
PSYCHOLOGY

Професійні ідеали як складова Я-концепції журналіста

А. В. Бахвалова

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: alina335@ukr.net

Paper received 26.01.21; Accepted for publication 12.02.21.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PP2021-246IX97-11>

Анотація. У статті розглянута проблема професійної етики журналістів, її зовнішня (вимоги та норми) та внутрішня (професійні ідеали) сторони. Зокрема, професійні ідеали як складова Я-концепції являють собою інтеріоризовані етичні стандарти. Дослідження професійної Я-концепції журналістів показало, що у 60% досліджуваних кореляція між Я-ідеальним та Я-реальним образами є високою або середньою, тобто наявний резерв для подальшого професійного самовдосконалення. Професійні ідеали журналістів представлені такими якостями як: працьовитість, вдумливість, принциповість, професіоналізм і т.д.

Ключові слова: професійні ідеали, журналісти, професійна діяльність, професійна самооцінка, професійні якості.

Вступ. Мораль та етика є важливими основами будь-якої професійної діяльності. Недарма для професій типу «людина-людина» одним із ключових документів є етичний кодекс, який включає норми обов'язкові для виконання усіма представниками зазначеної професії. Проте у професійній етиці можна виділити як мінімум дві сторони. По-перше, це ті вимоги, які суспільство висуває перед тими, хто бажає займатися певною діяльністю професійно, тобто, зовнішня сторона професійної моралі. По-друге, внутрішня сторона – це професійні ідеали або ті орієнтири, які професіонал ставить перед собою сам. Якщо зовнішня сторона професійної етики журналістів часто стає предметом журналістських, педагогічних та соціологічних досліджень, то внутрішня – досліджена недостатньо.

Вивчення феномену професійних ідеалів журналістів можна здійснити в рамках психологічної науки, адже ідеали – це частина особистості, а точніше Я-концепції. Професійна Я-концепція – це сукупність усіх Я-образів професіонала, тобто узагальнене уявлення особистості про саму себе як суб'єкта діяльності. Таких образів може бути дуже багато, а їх зміст може визначатися часовими рамками (Я-минуле/ Я-теперішнє/ Я-майбутнє), різними сферами (Я-духовне/ Я-матеріальне) тощо. Саме співставлення таких образів і формує самооцінку, яка, відповідно до змісту Я-образів, може бути ретроспективною, актуальною, потенційною або ідеальною [6]. Зокрема, у професійній Я-концепції ключову роль відіграють два образи: Я-реальне, яке є відображенням актуального рівня розвитку професіонала, а також Я-ідеальне, яке являє собою образ еталонного професіонала. Саме порівняння Я-реального та Я-ідеального професійних образів дозволяє встановити ступінь прийняття особистістю себе як професіонала, а також є «підґрунтям для набуття відчуття професійної ідентичності та основою для її наступного розвитку» [7, с.12]. У Я-ідеальному і знаходять своє відображення професійні ідеали, виступаючи підґрунтям для створення даного образу.

Можна дати різні визначення «професійному ідеалу» як поняттю. Це і узагальнений образ еталонного професіонала, і приклади реально існуючих людей, і перелік необхідних професійно-важливих та моральних якостей, вимог і стандартів того, яким має бути справжній

професіонал. Професійний ідеал, по суті, це інтеріоризовані етичні вимоги, поєднання та ієрархічна структура яких має свої особливості у кожній окремої особистості. Різниця між професійним ідеалом та образом Я-ідеального полягає у тому, що перше поняття значно ширше, тоді як друге, все ж таки обмежено потенційними можливостями самовдосконалення самої особистості. Для того, щоб пояснити природу цих резервів для професійного зростання маємо розглянути поняття професійної самооцінки та місце професійних ідеалів у ній.

