

## Представления о профессии выпускников краткосрочных курсов на примере сферы обслуживания

Хухлаев О.Е.,

*кандидат психологических наук, заведующий кафедрой этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования факультета социальной психологии, ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия, huhlaev@mail.ru*

Глизнуцин Д.В.,

*выпускник ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия, gliznutsin@list.ru*

В статье представлены результаты разработки проблемы представлений о профессии применительно к выпускникам краткосрочных курсов ногтевого сервиса города Москвы. Рассматривается предположение о том, что одна часть представлений о профессии выпускников в течение полугода профессиональной деятельности сохраняется, а другая часть – изменяется сторону большей практичности. Для обеспечения целостности исследования в структуре представлений о профессии выделены социально-экономический, социально-психологический и производственно-технический аспекты. Анкета, разработанная в соответствии с этими аспектами, предложена выпускникам краткосрочных курсов (52 чел., возраст от 16 до 67 лет, пол женский) дважды – в начале обучения и спустя полгода. В аспектах представлений о профессии выделены значимые факторы, им дана интерпретация. Показано, что динамику представлений о профессии можно изучать у выпускников краткосрочных курсов. Полученный практический материал полезен преподавателям краткосрочных курсов для точечного педагогического воздействия.

**Ключевые слова:** представления о профессии, профессиональное сознание, социально-психологическая адаптация, психологические новообразования, анкетирование.

**Для цитаты:**

*Хухлаев О.Е., Глизнуцин Д.В. Представления о профессии выпускников краткосрочных курсов на примере сферы обслуживания [Электронный ресурс] // Психологическая наука и образование psyedu.ru. 2015. Том 7. №3. С. 61–71. doi: 10.17759/psyedu.2015070307*

**For citation:**

*Khukhlaev O.E., Gliznutsin D.V. Ideas about the profession of short-term course graduates, services sector as example [Elektronnyi resurs]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie PSYEDU.ru* [*Psychological Science and Education PSYEDU.ru*], 2015, vol. 7, no. 3, pp. 61–71. doi: 10.17759/psyedu.2015070307. (In Russ., Abstr. in Engl.)*

Проблема представлений о профессии разрабатывается в рамках изучения профессионального сознания. Многие исследователи считают необходимым формировать профессиональное

сознание, в том числе на этапе профессионального обучения. Но каким образом это лучше делать – проблема, которую еще предстоит решать.

С одной стороны, необходимо делать это целостно и системно. А целостной и системной репрезентацией сознания является образ профессии. Согласно Л.М. Митиной, образ профессии изменяет систему ориентиров в общественном или индивидуальном сознании людей [4]. С.В. Зиброва, напротив, считает, что образ профессии является частью сознания ученика и отражает личностные изменения и специфическое профессиональное содержание [3].

С другой стороны, сознание формируется посредством языка. Так, Е.Ф. Тарасов обращается к понятию «языковое сознание» и определяет его как состоящее из образов сознания, которые формируются и экстерииоризируются с помощью языка [7].

В понятие «представления о профессии», согласно Л.Б. Шнейдер, вкладывается разный смысл. Уточняя этот вопрос, автор определяет образ профессии как представление о выбранной профессии и его отношение к ней. [8].

Изучая представления о профессии выпускников вузов, В.Д. Брагина определила представления о профессии как совокупность знаний о трех аспектах: социально-психологическом, социально-экономическом и профессионально-техническом. Именно они легли в основу структурного разделения и представлений о профессии в данной работе.

Социально-психологический аспект В.Д. Брагина описывает как «систему требований к узкоспециальным, нравственным и организационным качествам». В нашем случае, это – требования начинающего мастера к самому себе. Иначе говоря, требования, составляющие образ профессионала. Социально-экономический аспект В.Д. Брагина описывает как «общественную значимость профессии, перспективы профессионального и социального роста, специальности, заработную плату». В нашем случае это – ряд важных характеристик экономической сферы профессии. Производственно-технический аспект В.Д. Брагина описывает как продолжительность рабочего дня и отпуска, условия работы, характер нервно-психической напряженности в работе [2].

Такая структура позволяет наиболее полно рассмотреть не просто отдельные частички представлений. Она позволяет изучить содержательные сдвиги. Именно с ними впоследствии можно работать. Именно такие маленькие образы внутри больших представлений о профессии играют наибольшую роль в адаптации. Они же есть отражение самых существенных изменений, которые отечественные психологи именуют новообразованиями.

