

УДК 159.923

ОСОБЕННОСТИ САООТНОШЕНИЯ СУБЪЕКТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СВЯЗАННОЙ С ТВОРЧЕСТВОМ (НА ПРИМЕРЕ МАСТЕРОВ САЛОНА КРАСОТЫ)

О.С. Сырьева¹, М.Г. Юркова²

Иркутский государственный технический университет,
664074, Россия, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

Статья посвящена изучению самоотношения личности профессионала и связи его с профессиональной деятельностью. Приведены результаты диагностического исследования. Выделены общие черты, характерные для мастеров салона красоты.

Библиогр. 1 назв.

Ключевые слова: мастер; субъект деятельности; креативность; образ «Я»; самоотношение.

FEATURES OF ACTOR'S SELF-ATTITUDE IN CREATIVE ACTIVITY (IN THE CASE OF A BEAUTY PARLOUR MASTERS)

O. Syrieva, M. Yurkova

Irkutsk State Technical University
83 Lermontov Str., Irkutsk, Russia, 664074.

The article is devoted to the study of self-attitude of expert's personality and relation to his professional activities. The paper presents the results of diagnostic studies. The authors identify common features typical for masters of beauty parlour.

References: 1

Keywords: master; actor; creativity, self-image; self-attitude.

В нашей жизни существует множество профессий, в которых человек проявляет свои творческие способности. К числу таких профессий можно отнести профессии парикмахера-универсала и маникюрного мастера. Сегодня парикмахерское дело – это искусство и мода, это лучшее занятие для тех, кто мечтает сделать жизнь красивее и комфортнее, это прекрасная возможность профессионального развития и материального роста. Как и в любой творческой профессии, в парикмахерском деле при существенной доли усердия, можно достигнуть высокой степени мастерства.

Профессиональная деятельность парикмахера относится к декоративно-прикладному творчеству, создающему художественно-образные формы отражения действительности. Деятельность по оказанию парикмахерских услуг включает организацию и осуществление технологического процесса выполнения парикмахерских работ с применением современного технологического оборудования и систем средств профессионального ухода за волосами с учетом индивидуальных особенностей потребителей в качестве технолога на предприятиях сферы сервиса.

Характер и содержание труда варьируется с учетом видов оказываемых услуг на конкретном предприятии, специализации парикмахерских и их залов (женский, мужской), конкретных форм организации труда на предприятии и форм обслуживания клиентов (по предварительной записи, обслуживание на дому, предоставление дополнительных видов услуг и др.), применяемых технологий, материалов.

Образ парикмахера-универсала в сознании масс представлен как образ творческого человека, способного принять решение в отношении индивидуального стиля клиента, способного подсказать разные варианты создания прически и внести креативную корректировку для клиентов, стремящихся к однообразию. Опытный технолог-парикмахер, уважающий свой труд и своих клиентов, любящий свое дело и процесс творчества в нем, может на глаз определить, пойдет ли определенному человеку та или иная стрижка или прическа, дать грамотный профессиональный совет по подбору макияжа.

Специальность парикмахера-универсала требует старания, кропотливости и, в значительной мере, креативного (творческого) сознания, а также постоянной работы над собой. Ежедневная работа в салоне над современными образами дает возможность досконально разобраться в силуэтах и

¹Сырьева Ольга Дмитриевна, студентка 6 курса кафедры психологии, e-mail: Avtograd@mail.ru
Syrieva Olga, a sixth-year student of Psychology Department, e-mail: Avtograd@mail.ru

²Юркова Марина Григорьевна, канд. пед. наук, доцент, e-mail: yurkova_m@mail.ru
Yurkova Marina, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, e-mail: yurkova_m@mail.ru

формах причесок, характере их деталей, особенностях техники исполнения как предварительной обработки волос, так и расчесывания, направления прядей и их сочетаний. Творческая, вдумчивая работа позволяет технологу всегда учитывать характер изменений, происходящих в мировой моде.

В широком понимании креативность – это способность создавать продукт, который обладает новизной и при этом соответствует контексту, в котором он находится. По Стенбергу и Любарту для креативности необходимо шесть типов ресурсов. Это те аспекты интеллекта, знаний, когнитивных стилей, личности, мотивации и среды, которые обеспечивают физическую и социальную стимуляцию, помогающую порождать и разрабатывать идеи.

Важным составляющим образа, в частности и образа профессии, по мнению Н.В. Куберт, является «позитивное отношение к себе, профессии и профессионалу», как «наполнение» эмоционально-оценочного компонента образа профессии.

Отношение в свою очередь – это связь субъекта с объектом. Оно едино, однако имеет структуру, отдельные компоненты которой могут выступать как частичные отношения, его стороны, или виды. Оно определяется рядом признаков: избирательностью, активностью, целостно-личностным характером, сознательностью (по теории В.Н. Мясищева).

В результате, нами было предпринято исследование самоотношения парикмахеров-универсалов и мастеров маникюра в зависимости от их отношения к креативности.

В 2013 году в процессе прохождения практики в салоне парикмахерской «Зиминка», был проведено тестирование парикмахеров-универсалов и маникюрных мастеров.

Всего было обследовано 10 парикмахеров-универсалов и маникюрных мастеров. Все женщины. Опыт работы в данной деятельности сотрудников в среднем составляет 5 лет.