Короткий огляд публікацій по темі. Проблематика професійних ідеалів тісно пов'язана із феноменом професійної самооцінки. Остання може бути представлена через чотири складові: професійно-діяльнісний аспект, особистісний аспект, самооцінку потенціалу та самооцінку результату [8]. Професійна самооцінка – центральний елемент професійної Я-концепції – утворена саме завдяки порівнянню Я-реального та Я-ідеального образів. Один із її елементів, самооцінка потенціалу, відображає різницю між актуальним та ідеальним Я-образами, демонструючи резерв потенційних можливостей для подальшого професійного росту. Тобто, ідеальний Я-образ хоч і базується на професійних ідеалах, але має бути потенційно досяжним. Іншими словами, обидва образи мають відображати «Я» особистості: таке, яке є зараз і таке, яким сам професіонал хотів би бути у майбутньому. До речі, порівняння себе із самим собою відповідає особистісному рівню самосвідомості за Століним В.В., а порівняння себе з іншими (або орієнтація на оцінки інших) – індивідному [9]. Тобто, концентрація не на зовнішніх оцінках та успіхах інших людей, а на власних стандартах та ціннісних орієнтирах відповідає більш високому рівню розвитку самосвідомості.

У ході проведення експертного оцінювання образу тележурналістів Шаріковим О.В. та його колегами було встановлено, що експерти при оцінюванні орієнтуються на власну Я-концепцію, подумки «приписуючи своєму Я-ідеальному бажані професійні риси» [11]. Тобто, пересічна людина оцінюючи тележурналістів орієнтується на певний імпліцитний образ/шкалу, тоді як для експерта точкою відліку для порівняння є не абстрактне уявлення, а власний Я-образ, який він знає у найменших деталях. Даний висновок був отриманий завдяки використанню факторного аналізу під час статистичної обробки

результатів Шаріковим О.В. та співавторами дослідження. Експерти є тими, хто дуже добре орієнтується в обраній тематиці (зокрема, у даному випадку це були викладачі університету, співробітники регіональних телекомпаній та служб, що забезпечують зв'язки із громадськістю), тому використання ними власної Я-концепції у якості підґрунтя для оцінювання не було егоцентричним, а, навпаки, підвищило адекватність оцінки. Отже, професійна Я-концепція дозволяє створити систему координат для оцінки результатів як власної, так і чужої діяльності.

Натомість, у дослідженні Андрєєвої Ю.В. експертам – журналістам та керівникам прес-служб/районних адміністрацій Республіки Татарстан – пропонувалося оцінити розрив між реальними та ідеальними якостями й компетенціями випускників-журналістів, тобто, по суті встановити відповідність молодих фахівців професійному ідеалу [1]. У результаті серед особистісних якостей найбільший розрив мали: благородство, пунктуальність, адекватне сприйняття критики та самоаналіз; серед компетенцій найбільш далеко від ідеалу опинилися: здатність достовірно та об'єктивно викладати інформацію, критичність мислення, креативність. Автор дослідження робить висновок, що для підвищення конкурентоздатності майбутніх журналістів необхідно розвивати у них професійну етичну культуру, що ще раз підкреслює важливість розробки даної проблематики.

Образ Я-ідеального, безумовно, спирається на норми та стандарти, які зазначені у етичних кодексах, але що саме стане більш пріоритетним, якою буде ієрархія між обраними принципами – вже залежить від цінностей та поглядів самого професіонала [8]. Наприклад, у дослідженні П. Плезанса та Е. Сьюкс були виявлені зв'язки між обраною роллю журналіста та його провідними цінностями [13]. Наприклад, для «поширювачів» (disseminators) ключовими були справедливість та відповідальність, «інтерпретатори» (interpretives) відрізняються широким світоглядом та сміливістю, тоді як «войовничі» (adversarials) проявляють якості обох попередніх типів, а також багату уяву. Тобто, професійні ідеали не в останню чергу залежать і від індивідуально-психологічних властивостей самого професіонала.

