



Ewaluacja
Europejskiej Stolicy Kultury
Wrocław 2016

Wizerunek Wrocławia

w perspektywie ESK Wrocław 2016

RAPORT Z OGÓLNOPOLSKICH

BADAŃ SONDAŻOWYCH



WROCŁAW 2016
Europejska Stolica Kultury

Ewaluacja Europejskiej Stolicy Kultury Wrocław 2016

– projekt badawczy sfinansowany ze środków budżetowych Urzędu Miasta Wrocławia, w ramach współpracy naukowej realizowanej przez Gminę Wrocław, Uniwersytet Wrocławski i Biuro Festiwalowe IMPART 2016.

Sposób cytowania:

Pluta J., Banaszak E., Błaszczuk M., Kajdanek K., 2017. Wizerunek Wrocławia w perspektywie ESK Wrocław 2016. *Raport z ogólnopolskich badań sondażowych*. Wrocław [<http://www.repozytorium.uni.wroc.pl/dlibra/;data dostępu/pobrania>]

Publikacja dostępna w:

www.repozytorium.uni.wroc.pl
www.wroclaw2016.pl

Autorzy:

Jacek Pluta

Ewa Banaszak

Mateusz Błaszczuk

Katarzyna Kajdanek

Redakcja i korekta:

Marta Mizuro

Projekt graficzny i skład:

Paulina Rosińska

www.heissenstudio.com

SPIS TREŚCI

1. Wnioski z badań	5
2. Wprowadzenie	6
3. Ocena potencjału wizerunkowego Wrocławia	7
4. Potencjał wizerunkowy w kontekście ESK Wrocław 2016	12
5. Wrocław jako miejsce wydarzeń kulturalnych	14
6. Potencjał wizerunkowy i rozwojowy miasta w kontekście organizacji ESK	19
7. Aneksy	23
7.1. Wykaz pytań do badania ogólnopolskiego CAPI-OMNIBUS	23
7.2. Proste rozkłady odpowiedzi – profil społeczno-demograficzny respondentów w próbie ważonej	24

1. Wnioski z badań

Raport na temat wizerunku Wrocławia oraz efektów wizerunkowych, łączących ocenę Europejskiej Stolicy Kultury z miastem powstał w oparciu o wyniki ogólnopolskiego badania sondażowego przeprowadzonego już po zakończeniu ESK. Pomiar zrealizowano w na tyle krótkim odstępie czasu (marzec 2017 roku), by wrażenia – kreowane pod wpływem narracji medialnej towarzyszącej ESK oraz w znaczącej części przypadków będące także rezultatem własnego doświadczenia ESK – dawały ugruntowaną podstawę do formułowanych ocen. Postawione cele badania układały się w dwa zasadnicze i powiązane ze sobą wątki. Po pierwsze, chodziło o zweryfikowanie potencjału wizerunkowego miasta, budowanego na podstawie kreowanych w miejskich strategiach wartości, które tworzą ramę wizerunkową miasta. Po drugie, celem było prześledzenie wpływu, jaki na ten wizerunek miasta miał fakt przyznania miastu miana Europejskiej Stolicy Kultury. Wydarzenie to oznaczało zorganizowanie ogromnej liczby imprez i wydarzeń kulturalnych, które stanowiły okazję do odwiedzenia miasta lub choćby pośredniego kontaktu z nim. W naszym badaniu chodziło zarówno o poznanie ocen oraz zasięgu oddziaływania ESK w jego społecznym odbiorze, jak też o odpowiedź na pytanie, na ile oceny te przekładają się na wizerunek i potencjał rozwojowy miasta widzianego oczami mieszkańców Polski.

Wyniki zaprezentowanych badań dały pozytywną odpowiedź na postawione pytania. Z rezultatów wyłania się pozytywny obraz ESK oraz miasta, a także wpływu pierwszego na potencjał drugiego. W szczególności:

- Wrocław potwierdził swój potencjał wizerunkowy. Respondenci z całej Polski wyrazili powszechną akceptację przedstawionych im do oceny elementów narracji wizerunkowej wokół budowanej marki miasta. Dotyczy to wszystkich 11 badanych atrybutów wizerunku, dla których zsumowany odsetek ocen pozytywnych – „zdecydowanie tak” i „raczej tak” – w każdym ocenianym atrybucie wahał się między 69% a 79%,
- w czołówce indywidualnie ocenianych atrybutów miasta znalazły się: architektura, atrakcyjność turystyczna, nowoczesność i bogactwo tradycji historycznych z indywidualnymi najwyższymi ocenami udzielonymi przez co najmniej 30% respondentów,
- badając podobieństwo łączenia atrybutów wykazano, że rama wizerunkowa miasta w ogólnym odbiorze wyodrębnia osobno wątki symboliczne i konsumpcyjne, a oddzielnie traktuje atrybuty miasta metropolitalnego i dobrze się rozwijającego,
- społeczny odbiór wizerunku Wrocławia – niezależnie od jego pozytywów – zależy od wielkości miejscowości – im z większego ośrodka pochodzi respondent, tym korzystniej ocenia atrybuty wizerunkowe miasta, co świadczy o mocnej pozycji marki Wrocławia, zwłaszcza wśród mieszkańców miast pow. 200 tys. mieszkańców,
- kontekst uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych we Wrocławiu w 2016 roku zmienia nieco ramę wizerunkową głównie za sprawą wyodrębnienia się narracji tożsamościowej oraz potencjału rozwojowego i nowoczesności,
- szczególnie pozytywną rolę Wrocławia, zarówno w wymiarze wizerunkowym, jak i „efektu ESK” – strategicznych korzyści dla miasta – wyrażają mieszkańcy województwa opolskiego, dla których Wrocław wydaje się miejscem ich aspiracji,
- wpływ uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych we Wrocławiu na wizerunek miasta jest dwojaki – z jednej strony, większą skłonność do wzmocnienia wizerunku deklarują osoby świadomie uczestniczące w wydarzeniach kulturalnych; z drugiej strony, pozytywny wizerunek miasta jest relatywnie najslabiej wyrażany przez tych, którzy w wydarzeniach brali udział przy okazji załatwiania innych spraw w mieście – dotyczy to zwłaszcza takich atrybutów wizerunku, jak unikalna tożsamość miasta lub otwartość na nowe prądy i idee,
- rozpoznawalność Wrocławia jako miejsca organizacji ESK jest znacząca. O Wrocławiu jako organizatorze ESK Wrocław 2016 słyszało 49% ankietowanych w próbie ogólnopolskiej,
- oferta kulturalna Wrocławia, nie tylko w związku z organizacją ESK, stanowi ważny atrybut wizerunku, jak istotną sferę kontaktów oraz doświadczenia miasta. Przyjazd do Wrocławia w 2016 roku i uczestnictwo w wydarzeniu kulturalnym tak

w sposób zaplanowany, jak i okazjonalny zadeklarowało łącznie 14,8% ankietowanych mieszkańców Polski w badanym przedziale wiekowym,

- w przypadku identyfikacji Wrocławia jako organizatora ESK ujawniają się społeczne mechanizmy włączania i samowykluczenia. Miasto w tej roli identyfikują bowiem w większym stopniu mieszkańcy wielkich miast, osoby z wyższym wykształceniem, o ustabilizowanej i dobrej sytuacji materialnej, w grupach wiekowych do 49 roku życia,
- uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych, choć w mniejszym stopniu, ujawnia podobne mechanizmy włączania i samowykluczenia, co w przypadku poinformowania, z tą różnicą, że odnotowano zwiększony na tle próby ogólnopolskiej profil osób z małych miast (20-50 tys. mieszkańców) uczestniczących w wydarzeniach kulturalnych,
- ocena Wrocławia jako organizatora ESK oraz przekonanie o korzyściach rozwojowych, jakie wyniesie miasto z tego tytułu, wypadły jednoznacznie pozytywnie. W gronie osób identyfikujących Wrocław jako organizatora ESK aż ¼ respondentów zdecydowanie potwierdza zarówno dobrą organizację, jak i to, że Wrocław dzięki organizacji ESK odniesie wymierne korzyści. Natomiast łącznie w różnym stopniu potwierdza obie te opinie 79,5%-80,8% respondentów,
- biorąc pod uwagę usytuowanie terytorialne formułowanych ocen i opinii na temat organizacji ESK i korzyści dla Wrocławia, można wskazać respondentów z tych województw, którzy relatywnie w większym stopniu wyrażali takie pozytywne oceny. Są to województwa: kujawsko-pomorskie, lubuskie, zachodniopomorskie. Natomiast relatywnie mniejszą skłonność do (w dalszym ciągu pozytywnych ocen) wyrażali mieszkańcy województw świętokrzyskiego czy śląskiego. Niejako osobny zbiór spośród wszystkich w ocen tworzyli mieszkańcy województwa opolskiego, którzy nie tylko chętniej wystawiali oceny pozytywne, ale także – obok Dolnoślązaków – najchętniej uczestniczyli w organizowanych wydarzeniach kulturalnych, co wskazuje na silny związek o charakterze metropolitalnym łączący mieszkańców Opolszczyzny z Wrocławiem.

2. Wprowadzenie

Raport przygotowano w oparciu o wyniki badania ankietowego zrealizowanego w dniach 9-13.03.2017 roku przez firmę badawczą IPSOS sp. z o.o. na zlecenie Uniwersytetu Wrocławskiego. Pomiar przeprowadzono w ramach comiesięcznego panelu badawczego typu OMNIBUS na reprezentatywnej próbie ludności Polski n=1000 osób w wieku od 15 lat wzwyż (<http://www.ipsos.pl/omnibus>). Zgodnie z opisem badania – **omnibus zrealizowany został techniką CAPI** (Computer Assisted Personal Interview) w osobistej rozmowie ankietera z respondentem, przy użyciu przenośnych komputerów (laptopów) wyposażonych w specjalistyczne oprogramowanie NIPO. Każdorazowo badanie takie prowadzone jest przez IPSOS w 145 miejscowościach/gminach kraju, losowanych z prawdopodobieństwem proporcjonalnym do liczby mieszkańców. W każdej miejscowości ankieterzy dobierają rozmówców zgodnie ze szczegółową instrukcją, która zapewnia ogólnopolską reprezentatywność próby ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, województwo i wielkość miejscowości¹.

Badanie zaprojektowano przez zespół ewaluacyjny, w skład którego wchodził pracownicy naukowcy Instytutu Socjologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Jego szczegółowe cele związane były z kwestią oceny:

- potencjału wizerunkowego Wrocławia,
- rozpoznawalności Wrocławia jako Europejskiej Stolicy Kultury,
- uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych we Wrocławiu w roku kalendarzowym ESK Wrocław 2016,
- Wrocławia jako organizatora ESK,
- potencjału rozwojowego miasta – osiągniętych strategicznych korzyści z tytułu przyznania miastu tytułu ESK.

¹ Dodatkowo wykonawca badania zastosował ważenie próby ze względu na wykształcenie. Ponieważ analizę danych przeprowadzono dla próby ważonej, procenty w zestawieniach statystyk mogą wykazywać różnice wynikające z zaokrąglenia danych.

