

DOI: 10.12731/2576-9782-2025-9-4-318
УДК 304

EDN: RORQTY



Научная статья

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИИ В ЗЕРКАЛЕ ЗРЕЛИЩНО-ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ: ПОМЕХИ И ЭФФЕКТЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПУТИ

В.И. Старостина

Аннотация

Обоснование. В статье рассматривается влияние массовой зрелищно-визуальной культуры как значимого фактора формирования профессиональных установок и идентичности подростков в современном социокультурном контексте.

Цель. Автор ставит целью выявление механизмов и последствий воздействия массовой культуры на выбор профессии молодежью.

Методология. В исследовании использованы анализ современных эмпирических исследований, метод интерпретации социокультурных феноменов, изучение результатов социологических опросов, а также сопоставление медиаобразов и реальных профессиональных практик.

Результаты. Выявлены основные факторы влияния массовой культуры на профессиональный выбор подростков, описываются типичные ошибки и искажения реальных образов профессий в медиа, а также приводятся данные исследований, подтверждающих значимость медиавоздействия на формирование профессиональных ожиданий и степень удовлетворенности выбранной профессией.

Область применения результатов. Результаты исследования могут использоваться при разработке программ критического медиаобразования, направленных на формирование у молодежи навыков анализа и осознанного восприятия профессиональных образов, транслируемых в средствах массовой информации, а также для совершенствования

культурологического подхода в разработках программ профориентационной работы.

Ключевые слова: массовая культура; медиа; профессиональная ориентация; образ; подросток; СМИ; кинематограф

Для цитирования. Старостина, В. И. (2025). Современные профессии в зеркале зрелищно-визуальной культуры: помехи и эффекты, влияющие на выбор профессионального пути. *Russian Studies in Culture and Society / Российские исследования. Культура и общество*, 9(4), 175-196. <https://doi.org/10.12731/2576-9782-2025-9-4-318>

Original article

MODERN PROFESSIONS IN THE MIRROR OF ENTERTAINMENT AND VISUAL CULTURE: INTERFERENCE AND EFFECTS THAT INFLUENCE THE CHOICE OF A PROFESSIONAL PATH

V.I. Starostina

Abstract

Background. The article examines the influence of mass visual culture as a significant factor in the formation of professional attitudes and identity of adolescents in the modern socio-cultural context.

Purpose. The author aims to identify the mechanisms and consequences of the influence of mass culture on the choice of profession by young people.

Methodology. The study used an analysis of modern empirical research, a method of interpreting sociocultural phenomena, a study of the results of sociological surveys, as well as a comparison of media images and real professional practices.

Results. As a result, the author identifies the main factors influencing popular culture on adolescents' professional choices, describes typical errors and distortions of real images of professions in the media, and also presents research data confirming the importance of media influence on the formation of professional expectations and the degree of satisfaction with the chosen profession.

Practical implications. The results can be used to develop critical media education, improve the cultural studies approach in career guidance work and educational policy.

Keywords: mass culture; choice of profession; career guidance; image; hero; teenager; modern; media; cinema

For citation. Starostina, V. I. (2025). Modern professions in the mirror of entertainment and visual culture: interference and effects that influence the choice of a professional path. *Russian Studies in Culture and Society*, 9(4), 175–196. <https://doi.org/10.12731/2576-9782-2025-9-4-318>

Введение

В современном обществе выбор профессии все в большей степени определяется не только индивидуальными склонностями и особенностями личности, но и влиянием социальных институтов, среди которых особое место занимает массовая культура и характерные для нее зрелищно-визуальные формы коммуникации.

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающей ролью массовой культуры и современных медиа в формировании профессиональных ориентиров подрастающего поколения: цифровые платформы, онлайн-кинотеатры, социальные сети и видеохостинги становятся для подростков основными источниками информации и формирования представлений о мире профессий.

С одной стороны, это расширяет доступ к знаниям о профессиональной сфере, с другой стороны – формирует стереотипы и упрощённые образы, способные как стимулировать интерес к определённым профессиям, так и вводить в заблуждение относительно реального содержания труда.

Новизна исследования заключается в попытке провести комплексный анализ влияния массовой культуры и визуального медиа на профессиональное самоопределение подростков, учитывая не только возможности мотивации, но и те побочные эффекты и искажения (так называемые «помехи»), которые они вносят в процесс выбора профессии.

Объектом исследования является процесс профессиональной ориентации подростков в условиях современной культуры, насыщенной визуальными и информационными образами.

Вопросы влияния массовой культуры на формирование профессиональных ориентаций отражены в научных трудах как отечественных, так и зарубежных исследователей. В России этому посвящены работы А. Я. Флиера, рассматривавшего массовую культуру как значимый фактор формирования ценностей молодежи, В. В. Диковой, указывающей на влияние информационного изобилия на осознанность профессионального выбора, в трудах Е. Г. Поздеевой и Е. А. Лайус, акцентировавших внимание на средствах визуальной трансляции профессиональных образов и их особенностях восприятия молодежью.

Зарубежные исследователи, такие как N. V. Chekaleva и В. А. Matauev, освещают роль самооценки старшеклассников в определении профессиональной траектории, а N. Yeleubaiuly отмечает влияние массовой культуры на выбор STEM-профессий.

