

ПРЕДИКТОРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНИЯ УСПЕХ ПРИ ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ БЪЛГАРСКИ МОДЕЛИ

Венцислав Илиев*

PREDICTORS OF PROFESSIONAL SUCCESS IN BULGARIAN PROFESSIONAL MODELS

DOI: 10.54664/CAQU9442

Ventsislav Iliev

Abstract: Professional modelling is increasingly desired, and models are often viewed as celebrities. Research on the group of professional models worldwide is limited, and even non-existent in Bulgarian scientific literature. It is important to investigate the predictors of professional success among models. This study uses two newly created scales – one for professional success and one for engagement in Instagram, along with the Dark Triad (Jones & Paulhus 2014), Self-Esteem (Rosenberg 1965), and Psychological Well-Being (Ryff 1989) scales. The regression analysis performed shows that the predictor of professional success for the group is self-esteem. The results highlight the role of self-esteem in the success of models in the era of Instagram, as well as new phenomena such as influencer culture.

Keywords: professional success; self-esteem; professional models; personality traits.

Въведение

Групата на знаменитостите винаги е била интересна, както за обществото, така и за изследователи в различни сфери, но особено за психолозите. Въпреки това в световен мащаб има много малко изследвания, които включват тази група, а още по-малко са тези, които се фокусират конкретно върху групата на професио-

* **Венцислав Илиев** – кандидат-докторант Софийски университет „Св. Климент Охридски“;

налните модели. С нарастване на използването на социални медии като Фейсбук, Инстаграм и Тик Ток, професията на моделите става все по-желана и интересна. Освен това новите социални мрежи дават още една възможност за изява чрез споделяне на съдържание в лични и професионални профили, а за хората, които практикуват професията модел преди нарастване популярността на социалните канали – възможност за адаптация към новата социална реалност и постигане на нови резултати, използвайки каналите за комуникация, които са популярни в момента. Въпреки важността и популярността на темата, почти няма известни изследвания за групата на професионалните модели.

Важността за включване на променлива, свързана с използването на различни социални платформи, като например Инстаграм, се забелязва от редица учени. Пример за това са Фейлънс и колеги (Faelens et al., 2021:12), които изследват връзката между използването на Инстаграм и психологическото здраве на изследваните лица, насочвайки вниманието към интензивност на използването, вид на съдържанието, връзка с благополучието и други. Освен това, както Филбрик и Кливланд (Philbrick & Cleveland, 2015: 188) отбелязват, изграждането на личностен бранд може да служи за път към професионалния успех. Това може да бъде постигнато чрез социалните медии.

Цел, задачи и хипотези на изследването

Настоящото проучване си поставя цел да се изследват предикторите на професионалния успех при професионалните български модели като слабо изследвана група в световен мащаб. Поставени са следните задачи:

Задача 1: Да се проверят психометричните характеристики на две новосъздадени скали – тази за професионален успех тази за ангажираност в Инстаграм

Задача 2: Да се проверят връзките между предложените променливи и професионалния успех при професионалните модели

Изследването се съсредоточава в това да провери следните хипотези:

Хипотеза 1: Самооценката и благополучието са предиктори на професионалния успех в групата на професионалните български модели

Хипотеза 2: Ангажираността в Инстаграм и нарцисизмът играят ролята на предиктори на благополучието при професионалните модели.

Метод

Процедура

Изследването е през януари и февруари 2021 година. Данните са събрани с помощта на Гугъл формс (Google Forms) – онлайн форма без органичен достъп. Анкетата е изпратена в специализирани канали и групи във Фейсбук на най-големите български агенции за модели, заедно с молба тя да бъде попълнена. Право на достъп в тях имат само колеги от модния бранш. За да се събере и извадка на хора с други професии, същата форма е публикувана и в други групи във Фейсбук.

Гарантирана е анонимността на участвалите лица. Въпросите в анкетата не са свързани със споделяне на лична информация, която може да доведе личната идентификация на изследваните лица, като, например, телефон, име, адрес, дата на раждане. В момента на провеждане на проучването не е известно използваната платформа (Google Forms) да позволява проследяването на лицата чрез IP адрес. Формата за събиране на отговори е публикувана по едно и също време в различни групи, правейки невъзможно проследяването лицата, които са взели участие.

Освен гарантирана анонимност, участието в изследването също така е доброволно. Текста, придружаващ публикацията на въпросника, моли за доброволно попълване на формата и не задължава по какъвто и да било начин лицата да участват в проучването.

