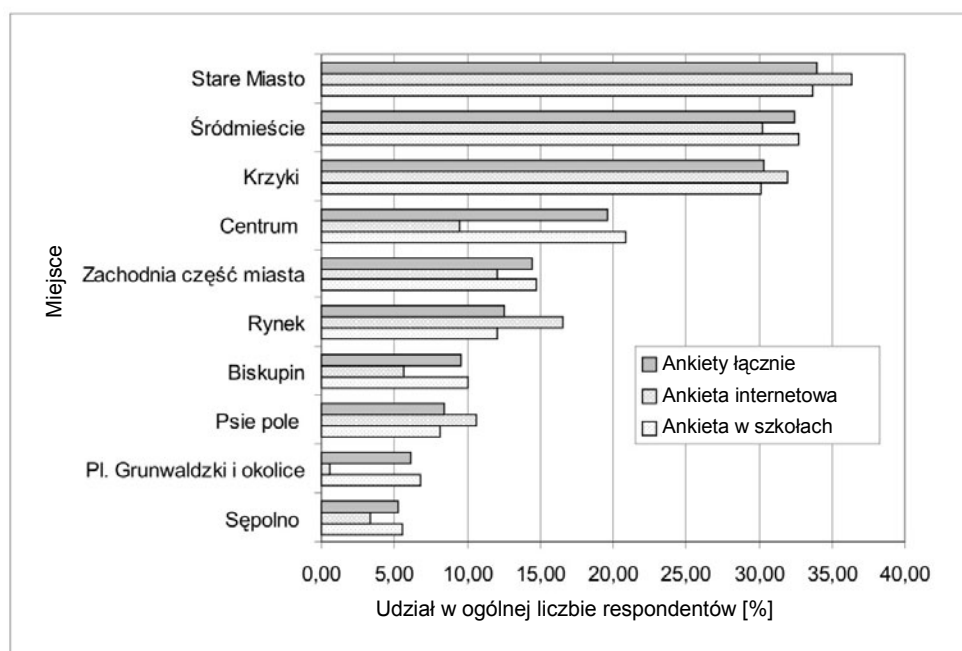




Rys. 6. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: stopień znajomości Wrocławia a okres zamieszkiwania w mieście. Próba: 3285 osób (2925 respondentów ankiety internetowej i 360 respondentów ankiety przeprowadzonej za pośrednictwem szkół). Nie uwzględniono pojawiających się sporadycznie odpowiedzi „niedostatecznie” i „zupełnie nie znam”

Deklarowana przez respondentów znajomość całego Wrocławia obejmuje nie tylko przestrzeń miasta, ale i wiele aspektów niematerialnych, takich jak zakres oferowanych usług, postawy mieszkańców, wydarzenia kulturalne. Taką właśnie wszechstronną wiedzę na temat Wrocławia badani wykazują wielokrotnie w różnych częściach ankiety (zob. zwłaszcza odpowiedzi na pytania „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?” oraz „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”). Jednak, aby dostrzec pozaprzestrzenne walory miasta, trzeba najpierw wykazać się znajomością jego fizycznej tkanki: najważniejszych ulic i placów, charakterystycznych obiektów i obszarów. Dlatego kolejne pytanie dotyczyło miejsc, które ankietowani znają najlepiej. Jak pokazano na rysunku 7, najbardziej znane jest mieszkańcom Stare Miasto (34,00%, 1116 osób), Śródmieście<sup>19</sup> (32,48%, 1066 osób) i Krzyki (30,32%, 995 osób). Respondenci uczestniczący w obu badaniach są w zasadzie zgodni co do trzech najlepiej znanych im miejsc, a pewne różnice między ankietą internetową i ankietą przeprowadzoną w szkołach pojawiają się dopiero na dalszych pozycjach.

<sup>19</sup> Nazwa „Śródmieście” zgodnie z definicją słownikową obejmuje swym znaczeniem również rejony Starego Miasta, jednak w prezentowanych badaniach jako „Śródmieście” respondenci rozumieją prawdopodobnie dawną dzielnicę, na którą składa się przede wszystkim osiedle Nadodrże, Ołbin i plac Grunwaldzki.



Rys. 7. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: miejsca we Wrocławiu, które respondenci znają najlepiej. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie „Która część Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?”: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 357

Nie dziwi fakt, że wśród miejsc najlepiej znanych respondentom dominują obszary centralne w mieście: Stare Miasto, Śródmieście, centrum<sup>20</sup> i Rynek pojawiają się w wypowiedziach ankietowanych mieszkańców łącznie 3237 razy, co stanowi 40,80% wszystkich odpowiedzi udzielonych na to pytanie.

Szerszego komentarza wymaga niemal powszechna – według wyników ankiety – znajomość Krzyków. Przez wiele lat, do reformy administracyjnej z 1991 r., Krzyki były jedną z pięciu oficjalnych dzielnic Wrocławia<sup>21</sup> i prawdopodobnie w świadomości mieszkańców utrwały się jako południowa część miasta, sięgająca od linii kole-

<sup>20</sup> Na potrzeby tej pracy pojęcie „centrum” definiuje się jako obszar pomiędzy trzema historycznymi dworcami kolejowymi Wrocławia: Głównym, Nadodrze i Świebodzkim. W określonych sytuacjach zakres tego terminu można rozszerzyć aż do dworca Wrocław Mikołajów.

<sup>21</sup> Po reformie administracyjnej Krzyki stanowią łącznie z Partynicami stosunkowo niewielkie osiedle położone przy południowej granicy miasta. Podział Wrocławia na dzielnice funkcjonuje do dziś nie tylko w świadomości mieszkańców, ale i w statystyce: Urząd Statystyczny we Wrocławiu publikuje co kwartał dane z zakresu demografii w układzie dawnych dzielnic (zob. *Wrocław. Sytuacja...* 2007).

jowej do granic miasta. Taki właśnie szeroki zakres przestrzenny Krzyków wciąż funkcjonuje w opinii respondentów, a co za tym idzie, deklarowany przez respondentów wysoki stopień znajomości tej części Wrocławia dotyczy obszarów położonych bliżej centrum, które niegdyś należały do dzielnicy Krzyki, a dziś stanowią odrębne, mniejsze osiedla (np. Powstańców Śląskich, Borek, Przedmieście Oławskie). Trudno zatem w tym przypadku jednoznacznie zinterpretować wyniki ankiety.

O trwałości dawnego podziału administracyjnego miasta świadczy również fakt, że w wypowiedziach respondentów często pojawia się nieistniejąca dzielnica Fabryczna. W tym wypadku nie ma wątpliwości, że chodzi o zachodnią część miasta, ponieważ we Wrocławiu nie ma osiedla o tej samej nazwie. Mając na względzie potrzebę agregacji danych odnoszących się do tej samej części miasta, odpowiedzi „dzielnica Fabryczna” zaliczono do grupy „zachodnia część miasta”.

W odpowiedziach respondentów pojawia się wiele innych nazw obiegowych, które nie funkcjonują w oficjalnej nomenklaturze, np. „Kosmonautów” jest nazwą zwyczajową osiedla Gądów. Większość z nich można przyporządkować obowiązującemu podziałowi miasta na osiedla i taką właśnie zasadę przyjęto w analizie wyników obu ankiet.

Interesujące wyniki daje zestawienie miejsc zamieszkania respondentów z miejscami, które znają oni najlepiej (tab. 3). Porównania dokonano dla wybranych, reprezentatywnych rejonów miasta – tych samych, w których przeprowadzone były badania za pośrednictwem szkół podstawowych. Można z niego wywnioskować, że swoje osiedle najlepiej znają mieszkańcy Borka i Starego Miasta (w obu przypadkach ponad 80% respondentów wskazało własny rejon jako najlepiej znaną część miasta).

Tabela 3. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: miejsca najlepiej znane respondentom w wybranych częściach miasta. Uwzględniono jedynie trzy najczęściej wymieniane miejsca

Rejon	Liczba respondentów ogółem	Trzy części miasta najlepiej znane respondentom					
		liczba odpowiedzi	odsetek respondentów	liczba odpowiedzi	odsetek respondentów	liczba odpowiedzi	odsetek respondentów
Borek	77	Krzyki		Stare Miasto		Śródmieście	
		63	81,82	25	32,47	20	25,97
Brochów	25	Krzyki		centrum		Stare Miasto	
		9	36,00	8	32,00	4	16,00
Gaj	166	Krzyki		Stare Miasto		Gaj	
		99	59,64	46	27,71	42	25,3
Huby	102	Krzyki		Stare Miasto		Śródmieście	
		61	59,80	42	41,18	31	30,39
Karłowice	116	Karłowice		Stare Miasto		Śródmieście	
		68	58,62	36	31,03	35	30,17
Księża Małe	56	Krzyki		Stare Miasto		Księża	
		20	35,71	18	32,14	14	25,00

Leśnica	69	zachodnia część miasta		Leśnica		Stare Miasto	
		30	43,48	23	33,33	22	31,88
Okolice ul. Jedności Narodowej, Pomorskiej i Dubois	63	Śródmieście		Stare Miasto		Rynek	
		40	63,49	26	41,27	12	19,05
Okolice ul. Wyszynskiego	254	Śródmieście		Stare Miasto		Ołbin	
		196	77,17	108	42,52	43	16,93
Pilczyce	37	Pilczyce		zachodnia część miasta		Krzyki	
		15	40,54	14	37,84	8	21,62
Okolice pl. Grunwaldzkiego	207	Śródmieście		Stare Miasto		pl. Grunwaldzki i okolice	
		138	66,67	70	33,82	35	16,91
Popowice	67	Popowice		zachodnia część miasta		Stare Miasto	
		25	37,31	25	37,31	24	35,82
Okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej	93	Stare Miasto		Krzyki		Śródmieście	
		48	51,61	40	43,01	30	32,26
Okolice ul. Tęczowej	70	Stare Miasto		Krzyki		Centrum	
		43	61,43	18	25,71	16	22,86
Psie Pole	112	Psie Pole		Śródmieście		Stare Miasto	
		83	74,11	36	32,14	30	26,79
Sępolno	63	Sępolno		Śródmieście		Biskupin	
		31	49,21	23	36,51	19	30,16
Stare Miasto	21	Stare Miasto		Rynek		zachodnia część miasta	
		18	85,71	4	19,05	4	19,05

Uwagi:

Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jedną odpowiedź.

Widoczna jest również ogólna zależność między miejscem zamieszkania a stopniem znajomości obszarów centralnych Wrocławia. Najlepiej obszary te znają mieszkańcy Ołbina, Nadodrza i Borka, gdzie statystycznie każdy respondent wymienił przynajmniej jeden z obszarów: Stare Miasto, Śródmieście, centrum i Rynek. Natomiast w odpowiedziach mieszkańców Leśnicy, Popowic i Pilczyc – rejonów bardziej oddalonych od centrum – Stare Miasto zajmuje dopiero trzecią lub czwartą pozycję. Na koniec trzeba zauważyć, że również w tym zestawieniu trudno zinterpretować odpowiedzi dotyczące Krzyków, ponieważ nie wiadomo, czy ankietowani mieli na myśli dawną dzielnicę czy obecne osiedle.

### 3.3. Wrocław lubiany i nielubiany

Punktem wyjścia do badań wizerunku miasta jest ustalenie ogólnego stosunku respondentów do miasta, ich nastawienia emocjonalnego. Z badań prowadzonych we Wrocławiu w maju i czerwcu 2007 r. wynika, że miasto jest lubiane przez swoich mieszkańców: na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?” twierdząco odpowiedziało łącznie 96,08% ankietowanych (3159 osób), przecząco zaś 3,92% (129 osób)<sup>22</sup>. Powody lubienia lub nielubienia miasta przedstawiono w tabeli 4 i 5.

Tabela 4. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: powody, dla których respondenci lubią Wrocław

Odpowiedź na pytanie „Dlaczego?” (lubi Pani/Pan Wrocław)	Liczba odpowiedzi	Odsetek respondentów	Odsetek odpowiedzi
Ładne, piękne miasto, podoba mi się	869	27,51	12,62
Atmosfera, niezwykle klimat	751	23,77	10,91
Sympatyczni, życzliwi mieszkańcy	547	17,32	7,95
Mieszkam tu od wielu lat, przywiązanie	460	14,56	6,68
Architektura, dużo zabytków i ciekawych miejsc	387	12,25	5,62
Szeroka oferta kulturalna i rozrywkowa, wiele możliwości odpoczynku	332	10,51	4,82
Dużo zieleni, parki	331	10,48	4,81
Miasto przyjazne dla mieszkańców, dobrze się w nim mieszka	298	9,43	4,33
Rozwój gospodarczy	271	8,58	3,94
Żywe miasto, tętniące życiem	244	7,72	3,54
Interesujące, niepowtarzalne miasto	242	7,66	3,52
Moje miasto, mój dom, „mała ojczyzna”	238	7,53	3,46
Inne*	1865	59,05	27,09
Trudno powiedzieć/nie wiem/po prostu lubię	49	1,55	0,71
Razem	6884	217,92	100

Uwagi:

Tabela zawiera odpowiedzi udzielone przez osoby lubiące Wrocław. Uwzględniono jedynie powody wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Odsetki respondentów nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy lubią Wrocław i odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2805, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 354.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

<sup>22</sup> Taki rozkład odpowiedzi wpływa w istotny sposób na wyniki innych części ankiety, co zaznaczono w odpowiednich miejscach.

Tabela 5. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: powody, dla których respondenci nie lubią Wrocławia

Odpowiedź na pytanie „Dlaczego?” (nie lubi Pani/Pan Wrocławia)	Liczba odpowiedzi	Odsetek respondentów	Odsetek odpowiedzi
Korki, zła komunikacja w mieście	44	34,11	21,36
Brud i bałagan	21	16,28	10,19
Nieprzyjaźni ludzie	13	10,08	6,31
Zła komunikacja miejska	13	10,08	6,31
Długotrwałe remonty i budowy	10	7,75	4,85
Tłok, za dużo ludzi	9	6,98	4,37
Mało zieleni, zaniedbana zielen	8	6,20	3,88
Zaniedbane	8	6,20	3,88
Hałas	7	5,43	3,40
Ponure miasto	7	5,43	3,40
Inne*	64	49,60	31,08
Trudno powiedzieć/nie wiem	2	1,55	0,97
Razem	206	159,69	100

Uwagi:

Tabela zawiera odpowiedzi udzielone przez osoby nie lubiące Wrocławia. Uwzględniono jedynie powody wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Odsetki respondentów nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy nie lubią Wrocławia i odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 120, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 9.

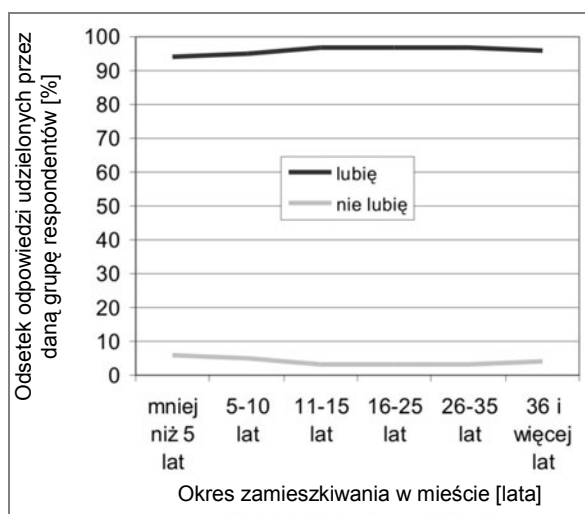
\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Najczęściej podawane powody, dla których respondenci lubią Wrocław, to uroda miasta, panująca w nim atmosfera oraz życzliwi mieszkańcy. Natomiast powody, dla których Wrocław jest nie lubiany, to przede wszystkim: korki na ulicach, brud i nieprzyjazne nastawienie innych mieszkańców. Warto zwrócić uwagę na zdecydowaną dominację odpowiedzi „korki, zła komunikacja w mieście” w wypowiedziach respondentów nie lubiących miasta: wskazuje ją ponad dwa razy więcej osób niż drugą w kolejności odpowiedź „brud i bałagan”. Najwyraźniej utrudnienia w ruchu drogowym są szczególnie przykrym doświadczeniem dla mieszkańców Wrocławia, a przez to stają się głównym źródłem niezadowolenia z miasta. W wypowiedziach osób lubiących Wrocław żaden czynnik nie dominuje w tak znaczącym stopniu.

W wypowiedziach respondentów zadowolonych z życia we Wrocławiu zwracają uwagę częste przejawy lokalnego patriotyzmu oraz przywiązania do miasta. Postawy te wyrażane są wprost („moja mała ojczyzna”, „lokalny patriotyzm”, „przywiązanie”, „przyzwyczajenie”) lub pośrednio („moje miasto”, „mój dom”, „mieszkam tu od wielu lat”) i łącznie stanowią 10,14% wszystkich odpowiedzi (698 wskazań). Ale jaki jest właściwie związek tego rodzaju wypowiedzi z pytaniem „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”. Czy przyzwyczajenie może być powodem do zadowolenia z miejsca

zamieszkania? Czy lokalny patriotyzm nie jest raczej wynikiem lubienia miasta niż jego źródłem? Można z tego pomieszenia pojęć wyciągnąć jeden ogólny wniosek: mieszkańcy zadowoleni ze swojego miasta potrafią znaleźć wiele (nie tylko racjonalnych) powodów, dla których warto lubić Wrocław.

Istotne jest również to, że wśród najważniejszych powodów, dla których respondenci lubią Wrocław, dużą część stanowią argumenty pozaprzestrzenne, niematerialne. Kategorie takie jak „atmosfera, niezwykły klimat”, „sympatyczni mieszkańcy”, „miasto przyjazne dla mieszkańców”, „żywe miasto, tętniące życiem”, „interesujące, niepowtarzalne miasto”, łącznie ze wspomnianym już przywiązaniem do miasta i lokalnym patriotyzmem dają 40,39% odpowiedzi (2780 wskazań)<sup>23</sup>. Natomiast wśród powodów nielubienia Wrocławia argumentów niematerialnych jest znacznie mniej – zaliczyć do nich można chyba tylko dwie kategorie: „nieprzyjaźni ludzie” i „ponure miasto”, stanowiące łącznie 9,71% odpowiedzi (20 wskazań). Widać więc wyraźnie, że osoby niezadowolone z miasta koncentrują się na doświadczanych mankamentach życia we Wrocławiu. Być może dlatego nie potrafią dostrzec jego walorów pozaprzestrzennych, tak przecież cenionych przez mieszkańców lubiących miasto.

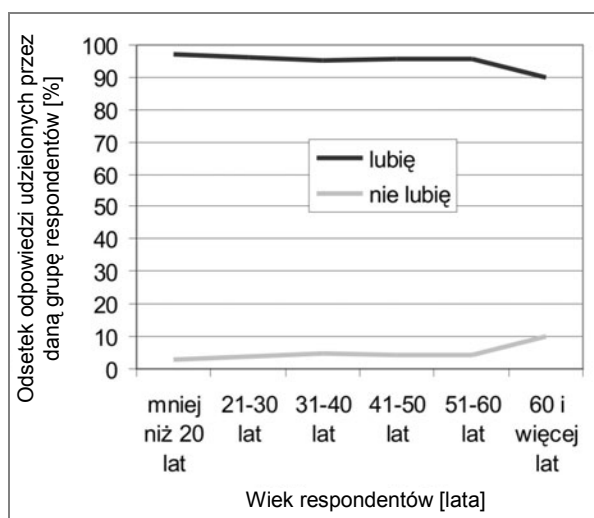


Rys. 8. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: respondenci lubiący i nielubiący Wrocławia a okres zamieszkiwania w mieście. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 363

<sup>23</sup> Odpowiedzi tego rodzaju pojawiają się wielokrotnie w innych częściach ankiety, na co zwrócono uwagę w dalszych partiach tekstu.

Na koniec rozważań o przyczynach lubienia lub nielubienia Wrocławia można zauważyć, że osoby negatywnie nastawione do miasta są bardziej oszczędne w słowach – każda z nich podaje średnio tylko 1,60 odpowiedzi na pytanie „Dlaczego?”, podczas gdy osoby lubiące miasto – średnio 2,18 odpowiedzi. Zjawisko to wydaje się zrozumiałe, ponieważ respondenci zadowoleni z życia we Wrocławiu prawdopodobnie chętniej dzielą się swoimi spostrzeżeniami niż mieszkańcy deklarujący negatywny stosunek do miasta.

Aby pełniej zinterpretować odpowiedzi na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”, należy skonfrontować je z okresem zamieszkiwania w mieście oraz z wiekiem respondentów. Zestawienia takie pokazano na rysunkach 8 i 9, gdzie widoczne są pewne zależności między lubieniem lub nielubieniem miasta a cechami samych respondentów.



Rys. 9. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: respondenci lubiący i nie lubiący Wrocławia a wiek respondentów.  
Liczba osób, które odpowiedziały na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 363

Jak widać, wraz z wiekiem wzrasta odsetek osób nie lubiących Wrocławia (od 2,86% wśród ankietowanych liczących mniej niż 20 lat do 10,00% wśród respondentów powyżej 60. roku życia). Z kolei w zestawieniu według okresu zamieszkiwania w mieście występuje (z niewielkimi odchyleniami) tendencja odwrotna: im dłużej respondenci mieszkają w mieście, tym bardziej je lubią (od 94,29% wśród ankietowanych mieszkających mniej niż 5 lat do 96,97% wśród osób mieszkających



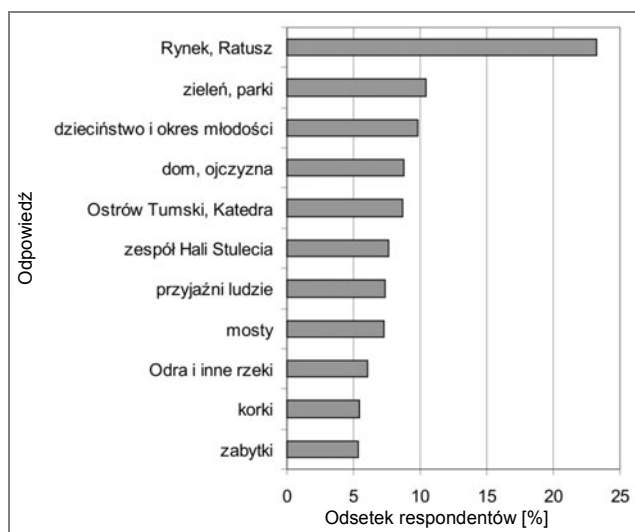
26–35 lat). Jest to dlatego zaskakujące, że statystycznie rzecz ujmując, starsi respondenci zazwyczaj mieszkają w mieście dłużej niż respondenci młodszy (zob. rozdział „Metoda badań”), więc oba wykresy powinny pokazywać podobne tendencje. Prawdopodobnie widoczna rozbieżność jest efektem pewnych niuansów w poszczególnych grupach wieku i okresach zamieszkiwania respondentów, w tym również dużego niedoreprezentowania niektórych przedziałów wieku. Dlatego bezpieczniej jest interpretować każdy wykres osobno.

Jeśli chodzi o zależność między lubieniem i nielubieniem miasta a wiekiem respondentów, to wzrost negatywnego nastawienia do Wrocławia wśród osób starszych jest zapewne związany z ogólnym niezadowoleniem z życia w mieście, z poszukiwaniem spokoju i wytchnienia, którego rozwijający się dynamicznie Wrocław nie daje. Z kolei osoby młode chętnie korzystają z szerokiej oferty zawodowej, usługowej, kulturalnej i rekreacyjnej miasta i stąd prawdopodobnie widoczne w tej grupie zadowolenie z Wrocławia. Nadto młodzi ludzie bardziej spontanicznie wyrażają swoje opinie, co również nie pozostaje bez wpływu na wyniki ankiety.

Zależność między okresem zamieszkiwania a lubieniem i nielubieniem miasta wskazuje, że osoby przybyłe do Wrocławia stosunkowo niedawno widzą więcej powodów do niezadowolenia z miasta niż wieloletni mieszkańcy. Może to być związane z postrzeganiem Wrocławia przez pryzmat poprzedniego miejsca zamieszkania, co – niezależnie, jakie było to poprzednie miejsce zamieszkania – wpływa niekorzystnie na ocenę wielkiego miasta, a tym bardziej miasta przechodzącego wszechstronną transformację. Natomiast osobom przywykłym do życia we Wrocławiu prawdopodobnie łatwiej pogodzić się z codziennymi uciążliwościami środowiska miejskiego i stąd ocen negatywnych jest nieco mniej.

### 3.4. Skojarzenia związane z Wrocławiem

Test skojarzeń swobodnych, podczas którego respondenci podają swoje niczym nieograniczone asocjacje z danym miejscem, jest podstawowym elementem badania wizerunku miasta (Kotler i in. 1999, Florek 2006). Przeprowadzone w 2007 r. badania wskazują, że zdecydowanie najważniejszym skojarzeniem dotyczącym Wrocławia jest Rynek z ratuszem i Stare Miasto (łącznie 757 odpowiedzi udzielonych przez 23,01% respondentów). Na drugim miejscu w wynikach ankiet znalazła się zieleń miejska (10,31% respondentów, 339 odpowiedzi), na trzecim zaś – wspomnienia z dzieciństwa (9,70% respondentów, 319 odpowiedzi) (rys. 10, tab. 6). Wyraźnie widoczna przewaga Rynku i ratusza, który otrzymał dwukrotnie więcej głosów niż druga w kolejności „zieleń, parki”, potwierdza, że wrocławski Rynek jest niezwykle silnym akcentem wizerunku miasta, stanowi swego rodzaju ikonę Wrocławia.



Rys. 10. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 330

Tabela 6. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Rynek, ratusz, Stare Miasto	62	10,93	695	11,79	757	11,71
Zieleń, parki	33	5,82	306	5,19	339	5,24
Dzieciństwo i okres młodości	24	4,23	295	5,00	319	4,94
Dom, ojczyzna	25	4,41	260	4,41	285	4,41
Ostrów Tumski, katedra	51	8,99	231	3,92	282	4,36
Zespół Hali Stulecia*	31	5,47	217	3,68	248	3,84
Przyjaźni ludzie, życzliwi mieszkańcy	3	0,53	237	4,02	240	3,71
Mosty	38	6,70	200	3,39	238	3,68
Odra i inne rzeki	14	2,47	184	3,12	198	3,06
Korki	13	2,29	163	2,76	176	2,72

Zabytki, historyczna architektura	41	7,23	134	2,27	175	2,71
Inne**	231	40,74	2905	49,26	3136	48,51
Trudno powiedzieć/ nie wiem	1	0,18	54	0,92	55	0,85
Z niczym	0	0,00	16	0,27	16	0,25
Razem	567	100	5897	100	6464	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 330.

\* Z pergolą i iglicą.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?” można podzielić na trzy grupy: skojarzenia pozytywne (określenia nacechowane emocjonalnie, świadczące o pozytywnym nastawieniu do miasta, np. poczucie bezpieczeństwa), skojarzenia neutralne (obiektywne, odwołujące się do stałych elementów przestrzeni miasta i jego cech charakterystycznych, np. stolica Dolnego Śląska) oraz skojarzenia negatywne (ujawniające krytycyzm wobec miasta i związane z negatywnymi doświadczeniami respondentów, np. brud). Wśród odpowiedzi udzielanych najczęściej znalazło się tylko jedno negatywne skojarzenie: korki (5,35% respondentów, 176 odpowiedzi) – problem we Wrocławiu powszechny, znany i doświadczany przez wszystkich mieszkańców w codziennych dojazdach do miejsc pracy, szkół i usług<sup>24</sup>. Natomiast w zbiorze wszystkich 99 dających się wyróżnić kategorii odpowiedzi, takich czysto negatywnych skojarzeń jest 17, pozytywnych zaś 19. Skojarzenia negatywne pojawiają się łącznie 386 razy, co stanowi 5,97% wszystkich odpowiedzi, skojarzenia pozytywne zaś 1572 razy, co stanowi 24,32% wszystkich odpowiedzi. Pozostałe 4506 odpowiedzi (69,71%) to skojarzenia neutralne. Na podstawie przytoczonych tu danych można stwierdzić, że Wrocław kojarzy się mieszkańcom bardziej pozytywnie niż negatywnie.

Stosunkowo najwięcej negatywnych skojarzeń z miastem mają osoby, które mieszkają we Wrocławiu krócej niż 5 lat (skojarzenia negatywne stanowią 11,09% odpowiedzi udzielonych w tej grupie), co jest prawdopodobnie następstwem postrzegania miasta przez pryzmat poprzedniego miejsca zamieszkania (była o tym mowa w analizie odpowiedzi na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”). Wyniki ankiet wskazują, że im dłuższy okres zamieszkiwania we Wrocławiu, tym mniej ne-

<sup>24</sup> Mimo to wielu respondentów w nadziei na lepszą przyszłość jest skłonnych zgodzić się na okresowe utrudnienia związane z remontami dróg (pisownia oryginalna): „teraz się pomęczymy trochę, za to później będziemy mieli przepiękne nowoczesne miasto”.

gatywnych skojarzeń z miastem. Trudno jednak doszukiwać się tu jakiejś ogólniejszej tendencji, ponieważ liczba odpowiedzi pozytywnych i neutralnych (obiektywnych) nie wykazuje tak wyraźnej zależności od okresu zamieszkiwania w mieście. Samo zaś zmniejszanie się odsetka skojarzeń negatywnych może być związane z przyzwyczajeniem mieszkańców do przestrzeni miasta i do warunków życia w nim panujących, co sprawia, że nie dostrzegają oni mankamentów, które dla osób z zewnątrz widoczne są na pierwszy rzut oka.

W odpowiedziach na pytanie „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?” obok charakterystycznych miejsc i budynków znalazło się sporo skojarzeń niematerialnych, które nie są bezpośrednio związane z przestrzenią miasta. Wskazania: „dzieciństwo i okres młodości”, „dom, ojczyzna”, „przyjaźni ludzie, życzliwi mieszkańcy” i inne pojawiły się łącznie 2918 razy, co stanowi 45,14% wszystkich odpowiedzi. Taki odsetek niemierzalnych cech miasta w jego wizerunku może być ważnym atutem w dalszym rozwoju gospodarczym i społecznym, ponieważ w globalnej gospodarce o atrakcyjności miasta coraz częściej decydują nie tylko jego walory ekonomiczne i przestrzenne, ale również elementy niematerialne, takie jak atmosfera, postawy mieszkańców itp. (zob. Kotler i in. 1999, PricewaterhouseCoopers 2007).

Interesujące wyniki daje zestawienie najczęstszych konotacji niematerialnych z okresem zamieszkiwania we Wrocławiu. Okazuje się, że skojarzenia takie częściej pojawiają się u osób mieszkających w mieście 16 lat lub dłużej (13,83%, 599 odpowiedzi udzielonych przez respondentów w tej grupie i 11,80%, 245 odpowiedzi udzielonych przez respondentów mieszkających we Wrocławiu 15 lat lub krócej). Wyniki badań sugerują więc, że mieszkańcy z dłuższym stażem mogą się wykazać głębszą, popartą doświadczeniem znajomością różnych – nie tylko widocznych gołym okiem – aspektów funkcjonowania miasta. Znamienne jest w tym kontekście skojarzenie „dom, ojczyzna”, występujące znacznie częściej u osób mieszkających we Wrocławiu 16 lat i dłużej niż u osób mieszkających 15 lat i krócej (odpowiednio 5,91%, 256 odpowiedzi i 1,40%, 29 odpowiedzi w każdej z grup).

W całym badaniu największą grupę odpowiedzi na to pytanie stanowią jednak materialne elementy miasta: budowle, przestrzenie, sposób zagospodarowania i użytkowania. Tego rodzaju skojarzenia pojawiają się w ankietach 3446 razy, co daje 53,31% wszystkich wskazań. W grupie najczęściej występujących odpowiedzi również najwięcej jest skojarzeń materialnych: „Rynek, Ratusz, Stare Miasto”, „zieleń, parki”, „Ostrów Tumski, Katedra”, „zespół Hali Stulecia”, „mosty”, „Odra i inne rzeki”, „korki”, „zabytki, historyczna architektura” to razem 2413 wskazań, a więc 37,33% wszystkich odpowiedzi (zob. tab. 6).

Obok konotacji materialnych i niematerialnych wyróżnić można jeszcze grupę skojarzeń związanych z postaciami historycznymi, przedstawicielami świata kultury, nauki i polityki. Znani wrocławianie (Jan Miodek, Hanna i Antoni Gucwińscy, Bogdan Zdrojewski, Rafał Dutkiewicz, Władysław Frasyniuk, Henryk Tomaszewski, Jerzy Grotowski) pojawiają się jednak w wypowiedziach respondentów sporadycznie,

wymieniani zaledwie w 0,70% wszystkich odpowiedzi (45 wskazań)<sup>25</sup>. Dzieje się tak prawdopodobnie dlatego, że w historii miasta nie było dotychczas postaci na tyle znaczącej, by stała się trwałym elementem jego wizerunku.

