

Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka

Wpływ sieci społecznych na aktywność rekreacyjną na przykładzie odwiedzających toruńską Barbarkę

Ekonomiczne Problemy Usług nr 84, 33-42

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ELŻBIETA GRZELAK-KOSTULSKA

BEATA HOŁOWIECKA

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

**WPLYW SIECI SPOŁECZNYCH NA AKTYWNOŚĆ
REKREACYJNĄ NA PRZYKŁADZIE ODWIEDZAJĄCYCH
TORUŃSKĄ BARBARKE**

Wprowadzenie

Postawy i zachowania nabywcze, również te związane z aktywnością turystyczną i rekreacją, stanowią problem trudny do jednoznacznego opisanego i wyjaśnienia. Dzieje się tak na skutek złożoności i nakładania się licznych czynników kształtujących zarówno potrzeby decydujące o motywacjach, jak i możliwości i ograniczenia ich realizacji. Obok wielu zewnętrznych uwarunkowań szeroko rozumianej aktywności turystycznej i rekreacyjnej coraz większe znaczenie zyskują aspekty społeczne i psychologiczne¹. Ze względu na swoją specyfikę – przede wszystkim niematerialny i bardzo zindywidualizowany charakter – znacznie trudniej oszacować ich wpływ na postawy i zachowania nabywcze. Niezależnie jednak od pojawiających się w tym zakresie obiektywnych trudności, zarówno bezpośredniej obserwacji i pomiaru oraz interpretacji uzyskanych wyników, ich ranga jest niepodważalna. W publikacjach na ten temat

¹ A. Niezgoda, P. Zmysłony, *Popyt turystyczny: uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. AE, Poznań 2006, s. 70; A. Niezgoda, *Czynniki wpływające na postępowanie nabywców usług turystycznych*, „Rynek Turystyczny” 1999, nr 15–16, s. 14–15.

można odnaleźć wiele interesujących rozważań oraz teoretycznych propozycji wyjaśniania społecznych i psychologicznych aspektów zachowań².

Celem niniejszej analizy jest poszerzenie wiedzy na temat społecznych czynników decydujących o zachowaniach rekreacyjnych. W podjętym badaniu autorki zdecydowały się spojrzeć na problem zachowań rekreacyjnych z perspektywy teorii sieci społecznych. Jak wiadomo działają one na wielu poziomach, tworząc „ustrukturyzowany zbiór relacji społecznych między jednostkami”³. Relacje te mogą mieć różny charakter poczynając od bardzo silnych kształtujących się w gronie rodziny czy przyjaciół, po słabsze więzi społeczne. Teoria sieci społecznych z dużym powodzeniem stosowana jest do opisu i interpretacji współczesnych migracji. Wartość omawianej koncepcji wynika z faktu, że sieci społeczne w istotnym stopniu kształtują wielkość i dynamikę przepływów oraz wpływają na ich kierunki⁴. Stanowią przy tym ważny kanał dystrybucji informacji branych pod uwagę w procesie decyzyjnym, który poprzedza przemieszczenie. Jeśli uwzględnić specyfikę turystyki (w tym rekreacji w strefach podmiejskich), której istotą są przepływy ludności w przestrzeni, zasadna wydaje się próba przeniesienia koncepcji sieci społecznych na grunt tej dyscypliny. Dlatego przyjęto, że zaprezentowana w dużym skrócie teoria może dać nowe możliwości interpretacji zachowań związanych z aktywnością turystyczną i rekreacyjną.

W toku kompleksowych badań prowadzonych w strefie rekreacyjnej Torunia zwrócono uwagę na korzystające z niej grupy w kontekście łączących je relacji społecznych. Skłoniło to do postawienia tezy mówiącej o tym, że otoczenie społeczne, na które składa się nie tylko najbliższa rodzina, ma (obok innych udowodnionych) istotny wpływ na zachowania rekreacyjne konsumenta. W ramach sieci dokonuje się przepływ informacji na temat miejsc i możliwości