Z uwagi na charakter sondażu cele badań realizowane były na różnym poziomie szczegółowości. Najwięcej uwagi poświęcono rekonstrukcji ramy wizerunkowej miasta, traktując sam fakt uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych we Wrocławiu oraz rozpoznawalność ESK jako ważne zmienne mające wpływ na formułowane oceny wizerunkowe.

3. Ocena potencjału wizerunkowego Wrocławia

Do pomiaru potencjału wizerunkowego zastosowano skalę postaw składającą się z jedenastu cech atrybutywnych przypisanych miastu i tworzących jego „ramę wizerunkową”. Przy jej konstrukcji uwzględniono przede wszystkim te cechy, które stanowią najważniejsze elementy jego rozpoznawalnej marki. Zastosowane w pomiarze podejście do konstrukcji wizerunku miasta jako obiektu badań jest zbieżne z teoretycznymi ujęciami, w których autorzy wskazują, że wizerunek miasta, najważniejszy element marki, jest kategorią relacyjną, to znaczy tworzoną w oparciu o przypisane mu atrybuty traktowane jako istotne elementy narracji wizerunkowej. Zależnie od społecznych uwarunkowań narrację tę tworzą władze poszczególnych miast, miejskie elity, jak też po części sami mieszkańcy, którzy występują w podwójnej roli: nadawców, jak i odbiorców przekazów wizerunkowych². W dalszym ciągu podkreśla się, że:

- atrybuty wizerunku – są elementami postaw wobec miasta, przy czym odnoszą się do ich komponentu poznawczego i emocjonalnego,
- w ocenie wizerunkowej podkreślany jest fakt, że komponent poznawczy dotyczy wiedzy niekoniecznie zdobytej przez bezpośrednią styczność z miastem,
- w rezultacie istotnym mechanizmem oceny wizerunkowej pozostają podzielane przekonania lub stereotypy jako elementy rekonstruowanych wyobrażeń i opinii zbiorowych, które są niekiedy ważniejsze niż sądy bazujące na własnym bezpośrednim doświadczeniu miasta.

Ten rodzaj wizerunku miasta, który wyraża jego pozytywny (auto)stereotyp, będąc zgeneralizowanym obrazem atrakcyjności miasta – w głównej mierze jest sumą aspiracji lokalnych władz i elit. Pozytywny wizerunek miasta w swojej funkcji kreowania jego pozytywnej aury jest powszechnie wykorzystywanym narzędziem budowania przewagi w otoczeniu konkurencyjnych układów lokalnych. Ważny jest zatem nie tyle dla samych mieszkańców, ile nade wszystko dla: turystów, odwiedzających, biznesmenów, a także dla przedstawicieli tzw. klasy kreatywnej. W skrajnych przypadkach wizerunek miasta odnosi się wyłącznie do tej kategorii osób, które nie miały z miastem bezpośredniej (lub długotrwałej) styczności, będąc raczej sumą przekazywanych społecznie wieżeń i idei.

W literaturze fachowej Wrocław jest przedstawiany zgodnie jako przykład miasta, które od początku lat 90-tych skutecznie i konsekwentnie tworzy własną markę w oparciu o dobrze sformatowany i konsekwentnie komunikowany wizerunek. Analizując przykłady strategii wizerunkowej miast i regionów Natalia Feld i Patrycja Kierońska, autorki opracowania pt. „Marketing miejsc – budowa marki miasta i regionu”³, potwierdzają, że:

Wrocławowi udało się stworzyć, spójny i jednoznaczny wizerunek. Działania promocyjne doskonale nawiązują do hasła, przez co Wrocław jest postrzegany jako miasto otwarte dla inwestorów z całego świata, a także w prosty sposób komunikowana jest wielokulturowość, tradycja i historia. Logo Wrocławia ma już ok. 20 lat i przez ten czas zdążyło zakorzenić się w świadomości mieszkańców i przyjezdnych z całego świata.

Elementy narracji wizerunkowej stanowią ważną część polityki rozwojowej miasta w wymiarze strategicznym. Po raz pierwszy sformułowano je w opracowanej jeszcze w II połowie lat 90-tych XX *Strategii Wrocław 2000 plus*, a następnie konsekwentnie rozwijanej w obowiązującej *Strategii Wrocław w perspektywie 2020 plus* oraz w opracowywanej właśnie *Strategii Wrocław 2030*⁴. Zasadniczym elementem narracji wizerunkowej miasta jest misja sformułowana w pierwszej strategii i obowiązująca do dziś w brzmieniu: *Wrocław miastem spotkania – miastem, które jednoczy*⁵. Fraza ta jest fragmentem zaczerpniętym z homilii, jaką w 1997 roku, podczas wizyty w mieście wygłosił papież Jan Paweł II. Kluczowe elementy rozwijanej w strategiach narracji tworzone są w oparciu o przekaz, w którym przedstawia się miasto jako:

- dysponujące oryginalną tożsamością,
- z życzliwą atmosferą dla swoich i przyjezdnych,
- świadome i zdecydowane,
- tolerancyjne dla wielokulturowości.

Przystępując do badań potencjału wizerunkowego Wrocławia, posłużono się określeniami nawiązującymi do dotychczasowej narracji o Wrocławiu, jakie wprowadzają przywołane Strategie. Wizerunek ten uzupełniono o ocenę tych elementów rozwojowych, które decydują o przewadze konkurencyjnej miasta na tle innych podobnych wielkością ośrodków i wyrażają obecne ambicje władz kreujących Wrocław na lidera w skali europejskich regionów. Ponadto istotnym elementem badanego wizerunku są te atrybuty, które opisują Wrocław jako miejsce, w którym można dobrze spędzić czas wolny, w tym korzystając z oferty kulturalnej. Atrybuty nawiązujące do środowiska kulturowego, otwartości, atmosfery i tożsamości są także tymi, które w kluczowy sposób odnoszą się do idei zawartych w programie Europejskiej Stolicy Kultury Wrocław 2016.

Jak wspomniano, szczegółowy zestaw cech tworzących ramę wizerunkową w badaniu obejmował 11 pozycji. W odniesieniu do każdej z nich proszono respondentów o wyrażenie swojej opinii na 5-punktowej skali postaw od oceny pozytywnej (5 pkt.) do negatywnej (1 pkt.).

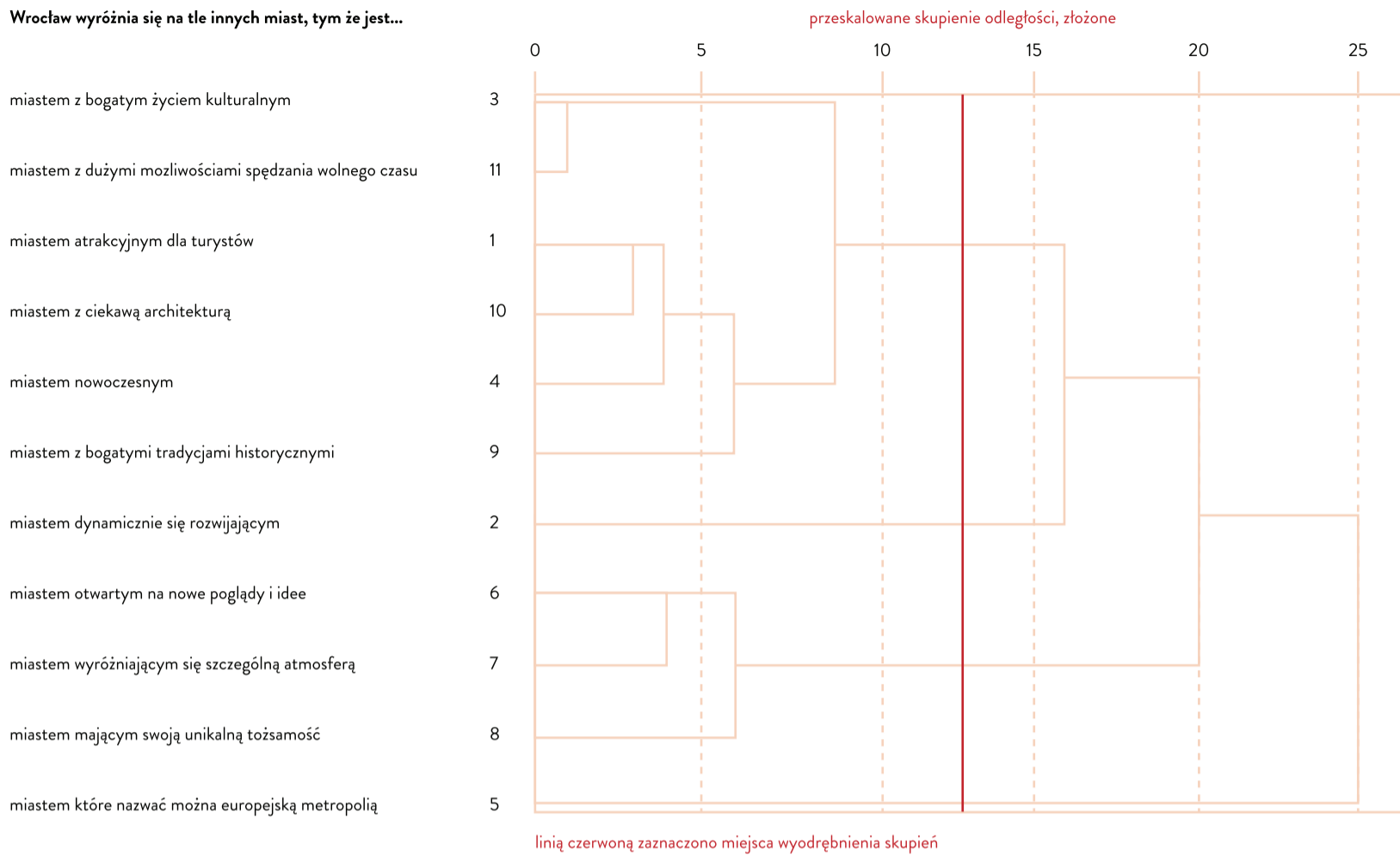
Czy zgadza się Pan/Pani z twierdzeniami, że Wrocław wyróżnia się tym, że jest miastem:	Zdecydowanie tak 5	Raczej tak 4	Cz. tak, cz.nie 3	Raczej nie 2	Zdecydowanie nie 1	Trudno powiedzieć	Ogółem średnia pkt 1-5
z ciekawą architekturą	35,4%	44,2%	10,1%	1,9%	0,2%	8,3%	4,23
atrakcyjnym dla turystów	34,2%	47,3%	9,5%	2,7%	0,2%	6,2%	4,20
nowoczesnym	30,2%	47,6%	11,8%	2,2%	0,2%	8,0%	4,15
z bogatymi tradycjami historycznymi	32,1%	45,4%	13,8%	1,9%	0,1%	6,8%	4,15
z bogatym życiem kulturalnym	29,0%	47,0%	11,3%	2,3%	0,2%	10,2%	4,14
oferującym dużo możliwości spędzania czasu wolnego	28,1%	47,2%	11,2%	2,6%	0,3%	10,7%	4,12
otwartym na nowe prądy i idee	27,2%	46,5%	12,9%	2,1%	0,3%	11,0%	4,10
dynamicznie się rozwijającym	28,5%	44,5%	13,4%	3,1%	0,2%	10,2%	4,09
wyróżniającym się szczególną atmosferę	24,6%	45,7%	14,1%	3,3%	0,0%	12,3%	4,05
mającym swoją unikalną tożsamość	25,2%	44,2%	14,5%	3,1%	0,4%	12,5%	4,04
które nazwać można europejską metropolią	23,6%	45,5%	14,8%	4,7%	0,6%	10,9%	3,97

