

Las i rola współczesnego leśnika widziane oczami społeczeństwa

Małgorzata Krokowska-Paluszak, Patrycja Opalińska, Adrian Łukowski, Agnieszka Błasiak, Anna Wierzbicka, Maciej Skorupski, Jacek Sagan, Arkadiusz Gruchala, Robert Tomusiak

Abstrakt. Las stanowiący przestrzeń publiczną, staje się coraz częściej i coraz chętniej odwiedzany, w celu uprawiania turystyki i rekreacji przez lokalne społeczności. Produkcyjna funkcja lasu musi współistnieć z funkcją społeczną. Badania monitorujące zmiany w postrzeganiu Państwowego Gospodarstwa Leśnego Lasy Państwowe (LP) zlecane przez Centrum Informacyjne Lasów Państwowych (CILP) wskazują na utrzymującą się poprawę wizerunku leśnika, a także na wzrost zaufania do LP. Przeprowadzono badania ankietowe, które miały na celu znalezienie odpowiedzi na pytania: Czy intensywność odwiedzin w lesie wpływa na ocenę pracy leśnika?, Czy respondenci widzą i rozumieją na czy polega praca leśnika?, Jaki jest społeczny odbiór pracy leśnika?, Jak respondenci oceniają odwiedzane przez siebie lasy? Narzędziem badawczym była anonimowa ankieta oparta na pytaniach zamkniętych przeprowadzona na 434 mieszkańcach Polski. Z pracą leśnika nie miało styczności aż 45% pytanych, a 43% nie widziało leśnika przy pracy. Zaskakująco dużo (41%) respondentów nie ma określonej opinii na temat pracy leśnika.

Słowa kluczowe: społeczna funkcja lasu, społeczna ocena pracy leśnika, styczność z pracą leśnika, badania społeczne

Abstract. Forest and the Role of the Modern Forester, Seen Through the Eyes of Society. As a public space, forest is more and more willingly visited by local communities for hiking and recreation. The productive function of the forest must then co-exist with its social function. Each forester is a forest educator. The State Forest Information Centre is continually monitoring changes in the perception of the National Forest Holding LP. Exact reasons for the positive assessment of a forester and his work by the public are worth analysing. We have conducted a survey aimed at finding answers to the following questions: whether the intensity of visits to the forest affects the public assessment of a forester's work, whether the respondents see and understand the job of a forester, what is the public perception of a forester's work and how the respondents assess the visited forests? Our research tool was an anonymous questionnaire based on closed questions conducted on 434 residents of Poland. As many as 45% of the respondents have not come into contact with the job of a forester, and 43% have never seen a forester at work. A surprisingly high percentage of the respondents (41%) do not have a specific opinion on the work of a forester.

Key words: social function of the forest, social evaluation of a forester, contact with the work of a forester, social research

Wstęp

Jakie funkcje pełni las? Zarówno „Polityka Leśna Państwa”, jak i Ustawa o lasach (Dz. U. z 2016 r. poz. 586), mówią o trzech najważniejszych funkcjach lasu: produkcyjnej, ekologicznej oraz społecznej. Z punktu widzenia funkcji produkcyjnej, las to największa ekologiczna „fabryka” na świecie. Jest przede wszystkim źródłem drewna wykorzystywanego jako surowiec budowlany, opałowy (w tym jako biomasa) i papierniczy oraz pozyskania produktów ubocznego użytkowania lasu, czyli tusz zwierzyny łownej, grzybów, owoców leśnych i ziół. Las to także jeden z najważniejszych ekosystemów na Ziemi, które kształtują klimat. Lasy pochłaniają dwutlenek węgla z atmosfery, produkują tlen, wyłapują z powietrza i zatrzymują na liściach oraz w glebie pyły i inne zanieczyszczenia przemysłowe. Umożliwiają życie wielu gatunkom roślin i zwierząt, a także pełnią funkcje wodo i glebochronne. Las to w końcu miejsce, z którego bardzo chętnie wszyscy korzystamy. Znaczenie pozaprodukcyjne lasu coraz bardziej wzrasta. Las jest miejscem wypoczynku, rekreacji, edukacji i o czym warto pamiętać ma walory zdrowotne (Kožuch i in. 2014).

