

## Preferencje mieszkańców Białegostoku względem leśnych usług rekreacyjnych – potrzeba odmienności krajobrazowej

Białystok inhabitants' preferences concerning forest recreational services  
– the need for landscape diversity

Marcin Smoleński

Institut Nauk Leśnych, Filia Uniwersytetu Łódzkiego w Tomaszowie Mazowieckim,  
ul. Konstytucji 3 Maja 65/67, 97-200 Tomaszów Mazowiecki,

Tel. + 48 44 7252905, e-mail: marcin.smolenski@o2.pl

**Abstract.** This paper deals with the market segmentation of recreational forest services using the concept of “sensation seeking” to describe expectations of town dwellers towards recreation. In this approach, the variable of landscape dissimilarity is evaluated based on the landscape preferences of town dwellers for recreational purposes. The urban agglomeration of Białystok and the Knyszyn Forest (North-Eastern Poland) were chosen as the target for this case study. The results of the research suggest that the potential market of recreational forest services of the urban agglomeration of Białystok includes and provides for about 30% of the inhabitants. The emerging true market of the recreational services of the Knyszyn Forest reaches only about 22% of the inhabitants of Białystok. These market limitations and the characteristics of the forest landscape are unacceptable for outdoor recreation for the majority of town dwellers.

**Keywords:** recreation, forest landscape, sensation seeking, need of variety, town dwellers

### 1. Wstęp

W przyjętym modelu lasu wielofunkcyjnego, obok środowiskowych i ekonomicznych, wyróżnia się funkcje społeczne, wśród których podkreśla się znaczenie lasów dla zdrowia i wypoczynku społeczeństwa. Zarówno w polskiej, jak i w europejskiej tradycji (Matau et al. 2001) przestrzeń leśna traktowana jest jako dobro publiczne, ze wstępem wolnym dla społeczeństwa. W efekcie, stale aktualnym zagadnieniem jest właściwe udostępnienie lasów dla celów rekreacyjnych<sup>1</sup>.

Należy podkreślić, że aktywność rekreacyjna poza domem jest z definicji niewymuszona, oderwana od rozkładu dnia, i służy przyjemności, dlatego też, niezależnie od formy udostępnienia, zagospodarowanie rekreacyjne powinno trafić w oczekiwania odbiorców i prowadzić do uzyskania satysfakcji (przyjemności) z korzystania z leśnych usług rekre-

acyjnych (Horne et al. 2005). W przekroju społeczeństwa preferencje rekreacyjne są silnie zróżnicowane (Giles-Corti, Donovan 2002). Istotą udostępnienia rekreacyjnego jest określenie segmentu docelowego odbiorcy, a konkretnie jego preferencji rekreacyjnych, które powinny stanowić podstawę planowania zagospodarowania rekreacyjnego w lasach<sup>2</sup> (Kotler et al. 2010; Matau et al. 2001). Według Horne i Ovaskainen (za Horne et al. 2005) ocena wartości rekreacyjnej przestrzeni leśnej determinowana jest przez scenierię krajobrazową i różnorodność biologiczną. Dodatkowo, Horne i Ovaskainen (za Horne et al. 2005), w ramach badań nad systemem rekreacyjnym lasów Helsinek, wskazują że odwiedzający mają swoje silne preferencje co do odwiedzanych miejsc i mało są zainteresowani innymi obszarami.

W takim ujęciu, środowisko leśne i dopasowane do preferencji odbiorców zagospodarowanie rekreacyjne wspólnie

<sup>1</sup> Zgodnie z definicją, rekreacja odnosi się do określonej działalności wykonywanej dla przyjemności w czasie wolnym od pracy (Oxford Dictionary). Z definicji w pojęciu rekreacja zawiera się między innymi sport, rozrywka i wypoczynek bierny.

<sup>2</sup> Najprościej zagospodarowanie rekreacyjne można definiować jako funkcjonalnie spójny, przestrzenny system infrastruktury i usług, służący udostępnieniu rekreacyjnemu środowiska geograficznego danego obszaru.

kształtują tzw. „servicescape” – środowisko usług (Liljander, Strandvik 197), w tym przypadku leśnych usług rekreacyjnych. Termin „servicescape” obejmuje atmosferę podczas procesu świadczenia usług, kształtowanego pod patronatem usługodawcy. Pojęcie patronatu rozumiane jest w tym przypadku jako sprawowanie opieki nad klientem (nad odbiorcą leśnych usług rekreacyjnych), służące sterowaniu jego zachowaniami konsumenckimi (jego aktywnością rekreacyjną). Zasadniczo każde środowisko usług jest nacechowane swoistymi emocjami, które wpływają na poziom uzyskanej satysfakcji przez odbiorcę usługi. W efekcie, specyfika zagospodarowania rekreacyjnego w lasach (servicescape) musi być dostosowana do preferencji docelowego segmentu odbiorców leśnych usług rekreacyjnych. W innym przypadku nie będzie wzbudzać pozytywnych emocji, skutkujących satysfakcją odwiedzających las w celach rekreacyjnych (Niininen et al. 2004).

## 2. Potrzeba różnorodności

Emocje towarzyszące rekreacji w lasach wynikają z natężenia odbieranych bodźców zewnętrznych, swoistych dla środowiska leśnego. Jednym z uznanych rysów osobowości (człowieka) jest „poszukiwanie doznań” (z ang. sensation seeking), z którym powiązane jest pojęcie „optymalnego poziomu stymulacji” (z ang. optimal level of stimulation). Zakłada ono, że każda osoba dąży do stanu „optymalnego poziomu stymulacji”, tzn. przy obniżonym poziomie bodźców organizm dąży do zwiększania stanu pobudzenia i odwrotnie, przy zawyżonym poziomie bodźców organizm dąży do obniżenia stanu pobudzenia (Zuckerman et al. 1964). W efekcie, część ludzi do uzyskania „optymalnego poziomu stymulacji” wymaga większego natężenia bodźców i ich różnorodności niż inni (Hanna, Wagle 1988) – każdy z nas posiada własny optymalny poziom bodźców (z ang. optimum level of stimuli).

