

Секция «Качественные и количественные методы исследования в психологии»

Метод «Обоснованной теории» в исследовании образа тела, конструируемого в российском медиадискурсе (на материале женских глянцевого издания)

Научный руководитель – Хорошилов Дмитрий Александрович

Грибанова А.Г.¹, Аветисян А.С.¹

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра социальной психологии, Москва, Россия

На сегодняшний день существуют различные способы трансляции образа тела, а также его трансформации: референтная группа или группа членства, культура, СМИ [4]. Однако можно предположить, что благодаря своей доступности и распространённости, именно СМИ становятся основным каналом для трансляции представлений об «образе мира» в целом и «образе тела» [1;2]. Проведенные ранее исследования показывают, что современные девушки не только сравнивают себя с медиа-образами, но и используют СМИ для поиска стратегий борьбы с неудовлетворенностью своей внешностью [6]. В рамках данного исследования предполагалось рассмотреть представление о теле конструируемое в СМИ. Цель исследования - изучение представлений (или образа) тела, конструируемого в медиадискурсе.

В исследовании использовался метод обоснованной теории в традиции Б. Глейзера и А. Страусс [3]. Процедура исследования состояла из трех последовательных этапов:

- 1) Проведение теоретического анализа. Рассмотрения данной проблематики в психологии в различных теориях и подходах.
- 2) Отбор материала. Сбор материала заключался в обзоре интернет-источников и печатных изданий (статей, публикаций и пр.).
- 3) Применения метода обоснованной теории для анализа данных. На первой стадии происходит кодирование (исходное, осевое и избирательное), которое позволяет преобразовать исходные тексты статей в итоговую парадигмальную модель. После чего полученные результаты были преобразованы в итоговое предложение и проинтерпретированы.

В качестве теоретической выборки были отобраны статьи из популярных женских глянцевого издания и интернет источников, опубликованных в период ноябрь 2016 - февраль 2017 (Cosmopolitan, Лиза, HELLO!, SHAPE, Glamour, Elle), в которых поднимался вопрос о преобразовании тела или об отношении к нему.

В результате проведенного исследования была получена парадигмальная модель, которая представляет собой общие транслируемые идеи об образе тела, следствиях, причинах, контексте и стратегиях его рассмотрения: «стремление нравиться себе и другим является причиной существования идеального образа тела, укоренившегося в общественном мнении, в личных воспоминаниях о себе и в стандартах красоты, транслируемых СМИ, что в результате частичных или комплексных психологических и физических изменений приводит к устранению несоответствия между тем, как человек выглядит на настоящий момент времени, и тем, как он хотел бы выглядеть».

Обсуждение результатов и выводы:

- 1) Рассмотренные представления о теле в глянцевого журналах транслируют две основные идеи: во-первых, тело человека изначально является неидеальным, а во-вторых, посредством собственной активности можно достичь желаемого идеала. Эти идеи

могут формировать «образ тела», согласно которому человек сам в полной мере ответственен за свой внешний вид, и несоответствие внешнего облика пропагандируемым идеалам красоты означает лишь отсутствие должного количества усилий со стороны самого человека.

- 2) Неоднородная природа феномена раскрывает различные пути влияния на образ тела. Выявленные стратегии условно можно разделить на психологические (работа с самооценкой, принятием себя и т.д.), поведенческие (спортивные упражнения, диеты и т.д.) и комбинированные, подразумевающие использование элементов обеих предыдущих стратегий.
- 3) Стратегии и причины неудовлетворенности образом собственного тела тесно связаны. Так, например, физическому дискомфорту в качестве причины соответствует группа поведенческих стратегий, а ощущению неодобрения со стороны окружающих соответствуют психологические стратегии.
- 4) Специфика глянцевого журнала заключается в том, что аудитория формирует определенный запрос, заключающийся в заострении внимания не столько на изложение сути феноменов, сколько на пошаговой и детальной инструкции по тому, как реализовать те или иные цели в данном контексте. Описание феномена используется минимально, исключительно с целью идентификации с автором статьи.
- 5) Особенность феномена можно описать в терминах теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера [5]. Возникающий диссонанс между имеющимся образом тела и идеальным образом вызывает стремление снизить степень несоответствия, что становится мотивационной основой для активности человека, направленной на поиск стратегий по работе со своим образом тела. Оригинальная теория когнитивного диссонанса не раскрывает возможностей человека комбинировать две основные группы стратегий (поведенческие и психологические). Однако, данное исследование показывает, что в конструируемом медиадискурсе транслируется идея о том, что в случае с образом тела человек может использовать оба вида стратегий одновременно для разрешения одного диссонанса.
- 6) Метод обоснованной теории позволил создать модель описывающую взаимосвязь причин неудовлетворенности собственным образом тела и стратегий, избираемых женщинами для избавления от этой неудовлетворенности.

Источники и литература

- 1) Андреева, Г.М. Психология социального познания: Учеб. пособие для высших учебных заведений. 3-е изд. перераб. и доп. / Г.М. Андреева. М., Аспект Пресс, 2005. С. 303.
- 2) Арина Г.А., Мартынов С.Е. Средства массовой информации как фактор возникновения озабоченности собственной внешностью в юношеском возрасте // Культурно-историческая психология. 2009. № 4. С. 105–114.
- 3) Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. М., Эдиториал УРСС, 2001. С. 256.
- 4) Рамси Н., Харкорд Д. Психология внешности. 1-е издание. / СПб., Питер, 2009. С. 256.
- 5) Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / М., Эскиммо, 1957. С. 340.
- 6) Garner D. M. The Body Image Survey. / Psychology Today. No 1. 1997.