

Potyrių vietovės – šių dienų planavimo iššūkis

Jurga Kučinskienė*, Diana Baravykaitė

*Klaipėdos valstybinė kolegija, Technologijų fakultetas, Kraštovarkos katedra
Bijūnų g. 10, LT-91223 Klaipėda. Tel. (8-46) 314935, el. paštas j.kucinskiene@kvk.lt*

(Gauta 2012 m. sausio mėn.; atiduota spaudai 2012 m. kovo mėn.; prieiga internete nuo 2012 m. balandžio 23 d.)

Anotacija

Straipsnyje nagrinėjamos potyrių vietovių kūrimo aktualijos. Analizuojami potyrių rinkos aspektai, kurie remiasi vartotojo poreikių patenkinimu. Straipsnio tikslas – išanalizuoti potyrių vietovių planavimo ypatumus. Straipsnyje nagrinėjama potyrių vietovių reikšmė turizmo verslui, pramoginio kraštovaizdžio formavimo galimybės ir panaudos tendencijos.

Reikšminiai žodžiai: *potyrių ekonomika, potyrių vietovės, augalai.*

Abstract

The article analyses the urgent things of opportunities for experience design.

An experience market based on a satisfaction of a customer need for experiences is analysed. The purpose of the article is to determine the features of the experience design. Experience significance for tourism industry, opportunities and tendencies of landscape creation for entertaining use are explored in the article.

Key words: *experience economy, experience design, plants.*

Įvadas

Kas tai yra potyriai? Dabartinės lietuvių kalbos žodyne (2010) *potyris* apibrėžiamas kaip *patyrimas, patyrimo rezultatas*. Lietuvių kalbos žodyne (2010) akcentuojama, kad potyris – tai *įgytos žinios, įgudimas, praktika. Potyris pabrėžia vienkartinį patyrimo veiksmą, o patirtis reiškia tokio veiksmo išdavą*. Patirtis nėra išorinio pasaulio gaminytis ar teikiama paslauga. Tai nėra organizacijos sukurtas produktas. Potyrį sukuriame patys savo individualioje erdvėje (Kučinskienė ir kt., 2011), jis spontaniškai susiformuoja mūsų prote sąveikaujant su supančia aplinka. Mūsų potyriai lemia mūsų sprendimus ir todėl formuoja mūsų vartojimo pasirinkimą.

Šiuo metu pasaulyje itin vertinamas potyris, todėl parduodamas ir perkamas ne automobilis, kompaktinė plokštelė ar knyga, o malonumas vairuoti, klausytis, skaityti. „Potyrio ekonomikos“ terminas priklauso amerikiečiams Joseph Pine ir James Gilmore, 1999 m. Harvardo verslo mokyklos leidykloje išleidusiems knygą „The Experience Economy“. Jų mintis yra ta, kad taikant *potyrių ekonomiką* galima pakelti produkto vietą rinkoje. Ateityje produkto pasisekimas priklauso nuo teigiamų potyrių. Prieš dvylika metų savo pirmojoje knygoje autoriai teigė, kad verslas turi pradėti pardavinėti ne tiesiog produktus, bet potyrius, kad išgyventų naujojoje ekonomikoje. Savo knygoje jie įrodinėjo, kad prekės ir paslaugos tampa taip prieinamos Wal-Mart parduotuvėse ir internete, jog įmonės žlugs, jei nekurs tokių pramoginių apsipirkimo potyrių, dėl kurių pirkėjai sutiktų mokėti brangiau už tuos pačius dalykus, kuriuos kitur jie gali įsigyti pigiau.

Potyrių ekonomikos išsivystymas priklauso nuo *prabangos, gyvenimo kokybės, laisvalaikio ir demografijos rodiklių*. Potyrių ekonomika vystosi ten, kur susidaro šios sąlygos (Nilsen, 2009; Nogueira Kamel et al., 2008;). Lietuvos visuomenė jau ieško ne tik gyvenimo kokybės, bet ir siekia patenkinti savo poreikį potyriams – kuriami nuotykių parkai, įrengta sniego arena, veiklą plečia vandens pramogų parkai ir pan.