Poszukiwanie doznań może być analizowane w czterech wymiarach:

Poszukiwanie przygód i grozy (z ang. thrill and adventure seeking). Pragnienie aktywności rekreacyjnej poza domem, związanej z niezwykłymi doznaniem i ryzykiem (np. survival, kolarstwo przełajowe w trudno dostępnym środowisku leśnym itp.).

Poszukiwanie przeżyć (z ang. experience seeking). Pragnienie aktywności rekreacyjnej poza domem w ramach dokonywania niekonwencjonalnych wyborów. W rekreacji odnosi się zwykle do odkrywania „novum” w celu samodoskonalenia (np. poszukiwanie wiedzy nt. zachowań dzikich zwierząt itp.). Czasami aktywność rekreacyjna stanowi przejaw społecznego nonkonformizmu (np. uczestnictwo w happeningach na rzecz ochrony przyrody).

Rozhamowanie (z ang. disinhibition). Podczas rekreacji czasowe odrzucenie norm społecznych, pragnienie aktywności rekreacyjnej „poza kontrolą”, np. „dzikie”, organizowane w grupie znajomych zawody motokrosowe w lesie itp.

Podatność na nudę (z ang. boredom susceptibility). Pragnienie nowej aktywności rekreacyjnej z nieprzewidywal-

nymi efektami. Pragnienie to wynika z braku tolerancji względem monotonii działań w „nudnym” środowisku. Dla jednych las definiowany jest jako krajobraz dynamiczny, dostarczający wiele niejednoznacznych wrażeń, dla innych – jako statyczny i monotony.

Oddziaływanie bodźców przy niewymuszonej aktywności, jaką jest rekreacja poza domem (np. w lasach), prowadzi do przyjemności/satysfakcji dzięki nowości, wieloznaczności i złożoności bodźców zewnętrznych. W spektrum społecznym optymalny poziom pobudzenia (i związany z nim optymalny poziom bodźców) tworzy continuum od poszukiwaczy minimalnych doznań do poszukiwaczy silnych doznań. Można się zatem spodziewać, że dane leśne środowisko rekreacyjne z konkretnymi bodźcami: (1) dla jednych ludzi będzie niesatysfakcjonujące ze względu na za niski poziom bodźców („nuda”); (2) dla innych będzie satysfakcjonujące ze względu na optymalny poziom bodźców („przyjemność”); (3) dla jeszcze innych będzie niesatysfakcjonujące ze względu na za wysoki poziom bodźców („stres”).

W literaturze marketingu usług rozwijany jest zawężony (w stosunku do „poszukiwania doznań”) rys osobowości „potrzeba różnorodności” (z ang. need of variety), służący analizie zachowań konsumentów, a konkretnie analizie czynników wpływających na satysfakcję i lojalność konsumentów (Chen, Paliwoda 2004). Potrzeba różnorodności odnosi się do bodźców towarzyszących nabywaniu i/lub konsumpcji usługi, czyli ściśle wiąże się z pojęciem „servicescape”. Zmienna „potrzeby różnorodności” jest pomocna przy segmentacji rynku (odbiorców usługi) w zakresie od „poszukiwaczy małej różnorodności” (z ang. low-variety seekers) do „poszukiwaczy dużej różnorodności” (z ang. high-variety seekers).

W rekreacji poza domem i w turystyce potrzeba różnorodności rozpatrywana może być w wymiarze natężenia odmienności bodźców zewnętrznych podczas podróży rekreacyjnych/wypoczynkowych (Castro et al. 2007). Krajobraz leśny zdecydowanie różni się bodźcami zmysłowymi od krajobrazu miejskiego – rekreacja w lesie dostarcza nowych, złożonych i wieloznacznie odczuwalnych bodźców.

W niniejszym artykule podjęto próbę segmentacji odbiorców leśnych usług rekreacyjnych pod względem zmiennej – „potrzeby różnorodności” odnośnie do krajobrazu. Jako studium przypadku wybrano aglomerację Białegostoku<sup>3</sup> i otaczające ją obszary leśne, wykorzystywane do rekreacji przez mieszkańców Białegostoku. Szczególnie skupiono się na dużym kompleksie Puszczy Knyszyńskiej, bezpośrednio sąsiadującej od strony północnej i wschodniej z Białymstokiem.

## 3. Próba badawcza

Badania ankietowe przeprowadzono wśród 395 mieszkańców aglomeracji Białegostoku, w ich czasie wolnym od pracy, na terenach rekreacyjnych Białegostoku (m.in. w parkach miejskich). Kwestionariusz ankiety opracowany był przez zespół pracowników Katedry Turystyki i Rekreacji

<sup>3</sup> Tereny miejskie Białegostoku i sąsiadujących miejscowości.

Politechniki Białostockiej, tzw. metodą ekspercką. Pytania w kwestionariuszu zostały przetestowane przez wybraną próbę studentów kierunku turystyka i rekreacja pod kątem ich jednoznacznego zrozumienia i szybkiego kojarzenia z zachowaniami rekreacyjnymi poza domem.