Однако проведенный анализ современного состояния научной литературы свидетельствует о недостатке работ, предлагающих системное рассмотрение комплексного воздействия массовой культуры на профессиональное самоопределение, анализа характерных помех и побочных эффектов, возникающих при таком влиянии.

Большинство имеющихся исследований акцентируют внимание либо на отражении профессий в отдельных типах медиа, либо на отдельных компонентах профессиональной идентичности, не уделяя должного внимания целостной оценке влияния визуально-зрелищной культуры на формирование системы профессиональных ценностей и реальных траекторий молодежи.

В качестве концептуальной основы настоящей работы выбраны идеи, изложенные в трудах А. Я. Флиера, Т. С. Тимофеевой, Л. А. Гегель и других исследователей, рассматривающих образ профессии через призму массовой культуры и эмпирические данные современных социологических опросов о степени достоверности медиаобразов профессий (Инс, Гегель, Поздеева).

Цель исследования – выявить и проанализировать механизмы влияния массовой культуры и визуальных медиаобразов на процесс профессионального самоопределения подростков, определить ключевые эффекты и типичные ошибки, связанные с подобным влиянием.

Для достижения этой цели предполагается решить следующие задачи:

- проанализировать современные каналы массовой культуры и визуальные образы, оказывающие влияние на подростков;
- выявить эффекты и типовые ошибки профессионального выбора под влиянием массовой культуры;
- рассмотреть современные исследования по достоверности и восприятию профессиональных образов в медиа;
- дать рекомендации для совершенствования практик профессиональной ориентации и образования.

Исходя из проведенного обзора, в работе выдвигается гипотеза о том, что массовая культура, транслирующая преимущественно стереотипные, идеализированные или романтизированные профессиональные образы, служит одним из основных факторов формирования профессиональных ожиданий подростков, при этом некритическое восприятие подобных образов зачастую приводит к ошибочным представлениям о профессиональной деятельности и, как следствие, к разочарованию и неправильному выбору профессионального пути.

Массовая культура как явление имеет влияние на многие и культурные процессы, в том числе профессиональную самореализацию человека. При этом массовая культура выступает доминирующим видом информации, транслируемой в современном мире, а визуально-зрелищный язык коммуникации, свойственный массовой культуре наиболее доступный и понятный тип сообщения для подростков. В массовой культуре формируются ценностные образцы и поведенческие стандарты, влияющие в том числе, на молодежную аудиторию. Поэтому вопрос влияния массовой культуры на выбор профессии подростком является актуальным, учитывая, что профессиональный выбор – это не только индивидуальная судьба человека, но и универсальный тренд, определяющий перспективы развития общества.

Т. С. Тимофеева и Л. Е. Солянкина отмечают, что сам образ профессии, как правило, складывается из трех компонентов:

- эмоциональной (личное соотношение себя с профессией, удовлетворенность форматом обучения и будущими профессиональными задачами);

- когнитивной (соотношение себя с компетенциями и содержанием будущей профессии);

- ценностной (соотношение себя со значимостью сферы в социуме, индустрии и ориентация на возможный профессиональный успех) [14].

Эти компоненты перекликаются с концепцией образа идеальной профессии, состоящей из двух компонентов «Я-реального» и «Я-идеального» образа. Зачастую образы, рисуемые в массовой культуре, усиливают «Я-идеальный» компонент и отводят внимание подростка от «Я-реального» компонента. Массовая культура зачастую транслирует идеализированные образы профессий, демонстрирует и негативные стереотипы, что формирует у подростков как завышенные ожидания, так и предвзятые представления о ряде специальностей [3].

В возрасте 12-17 лет у подростков еще не сформировано представление о профессии и труде в целом. Поэтому они так охотно принимают образы из массовой культуры, которые отображают то понимание, которое доступно подростку: что было бы интересно и чем бы хотелось заниматься в будущем. При этом подростки могут игнорировать те сферы, которые недостаточно представлены или преподносятся с негативной стороны в массовой культуре [10].

Стереотипы и так заметно воздействуют на профессиональные ориентиры молодёжи, а массовая культура через клишированные образы усиливает убеждения. Среди девочек обычно популярны творческие и публичные направления - актёрство, мода, дизайн, а мальчики чаще проявляют интерес к спортивной сфере и профессиям, связанным с информационными технологиями [16].

Самооценка также влияет на успешность выбора будущей профессии. Высокий уровень самооценки дает позитивное отношение к своим возможностям, а низкая может привести к неуверенности в принятии решения, выбор менее престижной профессии или следования ложным образам профессии [19].

Проблем выбора профессии молодыми людьми связана с несколькими аспектами:

- уровень осведомленности о профессиях и возможности обучения им
- влияние семьи и окружения
- личностные особенности и предпочтения подростка
- возможностями рынка труда и экономической обстановкой [17].

Роль образовательных учреждений в том числе заключается в предоставлении необходимой информации о профессиях, возможностях трудоустройства и обучения профессии, а также учитывать индивидуальные особенности подростков и активно вовлекать семью и ближайшее окружение для формирования благоприятной среды профессионального выбора [18].

