



<sup>1</sup>Ғ.М. Ақсейіт  
<sup>2</sup>А.К. Кабдугалиев

<sup>1</sup>Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан  
<sup>2</sup>Сәкен Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті, Астана, Қазақстан  
Байланыс үшін автор: galiya\_76@mail.ru

## АҚШ баспасөзінің даму ерекшеліктері

**Аңдатпа.** Ғылыми мақалада Америка Құрама Штаттарындағы (АҚШ) баспасөздің генезисі – пайда болу тарихы қарастырылады. Америка мемлекеттілігінің қалыптасу мен дамуы барысындағы газет басылымдарының эволюциялық ерекшеліктері, газет басылымдарының өркендеуі мен құлдырау сабаптері айқындалған. Сонымен қатар АҚШ медиаөндірісінің қазіргі жай-күйі, сандық технология кезеңіндегі дәстүрлі БАҚ ролінің өзгерісі зерттеу объектісі ретінде қарастырылады. АҚШ медиакеңістігіндегі бұқаралық коммуникацияның «ескі» баспасөзіне қатысты өзекті мәселелері мен олардың әрі қарайғы даму бағдарлары көрсетілген.

**Түйін сөздер:** бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ), генезис, эволюция, кросс-медиа, бұқаралық коммуникациялар, ақпараттық кеңістік, «төңкерілген пирамида», галамтор, әлеуметтік медиа.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2022-140-3-8-14>

### Кіріспе

Бүгінде бұқаралық ақпарат құралдарының «төртінші билік» ретінде жиі аталуы оның қаншалықты маңыздылығын көрсетеді. АҚШ-та сөз бен баспасөз бостандығына деген ұмтылыстың тарихы тереңде. Ол жақтағы баспасөз тарихы елдің өз өткенімен тығыз байланысты. Солтүстік Америкадағы британдық колониялар алғашқы баспа жарияланымдарының арқасында тәуелсіздікке қол жеткізді деуге толық негіз бар. Себебі Солтүстік Американың Ұлыбританиядан азаттығы мен тәуелсіздігі туралы алғашқы революциялық

идеялар осы баспасөз арқылы тарап, халықты идеялық тұрғыдан бірікіруге қызмет етті.

Америкалық газеттердің құрылу тарихы – Америка Құрама Штаттарының туу тарихы. Солтүстік Америка континентіндегі баспасөз өзінің пайда болуының алғашқы жылдарынан бастап маңызды ақпарат көзі және наразылық құралы ретінде «халық дауысы» мәртебесіне ие болды. Революциялық соғыс Солтүстік Американың колониялары үшін демократия мен тәуелсіздік үшін күрес қана емес, сонымен бірге сөз және баспасөз бостандығы сияқты негізгі (азаматтық) құқықтар үшін күреске айналды.

Өзінің ұзақ және күрделі тарихында Америка Құрама Штаттарындағы баспасөз көптеген өзгерістерге ұшырады. Газеттердің тарихи тамырларын зерделеу газет индустриясының қалай және неліктен АҚШ-тағы көп қырлы және қуатты БАҚ-қа айналғанын анықтауға көмектеседі.

### Зерттеу әдісі

Зерттеу барысында жалпы философиялық, тарихи-салыстырмалы, логикалық, жеке ғылыми әдістер пайдаланылды. Сонымен қатар Америка баспасөзінің бүгінгі мен даму тенденцияларын зерттеу барысында контент-талдау, мәтін талдау, бақылау, болжау әдістері қолданылды. АҚШ-тағы БАҚ-тың бүгінгі жай-күйі туралы статистикалық деректер келтірілді және салыстырмалы түрде баяндалады.

### Талқылау

Америка Құрама Штаттарындағы БАҚ тарихы газеттер мен журналдардан бастау алады.