Odpowiedzi, testowanej grupy studentów na pytania z kwestionariusza, zostały przebadane pod kątem możliwości przeprowadzenia analizy preferencji rekreacyjnych poza domem mieszkańców Białegostoku w odmiennych krajobrazach, uwzględniając rys osobowości „poszukiwanie doznań”. Właściwe badania przeprowadzono w sezonie wiosenno-letnim w latach 2009–2010. Ankieterami byli przeszkoleni studenci turystyki i rekreacji Wydziału Zarządzania Politechniki Białostockiej.

Przyjęta próba badawcza, pod względem zmiennych wieku i płci, reprezentowała statystycznie ogół mieszkańców Białegostoku ( $p < 0,05$ ) (tab. 1).

#### 4. Instrument badawczy

Rys osobowości „potrzeba różnorodności”, w celu dostosowania do specyfiki rekreacji poza domem w lesie, został opisany kategorią odmienności krajobrazowej. Zgodnie z tezami Zuckermana (1964, 2005) tę kategorię można analizować w formule continuum od poszukiwaczy małego urozmaicenia do poszukiwaczy dużego urozmaicenia. Przy czym pojęcie urozmaicenia/różnorodności odniesiono do różnic pomiędzy bodźcami związanymi z rekreacją w lesie a bodźcami związanymi z rozkładem dnia w miejscu zamieszkania (w mieście).

#### Odmiana krajobrazu służącego rekreacji

Rekreacja w lesie dla mieszkańców miasta zawsze kojarzy się z odmiennością krajobrazową, tj. ze stymulacją odmiennymi bodźcami zewnętrznymi. Niemniej, krajobraz może stanowić podstawę lub tylko tło dla aktywności rekreacyjnej. W pierwszym przypadku wyróżniki krajobrazu (poprzez swoją nowość, niejednoznaczność i złożoność) dostarczają wysoki poziom bodźców zewnętrznych, w drugim przypadku – niski poziom bodźców zewnętrznych. Continuum potrzeby zmiany krajobrazu do celów rekreacji poza domem zobrazowano siedmioma kategoriami poszukiwaczy różnorodności (I – osoby z bardzo małą potrzebą; II – osoby z małą potrzebą; III – osoby ze średniomałą potrzebą; IV – osoby ze średnią potrzebą; V – osoby ze średniową potrzebą; VI – osoby z dużą potrzebą; VII – osoby z bardzo dużą potrzebą). Do kategorii I przyporządkowano osoby unikające krajobrazów niemiejskich podczas rekreacji. Do kategorii VII zaliczono osoby preferujące niezagospodarowane krajobrazy leśne.

Do przyporządkowania respondentów do konkretnej kategorii posłużyła analiza odpowiedzi na trzy zadane w kwestionariuszu pytania: (1) Jaka jest preferowana forma turystyki? Analiza odpowiedzi w spektrum od turystyki rozrywkowej do turystyki przyrodniczej; (2) Jakie tereny rekreacyjne Białegostoku są najbardziej atrakcyjne? Analiza odpowiedzi

w spektrum od galerii handlowo-usługowych do niezagospodarowanych rekreacyjnie lasów podmiejskich; (3) Jaki jest stosunek do przyrody? Analiza odpowiedzi w spektrum od niechęci do filozofii głębokiej ekologii. To umożliwiło przeprowadzenie dalszej analizy w siedmiostopniowej skali „Deklarowanej potrzeby odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem” (DK).

Po analizie odpowiedzi na kolejne pytanie: (4) Jakie krajobrazy w okolicach Białegostoku wykorzystywane są do rekreacji?, możliwe było zweryfikowanie deklarowanej potrzeby w nowej siedmiostopniowej skali „Realizowanej potrzeby odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem” (RK).

W kolejnym etapie dokonano analizy wykorzystania do celów rekreacji Puszczy Knyszyńskiej przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku. Na podstawie analizy odpowiedzi na cztery kolejne pytania zadane w kwestionariuszu zaszeregowano respondentów w siedmiostopniowej skali „Realizowanej potrzeby odmiany krajobrazowej do celów rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej” (KL). Zadano następujące pytania: (5) Jakie są najbardziej atrakcyjne rekreacyjnie tereny Puszczy Knyszyńskiej?; (6) Jakie tereny Puszczy Knyszyńskiej są wykorzystywane do rekreacji? Analiza odpowiedzi w spektrum od nieleśne tereny miejskie do niezagospodarowane rekreacyjnie tereny leśne; (7) Jakie czynniki decydują o atrakcyjności wskazanych wcześniej terenów rekreacyjnych Puszczy Knyszyńskiej? Analiza odpowiedzi w spektrum od brak zainteresowania krajobrazem leśnym do unikatowości przyrodniczej lasów; (8) Jak często wykorzystywana jest rekreacyjnie Puszcza Knyszyńska? Analiza odpowiedzi w spektrum od nigdy do regularnie w ciągu tygodnia.

Jednocześnie, odpowiedzi na pytania (6) i (7) umożliwiły konstrukcję dziewięciostopniowej skali „Atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu leśnego”: I – brak zainteresowania rekreacyjnego krajobrazem leśnym; II – otwarte tereny rekreacyjne z panoramą leśną, cenione za estetykę krajobrazową; III – otwarte tereny rekreacyjne z panoramą leśną, cenione za odmiennosc krajobrazową; IV – las z rozwiniętym zagospodarowaniem rekreacyjnym, ceniony za estetykę krajobrazu; V – las z rozwiniętym zagospodarowaniem rekreacyjnym, ceniony za unikatowość przyrody; VI – las dostosowany do zwiedzania, ceniony za estetykę krajobrazu; VII – las dostosowany do zwiedzania, ceniony za unikatowość przyrody; VIII – las w formie naturalnej, ceniony za estetykę krajobrazu; IX – las w formie naturalnej, ceniony za unikatowość przyrody.