² L. Nowak, *Pozaeconomiczne determinanty zachowań nabywców*, Wyd. AE, Poznań 1995; H. Szulce, *Wpływ czynników ekonomiczno-społecznych na zachowania konsumentów*, w: *Rozwój usług turystycznych u progu XXI wieku*, red. G. Gołębski, Wyd. AE, Wrocław 1999; A. Niezgodą, *Rola motywacji w turystyce*, „Rynek Turystyczny” 1999, nr 13–14, s. 16–17; A. Niezgodą, *Społeczne determinanty popytu turystycznego*, „Problemy Turystyki” 2003, nr 1/4, s. 49–59; A. Niezgodą, *Społeczne i psychologiczne aspekty trendów w popycie turystycznym*, „Prac. Nauk. AE we Wrocławiu” 2003, z. 1000, s. 231–240; P.L. Pearce, *Tourist behaviour: themes and conceptual schemes*, Channel View Publications, Clevedon 2005, s. 241.

³ D. Gurak, F. Cases, *Migration networks and the shaping of migration systems*, w: „International Migration Systems: A Global Approach”, red. M. Kritz, L. Lim, H. Zlotnik, Clarendon Press, Oxford 1992.

⁴ J. Arango, *Explaining migration: a critical view*, Blackwell Publishers 2000, UNESCO.

spędzania wolnego czasu. Sieć może zatem stymulować aktywność rekreacyjną i decydować o jej charakterze.

Aby znaleźć odpowiedź na pytanie, jakie relacje (rodzinne, towarzyskie) zachodzą wśród badanej ludności, ustalono, w jakich grupach respondenci najczęściej spędzają czas wolny w strefie rekreacyjnej. Podzielono ich na kategorie, co pozwoliło oddzielić wyjazdy indywidualne oraz te, które odbywają się w wąskim gronie najbliższej rodziny, od pozostałych. Przyjęto bowiem, że w obrębie ostatniej wymienionej grupy może się zaznaczyć poszukiwany aspekt wpływu sieci społecznych na zachowania rekreacyjne. Za istotny przejaw tego zjawiska potwierdzający przyjętą tezę uznano sam fakt dobrowolnego uczestniczenia w wyjazdach rekreacyjnych w grupie szerszej niż najbliższa rodzina.

Próbując zweryfikować założenie, że sieci społeczne są odpowiedzialne za wielkość przepływów (stymulują napływ w danym kierunku i wpływają na jego ewentualną zmianę), sprawdzono, jaka jest ich rola w przekazywaniu informacji. Dyfuzja informacji jest bowiem traktowana jako jeden z istotniejszych efektów działania sieci. Uzyskiwana w ten sposób wiedza ma większe znaczenie przy podejmowaniu różnych decyzji niż pochodząca z innych źródeł. W tym celu zapytano respondentów m.in. o to, skąd dowiedzieli się o istnieniu Barbarki jako strefy rekreacyjnej.

1. Metodyka i charakterystyka obszaru badań

Prezentowane poniżej wyniki stanowią tylko fragment szerszych badań prowadzonych w toruńskiej Barbarce. Warto w tym miejscu dokonać krótkiej charakterystyki tego obszaru. Barbarka stanowi fragment większego kompleksu leśnego położonego w północno-wschodniej części miasta. Pomimo tego, że od 1951 roku znajduje się ona w granicach administracyjnych Torunia, stanowiąc część dzielnicy Wrzosa, jest wyraźnie odizolowana od obszaru zabudowy miejskiej – leży w odległości ok. 3 km od najbliższych osiedli mieszkaniowych oraz ok. 13 km od centrum miasta. Ze względu na znaczne oddalenie zdecydowana większość odwiedzających to miejsce korzysta z różnych środków transportu, znacznie rzadziej przybywa tu pieszo. Miejsce to cechuje słaba dostępność, jeśli chodzi o komunikację miejską. Prowadzi tu jedna linia autobusowa, a stałe bezpośrednie połączenie obsługiwane jest tylko w weekendy w okresie od maja do końca października. Zdecydowana większość mieszkańców Torunia ma zatem

ograniczone możliwości bezpośredniego, a co za tym idzie łatwego i taniego dojazdu środkami komunikacji miejskiej. Z tego powodu znaczna część wypoczywających na Barbarce wykorzystuje w tym celu własny samochód, przy czym pewien problem stanowić może zbyt mała liczba miejsc parkingowych. Wyżej należy ocenić rozwój infrastruktury służącej aktywności fizycznej: obszar posiada liczne trasy rowerowe, ponadto w 2011 roku otwarto ścieżkę rowerową łączącą Barbarkę z miastem, stwarzając rowerzystom możliwość bezpiecznego dotarcia w to miejsce.

