



Научная конференция  
Социология: вчера, сегодня, завтра  
К 50-летию журнала  
«Социологические исследования»



## Представления о профессионализме и путях профессионализации в нарративах молодых мастеров в сфере красоты



Епанова Ю. В., научный сотрудник, Центр молодежных исследований, НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург

Крупец Яна Николаевна, заместитель директора, Центр молодежных исследований, НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург

21–23 октября 2024 г.



# Актуальность и постановка проблемы



- В современном обществе критерии и смыслы профессионализма пересматриваются и гибридизируются (Faulconbridge and Muzio, 2008, Murray, 2014), границы между профессионалом и любителем размываются, а овладение профессией уже может не предполагать длительного специализированного обучения или участия в ассоциациях. Жесткие навыки становятся недостаточными; профессионал превращается в самопредпринимателя (Rose, 1999).
- В рамках глобально и интенсивно развивающейся индустрии красоты, наряду с гигантами индустрии (глобальными корпорациями) в создании стандартов, норм, ценностей (то есть институциональной среды), важную роль начинает играть молодежь, вовлеченная в различные молодежные культуры и исполняющая различные стили жизни. Молодые люди, с одной стороны, не наделены большим экономическим, политическим и человеческим капиталом, но, с другой стороны, они креативны и вовлечены в глобальные сети. Смыслы, ценности и стили, возникшие сегодня в рамках какой-то ниши молодежной культуры, завтра могут стать общим трендом (Best and Lynn, 2016).
- Исследовательский вопрос: какой смысл молодые практики в сфере красоты придают понятию профессионализма в сфере рынка косметических услуг в современной России?

## Данные проекта



Проект: «Красота «своими руками»: политики тела, самозанятость и уход за собой в молодежных культурах Санкт-Петербурга»  
(Программа фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, 2022)

Качественная методология

Биографические интервью (N = 40):

- Молодые мастера в бьюти-сфере (N = 20)
- Молодые потребители бьюти-услуг (N = 20)

# Теоретическая рамка



- Наш анализ вписывается в социологическую традицию исследования профессионализма через изучение «пониманий» (understandings) профессионализма самими акторами, занятыми в различных видах экономической деятельности (см., например, Lively 2001, Murray 2014).
- Исследование смыслов действий акторов внутри профессионального поля активно разрабатывается в рамках традиции изучения институциональных логик (ten Dam, Waardenburg 2020). Институциональный подход достаточно разработан на данный момент, но прежде всего используется в исследованиях традиционных профессий: врачей, юристов, бухгалтеров (Spence and Carter 2014). При этом исследователи, как правило, противопоставляют институциональную логику профессионализма другим логикам (чаще всего управленческой и коммерческой).
- Однако, на наш взгляд, сегодня при расшатывании границ профессии и критериев профессионализации имеет смысл не противопоставлять, а включать множественные логики внутрь представлений о профессии и профессионализме. Такое расширенное понимание профессиональной логики согласуется с понятием hybrid professional (Faulconbridge and Muzio 2008, Kurunmaki 2004).

# Представления о профессионализме



- Логики профессионализма:
- Основные характеристики
  - Критерии профессионализма
  - Идеальная модель профессионала

## Нарративные логики профессионализма в среде молодых бьюти-специалистов Санкт-Петербурга

Логика «исследования»	Логика «качества и технологии»	Логика «творчества»	Логика «клиента»	Логика «рынка»
-----------------------	--------------------------------	---------------------	------------------	----------------

# Логика «исследования»

Основные характеристики	Критерии профессионализма	Идеальная модель профессионала
Основана на более глубоком понимании внутренней структуры процессов. Главная ценность – знания	Глубина теоретических знаний и внутреннее понимание процессов	Специализированный профессионал

« [профессионал это] Ну, человек, который, э-э, знает, что он делает. Не просто так, э-э, пилит. Ну типа меня научили, я вот делаю так, как меня научили, который копнул чуть глубже. И сам разобрался более подробно в этом всем. И, естественно, как бы стаж тоже имеет свою силу, но зачастую не все мастера с большим стажем являются прям мастерами хорошими. Инт: А что значит плохой? Как можно накосячить при маникюре? Инф: Ну травмировать, э-э, ногтевую пластину теми же пропилами, э-э, травмировать ногтевую пластину пропилами» (Инт. №39, м., 23 года, предприниматель).

