

К концу XVIII в. издавалось 17 ежедневных газет, 200 изданий иной периодичности. Уцелели: «Глоб энд коммершал адвертайзер» и «Ивнинг пост». В названии газеты «адвертайзер» указывается на особую функцию газеты - быть местом различных торговых и других объявлений, что предшествовало коммерческой рекламе более позднего времени. Редакционные статьи очень краткие, незначительное количество объявлений, остальные новости, сплетни. Газеты не являлись органами массовой распространения информации. Рассчитаны на ограниченный круг читателей. Годичная подписка на ежедневные газеты стоила 8-10 долларов, это было дорого и никому не нужно.

1830-1840-е гг. - период трансформации прессы. Три фактора: перемены в социальной области, стимулировалось образование для широкой аудитории. Шло формирование самих газет в качестве предприятий прибыльного бизнеса, вводились технологические новшества. Первые издания рабочей прессы: «Журнимен, механикс адвокэйт», «Механикс фри пресс». Пресса была еще дорогим удовольствием. Чтобы увеличить тиражи, следовало удешевить газеты, пример - «Пенни-пресса» (стоила цент), «Дэйли ивнинг транскрипт» (1830 г., Бостон). Подписка стоила 4 долларов, но, увы, газета прогорела.

*Бенджамин Дей*, «**Нью-Йорк сан**», с 1833 г. - четырехполосная, небольшого формата, 1 цент, 30 тыс. экземпляров. Рассчитана на массы, т.е. малограмотных, читали ее 2 раза в день, утренний выпуск насыщен политической полемикой, а вечерний предлагал читателям материалы информационного характера. Стала публиковать вымышленную информацию, лживые репортажи, в которых уживались сенсационность и неправда. Печаталась на ручном станке. Были проблемы с распродажей тиража в розницу. Новости «человеческого» интереса.

Конкурент ее - «**Нью-Йорк геральд**» (1835) Редактор, издатель и журналист - *Джеймс Гордон Беннетт*

. Разная информация: международная, национальная и местная, что расширяло тематику публикаций. Беннетт получал материалы европейской печати, используя изобретение Морзе. Главная тема - уголовная хроника. Беннетт ввел финансовую рубрику, колонку писем читателей. Так начала развиваться бульварная пресса, т.к. на первый план вышли «истории человеческого интереса и эмоций». Первое журналистское расследование в американской печати также вышло в этом издании. Тираж достигал 20 тысяч. «Дело газеты - поражать». К газете относились как к чтиву, было много публикаций на сексуальную тему.

В 1867 г. «Нью-Йорк Сан» продана журналисту и издателю Чарльзу Дану. К середине 19 века выходит на полосах большого формата, но сохраняет тип газет малого формата, с большим количеством полос - так называемые «таблоиды». «Сан» был первым таблоидом, выходявшим на четырех полосах.

С 1851 г. - «Нью-Йорк дэйли таймс», существует и сейчас. Издатель - Генри Реймонд. «Построена на строгих принципах общественного служения». Часто меняет политическую ориентацию. Отличается большей респектабельностью, нет сенсаций. Многочисленное разнообразие рубрик, высокий литературный уровень и т.п. Залог правдивости - принцип независимости от различных партий. Главное для этой газеты - просвещение, нравственность, индустрия и религия, и принцип ответственности перед читателями.

Эдгар По: с 1835 постоянно занимается журналистской работой. Занимает пост редактора ричмондского литературного журнала. В США закладывает основы профессиональной журналистики и литературной критики. Его называли «критик с томагавком». Один из самых плодовитых, справедливых и бескомпромиссных критиков. Называл вещи своими именами и не склонялся перед авторитетами. Редактор в журнале «Грэм», написал хвалебную рецензию на американских поэтов.