FOLIA POMERANAE UNIVERSITATIS TECHNOLOGIAE STETINENSIS
Folia Pomer. Univ. Technol. Stetin. 2011, Oeconomica 288 (64), 153–164

Iwona Połucha, Abdalla Omer Elkhatib

ZNACZENIE KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ W PROJEKTOWANIU PRZESTRZENI OGRODOWEJ NA POTRZEBY TURYSTYKI WIEJSKIEJ

THE IMPORTANCE OF SOCIAL COMMUNICATION IN THE DESIGN OF GARDEN SPACE FOR RURAL TOURISM

Katedra Architektury Krajobrazu i Agroturystyki, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ul. Prawocheńskiego 17, 10-727 Olsztyn, e-mail: i.polucha@uwm.edu.pl; abdul@uwm.edu.pl

Summary. Design of garden space around tourism facilities in rural areas requires recognition of the needs and expectations of future users. The article presents the issues of communication skills and the exchange of information needed in the design work. Conversations and interviews with owners of rural tourist enterprises, and opinion polls of their guests allow to clarify the guidelines necessary to create of the design concept. The article contains the results of the survey participants of rural tourism development for the green areas at rural tourist facilities in Pawlowo and Linowo, villiages situated in Warmia and Mazury region. The obtained data are important guidelines to shape the garden space.

Słowa kluczowe: komunikacja społeczna, koncepcja, projektant, przestrzeń ogrodowa, sondaż, turystyka wiejska.
Key words: design concept, designer, social communication, space of garden, survey, rural tourism.

KOMUNIKACJA SPOŁECZNA W PROJEKTOWANIU OGRODÓW

Komunikowanie jest procesem, który jest przydatny, a często wręcz niezbędny w różnych dziedzinach życia. W ogólnym ujęciu polega na wymianie myśli, dzieleniu się wiedzą, przekazywaniu informacji, idei czy umiejętności. Procesy komunikacyjne przebiegają na różnych poziomach w zależności od kontekstu społecznego – od interpersonalnego czy grupowego do komunikacji instytucjonalnej, publicznej, masowej. Komunikacja międzyludzka (łac. *communis* – robić coś wspólnie) może być rozpatrywana jako zrozumienie lub sposób oddziaływania. Może oznaczać wzajemne porozumiewanie, staranie zrozumienia się nawzajem albo oddziaływanie w celu przekonania do własnych poglądów, nakłanianie do pewnych zachowań. W najszerzej rozumianym ujęciu społecznym komunikowanie służy rozprzestrzenianiu informacji i w rezultacie pozwala na koordynację wysiłków (Dobek-Ostrowska i Goben-Klas 2005).

Przekaz komunikacyjny jest ważną częścią warsztatu projektanta ogrodów. W projektowaniu przydatne są różne rodzaje i sposoby komunikacji pozwalające na wypracowanie wspólnych rozwiązań. Komunikacja pozwala na przekaz informacji przez pobudzanie wyobraźni, co ma szczególne znaczenie dla projektanta ogrodów. Najbardziej sprawdza się komunikacja interpersonalna, podczas której styczność rozmówców daje największe możliwości porozumienia. Przekaz może mieć charakter informacyjny, kiedy projektant dzieli się wiedzą, wyjaśnia, podaje rzeczowe informacje. Czasami przydatna może być łagodna perswazja, przekonująca do zmiany zdania czy decyzji. Komunikacja może być werbalna, podczas której komunikaty są przekazywane za pomocą słów. Uzupełnia ją komunikacja niewerbalna, która

wymaga dużej wrażliwości projektanta. Otoczenie i sposób kształtowania przestrzeni, w której mieszka i funkcjonuje rozmówca, jest bowiem źródłem cennych informacji.

W komunikacji ważną rolę odgrywa wizualizacja, z której często korzystają projektanci ogrodów. Ich wstępne propozycje ujmowane są w tzw. katalog inspiracji, który najbardziej pobudza wyobraźnię w początkowym etapie projektowania. Obejmuje on zazwyczaj przykładowe szkice i fotografie elementów ogrodowych. W trakcie tworzenia projektu przyszłym użytkownikom są prezentowane rysunki dwuwymiarowe, perspektywy, wykresy, modele i obrazy trójwymiarowe (aksonometria, izometria) itp. Różne techniki prezentowania informacji wchodzą w zakres tzw. komunikacji wizualnej. Wizualizacje ułatwiają przyszłym użytkownikom ostateczną akceptację opracowanej koncepcji i końcowego projektu. W fazie realizacji projektant w dalszym ciągu uczestniczy w procesie przepływu informacji, ponieważ jego zadaniem jest komunikacja z wykonawcami projektu.

Komunikacja interpersonalna jest nieodzowna z punktu widzenia właściciela przedsięwzięcia, ale też służy pogłębianiu wiedzy samego projektanta, umożliwia wymianę doświadczeń, może zachęcić go do wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań. Rezultat twórczej pracy, jakim jest urządzony ogród, pozwala na przekazanie komunikatów o jego właścicielach, a także o zamyśle projektanta. Przestrzeń ogrodowa jest więc ukształtowana dzięki sprawnej wymianie informacji i wspólnym decyzjom, a docelowo sama staje się wyrazem tzw. komunikacji symbolicznej.

CEL I METODYKA BADAŃ

Celem niniejszego artykułu było zwrócenie uwagi na rolę komunikacji w procesie projektowania przestrzeni ogrodowej wokół obiektów turystycznych na wsi. Umiejętność komunikowania się projektanta z inwestorami jest podstawą jego pracy projektowej. Zrozumienie potrzeb właścicieli obiektów i przyszłych użytkowników terenów zieleni pozwala na stworzenie projektu zgodnego z ich oczekiwaniami.