След събиране данните са обработени със софтуер за статистически обработка и анализ на данни SPSS 19.0.

С цел изпълнение на поставените задачи и проверка на хипотезите са направени анализ за проверка на психометричните характеристики на използваните скали, факторен анализ за проверка на характеристиките на новосъздадените скали, корелационен анализ по Пиърсън, както и регресионен анализ за определяне предикторите на професионалния успех при професионалните български модели.

Инструментарии

Скала за тъмната триада

Първият инструмент, използван в изследването е скалата за измерване на личностните черти от тъмната триада (Jones & Paulhus, 2014 : 38). Той се фокусира върху личностните характеристики нарцисизъм, макиавелизъм и психопатия. Според Джонс и Полхус общото между трите е безсъздечие като черта. За разграничение, те предлагат айтеми, които имат за цел да отличат нарцисизма с характерната промоция на егото, психопатията с антисоциалното поведение и макиавелизмът със стратегиите за постигане на собствени изгоди. Инструментът съдържа три подскали – нарцисизъм (8 айтема); психопатия (9 айтема) и макиавелизъм (9 айтема). Скалата за измерване на личностните черти от тъмната триада е многократно подлагана на тестове за валидност и, както Мейпълс и колеги (Marples et al., 2014 : 330) споделят, може да бъде приета за ефективен начин за проверка на споменатите конструкции.

Скала за самооценка на Розенбърг

Друг инструмент, използван в настоящото изследване, е скалата на Розенбърг, която изследва самооценка (RSES, Rosenberg, 1965:18). С нея се измерва глобалното усещане за самооценка. То включва отношението към себе си, като за целта се използват мнения, факти и ценности със значение за Аза. Погледът към него може да бъде благоприятен или неблагоприятен. Скалата на Розенбърг съдържа десет айтеми, включващи положителни или негативни твърдения. Те са свързани с лична преценка за ка-

чества и постижения, социален статус чрез сравнение с другите, самоуважение, отношение към себе си. Ефективността на скалата е проверявана от различни изследователи и има утвърдени психометрични характеристики, които обясняват популярността ѝ сред различни изследователи (Gray-Little et al., 1997 : 450)

Скала за психично благополучие на Риф

За целите на изследването е използвана и скалата за психично благополучие на Риф (PWB, Ryff, 1989 : 1069). С нея се измерва благополучието чрез шест фактора – отношения автономия, овладяване на средата, личностен растеж, приемане на себе си и цел в живота. Българската версия на скалата включва 30 айтема, а всяка от субскалите съдържа по 5 айтема (Калчев, 2014).

Скала за професионален успех

Характера на работата на професионалните модели предполага професионалния успех да бъде разгледан като основна променлива. За неговата проверка сред изследваната група все още няма утвърден инструмент. Затова, както и заради спецификата на работата, се налага създаване на нова скала за професионален успех, която да вземе предвид всички особености на професията. Новаосъздадената скала се базира на външни обективни за успеха критерии чрез обратната връзка, получена от другите. Пример за това е честотата на ангажиментите като модел. Първоначално предложената скала съдържа 10 айтема, които представляват твърдения. Част от тях са свързани с оценката на колеги и клиенти, получена след приключването на временен ангажимент под формата на последващ такъв. Включени са и твърдения за достигнато ниво в професионалната кариера и придобити умения, за които се използва сравнение с други модели. Част от айтемите са свързани с честотата и нивото на ангажираност, както и полученото възнаграждение.

Примерен айтем : PS7 Търсят ме за ангажименти по-често от много други колеги.

Ангажираност в Инстаграм – скала

Визията е основна част от професията на моделите. Платформата, за споделяне на фотографски и видео съдържание, Инстаграм, дава на известните личности, част от които са и моделите, още един канал за собствена промоция. Моделите често публикуват, както снимки от фотосесии, така и такива, направени по време на друг професионален ангажимент – ревю, реклама, каталог и други. Новите тенденции в западните агенции за модели са свързани с изискването за голям брой последователи в Инстаграм като условие за участие в кастинги, които са основен инструмент за ангажирането на модел. Именно затова е важно в изследването да бъде включена и променливата ангажираност в Инстаграм. За нейното измерване отново трябва да бъде създадена на нова скала, тъй като утвърдени инструменти не съществуват. Предложената скала има за цел да изследва отношението на изследваната група към Инстаграм – нова и за момента сравнително малко изследвана социална мрежа.