В ходе исследования участникам предлагалось пройти тестирование по методике «Описание Я». Тестирование проводилось в обычной обстановке помещения салона «Зиминка».

Была дана следующая инструкция: «Вам необходимо дать 20 ответов, характеризующих Вас. Вы можете отвечать так, как Вам хочется, фиксировать все ответы, которые приходят в голову, поскольку в этом задании нет правильных или неправильных ответов».

Задание вызвало некоторое количество затруднений. После прочтения инструкции по выполнению задания, испытуемые не сразу приступили к решению задачи, задавали дополнительные вопросы. При описании характеристик собственного «Я» участники эксперимента были не уверены в правильности выполнения задания, постоянно друг к другу обращались с вопросами: «Как делать? Правильно ли я делаю?»

В результате контент-анализа ответов были выделены условные блоки ответов: личностные особенности, социальная позиция, отношение к себе, символическое восприятие себя.

В блоке личностных особенностей респонденты выделили характеристики, которые можно было объединить в системы и проранжировать: относящиеся к коммуникативным качествам (38), эмоциональной сфере (24), а также к простым описаниям себя, положительным (52) и отрицательным (11).

Таким образом, наши респонденты выделяют как значимую характеристику себя, свое умение общаться как профессионально важное качество, так как для успешного построения деятельности парикмахера важен процесс положительно окрашенного взаимодействия с клиентами, установление контакта с первых минут общения.

Среди эмоциональных характеристик участники исследования выделяют свою склонность к ярким эмоциональным переживаниям.

Очевидно, что описание себя как личности положительной, позитивной, любящей и пр. явно преобладает над негативной по частоте встречаемости. Это говорит об удовлетворенности собой в целом. В практической психологии принят постулат влияния положительного самовосприятия на общее состояние, на удовлетворенность собой и своим делом, что, в свою очередь, позволяет личности успешно развивать себя как личность и профессионала.

К положительному самоописанию можно добавить свойства внешности (20), причем в подавляющем большинстве – это положительные описания (19). По нашему мнению, эта часть самовосприятия очень важна именно для работников сервиса и службы красоты. Такое отношение к себе позволяет профессионалу передать соответствующее отношение к себе и клиенту, реально улучшить не только его внешность, но осуществить хотя бы и незначительную психотерапию, улучшить настроение клиента, поднять его самооценку, внушить привычку ухаживать за собой.

В блоке описания социальных позиций (социальных ролей) рассматривались самоописания, относящиеся к принадлежности к семье (20), к профессии (10), общественной деятельности (4) и интересам (хобби, 9). Интересных хобби, которые могли бы дополнительно развивать субъекта деятельности как личность или профессионала, в самоописаниях не встретилось, что, по нашему мнению, сужает возможности личностного и профессионального роста наших респондентов. Сотрудники отсыпаются, расслабляются и восстанавливаются вне рабочего времени.

При оценке характеристик, относящихся к субъективному символическому восприятию себя (11), ответы были связаны со знаками Зодиака, или с общим описанием себя как человека или частицы Космоса.

Некоторые из этих характеристик могут поднять или понизить в восприятии себя уровень самооценности. Такие высказывания, как «частица, песчинка, одна» могут свидетельствовать о неуверенности в себе, о недостаточной востребованности себя, как женщины. Эти сотрудники, скорее всего, тщательно скрывают свою неуверенность, поскольку уходят от прямых высказываний и заменяют их символами.

Исходя из полученных групп ответов, можно предположить, что парикмахеры-универсалы и мастера маникюрного салона обладают положительным самоотношением. Но что нас огорчило – это отсутствие в самоописаниях своих характеристик как творческих людей, обладающих способностями преобразования, трансформации мира и себя в нем. Это свидетельствует о том, что наши респонденты недостаточно ценят или понимают ценность творческого подхода к жизни, т. к. минимально указали на такие качества, как креативность, творчество, воображение (всего 8 характеристик).

Основное для участников эксперимента – это презентация себя как человека с развитыми положительными качествами (такие ответы, как коммуникабельная, отзывчивая, интересная и др.); внешне привлекательного (красивая, симпатичная, стройная и др.), занимающего определенную социальную позицию (парикмахер, маникюрный мастер, директор, юрист и др.) и ролевую принадлежность (мама, сестра, тетя, жена и др.)

Учитывая, что после получения инструкции участники эксперимента не могли сразу начать выполнять задание, постоянно переспрашивали друг друга, то это может свидетельствовать о неуверенности в себе, сложностях с принятием самостоятельного решения, раздражительности. Данные качества, в свою очередь, не способствуют развитию творческого мышления.

Таким образом, можно предположить, что такие качества, как оригинальность и гибкость у участников экспериментального исследования развиты не в полной мере, так как описание качеств участников эксперимента сводится к стандартному личностному описанию каждого человека.

Способностью к творческому мышлению в какой-то мере обладает, наверное, каждый. Тем не менее, не каждого человека мы можем назвать личностью творческой. Развитая творческая личность может решать прикладные задачи разного уровня (от повседневных до научно-технических и т.д.).

«Если вы хотите мыслить творчески, то должны научиться предоставлять своим мыслям полную свободу и не пытаться направить их по определенному руслу» (Г. Линдсней, Р. Томсон).

Библиографический список

Любарт Т., Муширу К., Торджман С., Зенасни Ф. Психология креативности / пер. с франц. – М.: Когито-Центр, 2009. – 215 с.