Тарихтан Солтүстік Американы еуропалық отарлау XV-ғасырда басталғаны белгілі. Ал, Солтүстік Америка отаршыларының алғашқы газеті XVII-ғасырдың аяғында ғана пайда болды [1]. Бұл ағылшын баспагері және кітап саудагері Бенджамин Харристің «Шетелдік және отандық қоғамдық оқиғалар» («Publick Occurrences Both Forreign and Domestick») [2] атты төрт беттік парақшасы еді. Солтүстік Америкада жарық көрген алғашқы газет осы. Ол небәрі 4 беттік болды, соңғы парағы оқырмандар өз жаңалықтарын қолдан жазып, газетпен бірге қайта жіберулері үшін бос қалдырылды [3]. Бұл оның 1690 жылы 25 қыркүйекте жарық көрген алғашқы әрі жалғыз саны еді. Онда британиялық билеушілерге қарсы материалдар жарияланғандықтан «лицензиясы жоқ» деген сылтаумен тоқтатылып, Харристің өзі түрмеге жабылды.

Солтүстік Американың алғашқы тұрақты шығарылған газеті 1704 жылдан 1776 жылға дейін Массачусетс колониясында жарық көрген апталық «Бостон хабаршысы» («Boston

News-Letter») болды. Газеттің таралымы 300 данамен шектелген және оны Ұлыбритания үкіметі қаржыландырған. Соңдықтан британдықтар кеткен соң газет те жұмысын тоқтатты.

Американың тәуелсіздігі үшін соғыс барысында (1775 - 1783) онда жиырмаға жуық газет шығарылды. Газеттер көптеген американдықтар үшін қажеттілікке айналды және американдық қоғамның білімді адамдарының сұранысына ие болды. Солтүстік Американың тәуелсіздігі үшін күресте баспасөз басты саяси рөл атқарды. Баспагер-патриоттар 1770 және 1780 жылдар аралығында отарлық газет алмасу желілері арқылы тәуелсіздікке шақыратын мақалаларды белсенді түрде басып шығарып, таратып, бостандықтың революциялық идеологиясын және табиғи құқықтарды қорғау идеяларын түсіндірумен болды. Баспагерлердің күш-жігерінің арқасында, шын мәнінде, Солтүстік Американың он үш колониясын Ұлыбританияға қарсы біртұтас саяси, мәдени және әскери одаққа саяси тұрғыдан біріктіру мүмкін болды. Патриоттық күштер жаңа ұлттың негізінде нәсілдің пайда болуына қол жеткізді. 1783 жылы соғыстың соңына қарай Солтүстік Американың колонияларында 43 газет шығарылса, 1814 жылға қарай газеттер саны 346-ға дейін өсті.

Тәуелсіздік алғаннан кейін «Конгресс сөз және баспасөз бостандығын шектейтін бір де бір заң қабылдамайды» деп жазылған АҚШ Конституциясына бірінші түзету (1791) американдық бұқаралық ақпарат құралдарының еркіндігіне кепілдік берді. 1792 жылғы АҚШ-тың пошта қызметі туралы заңы газеттерге айтарлықтай жеңілдіктер берді: газеттер 100 мильге дейін 1 пенниге және одан әрі 1,5 центке жеткізілді, ал ол кездері бірінші сыныпты пошта бағасы алты центтен жоғары еді.

Бастапқыда газеттерді американдық ауқаты адамдар, сауатты және жазылуын алдын ала төлеуге мүмкіндігі бар адамдар ғана алатын еді. Жазылым бағасы қарапайым жұмысшының бір апталық табысына тең еді.

Мұның бәрі 1830 жылдары бұмен жұмыс істейтін баспа машинасының ойлап табылуымен және қағаз жасау саласындағы жетістіктерге қол жеткен кезде өзгерді. Бұл

өнертабыстар мерзімді басылымдарды басып шығарудың өзіндік құнын арзандатып, газеттерді бір центке сатуға мүмкіндік берді. Газет бағасының арзандауы алғаш рет газеттер мен жаңалықтарды тіпті орта және төменгі санаттағы азаматтарға да қолжетімді етті.

Газеттердің барлығына бірдей қолжетімді болуы басылым тараламын ұлғайтып, елдегі коммуникациялық революцияның дамуына жол ашты. 1835 жылға қарай газет басылымдары Америка Құрама Штаттарының жаңа тарихын жасады. Бұл жылдары баспасөз бостандығына ерік беріліп, Америка газет пен оқырман саны ең көп алдыңғы қатарлы мемлекетке айналды. 1830-1860 жылдардағы бұл кезең әдетте «Пенни Пресс» дәуірі деп аталады, көптеген тарихшылар Америка Құрама Штаттарындағы бұқаралық коммуникацияның бастауы осы кез деп санайды.