Tabela 1. Wielowymiarowa ocena potencjału Wrocławia próba ogólnopolska (n ogółem=1000)

Rozkład uzyskanych ocen dla próby ogólnopolskiej przedstawiony został w tabeli 1. Jak można łatwo zauważyć, **badana rama wizerunkowa Wrocławia spotyka się z powszechną aprobatą oceniających. Wrocław ma zdecydowanie pozytywny wizerunek w oczach mieszkańców Polski**, na co wskazuje zarówno niski odsetek osób, które nie potrafiły odnieść się do atrybutów przypisanych miastu – nie przekraczał on 12,5% ogółu uczestników badań – jak też skrajnie niski odsetek wyrażanych negatywnych ocen (odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie”), który zależnie od atrybutu wahał się między 2,0-5,3%. **Zsumowany odsetek ocen pozytywnych - „zdecydowanie tak” i „raczej tak” – dla wszystkich badanych atrybutów wizerunkowych miasta wahał się między 69% a 79%.**

Biorąc pod uwagę wyłącznie najwyższe oceny aprobaty (odsetek odpowiedzi „zdecydowanie tak” powyżej 30%) – Wrocław przede wszystkim przedstawia się mieszkańcom Polski jako miejsce o **ciekawej architekturze** i szczególnie **atrakcyjne turystycznie**, jak też jest miastem **nowoczesnym** i z **bogatymi tradycjami historycznymi**. W każdym przypadku są to postawy zbieżne z tymi, które tworzą elity w wizerunkowej autonarracji.

Wrocław wyróżnia się na tle innych miast, tym że jest...



Wykres 1. Potencjał Wrocławia wg ocen i ich podobieństw – próba ogólnopolska

Wykorzystując metodę analizy skupień badane atrybuty wizerunkowe miasta pogrupowano według ich podobieństw w zakresie kreowanych postaw. Wynik zaprezentowano na wykresie 1.

Rama wizerunkowa Wrocławia w ocenie mieszkańców Polski dzieli się na cztery zasadnicze skupienia. Dwa z nich – przypisujące Wrocławowi **atrybuty metropolii** oraz **miasta dynamicznie się rozwijającego** nie przystają do żadnych innych cech, tworząc swoje własne jednowymiarowe skupienia. Pozostałe cechy tworzą dwa odrębne skupienia o profilu symbolicznym i konsumpcyjnym.

W **profilu symbolicznym** – jako najbardziej przystające znalazły się cechy miasta wskazujące na jego: unikalną tożsamość, szczególną atmosferę, otwartość na nowe prądy i idee.

W **profilu konsumpcyjnym** łączono ze sobą takie cechy miasta, jak bogate życie kulturalne z możliwością spędzania czasu wolnego oraz atrakcyjność turystyczną z ciekawą architekturą, nowoczesnością, bogactwem tradycji historycznych.

Na tle innych miast Wrocław jest...	atrakcyjny	dynamicznie rozwijający się	miastem z bogatym życiem kulturalnym	nowoczesny	europijską metropolią	otwarty na nowe prądy i idee	wyróżnia się szczególną atmosferą	miastem mającym swoją unikalną tożsamość	miastem z bogatymi tradycjami historycznymi	miastem z ciekawą architekturą	miastem oferującym dużo możliwości spędzania czasu wolnego
WOJEWÓDZTWO											
dolnośląskie	-0,4	-0,3	-0,4	-0,3	-0,2	-0,4	-0,3	-0,3	-0,4	-0,4	-0,5
kujawsko-pomorskie	0,1	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1
lubelskie	0,3	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,0
lubuskie	0,1	0,1	-0,2	0,3	-0,2	-0,1	0,2	-0,2	-0,2	-0,4	-0,2
łódzkie	0,1	0,3	0,3	0,4	0,3	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2
małopolskie	0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,2	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,1	0,1
mazowieckie	0,1	0,1	0,3	0,2	0,1	0,3	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2
opolskie	0,3	0,3	0,2	0,5	0,4	0,4	0,5	0,4	0,2	0,0	0,4
podkarpackie	-0,3	-0,3	-0,4	-0,4	-0,3	-0,4	-0,5	-0,4	-0,2	-0,1	-0,2
podlaskie	0,5	0,4	0,2	0,5	0,3	0,2	0,1	0,2	0,6	0,6	0,4
pomorskie	-0,3	-0,2	0,1	-0,2	-0,3	-0,05	-0,2	-0,1	-0,6	-0,2	-0,2
śląskie	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,2	0,0	-0,1	-0,1	0,1	-0,1	0,1
świętokrzyskie	0,2	0,1	-0,1	-0,1	0,3	-0,1	-0,1	-0,2	0,1	0,0	0,1
warmińsko-mazurskie	-0,6	-0,7	-0,5	-0,2	0,0	-0,2	-0,5	-0,3	-0,3	-0,8	-0,6
wielkopolskie	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,1	-0,2	-0,1
zachodniopomorskie	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3
MIEJSCE ZAMIESZKANIA											
wieś	-0,1	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	-0,1	-0,2	-0,1	-0,2
miasto <20tys.	-0,2	-0,1	-0,2	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,0	-0,1	-0,2	-0,1
miasto 20-50 tys.	0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,2	-0,2	0,1	0,0	-0,1	-0,1	0,0
miasto 50-100 tys.	0,0	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
miasto 100-200 tys.	0,0	-0,2	0,0	-0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	-0,2	0,0
miasto 200-500 tys.	0,3	0,30	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3
miasto pow.500 tys.	0,3	0,1	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,5	0,4
Ogółem std (średnia pkt. 1-5/1std)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		(4,1pkt/0,8std)	(4,1pkt/0,7std)	(4,1pkt/0,7std)	(4,0pkt/0,8std)	(4,1pkt/0,7std)	(4,0pkt/0,8std)	(4,0pkt/0,8std)	(4,1pkt/0,7std)	(4,2pkt/0,7std)	(4,1pkt/0,8std)

Tabela 2. Wizerunek Wrocławia wg zgeneralizowanych ocen i ich podobieństw – próba ogólnopolska rozkład odchyień od średnich ocen na skali pkt. wg agregacji przestrzennej

Wartość 0 oznacza zestandaryzowaną średnią punktową na skali 1-5 pkt dla całej próby. Wartości dodatnie i ujemne odpowiadają wartości powyżej i poniżej średniej ogółem.

Zróznicowanie ocen potencjału wizerunkowego miasta w rozkładzie terytorialnym oraz ze względu na klasę miejscowości zamieszkania pozwala na pogłębienie analizy ocen. **Rozkład terytorialny ujawnia przede wszystkim ponadprzeciętnie pozytywny obraz Wrocławia kreowany przez mieszkańców województwa opolskiego, dla których Wrocław staje się przez to miejscem ich aspiracji.** Inaczej mówiąc – w wymiarze wizerunkowym Wrocław względem mieszkańców woj. opolskiego wykazuje swoje oddziaływanie metropolitalne. Podobnie ponadprzeciętnie pozytywny wizerunek, na tle ogółu, odnotowano w przypadku mieszkańców województwa podlaskiego. Na przeciwnym biegunie znajduje się województwo warmińsko-mazurskie, którego mieszkańcy w 10

na 11 cech wykazują obniżoną w stosunku do ogółu ocenę Wrocławia. Osobne słowo komentarza poświęcić należy województwu dolnośląskiemu. Jak się okazuje, pozytywny autostereotyp miasta jest relatywnie słabiej podkreślany przez mieszkańców rodzimego województwa, co skłania ku potwierdzeniu słuszności tezy, że wizerunek miasta tworzony jest przede wszystkim na użytek osób z zewnątrz i tych, których kontakt z miastem odbywa się na specjalnych warunkach (np. przyjazdu w celach zawodowych, turystycznych).

W przypadku miejscowości różniących się wielkością ujawnia się tendencja do zwiększania pozytywnych ocen Wrocławia wraz z przyrostem wielkości miejsca zamieszkania. Najbardziej pozytywny wizerunek, w stosunku do ogółu respondentów, Wrocław zawdzięcza mieszkańcom miast w przedziale 200-500-tysięcznych i największych miast ponad 500-tysięcznych.

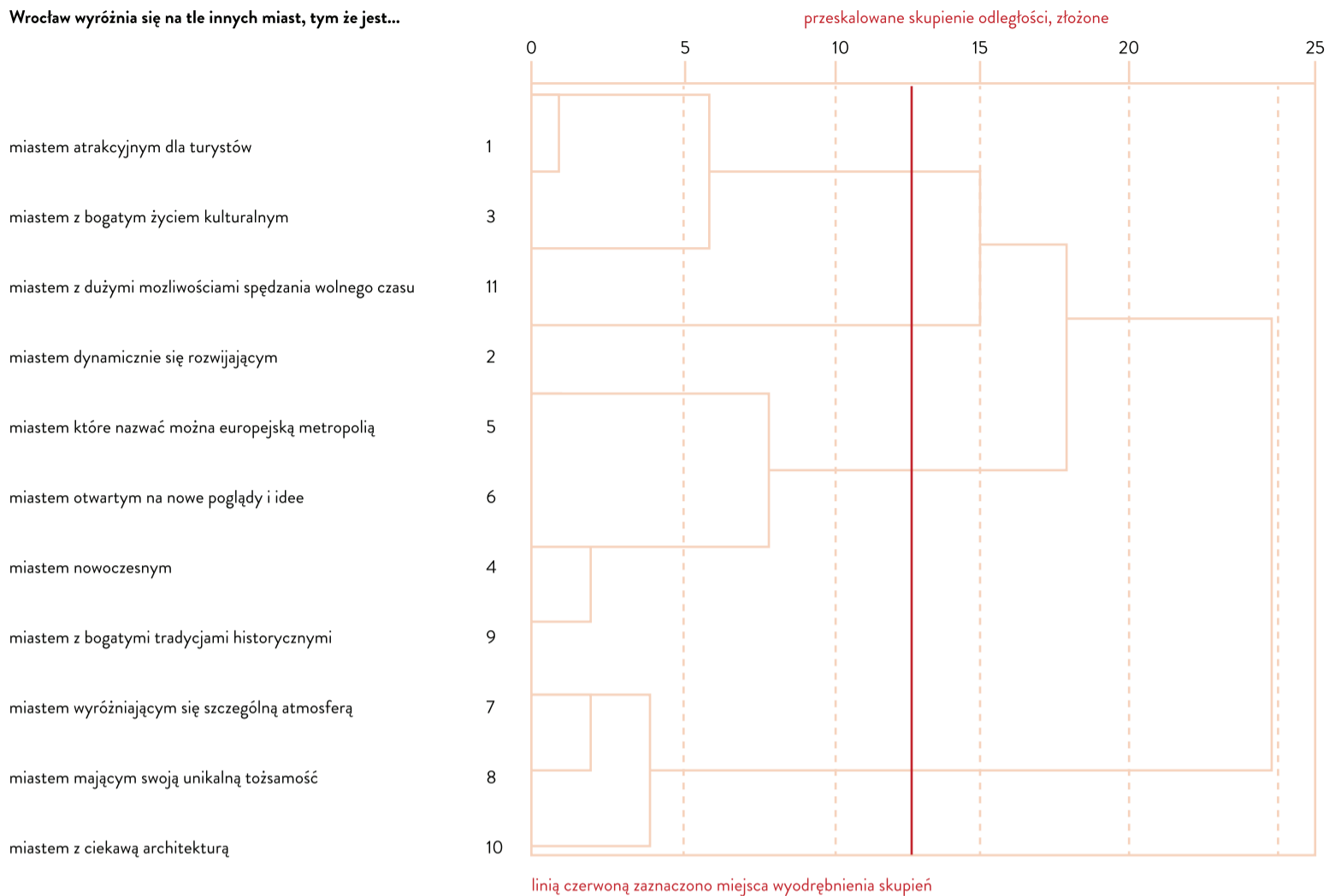
Odnosić należy także wpływ rozkładu cech społeczno-demograficznych respondentów na kreowane postawy wobec wizerunku Wrocławia. W szczególności:

