UNIWERSYTET PRZYRODNICZY W POZNANIU
WYDZIAŁ LEŚNY

MAŁGORZATA JUSTYNA KROKOWSKA-PALUSZAK

CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE WIZERUNEK LASÓW PAŃSTWOWYCH I LEŚNIKÓW

Factors shaping the image of State Forests and foresters

Autoreferat rozprawy napisanej pod kierunkiem
prof. dr. hab. Macieja Skorupskiego
Katedra Łowiectwa i Ochrony Lasu Wydział Leśny
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
oraz promotora pomocniczego
dr. inż. Arkadiusza Gruchały
Katedra Urządzania Lasu i Ekonomiki Leśnictwa Wydział Leśny Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Poznań 2019

1. Wstęp

W Polsce od 1924 roku lasami państwowymi zarządza Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe. Jest to państwowa jednostka organizacyjna, która nie posiada osobowości prawnej. Lasy Państwowe gospodarują mieniem Skarb Państwa.

Polska znajduje się w europejskiej czołówce pod względem powierzchni lasów. Aktualnie, według danych przedstawionych przez Lasy Państwowe (2019), łączna powierzchnia lasów stanowi prawie 30% (9,2 mln ha, z czego 7,6 mln ha zarządzane jest przez Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe). Około 23 mln Polaków mieszka maksymalnie w odległości 2 km od najbliższego lasu, natomiast 9 mln Polaków mieszka w odległości 500 metrów od lasu. Bliskość lasów coraz częściej sprzyja również wizytom w lesie – z badań wynika, że 18% respondentów deklaruje, że odwiedza las przynajmniej raz dziennie.

Wartym zauważenia jest fakt, że w Polsce w dalszym ciągu przybywa lasów. Zgodnie z informacjami Lasów Państwowych poziom lesistości w kraju wzrósł z 21% w 1945 roku do 29,6% w 2017 roku. Wzrost lesistości kraju następuje, między innymi, w skutek funkcjonowania „Krajowego programu zwiększania lesistości", który zakłada, że do 2020 roku wskaźnik ten wyniesie 30%, natomiast w 2050 roku – 33%. W ciągu ostatnich 20 lat zasoby drzewne Lasów Państwowych wzrosły o 530 milionów m^3. Pomimo ciągłego wzrostu poziomu zalesień w Polsce panuje przekonanie, że powierzchnia lasów maleje. Podobną sytuację obserwuje się w Europie. Być może postrzeganie spadku lesistości ma związek z niską wiedzą o leśnictwie.

2. Cele badań

Zasadniczym celem prezentowanych badań jest analiza czynników wpływających na kształtowanie postaw wobec lasów i leśników. Głównym powodem prowadzenia badań w tym obszarze jest chęć poznania mechanizmów wyjaśniających kształtowanie się postaw Polaków wobec Lasów Państwowych i osób wykonujących zawód leśnika. Bardzo ważnym aspektem zwiększającym użyteczność przeprowadzonych badań jest możliwość charakterystyki wiedzy na temat lasów i leśników, co może stanowić ważne źródło informacji służące modyfikacji istniejących już programów propagujących częstsze odwiedzanie lasów.

Cele szczegółowe:

1. Określenie częstotliwości przebywania Polaków w lesie oraz sposobów korzystania z dóbr lasu i spędzania w nim czasu.
2. Określenie wpływu częstotliwości odwiedzin w lesie na postawę Polaków wobec lasu.
3. Wskazanie i charakterystyka źródeł czerpania informacji o lesie i leśnikach.
4. Określenie postawy wobec lasów i leśników.
5. Określenie pozostałych czynników wyjaśniających postawę wobec lasów i leśników.

W związku z eksploracyjnym charakterem prowadzonych badań zdecydowano się na postawienie następujących pytań badawczych:

1. Jak często Polacy odwiedzają lasy?
2. W jaki sposób korzystają z dóbr i zasobów leśnych?
3. Czy częstość odwiedzin lasu jest powiązana z postawą Polaków wobec Lasów Państwowych oraz pracy leśników?
4. Skąd Polacy czerpią informacje o lesie i leśnikach?
5. Czym charakteryzują się postawy Polaków wobec lasów i leśników?
6. Jakie czynniki pozwalają wyjaśnić postawy społeczne wobec lasów i leśników?

3. Materiał i metody

W niniejszej pracy zdecydowano się na przeprowadzenia badania ilościowego, głównie z powodu chęci replikacji i porównania do istniejących już badań dotyczących czynników kształtowania postawy wobec lasów i leśników.

W niniejszym opracowaniu przebadano reprezentatywną próbę Polaków (N=1000); wielkość próby została obliczona za pomocą kalkulatorów wielkości próby (założono 95% przedział ufności, wielkość błędy na poziomie 0,05 oraz wielkość frakcji na poziomie 0,5).

Metodą wykorzystaną w prowadzonych badaniach był sondaż diagnostyczny z zastosowaniem techniki ankiety. Narzędzie badań stanowił autorski kwestionariusz badawczy składający się z 12 pytań zamkniętych. Zawierał on 11 pytań o alternatywie wieloczłonowej i 1 pytanie o alternatywie dwuczłonowej. Pytania kwestionariusza dotyczyły zarówno cech indywidualnych respondentów, jak i zagadnień merytorycznych związanych z akceptacją i wielowątkowym postrzeganiem gospodarki

leśnej. Formularz badawczy rozpoczynał się od pytań dotyczących częstotliwości odwiedzin w lesie, źródeł czerpania wiedzy o lesie, znajomości zawodu leśnika, miejsc, w których widywani są leśnicy oraz znajomości z leśnikami. Wszystkie pytania służyły weryfikacji celów badawczych.

W badaniach wykorzystano metodę ilościową. Korzystając z metody CAPI (Computer Assisted Personal Interview) przeprowadzono badania ankietowe wspomagane komputerowo.

Dzięki współpracy z Centrum Informacyjnym Lasów Państwowych, w czerwcu 2018 r. przeprowadzano reprezentatywne badanie opinii publicznej wykonane przez PBS - Partner in Business Strategies. Badanie prowadzone było przez przeszkolonych i doświadczonych ankieterów. Za organizację pracy oraz nadzór nad przebiegiem realizacji w terenie odpowiadali koordynatorzy regionalni, których siatka pokrywa obszar całej Polski i odpowiadała wojewódzkiemu podziałowi terytorialnemu kraju.

Wszystkie analizy statystyczne, jakie zostały opisane w niniejszej pracy, zostały przeprowadzone z wykorzystaniem oprogramowania statystycznego IBM SPSS Statistics. Zmienne ilościowe opisane zostały za pomocą statystyk opisowych: średniej, odchylenia standardowego oraz wartości minimalnej i maksymalnej. Przed rozpoczęciem wykonywanych analiz statystycznych zbadano m.in. rozkład analizowanych zmiennych ilościowych, co pozwoliło na dobranie odpowiednich analiz statystycznych do zebranych wyników. Jako wyniki istotne statystycznie uznano takie, gdzie prawdopodobieństwo popełnienia błędu I rodzaju wyniosło maksymalnie 5% ($p < 0,05$).