Л.Б. Шнейдер также включает представления о профессии в состав профессиональной идентичности. Этот ее компонент обладает регулятивной функцией, как и любой образ, и это подтверждает особую значимость и демонстрирует чисто практический потенциал изучения представлений о профессии. Кроме того, согласно Л.Б. Шнейдер, существует три аспекта профессиональной идентичности – Профессия (Дело), Личность (Образ Я), Другие (Профессиональное сообщество). Эти аспекты, будучи представлены на плоскости, образуют три поля, которые затрагивают два аспекта идентичности. Каждое такое поле может быть наполнено содержанием, которое предлагает нам В.Д. Брагина, говоря об аспектах представлений о профессии. Плоскость Профессия–Личность суть профессионально-

технический аспект, Профессия–Другие суть социально-экономический аспект, Личность–Другие – социально-психологический аспект [8].

Целостную структуру представлений о профессии, предложенную Л.Б. Шнейдер и содержательно наполненную аспектами В.Д. Брагиной, мы использовали при изучении представлений о профессии начинающих мастеров ногтевого сервиса. Исследование проводилось в течение полугода: от начала обучения на краткосрочных курсах до обретения самостоятельности на рабочем месте.

Гипотезой исследования является предположение о том, что часть представлений о профессии после начала работы сохраняется, а часть претерпевает изменения, становясь более конкретизированными. Целью исследования стала попытка выявить характер постоянных и меняющихся представлений о профессии начинающих мастеров ногтевого сервиса.

### **Программа исследования**

Исходные данные для изучения представлений о профессии собирались путем анкетирования начинающих мастеров ногтевого сервиса. Первый раз анкета выдавалась в начале краткосрочных курсов профессионального образования, второй – спустя полгода после окончания курсов. Первый срез – это представления учеников о профессии, не соотнесенные с реальным опытом работы. Второй срез – это представления учеников о профессии, измененные реалиями профессии.

Выборка состояла из 52 человек в возрасте от 16 и до 67 лет. Все испытуемые женского пола (особенность профессии). Испытуемые имели как среднее, так и среднее специальное или высшее образование.

Полученные данные обрабатывались методом главных компонент с использованием вращения «варимакс».

Авторская анкета была составлена по материалам интервью с опытными мастерами и содержала в себе выбранные для целей исследования факторы.

Вопросы анкеты были составлены таким образом, чтобы охватить все выделенные В.Д. Брагиной аспекты представлений о профессии. При этом анкета содержала несколько блоков.

В первый блок вошли вопросы, позволяющие определить представления респондента об образе идеального профессионала. Второй блок был нацелен на изучение социальных и экономических факторов. Сюда вошли вопросы о слухах, конкурентности, востребованности и эмоциональной нагрузке на мастера, а также о причинах возвращения клиентов. Третий блок анкеты включал в себя вопросы о значении и предполагаемом применении выдаваемого после окончания курсов сертификата. В четвертый блок вошли вопросы о предполагаемом доходе, трудоустройстве, физической нагрузке на мастера во время работы, опыте работы, образовании, возрасте.

### Результаты исследования

Результаты исследования позволили определить структуру представлений о профессии начинающих мастеров ногтевого сервиса и динамику этих представлений по мере вхождения в профессию.

Прежде всего, среди представлений учащихся о профессии удалось выделить постоянные представления – те, которые сохранились спустя полгода, и изменившиеся, являющиеся частью профессиональной адаптации начинающих работников, а именно психологическими новообразованиями.

В табл.1 представлены факторы, выделенные до начала обучения в социально-экономическом аспекте представлений о профессии.

Таблица 1

#### Структура социально-экономического аспекта представлений о профессии в начале обучения

Представление о профессии	Компонента, (объясняемая дисперсия, %)		
	1 (25 %)	2 (19 %)	3 (17 %)
Клиент вернется на место	<b>0,770</b>	-0,195	-0,048
Место работы известных мастеров	<b>0,769</b>	-0,174	0,083
Престижная профессия	<b>0,706</b>	0,139	0,104
Элитные клиенты	-0,064	<b>0,871</b>	-0,109
Предполагаемый доход	0,013	<b>0,722</b>	0,223
Клиент вернется за общением	-0,123	-0,099	<b>0,875</b>
Клиент вернется за ценой	-0,113	-0,229	<b>-0,739</b>
Востребованность	-0,490	-0,175	0,215

*Примечание.* Мера выборочной адекватности Кайзера–Мейера–Олкина КМО = 0,525.

