

**МЕДИЙНЫЕ ПРАКТИКИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЕ:  
ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ  
В ВЫСОКОКОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ МЕГАПОЛИСА**

**Веселова Н.Е.**

**МБУК ДО ДХШ № 1 имени П.П. Чистякова, Екатеринбург**

**Аннотация**

В данной статье приведен опыт эффективного применения медийных практик по формированию бренда образовательной организации в сфере культуры в интернет-пространстве, работы с целевыми аудиториями при проведении политики идентификации бренда художественной школы и отстройки от конкурентов на рынке культурных услуг мегаполиса.

**Ключевые слова:** бренд художественной школы, медиапрактики, формы и методика работа с целевой аудиторией, культурный продукт, конкурентная среда мегаполиса

**BEST MEDIA PRACTICES AT ART SCHOOL:  
EXPERIENCE BRAND FORMATION OF CULTURAL INSTITUTIONS  
IN A HIGHLY COMPETITIVE ENVIRONMENT OF THE MEGAPOLIS**

**Veselova N.E.**

**Annotation**

This article describes the experience of the effective use of media practice in the formation of the brand of an educational organization in the field of culture in the Internet space, working with target audiences in the implementation of the policy of identifying the brand of an art school and detachment from competitors in the market of cultural services of the metropolis.

**Keywords:** brand of an art school, media practices, forms and methods of working with the target audience, cultural product, the competitive environment

Традиции художественной школы долгое время не предполагали в своей деятельности медийные практики.

Термин медиа происходит от латинских *medium* (средство, посредник), *media* (средства, посредники) и в современном мире повсеместно употребляется как аналог термина СМК – средства массовой коммуникации (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, включая Интернет) и/или СМИ (средства массовой информации). При этом в формулировках «медиа», принятых в разных странах, как правило, нет различий. Они отличаются только стилистически. Как правило, не только национальные научные школы, но и отдельные ученые разных стран предлагают свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как «медиаобразование», «медиакультура», «медиаграмотность», «медиакомпетентность», «медиапедагогика» и т.д. [1].

Секреты основ изобразительного искусства веками передавались из уст в уста, «из рук в руки» от мастера к ученику. В XX веке методику преподавания изобразительного искусства в России стали оформлять и издавать в виде учебников и методических пособий. В XXI веке медийные технологии активно внедрились в жизнь человека, не оставляя без внимания ни одной сферы нашей деятельности, включая и художественное образование в сфере культуры и искусства.

На современном этапе развития технологий и опыта их применения в ДХШ № 1 имени П.П. Чистякова, можно проанализировать эффективность применения медийной практики по формированию бренда образовательной организации в сфере культуры в интернет-пространстве, подвести итоги трансляции положительного имиджа образовательной организации при работе с целевыми аудиториями, зафиксировать получение экономического эффекта от проведения политики идентификации бренда школы и отстройки от конкурентов на рынке культурных услуг мегаполиса.

Опыт первой художественной школы наглядно демонстрирует эффективное их применение уже более 10 лет.

Освоение медийных практик в нашем случае можно условно разделить на 5 этапов внедрения:

Начинали мы в 2007 году с создания и ведения сайта школы <http://pionerart.ru/>, который открыли для зрителей в феврале 2009 года. Мы очень внимательно подошли к созданию этого медийного инструмента продвижения имиджа старейшей на Урале художественной школы. Изучили бизнес-практики, существующие на то время варианты сайтов и их структуры. Применили уже разработанный фирменный стиль. И вот уже 11 лет активно используем в работе официальный сайт организации как корпоративное СМИ, освещающая в публичном открытом пространстве жизнь школы, преподавателей, детей, культурные события, победы и свершения. Формирование контента сайта идет в большей массе в текстовом новостном формате в виде репортажей с места событий, анонсов мероприятий и достижений, новостей культурной жизни [5].

В разрезе десятилетней работы можно отметить рост интенсивности публикаций и прирост целевой аудитории. В 2009 году интенсивность новостной информации была примерно 5 новостей в месяц. В 2020 году мы имеем 5 рубрик новостных и 161 информационный повод, в среднем по 14 новостей в месяц. Интенсивность публикации новостных материалов по сравнению с 2009 годом увеличилась в 3 раза. В настоящий момент сайт ДХШ № 1 имени П.П. Чистякова дублируется и на русском домене <http://артшкола1.екатеринбург.рф/> и насчитывает более 2208 новостных текстов за весь период существования. Рост целевой аудитории вырос в 10 раз.

