

## Роль репутации и имиджа в сфере шоу-бизнеса

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Боровик Тамара Юрьевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: borovik1203@mail.ru*

Одним из ключевых факторов успеха звезд шоу-бизнеса является правильно выстроенная репутация и привлекающий внимание зрителей имидж. Аудитория проявляет интерес к представителям данной сферы по различным причинам: в основном они восхищаются их талантами, нестандартными умениями, но не стоит забывать, что большое значение имеет симпатия к личности артиста, его поступки, взгляды на жизнь, а также особый шарм, присущий ему. Именно эти факторы определяют имидж и репутацию знаменитого человека, и в зависимости от характера вышеперечисленных факторов общий образ артиста может быть либо положительным, либо негативным. Кроме того, формирование положительного имиджа и высокой репутации требуют сложного и длительного процесса создания фирменного стиля, индивидуальности и идентичности [2].

Актуальность темы обусловлена тем, что в современном мире сфера шоу-бизнеса активно развивается. С появлением новых каналов коммуникации (социальных сетей и прочих платформ), когда получать обратную связь от аудитории стало гораздо проще, представителям шоу-бизнеса нужно создавать имидж не только как артиста, но и как человека, чтобы укреплять доверие аудитории. Свиридова Д. Ю. отмечает, что на современном этапе развития общества появляется цифровой имидж – имидж, созданный с помощью тех или иных цифровых технологий, реализуемый на различных носителях в режиме on line или off line, следовательно, это действительно важный аспект, который стоит учитывать [3]. Все вышеперечисленное является почвой для создания новых и адаптации уже существующих инструментов построения имиджа и репутации, которые вносят коррективы в понимание роли этих двух составляющих.

В нашем быстро меняющемся мире роль имиджа и репутации в сфере шоу-бизнеса возрастает. Образ артиста должен соответствовать его деятельности. Сейчас знаменитости становятся не просто людьми, обладающими талантами, а брендами. В связи с этим им важно уделять особое внимание своему имиджу, ведь его можно рассматривать, как элемент диалога между артистом и аудиторией, артистом и спонсорами, артистом и средствами массовой информации [1]. Всё это закладывает почву для дальнейших исследований в этой сфере, одним из которых является данная работа.

Цель работы заключается в анализе влияния репутации и имиджа на успешность артистов. В рамках данной работы предполагается исследовать, как формирование и поддержание позитивного имиджа способствует привлечению аудитории и укреплению доверия со стороны поклонников, а также влияет на коммерческий успех.

Объектом исследования курсовой работы являются образы в сфере шоу-бизнеса, а предметом исследования – роль репутации и имиджа в шоу-бизнесе.

Исследование имеет важное значение, поскольку оно формирует понимание того, как репутация и имидж влияют на восприятие общественностью деятельности артистов. Кроме того, имидж и репутация знаменитостей задает определенные тренды и стандарты поведения, данная работа позволяет понять, как это отражается в обществе.

## Источники и литература

- 1) Верещагина Т.О. Особенности формирования имиджа поп-исполнителя в российском шоу-бизнесе // Молодежь XXI века: шаг в будущее: Материалы XX региональной научно-практической конференции в 3 томах, Благовещенск, 23 мая 2019 года / Том 3. – Благовещенск: Изд-во Амурского государственного университета, 2019. – с. 94-95.
- 2) Михальченко В. Л. Коммуникационная стратегия PR: бренд, имидж, репутация [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnaya-strategiya-pr-brend-imidzh-reputatsiya> (дата обращения: 16.01.2025).
- 3) Свиридова Д. Ю. Специфика формирования цифрового имиджа музыкальной группы [Электронный ресурс] // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. – 2018. – №26. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-formirovaniya-tsifrovogo-imidzha-muzykalnoy-gruppy> (дата обращения: 15.01.2025).