Interesujące skojarzenie znalazło się na 17. miejscu listy odpowiedzi ułożonej według liczby wskazań. Są to wrocławskie krasnale – rzeźby umieszczane od 2005 r. w różnych punktach miasta. Odpowiedź taką wskazało 3,90% ankietowanych (127 osób). Kojarzenie Wrocławia z tym nowym przedsięwzięciem kulturalno-artystycznym jest domeną osób młodych i tych, które mieszkają w mieście stosunkowo krótko: figurki te wymieniali przede wszystkim respondenci poniżej 20. roku życia i mieszkający we Wrocławiu krócej niż 5 lat (odpowiednio 5,47% i 7,61% ankietowanych w każdej z tych grup). Osoby starsze i mieszkające we Wrocławiu dłużej rzadko kojarzą miasto z krasnalami.

Należy zwrócić uwagę, że wypowiedzi respondentów często są nieuporządkowane, zawierają skojarzenia pozytywne na przemian z negatywnymi. Szczególnie wyraziste są tu następujące przykłady (pisownia oryginalna): „Korki na drogach, zabytki, architektura, studia, mnogość miejsc w które można się udać, niebotyczne ceny mieszkań”, „korki, brudne ulice, brak obwodnicy – miasto pełne ciężarówek, ładny rynek”, „korki, parki”, „korki, zieleń”. Ujawniają one niekiedy ambiwalentny, niejednoznaczny obraz miasta w świadomości mieszkańców.

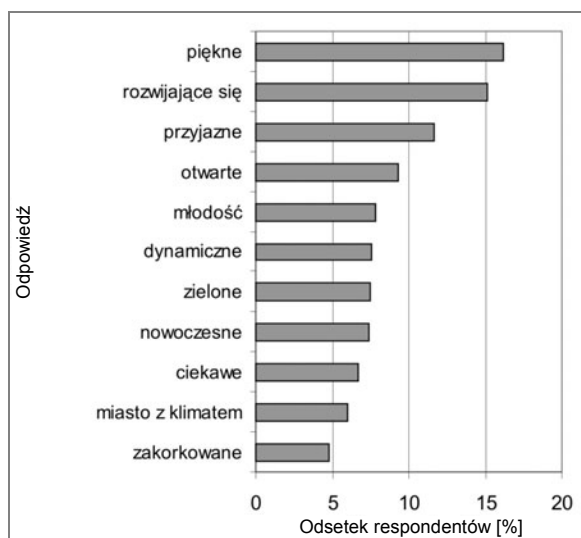
### 3.5. Wrocław w kilku słowach

Odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?” są dopełnieniem skojarzeń związanych z miastem. Charakter pytania sprawia, że tym razem określenia podawane przez respondentów koncentrują się niemal wyłącznie wokół niematerialnych cech Wrocławia: trzy najczęściej pojawiające się odpowiedzi to „piękne” (16,18% ankietowanych, 525 osób), „rozwijające się, rozwojowe” (15,16% ankietowanych, 492 osoby) i „przyjazne” (11,65% ankietowanych, 378 osób). Szczegółowy wykaz odpowiedzi podanych przez co najmniej 5% respondentów pokazano na rysunku 11 i w tabeli 7.

Wśród najczęściej występujących odpowiedzi jest tylko jedno określenie o zabarwieniu jednoznacznie negatywnym: „zakorkowane, zła komunikacja”, pojawiające się w 2,29% wszystkich odpowiedzi (156 wskazań). Również w zbiorze wszystkich 94 dających się wyróżnić kategorii, negatywnych słów jest niewiele – zaledwie 7 (oprócz korków są to określenia „zaniedbane”, „brudne”, „rozkopane”, „dziurawe drogi”, „przereklamowane”, „niebezpieczne”) i stanowią one 5,20% odpowiedzi (354 wskazania). Pozostałe określenia można uznać za pozytywne bądź neutralne.

---

<sup>25</sup> Odsetek ten jest na tyle niski, że nie daje się standaryzować i korelować z odpowiedziami na inne pytania.



Rys. 11. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedź „zakorkowane, zła komunikacja”. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 320

Tabela 7. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Piękne	65	9,76	460	7,50	525	7,72
Rozwijające się, rozwojowe	42	6,31	450	7,33	492	7,23
Przyjazne	26	3,90	352	5,74	378	5,56
Otwarte	21	3,15	281	4,58	302	4,44
Młodość, miasto młodych ludzi	17	2,55	236	3,85	253	3,72
Dynamiczne	17	2,55	228	3,72	245	3,60
Zielone	26	3,90	217	3,54	243	3,57
Nowoczesne, nowe	16	2,40	223	3,63	239	3,51
Ciekawe, interesujące	23	3,45	194	3,16	217	3,19
Miasto z klimatem, miasto z atmosferą	4	0,60	190	3,10	194	2,85
Zakorkowane, zła komunikacja	16	2,40	140	2,28	156	2,29

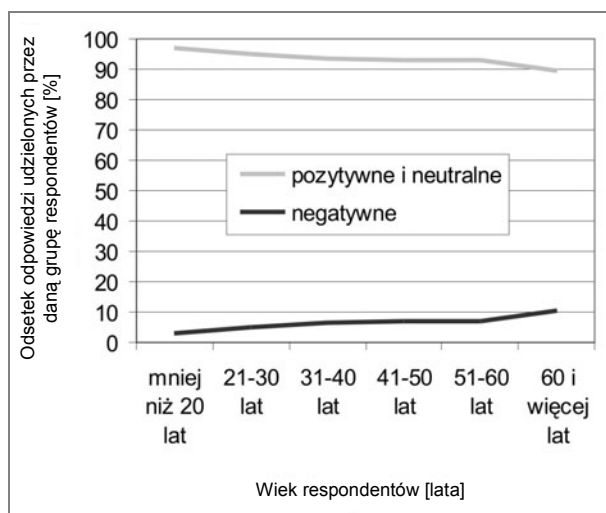
Inne*	393	59,01	3163	51,54	3556	52,27
Trudno powiedzieć/nie wiem	0	0	3	0,05	3	0,04
Razem	666	100	6137	100	6803	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedź „zakorkowane, zła komunikacja”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 320.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Duże dysproporcje między odpowiedziami pozytywnymi i negatywnymi wynikają z ogólniejszych postaw respondentów, wyrażających się między innymi w lubieniu lub nie lubieniu Wrocławia. Niemal jedna czwarta odpowiedzi udzielonych przez osoby nie lubiące miasta jest nacechowana negatywnie (24,87%, 49 wskazań), podczas gdy wśród osób lubiących Wrocław jest to jedynie niewielki odsetek (4,84%, 319 odpowiedzi). Ponieważ jednak osób nie lubiących miasta jest wśród respondentów stosunkowo niewiele, w ogólnym zestawieniu odpowiedzi negatywne pojawiają się rzadko. Ponadto po raz kolejny osoby nie lubiące miasta są bardziej oszczędne w słowach – każda z nich podaje średnio 1,53 odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?”. Osoby lubiące miasto podają statystycznie więcej odpowiedzi (średnio 2,09), co dodatkowo osłabia wpływ określeń negatywnych na ogólne wyniki ankiety.



Rys. 12. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: słowa określające Wrocław a wiek respondentów. Liczba ankietowanych, którzy odpowiedzieli na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?”: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 320

Zestawienie odpowiedzi o różnym nacechowaniu z okresem zamieszkiwania w mieście nie wskazuje na istnienie jakiegś wyraźnej zależności. Inaczej jest natomiast z wiekiem ankietowanych. Dane przedstawione na rysunku 12 dowodzą jednoznacznie, że im starsi respondenci, tym częściej wymieniają określenia negatywne: wśród odpowiedzi udzielonych przez osoby w wieku do 20 lat jest tylko 2,78% określeń negatywnych (łącznie 21 wskazań), zaś w odpowiedziach osób powyżej 60. roku życia określeń takich jest już 10,29% (łącznie 7 wskazań).

Wśród słów opisujących Wrocław sporą grupę stanowią określenia związane z wysoką rangą miasta w kraju i w regionie, które ogólnie można nazwać „metropolitalnymi”<sup>26</sup>. Chociaż Wrocław nie jest metropolią w pełnym tego słowa znaczeniu (a jeśli już, to metropolią niskiej rangi), to jednak w odpowiedziach respondentów jest wiele słów wskazujących na metropolitalny charakter Wrocławia: „nowoczesne”, „duże, wielkie”, „europejskie”, „miasto kultury”, „wielokulturowe”, „metropolia”, „miasto nauki, akademickie”, „innovacyjne”, „kosmopolityczne”. Łącznie stanowią one 13,91% wszystkich odpowiedzi (946 wskazań), co świadczy o tym, że mieszkańcy Wrocławia zdają sobie sprawę z rangi osadniczej swego miasta.

Na marginesie, na uwagę zasługuje fakt, że stosunkowo wielu respondentów (3,98%, 129 osób) odwołuje się do hasła promocyjnego miasta: „Wrocław – miasto spotkań” („Wrocław. The meeting place”). Świadczy to o skuteczności kampanii promocyjnej prowadzonej przez władze miasta od końca lat 90. XX w. Powstaje jednak pytanie, co kryje się pod tym hasłem, tak dobrze zapamiętanym przez ankietowanych: czy jest to tylko pusty slogan, czy – jak stwierdza jeden z respondentów – „to nie tylko hasło”. Sposób, w jaki respondenci rozumieją słowa „miasto spotkań”, wymaga jednak dodatkowych studiów i wykracza poza ramy tej pracy.

Na koniec warto przytoczyć szczególnie interesujące wypowiedzi niektórych respondentów, mające formę haseł opisujących w sposób lapidarny różne cechy Wrocławia, odwołujących się do historii miasta lub do jego unikalnego charakteru. Oto kilka przykładów (pisownia oryginalna): „to miasto, w którym można zrobić rzeczy, które gdzie indziej zostałyby uznane za nierealne lub niepotrzebne”; „niemiec zbudował, Niemiec zburzył, Polak poprawił, Polak nie potrafił”; „Zielone od drzew, niebieskie od wody, czerwone od cegieł gotyckich budowli”, „paw pośród polskich miast”, „Nieoficjalna stolica Polski”.

---

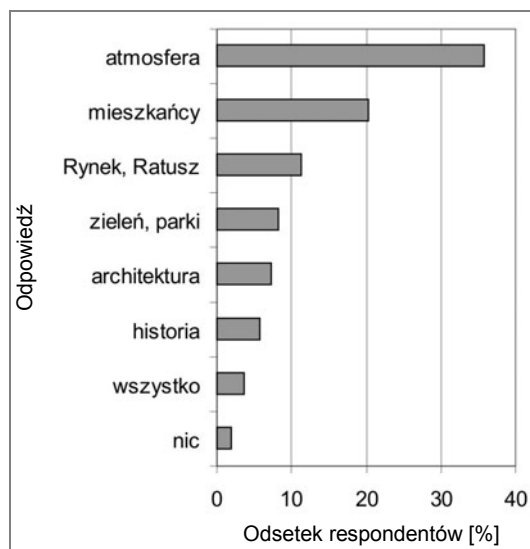
<sup>26</sup> Na potrzeby tej pracy przyjęto, że metropolia to duże miasto, cechujące się doskonałością usług i infrastruktury, potencjałem innowacyjnym w różnych dziedzinach i wyjątkowością miejsca, a jednocześnie odznaczające się silnymi powiązaniem międzynarodowymi, regionalnymi i lokalnymi (por. Jąłowicki 1999, Mironowicz 2006). Taka definicja jest oczywistym uproszczeniem, jednak w tym miejscu wydaje się wystarczająca.



### 3.6. Szczególne cechy Wrocławia

Kolejne pytanie ankiety „Co myślisz o Wrocławiu?” dotyczyło cech szczególnych miasta, decydujących o jego wyjątkowości i specyfice. Jest to jeden z kluczowych elementów wizerunku, mówiący o rozpoznawalności Wrocławia i o jego „marce”.

W opinii respondentów – mieszkańców miasta – zdecydowanie najbardziej szczególną cechą Wrocławia jest panująca w nim atmosfera (uważa tak łącznie 35,84% ankietowanych, 1160 osób). Odpowiedź tę wskazało niemal dwukrotnie więcej osób niż następną w kolejności kategorię „ludzie, mieszkańcy” (20,33% respondentów, 658 osób). Na trzecim miejscu znalazł się Rynek z ratuszem – najważniejszy symbol Wrocławia (11,28% respondentów, 365 osób)<sup>27</sup>. Tylko 1,95% ankietowanych (63 osoby) uznało, że miasto nie ma w sobie nic szczególnego (rys. 13, tab. 8).



Rys. 13. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedzi „wszystko” i „nic”. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 312

<sup>27</sup> Tak wysoka pozycja Rynku potwierdza wyniki badań innych autorów wskazujące, że centrum Wrocławia jest dla mieszkańców swoistym *sacrum*, które prezentują gościom i odwiedzającym z „największą odświętną dumą” (Kajdanek 2007, s. 229).

Tabela 8. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Atmosfera, niezwykle klimat	72	16,00	1088	21,51	1160	21,06
Ludzie, mieszkańcy (ogólnie)	20	4,44	638	12,62	658	11,95
Rynek, Ratusz	57	12,67	308	6,09	365	6,63
Zieleń, parki	12	2,67	257	5,08	269	4,88
Architektura (w tym zwłaszcza przedwojenne kamienice)	23	5,11	211	4,17	234	4,25
Interesująca historia	15	3,33	168	3,32	183	3,32
Inne*	233	51,78	2022	39,98	2255	40,95
Trudno powiedzieć/nie wiem	4	0,89	114	2,25	118	2,14
Wszystko, całe miasto jest szczególne	8	1,78	55	1,09	63	1,14
Nie ma nic	6	1,33	196	3,88	202	3,67
Razem	450	100	5057	100	5507	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedzi „wszystko” i „nic”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 312.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Już trzy najczęściej wymieniane przez respondentów cechy miasta świadczą o tym, jak szerokie jest spektrum odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”. Można wśród nich, podobnie jak wśród odpowiedzi na inne pytania ankiety, wyróżnić kilka grup: charakterystyczne obiekty (np. Rynek, Ostrów Tumski, parki<sup>28</sup>), różne grupy mieszkańców (np. studenci, władze lokalne) i wartości niematerialne (np. atmosfera, historia). Co więcej, odpowiedzi te mają określone zabarwienie emocjonalne (pozytywne, neutralne i negatywne). Poniżej scharakteryzowano wybrane odpowiedzi należące do każdej z tych grup.

<sup>28</sup> Respondenci na różne sposoby podkreślają odmiennność Wrocławia od innych dużych miast. Niektórzy stwierdzają po prostu, że Wrocław „ma to coś, czego nie mają inne miasta w Polsce”. Inni starają się uargumentować swoje stanowisko, czasem bardzo szczegółowo (pisownia oryginalna): „Trudno w mieście jest znaleźć miejsce, gdzie jest cisza i spokój. W naszym mieście jest to możliwe w Parku Szczytnickim, Południowym itp. oraz nad Odrą szczególnie na odcinku między ZOO, a Jazem Opatowickim”.

Wątkiem, który stosunkowo często pojawia się w wypowiedziach respondentów, jest ogólna „przyjazność” Wrocławia. Świadczą o tym następujące kategorie odpowiedzi: „ludzie, mieszkańcy (ogólnie)”, „otwartość”<sup>29</sup>, „życzliwość mieszkańców”, „każdy znajdzie coś dla siebie”, „dobre władze”, „tolerancja” i „spokój”. Stanowią one łącznie 20,01% odpowiedzi (1102 wskazania), co świadczy o wysokim udziale cech pozytywnych wśród wszystkich wyróżników Wrocławia.

Wspomniana kategoria „dobre władze” stanowi 0,96% wszystkich odpowiedzi (53 wskazania). Jest ona potwierdzeniem wyjątkowego statusu władz miejskich we Wrocławiu – warto przypomnieć, że w wyborach samorządowych w 2006 r. prezydent Rafał Dutkiewicz już w pierwszej turze uzyskał poparcie 85% głosujących, co jest najwyższym wynikiem w Polsce i świadczy o zadowoleniu mieszkańców z władzą miasta. Jednak nie wszyscy respondenci aprobaują działania władz – jeden z ankietowanych z żalem stwierdza, że Wrocław jest coraz mniej wyjątkowy, że „kreuje się miasto na klasycznego turystycznego hamburgera”.

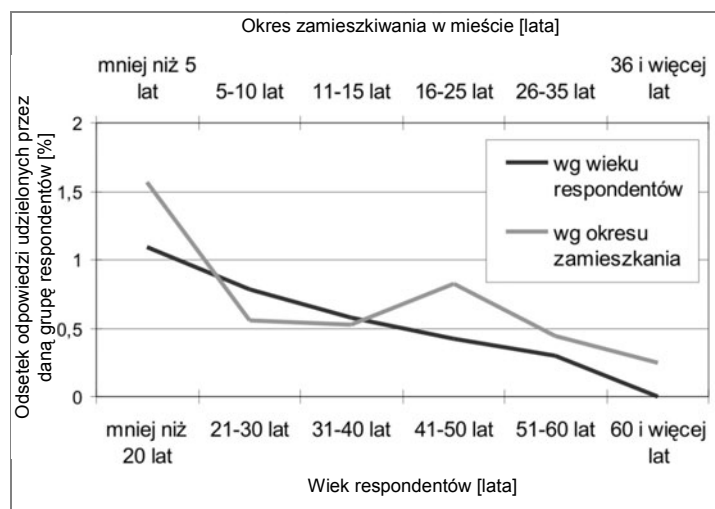
Chociaż odpowiedzi o zabarwieniu negatywnym jest wielokrotnie mniej niż odpowiedzi pozytywnych, to jednak nie można ich pominąć. Kategorie „korki”, „remonty i objazdy” oraz „dziurawe ulice” stanowią łącznie 0,85% wszystkich odpowiedzi (47 wskazań). Jak widać, wszystkie cechy negatywne uznane „przekornie” przez część respondentów za znak rozpoznawczy Wrocławia wiążą się z problemami komunikacyjnymi miasta<sup>30</sup>. Ze względu na niewielki odsetek, kategorie te trudno jest zestawiać z odpowiedziami na inne pytania. Pozostałe wymieniane przez respondentów szczególne cechy Wrocławia należą do odpowiedzi neutralnych, pozbawionych wyraźnego zabarwienia emocjonalnego.

Wśród elementów przestrzennych zaliczanych przez respondentów do cech charakterystycznych Wrocławia obok już wspomnianych (Rynek z ratuszem, parki, kamienice) szczególnie interesujące są krasnale – rzeźby umieszczane w różnych miejscach miasta od 2005 r. Podobnie jak w przypadku pytania dotyczącego skojarzeń związanych z Wrocławiem, także w tym pytaniu widoczna jest wyraźna zależność między odsetkiem odpowiedzi „krasnale” a wiekiem respondentów i okresem zamieszkiwania w mieście. Najczęściej o nowym projekcie mówią osoby młode i mieszkające w mieście od niedawna, najrzadziej zaś – osoby starsze i żyjące w nim stosunkowo długo (rys. 14). Wskazuje to, że w przyszłości krasnoludki mogą stać się ważnym elementem wizerunku miasta, chociaż obecnie jeszcze tak nie jest.

---

<sup>29</sup> O tolerancji i otwartości w interesujący sposób pisze jeden z respondentów, który dostrzega u wrocławian (pisownia oryginalna) „szacunek dla innych części polski, nawet Warszawy”. Inny ankietowany mówi z kolei o „tolerancji [względem] rodaków z różnych rejonów Polski”.

<sup>30</sup> Ogromna rola zagadnień transportowych w wizerunku Wrocławia ujawnia się szczególnie wyraźnie w ostatnim pytaniu ankiety „Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?”. Wśród propozycji respondentów trzy pierwsze to remonty dróg, budowa obwodnic i poprawa komunikacji zbiorowej.



Rys. 14. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: krasnale jako szczególna cecha Wrocławia a wiek respondentów i okres zamieszkiwania w mieście. Ogólna liczba odpowiedzi „krasnale”: 39 (wszystkie w ankiecie internetowej)

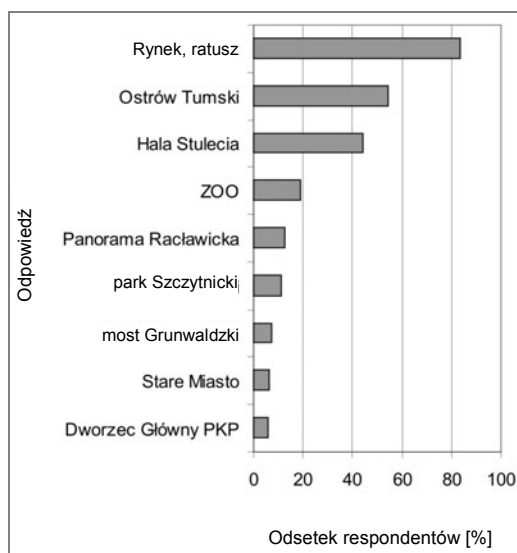
Istotną grupę wśród wymienionych przez respondentów cech szczególnych Wrocławia stanowią – podobnie jak w odpowiedziach na inne pytania ankiety<sup>31</sup> – wartości niematerialne. Kategorie: „atmosfera, niezwykle klimat”, „interesująca historia”, „otwartość”, „wielokulturowość”<sup>32</sup>, „duch miasta, genius loci”, „połączenie historii z nowoczesnością”, „magia”, „tolerancja”, „dynamika”, „europejskość”, „energia”, „spokój” dają łącznie 34,16% wszystkich odpowiedzi udzielonych na to pytanie (1881 wskazań). W świetle dotychczasowych rozważań można zatem jednoznacznie stwierdzić, że duży udział cech pozaprzedstawiczych jest stałym elementem wizerunku Wrocławia.

<sup>31</sup> Zob. zwłaszcza odpowiedzi na pytania „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?” i „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?”.

<sup>32</sup> Można polemizować z wyznawanym przez 2,72% respondentów (88 wskazań) poglądem, że Wrocław jest miastem wielokulturowym. O ile bowiem w przeszłości Wrocław rzeczywiście przynależał do różnych państw i był we władaniu różnych narodów, a ślady owej zmiennej przynależności są wyraźnie widoczne w przestrzeni miasta, o tyle dziś owa wielokulturowość jest bardziej chwytliwym hasłem marketingowym niż rzeczywistością. Według danych z Narodowego Spisu Powszechnego z 2002 r. tylko 0,45% wrocławian deklaruje narodowość niepolską, a 1,16% używa w domu języka innego niż polski (GUS 2007–2008). Można więc uznać, że „wielokulturowość” Wrocławia jest jednym z funkcjonujących w zbiorowej świadomości stereotypów. Szerzej o stereotypach jest mowa w rozdziale poświęconym miejscom podobającym się i niepodobającym się respondentom.

### 3.7. Miejsca charakterystyczne

Miejsca wymienione w odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?” są przestrzennym dopełnieniem opisanych wcześniej, głównie niematerialnych cech szczególnych miasta. Wrocław ma wiele miejsc wyróżniających miasto, a najważniejszy spośród nich jest po raz kolejny Rynek z ratuszem, będący (jak już zauważono wcześniej) swoistą ikoną miasta – twierdzi tak zdecydowana większość ankietowanych (83,58%, 2739 osób). Drugi, wskazany również przez ponad połowę badanych, jest Ostrów Tumski z Katedrą pw. Jana Chrzciciela (54,23%, 1777 osób), a trzeci – zespół Hali Stulecia z pergolą i iglicą (44,19%, 1448 osób)<sup>33</sup> (rys. 15).



Rys. 15. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 352

<sup>33</sup> Zwraca uwagę pojawiający się w wypowiedziach respondentów budynek Poltegoru. Widoczny z dużej odległości wysokościowiec (92 metry, 25 kondygnacji) przez wiele lat był jednym z symboli Wrocławia. Jednak w momencie przeprowadzania ankiety przesądzona była już jego rozbiórka, którą rozpoczęto 1 czerwca 2007 r. Czy respondenci nie wiedzieli o planowanym wyburzeniu? Wątpliwość tę jednoznacznie rozwiewa wypowiedź jednego z ankietowanych, według którego jednym z najbardziej charakterystycznych miejsc we Wrocławiu jest „Poltegor i to co będzie na jego miejscu” (pisownia oryginalna).

We Wrocławiu występuje zatem silna dominacja jednego „subproduktu terytorialnego”, co jest zjawiskiem stosunkowo częstym w badaniach percepcji krajobrazu miejskiego (zob. Florek 2006). Można powiedzieć, że Rynek z ratuszem determinuje wizerunek całego miasta, o czym świadczą odpowiedzi na inne pytania ankiety<sup>34</sup>.

Nie dziwi fakt, że większość miejsc najbardziej charakterystycznych dla Wrocławia znajduje się w promieniu 2 km w linii prostej od Rynku (Ostrów Tumski, Panorama Raławicka, most Grunwaldzki, Stare Miasto, Dworzec Główny PKP), ponieważ te właśnie obszary są najczęściej penetrowane przez mieszkańców. Uwagę zwraca jednak oddalony od Rynku o 3 km (w linii prostej) zespół obiektów Hali Stulecia, ZOO i parku Szczytnickiego. Najwyraźniej miejsca te, choć nie sąsiadują bezpośrednio z historycznym centrum Wrocławia, postrzegane są jako niezwykle istotne w przestrzeni miasta, decydujące o jego niepowtarzalnym charakterze<sup>35</sup>. Znamienne jest to, że wszystkie one znajdują się na terenie tzw. Wielkiej Wyspy.

Nazwa Wielka Wyspa jest określeniem zwyczajowym i w tej pracy używa się jej wyłącznie dla uproszczenia opisu. W rzeczywistości Wielka Wyspa jako całość ograniczona Odram, Starą Odram i Kanałem Powodziowym stanowi bardzo rozległy obszar, zamieszkały przez około 60 tysięcy osób, i wymyka się percepcji przeciętnego odbiorcy. *Nota bene* ci mieszkańcy, którzy potrafią określić granice Wielkiej Wyspy, uważają ją za jeden z najbardziej prestiżowych obszarów w mieście.

Widoczna w tabeli 9 kategoria „inne” zawiera w sobie kilka miejsc położonych w tym rejonie: Ogród Japoński, Stadion Olimpijski, most Zwierzyniecki oraz osiedla Biskupin i Sępólno. Wszystkie miejsca na Wielkiej Wyspie (łącznie z Halą Stulecia, ZOO i parkiem Szczytnickim) stanowią 28,27% wszystkich odpowiedzi (2757 wskazań). Dla porównania, obiekty znajdujące się w promieniu 2 km od Rynku (Rynek, Ostrów Tumski, Panorama Raławicka, most Grunwaldzki, Stare Miasto, Dworzec Główny PKP, Uniwersytet, Ogród Botaniczny, plac Solny, tereny wzdłuż Fosi, ul. Świdnicka, galerie handlowe, ul. Jatki, kamieniczki Jaś i Małgosia, plac Kościuszki) to łącznie 65,17% wszystkich odpowiedzi (6391 wskazań). Skoro więc Wielka Wyspa zyskała niemal połowę liczby głosów oddanych na obszary centralne i jednocześnie prawie jedną trzecią wszystkich wskazań, to najwyraźniej jej znaczenie w wizerunku miasta jest bardzo duże<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Zob. zwłaszcza odpowiedzi na pytania: „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?” i „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”.

<sup>35</sup> Ważnymi czynnikami wpływającymi na taki wynik badania są z pewnością: ogólnopolska sława wrocławskiego Ogrodu Zoologicznego (największego w kraju i jednego z większych w Europie), popularność parku Szczytnickiego jako miejsca rekreacji mieszkańców oraz wpisanie w 2006 r. Hali Stulecia na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.

<sup>36</sup> Na marginesie warto zauważyć, że 0,67% ankietowanych (22 osoby) jako miejsce charakterystyczne wskazało Bielany Wrocławskie, chociaż leżą one poza granicami administracyjnymi Wrocławia (w gminie Kobierzyce). Postrzeganie tej miejscowości jako części miasta wynika z faktu, że koncentrują się tam duże obiekty handlowe, dobrze widoczne przy wjeździe do Wrocławia od strony południowej.

Tabela 9. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Rynek, ratusz	264	30,17	2475	27,88	2739	28,09
Ostrów Tumski, Katedra	203	23,20	1574	17,73	1777	18,22
Zespół Hali Stulecia*	122	13,94	1326	14,94	1448	14,85
ZOO	62	7,09	557	6,27	619	6,35
Panorama Raławicka	51	5,83	364	4,10	415	4,26
Park Szczytnicki	24	2,74	341	3,84	365	3,74
Most Grunwaldzki	25	2,86	218	2,46	243	2,49
Stare Miasto	16	1,83	183	2,06	199	2,04
Dworzec Główny PKP	9	1,03	188	2,12	197	2,02
Inne**	99	11,31	1636	18,43	1735	17,79
Trudno powiedzieć/nie wiem	0	0,00	14	0,16	14	0,14
Żadne/nie ma takich miejsc	0	0,00	1	0,01	1	0,01
Razem	875	100	8877	100	9752	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedzi „trudno powiedzieć” i „nie ma takich miejsc”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 352.

\* Z pergolą i iglicą.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

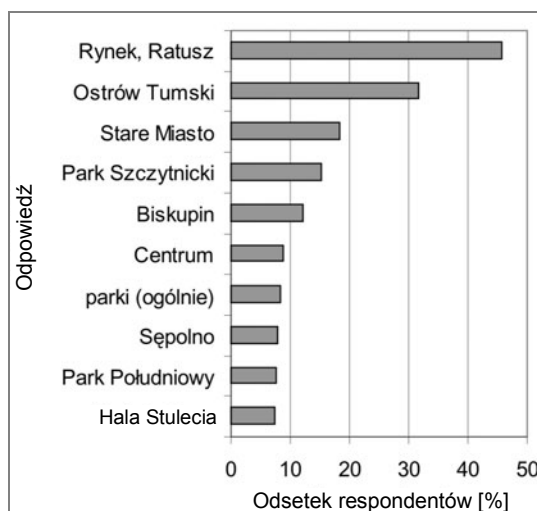
Istnieje widoczna zależność między liczbą wskazań dwóch analizowanych obszarów (ściśłego centrum i Wielkiej Wyspy) a wiekiem respondentów. Młodzi ankietowani – w wieku do 30 lat – wymieniają Wielką Wyspę częściej niż osoby w średnim wieku i starsi (odpowiednio 29,86% odpowiedzi udzielonych przez respondentów w wieku do 30 lat, 627 wskazań i 23,16% odpowiedzi udzielonych przez respondentów w wieku 31 lat i więcej, 274 wskazania) i odwrotnie: obszary centralne częściej wymieniane są przez osoby starsze (odpowiednio 49,76% odpowiedzi udzielonych przez respondentów w wieku do 30 lat, 1045 wskazań i 54,61% odpowiedzi udzielonych przez respondentów w wieku 31 lat i więcej, 646 wskazań). Nie da się natomiast udowodnić żadnej korelacji między odpowiedziami należącymi do tych dwu kategorii a okresem zamieszkiwania w mieście, deklarowaną znajomością miasta czy lubieniem (nie lubieniem) Wrocławia<sup>37</sup>.

<sup>37</sup> Pytanie o miejsca najbardziej charakterystyczne skłania do spojrzenia na miasto niejako „z zewnątrz” i dlatego wypowiedzi respondentów nie są nacechowane emocjonalnie w takim stopniu, jak

### 3.8. Podobające się i niepodobające miejsca w mieście

Trzy miejsca, które najbardziej podobają się respondentom, to: Rynek z ratuszem (odpowiedzi takiej udzieliło 45,77% ankietowanych, 1499 osób), Ostrów Tumski z katedrą (31,69%, 1038 osób) i całe Stare Miasto (18,44%, 604 osoby) (rys. 16 i tab. 10). Jak widać, są to te same miejsca, które pojawiały się wielokrotnie w odpowiedziach na inne pytania ankiety<sup>38</sup>. Obrazuje to, jak wielką rolę w świadomości mieszkańców odgrywają obiekty położone w centrum miasta.