Nadrzędnym celem polityki leśnej państwa jest wskazanie działań kształtujących stosunek człowieka do lasu, które mają zmierzać do wielofunkcyjności lasów oraz ochrony i trwałości ich środowiskotwórczej roli zgodnie z oczekiwaniami społeczeństwa. Należy pamiętać, że każdy las, w każdym miejscu pełni różne funkcje w sposób naturalny, a człowiek gospodarujący w lesie uprzedmiotawia jego wielofunkcyjność (Rykowski 2009). Lasami, które należą do Skarbu Państwa, więc do nas wszystkich, zarządzają leśnicy. Coraz częściej jednak, oprócz bycia gospodarzami i zarządcami danego terenu, stają się także edukatorami. Wielu z nich współtworzy programy edukacyjne bądź też prowadzi zajęcia według własnych scenariuszy na różnych poziomach edukacji. Między innymi dzięki takim przedsięwzięciom leśnicy aktywnie uczestniczą w działaniach zwiększających poziom wiedzy społeczeństwa na temat różnych aspektów gospodarki leśnej, a także na temat swojej pracy (Chrzanowski 2003, Kapuściński 2003, Chrzanowski 2009). Skuteczność takich działań potwierdzają stale badania monitorujące postrzeganie LP, wykonywane corocznie na zlecenie CILP. Po raz kolejny wskazują one na poprawę wizerunku LP. Badania te wykonywane są na reprezentatywnej grupie respondentów (n=1000) w wieku 15 lat i więcej. Według raportu z 2015 roku:

- 83% osób ocenia pozytywnie działalność Lasów Państwowych (81% w 2014 r.),
- pod względem kompetencji pozytywnie ocenia leśników aż 90% badanych,
- jako uczciwych leśników postrzega 87% respondentów – lepiej oceniani są tylko strażacy (Postrzeganie Lasów Państwowych 2015).

Cel badań

Przeprowadzono badania ankietowe, które miały na celu znalezienie odpowiedzi na pytania:

- Jak często respondenci bywają w lesie?
- Czy intensywność odwiedzin w lesie wpływa na ocenę pracy leśnika?
- Czy respondenci mieli styczność z pracą leśnika?
- Jaka jest społeczna ocena pracy leśnika?
- Jak respondenci oceniają odwiedzane przez siebie lasy?
- Czy styczność z pracą leśników wpływa na ocenę odwiedzanych lasów?

Metodyka badań

W badaniach zastosowano metodę ilościową, a narzędziem badawczym była ankieta z pytaniami zamkniętymi. Dobór próby był przypadkowy. Ankieta była przeprowadzona na festynach i piknikach w Warszawie, Poznaniu i Kutnie jesienią 2016 roku wśród osób odwiedzających stoiska wydziałów leśnych (SGGW i UPP). Równolegle została umieszczona w Internecie. Ankieta została przeprowadzona na grupie 434 respondentów. Wśród 434 respondentów przeprowadzono 185 wywiadów bezpośrednich a pozostałe odpowiedzi pochodzą z ankiety skierowanej do internautów. Kwestionariusz zawierał 16 pytań o alternatywie wieloczlonej, a w pięciu przypadkach o alternatywie dwuczłonej. W pracy przedstawiono wyniki badań ankietowych opartych na odpowiedziach respondentów na 5 pytań dotyczących częstotliwości odwiedzin w lesie, rozpoznawalności, styczności i oceny pracy leśnika, oraz oceny odwiedzanych lasów (Gruszczyński 2001, Churchill 2002). Pierwsza część wyników została już opublikowana przez Krokowską-Paluszak i in. (2016). W poniższej analizie wykorzystano 3 pytania o alternatywie wieloczlonej i 2 pytania o alternatywie dwuczłonej. W konstrukcji odpowiedzi na dwa pytania użyto skali Likerta, co pozwoliło na analizę dotyczącą stopnia akceptacji danego poglądu (Szreder 2010). Do analizy zależności między pytaniami wykorzystano współczynnik korelacji rang Spearmana. W pozostałych pytaniach zastosowano test Pearsona (test zgodności χ^2) do porównania odpowiedzi poszczególnych grup ze względu na nierówną liczbę respondentów w poszczególnych grupach społecznych (płeć, wiek, wykształcenie, zamieszkanie). Przyjęto poziom ufności $p=0,05$ (Babbie 2003, Bedyńska i Brzezicka 2007, Silverman 2007).