4. Wyniki badań

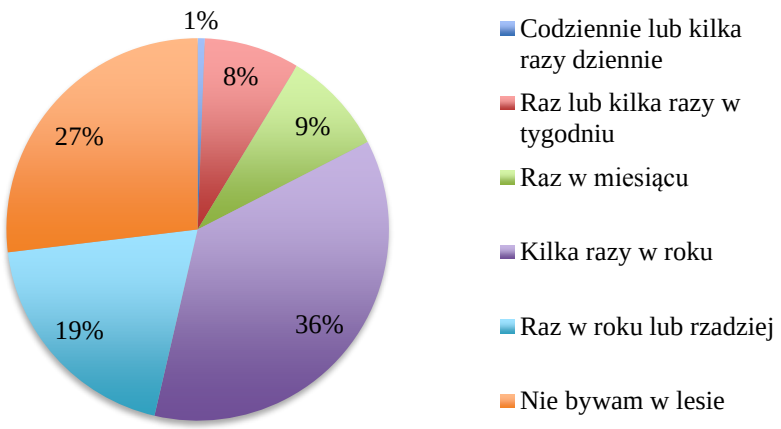
4.1. Charakterystyka socjologiczna respondentów

W badaniu wzięło udział łącznie 1000 osób, z czego nieznacznie większy odsetek respondentów stanowiły kobiety (52,6%). Przebadane osoby miały od 15 do 89 lat, średnia wieku badanych wyniosła około 44 lat ($M = 44,30$; $SD = 17,89$). Większość badanych to mieszkańcy miast (62%), z czego 21% to mieszkańcy największych miast (powyżej 200 tys. mieszkańców). Blisko 38% stanowili mieszkańcy wsi. Pod względem posiadanego wykształcenia (najwyższe uzyskane wykształcenie) dominowały osoby z wykształceniem zawodowym (30%) oraz średnim (34,6%). Osoby posiadające

wykształcenie podstawowe stanowiły około 15% badanych, natomiast z wykształceniem wyższym – 17%. Blisko 56% stanowią osoby będące w związku małżeńskim, natomiast około 27% stanowią kawalerowie i panny. Pod względem sytuacji zawodowej respondenci pracują głównie na etacie (umowa o pracę) - 54%; około 20% aktualnie przebywa na emeryturze. Zaledwie 2,2% prowadzi działalność gospodarczą. Firmy, które prowadzą respondenci, najczęściej zatrudniają maksymalnie trzy osoby (94%).

4.2. Częstość wizyt w lesie oraz źródła informacji o lasach

Największy odsetek respondentów deklaruje, że odwiedza lasy najczęściej kilka razy w roku (ryc. 1).

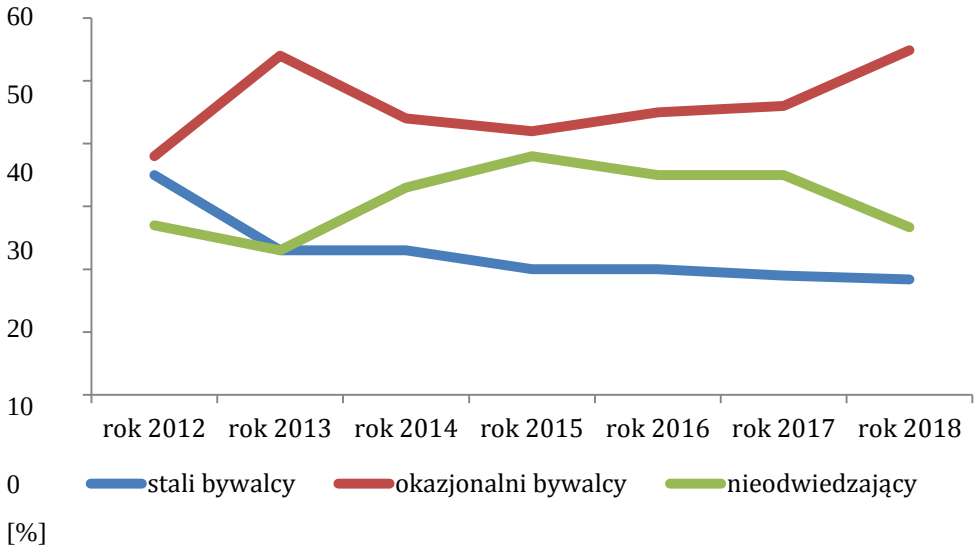


Rycina 1. Częstość przebywania w lesie

Po dokonaniu podziału na trzy grupy respondentów odwiedzających lasy uzyskano, że największy procent stanowili okazjonalni bywalcy (55%), pozostałe grupy występowały znacznie rzadziej – stali bywalcy to 18% przebadanej próby, natomiast 27% - osoby nie odwiedzający lasów (ryc. 2.).

Porównując wyniki cyklicznych badań sondażowych prowadzonych przez CILP z lat 2012-2018 obserwowano, że w roku 2018 poziom stałych bywalców niewiele zmniejszył się (choć od roku 2012 obserwuje się tendencję spadkową). Wzrosła natomiast liczba okazjonalnych bywalców (w 2018 roku osiągnięto najwyższy wynik w okresie od roku 2012) przy spadku osób nieodwiedzających lasów (odnotowano spadek blisko 7% względem poprzedniego roku – ryc.2.). Warto zaznaczyć,

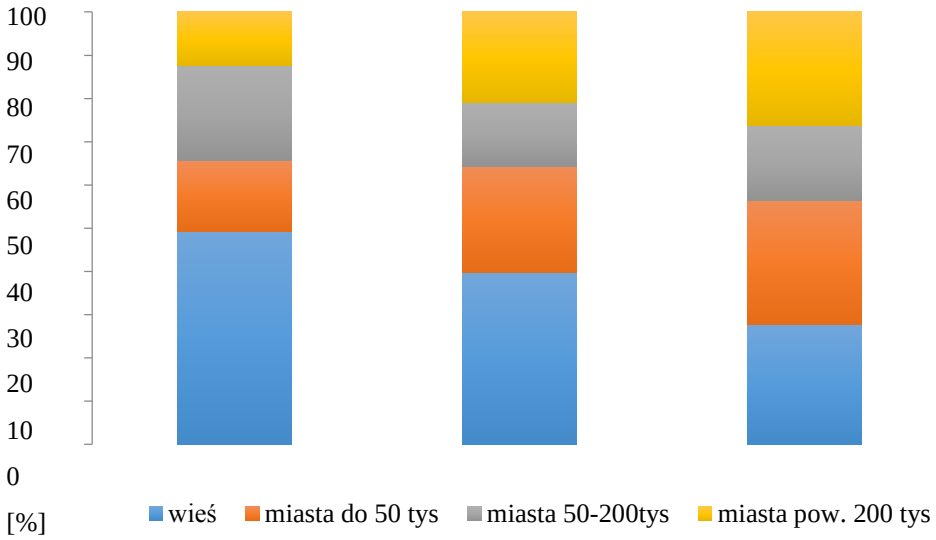
że uzyskane rozbieżności między badaniami mogą wynikać z pory roku przeprowadzenia badań.