«Но вообще я знаю очень многие вещи, которые мало кто знает, да, я стремлюсь как-то детальнее разобраться в вопросах. Щас вот стала лучше разбираться в составах косметических средств. Вот. Это на самом деле, вот это вот, э-э, очень мало кто из парикмахеров может, э-э, посмотрев на состав любого косметического средства, рассказать, чего там и как. А я уже могу» (Инт. №2, ж., 25 лет, предприниматель).

# Логика «качества и технологии»



Основные характеристики	Критерии профессионализма	Идеальная модель профессионала
Базируется на регламентации, предсказуемости контроле. Ценность - перфекционизм.	<ul style="list-style-type: none"><li>- отсутствие ошибок</li><li>- предсказуемость результата</li><li>- контроль скорости</li><li>- долговечность результата</li></ul>	От узко-профильного специалиста до специалиста широкого профиля (рост и разнообразие навыков) Перфекционист

*«Для меня профессионалы – это как бы люди, которые всегда делают идеально, когда ты понимаешь, за что ты платишь... Мне, я думаю, мне мешает мой перфекционизм в этом, потому что, в общем, когда делается маникюр, нужно прочищать под кутикулой зону фрезой и ножницами, но я каждый раз, там важно вовремя остановиться, чтобы сделать все и чисто, и как бы без там крови, ран, все такое. Но я не могу, я вижу там одну пылиночку, и мне надо ее миллиард лет пилить, чтобы все убрать, и в итоге, порой, получается ранить клиента, особенно себя, потому что на себе ты не чувствуешь такой боли, вот это бы хотелось очень исправить, чтобы все было в порядке» (Инт. №15, ж., 18 лет, предприниматель).*

*«Наверно, самые главные три критерия - это попадание в задуманное, да, ну то есть хотел сделать вот это, и оно получилось. Ну, и у тебя, и у клиента, да, это, как бы, одна история. Вторая история - это очень-очень важно - это качество волос. Ну, что ты, красишь так, что у тебя волосы не превращаются в паклю. Вот. И третий, то, что твои окрашивания они выглядят классно не только, типа, вот день в день, но и срок носки у них тоже, то есть» (Инт. №2, ж., 25 лет, предприниматель).*

# Логика «творчества»

Основные характеристики	Критерии профессионализма	Идеальная модель профессионала
Во главе угла - самостоятельное творчество и поиск своего стиля. Мир вдохновения. Ценность – создание нового и удовольствие от творческого процесса.	<ul style="list-style-type: none"><li>- индивидуальный стиль</li><li>- независимость/свобода</li><li>- эстетика результата</li><li>- удовольствие от работы</li></ul>	Творец, новатор

*«М-м, я думаю, что... давно у меня мысль такая. Э-э, м-м, единственное, что нужно, чтобы стать классным бровистом, это получать удовольствие от того, что делаешь. Нужно иметь некий внутренний ориентир, внутренний вектор в эту профессию. Важно понимать из чего она состоит. Она состоит, из как-бы архитектурной, там творческой составляющей. Бровистом каким вы хотите быть? Вы хотите работать в салоне или вы хотите самостоятельно, свой салон открыть? Если есть такой вектор направленности, вы еще должны получать кайфушки от коммуникаций с людьми, там уметь делегировать. Ну то есть это такие вещи, которые ну как бы... Чтобы стать классным бровистом, надо быть счастливым бровистом. Нужно кайфовать от своего дела» (Инт. №33, ж., 25 лет, предприниматель).*

*«Сейчас вот я пробую... Мне интересно создание именно своих ароматов, каких-то парфюмов, то есть уникальных композиций, которые я придумала, и интересуется также вот работа с гипсом, свечами. Что-то новое опять же я стараюсь изучать» (Инт. №10, ж., 27 лет, предприниматель).*



# Логика «клиента»

Основные характеристики	Критерии профессионализма	Идеальная модель профессионала
Основана на идеи, что индустрия красоты – это индустрия услуг, в которой клиент является главным. Его благополучие и комфорт становятся ценными	<ul style="list-style-type: none"><li>- количество клиентов</li><li>- количество постоянных клиентов/вернувшихся клиентов</li><li>- взаимоотношения с клиентами (уважение к пожеланиям клиента)</li></ul>	<p>Универсал (сочетание hard и soft skills)</p> <p>Мастер эмоционального труда</p>