Сайт стал востребованным порталом для юных художников, обучающихся в школе, и их родителей, а также для профессиональной аудитории (преподавателей, художников, методистов, администрации детских школ искусств, реализующих образовательные программы в сфере изобразительного искусства), партнеров и спонсоров (художественных галерей, музеев, коммерческих предприятий и благотворительных фондов).

Вторым большим событием в сфере применения медиапрактик стало создание школой отдельного сайта проекта конкурсной деятельности «Виртуальный музей детского художественного творчества» <http://ekaart.ru/>, который открыл зрителям большое направление деятельности школы – конкурсно-выставочную деятельность [4]. Сайт проекта был запущен в феврале 2013 года. Пилотным проектом работы и стартом работы Виртуального музея стал Всероссийский конкурс детского художественного творчества «Град возвышенный, град вдохновенный», в котором приняли участие учащиеся школ искусств из 38 городов, 22 регионов, 8 Федеральных округов России от Калининграда до Владивостока. Конкурс проводился в виртуальном пространстве, голосование вело не только профессиональное жюри, но и интернет-аудитория выбирала победителя в номинации «Приз зрительских симпатий». Выставка работ победителей была представлена в Екатеринбургском музее изобразительных искусств в ноябре 2013 года.

Проанализировав деятельность музея за 8 лет, можно констатировать следующую статистику: на сайте собрано более 5 000 детских работ, представлено около 20 профильных конкурсных мероприятий, выявлена стабильность количества посетителей сайта и ядро его целевой аудитории пользователей, их динамика в зависимости от уровня и масштаба конкурсного мероприятия.

С организацией выездных пленэров в разные города и страны, у преподавателей и учащихся ДХШ № 1 имени П.П. Чистякова возникло желание активно рассказывать и показывать мир юного художника в видео формате. Так в 2014 году у нас появилась Детская телевизионная студия «ПАЛИТРА-ТВ», которая давала возможность детям самостоятельно рассказать и показать миру: как здорово быть художником, как интересно мы живем, какие культурные события окружают нас в жизни, и открыть окружающим мир собственного творчества. И это стало третьим активным стимулом развития организации и применения медийных практик.

В результате пятилетней реализации данного проекта создан 21 выпуск новостей культурной жизни, которые на сайте школы осветили 96 городских и школьных мероприятий и событий. За время реализации участниками проекта стали 30 учеников, которые попробовали себя в роли журналистов, операторов, телеведущих, монтажеров, режиссеров. Охватили более 400 учащихся своими репортажами и оставили в архиве школы массу снятого видео-материала, а также приобрели большое количество друзей, улыбок и воспоминаний. 10 человек выбрали своей профессией культурную журналистику.

Новый (четвертый) этап внедрения медийных практик стал развиваться в ДХШ № 1 имени П.П. Чистякова с применением интегрированных методов работы с целевой аудиторией в социальных сетях: Вконтакте [https://vk.com/pionerart\\_ru](https://vk.com/pionerart_ru) (дата создания – март 2016 год). Целевая аудитория – юные художники-подростки и их родители. Новый виток формирования видеоконтента с созданием канала школы на видео сервисе Youtube – Образовательный канал детской художественной школы №1 имени П.П. Чистякова г. Екатеринбург (июнь 2017 года). Целевая аудитория – юные художники, преподаватели, профессиональное сообщество, партнеры и спонсоры. Инстаграм [https://www.instagram.com/pionerart\\_ru/](https://www.instagram.com/pionerart_ru/) (сентябрь 2017 года). Целевая аудитория – юные художники, преподаватели, профессиональное сообщество, партнеры и спонсоры. Фейсбук <https://www.facebook.com/pionerartru/> (сентябрь 2020 года). Целевая аудитория – профессиональное сообщество, партнеры и спонсоры.

С марта 2020 года с выходом на дистанционное обучение произошел новый (пятый) виток развития медиапрактик – открыли для зрителей новое направление – выставочную деятельность.