Pasitikus XXI a., madingi ir elitinių parkų poilsio ir linksmybių tradicinės funkcijos parkai energingai keičiami į teminius parkus. Pagal teminę paskirtį, viešosios erdvės parkams priskiriami (Milman, 2010): 1) poilsio parkai; 2) pramogų parkai; 3) komerciniai parkai; 4) Disneylandai (vaikų svajonių parkai); 5) šiuolaikiniai hedoniniai malonumų ir pasigėrėjimo parkai; 6) smurto, siaubo ir kitokių atrakcijų teminiai parkai. Teminiai parkai visame pasaulyje priskiriami rekreacinėms teritorijoms. Teminiai parkai gali būti skirstomi pagal jų charakteristikas arba pagal hierarchiją, atsižvelgiant į parko ekonominę naudą regionui. Kai

kurie autoriai dar smulkiau skirsto teminius parkus, pagal juose vykdomas veiklas į (Braun, 2000): linksmybių parkai (*Enjoyment park*), miesto pramogų centrai (*Urban entertainment centers*), sporto ir pramogų parkai (*Sport and fun parks*), teminiai parkai (*Theme parks*), vandens parkai (*Bath parks*), potyrių parkai (*Experience parks*).

Šio straipsnio *tikslas* – išanalizuoti potyrių vietovių planavimo ypatumus.

Tyrimų metodika

Darbe taikyti šie metodai: Lietuvos ir užsienio literatūros potyrių vietovių projektavimo klausimais analizė; duomenų apie potyrių vietas projektavimo galimybių, palyginimas, apibendrinimas ir klasifikavimas. Išanalizuota apie penkiasdešimt sumedėjusių augalų šeimų, kurių genčių ir rūšių atstovai dažniau auginami želdynuose ir išsiskiria vienokiu ar kitokiu morfologiniu požymiu ir (ar) savybe, kuri gali kelti atitinkamus pojūčius. Tyrimas atliktas vadovaujantis sisteminės ir palyginamosios analizės metodais.

Rezultatai

Šiuo metu labai plačiai plinta „Potyrių projektavimo pramonė“ (*experience design industry*). Lietuvoje žengiami pirmi žingsniai formuojant nuotykinės erdves ar vieno potyrio parkus. Tačiau žmonės nori daugiateminių parkų ir nerasdami jų čia vyksta į kitas šalis.

Potyrių produktai yra skirti malonumui. Jie yra prabangos produktai, skirtingai nuo pagrindinių produktų. Jie yra daugiausia, bet ne išimtinai, susieti su laisvalaikio paslaugomis. Jie apima kultūros produktus, kai kurie atsiranda iš kūrybiškų pramonės šakų. Kas priskiriama potyrių produktams skiriasi priklausomai nuo vietos ir nuo laiko bei priklauso nuo socioekonominės situacijos. Potyrių produktai dažnai įtraukia įvairias istorijas, o šios įtraukia vartotoją (Gillmore et al., 1999; van Doorn, 2006; Kučinskienė ir kt., 2011). Potyrių produktai skiriasi priklausomai nuo jų vartojimo vietų ir gamybos. Kai kurie produktai gali būti naudojami daugelio: kompiuteriniai žaidimai, žaislai, knygos. Kitiems produktams reikalinga tam tikra vieta: teatras, meno galerija, sporto renginys, roko festivalis ir pan. Tokie produktai nurodo, kad juos reikia aplankyti, norint patirti (*attendance based*).

Potyrių projektavimo vietovės gali būti įvairios. Dažniausiai kalbant apie potyrius pagalvojame apie teminį parką, tačiau tokių vietovių gali būti įvairių. Teminis parkas, kuris užima didžiulę erdvę, nemenką rinkos dalį, tokioje šalyje kaip Lietuva turėtų būti tik vienas. Tačiau tai nereiškia, kad negali būti daug įvairių kitų vietovių, kuriuose galima projektuoti potyrius ir tenkinti žmonių poreikį hedoninei aplinkai (1 lentelė).

1 lentelė. Potyrių projektavimo vietovių galimybės (pagal Tuch et al., 2008)

Table 1. Opportunities for Experience Design (Tuch et al., 2008)

Viešos erdvės <i>Public Venues</i>	Edukacinės erdvės <i>Educational Venues</i>	Kitos erdvės <i>Other Venues</i>
Pramogų centrai	Muziejai	Bibliotekos
Parduotuvių centrai	Paveldo vietovės	Bažnyčios teritorija
Įvairios paskirties urbanizuoti centrai	Kultūrinės pramogos	Ligoninių vaikų skyriai
Restoranai	Mokslo centrai	Gydomieji sodai
Viešbučiai	Gamtinės vietos	Vėžio gydymo centrai
Svečių namai	Prekių ženklų vietos	Senjorų centrai
Žaidimų centrai	Pramonės muziejai	Automobilių stovėjimo aikštelės
Sporto parkai	Gamyklų turai	Gyvenamieji rajonai
Koncertų salės	Studentų miesteliai	Dienos priežiūros centrai
Bendruomenių poilsio centrai	Ligoninių teritorijos	Alzhaimerio priežiūros centrai