W artykule wykorzystano wyniki badań sondażowych wykonanych w 2010 roku podczas prac projektowych dotyczących przestrzeni ogrodowej wokół obiektów o funkcji turystycznej. Jednym z nich jest zajazd z restauracją węgierską w miejscowości Pawłowo (gmina Olsztynek), usytuowanej na Pojezierzu Olsztyńskim. Drugi obiekt, również z bazą noclegową i gastronomiczną, znajduje się w Linowie (gmina Dźwierzuty) na Pojezierzu Mrągowskim. Pod względem administracyjnym wybrane tereny zieleni są położone w województwie warmińsko-mazurskim. Dzięki informacjom uzyskanym od właścicieli obiektów oraz na podstawie opinii gości sprecyzowano wytyczne projektowe i zweryfikowano propozycje zagospodarowania przestrzeni. W badaniach posłużono się przede wszystkim metodami rozmowy i wywiadu oraz techniką ankiety (Łobocki 2008, Maszke 2008), a także metodami stosowanymi w projektowaniu terenów zieleni (Bogdanowski 1976, Senetra i Cieślak 2004).

POZYSKIWANIE INFORMACJI DOTYCZĄCYCH PRZESTRZENI OGRODOWEJ

Podstawą prac projektowych jest pozyskanie informacji na temat oczekiwań dotyczących przestrzeni ogrodowej. Od skuteczności komunikacji zależy dalsze postępowanie pro-

jektanta. Powinien on pozyskać jak największy zasób informacji zarówno od właścicieli obiektu, jak i przyszłych użytkowników terenu zieleni. Im szersza będzie jego wiedza o ich potrzebach, tym łatwiej będzie stworzyć koncepcję projektową satysfakcjonującą obie strony. Musi też w umiejętny sposób przekazać swoją wiedzę i nakreślić własną wizję, która może różnić się od sprecyzowanych oczekiwań.

Wielu informacji dostarcza rozmowa lub wywiad swobodny z właścicielami obiektu. Rozmowa polega na swobodnej wymianie ustnych wypowiedzi z badaną osobą, pozwala na poznanie jej sposobu myślenia i postrzegania otoczenia. Wywiad oznacza nawiązanie kontaktu słownego z osobami, które informują nas o badanych problemach, a także o innych osobach. Badacz przygotowuje omawianą problematykę w postaci dyspozycji do wywiadu. Rozmowa i wywiad należą do metod badawczych, które stanowią odpowiednio ukierunkowany proces wzajemnego oddziaływania (Łobocki 2008).

W trakcie prac przygotowawczych do opracowania zaprezentowanych koncepcji projektowych właściciele terenów zieleni mogli przedstawić swoje poglądy i zamiary. Dobór pytań umożliwił określenie ich upodobań (do barw, struktur, sposobu postrzegania przyrody itp.) oraz preferowanych form spędzania czasu w przestrzeni ogrodowej (rozkład dnia, zajęcia domowników, zabawy dzieci, spotkania rodzinne, obecność zwierząt domowych, ulubione prace ogrodowe itp.). Kolejna grupa pytań dotyczyła projektowanego terenu zieleni w kontekście prowadzonego przedsięwzięcia turystycznego. Istotne były sugestie właścicieli co do rozmieszczenia stref funkcjonalnych czy zakresu zmian, które można wprowadzić na projektowanym terenie. W trakcie rozmowy oraz wywiadu swobodnego sprecyzowano oczekiwania właścicieli dotyczące przestrzeni ogrodowej, uzyskano od nich informacje dotyczące preferencji turystów i specyfiki oferty turystycznej.

Do rozpoznania oczekiwań gości obiektu przydatna jest metoda sondażu diagnostycznego (Maszke 2008). Badania mogą mieć charakter wywiadu kwestionariuszowego, wówczas badający wypełnia kwestionariusz wspólnie z uczestnikiem badań. W podjętych pracach projektowych wykorzystano technikę ankiety, która polega na zbieraniu informacji za pomocą drukowanej listy pytań, zwanej kwestionariuszem ankiety, wypełnianym samodzielnie przez respondentów.

Zakres pytań zadanych właścicielowi obiektu turystyki wiejskiej i przyszłym użytkownikom terenu miał istotne znaczenie dla przebiegu procesu projektowania. Projektant dzięki umiejętnie dobranym pytaniom, wskazywał możliwości zagospodarowania terenów zieleni. Uczestnicy badań nie zawsze orientują się bowiem, w jaki sposób można kształtować przestrzeń ogrodową. Rezultatem badań opinii inwestora była akceptacja przyjętych założeń (wytycznych) do stworzenia koncepcji projektowej. Właściciele uczestniczyli w wyborze zaproponowanych kompozycji ogrodowych, z których jedna, wybrana, została szczegółowo opracowana w ramach prac projektowych.

WYNIKI SONDAŻU W OBIEKCIE TURYSTYKI WIEJSKIEJ W PAWŁOWIE

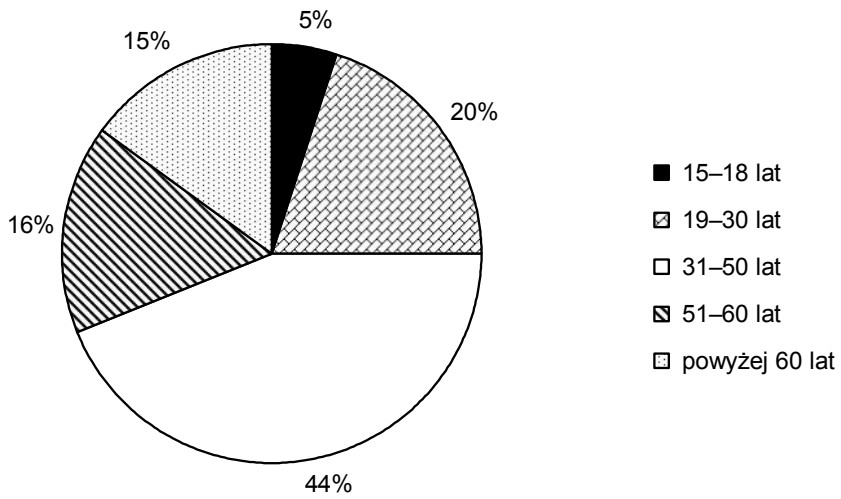
Badaniami objęto zajazd (inaczej karczma, gospoda) łączący funkcje restauracji i kameralnego obiektu noclegowego we wsi Pawłowo. Jego właściciele specjalizują się w kuchni węgierskiej, stąd nazwa restauracji „Tokaj”. Powierzchnia terenu wokół obiektu wynosi 5,3 ha.