- płeć nie różnicuje kreowanego wizerunku miasta,
- wiek wprowadza mierne różnice w ocenach. W kategoriach wiekowych 50-59 latków oraz powyżej kreowany pozytywny wizerunek dla wszystkich cech jest nieco osłabiony, podobnie jak w kategorii wiekowej 20-24 lata. Relatywnie nieco bardziej pozytywny dominuje w kategoriach wiekowych 25-29 lat,
- zróżnicowanie pozycji zawodowej relatywnie zmniejsza skłonność do potwierdzania cech stereotypowych miasta w przypadku kategorii emerytów i rencistów (w 3 z 11 cech poniżej -0,3 std.), zmniejszoną skłonność do potwierdzania stereotypu Wrocławia odnotować można także w przypadku osób zajmujących się domem (2 z 11 cech poniżej -0,3std). Odwrotny przykład osób chętniej zgadzającymi się z kreowanym obrazem miasta stanowią osoby uczące się – jednak skłonność do ponadprzeciętnej aprobaty wizerunku miasta nie osiąga znacząco wysokich wartości notując maksima w okolicy 0,2 std.,
- zróżnicowanie postaw ze względu na wykształcenie jest wyraźniejsze niż ze względu na kategorie wiekowe. Obserwuje się wyraźne tendencje wzmocnienia ocen pozytywnych w wyższych kategoriach wykształcenia. W przypadku wykształcenia wyższego oceny powyżej średniej osiągają wartość 0,3 std. (miasto atrakcyjne turystycznie, otwarte na nowe prądy i idee, dynamicznie rozwijające się),
- status materialny różnicuje opinie respondentów jeszcze wyraźniej niż wykształcenie. Osoby deklarujące najniższą sytuację materialną oceniają Wrocław wyraźnie poniżej przeciętnej – w przypadku aż 6 z 11 cech oceny te są wynoszą <-0,5std. Im lepsza sytuacja materialna, tym większa skłonność do wyróżniania miasta ponad oceny ogółem. Osoby zamożne dostrzegają zwłaszcza walory architektury (0,5 std.), możliwości spędzania czasu wolnego, ciekawej atmosfery i turystycznej atrakcyjności (>0,3-0,5 std.).

4. Potencjał wizerunkowy w kontekście ESK Wrocław 2016

Potencjał wizerunkowy Wrocławia, oparty na powielanych wyobrażeniach, nie wymaga bezpośredniego doświadczenia, wynikającego ze styczności z samym miastem. Niemniej warto pokazać sposób, w jaki się on kształtuje pod wpływem doświadczeń wyniesionych z wizyty w mieście oraz z bezpośredniego uczestnictwa w wydarzeniach Europejskiej Stolicy Kultury odbywających się we Wrocławiu.

Wrocław wyróżnia się na tle innych miast, tym że jest...



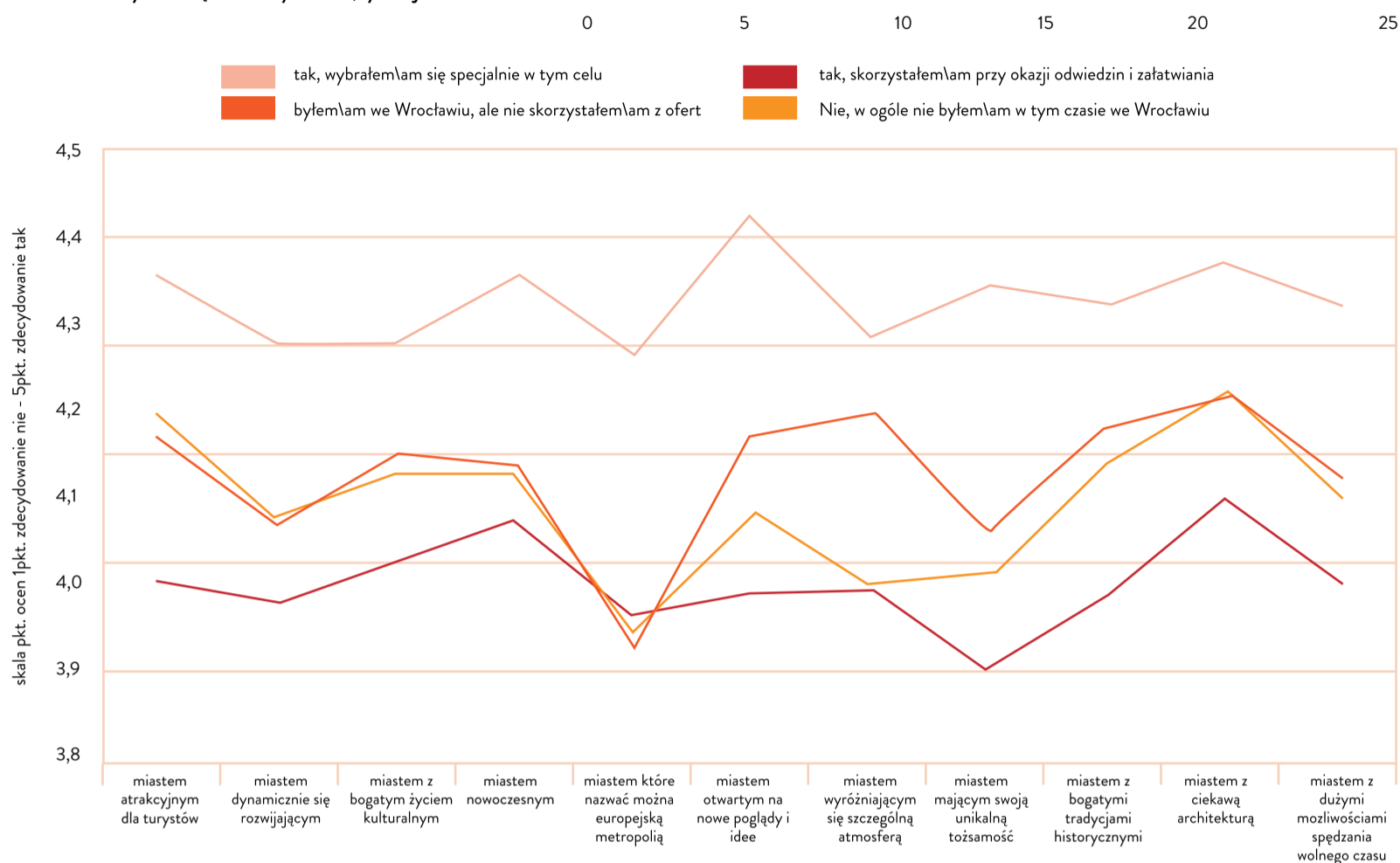
Wykres 2. Potencjał Wrocławia wg ocen i ich podobieństw – ogólnopolska próba uczestników wydarzeń kulturalnych we Wrocławiu n=148

Wykres 2 prezentuje pogrupowane wg podobieństwa ocen atrybuty wizerunkowe dla tej części respondentów, która w ciągu 2016 roku odwiedziła Wrocław (dotyczy to w niewielkim stopniu także samych mieszkańców miasta, którzy znaleźli się w próbie⁶). Porównując uzyskany wynik z próbą ogólnopolską (zob. Wykres 1) widzimy ponownie 4. zasadnicze skupienia, jednakże tworzące profile o odmiennej strukturze i, po drugie, szybciej wyodrębniające się. Porównując oba wykresy w obecnym modelu skupienia można zauważyć, że wyodrębniły się na poziomie 5-7 iteracji, podczas gdy dla próby ogólnopolskiej potrzeba było 6-8 iteracji. Podobnie jak w przypadku całej próby profil „miasta dynamicznie rozwijającego” wykazuje swoją odrębność, niemniej w trzech pozostałych profilach nastąpiło przesunięcie cech, powodując istotne przekształcenia w sposobie percepcji miasta. Według uczestników wydarzeń ESK Wrocław przedstawia się jako miasto:

○ zaznaczonym profilu tożsamościowym – na który składają się atrybuty ciekawej architektury, atmosfery i unikalnej tożsamości;

- o zaznaczonym **profilu nowoczesności i potencjału rozwojowego** – w skład którego wchodzi atrybuty europejskiej metropolii, otwartości na nowe prądy i idee, nowoczesności, bogactwa tradycji historycznych,
- o **profilu konsumpcyjnym**, w którym łączono cechy atrakcyjności turystycznej miasta z jego bogactwem życia kulturalnego i możliwościami spędzania czasu wolnego,

Wrocław wyróżnia się na tle innych miast, tym że jest...



