

Интернет-журнал «Мир науки» / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2018, №3, Том 6 / 2018, No 3, Vol 6 <https://mir-nauki.com/issue-3-2018.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/84PSMN318.pdf>

Статья поступила в редакцию 23.06.2018; опубликована 15.08.2018.

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Захарова С.Е., Уколова Л.Е. Постдипломное становление выпускников магистратуры по программе «Связи с общественностью в авиастроении» в Московском авиационном институте в процессе взаимодействия со студентами бакалавриата // Интернет-журнал «Мир науки», 2018 №3, <https://mir-nauki.com/PDF/84PSMN318.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Zakharova S.E., Ukolova L.E. (2018). Postgraduate formation of graduates of the Master's program according to the "Public Relations in aircraft construction" program at the Moscow Aviation Institute in the process of interaction with undergraduate students. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 3(6). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/84PSMN318.pdf> (in Russian)

УДК 159.99

**Захарова Саргылана Егоровна**

ФГБУ ВПО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», Москва, Россия  
Факультет «Иностранных языков»  
Доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологических отраслях»  
Кандидат психологических наук  
E-mail: S.E.Zakharova@mail.ru  
РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=325781](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=325781)

**Уколова Лидия Евгеньевна**

ФГБУ ВПО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», Москва, Россия  
Факультет «Иностранных языков»  
Заведующая кафедрой «Связи с общественностью и массовые коммуникации»  
Доктор филологических наук, профессор  
E-mail: bos7979@yandex.ru  
РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=830549](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=830549)

**Постдипломное становление выпускников  
магистратуры по программе «Связи с общественностью  
в авиастроении» в Московском авиационном институте в  
процессе взаимодействия со студентами бакалавриата**

**Аннотация.** Исследование проблемы социально-психологических аспектов взаимодействия различных направлений подготовки выпускников бакалавриата и магистратуры выполнено с целью определения особенностей постдипломного становления магистров, их взаимодействия с выпускающей кафедрой. Становление и профессиональное развитие выпускников высшей школы связано с личностно-профессиональным ростом, который осуществляется путём активного использования как теории, так и практики, а также знания специфики различных сфер деятельности. Оно является важнейшей составляющей постдипломного становления специалиста по различным направлениям. Авторами определены требования к соответствующим знаниям, умениям и навыкам студентов, которые включают взаимосвязанные уровни освоения практической деятельности специалиста по связям с общественностью в авиакосмической сфере. В статье представлены результаты анализа социально-психологических особенностей работы с выпускниками. Полученные результаты в ходе проведенного исследования позволят осуществить концептуализацию постдипломного

становления магистра по направлению «Связи с общественностью в авиастроении» в контексте современных преобразований и требований.

**Ключевые слова:** связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях; личностно-профессиональный имидж; постдипломное становление выпускников магистратуры

На сегодняшний день в системе высшего профессионального образования осуществляется двухступенчатая система подготовки высококвалифицированных специалистов, включающих бакалавриат и магистратуру. Она предполагает помимо лекций и практических занятий проведение мастер-классов, различных видов практики и т. д. Многие кафедры ведут большую работу по взаимодействию с выпускниками, закончившими не только бакалавриат, но и магистратуру. При этом выпускники магистратуры активно участвуют в работе кафедры по подготовке бакалавров соответствующего направления. Это очень важный фактор и для программы магистратуры «Связи с общественностью в авиастроении».

Данная проблема отражена в работах отечественных специалистов в сфере связей с общественностью в авиационной сфере. Так, формы совершенствования учебного процесса подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в аэрокосмической отрасли») и магистров по направлению «Авиастроение» (программа «Связи с общественностью в авиационной сфере») в Московском авиационном институте описаны Л.Е. Уколовой, А.И. Хомяковой, особенности научно-исследовательской работы магистров, обучающихся по программе «Связи с общественностью в авиационной сфере» рассмотрены Л.Е. Уколовой, С.Е. Захарова, профессиональные компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью раскрыты в трудах М.П. Бочарова, С.А. Самойленко, А.Н. Чумикова, психолого-акмеологические характеристики профессионализма PR-специалистов описаны Е.Н. Богдановым и В.Г. Зазыкиным, профессионализм в деятельности преподавателя высшей школы рассмотрен С.Е. Захаровой и Л.Е. Уколовой и др.