#### 5. Wyniki

Deklarowaną (DK) i realizowaną (RK) przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku potrzebę odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem oraz realizowaną potrzebę odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL) przedstawia tabela 2. Postrzeganie przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu leśnego Puszczy Knyszyńskiej przedstawia tabela 3.

**Tabela 1. Charakterystyka próby badawczej (N=395)**

Table 1. Socio-demographic characteristics of respondents (N=395)

Cecha Characteristic		Udział wśród ogółu respondentów N=395 Per cent of all respondents N=395 [%]	Udział wśród respondentów odwiedzających rejon Puszczy Knyszyńskiej N = 275 Per cent of visitors of the Knyszyn Forest N = 275 [%]
<b>Wiek</b> Age	16–24 lata / yrs.	26,32	22,55
	25–44 lata / yrs.	42,03	47,64
	45–60 lat / yrs.	20,00	20,36
	ponad 60 lat / above 60 yrs.	11,65	9,45
<b>Płeć</b> Gender	mężczyzna / male	48,86	48,00
	kobieta / female	51,14	52,00
<b>Wykształcenie</b> Educational status	podstawowe / elementary education	11,90	8,73
	zawodowe/średnie / vocational/secondary education	48,86	46,55
	ponadmaturalne/wyższe / college/university education	39,24	44,73
<b>Zatrudnienie</b> Employ- ment status	brak zatrudnienia / unemployment	14,94	13,45
	uczeń/student / educatee/student	38,48	40,73
	wolny zawód / learned profession	6,84	6,91
	pracownik / employee	27,59	24,36
	samozatrudnienie / self-employment	6,84	6,91
	stanowisko kierownicze / manager	5,32	7,64
<b>Status rodzinny</b> Family status	rodzina z dziećmi / family with children	54,94	52,73
	rodzina bezdzietna / childless family	17,72	16,36
	bez założonej rodziny / single person	27,34	30,91
<b>Deklarowany dobrobyt</b> Declared welfare status	powyżej średniej krajowej / above the national average	17,72	20,00
	średnia krajowa / the national average	58,23	59,27
	poniżej średniej krajowej / below the national average	24,05	20,73
<b>Stosunek do przyrody</b> Nature perception	wyznawca głębokiej ekologii / deep ecology	3,80	4,00
	entuzjizm / enthusiasm	22,28	24,73
	sympatia / friendliness	60,25	59,27
	obojętność / indifference	13,67	12,00
	niechęć / antipathy	0,00	0,00
<b>Zamieszkanie</b> Inhabitanace	Białystok	70,63	70,55
	sąsiadujące miejscowości / vicinal places with Białystok	29,37	29,45

Źródło: opracowanie własne

Source: own elaboration

Z przeprowadzonych badań wynika, że do celów rekreacyjnych wśród respondentów, mieszkańców aglomeracji Białegostoku (N = 395):

- 83% wykorzystuje m.in. tereny o krajobrazie leśnym.
- 16% zdecydowanie preferuje krajobrazy leśne.
- 70% wykorzystuje region Puszczy Knyszyńskiej.

**Tabela 2. Deklarowana (DK) i realizowana (RK) przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku potrzeba odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem oraz realizowana potrzeba odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL)**

Table 2. The declared (DK) and the realized (RK) need of landscape variety during outdoors recreation, and the realized (KL) need of landscape variety during recreation in the Knyszyn Forest by inhabitants of the Białystok agglomeration

Charakterystyka potrzeb Need characterization	Udział ogółu respondentów N=395 Per cent of all respondents N=395 [%]	Udział respondentów odwiedzających rejon Puszczy Knyszyńskiej N=275 Per cent of visitors of the Knyszyn Forest N=275 [%]
<b>Bardzo mała potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
Very low need for landscape variety		
DK I	27,59	24,00
RK I	28,10	24,00
KL I	30,37	0,00
<b>Mała potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
Low need for landscape variety		
DK II	2,78	2,55
RK II	6,33	2,55
KL II	32,66	46,90
<b>Średnio mała potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
Below the average need for landscape variety		
DK III	20,76	18,55
RK III	17,72	18,55
KL III	17,22	24,73
<b>Średnia potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
The average need for landscape variety		
DK IV	7,85	9,45
RK IV	7,85	9,45
KL IV	10,13	14,55
<b>Średnio duża potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
Above the average need for landscape variety		
DK V	11,14	14,18
RK V	12,41	14,18
KL V	4,30	6,18
<b>Duża potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
The high need for landscape variety		
DK VI	17,22	18,91
RK VI	17,22	18,91
KL VI	3,29	4,73
<b>Bardzo duża potrzeba zmiany w odniesieniu do krajobrazu</b>		
The very high need for landscape variety		
DK VII	12,66	12,36
RK VII	10,38	12,36
KL VII	2,03	2,91
<b>Potrzeba słabych doznań</b>		
Need of low sensations		
DK I + DK II	30,37	26,55
RK I + RK II	34,43	26,55
KL I + KL II	63,03	46,90

Charakterystyka potrzeb Need characterization	Udział ogółu respondentów N=395 Per cent of all respondents N=395 [%]	Udział respondentów odwiedzających rejon Puszczy Knyszyńskiej N=275 Per cent of visitors of the Knyszyn Forest N=275 [%]
<b>Potrzeba średnich doznań</b> Need of average sensations		
DK III + DK IV + DK V	39,75	42,18
RK III + RK IV + RK V	37,98	42,18
KL III + KL IV + KL V	31,65	45,46
<b>Potrzeba silnych doznań</b> Need of high sensations		
DK VI + DK VII	29,88	31,27
RK VI + RK VII	27,60	31,27
KL VI + KL VII	5,32	7,64