Во-первых, у учащихся есть представления о престижном месте работы (фактор 1). Во-вторых, по мнению учащихся, высокий доход приносят элитные клиенты (фактор 2). И, наконец, актуальна проблема возвращения клиентов (фактор 3). Учащиеся представляют две противоположных причины – общение и цена.

В табл. 2 приведены факторы, выделенные в социально-экономическом аспекте представлений о профессии, спустя полгода после обучения.

Таблица 2

**Структура социально-экономического аспекта представлений о профессии, спустя полгода после обучения**

Представление о профессии	Компонента, (объясняемая дисперсия, %)		
	1 (33 %)	2 (25 %)	3 (20 %)
Место работы известных мастеров	<b>0,946</b>	-0,076	0,030
Клиент вернется на место	<b>0,858</b>	0,268	-0,205
Элитные клиенты	<b>0,706</b>	-0,138	0,226
Клиент вернется за ценой	0,272	<b>-0,841</b>	-0,148
Клиент вернется за общением	0,265	<b>0,839</b>	-0,141
Предполагаемый доход	0,101	-0,290	<b>0,832</b>
Престижная профессия	-0,031	0,355	0,742

*Примечание.* Мера выборочной адекватности Кайзера–Мейера–Олкина КМО = 0,499.

Теперь мастера единодушны во мнении, что элитные клиенты предпочитают одни и те же места, а именно те, где работают профессионалы (фактор 1). На втором месте – проблема возвращения клиентов (фактор 2). На третьем – представления о причине престижности профессии. Это – возможность хорошо зарабатывать (фактор 3).

Как видим, у респондентов сохранились представления о причинах возврата клиентов: общение или цена. Изменились представления о доходе. Ученики считали, что доход приносят элитные клиенты. Позже они стали думать, что престижность профессии дает возможность хорошо зарабатывать. Также, поменялись представления о хорошем месте работы. Сначала респонденты считали, что хорошее значит престижное. Позже они стали думать, что хорошее – это с элитными клиентами.

В целом отметим изменения в сторону большего прагматизма. Доход стал больше сопряжен с престижем, чем с элитой. А вот место стало хорошим из-за элитной публики, а не из-за его видимого престижа.

В табл. 3 представлены факторы, выделенные до начала обучения в социально-психологическом аспекте представлений о профессии.

Таблица 3

**Структура социально-психологического аспекта представлений о профессии в начале обучения**

Представление о профессии	Компонента, (объясняемая дисперсия, %)		
	1 (26 %)	2 (22 %)	3 (17 %)
Известный мастер понимает клиентов	<b>0,849</b>	-0,152	0,274
Клиент вернется к понимающему мастеру	<b>0,820</b>	0,064	0,107
Известный мастер умеет общаться	<b>-0,691</b>	-0,198	0,260
Учеба ради сертификата	-0,272	<b>-0,760</b>	0,202
Учеба ради навыков	-0,013	<b>0,729</b>	0,056
Учеба, потому что нравится	-0,047	<b>0,662</b>	0,077
Известность приносит место работы	-0,143	0,240	<b>-0,805</b>
Эмоциональная нагрузка	-0,026	0,317	<b>0,793</b>

*Примечание.* Мера выборочной адекватности Кайзера–Мейера–Олкина КМО = 0,510.

Здесь, во-первых, выделяются представления об известном мастере. Мнения о том, что делает мастера известным, разделились. Это – либо умение понимать запросы клиента, либо умение общаться (фактор 1).

Во-вторых, присутствуют представления о цели обучения – либо ради сертификата (для работодателя), либо потому, что просто нравится и хочется получить навыки (фактор 2). В-третьих, часть учеников опасаются больших эмоциональных нагрузок в будущей работе, а другие надеются попасть в окружение известных мастеров (фактор 3).

Спустя полгода обнаружилось следующее (табл. 4).

Таблица 4

**Структура социально-психологического аспекта представлений о профессии, спустя полгода после обучения**

Представление о профессии	Компонента, (объясняемая дисперсия, %)	
	1 (41%)	2 (24 %)
Известность мастера – цена	-0,927	0,090
Известность из-за понимания запросов	0,772	0,138
Известный умеет общаться	0,624	0,230
Клиент вернется к понимающему	-0,046	0,854
Учеба, потому что нравится	0,262	0,728

*Примечание.* Мера выборочной адекватности Кайзера–Мейера–Олкина КМО = 0,494.

Изменились представления об известном работнике: теперь на одном полюсе объединились умения понимать запросы клиента и общаться с ним, а на другом полюсе – уровень цен (фактор 1). Появилось новое представление о том, что клиенты возвращаются к понимающему их и любящему свою профессию мастеру (фактор 2). Новая часть представлений очень практична. Клиенты, по мнению опытных мастеров, действительно возвращаются к тем, кто их понимает и любит свое дело.