2. Częstość przebywania w lesie – badanie PBS na zlecenie CILP lata 2012-2018

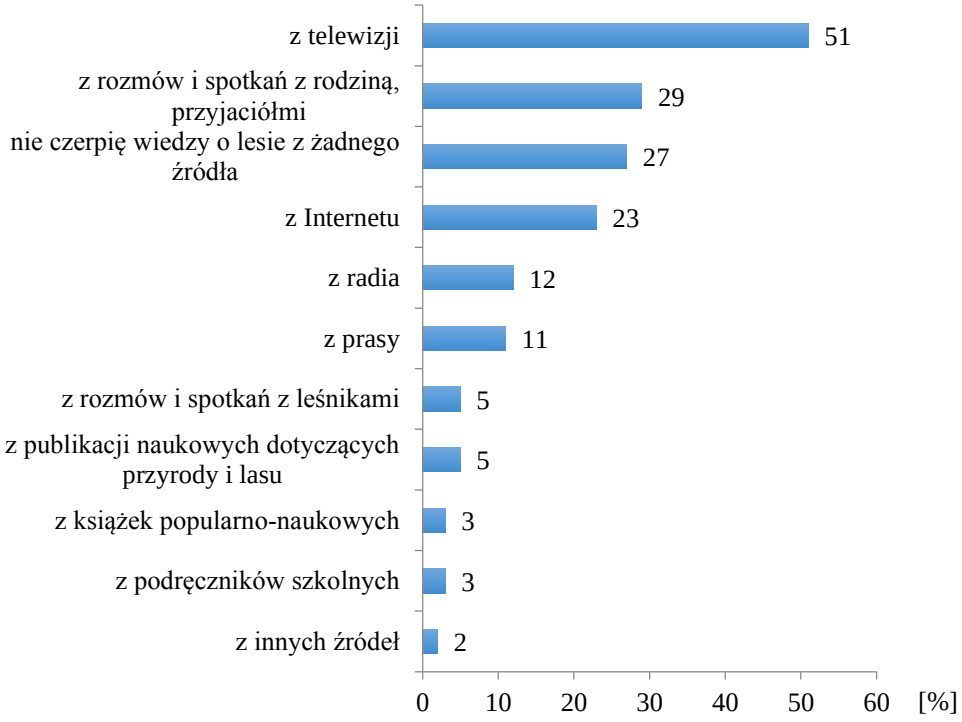
5.3. Częstość wizyt w lesie a charakterystyki respondentów

Osoby będące stałymi bywalcami najczęściej mieszkały na wsi (49,2%), zaś najmniejszą grupę stanowiły osoby mieszkające w największych miastach. Ciekawym może wydawać się fakt, że w grupie osób nieodwiedzających lasów nie obserwowano wyraźnych dysproporcji, jak w pozostałych grupach (ryc. 4.).



Rycina 3. Częstość bywania w lesie a wielkość miejsca zamieszkania

Blisko połowa badanych deklaruje, że czerpie informacje na temat lasów z telewizji (51%), natomiast jedynie 3% - z podręczników szkolnych lub książek popularno-naukowych. Ciekawym może wydawać się fakt, że 27% badanych nie poszukuje nigdzie informacji na temat lasów. Szczegółowe informacje przedstawiono na ryc. 4.



Rycina 4. Źródła poszukiwania informacji o lesie

Po dokonaniu podziału wedle grupy respondentów okazało się, że osoby będące stałymi bywalcami lasu najwięcej wiedzy na temat lasu i leśników czerpią z telewizji oraz z rozmów oraz spotkań z rodziną i znajomymi; zaledwie 10% deklaruje, że nie poszukuje informacji o lesie. W przypadku osób będących okazyjnymi bywalcami w lesie stwierdzono, że grupa ta dodatkowo, w porównaniu do stałych bywalców, poszukuje informacji również w Internecie. Wśród respondentów, którzy nie chodzą do lasu aż 56% deklaruje, że nie poszukuje informacji na temat lasów, natomiast blisko co trzecia osoba czerpie informacje jedynie z telewizji.

4.4. Zawód leśnika

Większość badanych nie zna osobiście żadnego leśnika (83%), natomiast 8% deklaruje, że zna jedną osobę wykonującą zawód leśnika. Po dokonaniu podziału respondentów wedle tego kryterium stwierdzono, że stali bywalcy w 36% są zdania, że znają co najmniej jednego leśnika. W pozostałych grupach procent ten jest znacznie niższy i wynosi odpowiednio dla: okazjonalnych bywalców 15% oraz osób nieodwiedzających lasów 6% (tab. 1.).

Tabela 1. Znajomość osobista leśników a grupa respondentów

Znajomość osobista leśnika	Stali bywalcy [%]	Okazjonalni bywalcy [%]	Nieodwiedzający [%]	Ogółem [%]
Znam tylko jednego leśnika	15,20	7,30	3,70	7,80
Znam kilkoro leśników	13,00	6,50	1,90	6,50
Znam wielu leśników	7,60	1,30	0,40	2,20
Nie znam żadnego leśnika	64,10	84,90	94,00	83,50
Ogółem	100,00	100,00	100,00	100,00

Respondenci deklarują, że posiadają wiedzę na temat tego, czym na co dzień zajmują się leśnicy w swojej pracy (94%). Zdaniem większości leśnicy zajmują się głównie pielęgnowaniem i ochroną lasu (69%), sadzeniem nowych drzew (60%), pilnowaniem, żeby nie kradziono drewna (55%) oraz wycinaniem drzew (52%). Odpowiedzi te były wskazywane istotnie częściej niż pozostałe zadania (rycina 5). Około 17% badanych wskazywała, że do zadań leśnika należy polowanie.

Ciekawym może zdawać się fakt, że zaledwie 14% respondentów deklaruje, że widziało leśnika pracującego w lesie. Większość badanych deklaruje, że widziało leśnika w telewizji lub Internecie (38%), natomiast 21% nigdy nie widziało leśnika.