Obszar ten pełnił funkcję rekreacyjną już na przełomie XIX i XX wieku, przy czym wyraźny wzrost popularności odnotowano w okresie międzywojennym. Po II wojnie światowej funkcja ta została na długi czas zapomniana, bowiem miejsce to kojarzono przede wszystkim jako cmentarz ofiar terroru hitlerowskiego. Dopiero na początku stycznia 2004 roku na mocy umowy zawartej pomiędzy Toruńskim Stowarzyszeniem Ekologicznym „Tilia” a Prezydentem Miasta Torunia powołano do życia Szkołę Leśną na Barbarce. Od tego czasu teren Osady Leśnej ulega ciągłym przeobrażeniom. Obecnie stanowi kompleks składający się z budynków o funkcji handlowej, noclegowej, edukacyjnej i rekreacyjnej, a także rozbudowanego placu zabaw wraz z towarzyszącymi mu miejscami do siedzenia na świeżym powietrzu, pełniącymi rolę kawiarni oraz polany górnej (miejsce organizacji pikników rodzinnych) i polany dolnej będącej placem do gier zespołowych i przedsięwzięć plenerowych. W kwietniu 2008 roku zainstalowano tu park linowy. Należy podkreślić, że oferta turystyczno-rekreacyjna Barbarki jest bardzo szeroka – łącząc walory edukacyjne z wypoczynkiem, daje możliwość spędzania wolnego czasu zarówno w sposób aktywny (trasy rowerowe, ścieżki ekologiczne) lub pasywny (np. odpoczynek przy kawie i lodach). Wszystko to sprawia, że zainteresowanie tym miejscem ze strony mieszkańców Torunia stale rośnie.

Adekwatną do charakteru problemu metodykę badań stanowiły wywiady kwestionariuszowe. Zbierając opinie respondentów, posłużono się metodą badania ankietowego w technice PAPI – *Paper and Pencil Interview*. Wywiady kwestionariuszowe przeprowadzono w opisaną powyżej strefie rekreacyjnej Torunia, którą wytypowano jako poligon badawczy. Formularz ankiety skonstruowano w klasyczny sposób, posługując się w przeważającej większości pytaniami zamkniętymi z zastosowaniem skali dychotomicznej, nominalnej i zmodyfikowanej wersji skali Likerta. Ankietyzację prowadziło kilkunastu przeszkolonych ankietów realizujących zadanie od początku maja do końca

czerwca 2010 roku. Badanie właściwe poprzedził pilotaż, który wskazał na konieczność przebudowania w dwóch przypadkach skali nominalnej.

W badaniu, stosując schemat doboru nielosowego, zdecydowano się na dobór oparty na dostępności badanych. Należy zaznaczyć, że brak możliwości oszacowania liczebności populacji odwiedzających Barbarkę utrudnił określenie wielkości próby. Liczba przeprowadzonych wywiadów kwestionariuszowych była uzależniona od możliwości pozyskania respondentów.

Łącznie wykonano około 700 ankiet, a po ich weryfikacji z 668 ankiet zbudowano bazę danych w programie PASW Statistics, której zawartość poddano dalszej analizie statystycznej. Przebadana próba nie ma w sensie statystycznym reprezentatywnego charakteru, wydaje się jednak, że znaczna liczba zebranych opinii daje możliwość ostrożnego wnioskowania i uogólniania wyników.