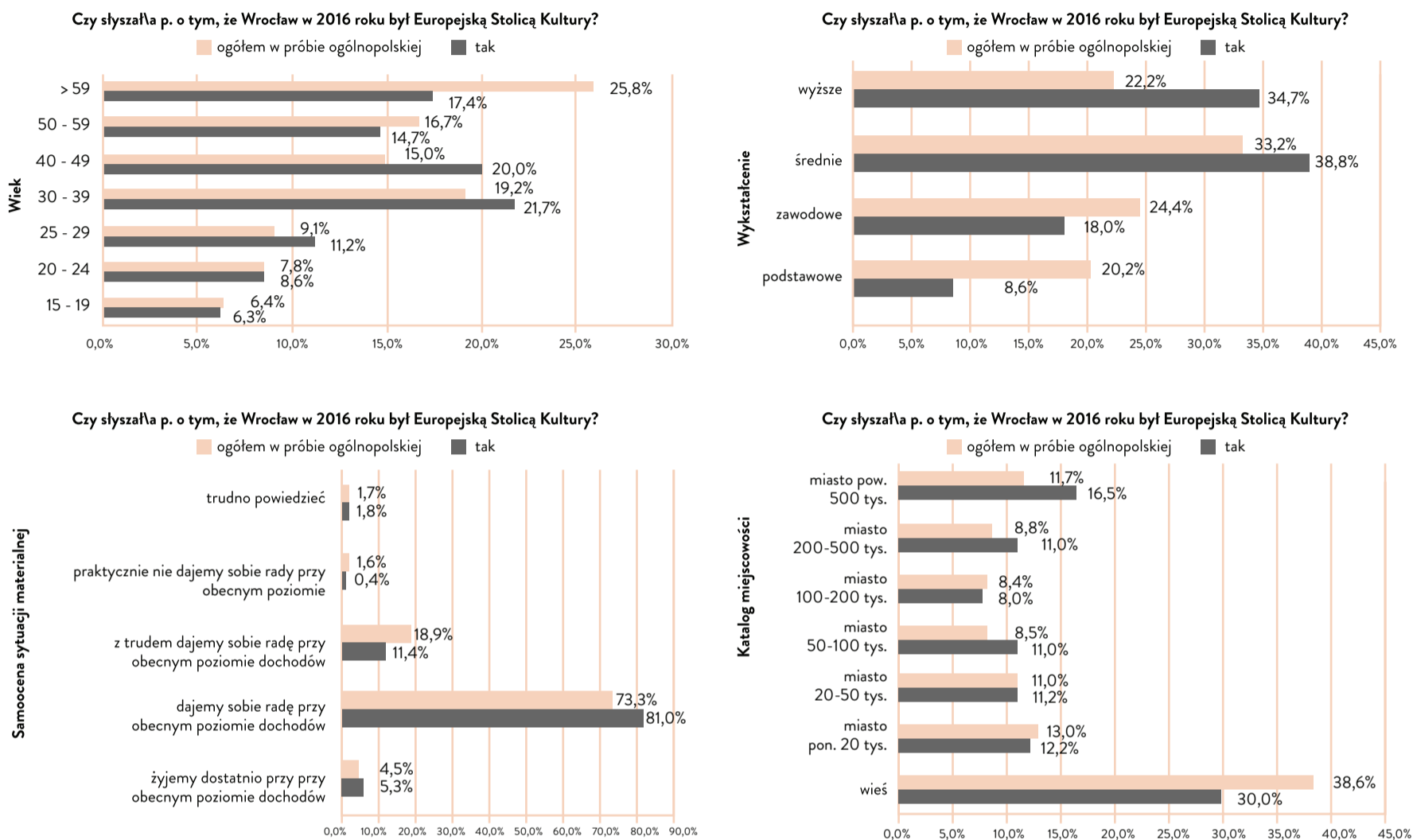
Wykres 3. Wizerunek Wrocławia wg zgeneralizowanych ocen i ich podobieństw – próba ogólnopolska, różnice średnich ocen na skali punktowej

Na wykresie 3. przedstawiono średnie oceny atrybutów Wrocławia wyrażone na skali punktowej ich akceptacji w odniesieniu do kategorii respondentów, którzy nie byli w 2016 roku w mieście, jak i tych, którzy byli w mieście i odpowiednio uczestniczyli lub nie w wydarzeniach kulturalnych, w tym organizowanych w ramach ESK Wrocław 2016. Rozkład średnich ocen układa się pomiędzy pozycjami 3,9-4,5 pkt. we wskazanych kategoriach respondentów, czyli dotyczy akceptowalnego w różnym stopniu (ogólnie „raczej tak” w stronę „zdecydowanie tak”) wizerunku miasta. Niemniej, jak widzimy, stopień tej akceptacji jest różny. Dwa bieguny postaw tworzą odmienne kategorie uczestników wydarzeń ESK. ○ ile osoby, które wybrały się do Wrocławia specjalnie na wydarzenia ESK, w relatywnie największym stopniu akceptują proponowany stereotyp wizerunkowy miasta, o tyle ci, którzy uczestniczyli w wydarzeniach ESK przy okazji załatwiania innych spraw, ocenili go relatywnie słabiej. Największa rozpiętość ocen ujawniła się przy takich atrybutach, jak: unikalna tożsamość oraz otwartość na nowe prądy i idee. Wciąż jednak różnice te dotyczą zdecydowanie akceptowanego wizerunku Wrocławia.

5. Wrocław jako miejsce wydarzeń kulturalnych

Oferta kulturalna w 2016 roku nie tylko wzmocniła wizerunkowo Wrocław, była także jednym z czynników, które decydowały o atrakcyjności miasta jako miejsca odwiedzin – przyjazdów turystycznych. ○ **Wrocławiu jako organizatorze ESK Wrocław 2016 słyszało 49% ankietowanych w próbie ogólnopolskiej.** Profil społeczno-demograficzny tych osób wyróżnia je na tle ogółu mieszkańców Polski. ○ ESK słyszał podobny odsetek kobiet, jak i mężczyzn (różnice względem ogółem próby

były nie większe niż 3 punkty procentowe). Natomiast zdecydowanie większe różnice ujawniają się w przypadku innych cech społeczno-demograficznych.

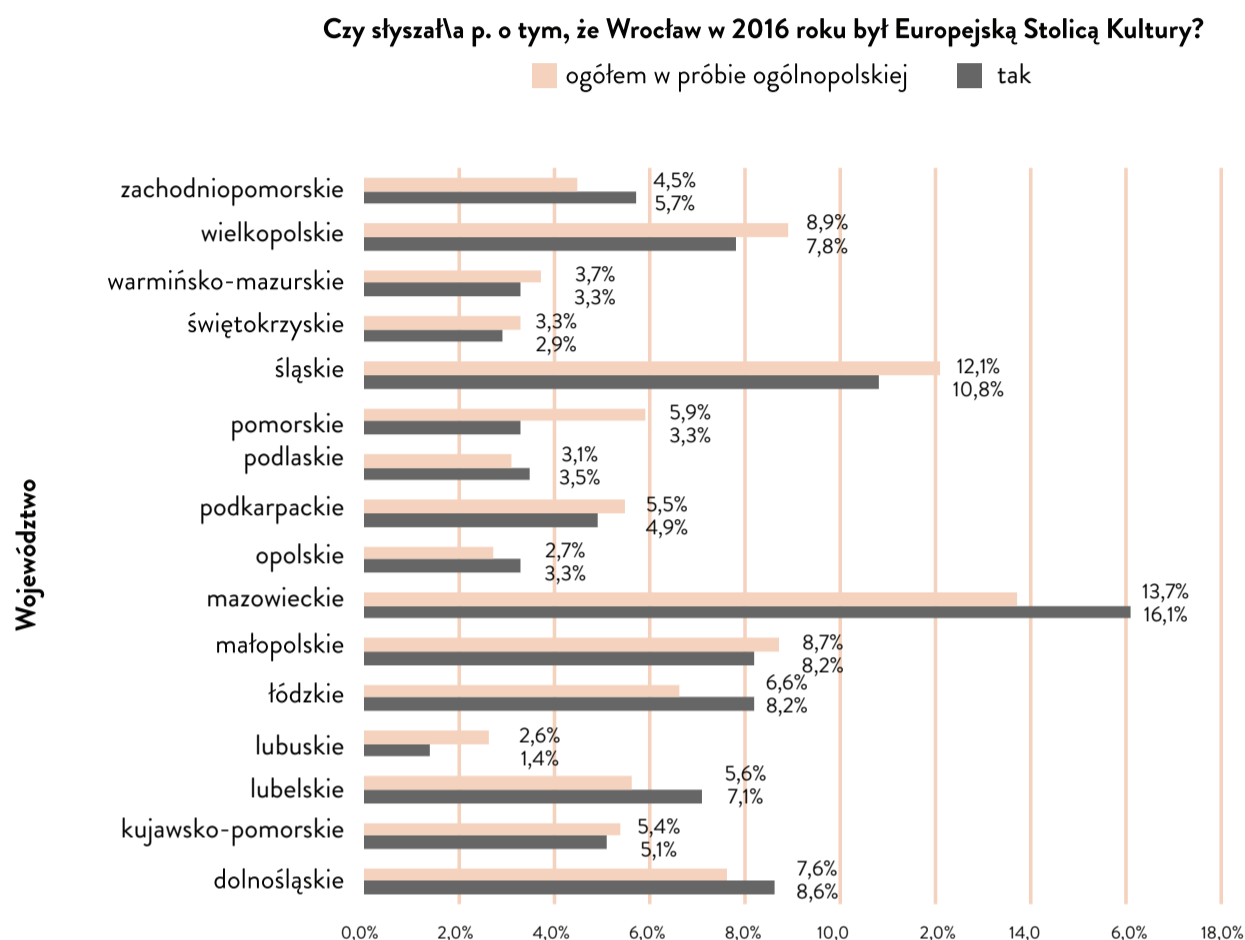


Wykres 4. Profile osób słyszących o ESK na tle profili społeczno-demograficznych w próbie ogólnopolskiej (n ogółem=1000=100%)

Zamieszczone na wykresie 4 zestawienia pozwalają porównać profile cech społeczno-demograficznych osób, które słyszały o tym, że Wrocław otrzymał miano ESK, na tle rozkładów tych samych cech dla próby ogólnopolskiej. Należy tu zauważyć, że wykazanie się przez respondentów tego rodzaju wiedzą (chodzi o zasłyszanie) łączyć można z filtrowaniem przez pewne postawy, jak np. zainteresowanie wydarzeniem – ukierunkowanie na informację. Stąd też różnice rozkładów cech składających się na profil społeczno-demograficzny osób wiedzących o ESK, na tle ogólnopolskiej próby, powielają do pewnego stopnia istniejącą wiedzę o mechanizmach samowykluczenia z obiegu informacji o kulturze, a przez to i uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. Widać to najwyraźniej w przypadku wykształcenia. Nadreprezentacja osób z wykształceniem wyższym, osób zamieszkałych w dużych miastach, mających zapewniony komfort materialny w profilu osób wiedzących o ESK jest znacząca. Daje to zarazem obraz modelowego uczestnictwa w kulturze bez względu na jej szczególną postać. Dodajmy jeszcze do tego określony rodzaj uprzywilejowania kategorii wieku 30-49 lat. Znacząca przy tym wydaje się nieobecność kultury jako kategorii informacji u osób starszych, powyżej 59 roku życia.

Tymczasem zróżnicowania w rozkładzie wiedzy podług województw w stosunku do rozkładu w próbie ogólnopolskiej (zob. wykres 5) nie są duże i nie mają swoistej przyczyny, tak jak to ma miejsce w przypadku wskazanych wyżej profili społeczno-demograficznych. Niemniej można przypuszczać, że podwyższony na tle całej próby odsetek osób wiedzących o ESK z województw dolnośląskiego czy mazowieckiego wynika, po pierwsze, z samego umiejscowienia ESK w stolicy województwa dolnośląskiego po

drugie – w przypadku woj. mazowieckiego – z metropolitalnego charakteru Warszawy, która jest miejscem kumulacji zasobów i obiegu informacji, w tym także o wydarzeniach kulturalnych.