Podczas rozmowy z właścicielami ustalono m.in. zakres oferowanych usług. W restauracji przygotowano 70 miejsc konsumenckich oraz dodatkowo 30 miejsc w ogródkach letnich. Baza noclegowa obejmuje 4 pokoje dwuosobowe z możliwością dostawki oraz jeden apartament z miejscami noclegowymi dla 5 osób. W sezonie turystycznym łączna liczba osób korzystających z usług żywieniowych i noclegowych na terenie obiektu sięga nawet 200.

W celu poznania opinii klientów na temat stanu istniejącego terenu zieleni oraz ich oczekiwań odnośnie do otoczenia obiektu, wykonano sondaż diagnostyczny. Badania sondażowe przeprowadzano w kilku terminach w okresie jesiennym (27 października oraz 3 i 10 listopada 2010 r.) z 80 gośćmi obiektu, którym zadano pytania zamknięte jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytania otwarte.

Z punktu demograficzno-społecznego istotne były pytania metryczkowe, bezpośrednio dotyczące respondenta (wiek, płeć, wykształcenie, miejsce zamieszkania itp.). Do pytań metryczkowych dołączono pytanie dotyczące rodzaju podróży i celu odwiedzenia obiektu. Strukturę wieku respondentów przedstawiono na rysunku 1. Najliczniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku 31–50 lat, a najmniej było uczestników badań w wieku 15–18 lat.

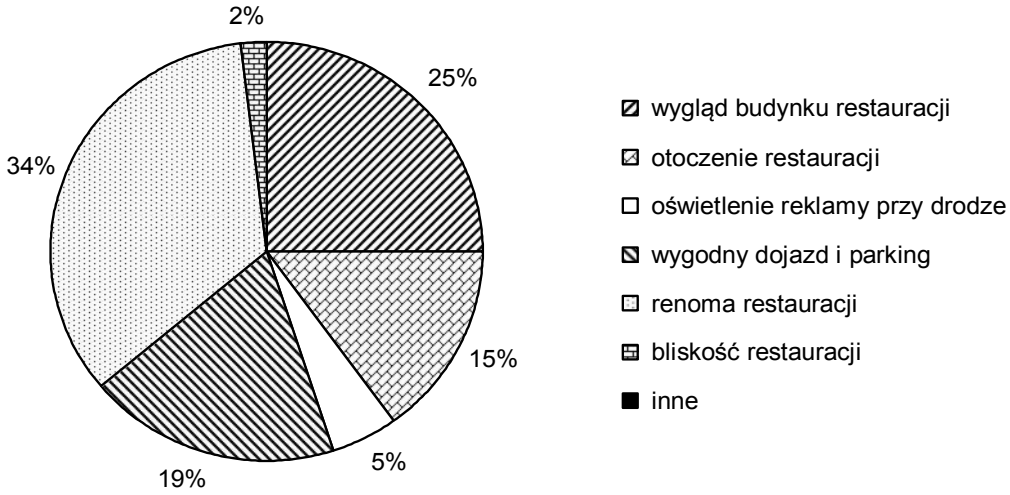
Kolejne pytanie z metryczki dotyczyło płci respondentów. Analiza uzyskanych wyników pozwala stwierdzić, że większość podróżnych w okresie, w którym przeprowadzono badania, stanowili mężczyźni. Odpowiedzi dotyczące miejsca zamieszkania ankietowanych osób były bardzo zróżnicowane. Podawano tu miejscowości niemalże ze wszystkich regionów Polski. Wśród nich przeważały jednak takie miasta, jak Warszawa, Trójmiasto oraz Olsztyn.



Rys. 1. Struktura wieku gości obiektu turystyki wiejskiej w Pawłowie
Źródło: dane z października i listopada 2010 r. (Kruszewski 2011).

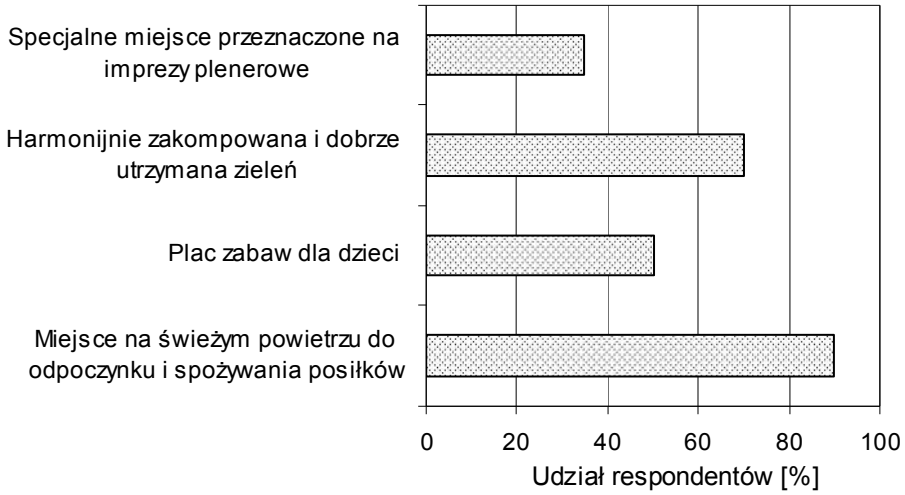
Wśród czynników, które mają wpływ na decyzję o wyborze miejsca na posiłek podczas podróży lub w czasie wolnym, uczestnicy badań na pierwszym miejscu wymieniali renomę restauracji, która świadczy o wysokiej jakości usług (34% respondentów). Odpowiedzi takiej udzieliły głównie osoby w wieku powyżej 51 lat. Dla 25% respondentów, w większości kobiet, istotny był wygląd budynku restauracji. Na jej otoczenie zwracało uwagę jedynie 15% ankietowanych osób, niezależnie od wieku i płci. Wśród uczestników badań byli też miesz-

kańcy pobliskich wsi, głównie w wieku od 19 do 30 lat, dla których zachęcającym czynnikiem do wyboru restauracji jest jej położenie blisko miejsca zamieszkania (rys. 2).