Марк Дюз, згадуючи про професійну ідеологію та самовизначення журналістів, описує п'ять «ідеально-типових» цінностей для журналіста будь-якої спеціалізації: служіння на користь суспільству, об'єктивність, автономність, оперативність та моральність [12]. Професійна етика журналіста, як і професійні ідеали, є актуальним предметом для дослідження, оскільки сьогодні «зростає роль журналістики як соціального інституту й ретранслятора людських цінностей», тому «глибоке та всебічне вивчення журналістської етики є необхідною умовою формування професійної моральної свідомості та культури майбутнього журналіста» [2, с.242]. Очевидно, що Етичний кодекс журналістів є частиною макроетики [4], тому він не суперечить гуманістичній моралі, а навпаки, поглиблює її. Ми не дарма зазначили, що професійна етика має дві сторони, бо, як стверджує Кузнецова О., «журналістська мораль, побудована на громадянських гуманістичних етичних цінностях, нормах і правилах, є засобом втілення професійної етики журналіста як теорії в життя» [5, с.124]. Саме професійні іде-

али є перехідною ланкою між етичними нормами й вимогами з однієї сторони та безпосередньою діяльністю професіонала – з іншої.

До того ж, окрім етики як такої важливим чинником професійної моралі журналістів є рівень демократизації суспільства: «...що вищий рівень демократії, то більшої незалежності має журналістика, а це дозволяє їй бути більш моральною. Звідси й висновок про те, що рівень професійної етики журналіста безпосередньо залежить від рівня демократії в країні» [10, с.187]. Отже, проблема професійної етики журналіста є частиною досить широкого контексту, який на пряму залежить від політичних процесів у суспільстві. Тим не менш, вивчаючи проблему у рамках психологічної науки маємо сконцентруватися на тих процесах, які відбуваються безпосередньо у психіці суб'єктів діяльності, тобто, їх власних інтеріоризованих професійних ідеалах.

Завдяки короткому огляду останніх наукових публікацій з обраної проблематики ми можемо прийти до висновку, що тема професійної етики журналістів розглядалася неодноразово, проте, переважно, із її зовнішньої сторони, тобто, тих вимог, які висувуються до професіонала. Також були проведені експертні оцінки щодо того, наскільки молоді фахівці відповідають ідеальним образам журналістів. Попри це, не була досліджена внутрішня сторона професійної етики – професійні ідеали, які входять до структури Я-концепції та визначають подальший вектор професійного розвитку журналіста.

Мета. Дослідити професійні ідеали у структурі професійної Я-концепції журналістів. Мета передбачає виконання наступних задач: 1) виокремлення професійно-важливих для журналіста якостей та прикладів для наслідування; 2) встановлення зв'язку між Я-реальним та Я-ідеальним у структурі професійної Я-концепції журналістів; 3) виявлення рівня самооцінки досліджуваних журналістів.

Матеріали та методи. Психодіагностичним інструментом виступила методика дослідження Я-концепції Будассі С.А., інструкція якої була змінена відповідно до задач дослідження [3; 7]. Якщо в оригінальній інструкції треба обрати 20 рис (із 48 запропонованих), притаманних еталонній, на погляд досліджуваного, особистості, то у нашому дослідженні мова йшла про риси, що характерні ідеальному журналісту. Після цього, у відповідності до оригінальної інструкції, пропонувалося проранжувати ці 20 рис від найбільш до найменш важливої. На третьому етапі дослідження ті самі 20 рис ранжувалися відповідно до того як сильно вони проявляються у самих досліджуваних. Тобто, спочатку досліджувані формують власний перелік пріоритетних професійних характеристик, на основі яких вони створюють два образи – «Я-реальне» та «Я-ідеальне», які надалі порівнюються, а результат виражається у математичному еквіваленті. Дана методика дозволяє нам отримати ряд показників: 1) частоту вибору представлених якостей досліджуваними; 2) кореляцію між професійними Я-образами досліджуваних (Я-реальним та Я-ідеальним); коефіцієнт кореляції Спірмена); 3) рівень та адекватність самооцінки досліджуваних.