Źródłem tak dużej popularności centrum Wrocławia można upatrywać w dobrej znajomości tych miejsc wśród respondentów (por. odpowiedzi na pytanie „Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?”). Zależność taka nie jest jednak wcale oczywista, wszak nie zawsze tereny najlepiej nam znane są przez nas najbardziej lubiane. Dlatego bardziej uzasadniony jest wniosek odwrotny – mieszkańcy Wrocławia znają dobrze centrum miasta właśnie dlatego, że im się ono podoba i chętnie w nim przebywają.



Rys. 16. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 350

w innych częściach ankiety. Dążenie ankietowanych do udzielenia odpowiedzi obiektywnych potwierdza się właśnie w braku związku z pytaniem o lubienie lub nielubienie miasta.

<sup>38</sup> Zob. zwłaszcza odpowiedzi na pytania: „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?” i „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?”.



Tabela 10. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Rynek, Ratusz	179	26,02	1320	20,49	1499	21,03
Ostrów Tumski, katedra	117	17,01	921	14,30	1038	14,56
Stare Miasto	58	8,43	546	8,48	604	8,47
Park Szczytnicki	48	6,98	448	6,96	496	6,96
Biskupin	31	4,51	367	5,70	398	5,58
Centrum, Śródmieście	6	0,87	282	4,38	288	4,04
Parki (ogólnie)*	30	4,36	243	3,77	273	3,83
Sępolno	18	2,62	238	3,70	256	3,59
Park Południowy	12	1,74	238	3,70	250	3,51
Zespół Hali Stulecia**	29	4,22	216	3,35	245	3,44
Inne***	154	22,38	1529	23,74	1683	23,61
Wszystkie/całe miasto	3	0,44	80	1,24	83	1,16
Żadne/nie ma takich miejsc	1	0,15	10	0,16	11	0,15
Trudno powiedzieć/nie wiem	2	0,29	3	0,05	5	0,07
Razem	688	100	6441	100	7129	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedzi „trudno powiedzieć”, „wszystkie” i „nie ma takich miejsc”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 350.

\* Kategoria „parki (ogólnie)” zawiera następujące odpowiedzi: park Zachodni, park Wschodni i parki niesprecyzowane przez respondentów.

\*\* Z pergolą i iglicą.

\*\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Wśród najczęściej wymienianych odpowiedzi można wyróżnić jeszcze dwa ważne zbiory: pierwszy związany jest z terenami zielonymi, a drugi – podobnie jak w pytaniu „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?” – z obszarem Wielkiej Wyspy. Zbiory te są dobrze widoczne zarówno wśród odpowiedzi wskazanych przez więcej niż 5% respondentów, jak i w ogólnej liczbie wszystkich 49 dających się wyróżnić kategorii odpowiedzi. Miejsca położone na Wielkiej Wyspie (park Szczytnicki, Biskupin, Sępolno, Hala Stulecia, Ogród Japoński, ZOO, Zalesie, Zacisze, Stadion Olimpijski) stanowią łącznie 26,06% wszystkich odpowiedzi (1853 wskazania), zaś tereny zielone (parki, ogrody, tereny wzdłuż Odry i innych rzek) – 18,16% (1291 wskazań). Częściami wspólnymi obu zbiorów są park Szczytnicki, Ogród Japoński i tereny nadrzeczne. Dla porównania, miejsca położone w centrum miasta (Rynek, Ostrów Tumski, Stare Miasto, Śródmieście, Uniwer-

sytet, plac Solny, ulica Świdnicka, plac Teatralny) to łącznie 52,42% wszystkich odpowiedzi (3737 wskazań).

W tym miejscu trzeba po raz kolejny podkreślić rolę Wielkiej Wyspy w ogólnym obrazie miasta. Nagromadzenie obiektów o niezwyklej sile oddziaływania (por. odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?”), lubianych jednocześnie przez dużą część mieszkańców, predestynuje Wielką Wyspę do trzeciego pod względem ważności – po Rynku i Ostrowie Tumskim – elementu wizerunku Wrocławia.



Rys. 17. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 311

Wśród odpowiedzi wskazujących miejsca, które najbardziej nie podobają się respondentom, pierwszą pozycję zajmuje odpowiedź „zaniedbane części miasta” (24,85% respondentów, 804 wskazania). Ta kategoria, choć z pozoru bardzo ogólna, obejmuje konkretne, wymieniane przez ankietowanych elementy przestrzeni Wrocławia, takie jak nieodrestaurowane dziewiętnastowieczne kamienice, niezagospodarowane podwórza, zdewastowane place zabaw czy brudne ulice. Druga pozycja to rejon ulic Traugutta i Komuny Paryskiej<sup>39</sup> (18,57% respondentów, 601 wskazań), trzecia – osiedla zabudowy blokowej (17,95% respondentów, 581 wskazań) (rys. 17). Lokalizacja tych najczęściej wymienianych przez respondentów miejsc w przestrzeni

<sup>39</sup> Potocznie zwany przez mieszkańców wrocławskim trójkątem bermudzkim.

miasta nie wykazuje jakichś wyraźnych zależności – są one rozmieszczone zarówno w ścisłym centrum, jak i w bardziej odległych rejonach Wrocławia. Można je natomiast podzielić na dwie grupy: obszary przedwojennych kamienic i osiedla blokowe.

Okolice ulic Traugutta i Komuny Paryskiej, a także szeroko rozumiane Śródmieście (w tym zwłaszcza ul. Jedności Narodowej, Pomorska, Dubois) to w większości rejon przedwojennych kamienic czynszowych, cechujące się przeważnie złym stanem technicznym budynków, zdegradowanymi podwórzami i bałaganem. Jeśliby przyjąć, że obszary te należą do jednej grupy razem z kategorią „zaniedbane części miasta”, to łącznie otrzyma się aż 34,99% wszystkich odpowiedzi udzielonych na pytanie o niepodobające się miejsca we Wrocławiu (2185 wskazań). Tak duża liczba wskazań jest bardzo wymowna i świadczy o skali problemu, z jakim boryka się miasto. Można wręcz powiedzieć, że wizerunek Wrocławia jest naznaczony kwartałami niszczących poniemieckich kamienic.

Jak już wspomniano, drugą wyrazistą grupą niepodobających się obszarów we Wrocławiu są osiedla zabudowy blokowej<sup>40</sup>. Respondenci mówią o nich ogólnie („blokowiska”) lub wymieniają je z nazwy (Nowy Dwór, Kozanów, Gaj, Gądów/Kosmonautów, Popowice, Różanka, Szczepin i inne) 1954 razy, co stanowi 31,29% wszystkich odpowiedzi (tab. 11). Tak surowa ocena zabudowy blokowej wiąże się przede wszystkim z jej formą przestrzenną, wyróżniającą się w krajobrazie miasta i znacznie odbiegającą od takich rejonów, jak Sępolno czy Biskupin, które w pewnym sensie wyznaczają standardy zabudowy mieszkaniowej we Wrocławiu (por. odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?”).

Tabela 11. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Zaniedbane części miasta*	73	15,84	731	12,64	804	12,87
Okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej	77	16,70	524	9,06	601	9,62
„Blokowiska” (ogólnie)	33	7,16	548	9,47	581	9,30
Nowy Dwór	20	4,34	548	9,47	568	9,10
Kozanów	19	4,12	362	6,26	381	6,10
Psie Pole i Zakrzów	36	7,81	341	5,90	377	6,04
Śródmieście	31	6,72	276	4,77	307	4,92

<sup>40</sup> Jeden z respondentów, porównując osiedla zabudowy blokowej z obszarami przedwojennych kamienic stwierdza, że (pisownia oryginalna) „blokowiska z lat 70. Są gorsze od okolic Traugutta – tam przynajmniej jest nostalgiczna atmosfera starej biedy”.

Gaj	3	0,65	163	2,82	166	2,66
Inne**	158	34,27	2099	36,29	2257	36,14
Wszystkie/całe miasto	0	0,00	109	1,88	109	1,75
Żadne/nie ma takich miejsc	10	2,17	64	1,11	74	1,18
Trudno powiedzieć/nie wiem	1	0,22	19	0,33	20	0,32
Razem	461	100	5784	100	6245	100

## Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedzi „trudno powiedzieć”, „wszystkie” i „nie ma takich miejsc”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 311.

\* Kategoria „zaniedbane części miasta” zawiera: nieodrestaurowane kamienice, zniszczone podwórza, zdewastowane place zabaw, brudne ulice, nabrzeża rzek i inne podobne odpowiedzi.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Czy jednak negatywna opinia respondentów o niektórych częściach Wrocławia jest w pełni uzasadniona? Analizując wizerunek miasta, trzeba pamiętać, że istotną rolę odgrywają w nim stereotypy. „Bardzo często spotykamy się z takim zjawiskiem, że pewna opinia pozytywna lub negatywna utrwała się, a tymczasem dawny stan rzeczy, którego opinia była odbiciem, ulega zmianom. Taki rodzaj opinii nazywa się stereotypem” (Turowski 1979, s. 141). Stereotypów w odniesieniu do całego miasta czy niektórych jego fragmentów jest czasami tak dużo, że uzyskanie zobiektywizowanych sądów jest trudne<sup>41</sup>. Zdarza się, że przez pryzmat stereotypów nie dostrzega się realnie istniejącej sytuacji, negatywów lub walorów danej ulicy, dzielnicy czy niekiedy całego miasta.

I tak na przykład, negatywna opinia<sup>42</sup> o rejonie ul. Traugutta i Komuny Paryskiej wydaje się nieuzasadniona. O ile bowiem jeszcze przed dziesięciu laty obszar ten był rzeczywiście pod różnymi względami zaniedbany (por. Bagiński 1998, s. 50), o tyle dziś sytuacja wygląda zgoła inaczej. Od czasu powodzi z 1997 r., która w szczególnie sposób dotknęła ten rejon miasta, jakość przestrzeni sukcesywnie się podnosi: kamienice są restaurowane lub zastępowane przez nowe obiekty mieszkaniowe, nawierzchnie ulic są wymieniane, a podwórza zagospodarowywane. Z kolei dość powszechny pogląd, że okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej są niebezpieczne i patologiczne, jest prawdziwy tylko w części. Według

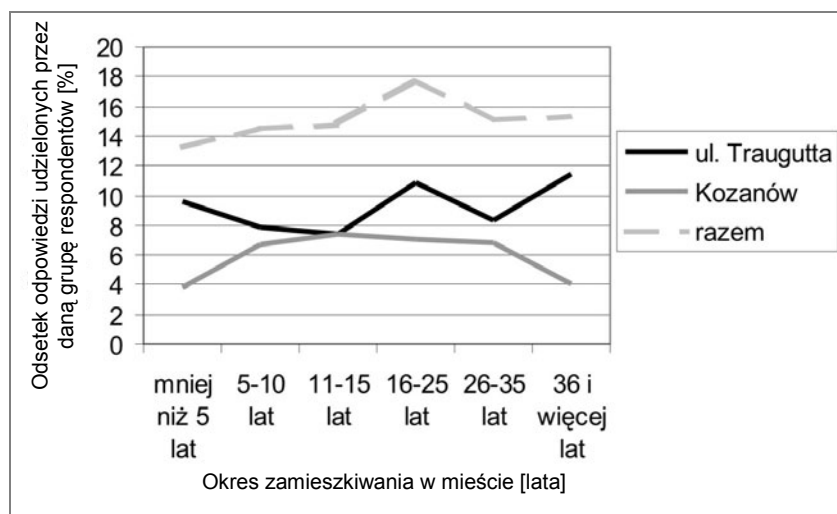
<sup>41</sup> Z poglądem tym polemizuje G. Praweńska-Skrzypek (Praweńska-Skrzypek 1992). Prowadzone przez nią badania wykazały, że opinia mieszkańców o swoich miastach jest niewątpliwie uproszczonym, ale nie zafałszowanym obrazem rzeczywistości i odzwierciedla rzeczywiste nierówności istniejące w przestrzeni.

<sup>42</sup> Respondenci często uzasadniają swoją opinię w następujący sposób: (pisownia oryginalna) „okolice ulicy Traugutta, nie jest tam zbyt czysto (...). Często jest też niebezpiecznie”; „tzw. Trójkąt (...) – stare zaniedbane mieszkania komunalne i walące się kamienice”.

*Atlasu problemów społecznych Wrocławia* (Kłopot, Skiba 2006) zdecydowanie najczęściej przestępstw popełnianych jest w obszarze Starego Miasta, a jedynym aspektem, który może być niepokojący w przypadku tzw. trójkąta bermudzkiego, jest duża liczba wykroczeń przeciwko rodzinie i stosunkowo wysokie wskaźniki uzależnień wśród młodzieży. Oba te zjawiska występują też z podobnym natężeniem w wielu innych częściach Wrocławia (np. Nadodrze, Ołbin, plac Grunwaldzki). Tym samym można stwierdzić, że uwidoczona w ankiecie negatywna ocena tego obszaru ma cechy stereotypu.

Również w odniesieniu do opinii o osiedlach zabudowy blokowej można wysunąć istotne zastrzeżenia. Ostatnie lata przyniosły bowiem znaczną poprawę w wyglądzie zarówno samych budynków, jak i ich najbliższego otoczenia. Na przykład na Kozanowie większość bloków została w ciągu ostatnich kilku lat wyremontowana, a wokół nich pojawiły się nowe, zadbane tereny zielone (por. Damurski 2007). Fotografie wybranych miejsc we Wrocławiu zamieszczono na końcu pracy.

Znacznie trudniej jest udowodnić istnienie w wizerunku Wrocławia stereotypów pozytywnych. W rejonach najbardziej lubianych (Stare Miasto i Wielka Wyspa) jakość zagospodarowania przestrzeni publicznych jest stosunkowo wysoka. Pewne wątpliwości może budzić jedynie stan techniczny budynków mieszkalnych na osiedlu Sępolno, jednak nie świadczy to jeszcze o istnieniu wyraźnego stereotypu dotyczącego tego rejonu Wrocławia.



Rys. 18. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: występowanie stereotypów a okres zamieszkiwania we Wrocławiu. Liczba respondentów, którzy w swoich odpowiedziach na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?” wymienili rejon ul. Traugutta: 600, Kozanów: 381

Dalsza analiza wskazuje na istnienie interesującej zależności między negatywnymi stereotypami a okresem zamieszkiwania w mieście<sup>43</sup>. Ogólnie rzecz biorąc, stereotypami nieco częściej posługują się osoby dłużej mieszkające w mieście (odpowiedzi „okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej” oraz „Kozanów” stanowią łącznie powyżej 14,50% odpowiedzi udzielanych przez ankietowanych mieszkających 5 lat lub dłużej) niż respondenci żyjący we Wrocławiu od niedawna (13,32% odpowiedzi udzielanych przez ankietowanych mieszkających krócej niż 5 lat) (rys. 18).

Zastanawiający i trudny do interpretacji jest przy tym fakt, że respondenci mieszkający w mieście najkrócej (mniej niż 5 lat) oraz respondenci mieszkający najdłużej (36 lat lub dłużej) są zgodni w swoich ocenach: znacznie bardziej nie podoba im się ul. Traugutta niż Kozanów. Prawdopodobnie osoby należące do tych dwu grup stosunkowo łatwo ulegają stereotypom dotyczącym rejonu ul. Traugutta (tradycyjnie uznawanego za miejsce brzydkie i niebezpieczne), ale jednocześnie potrafią dostrzec walory Kozanowa. Wniosek taki może być jednak przedwczesny, bowiem na wynik badania duży wpływ miał nielosowy dobór respondentów, w tym zwłaszcza ich miejsce zamieszkiwania. Jak zauważa G. Praweńska-Skrzypek (1992), ocena zamieszkiwanego rejonu miasta wpływała na ocenę innych obszarów w mieście. Dlatego właśnie w tabeli 12 zestawiono miejsca podobające się i niepodobające się z miejscem zamieszkania respondentów.

Najwyżej oceniają swoje rejony mieszkańcy Starego Miasta (71,43% respondentów z tego rejonu podało je jako miejsce podobające się, 15 wskazań), Karłowic (23,28%, 27 wskazań) i Sępolna (22,22%, 14 wskazań). Z kolei najbardziej negatywnie o swoich rejonach wypowiadają się osoby zamieszkałe na Psim Polu (32,24% respondentów z tego rejonu wskazało je jako miejsce niepodobające się, 36 wskazań), w okolicach ul. Traugutta i Komuny Paryskiej (31,18%, 29 wskazań) oraz w okolicach ul. Wyszyńskiego (8,27%, 21 wskazań). Zatem odpowiedzi udzielane przez mieszkańców poszczególnych rejonów potwierdzają opinię ogółu respondentów o tych częściach miasta<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Istnieją również inne zależności, na przykład między wskazywanymi przez respondentów miejscami nielubianymi a stopniem znajomości miasta. Jeden z ankietowanych mówi wprost, że nie podoba mu się Biskupin „bo najmniej go znam”. Inny bardziej ogólnie zauważa, że miejscem, którego nie lubi, jest (pisownia oryginalna) „Psie Pole – może dla tego że jest przeze mnie najmniej odwiedzane”.

<sup>44</sup> Na tej podstawie można by zakwestionować wysuniętą wcześniej tezę o stereotypie dotyczącym ul. Traugutta, ponieważ mieszkańcy obcujący z tą częścią miasta na co dzień mają pełniejszą wiedzę na temat jej kondycji przestrzennej i społecznej i nie ulegają tak łatwo obiegowym opiniom, a mimo to oceniają rejon ten bardzo negatywnie.

Tabela 12. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: miejsca podobające się i niepodobające respondentom w poszczególnych rejonach

Rejon	Liczba respondentów w rejonie	Najbardziej niepodobająca się część miasta		Pozytywny stosunek do własnego rejonu		Negatywny stosunek do własnego rejonu	
		liczba odpowiedzi	odsetek respondentów	liczba odpowiedzi	odsetek respondentów	liczba respondentów	odsetek odpowiedzi
Borek	77	Nowy Dwór		12	15,58	1	1,30
		21	27,27				
Brochów	25	ul. Traugutta i okolice		3	12,00	3	12,00
		7	28,00				
Gaj	166	zaniedbane części miasta		6	3,61	12	7,23
		36	21,69				
Huby	102	zaniedbane części miasta		b.d.	b.d.	2	1,96
		23	22,55				
Karłowice	116	zaniedbane części miasta		27	23,28	b.d.	b.d.
		30	25,86				
Księża Małe	56	ul. Traugutta i okolice		0	0,00	1	1,79
		11	19,64				
Leśnica	69	zaniedbane części miasta		12	17,39	2	2,90
		20	28,99				
Okolice ul. Jedności Narodowej, Pomorskiej i Dubois	63	zaniedbane części miasta		10	15,87	3	4,76
		22	34,92				
Okolice ul. Wyszyńskiego	254	zaniedbane części miasta		11	4,33	21	8,27
		79	31,10				
Pilezyce	37	Psie Pole		b.d.	b.d.	0	0,00
		9	24,32				
Okolice pl. Grunwaldzkiego	207	zaniedbane części miasta		5	2,42	4	1,93
		64	30,92				
Popowice	67	„blokowiska”		b.d.	b.d.	0	0,00
		15	22,39				
Okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej	93	ul. Traugutta i okolice		6	6,45	29	31,18
		29	31,18				
Okolice ul. Tęczowej	70	zaniedbane części miasta		b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
		15	21,43				
Psie Pole	112	Psie Pole		b.d.	b.d.	36	32,14
		36	32,14				
Sępolno	63	zaniedbane części miasta		14	22,22	1	1,59
		12	19,05				
Stare Miasto	21	ul. Traugutta i okolice		15	71,43	1	4,76
		14	66,67				

Uwagi:

W zestawieniu posłużono się 17 rejonami wyznaczonymi w różnych częściach miasta na potrzeby ankiety przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych (zob. rozdział „Metoda badań”).

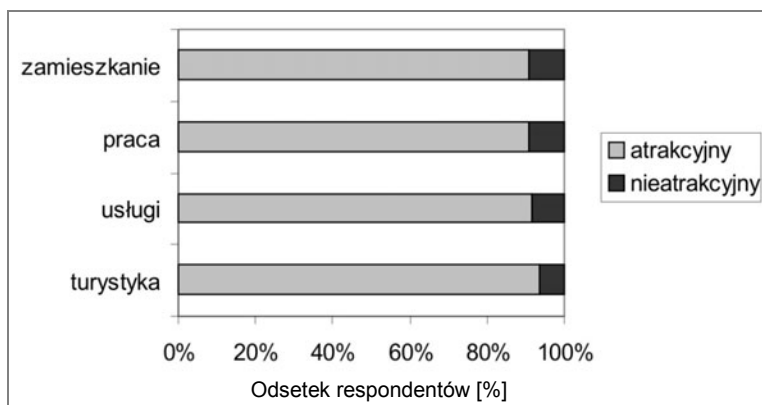
Tabela nie uwzględnia części miasta najbardziej podobających się respondentom, ponieważ w każdym z badanych rejonów pierwszą pozycję zajmuje Rynek z ratuszem.

b.d. – brak danych (rejony nie wystąpiły w zbiorze dających się wyróżnić kategorii odpowiedzi).

Na marginesie można odnotować pewne naturalne zjawisko: osoby dłużej mieszkające w mieście (6 lat i dłużej) wymieniają statystycznie więcej miejsc lubianych (średnio 2,18) i nielubianych (średnio 1,92) niż ankietowani zamieszkali we Wrocławiu krócej (średnio odpowiednio 2,05 i 1,57). Potwierdza się tym samym zależność między stopniem znajomości miasta a okresem zamieszkiwania w mieście (zob. odpowiedzi na pytanie „W jakim stopniu, według własnej oceny, zna Pani/Pan całe miasto Wrocław?”). Zestawienie średniej liczby odpowiedzi wskazuje również, że niezależnie od okresu zamieszkiwania w mieście w świadomości respondentów zawsze występuje przewaga liczby miejsc lubianych nad liczbą miejsc nielubianych. Dowodzi to po raz kolejny, że Wrocław jest oceniany przez swoich mieszkańców raczej pozytywnie.

### 3.9. Atrakcyjność Wrocławia

W ramach ankiety „Co myślisz o Wrocławiu?” badano atrakcyjność miasta pod czterema względami: zamieszkania, zatrudnienia, usług i turystyki. Ogólnie rzecz biorąc, Wrocław oceniany jest przez respondentów bardzo wysoko – w każdej z wymienionych czterech kategorii ponad 90% ankietowanych stwierdziło, że miasto jest atrakcyjne (rys. 19). Różnice pomiędzy poszczególnymi kategoriami są niewielkie



Rys. 19. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Czy według Pani/Pana Wrocław jest: atrakcyjnym miejscem zamieszkania?, atrakcyjnym miejscem pracy?, atrakcyjny usługowo?, atrakcyjny turystycznie?”.

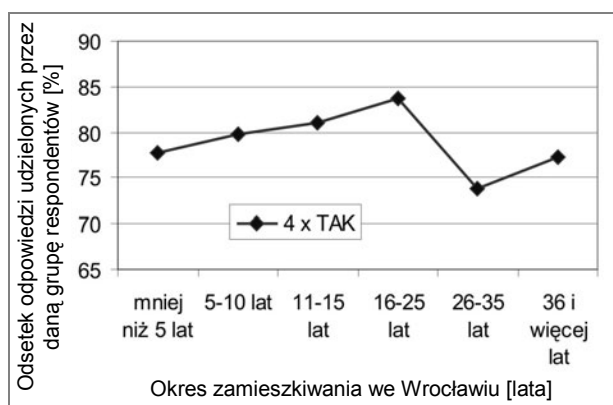
Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na poszczególne pytania:  
w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia odpowiednio – 358, 354, 355, 357



(największa wynosi 2,83%), można więc uznać, że żaden z badanych rodzajów atrakcyjności nie jest w opinii mieszkańców najważniejszy.

Interesujący jest fakt, że 79,38% respondentów (2610 osób) udzieliło twierdzących odpowiedzi na wszystkie cztery pytania. Wiąże się to z ogólnym, pozytywnym nastawieniem większości mieszkańców do Wrocławia (zob. odpowiedzi na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”), chociaż oczywiście nie tylko respondenci lubiący miasto oceniają wysoko jego atrakcyjność – również 25,58% osób nie lubiących Wrocławia (33 osoby) stwierdziło, że miasto jest atrakcyjne we wszystkich czterech badanych aspektach. Zatem nawet respondenci osobiście niezadowoleni z życia we Wrocławiu potrafią dostrzec jego obiektywne zalety jako miejsca zamieszkania, pracy, usług i turystyki.

Równie ciekawa jest zależność między atrakcyjnością Wrocławia a okresem zamieszkiwania w mieście. Z rysunku 20 wynika, że najwyżej potencjał Wrocławia oceniają osoby mieszkające w mieście przez 11–25 lat, a respondenci przybyli do miasta stosunkowo niedawno i wieloletni mieszkańcy rzadziej udzielają twierdzących odpowiedzi na wszystkie cztery pytania. Jak już wspomniano, ocen negatywnych jest znacznie mniej niż pozytywnych. Zaledwie 0,79% respondentów (26 osób) uznało, że Wrocław nie jest atrakcyjny w żadnym z badanych aspektów.



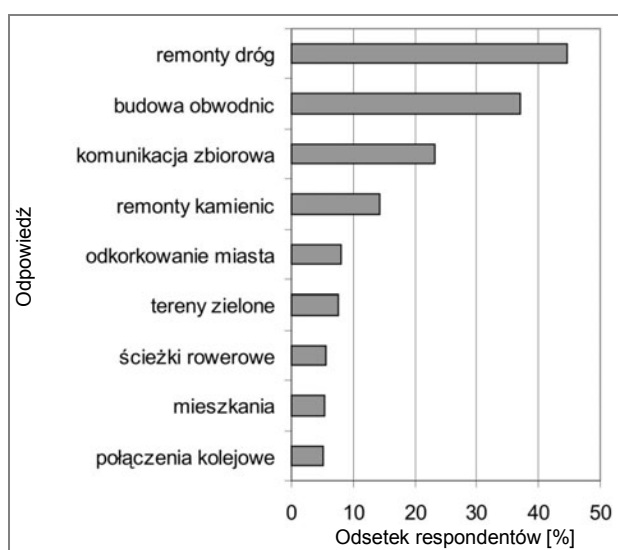
Rys. 20. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: atrakcyjność Wrocławia a okres zamieszkiwania w mieście. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli „TAK” na wszystkie cztery pytania: „Czy według Pani/Pana Wrocław jest: atrakcyjnym miejscem zamieszkania?, atrakcyjnym miejscem pracy?, atrakcyjny usługowo?, atrakcyjny turystycznie?”: w ankiecie internetowej – 2310, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 300

### 3.10. Najpilniejsze zmiany w mieście

Na wizerunek miasta oprócz skojarzeń, cech charakterystycznych, miejsc lubianych, nielubianych oraz poziomu atrakcyjności składają się również różne manka-

menty, niedostatki i niedogodności. Dlatego w ankiecie „Co myślisz o Wrocławiu?” zawarto pytanie o najpilniejsze do przeprowadzenia – zdaniem badanych – zmiany w mieście.

Odpowiedzi w tej części ankiety zostały zdominowane przez problemy komunikacyjne (rys. 21). Remonty dróg, budowa obwodnic, poprawa komunikacji zbiorowej, odkorkowanie miasta, tworzenie ścieżek rowerowych, poprawa połączeń kolejowych, rozbudowa lotniska, budowa mostów, zwiększenie liczby parkingów stanowią łącznie 62,78% wszystkich odpowiedzi (3738 wskazań). Najwyraźniej ograniczone możliwości poruszania się po mieście najbardziej doskwierają mieszkańcom.



Rys. 21. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 333

Po problemach komunikacyjnych dość wysoką (czwartą) pozycję zajmują „remonty przedwojennych kamienic” (7,00% odpowiedzi, 417 wskazań – tab. 13). Odpowiedź ta jest dowodem szczególnej troski mieszkańców o wygląd miasta i stanowi niejako przedłużenie odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?”, gdzie wśród miejsc nie lubianych najczęściej pojawiają się „zaniedbane części miasta”, w tym właśnie nieodrestaurowane kamienice.

Tabela 13. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?”

Odpowiedź	Ankieta w szkołach		Ankieta internetowa		Ankiety łącznie	
	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Remonty dróg	163	30,41	1145	21,13	1308	21,97
Budowa obwodnic	138	25,75	949	17,52	1087	18,26
Poprawa komunikacji zbiorowej*	22	4,10	660	12,18	682	11,45
Remonty przedwojennych kamienic	49	9,14	368	6,79	417	7,00
„Odkorkowanie” miasta	24	4,48	209	3,86	233	3,91
Dbalność o tereny zielone	13	2,43	209	3,86	222	3,73
Rozbudowa systemu ścieżek rowerowych	14	2,61	148	2,73	162	2,72
Zaspokojenie zapotrzebowania na mieszkania	7	1,31	148	2,73	155	2,60
Poprawa połączeń kolejowych	0	0,00	147	2,71	147	2,47
Inne**	105	19,59	1270	23,44	1375	23,09
Trudno powiedzieć/nie wiem	1	0,19	165	3,05	166	2,79
Razem	536	100	5418	100	5954	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie oraz odpowiedź „trudno powiedzieć”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: w ankiecie internetowej – 2925, w ankiecie przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia – 333.

\* W tym: zwiększenie szybkości, zwiększenie częstotliwości, zwiększenie zasięgu, poprawa jakości taboru, wydzielenie osobnych pasów ruchu dla autobusów i tramwajów, stworzenie szybkiej kolei miejskiej lub metra.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Wydaje się, że najważniejszy postulat mieszkańców – dotyczący remontu dróg – jest już przez władze Wrocławia realizowany. Miasto w wielu miejscach prowadzi prace związane z wymianą nawierzchni i poszerzeniem ulic. W tej sytuacji problemem staje się jednak organizacja ruchu – jak pisze jeden z respondentów, konieczne jest „dokładne zaplanowanie budów, aby nie były prowadzone jednocześnie dwie wielkie inwestycje obok siebie i nie paraliżowały ruchu”. Reakcje mieszkańców na problemy wywołane remontami są różne: jedni wykazują poparcie i zrozumienie („to bardzo dobrze, że tak wiele ulic jest remontowanych – zaowocuje to w przyszłości”), inni – zniecierpliwienie przedłużającymi się uciążliwościami („zakończenie wlokących się w nieskończoność remontów”).

Trzeba również zauważyć, że wskazana przez 5,3% respondentów (155 osób) odpowiedź „zaspokojenie zapotrzebowania na mieszkania” jest pochodną tzw. boomu

mieszkaniowego, który miał miejsce w Polsce (szczególnie w dużych miastach) w roku 2007, a więc w okresie, gdy przeprowadzano ankietę. Wkrótce potem jednak nadmierny popyt na nowe mieszkania został – przynajmniej do momentu nadejścia kryzysu finansowego – zaspokojony, więc wysoka pozycja tej odpowiedzi prawdopodobnie była jedynie odpowiedzią na potrzebę chwili.

Mieszkańcy poszczególnych rejonów Wrocławia nieco różnią się w ocenie tego, jakie zmiany są dla miasta najpilniejsze. Zależy to oczywiście od przestrzennej koncentracji problemów, z którymi spotykają się na co dzień. I tak, w 16 z 17 badanych rejonów (zob. rozdział „Metoda badań”) na pierwszych dwóch pozycjach wymieniane są remonty dróg i budowa obwodnic, co nie dziwi w obliczu opisanych wcześniej ogólnych wyników ankiety. Tylko na osiedlu Nadodrze, dla którego charakterystyczne są kwartały dziewiętnastowiecznej zabudowy, drugą pozycję (po remontach dróg) zajmują remonty przedwojennych kamienic. Na trzecim miejscu zazwyczaj znajduje się poprawa komunikacji zbiorowej (13 z 17 rejonów), chociaż w obszarach z dużym udziałem zabudowy historycznej, takich jak Ołbin, Przedmieście Oławskie (okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej) czy Huby pojawia się ponownie postulat remontów przedwojennych kamienic. Uogólniając, większość mieszkańców ubolewa nad stanem dróg, brakiem obwodnic i niedomagającą komunikacją miejską, a respondenci z rejonów śródmiejskich zwracają ponadto uwagę na potrzebę remontów starych budynków mieszkalnych.

### 3.11. Respondenci zainteresowani wynikami ankiety

Respondenci biorący udział w ankiecie internetowej mieli możliwość podania swojego adresu e-mail, na który przesłane będą informacje o wynikach badania po jego zakończeniu. Zabieg ten jest ważnym elementem gratyfikacji za udział w ankiecie i służy jako zachęta do wypełnienia kwestionariusza (por. Batorski, Olcoń-Kubicka 2006). Z możliwości takiej skorzystało 72,75% respondentów (2128 osób), co świadczy o dużym zainteresowaniu sprawami miasta i możliwości dalszego rozwoju współpracy między mieszkańcami a władzami samorządowymi za pośrednictwem Internetu.