Rys. 2. Czynniki warunkujące wybór restauracji przez uczestników badań
Źródło: dane z lipca i sierpnia 2010 r. (Kruszewski 2011).

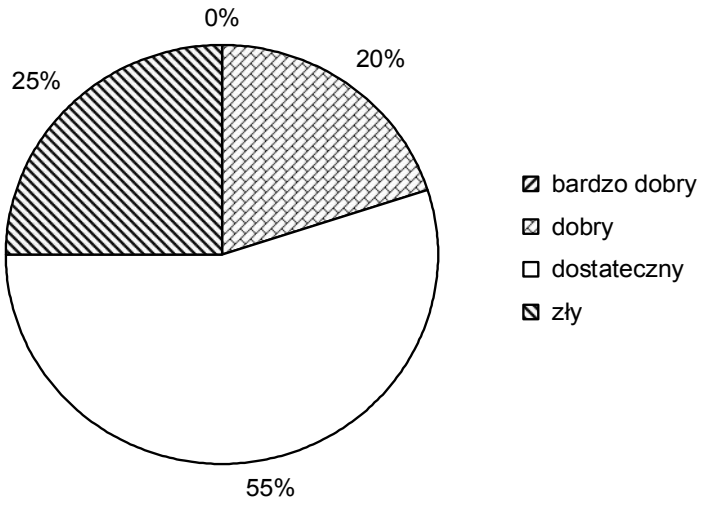
W pytaniu dotyczącym elementów przestrzeni ogrodowej, które mają wpływ na atrakcyjność obiektów dla podróżnych, możliwy był wybór jednej z czterech odpowiedzi (rys. 3). Niemal wszyscy uczestnicy badań (90% osób), niezależnie od płci i wieku, byli zainteresowani miejscem na świeżym powietrzu, gdzie można wygodnie odpocząć i zjeść posiłek. Większość respondentów (70%) podała, że przy zajazdach powinna być zadbana zieleń. Dla połowy ankietowanych istotne były atrakcje dla najmłodszych. Plac zabaw dla dzieci wskazywali najczęściej rodzice, ponieważ były to osoby w wieku od 19 do 50 lat. Miejsce na imprezy plenerowe okazało się ważne dla 35% respondentów, wśród których dominowali mężczyźni.



Rys. 3. Elementy przestrzeni ogrodowej wpływające na atrakcyjność zajazdów
Źródło: dane z października i listopada 2010 r. (Kruszewski 2011).

Kolejne pytanie dotyczyło oceny terenu zieleni przy restauracji „Tokaj" pod względem funkcjonalnym i estetycznym. Uczestnicy badań mieli do wyboru czterostopniową skalę oceny jego aktualnego stanu. Ponad połowa osób, głównie mężczyzn w wieku od 19 do

50 lat, uznała wygląd i zagospodarowanie otoczenia restauracji za dostateczne. Niewielu respondentów (20%), w przeważającej części w wieku powyżej 51 lat, określiło stan terenu zieleni jako dobry. Aż 25% ankietowanych osób negatywnie oceniło otoczenie obiektu. W tej grupie szczególnie dużo było kobiet. Istotny jest fakt, że żaden z respondentów nie ocenił istniejącego stanu i estetyki terenu jako bardzo dobrych (rys. 4). Wyniki tych badań świadczą o potrzebie wprowadzenia zmian w zagospodarowaniu przestrzeni ogrodowej przy badanym obiekcie turystyki wiejskiej.



Rys. 4. Ocena badanego terenu zieleni pod względem funkcjonalnym i estetycznym
Źródło: dane z października i listopada 2010 r. (Kruszewski 2011).

W dalszej kolejności umieszczono pytanie otwarte, pozwalające na swobodne wyrażenie swojego zdania. Posłużyło ono poznaniu opinii respondentów na temat brakujących elementów w otoczeniu badanego obiektu. Goście najczęściej zwracali uwagę na brak dobrej jakości drogi dojazdowej do budynku restauracji. Wielu osobom brakowało również dużego i dobrze zagospodarowanego parkingu. Ponadto respondenci oczekiwali dobrze wyposażonego i bezpiecznego placu zabaw dla dzieci w otoczeniu zieleni. Sugerowano też potrzebę wyeksponowania „klimatu" odwiedzanego miejsca. Zdaniem uczestników badań otoczenie, w którym znajduje się restauracja węgierska, powinno się jednoznacznie kojarzyć z kulturą tego kraju. Dla niektórych osób ważna była możliwość spaceru po wygodnych i oświetlonych po zmierzchu ścieżkach, wiodących wokół obiektu.

Następne pytanie, także otwarte, dotyczyło elementów dysharmonijnych, które według uczestników badań nie powinny występować w otoczeniu restauracji „Tokaj". Większość respondentów nie dostrzegła takich elementów, ale kilkanaście osób za zbędne na tym terenie uznało elektryczne fajerwerki. Ponadto niektórzy goście zauważali potrzebę uporządkowania całego otoczenia obiektu.

Pytanie odnoszące się do idealnego miejsca odpoczynku podczas podróży również pozostawiało swobodę wypowiedzi. Wśród cech przypisywanych takiemu miejscu najczęściej respondenci podawali, że powinno ono być: spokojne, z ładnym otoczeniem i zielenią, z dala od hałasu, z wygodnym i łatwym dojazdem, ze smacznym jedzeniem i dobrą obsługą oraz umożliwiać chwilowy relaks na świeżym powietrzu.

