

Концепция современного парка отдыха в мегаполисе

Екатеринбург – один из старейших городов на Урале – был основан как город-крепость-завод. Позднее многие события русской истории меняли облик города, но одного немаловажного элемента в своем дизайне, на наш взгляд, город так и не получил. В нашем городе *не хватает современного парка отдыха* для широкого круга посетителей, который мог бы, по сути своей, стать *визитной карточкой города*.

В рамках данной статьи предлагается проект подобного парка.

Современный парк отдыха – это не музей живой природы, не развлекательный центр и не банальное «место отдыха». Он должен иметь некую единую концепцию, которая позволит ему *стать конгломератом животворящей энергии, источником вдохновения и оптимизма*.

Горожане по сути своей – разные люди, но все они достойны быть самими собой и имеют *право на комфортный отдых*. Наш парк позволит им реализовать это право и должен понравиться всем.

В качестве концепции предлагается взять *мир чувств человека*. Природа, одарившая нас рецепторами, предусмотрела возможности для труда и отдыха, которые мы и попытались использовать в своем проекте.

Парк предполагается разбить на шесть секторов, независимых друг от друга, каждый из которых будет ориентирован на определенный орган чувств, выполняя свою функциональную задачу.

Сектор первый посвящается *зрению*. Человеческий глаз способен различать цвет, яркость, контрастность, свет, рельефность и прочие нюансы объекта. У каждого человека зрение развито на индивидуальном уровне. И это легко объяснить: кроме физиологических особенностей оно обладает и специальными (глаз художника и глаз камнетеса воспринимают мир через призму своей деятельности). Зрение является главным источником

информации, поэтому оформить данный сектор проще всего. Приветствуются все виды цветowych и декоративно-лиственных растений, обязательно предполагаются участки постоянного цветения (например, с трогательным названием «12 месяцев»), игра с формой (художественная стрижка кустарников), искусственный водоем.

Плавно перейти ко второму сектору – *сектору слуха* – поможет большой фонтан, расположенный таким образом, что, находясь в секторе зрения, человек будет видеть льющуюся воду, декор фонтана, блики солнца, но не будет отчетливо его слышать. Перейдя же в сектор слуха, человек как будто «потеряет из вида» эту прекрасную «картинку», но будет отчетливо слышать звуки фонтана. Предлагается погрузить человека в мир звуков с помощью воспроизведения записей интершумов через высококачественное оборудование.

Третий сектор – *сектор обоняния* – позволит забыть, что мы находимся в большом городе. Приятные запахи будут щекотать нос. В начале пути это будут запахи природы во всем их многообразии – терпкие, сладкие, горькие, даже приторные, а в конце – запахи аппетитной еды...

И мы переходим в четвертый сектор – *сектор вкуса*. Этот сектор будет наиболее трудоемким с экологической точки зрения: необходимо будет поработать над максимальным соблюдением санитарных норм и требований как в процессе приготовления пищи из экологически чистых продуктов, так и об использовании отходов (остатки пищи, посуда, использованные салфетки и т.п.). Многие предприятия общественного питания смогут предложить посетителям блюда кухонь народов мира. В этом секторе можно прилично заработать и на содержание парка и на дальнейшее его развитие.

Пятый сектор – *сектор осязания*. Он должен представлять собой крытый модуль с искусственным меняющимся освещением, в котором размещаются различные скульптурные формы из дерева, камня и других экологически чистых природных и искусственных материалов. Освещение не

позволит человеку воспользоваться зрением и пробудит детское желание «все потрогать», «всюду ползать».

Перемещаясь по этому сектору, посетитель попадает в шестой сектор.

Природа дала нам пять общих органов чувств. *Шестое чувство* у каждого свое. Для одного – это время, для другого – долг или совесть. Шестой сектор возвращает в реальный мир, в котором человек использует все органы чувств. Здесь предлагается расположить скульптуры, организовать вернисаж, танцплощадку, открытую площадку для концертов...

Предполагается, что посетитель может в зависимости от своего психологического состояния посещать любой из секторов, составляя свой маршрут. Мир грез тем и хорош, что в него всегда хочется вернуться.

Авторы надеются, что данная идея организации современного парка отдыха найдет своих спонсоров. И парк станет не только излюбленным местом отдыха горожан, источником пополнения городской казны, но и войдет во все экскурсионные программы города, области, региона.

Л. С. Приходько

г. Магнитогорск

Имиджбилдинг как проектирование успешности

Понятие «имидж», «имиджбилдинг», употребляемые ранее в основном в политической и артистической сфере, все больше утверждается в повседневной жизни, наполняясь новым смыслом и содержанием. Сегодня привычны выражения: имидж делового человека, публичного лидера, учреждения, товара и т.п.

Новое слово отражает не новые явления, которые раньше описывались при помощи других понятий: стиль, образ, манеры, индивидуальность, репутация, доброе имя, символ, внешний облик и др. По сравнению с ними *имидж – это целостный образ*, который богаче и разнообразнее по