

2. Виды рекламных плакатов и история их создания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.pagbac.ru/reklamnye-plakaty/>. – Дата доступа: 03.03.2022.
3. Дрю: Человек за постером [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://archive.org/details/podcast\\_cinefreak-critique\\_cfc-008-drew-the-man-behind\\_316835658](https://archive.org/details/podcast_cinefreak-critique_cfc-008-drew-the-man-behind_316835658). – Дата доступа: 07.03.2022.
4. Популярная художественная энциклопедия : в 2 т. / гл. ред. В.М. Полевой. – М. : Издательство "Советская энциклопедия", 1986.
5. Трейлеры к кинокартинам: история появления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/04/09/trejlery-k-kinokartinam-istoriya-poyavleniya/>. – Дата доступа: 01.03.2022.
6. Drew – Art of the Cinema [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tfaoi.com/newsml/n1m309.htm>. – Дата доступа: 04.03.2022.
7. Drew Struzan Gallery [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.drewstruzan.com/>. – Дата доступа: 04.03.2022.
8. Drew: The Man Behind The Poster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kinonow.com/film/drew-the-man-behind-the-poster/5c783e124aea6614d200bb5a>. – Дата доступа: 07.03.2022.
9. Struzan, D. Drew Struzan: Oeuvre / D. Struzan, D. Struzan. – London : Titan Books, 2011. – 314 с.

Болбот Я.А., студент 301 группы  
дневной формы обучения

Научный руководитель – Римошевский А.Н.,  
преподаватель

**ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВА МЕТРОПОЛИТЕНА  
Г. МИНСКА В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ  
ПРОЕКТОВ**

Социокультурные проекты занимают большую часть проводимых мероприятий в городе Минске. Основными площадками, для которых выступают парки, дворцы культуры, городские площади. Проектная деятельность захватывает различные области деятельности и синтезирует с другими, создавая при это новые и уникальные события. В данной статье пространство метрополитена г. Минска будет рассмотрено как площадка для реализации социокультурных проектов, включая примеры уже проведенного в нем мероприятия и изучение опыта зарубежных соседей.

Метрополитен выступает комплексным архитектурно-пространственным объектом, оснащенный различными возможностями. Территориальное расположение, которое охватывает все районы города, массовое посещение и использование услуг. Данная площадка в связи с факторами, приведенными выше, располагает возможностями реализации социокультурных проектов, в первую очередь, направленных на популяризацию и узнаваемость продукта.

Применение проектного подхода к управлению территорией метрополитена г. Минска предлагает к реализации как малые и локальные социокультурные проекты, так и крупные охватывающие все возможное пространство метрополитена. Их реализация основывается на инновационных подходах и методах популяризации культурного продукта.

В минском метрополитене, единственным проводимым мероприятием является «Ночь в метро». Данное мероприятие представляет собой концерт, проводимый на станции метро Петровщина, будто под звездным небом, у зрителей есть возможность окунуться в атмосферу музыки с участием как белорусских, так и зарубежных исполнителей. Данный проект был реализован в рамках плана рекламно-информационной кампании XIV Международного фестиваля Юрия Башмета, утвержденного Министерством культуры Республики Беларусь [2]. Билеты были раскуплены спустя три часа после появления в продаже – все 400 мест.

Предмет социокультурного проектирования направлен на две взаимопересекающиеся области: социальную и культурную. Социальная область представлена различными общественными группами с отличительными интересами, что необходимо учитывать в разработке социокультурных проектов. [3].

Социокультурное проектирование объединяет в себе задачи различного уровня сложности и направленности, тем самым достигает больших результатов в социальной и культурной сферах. Задачи проектной деятельности: анализ ситуации, т.е. всесторонняя диагностика проблем и четкое определение их источника и характера; поиск и разработка вариантов решений рассматриваемой проблемы (на индивидуальном и социальном уровнях) с учетом имеющихся ресурсов и оценка возможных последствий реализации каждого из вариантов; выбор наиболее оптимального решения (т.е. социально приемлемых и культурно обоснованных рекомендаций, способных произвести желаемые изменения в объектной области проектирования) и его проектное оформление; разработка организационных форм внедрения проекта в социальную практику и условий, обеспечивающих реализацию проекта в материально-техническом, финансовом, правовом отношении [1].