Сауаттылықтың артуы, сондай-ақ телеграф сияқты жаңа технологиялық жетістіктер жаңалықтарды ұзақ қашықтыққа жылдам алмасуға мүмкіндік берді. Сағатына 10 000 парақ басып шығаруға қабілетті алып айналмалы пресстердің пайда болуы және фотосуреттер газет өндірісін 1850 жылғы 2526 газеттен 1880 жылы 11 000-ға дейін өсуіне ықпал етті [4].

1800 жылдардың ортасынан бастап газеттер жекелеген редакторлардың ой-пікірін білдіретін құралдан нақты ақпаратты жеткізушіге айналды.

1861-1865 жылдардағы Азамат соғысы кезінде жедел әрі шынайы ақпаратқа деген сұраныс американдық журналистиканы мемлекет өміріндегі қарқынды даму үстіндегі тегеурінді күшке айналдырды.

Соғыстан кейінгі жылдары газеттің өсімі тоқтаған жоқ. 1880 жылғы санақ кезінде әртүрлі тақырыптағы 11314 газет тіркелген. Америкадағы Азамат соғысынан кейін баспасөзде «төңкерілген пирамида» стилі кең қолданылды. Онда фактілер маңызына қарай орналастырылды. «Кім? Не? Қашан? Қайда? Не себепті?» деген маңызды мәселелер оқырмандарды қызықтыру үшін алдыңғы қатарға шығарылды. Бұл стиль ақпаратты беруде тиімді болғанымен, мақаланың сипаты мен құрылымының әрқелкілігіне кері әсерін тигізді [5].

Кейбір АҚШ газеттерінің таралымы 1890 жылға қарай миллион данадан асты.

1900 жылға қарай газеттердің барлығы бірдей ақпараттық Олимпке қол жеткізді. Басылымдар елдегі саяси партияларды, сондай-ақ діни ұйымдарды қолдаудың негізгі элементіне айналды. Ірі газеттердің табыс көзі - үгіт-насихат, әшкерелеу және сенсация болды, сондай-ақ маңызды және объективті жаңалықтар орталығына айналды. XX-ғасырдың басында теледидар пайда болғанға дейін әрбір американдық орташа есеппен күніне бірнеше газет оқитын. Сол жылдары баспасөзге деген сенім зор еді. Ол кезде көпшілік үшін газеттер шынымен қызықты ақпараттың жалғыз көзі еді. 1914 жылға қарай Америкада 15 000-нан астам күнделікті және апталық газеттер шығып тұрды [6].

XX ғасырдағы технологияның қарыштап дамуы американдық журналистиканың сипатын қайтадан өзгертті, өйткені газеттер жаңа медиамен - радио (1920 жылдардан бастап), содан кейін теледидармен (1940 жылдардан бастап) бәсекелесе бастады.

XX ғасырдың бірінші жартысында Америкадағы газеттер санының өсуі тоқтап, ірі, тиімділігі жоғары өндірістік тізбектердің шоғырлануы мен қалыптасуы нәтижесінде қысқару процесі басталды. Газет бизнесі ең ірі баспагерлер үшін табысты қаржы көзіне айналды. Ірі газеттер енді аймақтағы шағын газеттерді сатып ала бастады. Жаңалықтар нарығын монополиялау басталды – 1940 жылға қарай тек Нью-Йоркте күнделікті газеттер саны 20-дан 8-ге дейін қысқарды, сол жылы АҚШ-тың 100 мыңнан астам халқы бар 25 қаласында бір ғана күнделікті газет болды. XX ғасырдың аяғында американдық журналистиканың көп бөлігі ірі медиа желілерінде топтасты.

Цифрлық БАҚ пайда болғанға дейін газеттер американдық жаңалықтар ландшафтының маңызды бөлігі саналды. АҚШ-тың жұмыс күндеріндегі газеттердің таралымы 1987 жылы 62 826 000-ға жетті.