4.5. Wykorzystanie ofert proponowanych przez Lasy Państwowe

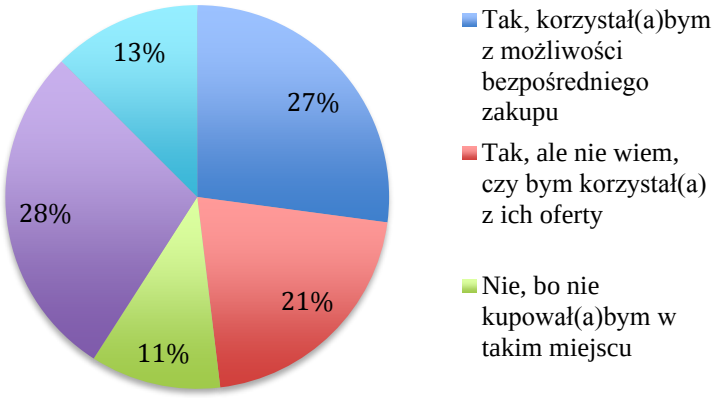
Zaledwie 1,2% badanych (n=12) deklaruje, że odwiedza fanpage Lasów Państwowych, poszczególnych nadleśnictw lub profile transmisji. Po podziale badanych na grupy procent ten przedstawiał się następująco: stali bywalcy: 3,3%, okazjonalni bywalcy: 1,1%, osoby nie odwiedzające lasów: 0%.

Wyniki badanych respondentów pokazują również, że nie korzystają oni zbyt często z oferty proponowanej przez Lasy Państwowe. Zaledwie 7,5% deklaruje, że korzysta z oferty Centrów Edukacji Przyrodniczo-Leśnej lub zajęć w terenie prowadzonych przez edukatorów leśnych, z czego zaledwie 0,3% korzysta z tej opcji co najmniej raz w miesiącu. Ze ścieżek przyrodniczo-leśnych, ścieżek rowerowych, biegowych lub konnych korzysta około 43% badanych, z czego zaledwie 5,5% - co najmniej raz w miesiącu. Oferty stoisk jednostek promocyjnych Lasów Państwowych znane są zaledwie 17% badanych – najczęściej odwiedzano je raz lub kilka razy w życiu (13%).

Rycina 5. Postrzegane zadania wykonywane przez leśników.

4.6. Działalność Lasów Państwowych w opinii społecznej

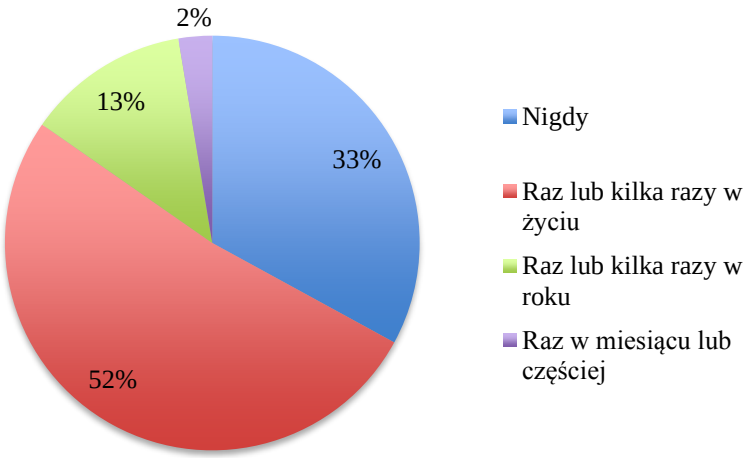
Niemal połowa respondentów (48%) twierdzi, że jednostki Lasów Państwowych powinny prowadzić punkty sprzedaży bezpośredniej takich produktów, jak dziczyzna, jagody, grzyby i inne dobra leśne. Przeciwnego zdania jest 39% respondentów, natomiast około 12,5% badanych nie ma zdania w tej kwestii. Szczegółowe wyniki przedstawiono na rycinie 6.



Rycina 6. Opinie o potencjalnej sprzedaży dóbr leśnych przez Lasy Państwowe

4.7. Korzystanie z wytworów lasu

Niewiele ponad połowę respondentów (52%) korzystała z jagód lub grzybów, które sami zebrali, natomiast jedynie 2,6% korzysta z nich raz w miesiącu lub częściej. Blisko 33% respondentów nigdy samodzielnie nie zabrało grzybów lub jagód. Dokładne wyniki zamieszczono na rycinie 7.



Rycina 7. Korzystanie z jagód i grzybów samodzielnie zebranych

Z jagód i grzybów zakupionych w lesie korzysta blisko 72% respondentów, z czego respondenci najczęściej deklarują jednokrotny kontakt (57,3%). Zaledwie 1,3% korzysta z zakupionych jagód lub grzybów co najmniej raz w miesiącu.

Z dziczyzny zakupionej w sklepie korzysta około 19% respondentów, przy czym były to głównie jednorazowe kontakty (14,9%). Jedynie 12% korzystało przynajmniej raz w życiu z dziczyzny, którą dostarczył ktoś z domowników lub znajomych.

4.8. Postawa Polaków wobec Lasów Państwowych oraz leśników

W pytaniu dotyczącym zbadania różnych opinii na temat leśników, działalności Lasów Państwowych oraz kwestii związanych z lasami zaobserwowano różnice między badanymi. Okazało się, że najczęściej zgadzali się oni z twierdzeniami, że leśnicy są dobrze przygotowani do wykonywania swojej pracy oraz to, że w przedszkolach i szkole więcej czasu powinno poświęcać się tematyce polskiej przyrody oraz pracy leśników. Nie zgadzano się z twierdzeniami, że zawód leśnika nie jest przez nich lubiany oraz tym, że leśnicy zbyt często występują w telewizji. Zdaniem 74% respondentów leśnicy są dobrze przygotowani do wykonywania swojej pracy. Osoby nieodwiedzające Lasów Państwowych miały największy problem z odpowiedzią na to pytanie (największy odsetek odpowiedzi: nie mam zdania). Osoby będące stałymi bywalcami lasów najbardziej zgadzali się z tym

Około 73% wszystkich przebadanych uważa, że leśnicy dobrze wykonują swoją pracę. Zaledwie 0,8% zdecydowanie nie zgadza się z tym twierdzeniem. Po dokonaniu podziału wedle grup nie stwierdzono wyraźnych różnic w udzielanych odpowiedziach. Warto jednak zaznaczyć, że osoby nie odwiedzające lasy częściej niż pozostałe grupy wskazywały odpowiedź „nie mam zdania”.

Około 28% respondentów nie zgadza się z twierdzeniem, że Lasy Państwowe są niewłaściwie zarządzane. Całkowicie z tym zdaniem zgadza się około 15% badanych - niezależnie od analizowanych grup.

Znaczących różnic między grupami nie obserwowano także pod względem oceny stopnia sympatii w stosunku do leśników. Około 62%, niezależnie od grup, nie zgadza się z twierdzeniem, że nie lubi leśników. Przeciwnego zdania jest około 17% badanych .

Blisko 60% respondentów nie widzi nic złego w prowadzeniu planowanej gospodarki leśnej i wycinaniu drzew. Osoby nie odwiedzające lasów częściej niż inne grupy wskazywały odpowiedź „nie mam zdania”.