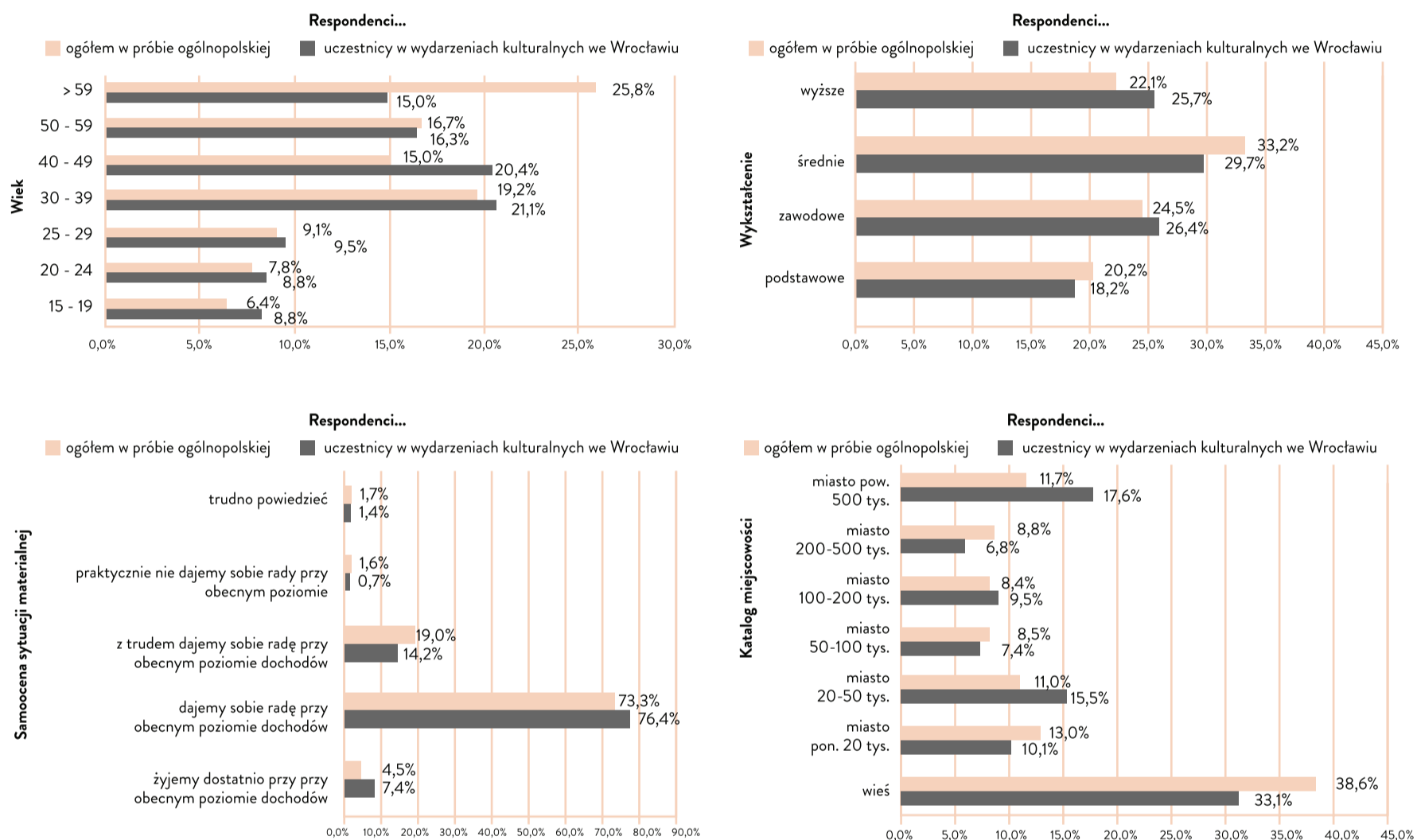


Wykres 5. Terytorialny zasięg informacyjnego oddziaływania – ESK 2016

Znacznie mocniejszym wskaźnikiem oddziaływania ESK na postawy jest deklarowany fakt uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych (tab. 3). W przeprowadzonym badaniu pytano wyłącznie o uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych – bez względu na nazwę, pod którą się one odbywały. Fakt, że respondenci deklarowali równocześnie wiedzę o Wrocławiu jako stolicy ESK, pozwala pośrednio zmierzyć i ten czynnik oddziaływania w bezpośrednim kontakcie z wydarzeniami kulturalnymi.

Czy w 2016 roku będąc we Wrocławiu skorzystała Pan/i z oferty kulturalnej miasta i uczestniczyła w wydarzeniu kulturalnym?	Czy słyszała Pan/i o tym, że Wrocław w 2016 roku był Europejską Stolicą Kultury?		
	tak	nie	ogółem
Tak, wybrałem\am się specjalnie w tym celu	6,1%	2,5%	4,3%
Tak, skorzystałem\am przy okazji odwiedzin i załatwiania	10,8%	10,2%	10,5%
Byłem we Wrocławiu, ale nie skorzystałem\am z oferty	9,2%	6,1%	7,6%
Nie. W ogóle nie byłem\am w tym czasie we Wrocławiu	73,9%	81,2%	77,6%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%
	n=490	n=510	n=1000

Przyjazd do Wrocławia w 2016 roku i uczestnictwo w wydarzeniu kulturalnym w sposób zaplanowany, jak i okazjonalny zadeklarowało łącznie 14,8% ankietowanych mieszkańców Polski w badanym przedziale wiekowym⁷ (zob. tab. 3). Równocześnie znacząco mniejszy odsetek osób, które nie słyszały o tym, że Wrocław jest ESK, zadeklarowało celowy przyjazd i uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych. Dane ujawniają, że znacząco większy odsetek osób łączył pobyt we Wrocławiu z niezaplanowanym uczestnictwem w jakimś wydarzeniu kulturalnym. W kontekście przytoczonych danych Wrocław jawi się jako miasto, którego oferta kulturalna może być istotnym czynnikiem skłaniającym do kontaktu z samą kulturą (nie tylko pod marką ESK), która jest ważnym elementem doświadczania miasta⁸.



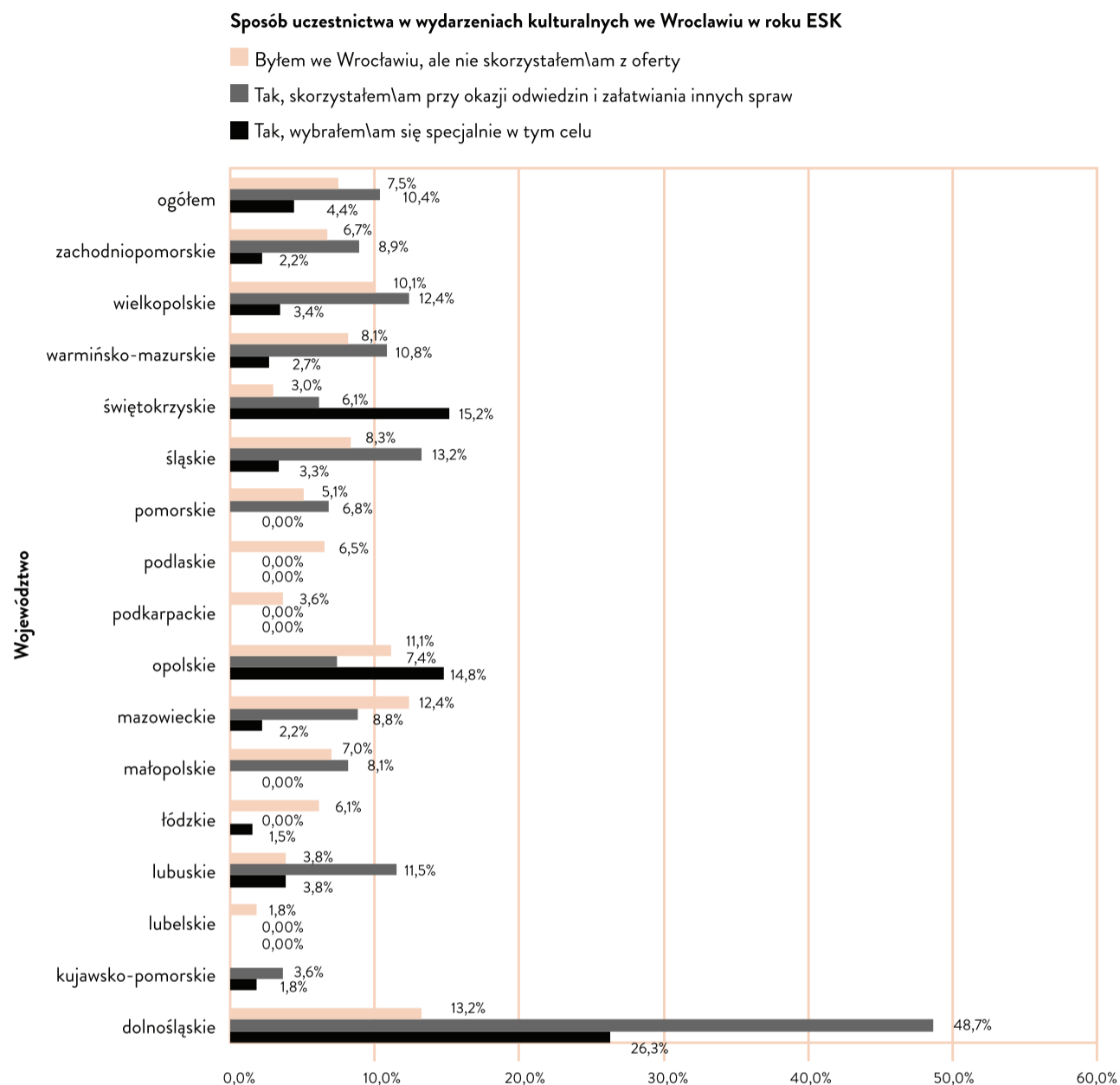
Wykres 6. Profil osób przyjezdnych i uczestniczących w wydarzeniach kulturalnych we Wrocławiu na tle próby ogólnopolskiej mieszkańców

Profil społeczno-demograficzny osób, które przybyły do Wrocławia i uczestniczyły (zarówno w sposób zaplanowany, jak i okazjonalny) w wydarzeniach kulturalnych, na tle próby ogólnopolskiej ukazuje podobne prawidłowości jak w przypadku analizowanego wcześniej obiegu informacji, przy czym skala różnic jest znacząco mniejsza. Czynnikiem włączania w uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych są korzystna sytuacja materialna, wykształcenie wyższe oraz zamieszkiwanie w wielkim mieście. Niemniej tym, co szczególnie odróżnia uczestników wydarzeń kulturalnych na tle mieszkańców Polski, jest nie tyle fakt

⁷ W tym 17 z 19 mieszkańców Wrocławia, którzy znaleźli się w próbie ogólnopolskiej.

⁸ W badaniu celowo zrezygnowano z pytania o motyw uczestnictwa w wydarzeniu kulturalnym firmowanym marką ESK. Sprawa ta przedstawia się problematycznie w przypadku licznych cyklicznych wydarzeń kulturalnych, jak np. Festiwal Filmowy Nowe Horyzonty, Jazz nad Odrą, (Europejska) Noc Literatury, które wyjątkowo w 2016 toczyły się pod szyldem ESK i przez liczne grono uczestników nie musiały być kojarzone jako odbywające się z tego właśnie powodu. Z drugiej strony, liczne wydarzenia kulturalne dziejące się w przestrzeni publicznej miasta, mimo że były zorganizowane w ramach ESK, nie musiały być w ten sposób identyfikowane, zwłaszcza jeśli rozgrywały się bezpośrednio w przestrzeni publicznej miasta (np. sztuki i pokazy performatywne, instalacje artystyczne etc.). Opisująca sytuacja związana z obiegiem informacji jest wynikiem ogromnej ilości wydarzeń ESK, których liczba przekraczała grubo ponad 1000. Mogło to wywołać u osób przyjezdnych brak poczucia dostatecznej kontroli informacyjnej związanej z samym szyldem, pod jakim rozgrywało się dane wydarzenie.

wyraźnie zwiększonego uczestnictwa osób z wielkich miast w wydarzeniach kulturalnych, ile mieszkańców miast małych, ok 20-50 tysięcy..



