

**ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КООРДИНАТ:  
ОБРАЗОВАНИЕ, ВОСПИТАНИЕ, РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕКА  
PEDAGOGICAL REFERENCE SYSTEM:  
EDUCATION, UPBRINGING, PERSONAL GROWTH**

УДК 159.9:629.7 + 659.4

**Психология авиакосмического пиара: проблемы и перспективы**

*В. Г. Зазыкин<sup>1</sup>, С. Е. Захарова<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина, г. Рязань, Россия*

<sup>2</sup> *Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет) — МАИ, Москва, Россия*

*s.e.zakharova@mail.ru*

Представлены научные и методические основания нового направления теории и практики пиара и прикладной психологии — «психология авиакосмического пиара». Рассматриваются проблемы и перспективы данного направления. Обосновывается идея о необходимости использования психологического знания и психологических методов в решении проблем и задач психологии пиара. Показана правомочность применения психолого-акмеологического подхода к данной проблеме. Описаны психологическая специфика и содержание пиара как особого вида управленческой деятельности в сфере авиации и космонавтики.

*Ключевые слова:* паблик рилейшнз; пиар; имидж; авиакосмический пиар; психология авиакосмического пиара; психологический объект.

**Aerospace PR Psychology: Problems and Prospects**

*V. G. Zazykin<sup>1</sup>, S. E. Zakharova<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *Ryazan State University named for S. Yesenin, Ryazan, Russia*

<sup>2</sup> *Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow, Russia*

*s.e.zakharova@mail.ru*

The authors have presented scientific and methodological basis for a new direction in the theory and practice of PR and applied psychology: aerospace PR psychology. They did examine the problem and prospects of this direction. Authors did emphasize the idea of the need to use psychological knowledge and psychological methods in solving PR psychology problems and tasks. They have shown the legitimacy of psycho-acmeological approach use for these problems' consideration, describing the psychological specificity and content of PR as a special kind of administrative activity in the sphere of aviation and cosmonautics.

*Keywords:* public relations; PR; image; aerospace PR; aerospace PR psychology; psychological object.

© Зазыкин В. Г., Захарова С. Е.

В последние годы на ведущие позиции в научно-практическом комплексе паблик рилейшнз стало выходить направление прикладной психологии — психология паблик рилейшнз, разрабатывающая психологические проблемы этой сферы деятельности в их объектном и предметном пространстве и способствующая более эффективному решению практических задач. Главная цель данного направления — разработка психологического основания теории и практики паблик рилейшнз, которое поможет сделать пиар-исследования и практику пиара более результативными [1; 2].

Психология паблик рилейшнз с первых дней ее оформления в качестве научно-практического комплекса начала развиваться весьма интенсивно, при этом осваивая, помимо традиционных направлений пиара (в бизнесе, государственном управлении и политике), новые области приложения психологического знания в пространстве паблик рилейшнз. Это обусловлено требованиями рыночной экономики, спецификой ее взаимодействий и взаимоотношений, в которых важно расширение сферы деятельности. К такой новой для психологии паблик рилейшнз области относятся *авиация и космонавтика*, которые объявлены сегодня одними из приоритетных направлений развития российской науки и промышленности. Проведенные исследования показали большую масштабность аэрокосмической отрасли и ее высокую перспективность для психологии паблик рилейшнз, что позволило заложить основания *психологии авиакосмического пиара*. Данная дисциплина призвана обеспечить эффективное использование психологических знаний для решения проблем и задач паблик рилейшнз в авиационной и космической отраслях, для проведения психологических пиар-исследований в этой области.

Накопленный опыт таких исследований, разработки психологических проблем паблик рилейшнз позволил обосновать цели, задачи, предмет и объект этого нового направления психологии паблик рилейшнз.

Главная цель психологии авиакосмического пиара — создание психологического базиса, позволяющего эффективно осуществлять различные виды пиар-деятельности в этой области.

