

Олексій КОСТЮЧЕНКО

**ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ
СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ
МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**Навчальний посібник
для студентів спеціальності «Журналістика»
2-ге видання, доповнене і перероблене**

Острог
Видавництво Національного університету
«Острозька академія»
2023

УДК 070:316.77(075.8)

ББК 76

К 72

*Рекомендовано до друку вченою радою
Національного університету «Острозька академія»
(протокол № 14 від 24 травня 2023 року)*

Рецензенти:

Мітчук О.А., доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка;

Годунок З. В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та PR менеджменту Національного університету «Острозька академія».

Костюченко Олексій.

К 72

Психологічні основи соціальної перцепції майбутніх фахівців масових комунікацій : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2023. 176 с.

DOI 10.25264/24.05.2023/2

Посібник присвячений проблемі розвитку соціальної перцепції як професійно важливої характеристики майбутніх фахівців масових комунікацій. Систематизовано та узагальнено сукупність поглядів на поняття соціальної перцепції. З урахуванням психологічної структури професійної діяльності фахівців масових комунікацій запропоновано авторську концептуальну модель соціальної перцепції вищезгаданих спеціалістів та встановлено її основні структурні компоненти.

За результатами емпіричного дослідження проаналізовано особливості прояву соціальної перцепції фахівців масових комунікацій відповідно до стажу роботи, віку, статі, акме-періоду та аксіологічної сфери особистості. Встановлено значущі кореляційні зв'язки між показниками самосприйняття, міжособистісного та групового сприйняття спеціалістів масових комунікацій зі змістово-стильовими особливостями соціальної перцепції.

На основі порівняння соціальної перцепції майбутніх спеціалістів-медійників та фахівців акме-періоду визначено психологічні особливості розвитку соціальної перцепції майбутніх фахівців галузі масових комунікацій, які полягають у створенні сприятливих психолого-педагогічних умов.

Аналіз результатів створення психолого-педагогічних умов розвитку соціальної перцепції засвідчив їх ефективність та можливість широкого використання у вищих навчальних закладах, які готують фахівців галузі масових комунікацій.

Видання розраховане на студентів, науковців, аспірантів, викладачів та всіх, хто цікавиться проблемами особистісного і професійного становлення фахівців масових комунікацій.

УДК 070:316.77(075.8)

ББК 76

© Костюченко О. М., 2023

© Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	5
--------------------	---

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ В КОНТЕКСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

1.1 Поняття соціальної перцепції: суть, структура та зміст	8
1.2 Психологічні особливості професійної діяльності фахівців масових комунікацій	27
1.3 Концептуальна модель соціальної перцепції фахівців масових комунікацій	40

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ У ФАХІВЦІВ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

2.1 Організація емпіричного дослідження соціальної перцепції фахівців масових комунікацій	50
2.2 Особливості прояву соціальної перцепції фахівців масових комунікацій відповідно до стажу роботи, віку і статі	59
2.3 Психологічний зміст соціальної перцепції фахівців масових комунікацій акме-періоду	95
2.4 Взаємозв'язок соціальної перцепції з аксіологічною сферою спеціалістів масових комунікацій	102

РОЗДІЛ 3
ДИНАМІКА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ
У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

3.1 Експериментальне забезпечення розвитку соціальної перцепції у майбутніх фахівців	111
3.2 Психолого-педагогічні особливості розвитку соціальної перцепції майбутніх спеціалістів масових комунікацій	121
3.3 Створення психолого-педагогічних умов розвитку соціальної перцепції у процесі професійної підготовки фахівців масових комунікацій	137
ВИСНОВКИ	145
ДОДАТКИ	148
ТЛУМАЧНИК	164
ЛІТЕРАТУРА	166

ВСТУП

В умовах умов розвитку інформаційних технологій та інформаційного насичення різних сфер суспільного життя важливого значення набуває якісна професійна підготовка фахівців галузі масових комунікацій, які забезпечують ефективний інформаційний обмін між різними гілками суспільства. Враховуючи відносно молодий характер спеціалізації – масових комунікацій, особливої актуальності набувають теоретичні розробки щодо психологічних особливостей їх фахової діяльності, психолого-педагогічних умов розвитку їх професійних та особистісних якостей.