Stopień zainteresowania wynikami ankiety jest związany z ogólniejszymi postawami respondentów, w tym zwłaszcza z lubieniem bądź nielubieniem Wrocławia. Dane zawarte w tabeli 14 nie są jednak jednoznaczne.

Ogólnie rzecz biorąc, osoby lubiące Wrocław podają swój adres e-mail częściej niż osoby nielubiące miasta. Brak zainteresowania wynikami ankiety wśród osób niezadowolonych z życia we Wrocławiu jest prawdopodobnie przejawem kontestacji wszystkiego, co się z miastem wiąże. Jednocześnie jednak osoby nielubiące Wrocławia zazwyczaj mają świadomość, że taka postawa nie jest obecnie zbyt popularna

i dlatego mogą również być zainteresowane wpływem, jaki ich opinia wywrze na wyniki badania. Biorąc pod uwagę te wątpliwości, trudno jest zinterpretować tabelę 14.

Tabela 14. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Jeśli chciałaby Pani/Pan otrzymać informacje o publikacji wyników badania po jego zakończeniu, proszę podać swój adres e-mail” a lubienie bądź nie lubienie Wrocławia. Liczba osób, które brały udział w ankiecie: 2925

Kategoria	Respondenci lubiący Wrocław		Respondenci nie lubiący Wrocławia		Razem	
	liczba	odsetek	liczba	odsetek	liczba	odsetek
Podowało swój e-mail	2056	73,30	73	60,83	2129	72,79
Nie podało swojego e-maila	749	26,70	47	39,17	796	27,21
Razem	2805	100	120	100	2925	100

### 3.12. Zmiany w wizerunku Wrocławia w latach 1997–2007

Wizerunek miasta nie jest wartością stałą, lecz zmienia się w czasie. Wizerunek Wrocławia jest od dawna przedmiotem zainteresowania różnych badaczy (zob. Turneau 1960, Jałowicki 1968, Kurcz, Misiak 1997, Kurcz, Morawski 2003, Łaska 2006, Namyślak 2007). Wśród prac poświęconych temu tematowi szczególne miejsce zajmuje książka E. Bagińskiego z 1998 r. *Wrocław w opinii swoich mieszkańców*, w której autor prezentuje wyniki szeroko zakrojonych badań ankietowych z lat 1996–1997. Chociaż E. Bagiński koncentrował się wówczas na opiniach wrocławian dotyczących miasta jako środowiska mieszkalnego, a wizerunek całego miasta był dla niego jedynie wątkiem pobocznym, to jednak wydaje się, że porównanie wyników obu badań – nawet w bardzo okrojonym zakresie – może prowadzić do wielu interesujących wniosków<sup>45</sup>. Dlatego właśnie w ankiecie „Co myślisz o Wrocławiu?” z 2007 r. powtórzono w niemal niezmienionej formie trzy pytania kwestionariusza z roku 1996, co umożliwiło obserwację zmian w postawach mieszkańców w trzech wybranych kwestiach.

<sup>45</sup> W porównaniu z badaniami z lat 1996–1997 niniejsza praca ma szerszy zakres: obejmuje nie tylko opinie mieszkańców, ale również obraz miasta funkcjonujący w świadomości osób spoza Wrocławia. Stąd też potencjalna wartość aplikacyjna prezentowanych badań nie ogranicza się do kształtowania lokalnej polityki przestrzennej (jak to miało miejsce w przypadku badań sprzed 10 lat), ale obejmuje również szeroko rozumiany marketing miejski i kształtowanie wizerunku Wrocławia na zewnątrz.

Czym różni się dzisiejsza opinia o Wrocławiu od tej sprzed 10 lat? Warto pamiętać, że ostatnia dekada to okres bardzo burzliwy w dziejach miasta: w roku 1997 odbył się tu 46. Światowy Kongres Eucharystyczny, później miała miejsce tzw. Wielka Powódź, w 1999 r. przeprowadzono reformę administracji przywracającą Wrocławowi rangę stolicy całego Dolnego Śląska, w 2000 r. miasto obchodziło swoje tysiąclecie, w 2004 r. Polska stała się członkiem Unii Europejskiej<sup>46</sup>, w 2007 zapadła decyzja o przyznaniu Wrocławowi organizacji mistrzostw Europy w piłce nożnej... Jaki wpływ miały te wydarzenia na wizerunek Wrocławia?

### 3.12.1. Miejsca najbardziej podobające się

W kwestionariuszu z roku 1996 zawarto pytanie „Czy są we Wrocławiu takie miejsca, które się Pani/Panu podobają? Jeśli tak, to proszę o ich wskazanie (bliższe określenie lub nazwanie)”. W ankiecie z 2007 r. pytanie to brzmiało nieco inaczej, chociaż jego wymowa była taka sama: „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?”. Odpowiedzi na te pytania zestawiono w tabeli 15, przy czym ze względu na istotne różnice w zastosowanych technikach badawczych<sup>47</sup> porównaniem objęto jedynie pierwsze pięć pozycji (uwaga ta dotyczy również kolejnych zestawień).

Tabela 15. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: miejsca, które podobały się respondentom w latach 1996–1997 i 2007 r. – pierwsze pięć pozycji (opracowanie własne na podstawie badań i Bagiński 1998)

1996–1997			2007		
odpowiedź	liczba respondentów	odsetek respondentów	odpowiedź	liczba respondentów	odsetek respondentów
Rynek	771	53,06	Rynek, ratusz	1499	45,77
Ostrów Tumski, katedra	613	42,19	Ostrów Tumski, katedra	1038	31,69
Park Szczytnicki	520	35,79	Stare Miasto	604	18,44
Stare Miasto	317	21,82	Park Szczytnicki	496	15,15
Krzyki	289	19,89	Biskupin	398	12,15

Uwagi:

Liczba respondentów, którzy w latach 1996–1997 odpowiedzieli na pytanie „Czy są we Wrocławiu takie miejsca, które się Pani/Panu podobają?” – 1453.

Liczba respondentów, którzy w 2007 r. odpowiedzieli na pytanie „Które części, fragmenty miasta

<sup>46</sup> Zdaniem ekspertów (PricewaterhouseCoopers 2007) członkostwo w Unii Europejskiej i związany z nim dostęp do funduszy unijnych otwiera nowy rozdział w historii polskich miast, bo w dużej mierze eliminuje problem braku środków jako głównej bariery rozwoju.

<sup>47</sup> W latach 1996–1997 badania realizowano w formie wywiadów domowych prowadzonych przez ankietatorów, w roku 2007 były to zaś ankiety (głównie internetowe) do samodzielnego wypełniania.

Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?” – 3275.

Lista miejsc najbardziej lubianych we Wrocławiu w ciągu ostatnich 10 lat się nie zmieniła się – są to Rynek z ratuszem, Ostrów Tumski, Stare Miasto jako całość i park Szczytnicki. Pewne przesunięcia pojawiły się dopiero na piątej pozycji – Krzyki zostały wyparte przez Biskupin.

Zmiany w hierarchii miejsc, które najbardziej podobają się respondentom, mogą być odzwierciedleniem działań podejmowanych przez władze Wrocławia w zakresie gospodarki przestrzennej. Wzrost znaczenia Starego Miasta wynika z szeroko zakrojonych przedsięwzięć rewitalizacyjnych prowadzonych w historycznej tkance miasta, w tym na przykład odnowienia głównych ciągów komunikacyjnych prowadzących do Rynku: ul. Świdnickiej, ul. Oławskiej, ul. Szewskiej i częściowo ul. Ruskiej i ul. Św. Mikołaja. Nowe, atrakcyjne wizualnie i bogate w różnorodne punkty usługowe przestrzenie publiczne są dostrzegane i doceniane przez mieszkańców.

Znacznie trudniej jest wytłumaczyć wzrost rangi Biskupina i spadek rangi Krzyków<sup>48</sup> w hierarchii miejsc lubianych. Wszak oba te osiedla mieszkaniowe, od zawsze postrzegane jako zadbane i luksusowe, rozwijają się dość równomiernie i w żadnym z nich nie odnotowano w ostatnim czasie jakichś znacznych zmian przestrzennych czy społecznych. Dlatego prawdopodobnie różnice w wynikach ankiet z lat 1996–1997 i 2007 mogą być po prostu rezultatem zastosowania odmiennych technik badawczych, w tym innego sposobu doboru próby respondentów.

### 3.12.2. Miejsca najbardziej niepodobające się

W kwestionariuszu z 1996 r. zawarto rozbudowane pytanie o miejsca, które zdecydowanie nie podobają się respondentom lub nie podobają się respondentom. Jego odpowiednikiem w ankiecie z 2007 r. było pytanie: „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?”. Odpowiedzi na te pytania zestawiono w tabeli 16.

Najbardziej nielubianymi miejscami we Wrocławiu niezmiennie od 10 lat są okolice ul. Traugutta, „blokowiska” i Nowy Dwór. W roku 2007 do grupy najczęstszych odpowiedzi dołączyła szeroka kategoria „zaniedbane części miasta” oraz Kozanów, wcześniej zaliczany do kategorii „nowe osiedla”. Zabrakło natomiast centrum i Śródmieścia.

Widoczne różnice wynikają nie tylko ze zmian w preferencjach mieszkańców, ale również – po raz kolejny – z użycia odmiennych technik badawczych, w tym wypadku z zastosowania innych kryteriów kodowania i agregacji danych. Na przykład w badaniu z 1997 r. ul. Pułaskiego i Komuny Paryskiej ujęto jako osobną grupę od-

---

<sup>48</sup> Różne niuanse związane z samą nazwą „Krzyki” wyjaśniono w rozdziale dotyczącym deklarowanej przez respondentów znajomości miasta Wrocławia.

powieździ, podczas gdy w 2007 r. zaliczono je do kategorii „okolice ul. Traugutta”. Podobnie do odpowiedzi „centrum” w 1997 r. zaliczono Stare Miasto, pl. Grunwaldzki i ul. Piłsudskiego, zaś w roku 2007 z różnych względów miejsca te ujęto w osobne kategorie.

Tabela 16. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: miejsca, które nie podobały się respondentom w latach 1996–1997 i 2007 – pierwsze pięć pozycji (opracowanie własne na podstawie badań i Bagiński 1998)

1996–1997			2007		
odpowieź	liczba respondentów	odsetek respondentów	odpowieź	liczba respondentów	odsetek respondentów
Rejon ul. Traugutta	434	35,4	Zaniedbane części miasta*	804	24,85
Centrum (Stare Miasto, pl. Grunwaldzki, ul. Piłsudskiego)	219	17,86	Okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej	601	18,57
Nowe osiedla (np. Kozanów, Kosmonautów, Gaj)	207	16,88	„Błokowiska” (ogólnie)	581	17,95
Nowy Dwór	171	13,95	Nowy Dwór	568	17,55
Śródmieście	159	12,97	Kozanów	381	11,77

Uwagi:

Liczba respondentów, którzy w latach 1996–1997 odpowiedzieli na pytanie „Czy są we Wrocławiu takie miejsca, które się Pani/Panu nie podobają? Jeśli tak to proszę o ich wskazanie (bliższe określenie lub nazwanie) i uszeregowanie według kolejności ocen negatywnych: I ... oceniam zdecydowanie negatywnie, II ... oceniam negatywnie” – 1226. W tabeli uwzględniono dane dla miejsc nielubianych i zdecydowanie nielubianych łącznie.

Liczba respondentów, którzy w roku 2007 odpowiedzieli na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?” – 3236.

\* Wymieniano: nieodrestaurowane kamienice, zniszczone podwórza, zdewastowane place zabaw, brudne ulice, nabrzeża rzek i inne.

Niemniej pomimo różnic metodologicznych zmiany w hierarchii miejsc nielubianych mogą wskazywać pewne trendy w kształtowaniu się opinii mieszkańców. Trendy te jednak tylko w części odzwierciedlają rzeczywiste zmiany zachodzące w przestrzeni miasta. I tak, jeśli chodzi o centrum Wrocławia, to – jak już wspomniano – podlegało ono w ostatniej dekadzie dynamicznym przemianom: odrestaurowano liczne obiekty historyczne, przywracając im dawną świetność, powstałe w czasie II wojny światowej luki w zabudowie wypełniono nową tkanką, odnowiono i uatrakcyjniono najważniejsze ciągi piesze, znacznie wzbogacono ofertę handlową i usługową. Prawdopodobnie na skutek tych działań Stare Miasto, pl. Grunwaldzki i ul. Piłsudskiego znikły z listy najbardziej nielubianych miejsc w mieście. Jednocześnie (a być może właśnie dlatego) znacząco wzrosło niezadowolenie respondentów z obszarów przedwojennych kamienic, gdzie niszczące budynki i niezagospodarowane podwórza stają



się siedliskiem patologii społecznych. Widać zatem zwiększające się wymagania mieszkańców co do jakości przestrzeni miasta.

Wzrost oczekiwań ujawnia się również przez to, że w grupie pięciu najbardziej nie lubianych miejsc we Wrocławiu zaczynają dominować osiedla zabudowy blokowej: „blokowiska” (ogólnie), Nowy Dwór i Kozanów. Choć odnowione i wzbogacone o różne udogodnienia<sup>49</sup>, tereny „blokowisk” nie mogą konkurować z rewitalizowanym centrum Wrocławia i skazane są na wzrastającą dezaprobatę ze strony mieszkańców miasta.

### 3.12.3. Najpilniejsze sprawy dla miasta

W zbiorze najczęściej wymienianych pilnych potrzeb miasta od 10 lat dominują te dotyczące komunikacji. Pierwsze dwie pozycje to niezmiennie remonty dróg i budowa obwodnic. Kolejne dwie odpowiedzi związane z komunikacją to przebudowa układu drogowego (1996–1997) i poprawa transportu zbiorowego (2007). Nowym problemem, który pojawił się w ostatnich latach wraz z dynamicznym rozwojem motoryzacji są korki uliczne (tab. 17).

Tabela 17. Ankieta wśród mieszkańców Wrocławia: najpilniejsze potrzeby miasta w opinii mieszkańców w latach 1996–1997 i 2007 – pierwsze pięć pozycji (opracowanie własne na podstawie badań i Bagiński 1998)

1996–1997			2007		
odpowiedź	liczba respondentów	odsetek respondentów	odpowiedź	liczba respondentów	odsetek respondentów
Poprawa stanu dróg	486	32,82	Remonty dróg	1308	40,15
Budowa obwodnicy	305	20,59	Budowa obwodnic	1087	33,36
Elewacje budynków	221	14,92	Poprawa komunikacji zbiorowej	682	20,93
Remont starego budownictwa	138	9,32	Remonty przedwojennych kamienic	417	12,80
Przebudowa układu komunikacyjnego	134	9,05	„Odkorkowanie” miasta	233	7,15

Uwagi:

Liczba respondentów, którzy w latach 1996–1997 odpowiedzieli na pytanie „Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?” – 1481.

Liczba respondentów, którzy w roku 2007 odpowiedzieli na pytanie „Gdyby od Pani/Pana zależały

<sup>49</sup> Znamienny jest tu – przytaczany już w tej pracy – przykład Kozanowa, gdzie przeprowadzono ostatnio kompleksowe remonty elewacji budynków (ocieplenie, tynkowanie, malowanie, wymiana bram wejściowych), wygospodarowano nowe tereny rekreacyjne (parki, zieleńce, place zabaw, boiska) i wzbogacono ofertę usługową (sklepy, ośrodki zdrowia, kluby fitness, restauracje).

decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?” – 3258.

Widoczny wzrost znaczenia zagadnień transportowych w hierarchii najpilniejszych potrzeb Wrocławia (niegdyś stanowiły one 3 z 5 pozycji, dziś 4 z 5) można interpretować nie tylko na poziomie gospodarki przestrzennej miasta, ale również w znacznie szerszym sensie – w kontekście potrzeb komunikacyjnych człowieka. Skoro bowiem wrocławianie tak mocno akcentują problemy związane z poruszaniem się po mieście, to prawdopodobnie jedna z ich elementarnych potrzeb, potrzeba kontaktu, nie jest w dostatecznym stopniu zaspokojona. I nie chodzi tu już tylko o komunikację między miejscem zamieszkania a miejscem pracy, ale o komunikację w ogóle. Czy Wrocław zasługuje na miano „miejsca spotkań”, gdy mieszkańcy stoją w korkach?

Druga grupa mankamentów Wrocławia, na którą zwracają uwagę mieszkańcy, to stan przedwojennego budownictwa. W badaniu z lat 1996–1997 sugestie respondentów ujęto w dwóch kategoriach: „elewacje budynków” i „remont starego budownictwa”, zaś w roku 2007 przyjęto jedną kategorię: „remonty przedwojennych kamienic”. Znaczenie tego problemu, chociaż wciąż duże (o czym świadczą odpowiedzi na poprzednie pytanie), maleje jednak, ustępując problemom komunikacyjnym.

Oczywiście, nawet jeśli władze Wrocławia rozwiążą ostatecznie kwestię komunikacji samochodowej i remontów starego budownictwa, to z pewnością pojawią się nowe problemy. Samorządowcy nie mogą ustawać w wysiłkach, by miasto było miejscem dobrym do życia, pracy i wypoczynku.

#### 3.12.4. Wnioski

Z badań prowadzonych przez Bagińskiego w latach 1996–1997 wynikało, że opinie mieszkańców Wrocławia o swoim mieście są przeważnie negatywne – respondenci często mówili o brudzie, bałaganie, pijaństwie, hałasie czy problemach komunikacyjnych. Z kolei dane uzyskane w badaniu z 2007 r. wskazują, że obraz Wrocławia jest ogólnie pozytywny i koncentruje się wokół zadbanych obszarów w mieście: Rynku, Ostrowa Tumskiego i Wielkiej Wyspy. Nie brakuje w nim oczywiście również opinii negatywnych, jednak są one stosunkowo nieliczne. Widoczne rozbieżności między obiema ankietami wynikają z zasadniczych różnic w założeniach teoretycznych oraz w metodach i technikach badawczych. Można jednak doszukać się także istotnych analogii. I tak, najbardziej lubianymi miejscami we Wrocławiu są niezmiennie Rynek z ratuszem, Ostrów Tumski z katedrą, Stare Miasto jako całość i park Szczytnicki. Z kolei miejscami nielubianymi pozostają: rejon ul. Traugutta, „blokowska” i zaniedbane obszary przedwojennych kamienic. Wśród najważniejszych zmian, jakich mieszkańcy oczekują we Wrocławiu, od 10 lat na pierwszy plan wysuwają się zmiany komunikacyjne: remonty dróg i budowa obwodnic.

Pewne niewielkie przesunięcia w hierarchii poszczególnych odpowiedzi w stosunku

do badań z lat 1996–1997 są wyrazem zmieniających się z czasem preferencji i potrzeb mieszkańców, coraz bardziej świadomych i wymagających. Odzwierciedlają one również w pewnym stopniu zjawiska zachodzące w przestrzeni miasta – zarówno te pozytywne (kompleksowa odnowa Starego Miasta), jak i negatywne (postępująca degradacja obszarów przedwojennych kamienic). Porównywanie danych z różnych okresów pozwala zatem śledzić zmiany zachodzące w percepcji miasta, w jego wizerunku.

### **3.13. Podsumowanie: wizerunek Wrocławia w opinii mieszkańców**

Podsumowując, można powiedzieć, że Wrocław jest miastem lubianym przez zdecydowaną większość mieszkańców, głównie za swoje piękno, atmosferę oraz liczne walory niematerialne. Osoby negatywnie nastawione do miasta, których w ogólnej liczbie respondentów jest stosunkowo niewiele, argumentują, że jest ono przede wszystkim zakorkowane i brudne. Istnieje widoczna zależność między ogólną oceną Wrocławia a okresem zamieszkiwania w mieście i wiekiem respondentów: im starsi respondenci, tym częściej nie lubią Wrocławia, a im dłużej mieszkają we Wrocławiu, tym bardziej pozytywny jest ich stosunek do miasta.

Najważniejsze skojarzenia, jakie wywołuje Wrocław, to Rynek, zieleń i młodość. W wypowiedziach respondentów dużą rolę odgrywają skojarzenia niematerialne, niemające odniesienia w przestrzeni miasta. Podobnie jest w przypadku odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?” – według ankietowanych cechami rozpoznawczymi Wrocławia są: panująca w mieście atmosfera, jego mieszkańcy i Rynek z ratuszem. Rzadko który respondent uważa, że miasto nie ma w sobie nic szczególnego. Równie rzadko pojawiają się wypowiedzi negatywne.

Także wśród odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?” przeważają sformułowania pozytywne: piękne, rozwijające się i przyjazne. Osoby, które deklarują, że nie lubią Wrocławia, wymieniają stosunkowo więcej odpowiedzi negatywnych, jednak zawsze zdecydowaną większość stanowią określenia nacechowane pozytywnie lub odpowiedzi neutralne. Jeden z wniosków płynących z badań jest taki, że osoby starsze są bardziej skłonne do używania określeń negatywnych niż osoby młode.

Przestrzenne aspekty wizerunku Wrocławia zostały w ankiecie ujęte na dwa sposoby. Pierwszy dotyczył miejsc charakterystycznych dla miasta, drugi – miejsc lubianych i nielubianych. Według mieszkańców miasta najbardziej charakterystyczne miejsca we Wrocławiu to Rynek z ratuszem, Ostrów Tumski i Hala Stulecia wraz z otoczeniem. Dominacja Rynku jest bardzo wyraźna i w dużej mierze determinuje wizerunek całego miasta. Szczególnym miejscem w opinii mieszkańców jest również Wielka Wyspa, przy czym nieco częściej typują tak ludzie młodszy niż osoby starsze.

Dość podobne odpowiedzi uzyskano na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?”. Jeszcze raz należy podkreślić, że miejscem najbardziej lubianym przez mieszkańców Wrocławia jest Stare Miasto z Rynkiem, ratuszem i Ostrowem Tumskim, a także Wielka Wyspa z jej charakterystycznymi obiektami: parkiem Szczytnickim i Halą Stulecia oraz osiedlami Biskupin i Sępolno. Opinia mieszkańców w tej kwestii nie zmieniła się w zasadzie od 10 lat. Z kolei miejscami, które nie podobają się mieszkańcom, są w pierwszej kolejności zaniedbane kwartały przedwojennych kamienic, w tym zwłaszcza okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej, oraz „blokowiska”, których negatywny wpływ na obraz miasta stale rośnie. W wizerunku Wrocławia pewną rolę odgrywają stereotypy, dotyczące na przykład tzw. trójkąta bermudzkiego czy Kozanowa.

Wrocław oceniany jest przez większość mieszkańców jako atrakcyjne miejsce zamieszkania, pracy, usług i turystyki, a niemal 80% respondentów twierdzi, że miasto jest atrakcyjne we wszystkich czterech aspektach jednocześnie. Nie znaczy to oczywiście, że ankietowani nie mają żadnych zastrzeżeń do aktualnej kondycji Wrocławia – wielu mieszkańców ubolewa nad stanem dróg, brakiem obwodnic i niedomagającą komunikacją miejską, niektórzy zaś zwracają jeszcze uwagę na konieczność odrestaurowania przedwojennych kamienic. Niestety, większość potrzeb mieszkańców pozostaje od wielu lat niezaspokojona.

Interpretując wyniki ankiety „Co myślisz o Wrocławiu?”, należy pamiętać, że są one w dużym stopniu zdeterminowane przez cechy samych respondentów. Próba 3288 mieszkańców jest nielosowa, a co za tym idzie – nie jest w pełni reprezentatywna, choć ma wiele cech zbliżonych z populacją całego miasta. Najbardziej zbliżony do struktury wszystkich mieszkańców Wrocławia jest rozkład płci respondentów oraz rozkład deklarowanych miejsc zamieszkania. Największe różnice widoczne są w strukturze wieku (zdominowanej przez ludzi młodych) i w poziomie wykształcenia ankietowanych (wykazującym nadreprezentowanie osób z wykształceniem wyższym). Stąd też przedstawiane wyniki badań, chociaż wiarygodne, należy traktować z pewną ostrożnością, zwłaszcza przy uogólnianiu na całą populację Wrocławia.



## 4. Wizerunek Wrocławia w opinii osób spoza miasta

Miasto jest przedmiotem obserwacji i oceny wielu osób, z których każda ma swój punkt widzenia, własne spojrzenie na rzeczywistość. Wśród odbiorców miasta można wyróżnić wiele różnych grup (np. turyści, przedsiębiorcy, inwestorzy – por. Kotler i in. 1999), jednak najprostszą i najbardziej czytelną typologią jest podział na mieszkańców i osoby z zewnątrz.

W tym rozdziale przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych wśród 599 osób spoza Wrocławia. Zakres analiz jest w zasadzie tożsamy z zakresem badań zrealizowanych wśród mieszkańców miasta. Nieuniknione są zatem powtórzenia niektórych treści, zwłaszcza tych dotyczących skojarzeń z Wrocławiem, miejsc i cech charakterystycznych, miejsc lubianych i nielubianych, atrakcyjności miasta i koniecznych zmian w mieście.

Źródłem danych prezentowanych w tej części pracy jest wyłącznie ankieta internetowa<sup>50</sup>, nie ma więc możliwości porównywania wyników uzyskanych w badaniu *online* z wynikami ankiet prowadzonych poza siecią. Trzeba jednak pamiętać, że jedną z głównych zalet ankiety internetowej jest możliwość nieograniczonego poszerzenia grona respondentów. Dla badań wizerunku miasta ma to duże znaczenie, ponieważ miasto postrzegane i oceniane jest nie tylko przez mieszkańców, ale i przez wszystkich, którzy w nim byli lub o nim kiedykolwiek słyszeli.

### 4.1. Charakterystyka próby przyjętej do badań

Ze względu na nieograniczony zasięg terytorialny Internetu trudno jest stwierdzić, jaką właściwie populację reprezentuje badana grupa 599 respondentów spoza Wrocławia. Nie wiadomo bowiem, czy są oni przedstawicielami ludności całego świata (wszak Internet umożliwia udział w badaniu niemal z dowolnego miejsca na ziemi), czy tylko ludności znającej język polski (niezależnie od miejsca zamieszkania), czy może wszystkich osób, które kiedykolwiek odwiedziły Wrocław (choć wielkość takiej hipotetycznej zbiorowości jest niemożliwa do ustalenia). O cechach uzyskanej

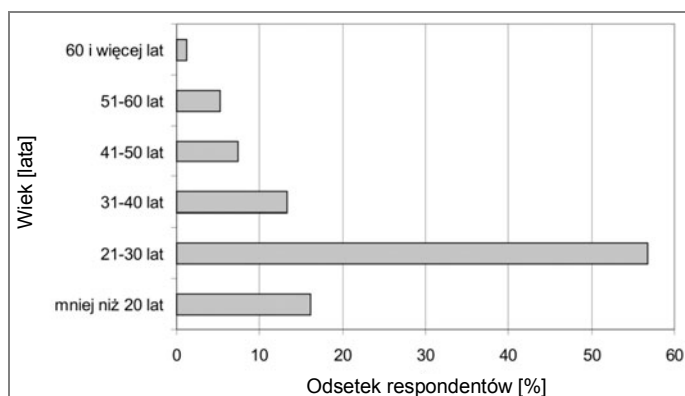
---

<sup>50</sup> W badaniu przeprowadzonym przez szkoły podstawowe w wybranych rejonach Wrocławia wszyscy respondenci okazali się mieszkańcami miasta.

próby decydują zatem wyłącznie takie elementy, jak wiek, płeć, wykształcenie, miejsce zamieszkania oraz fakt, że są to osoby, które biegle znają język polski, posługują się Internetem i w mniejszym lub większym stopniu znają Wrocław.

I tak, w ankiecie „Co myślisz o Wrocławiu?” w wersji dla osób spoza miasta uczestniczyli w większości mężczyźni, którzy stanowią 53,42% wszystkich ankietowanych, 320 osób (podczas gdy kobiety 46,58%, 279 osób). Taki rozkład płci respondentów jest zgodny z ogólną tendencją obserwowaną w Polsce i w Europie, gdzie odsetek osób korzystających z Internetu jest wyższy w przypadku mężczyzn niż kobiet (zob. Batorski 2007, Smihily 2007). Dominacja mężczyzn nie świadczy zatem o ich większym zainteresowaniu Wrocławiem, a raczej jest konsekwencją zastosowanej metody badawczej.

Jeśli chodzi o wiek respondentów, to widoczna jest zdecydowana przewaga grupy wiekowej 21–30 lat, która stanowi 56,76% wszystkich ankietowanych (340 osób). Kolejne dwie duże grupy tworzą osoby do 20. roku życia i osoby w wieku 31–40 lat (odpowiednio 16,19% i 13,36%) (rys. 22). Również ten wynik uzasadnić można ogólniejszymi, powszechnie obserwowanymi tendencjami, ponieważ ankieta internetowa dostępna jest wyłącznie dla osób korzystających z Internetu, które z zasady są młodsze od ogółu populacji.



Rys. 22. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: struktura wieku respondentów.  
Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie o wiek: 599

Interesujący jest rozkład miejsc zamieszkania respondentów – wyróżnić w nim można kilka charakterystycznych grup (tab. 18). Pierwszą z nich są mieszkańcy województwa dolnośląskiego, którego stolicą jest Wrocław i które jest naturalnym polem oddziaływania miasta. W ogólnej liczbie badanych stanowią oni 37,54% (223 osoby), co wydaje się odsetkiem relatywnie niewielkim, zważywszy na sposób rozpowszechnienia ankiety internetowej (głównie za pośrednictwem mediów lokalnych i regionalnych – zob. opis metody badań). Zdecydowaną większość (62,46%, 371 osób) stano-

wią respondentów spoza województwa dolnośląskiego – przeważnie z innych województw Polski, rzadziej z zagranicy. Może to świadczyć o sporym zainteresowaniu Wrocławem pomimo stosunkowo dużej odległości dzielącej respondentów od miasta.

Tabela 18. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: respondenci według miejsca zamieszkania

Miejsce zamieszkania	Liczba odpowiedzi	Odsetek respondentów
woj. dolnośląskie ogółem	223	37,54
miejscowości położone do 30 km od Wrocławia	108	18,18
pozostałe miejscowości woj. dolnośląskiego	115	19,36
poza woj. dolnośląskim	371	62,46
Polska	287	48,32
woj. mazowieckie	54	9,09
woj. wielkopolskie	41	6,90
woj. opolskie	36	6,06
woj. śląskie	31	5,22
woj. lubuskie	23	3,87
woj. łódzkie	21	3,54
woj. pomorskie	18	3,03
woj. małopolskie	17	2,86
woj. podkarpackie	15	2,53
woj. zachodniopomorskie	11	1,85
woj. kujawsko-pomorskie	8	1,35
woj. lubelskie	6	1,01
woj. świętokrzyskie	3	0,51
woj. podlaskie	2	0,34
woj. warmińsko-mazurskie	1	0,17
zagranica	84	14,14

Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie o miejsce zamieszkania: 594 osoby.

Wśród ankietowanych spoza Dolnego Śląska znaleźli się reprezentanci wszystkich pozostałych 15 województw. Najliczniej reprezentowane były województwa: mazowieckie, wielkopolskie i opolskie<sup>51</sup>. Niemal połowę respondentów z innych województw stanowią mieszkańcy miast wojewódzkich (23,04% wszystkich badanych, 138 osób), co prawdopodobnie wiąże się z większą liczbą użytkowników Internetu w tych miastach.

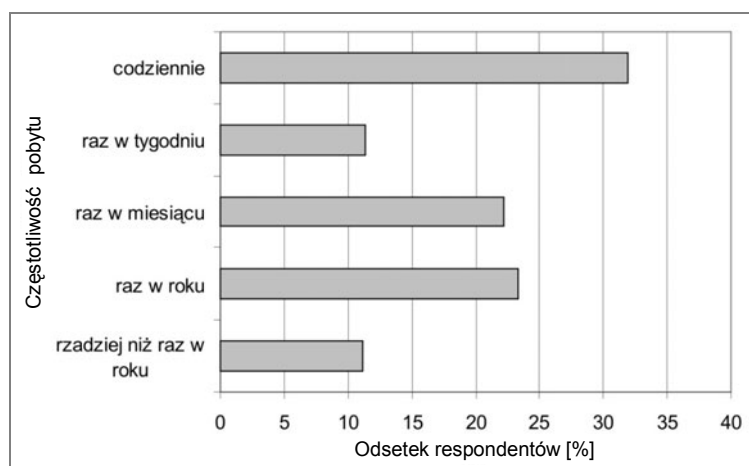
Jeśli chodzi o ankietowanych z zagranicy, to zamieszkują oni głównie kontynent europejski (głównie Wielką Brytanię i Irlandię – 4,34% wszystkich ankietowanych, 26 osób), choć pojawiają się również respondenci z Ameryki Północnej, Australii

<sup>51</sup> Można by tu doszukiwać się pewnych zależności między liczbą respondentów z danego województwa a jego ogólną liczbą ludności albo też odległością poszczególnych województw od Wrocławia, niemniej uznano, że analizy takie nie wniosłyby żadnych istotnych informacji do treści pracy.



i Nowej Zelandii oraz z Azji. Taki rozkład miejsc zamieszkania odpowiada w dużej mierze głównym kierunkom migracji zagranicznych Polaków w ostatnim czasie (zob. *Informacja o rozmiarach...* 2008).

