

тельного учреждения. Мощное стратегическое планирование - один из наиглавнейших факторов успеха любого учреждения в системе образования.

Ведущие цели стратегического планирования определяются не только разработкой общего плана развития образовательного уч-

реждения на некоторый временной период, но и осмыслением и пересмотром главных направлений образовательных услуг, предоставляемых данным учебным заведением, и их соответствия запросам потребителей и прогнозирования развития общества в ближайшем и отдаленном будущем.

### *Культура и искусство*

#### **АРТ-АКЦИЯ В МУЗЕЕ: ИСКУССТВО КАК ПОВОД СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Громова Е.С.

*Дзержинский политехнический институт  
Дзержинск, Россия*

Промышленные города не изобилуют культурными объектами, содержательный досуг всегда называют в числе проблем молодежи таких городов и Дзержинск – не исключение. Богатая история, архитектура и культурные традиции города остаются вне поля зрения значительной части молодежи, которая все меньше связывает свое будущее с этим городом. Перспективы развития города – это перспективы молодежи, которая сама должна быть вовлечена в их разработку, первоначально – как проекта, представления, «позиции», а затем – и как реальной практики.

Одним из средств вовлечения молодежи в активную коммуникацию по поводу города, его истории и перспектив, автор видит искусство, а одним из центров такой коммуникации может и должен стать музей. Проект арт-акции разработан автором как часть программы репозиционирования города, под руководством И.Н. Терентьевой.

Рассмотрим план и содержание арт-акции.

#### **ГДЕ?**

Место проведения – Дзержинский краеведческий музей. Музей – «хранилище» образцов традиционных видов искусства, место, в котором представлены произведения искусства, имеющие привычные и знакомые для нас формы, которые являются своеобразными антиподами произведений искусства современности. Именно музей может стать площадкой для сравнения и противостояния традиционного и современного. Музей – это важный городской объект, один из «столпов» города, значимость его должна сыграть важную роль в процессе позиционирования города. Также, проведение аналогичных мероприятий является отражением реализации культурно-просветительской и иных функций музея. В добавление

ко всему данное действие привлечет внимания молодежи к деятельности музея.

#### **ЗАЧЕМ?**

Данная акция преследует следующие цели: ознакомление молодых людей с темой современного искусства, привлечение внимания к данной теме, развитие интереса к ней. Апробирование идей о том, что современное искусство можно рассматривать в качестве инструмента позиционирования города на малочисленной аудитории

#### **ЧТО БУДЕТ?**

1. Знакомство с работами современного индийского художника Шри Чин Моя, интерес к творчеству которого проявляет множество людей. Следует обратить внимание на то, что это иная система взглядов, ценностей, иное мировоззрение, иная социокультурная среда, это человек с другого континента, человек из другого мира... Как минимум эта выставка заслуживает внимания.

2. Далее молодым людям будет предложено просмотреть видеоролик о современном искусстве, ярком и небесспорном феномене нашего времени. В современном или актуальном искусстве наглядна авторская позиция, эмоциональность, нонконформизм.

В перспективе просмотры произведений современного искусства в музейном пространстве предполагается продолжить, вводя в диалог новые темы, новых персонажей и произведения. Так, перформанс совмещает произведение и действие, превращается участника в автора, провоцирует высказывание и действие.

3. После просмотра выставки и ролика будет развернута дискуссия об искусстве современности, его назначении и перспективах, классике и «актуальности».

#### **4. Арт-действие «Прикоснись!»**

На бумажном полотне каждому из участников будет предложено оставить отпечаток своей руки. Цвет выбранной краски – повод поразмышлять о впечатлении и настроении участников акции.

Акция выражает идею причастности каждого из молодых людей к искусству, через действия «здесь и сейчас», в контексте ситуации и в единстве с другими участниками. Это

станет возможностью сотворить свое произведение, стать ненадолго художниками-творцами, проникнуть в таинство творческого процесса, стать его частью... В результате мы получим полотно, отражающее многообразие настроений участников акции и их единое действие.

