

О НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ НОВОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ОТДЫХА

А. С. Белько, А. Д. Кабачникова,
студенты 2 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:
кандидат технических наук,
доцент Г. С. Храбан (ГИУСТ БГУ)

В настоящее время во всем мире наблюдается тенденция к уменьшению живого общения среди молодежи, которая все больше и больше предпочитает виртуальную среду. Республика Беларусь не является в данном отношении исключением. Большую часть своего свободного времени молодые люди предпочитают проводить дома, занимаясь интернет-серфингом или общением

онлайн, а в общественных местах все так же посвящают себя девайсам, лишаясь возможности общаться вживую [3, с. 127].

При исследовании этой проблемы появилась идея создания в Беларуси нового проекта, нацеленного на непосредственное сближение коммуникантов и создание таких условий, в которых молодежь могла бы знакомиться, сближаться по интересам, расширять свой кругозор за счет непосредственного обмена мнениями, обсуждать вживую интересные и актуальные для нее вопросы.

Сегодня в Беларуси с учетом анализа уровня конкуренции в сфере развлечений и организации досуга можно определить удачное направление для развития собственного бизнеса, организовав кинотеатр под открытым небом. Киноиндустрия оттеснила на дальний план другие виды искусства, привлекая ежегодно все больше зрителей.

Открытие стационарного кинотеатра в помещении – достаточно проблематично и дорогостоящее. Кинотеатр под открытым небом – абсолютно новая ниша и направление, лишенное упомянутых выше трудностей [1, с. 203].

В США уже несколько десятилетий кинотеатры под открытым небом собирают большое число зрителей и являются своеобразной визитной карточкой страны. В Москве уже в 2014 году функционировало 12 кинотеатров под открытым небом, пользующихся небывалым успехом, и их число возрастет [4].

В Республике Беларусь данное направление бизнеса не получило должного внимания. Вероятно, причина кроется в отсутствии должной инициативы, но, возможно, наличие развитой сети стационарных кинотеатров, театров, концертных залов, музеев, спортивных комплексов и т. п. как раз позволит нивелировать проблему живого общения и досуга молодежи. Однако если такое объяснение может быть справедливым применительно к столице и областным центрам, то в небольших городах и поселках таких мест практически нет вообще. Этим и объясняется интерес к разработке бизнес-проекта по открытию кинотеатра под открытым небом, созданию которого предшествовало проведение исследований в молодежной среде по проблеме досуга и потребности белорусских студентов в налаживании контактов со сверстниками с помощью такой формы общения.

В ходе исследований был проведен онлайн-опрос «Культура досуга», участниками которого стала молодежь (школьники, студенты БГУ). В результате выявлено, что большинство опрошенных (82 %) выступает за открытие кинотеатра под открытым небом, полагая, что данная площадка поможет найти новых друзей и расширить круг общения и интересов в целом [2].

Предполагается, что в кинотеатре под открытым небом будут транслироваться новинки кино, авторские фильмы иностранных и отечественных режиссеров, при этом возможно их обсуждение по «горячим следам». С периодичностью, например, раз в неделю возможна организация тематического показа произведений японского, французского, польского, немецкого,

английского и т. п. кинематографа, что позволит молодежи глубже познакомиться с той или иной зарубежной культурой. По окончании сеанса зрители смогут познакомиться, обсудить фильм, определить лучшую, по их мнению, кинокартину и т. п.

Конкретными задачами проекта могут стать:

- разработка программы проведения культурно-развлекательных мероприятий в г. Минске, где обучается большое число студентов, в т. ч. и иностранных, для которых данная площадка может выступить своеобразным центром единения нации и межкультурного сближения;
- популяризация среди молодежи ценностных ориентиров и культурная организация досуга;
- повышение привлекательности Республики Беларусь для иностранной молодежи и позиционирование нашей страны как современной европейской страны с высоким научно-техническим потенциалом;
- развитие толерантности и дружелюбия у молодежи;
- знакомство молодых людей с культурой других народов.

Безусловно, обустройство уличного кинотеатра потребует определенных затрат и выявления источников финансирования, что найдет отражение в подробном бизнес-плане. Опыт такой работы уже имеется [5], дело за реализацией планов.

Литература

1. Варламова, А. Н. Правовое обеспечение развития конкуренции : учеб. пособие / А. Н. Варламова. – М. : Статут, 2010. – 301 с.
2. Удобный конструктор опросов и форм обратной связи [Электронный ресурс] // SimPoll. – Режим доступа: <http://simpoll.ru/>. – Дата доступа: 20.02.2017.
3. Габова, Е. А. Потребности современной молодежи / Е. А. Габова. – Ухта, 2014. – 300 с.
4. 12 кинотеатров под открытым небом в Москве [Электронный ресурс] // The Village. – Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/weekend/weekend-guide/145895-gde-smotret-kino-pod-otkrytym-nebom>. – Дата доступа: 25.02.2017.
5. Бизнес-план: кинотеатр под открытым небом [Электронный ресурс] // Businessmens.ru. – Режим доступа: <http://businessmens.ru/article/biznes-plan-kinoteatr-pod-otkrytym-nebom>. – Дата доступа: 20.02.2017.