Е. И. Медведева

Санкт-Петербургский государственный университет

Межэтнические коммуникации в СМИ Нью-Йорка

Последние медиаисследования, проведенные в США весной этого года, подтвердили: СМИ для нацменьшинств – самая быстрорастущая группа среди всех американских медиа. По исследованию В. А. Тишкова, в среднем 82% представителей различных национальных групп США читают, слушают и смотрят этнические СМИ.

На фоне растущего влияния прессы локальных сообществ различия между общенациональными газетами сглаживаются. По мнению американских издателей этнической прессы, сокращение доходов общенациональных медийных предприятий ведет к тому, что они теряют независимость, а это значит, что издания отдаляются от своих читателей и все меньше учитывают их интересы. Не говоря уже о читателях из этнической среды: они уверены, что только те издания, которые остались частью сообщества, отражают их интересы.

Наши медиаисследования этнической проблематики в общенациональных и русскоязычных СМИ Нью-Йорка позволяют утверждать, что этнический вопрос не достаточно полно освещен в общенациональной американской прессе. Самая популярная тема русскоязычных газет – это незаконные действия иммигрантов. Публикации в этих газетах создают негативный имидж представителей афроамериканской, еврейской и мусульманской диаспор; позитивный – членов китайской диаспоры.

Рост аудитории этнических СМИ – надежное свидетельство их устойчивости, какой бы кризис ни разразился. Но есть у этого процесса и оборотная сторона: треть жителей США обособлены от остальной страны, не стремятся интегрироваться, даже язык у них разный (за исключением афроамериканцев): недаром этническая пресса издается на языке своего сообщества. Захотят ли они стать частью той страны, куда эмигрировали, покажет ближайшее будущее. Но пока этническая пресса только увеличивает обнаруженный культурный и общественный разрыв.