1990-2000 жылдардан бастап бұқаралық ақпарат құралдарының дамуында жаңа дәуір басталды. Интернеттің бұрын-соңды бол-

маған кең қолданысқа ие болуы және мобильді байланыстың таралуы дәстүрлі БАҚ-тың, атап айтқанда, баспасөздің рөлін түбегейлі өзгертуге әкелді. Бір кездері медиа-нарықты екіге жарған тұрақты шекараларды сандық конвергенциялар бұзды.

Бұқаралық ақпарат құралдары бұдан былай жеке компанияларға тиесілі болмады немесе олар тарапынан бақыланбады. Медиа ландшафтта кросс-медиа конгломераттары, соның ішінде Google және Facebook басымдыққа ие болды. Мұндай технология алпауыттары ақпарат ағынында және қоғамдық дискурста басты рөлді ойнады. Көптеген жаңа нарық қатысушылары пайда болды, негізінен онлайн. Интернет ақпараттың гибриді түрлерінің таралуын арттыра отырып, барған сайын бытыраңқы хабар тарату салаларында басталған тенденцияны жеделдетті.

XXI ғасырдың басынан бастап АҚШ-тағы газет индустриясы цифрлық ақпараттық-технологиялық экономикаға көшудің салдарын сезініп, дәстүрлі жаңалықтар индустриясының экономикалық негіздері бұзылды. Оқырмандардың дәстүрлі медиаға жұмсайтын уақыты цифрлық медиа форматтарына ауысуына байланысты азайып келеді. 2020 жылы АҚШ-тың күнделікті газеттерінің ақылы таралымы 24 миллионға дейін төмендеді [7].

Газет өндірісі цифрлық ақпараттық-технологиялық экономикаға көшуінің салдарынан бұрыннан қалыптасқан дәстүрлі жаңалықтар өндірісінің экономикалық негіздері бұзылды.

XX ғасырдың көп бөлігінде АҚШ баспасөзі жарнама берушілерге сүйенді, бірақ жылдар бойы сенімді қаржыландыру көзі болып келген жарнама цифрлық дәуірде басқа форматқа ауыса бастады. Жарнамадан түсетін кірістер, әсіресе салалық жарнамалардың көлемі азайды. Pew зерттеу орталығының мәліметі бойынша, 2005 және 2020 жылдар аралығында жаңалықтар шығарушылардың жарнамадан түскен табысы шамамен 50 миллиард доллардан 8,8 миллиард долларға дейін төмендеді, бұл 80 пайыздан астам деген сөз.

2020 жылы Америка Құрама Штаттарының Бағалы қағаздар және биржалар жөніндегі комиссиясының (SEC) мәліметтері бойынша, 50

жылда алғаш рет американдық газеттер жарнамадан гөрі айналымнан көбірек ақша тапты. Айналым түсімдерінің тұрақтылығын сақтай отырып, жарнамадан түсетін түсімдердің тұрақты төмендеуі байқалды. Жарнамадан түсетін пайданың түсуі американдық баспасөздің таралымының айтарлықтай төмендеуіне әкеледі. Газеттер онлайн басылымдарға жазылуды көбейту арқылы таралым деңгейін ұстап тұруға тырысады. Шындығында газеттердің интернетпен бірге-бірге бірігу процесі жүріп жатыр. Сандық немесе баспасөз жазылымдарын сатып алатын тұтынушылардан түскен айналымнан түскен табыс 11,1 миллиард долларға жетті (салыстыру үшін газет индустриясы 2019 жылы жарнамадан 8,8 миллиард доллар табыс тапты). Салыстыру үшін 2006 жылы газеттің жарнамадан түскен табысы 49,3 миллиард долларды құрады [8].

Газеттердің жаңалықтар бөлімдеріндегі журналистер саны қысқартылды. Pew мәліметтері бойынша, 2006 және 2020 жылдар аралығында газеттер жұмыс күшінің 40 пайыздан астамын қысқартты. Осылайша, 2006 жылы американдық газеттердің редакциясында 74 410 адам жұмыс істеді және бұл көрсеткіш өткен жылдармен салыстырғанда соңғы өсім болды. 2020 жылы редакцияда 30 820 адам жұмыс істеді. Сол кезеңмен тұспа-тұс цифрлық технологияларға негізделген редакцияларда жұмыспен қамту 82 пайызға артып, жаңадан 6100 жұмыс орны ашылған [9].