Ще одним методом вивчення професійних ідеалів, що був використаний для тієї самої вибірки, слугували питання анкети. Зокрема, було запропоновано 2 насту-

пні запитання: 1) Хто з людей (що живуть нині або історичних постатей) є для Вас прикладом зразкового журналіста? Можете навести кілька імен; 2) Назвіть від 3 до 5 рис, які характерні для цієї людини/людей («Чому ця людина є професійним прикладом для мене?»). Дані запитання дозволяють дізнатися, хто з людей є професійним прикладом для сучасних журналістів, а також ті риси, які видаються досліджуваним найважливішими. Друге питання дозволяє виокремити ті риси, яких немає у методиці Будассі С.А.

У дослідженні взяли участь 96 журналістів (23 чоловіки та 73 жінки), середній вік по вибірці 31 рік. Особливістю вибірки було те, що більшість досліджуваних суміщали по кілька журналістських спеціалізацій у своїй діяльності (наприклад, аналітик та репортер, репортер та радіоведучий тощо).

Результати і їх обговорення. Розпочнемо аналіз результатів із виокремлення тих професійних якостей, які є ключовими у роботі журналіста (див. табл. 1). У таблиці 1 відображені лише ті якості, які були обрані як мінімум половиною вибірки. Отже, найбільш популярними якостями, що отримали 90% і більше «голосів» виявилися: працьовитість, вдумливість, наполегливість та розсудливість. Ці якості повністю відповідають діяльності журналіста, який постійно шукає і обробляє інформацію, роблячи це у досить високому темпі, одночасно приймаючи рішення і намагаючись при цьому залишатися об'єктивним та мислити критично.

Таблиця 1. – Частота вибору досліджуваними різних якостей у методиці Будассі

№	Якість	Кількість досліджуваних, що обрали її (у %)
1	Працьовитість	94
2	Вдумливість	92
3	Наполегливість	91
4	Розсудливість	90
5	Принциповість	88
6	Самокритичність	88
7	Справедливість	87
8	Надійність	85
9	Гуманність	80
10	Обережність	80
11	Захопливість	70
12	Щирість	67
13	Привітність	67
14	Практичність	66
15	Сприйнятливості	59
16	Педантичність	59
17	Стриманість	59
18	Співчутливість	58
19	Чуйність	57
20	Життєрадісність	54
21	Підозрілість	54
22	Акуратність	52
23	Доброта	51
24	Недовірливість	50

Якості, зазначені у таблиці 1, відображають різні аспекти професії журналіста, наприклад: робота із людьми (щирість, привітність, співчутливість, чуйність) та для людей (гуманність, доброта); небезпечність діяльності (обережність, підозрілість, недовірливість); прагнення відповідати стандартам (принциповість, самокритичність, педантичність); відповідальність перед ау-

диторією (справедливість, надійність); любов до професії (захопливість, життєрадісність) тощо. У цьому списку рис суто ділові якості (розсудливість, практичність, акуратність) поєднуються із тими, які необхідні для комунікації (привітність, стриманість), а також із моральними якостями (справедливість, гуманність, доброта). Це ще раз підкреслює багатогранність діяльності журналіста.

Щоб розширити список професійних якостей, які журналісти вважають ключовими, ми також запропонували досліджуваним самостійно назвати якості, що притаманні тим, хто є для них професійним прикладом. Проте перш ніж перейти до цих результатів розглянемо відповідь на перше питання анкети: кого, у якості професійного прикладу, найчастіше називали досліджувані (див. табл. 2).