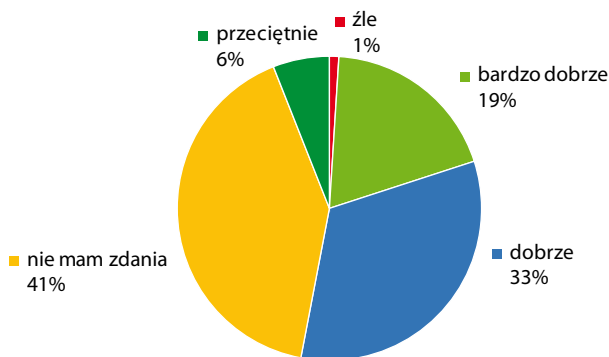
Wyniki badań

W badaniu wzięło udział 259 kobiet (60%) i 175 mężczyzn (40%). Pochodzili oni w 26% ze wsi, w 26% z miast o liczbie mieszkańców poniżej 50 tysięcy, 11% mieszkało w miastach między 50, a 150 tysięcy mieszkańców, a 36% ankietowanych to mieszkańcy miast powyżej 150 tysięcy osób. Grupa badawcza była zróżnicowana pod względem wieku: respondenci poniżej 20 roku życia stanowili 14%, w wieku między 20 a 30 rokiem życia – 34%, między 31 a 45 lat miało 26% respondentów, a 25% badanych była w wieku powyżej 45 lat. Biorąc pod uwagę wykształcenie: 4% badanych miało wykształcenie gimnazjalne, 6% posiadało wykształcenie zawodowe, 44% to respondenci z wykształceniem średnim, a 46% badanych miała wykształcenie wyższe.

Na pytanie: Jak często bywają w lesie? – aż 44% badanych odpowiedziało, że raz na kilka miesięcy, co stanowiło odpowiedź wskazująca na najniższą intensywność odwiedzin w lesie. Zaledwie 16% ankietowanych bywa w lesie kilka razy w tygodniu. Taka sama liczba badanych odwiedza las raz w tygodniu, a 24% respondentów bywa w lesie raz w miesiącu.

W grupie osób bywających w lesie raz na kilka miesięcy zdecydowaną większość, bo 70% stanowią kobiety. Wśród najrzadziej bywających w lesie najwięcej respondentów – 52%, miało wykształcenie średnie. Na częstotliwość odwiedzin w lesie nie miały istotnego statystycznie wpływu wiek, jak i miejsce zamieszkania (tab. 1).

Na pytanie o ocenę wykonywanej przez leśników pracy, najwięcej respondentów, bo aż 41% odpowiedziało – nie mam zdania. Jedynie 1% respondentów źle ocenił tę pracę (ryc. 1).



Ryc. 1. Ocena pracy leśników

Fig. 1. Evaluation of the work of foresters

Tab. 1. Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie: jak często bywają Państwo w lesie?

Table 1. Percentage distribution of answers to the question: How often do you visit the forest?

	Ogół	Płeć:		Wykształcenie			
		Kobieta	Mężczyzna	Podstawowe	Gimnazjalne	Średnie	Wyższe
Kilka razy w tygodniu	69 15,9%	31 12,0%	38 21,7%	3 17,7%	4 14,8%	16 8,4%	46 23,0%
Raz w tygodniu	68 15,7%	31 12,0%	37 21,1%	5 29,4%	4 14,8%	26 13,7%	33 16,5%
Raz w miesiącu	106 24,4%	64 24,7%	42 24,0%	3 17,7%	7 25,9%	49 25,8%	47 23,5%
Raz na kilka miesięcy	191 44,0%	133 51,4%	58 33,1%	6 35,3%	12 44,4%	99 52,1%	74 37,0%
Ogół	434	259	175	17	27	190	200
Chi-kwadrat Pearsona:	p = 0,000*		p = 0,010*				
Współczynnik kontyngencji:	0,208		0,218				