Źródło: opracowanie własne

Source: own elaboration

**Tabela 3. Atrakcyjność rekreacyjna krajobrazu leśnego (AL) Puszczy Knyszyńskiej w ocenie mieszkańców aglomeracji Białegostoku**  
Table 3. Recreational attractiveness of forest landscape (AL) of the Knyszyn Forest, evaluated by inhabitants of the Białystok agglomeration

Kategoria Preference of landscape	Udział ogółu respondentów N=395 Per cent of all respondents N=395 [%]	Udział respondentów odwiedzających rejon Puszczy Knyszyńskiej N=275 Per cent of visitors of the Knyszyn Forest N=275 [%]
<b>Brak zainteresowania rekreacyjnego krajobrazem Puszczy Knyszyńskiej</b> The lack of recreational interest in the Knyszyn Forest landscape	30,38	0,00
<b>Otwarte tereny rekreacyjne z panoramą leśną, cenione za estetykę krajobrazową</b> Recreational sites in the open landscape with forest view, highly esteemed for the scenic landscape	44,81	64,36
<b>Otwarte tereny rekreacyjne z panoramą leśną, cenione za odmienność krajobrazową</b> Recreational sites in the open landscape with forest view, highly esteemed for the variety of landscape	2,53	3,64
<b>Las z rozwiniętym zagospodarowaniem rekreacyjnym, ceniony za estetykę krajobrazu</b> Recreational sites in the forest landscape, highly esteemed for the scenic landscape	10,13	14,55
<b>Las z rozwiniętym zagospodarowaniem rekreacyjnym, ceniony za unikatowość przyrody</b> Recreational sites in the forest landscape, highly esteemed for the uniqueness of nature	4,56	6,55
<b>Las dostosowany do zwiedzania, ceniony za estetykę krajobrazu</b> Recreational paths in the forest landscape, highly esteemed for the scenic landscape	3,54	5,09
<b>Las dostosowany do zwiedzania, ceniony za unikatowość przyrody</b> Recreational paths in the forest landscape, highly esteemed for the uniqueness of nature	1,52	2,18
<b>Las w formie naturalnej, ceniony za estetykę krajobrazu</b> Natural forest without of recreational facilities, highly esteemed for the scenic landscape	1,52	2,18
<b>Las w formie naturalnej, ceniony za unikatowość przyrody</b> Natural forest without of recreational facilities, highly esteemed for the uniqueness of nature	1,01	1,45

Źródło: opracowanie własne

Source: own elaboration

Wśród respondentów, mieszkańców aglomeracji Białegostoku korzystających rekreacyjnie z obszaru Puszczy Knyszyńskiej (N = 275):

- 32% wykorzystuje m.in. wnętrza lasu.
- 68% nie wykorzystuje wnętrza lasu, a jedynie tereny otwarte z panoramą leśną.

Zastosowana regresja prostoliniowa ujawniła związki statystycznie istotne przy poziomie ufności  $p < 0,01$ , między:

- Deklarowaną (DK) i realizowaną (RK) potrzebą odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem (współczynnik korelacji 0,9894).

- Deklarowaną potrzebą odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem (DK) i realizowaną potrzebą odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL) (współczynnik korelacji 0,1560).

- Realizowaną potrzebą odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem (RK) i realizowaną potrzebą odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL) (współczynnik korelacji 0,2091).

- Realizowaną potrzebą odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem (RK) i postrzeganiem atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu leśnego Puszczy Knyszyńskiej (AL) (współczynnik korelacji 0,1636)

- Realizowaną potrzebą odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL) i postrzeganiem atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu leśnego Puszczy Knyszyńskiej (AL) (współczynnik korelacji 0,6669)

Przy analizie zmiennych wieku, płci, statusu rodzinnego, statusu materialnego, wykształcenia, zatrudnienia i deklarowanego stosunku do przyrody regresja prostoliniowa ujawniła następujące stosunkowo słabe, ale statystycznie istotne zależności:

- Deklarowana przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku potrzeba odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem (DK):

- wzrasta wraz z wiekiem respondenta (współczynnik korelacji 0,1383 przy  $p < 0,01$ ),

- wzrasta wraz z poziomem empatii względem przyrody (współczynnik korelacji 0,2023 przy  $p < 0,01$ ),

- wzrasta wraz z wykształceniem respondenta (współczynnik korelacji 0,1236 przy  $p < 0,05$ ).

- Realizowana przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku potrzeba odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem (RK):

- wzrasta wraz z wykształceniem respondenta (współczynnik korelacji 0,1451 przy  $p < 0,01$ ).

- wzrasta wraz z poziomem empatii względem przyrody (współczynnik korelacji 0,2082 przy  $p < 0,01$ ),

- wzrasta wraz z wiekiem respondenta (współczynnik korelacji 0,1293 przy  $p < 0,05$ ).

- Realizowana potrzeba odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL):

- wzrasta wraz z wykształceniem respondenta (współczynnik korelacji 0,1448 przy  $p < 0,01$ ).

- wzrasta wraz z zakresem odpowiedzialności w pracy zawodowej (współczynnik korelacji 0,1427 przy  $p < 0,01$ )

- Postrzeganie atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu leśnego Puszczy Knyszyńskiej (AL):

- wzrasta wraz z wykształceniem respondenta (współczynnik korelacji 0,1830 przy  $p < 0,01$ ),

- wzrasta wraz z zakresem odpowiedzialności w pracy zawodowej (współczynnik korelacji 0,1106 przy  $p < 0,05$ ).