Pod względem oceny Państwowego Gospodarstwa Leśnego Lasy Państwowe około 63% respondentów jest zdania, że jest to organizacja rzetelnie zarządzana oraz budząca zaufanie. Największy procent odpowiedzi „nie mam zdania" obserwowano w grupie stałych bywalców oraz osób nieodwiedzających lasu.

Zdecydowana większość respondentów jest zdania, że w przedszkolach i szkołach więcej czasu powinno się poświęcać na omawianie polskiej przyrody i pracy leśników. Najsilniej z tym twierdzeniem zgadzają się osoby okazjonalnie odwiedzające lasy. Największy problem z udzieleniem odpowiedzi na to pytanie miały osoby deklarujące, że nie odwiedzały lasów w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

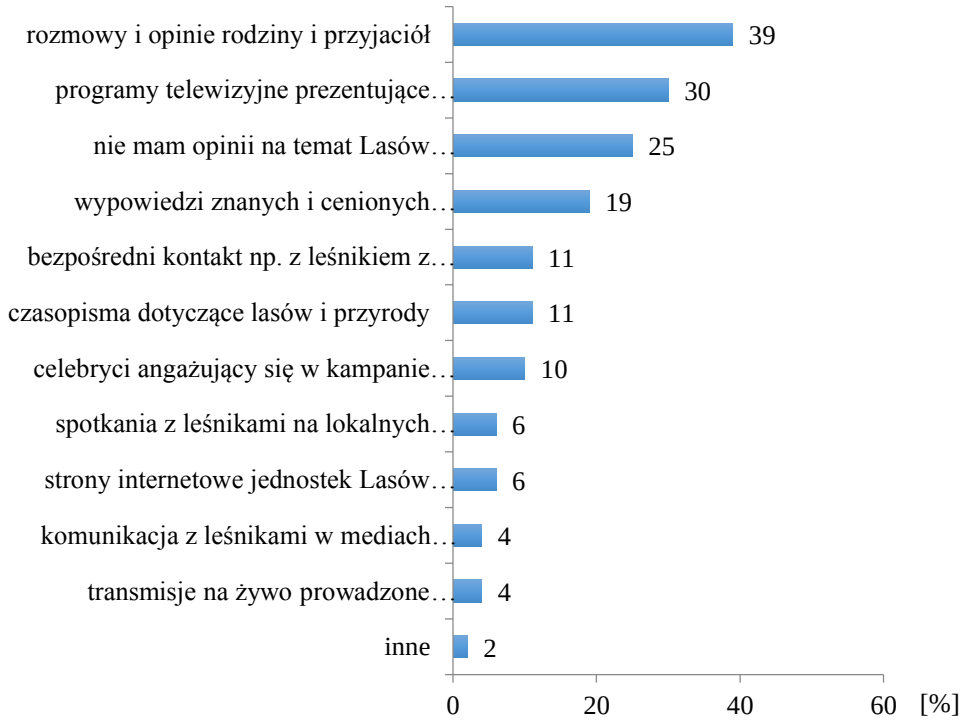
Większość respondentów (73%) jest zdania, że leśnicy powinni częściej organizować spotkania z lokalną społecznością, aby opowiadać m.in. o swojej pracy. Osoby nieodwiedzające lasów częściej niż inne grupy wskazywały odpowiedź „nie mam zdania".

Zaledwie 21% respondentów twierdzi, że leśnicy zbyt często pojawiają się w mediach. Przeciwnego zdania jest około 61% badanych. Osoby, które są stałymi bywalcami lasów stanowiły najmniejszy procent spośród osób nie zgadzających się z tym stwierdzeniem. Ponadto nie obserwowano większych różnic między grupami.

Blisko co trzeci respondent (31%) twierdzi, że w mediach jest wystarczająco dużo programów pokazujących Lasy Państwowe i codzienną pracę leśników. Przeciwnego zdania było około 41% respondentów. Osoby, które nie odwiedzały lasów w ciągu ostatnich 12 miesięcy stanowiły największy odsetek osób, które nie miały zdania.

Około 45% respondentów nie ma zdania, czy Lasy Państwowe i leśnicy powinni być bardziej obecni w mediach społecznościowych. Za zwiększeniem obecności w mediach społecznościowych opowiada się około 42% respondentów, natomiast około 12% jest przeciwnych zwiększeniu tej obecności.

Do czynników, które mają największy wpływ na ocenę Lasów Państwowych i leśników respondenci uznali: rozmowy i opinie rodziny i przyjaciół, programy telewizyjne prezentujące Lasy Państwowe i leśników. Co ciekawe, 19% respondentów uważa, że istotny wpływ na ocenę mają wypowiedzi znanych i cenionych autorytetów. Warto zaznaczyć, że blisko 25% nie ma zdania na temat Lasów Państwowych i leśników (ryc. 8).



Rycina 8. Czynniki wpływające na ocenę Lasów Państwowych i leśników – ogółem

Po podziale respondentów na grupy uzyskano większe różnice dla wybranych odpowiedzi. Osoby będące stałymi bywalcami lasu częściej niż inne grupy wskazywały, że czynnikami wpływającymi na ich opinię są: czasopisma dotyczące lasów, komunikacja z leśnikami w mediach społecznościach, pojawianie się celebrytów angażujących się w akcje oraz bezpośredni kontakt z leśnikiem. Osoby będące w lesie okazjonalnie częściej niż pozostałe grupy zwracały natomiast uwagę na wypowiedzi znanych i cenionych autorytetów.

4.9. Modelowanie populacji

4.9.1. Model określający postawę Polaków wobec Lasów Państwowych i leśników

Kolejnym etapem było sprawdzenie, czy na podstawie opinii na temat Lasów Państwowych oraz danych socjodemograficznych możliwe jest przewidzenie postawy respondentów wobec Lasów Państwowych. W tym celu wykonano analizę regresji liniowej metodą krokową.

Istotny model uzyskano w czwartym kroku (p<0,001) utworzony model wyjaśnia 8,9% zmienności oceny pracy Lasów Państwowych. Dokładna analiza predyktorów pokazała, że ocena pracy Lasów Państwowych wzrasta wraz z: posiadaną wiedzą na temat zawodu leśnika (p<0,001), chęcią dokonywania zakupów w nadleśnictwie (p<0,001), wiekiem respondenta (p<0,01) oraz maleje wraz z posiadanymi źródłami pozyskiwania informacji o leśnikach i Lasach Państwowych (p<0,05). Najsilniejszym czynnikiem, który pozwala wyjaśnić ocenę pracy Lasów Państwowych była posiadana wiedza na temat pracy leśników.

