

Казакова Светлана Викторовна

канд. пед. наук, доцент, заведующая кафедрой

Бекарева Анастасия Витальевна

студентка

МБОУ ВО «Екатеринбургская академия

современного искусства»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ ПРОГРАММА КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ ДЕТСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ

***Аннотация:** в статье авторы определяют сущность понятия «репутация», выявляют ее типы и виды, обосновывают возможности профориентационной программы в управлении репутацией детских учреждений художественного образования. На примере Международной программы «Профориентация юных художников», реализованной МБУК ДО «ДХШ №1 имени П.П. Чистякова» в Екатеринбурге, доказывается, что репутационный эффект формируется не только содержанием предложенных профориентационных мероприятий, но и качеством проектного управления: работой команды, коммуникациями, партнёрством, безопасностью, информационным сопровождением и мониторингом результатов.*

***Ключевые слова:** детская художественная школа, дополнительное образование, профориентация, профориентационная программа, репутация, проектное управление, образовательный маршрут, партнёрство, мониторинг.*

Учреждения дополнительного художественного образования функционируют в условиях высокой публичности. Их деятельность оценивают не только обучающиеся, но и родители, педагогическое и профессиональное сообщество, партнёры, органы управления культурой и городская аудитория. Значение дополнительного образования связывается, в том числе, с развитием индивиду-

альных образовательных траекторий и запросом родителей на устойчивую репутацию учреждения [2; 4]. Следовательно, репутация становится для детской художественной школы значимым нематериальным ресурсом: она влияет на доверие к учреждению, устойчивость спроса на образовательные программы, готовность партнёров к сотрудничеству и включённость школы в культурную жизнь территории [6].

Особенность детской художественной школы заключается в том, что она одновременно реализует образовательную, культурно-просветительскую и коммуникационную функции, определяемые спецификой образовательных программ в области искусств [8]. С одной стороны, школа обеспечивает начальное художественное образование и поддерживает развитие специальных и творческих способностей детей. С другой стороны, она выступает открытой культурной площадкой, организует конкурсы, выставки, творческие встречи и взаимодействует с профессиональной художественной средой. Следовательно, оценка такой организации складывается не только из результатов обучения, но и из опыта взаимодействия с ней.

В научной литературе репутация рассматривается как общественная оценка субъекта, которая формируется на основе реальных действий, поступков, устойчивого опыта восприятия и информации о деятельности человека или организации [3; 6; 7; 9].

Исследователи В.А. Чикер и А.Е. Посохова понимают под репутацией «положительное или отрицательное представление о качественном и количественном аспектах деятельности человека или организации, созданное у окружающих и отражающееся в доверии, уровне уважения и впечатлении об этом человеке или организации» [9, с. 64]. С.С. Комоликова отмечает, что репутация, в основе которой лежат оценка или мнение окружающих людей, выстраивается в течение длительного времени и формируется на основе реальных фактов и поступков [3].

В исследованиях выделяются различные виды и типы репутации. По субъекту репутация может быть персональной и организационной; по оценочному

основанию – положительной и отрицательной [9]. С.С. Комоликова указывает также на возможность существования «нулевой» репутации – ситуации, когда устойчивое общественное мнение о субъекте еще не сложилось [3].

В прикладной плоскости выделяют деловую (корпоративную) репутацию, профессиональную репутацию специалистов, социальную репутацию, а в условиях развития цифровых коммуникаций – онлайн-репутацию, которая формируется в публичном медиaprостранстве [3; 6; 7].

Важным инструментом репутационного менеджмента может стать профориентационная деятельность учреждений художественного образования (ДХШ и ДШИ). С одной стороны, профориентация помогает обучающимся соотнести собственные интересы, способности и творческий опыт с возможными образовательными и профессиональными траекториями [10]. С другой стороны, профориентационная деятельность имеет репутационное значение: для родителей и обучающихся она демонстрирует заботу школы о дальнейшем пути выпускников; для партнёров – готовность учреждения к межорганизационному взаимодействию; для профессионального сообщества – способность школы выступать не только в качестве образовательной площадки, но и в качестве координатора содержательных проектов [5; 6]. В этом смысле профориентационная программа, разработанная в рамках профориентационной деятельности школы, может быть рассмотрена как форма репутационного действия, поскольку она создаёт подтверждаемый положительный опыт взаимодействия с учреждением.