Z miejscem zamieszkania respondentów wiąże się częstotliwość ich wizyt we Wrocławiu, a co za tym idzie – stopień znajomości miasta. Wśród wszystkich ankietowanych największą grupę stanowią osoby, które bywają we Wrocławiu codziennie (31,89%, 191 respondentów), najmniejszą – osoby, które przyjeżdżają do miasta rzadziej niż raz w roku (11,19%, 67 respondentów) (rys. 23).



Rys. 23. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: respondenci według częstotliwości pobytu w mieście. Liczba osób, które odpowiedziały na pytanie „Jak często bywa Pani/Pan we Wrocławiu?”: 599

Zależność między miejscem zamieszkania a częstotliwością pobytu we Wrocławiu jest dobrze widoczna: zdecydowana większość osób mieszkających w promieniu 30 km od miasta (82,57%, 90 respondentów) bywa we Wrocławiu codziennie, a ponad połowa osób spoza województwa dolnośląskiego odwiedza miasto raz w roku lub rzadziej (łącznie 52,52%, 198 respondentów)<sup>52</sup>.

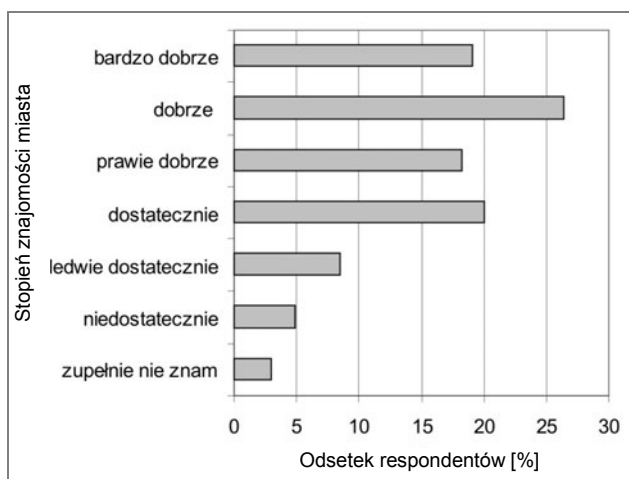
W ankiecie „Co myślisz o Wrocławiu?” zawarto również pytanie o poziom wykształcenia respondentów. Największą grupę stanowią osoby z wykształceniem wyższym ukończonym (44,91%, 269 osób), najmniejszą – z wykształceniem podstawowym (5,51%, 33 osoby). Struktura wykształcenia ankietowanych jest zbliżona do

<sup>52</sup> W formularzu ankiety nie było odpowiedzi „nigdy nie byłam/byłem we Wrocławiu”, chociaż mogłaby ona być źródłem interesujących informacji na temat wizerunku funkcjonującego w świadomości osób nieznających miasta w ogóle. Warto przecież pytać o opinię na temat miasta nawet wówczas, gdy respondenci nie są w pełni świadomi jej istnienia. Jak bowiem zauważa M. Florek (2006), wizerunek ma tę właściwość, iż nawet jeśli respondent nie miał styczności z danym terytorium, może posiadać na jego temat określoną opinię.

struktury wykształcenia ogółu użytkowników Internetu w Polsce (zob. Batorski 2007), jednak uwagę zwraca stosunkowo liczna grupa respondentów, którzy wybrali odpowiedź „wykształcenie wyższe nieukończone” (30,05% wszystkich badanych, 180 osób). Są to prawdopodobnie studenci, którzy uczą się we wrocławskich szkołach wyższych – zdecydowana większość z nich jest w wieku 21–30 lat (83,89%, 151 osób), a spora część bywa w mieście codziennie (48,89%, 88 osób). Na taki rozkład wykształcenia wpływ miał z pewnością sposób rozpropagowania ankiety, między innymi za pośrednictwem stron internetowych Uniwersytetu Wrocławskiego i Politechniki Wrocławskiej (zob. opis metody badań).

## 4.2. Deklarowana znajomość miasta

Pomiar wiedzy o mieście wśród osób z zewnątrz ma kluczowe znaczenie dla badania wizerunku w tej grupie odbiorców, świadczy bowiem o ogólnej świadomości istnienia miasta i o znajomości jego oferty (por. Florek 2006). Stopień ogólnej znajomości Wrocławia wśród ankietowanych jest stosunkowo wysoki: łącznie 45,41% respondentów (272 osoby) deklaruje, że zna Wrocław bardzo dobrze lub dobrze, zaś kolejne 38,23% (229 osób) – prawie dobrze lub dostatecznie (rys. 24). Pozwala to stwierdzić, że opinie na temat Wrocławia prezentowane przez respondentów w innych częściach ankiety są wiarygodne.



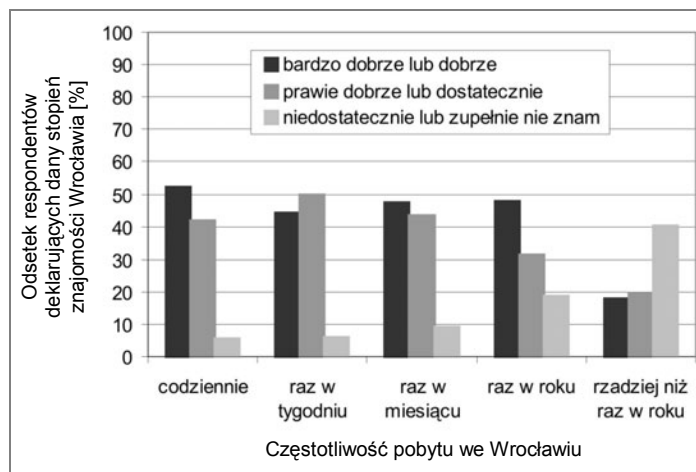
Rys. 24. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: deklarowana znajomość Wrocławia wśród respondentów. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie „W jakim stopniu, według własnej oceny, zna Pani/Pan całe miasto Wrocław?": 599

Jak już zauważono w opisie stopnia znajomości Wrocławia wśród mieszkańców, ogólna wiedza na temat miasta oceniana jest przez ankietowanych subiektywnie. Szczególne znaczenie ma to w przypadku respondentów z zewnątrz, ponieważ ich punkt widzenia jest determinowany przez obecne miejsce zamieszkania. Tok myślenia ankietowanych podczas udzielania odpowiedzi na to pytanie można opisać słowami „jak na mieszkańca miejscowości X znam Wrocław całkiem dobrze”. Rozumowanie takie znajduje odbicie w widocznej zależności między miejscem zamieszkania respondentów a stopniem znajomości miasta: osoby mieszkające w promieniu 30 km od Wrocławia mają największą wiedzę na temat miasta (61,47% z nich, 67 osób, deklaruje, że zna Wrocław bardzo dobrze lub dobrze, a 33,94%, 37 osób – prawie dobrze lub dostatecznie), mieszkańcy innych części województwa dolnośląskiego są bardziej ostrożni w ocenie swojej znajomości Wrocławia (42,86%, 51 osób, zna miasto bardzo dobrze lub dobrze, a 47,06%, 56 osób – prawie dobrze lub dostatecznie), osoby spoza Dolnego Śląska znają zaś miasto najslabiej (40,96%, 154 osoby, deklaruje bardzo dobrą lub dobrą znajomość Wrocławia, a 36,16%, 136 osób – prawie dobrą lub dostateczną). Potwierdza się tym samym reguła opisana przez M. Florek (2006), że im większe miasto i mniejsza fizyczna odległość od niego, tym jego znajomość jest lepsza.

Równie czytelna jest zależność między stopniem znajomości Wrocławia a częstotliwością pobytu w mieście (rys. 25). Im rzadziej respondenci przyjeżdżają do Wrocławia, tym większy jest odsetek osób znających miasto niedostatecznie lub nieznających go wcale (z 5,76%, 11 osób, wśród respondentów bywających codziennie do 40,30%, 27 osób, bywających rzadziej niż raz w roku). Zastanawiające są jednak udziały osób deklarujących bardzo dobrą i dobrą znajomość Wrocławia: o ile bowiem zrozumiałe jest, że respondenci odwiedzający miasto codziennie deklarują największą wiedzę o mieście (52,36%, 100 osób, zna miasto w stopniu bardzo dobrym lub dobrym), a respondenci przyjeżdżający rzadziej niż raz w roku – najmniejszą (17,91%, 12 osób), o tyle z niewiadomych przyczyn ankietowani odwiedzający Wrocław raz w tygodniu, raz w miesiącu lub raz w roku wykazują znajomość Wrocławia na poziomie zbliżonym do najczęstszych bywalców (około 45%). Trudności z interpretacją tych wyników znów wiązać należy z subiektywną oceną znajomości miasta przez respondentów, zależną od ich wcześniejszych doświadczeń i cech indywidualnych.

Odpowiedzi na pytanie „Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?” wskazują, że dla osób z zewnątrz najbardziej rozpoznawalnymi miejscami w mieście są obszary centralne: centrum (29,55% respondentów, 177 osób), Stare Miasto (24,21%, 145 osób) i Śródmieście (23,87%, 143 osoby). Zauważalna jest również stosunkowo wysoka pozycja Krzyków i placu Grunwaldzkiego (tab. 19). Fenomen Krzyków opisano już w rozdziale poświęconym wynikom badań wśród mieszkańców, dlatego w tym miejscu wystarczy przypomnieć, że taka deklaracja respondentów jest niejednoznaczna i trudna do weryfikacji. Z kolei plac Grunwaldzki jest miejscem, gdzie krzyżują się drogi studentów trzech dużych uczelni: Politechniki Wrocławskiej, Uniwersytetu Przyrodniczego (dawniej Akademii Rolniczej) oraz Akademii Medycznej.

Zapewne dlatego ten fragment miasta został wskazany jako miejsce dobrze znane respondentom – ludzi młodym, z których większość jest w wieku 21–30 lat (zob. charakterystyka próby).



Rys. 25. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: stopień znajomości Wrocławia a częstotliwość pobytu w mieście. Liczba osób, które odpowiedziały na te pytania: 599

Tabela 19. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: miejsca we Wrocławiu, które respondenci znają najlepiej

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek respondentów	Odsetek odpowiedzi
Centrum	177	29,55	14,20
Stare Miasto	145	24,21	11,64
Śródmieście	143	23,87	11,48
Rynek	114	19,03	9,15
Krzyki	111	18,53	8,91
Pl. Grunwaldzki i okolice	69	11,52	5,54
Biskupin	67	11,19	5,38
Psie Pole	38	6,34	3,05
Ostrów Tumski, katedra	34	5,68	2,73
Sępolno	34	5,68	2,73
Inne*	314	52,40	25,20
Razem	1246	208,01	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Wielkości procentowe w kolumnie „Odsetek respondentów” nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie „Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?": 599.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Także w tym pytaniu zaznacza się wpływ częstotliwości pobytu w mieście, chociaż dotyczy on raczej liczby odpowiedzi niż ich treści. Respondenci, którzy bywają we Wrocławiu codziennie, wymieniają średnio 2,5 miejsca, osoby odwiedzające miasto raz w tygodniu, raz w miesiącu i raz w roku – około 2 miejsc, a respondenci przyjeżdżający do Wrocławia rzadziej niż raz w roku – średnio tylko 1 dobrze znane im miejsce. Te liczby dobitnie potwierdzają ścisłą zależność między częstotliwością pobytu w mieście a stopniem znajomości jego przestrzeni.

### 4.3. Wrocław lubiany i nielubiany

Większość badanych spoza Wrocławia lubi miasto. Na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?” 93,16% respondentów odpowiedziało, że tak (558 wskazań). Wśród powodów pozytywnego nastawienia do Wrocławia najczęściej wymieniane są wspomnienia związane z miastem, klimat Wrocławia i jego piękno (tab. 20). Odpowiedzi ankietowanych spoza Wrocławia nie różnią się w zasadzie od odpowiedzi mieszkańców – oczywiście poza pierwszą kategorią („sentymet, wspomnienia”), która nie występuje w wynikach badań prowadzonych wśród wrocławian.

Tabela 20. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: powody, dla których respondenci lubią Wrocław

Odpowiedź na pytanie „Dlaczego?” (lubi Pani/Pan Wrocław)	Liczba odpowiedzi	Odsetek respondentów	Odsetek odpowiedzi
Sentymet, wspomnienia z okresu mieszkania we Wrocławiu	187	33,69	15,70
Atmosfera, niezwykle klimat	167	30,09	14,02
Ładne, piękne miasto, podoba mi się	143	25,77	12,01
Sympatyczni, życzliwi mieszkańcy	80	14,41	6,72
Szeroka oferta kulturalna i rozrywkowa, wiele możliwości odpoczynku	63	11,35	5,29
Architektura, dużo zabytków i ciekawych miejsc	62	11,17	5,21
Interesujące, niepowtarzalne miasto	47	8,47	3,95
Rozwój gospodarczy	44	7,93	3,69
Żywe miasto, tętniące życiem	44	7,93	3,69
Dużo zieleni, parki	31	5,59	2,60
Miasto przyjazne dla mieszkańców, dobrze się w nim mieszka	30	5,41	2,52
Inne*	284	51,17	23,85
Trudno powiedzieć/nie wiem/po prostu lubię	9	1,62	0,76
Razem	1191	215,00	100

## Uwagi:

Tabela zawiera odpowiedzi udzielone przez osoby lubiące Wrocław. Uwzględniono jedynie powody wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Odsetki respondentów lubiących Wrocław nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy lubią Wrocław i odpowiedzieli na to pytanie – 555.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

W grupie najczęściej wymienianych powodów lubienia miasta ponad połowę stanowią wartości niematerialne: sentyment, atmosfera, sympatyczni mieszkańcy, wyjątkowość miasta, żywiołowość oraz ogólna „przyjazność” Wrocławia (łącznie 61,80% odpowiedzi udzielanych przez więcej niż 5% respondentów, 555 wskazań). Świadczy to o istotnych walorach pozaprzestrzennych miasta, dostrzeganych zarówno przez mieszkańców, jak i przez osoby z zewnątrz.

Nieco inaczej kształtują się wypowiedzi osób nie lubiących Wrocławia (6,84% respondentów, 43 odpowiedzi). Swój negatywny stosunek do Wrocławia uzasadniają one przede wszystkim problemami komunikacyjnymi, bałaganem i nadmierną wielkością miasta. Ta ostatnia odpowiedź jest charakterystyczna dla ankietowanych spoza miasta i nie występuje w wynikach ankiet przeprowadzonych wśród mieszkańców. Do niematerialnych powodów nie lubienia Wrocławia zaliczyć można tylko odpowiedź „nieprzyjaźni ludzie”, stanowiącą 6,98% wskazań w tej grupie (3 odpowiedzi – tab. 21). Warto

Tabela 21. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia:  
powody, dla których respondenci nie lubią Wrocławia

Odpowiedź na pytanie „Dlaczego?” (nie lubi Pani/Pan Wrocławia)	Liczba odpowiedzi	Odsetek respondentów	Odsetek odpowiedzi
Korki, zła komunikacja w mieście	9	21,95	20,93
Brud i bałagan	7	17,07	16,28
Duże (za duże)	3	7,32	6,98
Nieprzyjaźni ludzie	3	7,32	6,98
Mało zieleni, zaniedbana zieleń	3	7,32	6,98
Uboga oferta kulturalna i rozrywkowa	3	7,32	6,98
Inne*	14	34,16	32,56
Trudno powiedzieć/nie wiem	1	2,44	2,32
Razem	43	104,9	100

## Uwagi:

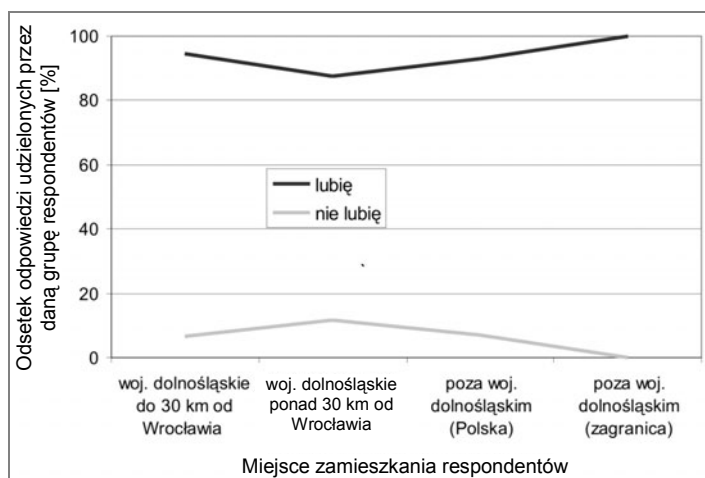
Tabela zawiera odpowiedzi udzielone przez osoby nie lubiące Wrocławia. Uwzględniono jedynie powody wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Odsetki respondentów nie lubiących Wrocławia nie sumują się do 100, ponieważ ankietowani mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy nie lubią Wrocławia i odpowiedzieli na to pytanie – 41.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

w tym miejscu odnotować, że wrocławianie oceniają samych siebie bardzo podobnie – kategoria „nieprzyjaźni ludzie” stanowi 6,31% wskazań powodów nielubienia miasta przez mieszkańców.

Choć nieliczne, wypowiedzi osób nie lubiących Wrocławia są istotne, ponieważ kwestionują niektóre funkcjonujące wśród wrocławian przekonania o wyjątkowości miasta. Na przykład, promowaną ostatnio atrakcyjność inwestycyjną Wrocławia bardzo trzeźwo ocenia respondent z Leszna (pisownia oryginalna): „za bardzo się wszędzie chacie nie macie szans z Warszawą, trochę skromności”. Inny uczestnik badania (z Warszawy) krytycznie odnosi się do otwartości i tolerancji mieszkańców (pisownia oryginalna): „miasto w którym trudno się rozwijać jeśli się ma jakikolwiek drobne krytyczne uwagi o Wrocławiu”. Takie spostrzeżenia osób z zewnątrz, choć przez wielu wrocławian niemile widziane, mogłyby korzystnie wpłynąć na postrzeganie miasta przez samych mieszkańców, zweryfikować istniejące autostereotypy (por. Pluta 2006a) i zmniejszyć dystans między wizerunkiem miasta funkcjonującym w zbiorowej świadomości a rzeczywistymi cechami miasta.

Wyniki ankiety wskazują na silny związek między stosunkiem respondentów do Wrocławia a ich miejscem zamieszkania. Zależność tę można zobrazować w formie schematu, na którym wraz ze wzrostem odległości od miasta zmienia się odsetek osób lubiących i nie lubiących Wrocławia. Respondentów podzielono na cztery ogólne grupy pod względem miejsca zamieszkania (rys. 26).



Rys. 26. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: respondenci lubiący i nie lubiący Wrocławia a ich miejsce zamieszkania. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?” – 599

I tak, wśród respondentów mieszkających w promieniu 30 km od miasta osób nie lubiących Wrocławia jest 6,42% (7 odpowiedzi). Udział negatywnych emocji związanych

z miastem zdecydowanie wzrasta w grupie osób mieszkających na pozostałych obszarach województwa dolnośląskiego: łącznie 11,76% badanych w tej grupie deklaruje, że nie lubi Wrocławia. Źródłem takiego nastawienia wśród mieszkańców odleglejszych części Dolnego Śląska upatrywać można w krytycznej ocenie dynamicznego rozwoju Wrocławia, który jest niewspółmierny do rozwoju pozostałych części województwa<sup>53</sup>. W dwóch kolejnych strefach nastawienie do miasta jest bardziej pozytywne, a odpowiedzi „nie” stanowią 6,87% w grupie respondentów z innych województw Polski (20 wskazań) i 0,00% wśród ankietowanych z zagranicy. Ten ostatni wynik jest prawdopodobnie związany z towarzyszącą większości emigrantów nostalgią i zasadniczo pozytywną oceną miejsc znanych z pobytu w Polsce.

#### 4.4. Skojarzenia związane z Wrocławiem

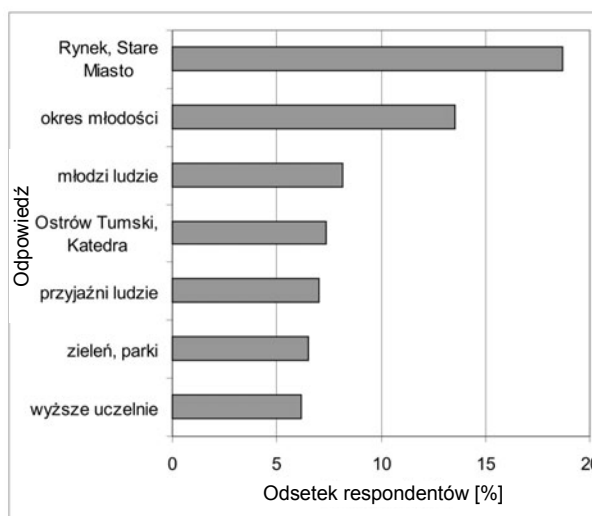
Respondenci spoza Wrocławia najczęściej kojarzą miasto z Rynkiem, ratuszem i Starym Miastem (18,70% ankietowanych, 112 osób), z okresem swojej młodości (7,78%, 81 osób) oraz ze studentami i młodymi ludźmi w ogóle (8,18%, 49 osób). Tylko 0,29% respondentów (3 osoby) nie kojarzy Wrocławia z niczym. Odpowiedzi wskazane przez więcej niż 5% badanych przedstawiono na rysunku 27.

Pierwsze miejsce Rynku z ratuszem jest kolejnym dowodem na wyjątkowe znaczenie tego miejsca w wizerunku Wrocławia. Znamienne, że takie skojarzenie mają równie często osoby spoza województwa dolnośląskiego (18,57% respondentów w tej grupie, 70 osób) co mieszkańcy regionu (18,42% respondentów w tej grupie, 42 osoby), mimo że ankietowani spoza Dolnego Śląska podają statystycznie więcej odpowiedzi (średnio 1,8 skojarzenia) niż osoby z regionu (każdy respondent wymienia średnio 1,6 skojarzenia). Dowodzi to, że Rynek jest bardzo wyrazistą ikoną Wrocławia, rozpoznawalną zarówno dla mieszkańców Dolnego Śląska, jak i (choć proporcjonalnie w nieco mniejszym stopniu) dla osób z innych części kraju i świata. Duży wpływ na taki stan rzeczy ma z pewnością powszechne wykorzystywanie Ratusza jako symbolu miasta w mediach, wszelkiego rodzaju folderach, reklamach i dokumentach promocyjnych miasta. Podobne zjawiska mają oczywiście miejsce w wielu innych dużych miastach na świecie, jednak ze względu na ich niemierzalną wartość, trudno jest jednoznacznie ocenić wpływ mediów i reklam na świadomość odbiorców miasta.

---

<sup>53</sup> Autorzy *Foresightu regionalnego dla Dolnego Śląska* w rozdziale „Wrocławski Obszar Metropolitalny jako Lokomotywa Rozwoju Dolnego Śląska” (*Foresight*, 2007) stwierdzają wręcz, że mieszkańcy regionu kojarzą Wrocław z zaborczym sąsiadem realizującym własne interesy pod pozorem realizacji interesów wspólnych, który – posługując się techniką marketingu politycznego – zawłaszcza wszelkie korzyści ze wspólnej lokalizacji i sąsiedztwa, i który – robiąc coś pod szyldem regionu – tak naprawdę robi to głównie dla siebie.





Rys. 27. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba osób, które odpowiedziały na to pytanie: 599

Druga pod względem liczby wskazań kategoria „dzieciństwo i okres młodości” zawdzięcza swoją wysoką pozycję osobistym doświadczeniom respondentów, z których wielu mieszkało wcześniej we Wrocławiu i ma wspomnienia związane z miastem (por. odpowiedzi na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”). Natomiast trzecie i siódme w kolejności skojarzenia mówiące o studentach i o wyższych uczelniach (łącznie 8,26% odpowiedzi, 86 wskazań) akcentują akademicki charakter miasta, postrzeganego przez osoby z zewnątrz jako silny ośrodek kształcenia (tab. 22). Odpowiedzi tego rodzaju nie pojawiają się w ankiecie dla mieszkańców, co może świadczyć o tym, że wrocławianie nie dostrzegają akademickiej roli Wrocławia lub że nie jest ona dla nich istotnym wyróżnikiem miasta.

Wymienione tu trzy kategorie zaliczyć można do grupy odpowiedzi niematerialnych (pozaprzestrzennych), do której należą również takie skojarzenia, jak np. „przyjaźni ludzie, życzliwi mieszkańcy”, „interesująca historia”, „atmosfera, niezwykły klimat”, „otwartość”, „wielokulturowość”, „piękno”, „przyjaciele, znajomi”, „radość” czy „europejskość”. Wśród wszystkich odpowiedzi stanowią one 33,24% (346 wskazań). Nieco częściej skojarzenia niematerialne mają osoby, które znają miasto stosunkowo dobrze (34,80% odpowiedzi udzielonych przez respondentów znających miasto bardzo dobrze, dobrze lub prawie dobrze, 230 wskazań, w stosunku do 31,18% odpowiedzi udzielonych przez respondentów znających miasto dostatecznie, ledwie dostatecznie lub niedostatecznie, 111 wskazań). Jest to zjawisko zrozumiałe, ponieważ trzeba dobrze znać Wrocław, aby umieć dostrzec szczególne, „nienamacalne” wartości miasta.

Tabela 22. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?”

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Rynek, ratusz, Stare Miasto	112	10,76
Dzieciństwo i okres młodości	81	7,78
Studenci, młodzi ludzie	49	4,71
Ostrów Tumski, katedra	44	4,23
Przyjaźni ludzie, życzliwi mieszkańcy	42	4,03
Zieleń, parki	39	3,75
Wyższe uczelnie, nauka i edukacja	37	3,55
Inne*	625	60,04
Z niczym	3	0,29
Trudno powiedzieć/nie wiem	9	0,86
Razem	1041	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Próba: 599 osób.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Jeśli chodzi o przestrzenne skojarzenia związane z Wrocławiem, to hasła „Rynek, ratusz, Stare Miasto”, „Ostrów Tumski, katedra”, „Odra i inne rzeki”, „Panorama Raclawicka”, „mosty”, „ZOO”, „parki i ogrody”, „Hala Stulecia”, „Opera”, „most Grunwaldzki” stanowią łącznie 36,12% wszystkich odpowiedzi (376 wskazań), a więc dają wynik porównywalny ze skojarzeniami niematerialnymi. Stosunkowo duże nagromadzenie obiektów charakterystycznych dla miasta potwierdzają wyniki badań innych autorów (Kwolek, Szmitkiewicz 2007), którzy dowodzą, że Wrocław jest miastem wielu symboli, kojarzonym z wieloma elementami jednocześnie<sup>54</sup>.

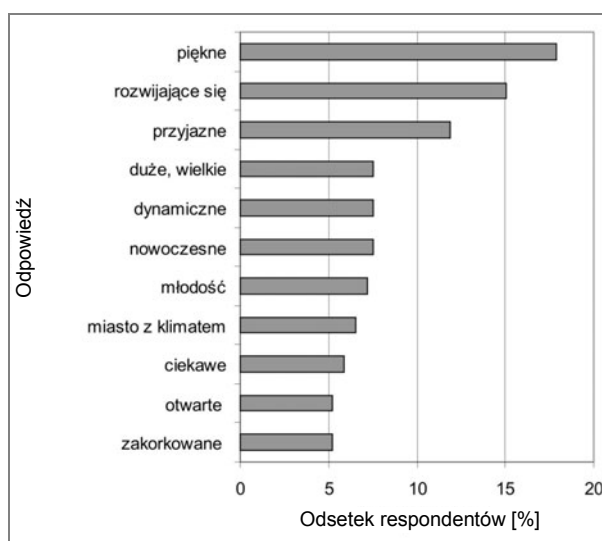
Oprócz podziału na skojarzenia przestrzenne i pozaprzestrzenne istotne jest również rozróżnienie odpowiedzi ze względu na ich zabarwienie emocjonalne: pozytywne, neutralne bądź negatywne. Konotacji negatywnych nie jest wiele – zaliczyć można do nich odpowiedzi: „korki”, „remonty i objazdy”, „brud, bałagan”, „wysokie ceny mieszkań”, „dziurawe drogi”, „hałas” oraz „bieda i bezrobocie”. Łącznie stanowią one 4,61% wszystkich odpowiedzi (48 wskazań). Pozostałe kategorie uznać należy za skojarzenia pozytywne lub neutralne (95,39% wszystkich odpowiedzi, 993 wskazania). Oczywiście zabarwienie emocjonalne skojarzeń jest silnie związane z ogólnym nastawieniem do Wrocławia: konotacje negatywne stanowią 15,79% odpowiedzi udzielonych przez respondentów nielubiących miasta (9 wskazań) i tylko 4,67% odpowiedzi udzielonych przez respondentów lubiących miasto (46 wskazań). Widoczna jest również zależność

<sup>54</sup> W badaniach J. Kwolek i R. Szmitkiewicza (2007) za najważniejsze symbole Wrocławia ankietowani uznali Rynek (10,9% odpowiedzi), Panoramę Raclawicką (10,0%), Stare Miasto (8,3%), Ostrów Tumski (6,2%) i Ogród Zoologiczny (5,1%).

między częstotliwością pobytu we Wrocławiu a skojarzeniami z miastem: respondenci bywający we Wrocławiu raz w miesiącu lub częściej mają więcej skojarzeń negatywnych (5,73% odpowiedzi udzielonych w tej grupie, 37 wskazań) niż respondenci odwiedzający Wrocław raz w roku lub rzadziej (2,78% odpowiedzi udzielonych w tej grupie, 11 wskazań). Wpływa na to z jednej strony doświadczanie różnorodnych uciążliwości życia we Wrocławiu przez częstych gości, a z drugiej akcentowanie pozytywnych skojarzeń przez osoby rzadko bywające w mieście.

#### 4.5. Wrocław w kilku słowach

Respondenci spoza Wrocławia najczęściej opisują miasto słowami: „piękne” (17,92% ankietowanych, 107 wskazań), „rozwijające się” (15,08% ankietowanych, 90 wskazań) i „przyjazne” (11,89% ankietowanych, 71 wskazań) (rys. 28). Można powiedzieć, że określenia te odpowiadają trzem wymiarom miasta: przestrzennemu, gospodarczemu i społecznemu, a co za tym idzie – że obraz Wrocławia w świadomości osób z zewnątrz jest wieloaspektowy, wszechstronny i wiarygodny. Ponadto trzy pierwsze odpowiedzi respondentów spoza miasta w pełni pokrywają się z odpowiedziami mieszkańców, co dodatkowo potwierdza wnikliwość ocen w tej grupie badanych.



Rys. 28. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 597

Wśród odpowiedzi wskazanych przez więcej niż 5% badanych jest tylko jedno określenie negatywne: „zakorkowane” (2,41% wszystkich odpowiedzi, 31 wskazań); pozostałe kategorie zaliczyć można do określeń pozytywnych („piękne”, „przyjazne”, „miasto z klimatem, miasto z atmosferą”, „ciekawe”, „otwarte”) lub neutralnych (odwołujących się do obiektywnych cech miasta: „rozwijające się”, „duże, wielkie, rozległe”, „dynamiczne”, „nowoczesne”, „młodość, miasto młodych ludzi”), stanowiących łącznie 42,85% wszystkich odpowiedzi (551 wskazań) (tab. 23). Ogólnie można więc powiedzieć, że osoby z zewnątrz opisują Wrocław pozytywnie.

Tabela 23. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?”