Istotny model uzyskano w siódmym. kroku (p<0,001); utworzony model wyjaśnia w około 6% zmienność postawy wobec leśników. Dokładna analiza predyktorów pokazała, że badani bardziej pozytywnie oceniali swoją postawę wobec leśników, gdy: wykazywali większą chęć dokonywania zakupów w nadleśnictwie (p<0,001), wiedzieli więcej na temat pracy leśników (p<0,05) oraz wielkość gospodarstwa domowego była większa (p<0,05). Okazało się również, że kobiety wyżej oceniają postawę wobec pracy leśników niż mężczyźni (p<0,01). Zaobserwowano także, że wraz ze wzrostem wielkości miejsca zamieszkania (p<0,05), spadkiem wieku (p<0,05) i dochodu (p<0,01) postawa wobec leśników była bardziej pozytywna. Najsilniejszym predyktorem, który pozwala wyjaśnić ocenę pracy Lasów Państwowych, była chęć dokonywania zakupów w nadleśnictwie.

Istotny model uzyskano w czwartym kroku (p<0,001); utworzony model wyjaśnia w około 14% zmienności oceny działań edukacyjnych Lasów Państwowych. Dokładna analiza predyktorów pokazała, że wzrost oceny działań edukacyjnych prowadzonych przez Lasy Państwowe może być wyjaśnione przez wzrost: wiedzy na temat zawodu leśnika (p<0,001), chęcią dokonywania zakupów w nadleśnictwie (p<0,001) oraz wielkością gospodarstwa domowego (p<0,001). Okazało się również, że kobiety uzyskiwały wyższe wyniki w porównaniu do mężczyzn. Najsilniejszym predyktorem, który pozwala wyjaśnić ocenę pracy Lasów Państwowych była posiadana wiedza na temat pracy leśnika.

4.9.2. Analiza skupień

Za pomocą analizy skupień metodą k-średnich zbadano, czy na podstawie trzech zmiennych określających postawę wobec leśników i Lasów Państwowych (oceny pracy Lasów Państwowych, postawy wobec leśników oraz oceny działań edukacyjnych prowadzonych przez Lasy Państwowe) możliwe jest pogrupowanie badanych, do co najmniej dwóch niezależnych grup. Przed analizą wystandaryzowano zmienne celem ułatwienia interpretacji. Wykonana analiza pozwoliła na utworzenie łącznie sześciu niezależnych skupień:

1. skupienie 1 (n=201) opisuje osoby z wysoką oceną pracy leśników i Lasów Państwowych oraz przeciętnymi wynikami na pozostałych skalach,
2. skupienie 2 (n=125) opisuje osoby z niską oceną pracy leśników i Lasów Państwowych oraz przeciętnymi wynikami na pozostałych skalach,
3. skupienie 3 (n=136) opisuje osoby z wysoką oceną pracy Lasów Państwowych i oceną działań edukacyjnych oraz niskimi wynikami na skali postawy wobec leśników,
4. skupienie 4 (n=196) charakteryzuje osoby, które uzyskiwały wysokie wyniki na wszystkich trzech skalach,
5. skupienie 5 (n=91) opisuje osoby z niskimi wynikami na wszystkich trzech skalach,
6. skupienie 6 (n=197) opisuje osoby z niską oceną pracy Lasów Państwowych i oceną działań edukacyjnych oraz wysokimi wynikami na skali postawy wobec leśników.

Uzyskane wyniki wskazują, że skupienia 5 i 6 można traktować jako grupy z negatywną postawą, natomiast pozostałe – z pozytywną postawą wobec leśników i Lasów Państwowych.

Potwierdzono istnienie zależności miedzy klasyfikacją do skupień a płcią badanych - mężczyźni częściej klasyfikowani byli do skupień: 1 oraz 5 oraz rzadziej do skupień 2 i 4 w porównaniu do kobiet. W przypadku pozostałych skupień nie obserwowano różnic między badanymi. Istotne różnice obserwowano również dla poziomu wykształcenia - do skupienia 2 i 6 sklasyfikowano więcej badanych z wykształceniem gimnazjalnym niż z innym wykształceniem. W przypadku skupienia 3 obserwowano, że osoby z wykształceniem podstawowym klasyfikowane były istotnie rzadziej niż badani z innym poziomem wykształcenia. Potwierdzono również istnienie zależności między skupieniami a wielkością miejsca zamieszkania - do skupienia 2 częściej włączano

mieszkańców miast do 50 tys. mieszkańców niż pozostałych badanych. Do skupienia 4 włączano istotnie mniej mieszkańców największych miast niż osoby mieszkające w mniejszych miastach lub na wsi. Mieszkańcy wsi, częściej niż mieszkańcy miast, byli włączani do skupienia 3. Wykazano również, że istnieje zależność między klasyfikacją do skupień a wiekiem badanych - do skupienia 1 włączano rzadziej osoby w wieku 18-24 lata niż osoby starsze. Ponadto częstość klasyfikacji do skupienia 2 i 3 malała z wiekiem. Do skupienia 4 włączano częściej osoby po 40 roku życia niż osoby młodsze; skupienie 5 i 6 zawierało największy odsetek osób młodych.

4.9.3. Skupienia a opinie respondentów na temat leśników i Lasów Państwowych

Wykazano, że utworzone skupienia różnią się pod względem częstości bywania w lesie ($p<0,001$). Dokładna analiza testem post-hoc pokazała, że badani sklasyfikowani do skupienia 4 i 5 częściej bywali w lesie niż osoby ze skupienia 6.

Istotne różnice zaobserwowano również pod względem liczby źródeł wykorzystywanych do pozyskania informacji na temat leśników i Lasów Państwowych. Najwięcej źródeł wykorzystywali badani sklasyfikowani do skupień 2, 3 i 4 – ich wynik był istotnie wyższy niż pozostałych skupień. Największe rozbieżności uzyskano dla telewizji i Internetu – zaobserwowano, że badani zaklasyfikowani do skupienia 5 i 6 rzadziej korzystali z tych źródeł poszukując informacji o lasach i leśnikach niż pozostali badani. Warto również zaznaczyć, że badani ze skupień 1 i 6 częściej niż inni badani deklarowali, że nie poszukują informacji o lesie z żadnych źródeł.

Istotnych różnic nie obserwowano pod względem korzystania z oferty Lasów Państwowych ($p>0,05$).

Istotne różnice między skupieniami obserwowano pod względem korzystania z dóbr (jagód, grzybów oraz dziczyzny). Badani sklasyfikowani do skupienia 3 częściej korzystali z dóbr, jakie dają lasy niż badani ze skupienia 1. Stwierdzono, że badani włączeni do skupienia 4 istotnie częściej niż inne grupy deklarowali, że korzystają z jagód i grzybów, które sami zbiorą. Osoby ze skupienia 5 rzadziej niż inne osoby deklarują, że korzystają z jagód i grzybów zakupionych w sklepie. W przypadku dziczyzny okazało się, że nie ma istotnych różnic między badanymi zarówno w wykorzystywaniu dziczyzny kupionej w sklepie, jak i dostarczeniem jej przez kogoś z domowników lub znajomych.

Skupienia różnią się pod względem chęci dokonywania zakupów w nadleśnictwach ($p<0,001$). Dokładna analiza pokazała, że badani sklasyfikowani do skupienia 4 istotnie częściej niż pozostałe grupy wyrażają chęć dokonywania zakupów w nadleśnictwach. Ponadto, badani sklasyfikowani do skupień: 5 i 6 uzyskiwali istotnie niższe wyniki w porównaniu do reszty badanych grup.

