

Основные характеристики контента региональных редакций некоммерческого журналистского проекта States Newsroom в США

Научный руководитель – Макеенко Михаил Игоревич

Лапушкин Михаил Игоревич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: lapushkin02@yandex.ru

В медиасистеме Соединённых Штатов Америки местные газеты традиционно играли большую роль. Однако их будущее под угрозой: рекламодателей всё меньше интересует реклама в печатных изданиях, и газеты либо закрываются полностью, либо переходят во владение более крупных компаний, которые увольняют значительную часть сотрудников.

Альтернатива классической коммерческой прессе — проекты с некоммерческой моделью финансирования. Она привлекательна тем, что американское законодательство предполагает налоговые льготы для некоммерческих проектов.

Один из крупнейших американских некоммерческих проектов в области СМИ — States Newsroom, основанный в 2019 году. Сейчас редакции под этим брендом есть в 39 штатах. В оставшихся одиннадцати работают некоммерческие редакции, заключившие партнёрские соглашения с организацией. Таким образом, либо редакции States Newsroom, либо их партнёры, также некоммерческие организации, присутствуют во всех 50 штатах. Также в Федеральном округе Колумбия работает столичная редакция, освещающая федеральную политику.

States Newsroom утверждает, что пожертвования (их вносят компании с ограниченной ответственностью, образовательные учреждения и ассоциации СМИ, частные лица) не влияют на её редакционную политику. Взносы от корпоративных пожертвований, иностранных государств и анонимных источников не принимаются. Всего за 2022 год States Newsroom получила 23 399 713 долларов.

Все материалы изданий бренда States Newsroom доступны бесплатно без подписки, пей-волла. На страницах отсутствуют рекламные объявления.

Западные исследователи медиа говорят, что именно подобные некоммерческие проекты могут заполнить нишу, оставшуюся от локальной прессы. При этом их модель отлична от традиционных коммерческих газет. Применение её на практике ещё не было осмыслено.

Цель работы — выявить сущностные черты публикаций изданий проекта States Newsroom. Метод, использованный в данном исследовании, — анализ контента СМИ.

Эмпирическую базу исследования составили данные, полученные в ходе анализа публикаций восьми изданий States Newsroom (Alaska Beacon, Daily Montanan, Florida Phoenix, Maryland Matters, Minnesota Reformer, Ohio Capital Journal, Oklahoma Voice, Source New Mexico) за неделю с 25 сентября по 1 октября 2023 года. Выбор хронологической рамки обусловлен тем, что на следующей неделе, в субботу 7 октября, произошло вторжение группировки ХАМАС на территорию Израиля. Этот информационный повод и последовавшие за ним события могли повлиять на нейтральность материалов.

Выбор изданий был обусловлен желанием охватить в анализе штаты с разными политическими предпочтениями избирателей. Политические предпочтения избирателей в каждом из штатов определялись по результатам последних четырёх выборов президента США.

Стоит отметить, что, исходя из цели исследования, проанализировать публикации в таких штатах как Нью-Йорк, Миссисипи или Техас было бы не совсем корректно. В них действуют не редакции, непосредственно входящие в States Newsroom, а партнёры организации.

В соответствии с задачами исследования, был составлен кодификатор, который заполнялся в ходе анализа материалов изданий. Среди категорий анализа были жанры публикаций, тематики материалов (политический процесс, взаимоотношения властей и бизнеса, заявления политиков, проблемы малозащищённых слоёв населения и другие), масштаб информационного повода (штат, столица, крупный город, небольшой город и небольшой населённый пункт), источники информационного повода и контекста.

На основе анализа материалов восьми региональных изданий проекта, было выделено несколько закономерностей:

- 1) Издания States Newsroom используют крайне ограниченное число жанров. Чаще всего это расширенные новости и аналитические статьи. Также встречаются короткие новости, колонки. Из всех материалов был только один репортаж, подготовленный корреспондентом Source New Mexico.
- 2) Наиболее часто издания States Newsroom выпускают материалы, посвящённые политическому процессу, заявлениям политиков, проблемам малозащищённых слоёв населения, официальным заявлениям органов власти. Меньше всего журналисты проекта пишут про лайфстайл и спорт.
- 3) Журналисты региональных изданий States Newsroom активно освещают политику в своих штатах, но готовят крайне мало материалов про события городов и небольших населённых пунктов. Таким образом, ниша, освобождённая закрывшимися в «новостных пустынях» газетами, остаётся незаполненной.
- 4) Большая часть выпускаемых изданиями States Newsroom материалов эксклюзивные, а не вторичные. Дополняя материал, журналисты States Newsroom наиболее часто обращаются к документам, заявлениям политиков, материалам пресс-службы.
- 5) Материалы изданий States Newsroom в основном выпускают политически нейтральные материалы. Если политический уклон в текстах присутствует, то он в подавляющем большинстве случаев продемократический, вне зависимости от политических предпочтений большинства жителей штата. Чаще всего он проявляется в подборе информационного повода, источников контекста, лексики, а не в прямой позиции автора.

Разные редакции публикуют разное число материалов в неделю. Больше текстов, как правило, выходит в изданиях, работающих более долгое время.

Строгой связи между использованными жанрами, тематикой материалов и их административно-географическим масштабом нет.

Источники и литература

- 1) Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-новых СМИ // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42.
- 2) Соединенные Штаты Америки: Конституция и законодательство. Под ред. О. А. Жидкова. Перевод В. И. Лафитского. М.: Прогресс, Универс, 1993.
- 3) Danny Hayes, Jennifer L. Lawless. News Hole: The Demise of Local Journalism and Political Engagement. — Cambridge University Press, 2021.

- 4) Penelope Muse Abernathy. The expanding news desert. — Center for Innovation and Sustainability in Local Media, School of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill, 2018.
- 5) Alaska Beacon: <https://alaskabeacon.com/about/>
- 6) Daily Montanan: <https://dailymontanan.com/about/>
- 7) Florida Phoenix: <https://floridaphoenix.com/about/>
- 8) Maryland Matters: <https://www.marylandmatters.org/about-maryland-matters/>
- 9) Minnesota Reformer: <https://minnesotareformer.com/about/>
- 10) Ohio Capital Journal: <https://ohiocapitaljournal.com/about/>
- 11) Oklahoma Voice: <https://oklahomavoice.com/about/>
- 12) Source New Mexico: <https://sourcenm.com/about/>
- 13) States Newsroom: <https://statesnewsroom.com/about/>