



Институт психологии имени Л.С. Выготского РГГУ

Психологический факультет

Кафедра социальной психологии

**«Сравнительный анализ обыденных и профессиональных
представлений о модельном бизнесе»**

Автор исследования: студент 5 курса очного отделения Н.А.
Хворостянова

Научный руководитель: кандидат психологических наук, доцент
О.А. Громова

Проблема исследования *какие представления формируют люди об индустрии модельного бизнеса в зависимости от включенности в сферу*

Актуальность исследования *социальные представления о сфере модельного бизнеса ранее не были изучены, при этом индустрия окутана тайнами и мифами, мало информации, потенциальные сотрудники начинают карьеру в несовершеннолетнем возрасте и спрос с каждым годом растет*

Цель - выявить сходства и различия обыденных и профессиональных представлений о сфере модельного бизнеса среди молодых девушек

Задачи:

1. Изучить теоретические подходы в области социальных представлений
2. Изучить существующие исследовательские подходы в отношении изучения социальных представлений
3. Изучить исследования в области профессиональных представлений
4. Разработать план исследования
5. Изучить представления о модельном бизнесе среди девушек, которые в этой сфере работают и девушек, которые никак не связаны с ней

Объектом исследования выступают социальные представления о модельном бизнесе

Предметом исследования является сравнительный анализ обыденных и профессиональных представлений среди молодых девушек

Гипотезы были сформулированы на основе данных пилотного исследования, полученных при помощи прототипической методики П. Вержеса

1. Представления о модельном бизнесе будут различаться: профессиональные представления будут отражать специфику конкретной деятельности, а обыденные – абстрактные образы и понятия из массовой культуры (художественные фильмы, реалити-шоу, СМИ)
2. Профессиональные представления будут ориентированы на текущий, актуальный временной период, в то время как обыденные могут не быть привязаны к настоящему времени
3. Профессиональные представления в большей степени будут отражать личный опыт и переживания, связанные с конкретной деятельностью

Процедура исследования

I этап исследования проведение пилотного исследования

II этап исследования проведение интервью, сбор визуального ассоциативного материала

III этап исследования описание, сравнительный анализ, интерпретация полученных данных

Методы сбора данных

- ассоциативная методика, обрабатываемая по схеме П. Вержеса,;
- глубинное, полуструктурированное интервью.

Предварительный топик-гайд для обеих групп состоял из трех основных блоков: *1) знакомство; 2) восприятие модельного бизнеса; 3) восприятие моделей.*

Интервью по времени занимало в районе часа.

- метод анализа визуальных ассоциаций, связанных у респондентов с модельным бизнесом. Согласно инструкции 20 респондентов предоставили по 4 файла материалов-ассоциаций (фотографии, картинки, скриншоты).

Обрабатывались и анализировались полученные данные при помощи метода тематического анализа. (Мельникова О.Г., Хорошилов Д.А., 2020)

Выборка исследования

В выборку исследования вошли 20 человек, девушки, от 17 до 25 лет

10 из которых работают профессиональными моделями от 3 до 8 лет, на момент проведения интервью работа была актуальна для всей группы, возраст от 17 до 24 лет

10 других девушек не связаны с индустрией модельного бизнеса, при этом представляют различные профессиональные специальности: социолог, учитель, психолог, художник, экономист, актриса и т.д. возраст от 21 до 25 лет

Результаты методики прототипического анализа (П.Вержес)

Ядро Красота (ср.ранг - 3,4; частота – 17), Мода (4,2;10), Журнал (3,7;13), Кости (4,0;9), Слезы (4,1; 6), Стиль (4,2;6), Рост (4,6; 7), Каблуки (4,9; 6) Бренд (4,8; 6)	2 Блок I периф. системы Одежда (6,2; 14), Макияж (6,3; 10), Прически (6,5; 12), Модная Европа (6,8; 10), Слава (7,2; 11), Идеал (7,2; 9)
1 Блок I периф. Системы Искусство (4,0; 3) Мерки (5,0; 3), Интересная жизнь (3,0; 2), Скулы (3,9; 4), Наркота (2,0; 2), Внимание (4,1; 4), Лоск (4,0; 3), Гламур (3,8; 2), Красивая жизнь (4,4; 3)	II периф. система Ноги (6,5; 2), Острые плечи (7,0; 2), Строгие женщины (6,8; 3), Инстаграмм (8,5; 2), Элита (7,3; 3), «Дьявол носит Prada» (9,0; 2)



Представления более абстрактные, романтизированные, навеяны продуктами культуры, кино, известных шоу (*наркота, лоск, идеал, слезы, «Дьявол носит Prada», гламур, журнал*)

Не модели

Результаты методики прототипического анализа (П.Вержес)

<p>Ядро</p> <p>Возможности (3,3; 10), Кастинги (4,0; 9), Агентство (4,3; 10), Труд (4,9; 12), Ограничения (4,2; 9), Деньги (4,8; 12), Опыт (3,5; 10)</p>	<p>2 Блок I периф. системы</p> <p>Спорт (6,0; 13), Нестабильность (6,0; 9), Параметры (6,4; 10), Правильное питание (7,6; 9), Известность (7,8; 12)</p>
<p>1 Блок I периф. системы</p> <p>Стресс (4,0; 3), Время (4,5; 3), Одиночество (2,1; 4), Комплексы (4,3; 3), Профессионализм (4,5; 2), Амбиции (2,0; 2), Ожидание (4,9; 3)</p>	<p>II периф. система</p> <p>Здоровье (7,5; 2), Развитие (7,5; 2), Бэкстейдж (6,5; 2), Самоконтроль (8,0; 2), Адаптация (7,5; 2), Кругозор (7,5; 2)</p>