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Piękne	107	8,32
Rozwijające się, rozwojowe	90	7,00
Przyjazne	71	5,52
Duże, wielkie, rozległe	45	3,50
Dynamiczne	45	3,50
Nowoczesne, nowe	45	3,50
Młodość, miasto młodych ludzi	43	3,34
Miasto z klimatem, miasto z atmosferą	39	3,03
Ciekawe	35	2,72
Otwarte	31	2,41
Zakorkowane	31	2,41
Inne*	704	54,74
Trudno powiedzieć/nie wiem	0	0,00
Razem	1286	100

Uwagi:

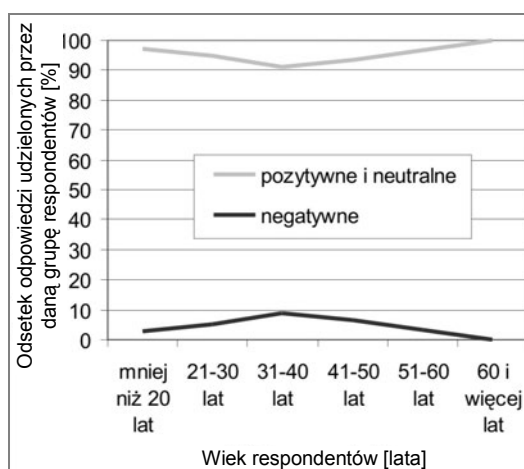
Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 597.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Podobnie jak w przypadku skojarzeń związanych z miastem, także tu istnieje dość oczywisty związek między zabarwieniem emocjonalnym określeń Wrocławia a ogólnym nastawieniem respondentów do miasta. Określenia negatywne pojawiają się znacznie częściej w wypowiedziach osób niekochających miasta (23,08% wszystkich odpowiedzi udzielanych w tej grupie, 15 wskazań) niż w wypowiedziach osób zadowolonych z Wrocławia (4,09% odpowiedzi w tej grupie, 46 wskazań). Korelacja ta wydaje się bardzo logiczna i nie wymaga dodatkowego komentarza.

O wiele bardziej intrygująca jest współzależność między odpowiedziami na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?” a wiekiem respondentów. Z rysunku 29 można wyczytać, że częściej negatywnych określeń używają osoby w średnim wieku, podczas gdy zarówno osoby młodsze, jak i starsze opisują miasto

bardziej pozytywnymi słowami. Młodzi respondenci (do 30 lat) widzą we Wrocławiu więcej cech dodatnich być może dlatego, że w ich świadomości miasto stwarza duże możliwości rozwoju zawodowego, kulturalnego i duchowego. Z kolei osoby starsze (powyżej 41 lat) często wiążą z Wrocławiem wiele miłych wspomnień i stąd wiele określeń nacechowanych dobrymi emocjami. Natomiast stosunkowo negatywna ocena miasta przez badanych w średnim wieku (31–40 lat) jest dlatego zaskakująca, że pojawia się niezależnie od ich ogólnego nastawienia do miasta (por. odpowiedzi na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?”). Prawdopodobnie więc duży odsetek określeń negatywnych w tej grupie wieku wiąże się z przykrymi doświadczeniami podczas pobytu we Wrocławiu i z niespełnionymi oczekiwaniami względem miasta.



Rys. 29. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: słowa określające Wrocław a wiek respondentów. Liczba ankietowanych, którzy odpowiedzieli na pytanie „Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?": 597

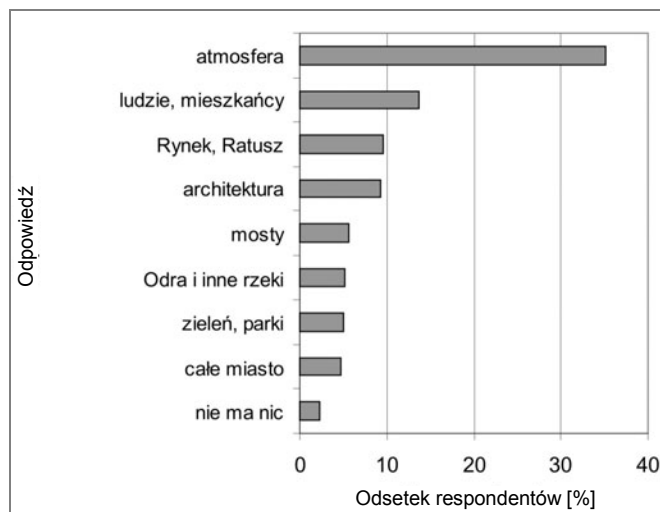
Jeśli chodzi o określenia związane z rangą miasta w kraju i w regionie, to można wyróżnić następujące kategorie odpowiedzi: „duże, wielkie, rozległe”, „nowoczesne, nowe”, „europejskie”, „kulturalne, miasto kultury”, „wielokulturowe”, „metropolia”, „perspektywiczne, mające duże perspektywy”, „kosmopolityczne”, „akademickie”, „miasto nauki”. Stanowią one łącznie pokazałą grupę 16,90% wszystkich odpowiedzi (201 wskazań) i świadczą o dostrzeganiu i akcentowaniu przez osoby z zewnątrz metropolitalnych cech Wrocławia.

Podobnie jak w przypadku mieszkańców miasta, również w tej grupie respondentów można zauważyć stosunkowo wysoką pozycję wśród odpowiedzi hasła reklamowego „Wrocław – miasto spotkań” („Wrocław. The meeting place”), wskazanego przez 3,67% ankietowanych (22 osoby). Świadczy to o skuteczności kampanii promocyjnej prowadzonej dotychczas przez władze miasta i może być ważnym punktem wyjścia do dalszych przedsięwzięć w tym zakresie.

Dominacja pozytywnych i neutralnych określeń w zbiorze wszystkich wypowiedzi respondentów spoza Wrocławia może sprawiać wrażenie, że nie dostrzegają oni istotnych problemów miasta. Tak jednak nie jest, o czym świadczą choćby następujące wypowiedzi ankietowanych (pisownia oryginalna): „ciepły, przyjazny, młody, wielokulturowy, zakorkowany”, „tajemnicze, piękne, duże, zaniedbane”, „przyjazny, nie można się nudzić, kiepskie drogi”. Jak widać, w odpowiedziach osób spoza miasta atuty Wrocławia mieszają się i przeplatają z jego mankamentami i niedostatkami. Jest to dowodem realistycznego spojrzenia ankietowanych na rzeczywistość.

#### 4.6. Szczególne cechy Wrocławia

W opinii osób spoza Wrocławia najbardziej szczególną cechą miasta jest panująca w nim atmosfera i klimat (35,06% respondentów, 210 osób). Odpowiedź ta zdecydowanie dominuje w zbiorze wszystkich dających się wyróżnić cech, ponieważ kolejne kategorie: „ludzie, mieszkańcy” i „Rynek, Ratusz” zostały wskazane przez ponad dwukrotnie mniej respondentów (odpowiednio 13,69%, 82 osoby, i 9,52%, 57 osób). Występuje tu pełna zbieżność z wynikami ankiet prowadzonych wśród wrocławian. Tylko nieco ponad 2% ankietowanych (14 osób) stwierdziło, że Wrocław nie ma w sobie nic szczególnego, a 4,67% (28 osób) – że całe miasto jest szczególne (rys. 30, tab. 24).



Rys. 30. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych oraz odpowiedzi „wszystko” i „nic”. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 599

Tabela 24. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?”

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Atmosfera	210	23,20
Ludzie, mieszkańcy	82	9,06
Rynek, ratusz	57	6,30
Architektura	56	6,19
Mosty	34	3,76
Odra i inne rzeki	31	3,43
Zieleń, parki	30	3,31
Inne*	324	35,80
Całe miasto	28	3,09
Nie ma nic	14	1,55
Trudno powiedzieć/nie wiem	39	4,31
Razem	905	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 597.

\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Wśród wymienianych przez ankietowanych cech szczególnych Wrocławia, podobnie jak wśród skojarzeń z miastem, wyróżnić można cechy przestrzenne i pozaprzestrzenne. W ogóle odpowiedzi przeważają kategorie pozaprzestrzenne, do których zaliczyć można takie cechy miasta, jak „atmosfera, niezwykły klimat”, „ludzie, mieszkańcy”, „interesująca historia”, „życzliwość mieszkańców”, „otwartość” i inne – stanowią one łącznie 51,16% wszystkich odpowiedzi (463 wskazania). Natomiast kategorie przestrzenne, na przykład „Rynek, ratusz”, „architektura”, „mosty”, „Odra i inne rzeki”, „zieleń, parki”, „Stare Miasto”, „Ostrów Tumski”, „kościół” i inne stanowią łącznie 31,60% (286 wskazań).

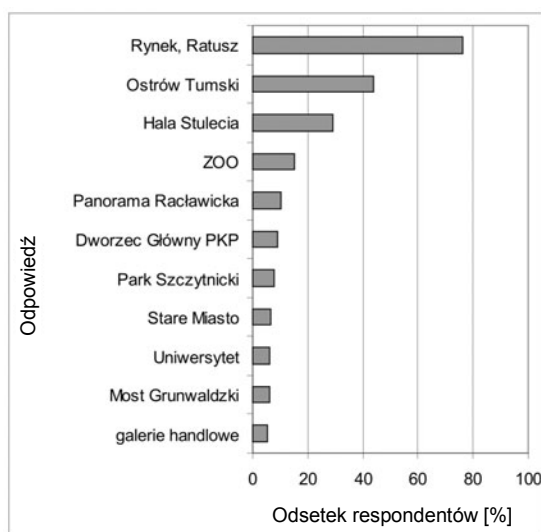
Istnieje dość wyraźna zależność między liczbą wskazywanych przez respondentów cech pozaprzestrzennych a deklarowaną przez nich znajomością miasta. Kategorie niematerialne stanowią 48,26% odpowiedzi udzielanych przez osoby znające miasto bardzo dobrze, dobrze lub prawie dobrze (319 wskazań) i 37,92% odpowiedzi udzielanych przez osoby znające miasto dostatecznie, ledwie dostatecznie i niedostatecznie (135 wskazań). Podobnie jak w przypadku skojarzeń, również tu można łatwo uzasadnić tę zależność: aby dostrzec walory niematerialne Wrocławia, konieczna jest dobra znajomość miasta.

Zauważalną grupę wśród odpowiedzi na pytanie „Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?” stanowią te wskazujące na ogólną „przyjazność” Wrocławia, takie jak „ludzie, mieszkańcy (ogólnie)”, „życzliwość mieszkańców”, „otwartość”, „dobre władze”, „każdy znajdzie coś dla siebie”, „spokój” i „tolerancja”. Łącznie dają one 15,91% wszystkich odpowiedzi (144 wskazania). O różnych

aspektach „przyjazności” Wrocławia nieco chętniej wypowiadają się osoby bywające w mieście często (6,81% odpowiedzi udzielonych przez respondentów przyjeżdżających do miasta raz w miesiącu lub częściej, 44 wskazania) niż osoby rzadko odwiedzające Wrocław (5,32% odpowiedzi udzielonych przez respondentów bywających w mieście raz w roku lub rzadziej, 21 wskazań). Jak widać, życzliwość i otwartość wrocławian jest więc łatwiej docenić przy regularnym pobycie w mieście, co jest wnioskiem dość oczywistym.

#### 4.7. Miejsca charakterystyczne

Odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?” są ważnym uzupełnieniem opisanych wcześniej odpowiedzi dotyczących cech szczególnych Wrocławia, ponieważ pozwalają lepiej przyrzeć się przestrzennym elementom wizerunku miasta. Wyniki ankiety wskazują, że dla osób spoza Wrocławia najbardziej charakterystycznymi obiektami w mieście są: Rynek z ratuszem (uważa tak 76,29% respondentów, 457 osób), Ostrów Tumski z katedrą (43,74%, 262 osoby) i zespół Hali Stulecia z iglicą i pergolą (29,05%, 174 osoby) (rys. 31). Zatem podobnie jak w odpowiedziach na inne pytania



Rys. 31. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?”.

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 599



widoczna jest tu wyraźna dominacja Rynku, co potwierdza jego kluczowe znaczenie w wizerunku Wrocławia. Na marginesie odnotować należy po raz kolejny ogromne podobieństwo odpowiedzi osób z zewnątrz ze wskazaniami mieszkańców prezentowanymi w poprzednim rozdziale.

Tabela 25. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?”

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Rynek, ratusz	457	29,20
Ostrów Tumski, katedra	262	16,74
Zespół Hali Stulecia*	174	11,12
ZOO	92	5,88
Panorama Raławicka	62	3,96
Dworzec Główny PKP	54	3,45
Park Szczytnicki	46	2,94
Stare Miasto	40	2,56
Uniwersytet	37	2,36
Most Grunwaldzki	36	2,30
Galerie handlowe	32	2,04
Inne**	265	16,93
Trudno powiedzieć/nie wiem	8	0,51
Żadne/nie ma takich miejsc	0	0,00
Razem	1565	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych oraz odpowiedzi „trudno powiedzieć” i „nie ma takich miejsc”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 599.

\* Z pergolą i iglicą.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Wśród wszystkich 40 dających się wyróżnić kategorii odpowiedzi przeważają te o obiektach położonych w ścisłym centrum miasta. Miejsca takie jak „Rynek, ratusz”, „Ostrów Tumski, katedra”, „Panorama Raławicka”, „Stare Miasto”, „Uniwersytet”, „Ogród Botaniczny”, „plac Solny”, „ulica Świdnicka” i inne pojawiają się w 69,33% wszystkich odpowiedzi (1085 wskazań) (tab. 25). Te najczęściej wskazywane przez respondentów miejsca należą jednocześnie do rejonów najlepiej znanych (por. odpowiedzi na pytanie „Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?”), co jest zrozumiałe, ponieważ przestrzeń miasta zapamiętywana jest przez obserwatora dzięki miejscom, w których był, i które zna<sup>55</sup>. Zbieżność ta pozwala

<sup>55</sup> W swej pionierskiej pracy na temat percepcji miasta K. Lynch (1960) wyróżnił 5 elementów składających się na wizerunek miasta: ścieżki (*paths*), krawędzie (*edges*), dzielnice (*districts*), punkty w przestrzeni (*nodes*) oraz unikalne, charakterystyczne dla danego miasta obiekty (*landmarks*). Wydaje

również uznać wypowiedzi ankietowanych za wiarygodne, bo poparte rzeczywistą wiedzą na temat miasta.

Nieco inaczej jest z obiektami położonym na tzw. Wielkiej Wyspie<sup>56</sup>: Hala Stulecia, ZOO, park Szczytnicki, Ogród Japoński, Stadion Olimpijski i inne, choć wymieniane przez wielu respondentów (łącznie 22,49% wszystkich odpowiedzi, 352 wskazania), w większości nie są im zbyt dobrze znane. Można więc w tym miejscu podważyć wysuniętą wcześniej tezę o wiarygodności wypowiedzi respondentów, skoro jako obiekty charakterystyczne Wrocławia wskazują oni miejsca, których nie znają. Jednocześnie jednak wysoka ranga Wielkiej Wyspy ujawniająca się niejako niezależnie od stopnia znajomości tego rejonu świadczy o powszechnej rozpoznawalności obiektów na niej zlokalizowanych.

Odpowiedzi na pytanie o miejsca charakterystyczne nie wykazują zależności z wiekiem ankietowanych ani z ogólnym nastawieniem do miasta (lubieniem bądź nie lubieniem). Dość wyraźny jest natomiast związek między wskazywanymi przez respondentów miejscami charakterystycznymi a częstotliwością pobytu we Wrocławiu. Osoby, które bywają w mieście najczęściej (codziennie lub raz w tygodniu), oddają więcej głosów na Wielką Wyspę niż osoby, które odwiedzają Wrocław rzadko (raz w miesiącu lub rzadziej): obiekty znajdujące się na Wielkiej Wyspie stanowią odpowiednio 24,89% odpowiedzi udzielonych przez respondentów bywających w mieście raz w tygodniu lub częściej (172 wskazania) oraz 20,79% odpowiedzi udzielonych przez respondentów bywających we Wrocławiu raz w miesiącu lub rzadziej (180 wskazań). Miejsca położone w centrum miasta są typowane w podobnym stopniu przez obie grupy ankietowanych (odpowiednio 69,18%, 478 wskazań i 70,09%, 607 wskazań), co świadczy o stałej obecności tych obszarów w świadomości odbiorców niezależnie od stopnia znajomości Wrocławia. Ogólnie można powiedzieć, że im częściej badani odwiedzają miasto, tym więcej miejsc charakterystycznych potrafią w nim dostrzec.

Na koniec trzeba odnotować bardzo interesującą odpowiedź, która pojawia się na 23. pozycji pod względem liczby wskazań: 1,5% badanych (9 osób) uznało, że najbardziej charakterystycznym miejscem we Wrocławiu są Bielany Wrocławskie. Dlaczego respondenci jako miejsce wyjątkowe w mieście wskazują obszar położony poza jego granicami? Jak już zauważono we wcześniejszych częściach pracy<sup>57</sup>, Bielany Wrocławskie bywają utożsamiane z Wrocławiem głównie dlatego, że są tam zlokalizowane duże obiekty handlowe, tworzące specyficzny krajobraz przy wjeździe do miasta od strony południowej. Potwierdza się tym samym ogólniejsza zależność mówiąca

---

się, że o wysokiej pozycji Rynku i Ostrowa Tumskiego wśród wyróżników Wrocławia decyduje ich wyjątkowa forma przestrzenna, która sprawia, że są zapamiętywane przez respondentów właśnie jako obiekty charakterystyczne (*landmarks*) – ostatni wymieniony przez Lyncha element.

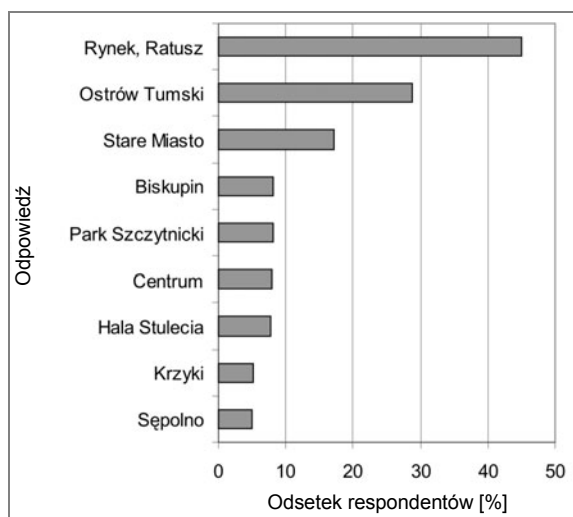
<sup>56</sup> Wyjaśnienie nazwy Wielka Wyspa zamieszczono w rozdziale poświęconym miejscom charakterystycznym w opinii mieszkańców.

<sup>57</sup> Zob. rozdział poświęcony miejscom charakterystycznym w opinii mieszkańców.

o tym, że na postrzeganie miasta wpływają przedsiębiorstwa i instytucje znajdujące się na jego terenie lub w bezpośrednim sąsiedztwie<sup>58</sup> (por. Florek 2006). W tym wypadku odpowiedź „Bielany Wrocławskie” należy zatem interpretować jako skrót myślowy wskazujący na duże znaczenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w przestrzeni aglomeracji wrocławskiej.

#### 4.8. Podobające się i niepodobające miejsca w mieście

Respondentom spoza Wrocławia, podobnie jak mieszkańcom, najbardziej podoba się historyczne centrum miasta: Rynek z ratuszem (odpowiedziało tak 45,08% ankietowanych, 270 osób), Ostrów Tumski z katedrą (28,71%, 172 osoby) i całe Stare Miasto (17,20%, 103 osoby) (rys. 32, tab. 26). Udział miejsc położonych w promieniu 2 km od Rynku jest jednak w tej wersji ankiety nieco większy (58,45% wszystkich odpowiedzi) niż w wersji dla wrocławian (52,42%); mniejszy jest natomiast odsetek



Rys. 32. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 599

<sup>58</sup> Równoległe występuje też zależność odwrotna, mianowicie wykształcony ogólny obraz jednostki terytorialnej może wpływać na pojedyncze przedsiębiorstwa znajdujące się w polu jego oddziaływania. Na opisanym tu przykładzie Bielany Wrocławskie widać wyraźnie, jak rozpoznawalna i znana w całym kraju marka Wrocławia korzystnie wpływa na rozwój obiektów handlowych zlokalizowanych w sąsiedztwie miasta.

miejsc znajdujących się na Wielkiej Wyspie (odpowiednio 20,73% i 25,99%). Można więc powiedzieć, że preferencje dotyczące miejsc lubianych są wśród mieszkańców bardziej zróżnicowane niż wśród osób spoza miasta. Źródłem tych różnic jest przede wszystkim fakt, że mieszkańcy dysponują szerszą wiedzą o swoim mieście i potrafią wskazać więcej miejsc, które im się podobają. Jednocześnie dla osób z zewnątrz bardziej wyrazisty od obiektów znajdujących się na Wielkiej Wyspie jest obszar centrum Wrocławia – łatwo dostępny, o czytelnym układzie urbanistycznym i nasycony wielością różnych atrakcji.

Tabela 26. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytania „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?” i „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?”

Miejsca podobające się			Miejsca niepodobające się		
odpowiedź	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi	odpowiedź	liczba odpowiedzi	odsetek odpowiedzi
Rynek, ratusz	270	24,13	Zaniedbane części miasta***	121	14,92
Ostrów Tumski, Katedra	172	15,37	„Błokowiska” (ogólnie)	75	9,25
Stare Miasto	103	9,20	Okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej	66	8,14
Biskupin	49	4,38	Nowy Dwór	59	7,27
Park Szczytnicki	49	4,38	Psie Pole i Zakrzów	45	5,55
Centrum, Śródmieście	48	4,29	Kozanów	39	4,81
Zespół Hali Stulecia*	46	4,11	Dworzec Główny PKP	31	3,82
Krzyki	31	2,77	Inne**	311	38,35
Sępolno	30	2,68	Wszystkie/całe miasto	21	2,59
Inne**	291	26,01	Żadne/nie ma takich miejsc	26	3,21
Wszystkie/całe miasto	26	2,32	Trudno powiedzieć/nie wiem	17	2,10
Żadne/nie ma takich miejsc	2	0,18	Razem	811	100
Trudno powiedzieć/nie wiem	2	0,18			
Razem	1119	100			

Uwagi:

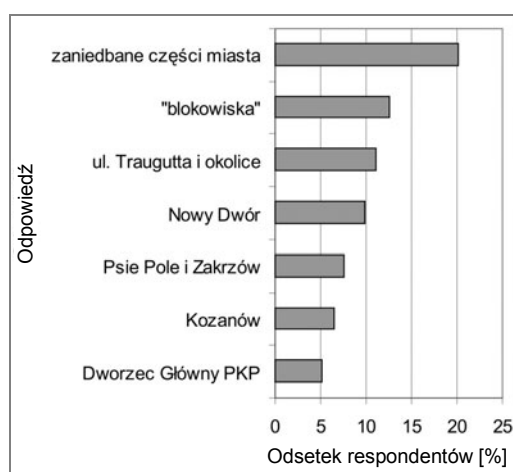
Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych oraz odpowiedzi „trudno powiedzieć” i „nie ma takich miejsc”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 599.

\* Z pergolą i iglicą.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

\*\*\* Wymieniano: nieodrestaurowane kamienice, zniszczone podwórza, zdewastowane place zabaw, brudne ulice, nabrzeża rzek i inne.

Wśród miejsc nie lubianych na pierwszy plan wysuwają się znów zaniedbane części miasta, wskazane przez 20,20% ankietowanych (121 osób) – nieodrestaurowane kamienice, zniszczone podwórza, zdewastowane place zabaw, brudne ulice i inne. Drugie w kolejności są „blokowiska” (12,52%, 75 osób), trzecie – okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej (11,02%, 66 osób) (rys. 33, tab. 26). Widoczna zmiana hierarchii w stosunku do odpowiedzi udzielonych przez mieszkańców (1 – zaniedbane części miasta, 2 – okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej, 3 – „blokowiska”) nie wydaje się tu znacząca, ponieważ różnice między drugą i trzecią odpowiedzią nie przekraczają 1,5%.



Rys. 33. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba osób, które odpowiedziały na to pytanie: 599

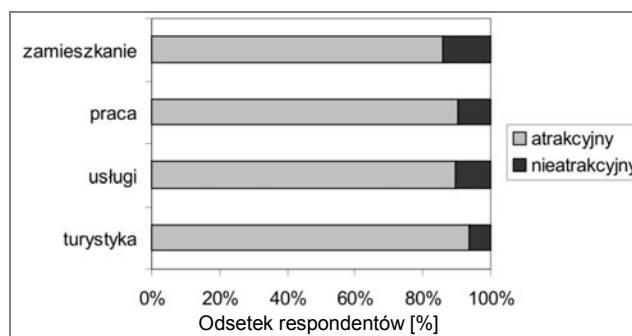
Chociaż ogólna odpowiedź „blokowiska” pojawia się w wypowiedziach osób spoza Wrocławia stosunkowo często (25,15% wszystkich odpowiedzi, 204 wskazania), to jednak nazwy konkretnych osiedli stanowią nieco mniejszą grupę niż w wypowiedziach mieszkańców miasta (31,29% odpowiedzi, 1954 wskazania). Zatem osoby z zewnątrz nie postrzegają osiedli z wielkiej płyty jako negatywnego elementu przestrzeni Wrocławia – prawdopodobnie dlatego, że nie muszą z nimi obcować na co dzień. Co znamienne, najłagodniej wypowiadają się o „blokowiskach” ludzie młodzi: w odpowiedziach osób do 30. roku życia zabudowa blokowa stanowi 21,70% (125 wskazań), podczas gdy w odpowiedziach osób starszych 33,62% (79 wskazań). Najwyraźniej więc młodym respondentom krajobraz „blokowisk” nie przeszkadza tak jak osobom dojrzałym, co wydaje się uzasadnione – wszak preferencje człowieka dotyczące kwestii mieszkaniowych zmieniają się wraz z wiekiem.

Jeśli chodzi o zaniedbane rejonu z przedwojennymi kamienicami, takie jak okolice ul. Traugutta i Komuny Paryskiej, czy szeroko rozumiane Śródmieście (w tym ul. Jedności Narodowej, Nadodrze, Ołbin, ul. Pomorska, Dubois), to występują one z podobnym natężeniem zarówno w wypowiedziach osób spoza miasta (32,43%, 263 wskazania), jak i w wypowiedziach wrocławian (34,99%, 2185 wskazań). Wygląd i ogólna kondycja historycznej zabudowy Wrocławia doskwiera zatem wszystkim respondentom, niezależnie od miejsca zamieszkania.

Wśród najczęściej podawanych odpowiedzi na pytanie „Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?” pojawia się również Dworzec Główny PKP (3,18% odpowiedzi, 31 wskazań). Miejsce to odgrywa istotną rolę w świadomości osób spoza Wrocławia, ponieważ dla wielu z nich jest swoistą „bramą do miasta”. Niestety, zarówno sam budynek dworca, jak i jego otoczenie są zdecydowanie zaniedbane i dopiero po zapowiadanych od dawna generalnym remoncie mogą stać się wizytówką Wrocławia.

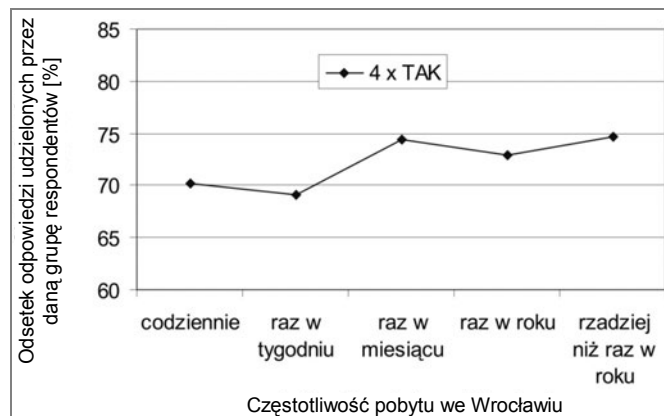
#### 4.9. Atrakcyjność Wrocławia

Zdecydowana większość respondentów uważa, że Wrocław jest atrakcyjny pod względem warunków zamieszkania i pracy oraz pod względem usługowym i turystycznym (rys. 34). Jedynie 0,67% ankietowanych spoza miasta (4 osoby) uznało, że Wrocław nie jest atrakcyjny w żadnym z badanych aspektów. Duża zaś część respondentów (72,12%, 432 osoby) twierdzi, że miasto jest atrakcyjne we wszystkich czterech dziedzinach jednocześnie (częściej odpowiedzi takich udzieliły osoby spoza województwa dolnośląskiego niż mieszkańcy regionu – odpowiednio 74,54% i 68,84% respondentów w każdej z tych grup). Wynika to prawdopodobnie z faktu, że osoby spoza miasta oceniając atrakcyjność Wrocławia, opierają się na wiedzy zaczerpniętej



Rys. 34. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Czy według Pani/Pana Wrocław jest: atrakcyjnym miejscem zamieszkania?, atrakcyjnym miejscem pracy?, atrakcyjny usługowo?, atrakcyjny turystycznie?”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na te pytania: 599

z mediów (w których miasto przedstawiane jest jako dobre miejsce pracy, zamieszkania i inwestycji) lub odwołują się do swoich pozytywnych wspomnień z okresu pobytu (zamieszkania) w mieście. Nieco niższa ocena atrakcyjności Wrocławia przez mieszkańców Dolnego Śląska może być efektem ich rzeczywistej wiedzy na temat miasta, nie tak pozytywnej jak wiedza osób z innych części kraju. Znamienne jest przy tym, że znów – podobnie jak w odpowiedziach na pytanie „Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?” – najbardziej negatywnie wypowiadają się o Wrocławiu dolnoślązacy mieszkający dalej niż 30 km od miasta (tylko 66,39% z nich uznało, że Wrocław jest atrakcyjny we wszystkich czterech aspektach). Może to świadczyć o niezadowoleniu części osób mieszkających w dalszych rejonach województwa z działań stolicy regionu.



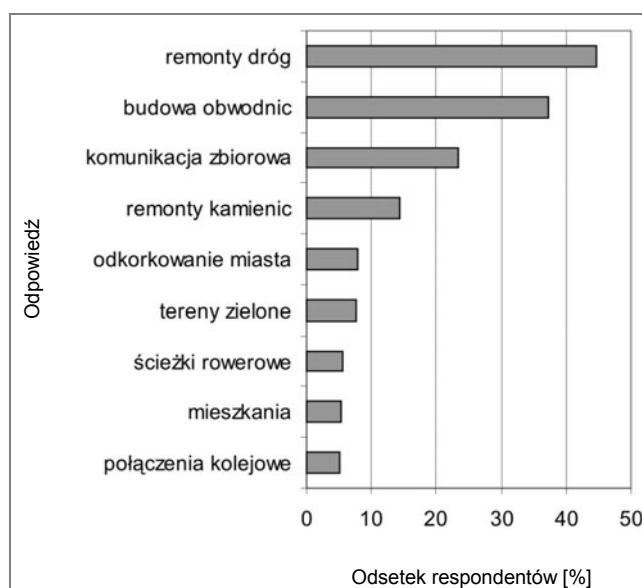
Rys. 35. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: atrakcyjność Wrocławia a częstotliwość pobytu w mieście. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli „Tak” na wszystkie cztery pytania: „Czy według Pani/Pana Wrocław jest: atrakcyjnym miejscem zamieszkania?, atrakcyjnym miejscem pracy?, atrakcyjny usługowo?, atrakcyjny turystycznie?”: 432

Istnieje pewna zależność między atrakcyjnością Wrocławia w opinii osób z zewnątrz a częstotliwością pobytu w mieście (rys. 35). Ogólnie atrakcyjność Wrocławia wyżej oceniają respondenci bywający w mieście raz w miesiącu lub rzadziej (łącznie 73,82% ankietowanych, 251 osób w tej grupie wybrało wszystkie cztery rodzaje atrakcyjności) niż respondenci odwiedzający Wrocław raz w tygodniu lub częściej (69,88%, 181 osób w tej grupie wybrało wszystkie cztery rodzaje atrakcyjności). Widać zatem, że osoby obcujące z Wrocławiem stosunkowo często są mniej skłonne uznać miasto za atrakcyjne miejsce zamieszkania, pracy, usług i turystyki, co prawdopodobnie wiąże się z ich zadowoleniem z obecnego miejsca zamieszkania. Z kolei osoby odwiedzające Wrocław rzadziej mają skłonność do akcentowania pozytywnych aspektów życia w mieście i stąd zapewne nieco wyższa ocena jego atrakcyjności.

#### 4.10. Najpilniejsze zmiany w mieście

Osoby spoza Wrocławia nie doświadczają tak wielu problemów życia w mieście, jak mieszkańcy, dlatego przedstawiają statystycznie mniej propozycji zmian (respondenci mieszkający we Wrocławiu udzielają średnio 1,83 odpowiedzi, zaś osoby z zewnątrz – 1,47). Niemniej sugestie wysuwane przez osoby z zewnątrz mogą być ważnym wskaźnikiem potrzeb osób przyjeżdżających do Wrocławia.

