

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	28
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	51
2.2 Особливості прояву соціальної перцепції фахівців масових комунікацій відповідно до стажу роботи, віку і статі	60
2.3 Психологічний зміст соціальної перцепції фахівців масових комунікацій акме-періоду	97
2.4 Взаємозв'язок соціальної перцепції з аксіологічною сферою спеціалістів масових комунікацій	103

РОЗДІЛ 3

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕРЦЕПЦІЇ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

3.1 Експериментальне забезпечення розвитку соціальної перцепції у майбутніх фахівців	112
3.2 Психолого-педагогічні особливості розвитку соціальної перцепції майбутніх спеціалістів масових комунікацій	122
3.3 Створення психолого-педагогічних умов розвитку соціальної перцепції у процесі професійної підготовки фахівців масових комунікацій	138

ВИСНОВКИ	147
-----------------------	-----

ДОДАТКИ	150
----------------------	-----

ТЛУМАЧНИК	166
------------------------	-----

ЛІТЕРАТУРА	168
-------------------------	-----