Несмотря на то, что информационная среда крайне наполнена и в образовательных учреждениях ведется работа по популяризации востребованных профессий, проблема недостаточной информированности о специфике отдельных направлений все же остается актуальной [20].

В теории профессиональной ориентации выявлены навязанные установки, влияющие на совершение самостоятельного выбора профессии и некоторые из них происходят под влиянием массовой культуры.

Массовая культура часто отражает изменяющиеся тренды и развитие различных отраслей. Изучение влияния массовой культуры на выбор профессии поможет распознавать секторы, которые занимают важное положение и предлагают новые возможности для профессионального роста. Например, с ростом популярности стриминговых сервисов, возможно появление новых профессиональных ролей в этой области.

Массовая культура также служит источником вдохновения и мотивации для выбора профессии. Фильмы, книги или песни показывают аудитории амбициозные и вдохновляющие истории успеха в различных отраслях. Они помогают подросткам видеть будущие возможности и стремиться к профессиональному росту.

Влияние средств массовой информации на выбор профессии

Прежде чем перейти к конкретным примерам, конкретизируем используемые в материале термины. В контексте рассматриваемой тематики наиболее близка позиция, предложенная А. Я. Флиером: массовая культура – культура толпы, ситуативно возникшей общим интересом. По его мнению, одна из ключевых функций массовой культуры заключается в поддержании социального порядка, особенно в контексте повседневного потребительского поведения. В этом проявляется ее политическая роль [15].

М. К. Кудаярова отмечает, что активное развитие массовой культуры стало возможным благодаря эффективным каналам трансляции. К числу ключевых средств её распространения можно отнести средства массовой информации, индустрию развлечений, маркетинг, моду и сферу формирования имиджа. Сегодня элементы массовой культуры пронизывают практически все аспекты человеческой жизнедеятельности [9].

При рассмотрении массовой культуры в контексте влияния на профессиональный выбор человека (подростка) нас интересуют практически все ее проявления, т.к. они охватывают значительную часть мира профессий. Но особо влиятельной составляющей являются средства массовой информации, как мощный инструмент ее продвижения.

Массовая культура через рекламу и социальные медиа активно продвигает различные профессии и карьерные возможности. Рекламные кампании, информационные статьи и блоги могут повлиять на представление подростков о том, какая работа является модной, прибыльной или интересной.

Современные технологии с одной стороны, облегчают процесс поиска информации, делая ее более доступной, с другой – создают переизбыток информации, чаще всего, искаженной [3].

В. В. Дикова отмечает, что объём современных информационных потоков настолько масштабен, что самостоятельная навигация в них затруднена, а субъективный выбор оказывается под вопросом. В результате теряется глубинная основа профессионального вы-

бора – приоритет приобретают внешние ориентиры: востребованность, рейтинг, финансовая выгода и стремительное продвижение по карьерной лестнице для улучшения качества жизни [7].

Так, массовая культура может влиять на выбор профессии через:

- представление о профессиях: СМИ представляют широкий спектр профессий через различные форматы, такие как фильмы, сериалы, реклама, журналистика и документальное кино. Эти представления формируют у подростков представление о том, как выглядит работа в определенной сфере и быть первым запуском для их интереса к конкретной профессии;

- рассказы об успехе: СМИ часто рассказывают истории об успешных людях из различных сфер деятельности. Истории об известных бизнесменах, актерах, спортсменах, ученых и других профессионалах вдохновляют подростков и поощряют их рассматривать эти профессии как цель для своей карьеры;

- экономический аспект: СМИ подчеркивают экономическую значимость и перспективы определенных профессий: высокие зарплаты, возможности карьерного роста и стабильность. Это оказывает влияние на выбор подростков, особенно если они стремятся к материальному благополучию и финансовой стабильности;

- тренды и моду: СМИ влияют на формирование модных и трендовых профессий. Они акцентируют внимание на определенных отраслях, таких как технологии, мода, медиа и развлечения, что делает эти профессии более привлекательными для подростков. Под воздействием СМИ подростки стремятся следовать этим трендам и выбирать профессии, которые считают востребованными и модными.

Влияние кинематографа на выбор профессии

Подробнее разберем влияние кинематографа на выбор профессии современным подростком.

Р. О. Аюпова (Абдрахманова) и С. В. Каркина отмечают, что развитие визуальной культуры напрямую связано с совершенствованием технологий, с помощью которых создаются и распространяются зрительные образы. Современные технологии позволяют формировать

такие визуальные представления, которые нередко воспринимаются подростками как достоверная реальность. Особенно сильное воздействие оказывают реалистичные образы с экранов кино и телевидения, которые формируют у зрителя эмоциональное вовлечение и могут влиять на его представления о мире профессий [2].

Е. Г. Поздеева и Е. А. Лайус пишут о том, что собирательный образ героя в кино зачастую создаётся при участии массовых медиа, транслирующих специфические модели поведения как в личной, так и в профессиональной сфере. За счёт выразительных средств кинематографа - таких как крупный план, музыкальные мотивы, визуальные акценты - у зрителя формируется ощущение подлинности персонажа, воспринимаемого как реальный индивид. Такой образ становится частью мировоззрения и влияет на процессы профессионального самоопределения [12].