Potyrių produktų išsidėstymo faktoriai skiriasi. Kai kurie produktai gali būti įrengti visur, tačiau kai kuriems reikia išskirtinių vietų, pavyzdžiui, kur yra kultūros paveldo vietos, tradicijos, vietinė gamyba. Vieta gali būti kaip dalis potyrio produkto, kur svarbu ne tik maistas, bet visa restorano aplinka, arba ne tik muzika, bet ir teatro atmosfera (Happala,

1999). Tai reiškia, kad *vieta* turi reikšmę *potyrių ekonomikoje*, kaip vartojimo ir gamybos patirtis (Boswijk et al., 2010). Žmonės naudoja vietą, kai moka už lankymąsi istorinėse ir kultūrinėse vietovėse arba moka didesnius pinigus, kad galėtų gyventi patraukliose vietose.

Formuojant potyrių vietovę svarbu ne tik užpildyti teritoriją įrenginiais ir pastatais, bet ir suformuoti tokią aplinką, kuri tenkintų žmogaus regėjimo, klausos, uoslės, lietim, skonio pojūčius ir per juos gautų siekiamus potyrius. Didelę reikšmę įgija aplinka – kraštovaizdis, jei tai vietovė lauke, interjeras – jei tai vietovė patalpoje. Pagrindiniai kraštovaizdžio elementai – augalai, jie padeda formuoti aplinką tenkinančią mūsų poreikį potyriams. Vieni augalai sukelia mums prisiminimus iš vaikystės, kiti suteikia potyrius savo dekoratyvumu, o yra ir tokių, kurie svarbūs dėl savo skleidžiamo kvapo. Šie augalų ypatumai gali būti panaudoti projektuojamose vietovėse, želdynuose formuojant tam tikrą potyrių aplinką (2 lentelė).

Iš tirtų sumedėjusių augalų net 10 genčių priklauso augalai, kurių daugumą rūšių turi vienokius ar kitokius požymius ir savybes, tinkamus panaudoti potyrių aplinkai formuoti. Tyrimo metu išskirtos 25 rūšys, iš kurių, kaip tarp augalų ir tikėtina, daugiausia sukelia regėjimo pojūčius (*išsiskiriančia lapų, žiedų ir (ar) vaisių spalva tam tikru metų laiku*) ir uoslės pojūčius (*daugiausia žiedų aromatu*). Iš analizuotų augalų reikėtų išskirti japoninį puošmedį (*Cercidiphyllum japonicum* Siebold et Zucc.), kuris potyrių aplinkai formuoti tinka visą vegetacijos laikotarpį – nuo pavasario iki vėlyvo rudens. Net tris pojūčius sukelia erškėčiai (*Rosa* L.), paprastasis ir Tunbergo raugerškiai (*Berberis vulgaris* L., *B. thunbergii* DC.), japoninis svarainis (*Chaenomeles japonica* (Thunb.) Lindl. ex Spach.), švelnioji gudobelė (*Crataegus mollis* (Torr. et Gray) Scheelle), kaukazinė slyva (*Prunus cerasifera* Ehrh.). Iš analizuotų augalų mažiausiai priskirta klausos (*intensyvesnis nei kitų augalų lapų šnarėjimas net dėl menko vėjo dvelktelėjimo*) ir lietim (*maumedžio spyglių minkštumas ir švelnumas*) pojūčiams tinkamų formuoti augalų rūšių.

Rezultatų aptarimas

XXI amžiaus iššūkis – formuoti kraštovaizdį, kuris tenkintų ne tik įvairius žmogaus poreikius, bet ir potyrius. Kūrimo procesas yra vizija, arba kitaip projekto koncepcija, kuriuo siekiama nustatyti bendrą projekto tikslą. Pirminė kūrybinio projektavimo fazės užduotis yra suvokti, apibrėžti ir išvystyti pagrindinius potyrius numatytus projekto programoje. Potyriai turi apimti įvairius aspektus. Potyrių vietovėje svarbi visa aplinka, kurioje žmogus vaikščiodamas patiria nemažesnius potyrius nei ekstremaliuose atrakcionuose.