Главные объекты психологии авиакосмического пиара:

- субъекты, осуществляющие деятельность в авиационной и космической отраслях, их психологические и профессиональные особенности;

- пиар-деятельность в авиакосмической отрасли, психологические условия и факторы ее эффективности;

- целевая аудитория, с которой осуществляются пиар-взаимодействия в авиакосмической отрасли, ее психологические и социально-психологические характеристики.

Предметом психологии авиакосмического пиара являются психологические закономерности, механизмы, условия и факторы, способствующие достижению высокой эффективности пиар-деятельности в авиации и космонавтике, развитию профессионализма личности и деятельности субъектов данной отрасли [2, с. 480—481].

При формировании рассматриваемого направления психологии паблик рилейшнз неизбежно возникали вопросы относительно правомочности объединения авиационного и космического пиара в единый научно-практический комплекс «авиакосмический пиар» и разработки его проблем с психологических позиций. Эти вопросы пока считаются дискуссионными, однако позиции сторонников объединения укрепляются. Действительно,

авиационная и космическая отрасли, вообще говоря, различаются с точки зрения создаваемой техники, целей и задач осуществляемой с ее помощью деятельности, самих условий этой деятельности и многого другого. Вместе с тем они близки друг другу, а в деятельности главных субъектов — летчиков и космонавтов — много общего, причем именно психологически, что является аргументом для объединения. Отметим это общее [3].

Многие космонавты были раньше летчиками (кандидатов в первые космонавты отбирали только из летчиков), для этого были весомые основания, связанные прежде всего со сходными требованиями к психофизиологическим возможностям. В результате обе системы профессионального отбора и подготовки также стали весьма близкими. Отсюда и значительное психологическое сходство между ними. Заметим, что при отборе летчиков в первый космический отряд им предлагали «летать на новой технике», а не стать космонавтами.

Деятельность летчиков и космонавтов осуществляется в условиях полета за пределами Земли (в атмосфере и космическом пространстве). Эти условия представляют реальную опасность, в том числе для жизни и здоровья.

Как отмечает ведущий российский специалист в сфере авиационной медицины и психологии академик В. А. Пономаренко, «для опасных профессий профессионализм — категория человеческого бытия, представляющая систему личностных, мировоззренческих, деловых, профессиональных и нравственных качеств человека. Стержнем нравственного императива здесь выступает мораль подвижничества, для которой самосохранение не стоит на первом плане. Опасная профессия требует от человека:

— во-первых, постоянной социально-психологической готовности к работе в экстремальных условиях;

— во-вторых, наличия выраженных врожденных психофизиологических задатков;

— в-третьих, исключительно пластичной нервной системы, которая позволяет перманентно формировать гибкие нейробиологические связи, новые функциональные свойства, обеспечивающие такие процессы, как создание образа, интуиция, предвосхищение.

Принципиальной особенностью опасной профессии является то, что человек должен не только уметь избегать опасности, но и преодолевать ее, преобразовывая ситуацию или задачу в состояние управляемости, т. е. переводить свою жизнедеятельность в другое пространство. Летчики и космонавты как представители опасных профессий обеспечивают безопасность, прежде всего, другим, что и образует нравственную основу опасной профессии» [4, с. 128—129].

Деятельность летчиков и космонавтов осуществляется на фоне неблагоприятных внешних воздействий — перегрузок, невесомости.

У летчиков и космонавтов в процессе выполнения деятельности доминируют дезорганизующие эмоциональные состояния (стресс, утомление и др.), от умеренно выраженных до сильных. Практически отсутствует состояние оперативного покоя. После выполнения заданий требуется восстановление или реабилитация.

Профессии летчика и космонавта требуют особого призвания. Они рассматриваются как главное жизненное дело и предназначение. Летчикам и космонавтам присуща одержимость своей профессией (вспомним: «...Первым делом самолеты, ну а девушки?

А девушки — потом»). Для представителей этих профессий важен мотив духовного единения.