I tak, w pierwszej kolejności wymieniane są remonty dróg (31,55% ankietowanych, 189 odpowiedzi), budowa obwodnic (24,37%, 146 osób) oraz poprawa komunikacji zbiorowej (13,86%, 83 osoby), a więc szeroko rozumiane problemy komunikacyjne (rys. 36, tab. 27). Problemy tego rodzaju (wraz z „odkorkowaniem miasta”, „poprawą połączeń kolejowych”, „rozbudową lotniska”, „rozbudową systemu ścieżek rowerowych” i „zwiększeniem liczby parkingów”) stanowią w zbiorze wszystkich 33 dających się wyróżnić kategorii 62,64% odpowiedzi (550 wskazań), co raz jeszcze potwierdza ogromne znaczenie utrudnień transportowych w życiu Wrocławia.



Rys. 36. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?”. Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych w obu badaniach łącznie. Wielkości procentowe nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli to pytanie: 599



Tabela 27. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?”

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi
Remonty dróg	189	21,53
Budowa obwodnic	146	16,63
Poprawa komunikacji zbiorowej*	83	9,45
„Odkorkowanie” miasta	44	5,01
Remonty przedwojennych kamienic	42	4,78
Poprawa połączeń kolejowych	41	4,67
Inne**	289	32,92
Trudno powiedzieć/nie wiem	44	5,01
Razem	878	100

Uwagi:

Uwzględniono jedynie odpowiedzi wymienione przez więcej niż 5% ankietowanych oraz odpowiedź „trudno powiedzieć”. Liczba respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie: 599.

\* W tym: zwiększenie szybkości, zwiększenie częstotliwości, zwiększenie zasięgu, poprawa jakości taboru, wydzielenie osobnych pasów ruchu dla autobusów i tramwajów, stworzenie szybkiej kolei miejskiej lub metra.

\*\* Do kategorii „inne” zaliczono wszystkie dające się wyróżnić grupy odpowiedzi wymienione przez mniej niż 5% ankietowanych, z wyłączeniem odpowiedzi występujących sporadycznie.

Zestawienie propozycji dotyczących najpilniejszych zmian w mieście z częstotliwością pobytu respondentów we Wrocławiu wskazuje, że o problemach komunikacyjnych nieco częściej mówią osoby bywające w mieście codziennie lub raz w tygodniu (66,33% odpowiedzi udzielonych przez tych respondentów) niż osoby przyjeżdżające do Wrocławia raz w miesiącu lub rzadziej (59,67% odpowiedzi udzielonych w tej grupie). Nic dziwnego, wszak to właśnie osobom odwiedzającym Wrocław regularnie najbardziej doskwierają utrudnienia transportowe.

Związek między częstotliwością pobytu we Wrocławiu a rangą problemów komunikacyjnych potwierdzają wypowiedzi niektórych respondentów w całości poświęcone temu tematowi, na przykład (pisownia oryginalna): „Szybkie zakończenie remontów dróg, remont torowisk w obrębie Wrocławia co skróci i uatrakcyjni czas dojazdu pociągiem z obrzeży miasta” albo „Zwiększenie liczby autobusów i możliwości komunikacji miejskiej i podmiejskiej – świetnym rozwiązaniem są bilety Aglomeracyjne na pociągi pospiesznych jednakże wewnątrz miasta czasami ciężko się poruszać”. Zatem to właśnie osoby mieszkające na przedmieściach Wrocławia, które przyjeżdżają do centrum przynajmniej raz w tygodniu, najsilniej akcentują potrzebę rozwiązania problemów komunikacyjnych miasta.

Na zakończenie trzeba odnotować wypowiedzi respondentów odwołujące się wprost do wizerunku Wrocławia. Poza znajdującą się na piątym miejscu odpowiedzią „remonty przedwojennych kamienic” (7,01% respondentów, 42 osoby) na uwagę zasługuje wypowiedź mieszkańca Węglińca, który stwierdza (pisownia oryginalna): „przydałoby się

odrestaurować zabytkową stację Wrocław Główny i zmodernizować hale peronową. Jest to potrzebne, aby po wyjściu z pociągu turyści już byli zauroczeni widokiem stacji”. Inni ankietowani wskazują na potrzebę rozreklamowania Wrocławia „na obszarze zarówno Polski jak i Europy”. Zatem dbałość o pozytywny obraz miasta Wrocławia jest przedmiotem zainteresowania nie tylko mieszkańców, ale również osób z zewnątrz.

#### 4.11. Respondenci zainteresowani wynikami ankiety internetowej

Osoby spoza Wrocławia, które brały udział w ankiecie internetowej „Co myślisz o Wrocławiu?”, są w większości zainteresowane wynikami badania: 69,45% z nich (416 osób) podało swój adres e-mail, na który ma być przesłana informacja o publikacji raportu z badań. Odsetek ten uznać należy za stosunkowo wysoki, zważywszy, że jest on zbliżony do wyniku uzyskanego w ankiecie dla mieszkańców (72,75%).

Tabela 28. Ankieta wśród osób spoza Wrocławia: odpowiedzi na pytanie „Jeśli chciałaby Pani/Pan otrzymać informacje o publikacji wyników badania po jego zakończeniu, proszę podać swój adres e-mail” a lubienie bądź nie lubienie Wrocławia. Liczba osób, które brały udział w ankiecie: 599

Kategoria	Respondenci lubiący Wrocław		Respondenci nie lubiący Wrocławia		Razem	
	liczba	odsetek	liczba	odsetek	liczba	odsetek
Podowało swój e-mail	397	71,15	19	46,34	416	69,45
Nie podało swojego e-maila	161	28,85	22	53,66	183	30,55
Razem	558	100	41	100	599	100

Istnieje duża zbieżność między stopniem zainteresowania respondentów wynikami ankiety, a ich ogólnym stosunkiem do Wrocławia. Z tabeli 28 wynika, że większość osób lubiących miasto wyraziła chęć uzyskania informacji o publikacji raportu, podczas gdy ankietowani nie lubiący miasta przeważnie nie byli tym zainteresowani.

#### 4.12. Podsumowanie: wizerunek Wrocławia w opinii osób z zewnątrz

Większość badanych osób spoza Wrocławia lubi miasto, głównie ze względów niematerialnych, takich jak: sentyment, atmosfera, mieszkańcy oraz ogólna „przyjemność”. Osoby nie lubiące Wrocławia swój negatywny stosunek do miasta uzasadniają przede wszystkim problemami komunikacyjnymi, bałaganem i nadmierną wielkością Wrocławia.

Wrocław kojarzony jest przez osoby z zewnątrz z Rynkiem i ratuszem, z okresem młodości oraz ze studentami. Także w tym pytaniu istotne miejsce w konotacjach zajmują pozaprzestrzenne walory miasta, co jest silnie związane z deklarowanym przez respondentów stopniem znajomości miasta: im lepiej ankietowani znają miasto, tym więcej jego cech pozaprzestrzennych potrafią dostrzec. Ogólnie jednak liczba skojarzeń niematerialnych jest równoważona przez liczbę skojarzeń przestrzennych i nie da się wyróżnić grupy dominującej.

Większość osób spoza Wrocławia opisuje miasto wyrażeniami pozytywnymi bądź neutralnymi, takimi jak: piękne, rozwijające się, przyjazne. Tylko nieliczni respondenci wypowiadają się o Wrocławiu negatywnie (np. zakorkowane).

Najważniejszy wyróżnik stolicy Dolnego Śląska w świadomości osób z zewnątrz to panująca w mieście atmosfera, a w mniejszym stopniu mieszkańcy miasta oraz Rynek z ratuszem. Wśród kategorii odpowiedzi znów jest sporo niematerialnych cech miasta, stanowiących łącznie ponad połowę wszystkich wskazań.

Najbardziej charakterystycznymi miejscami we Wrocławiu są z kolei Rynek, Ostrów Tumski i Hala Stulecia. Wśród miejsc wymienianych przez respondentów najczęściej znajduje się w promieniu 2 km od Rynku, choć istotny odsetek obiektów charakterystycznych zlokalizowany jest również na tzw. Wielkiej Wyspie. Miejsca położone poza obszarami centralnymi są jednak wskazywane częściej przez osoby odwiedzające miasto w miarę regularnie niż przez gości bywających we Wrocławiu sporadycznie.

Obszary centralne (Rynek, Ostrów Tumski i całe Stare Miasto) są również miejscami, które najbardziej podobają się osobom spoza Wrocławia. Miejscami nielubianymi są natomiast zaniedbane kwartały przedwojennych kamienic i „blokowiska”.

Wrocław dla respondentów z zewnątrz jest atrakcyjnym miejscem zamieszkania, pracy, usług i turystyki. Ankietowani spoza województwa dolnośląskiego oceniają miasto nieco wyżej niż mieszkańcy regionu, a osoby bywające we Wrocławiu stosunkowo często – niżej niż osoby odwiedzające miasto sporadycznie. Jednocześnie jednak wszystkim respondentom niezależnie od miejsca zamieszkania i częstotliwości pobytu w mieście bardzo doskwierają problemy komunikacyjne – propozycje zmian w tej dziedzinie zdecydowanie dominują w zbiorze wszystkich pilnych spraw wymienianych przez respondentów.

Interpretując przedstawione tu wyniki ankiety internetowej, trzeba pamiętać, że struktura wieku respondentów jest zdominowana przez ludzi młodych, a struktura płci przez mężczyzn. Co więcej, spora część z 599 badanych osób ma wykształcenie wyższe lub jeszcze studiuje, i ten fakt również wpływa na rozkład odpowiedzi na poszczególne pytania. Mimo to wydaje się, że ankieta *online* jest bardzo cennym źródłem wiedzy o wizerunku Wrocławia, ponieważ poszerza grono respondentów do nieograniczonych, globalnych rozmiarów, nadając badaniom nieznaną dotąd perspektywę.

## 5. Wnioski z badań

### 5.1. Zarys rozważań nad tożsamością Wrocławia

Wizerunek miasta jest odbiciem jego tożsamości, jest miarą tego, w jaki sposób miasto jest postrzegane przez różne grupy odbiorców. Uzyskany w prezentowanych tu badaniach obraz Wrocławia w świadomości mieszkańców i osób z zewnątrz daje podstawy do rozważań na temat tożsamości miasta. Jakie są zatem najbardziej trwale i powszechne elementy wizerunku Wrocławia? Czym jest „wrocławskość”?

W odpowiedzi na te pytania można przytoczyć słowa E. Bagińskiego z 1992 r.: „nie ma całkowicie obiektywnych kryteriów umożliwiających ustalenie cech Wrocławia, które są dla niego bardziej, a które mniej charakterystyczne, które w mniejszym, a które w większym stopniu decydują o jego indywidualności, o tożsamości” (Bagiński 1992, s. 31). Niemniej jednak można wyróżnić przynajmniej kilka najważniejszych elementów decydujących o unikalności stolicy Dolnego Śląska.

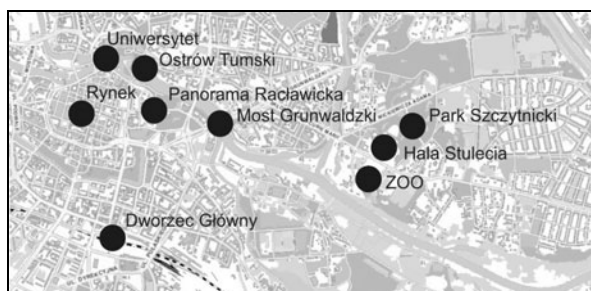
Autorzy, którzy wcześniej zajmowali się tą tematyką, sugerują, że „wrocławskość” to przede wszystkim rodzaj utożsamiania się z miastem, ściśle związany z miejscami, z których wrocławianie są dumni i z którymi się identyfikują (por. *Głosy w dyskusji...* 1998). To również pełnione przez miasto funkcje (administracyjna, kulturalna, naukowa, usługowo-handlowa), położenie geograficzne i walory krajobrazowe (Bagiński 1992). Tożsamość Wrocławia to także związki wrocławian z przestrzenią, poczucie przynależności lokalnej (Pluta 2006b). „Wrocławskość” to wreszcie sami mieszkańcy, stanowiący konglomerat grup różniących się pochodzeniem regionalnym, kulturą i tradycjami (Bergman i in. 1992, Dzikowska 2006). Wszystkie te elementy znajdują odbicie w prezentowanych tu badaniach wizerunku miasta Wrocławia z 2007 r.

Najważniejszym obiektem w mieście jest Rynek z ratuszem – najbardziej znane, najbardziej charakterystyczne i najbardziej lubiane miejsce we Wrocławiu, stanowiące swoistą ikonę miasta. Drugim miejscem powszechnie kojarzonym z Wrocławiem, które jednocześnie podoba się zarówno mieszkańcom, jak i osobom z zewnątrz<sup>59</sup>, jest Ostrów Tumski z katedrą. Wzorem rozwiązań stosowanych wcześniej przez innych badaczy (zob. Gould, White 1992, Nasar 1997) najczęściej wskazywane miejsca na-

---

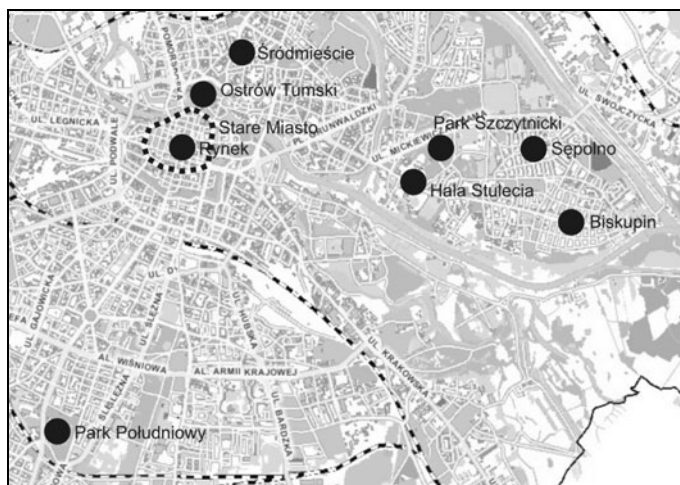
<sup>59</sup> Szczegółowe porównanie wizerunku miasta funkcjonującego w świadomości mieszkańców i osób spoza miasta jest przedmiotem osobnego artykułu (Damurski 2009).

niesiono na mapę miasta, otrzymując w ten sposób wizualizację przestrzennych elementów wizerunku Wrocławia (rys. 37–39).



Rys. 37. Miejsca charakterystyczne dla Wrocławia

Wśród wyróżników Wrocławia istotną rolę odgrywają również niematerialne walory miasta, albowiem trzecim niezwykle trwałym elementem wizerunku Wrocławia okazuje się panująca w mieście atmosfera. Źródłem tak dużej popularności wrocławskiego ducha miejsca (*genius loci*) jest prawdopodobnie specyficzne położenie geopolityczne miasta i jego wyjątkowa historia (zob. Bagiński 1992, Bergman i in. 1992, Zipser 1992) – to właśnie te czynniki umożliwiły rozwój dzisiejszej społeczności wrocławian i przyczyniły się do wytworzenia charakterystycznego klimatu miasta.

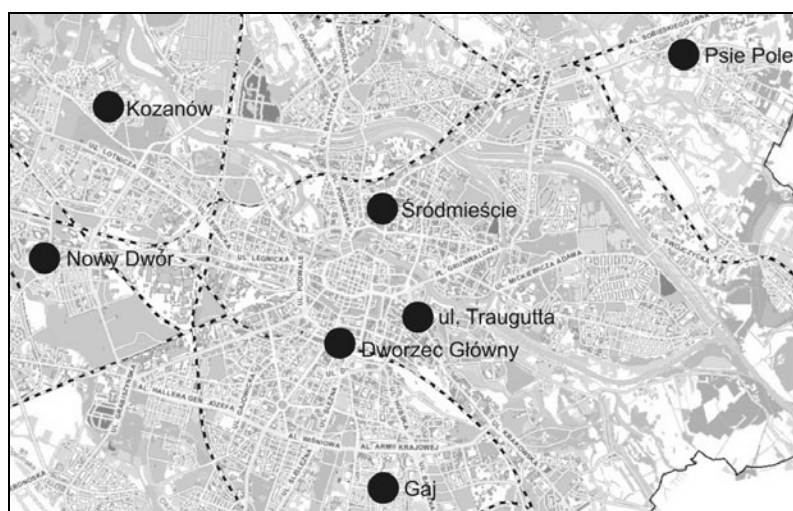


Rys. 38. Miejsca najbardziej lubiane we Wrocławiu

Jeśli chodzi o stosunek emocjonalny do Wrocławia, to zarówno mieszkańcy, jak i osoby z zewnątrz w większości lubią miasto. Źródłem pozytywnego nastawienia do Wrocławia są z jednej strony jego walory niematerialne (w tym zwłaszcza wspomniana-

na atmosfera i życzliwość mieszkańców), z drugiej zaś ogólna atrakcyjność miasta jako miejsca zamieszkania, miejsca pracy, usług i turystyki.

Wrocław oczywiście nie jest miastem idealnym. Wśród jego mankamentów najczęściej wymieniane są problemy komunikacyjne (dziurawe ulice, brak obwodnic, niesprawną komunikacją zbiorową) i zaniedbane obszary przedwojennych kamienic w Śródmieściu (w tym zwłaszcza rejon ul. Traugutta). W coraz większym stopniu charakteryzują też Wrocław negatywnie oceniane „blokowiska” (Nowy Dwór, Kozanów i inne).



Rys. 39. Miejsca najbardziej nie lubiane we Wrocławiu

Ogólnie można powiedzieć, że w 2007 r. obraz Wrocławia jest pozytywny i ma specyficzne elementy umożliwiające identyfikację miasta i odróżnienie go od innych ośrodków miejskich. Co za tym idzie, tożsamość Wrocławia (rozumiana jako wartość obiektywna, zasadzająca się na trwałych cechach miasta) wydaje się silna i spójna. Czy jednak tożsamość ta w obliczu postępującej globalizacji przestrzeni miast jest zagrożona? Wydaje się, że Rynek, ratusz i Ostrów Tumski zajmują trwałe miejsce w świadomości obu analizowanych grup odbiorców i jak na razie ich pozycja jest stabilna. Możliwe jednak, że w przyszłości do grupy najbardziej charakterystycznych miejsc we Wrocławiu dołączą zupełnie nowe obiekty, na przykład nowoczesny stadion wznoszony w związku z mistrzostwami Europy w piłce nożnej w 2012 r. czy budowany wysokościowiec „Sky Tower”. Zwłaszcza ten ostatni obiekt, jako najwyższy w kraju budynek mieszkalny (50 kondygnacji, 200 metrów wysokości), będzie niewątpliwie przejawem procesów globalizacji zachodzących w polskich miastach od czasu przemian ustrojowych z początku lat 90. XX w. Czy zaburzy dotychczasowy wizerunek Wrocławia, czy raczej wzbogaci go o nowe

wartości? Odpowiedzi na to pytanie będzie można szukać, gdy wieżowiec zostanie ukończony.

Trzeba również pamiętać, że na wizerunek miasta w coraz większym stopniu wpływa rozwój komunikacji elektronicznej. Dzieje się to na dwa sposoby (por. Palej 2005, Bonenberg 2009). Z jednej strony niektóre funkcje miasta przenoszą się do Internetu: coraz więcej spraw można załatwić bez konieczności wizyty w urzędzie, relacje społeczne nie wymagają już kontaktów bezpośrednich a wymiana handlowa odbywa się w znacznym stopniu z pominięciem przestrzeni miejskich. Powoduje to zubożenie znaczenia niektórych miejsc i obiektów stanowiących elementy hierarchicznie ważne w strukturze przestrzennej miasta<sup>60</sup>. Z drugiej jednak – tożsamość miasta właśnie dzięki sieciom komputerowym może się odbudowywać i wzbogacać, ponieważ w Internecie znajdujemy coraz więcej informacji o miastach, o ich historii i przestrzeni. Dlatego właśnie interpretując zawarte w tej pracy wyniki badań (głównie ankiet internetowych), trzeba mieć na uwadze wzajemne zależności między samym Internetem a tożsamością miasta.

Rodzi się w tym miejscu ważne pytanie: czy dzisiejszy pozytywny wizerunek Wrocławia jest możliwy do utrzymania w dłuższej perspektywie czasowej? Czy w obliczu (czasem zbyt dynamicznego) rozwoju gospodarczego i przestrzennego miasta opinie o nim nie ulegną z czasem pogorszeniu? Czy „niepowtarzalny klimat” i „wyjątkowa atmosfera”, o których tak często piszą respondenci, nie ulegną zatarciu w procesie globalizacji, unifikacji i komercjalizacji przestrzeni miasta? Czy urzeczywistni się wspaniała wizja zawarta w Nowej Karcie Ateńskiej: „każde miasto rozwinie swój własny, «mieszany» charakter społeczny i kulturowy, wynikający zarówno z jego historii jak i zachodzących nowych zdarzeń, (...) utrzyma się wielka różnorodność charakteru i tożsamości miast i regionów w różnych częściach Europy”? (Nowa Karta... 2003).

## 5.2. Wnioski

Pozytywny i atrakcyjny wizerunek Wrocławia daje dobre podstawy do dalszego rozwoju miasta, chociaż w celu podtrzymania i utrwalenia przychylnych opinii konieczne są działania co najmniej w dwóch dziedzinach.

Po pierwsze, należy niezwłocznie przystąpić do realizacji najważniejszych postulatów od 10 lat wysuwanych niezmiennie przez mieszkańców w zakresie gospodarki

---

<sup>60</sup> A. Palej w swoim artykule (Palej 2005, s. 159) zauważa, że „miasta znalazły się w pierwszej linii rewolucji informacyjnej. To właśnie w nich utrwalony ewolucyjnie wymiar człowieka oraz otaczających go struktur społecznych podlega obecnie gruntownym przewartościowaniom, a przestrzeń tradycyjna, oparta na miejscach realnych (*space of places*) wypierana jest przez kierującą się inną zupełnie logiką przestrzeń przepływów (*space of flows*)”.

przestrzennej (por. Bagiński 1998): remont nawierzchni dróg, budowa obwodnic i usprawnienie komunikacji miejskiej. Przedsięwzięcia takie są co prawda podejmowane od dawna, jednak skoro respondenci wciąż przykładają do kwestii transportu tyle wagi, to znaczy, że skala dotychczasowych robót była niewystarczająca.

Po drugie, należy dbać o pozaprzestrzenne walory Wrocławia, ponieważ stosunkowo wysoki odsetek niematerialnych cech miasta w odpowiedziach respondentów może być ważnym atutem w dalszym rozwoju gospodarczym i społecznym. W globalnej gospodarce o atrakcyjności miasta coraz częściej decydują bowiem nie tylko jego walory ekonomiczne i przestrzenne, ale właśnie wartości niemierzalne, takie jak atmosfera czy pozytywne skojarzenia (por. Kotler i in. 1999, PricewaterhouseCoopers 2007). Stąd istotny wniosek dla władz samorządowych Wrocławia: trzeba chronić i promować pozaprzestrzenne walory miasta jako unikalne cechy stolicy Dolnego Śląska.

### 5.3. Zastosowanie ankiety internetowej w badaniach opinii o mieście

Na zakończenie warto jeszcze raz podkreślić zalety ankiety internetowej i jej przydatność w badaniach opinii o miastach. Do walorów tej techniki badawczej, takich jak wygoda w wypełnianiu kwestionariusza, szybkość zliczania odpowiedzi, nieograniczony zasięg przestrzenny czy niskie koszty realizacji, dodać trzeba jeszcze i to, że ankieta internetowa pozwala uzyskać znacznie pełniejsze odpowiedzi na poszczególne pytania niż ankieta przeprowadzana poza siecią. Mieszkańcy, którzy uczestniczyli w badaniu *online*, udzielili średnio 2,17 odpowiedzi na każde pytanie otwarte, podczas gdy ankietowani za pośrednictwem szkół podstawowych – tylko 1,71<sup>61</sup>. Tak więc ankieta internetowa daje respondentom możliwość szerszego wypowiedzenia się niż tradycyjne kwestionariusze do samodzielnego wypełniania, a przez to umożliwia osiągnięcie bardziej wszechstronnego obrazu wizerunku miasta. Jedna z osób wypełniających ankietę tradycyjną słusznie zauważa, że „nie można podzielić się szerzej opinią o Wrocławiu mając do dyspozycji 3 krótkie linijki”.

Badania prowadzone w sieci, choć nie są w pełni reprezentatywne dla ogółu populacji, to jednak mogą stanowić bardzo dobrą alternatywę dla tradycyjnych narzędzi w procesie badania opinii o miastach, stwarzając nowe możliwości komunikacji

---

<sup>61</sup> Pewien wpływ na taki rozkład odpowiedzi miało z pewnością ograniczenie zastosowane w ankiecie internetowej, które uniemożliwiało zakończenie badania bez wypełnienia wszystkich pól kwestionariusza, co w ankiecie tradycyjnej jest oczywiście niemożliwe. Nie bez znaczenia jest również sposób liczenia odpowiedzi – nieco inny w badaniu *online* niż w przypadku badania prowadzonego za pośrednictwem szkół. Jednak nawet przy uwzględnieniu tych różnic technicznych rozbieżność między wynikami obu badań jest znaczna.



i współpracy między mieszkańcami i władzami samorządowymi. Dobrze ujął to w słowa jeden z respondentów (pisownia oryginalna): „urzędnicy miejscy powinni korzystać z konsultacji społecznych jak choćby takie ankiety. Niestety często urzędnicy nie mają pełnego rozeznania w różnych sprawach w jakich podejmują decyzje – a tego typu ankiety, fora, dyskusje mogłoby sprawić, że miasto byłoby faktycznie bliżej mieszkańców”.

Rozwojowi e-konsultacji społecznych sprzyja coraz większa dostępność technologii informacyjno-komunikacyjnych. Liczba użytkowników Internetu w Polsce stale rośnie (w 2003 r. było ich 24,7% wśród Polaków w wieku 16 i więcej lat, a w 2007 r. już 41,8% – zob. Batorski 2007); wraz z nią zwiększa się reprezentatywność badań prowadzonych *online*. Wszystko to otwiera nowe perspektywy współpracy między mieszkańcami i władzami samorządowymi (por. Damurski 2008).

#### **5.4. Propozycje dalszych badań**

Po pierwsze, w celu zachowania ciągłości, należy dążyć do prowadzenia cyklicznych (panelowych) badań wizerunku Wrocławia o podobnym zakresie, w kolejnych dziesięcioleciach, począwszy od roku 2017. Tylko wtedy obraz zmian w tożsamości miasta będzie pełny i wiarygodny.

Po drugie, dysponując wiedzą na temat wizerunku miasta funkcjonującego w świadomości różnych grup odbiorców, można analizować treść aktualnych dokumentów polityki lokalnej (takich jak strategia rozwoju miasta czy studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego) i oceniać ich wpływ na kształtowanie wizerunku Wrocławia. Pozwoli to na rzetelną krytykę założeń przyjętych w tych dokumentach oraz umożliwi obserwację wzajemnych zależności między polityką promocyjną miasta a opiniami różnych grup odbiorców.

Po trzecie, można prowadzić podobne badania w innych miastach przy użyciu tych samych technik. Byłyby one ważnym punktem odniesienia dla analiz prowadzonych we Wrocławiu.

## 6. Konkluzje

Miasto dla badaczy jest przede wszystkim organizmem społeczno-przestrzennym, jednostką osadniczą, ogniwem w sieci osadniczej regionu, kraju, kontynentu, a nawet globu. Dla respondentów z kolei – albo miejscem zamieszkania, miastem lubianym (lub nie), pięknym (lub nie), ciekawym (lub nie), miejscem urodzenia, zasiedlenia, przyzwyczajenia doń (mieszkańcy), albo miastem ciekawym (lub nie), miastem ładnym (lub nie) (przyjezdni).

Stąd tak wiele najróżniejszych cech miasta – pozytywnych i rzadziej negatywnych – wyjawianych w trakcie badań. Wiele jest różnych spostrzeżeń, odczuć (z emocjonalnymi włącznie), a mniej ocen, opinii „na zimno”, z dystansem. Stąd takie wyznania wrocławian: „moje miasto”, „miasto mojej młodości i miejsce urodzenia”, „moje jedyne miejsce na ziemi”<sup>62</sup>. Jeśli zdarzały się (a zdarzały się) uwagi krytyczne o Wrocławiu, to głównie – jeśli nie wyłącznie – w trosce o poprawę „obrazu miasta”, jego wyglądu, oblicza, poprawę stanu higieny, bezpieczeństwa w mieście.

A jaki jest Wrocław? Jest miastem wielkim, miastem nauki, kultury, oświaty. Jest miastem o wieloetnicznym i wielokulturowym składzie ludności. Jest miastem starym i pięknym. Jest miastem zachodnim (nie tylko z racji położenia). Jest miastem lubianym przez mieszkańców i turystów<sup>63</sup>. To główne cechy miasta, celowo oddzielnie wymieniane i celowo akcentowane: „jest miastem...”<sup>64</sup>. Każda z przedstawionych cech miasta bez trudu może się obronić, co właśnie (powtórzmy to) obiektywizuje opinie o mieście. Opisując każdą z wymienionych (oddzielnie) cech, można i trzeba spojrzeć na Wrocław jako jednak jeden byt społeczno-przestrzenny. Skorelujmy wszystkie cechy – każdą z każdą.

Wrocław jest miastem wielkim nie tylko dlatego, że zajmuje dużą (293 km<sup>2</sup>) przestrzeń, że ma tylu (ok. 640 tysięcy) mieszkańców, lecz i dlatego, że ma tyle funkcji – cech. I odwrotnie: te cechy – funkcje może „zdzierżyć”, „udźwignąć”. Stąd te korelacje, wzajemne uwarunkowania.

---

<sup>62</sup> Takich opinii, ocen wypowiedzianych było bardzo dużo w trakcie badań prowadzonych przeze mnie w ostatnim pięćdziesięcioleciu. Źródła, informacje na ten temat można znaleźć w moich publikacjach (Bagiński 1979; 1988; 1992; 1995; 1997; 1998).

<sup>63</sup> Są to przymioty obiektywne, pokrywające się z cechami wymienianymi przez respondentów.

<sup>64</sup> W ten sposób chciano mocniej podkreślić każdą z cech miasta, na co ono – według autorów – zasługuje.

Wrocław to również miasto stare, pełne zabytków, instytucji nauki, kultury, oświaty. A i wieloetniczność, wielokulturowość przydaje miastu walorów, warunkuje inne cechy, wcześniej wymieniane. Niezaprzeczalnym walorem jest to, że jest miastem zachodnim, technicznie, cywilizacyjnie i kulturowo. Wreszcie wszystkie, bez wyjątku, wymienione cechy miasta sprzyjają temu, że jest ono lubiane przez mieszkańców Wrocławia, choć nie tylko przez nich.

Wymienione cechy nie tylko świadczą o atrakcyjności miasta, ale również zobowiązują zarówno mieszkańców, jak i władze miasta do ciągłego rozwoju, by nie utracić różnorodnych jego walorów.

Jak wiadomo, wizerunek miasta niekoniecznie musi (i może) być stały. Miasto jako takie (w zasadzie każde) jest dynamiczne, zmienne, może wpływać na kształtowanie się wizerunku. Tak jak zewnętrzny<sup>65</sup> obraz miasta stosunkowo łatwo daje się postrzegać, tak niematerialne jego cechy nie podlegają takiej fluktuacji.

Badania nad miastem mogą, czy powinny, skłaniać, zapraszać do dyskusji nad zagadnieniami: czy miasto jako wyodrębniająca się jednostka osadnicza znajduje uzasadnienie, czy nie rozprzestrzenia się i nie „umiastawia” przylegających obszarów? Czy nie rodzi się na naszych oczach miasto-region, miasto-kraj (Polska), miasto-kontynent, miasto-glob? Czy to w wyniku, między innymi, suburbanizacji nie zacierają się, nie zamazuje się miasto „wyspowe”, wyodrębnione? Jeśliby tak było, bądź jeśli tak się staje, to czy jest sens badać wizerunek miasta, w tym Wrocławia? Załóżmy, że granice administracyjne, w zasadzie każdego miasta, arbitralnie wyznaczone, dają przyzwolenie na zajmowanie się miastem „wyspowym”, miastem tylko umownie (w licznych przypadkach) wydzielonym czy „zakotwiczonym” wśród miejskopodobnych przestrzeni zurbanizowanych, suburbanalnych? Z tego czy podobnego punktu widzenia, przy zamazywaniu się granic miasta, trzeba by prowadzić badania, pytać o wizerunek jakiegoś (jakiego?) obszaru zurbanizowanego, obszaru umiastowionego.