При этом, по результатам анализа Е. Г. Поздеевой и Е. А. Лайус, несмотря на стремительное развитие цифровых технологий и рост популярности интернет-ресурсов, телевидение по-прежнему занимает значительное место в медиапотреблении россиян. Согласно данным соцопросов 2018 г., ежедневно телепросмотром занимались 72 % жителей страны. При этом в будни около 35 % уделяли этому занятию от 3 до 4 часов, а в праздничные и выходные дни — почти 30 % смотрели телевизор в течение 7–8 часов. Сейчас подростки смотрят телевизор реже, однако, если мы говорим о кинематографе, особо популярны платформы онлайн кинотеатров [12].

Для поиска информации подростки чаще используют интернет-ресурсы. Согласно исследованию О. П. Горбат, молодёжь активно использует медиaprостранство не только для получения информации и обмена опытом (54,3 %), но и для досуга и самовыражения (51,2 %). Среди наиболее популярных онлайн-активностей — общение в соцсетях (88,4 %), поиск информации (68,2 %), прослушивание музыки (58,1 %), просмотр видео (54,3 %), электронная переписка (52,7 %) и онлайн-игры (13,2%) [6].

Исследование А. Ю. Гайфуллина также подтвердило влияние социальных сетей на выбор профессии. 19,6 % опрошенных юношей

и девушек указали, что используют социальные сети для выбора профессионального пути [4].

Важно помнить, что массовая культура часто оперирует стереотипами и карикатурами, чтобы создать более привлекательные и понятные образы. Это может привести к недостаточному или искаженному представлению о реальности профессий. Поэтому рекомендуется использовать *критическое мышление* и дополнительные источники информации для получения более полного и объективного понимания конкретных профессий. Для реализации данной рекомендации в образовательных учреждениях могут быть внедрены специальные модули по медиаграмотности, по критическому анализу профессиональных образов в СМИ. Для специалистов, работающих с профориентацией и студентами также рекомендованы форматы критического анализа, обсуждения, например встречи с представителями различных профессий для сравнительного обсуждения медиа образа и практики.

Ошибки при выборе профессии под влиянием массовой культуры

Теперь обратимся к ошибкам при выборе профессии, которые могут быть совершены подростковой аудиторией под влиянием массовой культуры:

1. Выбор «престижной» в социальном пространстве профессии. В киноиндустрии и телевизионных шоу периодически появляется собирательный образ «бизнес-леди», а также наблюдается тенденция к принижению профессий, связанных с рабочим трудом. В результате, подросток ориентируется на профессии главных или позитивных героев. И данный выбор не всегда основан на собственных навыках и желаниях.

Например, в фильме «Дьявол носит Prada» школьников может привлечь индустрия моды с яркими сценами подготовки к показам, образ властной самодостаточной женщины руководителя и ее помощницы, на первой взгляд незаурядной и неуклюжей, но «покорившей сердце» руководителя своей работоспособностью и искренностью.

2. Следование по пути, проложенному кумиром. Влияние оказывают не только художественные образы, но и сами деятели массовой культуры – актеры, певцы, общественные публичные персоны.

Многие в детстве мечтали получить сову с письмом и стать юным волшебником, как Дэниел Рэдклифф, сыгравший главную роль в фильмах о Гарри Поттере. Будни юного актера могут показаться легкими и беззаботными, наполненными съемками с друзьями и звездами кинематографа. Стать знаменитым, раздавать автографы и утопать в аплодисментах, иметь шанс хоть раз встретиться с кумиром или еще лучше – попасть на совместные съемки. Так подросток может мечтать о профессии своего кумира, стать «как он», невзирая на личные интересы, умения и особенности характера.

3. Часто образы профессий в массовой культуре основываются на устаревшей или стереотипной информации, в то время как профессиональный мир непрерывно развивается.

Согласно материалам О. М. Камаловой и Л. Ж. Каравановой, в процессе профессионального самоопределения подростку нередко мешают устойчивые социальные установки, бессознательные шаблоны, которые транслируют средства массовой информации. Когда представление о профессии ограничено фрагментарными знаниями или строится на слухах, формируются устойчивые, но неточные образы, которые могут привести к неверному профессиональному выбору [8].

Для создания привлекательных образов медиаиндустрия нередко прибегает к шаблонам, упрощая или искажая суть реальной профессиональной деятельности. Например, офисный работник в кинематографе и рекламе чаще представлен как человек незаурядный, «отсиживающий» рабочий день, оставляя без внимания то, что работа может требовать усидчивости, особых профессиональных навыков. Так, фильм «Трудоголики» может показать пример молодых людей, придумывающих себе развлечения в офисе вместо выполнения должностных обязанностей.

4. Рассмотрение только успешного образа профессии, романтизация профессии. Важный пункт, касающийся творческих профессий – актер, музыкант, хореограф и т.д. Массовая культура рисует

картину моментального общего признания, успеха «парня из провинции» или девушки, которой повезло оказаться в нужное время и в нужном месте. Безусловно, представители творческих профессий порой собирают полные залы и получают высокие гонорары, однако немногие задумываются о сложностях их повседневной работы, скрытых от глаз зрителей: постоянных репетициях, разъездах, необходимости поддерживать физическую форму и выдерживать плотный график. Даже если в массовой культуре раскрывают «закулисную» историю успеха, она, как правило, представлена в иллюзорной форме соревнований, скандалов и интриг, что подогревает интерес молодого человека.