Таблиця 2. – Частота згадування реальних професійних прикладів у анкеті

Професійні приклади:	Відсоток тих, хто їх обрав
Немає прикладів	18
Георгій Гонгадзе	12
Алла Мазур	5
Опра Уїнфрі	5
Володимир Познер	4
Роман Скрипін	4
Яніна Соколова	4
Віталій Портніков	4
Майкл Шур	4

Перш ніж проаналізувати отримані дані, пояснимо, чому показники настільки малі. Річ у тому, що питання було відкритим, без наявних варіантів, тому кожен досліджуваний писав власну відповідь, більшість із яких не повторювалися ні разу. Професійні ідеали значною мірою залежать від самої особистості, її вподобань та виховання, тому виявилось не так багато постатей, які зустрічалися б хоч кілька разів по усій вибірці. Зокрема, 18% досліджуваних зазначили, що не мають таких ідеалів із різних причин, наприклад, тому, що не хочуть мати кумирів та ідеалізувати когось, або тому, що оцінюють сам журналістський матеріал, а не його автора. Тим не менш, було виокремлено кілька імен, що згадувалися найчастіше. Серед них: репортери, інтерв'юери, публіцисти, телеведучі тощо. Лідером у цьому списку став Георгій Гонгадзе – дійсно знакова фігура української журналістики. Проте й усі інші згадані постаті є широковідомими представниками своєї професії.

Відповідаючи на друге питання анкети досліджувані згадали велику кількість якостей, які для зручності були об'єднані у семантично близькі групи (див. табл. 3). Оскільки це питання також було відкритим, деякі якості дублюються із тими, що зазначені у таблиці 1: принциповість, наполегливість, справедливість та щирість. Це ще раз підкреслює важливість цих рис для професії журналіста. Також зазначимо, що відкриті питання анкети давалися не відразу після заповнення методики Будассі, тому повторне згадування вищезазначених якостей не спричинено ефектом послідовності. До того ж, з'явився цілий ряд додаткових якостей, які описують ідеал журналіста і відповідають тим самим категоріям, що ми виділили раніше: робота із людьми (харизма, прямолітність), небезпечність роботи (сміливість), прагнення відповідати стандартам (професіоналізм, ерудованість,

критичність, мислячий), відповідальність перед аудиторією (об'єктивність, чесність).

Таблиця 3. – Частота згадування професійних якостей у анкеті

Найбільш популярні якості:	Відсоток тих, хто їх обрав
Принциповість	20
Професіоналізм, компетентність	16
Сміливість, хоробрість	16
Ерудованість, допитливість, широкий кругозір	16
Об'єктивність	13
Наполегливість	13
Чесність	9
Справедливість	9
Харизма	8
Щирість	8
Прямолінійність, відвертість	7
Розумний, мислячий	7
Критичне мислення, критичність	6

Окрім зазначених якостей також згадувалися такі характеристики як: вміння дивитися в корінь проблеми,

дотримуватися стандартів, «докопуватися до істини», готовність іти на жертви, наявність власної позиції, вміння відрізнити головне від другорядного, творити сенси тощо. Тим не менш, ці згадки були поодинокі, тому вони не потрапили до загальної статистики, але також доволі красномовно продемонстрували суть професії журналіста.

Повертаючись до аналізу результатів методики Будассі звернемо увагу на питання щодо міри зв'язку між Я-обрами досліджуваних: що більшою є кореляція між образами Я-реального та Я-ідеального, то вищою є самооцінка. Саме наближення, ідентифікація та порівняння Я-образів є джерелами для виникнення самооцінки як центрального елементу Я-концепції особистості. Водночас відсутність зв'язку між Я-реальним та Я-ідеальним або повна подібність цих образів сигналізують про неадекватність самооцінки. Дані щодо сили кореляції двох ключових Я-образів у професійних Я-концепціях досліджуваних представлені у таблиці 4. Зазначимо, що результат методики Будассі являє собою коефіцієнт кореляції Спірмена.