Скалата за Ангажираност в Инстаграм включва 11 айтема, представляващи твърдения. В тяхната основа стоят обективни действия и функции, които се извършват в социалната платформа. Примери за това са публикуване на фотографско и видео съдържание, гледане на чужди профили и изображения, както и отбелязване в публикации в чужди профили. Предложени са айтеми, свързани с честотата на извършването на действията, както и с важността, която всеки потребител отдава на публикуването, проверката за постъпване на нови съобщения, реакции и нови последователи.

Примерен айтем: IG7 За мен е важно да бъда отбелязван/отбелязвана в чужди публикации в Инстаграм.

Демографски данни

В изследването участват 124 души, като всички са пълнолетни българи. По-голямата част са жени - 89 (70,97%), 35 (27,42%) са мъже и 2 (1,61%) са предпочели да не споделят половата си принадлежност.

За проверка на професията на лицата беше предложен избор от 2 алтернативи: Вариант 1 за професионален модел и вариант 2 за друга професия. От всички 124 участници, 60 (48,39%) са споделили, че са професионални модели, а останалите 64 (51,61%) са избрали друга професия.

В групата на професионалните модели ($n=60$), участие са взели 40 жени (66,67%) са 20 мъже (33,33%). Лицата с друга професия са 48 жени (75%), 14 мъже (21,88 %) и двама души (3,13%) не са споделили половата си принадлежност. Модната индустрия е с насоченост предимно към женски пол, следователно може да се тълкува, че данните отговарят на нормалното разпределение на съотношението на жени и мъже в агенциите за модели.

Най-младите участници в изследването са посочили възраст от 18 години, а най-възрастните са въвели 41 години. Извадката представя средна възраст $m=26,34$ години ($SD=4,95$). Изследваните професионални модели са със средна възраст $m=24,60$ ($SD = 5,27$), а участниците с други професии с $m=27,97$ ($SD = 4,02$).

Психометрични характеристики на скалите

Анализът на резултатите започва с проверка на психометричните характеристики на всички скали, включени в изследването, които показват добри резултати. На Таблица 1 са представени данните за скалите, измерващи професионален успех, благополучие, самооценка, ангажираност в Инстаграм, както и личностните характеристики от тъмната триада – нарцисизъм, психопатия и макиавелизъм. Скалата за измерване на основния конструкт в това изследване – професионалния успех, показва висок коефициент на консистентност $\alpha=0,830$. Скалата за измерване на благополучие на Риф също показва висок коефициент Алфа на Конбах $\alpha=0,838$. Този коефициент е $<0,70$ и при скалите за общ бал на тъмната триада ($\alpha=0,772$), самооценка ($\alpha=0,772$), и ангажираност в инстаграм ($\alpha=0,867$). Единствените две скали с нива на Алфа на Конбах под $0,70$ са тези за нарцисизъм ($\alpha=0,593$) и макиавелизъм ($\alpha=0,648$), приемайки го за приемливо предвид

броя на айтемите в двете скали, които не надвишава 10 (Ганева, 2016). Причина за тези два ниски коефициента могат да бъдат малкият брой на участниците и спецификите на групата – професионални модели.

Таблица 1: Психометрични характеристики на използваните скали,
N=124

	Брой айтеми	Средна аритметична стойност (M)	Стандартно отклонение (SD)	Алфа на Кронбах (α)
Професионален успех	10	3,62	0,712	0,830
Благополучие	30	4,07	0,428	0,838
Самооценка	10	3,93	0,627	0,772
Ангажираност в Инстаграм	11	2,70	0,862	0,867
Нарцисизъм	8	3.47	0.593	0.593
Психопатия	9	1.95	0.656	0.727
Макиавелизъм	9	2.95	0.642	0.648
Тъмна триада (общ бал)	26	2.76	0.462	0.772

Факторен анализ на Скала за професионален успех

Поради използването на две новосъздадени скали за целите на това изследване, следва да бъде направен и факторен анализ за всяка от тях – скала за ангажираност в Инстаграм и скала за измерване на професионален успех. Тестът на Кайзер-Майер-Олкин на първата скала за професионален успех показва адекватност на извадката на включените айтеми с коефициент 0.81. След екстракция със скриване на малки коефициенти с граница 0.5 и задаване на Варимакс ротация са открити два фактора. Само един от айтемите трябва да бъде изключен от анализа, защото не се приобщава добре към откритите фактори. От резултатите можем да твърдим, че първият фактор отговаря на дименсия *Оценка за*

професионален успех и съдържа 7 твърдения, а вторият на дименсия *Заплащане* с 2 айтема. С тях се обяснява общото разсейване с 57,71%. (Таб.2) Данните от анализа показват висока вътрешна консистентност за общия бал от 9 айтеми, както и за факторите с алфа на Кронбах $\alpha > .80$.

