Ирина Викторовна Ерофеева

Забайкальский государственный университет, г. Чита

irina-jour@yandex.ru

**Профессиональная идеология журналиста в ракурсе национальной идентификации**

Представлены результаты опроса журналистов, проведённого в октябре 2022 года и ориентированного на выявление смысловых компонентов профессиональной идеологии, обусловленных национальной картиной мира России. Сформулированы доминирующие в ответах цели, мотивы и средства журналистской работы

Ключевые слова: профессиональная идеология, личность журналиста, национальная идентификация, языковая личность, национальная картина мира.

Профессиональная идеология журналиста как некая система утверждений относительно общественного положения и статуса журналисткой деятельности, как совокупность цели и средств её осуществления зиждется на языковой картине мира журналиста. Согласно данным современной когнитивной лингвистики, человек видит и отображает в тексте мир таким, каким он предстаёт перед ним через призму его национальной языковой системы [1]. В данной понятийной схеме вербализуются представления-оценки о собственном «Я» и окружающем мире, характерные для типа той или иной культуры. Чувство национальной идентичности позволяет оценить собственную принадлежность и пробуждает самость индивида за счёт тесной связи с другими в конкретном пространстве и времени, она предполагает целевой ориентир на общественное благо [3].

В октябре 2022 года в рамках проекта «Профессиональная идеология журналистики» был проведён опрос журналистов Забайкальского края, а также отдельных представителей СМИ Иркутска, Челябинска, Хабаровска, Новосибирска, Кургана, Самары, Ярославля, Ижевска, Калининграда, Москвы. В бланк анкеты вошли вопросы не только по выявлению образа мыслей, мировоззренческих убеждений и аксиологических приоритетов в профессии, но и вопросы-задания, выявляющие ключевые концепты, репрезентирующие традиционные модели мировидения.

Предметом исследования в опросе выступила концептуальная картина мира российского журналиста, аккумулирующая идеалы, цели и средства их профессиональной деятельности. Объектом пристального внимания стали лежащие в основе мировосприятия журналиста когнитивные маркеры культурной памяти. На данном этапе в опросе приняли участие 89 журналистов разных каналов коммуникации. Подавляющая часть респондентов – деятельные, энергичные и неравнодушные работники СМИ, осознающие ответственность за результаты своей профессиональной работы. Лишь 2,3% предпочитают об этом не задумываться.

Ответы на вопрос «На ваш взгляд, россиянин ленивый или трудолюбивый?» ярко отражают дихотомические особенности восприятия концепта Труд носителем российского менталитета [2: 4]. С одной стороны, лень стереотипно интерпретируется как национальная черта России (22,1% опрошенных), с другой стороны, 45% респондентов согласны с тем, что работа в России – порыв души, этическая, а не материальная категория, главное – знать, ради чего трудиться. Тем не менее, современный журналист справедливо считает, что «всё зависит от размера оплаты труда» (36,2%)

Доминирующая парадигма успешной журналистики, согласно результатам опроса, включает в себя «профессиональную работу, ориентированную на активную, деятельную, насыщенную событиями жизнь» (65,1%), а также «гармоничную и доставляющую удовольствие профессиональную деятельность, которая раскрывает духовный и физический потенциал журналиста» (45,3%). Материальные предпочтения и заработок, как залог успеха, отметили всего 5,8% авторов. При этом у респондентов была возможность выбрать два варианта ответа. Мы наблюдаем традиционный для российской модели мира «приоритет духовного над материальным» [2].

Более половины журналистов среди ключевых мотивов успешной работы называют «желание рассказать своей аудитории о том, что происходит в мире; поделиться своим отношением к фактам» (66,3%), «возможность познания мира и самопознания» (57%), «увлечение самим процессом создания медиаматериалов» (52,3%). Традиционный когнитивный конфликт в национальной картине мира между конструктами Слава и Успех проявился в ответах 30,2% опрошенных, которые выбрали в качестве основного мотива профессиональной работы «желание быть услышанным и признанным» (30,2%).

Результаты ассоциативного эксперимента, включённого в опрос и ориентированного на выявление доминирующих ассоциативных значений слов, воплощающих концепт Журналистская работа, также демонстрируют духовный инвентарь отечественной культуры. В перечень ключевых и преобладающих фреймов вошли Ответственность, Правда (и её инвариант Честность), Самореализация (и её инвариант Развитие), Ценности, Помощь.

Литература

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.

2. Тонких В. А., Ярецкий Ю. Л. Российская цивилизация: общество и личность. Воронеж: Истоки, 1999.

3. Birkner T., Donk A. Collective memory and social media: Fostering a new historical consciousness in the digital age? // Memory Studies. 2020. 13(4). P. 367-383.