На этот счет имеются исследования, например, журнала «Inc» пишут о своих результатах опросов следующее: 58 % респондентов отметили, что их профессиональный выбор был так или иначе обусловлен воздействием массовой культуры. Причём среди мужчин таких оказалось больше – 62 %, тогда как среди женщин – 54 %. Наиболее влиятельным источником оказался телевизор (25 %), далее следуют кинофильмы и сериалы (19 %), книги (9 %), подкасты (7%), а наименьшее влияние оказали видеоигры (6 %) [11].

83 % респондентов, считающих образ своей профессии, отражённый в массовой культуре, достоверным, удовлетворены своим трудом. Среди тех же, кто не согласен с этим образом, удовлетворённых значительно меньше – лишь 63 %. Более того, 59 % людей, выбравших профессию под воздействием массовой культуры, впоследствии испытывали разочарование: реальность оказалась гораздо сложнее, чем транслируемая в фильмах или книгах [11].

Согласие с образом своей профессии, представленным в массовой культуре, выразили 30 % опрошенных, тогда как 35 % указали на искажения. Чаще всего с показанным образом соглашались специалисты из сферы рекламы и маркетинга, затем – работники финансовой отрасли и технологических направлений. Наиболее согласны с отображением своих профессий представители искусства и розничной торговли. Среди государственных служащих согласных – лишь 24%, а среди медиков и педагогов – 22%. [11].

Л. А. Гегель и С. П. Бабочкина также утверждают, что средства массовой информации и рекламные кампании зачастую подменяют истинную общественную значимость профессии её внешней престижностью. В результате формируется ложная система ценностей, ориентированная на безусловное достижение материального достатка, что может вызывать зависть и формировать стремление к потреблению, лишённому реального смысла [5].

В исследовании, проведённом среди студентов Санкт-Петербургского политехнического университета, проводился опрос о влиянии образов профессий, транслируемых через современные медиа. Участники чаще всего упоминали кинематограф как источник профессиональных представлений, хотя его воздействие не всегда оказывалось значительным. При этом особенно часто приводился образ врача, чья медиа репрезентация усилилась на фоне пандемии и возросшего общественного интереса к здравоохранению. [12].

Массовая культура может отражать текущие тенденции и изменения в сфере труда. Подростки могут замечать популярность и возможности в некоторых отраслях и профессиях благодаря влиянию массовой культуры. Например, возросший интерес к технологиям и сфере IT может вдохновить подростков выбрать профессию в области программирования или разработки.

Есть и другие положительные моменты, например, образ спасателя в массовой культуре увеличивает интерес к профессиям в сфере безопасности и к профессиям, требующим риска и тяжелого труда (летчики, пожарники, шахтеры и др.). Фильмы подробно показывают, каким образом люди работают в определенных отраслях, открывая взгляд на их ежедневную деятельность и вызовы, с которыми они сталкиваются. Это вдохновляет молодых зрителей и вызывает интерес к этим профессиям.

Массовая культура в своем проявлении подсвечивает наиболее востребованные или новые профессии, например, после сериала «Интерны» и «Кадетство» появились желающие связать свою жизнь с медициной и военным делом.

В сериале «Интерны» ярко изображена жизнь медицинских работников не только с серьезной ответственностью за здоровье пациентов,

но и с забавными ситуациями с коллегами, житейскими вопросами и интригами. Сериал показывает медицинского работника «человеческим» с его эмоциями, переживаниями. После просмотра сериала проще понимать женщин с регистратуры, находящихся «не в духе».

Еще, например, в 1960–1980-х годах мечта стать космонавтом была популярной среди советских школьников, так сейчас среди подростков заметен интерес к профессиям блогера и медийного создателя. Мечты о творческой профессии были всегда, это связано с желанием проявиться, самореализоваться в подростковом возрасте.

Есть ситуации, когда профессия в массовой культуре претерпевала изменения по отношению к себе. Например, образ полицейского (милиционера) в виде Дяди Степы, впоследствии в значительной мере трансформировался, в том числе и в образ нечестного, nepорядочного человека в современных отечественных сериалах.

Отечественный сериал «Пес» иллюстрирует собирательный образ недобросовестного, глупого сотрудника Гнездилова, получившего звание и должность через родственные связи, к тому же, неидеального семьянина. Разумеется, персонаж введен для контраста с главным героем и может влиять не только негативно (создавать впечатление, что многие сотрудники полиции именно такие, что высокую должность получить можно только через родственников и т.д.), но и позитивно – укрепить желание стать таким профессионалом, как главный герой, не быть как Гнездилов. По мнению В. С. Агапова и В. Н. Дружининой вернуть позитивный уровень полицейского может в том числе трансляция в СМИ, сети интернет героических поступков, историй с раскрытием запутанных громких преступлений сотрудниками МВД [1].