В качестве примера приведем опыт реализации профориентационной программы, разработанной на базе МБУК ДО «Детская художественная школа №1 имени П.П. Чистякова» в Екатеринбурге.

Данная художественная школа была основана в 1946 г., она является одним из старейших учреждений художественного образования города Екатеринбурга и выполняет функции Городского ресурсного центра «Изобразительное искусство» [1]. Данный статус усиливает требования к качеству публичных проектов: школа должна не только сохранять собственную образовательную традицию, но

и координировать взаимодействие с профессиональными и культурными организациями.

В 2025 г. ДХШ №1 имени П.П. Чистякова выступила оператором Международной программы «Профориентация юных художников» в Екатеринбурге. Программа была разработана по инициативе Международного союза педагогов-художников и реализована в Екатеринбурге в период с 8 по 12 ноября 2025 г.

Цель программы – разработка комплекса профориентационных мероприятий, направленных на поддержание положительной репутации Детской художественной школы №1 имени П.П. Чистякова.

Для достижения данной цели были поставлены три задачи:

- 1) укрепить имидж школы;
- 2) привлечь внимание профессионального сообщества и потенциальных партнёров к ДХШ №1 как ресурсному центру и организатору образовательных маршрутов;
- 3) укрепить партнёрские связи с учреждениями среднего и высшего профессионального образования и учреждениями культуры Екатеринбурга.

Целевой аудиторией программы стали обучающиеся художественных школ, школ искусств, профильных классов общеобразовательных школ Российской Федерации, а также студенты художественных училищ и колледжей России. Возраст участников проекта составил от 10 до 18 лет.

К значимой целевой аудитории мы отнесли также педагогов-художников и родителей, сопровождающих детей. Именно они оценивали безопасность проекта, организацию предлагаемых профориентационных мероприятий, содержание программы и ее практическую значимость для каждого ребёнка.

Всего в профориентационной программе приняли участие 106 человек.

Содержательно программа включала три взаимосвязанных блока, каждый из которых был наполнен различными видами активностей.

Первый блок – образовательный: участники посещали профильные учреждения среднего и высшего профессионального образования, знакомились с

направлениями подготовки, потенциальными преподавателями, мастерскими и возможными траекториями продолжения обучения.

Второй блок – культурно-просветительский: он предполагал посещение музеев и театральных площадок.

Третий блок – конкурсный: очный конкурс «Мир театра» создавал ситуацию самостоятельного творческого действия и экспертной оценки.

Маршрут программы охватывал значимые образовательные и культурные площадки Екатеринбурга: Уральский государственный архитектурно-художественный университет имени Н.С. Алфёрова, Свердловское художественное училище имени И.Д. Шадра, Уральский федеральный университет, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбургскую академию современного искусства, музеи и театральные площадки. Каждая из них была направлена на интенсивное погружение обучающихся в художественно-образовательное пространство Екатеринбурга.

Реализация программы потребовала управления несколькими проектными подсистемами. Управление командой (8 человек) обеспечивало распределение ролей между организаторами, кураторами потоков, сопровождающими педагогами, фото-, видео- и журналистской группой. В условиях многоплощадочного маршрута команда выполняла не только организационную, но и репутационную функцию, которая включала своевременность и точность донесения до участников проекта необходимой информации, доброжелательность, готовность оперативно решать возникающие вопросы и способность организаторов поддерживать безопасную среду.

Управление временем было связано с пятидневной структурой программы, распределением участников на потоки, согласованием графика с принимающими организациями и контролем фактического движения групп. Для репутации школы-оператора соблюдение сроков имело принципиальное значение: точное следование расписанию воспринималось родителями, педагогами и партнёрами как показатель надёжности и профессионального уровня организаторов.

Управление коммуникациями включало несколько контуров: внутренний, партнёрский, контур участников и публичный контур. Внутри команды коммуникации обеспечивали координацию действий и оперативное решение текущих вопросов. Партнёрский контур позволял согласовывать время приёма, содержание встреч и пропускной режим площадок. Контур участников и родителей снижал неопределённость, связанную с перемещениями, безопасностью и расписанием. Публичный контур фиксировал результаты программы через публикации, фото- и видеоматериалы, благодарности и внешние упоминания.

Управление рисками являлось одной из значимых подсистем проекта.