2. Sieci społeczne a preferencje w zakresie sposobu spędzania czasu wolnego

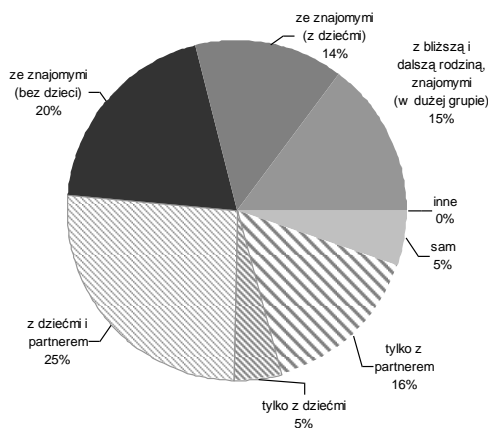
Przystępując do badania wpływu więzi społecznych na aktywność turystyczną, warto na wstępie wskazać uwarunkowania, które sprzyjają tworzeniu i utrzymywaniu bliskich relacji między członkami danej społeczności (rodziny, grupy społecznej). Do czynników takich należy zaliczyć: aktywność zawodową, posiadanie dzieci, rozwój zainteresowań i realizację swoich pasji w różnego rodzaju organizacjach, stowarzyszeniach czy nieformalnych grupach. Ważną rolę w kształtowaniu ogólnej aktywności (w tym również w zakresie rekreacji i turystyki) odgrywa wysokość uzyskiwanego dochodu. Pomimo tego, że ograniczenia finansowe nie są czynnikiem wykluczającym możliwość dużej aktywności, to swoboda wynikająca z dobrej sytuacji materialnej jest z pewnością okolicznością sprzyjającą większej aktywności w zachowaniach rekreacyjnych. W odniesieniu do konkretnego przykładu Osady Leśnej Barbarka kwestie te wydają się szczególnie ważne ze względu na jej położenie w stosunku do obszaru zabudowanego (obszarów rezydencjalnych) i znaczne utrudnienia w korzystaniu z tego kompleksu dla osób niedysponujących własnym środkiem transportu.

Wśród odwiedzających Barbarkę dominują osoby z wykształceniem wyższym (53%) dobrze sytuowane materialnie (49% uzyskuje dochody powyżej

2000 złotych na 1 osobę w gospodarstwie domowym). Te zaskakujące na pierwszy rzut oka wyniki łatwo wyjaśnić, uwzględniając fakt, że to ludzie wykształceni są bardziej świadomi znaczenia wypoczynku w życiu człowieka. Przekłada się to na potrzebę aktywnego spędzania czasu wolnego w naturalnym otoczeniu, które sprzyja dbałości o zdrowie. Relatywnie dobra sytuacja materialna jest dodatkowym czynnikiem ułatwiającym poszukiwanie atrakcyjnych miejsc wypoczynku nie tylko w okresie urlopu, ale również weekendowego i codziennego (po pracy lub szkole).

Istotny wpływ na wybór miejsca wypoczynku i rekreacji mają indywidualne preferencje dotyczące sposobu spędzania wolnego czasu (w tym przypadku poza urlopem czy wakacjami). Jak wykazała analiza, zdecydowana większość ankietowanych stara się aktywnie spędzać swój czas wolny: 17% chodzi na spacerunki lub rajdy, prawie 15% wyjeżdża poza miasto, 12% deklaruje, że dba o kondycję fizyczną lub uprawia sport. Wśród odwiedzających Barbarkę znalazły się również osoby, które lubią odpoczywać we własnym domu (ok. 11%). Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że najczęściej wybierano odpowiedź: „spędzam czas ze znajomymi” (19%), akcentując przede wszystkim to, „w jakim towarzystwie”, a nie „gdzie” lub „w jaki sposób”, co wskazuje na istotną rolę grup społecznych w kształtowaniu indywidualnych zachowań i decyzji nabywczych.

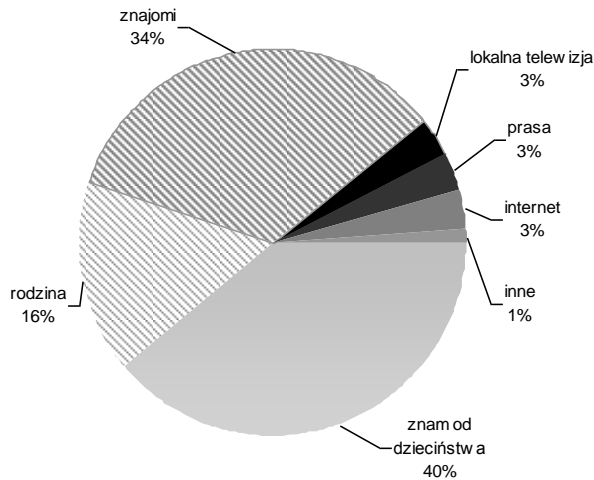
Powyższe spostrzeżenie potwierdziła analiza odpowiedzi na pytanie: „Z kim odwiedza Pan/Pani Barbarkę?”. Jak wskazują zebrane dane, 46% badanych realizowało swoje wyjazdy w gronie najbliższej rodziny: z partnerem (16%), z dziećmi (5%) lub całą rodziną (z partnerem i dziećmi 25%). Z kolei towarzystwo znajomych wskazało jeszcze więcej, bo 49% ankietowanych. W tej grupie swój czas wolny ze znajomymi, ale bez dzieci spędza 20% badanych, ze znajomymi i z dziećmi – 14% oraz w większej grupie (z bliższą i dalszą rodziną i znajomymi) – 15% (rysunek 1).