## 6. Dyskusja wyników

Wyniki ujawniły powszechne zainteresowanie mieszkańców aglomeracji Białegostoku terenami otwartymi z panoramą leśną do celów rekreacyjnych poza domem – ponad 80% respondentów korzysta z takich terenów, a 16% zdecydowanie je preferuje.

Zmienna deklarowanej potrzeby odmiany krajobrazowej (DK) przedstawia wśród respondentów rozkład zbliżony do normalnego: około 30% reprezentuje poszukiwaczy słabych doznań, około 40% reprezentuje poszukiwaczy przeciętnych doznań i około 30% reprezentuje poszukiwaczy silnych doznań związanych z odmiennością krajobrazu podczas rekreacji poza domem. Natomiast, zmienna realizowanej potrzeby odmiany krajobrazowej (RK) wykazuje niewielkie przesunięcie rozkładu w kierunku mniejszej potrzeby odmienności krajobrazowej: około 34% reprezentuje poszukiwaczy słabych doznań, około 38% reprezentuje poszukiwaczy przeciętnych doznań i około 28% reprezentuje poszukiwaczy silnych doznań związanych z odmiennością krajobrazu podczas rekreacji poza domem (tab. 2). Te niewielkie różnice ujawnione w rozkładzie zmiennych DK i RK sugerują spełnienie potrzeb mieszkańców Białegostoku w zakresie rekreacyjnego udostępnienia terenów zieleni wysokiej (parków i lasów miejskich) Białegostoku, charakteryzujących się wyraźną odmiennością krajobrazową w stosunku do krajobrazu zurbanizowanego.

Deklarowana (DK) i realizowana (RK) przez mieszkańców aglomeracji Białegostoku potrzeba odmiany krajobrazowej do celów rekreacji poza domem wzrasta wraz z wiekiem, wykształceniem i empatią respondenta względem przyrody. Zgodnie z teorią „poszukiwania doznań” optymalny poziom stymulacji (optymalny poziom bodźców) wzrasta z wiekiem od wczesnego dzieciństwa do wieku młodzieńczego (18–20 lat) i następnie zaczyna się stale obniżać (Zuckerman 2005). W tym przypadku, wzrastająca z wiekiem potrzeba odmiany krajobrazowej wiąże się przede wszystkim z wymiarem „podatności na nudę”, który w przeciwieństwie do innych wymiarów „poszukiwania doznań” utrzymuje się na stałym poziomie przez całe życie. Jednocześnie, słaba wprost proporcjonalna zależność od wieku sugeruje, że wybór krajobrazów leśnych do rekreacji poza domem, dla pewnej części respondentów, stanowi formę ograniczania bodźców z pozostałych wymiarów (poszukiwania przygód i grozy, poszukiwania przeżyć i czasowego odrzucenia norm społecznych). To w pewnym sensie potwierdza utarty stereotyp poszukiwania w krajobrazie leśnym „ciszy i spokoju”. Jednocześnie, wraz z wykształceniem wzrasta poznawczy wymiar odmienności krajobrazowej związany z „poszukiwaniem przeżyć” w otoczeniu przyrody. Związek między potrzebą odmiany krajobrazowej i empatią względem przyrody jest oczywisty

– wybór krajobrazu przyrodniczego do rekreacji jest uwarunkowany światopoglądem respondenta.

Zdecydowanie odmienny rozkład od normalnego przedstawia zmienna realizowanej potrzeby odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL): około 63% reprezentuje poszukiwaczy słabych doznań, około 32% reprezentuje poszukiwaczy przeciętnych doznań i około 5% reprezentuje poszukiwaczy silnych doznań związanych z odmiennością krajobrazu podczas rekreacji poza domem (tab. 2). Wyraźne różnice, ujawnione w rozkładzie zmiennych RK i RL, sugerują, że podczas wyjazdów rekreacyjnych do Puszczy Knyszyńskiej mieszkańcy Białegostoku w niewielkim stopniu powielają swoje zachowania rekreacyjne z obszaru aglomeracji białostockiej (współczynnik korelacji 0,2091 przy poziomie ufności  $p < 0,01$ ). Potwierdza to również słaby statystycznie związek zachodzący między zmiennymi RK i AL (współczynnik korelacji 0,1636 przy poziomie ufności  $p < 0,01$ ). Pomimo iż Puszcza Knyszyńska bezpośrednio przylega do Białegostoku od strony północnej i wschodniej i jest łatwo dostępna komunikacyjnie dla ogółu mieszkańców, to nie jest traktowana przez Białostoczanie jako ich naturalna przestrzeń rekreacyjna, ściśle związana z miejscem zamieszkania. Wyjazdy rekreacyjne do Puszczy Knyszyńskiej traktowane są jako odrębna kategoria rekreacji, która nie jest związana z miejscem zamieszkania. To potwierdza decydujący wpływ otoczenia krajobrazowego na zachowania rekreacyjne – im większa odmienność krajobrazowa tym wyraźniejsza modyfikacja rutynowych zachowań rekreacyjnych.