Myślą przewodnią w aranżacji terenu zieleni przy obiekcie w Pawłowie było stworzenie przytulnego, atrakcyjnego miejsca do odpoczynku podczas podróży. Wyniki rozmowy z właścicielami oraz sondażu diagnostycznego przeprowadzonego wśród gości pozwoliły na sprecyzowanie m.in. następujących założeń:

– stworzenie wygodnego dojazdu do restauracji oraz przestronnego parkingu,
– wyznaczenie miejsc na świeżym powietrzu do spożywania posiłków,
– zaprojektowanie placu zabaw dla dzieci,
– wprowadzenie budowli ogrodowych związanych ze specjalizacją obiektu (piwniczka na węgierskie wino, wędzarnia ogrodowa),
– zaprojektowanie stawu z pomostem,
– wyznaczenie ścieżek spacerowych i ich oświetlenie,
– usunięcie elementów dysharmonijnych (zwłaszcza elektrycznych fajerwerków).

WYNIKI SONDAŻU W GOSPODARSTWIE AGROTURYSTYCZNYM W LINOWIE

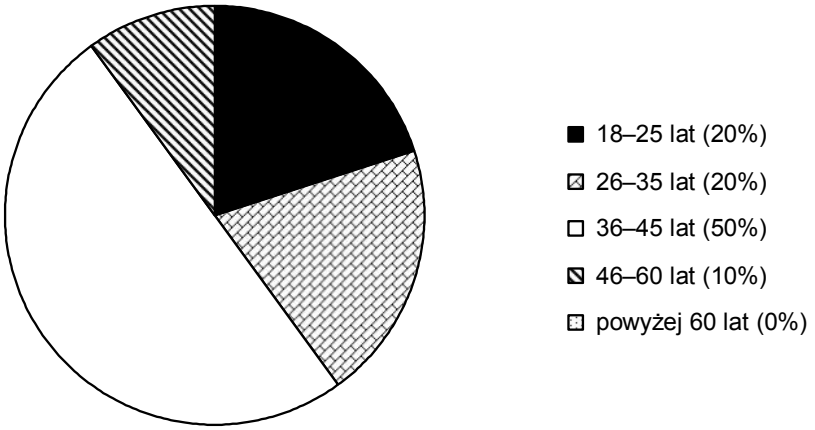
Obiekt usytuowany w Linowie nad jeziorem Sasek Wielki funkcjonuje jako gospodarstwo agroturystyczne z restauracją. Powierzchnia terenu przeznaczonego do zagospodarowania wynosi 1,8 ha. Na podstawie rozmowy z właścicielami zagrody ustalono, że oferta noclegowa obejmuje 20 miejsc w 10 pokojach dwuosobowych (w tym 2 apartamenty). W restauracji z barem może być obsłużonych jednocześnie 60 gości, a ich liczba zwiększa się podczas imprez okolicznościowych. Ponadto na terenie gospodarstwa podejmowane są grupy turystów (do 20 osób), korzystające z wypoczynku nad jeziorem lub stawem oraz z dostępnych atrakcji. Łączna liczba użytkowników, którzy przebywają w sezonie turystycznym na terenie obiektu, wynosi około 130 osób.

Na podstawie sondażu poznano opinię gości na temat otoczenia gospodarstwa oraz jego zagospodarowania na potrzeby turystów. Badania wykonano w kilku terminach, w czasie wakacji (lipiec–sierpień) z uwagi na nasilenie ruchu turystycznego w sezonie turystycznym. Kwestionariusz wywiadu, zawierający pytania zamknięte i otwarte, wypełniło łącznie 40 osób.

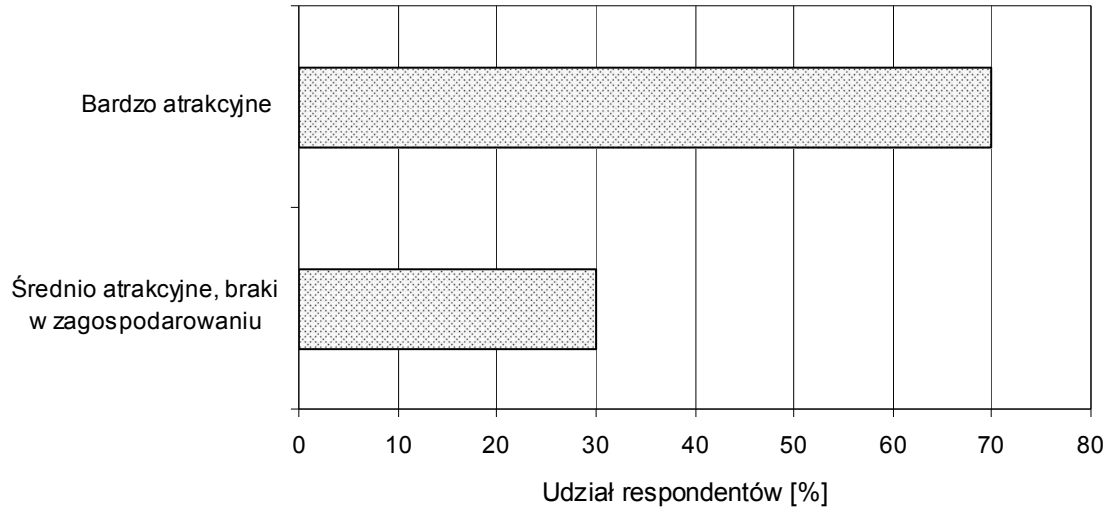
Wśród osób biorących udział w badaniach ankietowych było 60% kobiet i 40% mężczyzn. Z wypoczynku korzystały najczęściej osoby w przedziale wiekowym 36–45 lat (50%), a w mniejszym stopniu w przedziałach 18–25 lat i 26–35 lat (po 20%). Pozostała część gości była w wieku od 46 do 60 lat (rys. 5).

Większość osób, które skorzystały z oferty gospodarstwa, pochodziła z województwa warmińsko-mazurskiego, głównie z okolic Szczytna, Biskupca i Mrągowa, a pozostała część z województwa mazowieckiego, w szczególności z Warszawy i okolic.