Из позитивных аспектов также важно отметить, что внедрение инклюзии в массовую культуру благоприятно влияет на самих людей с ограниченными возможностями и на социум. Благодаря популяризации инклюзивной тематики в массовой культуре, общество становится более открытым к трудоустройству людей с ограниченными возможностями здоровья, что подтверждается примерами успешных фильмов и телепроектов, поднимающих эту проблематику.

Например, отечественные и зарубежные картины: «1+1», «Человек дождя», «Все в порядке» (Everything's Gonna Be Okay), «Большой потенциал», «Перед классом», «Со дна вершины», а также телесериалы «Хороший доктор» и «Женское дело» и др.

Подобные произведения способствуют формированию позитивного общественного отношения к инклюзии, демонстрируя возможности успешной социализации и профессиональной реализации людей с инвалидностью. Кроме того, они оказывают влияние на работодателей и государственные институты, способствуя развитию инклюзивных практик в сфере занятости.

Выводы

Массовая культура, как многостороннее явление, модернизируется творцами, потребителями, властными институтами; популяризирует современные тренды, технологии и актуальные тенденции; «подсвечивает» социальные проблемы в особой визуально-зрелищной проекции. Это позволяет формировать медиаобразы конкретных профессий, попадающий в ракурс экранной репрезентации, переживать с героями эмоции и мотивировать зрителя на высокий результат. Стереотипный или романтизированный характер медиаобразов способен привести к разочарованию при столкновении с реальными сложностями профессиональной деятельности, поскольку не всегда отображает объективную специфику профессии и связанные с ней трудности. Все это нередко приводит к разочарованию в собственном выборе, когда ориентация на привлекательный визуально-зрелищный образ не выдерживает столкновения с «изнанкой» профессионально-трудовых будней.

Несмотря на достаточно стихийный и не всегда регулируемый характер воздействия массовой культуры, ее течение может быть скорректировано при помощи государственного заказа на производство необходимого медиапродукта. Кроме того, в вопросах профессиональной ориентации школьников в образовательных учреждениях рекомендованы целенаправленные форматы взаимодействия: честные беседы с представителями профессий, диагностические мероприятия,

когда подросток может согласовать сформированный медиаобраз с реальной картиной рабочих будней и сделать осознанный выбор.

О важности внедрения методик и технологий, направленных на ознакомление школьников с различными видами профессиональной деятельности пишут и другие исследователи, например, Б.Б. Сары и соавторы. Почувствовать себя представителями профессии подросткам помогут педагоги и наставники, интегрируя в учебный процесс элементы практической деятельности или симуляции решения задач какой-либо профессии. В этом помогают средства массовой информации государственных структур (образовательные, культурные, реализующие молодежную политику), которые модерируют визуальный контент с учетом задач культурной политики [21].

Изучение влияния массовой культуры на выбор профессии может помочь развить критическое мышление и осознанность в отношении медиа. Это важно, поскольку не всё, что транслируется в средствах массовой информации, соответствует реальному положению дел в мире профессий. Размышление о том, как массовая культура формирует картину профессионального успеха, может помочь принимать информированные решения, основанные на собственных интересах и целях.

Список литературы

1. Агапов, В. С., & Дружинина, В. Н. (2022). Психологические факторы привлекательности образа профессии сотрудника полиции. *Психология и педагогика служебной деятельности*, 1, 12–15. <https://doi.org/10.24412/2658-638X-2022-1-12-15>. EDN: <https://elibrary.ru/EOFADP>
2. Аюпова (Абдрахманова), Р. О., & Каркина, С. В. (2021). Формирование визуальной культуры у молодежи в условиях дополнительного художественного образования. *Мир науки. Педагогика и психология*, 9(5).
3. Борец, Е. М., & Мирошниченко, Е. А. (2024). Профнавигация молодежи: пути и стратегии карьерного развития в эпоху цифровых технологий. В кн.: *Профнавигация молодежи: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Крас-*

- нодар, 26 апреля 2024 года* (с. 93–100). Краснодар: Кубанский государственный технологический университет. EDN: <https://elibrary.ru/LUCYZW>
4. Гайфуллин, А. Ю. (2024). Роль социальных сетей в профессиональном выборе старшеклассников: социологический анализ. *Уфимский гуманитарный научный форум*, 2(18), 189–203. <https://doi.org/10.24412/2713-2358-2024-2-189-203>. EDN: <https://elibrary.ru/MTSDDW>
 5. Гегель, Л. А., & Бабочкина, С. П. (2010). Влияние социальных факторов на выбор профессии учащихся старших классов общеобразовательных школ. *Социально-гуманитарные знания*, 5, 79–85. EDN: <https://elibrary.ru/MVIQTN>
 6. Горбат, О. П. (2022). Состояние и особенности медиакультуры современной молодежи. *Библиосфера*, 4, 72–80. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2022-4-72-80>. EDN: <https://elibrary.ru/ZNOJFK>
 7. Дикова, В. В. (2024). К проблеме анализа предикторов новой темпоральности выбора профессии в цифровой эпохе. *Проблемы современного педагогического образования*, 84-3, 399–402. EDN: <https://elibrary.ru/CBRBKG>
 8. Камалова, О. М., & Караванова, Л. Ж. (2023). Влияние профессиональных стереотипов на профессиональное самоопределение. *Психология и психотехника*, 2, 78–86. <https://doi.org/10.7256/2454-0722.2023.2.40577>. EDN: <https://elibrary.ru/URWZZM>
 9. Кудаярова, М. К. (2012). Массовая культура и массовое общество: анализ философско-культурологической мысли XX века. *Наука и современность*, 18, 231–234. EDN: <https://elibrary.ru/ROQQLP>
 10. Ли, Ф. (2025). Мотивы выбора профессии обучающихся подросткового возраста общеобразовательной школы. *Вестник науки*, 5(3), 324–331. EDN: <https://elibrary.ru/XYPJAI>
 11. Люди довольны своей работой, если её правдиво показывают в кино и сериалах [Электронный ресурс]. (2023). *Inc*. Получено 10 февраля 2023 г. из: <https://incrussia.ru/news/lyudi-lubyat-sebya-v-kino/>
 12. Поздеева, Е. Г., & Лайус, Е. А. (2020). Проблема влияния медиаобразов на интерес молодежи к профессиональному выбору. *Россия*