Опыт трансляции выставок в виртуальном пространстве сайта школы также можно проследить с 2011 года, но он был скорее точечным, экспериментальным. В целом, более 20 виртуальных выставок мы показали зрителям за этот период. Особой активностью отличился 2019 и 2020 года, когда мы опубликовали 15 выставочных событий на сайте.

Транслировать выставки творческих работ мы стали комплексно, не только в традиционном информационном порядке, через новостные поводы об открытии, но и как демонстрацию культурного продукта, с полным набором цифровых информационных текстов на сайте – афиша, аннотация, фото работ, этикетаж, интерактивная книга отзывов для зрителей, новости с церемонии открытия, фото и текстовое сопровождение мероприятия в формате репортажей, публикация экспертных мнений о значимости подобных культурных событий для сферы культуры и общественной жизни Екатеринбурга.

Так, например, традиционная выставка ко Дню Победы приобрела особое звучание в медийном пространстве города и попала в повестку дня Первого канала на российском телевидении.

Традиционный большой школьный выставочный online-проект вошел в состав народного городского проекта учеников художественных и детских школ искусств Екатеринбурга «Мы внуки твои, Победа!». В новых условиях ограничительных мероприятий, выставка рисунков трансформировалась в яркую серию видеороликов, посвящённых 75-летию Победы. В качестве музыкального сопровождения в них звучат симфонии советских композиторов, написанные в годы войны. Юные художники работали над видеороликами самостоятельно, оставаясь дома. При этом зрителю представлен не просто готовый продукт, а возможность наблюдать за развитием авторской мысли. Художественный процесс показан от начала и до конца в формате таймлапс (видеоролик из множества кадров, снятых с определённым интервалом).

Еще один городской выставочный проект, организованный Управлением культуры Администрации города Екатеринбурга ко Дню России в 2020 году. Перед юными художниками стояла важная задача – составить историческую композицию и через художественный образ передать событие, эпоху, настроение героев, личное отношение автора к событию. В результате было создано подарочное издание – книга альбом «История России. Арт». юные художники – старшеклассники и выпускники детских школ искусств создали

более 150 картин, на которых изобразили памятные героические, триумфальные, трагические даты и факты истории нашей страны – от первого похода Руси на Константинополь до принятия Республики Крым в составе России [6].

Подводя итог, можно констатировать эффективное применение медийной практики в деятельности образовательной организации в сфере культуры, которая повлияла на устойчивость деятельности школы и постоянно высокий спрос на образовательные услуги на высококонкурентном рынке учреждений культуры Екатеринбурга. В результате работы по трансляции положительного имиджа образовательной организации в сфере культуры в интернет-пространстве, грамотную работу с целевыми аудиториями потребителей культурного продукта, сформирован бренд школы, который имеет прямое влияние на устойчивость организации на рынке, постоянно высокий спрос на образовательные услуги, качественный конкурсный отбор одаренных детей при проведении вступительных испытаний на бюджетные места предпрофессиональной программы и стабильный набор внебюджетного контингента обучающихся на общеразвивающие программы в сфере изобразительного искусства.

#### **Литература:**

1. *Федоров А.В.* Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
2. *Веселова, Н.Е.* Виртуальный музей детского художественного творчества как система выявления одаренных детей в сфере изобразительного искусства. // Межпредметные технологии в современном образовании. Сборник научно-методических работ [Текст] / Министерство общего и профессионального образования Свердловской области; ГБОУ СО КШИ «Екатеринбургский кадетский корпус войск национальной гвардии Российской Федерации» – Екатеринбург: ООО «Институт образовательных стратегий», 2018. –С.12–26.
3. *Веселова Н.Е.* Инновационный опыт городского ресурсного центра в формировании виртуального пространства художественного творчества // Человек в мире культуры. 2014. – № 2. – С. 42-45.
4. Виртуальный музей детского художественного творчества, Екатеринбург. - URL: <http://ekaart.ru/> (дата обращения: 11.11.2020).
5. Детская художественная школа № 1 имени П.П. Чистякова, Екатеринбург – URL: <http://артшкола1.екатеринбург.рф/> (дата обращения: 11.11.2020).
6. История России. АРТ. – Екатеринбург, 2020. – 184 с.; илл.