Таблиця 4. – Сила зв'язку між Я-реальним та Я-ідеальним образами досліджуваних

Ступінь зв'язку між професійними Я-образами	Коефіцієнт кореляції Спірмена (показники за методикою Будассі)	Вираження у відсотковому відношенні по вибірці
Негативний зв'язок між Я-реальним та Я-ідеальним (неадекватно занижена самооцінка)	-1...-0,38	2%
Слабкий зв'язок Я-реального та Я-ідеального (адекватно низька та середня самооцінки)	-0,37...0,37	27%
Середній або сильний зв'язок між Я-реальним та Я-ідеальним образами (адекватна середня та висока самооцінки)	0,38...0,89	60%
Повна ідентичність або співпадіння образів Я-реального та Я-ідеального (неадекватно завищена самооцінка)	0,9...1	10%

Як бачимо, 60% досліджуваних, найбільш чисельна група у даному розподілі, мають сильний або середньої сили зв'язок між образами Я-реального та Я-ідеального. Такий показник говорить про наявність у представників даної групи ресурсів для подальшого професійного росту. Представники другої за чисельністю групи (27%) мають слабку кореляцію між власними Я-образами, а отже таким людям важче, ніж попередній групі, співставляти Я-реальне та Я-ідеальне, оцінювати власний потенціал та виділяти вектори професійного розвитку. Для цієї групи особливо актуальним став би soft-skills тренінг з розвитку власних професійно-важливих якостей та рефлексивності.

Останні дві групи найменш чисельні – ті у кого Я-образи або мають зворотній зв'язок, або, навпаки, майже

повністю тотожні. Обидві ситуації не є оптимальними, оскільки, у першому випадку, подолати настільки суттєвий розрив власними силами людина не може, тому відчуває зневіру і амотивацію, а у другому – вона, навпаки, відчуває себе ідеальним професіоналом, тому зрештою, не бачить необхідності зростати далі, не дивлячись на те, що для ідеалу, насправді, не може бути меж.

Зазначимо, що ступінь зв'язку Я-реального до Я-ідеального також певною мірою може проілюструвати рівень самооцінки. Щоправда, у даному випадку отримані показники є приблизними, адже середня та висока самооцінки опинилися у одній групі. Для конкретизації результатів звернемося до таблиці 5, яка більш точно ілюструє розподіл досліджуваних за рівнем самооцінки та її адекватністю.

Таблиця 5. – Рівень та ступінь адекватності самооцінки по вибірці

Показник самооцінки	Числові показники за методикою Будассі	Вираження у відсотковому відношенні по вибірці
Самооцінка завищена; Неадекватна	1...0,85	14,5%
Самооцінка висока; Адекватна	0,84...0,53	44%
Самооцінка середня; Адекватна	0,52...-0,1	37,5%
Самооцінка низька; Адекватна	-0,09...-0,32	2%
Самооцінка занижена; Неадекватна	-0,33...-1	2%

Більшість досліджуваних (83,5%) демонструють адекватну самооцінку, а найбільш чисельною є група тих, хто має адекватно високу самооцінку (44%). Саме така

самооцінка є оптимальною для досягнення максимальної продуктивності діяльності та означає наявність самоповаги та відчуття власної повноцінності. Водночас

низьку самооцінку, не залежно від міри її адекватності, мають всього 4% досліджуваних. Низька самооцінка може говорити про невпевненість у власних силах, страх зробити помилку тощо. Тим не менш, неадекватно завищена самооцінка також є проблемою, оскільки призводить до неякісного виконання роботи, переоцінки власних здібностей, невміння оцінити межі власної компетентності. У нашій вибірці завищену самооцінку має 14,5% досліджуваних, що є досить високим показником і може, у певній мірі, відповідати результатам Андреевої Ю.В., яка через експертну оцінку виявила значний розрив між реальним та бажаним рівнем морального розвитку молодих фахівців [1]. Проте, щоб стверджувати про наявність невідповідності спеціалістів стандартам треба проводити додаткові дослідження, а, оскільки більшість представників даної вибірки, навпаки, оцінюють себе цілком адекватно, наразі у таких дослідженнях немає потреби.