W pytaniu o pierwsze wrażenie wizualne dotyczące odwiedzonego miejsca respondenci mogli określić swoje odczucia zaraz po przyjeździe do gospodarstwa. Aż 70% ankietowanych osób zwróciło uwagę na atrakcyjność otaczającego krajobrazu, zachwycało się bliskim sąsiedztwem jeziora i lasu oraz występowaniem dużej powierzchni terenów zieleni przy obiekcie. Pozostali respondenci uznali teren gospodarstwa i jego okolice za średnio atrakcyjne. Osoby te wskazywały, że na obszarze badań brakuje pewnych elementów zagospodarowania, jak np. atrakcyjnego placu zabaw dla dzieci i boiska do gier oraz funkcjonalnego parkingu (rys. 6).



Rys. 5. Struktura wieku gości gospodarstwa agroturystycznego w Linowie
Źródło: dane z lipca i sierpnia 2010 r. (Orłowska 2011).



Rys. 6. Ocena atrakcyjności terenu i zagospodarowania badanego gospodarstwa
Źródło: dane z lipca i sierpnia 2010 r. (Orłowska 2011).

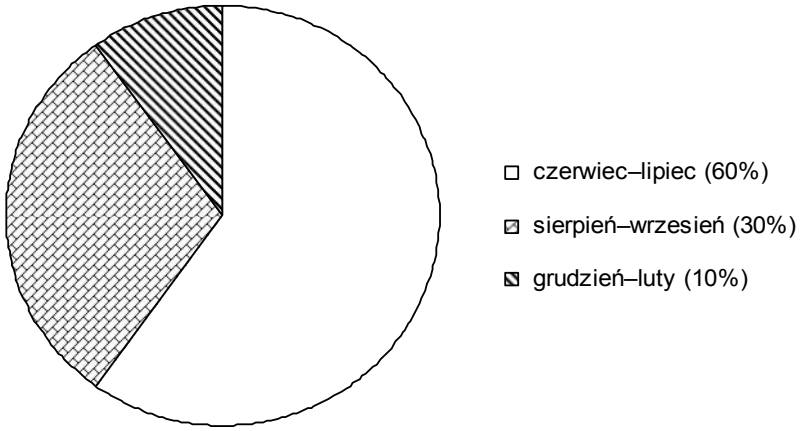
Wszystkie osoby biorące udział w badaniach stwierdziły, że dojazd do obiektu jest dobrze oznaczony. Poza uwagą dotyczącą nie najlepszego stanu drogi dojazdowej, goście nie mieli problemów z dotarciem na miejsce.

W ramach sondażu określono preferowany termin wypoczynku i ewentualnego pobytu w obiektach turystycznych na wsi. Wyniki tych badań świadczą o sezonowym zainteresowaniu turystyką wiejską. Ponad połowa respondentów podała, że na wsi wypoczywa w czerwcu lub lipcu, co trzecia osoba wyjeżdża w czasie wakacji, natomiast nieznaczna grupa respondentów odpoczywa w okresie zimowym (rys. 7).

Wyniki badań wskazują, że 60% gości przebywających w badanym gospodarstwie agroturystycznym skorzystało z wypoczynku rodzinnego z dziećmi, 30% odpoczywało w towarzystwie znajomych, a tylko 10% wybrało samotny wypoczynek.

Na pytanie dotyczące satysfakcji z oferowanych w gospodarstwie atrakcji aż 70% badanych osób nie było w pełni zadowolonych. Pozostała grupa respondentów była natomiast usatysfakcjonowana ofertą usług towarzyszących. Wśród interesujących dla ankietowanych

gości form spędzania czasu wolnego w obiekcie i okolicy najczęściej wymieniano kontakt z naturą, łatwy dostęp do jeziora, możliwość wędkowania, kąpiele, pływanie z wykorzystaniem sprzętu wodnego, zwiedzanie i atrakcje turystyczne w okolicy.



Rys. 7. Preferowany termin wypoczynku w obiektach turystycznych na wsi
Źródło: dane z lipca i sierpnia 2010 r. (Orłowska 2011).

Większość osób wypoczywających w badanym gospodarstwie z rodziną uznała za niezbędną rozbudowę placu zabaw dla dzieci (75% respondentów). Co czwarta osoba zauważała potrzebę urządzenia miejsc do wypoczynku czynnego dla całej rodziny, takich jak np. boiska sportowe. Niektórzy z ankietowanych, oprócz pojedynczych urządzeń do zabaw, proponowali również stworzenie kompleksów zabawowych, urozmaicających dzieciom pobyt w obiekcie.

W pytaniu dotyczącym bezpieczeństwa dzieci na terenie gospodarstwa 65% osób stwierdziło, że jest ono niewystarczające. Ich zdaniem wokół miejsca, gdzie znajduje się obecny plac zabaw, brakuje zabezpieczenia przed bezpośrednim dostępem bawiących się dzieci do zbiorników wodnych. Urządzenia zabawowe oceniano jako przestarzałe i zagrażające bezpieczeństwu dzieci, a w pobliżu placu zabaw zauważano brak miejsc do odpoczynku dla opiekunów. Jedynie 35% uczestników badań uznało, że dzieciom zapewniono bezpieczeństwo.