Teritorijos vystymas turi būti vykdomas įvertinus visus hedoninės aplinkos reikalavimus. Potyrių vietovėje svarbu ne tik pramogos, bet ir supanti aplinka, kuri formuoja potyrius, gaunamus per regėjimą, klausą ir uoslę.

Išvados

1. Žmogus nori, kad būtų tenkinamas poreikis ne tik ekstremaliems potyriams, bet ir aplinkai, kuri turi būti suformuota taip, kad tenkintų visus penkis pojūčius. Sensoriniai stimulatoriai, kurie lydi potyrius, turi palaikyti ir padidinti jos temą. Kuo daugiau pojūčių, tuo efektyvesnis ir labiau atsimenamas potyris, tada ir didesnė visuomenės dalis lieka patenkinta. Šiems potyriams patirti turi būti sukurta tinkama aplinka – potyrių vieta.
2. Formuojant potyrių vietovę, didelę įtaką turi ir tam tikros sumedėjusių augalų rūšys ar net visa gentis. Dauguma augalų sukelia regėjimo ir uoslės pojūčius. Mažiausiai sumedėjusių augalų gali sukelti ryškesnius (išskirtinius) klausos ir lytėjimo pojūčius. Tinkamiausi projektuoti potyrių aplinką yra turintys po 3 pojūčius formuojančius požymius ar savybes.

2 lentelė. Sumedėję augalai, sukeliantys skirtingus pojūčius.
Table 2. Woody plants causing different senses

Eil. Nr. No.	Augalo pavadinimas Name of plant	Regėjimo pojūtis Visual sense	Klausos pojūtis Hearing sense	Uoslės pojūtis Smell sense	Lietimo pojūtis Touch sense	Skonio pojūtis Taste sense
1	2	3	4	5	6	7
1.	Erškėtis (<i>Rosa</i> L.)	Žiedai dažniausiai rausvos, rausvai violetinės ar baltos spalvos	–	Daugelio rūšių žiedai švelnaus saldžiarūgščio aromato	–	Kai kurių rūšių vaisiai valgomi, silpnai saldžiarūgščiai
2.	Lanksva (<i>Spiraea</i> L.)	Žiedai balti ar rausvi, kai kurios rūšys žydi labai gausiai	–	Žiedai švelnaus savito aromato	–	–
3.	Šermukšnis (<i>Sorbus</i> L.)	Žiedai balti, vaisiai oranžiniai ar raudoni	–	Žiedai savito kvapo	–	–
4.	Ieva (<i>Padus</i> Mill.)	Žiedai balti, nusvirusiuose žiedynuose	–	Žiedai stipraus specifinio aromato	–	–
5.	Alyvos (<i>Syringa</i> L.)	Žiedai balti, rausvi ar rausvai violetiniai	–	Žiedai intensyvaus saldžiarūgščio aromato	–	–
6.	Forsitija – (<i>Forsythia</i> Vahl)	Žiedai ryškiai geltoni	–	–	–	–
7.	Pupmedis (<i>Laburnum</i> Fabr.)	Žiedai aukso geltonumo, iki 30–50 cm ilgio žiedynuose	–	–	–	–
8.	Vynvytis (<i>Parthenocissus</i> Planch.)	Lapai rudenį ryškiai raudoni	–	–	–	–
9.	Jazminas (<i>Philadelphus</i> L.)	Žiedai balti, stambūs	–	Žiedai daugumos rūšių intensyvaus saldžiarūgščio aromato	–	–
10.	Maumedis (<i>Larix decidua</i> Mill.)	Pavasarij jauni spygliai šviesiai žalios, rudenį ryškiai geltonos spalvos	–	–	Spygliai minkšti ir švelnūs	–
11.	Japoninis puošmedis (<i>Cercidiphyllum japonicum</i> Siebold et Zucc.)	Pavasarij ūgliai ir besiskleidžiantys lapai, rudenį – lapai ryškiai raudoni.	Lapai nuo vėjo intensyviai šlama	Rudenį nukritę džiustantys lapai kvepia kamele	–	–
12.	Karpotasis beržas (<i>Betula pendula</i> Roth)	Kamieno žievė balta, su juodomis dėmėmis	Nuo vėjo lapai intensyviai šlama	–	–	–
13.	Paprastasis raugerškis (<i>Berberis vulgaris</i> L.), Tunbergo raugerškis (<i>Berberis thunbergii</i> DC.)	Žiedai ryškiai geltoni, vaisiai raudoni	–	Žiedai turi specifinį kvapą	–	Vaisiai rūgštūs