При рассмотрении функций социокультурного проектирования, решающим фактором становится инновационность и творческий подход, которые преобразовывают нынешнюю социокультурную ситуацию.

В современной художественной практике выставки изобразительного искусства являются субъектами арт-рынка и влияют на его динамичное развитие в социокультурной среде. В художественной среде рынок выступает как инструмент развития искусства, один из способов его актуализации. Белорусский рынок произведений изобразительного искусства заметно отстает от мирового в развитии.

В Беларуси представлены несколько типов галерей. «Галерея мастацтва» и «Беларт» относятся к типу галерея-магазин; тип галерея-клуб

представлен в Беларуси галереей «Дом картин». Среди наиболее успешно работающих отечественных галерей следует назвать галереи Народных художников Беларуси Г. Ващенко (Гомель), Л. Щемелева (Минск), галерею «Университет культуры» (Минск), частные галереи «А&V», «ДК», «АртПорт», «Артель», «Арт-Хаос» (все в Минске) и др. Художественные галереи музейного типа в Беларуси представлены Галереей Михаила Савицкого, Галереей Леонида Щемелёва, «Арт-Беларусь».

В настоящий момент художественные галереи в Беларуси находятся на этапе своего становления и развития, который характеризуется поиском целевых аудиторий и принятием общественностью феномена галереи как новой фазы культурного развития. Кроме того, сейчас пространство галереи позволяет организовывать не только выставки, но и разнообразные культурные проекты (лекции, мастер-классы, перформансы и др.), которые привлекают целевые аудитории и вовлекают их в процесс функционирования галереи.

Московский метрополитен не раз превращал станции метро, поезда в выставочные площадки. Система именных поездов метро началась с именного поезда, посвященного празднику – 8 марта. Новые тематические поезда в московском метро появляются регулярно. Они посвящены самым разным темам и курсируют в течение ограниченного периода времени, как правило, в течение полугода или года. Именные составы могут появляться как по инициативе метрополитена, так и в результате совместных проектов с музеями, театрами и общественными организациями [5].

Именной поезд «Акварель» начал свою работу еще в 2007 году и с того времени в стенах вагонов побывали картины В. Сурикова, Б. Кустодиева, И. Айвазовского, И. Шишкина, И. Репина. Основной задачей работы данного поезда является популяризация искусства среди населения. В минском метрополитене не меньше возможностей организации подобного проекта.

В XX I веке, как и в предыдущие столетия есть социальные проблемы, которые находят свое выражение в картинах художников. Такими

проблемами являются загрязнение окружающей среды, пандемия «COVID-19», депрессия, социальное неравенство, насилие, преступность и другие. С помощью художественных произведений происходит распространение проблем среди населения. Художник вкладывает свое видение и тем самым оно может найти отклик у человека.

Многие белорусские художники известны своим творчеством не только в Республике Беларусь, но и за её пределами. А нынешнее молодое поколение представляет собой пласт авторов с собственным видением. В их работах наблюдается смешение и взаимодействие стилей, характерное для европейского искусства. Классические формы изобразительного искусства такие как графика, живопись, фотография и др. развиваются в русле современных визуальных тенденций, формирует конкурентную среду и арт-рынок страны.

Каждый молодой автор привносит свое видение и выражает его в своих работах. Один из белорусских художников, Алексей Латинник, говорит: «Мои картины – это не только средство самовыражения, но и способ коммуникации с окружающим миром и аудиторией, где каждый может найти что-то своё, сакральное и, порой, даже более всеобъемлющее, чем предполагалось художником».