В профессии летчика и космонавта осуществляется полная самоактуализация и самореализация, что дает ее субъектам большое удовлетворение, в том числе и духовное. Поэтому нравственный критерий доминирует в базовой структуре личности летчиков и космонавтов.

Так, по мнению В. А. Пономаренко, «небесная система “летчик — небо — самолет” дополнительно востребовала от человека иметь нравственное качество — духовность. Духовность есть высшая (неподкупная) ответственность за данное тебе доверие по охране жизни пассажиров, самолета, граждан на земле и... своей собственной» [5, с. 32].

Общим и, на наш взгляд, одним из главных признаков профессий летчика и космонавта является романтика. Обе профессии наполнены идеями и чувствами, которые возвышают человека, которые трудно встретить в другом виде деятельности. За это космонавтов и летчиков часто называют «гражданин Неба», «человек летающий» [6].

Академик В. А. Пономаренко подчеркивает: «Авиация и космонавтика с их носителем — человеком летающим — это прорыв в неземную среду обитания, а стало быть, прорыв в область нового осознания себя, нового восприятия планеты Земля, нового ощущения себя как небожителя с новым психологическим основанием внутреннего “Я”, т. е. проникновением в свое сущее. Единокровная связь жизни авиаторов с летательным аппаратом, аэродромом, полетами есть результат смыслообразующей любви к Небу. Человек летающий очеловечивает самолеты, одухотворяет цель летания как познающую миссию своего “Я” в небесном пространстве, как чувственное

состояние свободы, формирующее этический, оценочный слой сознания ценности жизни» [5, с. 232—233].

Далее он отмечает, что «авиация — это не только техника, не только транспорт и оружие, не только экономика и оборона. Это духовное пространство, заполненное созидательной любовью к жизни в другом измерении» [7, с. 18].

Таким образом, роль авиации и космонавтики в жизни человечества невозможно переоценить. Прежде всего, они представляют собой сложную оборонно-транспортную систему, от уровня развития и надежности работы которой зависят многие составляющие безопасности государства, общества и каждого человека. Авиация стала профессиональной судьбой многих поколений летчиков, пилотов, а также других специалистов, обеспечивающих ее функционирование. Это возможность преодолевать пространство на сверхзвуковых скоростях, это единство человека и техники и в конечном счете — авторитет страны как военной державы [8, с. 295].

Как следует из вышеизложенного, значимость психологии авиакосмического пиара обуславливается и политическими соображениями. Сегодня, когда национальные ценности и идеалы России подвергаются ожесточенному остракизму в целях их разрушения, необходима углубленная психологическая работа: не только объективное освещение аэрокосмической отрасли, но и героизация выдающихся деятелей авиационной и космической отрасли — летчиков, космонавтов, конструкторов, испытателей, производителей, — формирование образов победителей. Следует отметить, что для этого есть все основания: в рассматриваемой отрасли не просто осуществляется эффективная профессиональная деятельность, а именно часто совершаются подвиги.

Необходимо создать *психологические условия* вхождения образов отечественной авиации и космонавтики в структуру патриотического сознания российского народа. Это формирование позитивного имиджа авиационно-космической отрасли и ее субъектов, престижа и популярности профессий в данной отрасли, деловой репутации отечественной авиации и космонавтики, корпоративной культуры в организациях и предприятиях авиационной и космической отраслей, психологическое сопровождение проектов авиакосмического пиара, выставок, музейной деятельности и многое другое.

Особенно интересна проблема психологии *эффективного имиджа* в системе авиации и космонавтики. Она является и наиболее разработанной, оставаясь тем не менее актуальной и перспективной. Это обусловливается требованиями времени, необходимостью использования более эффективных подходов и технологий. Притом что проблема имиджа в авиакосмическом пиаре разработана основательно, исследования отличаются некоторой односторонностью. В них не всегда учитывается, что на самом деле в системе авиации и космонавтики функционирует *пространство имиджей*, таких как имидж:

- героев авиации и космонавтики — профессионалов летного дела;
- авиационных и космических достижений;
- главных конструкторов и конструкторских школ;
- авиационной и космической техники;
- авиационных производителей;
- производителей космической техники;
- организаций аэрокосмической отрасли [9; 10].