2 lentelės tęsinys

1	2	3	4	5	6	7
14.	Margalapė aktinidija (<i>Actinidia kolomikta</i> (Rupr. et Maxim.))	Žydėjimo metu <i>lapai</i> ar tik jų viršūnės pabaļa, vėliau parausta	–	–	–	<i>Vaisiai</i> rūgštaus skonio
15.	Drebulė (<i>Populus tremula</i> L.)	Pavasariį jauni <i>lapai</i> rūdžių spalvos, rudenį geltoni oranžiniai ir raudoni	<i>Lapai</i> nuo vėjo intensyviai šlama	–	–	–
16.	Balzaminė tuopa (<i>Populus balsamifera</i> L.), kvapioji tuopa (<i>Populus suaveolens</i> Fisch.)	–	–	Sprogstant <i>pumpurams</i> pasklinda švelnus balzamo kvapas	–	–
17.	Blindė (<i>Salix caprea</i> L.)	Pavasariį kuokeliniai <i>žiedai</i> geltoni	–	–	–	–
18.	Mažalapė liepa (<i>Tilia cordata</i> Mill.)	<i>Žiedai</i> šviesiai geltoni, <i>lapai</i> rudenį geltoni	–	<i>Žiedai</i> švelnaus medaus aromato	–	–
19.	Auksuotasis serbentas (<i>Ribes aureum</i> Pursh)	<i>Žiedai</i> aukso geltonumo, rudenį <i>lapai</i> tamsiai raudoni su violetiniu atspalviu. <i>Vaisiai</i> noksta palaiptai: vienu metu būna nuo geltonos iki purpurinės ir juodos spalvos	–	–	–	<i>Vaisiai</i> saldžiarūgščiai
20.	Gulsčiasis kaulenis (<i>Cotoneaster horizontalis</i> Decne.)	Rudenį <i>lapai</i> ir <i>vaisiai</i> ryškiai raudoni	–	–	–	–
21.	Japoninis svarainis (<i>Chaenomeles japonica</i> (Thunb.) Lindl. ex Spach.)	<i>Žiedai</i> oranžiniai ar raudoni, <i>vaisiai</i> geltoni, stambūs	–	<i>Vaisiai</i> aromatingi	–	<i>Vaisiai</i> rūgštaus skonio
22.	Purpurinė (<i>Malus x purpurea</i> (Barbier) Rehd.)	Pavasariį <i>lapai</i> purpuriniai, <i>žiedai</i> ir <i>vaisiai</i> raudoni	–	–	–	<i>Vaisiai</i> rūgštaus skonio
23.	Grauzelinė gudobelė (<i>Crataegus laevigata</i> (Poir.) DC.)	<i>Žiedai</i> balti, <i>vaisiai</i> raudoni	–	<i>Žiedai</i> kvapūs	–	–
24.	Švelnioji gudobelė (<i>Crataegus mollis</i> (Torr. et Gray) Scheelle)	<i>Žiedai</i> balti, <i>vaisiai</i> raudoni, stambūs	–	<i>Žiedai</i> kvapūs	–	<i>Vaisiai</i> silpnai saldžiarūgščiai