В качестве примера следует отметить, что магистратуру по инженерным направлениям подготовки, таким как «Авиастроение» (программа «Связи с общественностью в авиационной сфере») факультета иностранных языков Московского авиационного института успешно закончили сотрудники ПАО «Научно-производственная корпорация «Иркут» и ПАО «Туполев», космонавт-испытатель ФГБУ «Научно-исследовательский центр подготовки космонавтов им. Ю.А. Гагарина», сотрудники научного центра авиационной науки ФГУП «Центральный аэрогидродинамический институт имени Н.Е. Жуковского», пилот авиакомпании «Якутия» и специалисты других профильных предприятий аэрокосмической отрасли.

Получив дополнительное образование в магистратуре в области связей с общественностью, магистры занимаются продвижением положительного имиджа российского авиастроения и космонавтики, а также способствуют профессиональному становлению бакалавров факультета.

Так, в качестве примера, хотелось бы отметить профессиональную деятельность одного из выпускников магистратуры кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» космонавта-испытателя Роскосмоса Олега Владимировича Блинова. Казалось бы, зачем ему необходимо данное направление подготовки. Выбор направления подготовки «Связи с общественностью в авиастроении» был сделан космонавтом не случайно. Деятельность по созданию и международному продвижению имиджа российской космонавтики ведется в настоящее время в разных аспектах: взаимодействие в сфере освоения

космоса, сотрудничество в создании космической техники, развитие положительного имиджа космонавтики разных стран, продвижение имиджа ведущих специалистов космической отрасли и др., привлечение молодёжи в данную отрасль.

В сознании общественности имидж космонавтов составляет основу репутации отрасли в целом. Так, с помощью российских космонавтов ведётся диалог с обществом, популяризируются научные и космические достижения нашей страны, стимулируется дальнейшее развитие отрасли. Репутация космонавта – это ресурс и социальный капитал космической сферы. Потому часто космонавты проводят встречи с различными социальными слоями населения, участвуют в разнообразных мероприятиях, ведут блоги в социальных сетях, выставках, на которых демонстрируют фотографии, видеоролики, сделанные в космосе. Предоставляют эти материалы музеям космонавтики. Так происходит выстраивание диалога между космонавтами и социальной общественностью [7, с. 241-244]. Для выстраивания творческого и глубокого диалога необходимы знания и в сфере связей с общественностью.

В процессе подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью в высокотехнологичных отраслях в ходе изучения специальных дисциплин к теоретическим курсам в качестве практического приложения студенты проводят социально-психологические исследования, имеющие прикладной характер, которые охватывают круг вопросов, связанных со спецификой создания личностно-профессионального имиджа специалиста аэрокосмической отрасли, планированием и осуществлением PR-проектов по созданию и продвижению положительного имиджа организации аэрокосмической отрасли.

В преподавании рекламы и связей с общественностью, относительно нового направления подготовки студентов, важно использовать креативные подходы и новые методы обучения. Одним из таких новых видов занятий являются мастер-классы, которые проводят преподаватели или приглашенные высококвалифицированные специалисты, зачастую это его выпускники магистратуры. На таких занятиях спикеры делятся своим ценным опытом со студентами, которые являются их будущими коллегами. Следует добавить, что на мастер-классах передаётся не только педагогический, но и теоретический, а также практический опыт приглашённых специалистов.

Цель проведения мастер-класса заключается в передаче уникального опыта специалиста, полученного как результат его теоретической, экспериментальной и творческой деятельности [8, с. 226-229]. Мастер-класс как PR-средство позволяет сформировать имидж как отдельной личности, например, ведущего мастер-класса, так и целой отрасли, с которой связана тема проводимого мероприятия.

Так, в качестве примера, возьмем имидж космонавта-испытателя Блинова Олега Владимировича, который проанализировали студенты-бакалавры. Можно сделать вывод о том, что О.В. Блинов состоялся в настоящее время и как личность, и как профессионал. Он принимает активное участие в научных конференциях, мастер-классах для бакалавров профиля подготовки «Реклама и связи с общественностью в аэрокосмической отрасли» и других специальных мероприятиях, направленных на продвижение отечественной пилотируемой космонавтики и патриотическое воспитание подрастающего поколения.

О.В. Блинов один из участников творческой мастерской кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по созданию международного имиджа российской космонавтики. В работе этого мастер-класса принимали активное участие бакалавры кафедры.

Для изучения мастер-класса как PR-средства продвижения имиджа российской космонавтики был проведён анализ мастер-класса космонавта-испытателя, выпускника

магистратуры Блинова Олега Владимировича с помощью блиц-опроса студентов-бакалавров после проведенного мастер-класса.