Под рисками мы понимаем не управленческие недоработки, а внешние и форс-мажорные обстоятельства, которые организаторы не могут предотвратить полностью, но могут их учесть в процессе разработки проекта. К ним относятся события глобального или чрезвычайного характера: террористическая угроза, природные катаклизмы, эпидемиологические ограничения, тяжёлое заболевание или травма ключевых участников проекта, введение режима чрезвычайной ситуации, либо официальный запрет массовых мероприятий. Задача управленца в данном случае заключалась не в устранении самих внешних угроз, а в предварительной разработке сценариев реагирования: переносе сроков реализации проекта, изменении формата отдельных мероприятий, сокращении маршрута, использовании дистанционных форм взаимодействия, усилении мер безопасности и сохранении устойчивой коммуникации с участниками, родителями, сопровождающими педагогами и партнёрами. Предполагаемые риски проекта и способы реагирования на них отражены в таблице 1.

Таблица 1

Основные риски проекта «Профориентация юных художников»
и способы реагирования

Глобальный риск	Возможные последствия для проекта	Способ реагирования
Террористическая угроза	Невозможность безопасного проведения очных мероприятий, отмена или срочное	Действие по плану безопасности, инструктаж участников и сопровождающих лиц, связь с экстренными службами и

	изменение маршрута	ответственными лицами принимающих организаций; при необходимости – перенос или отмена очных мероприятий
Природные катаклизмы или экстремальные погодные условия	Затруднение транспортного передвижения, невозможность посещения отдельных площадок, угроза безопасности участников	Использование резервных дат, сокращение маршрута и числа перемещений, перенос отдельных мероприятий или замена их дистанционными форматами
Эпидемиологические ограничения или массовая заболеваемость	Запрет очных встреч, снижение численности участников, невозможность посещения учреждений культуры и образования	Соблюдение санитарных мер, медицинский контроль состояния участников, перенос сроков, организация онлайн-встреч, виртуальных экскурсий и дистанционных консультаций
Серьёзное заболевание или травма ключевых участников	Невозможность участия ребёнка, сопровождающего педагога, куратора или представителя площадки; необходимость изменения состава группы или порядка сопровождения	Наличие резерва сопровождающих и кураторов, аптечки и контактов законных представителей, оперативная корректировка маршрута и состава ответственных лиц
Введение режима чрезвычайной ситуации или официальный запрет массовых мероприятий	Полная невозможность реализации программы в очном формате или проведение только отдельных модулей	Перенос программы на резервные даты, перевод части мероприятий в дистанционный формат, замена очных модулей онлайн-практикумами, виртуальными экскурсиями и удалёнными встречами с экспертами

В репутационном аспекте управление рисками было связано с готовностью школы-оператора действовать ответственно при наступлении внешних неблагоприятных обстоятельств. Наличие продуманных сценариев реагирования подтверждает профессиональный уровень организации программы и снижает вероятность репутационных потерь в ситуациях, не зависящих от проектной команды.

Отдельное значение имело информационное сопровождение программы. Оно не сводилось только к рекламе, а выполняло функцию формирования доверия, демонстрации открытости и закрепления позитивных ассоциаций с учреждением. В рамках программы информационное сопровождение было связано с определением целевых аудиторий, формированием ценностного предложения, позиционированием и управлением коммуникациями [11; 12].

Для выявления успешности и результативности решения поставленных задач проекта был проведён мониторинг. Источниками мониторинга стали ло-

кальные документы ДХШ №1, списки участников проекта, маршрутные листы, контактная карта партнёрских площадок, публикации, цифровые показатели вовлечённости, результаты онлайн-анкетирования, интерактивного опроса AhaSlides, экспертные комментарии и отзывы сопровождающих педагогов-художников.

К количественным критериям успешности реализации проекта мы отнесли число участников программы – не менее 100; количество партнёрских площадок – не менее 6; число публикаций о мероприятии – не менее 6; количество репостов – не менее 10; количество лайков – не менее 250; количество комментариев – не менее 10; количество просмотров видеотчёта по итогам смены – не менее 500.

Качественными показателями успешности стали не менее 80 положительных отзывов, комментариев или анкетных ответов, а также средняя оценка удовлетворённости не ниже 4 баллов при 5-балльной шкале оценивания.

