

Секция «Журналист в период общественно-политических перемен: профессия и позиции»

### Конкуренция и конфликт в журналистике

*Настенко Виктория Николаевна*

*Студент (бакалавр)*

Юго-Западный государственный университет, Курск, Россия

*E-mail: Candy2396@mail.ru*

Вопрос того, является ли деятельность СМИ корректной, лояльной и честной был открыт всегда, а уж тем более с 1991 г. После распада СССР остро встал вопрос о том, что писать и каким образом преподносить общественности. Борьба за власть и реклама – стали главным двигателем деятельности журналистов. Конкуренция существовала везде и всегда, но в сфере СМИ, в сфере журналистике – она как двигатель прогресса, нововведений и т.д. За спиной любого издания, информационного канала или же деятельностью журналиста, знаменитого в широких кругах, стоит манипулятор и чаще всего нелегальный, неизвестный общественности. СМИ играют огромную роль в обществе. Они являются не только политическим институтом, но и социальным. Выражение «четвертой власти» в современном мире стало настолько популярным, что, наверное, без него предыдущие «три власти» утратили бы возможность к распространению своего влияния[1,с.110]. В российском СМИ частный и общественный сектор почти не разграничены. Владелицы медиа, которые являются важной частью корпоративных холдингов, используют медиа для удовлетворения своих конкурентных инстинктов, чаще всего в целях продвижения бизнеса и политических интересов. Таким образом, происходит столкновение интересов, реализуется конкурентоспособность журналистики как сферы деятельности. Конкуренция приводит к конфликтам, посредством которых реализуется главная цель журналистики - влияние на мнение общественности, привлечение людей на свою сторону. Этот способ воздействия, прямо или завуалировано, применяется в современной журналистике. Конфликт – не только столкновение интересов, но и пиар, способ привлечения на свою сторону внимания, а соответственно и влияния. Естественно, большую роль играет и факт результативности журналистской деятельности. Много напрямую зависит от того, кто пытается донести информацию. Каждый журналист, живя в своем собственном понимании действительности, «располагая разным культурным капиталом, придерживаясь разных профессиональных установок, работая с разным материалом и практикуя разную технологию производства журналистского продукта», пытается своим способом донести информацию общественности. При том, что все, как бы работают «на благо общества, на достижение одной цели – информирование населения, «СМИ и все их агенты-участники находятся в состоянии непрерывной и острой борьбы друг с другом»[2,с.106]. Третьяков В.Т. говорил, что «журналистика – это конкуренция по поводу быстрее, лучше и больше», нужно сказать, он прав. Почему? Воздействие на мнение общественности происходит посредством скорости, чем быстрее человек получит информацию, тем быстрее сформулирует свои мысли, определит ценностные ориентиры. Чем лучше и интереснее сформулирована суть проблемы, тем проще она воспринимается и, соответственно, входит в человеческое сознание. Происходит постоянная борьба между изданиями, которые создают некий «рынок информации», где человек сам вправе решать, что именно «купить». Конкуренция в этом процессе играет первостепенную роль, т.к. каждый пытается определенным способом привлечь клиента, зачастую прибегая даже к прямому столкновению интересов определенных социальных групп, отсюда и конфликты. Нужно отметить, что в журналистике не бывает стопроцентно объективной оценки событий. Всегда информационный канал освещает позицию только с определенной стороны, чаще всего правительственную, или же заинтересованную сторону, чаще не рассматривая интересы и взгляды на сложившуюся ситуацию в оппозиции. Примером служит отражение событий гражданской войны в Таджикистане, когда

СМИ придерживались позиций только одной, правительственной стороны, никак не отражая точку зрения на события оппозиции. В российских СМИ, особенно телевизионных, эта тенденция существует и сейчас [3, с.150]. С учетом современной ситуации в мире, когда все чаще происходит столкновение не только на политической, но и на идеологической основе, когда все чаще происходят вооруженные конфликты, а то и гражданские войны, роль СМИ особенно важна. Примером, взять ситуацию на востоке Украины. Просмотрев ряд новостей и в России и в Украине, можно с уверенностью сказать, что журналисты работают на благо своего правительства. В государствах СМИ объясняет сложившуюся ситуацию только в выгодном для себя свете и разобраться в том, кто действительно прав, просто невозможно. Как вывод можно сказать, что все в мире СМИ подвержено конкуренции, которая порождает конфликт. За всем стоит определенная сила, которая воздействует на мнение общественности и большое место имеет «величина» этой силы. Прискорбным является только то, что чаще всего от такой конкуренции люди все меньше слышат правду и объективную информацию.

#### **Источники и литература**

- 1) Князев А. Журналистика конфликта: учебное пособие.-М., 2001. -190с.
- 2) Основные понятия теории журналистики.- М.: Изд-во МГУ, 2003.- 210с.
- 3) Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом: курс лекций по теории и практике современной русской журналистики.- М.: Ладомир, 2004.-250с.