Темой выступления космонавта-испытателя были «Связи с общественностью в деятельности космонавта и создание имиджа космонавта», где спикер подробно рассказывал об особенностях профессиональной деятельности космонавтов, о требованиях, предъявляемых космонавтам, о специальных тренировках и подготовке к длительным космическим полётам, отметил важность связей с общественностью для профессиональной деятельности космонавтов, так как космонавтам достаточно часто приходится встречаться с общественностью и продвигать имидж отечественной космонавтики. Повествование было дополнено наглядными видеоматериалами.

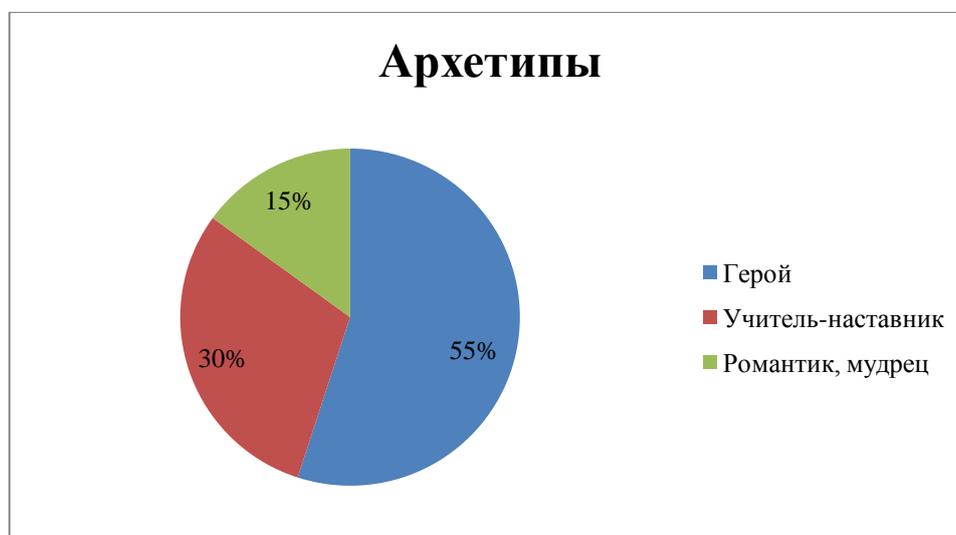
По окончании мастер-класса был проведен блиц-опрос студентов, который позволил выявить у участников полученные знания о космической отрасли и о профессиональной деятельности космонавтов. Кроме блиц-опроса участников мастер-класса также было проведено социально-психологическое исследование, направленное на выявление особенностей восприятия личностно-профессионального имиджа О.В. Блинова студентами Московского авиационного института. В данном социально-психологическом исследовании приняли участие 100 респондентов, обучающихся на 3 курсе бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

В ходе данного исследования была использована анкета стандартизированного интервью со шкалированием, результаты которого обобщаются и анализируются оценка имиджа осуществлялась по десятибалльной шкале. В анкете несколько функциональных блоков, соответствующих моделям персонального имиджа [2, с. 127-128].

Анализ результатов социально-психологического исследования позволил сделать следующие выводы...

По мнению большинства респондентов, к имиджу О.В. Блинова применимы следующие архетипы:

- «герой» – 55 %;
- «учитель-наставник» – 30 %;
- «романтик, мудрец» – 15 % (см. рис. 1).



*Рисунок 1. Анализ результатов исследования особенностей восприятие имиджа космонавта-испытателя О.В. Блинова студентами*

В качестве позитивного символа персонального имиджа О.В. Блинова респонденты отметили:

- «богатырь» – 45 %;
- «орёл» – 25 %;
- «медведь» – 20 %;
- «лев» – 10 % (см. рис. 2).



*Рисунок 2. Анализ результатов взаимосвязи персонального имиджа космонавта-испытателя О.В. Блинова с позитивными символами*

Также следует отметить, что высоко были оценены его личностный потенциал, успешность деятельности, обаяние, общая культура и нравственные качества. Средний балл по всем параметрам имиджа показал, что персональный имидж космонавта является привлекательным.

Таким образом, в ходе проведенного исследования на основе оценки персонального имиджа космонавта было осуществлено взаимодействие выпускников магистратуры со студентами-бакалаврами на профессиональном уровне, что позволило студентам-бакалаврам сделать глубокий анализ личностно-профессионального имиджа космонавта.