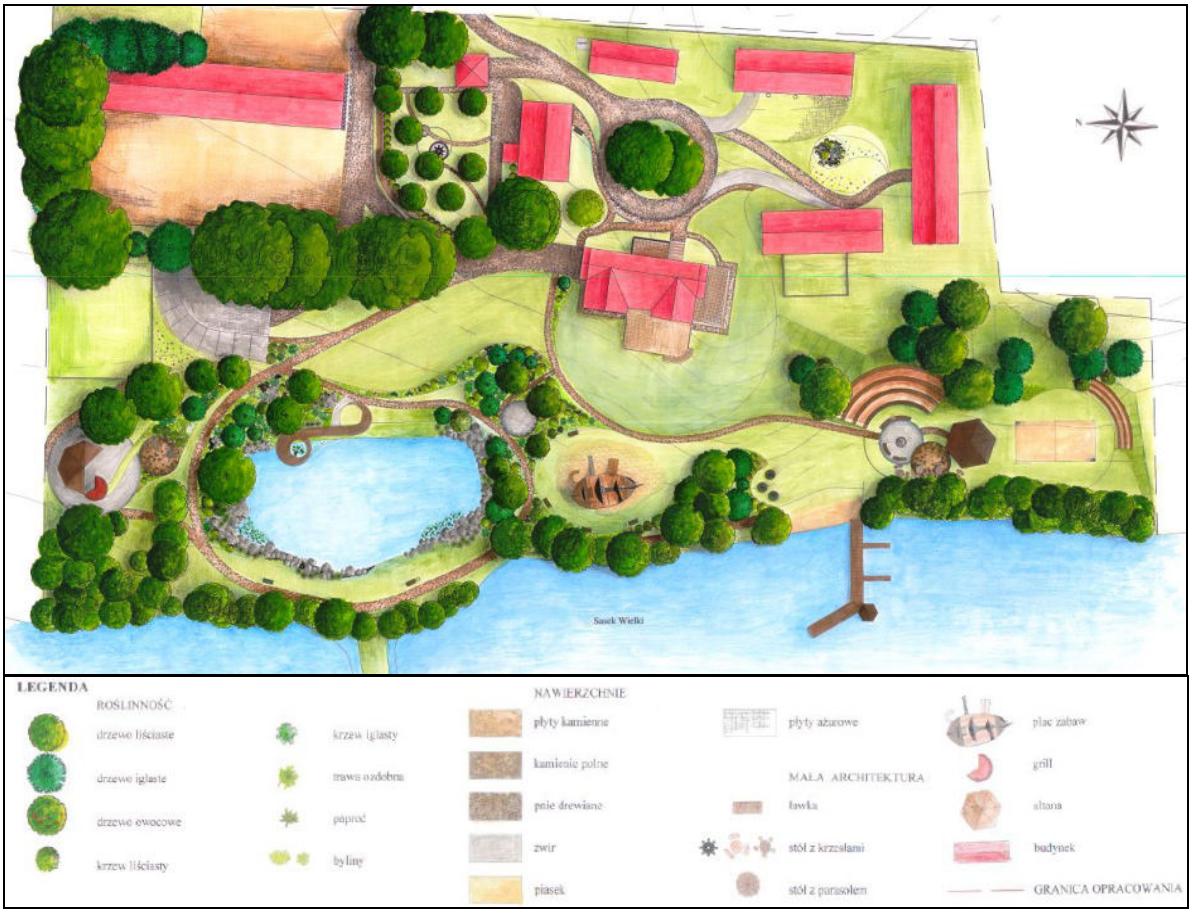
Zaledwie 37,5% gości podało, że na terenie gospodarstwa jest wystarczająco dużo miejsc do wypoczynku, natomiast 62,5% osób stwierdziło, że brakuje różnych elementów zagospodarowania. Wśród nich najczęściej wymieniano: miejsce do spożywania posiłków na świeżym powietrzu, miejsce do cumowania łodzi i kajaków, wygodniejszy i stabilny pomost, oznaczenie bojami stref do kąpieli.

Na podstawie uzyskanych opinii na temat atrakcyjności terenu w gospodarstwie agroturystycznym w Linowie zaplanowano wiele elementów wzbogacających jego otoczenie. Badania sondażowe uzupełnione wywiadem z właścicielami pozwoliły na wyszczególnienie elementów, które uwzględniono w dalszych pracach projektowych, w tym:

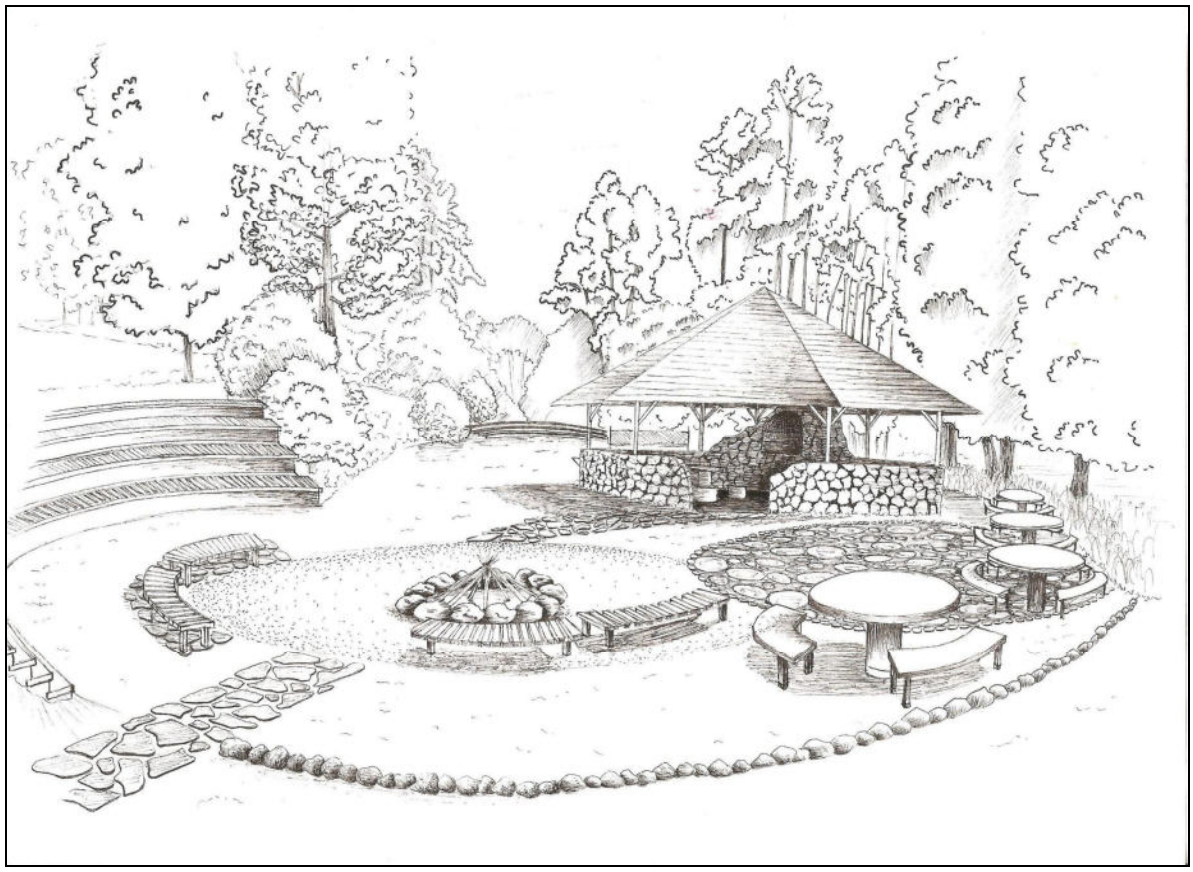
– zagospodarowanie plaży (pomost z altaną nadwodną, mała przystań do cumowania sprzętu wodnego, wytyczenie bojami kąpieliska, wiata na łodzie i kajaki),
– wzbogacenie nasadzeń roślin wodnych przy stawie rybnym i zaprojektowanie pomostu,
– zaplanowanie amfiteatru z miejscem na ognisko,
– wprowadzenie urządzeń sportowych i zabawowych,