- в глобальном мире, 16-17(39-40), 109–120. EDN: <https://elibrary.ru/ZBUINE>
13. Потапенкова, И. В. (2023). Формирование образа будущей профессии на этапе обучения в высших образовательных организациях. *Психология и педагогика служебной деятельности*, 4, 161–164. <https://doi.org/10.24412/2658-638X-2023-4-161-164>. EDN: <https://elibrary.ru/QGPUHN>
 14. Тимофеева, Т. С., & Солянкина, Л. Е. (2022). Образ профессии у студентов-психологов как показатель профессиональной идентичности. *Психолого-педагогический поиск*, 1(61), 188–197. <https://doi.org/10.37724/RSU.2022.61.1.016>. EDN: <https://elibrary.ru/FNDDTA>
 15. Флиер, А. Я. (2011). Элитарная, народная и массовая культуры: диалог на эшафоте. *Обсерватория культуры*, 1, 26–29. EDN: <https://elibrary.ru/OBNPRT>
 16. Чупина, И. П., Журавлёва, Л. А., Зарубина, Е. В., & [и др.]. (2025). Проблема выбора профессии среди молодёжи. *Российский научный вестник*, 1, 311–317. <https://doi.org/10.24412/2782-3830-2025-1-311-317>. EDN: <https://elibrary.ru/QYXJMM>
 17. Азизов, А. А., & Ганиева, М. А. (2024). Муаммо ва ҳадафҳои касбинтихобкунии насли наврас. *Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон*, 2, 283–288. EDN: <https://elibrary.ru/JNVVGY>
 18. Beyschembaeva, A. B. (2021). My presentation on the preparation of the choice of profession. *Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова*, 3(59), 36–40. EDN: <https://elibrary.ru/MZZPYP>
 19. Chekaleva, N. V., & Matayev, B. A. (2022). Influence of self-assessment of a high school student on the choice of a profession. *Pedagogical Journal of Kazakhstan*, 2, 84–100. <https://doi.org/10.52301/1991-0614-2022-2-84-100>. EDN: <https://elibrary.ru/WXUNPX>
 20. Yeleubaiuly, N. (2024). How is the choice of a STEM profession going? *Юный учёный*, 1(75), 134–139. EDN: <https://elibrary.ru/DSMOGM>
 21. Сары, Б. Б., Абдиркенова, А. К., Жусупова, Ж. А., & Сұлтанғалиева, О. Қ. (2024). Болашақ мұғалімдерді бастауыш сынып оқушыларын кәсіби мамандық таңдауына ерте бейімдеуге дайындау. *3i: Intellect*,

Idea, Innovation — интеллект, идея, инновация, 3, 257–264. https://doi.org/10.52269/22266070_2024_3_257. EDN: <https://elibrary.ru/TLRKKW>

References

1. Agapov, V. S., & Druzhinina, V. N. (2022). Psychological factors of the attractiveness of the police officer profession image. *Psychology and Pedagogy of Service Activity*, 1, 12–15. <https://doi.org/10.24412/2658-638X-2022-1-12-15>. EDN: <https://elibrary.ru/EOFADP>
2. Ayupova (Abdrakhmanova), R. O., & Karkina, S. V. (2021). Formation of visual culture among youth in the context of additional art education. *World of Science. Pedagogy and Psychology*, 9(5).
3. Borets, E. M., & Miroschnichenko, E. A. (2024). Career guidance for youth: paths and strategies of career development in the era of digital technologies. In: *Career guidance for youth: proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference, Krasnodar, April 26, 2024* (pp. 93–100). Krasnodar: Kuban State Technological University. EDN: <https://elibrary.ru/LUCYZW>
4. Gaifullin, A. Yu. (2024). The role of social networks in high school students' professional choice: a sociological analysis. *Ufa Humanitarian Scientific Forum*, 2(18), 189–203. <https://doi.org/10.24412/2713-2358-2024-2-189-203>. EDN: <https://elibrary.ru/MTSDDW>
5. Gegel, L. A., & Babochkina, S. P. (2010). Influence of social factors on the professional choice of senior high school students. *Social and Humanitarian Knowledge*, 5, 79–85. EDN: <https://elibrary.ru/MVIQTN>
6. Gorbat, O. P. (2022). State and features of modern youth's media culture. *Bibliosfera*, 4, 72–80. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2022-4-72-80>. EDN: <https://elibrary.ru/ZNOJFK>
7. Dikova, V. V. (2024). On the problem of analyzing predictors of the new temporality of professional choice in the digital age. *Problems of Modern Pedagogical Education*, 84(3), 399–402. EDN: <https://elibrary.ru/CBRBKG>
8. Kamalova, O. M., & Karavanova, L. Zh. (2023). Influence of professional stereotypes on professional self-determination. *Psychology and Psy-*