Rys. 1. Skład grupy społecznej, w ramach której respondenci realizowali wyjazdy do Osady Leśnej Barbarka

Źródło: opracowanie własne.

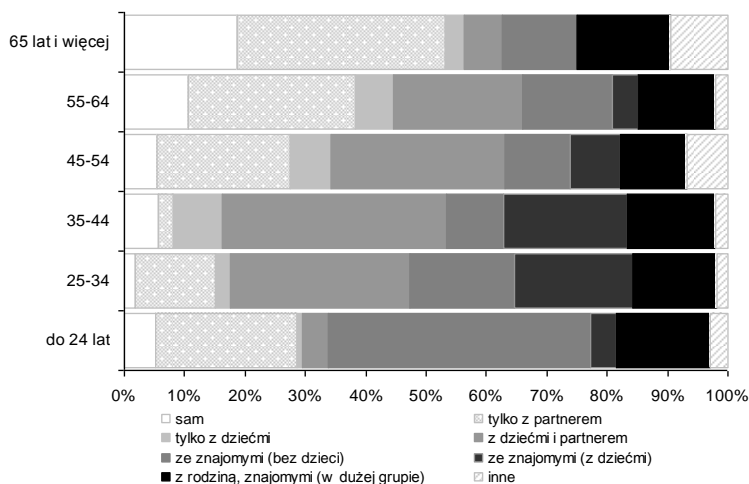
Znaczenie więzi społecznych w przepływie informacji, a tym samym w kształtowaniu zachowań rekreacyjnych, potwierdzono poprzez zbadanie skąd/od kogo respondenci po raz pierwszy usłyszeli o Barbarce oraz z jakiego źródła uzyskują aktualne informacje dotyczące m.in. organizowanych tu imprez. W pierwszym przypadku największą grupę stanowią osoby mieszkające w Toruniu i znające Barbarkę od dzieciństwa (40%). Kolejną kategorią są respondenci, którzy po raz pierwszy usłyszeli o Barbarce od znajomych (34%) oraz od członka rodziny (16%). Pozostałe źródła informacji, takie jak: telewizja, prasa, Internet, wskazywane były przez bardzo niewielką liczbę osób (ok. 3% respondentów) (rysunek 2). Dużo większe jest znaczenie mediów (zarówno tradycyjnych, jak i Internetu) w zakresie informowania o aktualnej ofercie i organizowanych imprezach. Tylko co czwarty ankietowany uzyskał tego typu wiedzę od członków swojej rodziny lub znajomych.



Rys. 2. Źródła informacji, z których respondenci dowiedzieli się o istnieniu Osady Leśnej Barbarka

Źródło: opracowanie własne.

Preferencje dotyczące sposobu spędzania wolnego czasu (uwzględniając również wielkość i skład grupy) w dużej mierze uzależnione są od cech społeczno-demograficznych, takich jak: wiek, stan cywilny, wykształcenie i aktywność zawodowa. W gronie ankietowanych wypoczywających na Barbarce z rodziną dominowały osoby w wieku 25–34 lat oraz 35–44 lat (łącznie ponad 80%), przeważnie aktywne zawodowo i dobrze wykształcone. Podobną strukturę wieku stwierdzono w odniesieniu do grupy przebywającej na Barbarce w towarzystwie znajomych z dziećmi. A zatem faza cyklu rodziny w znacznym stopniu decyduje o składzie grupy, w ramach której zaspokajane są potrzeby wypoczynku weekendowego i codziennego. Analiza pozostałych danych pozwala na potwierdzenie tego spostrzeżenia (rysunek 3). Wśród spędzających czas wolny w towarzystwie znajomych bez dzieci zdecydowanie najczęściej było osób młodych do 24 lat (ponad 40%). W grupie osób dojrzałych (powyżej 44 lat) wraz z wiekiem wyraźnie wzrasta odsetek przyjeżdżających do Leśnej Osady tylko w towarzystwie partnera lub indywidualnie.