– stworzenie miejsc wypoczynkowych z ławkami,
– powiększenie parkingu i tarasu restauracyjnego,
– wyeksponowanie maszyn i narzędzi rolniczych,
– opracowanie tablicy informującej o atrakcjach turystycznych okolicy,
– zaplanowanie nawierzchni wykonanych z materiałów występujących w naturze,
– zastosowanie głównie rodzimych gatunków roślin.

Wytyczne projektowe zestawione na podstawie zebranych informacji posłużyły do opracowania koncepcji zagospodarowania terenu w gospodarstwie zgodnie z oczekiwaniami jego właścicieli i potrzebami przyszłych użytkowników przestrzeni ogrodowej. Z uwagi na usytuowanie obiektu nad jeziorem i preferowane w obiekcie kategorie turystów (rodziny z dziećmi, żeglarze, wędkarze) wykorzystano motyw żeglarski. Zamysł ten jest widoczny m.in. w kształcie pomostu nad stawem (węzeł) oraz w formie kompleksu zabawowego dla dzieci (drewniany statek), a także w układzie ścieżek (rys. 8). Ciekawym pomysłem jest galeria rolnicza w postaci wyciętych przestrzeni w żywopłocie, które umożliwią obserwację prac gospodarskich. Na rysunku 9 zaprezentowano natomiast jedno z zaprojektowanych miejsc służących wypoczynkowi w badanym gospodarstwie, w którym zaplanowano altanę, miejsce na ognisko, stoły z parasolami, amfiteatr, a w pobliżu – boisko do gry w piłkę plażową. Realizacja projektu pozwoli na wyeksponowanie atutów obiektu oraz ożywienie oferty turystycznej dzięki urozmaiconym możliwościom spędzania czasu wolnego.



Rys. 8. Przykładowa koncepcja zagospodarowania przestrzeni w gospodarstwie agroturystycznym w Linowie
Źródło: Orłowska (2011).



Rys. 9. Wizualizacja zaprojektowanego miejsca wypoczynkowego z altaną i amfiteatrem w gospodarstwie agroturystycznym w Linowie
Źródło: Orłowska (2011).

PODSUMOWANIE

Komunikacja społeczna jest nieodzowna w procesie projektowania ogrodów. Poznanie opinii właścicieli obiektów turystycznych i użytkowników obszarów wiejskich umożliwia dostosowanie zagospodarowania terenu do liczby gości, ich wieku i potrzeb. Projektant powinien zaaranżować atrakcyjną przestrzeń ogrodową, łącząc sprecyzowane założenia z własnymi propozycjami. Aby komunikacja podczas opracowania projektu mogła spełnić swoje zadania, szczególnie istotne jest:

– przekazanie właścicielom przedsięwzięcia turystycznego zrozumiałych, precyzyjnych informacji dotyczących możliwości zagospodarowania przestrzeni ogrodowej;

– dążenie do wzajemnego zrozumienia dzięki rozpoznaniu potrzeb i oczekiwań przyszłych użytkowników, np. na podstawie badań sondażowych;

– wypracowanie wspólnego języka, czyli powiązanie komunikacji werbalnej, wykorzystywanej zazwyczaj przez właścicieli obiektów, z preferowaną przez projektanta komunikacją wizualną (szkice, rysunki, fotografie itp.);

– uzgodnienie funkcjonalnych rozwiązań w zakresie urządzenia terenu zieleni i wskazanie pomysłów wyróżniających ofertę turystyczną wśród innych przedsięwzięć;

– stworzenie wspólnej wizji przestrzeni ogrodowej, która ujęta w ramy projektu, będzie realizowana zgodnie z planem zaproponowanym przez architekta krajobrazu.

PIŚMIENNICTWO

Bogdanowski J. 1976. Kompozycja i planowanie w architekturze krajobrazu. Komisja Urbanistyki i Architektury. Kraków, PAN.

Goban-Klas T. 2005. Media i komunikowanie masowe. Warszawa, Wyd. Nauk. PWN.

Dobek-Ostrowska B. 2004. Podstawy komunikowania społecznego. Wrocław, Astrum.

Kruszewski K. 2011. Koncepcja zagospodarowania terenu zieleni przy restauracji „Tokaj" w gminie Olsztynek. Materiał źródłowy niepublikowany (opiekun naukowy dr I. Połucha). Olsztyn, UWM w Olsztynie.

Łobocki M. 2008. Metody i techniki badań pedagogicznych. Kraków, Oficyna Wydaw. Impuls, 240–272.

Maszke A.W. 2008. Metody i techniki badań pedagogicznych. Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, 232–241.

Orłowska A. 2011. Koncepcja zagospodarowania terenu zieleni w gospodarstwie agroturystycznym w Linowie. Materiał źródłowy niepublikowany (opiekun naukowy dr I. Połucha). Olsztyn, UWM w Olsztynie.

Senetra A., Cieślak I. 2004. Kartograficzne aspekty oceny i waloryzacji przestrzeni. Olsztyn, Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 7–10.