Таблица 2: Психометрични характеристики на „Скала за професионален успех“, $N=124$

	Брой айтеми	Средна аритметична стойност (M)	Стандартно отклонение (SD)	Алфа на Кронбах (α)
Оценка за професионален успех	7	3.76	0.747	0.814
Заплащане	2	3.18	1.08	0.806
Професионален успех	9	3.63	.723	0.830

Факторен анализ – Скала за ангажираност в Инстаграм

Факторният анализ на новосъздадената скала за ангажираност в Инстаграм показва резултат от теста на Кайзер-Майер-Олкин от 0.87. Това показва добра адекватност на извадката на айтемите, включени в скалата. След екстракцията на факторите здавайки граница от 0,5 и Варимакс ротация са открити два фактора. Две от твърденията не се приобщават добре към факторите при зададена граница за скриване на малки коефициенти от 0,5 и следва да бъдат изключени. От получените резултати можем да твърдим, че фактор 1 има 4 айтема и отговаря на дименсия *Честота на ангажираност*, а фактор две има 5 айтема и отговаря на дименсия *Значимост*, като показва важността, която участниците в това изследване отдават на извършваните дейности в платформата Инстаграм. Двата фактора обясняват общо разсейване с 60,01%. Резултатите също така показват висока вътрешна консистентност на общия бал с 9 айтеми и на отделните фактори с коефициенти $\alpha > .70$. (Таб.3)

Таблица 3: Психометричните характеристики на „Скала за ангажираност в Инстаграм“, $N=124$

	Брой айтеми	Средна аритметична стойност (M)	Стандартно отклонение (SD)	Алфа на Кронбах (α)
Честота на ангажираност	4	3.42	1.01	0.729
Значимост	5	2.22	1.00	0.864
Ангажираност в Инстаграм	9	2.76	.878	0.844

Корелационен анализ

Чрез корелационен анализ по Пиърсън са изследвани и връзките на професионалния успех и благополучието, самооценката, нарцисизъма, манипулативността. Лалтп ои ангажираността в Инстаграм за групата на професионалните български модели. Целта на този анализ е да се провери дали и кои от изброените променливи се свързват с професионалния успех в изследваната група. Резултатите са показани в Таблица 4. Данните от анализа говорят за силна положителна корелация между основната променлива в изследването *самооценка и професионален успех* ($r=0,501$, $p<0,01$). Открива се и по-слаба, но все пак значима корелация между *нарцисизъм и професионален успех* ($r=0,260$; $p<0,05$), както и между *професионален успех и благополучие* ($r=0,316$, $p<0,05$). Това означава, че в групата на професионалните модели намираме по-високи нива на професионален успех, когато самооценката също е по-висока. В по-малка степен, но все пак статистически значимо по-високият професионален успех говори и за по-високи благополучие и нарцисизъм.

Таблица 4: Корелации на Самооценка, Благополучие, Манипулативност, Нарцисизъм и Ангажираност в Инстаграм с Професионалния успех при професионални български модели.

Променливи	Професионален успех
Благополучие	0.316*
Нарцисизъм	0.260*
Манипулативност	0.049
Самооценка	0.501**
Ангажираност в Инстаграм	0.060

Забележка под линия : * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Регресионен анализ

За да проверим предикторите при професионалните български модели, беше направен регресионен анализ. Единствено ролята на самооценката е високо значима и доста силна при определянето на професионалния успех при българските модели (табл. 5-6). При модел на линеен регресионен анализ, в който са включени зависими променливи самооценка, благополучие и нарцисизъм и зависимата променлива - професионалния успех при българските модели, самооценката отново е единствен предиктор с коефициент бета 0,501. С този модел се обяснява 23% дисперсия на зависимата променлива. Това прави самооценката единственият значим предиктор на професионалния успех при професионалните български модели. Можем да заключим, че с нарастване на самооценката, може да се очаква нарастване и в професионалния успех в изследваната група. Това дава по-детайлен поглед върху това какво прави българските професионални модели по-успешни.