АҚШ-тағы күнделікті газеттердің жалпы таралымы 1980 жылдардың аяғындағы шамамен 63 миллионнан 2018 жылы 31 миллионға дейін төмендеді. АҚШ газеттерінің жарнамадан түскен табысы да 2005 жылы 49 миллиард доллардан 2017 жылы 17 миллиард долларға дейін төмендеді. Редакция саны 2006 жылы 74 410 болса, 2017 жылы 39 210-ға дейін, яғни 47%-ға қысқарды [10].

Бүгінгі таңда АҚШ-тың газет саласы терең құлдырауда. XXI - ғасырда цифрлық дәуірдің келуімен барлық газеттер экономикалық дағдарысқа тап болды, өйткені оқырмандар ақпарат көздерін іздеу үшін Интернетке жүгінді, ал жарнама берушілер оның соңынан ерді.

10 жыл ішінде (2011 жылдан 2021 жылға дейін) АҚШ-та ұялы байланыс арқылы медианы қолдану 460%-ға өсті – тәулігіне 45 минуттан 252 минутқа дейін. 2021 жылы АҚШ-тағы ересектер арасында медианы жалпы тұтыну тәулігіне шамамен 666 минутты немесе 11,1 сағатты құрады, бұл 2011 жылмен салыстырғанда 20,2%-ға жоғары [11].

Елімізде 2018-2020 жылдар аралығында 300 газет жабылып, газетте жұмыс істеген 6 мыңға жуық журналист жұмыссыздар армиясының қатарына қосылды, газеттердің таралымы 5 миллион данаға қысқарды.

2004 жылы Америка Құрама Штаттарында шамамен 8 891 газет болды, оның ішінде 7 419 күнделікті немесе апта сайынғы басылымдар және 1 472 күнделікті газет (аптасына төрт немесе одан да көп рет шығады), 2020 жылға қарай 6 736 газет (тиісінше 5 476 және 1 260) қалады. 2019 жылы Янгстаун (Огайо) қаласы 150 жылдық тарихы бар жергілікті газеттің жабылатынын жариялады.

Ол жақтағы газеттердің төрттен үш бөлігінің таралымы 15 000 данадан аспайды. 2004 жылдан бері газетінен айырылған 1800-дей жергілікті қауымдастық Интернеттегі жергілікті жаңалықтар сайты немесе жергілікті радиостанция сияқты кез келген жергілікті жаңалықтар көзіне оңай қол жеткізе алмайды.

2019 жылдың соңында АҚШ-та 6 700 газет болды, ал салыстырмалы түрде 2004 жылы 9 000-ға жуық болған. Қысқартудан аман қалған көптеген газеттер редакциялық бөлімдер мен оқырмандар саны күрт қысқарған «елес қағаздарға» айналды. Жазылушылардан да, жарнамадан да түсетін табыс азайып, соның салдарынан республикадағы 3143 ауданның және оларға теңестірілген аудандардың 200-де шағын және орташа қалалардың тұрғындары үшін ақпараттардың жалғыз әрі сенімді көздері – газеттер жойылып кетті, ал үштен екісінде жергілікті күнделікті газет жоқ.

2020 жылға қарай АҚШ-тағы 3000-нан астам округтің жартысында (2540 округ) бір ғана жергілікті газет болды, ол әдетте апта сайынғы газет. Тек үштен бірінің күнделікті газеті болды. 200-ден астам округте газет мүлдем болған жоқ.

## Нәтижелер

Соңғы екі онжылдықтағы цифрлық коммуникациялық технологиядағы өзгерістер АҚШ-тағы және дүние жүзіндегі жаңалықтар ландшафтын мәңгілікке өзгертті. Тарихи тұрғыдан Солтүстік Америка баспасөзінің қалыптасуы аймақтық принцип бойынша жүрді, елдің экономикалық және саяси дамуының негізін бастапқыда аймақтар – жекелеген штаттар мен аумақтар құрауына байланысты жергілікті (аймақтық) баспасөз белсенді дамыды. Елдің мұндай ерекшелігі ХХ ғасырдың ортасына дейін Құрама Штаттарда жалпыұлттық басылымдардың іс жүзінде болмауына әкелді. Жергілікті газеттер көп жылдар бойы көптеген аймақтардың медиа-экожүйелерінің орталығы болды. Журналистердің де, тираждың да жоғалуы жергілікті газеттердің ықпалының азайғанын көрсетеді және олардың цифрлық дәуірдегі қаржылық жағынан ұзақ мерзімді тұрақтылығына күмән тудырады.