Istotne różnice stwierdzono również dla podatności do wpływ na opinie dotyczące leśników i Lasów Państwowych ($p<0,001$). Analiza post-hoc pokazała, że osoby sklasyfikowane do skupienia 6 uzyskiwali istotnie niższe wyniki w porównaniu do pozostałych grup. Najwyższe wyniki odnotowano dla skupień 2 i 4 ($p<0,01$ względem pozostałych grup).

Dokładna analiza tego, co zdaniem badanych zwiększa podatność na wpływ na opinie na temat lasów pokazuje, że badani ze skupienia 5 najczęściej wskazywali transmisje na żywo prowadzone przez Lasy Państwowe. Ponadto, badani ze skupień 1, 3 i 4 rzadziej niż inni wskazywali komunikację z leśnikami przez media społecznościowe. Wysoką wartość programów telewizyjnych podkreślali badani ze skupień 2 i 4, natomiast 33% badanych ze skupienia 2 zwraca uwagę na wypowiedzi autorytetów. Na wypowiedzi celebrytów zwracają uwagę głównie badani ze skupień 3-5. Na bezpośredni kontakt z leśnikami stawiają głównie badani ze skupienia 4. Warto zaznaczyć, że skupienia: 1,3,5 oraz 6 deklarują przynajmniej w 25% deklarują, że nie mają opinii na temat Lasów Państwowych oraz leśników.

Jednoczynnikowa analiza wariancji potwierdziła także różnice pod względem wiedzy na temat pracy leśników. Badani sklasyfikowani do skupień 5 i 6 posiadali znacznie mniejsza wiedzę niż pozostali badani. Pomiędzy pozostałymi skupieniami nie obserwowano istotnie statystycznie różnic w poziomie wiedzy na temat pracy leśników. Badani włączeni do skupienia 6 istotnie rzadziej wskazywali wszystkie odpowiedzi; ponadto stanowili oni największy odsetek badanych twierdzących, że nie wiedzą, czym zajmują się leśnicy w swojej codziennej pracy. Najwięcej odpowiedzi wskazywali natomiast badani sklasyfikowani do skupienia 4.

5. Wnioski

Wyniki badań empirycznych uzyskane w ramach realizacji niniejszej pracy pozwoliły na sformułowanie kilku syntetycznych wniosków:

1. Blisko co trzeci. Polak nie odwiedza lasu, a ponad połowa to okazjonalni bywalcy lasu (odwiedzają las raz w miesiącu lub kilka razy w roku).
   a. W grupie osób w wieku 30-60 lat, mieszkających w miastach obserwowana jest nieznaczna, lecz wzrostowa tendencja do odwiedzania lasu i korzystania z oferty Lasów Państwowych.
   b. Osoby w wykształceniem wyższym stanowiły największy odsetek osób okazjonalnie odwiedzających lasy. Natomiast osoby z wykształceniem podstawowym – to najczęściej osoby deklarujące, że nie odwiedzają lasów.
   c. Osoby nie będące w związku, stanowiły największy procent stałych bywalców, natomiast osoby będące w związku formalnym – osób okazjonalnie odwiedzających lasy. Przy czym zaznaczyć należy, że osoby będące w związku to osoby zwykle posiadające dzieci. W przypadku tej grupy czynnikiem decydującym o okazjonalnym odwiedzaniu lasów mogła być np. pora roku lub okazjonalność akcji prowadzonych przez Lasy Państwowe.
2. Co czwarty Polak nie czerpie wiedzy o lesie z żadnego źródła, a ponad połowa, z tych którzy nie chodzą do lasów deklaruje, że nie poszukuje informacji na temat lasów. Z kolei blisko co trzecia osoba czerpie informacje wyłącznie z telewizji. Być może brak chęci do poszukiwania informacji o lasach jest artefaktem związanym ze świadomością braku oferty rekreacyjnej prowadzonej przez Lasy Państwowe.
3. Polacy najczęściej czerpią wiedzę o lasach z telewizji, rozmów i spotkań z rodziną, przyjaciółmi oraz z Internetu.
   a. Osoby będące stałymi bywalcami lasu najwięcej wiedzy na temat lasu i leśników czerpią z telewizji oraz rozmów oraz spotkań z rodziną i znajomymi. Wśród nich co dziesiąty deklaruje, że nie poszukuje informacji o lesie. Brak chęci poszukiwania aktualnych informacji może świadczyć o tym, że nawet stali bywalcy lasów nie posiadają informacji o aktualnej ofercie edukacyjnej i rekreacyjnej oferowanej przez LP.

b. W przypadku respondentów będących okazyjnymi bywalcami lasu okazało się, że grupa ta dodatkowo, w porównaniu do stałych bywalców, poszukuje informacji również w Internecie. Zasadnym wydaje się więc oczekiwanie, że intensyfikacja działań promocyjnych w Internecie powinna być skierowana głownie do tej grupy odbiorców. Nie bez znaczenia jest również informowanie społeczeństwa nie tylko o ofercie Lasów Państwowych, ale przede wszystkim o korzyściach zdrowotnych, jakie niesie za sobą aktywne spędzanie czasu w lasach. Ważne jest zatem, zwiększenie aktywności w Internecie i mediach społecznościowych, aby pokazywać społeczeństwu, co oferuje im najbliższe jednostka terenowa tej instytucji. W dobie mody na zdrowy styl życia nie bez znaczenia wydaje się również pokazanie, w jaki sposób dzięki ofercie LP, możliwe jest aktywne i zdrowie spędzenie wolnego czasu. Budowanie przekazu opartego na połączeniu aktywności w lasach z korzyściami zdrowotnymi, może znacząco zwiększyć odsetek stałych i odpowiedzialnych bywalców lasu.

4. Jedynie jeden procent Polaków deklaruje, że odwiedza fanpage Lasów Państwowych, poszczególnych nadleśnictw lub profile transmisji on-line.
   a. Blisko połowa Polaków nie ma zdania, czy leśnicy i Lasy Państwowe powinny być bardziej obecne w mediach społecznosciowych.
   b. Za zwiększeniem takiej obecności opowiada się ponad czterdzieści procent Polaków. Wyniki uzyskane w tym zakresie dowodzą pilnej konieczność zwiększenia obecności LP i leśników w mediach społecznościowych, ale także w Internecie w ogóle.
5. Ośmiu na dziesięciu obywateli naszego kraju nie zna osobiście żadnego leśnika, natomiast, co ciekawe, co szósty z nich deklaruje, że widział leśnika pracującego w lesie. Otrzymany wynik wyraźnie wskazuje, że respondenci nie posiadają kompletnej wiedzy na temat zawodu leśnika.
6. Niemal wszyscy Polacy deklarują, że posiadają wiedzę na temat tego, czym na co dzień zajmują się leśnicy w swojej pracy. Zdaniem większości leśnicy zajmują się głównie pielęgnowaniem i ochroną lasu, sadzeniem drzew, ochroną drewna przed kradzieżami oraz wycinaniem drzew. Takie wyniki wyraźnie wskazują, że Polacy, w zdecydowanej większości, posiadają jedynie podstawową (powierzchowną) wiedzę na temat tego z czym wiąże się praca leśnika. Koniecznym w tej sytuacji wydaje się zapewnienie bardziej intensywnego kontaktu ze społeczeństwem, również tego bezpośredniego. Biorąc pod uwagę najczęściej

wskazywane źródła informacji zasadnym wydaje się intensywniejsza obecność w mediach – zarówno tradycyjnych, jak i on-line.