2 lentelės tęsinys

1	2	3	4	5	6	7
25.	Kaukazinė slyva (<i>Prunus cerasifera</i> Ehrh.)	Žiedai balti, žydi labai gausiai, vaisiai ryškiai geltoni	–	Nukritę vaisiai skleidžia švelnų saldžiarūgštį aromatą	–	Vaisiai saldžiarūgščiai
26.	Baltažiedė robinia (<i>Robinia pseudoacacia</i> L.)	Žiedai balti, tankiuose žiedynuose	–	Žiedai stipraus saldžiarūgščio aromato	–	–
27.	Paprastoji karagana (<i>Caragana arborescens</i> Lam.)	Žiedai geltoni	Prinokę vaisiai sproginėdami atsidaro ir išbarsto sėklas	–	–	–
28.	Paprastasis kaštonas (<i>Aesculus hippocastanum</i> L.)	Žiedai balti su raudona dėme centre, tankiuose stačiuose žiedynuose	–	–	–	–
29.	Platanalapis klevas (<i>Acer pseudoplatanus</i> L.)	Rudenį lapai intensyviai geltoni	–	–	–	–
30.	Paprastasis klevas (<i>Acer platanoides</i> L.)	Rudenį lapai geltoni, rausvi, oranžiniai	–	–	–	–
31.	Rūgštusis žagrenis (<i>Rhus typhina</i> L.)	Rudenį lapai geltoni, oranžiniai ir purpuriniai, vaisiai – tamsiai raudoni	–	–	–	–
32.	Europinis ožekšnis (<i>Euonymus europaeus</i> L.)	Vaisiai ir lapai rudenį ryškiai raudoni	–	–	–	–
33.	Geltonžiedė sedula (<i>Cornus mas</i> L.)	Žiedai geltoni, pražysta anksti pavasarį, vaisiai ryškiai raudoni	–	–	–	Vaisiai saldžiarūgščiai, kiek aitroko skonio
34.	Vijoklinis sausmedis (<i>Lonicera periclymenum</i> L.)	Žiedai rausvi su gelsvai baltu viduriu.	–	Žiedai švelniai intensyviai kvėpia vakarėjant ir naktį	–	–
35.	Paprastasis putinas (<i>Viburnum opulus</i> L.)	Žiedai balti skėtiškuose žiedynuose, rudenį lapai ir vaisiai ryškiai raudoni	–	–	–	–

Literatūra

1. Boswijk A., Thijssen T., Peelen E. *A new perspective on the experience economy*. 2010. [Interactive]. Internet link: <http://www.experience-economy.com/wp-content/UserFiles/File/Article%20Lapland5.pdf>.
2. Braun M. *The economic impact of theme parks on regions*. 2000 [Interactive], [2011-05-15]. Internet link: <http://iir-hp.wu-wien.ac.at/neurus/braun.pdf>.
3. Dabartinės lietuvių kalbos žodynas. [žiūrėta 2010-10-18]. Prieiga per internetą: <http://www.lki.lt/dlkz/>.
4. Gilmor J., Pine J. *The experience economy: work is theatre and every business a stage*. Harvard business school press, 1999.
5. Happala A. Aesthetics, Ethics and Meaning of place. *Proceeding of XIVth international congress of aesthetics „Aesthetics as Philosophy“ Ljubljana*, Vol 20(2), 1999. P. 253–264.
6. Kučinskienė J., Bučas J., Moščenkova E. Kraštovaizdžio pritaikymas pramoginiam naudojimui. *Miestų želdynų formavimas*, 1(8), 2011. P. 98–108.
7. Lietuvių kalbos žodynas. [žiūrėta 2010-10-18]. Prieiga per internetą: <http://www.lkz.lt/startas.htm>.
8. Mark van Doorn. *An inside story on the experience economy*. Philips research, 2006.
9. Navasaitis M. *Dendrologija*. Vilnius, 2004.
10. Nilsen B.T. The „experience industry“ – concepts and contexts. *RSA Annual conference 2009*, Understanding and Shaping Regions: Spatial, social and economic futures 6th – 8th April 2009, Leuven, Belgium.
11. Nogueira Kamel J. A., Menezes Melo A., Magalhães Lopes de Souza B., Botelho Lima J. M., de Mendonça Lopes P. H. *Experience economy*. Iv congresso nacional de excelência em gestão responsabilidade socioambiental das organizações brasileiras niteroi, rj, Brasil, 31 de julho, 01 e 02 de agosto de 2008.
12. Tuch L., Mayer J. (editors). *Architecture and placemaking*. 2008.

Experience Areas – Today's Planning Challenge

(Received in January, 2012; Accepted in March, 2012; Available Online from 23th of April, 2012)

Summary

A challenge of the XXI century is to form a landscape which would satisfy not only different human needs but also experiences. Entertainment landscape may be determined as a landscape which satisfies human need for experiences. In order to meet the experiences the environment, which would positively accepted by the human being through all five sensory senses, has to be formed.

While adapting a landscape for entertaining use it is necessary to consider: aspects of „experience economy“, for the landscape, which would meet the conditions of ecological, esthetical, cultural, entertainment and economically useful landscape because only such landscape will meet the need of people to the qualitative environment and searched experiences.

Areas development must be carried out with the hedonic evaluation of all environmental requirements. Not just entertainment, but and the surrounding environment is important in the experience venue, it forms the experiences that come through visual, hearing and smell senses.