Представления, связанные с выполняемой работой, условиями труда и личными переживаниями (*труд, опыт, ожидание, комплексы, ограничения, параметры, время*)

Результаты тематического анализа

Общие темы для обеих групп

1. Индустрия является закрытой, ограничивается ее участниками, информация о внутренних процессах доступна только им
2. Существуют устойчивые образы, которые ассоциируются с моделями, сформированные массовой культурой
3. Существует некоторая двойственность индустрии, с одной стороны, притягательные эстетика и красота, а с другой: отталкивающие пути ее достижения
4. В индустрии ключевую роль играет «внешнее», модели соответствуют единому стандарту, который обезличивает
5. Профессиональная деятельность, наличие работы, окончание карьеры контролируется не самой моделью, а внешними, не зависящими от нее факторами.
6. Обогащение профессиональной сферы ведет к обеднению личностной, которая за пределами модельной индустрии.

Сходства Модели и Не модели

Интервью

Тема №3 «Существует некоторая двойственность индустрии, с одной стороны, притягательные эстетика и красота, а с другой: отталкивающие пути ее достижения»

- *это работа творческая, с образами, но там есть бизнес, эти две вещи разделены в моей голове. (3) н\м*
- *это с одной стороны сфера искусства, но с другой, она наиболее коммерческая. (18) м*

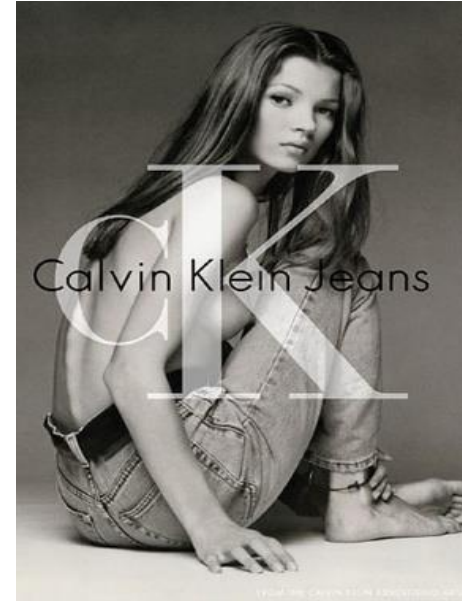
Сходства Модели и Не модели

Визуальные ассоциации

- Блок №1 «Рекламные продукты модной индустрии»



Не-модели



Модели



Различия для групп модели и не модели.

Интервью

Не модели указывают то, что **№1. Индустрия закрыта**, информация отсутствует, модели приводят источники из свободного доступа, где публикуют достоверную информацию о происходящем

- *нет в открытом доступе информации, каким образом вообще можно начать, как там работать (2) н\м*
- *Телеграм каналы, кастинг директора, вся актуальная информация там. (14) м*

№2. Образ модели в массовой культуре сформирован на основе одних и тех же фильмов («Джиа», «Неоновый демон»), при этом модели указывают на полное отсутствие правдоподобности.

- «Джиа», «Неоновый демон», в них очень точно показана тема наркотиков и конкуренции (6) н\м
- «Неоновый демон», но это бредятина, с реальностью это не пересекается. (11) м

Различия для групп модели и не модели.

Интервью. Специфические темы моделей.

Тема №1` «Оценка модной индустрии на сегодняшний день, что в ней происходит и в каком она состоянии»

- *Эпоха супер моделей прошла, когда лицо было частью бренда. Модели сейчас нужны для воплощения идей, моделинг трансформируется в инструмент, не искусство, но конструктор лего. (респондент №12)*
- *Моделинг очень привязан к тому, что происходит в мире: ковид, спецоперация, митинги, всё связано (респондент № 16)*

Тема №2` «Работа в индустрии модельного бизнеса выдвигает требование к подростку быть более самостоятельным, что влияет на быстрое взросление с разнообразными последствиями»

- *Девочки очень рано начинают усердно работать. Вынужденность быстро взрослеть, может это и ломает. У нас было мало детства (респондент №20)*
- *Сколько я сталкивалась с девочками, они все сломлены этой работой, не представляю, как справиться можно с таким стрессом в 14 лет (респондент №15)*

Различия для групп модели и не модели. Визуальные ассоциации. Специфические для моделей

- Блок №2 Процесс подготовки, остающийся «за кадром» + «перелёты»







Различия для групп модели и не модели.
Визуальные ассоциации. Специфические для не-моделей

- Блок №4 «Негативные темы» модельного бизнеса



Анализ результатов. Выводы по гипотезам исследования

1. Представления о модельном бизнесе будут различаться: профессиональные представления будут отражать специфику конкретной деятельности, а обыденные – абстрактные образы и понятия из массовой культуры (художественные фильмы, реалити-шоу, СМИ) 
2. Профессиональные представления будут ориентированы на текущий, актуальный временной период, в то время как обыденные могут не быть привязаны к настоящему времени  
3. Профессиональные представления в большей степени будут отражать личный опыт и переживания, связанные с конкретной деятельностью 

Выводы исследования

1. Индустрия модельного бизнеса в действительности является закрытой, и с точки зрения вхождения в нее (необходимы генетически обусловленные врожденные параметры), и с точки зрения информации о внутренних процессах.
2. Такое ограничение способствует росту желающих попасть в индустрию, а также построению догадок, связанных с тем, что в действительности происходит «за кадром»
3. В зависимости от включенности в сферу представления о ней строятся поразному и имеют качественные отличия.
4. Качественный метод позволяет выявить особенно эмоционально значимые темы для моделей, волнующие и тревожащие. В ходе ассоциативных методов неприятные или негативные темы ими не поднимаются, выступая табуированными.

Спасибо за внимание!