Postrzeżenie atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu leśnego Puszczy Knyszyńskiej (AL) i realizowana potrzeba odmiany krajobrazowej podczas rekreacji w Puszczy Knyszyńskiej (KL) wzrasta wraz z wykształceniem oraz wraz z zakresem odpowiedzialności w pracy zawodowej respondenta. Te zależności potwierdzają postawione wcześniej tezy. Stres towarzyszący odpowiedzialności związanej z wykonywaną pracą zawodową sprzyja wyborowi krajobrazu leśnego do rekreacji poza domem z obniżonym poziomem bodźców z wymiarów „poszukiwania przygód i grozy”, „poszukiwania przeżyć” i „czasowego odrzucenia norm społecznych”. Jednocześnie wykształcenie sprzyja „poszukiwaniu przeżyć” w wymiarze poznawczym w oparciu o odmiennost krajobrazu leśnego. Uogólniając, wyjazdy rekreacyjne do Puszczy Knyszyńskiej traktowane są jako ucieczka od rutyny dnia codziennego (w tym, rutyny rekreacji w miejscu zamieszkania) i służą albo obniżeniu poziomu stymulacji dla osób zestresowanych pracą zawodową lub podwyższeniu poziomu stymulacji dla osób znudzonych codziennością.

Zdecydowana większość (68%) respondentów, odwiedzających Puszcę Knyszyńską w celach rekreacyjnych, korzysta z terenów o krajobrazie zurbanizowanym lub otwartym z panoramą leśną. 21% respondentów odwiedza tereny leśne Puszczy Knyszyńskiej z rozwiniętym zagospodarowaniem rekreacyjnym (tab. 3). Jedynie 11% respondentów wykorzystuje rekreacyjnie wnętrza lasu Puszczy Knyszyńskiej bez rozwiniętego zagospodarowania rekreacyjnego, a tylko 8% stanowi poszukiwaczy silnych doznań w odniesieniu do od-

mienności krajobrazu leśnego Puszczy Knyszyńskiej (tab. 2, 3). Znakomita większość (86%) respondentów odwiedzających Puszcę Knyszyńską postrzega krajobraz przez prymat doznań estetycznych, unikając niejednoznaczności bodźców związanych ze środowiskiem leśnym. Jedynie 10% respondentów, odwiedzających Puszcę Knyszyńską, docenia krajobraz leśny za jego nowum, złożoność i niejednoznaczność bodźców, tj. za jego unikatowość przyrodniczą (tab. 3). Jednocześnie regresja prostoliniowa nie ujawniła zależności AL i KL od zmiennej empatii względem przyrody. To potwierdza u większości ludzi preferencję krajobrazów otwartych dla celów rekreacji poza domem. Lasy, w zależności od stopnia uproszczenia struktury drzewostanu, reprezentują krajobrazy zamknięte lub półotwarte. Można cechować się dużą empatią względem przyrody, być zagorzałym orędownikiem jej ochrony i jednocześnie, ze względu na rys osobowościowy „poszukiwanie doznań”, unikać rekreacji w zamkniętym krajobrazie leśnym. Te wyniki znajdują potwierdzenie w bogatej literaturze na temat preferencji krajobrazowej mieszkańców miast. Zdecydowanie do celów rekreacyjnych preferowane są krajobrazy otwarte, sceniczne i dynamiczne. Wśród lasów rekreacyjnie preferowane są krajobrazy półotwarte (np. prześwietlone starodrzewy iglaste), pozbawione podszytu, z naturalnymi oknami krajobrazowymi (np. ciekami lub zbiorniki wodne), dynamiczne (np. z odgłosami ptaków), z podstawowym zagospodarowaniem rekreacyjnym (m.in. Panagopoulos 2009; Price 2003; Roovers et al. 2006; Shelby et al. 2005; Tyrväinen et al. 2003).

## 7. Podsumowanie

Przedstawione wyniki badań sugerują, że zdecydowana większość respondentów czuje się niepewnie w warunkach nieznanego sobie krajobrazu zamkniętego – nie akceptuje go do celów rekreacji poza domem. Panorama leśna, jako przestrzeń rekreacyjna, doceniana jest przez zdecydowaną większość mieszkańców aglomeracji Białegostoku (83%). Natomiast wnętrza lasu reprezentujące krajobraz zamknięty, jako przestrzeń rekreacyjna, doceniane jest przez zdecydowaną mniejszość Białostoczanie (22%). Zdecydowana ich większość ocenia odmiennost puszczańską w wymiarze estetycznym (86%), ale tylko 10% docenia odmiennost puszczańską w wymiarze unikatowości przyrodniczej (10%)<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> W tej pracy „aglomeracja Białegostoku” definiuje tereny miejskie Białegostoku i sąsiadujących miejscowości, z około 310 tys. mieszkańcami obszarów miejskich (GUS 2011). Stąd, np. 22% potencjalnych odbiorców oferty rekreacyjnej wnętrza lasu stanowi około 68 tys. osób, tworzących rzeczywisty rynek na leśne usługi rekreacyjne. Przy czym, jeśli uwzględnimy ogólne oddziaływanie lasu na zachowania rekreacyjne mieszkańców miasta, to kształtowanie panoramy na podstawie scenicznych granic leśnych wywiera wpływ na ponad 80% mieszkańców aglomeracji Białegostoku. W efekcie, uwzględnianie wymiaru estetycznego w kształtowaniu rozbudowanych stref ekotonowych granic leśnych jest bardzo ważnym elementem zagospodarowania rekreacyjnego lasów.



Wnętrze lasu, jako złożony ekosystem z nowością i niejednoznacznością bodźców rekreacyjnych, jest doceniane jedynie przez 4% Białostoczan, odwiedzających rekreacyjnie Puszcę Knyszyńską – rekreacja w lesie ma wymiar poznawczy. Można mówić o 4% lojalnych odbiorców oferty edukacyjnej Lasów Państwowych w formie leśnych ścieżek edukacyjnych. Wnętrze lasu, jako krajobraz z estetycznym wymiarem bodźców rekreacyjnych, jest doceniane jedynie przez 7% Białostoczan – rekreacja w lesie ma wymiar relaksacyjny. To dla tych dwóch grup (11%) potencjalnie akceptowalna jest oferta wszystkich szlaków turystycznych i ścieżek edukacyjnych, zlokalizowanych w zamkniętym krajobrazie leśnym Puszczy Knyszyńskiej.