В производственно-техническом аспекте представлений о профессии в начале обучения были выделены следующие факторы (табл. 5).

Таблица 5

**Структура производственно-технического аспекта представлений о профессии в начале обучения**

Представление о профессии	Компонента, (объясняемая дисперсия, %)	
	1 (25 %)	2 (24 %)
Клиент поможет решить бытовые проблемы	0,728	-0,218
Учеба ради «я могу»	0,655	0,100

Конкурентная среда	<b>0,506</b>	0,069
Учеба ради будущего	-0,031	<b>0,766</b>
Востребованность	0,057	<b>0,750</b>

*Примечание.* Мера выборочной адекватности Кайзера–Мейера–Олкина КМО = 0,456.

Первый фактор – представления о рабочей среде. Ученики считают, что клиент помогает решать проблемы работника, коллеги конкурируют, а сертификат доказывает тем и другим навыки работника.

Второй фактор – представления о смысле обучения. Работник приобретает производственно-технические навыки на курсах, чтобы быть востребованным в долгосрочной перспективе.

Представления о рабочей среде, спустя полгода, несколько изменились (табл. 6): клиенты, как и раньше, помогают работнику решать его проблемы, а коллеги конкурируют, но вот сертификат больше не играет важной роли (фактор 1).

Таблица 6

**Структура производственно-технического аспекта представлений о профессии, спустя полгода после обучения**

Представление о профессии	Компонента, (объясняемая дисперсия, %)	
	1 (39 %)	2 (28 %)
Конкурентная среда	<b>0,859</b>	-0,012
Клиент поможет решить бытовые проблемы	<b>0,853</b>	0,104
Востребованность	-0,099	<b>0,797</b>
Учеба ради будущего	0,186	<b>0,710</b>

*Примечание.* Мера выборочной адекватности Кайзера–Мейера–Олкина КМО = 0,518.

Представления о смысле обучения не изменились. Работник, имеющий производственно-технические навыки, востребован в долгосрочной перспективе (фактор 2).

**Выводы**

Проведенное исследование подтвердило, что одна часть представлений о профессии начинающих мастеров ногтевого сервиса действительно остается неизменной, а другая за

полгода самостоятельной работы довольно серьезно изменяется, возникают новые представления.

*Сохранились:*

- представления о причинах возврата клиентов – это общение или цена;
- образ известного мастера, правда, с изменившимся наполнением;
- представления о востребованности. Если выпускник обучается, то он будет востребован.

*Изменились:*

- представления об источниках дохода и хорошем месте работы в сторону большего прагматизма;
- представления об отношениях на работе, из них ушло значение сертификата, подтверждавшее навыки выпускника курсов.

Спустя полгода появилось новое представление. Это представление о причине возврата – к понимающему и любящему профессию мастеру.

Новая часть представлений очень практична.

Данное исследование дополняет эмпирический материал в исследованиях представлений о профессии, затрагивая область краткосрочных курсов.

Наряду с другими подобными исследованиями в разных профессиональных областях результаты могут быть использованы как подспорье для преподавателя при составлении учебных программ в рассматриваемой профессиональной области. Развитие, еще на этапе обучения, тех представлений о профессии, которые свойственны опытным профессионалам, может облегчить выпускникам вхождение в профессию.

## Литература

1. Барабанова В.В., Зеленова М.Е. Представления студентов о будущем как аспект их личностного и профессионального самоопределения. Психологическая наука и образование. 2002. № 2. С. 28–42.
2. Брагина В.Д. Представления о профессии и самооценка профессионально важных качеств учащейся молодежи // Вопросы психологии. 1976. № 2. С. 146–150.
3. Зиброва С.В. Профессиональное сознание: репрезентация и образ профессии (социально-философский анализ): Автореф. дис. ... канд. философ. наук. Красноярск, 1999. 18 с.
4. Митина Л.М. Формирование профессионального самосознания учителя // Вопросы психологии. 1990. № 3. С. 58–64.
5. Обносов В.Н. Динамика профессиональных представлений учащихся ПТУ при разных способах введения в профессию // Вопросы психологии. 1986. № 6. С. 28–32.

Хухлаев О.Е., Глизнутсин Д.В. Представления о профессии выпускников краткосрочных курсов на примере сферы обслуживания  
Психологическая наука и образование psyedu.ru  
2015. Том 7. № 3. С. 61–71.