Таблица 5: Регресионен модел със зависима променлива „Професионален успех“ – обща характеристика

Модел	R	R - Квадрат	Приведен R - квадрат
2	0.501	0.251	0.238

Таблица 6: Регресионни коефициенти на изследваните предиктори на променлива Професионален успех

Модел	Нестандартизирани коефициенти		Стандартизирани коефициенти	t	Значимост	
	B	Стандартна грешка	B			
2	Константа	10.593	5.575		1.900	0.062
	Самооценка	0.624	0.142	0.501	4.404	0.000

Обсъждане

Всички включени скали показаха добри психометрични характеристики, включително новосъздадените скали за ангажираност в Инстаграм и за професионален успех, което личи от направения факторен анализ. Това ни кара да смятаме, че получените резултати в голяма степен отразяват реалната картина що се отнася до групата на професионалните български модели.

Една от основните трудности в интерпретацията на резултатите е липсата на други изследвания за групата на професионалните модели, които изцяло или частично да потвърдят или не резултатите от направеното изследване. Намерени са корелации между професионалния успех и благополучието(слаба); нарцисизма(слаба) и самооценката (умерена). Корелацията между нарцисизма и професионалния успех се потвърждават и в изследвания на други автори (Hirschi & Jaensch, 2015 : 207), които обаче не изследват групата на професионалните модели, а включват в изследването си млади професионалисти. Техният труд намира слаба, но значима корелация между нарцисизъм и заплащане, както и между удовлетворение от професионалната кариера и нарцисизъм. Също така нарцисизмът се свързва с ангажираността в работата и професионалната ефективност. Други изследователи (Ofli et al.,2020 : 8) отриват, че нарцисизмът в уязвимата си форма се свързва отрицателно с професионалния успех. Грандиозният нарцисизъм и успехът в кариерата не са свързани.

Въпреки откритите корелации, единствено самооценката се оказва предиктор на професионалния успех при българските модели. Това означава, че първата поставена хипотеза в това изследване се потвърждава частично, а втората изцяло се отрича.

Заключение

Направеното изследване е първото в групата на професионалните модели в България. Въпреки откритите корелации и предиктор на професионалния успех при професионалните български модели, все пак трябва да се вземе предвид, че изследването е направено в период на пандемия без възможност за пътуване – ключов елемент от работата на професионалните модели. Освен това средната възраст на изследваната група е по-висока от обичайната, тъй като много от моделите започват професионалната си кариера още на 14-години. Друг недостатък може да бъде малкият брой на изследваните лица, но също така би било трудно те да бъдат повече предвид трудната достъпност до конкретната група.

В бъдеще би било интересно да се изследват други групи, близки до тези на професионалните модели, например, различни артисти, музиканти, танцьори, актьори и инфлуенсъри. Би било добре да се проверят новосъздадените скали с цел затвърждаване на психометричните им характеристики и установяването им като инструмент за изследване.

БИБЛИОГРАФИЯ / REFERENCES

Ганева, З. (2016). *Да преоткрием статистиката с IBM SPSS Statistics*, София: Издателство „Elestra“ // **Ganeva, Z.** (2016). *Da preotkriem statistikata s IBM SPSS Statistics*. Sofia, Izdatelstvo „Elestra“

Калчев, Пл. (2014). *Психично благополучие в юношеска възраст*. София: Изток-Запад. // **Kalchev, Pl.** (2014). *Psihichno blagopoluchie v yunosheska vazrast*. Sofia: Iztok-Zapad.

Faelens, L. et al. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Computers*

in *Human Behavior Reports*, 4(4), 100–121. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>

Gray-Little, B., Williams, V. S., & Hancock, T. D. (1997). An item response theory analysis of the Rosenberg self-esteem scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(5), 443–451. <https://doi.org/10.1177/0146167297235001>

Hirschi, A., & Jaensch, V. K. (2015). Narcissism and career success: Occupational self-efficacy and career engagement as mediators. *Personality and Individual Differences*, 77, 205–208. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.01.002>

Maples-Keller, J. L., Lamkin, J., & Miller, J. D. (2014). A test of two brief measures of the dark triad: The dirty dozen and short dark triad. *Psychological Assessment*, 26(1), 326. <https://doi.org/10.1037/a0035084>

Oflu, C., Baluku, M. M., & Otto, K. (2020). Career success in the University setting: Examining the role of narcissism facets. *Current Psychology*, 3, 1–11. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00614-6>

Philbrick, J. L., & Cleveland, A. D. (2015). Personal branding: Building your pathway to professional success. *Medical Reference Services Quarterly*, 34(2), 181–189. <https://doi.org/10.1080/02763869.2015.1019324>

Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE). *Acceptance and Commitment Therapy: Measures Package*, 61(52), 18.

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>