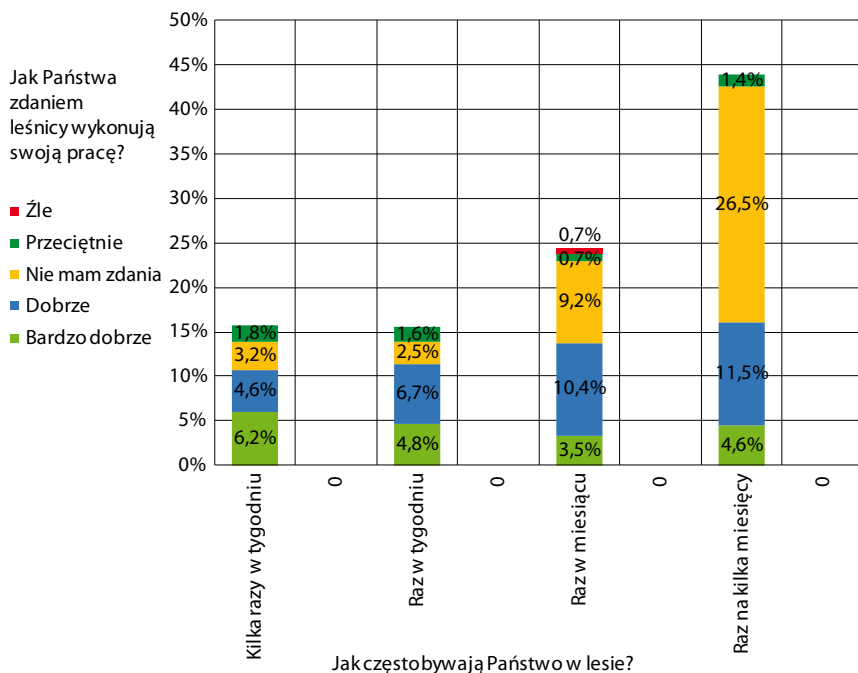
Największą grupę ankietowanych stanowili ci, którzy nie mieli zdania na temat oceny pracy leśnika, wśród nich przeważały kobiety, bo stanowiły aż 63%. Wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania nie wykazały istotnego statystycznie wpływu na ocenę pracy leśnika (tab. 2).

Korelacja między odpowiedziami na pytania „Jak Państwa zdaniem leśnicy wykonują swoją pracę?”, a „Jak często bywają Państwo w lesie?” jest istotna statystycznie ($p=0,000$, $\rho=0,268$). Warto podkreślić jest zależność mówiąca o tym, że ci którzy odwiedzają las raz na kilka miesięcy (26%), nie mają zdania na temat odwiedzanych przez siebie lasów (ryc. 2).

Niemal połowa (49%) ankietowanych dobrze oceniła odwiedzane przez siebie lasy, a 23% badanych oceniła je bardzo dobrze. Jedynie 3% źle oceniła odwiedzane przez siebie lasy (ryc. 3). Ocena lasu przez respondentów nie wykazała istotnych statystycznie różnic dla płci, wieku, wykształcenia, ani miejsca zamieszkania ankietowanych.

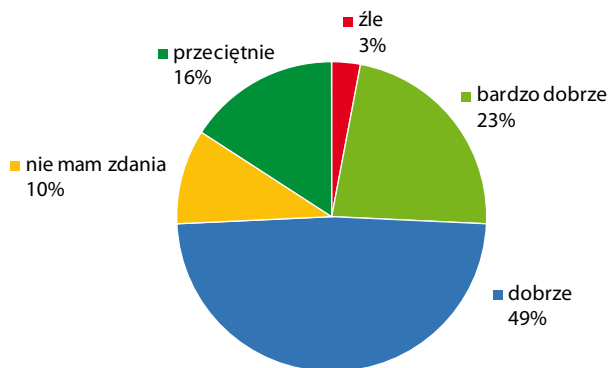
Tab. 2. Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie: jak Państwa zdaniem leśnicy wykonują swoją pracę?
 Table 2. Percentage distribution of answers to the question: How do you think the foresters do their work?

