

**Современный кризис американской журналистики: причины, состояние, тенденции развития**

**Бадякина Анна Андреевна**

*Студент (магистр)*

Южный федеральный университет, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра истории журналистики, Ростов-на-Дону, Россия

*E-mail: annrnd@mail.ru*

Начало нового столетия ознаменовалось не только значительным ускорением технического прогресса и темпов так называемой «цифровой революции», но и глубоким профессиональным кризисом в журналистике. С появлением социальных сетей и блогов роль профессиональных журналистов снизилась даже больше, чем после «превращения информации в товар (commodification)» [1] в начале 1990-х гг. «Сейчас в интернете миллионы авторов ежедневно... Демократизация авторства в Сети будет топить значимость журналистского авторства» [2]. Более того, «отношение к слову, полученному «по каналам интернета», у общества будет всё более и более снисходительным» [Там же].

Всё это происходит на фоне достаточно неблагоприятной экономической ситуации: в 2008-2010 гг. вследствие Мирового финансового кризиса в индустрии печатных СМИ ряда западных стран, в частности, США, произошёл резкий спад тиражей. Вызванная этим необходимость уменьшения расходов привела к сокращениям штата сотрудников и объёма серьёзных социально значимых материалов на страницах американской прессы, в программах радио и телевидения. По данным исследования, на которые ссылаются известные исследователи медиа Л. Дауни и М. Шадсон, более 90% всех материалов в американской прессе представляют собой сообщения о несчастных случаях, катастрофах, преступлениях, а также запланированных или постановочных событиях [3]. Это, в свою очередь, является значительной угрозой не только для журналистики, но и «для функционирования всей демократической системы» [4, р. 1] в западном понимании.

Каким же образом можно избежать подобной угрозы? Одним из первых об этом задумался американский исследователь Ф. Мейер, предложивший разработать «бизнес-модель для сохранения и стабилизации социально ответственной печатной журналистики, чтобы она смогла пережить изменения, вызванные новейшими технологиями» [5]. Это так называемая «модель влияния», основанная на предположении, что главный производимый газетой продукт - не новости или информация, а влияние - общественное и коммерческое. Его коллега М. Стефенс убеждён, что механического перехода изданий в онлайн при этом будет недостаточно: необходима концепция «мудрой журналистики» (wisdom journalism), которая «придаёт особое значение компетентному, интерпретирующему, разъясняющему и даже пристрастному подходу к текущим событиям» [6]. Согласен с ним и немецкий исследователь Х. Пётткер, утверждающий, что информационная функция журналистики должна уступить место интерпретирующей, способной «помочь обществу лучше ориентироваться во всё более сложных жизненных условиях» [7, р. 522].

Предлагаемые перечисленными выше исследователями пути преодоления кризиса в значительной степени являются результатом осмысления тех новых явлений и тенденций, которые можно наблюдать на почве журналистики уже сегодня. Как же обстоит ситуация в данный момент? По состоянию на 2015 г., несмотря на небольшой рост тиражей и доходов, «газетная индустрия США продолжает нести тяжёлые потери» [8, р.6]. На фоне небольшого роста в 1% доходов от тиража, выручка от продажи рекламной площади сократилась ещё на 4% и составила всего 19,9 млрд. долл., что наполовину меньше, чем

десятилетие назад. Число штатных работников прессы продолжает повсеместно уменьшаться, хотя темпы сокращений несколько снизились.

Тем временем, онлайн-проекты, реализующие на практике описанные выше стратегии, в целом являются довольно успешными. Так, сайт Vice News имеет более 15 миллионов уникальных посетителей в день, предоставляя эксклюзивный, вызывающий резонанс контент, будь то интервью с Баракком Обамой в марте 2015 года, или же с супервизором программы пыток ЦРУ Джеймсом Митчеллом (видео набрало 350000 просмотров за первые 4 дня). Новостной сайт проекта Vox.com, запущенный в 2014 году под руководством бывшего журналиста «Washington Post» Эзры Клейна, превысил изначальный прогноз посещаемости в первые же полгода. На данный момент Vox.com занимает 35 место в числе 50 ведущих новостных сайтов мира.

Если же вести речь о некоммерческих новостных проектах, они «продолжают развиваться на местном и государственном уровне» [Ibid, p.8], но единой тенденции пока нет. Некоторые проекты, например, «Texas Tribune», имеют относительно большой штат (40 человек) и немалый для подобного предприятия бюджет (7 миллионов долларов), в то время как другие - к примеру, нью-орлеанский расследовательский проект «The Lens» - вынуждены сокращать выпуск материалов в связи с непредвиденным снижением финансирования.

В целом количество новостных онлайн-проектов растёт с такой скоростью, что становится невозможным отследить динамику развития каждого из них, тем более что они различаются по своему типу, целям и задачам. При этом «вместе с внедрением каждой новой платформы продолжают использоваться СМИ старого типа, создавая практически непреодолимую угрозу индустрии в финансовом плане» [Ibid, p.9]. Ясным остаётся одно: чтобы журналистика продолжила своё существование не только в роли информатора, свободного от этических норм и элементарных стандартов грамотности (что можно увидеть сейчас в блогах либо на сервисах микроблогов), она должна быть социально ответственной, уделить большее внимание интерпретации и ориентации своего читателя в стремительно возрастающем новостном потоке.

### Источники и литература

- 1) Burns, L.S. Understanding Journalism. SAGE Publications, 2002.
- 2) Мирошниченко, А. Когда умрут газеты: [www.mreadz.com/new/index.php?id=132619&pages](http://www.mreadz.com/new/index.php?id=132619&pages)
- 3) Downie, L., Schudson, M. The Reconstruction of American Journalism: [www.cjr.org/reconstruction/the\\_reconstruction\\_of\\_american.php](http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php)
- 4) Kirchhoff, S. M. The U.S. Newspaper Industry in Transition. CRS Report for Congress. September 9, 2010.
- 5) Meyer, P. The Vanishing Newspaper: Saving the Journalism in the Information Age: [www.unc.edu/Vanishing\\_Newspaper/](http://www.unc.edu/Vanishing_Newspaper/)
- 6) Stephens, M. Beyond News: The Future of Journalism. Columbia University Press, 2014.
- 7) Pöttker, H. A Reservoir of Understanding: why journalism needs history as a thematic field // Journalism Practice, Vol. 5, No 5, 2011, pp. 520-537.
- 8) Mitchell, A.; Page, D. State of the News Media 2015. April 29, 2015. Pew Research Center.