- chotechnics*, 2, 78–86. <https://doi.org/10.7256/2454-0722.2023.2.40577>. EDN: <https://elibrary.ru/URWZZM>
9. Kudayarova, M. K. (2012). Mass culture and mass society: an analysis of 20th-century philosophical and culturological thought. *Science and Modernity*, 18, 231–234. EDN: <https://elibrary.ru/ROOQLP>
 10. Li, F. (2025). Motives of professional choice among adolescent students of general education schools. *Bulletin of Science*, 5(3), 324–331. EDN: <https://elibrary.ru/XYPJAI>
 11. People are satisfied with their jobs if they are truthfully portrayed in movies and TV series [Electronic resource]. (2023). *Inc*. Retrieved February 10, 2023, from: <https://incrussia.ru/news/lyudi-lubyat-seb-ya-v-kino/>
 12. Pozdeeva, E. G., & Layus, E. A. (2020). The problem of media images' influence on youth's interest in professional choice. *Russia in the Global World*, 16–17(39–40), 109–120. EDN: <https://elibrary.ru/ZBUINE>
 13. Potapenkova, I. V. (2023). Formation of the image of a future profession at the stage of studying in higher educational institutions. *Psychology and Pedagogy of Service Activity*, 4, 161–164. <https://doi.org/10.24412/2658-638X-2023-4-161-164>. EDN: <https://elibrary.ru/QGPUHN>
 14. Timofeeva, T. S., & Solyankina, L. E. (2022). The image of the profession among psychology students as an indicator of professional identity. *Psychological and Pedagogical Search*, 1(61), 188–197. <https://doi.org/10.37724/RSU.2022.61.1.016>. EDN: <https://elibrary.ru/FNDDTA>
 15. Flier, A. Ya. (2011). Elite, folk, and mass cultures: a dialogue on the scaffold. *Observatory of Culture*, 1, 26–29. EDN: <https://elibrary.ru/OBNPRT>
 16. Chupina, I. P., Zhuravleva, L. A., Zarubina, E. V., et al. (2025). The problem of professional choice among youth. *Russian Scientific Bulletin*, 1, 311–317. <https://doi.org/10.24412/2782-3830-2025-1-311-317>. EDN: <https://elibrary.ru/QYXJMM>
 17. Azizov, A. A., & Ganieva, M. A. (2024). Muammo va hadafhoi kasbin-thikhobkunii nasli navras [Problems and goals of youth's professional choice]. *Proceedings of the Tajik National University*, 2, 283–288. EDN: <https://elibrary.ru/JNVVGY>

18. Beyschembaeva, A. B. (2021). My presentation on the preparation of the choice of profession. *Proceedings of I. Razzakov Kyrgyz State Technical University*, 3(59), 36–40. EDN: <https://elibrary.ru/MZZPYP>
19. Chekaleva, N. V., & Matayev, B. A. (2022). Influence of self-assessment of a high school student on the choice of a profession. *Pedagogical Journal of Kazakhstan*, 2, 84–100. <https://doi.org/10.52301/1991-0614-2022-2-84-100>. EDN: <https://elibrary.ru/WXUNPX>
20. Yeleubaiuly, N. (2024). How is the choice of a STEM profession going? *Yuny Uchenyy [Young Scientist]*, 1(75), 134–139. EDN: <https://elibrary.ru/DSMOGM>
21. Sary, B. B., Abdirkenova, A. K., Zhusupova, Zh. A., & Sultangalieva, O. K. (2024). Bolashak mūgalimderdī bastauysh synyp oqushyların kāsibi mamandық tańdaуyna erte beyımdeuge daıyndau [Preparing future teachers to early adapt primary school students to professional choice]. *3i: Intellect, Idea, Innovation — Intellect, Idea, Innovation*, 3, 257–264. https://doi.org/10.52269/22266070_2024_3_257. EDN: <https://elibrary.ru/TLRKKW>

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Старостина Валерия Игоревна, аспирант кафедры философии и культурологии

Челябинский государственный институт культуры

ул. Орджоникидзе, 36А, г. Челябинск, Челябинская область, 454091, Российская Федерация

stvaleriya1997@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Valeriya I. Starostina, Postgraduate Student of the Department of Philosophy and Cultural Studies

Chelyabinsk State Institute of Culture

36A, Ordzhonikidze Str., Chelyabinsk, Chelyabinsk Region, 454091, Russian Federation

angelica2301@mail.ru

Поступила 20.11.2025

После рецензирования 21.12.2025

Принята 20.12.2025

Received 20.11.2025

Revised 21.12.2025

Accepted 20.12.2025