Khukhlaev O.E., Gliznutsin D.V. Ideas about the profession of short-term course graduates, services sector as example  
Psychological Science and Education psyedu.ru  
2015, vol. 7, no. 3, pp. 61–71.

6. *Пряжников Н.С.* Профессиональное и личностное самоопределение. М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. 246 с.
7. *Тарасов Е.Ф.* О формах существования сознания // Язык и сознание: парадоксальная рациональность / Под ред. Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова (отв. ред.), Н.В. Уфимцевой. М.: ИЯ РАН, 1993. С. 86–97.
8. *Шнейдер Л.Б.* Профессиональная идентичность: Монография. М.: МОРУ, 2001. 272 с.

## Ideas about the Profession of Short-term Course Graduates, Services Sector as Example

**Khukhlaev O.E.,**

*PhD (Psychology), Head of the Chair of Ethnopsychology and Psychological Problems in Multicultural Education, Department of Social Psychology, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, huhlaev@mail.ru*

**Gliznutsin D.V.,**

*Graduate, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow gliznutsin@list.ru*

---

The article presents the results of the study of ideas about the profession of short-term course graduates who have studied nail service in Moscow. We assumed that some of the ideas remain the same within six months of professional activity while the other change and become more practical. To ensure the integrity of the investigation in the structure of ideas about the profession we highlighted socio-economic, socio-psychological and technical aspects. According to these aspects we have developed a questionnaire and interviewed short-term course graduates (52 people, 16 to 67 years, female) twice: at the beginning of study and after six months. We have identified significant factors of profession ideas aspects and interpret them. It is shown that the dynamics of the ideas about the profession can be studied at the short-term course graduates. The practical results are useful to short-term course teachers for accurate pedagogical influence.

**Keywords:** ideas about the profession, professional identity, social and psychological adaptation, psychological growths, questioning.

---

### References

1. Barabanova V.V., Zelenova M.E. Predstavleniya studentov o budushchem kak aspekt ikh lichnostnogo i professional'nogo samoopredeleniya [Performances of students of the future as an

Хухлаев О.Е., Глизнущин Д.В. Представления о профессии выпускников краткосрочных курсов на примере сферы обслуживания  
Психологическая наука и образование psyedu.ru  
2015. Том 7. № 3. С. 61–71.

Khukhlaev O.E., Gliznushin D.V. Ideas about the profession of short-term course graduates, services sector as example  
Psychological Science and Education psyedu.ru  
2015, vol. 7, no. 3, pp. 61–71.

aspect of personal and professional self-determination]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie [Psychological Science and Education]*, 2002. no. 2, pp. 28-42.

2. Bragina V.D. Predstavleniya o professii i samootsenka professional'no vazhnykh kachestv uchashcheyshya molodezhi [Representations of the profession and self-esteem professionally important qualities of students]. *Voprosy psikhologii [Questions of psychology]*, 1976, no. 2, pp. 146-150.

3. Zibrova S.V. Professional'noe soznanie: reprezentatsiya i obraz professii (sotsial'no-filosofskii analiz). Avtoref. diss. k. filosof. nauk. [Professional consciousness: representation and image of the profession (social-philosophical analysis). Ph. D.(Psychology) Thesis.]. Krasnoyarsk, 1999. 18 p.

4. Mitina L.M. Formirovanie professional'nogo samosoznaniya uchitelya [Formation of teachers professional consciousness]. *Voprosy psikhologii [Questions of psychology]*, 1990, no. 3, pp. 58-64.

5. Obnosov V.N. Dinamika professional'nykh predstavlenii uchashchikhsya PTU pri raznykh sposobakh vvedeniya v professiyu [Dynamics of professional representations vocational school students at different ways of introducing the profession]. *Voprosy psikhologii [Questions of psychology]*, 1986, no. 6, pp. 28-32.

6. Pryazhnikov N.S. Professional'noe i lichnostnoe samoopredelenie [Professional and personal self-determination]. Moscow: Publ. «Institut prakticheskoi psikhologii»; Voronezh: NPO «MODEK», 1996. 246 p.

7. Tarasov E.F. O formakh sushchestvovaniya soznaniya. Yazyk i soznanie: paradoksal'naya ratsional'nost' [On the forms of existence of consciousness. Language and mind: the paradoxical rationality]. Tarasov E.F., ed. Moscow: IYa RAN, 1993, pp. 86–97.

8. Shneider L.B. Professional'naya identichnost': Monografiya [Professional identity]. Moscow: MOSU, 2001. 272 p.