Мониторинг зафиксировал положительную динамику по всем оценочным показателям проекта: всего в проекте участвовало 106 человек, было привлечено 10 организаций и площадок образовательной и культурной направленности, опубликовано 9 постпроектных материалов, данные публикации отмечены 344 реакциями, 13 комментариями, 15 репостами, итоговый видеоматериал по профориентационному проекту набрал 977 просмотров. В результате анкетирования были получены 98 ответов обучающихся и сопровождающих их педагогов и родителей. Средняя оценка удовлетворённости участников по ключевым блокам программы составила от 4,0 до 4,76 балла при 5-балльной шкале оценивания.

В ходе реализации профориентационной программы были привлечены профильные образовательные организации (УрГАХУ, УрФУ, УрГПУ, ЕАСИ, Свердловское художественное училище имени И.Д. Шадра) и учреждения культуры Екатеринбурга и Свердловской области (Екатеринбургский театр кукол, Екатеринбургский государственный академический театр оперы и балета, Екатеринбургский музей изобразительных искусств, Свердловский областной кра-

еведческий музей, Демидовский фонд), на базе которых были проведены экскурсии для участников проекта, организованы мастер-классы, конкурс профессионального мастерства и другие профориентационные мероприятия.

Представители вузов, художественного училища и учреждений культуры демонстрировали Екатеринбург как культурную столицу Урала и перспективный город для продолжения обучения художественному мастерству.

Детская художественная школа №1, как оператор программы, предстала перед участниками программы и профессиональным сообществом не только как успешное в образовательном плане учреждение дополнительного образования, но и как ресурсный центр, способный координировать сложный межорганизационный проект.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

Любая деятельность учреждений художественного образования, включая профориентационную деятельность, требует управленческих решений и контроля.

Чёткая организация и реализация профориентационного проекта всероссийского статуса на базе ДХШ №1 доказали свою перспективность.

Профориентационная программа может рассматриваться как средство управления репутацией детской художественной школы, поскольку она одновременно решает образовательные, коммуникационные и репутационные задачи, а именно поддерживает профессиональное самоопределение обучающихся, демонстрирует организационную компетентность школы, укрепляет партнёрские связи, формирует положительный опыт взаимодействия целевых аудиторий с учреждением и закрепляет доверие к школе как ресурсному центру.

Список литературы

1. Детская художественная школа №1 им. П.П. Чистякова // Культура.РФ. – URL: <https://www.culture.ru/institutes/37821/detskaya-khudozhestvennaya-shkola-1-im-p-p-chistyakova> (дата обращения: 06.06.2026).
2. Золотарева А.В. Дополнительное образование детей в аспекте формальных и неформальных характеристик / А.В. Золотарева // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – №4. – С. 46–53. EDN UXMNFR
3. Комоликова С.С. Понятие репутации в культурологическом аспекте / С.С. Комоликова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №33(324). Философия. Социология. Культурология. – Вып. 30. – С. 63–67. EDN RSCMLT
4. Куприянов Б.В. Персонализация дополнительного образования детей / Б.В. Куприянов // Образовательная политика. – 2015. – №1(67). – С. 112–119.
5. Нехорошева Е.В. Имидж как управленческий ресурс общеобразовательной организации / Е.В. Нехорошева, Е.Ю. Алексейчева // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. – 2018. – №4(18). – С. 78–88.
6. Резник С.Д. Управление репутацией высшего учебного заведения: монография / С.Д. Резник, Т.А. Юдина. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 227 с.
7. Сальникова Л.С. Имидж или репутация? Подмена понятий / Л.С. Сальникова // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2017. – №3. – С. 76–79. EDN ZWPGBZ
8. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ. – Ст. 83 «Особенности реализации образовательных программ в области искусств». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 06.06.2026).
9. Чикер В.А. Репутация в деятельности человека и организации / В.А. Чикер, А.Е. Посохова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. – 2011. – Вып. 4. – С. 64–72. EDN OJOFCZ

10. Чистякова С.Н. Актуальность проблемы профессионального самоопределения обучающихся в современных условиях / С.Н. Чистякова // Профессиональное образование и рынок труда. – 2018. – №1. – С. 54–60. EDN YUMYCC

11. Keller K.L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity / K.L. Keller // Journal of Marketing. – 1993. – Vol. 57. No. 1. – P. 1–22. EDN BNWBAR

12. Kotler P. Broadening the Concept of Marketing / P. Kotler, S.J. Levy // Journal of Marketing. – 1969. – Vol. 33. No. 1. – P. 10–15.