

## Theoretical aspects of studying of aggression in service trade of the industry of beauty Basova E.

### Теоретические аспекты изучения агрессивности в сфере услуг индустрии красоты Басова Е. В.

*Басова Елена Владимировна / Basova Elena – магистрант,  
специальность: психологическое консультирование,  
филологический факультет,  
Российский университет дружбы народов, г. Москва*

**Аннотация:** в статье рассматривается проблема агрессивности сотрудников сферы услуг индустрии красоты. Проанализированы теоретические аспекты агрессивности, рассмотрены психологические аспекты деятельности сотрудников сферы индустрии красоты.

**Abstract:** in article the problem of aggression of employees of service trade of the industry of beauty is considered. Theoretical aspects of aggression are analyzed, psychological aspects of activities of employees of the sphere of the industry of beauty are considered.

**Ключевые слова:** агрессивность, сфера услуг, индустрия красоты, профессиональная среда.

**Keywords:** aggression, service trade, beauty industry, professional environment.

В современном мире одной из наиболее дискутируемых и перспективных для исследования проблем является проблема агрессивности как социально-психологического явления в обществе. В связи с ускорением темпа жизни, с ростом числа крупных городов, с усилением конкуренции и быстротечности изменений в различных сферах общества, становятся все более частыми вспышки конфликтов как на бытовом уровне, при межличностном взаимодействии, так и на уровне наций, этносов и различных государств. Проблема агрессивности в профессиональной среде, также является актуально-значимой.

В сферу научного интереса попала проблема агрессивности в сфере индустрии красоты, это обусловлено тем, что в настоящее время индустрия красоты - бурно развивающаяся отрасль, в которой представлены различные предприятия: парикмахерские, салоны красоты, имидж студии, студии нейл-дизайна, студии загара, косметологические центры, клиники эстетической медицины и пр. Соответственно, на сотрудников сферы индустрии красоты, накладывается огромная ответственность перед клиентами, так как им необходимо показать свою профессиональную компетентность и качественно оказать свои услуги, дабы не порождать конфликт и поддерживать имидж салона красоты, в котором они работают. Указанный фактор, по нашему мнению, порождает внутриличностный конфликт, что в свою очередь, способствует развитию агрессии.

Проблема изучения агрессивности и агрессии, ее проявлений, форм и компонентов является областью исследования многих психологических дисциплин: общей, возрастной, педагогической и социальной психологии, психологии труда и др. Анализ психологической литературы позволил выявить обширный круг отечественных и зарубежных работ, направленных на изучение агрессивности, ее происхождения и той роли, которую она играет в жизнедеятельности индивида. Особенно широко тема агрессии и агрессивности представлена в зарубежной литературе, в которой ее исследование развивается в основном по двум направлениям. К первому относятся теории, в которых агрессивность трактуется как врожденное, инстинктивное свойство индивида (К. Лоренц З. Фрейд, и др.) [3]. Второе направление представлено концепциями, рассматривающими агрессивность как приобретенную в процессе жизнедеятельности характеристику поведения (А. Бандура, А. Басс, Л. Берковиц Д. Доллард и др.). Отечественные исследования в этой области немногочисленны и представлены в основном подходами к изучению некоторых отдельных вопросов, связанных с агрессивностью в работах Ю. М. Антоняна., А. Беличевой, Н. А. Дубинко, В. Е. Кагана, Я. Л. Коломинского, К. С. Лебединской, Э. В. Матюхиной, А. Реана, Т. Г. Румянцевой, Л. М. Семенюк и др. [3].

Неоднократно учеными проводились исследования, направленные на выявление склонности к агрессивному поведению работников различных сфер, например, медицинской, правоохранительной, педагогической, военной и др., однако склонность к агрессивному поведению сотрудников сферы индустрии красоты в прямой постановке не исследовалась.

Сотрудники салона красоты должны обладать как рядом навыков и умений, необходимых для оказания косметологических и имиджевых услуг, так и определенными психологическими характеристиками. Последнее особенно важно, поскольку салонный бизнес относится к сфере услуг, и умение/желание говорить с клиентом «на его языке» является одним из обязательных качеств сотрудника салона, соответственно при возникновении конфликта интересов между сотрудником салона и клиентом, естественно прав остается клиент. В индустрии красоты довольно сложно выделяться из

ряда аналогичных предприятий за счет предложения своих услуг, поэтому лояльность сотрудников, их заинтересованность в общем успехе становится ключевой ценностью.