Так, наблюдается значительное сходство имиджа летчиков и космонавтов. В частности, в общих требованиях

к эффективному имиджу в первую очередь отмечалась их героизация. Полеты в космос и полеты военной авиации действительно часто сопряжены с подвигами. Среди летчиков и космонавтов больше всего Героев Советского Союза и Героев Российской Федерации, причем получили они эти высокие звания заслуженно.

В имидже летчиков и космонавтов присутствуют черты защитников, что соответствует «чертам отца» (см., напр., [1]).

Имидж летчиков и космонавтов часто отождествляется с позитивными архетипами: орлы, соколы и т. д.

Каждый вид имиджа имеет психологические особенности, а следовательно, собственные психологические ресурсы повышения эффективности. Важно подчеркнуть, что в авиации и космонавтике отмечено как взаимодействие и взаимовлияние имиджей, так и «конкуренция имиджей» в борьбе за заказы и новые рынки сбыта, поэтому здесь существенная роль может принадлежать психологии, особенно в формировании положительного отношения и позитивной психологической установки, раскрытии содержания психологии потребителей высокотехнологичной продукции аэрокосмической отрасли.

Весьма перспективное направление связано с мифотворчеством и использованием символического в авиационном пиаре. Оно дает широкий простор для творческих изобразительных решений и текстов. Вместе с тем плоды художественной фантазии обязательно следует подвергать психологическому анализу и оценке с точки зрения их восприятия и формирования отношения.

Кроме того, представляет интерес психологический анализ произведений искусства, содействующих авиационному пиару, а также возможностей их использования в рассматриваемом



направлении пиара. В таких произведениях особенно ярко проявляются романтика и героизация авиации. Однако необходима психологическая проработка переноса творческих образов произведений искусства в практику авиационного пиара.

С психологической точки зрения весьма важна разработка аргументированных психологических требований к бренду, брендингу, слоганам и текстам в авиационном пиаре [2, с. 481—483].

Основная идея психологии авиакосмического пиара заключается в формировании и продвижении в глазах широкой общественности позитивного имиджа аэрокосмического комплекса путем создания героического образа летчиков, космонавтов, испытателей, ученых, создателей авиационной и космической техники.

Разработка методологических оснований авиакосмического пиара определяется специфичностью предмета, объекта и целей. В результате проведенных Е. Н. Богдановым, М. П. Бочаровым, В. Г. Зыкиным, С. Е. Захаровой, А. П. Мельниковым, А. П. Ситниковым, В. Л. Музыкантом, Л. Е. Уколовой, А. Н. Чумиковым, Ф. И. Шарковым и др. теоретико-методологических исследований [1; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17] была обоснована система методологических подходов и принципов. Общие и конкретные методологические принципы определяют проблемное пространство, специфику и ориентацию авиакосмического пиара, его подхода к человеку, социальную и личностную потребность в данной области знания. Они позволяют определить обозначенную нами ранее специфику ее объекта.

Как правило, психологи опираются в своих исследованиях на следующие основные подходы: комплексный, системный (системно-структурный),

субъектный (субъектно-деятельностный), психосоциальный и акмеологический [18; 19].

Акмеологический подход дает стратегию преобразования наличного уровня развития человека как целостности в высший, оптимальный и предполагает целостность и интеграцию не только исследовательских, но и развивающих моделей, алгоритмов и технологий [20, с. 33].

К основным методологическим принципам, используемым в психологических исследованиях в авиакосмическом пиаре, относятся принципы: детерминизма; развития; гуманизма; субъекта деятельности; субъекта и жизнедеятельности; потенциального и актуального (имплицитного и эксплицитного); оптимальности, или оптимизации; моделирования; обратной связи, а также операционно-технологический принцип.