Реализация проекта, подобного на московский – это возможность, как для художников, так и для города. Механизм партнерства метрополитена и молодых современных художников Беларуси может стать фактором введения нашего арт-рынка как на европейский, так и мировой. Новый формат взаимодействия с искусством привлекает к нему больше внимания, повышает узнаваемость и заинтересованность в нем различных слоев населения.

Статистические данные, которые дают представление об охватах населения в минском метрополитене: за 7 месяцев (с января по июль) 2021 года Минский метрополитен перевез 128 миллионов 500 тысяч пассажиров. Наибольший суточный пассажиропоток наблюдается на станциях «Каменная Горка» – 46 тысяч пассажиров в день, «Площадь Ленина» – 38 тысяч,

«Уручье» – 36 тысяч 500, «Площадь Якуба Коласа» – 33 тысячи 500, «Могилевская» – 31 тысяча и «Малиновка» – 30 тысяч человек [4]. Исходя из данной статистики можно сделать вывод о том, что метрополитен – одна из самых посещаемых городских площадок; количество посетителей, увидевших работы художников, значительно выше, чем в галереях и музеях.

Перспективным направлением в социокультурном проектировании могут стать новые станции метрополитена г. Минска. Реализация новых и перенесение старых проектов на новую площадку

Исходя из опыта московского метрополитена и на основе статистических данных можно сделать вывод, что запуск именных поездов в метрополитене г. Минска может стать новым инфоповодом, способствовать развитию арт-рынка, распространить и познакомить население нашего города с молодой современной и творческой молодежью. Именно они представляют собой творческое, стремительно развивающееся и привносящее новое в нашу культуру и искусство. Картинная галерея на колесах – это новое слово в мире искусства, переплетение вечных ценностей с техническими достижениями современности.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Карнажицкая, Т. В. Прикладная культурология. Социально-культурное проектирование: учеб. пособие / Т. В. Карнажицкая, А. В. Макаревич. – М. : БГУКИ, 2017. – 499 с.
2. Концерт в метро под «звездным небом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://metropoliten.by/o-nas/meropriatija/2634/>. – Дата доступа: 14.03.2022.
3. Особенности социокультурного проектирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsia.com/6x73cd.html>. – Дата доступа: 14.03.2022.
4. Пассажиропоток в метро растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://metropoliten.by/news/2880/>. – Дата доступа: 14.03.2022.

5. Поезд в тему. Как устроены именные поезда столичного метрополитена [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2020/03/13/metro/>. – Дата доступа: 14.03.2022.

Боровик С.Г., студент 213к группы  
дневной формы обучения

Научный руководитель – Матвейчик С.В.,  
старший преподаватель

## ОТРАЖЕНИЕ В СКУЛЬПТУРЕ БЕЛАРУСИ ТРАДИЦИОННЫХ ИДЕАЛОВ И ЦЕННОСТЕЙ НАРОДА

Скульптура как пространственно-изобразительное искусство, отражая мир в выразительных пластических образах, даёт возможность осмыслить и познать окружающий мир, раскрывает духовные ценности, формирует понимание прекрасного, гармонии, воспитывает достоинство в людях и в обществе. Неисчерпаемым источником развития искусства Беларуси, его основанием выступает духовный опыт народа.

В данной статье рассматриваются идеалы и ценности белорусского народа, которые нашли отражение в скульптурных произведениях.

Современные культурологи выделяют: *общеславянские ценности* (мифологизм, мудрость, рационализм, святость и добродетель, коллективизм и соборность, вера в идеал, служение обществу и др.); *ценности восточного славянства* (стойкость к жизненным испытаниям и невзгодам, твердость душевной организации, готовность нести тяжелый крест перед лицом судьбы, особая преданность в сохранении христианских заветов и др.); *национальные ценности белорусов*: миролюбие, трудолюбие, коллективизм, толерантность, рассудительность, стремление к компромиссу, терпимость,