Мы обратились, казалось бы, к единичным случаям, когда космонавт-испытатель занимается такой важной профессиональной деятельностью и находит время для участия в различных мероприятиях по работе со школьниками и студентами с целью пропаганды здорового образа жизни и патриотического воспитания, которые нашли отражение в различных публикациях в социальных сетях и блогах космонавта. Нам представляется важным, что именно выпускники магистратуры МАИ продолжают практическую деятельность в сфере связей с общественностью по созданию и продвижению положительного имиджа российской авиации и космонавтики не только среди учащейся молодёжи, но и среди других социальных групп общества, а также для международной общественности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Горячева О.Н., Гунько О.Г. Научно-методическое сопровождение компетентностного подхода в формировании профессионального имиджа // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 2 (часть 13). С. 2944-2948. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=37593> (дата обращения: 23.06.2018).
2. *Мировая пилотируемая космонавтика: История. Техника. Люди / Афанасьев И.Б., Батурин Ю.М., Белозерский А.Г. и др. М.: РТСофт, 2005. 752 с.*
3. Зазыкин В.Г., Захарова С.Е. Психология «паблик рилейшнз» или психология эффективного PR. М.: Белый ветер, 2017. С. 127-128.
4. Захарова С.Е., Уколова Л.Е. Профессионализм в деятельности преподавателя высшей школы // *Интернет-журнал «Мир науки»*, 2016. – Т. 4. – № 6. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://mir-nauki.com>.
5. Захарова С.Е., Уколова Л.Е. Коммуникативное продвижение международного имиджа российской космонавтики // *Коммуникация в политике, бизнесе и образовании: материалы Международной научно-практической конференции 17-19 мая 2017 года*. Научное электронное издание. – М.: Изд-во Московского университета, 2017. – С. 241-244.
6. Останина С.А., Птицына Е.В. Подготовка кадров высшей квалификации в условиях модернизации образования в творческом вузе // *Интернет-журнал «Мир науки»* 2017, Том 5, № 3 <http://mir-nauki.com/PDF/03PDMN317.pdf>.
7. Уколова Л.Е., Захарова С.Е. Особенности научно-исследовательской работы магистров, обучающихся по программе «Связи с общественностью в авиационной сфере» // *Интернет-журнал «Мир науки»*. 2017, Том 5, No 3 <http://mir-nauki.com/PDF/32PDMN317.pdf> (доступ свободный).
8. Уколова Л.Е., Захарова С.Е., Малыгина М.А. Участие студентов в мастер-классах как важнейший элемент подготовки высококвалифицированных специалистов по направлению «Реклама и связи с общественностью» // *Образование. Наука. Научные кадры*. 2018. № 1. С. 226-229.
9. 50 лучших проектов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник». 2018. 480 с.
10. *The Professional Bond: Education, Public Relations, The Practice* [Электронный ресурс] // *Education, Public Relations Education for the 21st Century: The Report of the Commission on Public Relations, November 2006.* – Режим доступа: <http://www.commissionpred.org/>.

**Zakharova Sargylana Egorovna**

Moscow aviation institute (national research institute), Moscow, Russia  
E-mail: S.E.Zakharova@mail.ru

**Ukolova Lidiya Evgenevna**

Moscow aviation institute (national research institute), Moscow, Russia  
E-mail: bos7979@yandex.ru

## **Postgraduate formation of graduates of the Master's program according to the "Public Relations in aircraft construction" program at the Moscow Aviation Institute in the process of interaction with undergraduate students**

**Abstract.** The study of socio-psychological aspects of the various fields of education interaction of graduates of bachelor and Master's degree has been carried out with the purpose of determining the features of the postgraduate formation of masters, their interaction with the graduate chair. Graduates' of higher education institutions' formation and professional development is associated with personal and professional growth, which is carried out through the active use of both theory and practice, as well as knowledge of the specifics of various fields of activity. It is the most important component of the postgraduate formation of a specialist in various fields. The authors define the requirements for the relevant students' skills and knowledge, which include interrelated levels of learning practical activities of a public relations specialist in the aerospace field. The article presents the results of an analysis of the socio-psychological characteristics of work with graduates. The results obtained in the course of the research will enable the conceptualization of the postgraduate development of a master's degree in the "Public Relations in the aircraft industry" field of education in the context of modern transformations and requirements.

**Keywords:** public relations in high-tech industries; personal-professional image; post-graduate formation of master's program graduates