Результати з таблиць 4 і 5 не співпадають повністю, оскільки відрізняється кількість виділених груп та числові діапазони для виділення цих груп [3]. Зазначимо, що більш деталізовані дані щодо рівня самооцінки містяться саме у таблиці 5, тоді як у таблиці 4 вони носять, скоріше, характер тенденцій та допомагають зрозуміти зв'язок між процесом порівняння Я-образів та утворення самооцінки. Тим не менш, методика Будассі ще раз демонструє як саме порівняння Я-реального із Я-ідеальним стає підґрунтям для формування самооцінки. Зрештою, професійні ідеали також займають у цьому процесі важливе місце, оскільки слугують основою для створення образу Я-ідеального професіонала.

Висновки. Професійна етика може розглядатися з двох сторін: вимог до професіонала, етичних засад, обов'язків та його власних внутрішніх стандартів, цінностей, ідеалів. Зовнішня сторона професійної етики

вже досліджена у різноманітних наукових працях, тоді як внутрішній стороні приділено значно менше уваги. Зважаючи на поставлені задачі ми отримали наступні результати:

1) до переліку професійно-важливих якостей, необхідних журналісту, входять наступні: працьовитість, вдумливість, наполегливість, розсудливість, принциповість, професіоналізм, сміливість, ерудованість, об'єктивність, чесність, справедливість і т.д. Ці якості цілком відповідають тим вимогам, які висуває перед спеціалістом суспільство та безпосередньо сама діяльність. В той же час прикладами для наслідування, які втілюють у собі ці якості, є: Г. Гонгадзе, А. Мазур, Опра, В. Познер та ін.;

2) у 60% журналістів нашої вибірки наявний сильний або середньої сили зв'язок між Я-реальним та Я-ідеальним образами, що говорить про наявність ресурсів для професійного зростання, а також вміння оцінити свої можливості та відчуття власної повноцінності. Водночас у 27% кореляція між цими образами є слабкою, тому їм рекомендований тренінг для розвитку професійних якостей та рефлексії;

3) було встановлено, що 83,5% журналістів мають адекватну самооцінку, серед яких 44% – високу, 37,5% – середню і 2% – низьку.

Отже, професійні ідеали сучасних журналістів містять ключові для цього виду діяльності професійно-важливі якості, моральні орієнтири, а також реальні приклади успішних журналістів. Саме професійні ідеали слугують основою для формування образу Я-ідеального, з яким надалі порівнюється Я-реальне, внаслідок чого і виникає професійна самооцінка та самооцінка потенціалу. Подальші перспективи включають у себе дослідження зв'язку самооцінки потенціалу із іншими складовими професійної самооцінки журналіста.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреева Ю.В. Педагогическая система ориентации профессионального обучения на саморазвитие конкурентоспособности студентов-журналистов: автореферат дис. ... доктора педагогических наук: 13.00.08 / Ю.В. Андреева. – Казань: Казан. гос. ун-т им. В.И. Ульянова-Ленина, 2006. – 42 с.
2. Бондаренко І.С. Проблема журналістської етики в контексті освітніх та соціально-професійних трансформацій / І.С. Бондаренко // Наукові записки Інституту журналістики. Том 52. 2013. Запорізький національний університет. – С.239-242.
3. Гапанович-Кайдалова Е. В. Общая психология: предмет, задачи и методы, личность и общение : практическое пособие / Е. В. Гапанович-Кайдалова. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2016. – 44 с.
4. Криворучко С. В. Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні : Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / С.В. Криворучко ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2003. — 20 с.
5. Кузнецова О. Громадянський гуманізм — основа морального вибору демократичних журналістів України / О. Кузнецова // Вісник Львівського університету, Серія журн. 2011. Вип. 34. – С.123–129.
6. Маркова А. К. Психология профессионализма / А.К. Маркова – М.: Международный гуманитарный фонд Знание,
7. Поварёнов Ю. П. Психологическая характеристика профессиональной идентичности субъекта труда / Ю.П. Поварёнов // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2014. – №3. – С.9-16.
8. Психология человека от рождения до смерти / Под общей ред. А.А. Реана. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2002. – 656 с.
9. Столин В.В. Самосознание личности / В.В. Столин. – М.: Изд-во МГУ, 1983. — 288 с.
10. Теребус О. Журналістська етика: теорія та практика / О. Теребус // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2017. Випуск 42. – С. 185–190.
11. Шариков, А. В. Образы ведущих новостных телепрограмм в экспертных оценках. URL : <http://evartist.narod.ru/text7/42.htm> (дата звернення: 19.01.2021).
12. Deuze, M. (2005). What is journalism? *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 6(4), 442–464.
13. Plaisance, P.L., & Skewes, E.A. (2003). Personal and Professional Dimensions of News Work: Exploring the Link between Journalists' Values and Roles. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(4), 833-848.