	Ogół	Płeć:	
		Kobieta	Mężczyzna
Bardzo dobrze	83	43	40
	19,1%	16,6%	22,9%
Dobrze	144	79	65
	33,2%	30,5%	37,1%
Nie mam zdania	180	123	57
	41,5%	47,5%	32,6%
Przeciętnie	24	12	12
	5,5%	4,6%	6,9%
Źle	3	2	1
	0,7%	0,8%	0,6%
Ogół	434	259	175
Chi-kwadrat Pearsona:	p = 0,038		
Współczynnik kontyngencji:	0,151		



Ryc. 2. Zależność między pytaniami: „Jak Państwa zdaniem leśnicy wykonują swoją pracę?”, a „Jak często bywają Państwo w lesie?”

Fig. 2. The relationship between the questions: “How do you think the foresters do their work?” and “How often do you visits in the forest?”



Ryc. 3. Ocena odwiedzanych przez respondentów lasów

Fig. 3. Evaluation of forests visited by respondents

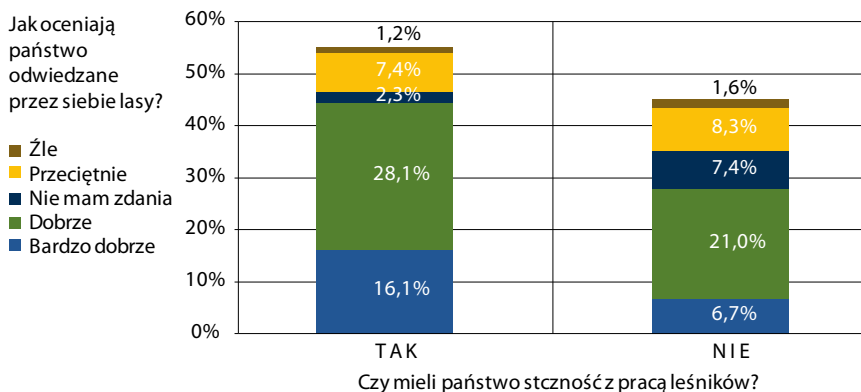
Blisko połowa (45%) pytanym nie miała styczności z pracą leśnika. A 43% nie widziało leśnika przy pracy. W grupie tej przeważały kobiety (71%), byli to respondenci z wykształceniem średnim (52%). Co trzecia osoba mieszkająca w miastach powyżej 150 tysięcy mieszkańców (34%) także nie widziało leśnika przy pracy. Wiek respondentów nie miał istotnego statystycznie wpływu (tab. 3).

Tab. 3. Procentowy rozkład odpowiedzi na pytanie: Czy kiedykolwiek widzieli Państwo leśnika przy pracy?

Table 3. Percentage distribution of answers to the question: Have you ever seen a forester at work?

	Ogół	Płeć:		Wykształcenie				Miejsce zamieszkania			
		Kobieta	Mężczyzna	Podstawowe	Gimnazjalne	Średnie	Wysze	Wieś	Miasto poniżej 50 tysięcy mieszkańców	Miasto między 50 a 150 tysięcy mieszkańców	Miasto powyżej 150 tysięcy mieszkańców
Tak	246	126	120	5	19	91	131	70	62	20	94
	56,7%	48,7%	68,6%	29,4%	70,4%	47,9%	65,5%	60,3%	54,4%	42,6%	59,9%
Nie	187	132	55	12	8	98	69	46	52	26	63
	43,1%	51,0%	31,4%	70,6%	29,6%	51,6%	34,5%	39,7%	45,6%	55,3%	40,1%
Ogół	434	259	175	17	27	190	200	116	114	47	157
Chi-kwadrat Pearsona:	p = 0,000		p = 0,003				p = 0,043				
Współczynnik kontyngencji:	0,195		0,212				0,170				

Zachodzi istotny statystycznie związek między pytaniami „Czy mieli Państwo styczność z pracą leśników.”, a „Jak oceniają Państwo odwiedzane przez siebie lasy?” ($p=0,000$, $\rho=0,216$). 44% badanych mających styczność z pracą leśnika dobrze lub bardzo dobrze oceniło odwiedzane przez siebie lasy. Zaledwie 1% mających styczność z pracą leśnika, źle oceniło odwiedzane przez siebie lasy. 27% badanych nie mających styczności z pracą leśnika oceniło odwiedzane przez siebie lasy dobrze lub bardzo dobrze.