Көптеген БАҚ зерттеушілері баспа және интернет-газеттердің демократия мен заң үстемдігінің сақшысы екенін атап өтеді. Газеттер азаматтарды ақпаратпен қамтамасыз етеді, өзекті мәселелерді шешу үшін қажетті топтарды жұмылдырады және мемлекеттік органдар мен корпорациялардың заңсыз әрекеттеріне немесе өкілеттіктерін асыра пайдалануына қарсы «қадағалаушы» қызметін атқарады. Өз кезегінде, АҚШ-та мемлекеттік органдар жергілікті денсаулық сақтау немесе қоғамдық тәртіп дағдарыстарын анықтау және қамту, экологиялық апаттардың әсерін бағалау және т.б. үшін жиі жаңалықтар хабарларына сүйенеді.

Газет индустриясындағы жаппай шоғырлану редакциялық және іскерлік шешімдерді газеттер орналасқан жергілікті қауымдастықтармен тығыз байланысы жоқ бірнеше ірі корпорацияларға ауыстырды. Зерттеушілер жергілікті жаңалықтардың негізгі көзі – жергілікті газеттердің құлдырауы мен ел азаматтарының саясатқа қатысу дәрежесінің төмендеуі арасында байланысты анықтады. Демократияның табысты болуы үшін азамат-

тар мен мемлекеттік басқару жүйесінің көлденең деңгейлері арасында өзара сенімнің жоғары деңгейін орнату және қолдау қажет екені белгілі болды.

COVID-19 пандемиясынан туындаған құлдырау АҚШ-тың баспа БАҚ нарығына қаты әсер етті. Жаһандық пандемия қазіргі қоғамдар үшін бұрын-соңды болмаған экономикалық, саяси және әлеуметтік салдарларды тудырды. Бұл сондай-ақ жұртшылықты ақпараттандыратын және оқытатын сенімді және объективті журналистикаға деген қоғамның қажеттілігін күшейтті және сонымен бірге қоғам мүшелеріне адам қоғамдарының жалған жаңалықтарға, қастандық теорияларына және жалған ақпаратқа қарсы қаншалықты қорғансыз екенін еске салды. Әлеуметтік медианы және басқа платформаларды көбірек пайдалану адамдарға көбірек дереккөздер мен «балама фактілерге» қол жеткізу-

ге мүмкіндік береді, олардың кейбіреулері ресми нұсқауларға қайшы келеді, жаңылыстырады немесе жай ғана жалған болып келеді.

### Қорытынды

Телевизия XX ғасырдың ортасында баспасөз жаңалықтарындағы төңкерісті жылдамдатқаны сияқты, XX ғасырдың соңы мен XXI ғасырдың басындағы цифрлық дәуір бұқаралық ақпарат құралдарына үлкен өзгерістер әкелді. Мобильді құрылғылар санының өсуі газеттерді сенімді ақпараттарды жылдам тарту үшін жаңа форматтарды іздеуге мәжбүр етті. Жаңа медиа дәуіріне бейімделуге дайын болу газет редакцияларына өздерінің бұрынғы мәртебесін сақтай отырып, АҚШ медиа индустриясында жоғары орындарды иеленуге мүмкіндік береді.