#### 5. Смайл-голосование

Участникам акции раздаются жетончики со смайликами, выражающими определенные эмоции, вызванные данным мероприятием, например:

☺ - понравилось, заинтересовало

☹ - смешанные чувства, затрудняюсь давать какую-либо оценку

☹ - не понравилось, не заинтересовало, - каждому будет предоставлена возможность выразить свои эмоции и ощущения.

Итак, столкновение художественных традиций в пространстве музея и в рамках одной акции и последующей серии встреч, просмотров и арт-акций, привлечет внимание и к музею как культурному центру, и к культурной традиции, оспариваемой актуальным искусством, и к самой способности и готовности обсуждать что-либо, формировать мнение и представлять свой художественный вкус и социальный интерес.

### **«РАБОТНИЦА» И «ГЛАМУР»: КАКИЕ ЦЕННОСТИ ТРАНСЛИРУЮТ СМИ?**

Щербаков Р.В.

*Дзержинский политехнический институт  
Дзержинск, Россия*

Средства массовой информации - мощное средство культурной динамики, в том числе как средство трансляции и освоения гендерных ролей. Гендерная роль - одна из разновидностей социальных ролей, набор ожидаемых образцов поведения для людей того или иного пола, представителей определенной сексуальной ориентации. Осваивая роль, человек усваивает определенные ценности, «примеривает» модель поведения, выбирает образцы для подражания, референтные группы.

Цель работы: выяснить содержание гендерных ролей, транслируемых в популярных женских журналах. Объектом исследования стало содержание журнала «Работница» за 1931 и 1983 гг. и журнал «Cosmopolitan» за 2008 г., а предметом - фотографии, содержание статей, основные персонажи публикаций.

Работа выполнена по материалам учебного исследования по социологии под руководством И.Н.Терентьевой.

В журналах 1931 года женщины, по отдельности или группой, представлены на обложке в половине номеров. В подписи обычно нет фамилии и имени героини, но точно указано предприятие, например: «Златоуст. Механический завод. Ударница за погрузкой стружек» (Забрызганное лицо, в грязном фартуке и косынке, в юбке и рукавицах). Или, например: помощник механика на паровозе А. Васильева, жены шахтеров на субботнике - руками разбирают кучу камней, бригадирша бригады пайки и ремонта на заводе им. Ленина в Москве. Общий тон предприятий о работе на производстве - оптимистический, высоко оценивается вклад женщин в дело индустриализации, вопросы о «женском предназначении» не ставились.

Журнал «Работница» в 1983 году в основном сохраняет производственную и политическую ориентацию, о чем свидетельствует название статей: «Бригадир», «Сто мелочей завода», «Месяц год кормит». Но в журнале появляются статьи светского характера: отрывки из литературных произведений, статьи, посвященные знаменитым артистам, фотографии известных картин. В конце журнала, в две страницы, появляются публикации о моде, они призывают женщин не просто быть «двигателем прогресса», но развивать вкус, соответствовать моде и естественно все делать своими руками.

Характерна статья «Высокая судьба», посвященная пресс-конференции ЦК КПСС, «Опыт решения женского вопроса в СССР в условиях многонационального государства». В ней отмечено, что сформировался новый духовный облик женщины, так называемая роль женщина-мать. Основными нормами и обязанностями становится уже не производство, а воспитание детей, защита материнства, а также, несмотря на занятость женщин в семье, активное участие в культурной жизни общества.

Современный журнал «Cosmopolitan» является полной противоположностью советской «Работницы». Содержание его статей очень разнообразно: о красоте, здоровье, моде и макияже, отношениях и сексе, карьере и спорте; советуют, что читать и какое кино смотреть, как одеваться для собеседования и какой одеколон дарить любимому мужчине, что носить под прозрачную блузку и какого цвета стулья приобрести для новой кухни. Главными героями статей становятся чаще всего знаменитые люди: актеры, певцы, писатели, спортсмены. Содержание журнала в полной мере отражает его концепцию: «карьера», «красота» и «поклонники».

Основным направлением журнала является красота, эта тема представлена как «Локо-