Ryc. 4. Zależność między pytaniami „Czy mieli Państwo styczność z pracą leśników?“, a „Jak oceniają Państwo odwiedzane przez siebie lasy?“

Fig. 4. The relationship between the questions „Have you ever met with the work of foresters?“ and „How do you rate the visited forests?“

Dyskusja i wnioski

Obserwujemy wysoki odsetek osób, które sporadycznie, bo zaledwie raz na kilka miesięcy bywają w lesie (44%). Wynik ten jest zbliżony do danych CILP, które ponadto wskazują, że jest to tendencja stała i pogłębiająca się (Postrzeżenie Lasów Państwowych 2015).

Ponad połowa badanych (52%) pozytywnie ocenia pracę leśników (19% bardzo dobrze i 33% dobrze), natomiast aż 41% badanych nie ma zdania w kwestii oceny pracy leśników. Blisko połowa (45%) respondentów nie miała styczności z pracą leśnika, a 43% nigdy nie widziało leśnika przy pracy. Dodatkowo należy w tej sytuacji zapytać, czy respondenci nie rozpoznają działań, które leśnicy wykonują w ramach zadań służbowych, czy może nie wiedzą na czym polega praca leśnika. Warto zwrócić uwagę, że 26% odwiedzających lasy sporadycznie (raz na kilka miesięcy), nie ma zdania na temat oceny pracy leśnika. Kontakt z pracą leśnika i wiedza na temat pracy wykonywanej przez leśnika wpływa na kształtowanie obrazu leśnika w oczach społeczeństwa. S.H. Britt (1971) podkreśla, że wizerunki są publicznymi stereotypami i gdy stereotyp się ukształtuje, ludzie w większym stopniu działają pod jego wpływem, niż pod wpływem tego, co się za nim kryje. Wizerunek jest obrazem wśród ludzi, którzy się z nim spotykają. Inaczej jest tym, co myślą ludzie (Budzyński 2008), a co za tym idzie jak się wypowiadają na dany temat. Potwierdza to fakt, że 44% respondentów mających styczność z pracą leśnika, dobrze lub bardzo dobrze ocenia odwiedzane przez siebie lasy. Warto, więc zastanowić się, co wpływa na kształtowanie i utrwalanie tego wizerunku. Tym, co umożliwi wywieranie wpływu na postępowanie innych ludzi, poprzez tworzenie określonych norm i wzorców oraz egzekwowanie pewnych wartości jest komunikacja społeczna rozumiana jako proces wytwarzania, przekształcania i przekazywania informacji pomiędzy jednostkami, grupami i organizacjami społecznymi. Celem komunikowania jest stałe i dynamiczne kształtowanie, modyfikacja bądź zmiana wiedzy, postaw i zachowań, w kierunku zgodnym z war-

tościami i interesami oddziałujących na siebie podmiotów (Sobkowiak 1998). Narzędziami komunikacji jest public relations, a jego nierozzerwalną część stanowią media (Rozwadowska 2009). W pierwszej części wyników powyższego badania (Krokowska-Paluszak i in. 2016) stwierdzono, że medium, w których ankietowani najczęściej spotkali się z tematem lasów i leśników okazała się telewizja (35%) i Internet (30%). Media odgrywają istotną rolę w kształtowaniu i jednocześnie upraszczaniu obrazu rzeczywistości (Gackowski 2009). Docierają do szerokiego grona odbiorców, rozprzestrzeniając informacje, a jednocześnie mają zdolność do przyciągania i koncentrowania uwagi opinii publicznej na zagadnieniach, osobach bądź organizacjach, które stały się przedmiotem przekazu medialnego (Dąbrowski 2013).

Podsumowując to jak społeczeństwo ocenia pracę leśników i odwiedzane przez siebie lasy, zależy od szeregu czynników, ale tego, jak się leśnicy ze społeczeństwem komunikują, jak są postrzegani przez odwiedzających lasy, czy ich praca i stała obecność w lesie jest dostrzegalna. Wszystko to kształtuje wizerunek zarówno samych leśników, ale i PGL LP.