Wykres 7. Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych we Wrocławiu w roku ESK (dane dla każdego województwa sumują się do 100)

Pominięto odsetek osób, które nie przyjechały w ogóle do Wrocławia w ubiegłym roku. Dane dla województwa dolnośląskiego uwzględniają osoby mieszkające we Wrocławiu (n=19 spośród 77 dla tego województwa ogółem).

Osobną uwagę warto poświęcić zróżnicowaniu regionalnemu uczestników. Dane na ten temat przedstawia wykres 7, w którym odnotowano proporcję osób przyjeżdżających do Wrocławia i uczestniczących w wydarzeniach kulturalnych do wszystkich osób w danym województwie, które weszły w skład próby ogólnopolskiej (w takim zestawieniu 100% to liczba respondentów dla województwa). Ten sposób prezentacji danych pozwala lepiej ukazać atrakcyjność oferty kulturalnej Wrocławia dla mieszkańców poszczególnych województw. W największym stopniu kontakt z ofertą kulturalną miasta zadeklarowali mieszkańcy województwa dolnośląskiego, przy czym wliczono tu również wrocławian (n=19 osób w próbie n=1000 i n=77 dla województwa dolnośląskiego). Jeśli wyłączymy tych ostatnich z próby mieszkańców województwa, to otrzymamy odpowiednio 13,8% osób wybierających się do Wrocławia specjalnie na wydarzenia kulturalne, 56,9% uczestniczących przy okazji załatwiania innych spraw i 13,8% deklarujących

wizytę we Wrocławiu, ale bez uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych. W praktyce zatem wyłączenie mieszkańców Wrocławia z próby województwa obniża o połowę odsetek osób, które przyjechały do miasta specjalnie w celu zobaczenia wydarzenia kulturalnego. Czołówkę rankingu województw, z których mieszkańcy w największy stopniu uczestniczyli w sposób zaplanowany w wydarzeniach kulturalnych, tworzą województwa:

- świętokrzyskie (15,2%),
- opolskie (14,8%).

Województwo opolskie jest bezwzględnym liderem, biorąc pod uwagę zdecydowanie największy odsetek tych, którzy zadeklarowali udział w wydarzeniach kulturalnych, także przy okazji załatwiania innych spraw.

6. Potencjał wizerunkowy i rozwojowy miasta w kontekście organizacji ESK

„Efekt ESK” jest jednym z tych określeń opisujących aurę wydarzeń wokół ESK, które już w czasie trwania ESK funkcjonowało w profesjonalnym obiegu ludzi zainteresowanych sprawami kultury, zarówno w związku ze zmaganiem się o tytuł ESK, jak i wydarzeniami odbywającymi się we Wrocławiu. Można zasadnie powiedzieć, że ten efekt dotyczy nie tylko Wrocławia zdobywcy i organizatora ESK, ale także miast startujących w konkursie o to miano. W ramach współpracy kulturalnej miast, nazwanej oficjalnie „Koalicją miast” – Gdańska, Szczecina, Katowic, Poznania i Lublina – autorzy programu ESK wystosowali zaproszenie do współorganizowania wydarzeń i prezentacji własnej oferty kulturalnej. Z prezentacją swojej oferty Wrocław gościł także w tych miastach. O efekcie ESK można mówić również w odniesieniu do przekształceń ładu instytucjonalnego na styku władzy samorządowej-sfery kultury-organizacji z tzw. trzeciego sektora we wszystkich miastach aplikujących o ten tytuł⁹.

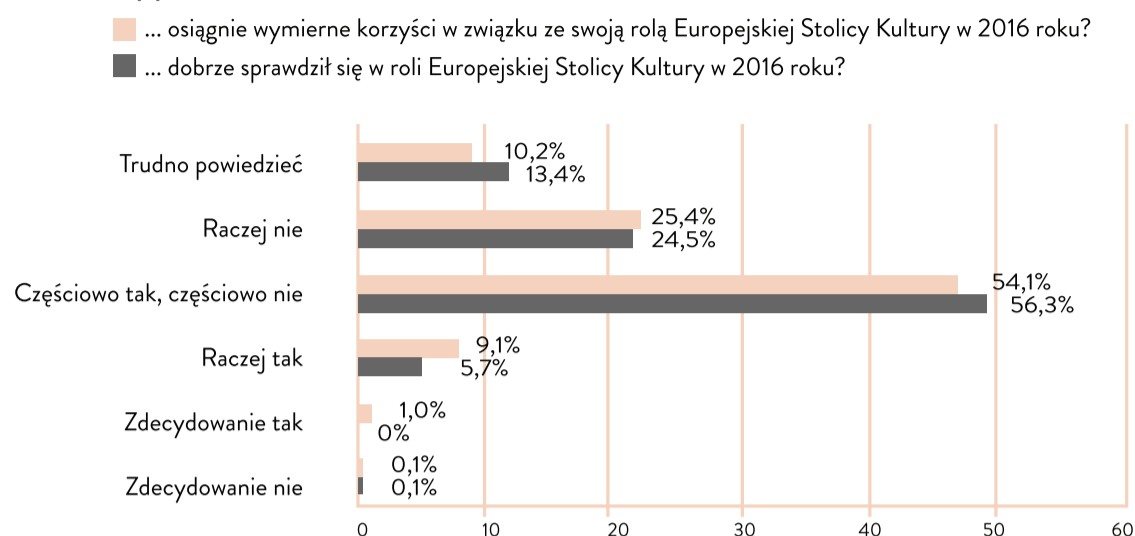
Spośród rozmaitych oddziaływań ESK przeprowadzone badania umożliwiają uchwycenie tego aspektu dotyczącego Wrocławia, który bezpośrednio łączy się z:

- narracją wizerunkową łączącą miasto z rolą organizatora wydarzeń kulturalnych, oferty spędzania czasu wolnego,
- przekonaniem na temat korzyści, jakie wyniosło miasto w związku z organizacją ESK Wrocław 2016.

Oddziaływania te poddano bezpośredniej kontroli w omawianym badaniu, stawiając dwa pytania: o to czy *Wrocław dobrze sprawdził się w roli organizatora ESK?* oraz o to czy *osiągnie z tego tytułu wymierne korzyści?* Odpowiedzi na te pytania udzielali ci respondenci, (49% w próbie ogółem), którzy słyszeli o tym, że Wrocław organizował wydarzenia ESK.

Uzyskane odpowiedzi są w obu przypadkach jednoznacznie pozytywne. Co czwarty respondent, identyfikujący Wrocław w roli gospodarza ESK, udzielił zdecydowanie twierdzącej odpowiedzi na obydwa zadawane pytania, zgadzając się z przedstawionymi w nich opiniami. Kolejne 54-56% ankietowanych również w aprobujący sposób odniosło się do zadawanych pytań, udzielając odpowiedzi „raczej tak”. Odpowiedzi ambiwalentne i negatywne są pomijane. Stosunkowo niewielki jest odsetek osób niemających w tych sprawach wyrobionej opinii.

Czy p. zdaniem Wrocław...



Wykres 8. Potencjał wizerunkowy i rozwojowy Wrocławia jako „Efekt ESK” próba n=490 osób identyfikujących Wrocław jako organizatora ESK 2016 (dane w proc.).

Identyfikujący Wrocław jako organizatora ESK bez odpowiedzi trudno powiedzieć n=424/440	Czy Pana\Pani zdaniem Wrocław...	
	dobrze sprawdził się w roli Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku? n=424	osiągnie wymierne korzyści w związku ze swoją rolą Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku? n=440
płeć		
mężczyzna	0,02	-0,04
kobieta	-0,02	0,04
wiek (w latach)		
15 - 19	0,03	0,08
20 - 24	0,00	0,07
25-29	-0,04	-0,23
30-39	0,04	0,08
40-49	-0,01	-0,07
50-50	0,17	0,05
>59	-0,17	0,03
poziom wykształcenia		
podstawowe	-0,19	-0,01
zawodowe	-0,02	0,04
średnie	0,00	0,03
wyższe	0,05	-0,06
samooc. syt. materialnej		
żyjemy dostatnio...	0,17	0,14
dajemy sobie radę...	0,01	-0,01
z trudem dajemy sobie radę...	-0,06	0,02
praktycznie nie dajemy sobie rady...	0,47	0,91
uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych we wrocławiu		
byłem/a/ specjalnie na wydarzeniu	0,56	0,53
byłem przy okazji	0,17	-0,02
byłem we wrocławiu, ale nie skorzystałem\łam z oferty	0,00	0,11
nie byłem\łam w tym czasie we Wrocławiu	-0,09	-0,06

miejsce zamieszkania		
wieś	-0,09	0,02
miasto (< 20,000)	-0,19	-0,17
miasto (20,000- 50,000)	0,21	0,02
miasto (50,000-100,000)	-0,07	0,04
miasto (100,000-200,000)	0,16	0,33
miasto (200,000-500,000)	0,06	0,00
miasto (> 500,000)	0,10	-0,12
mieszkańcy		
Wrocławia	0,41	0,60
województwo		
dolnośląskie	-0,01	-0,06
kujawsko-pomorskie	0,17	0,24
lubelskie	-0,02	0,29
lubuskie	0,69	0,78
łódzkie	-0,04	-0,06
małopolskie	-0,25	-0,68
mazowieckie	0,15	0,09
opolskie	0,20	0,41
podkarpackie	-0,16	-0,06
podlaskie	-0,02	0,37
pomorskie	0,12	0,29
śląskie	-0,24	-0,05
świętokrzyskie	-0,75	-0,51
warmińsko-mazurskie	0,09	0,02
wielkopolskie	0,07	-0,13
zachodniopomorskie	0,37	0,19
ogółem wartość średnia zestandaryzowana	0 std.=4,21 pkt. +/-1std=+/-0,56pkt	0 std.=4,16 pkt. +/-1std=+/-0,64pkt

Tabela 4. Potencjał wizerunkowy i rozwojowy Wrocławia rozkład odchyleń standardowych (std.) od wartości średniej w próbie.

Wartość 0 oznacza zestandaryzowaną średnią punktową na skali 1-5 pkt. dla ogółem. Wartości dodatnie i ujemne odpowiednio wartości powyżej i poniżej średniej ogółem.

Tak jednoznacznie odpowiedzi na pytania sugerują nie tylko ogólnie pozytywny obraz organizowanej imprezy u tych, którzy o niej słyszeli, ale również, w kontekście opisywanych efektów ESK, skłaniają do uznania, że organizacja imprez kulturalnych przez Wrocław według oczekiwań i wyobrażeń Polaków przyniosła **efekty strategiczne. Wzmocniła wizerunkowo Wrocław i stała się impulsem wzmacniającym potencjał rozwojowy miasta.**

Nawet tak przychylne postawy nie są jednorodne. Można zasadnie pytać, w dalszym ciągu, jakie konkretnie kategorie respondentów wypowiadają się w relatywnie bardziej, a jakie w relatywnie mniej pozytywny sposób. W tabeli 4 przedstawiono rozkłady uśrednionych postaw wobec kwestii poruszanych w zadawanych pytaniach. W tym celu postawy zmierzono za pomocą skal punktowych odpowiedzi. Odpowiedź „zdecydowanie tak” otrzymała umowne 5 pkt. na skali, „raczej tak” 4 pkt., i dalej odpowiedź „zdecydowanie nie” -1 pkt. Odpowiedzi „trudno powiedzieć” pominięto. Za pomocą wartości średniej zmierzono ogólną postawę na skali punktowej dla każdego z pytań.

