Екатерина Владимировна Выровцева

Санкт-Петербургский государственный университет

e.vyrovtseva@spbu.ru

**Концепт «знание» в профессионально-идеологическом журналистском дискурсе**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ, проект № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации».

Рассматриваются функционирование в журналистском дискурсе концепта «знание», его роль в формировании картины мира. Ставится проблема соотношения понятий «информация» и «знания» в профессионально-идеологической медиакоммуникации, характеризуются стратегии включения этих понятий в аргументирующий тип коммуникации.

Ключевые слова: концепт «знание», профессиональная идеология, информация.

Журналистика, потеряв «монополию на новость» (Е.Л. Вартанова), осталась авторитетным источником информации, реализующей такие важнейшие функции, как социально-коммуникативная, идеологическая, культуроформирующая, просветительская. В новом цифровом медиапространстве, основанном на гипертекстуальности, интерактивности, мультимедийности, обмен информацией предполагает активную включенность адресата в разворачивающийся во времени и пространстве диалог. Это, с одной стороны, обеспечивает возможность моментального обмена мнениями по любым вопросам и проблемам, а с другой стороны, повышает статус журналиста, который несет ответственность за формирование как повестки дня, так и языковой картины мира, всегда отражающей концептуально-ценностные преставления носителя языка.

 Глобализация информации и медиатизации актуализировала научный интерес к когниции – способу освоения знаний, и сегодня наиболее очевидной и в то же время весьма сложной оказывается проблема понимания таких концептов, как **знание** и **информация**. В контексте проблемы особого внимания заслуживают следующие аспекты: всякая ли информация становится знанием; какова роль (включая и степень ответственности) журналистики в формировании нового (в том числе и научного) знания; какое место в профессиональной идеологии занимает знание.

Концепт как «оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира» [4: 92], безусловно, предполагает процесс освоения и осознания. С этой точки зрения трудно переоценить роль журналистики и массмедиа в закреплении того или иного концепта, предполагающего определение его места в системе ценностных представлений как отдельной личности, так и общества в целом. Не случайно лексемы «знание» и «убеждение» зачастую воспринимаются как синонимы. Философы, социологи, исследователи медиа, лингвисты по-разному трактуют само понятие «знание», а происходящие события и развитие журналистики, когда «профессиональные идеологии проступают сквозь редакционную практику, которая была и остается журналистикой, меняющей свои обличья в широком диапазоне моделей [3], обусловливают важность разговора о такой ценности, как знание. В одном из интервью опытный журналист и редактор Дмитрий Муратов высказал, казалось бы, парадоксальную мысль о том, что сейчас никому не нужны факты – у всех есть убеждения. Это один из аргументов в пользу того, что профессиональная идеология журналистики трансформируется, отвечая на запрос времени и аудитории.

# Анализ результатов поиска в Национальном корпусе русского языка (<https://processing.ruscorpora.ru/search.xml?env>) демонстрирует, насколько важным в разговоре о профессии журналиста оказывается концепт «знание»: *важно потому, что знание помогает принимать правильные решения; Но если мы на самом деле не разъясняем свою позицию и людям не ясно, значит, надо просто лучше доносить это знание; К сожалению, ответ именно в том, что настоящее знание обладает тем свойством, что оно серьезно и истинно*. Журналистский дискурс как аргументирующий тип коммуникации предполагает такие речевые стратегии, как полемика, дискуссия, сомнение, возражение, которые рассчитаны на «вовлечение и вовлеченность» [2: 36] адресата. Речевые действия участников коммуникации превращают информацию в освоенное, о-сознанное знание об окружающем мире и о ценностях.

Журналистика как вид профессиональной творческой деятельности обеспечивает концептуальную интеграцию, создавая условия для со-творчества – «вовлечения участников коммуникации в когнитивно-познавательную, рационально-аксиологическую деятельность» [1: 171]. Не менее значимым оказывается диалектическое единство профессиональной идеологии, которая «содержит в себе столько же адекватного отражения реальности, сколько (если не больше) и субъективного, ситуационного, навеянного обстоятельствами ее формирования» [3]. Другим условием неограниченности познания, постоянного и непрерывного развития языковой картины мира является принципиальная открытость концептуальных систем.

# Литература

1. Выровцева Е.В. Концепт «новое знание» в научно-популярном медиадискурсе: постановка проблемы // Когнитивные исследования языка / гл. ред. Н.Н. Болдырев. Вып. № 3(50): Когниция, культура, коммуникация в современных гуманитарных науках. Новосибирск, 2022. С. 169–172.
2. Дускаева Л.Р.Стилистический анализ в медиалингвистике: монография. М., 2019.
3. Корконосенко С.Г. Похвальное слово профессиональной идеологии журналистики // Век информации. 2017. № 1. URL: [jf.spbu.ru/upload/files/file\_1491384682\_8813.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1491384682_8813.pdf)
4. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г.Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.