7. Jedynie co trzynasty respondent deklaruje, że korzysta z oferty Centrów Edukacji Przyrodniczo-Leśnej lub zajęć w terenie prowadzonych przez edukatorów leśnych. Przyczyną takiego wyniku może być brak wystarczającej promocji oferty LP oraz brak informacji o wydarzeniach współorganizowanych przez poszczególne nadleśnictwa, bądź niedostosowanie kanałów komunikacji do grup odbiorców.
8. Blisko połowa z badanych odwiedzających las korzysta ze ścieżek przyrodniczo-leśnych, ścieżek rowerowych, biegowych lub konnych korzysta. Niewątpliwie jednak jest to jedna z najczęściej wykorzystywanych z ofert LP.
9. Oferty stoisk jednostek Lasów Państwowych znane są co piątemu z Polaków. Brak określonego celu funkcjonowania tego typu stoisk jest podstawowym powodem tak niskiego odsetka odpowiedzi. Zmiana nastąpić może poprzez tworzenie programów mających na celu nakierowanie stoisk promocyjnych na promowanie możliwości lasów w zakresie aktywnego, zdrowego i rodzinnego spędzenia czasu.
10. Prawie połowa respondentów uważa, że jednostki Lasów Państwowych powinny prowadzić punkty sprzedaży bezpośredniej takich produktów, jak dziczyzna, jagody, grzyby i inne dobra leśne. Wynik ten może wskazywać istotną potrzebę społeczną korzystania z darów lasu.
11. Określając postawę wobec zawodu leśnika, Polacy najczęściej zgadzali się z twierdzeniami, że leśnicy są dobrze przygotowani do wykonywania swojej pracy oraz to, że w przedszkolach i szkole więcej czasu powinno poświęcać się tematyce polskiej przyrody oraz pracy leśników. Uzyskany wynik może być odebrany jako skłonność społeczeństwa do zwiększania wiedzy na temat lasów i leśników. Badane osoby nie zgadzały się z twierdzeniami, że zawód leśnika nie jest przez nich lubiany oraz tym, że leśnicy zbyt często występują w telewizji.
12. Za czynniki, które mają największy wpływ na ocenę leśników i Lasów Państwowych Polacy uznali: rozmowy i opinie rodziny oraz przyjaciół i programy telewizyjne prezentujące Lasy Państwowe i leśników. Wynik ten daje podstawę do rozwoju zdalnych kanałów komunikacji ze społeczeństwem. Kierowanie się opiniami rodziny może sugerować również konieczność wzmożenia działań lokalnych przez poszczególne nadleśnictwa.

a. Warto zaznaczyć, że blisko co czwarty Polak nie ma zdania na temat leśników i działalności Lasów Państwowych.
b. Co ciekawe, niemal co piąty badany nadal uważa, że istotny wpływ na ich ocenę mają wypowiedzi znanych i cenionych autorytetów. Być może ich obecność powinna zostać rozważona w kolejnych działaniach promocyjnych organizowanych przez LP.

13. Najsilniejszymi predykatorami, które określono w ramach realizacji niniejszej pracy, w ocenie postaw były:
    a. W ocenie pracy Lasów Państwowych - poziom wiedzy na temat zawodu leśnika, chęć dokonywania zakupów w nadleśnictwach oraz źródła pozyskiwania informacji o zawodzie leśnika. Z kolei najsilniejszym czynnikiem wyjaśniającym postawę jest posiadana wiedza. Otrzymany wynik wprost uzasadnia jeden z głównych wniosków z powyższego badania, dotyczący konieczności zwiększenia działań promocyjnych prowadzonych lokalnie przez nadleśnictwa, ale i inne jednostki organizacyjne LP.
    b. W ocenie postawy wobec leśników - chęć dokonywania zakupów w nadleśnictwach. Uzyskany wynik potwierdza zatem konieczność skierowania działań promocyjnych również na dobra leśne i walory zdrowotne, jakie niesie za sobą spożywanie tych dóbr.
    c. W ocenie działań edukacyjnych prowadzonych przez Lasy Państwowe - wiedza na temat zawodu leśnika. Stąd też naturalnym wydaje się dalsze aktywizowanie leśników w lokalnych przedsięwzięciach, szczególnie tych, które pokazują społeczeństwu ich codzienną pracę.
14. Jednym z istotnych wyników przeprowadzonych badań jest propozycja segmentacji osób odwiedzających lasy z punktu widzenia reprezentowanej postawy wobec Lasów Państwowych i zawodu leśnika. Segmentacja ta pozwala na sformułowanie następujących wniosków:
    a. Większość respondentów została zaklasyfikowana do grup o pozytywnym stosunku do leśników i Lasów Państwowych (81%). Wysoki odsetek osób pozytywnie nastawionych do lasów i leśników wskazuje, że dalsze działania promocyjne są możliwe bez wcześniejszych działań mających na celu poprawę postawy społeczeństwa.
    b. Skupienia charakteryzujące negatywne nastawienie do leśników i Lasów Państwowych, to osoby rzadziej odwiedzające las oraz osoby korzystające z małej

liczby źródeł informacji o lasach i leśnikach (głównie z prasy). Grupa ta posiada również mniejszą wiedzę na temat zawodu leśnika. Wydaje się więc zasadne, aby działania promocyjne skupić na lokalnej ofercie danych nadleśnictw i pokazać, jakie walory zdrowotne niesie za sobą spędzanie aktywnie czasu na terenie lasów.

c. Respondenci z grupy z negatywną postawą wobec lasu i leśników nie różnią się pod względem korzystania z wytworów lasów od osób z pozytywnym nastawieniem. Należy jednak zaznaczyć, że zakupów dokonują głównie w sklepach i jednocześnie wykazują znacznie mniejszą skłonność, od innych respondentów, do dokonywania zakupów w nadleśnictwach. Spowodowane jest to prawdopodobnie brakiem wiedzy dotyczącej oferty edukacyjnej i rekreacyjnej poszczególnych podstawowych jednostek organizacyjnych LP. Taki brak informacji może potęgować przekonane, że LP nie są w stanie zaoferować niczego, co mogłoby zainteresować lokalne społeczności.