

## **Роль медийных коммуникаций в профессиональном становлении актеров театра**

**Научный руководитель – Темнова Лариса Витальевна**

*Бабкина Екатерина Витальевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

*E-mail: katarina.03@inbox.ru*

Профессиональное становление личности начинается с того момента, когда индивид впервые задумывается о будущей деятельности, пытаясь определить круг своих интересов и объем знаний и умений, необходимых для достижения цели. Ситуация на рынке труда во многом зависит от того, насколько правильно профессионально сориентированы обучающиеся, социальное становление которых происходит в условиях, когда естественное стремление к самоутверждению, успеху сталкивается с возрастной конкуренцией, высокими требованиями к личности на рынке труда и быстро меняющейся социальной реальностью [4].

Представители неовеберианского подхода трактуют профессионализацию как процесс, который позволяет избежать влияния национального государства, организованного капитала и контроля управленцев. М. Ларсон [1], одна из представителей данного подхода, пишет: «Профессионализация является попыткой перевести редкие ресурсы профессиональных групп одного порядка – специализированное знание и умения – в ресурсы другого порядка – социально-экономические вознаграждения». Защита этих уникальных ресурсов ведет к стремлению к монополии на экспертные знания в рабочей сфере и монополии на статус в системе социальной стратификации. Однако, чтобы приобрести определенный социальный статус, необходимо осознанно подойти к выбору профессиональной сферы и построению карьерного пути.

Сфера культуры как уникальная сфера занятости претерпевает изменения, связанные с глобальными трансформациями, процессами цифровизации и медиатизации. Сегодня формируется концепция новых творческих индустрий, связанных с развивающимся медиапространством [5]. Медиатизация позволяет культурным институтам выйти за рамки традиционного восприятия и стать частью повседневной жизни широкой аудитории. Это способствует не только образованию и развлечению, но и формированию культурной идентичности, а также стимулирует общественный интерес и участие в культурной жизни.

Медиа активно участвуют в привлечении зрительской аудитории, используя рекламу для продвижения инновационных творческих проектов, таких как иммерсивные спектакли, мюзиклы и современные прочтения классических произведений [3]. Новые постановки часто выходят за рамки традиционных театральных спектаклей и требуют активного использования новых медиа для привлечения зрителей.

Иммерсивные спектакли предлагают зрителям уникальный опыт полного погружения в действие, где они становятся участниками событий. Медиа активно используют визуальные и текстовые материалы, чтобы передать задумку автора и захватывающий характер подобных постановок. Мюзиклы, в свою очередь, являются популярным жанром, который сочетает в себе музыку, танцы и драматическое искусство. Медиа активно работают над продвижением мюзиклов через обзоры, интервью с актёрами и режиссёрами, а также за счет прямых трансляций репетиций и спектаклей. Это позволяет создать ажиотаж

вокруг мюзиклов и привлечь широкую аудиторию. Классические произведения в современном прочтении также пользуются поддержкой медиа. Журналисты и критики пишут рецензии на такие постановки, снимают теле- и радиосюжеты о новинках, а социальные сети становятся платформой для обмена мнениями и впечатлениями. Благодаря этому, зрители получают возможность узнать о новых подходах к классике и заинтересоваться современными интерпретациями известных произведений.

Кроме того, важную роль в профессиональном становлении актёров играют личные блоги и аккаунты в социальных сетях. Актёры активно используют эти платформы для создания определённого имиджа и саморекламы, что способствует их карьерному росту. Через личные блоги актёры могут делиться своими достижениями, рассказывать о своих проектах, взаимодействовать с поклонниками и получать обратную связь. Это помогает актёрам не только строить свою карьеру, но и устанавливать более тесные связи с аудиторией, что увеличивает их популярность и признание.

Таким образом, сегодня медийные коммуникации играют ключевую роль в профессиональном становлении актёров театра, способствуя их карьерному росту, популяризации их творчества и укреплению связи с аудиторией. В условиях глобализации и цифровизации медиа становятся неотъемлемой частью театрального искусства, расширяя его возможности и влияя на его развитие.

### Источники и литература

- 1) Кергроуч С. Индустрия 4.0: новые вызовы и возможности для рынка труда // Форсайт. 2017. №4. С. 6-8.
- 2) Клушина, Н. И. Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль // Рус. речь. 2014. № 1. С. 66.
- 3) Макарова М.Н. «Конец труда»: миф и реальность постиндустриализма // Экономическая социология. 2007. №1. С. 45.
- 4) Штернин С. Информационное обеспечение театрального процесса // Сцена. 2004. No 4. С. 6.
- 5) Larson M. The Rise of Professionalism: a Sociological Analysis. Berkeley, London, University of California Press, 1977. P. 66.