Zagospodarowane rekreacyjnie wnętrze lasu z oknami krajobrazowymi (z udostępnioną panoramą), jako złożony ekosystem z nowością i niejednoznacznością bodźców rekreacyjnych, jest doceniane przez 10% Białostoczan, odwiedzających rekreacyjnie Puszcę Knyszyńską – rekreacja w lesie ma wymiar poznawczy. Zagospodarowane rekreacyjnie wnętrze lasu z oknami krajobrazowymi (z udostępnioną panoramą), jako krajobraz z estetycznym wymiarem bodźców rekreacyjnych, jest doceniane przez 22% Białostoczan, odwiedzających rekreacyjnie Puszcę Knyszyńską – rekreacja w lesie ma wymiar relaksacyjny. To dla tych dwóch grup (32%) potencjalnie akceptowalna jest oferta wszystkich „parków leśnych” w Puszczy Knyszyńskiej (np. Arboretum w Kopnej Górze<sup>5</sup> i obiekt rekreacyjny w Poczopku<sup>6</sup>).

Badania odnoszą się do jednego studium przypadku – aglomeracji Białegostoku. Wyniki opisują preferencje rekreacyjne ludności średniej wielkości miasta (około 300 tys. mieszkańców) sąsiadującego z dużym kompleksem leśnym (około 105 tys. ha). Niemniej, mogą stanowić podstawę analizy rynku na leśne usługi rekreacyjne w innych miastach o podobnej wielkości (100–500 tys. mieszkańców).

## Konflikt interesów

Autor deklaruje brak potencjalnych konfliktów.

## Podziękowania i źródła finansowania

Badania przeprowadzono w ramach pracy statutowej Katedry Turystyki i Rekreacji Politechniki Białostockiej nr S/WZ/4/09.

<sup>5</sup> www.bialystok.lasy.gov.pl/web/suprasl

<sup>6</sup> www.bialystok.lasy.gov.pl/web/krynki

## Literatura

- Chen J., Paliwoda S. 2004. The influence of company name in consumer variety seeking. *Journal of Brand Management* 11(3): 219–232. DOI: 10.1057/palgrave.bm.2540168.
- Castro C.B., Enrique E. M Ruiz D.M. 2007. The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behavior. *Tourism Management* 28(1): 175–187. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.11.013.
- Giles-Corti B., Donovan R.J. 2002. The relative influence of individual, social and physical environment determinants of physical activity. *Social Science & Medicine* 54(12): 1793–1812. DOI: 10.1016/S0277-9536(01)00150-2.
- Hanna N., Wagle J. 1988. Who is your satisfied customer. *The Journal of Services Marketing* 2(3): 5–13. DOI: 10.1108/eb024728.
- Horne P., Boxall P.C., Adamowicz W.L. 2005. Multiple-use management of forest recreation sites: a spatially explicit choice experiment. *Forest Ecology and Management* 207(1-2): 189–199. DOI: 10.1016/j.foreco.2004.10.026.
- Kotler P., Bowen J.T., Makens J.C. 2010. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Fifth Edition. Pearson, Upper Saddle River, New Jersey. ISBN 9780132453134.
- Liljander V., Strandvik T. 1997. Emotions in service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management* 8(2): 148–69. DOI: 10.1108/09564239710166272.
- Matau U. (ed.), Merlo M., Sekot W., Welcker B. 2001. *Recreational and Environmental Markets for Forest Enterprises: A New Approach Towards Marketability of Public Goods*. CABI Publishing, Wallingford, Oxon. DOI: 10.1079/9780851994802.0000.
- Niininen O., Szivas E., Riley M. 2004. Destination loyalty and repeat behavior: An application of optimum stimulation measurement. *International Journal of Tourism Research* 6(6): 439–447. DOI: 10.1002/jtr.511.
- Panagopoulos T. 2009. Commentary. Linking forestry, sustainability and aesthetics. *Ecological Economics* 68(10): 2485–2489. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2009.05.006.
- Price C. 2003. Quantifying the aesthetic benefits of urban forestry. *Urban Forestry and Urban Greening* 1(3): 123–133. DOI: 10.1078/1618-8667-00013.
- Roovers P., Dumont B., Gulinck H., Hermy M. 2006. Recreationists' perceived obstruction of field and shrub layer vegetation. *Urban Forestry and Urban Greening* 4(2): 47–53. DOI: 10.1016/j.ufug.2005.09.001.
- Shelby B., Thompson J. R., Brunson M., Johnson R. 2005. A decade of recreation ratings for six silviculture treatments in Western Oregon. *Journal of Environmental Management* 75(3): 239–246. DOI: 10.1016/j.jenvman.2004.12.004.
- Tyrväinen L., Silvennoinen H., Kolehmainen O. 2003. Ecological and aesthetic values in urban forest management. *Urban Forestry and Urban Greening* 1(3): 135–149. DOI: 10.1078/1618-8667-00014.
- Zuckerman M. 2005. *Psychobiology of Personality*. Cambridge University Press, Cambridge. DOI: 10.1017/cbo9780511813733.
- Zuckerman M., Kolin E.A., Price L., Zoob I. 1964. Development of a Sensation-Seeking Scale. *Journal of Consulting Psychology* 28(6): 477–482. DOI: 10.1037/h0040995.