REFERENCES

1. Andreeva Ju. V. Pedagogical orientation system of professional training for student journalists' self-development competitiveness. Manuscript, abstract of PhD thesis. Kazan': Kazan. gos. un-t im. V.I. Ul'janova-Lenina, 2006. – 42 p.
2. Bondarenko I.S. The problem of journalistic ethics in the context of educational and socio-professional transformations. *Naukovi*

- zapysky Instytutu zhurnalistyky. Zaporizkyi natsionalnyi universytet, 2013. Vol. 52. – P.239-242.
3. Gapanovich-Kajdalova E. V. General psychology: subject, tasks and methods, personality and communication: a practical guide. – Gomel': GGU im. F. Skoriny, 2016. – 44 p.
 4. Krivoruchko S. V. Professional journalistic ethics on the present stage of democracy development in Ukraine. Manuscript, abstract of PhD thesis. Kyiv: Kyiv National Taras Shevchenko University, Institute of Journalism, 2003. 20 p.
 5. Kuznetsova O. Civic humanism as the basis of moral choice of ukrainian democratic journalists. Vinyk Lvivskoho universytetu, Serii Zhurnalistyka. 2011. Vol. 34. P.123–129.
 6. Markova A. K. Psychology of professionalism. M.: Mezhdunarodnyj gumanitarnyj fond Znanie, 1996. 312 p.
 7. Povarjonkov Ju. P. The labor subject's professional identity psychological characteristics. Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Pedagogika. Psihologija. Sociokinetika. 2014, №3. P.9-16.
 8. Human Psychology from Birth to Death. Edited by Rean A.A. - SPb.: Prajm-Evroznak, 2002. 656 p.
 9. Stolin V.V. Self-awareness of personality. – M.: MGU, 1983. 288 p.
 10. Terebus O. Journalistic ethics: theory and practice. Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii Zhurnalistyka. 2017. Vol. 42. P.185–190.
 11. Sharikov, A. V. Images of TV presenters in expert assessments. URL : <http://evartist.narod.ru/text7/42.htm> (date of access 19.01.2021).

Professional ideals as a component of journalists' self-concept

A. V. Bakhvalova

Abstract. The article considers the problem of journalists' professional ethics, its external (requirements and standards) and internal (professional ideals) sides. The professional ideals as construct of the self-concept are moral standards that was internalized. Our study of the journalists' professional self-concept showed that 60% of the respondents have a high or medium positive correlation between the self-ideal and the self-real images that means they have a reserve for further professional self-improvement. Professional ideals of journalists are represented by such qualities as: diligence, thoughtfulness, principled, professionalism, etc.

Keywords: *professional ideals, journalists, professional activity, professional self-esteem, professional qualities.*