В заключение описания содержания перспективных направлений психологии публичных отношений отметим то общее, что в равной степени важно для них: это проблема антикризисного пиара в данных отраслях, особой роли человеческого фактора в них, а также пиар-деятельность по обеспечению безопасности. Актуальных и значимых психологических проблем, которые могут стать основой психологии авиационного и космического пиара, накопилось немало. Они ждут своего решения, которое позволит существенно повысить эффективность деятельности публичных отношений в авиакосмической отрасли. Работа в этом направлении уже начата.

### Литература

1. Зыкин В. Г., Мельников А. П. Психология «публичных отношений». М.: Элит, 2008. 376 с.
2. Зыкин В. Г., Захарова С. Е. Психология «Публичных отношений», или Психология эффективного PR. М.: Белый ветер, 2017. 483 с.

3. Экспериментально-психологические исследования в авиации и космонавтике / Г. Т. Береговой, Н. Д. Завалова, Б. Ф. Ломов, В. А. Пономаренко; отв. ред. Б. Ф. Ломов. М.: Наука, 1978. 303 с.: ил.
4. **Пономаренко В. А.** Созидательная психология. М.; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2000. 848 с. (Психологи Отечества. Избранные психологические труды).
5. **Пономаренко В. А.** Психология человеческого фактора в опасной профессии. Красноярск: Поликом, 2006. 629 с.: ил.
6. **Пономаренко В. А.** Нерукотворный мир — духовный созидатель личности человека летящего: в 2 т. Т. 1. М.: ООО «Типография МВ», 2013. 400 с.
7. **Пономаренко В. А.** Авиация. Человек. Дух. М.: Ин-т психологии РАН: Универсум, 1998. 320 с.
8. **Лысакова Е. Н.** Историко-методологический анализ отечественной авиационной психологии: монография. М.: Изд-во СГУ, 2015. 388 с.: ил., портр.
9. **Захарова С. Е.** Вопросы формирования имиджа космонавтики в рамках дисциплины «Имиджелогия» для студентов, обучающихся по специальности «Реклама и связи с общественностью в аэрокосмической отрасли» // Роль и место иностранных языков и связей с общественностью в развитии аэрокосмической сферы Российской Федерации: сб. докладов VII Междунар. науч. конф. ФИЯ МАИ (НИУ), посвящ. 85-летию МАИ и Дню космонавтики (М., 22 апр. 2015). М.: Перо, 2015. С. 151—158.
10. **Захарова С. Е., Уколова Л. Е.** Коммуникативное продвижение международного имиджа российской космонавтики // Коммуникация в политике, бизнесе и образовании: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (М., 17—19 мая 2017): науч. электрон. изд. М.: Изд-во Московского университета, 2017. С. 241—244.
11. **Богданов Е. Н., Зызыкин В. Г.** Психологические основы «паблик рилейшнз». 2-е изд. СПб.: Питер, 2004. 204 с.
12. **Захарова С. Е.** Роль социально-психологических исследований в PR-деятельности организаций аэрокосмической отрасли // Научно-практическая конференция в рамках «Недели науки» ФИЯ МАИ-НИУ, посвященная 55-летию полета Ю. Гагарина: сб. докладов. Вып. 8. М.: Перо, 2016. С. 203—210.
13. **Ситников А. П., Огарь И. В., Бахвалова Н. С.** Политический консалтинг. М.: ГУ ВШЭ, 2004. 624 с.
14. **Музыкант В. Л.** Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. М.: Армада-пресс, 2002. 688 с.: ил.
15. **Захарова С. Е., Уколова Л. Е.** Имидж преподавателя высшего учебного заведения (на примере сферы рекламы и связей с общественностью). М.: Лица, 2016. 59 с.: диагр.
16. **Чумиков А. Н., Бочаров М. П.** Связи с общественностью: теория и практика. М.: Дело, 2014. 534 с.
17. **Шарков Ф. И.** Паблик рилейшнз (связи с общественностью). М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2007. 303 с. (Gaudeamus).
18. **Деркач А. А., Зызыкин В. Г.** Профессионализм деятельности в особых и экстремальных условиях (психолого-акмеологические основы). М.: Изд-во РАГС, 2003. 152 с.: ил.
19. **Деркач А. А., Зызыкин В. Г.** Методы акмеологических исследований. М.: Изд-во РАГС, 2010. 164 с.
20. **Селезнева Е. В.** Общая акмеология. М.: Изд-во РАГС, 2009. 204 с.