*«Для меня ценно, ... ну, для меня главное то, чтобы человеку нравилось, что я ему сделал. Я очень на самом деле много переживаю, очень много додумываю. Вот. Когда на самом деле ко мне потом люди возвращаются как бы, мне показалось, что человеку что-то не понравилось, а он как бы возвращается, значит, ему все понравилось. Или, например, у меня была история. Мне показалось, что клиентке не особо понравилось, что у нас получилось по итогу. Это было, ну, скажем так, вначале. Но ей на самом деле, наоборот, все понравилось. Она оставила мне очень хороший отзыв» (Инт. №39, м., 23 года, предприниматель)*

*«Инт: Ну, в плане мастерства, то есть, чему бы ты ещё хотел научиться, в чём прокачать скиллы? Инф: Во всём. Ну то есть, я считаю, что если ты мастер, то ты должен уметь всё. Вообще всё. Вот, вот всё. Начиная от самого, от самой техники маникюра, заканчивая дизайнами» (Инт. №6, м., 25 лет, предприниматель).*

# Логика «рынка»

Основные характеристики	Критерии профессионализма	Идеальная модель профессионала
В центре внимания логики – экономический успех и продвижение на рынке. Главная ценность - прибыль и рост бизнеса.	- деньги (увеличение цены и прибыли) - известность на рынке / развитый личный бренд - расширение бизнеса	Универсал (но управленческие навыки являются наиболее важными) Личный бренд

*«То есть то, какими знаниями я обладаю на данный момент, мне этого достаточно. Конечно, когда поток людей будет больше, больше и больше, когда я буду выводить это уже на большую массовость, конечно, да, надо будет изучать информацию. Конечно, в идеале как я все это вижу, как бы опять же буду обладать какими-то базовыми знаниями, заработаю денег и просто найму себе людей, которые будут это заниматься тоже там, менеджера по продвижению, да, там, еще что-то, обучу людей, которые будут, там не знаю, качество контролировать, да, и так далее, и тому подобное. Но, конечно, до этого еще работать и работать, это прям вообще какие-то нереальные мои мечты, но я надеюсь, что все сбудется, конечно. А так да, конечно, буду изучать все это ведение бизнеса и бухгалтерию, и прочее, прочее, прочее» (Инт. №32, ж., 22 года, предприниматель).*

*«То есть не знаю, я, конечно, очень себя люблю, и я такая прям планочку задираю, поэтому я думаю, что на данный момент именно в [Название города в Ленинградской области] мне точно нету равных, ну вот точно нету. И если я сейчас все это раскручу, и прям вот про мое мыло будут говорить там из каждого утюга» (Инт. №32, ж., 22 года, предприниматель)*

# Заключительные размышления

- Важно подчеркнуть, что российские молодые профессионалы красоты не «загнаны в одну логику», Напротив, их нарративы представляют собой гибридность идей. Практикующие косметологи могут переключаться между логиками в зависимости от контекста, что делает их более гибкими и адаптивными в нестабильных условиях, дает им возможность многократной профессионализации и саморазвития в различных направлениях
- Наиболее распространенными в нарративах оказались логика качества и логика клиента, что может быть связано с двойственным характером деятельности профессионала красоты: с одной стороны, он является ремесленником, а с другой - оказывает услуги. В то же время эти логики вписываются в общие тенденции современных изменений профессионализма, который становится все более корпоративным и клиентоориентированным, признавая значимость измерения качества и влияния клиентов (Salman, 2019).

# Литература



- Best A. L. & Lynn R. (2016). Youth and consumer markets. In *Routledge Handbook of Youth and Young Adulthood* (pp. 260-267). Routledge.
- Faulconbridge J., & Muzio D. (2008). Organizational professionalism in globalizing law firms. *Work, employment and society*, 22(1), 7-25.
- Kurunmäki L. (2004). A hybrid profession—the acquisition of management accounting expertise by medical professionals. *Accounting, organizations and society*, 29(3-4), 327-347.
- Lively K.J/ (2001) Occupational claims to professionalism: The case of paralegals. *Symbolic Interaction* 24(3): 343–366.
- Murray J. (2014) 'Teacher educators' constructions of professionalism: A case study. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education* 42(1): 7–21.
- Rose N (1999) Inventiveness in politics. *Economy and Society* 28(3): 467–493.
- Salman S (2019) Towards a 'client professionalization' process? The case of the institutionalization of executive coaching in France. *Journal of Professions and Organization* 6(3): 286–303.
- Spence C. & Carter C (2014) An exploration of the professional habitus in the Big 4 accounting firms. *Work, Employment and Society* 28(6): 946–962.
- ten Dam E.M. & Waardenburg M. (2020) Logic fluidity: How frontline professionals use institutional logics in their day-to-day work. *Journal of Professions and Organization* 7(2): 188–204.