На сегодняшний день неоднократно проводились психологические исследования в сфере услуг красоты, так например, И.В. Кочеровская в своём исследовании выявила психограмму сотрудников в сфере услуг красоты, кратко рассмотрим данные полученные в её исследовании.

*Косметолог* - наиболее выражено болезненное самолюбие, нереализованная авторитарность, имеется конфликт между стремлением личности к признанию группой и собственной спонтанной агрессивностью. Обнаруживаются доминантные, агрессивные и независимые черты поведения. Могут проявлять недовольство своим характером и межличностными отношениями, однако и у них может выявляться тенденция к совершенствованию своего стиля межличностного взаимодействия с окружением; при этом возрастание показателей октанта в образе идеального Я определяет направление, по которому развивается личность косметолога в целях самосовершенствования. Это имеет большое значение для психолога при выборе методов коррекции поведения индивида с учетом личностных ресурсов и степени осознания имеющихся проблем. Наличие выраженного внутриличностного конфликта, проявляющегося значительным расхождением показателей ДМО при оценке реального и идеального Я, является свидетельством высокой невротизации. Косметологи проявляют больше, чем парикмахеры и массажисты, осторожность и сдержанность. Они озабочены, склонны все усложнять, ко всему подходят слишком серьезно, рассудительны, постоянно беспокоятся о своем будущем, озабочены своими поступками, тщательно их планируют.

*Массажист* холоден, жесткий, формальный в контактах, замкнут, не интересуются жизнью окружающих людей. Стараются работать один, избегает коллективных мероприятий, не идет на компромиссы. Предпочитает иметь дело с вещами, предметами, а не людьми. В делах точен, обязателен, но недостаточно гибок, особенно в оценках людей, подавляет свою враждебность по отношению к ним. В профессиональной сфере способен к подавлению агрессивного поведения, если его ограничивают в свободе поведения, свободе выбора при принятии решений, и повинуется вопреки внутреннему протесту.

*Парикмахер* независим в принятии решений, ответственен за свою профессиональную деятельность, подавляет агрессию во взаимодействиях с другими людьми. Для него характерны богатство и яркость эмоциональных проявлений, естественность, отзывчивость, непринужденность поведения, готовность к сотрудничеству, чуткое внимательное отношение к людям, доброта и мягкосердечие. Предпочитает работать с людьми, легко включаются в активные группы, щедр в личных отношениях бодр, активен, беспечен, легко воспринимает жизнь. Верит в удачу и свою счастливую звезду. Подвижен, импульсивен, любит перемены в жизни. В малых группах часто выбирается лидером, разговорчив, склонен к поверхностной общительности. Исходя из описанных личностных характеристик, свойственных парикмахерам, можно сделать вывод, что данные сотрудники салонов красоты правильно выбрали профессиональную деятельность, связанную с общением, взаимодействием с людьми и творческими проявлениями [2].

Проанализировав сферу услуг индустрии красоты следует отметить, что агрессия в данной сфере исходит не только со стороны работника но и со стороны клиента. Важно рассмотрение агрессии и в рамках коммуникативного процесса клиента и сотрудника (например, парикмахер, косметолог, массажист), в ходе которого может возникать конфликт и используемые персоналом стратегии поведения в конфликте, а также эмоциональный интеллект работников салонов красоты, оказывающий влияние на благоприятное разрешение таких конфликтов [ ]. Учитывая особенности профессиональной деятельности работников сферы услуг в области индустрии красоты и современные условия труда в рамках модернизации и развития данной сферы, следует также рассмотреть мотивационно-потребностные установки персонала, которыми они руководствуются, а также их уровень самооценки для дальнейшего осуществления успешной профилактической и коррекционной работы с выборками сотрудников (парикмахер, массажист, косметолог и др.).

### *Литература*

1. Большая психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини и А. Ауэрбаха; пер. с англ. под ред. А. А. Алексеева. М.: Эксмо, 2007.
2. Кочеровская И. В. Особенности психогрмм персонала салонов красоты/ Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. № 1, 2012.
3. Ильин Е. П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. СПб.: Питер, 2008.
4. Рабочая книга практического психолога: технология эффективной профессиональной деятельности: (пособие для специалистов, работающих с персоналом) / под ред. А. А. Бодалева, А. А. Дергача Л. Г. Лаптева [и др.]. М.: Издательство Института психотерапии, 2011.