Поступила 22.11.2017

**Зызыкин Владимир Георгиевич** — доктор психологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, ведущий научный сотрудник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина (Россия, 390000, г. Рязань, ул. Свободы, д. 56), [zazykin@rambler.ru](mailto:zazykin@rambler.ru)

**Захарова Саргълана Егоровна** — кандидат психологических наук, доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» факультета иностранных языков Московского авиационного института (национальный исследовательский университет) — МАИ (Россия, 125993, Москва, Волоколамское ш., 4), [s.e.zakharova@mail.ru](mailto:s.e.zakharova@mail.ru)

## References

1. Zazykin V. G., Mel'nikov A. P. Psikhologiya "pablik rileyshnz" (Public Relations' Psychology), М., Elit, 2008, 376 p.
2. Zazykin V. G., Zakharova S. E. Psikhologiya "Pablik rileyshnz", ili Psikhologiya effektivnogo PR (Public Relations' Psychology, or Effective PR Psychology), М., Belyi veter, 2017, 483 p.
3. Eksperimental'no-psikhologicheskie issledovaniya v aviatsii i kosmonavtike (Experimental Psychological Research in Aviation and Space Exploration), by G. T. Beregovoi, N. D. Zavalova, V. F. Lomov, V. A. Ponomarenko, отв. red. V. F. Lomov, М., Nauka, 1978, 303 p., il.