Literatura

- Babbie E. 2003. Badania społeczne w praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Bedyńska S., Brzezicka A. 2007. Statystyczny drogowskaz Praktyczny poradnik analizy danych w naukach społecznych na przykładach z psychologii, SWPS Academica, Warszawa.
- Britt S.H. 1971. Psychological Principles of the Corporate Imagery-Mix, Business Horizons, 1.
- Budzyński W. 2008. Public relations strategia i nowe techniki kreowania wizerunku. POLTEX, Warszawa.
- Churchill G. A. 2002. Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Chrzanowski T. 2003. Wytyczne do tworzenia programu edukacji leśnej społeczeństwa w nadleśnictwie. Wyd. CILP, z. 2, Warszawa.
- Chrzanowski T. 2009. Edukacja przyrodniczo-leśna w Lasach Państwowych. W: Dąbrowski T.J. 2013. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku. Marketing i Rynek. Warszawa. Nr. 9.
- Gwiazdowicz D.J. (red.). Edukacja przyrodniczo-leśna. Poradnik. Wyd. PTL, Gołuchów-Poznań: 114-124.
- Gackowski T., Łączyński M. 2009. Metody badania wizerunku w mediach. CeDe-Wu.PL, Warszawa.
- Gruszczyński L.A. 2001. Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Kapuściński R. 2003. Edukacja leśna stan obecny i perspektywy. Wyd. CILP, z.1, Warszawa.
- Kożuch A., Piszczek M., Kuc M. 2014. Znaczenie komunikacji marketingowej Lasów Państwowych i Polskiego Związku Łowieckiego w informowaniu i kształtowaniu postaw społeczeństwa wobec ubocznego użytkownika lasu. SIM CEPL, Rogów, 38 (1): 46-53.
- Krokowska-Paluszak M., Wierzbička A., Skorupski M., Gruchała A. 2016. Przegląd i analiza programów telewizyjnych finansowanych przez PGL Lasy Państwowe – ich rozpoznawalność, oglądalność oraz znaczenie w budowaniu marki własnej PGL Lasy Państwowe oraz kształtowaniu wizerunku leśnika. SIM CEPL, Rogów, 47 (2): 170-176.
- Polityka Leśna Państwa. 1997. Ministerstwo Ochrony Środowiska, Zasobów Naturalnych i Leśnictwa, Warszawa.

- Postrzeżenie Lasów Państwowych. 2015. Raport z badania. Sopot.
- Rozwadowska B. 2009., Public Relations Teoria, Praktyka, Perspektywa. Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa.
- Rykowski K. 2009. Pojęcia i zadania wielofunkcyjnej gospodarki leśnej (<http://www.ibles.pl>).
- Silverman D. 2007. Interpretacja danych jakościowych. Metody analizy rozmowy tekstu i interakcji. Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa.
- Sobkowiak B. 1998. Definicja, cechy i funkcje komunikowania. W: Dobek-Ostrowska B. (red.) Współczesne systemy komunikowania. Wrocław: 10-11.
- Szreder M. 2010. Metody i techniki sondażowych badań opinii. PWE, Warszawa.
- Ustawa z dnia 13 kwietnia 2016 r. o zmianie ustawy o lasach. Dz. U. z 2016 r. poz. 586.

**Małgorzata Krokowska-Paluszak¹, Patrycja Opalińska¹, Adrian Łukowski^{1,2},
Agnieszka Błasiak¹, Anna Wierzbička¹, Maciej Skorupski¹,
Jacek Sagan³, Arkadiusz Gruchala⁴, Robert Tomusiak⁵**

¹Katedra Łowiectwa i Ochrony Lasu, Wydział Leśny,
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu,

²Instytut Dendrologii PAN w Kórniku,

³Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych w Warszawie,

⁴Katedra Urządzania Lasu, Geomatyki i Ekonomiki Leśnictwa,
Wydział Leśny SGGW w Warszawie,

⁵Samodzielna Pracownia Dendrometrii i Nauki o Produkcyjności Lasu,
Wydział Leśny SGGW w Warszawie,
paluszak@up.poznan.pl