Ale – dla usprawiedliwienia – jak trudno jest ocenić zwarty obszar (choćby Wrocław). To jak mówienie o wizerunku miasta, niemiasta, obszaru, który jest nie do objęcia wzrokiem. Czy nie trzeba będzie zrezygnować z takiego tematu? Czy obszary w ograniczonym zasięgu poznania, penetracji mogą skłaniać do zainteresowania się nimi, do zainteresowania się ich wizerunkiem?

I pytanie ogólne: czy jeśli będzie dochodziło do „rozmazywania” się przestrzeni umiastowionych, to czy nie spowoduje to do znacznych ograniczeń postrzegania i ocen coraz mniejszych, kameralnych siedzib ludzkich? Czy nie będzie tendencji do zamykania się we własnych opłotkach? Zapewne tak, gdyż istniejące i ciągle powstające kondominia, obszary (mieszkaniowe) zamknięte, wyizolowane, często

---

<sup>65</sup> W rozdziale wstępnym przy precyzowaniu pojęcia „wizerunek miasta” wskazano na to, co jest „zewnętrznością” miasta.

odgradzane płotem będą tworzyć luźne (a może żadne) federacje siedzib, enklaw mieszkaniowych.

Konsekwencje tego są zgoła nieprzewidywalne. Może tylko formalne związki: parafie, gminy będą określały przynależność terytorialną. Nie da się przewidzieć, czy przyszła ludzkość uciekać się będzie do zamykania w małej, np. dwupokoleniowej w rodzinie, a życie i egzystencja ludzi starszych, samotnych, emerytów i rencistów będzie musiała być z konieczności zinstytucjonalizowana.

Czy będzie można mówić o przynależności nie tylko do miasta, ale może nieledwie do regionu lub kraju, może kontynentu, a w jakimś czasie (w jakim?) do globu. Stąd pewno ta tendencja budowania „globalnej wioski”.

A co w tym kontekście mają powiedzieć (dziś i jutro) wrocławianie? Czy w ogóle będą tacy? Czy będą mogli orzekać o wizerunku swego miasta, którego – przyjmując wcześniej wymienione przesłanki – nie będzie?

Postęp cywilizacji, wzmożona mobilność ludzi (w ogóle) mogą skłaniać lub wymuszać zamykanie się w kapsule – w mieszkaniu, a interakcje ograniczyć do jedynie, czy tylko, urzeczowionych kontaktów, może nawet nie wprost, a tylko za pośrednictwem Internetu czy podobnych mu udogodnień technicznych. Pojawi się przeto pytanie, gdzie miasto (Wrocław), czym i jak wyznaczać jego „samopolożenie”? Jeśli nie będzie to łatwe lub będzie zgoła niemożliwe, to i niemożliwy do postrzegania i wyobrażenia będzie Wrocław, wtopiony, ogarnięty miastem-Polska, miastem-Europa, miastem-glob.

Czy trzeba już dziś odpowiadać na te pytania? Czy nie są to zbyt dalekosiężne wycieczki w przyszłość cywilizacji, choć – o czym mówiono – czyni ona (cywilizacja) szybkie postępy? A gdyby nawet to wszystko, głównie rosące tempo rozwoju, dało się przewidzieć, to jednak ograniczona podatność psychiki ludzkiej na dynamiczne zmiany może być trendem opóźniającym czy nawet zwalniającym to – o paradoksie – co jest wytworem jednak ludzkiego intelektu. Cywilizacja bowiem jest kołem napędowym przyszłości, która jawi się wzrostem postępu, innowacyjności, modernizacji.

Po tym skróconym i uproszczonym rozumowaniu nie da się jednak uniknąć, po raz kolejny (który?), pytania o to, co będzie z wizerunkiem Wrocławia, z jego postrzeganiem za dwa, trzy, cztery pokolenia (a nie jest to tak odległa przyszłość).

Kto wie, czy dzisiaj wymuszane naciski na poprawę komunikacji, na (wreszcie) rozpoczęcie – dalece spóźnione – realizacji śródmiejskiej obwodnicy, to już wczorajsza rzeczywistość? Trudno zatem uniknąć pytań o to, co będzie „jutro”, to znaczy za 10–20 lat, kiedy jeszcze (może parokrotnie) wzrośnie motoryzacja. Poprawnego (a chcianego) wizerunku miasta nie da się odłożyć na przyszłość.

Są to nieledwie skrócone impresje i wnioski na przyszłość, na jutro i pojutrze, mierząc dwoma, trzema pokoleniami. Jeśliby Wrocław został wchłonięty (w najkrótszym czasie) przez większy organizm, na przykład miasto-Dolny Śląsk lub miasto-Polskę, to konsekwentnie o wizerunku Wrocławia nie może być mowy.

Wnioski aplikacyjne – do wdrożenia niebawem ze skutkami za dwa, trzy pokolenia – muszą być już teraz stawiane. W modernizującym się kraju – jakim jest Polska – musi się przewidywać na dwa, trzy pokolenia, by nas – współczesnych – przyszłe (znajdujące się już na progu) pokolenia nie oceniły druzgocąco.

## Bibliografia

- BAGIŃSKI E. (1979), *Preferencje ludności miejskiej dotyczące wielkości miast i dostępności przestrzennej miejsc pracy, usług i wypoczynku*. Wrocław.
- BAGIŃSKI E. (1988), *Wrocławianie o swoim mieście*. „Miasto”, nr 8, s. 26–28.
- BAGIŃSKI E. (1992), *Tożsamość Wrocławia otwarciem na Europę*. [W:] *Środowisko ekologiczne i kulturowe Wrocławia. Materiały sesji naukowej 17 grudnia 1991 r.* Wrocław, s. 30–41.
- BAGIŃSKI E. (1995), *Opinie młodego pokolenia mieszkańców o swoich miastach*. Wrocław.
- BAGIŃSKI E. (1997), *Przestrzeń miasta jako pojęcie i wartość*. [W:] E. Bagiński (red.), *Techniki i metody badawcze w planowaniu przestrzennym*. Wrocław, s. 5–8.
- BAGIŃSKI E. (1998), *Wrocław w opinii swoich mieszkańców*. Wrocław.
- BATORSKI D. (2005), *Spoleczne aspekty korzystania z nowych technologii*. [W:] J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2005: Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa. Dokument dostępny w Internecie: [http://www.diagnoza.com/files/diagnoza2005/raport\\_diagnoza2005\\_110106.pdf](http://www.diagnoza.com/files/diagnoza2005/raport_diagnoza2005_110106.pdf) [dostęp 27.11.2007].
- BATORSKI D. (2007), *Uwarunkowania i konsekwencje korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych*. [W:] J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*. Warszawa. Dokument dostępny w Internecie: <http://www.diagnoza.com/files/diagnoza2007/diagnoza2007-html.html> [dostęp 27.11.2007].
- BATORSKI D., OLCOŃ-KUBICKA M. (2006), *Prowadzenie badań przez internet – podstawowe zagadnienia metodologiczne*. „Studia Socjologiczne”, nr 3 (182), s. 99–131.
- BERGMAN P., GORĄCY M., KONIAREK J., KRAJEWSKA A., NOWACKA-CHIARI E. (1992), *Kształtowanie się wielkomiejskiej populacji Wrocławia. Aspekty regionalne, społeczne i antropologiczne*. [W:] *Środowisko ekologiczne i kulturowe Wrocławia. Materiały sesji naukowej 17 grudnia 1991 r.* Wrocław, s. 45–56.
- BONENBERG A. (2009), *Rzeczywistość wirtualna a przestrzeń rzeczywista*. „Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Seria Architektura i Urbanistyka” [w druku].
- DAMURSKI Ł. (2007), *Wrocław: image of the city in the years 1997–2007. Places liked and disliked*. „Bulletin of Geography (Socio-Economic Series)”, nr 8, s. 5–14. Dokument dostępny w Internecie: [http://www.bulletinofgeography.umk.pl/Bulletin%208/L\\_Damurski.pdf](http://www.bulletinofgeography.umk.pl/Bulletin%208/L_Damurski.pdf) [dostęp 02.03.2008].
- DAMURSKI Ł. (2008), *Wykorzystanie ankiety internetowej w procesie podejmowania decyzji publicznych – przykład Wrocławia i Zielonej Góry*. „Studia Socjologiczne”, nr 3 (190), s. 105–116.
- DAMURSKI Ł. (2009), *Wizerunek Wrocławia w świadomości mieszkańców i osób z zewnątrz – dwa oblicza tożsamości miasta*. [W:] *Tożsamość miasta w dobie globalizacji. Problemy tożsamości metropolii i dużych miast*. „Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Seria Architektura i Urbanistyka”, z. 18, Poznań, s. 117–125.
- DUDEK-MAŃKOWSKA S. (2007), *Wizerunek Warszawy w świadomości mieszkańców*. [W:] M. Madurawicz (red.), *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*. Warszawa, s. 267–277.
- DZIKOWSKA E.K. (2006), *Tożsamość Wrocławia(n), czyli o możliwościach życia ponad podziałami*. [W:] P. Żuk, J. Pluta (red.), *My Wrocławianie. Społeczna przestrzeń miasta*. Wrocław, s. 165–180.

- Głosy w dyskusji podczas debaty wokół programu strategicznego „Wrocławskość – budowanie tożsamości miasta” 25 marca 1998*, „Wrocław 2000 Plus. Studia nad strategią miasta”, 1998, 5 (23), s. 97–109.
- FLOREK M. (2006), *Podstawy marketingu terytorialnego*. Poznań.
- Foresight regionalny dla Dolnego Śląska. Scenariusze rozwoju do roku 2020. Infrastruktura Dolnego Śląska jako baza dla rozwoju innowacyjności, Gospodarka Oparta na Wiedzy na Dolnym Śląsku, Wrocławski Obszar Metropolitalny jako lokomotywa rozwoju Dolnego Śląska*. Wrocław 2007.
- GOULD P., WHITE R. (1992), *Mental Maps*. New York.
- JAŁOWIECKI B. (1968), *Osiedle i miasto. Studium socjologiczno-urbanistyczne jednostek mieszkaniowych Wrocławia*. Warszawa.
- JAŁOWIECKI B. (1999), *Metropolie*. Białystok.
- KAJDANEK K. (2007), *Codziennosc i swiatecznosc (w) centrum. Percepcja centralnych przestrzeni miast na przykladzie centrum Wrocławia*. [W:] M. Madurowicz (red.), *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*. Warszawa, s. 221–229.
- KŁOPOT S.W., SKIBA W. (red.) (2006), *Atlas problemów społecznych Wrocławia*. Wrocław. Dokument dostępny na płycie CD [dostęp 19.09.2008].
- KOTLER P., ASPLUND C., REIN I., HAIDER D.H. (1999), *Marketing Places Europe*. Harlow, London.
- KURCZ Z., MISIAK W. (red.) (1997), *Sytuacja i rola wielkiego miasta w procesie transformacji. Studium porównawcze rozwoju ekonomicznego i procesów społecznych na przykładzie Wrocławia i Lipska*. Wrocław.
- KURCZ Z., MORAWSKI Z. (red.) (2003), *Sytuacja i rola wielkiego miasta w procesie transformacji. Studium porównawcze rozwoju ekonomicznego i procesów społecznych na przykładzie Wrocławia i Lipska – kontynuacje*. Wrocław.
- KWOLEK J., SZMYTKIE R. (2007), *Symbole dużych miast w opinii studentów*. [W:] M. Madurowicz (red.), *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*. Warszawa, s. 243–253.
- Leksykon PWN* (1972), Warszawa.
- LYNCH K. (1960), *The Image of the City*. Cambridge.
- ŁASKA M. (2006), *Wrocław jako marka. Socjologiczne refleksje nad potencjałem wizerunkowym Wrocławia*. [W:] P. Żuk, J. Pluta (red.), *My Wrocławianie. Społeczna przestrzeń miasta*. Wrocław, s. 15–34.
- ŁUCZAK A. (2000), *Istota tożsamości miasta*. „Samorząd Terytorialny”, nr 10 (118), s. 46–53.
- MIRONOWICZ I. (2006), *Czy w Polsce są metropolie? Wybrane czynniki metropolizacji miast polskich*. [W:] T. Ossowicz i T. Zipsler (red.), *Urbanistyka w działaniu. Teoria i praktyka. II Kongres Urbanistyki Polskiej, Wrocław, 6–8 września 2006*. Warszawa, s. 272–285.
- MROWIŃSKA K., WILK M., PAWŁOWSKI P. (2006), *Wizerunek miasta – główny warunek oceny jego funkcjonowania*. [W:] Z. Przygodzki (red.), *Rozwój miast i regionów w procesie integracji europejskiej*. Łódź, s. 121–140.
- NAMYŚLAK B. (2007), *Wizerunek Wrocławia w opinii studentów Geografii i Ochrony Środowiska Uniwersytetu Wrocławskiego*. [W:] M. Madurowicz (red.), *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*. Warszawa, s. 209–219.
- NASAR J.L. (1997), *The Evaluative Image of the City*. Thousand Oaks.
- Nowa Karta Ateńska 2003. Wizja miast XXI wieku*. Europejska Rada Urbanistów. Lizbona 2003. Dokument dostępny w Internecie: [http://www.tup.org.pl/download/Karta\\_Ateńska\\_2003-1.pdf](http://www.tup.org.pl/download/Karta_Ateńska_2003-1.pdf) [dostęp 22.10.2008].
- PALEJ A. (2005), *Poszukiwanie równowagi pomiędzy światem fizycznym a światem wirtualnym we współczesnych miastach*. [W:] A. Drapella-Hermansdorfer, K. Cebrat (red.), *Oblicza równowagi. Aspects of Equilibrium*. „Studia i Materiały Wydziału Architektury Politechniki Wrocławskiej”, nr 1, Wrocław, s. 157–164.
- PLUTA J. (2006a), *Studium wrocławskiego autostereotypu*. [W:] P. Żuk, J. Pluta (red.), *My Wrocławianie. Społeczna przestrzeń miasta*. Wrocław, s. 227–260.

- PLUTA J. (2006b), *Tożsamość i lokalność. Uwagi o związku wrocławian z przestrzenią*. [W:] P. Żuk, J. Pluta (red.), *My Wrocławianie. Społeczna przestrzeń miasta*. Wrocław, s. 59–74.
- PRAWELSKA-SKRZYPEK G. (1992), *Waloryzacja przestrzeni polskich miast w opinii ich mieszkańców*. [W:] B. Jałowiecki, H. Libura (red.), *Percepcja i waloryzacja środowiska naturalnego i antropogenicznego*. Warszawa, s. 213–221.
- PRICEWATERHOUSECOOPERS (2007), *Raport na temat wielkich miast Polski – Wrocław*. Warszawa.
- SMIHILY M. (2007), *Utilisation d'internet en 2007. Ménages et particuliers*. „Eurostat donnes en bref”, 23. Dokument dostępny w Internecie: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-QA-07-023/FR/KS-QA-07-023-FR.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-QA-07-023/FR/KS-QA-07-023-FR.PDF) [dostęp 8.08.2008].
- TURNAU I. (1960), *Studia nad strukturą ludnościową polskiego Wrocławia*. Poznań.
- TUROWSKI J. (1979), *Środowisko mieszkalne w świadomości ludności miejskiej*. Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk.
- ZIPSER T. (1992), *Wrocław w układzie komunikacyjnym kontynentu*. [W:] *Środowisko ekologiczne i kulturowe Wrocławia. Materiały sesji naukowej 17 grudnia 1991 r.* Wrocław, s. 17–21.

#### **Źródła fotografii Wrocławia z lat 90. XX w.**

- BAGIŃSKI E. (1998), *Wrocław w opinii swoich mieszkańców*. Wrocław.
- DOBESZ J.L. (1999), *Wrocław: czas i architektura*. Wrocław.
- KLIMEK S. (1997), *Wrocław. Architektura i historia*. Wrocław.
- SZWED T. (1999), *Mój Wrocław*. Wrocław (rozdz. 3 „Moje piękne miasto”).

#### **Źródła danych statystycznych**

- GUS (2007–2008), Bank Danych Regionalnych (2007–2008). Dokument dostępny w Internecie: [http://www.stat.gov.pl/brd\\_n/app/strona.indeks](http://www.stat.gov.pl/brd_n/app/strona.indeks) [dostęp 2007–2008].
- Informacja o rozmiarach i kierunkach emigracji z Polski w latach 2004–2007*. GUS, Notatka informacyjna, 2008. Dokument dostępny w Internecie: [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL\\_Informacja\\_o\\_rozmiarach\\_i\\_kierunk\\_emigra\\_z\\_Polski\\_w\\_latach\\_2004\\_2007.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_Informacja_o_rozmiarach_i_kierunk_emigra_z_Polski_w_latach_2004_2007.pdf) [dostęp 6.08.2008].
- Wrocław. Sytuacja społeczno-gospodarcza I–III kwartał 2007*. Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Wrocław 2007.





## Dokumentacja fotograficzna

a



b



Rynek w roku 1996 (a) i w 2007 (b).

Źródło: a – Klimek 1997, fot. 33 (autor fot. S. Klimek), b – zbiory Ł. Damurskiego

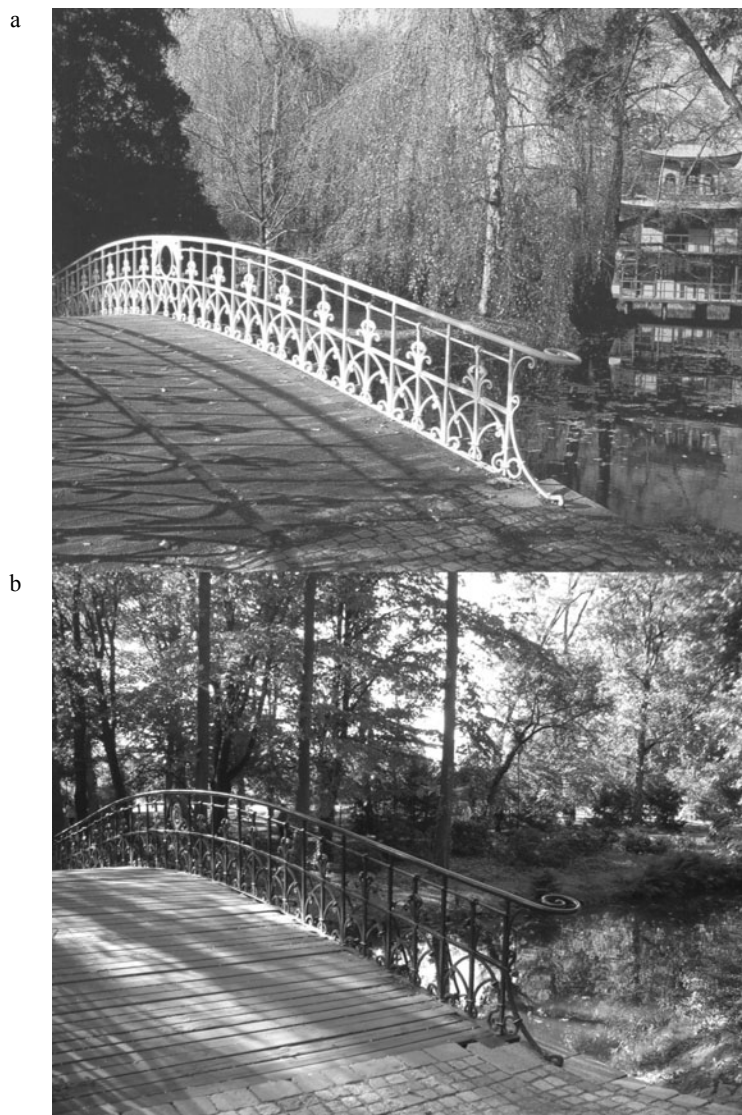


a

b

Ostrów Tumski w roku 1999 (a) i w 2007 (b).

Źródło: a – Szwed 1999, rozdz. 3 (autor fot. T. Szwed), b – zbiory Ł. Damurskiego



Park Szczytnicki w roku 1997 (a) i w 2007 (b).  
Źródło: a – Klimek 1997, fot. 75 (autor fot. S. Klimek), b – zbiory Ł. Damurskiego



Ulica Traugutta w roku 1997 (a) i w 2007 (b).

Źródło: a – Bagiński 1998, s. 155, b – zbiory Ł. Damurskiego

a



b



Nowy Dwór (ul. Rogowska) w roku 1997 (a) i w 2007 (b).  
Źródło: a – Bagiński 1998, s. 155, b – zbiory Ł. Damurskiego

a



b



Kozanów (ul. Pilczycka) w roku 1999 (a) i w 2007 (b).

Źródło: a – Dobesz 1999, fot. 168 (autor fot. R.M. Sołdek), b – zbiory Ł. Damurskiego

## Formularze ankiet

### 1. Formularz ankiety internetowej dla mieszkańców Wrocławia

**Co myślisz o Wrocławiu?**

Uprzejmie prosimy Panią/Pana o szczerze i wyczerpujące odpowiedzi na wszystkie pytania niniejszej ankiety.

#### 1. W jakim stopniu, według własnej oceny, zna Pani/Pan całe miasto Wrocław?

- BARDZO DOBRZE
- DOBRZE
- PRAWIE DOBRZE
- DOSTATECZNIE
- LEDWIE DOSTATECZNIE
- NIEDOSTATECZNIE
- ZUPEŁNIE NIE ZNAM

#### 2. Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?

#### 3. Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?

- NIE
- TAK

#### 4. Dlaczego?

#### 5. Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?

#### 6. Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?



7. Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?

8. Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?

9. Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?

10. Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?

11. Czy według Pani/Pana Wrocław jest:

	TAK	NIE
atrakcyjnym miejscem zamieszkania?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjnym miejscem pracy?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjny usługowo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjny turystycznie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?

13. W jakiej części Wrocławia Pani/Pan mieszka (proszę wybrać osiedle)?

14. Ile lat mieszka Pani/Pan we Wrocławiu?

- MNIEJ NIŻ 5 LAT
- 5–10 LAT
- 11–15 LAT
- 16–25 LAT
- 26–35 LAT
- 36 I WIĘCEJ LAT

15. Płeć:

- KOBIEC
- MĘŻCZYCNA

**16. Wiek:**

- MNIEJ NIŻ 20 LAT
- 21–30 LAT
- 31–40 LAT
- 41–50 LAT
- 51–60 LAT
- 60 I WIĘCEJ LAT

**17. Wykształcenie:**

- PODSTAWOWE
- ŚREDNIE
- WYŻSZE UKOŃCZONE
- WYŻSZE NIEUKOŃCZONE

**18. Jeśli zechce Pani/Pan podzielić się szerzej swoją opinią o Wrocławiu, proszę wykorzystać poniższe miejsce:****19. Jeśli chciałaby Pani/Pan otrzymać informacje o publikacji wyników badania po jego zakończeniu, proszę podać swój adres e-mail:**

Bardzo dziękujemy za udział w ankiecie!

Zespół Katedry Planowania Przestrzennego na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej

Katedra Planowania Przestrzennego

Wydział Architektury Politechniki Wrocławskiej

Budynek E1, pok. 17

ul. Bolesława Prusa 53/55

50-317 Wrocław

tel. 0-71-320-63-54, 0-71-320-62-40, 0-71-321-00-91

<http://kpp.arch.pwr.wroc.pl/>

Przerwij ankietę Zakończ ankietę

## 2. Formularz ankiety internetowej dla osób spoza Wrocławia

### Co myślisz o Wrocławiu?

Uprzejmie prosimy Panią/Pana o szczerze i wyczerpujące odpowiedzi na wszystkie pytania niniejszej ankiety.

#### 1. Jak często bywa Pani/Pan we Wrocławiu?

- CODZIENNIE
- RAZ W TYGODNIU
- RAZ W MIESIĄCU
- RAZ W ROKU
- RZADZIEJ NIŻ RAZ W ROKU

#### 2. W jakim stopniu, według własnej oceny, zna Pani/Pan całe miasto Wrocław?

- BARDZO DOBRZE
- DOBRZE
- PRAWIE DOBRZE
- DOSTATECZNIE
- LEDWIE DOSTATECZNIE
- NIEDOSTATECZNIE
- ZUPEŁNIE NIE ZNAM

#### 3. Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?

#### 4. Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?

- NIE
- TAK

#### 5. Dlaczego?

#### 6. Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?

**7. Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?**

**8. Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?**

**9. Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?**

**10. Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?**

**11. Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?**

**12. Czy według Pani/Pana Wrocław jest:**

	TAK	NIE
atrakcyjnym miejscem zamieszkania?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjnym miejscem pracy?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjny usługowo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjny turystycznie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?**

**14. Miejsce zamieszkania (proszę podać nazwę gminy lub miasta):**

**15. Płeć:**

- KOBIECIA  
 MĘŻCZYZNA

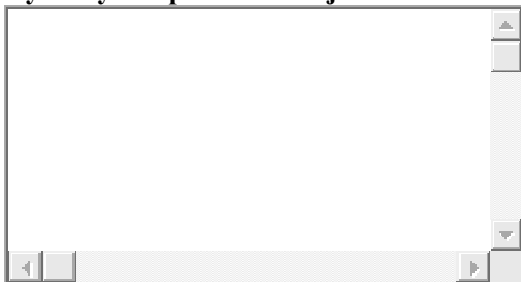
**16. Wiek:**

- MNIEJ NIŻ 20 LAT  
 21–30 LAT  
 31–40 LAT

- 41–50 LAT
- 51–60 LAT
- 60 I WIĘCEJ LAT

**17. Wykształcenie:**

- PODSTAWOWE
- ŚREDNIE
- WYŻSZE UKOŃCZONE
- WYŻSZE NIEUKOŃCZONE

**18. Jeśli zechce Pani/Pan podzielić się szerzej swoją opinią o Wrocławiu, proszę wykorzystać poniższe miejsce:****19. Jeśli chciałaby Pani/Pan otrzymać informacje o publikacji wyników badania po jego zakończeniu, proszę podać swój adres e-mail:**

Bardzo dziękujemy za udział w ankiecie!

Zespół Katedry Planowania Przestrzennego na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej  
Katedra Planowania Przestrzennego  
Wydział Architektury Politechniki Wrocławskiej  
Budynek E1, pok. 17  
ul. Bolesława Prusa 53/55  
50-317 Wrocław  
tel. 0-71-320-63-54, 0-71-320-62-40, 0-71-321-00-91  
<http://kpp.arch.pwr.wroc.pl/>

Przerwij ankietę. Zakończ ankietę

### 3. Formularz ankiety przeprowadzonej za pośrednictwem szkół podstawowych w wybranych rejonach Wrocławia

#### CO MYŚLISZ O WROCŁAWIU?

##### ANKIETA

Uprzejmie prosimy Panią/Pana o szczerze i wyczerpujące odpowiedzi na wszystkie pytania niniejszej ankiety.

**1. W jakim stopniu, według własnej oceny, zna Pani/Pan całe miasto Wrocław?**  
(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).

BARDZO DOBRZE	...
DOBRZE	...
PRAWIE DOBRZE	...
DOSTATECZNIE	...
LEDWIE DOSTATECZNIE	...
NIEDOSTATECZNIE	...
ZUPEŁNIE NIE ZNAM	...

**2. Które części Wrocławia zna Pani/Pan najlepiej?**

**3. Czy lubi Pani/Pan miasto Wrocław?**

(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).

NIE	...
TAK	...

**4. Dlaczego?**

**5. Z czym kojarzy się Pani/Panu miasto Wrocław?**

**6. Jak określiłaby Pani/Pan w kilku słowach miasto Wrocław?**

**7. Czy Wrocław ma w sobie coś szczególnego? Jeśli tak, to co?**

**8. Które miejsca we Wrocławiu są Pani/Pana zdaniem najbardziej charakterystyczne dla miasta?**

**9. Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu podobają?**

**10. Które części, fragmenty miasta Wrocławia najbardziej się Pani/Panu nie podobają?**

.....

**11. Czy według Pani/Pana Wrocław jest:**  
(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).

**a) atrakcyjnym miejscem zamieszkania?**

TAK ...

NIE ...

**b) atrakcyjnym miejscem pracy?**

TAK ...

NIE ...

**c) atrakcyjny usługowo?**

TAK ...

NIE ...

**d) atrakcyjny turystycznie?**

TAK ...

NIE ...

**12. Gdyby od Pani/Pana zależały decyzje dotyczące miasta Wrocławia, to co Pani/Pan uznałaby/uznał za najpilniejsze (pierwszoplanowe) dla Wrocławia?**

.....

**13. Jeśli mieszka Pani/Pan we Wrocławiu, proszę podać nazwę osiedla lub ulicy:**

.....

**14. Jeśli mieszka Pani/Pan we Wrocławiu, proszę podać, jak długo:**  
(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).

MNIEJ NIŻ 5 LAT ...

5–10 LAT ...

11–15 LAT ...

16–25 LAT ...

26–35 ...

36 I WIĘCEJ LAT ...

**15. Jeśli mieszka Pani/Pan poza Wrocławiem, proszę podać miejsce zamieszkania (nazwę gminy lub miasta):**

.....

**16. Jeśli mieszka Pani/Pan poza Wrocławiem, proszę podać, jak często bywa Pani/Pan we Wrocławiu:**

(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).

CODZIENNIE ...

RAZ W TYGODNIU ...

RAZ W MIESIĄCU ...

RAZ W ROKU ...

RZADZIEJ NIŻ RAZ W ROKU ...

**17. Płeć:**

**(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).**

KOBIETA ...

MEŹCZYZNA ...

**18. Wiek:**

**(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).**

MNIEJ NIŻ 21 LAT ...

21–30 LAT ...

31–40 LAT ...

41–50 LAT ...

51–60 LAT ...

60 I WIĘCEJ LAT ...

**19. Wykształcenie:**

**(Proszę postawić znak „X” przy jednej odpowiedzi).**

PODSTAWOWE ...

ŚREDNIE ...

WYŻSZE UKOŃCZONE ...

WYŻSZE NIEUKOŃCZONE ...

**20. Proszę podać numer szkoły podstawowej, do której uczęszcza Pani/Pana dziecko:**

.....  
**21. Jeśli zechce Pani/Pan podzielić się szerzej swoją opinią o Wrocławiu, proszę wykorzystać poniższe miejsce:**

.....  
.....  
.....

Bardzo dziękujemy za udział w ankiecie!

Zespół Katedry Planowania Przestrzennego  
na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej

Wrocław, maj 2007





Wraz z intensyfikacją procesów globalizacji nabiera pojęcie tożsamości terytorialnej. W świecie, w którym wiele aspektów życia podlega nieuchronnej unifikacji i komercjalizacji, utrzymanie odrębnego, unikalnego charakteru miejsca i przestrzeni staje się coraz trudniejsze. Rodzi się obawa, że w tej sytuacji tożsamość państw, regionów, a zwłaszcza miast może być poważnie zagrożona.

Tytułowy wizerunek Wrocławia jest niejako szkłem powiększającym, przez które obserwować można tożsamość miasta i zmiany w niej zachodzące. Wrocław, jako jedno z najszybciej rozwijających się miast w Polsce, podlega obecnie silnym przekształceniom gospodarczym i przestrzennym. Pociągają one za sobą istotne zmiany w obrazie miasta, których badanie i opisywanie pozwala określić korzyści i zagrożenia, jakie dla tożsamości miasta przynoszą procesy globalizacji.

W pracy przeanalizowano skojarzenia związane z Wrocławiem, cechy decydujące o jego wyjątkowości, miejsca charakterystyczne dla miasta, miejsca lubiane i nielubiane, a także szeroko rozumianą atrakcyjność. Prawdopodobnie po raz pierwszy jako podstawowy materiał badawczy wykorzystano ankietę internetową, która okazała się bardzo przydatnym źródłem informacji o wizerunku miasta i umożliwiła przeprowadzenie sondaży równoległe w dwóch grupach: wśród mieszkańców Wrocławia i wśród osób spoza miasta. Zestawienie wyników badań dla tych dwóch zbiorowości wskazuje na istotne różnice między obrazem miasta widzianym „z zewnątrz” i „od wewnątrz” oraz pozwala wyróżnić najbardziej powszechne i wyraziste elementy wizerunku Wrocławia.



Wydawnictwa Politechniki Wrocławskiej  
są do nabycia w księgarni „Tech”  
plac Grunwaldzki 13, 50-377 Wrocław  
budynek D-1 PWr., tel. 071 320 29 35  
Prowadzimy sprzedaż wysyłkową

ISBN 978-83-7493-464-0