Необхідно врахувати, що численні дослідження (В. Агеєв, Г. Андреєва, М. Бітянова, О. Бодальов, Дж. Брунер, Л. Виготський, Л. Засєкіна, Дж. Келлі, О. Леонтєв, С. Максименко, О. Матеюк, У. Найссер, І. Пасічник, Ж. Піаже, С. Рубінштейн, Г. Тажіурі, В. Третьяченко, Т. Щербан та ін.) свідчать про тісний взаємозв'язок ефективності діяльності фахівця у системі професій «людина-людина» із його здатністю адекватно оцінювати та інтерпретувати дії і поведінку соціальних об'єктів, тобто з рівнем розвитку соціальної перцепції.

Варто зауважити, що роль соціальної перцепції в життєдіяльності людини знайшла відображення в багатьох працях вітчизняних і зарубіжних науковців (Т. Вашека, І. Гічан, Р. Каламаж, І. Кон, В. Крисько, В. Москаленко, Л. Орбан-Лембрик, В. Семиченко та ін.). Водночас поза увагою дослідників практично залишилось вивчення особливостей розвитку соціальної перцепції фахівців масових комунікацій, хоча остання відіграє особливо важливу роль в ефективності їх професійної діяльності. Адже всю інформацію вищезгадані спеціалісти отримують у процесі взаємодії із соціальними об'єктами: іншими людьми, групами, колективами, спільнотами тощо. Об'єктивність збору, обробки, інтерпретації інформації та створення інформаційних матеріалів, безперечно, пов'язана з рівнем розвитку соціальної перцепції фахівців масових комунікацій.

Мета навчального посібника – висвітлити психологічні особливості розвитку соціальної перцепції в майбутніх фахівців масових комунікацій.

Відповідно до сформульованої мети визначено такі *завдання*:

– На основі теоретичного аналізу поняття соціальної перцепції у вітчизняній та зарубіжній психологічній літературі обґрунтувати психологічний зміст соціальної перцепції фахівців галузі масових комунікацій.

– Встановити психологічну структуру професійної діяльності фахівців галузі масових комунікацій.

– Розробити концептуальну модель соціальної перцепції як професійно важливої процесуальної характеристики фахівців галузі масових комунікацій.

– На підставі емпіричного вивчення соціальної перцепції фахівців масових комунікацій та майбутніх спеціалістів цієї галузі встановити психологічні особливості ефективного розвитку соціальної перцепції майбутніх фахівців галузі масових комунікацій.

Науковою новизною праці є виокремлення психологічної структури професійної діяльності фахівців масових комунікацій; визначення соціальної перцепції як професійно важливої процесуальної характеристики цих фахівців; розробка концептуальної моделі соціальної перцепції спеціалістів масових комунікацій; визначення прояву соціальної перцепції фахівців масових комунікацій залежно від стажу роботи, віку і статі; визначення психологічного змісту соціальної перцепції фахівців масових комунікацій акме-періоду та з'ясування її взаємозв'язку з аксіологічною сферою особистості; визначення психологічних особливостей розвитку соціальної перцепції майбутніх фахівців під час професійної підготовки. Також у дослідженні подальшого розвитку набули узагальнення щодо змістового наповнення соціальної перцепції, зокрема – у майбутніх фахівців масових комунікацій, а також – установа способів її розвитку у студентів.

Результати цього видання можуть бути використані викладачами ВНЗ у психолого-педагогічному забезпеченні професійної підготовки фахівців масових комунікацій (журналістів, фахівців зі зв'язків із громадськістю, рекламистів та ін.) під час навчальних курсів – «Психологія журналістської творчості», «Психологія

аудіовізуальної творчості», «Психологія масових комунікацій», «Соціальна психологія»; психологами в діагностичних та психорозвивальних програмах соціальної перцепції спеціалістів-медійників тощо.

За сприяння у виданні цього посібника висловлюю слова щирої вдячності ректору Національного університету «Острозька академія», професору, Героєві України Ігорю Демидовичу Пасічнику та проректору з навчально-виховної роботи, професору Руслані Володимирівні Каламаж.

Автор

Навчальне видання

Олексій Миколайович **КОСТЮЧЕНКО**

**ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ
СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ
МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Навчальний посібник

Комп'ютерна верстка *Н. О. Крушинської*
Художнє оформлення обкладинки *К. О. Олексійчук*

Формат 60x84/16. Ум. друк.арк. 20,46. Наклад 100 прим. Зам. № 29–23.
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура «Arsenal».

Оригінал-макет виготовлено у видавництві
Національного університету «Острозька академія»,
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 1 від 8 серпня 2000 року.

Виготовлено ФОП Свиначук М. В.
Тел. (+38068) 68 35 800, e-mail: 35800@ukr.net.