### Әдебиеттер

1. Zboray R.J., Zboray S.M. Reviewed Work: The Oxford History of Popular Print Culture, Volume 5: US Popular Print Culture to 1860 // *Early American Literature*. Vol. 55, No. 2, Special Issue: Beyond Recovery - University of North Carolina Press, 2020 - pp. 571-576. – URL: <https://www.jstor.org/stable/26973793> (Accessed: 2.09.2022).
2. “Publick Occurrences, Both Foreign and Domestic,” the First Newspaper Published in North America, Suppressed after a Single Issue. – URL: <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=400> (Accessed: 5.09.2022).
3. Introduction to print media. Mass communication – Module 2 – p.54. – URL: <https://nios.ac.in/media/documents/srsec335new/ch5.pdf> (Accessed: 8.09.2022).
4. History of the Printed Newspaper. – URL: <https://www.psprint.com/resources/history-of-the-printed-newspaper/> (Accessed: 7.09.2022).
5. Dittmar J., Seabold S. New Media and Competition: Printing and Europe’s Transformation after Gutenberg. - CEP Discussion Paper No 1600 January 2019 -London: Centre for Economic Performance London School of Economics and Political Science, 2019 – p.54. – URL: <https://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp1600.pdf> (Accessed: 8.09.2022).
6. United States History of American Newspapers (National Institute). – URL: [https://www.familysearch.org/en/wiki/United\\_States\\_History\\_of\\_American\\_Newspapers\\_\(National\\_Institute\)](https://www.familysearch.org/en/wiki/United_States_History_of_American_Newspapers_(National_Institute)) (Accessed: 20.08.2022)
7. Nossek H., Adoni H., Nimrod G. Is Print Really Dying? The State of Print Media Use in Europe // *International Journal of Communication* 9(2015) – p.6. – URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/3549/1306> (Accessed: 10.09.2022).
8. About Pew Research Center. – URL: <https://www.pewresearch.org/about/> (Accessed: 2.09.2022).
9. Study: Newspaper Circulation Revenue Surpasses Advertising. – URL: <https://www.usnews.com/news/business/articles/2021-06-30/study-newspaper-circulation-revenue-surpasses-advertising> (Accessed: 8.09.2022).

10. Report: Minority-Owned Media and the Digital Duopoly. – URL: <https://www.newsmediaalliance.org/report-minority-owned-media-and-the-digital-duopoly/> (Accessed: 15.09.2022).

11. Aran A. How Media Consumption Has Changed Over the Last Decade (2011-2021). – URL: <https://www.visualcapitalist.com/how-media-consumption-has-changed-in-2021/> (Accessed: 7.09.2022).

<sup>1</sup>G.M. Akseiit, <sup>2</sup>A.K. Kabdugaliyev

<sup>1</sup>L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

<sup>2</sup>S. Seifullin Kazakh Agro Technical University, Astana, Kazakhstan

### Features of the development of print media in the United States

**Abstract.** The article deals with the genesis - the history of the birth - of printed mass media in the United States of America (USA). The article reveals features of evolution and the reasons for the rise and fall of newspaper publications against the background of the formation and development of American statehood. The article considers the current state of the US media industry, the change in the role of traditional media in the digital age, and the problems and ways of further development of the «old» printed forms of mass communication in the US media space.

**Keywords:** mass media, genesis, evolution, cross-media, mass communications, information space, «inverted pyramid», Internet, social media.

<sup>1</sup>Г.М. Аксейит, <sup>2</sup>А.К. Кабдугалиев

<sup>1</sup>Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

<sup>2</sup>Казахский агротехнический университет имени Сакена Сейфуллина, Астана, Казахстан

### Особенности развития печатных масс-медиа США

**Аннотация.** В статье рассматривается генезис - история зарождения - печатных масс-медиа в Соединенных Штатах Америки (США). Выявлены особенности эволюции, причины расцвета и упадка газетных изданий на фоне становления и развития американской государственности. Рассмотрено современное состояние медиа-индустрии США, отмечено изменение роли традиционных СМИ в наступившую цифровую эпоху, определены проблемы и пути дальнейшего развития в медиапространстве США «старых» печатных форм массовой коммуникации.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, генезис, эволюция, кросс-медиа, массовые коммуникации, информационное пространство, «перевернутая пирамида», интернет, социальные медиа.

#### Автор туралы мәлімет:

**Ақсейит Г.М.** – филология ғылымдарының кандидаты, баспасөз және баспа ісі кафедрасының доценті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

**Кабдугалиев А.К.** – С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті, философия кафедрасының аға оқытушысы, Астана, Қазақстан.

**Akseiit G.M.** – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Printing and Publishing, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

**Kabdugaliyev A.K.** – Senior Lecturer, Department of Philosophy, S. Seifullin Kazakh Agro Technical University, Astana, Kazakhstan