Rys. 3. Wiek a skład grupy społecznej, w której ankietowani spędzali czas wolny

Źródło: opracowanie własne.

Uwagi końcowe

Reasumując uzyskane wyniki, należy podkreślić, że teoria sieci społecznych wydaje się być interesującą i właściwą płaszczyzną odniesienia w badaniach postaw i zachowań dotyczących realizacji potrzeby wypoczynku i rekreacji. Jak udowodniono, sieci społeczne kształtują aktywność w tym zakresie i jej charakter. Empirycznie potwierdzono, że znaczny odsetek respondentów spędza wolny czas nie tylko w kręgu najbliższej rodziny, ale także w grupie znajomych i dalszej rodziny. Udział obu tych kategorii jest prawie taki sam (odpowiednio 46% i 49%). Znaczenie roli sieci społecznych w przekazywaniu informacji (a tym samym w kształtowaniu skali i kierunku przemieszczeń ludności) zweryfikowano, szukając odpowiedzi na pytanie: skąd respondenci czerpią wiedzę o strefie rekreacyjnej. Po wyłączeniu kategorii osób odwiedzających opisywane miejsce od dzieciństwa okazało się, że otoczenie społeczne jest głównym kanałem dystrybucji tej informacji.

Prezentowane w artykule wyniki warto zamknąć kilkoma spostrzeżeniami, które otwierają pole do dalszych badań nad kwestią znaczenia powiązań sieciowych i wpływem czynników społecznych i psychologicznych na zachowania konsumentów.

W toku obserwacji terenowych wydzielono kilka odrębnych kategorii osób korzystających z atrakcji omawianego obszaru rekreacyjnego. Pierwszą z nich są rodziny z dziećmi, wśród których pewną podgrupę stanowią rodziny powiązane wzajemnie relacjami towarzyskimi z innymi osobami i rodzinami, co wskazuje, że posiadanie dzieci i konieczność opieki nad nimi może być okolicznością sprzyjającą kształtowaniu się relacji społecznych, a nie tylko – jakby się mogło wydawać – czynnikiem ograniczającym możliwości swobodnego decydowania o sposobie spędzania czasu wolnego.

Druga wyróżniająca się kategoria to osoby odwiedzające Barbarkę bez dzieci (około 40% respondentów). W tym przypadku wyraźnie zaznacza się podgrupa młodych osób wypoczywających wraz ze znajomymi – około 75% z nich ma poniżej 35 lat. Statystycznie niezbyt liczną, jednak interesującą ze względu na obserwowane w rekreacji trendy jest podgrupa seniorów, którzy odwiedzają strefę rekreacyjną w sposób zorganizowany. Są to osoby w starszym wieku zrzeszone w organizacjach promujących aktywność turystyczną seniorów.

Powyższe spostrzeżenia wydają się raz jeszcze potwierdzać rolę środowiska społecznego w zachowaniach rekreantów i skłaniać ku dalszym badaniom w tym kierunku.

THE IMPORTANCE OF SOCIAL NETWORKS IN RECREATION ON THE BASIS OF STUDIES OF TOURISTS VISITING BARBARKA NEAR TORUN, POLAND

Summary

The aim of the presented studies was enriching our knowledge in relation to social factors determining leisure activities. From the perspective of recreation, the importance of social networks became a central issue. The analysis of data was based on questionnaires, which attempted to discover the amount and intensity of various social relations existing between tourists. The results confirmed the thesis which claimed that the choice of leisure time activities depends on social networks to a large extent. Networking stimulates recreation and determines the selection of particular activities, besides providing a channel for exchanging information.

Translated by Mikołaj Sobociński