Dla pytania: *Czy Pana/i zdaniem Wrocław dobrze sprawdził się w roli Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku?* Otrzymano wartość średnią 4,21 pkt., przy odchyleniu standardowym (1std.) wynoszącym 0,56 pkt. Z kolei dla pytania: *Czy Pana/i zdaniem Wrocław osiągnie wymierne korzyści w związku ze swoją rolą Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku?* wartość średnia wyniosła nieco mniej, bo 4,16 pkt., przy większym odchyleniu standardowym (1std.) wynoszącym 0,64 pkt. Wartości średnich odchyleń standardowych ogółem wynoszą 0 std. i odpowiadają średniej punktowej. Wartości dodatnie std. oznaczają wartości wyższe niż wartość średnia, a ujemne odpowiednio niższe. W tabeli oznaczono te wartości, których odchylenia od średniej ogółem są znaczące

i wyrażają relatywne wzmocnienie lub osłabienie ogólnej postawy. Można tu mieć na względzie wszystkie wartości w okolicach pow. +/-0,15 std.

Analiza różnicowań postaw (zasadniczo pozytywnych) pozwala wysnuć kilka wniosków:

- płeć – podobnie jak w wielu innych kontekstach prowadzonej analizy nie wykazuje ona istotnego wpływu na różnicowanie postaw w badanych kwestiach,
- respondenci w poszczególnych kategoriach wiekowych zasadniczo zachowują stabilność opinii poza dwoma wyjątkami. Osoby z najstarszych grup wiekowych są ambiwalentne, bowiem oceniają Wrocław w roli organizatora ESK zarówno lepiej (50-59 lat), jak i gorzej (pow. 59 lat). Z kolei 20-29 latkowie wykazują relatywnie mniejszą skłonność do uznania korzyści, jakie wyniesie Wrocław z organizacji ESK. Zasadniczo brak ujawnianych tendencji w przypadku wieku skłania do ostrożności przy formułowaniu opinii na temat przyczyn odchyleń w prezentowanych postawach,
- w przypadku wykształcenia podstawowego obniżona ocena wystawiona za organizację ESK może być spowodowana kwestią niedopasowania oferty do profilu oczekiwań związanych z wiekiem – choć tego rodzaju przyczyna (podobnie jak w przypadku wieku) może być w istocie jedną z kilku,
- w przypadku ocen filtrowanych przez pryzmat samooceny sytuacji materialnej, ujawnia się jeden z ciekawszych faktów. Otóż zarówno osoby deklarujące bardzo dobrą, jak i bardzo złą sytuację materialną były skłonne relatywnie bardziej doceniać miasto zarówno pod względem organizacji, jak i korzyści z przeprowadzenia ESK. Co więcej, opinie osób słabo sytuowanych są nawet bardziej przychylne, i o ile w przypadku osób dobrze sytuowanych znajduje to swoje uzasadnienie w pro-rozwojowym podejściu do wielu spraw, w tym także w wymiarach tu opisywanych, o tyle trudno posądzić osoby żyjące biednie o tego rodzaju egzaltację w sytuacji, gdy, jak pokazują wyniki badań, są oni szczególnie narażeni na ekonomiczne przyczyny wykluczenia z uczestnictwa w kulturze. Trudno być pozytywnie nastawionym w ocenie zjawisk, w których samemu nie uczestniczy się wcale lub w ograniczony sposób. Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych ESK, zwłaszcza to świadome, wysoce wzmacnia pozytywne oceny zarówno organizacji, jak i oczekiwanych efektów ESK dla miasta. Ci, którzy przybyli do Wrocławia specjalnie na wydarzenia kulturalne, w istocie bardziej pozytywnie oceniają miasto w obydwu składowych oceny niż ci, którzy włączyli się w uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych przy okazji (ci wyróżniają się oceną jedynie w kwestii organizacji),
- zróżnicowanie wielkości miejscowości, z których pochodzą respondenci, wprowadza pewnego rodzaju niespójność ocen. Nie ma tu wyraźnych tendencji i można mówić wyłącznie o zróżnicowaniach. Zasadniczo mieszkańcy najmniejszych miast, poniżej 20 tys. mieszkańców, relatywnie słabiej oceniają Wrocław w badanych kryteriach, ale równocześnie mieszkańcy miast tylko nieco większych (20-50 tys.) zapytani o organizację ESK, wystawiają miastu najbardziej pozytywne opinie – podobnie jak miast średniej wielkości 100-2000 tys. W przypadku ocen efektów strategicznych wyraźnie pozytywniej wypowiadają się tylko mieszkańcy miast 100-200 tys.,
- okazuje się, niejako zgodnie z oczekiwaniami, że oceny samych mieszkańców Wrocławia o swoim mieście w badanych aspektach są bardziej pozytywne niż ogółu osób w próbie,
- rozkład ocen wg województwa zamieszkania, można uważać za kolejny wskaźnik zasięgu oddziaływania efektu ESK. Pod pozytywnym jego wpływem znajdują się województwo lubuskie, opolskie, kujawsko-pomorskie, zachodniopomorskie, częściowo pomorskie, lubelskie, relatywnie słabsze oceny wystawiali mieszkańcy województw świętokrzyskiego, małopolskiego i częściowo podkarpackiego oraz śląskiego.

7. Aneksy

7.1. WYKAZ PYTAŃ DO BADANIA OGÓLNOPOLSKIEGO CAPI-OMNIBUS PYTANIA PODANO W KOLEJNOŚCI ICH ZADAWANIA

P1	Czy zgadza się P. z twierdzeniami, że Wrocław wyróżnia się tym, że jest miastem [prosimy mieszać kafeterię]	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Częściowo tak, częściowo nie	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć
a	atrakcyjnym dla turystów	5	4	3	2	1	9
b	dynamicznie się rozwijającym	5	4	3	2	1	9
c	z bogatym życiem kulturalnym	5	4	3	2	1	9
d	nowoczesnym	5	4	3	2	1	9
e	które nazwać można europejską metropolią	5	4	3	2	1	9
f	otwartym na nowe prądy i idee	5	4	3	2	1	9
g	wyróżniającym się szczególną atmosferą	5	4	3	2	1	9
h	mającym swoją unikalną tożsamość	5	4	3	2	1	9
i	z bogatymi tradycjami historycznymi	5	4	3	2	1	9
j	z ciekawą architekturą	5	4	3	2	1	9
k	oferującym dużo możliwości spędzania czasu wolnego	5	4	3	2	1	9

P2 Czy słyszał/a Pan/I o tym, że Wrocław w 2016 roku był Europejską Stolicą Kultury?

- Tak
- Nie – opuść p4 i p5

P3. Czy w 2016 roku będąc we Wrocławiu skorzystał/a P. z oferty kulturalnej miasta – uczestniczył/a w wydarzeniu kulturalnym?

- Tak, wybrałem/am się specjalnie w tym celu
- Tak, skorzystałem/am przy okazji odwiedzin i załatwiania innych spraw
- Byłem we Wrocławiu, ale nie skorzystałem/am z oferty kulturalnej
- Nie. W ogóle nie byłem/am w tym czasie we Wrocławiu

P4	Czy Pana/I zdaniem....	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Częściowo tak, częściowo nie	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć
	Wrocław dobrze sprawdził się w roli Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku?	5	4	3	2	1	9

P5	Czy Pana/I zdaniem....	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Częściowo tak, częściowo nie	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć
	Wrocław osiągnie wymierne korzyści w związku ze swoją rolą Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku?	5	4	3	2	1	9

7.2. PROSTE ROZKŁADY ODPOWIEDZI – PROFIL SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNY RESPONDENTÓW W PRÓBIE WAŻONEJ

Płeć

	Częstość	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
mężczyzna	478	47,8	47,8	47,8
kobieta	522	52,2	52,2	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

Wiek (w latach)

	Częstość	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
15 - 19	64	6,4	6,4	6,4
20 - 24	78	7,8	7,8	14,2
25 - 29	91	9,1	9,1	23,3
30 - 39	192	19,2	19,2	42,5
40 - 49	150	15,0	15,0	57,5
50 - 59	167	16,7	16,7	74,2
> 59	258	25,8	25,8	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

Poziom wykształcenia

	Częstość	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
podstawowe	202	20,2	20,2	20,2
zawodowe	244	24,4	24,4	44,6
średnie	333	33,3	33,3	77,9
wyższe	221	22,1	22,1	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

Miejsce zamieszkania

	Częstość	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
wieś	386	38,6	38,6	38,6
miasto (< 20,000)	130	13,0	13,0	51,6
miasto (20,000- 50,000)	110	11,0	11,0	62,6
miasto (50,000-100,000)	85	8,5	8,5	71,1
miasto (100,000-200,000)	84	8,4	8,4	79,5
miasto (200,000-500,000)	88	8,8	8,8	88,3
miasto (> 500,000)	117	11,7	11,7	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

Województwo

	Częstość	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
dolnośląskie	77	7,7	7,7	7,7
kujawsko-pomorskie	54	5,4	5,4	13,1
lubelskie	56	5,6	5,6	18,7
lubuskie	27	2,7	2,7	21,3
łódzkie	66	6,6	6,6	27,9
małopolskie	87	8,7	8,7	36,6
mazowieckie	137	13,7	13,7	50,3
opolskie	27	2,7	2,7	53,0
podkarpackie	55	5,5	5,5	58,5
podlaskie	31	3,1	3,1	61,6
pomorskie	59	5,9	5,9	67,5
śląskie	121	12,1	12,1	79,6
świętokrzyskie	33	3,3	3,3	82,9
warmińsko-mazurskie	37	3,7	3,7	86,6
wielkopolskie	89	8,9	8,9	95,5
zachodniopomorskie	45	4,5	4,5	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

Stan cywilny

	Częstość	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
kawaler \ panna	265	26,5	26,5	26,5
żonaty \ zamężna, mieszkający(a) z partnerką(em)	545	54,5	54,5	81,0
rozwidziony(a) \ w separacji	75	7,5	7,5	88,5
wdowiec \ wdowa	115	11,5	11,5	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

Sytuacja materialna

	Częstość transakcji	Procenty	Ważna wartość procentowa	Procent skumulowany
żyjemy dostatnio przy obecnym poziomie dochodów	45	4,5	4,5	4,5
dajemy sobie radę przy obecnym poziomie dochodów	734	73,4	73,4	77,9
z trudem dajemy sobie radę przy obecnym poziomie dochodów	189	18,9	18,9	96,8
praktycznie nie dajemy sobie rady przy obecnym poziomie	16	1,6	1,6	98,4
trudno powiedzieć	16	1,6	1,6	100,0
ogółem	1000	100,0	100,0	