4. Ponomarenko V. A. Sozidatel'naya psikhologiya (Creational Psychology), M., Voronezh, NPO "MODEK", 2000, 848 p., Psikhologi Otechestva. Izbrannyye psikhologicheskie trudy.
5. Ponomarenko V. A. Psikhologiya chelovecheskogo faktora v opasnoi professii (Psychology of Human Factor in Hazardous Occupation), Krasnoyarsk, Polikom, 2006, 629 p., il.
6. Ponomarenko V. A. Nerukotvornyi mir — dukhovnyi sozidatel' lichnosti cheloveka letayushchego, v 2 t., T. 1 (Miraculous World as Spiritual Creator of Flying Human's Personality, in 2 Vols, Vol. 1), M., OOO "Tipografiya MV", 2013, 400 p.
7. Ponomarenko V. A. Aviatsiya. Chelovek. Dukh (Aviation. Human Being. Spirit), M., In-t psikhologii RAN, Universum, 1998, 320 p.
8. Lysakova E. N. Istoriko-metodologicheskii analiz otechestvennoi aviatsionnoi psikhologii (Historical and Methodological Analysis of Russian Aviation Psychology), monografiya, M., Izd-vo SGU, 2015, 388 p., il., portr.
9. Zakharova S. E. Voprosy formirovaniya imidzha kosmonavtiki v ramkakh distsipliny "Imidzhologiya" dlya studentov, obuchayushchikhsya po spetsial'nosti "Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu v aerokosmicheskoi otrasli" (Questions of Space Exploration Image Formation within "Imageology" Course for Students Majoring in "AD & PR in Aerospace Sector"), *Rol' i mesto inostrannykh yazykov i svyazi s obshchestvennost'yu v razvitii aerokosmicheskoi sfery Rossiiskoi Federatsii, sb. dokladov VII Mezhdunar. nauch. konf. FIYa MAI (NIU), posvyashch. 85-letiyu MAI i Dnyu kosmonavtiki (M., 22 apr. 2015)*, M., Pero, 2015, pp. 151—158.
10. Zakharova S. E., Ukolova L. E. "Kommunikativnoe prodvizhenie mezhdunarodnogo imidzha rossiiskoi kosmonavtiki" (Communicative Provision of Russian Cosmonautics' International Image). *Kommunikatsiya v politike, biznese i obrazovanii, matly Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (M., 17—19 maya 2017), nauch. elektron. izd.*, M., Izd-vo Moskovskogo universiteta, 2017, pp. 241—244.
11. Bogdanov E. N., Zazykin V. G. Psikhologicheskie osnovy "pablik rileyshnz" (Psychological Underpinnings of "Public Relations"), 2-e izd., SPb., Piter, 2004, 204 p.
12. Zakharova S. E. Rol' sotsial'no-psikhologicheskikh issledovaniy v PR-deyatelnosti organizatsii aerokosmicheskoi otrasli (Role of Socio-Psychological Research in PR Activity of Aerospace Sector Organizations), *Nauchno-prakticheskaya konferentsiya v ramkakh "Nedeli nauki" FIYa MAI-NIU, posvyashchennaya 55-letiyu poleta Yu. Gagarina, sb. dokladov*, Vyp. 8, M., Pero, 2016, pp. 203—210.
13. Sitnikov A. P., Ogar' I. V., Bakhvalova N. S. Politicheskii konsalting (Political Consulting), M., GU VShE, 2004, 624 p.
14. Muzykant V. L. Reklama i PR-tehnologii v biznese, kommertsii, politike (Advertising and PR Technologies in Business, Commerce, and Politics), M., Armada-press, 2002, 688 p., il.
15. Zakharova S. E., Ukolova L. E. Imidzh prepodavatelya vysshego uchebnogo zavedeniya (na primere sfery reklamy i svyazi s obshchestvennost'yu) (Image of a University Professor (as Illustrated by AD&PR Field)), M., Lika, 2016, 59 p., diagr.
16. Chumikov A. N., Bocharov M. P. Svyazi s obshchestvennost'yu: teoriya i praktika (Public Relations: Theory and Practice), M., Delo, 2014, 534 p.
17. Sharkov F. I. Pablik rileyshnz (svyazi s obshchestvennost'yu) (Public Relations (Community Affairs)), M., Akademicheskii proekt, Ekaterinburg, Delovaya kniga, 2007, 303 p., Gaudeamus.
18. Derkach A. A., Zazykin V. G. Professionalizm deyatelnosti v osobykh i ekstremal'nykh usloviyakh (psikhologo-akmeologicheskie osnovy) (The Professionalism of the Activity in Special and Extreme Conditions (Psycho-Acmeological Basics)), M., Izd-vo RAGS, 2003, 152 p., il.
19. Derkach A. A., Zazykin V. G. Metody akmeologicheskikh issledovaniy (Methods of Acmeological Research), M., Izd-vo RAGS, 2010, 164 p.
20. Selezneva E. V. Obshchaya akmeologiya (General Acmeology), M., Izd-vo RAGS, 2009, 204 p.

Submitted 22.11.2017

**Zazykin Vladimir G.**, Doctor of Psychological Sciences, Professor, honored scientist of the Russian Federation, leading researcher at Ryazan state University named for S. Yesenin (46, Svoboda street, Ryazan, 390000, Russia), [zazykin@rambler.ru](mailto:zazykin@rambler.ru)

**Zakharova Sargylana E.**, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the "Advertising and Public Relations in High-Tech Industries" Department of the Foreign Languages Faculty, Moscow Aviation Institute (National Research University) — MAI (4, Volokolamskoe shosse, Moscow, 125993, Russia), [s.e.zakharova@mail.ru](mailto:s.e.zakharova@mail.ru)