

## СТРУКТУРНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРВОЙ ПОЛОСЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ ШВЕЦИИ (на материале газеты «Göteborgs-Posten»)

*И. В. Толстоногова*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
irenetolstonogoff@gmail.com*

Автор рассматривает особенности первой полосы современного регионального издания Швеции: дизайн, тематический охват и рекламу. В качестве материала исследования использовались титульные страницы крупнейшей газеты западного региона страны «Göteborgs-Posten» за период с 1 по 31 августа 2021 года.

**Ключевые слова:** региональная газета; первая полоса; дизайн; тематика; реклама; шведские СМИ; «Göteborgs-Posten».

## STRUCTURAL AND CONTENT CHARACTERISTICS OF FRONT PAGE IN SWEDISH REGIONAL NEWSPAPERS (on the material of the newspaper «Göteborgs-Posten»)

*I. V. Tolstonogova*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: I. V. Tolstonogova  
(irenetolstonogoff@gmail.com)*

The author discusses the special features of modern Swedish regional newspaper: its design, topics and advertisements. The research was carried out on the material of the newspapers «Göteborgs-Posten» chiefly distributed in western Sweden. The author has studied the front pages of the newspaper for the period from 1st to 31st of August 2021.

**Key words:** regional newspaper; front page; design; topic; advertisement; Swedish media; «Göteborgs-Posten».

Современная концепция шведской газетной индустрии представляет собой деление прессы на национальные издания (швед. rikstidning),

региональные издания (швед. *regionaltidning*) и местные издания (швед. *lokaltidning*). Следует отметить, что в Швеции популярность региональной и местной прессы очень высока. Так, из 10 ежедневных газет, являющихся лидерами по охвату читателей<sup>1</sup>, две газеты – региональные издания «Göteborgs-Posten» и «Sydsvenskan», и одна газета – местное издание «Mitt i Hela Stockholm». Поэтому очевидно, что опыт изучения шведской региональной прессы целесообразно применять для развития белорусских региональных СМИ.

По состоянию на 2021 г. в Швеции насчитывается более 170 местных и региональных изданий, большинство из которых выходят утром. В качестве материала настоящего исследования была выбрана крупнейшая региональная газета Швеции «Göteborgs-Posten».

«Göteborgs-Posten», или GP (досл. «Почта Гётеборга»), – ежедневная утренняя газета западной Швеции, которая выходит в Гётеборге. Ее популярность в последнее время растет. Такой существенный показатель, как охват читателей печатной версии газеты (в том числе и pdf-версии, которая доступна на сайте газеты по подписке), в 2019 г. составлял 217 тыс. человек в сутки, а в 2020 г. – уже 244 тыс. человек в сутки.

Печатная версия выходит 7 раз в неделю и включает две равные по объему части. Первая часть новостная, где приоритетное внимание уделяется местным новостям (новости города Гётеборга и его окрестностей) и региональным новостям (новости западной Швеции), а также содержатся основные национальные и международные новости. Вторая часть развлекательная под названием «Kultur&Sport».

В настоящем исследовании особое внимание уделено первой полосе газеты GP, т. к. именно она является «лицом» издания, дает читателю представление о самых интересных материалах номера и побуждает познакомиться хотя бы с некоторыми из них. Эмпирическая база включает 31 номер газеты GP и охватывает период с 1 по 31 августа 2021 г.

Композиционная схема первой полосы издания GP характеризуется визуальной целостностью, иерархичностью расположения и эстетическим цветовым оформлением всех элементов. Для изучаемой газеты характерно размещение на титульной странице крупного яркого качественного фото, которое играет ведущую роль по отношению к тексту и выступает визуальным элементом воздействия и информирования. При

---

<sup>1</sup>Данные по охвату читателей, которые здесь и далее используются в настоящем исследовании, представлены в отчетах за 2019 и 2020 гг. шведской компанией Kantar Sifo.

этом в большинстве случаев объектом фото является человек или группа людей. Такой выбор вполне понятен – читателю гораздо интереснее знакомиться с человеческими историями, чем с сухими фактами о происходящих в регионе событиях.

Кроме фото на первую полосу выносятся заголовки и лиды важнейших публикаций, текст которых размещен внутри номера. Таких публикаций в среднем шесть на полосе, из которых два материала являются главными: первый – с фото, второй – текстовый с крупным заголовком. На первую полосу выносятся также цитата дня из колонки редактора, наглядно это можно увидеть на рисунке (рис.).



Рис. Первые полосы газеты «Göteborgs-Posten» за 22, 25 и 29 августа 2021 г.

Тематический охват первой полосы очень разнообразен, при этом есть ряд тем, которые чаще всего появляются на первых полосах. Лидирующее место занимает **тема преступности** в регионе: экстремизм, шпионаж, употребление и распространение наркотиков, нападения, изнасилования, мелкие нарушения, а также борьба с преступными группировками, которых достаточно много в Гётеборге, и расследования и судебные разбирательства. На первый взгляд, факт того, что тема преступности занимает лидирующее место, может показаться странным, ведь Швеция является образцовой страной с высоким уровнем жизни, где живут счастливые люди (согласно докладу World Happiness Report 2021, Швеция входит в десятку самых счастливых стран в мире – 6 место). С нашей точки зрения, это целесообразно объяснить двумя факторами: 1) фактор негативной новости, которая вызывает сильные эмоции у читателей и привлекает внимание к первой полосе; 2) фактор обеспо-

коенности шведского общества ростом уровня преступности. Швеция – высокоразвитая страна, но она не застрахована от проблем, особенно учитывая миграционный кризис. Газета GP отражает общественное настроение, смело «говорит» о реально существующей проблеме и, более того, призывает местные власти к активным действиям по улучшению криминальной обстановки в западном регионе.

Несмотря на то что нами исследуется региональная газета, на первых полосах есть место и ведущим **мировым событиям**: пожары в Турции и Греции, доклад ООН по климату, ситуация в Афганистане и последующий двойной теракт в аэропорту Кабула, а также эвакуация шведских граждан из Афганистана, последствия военного переворота в Мьянме и Гаити и др. При подробном ознакомлении с публикациями нами отмечено, что при освещении мировых событий региональное издание не дублирует национальные газеты, а ищет свой подход к той или иной новости, например, в качестве эксперта привлекает ученого из местного университета и др.

Конечно, учитывая реалии современной эпидемиологической ситуации, на первой полосе достаточно много публикаций, посвященных **пандемии**. При этом речь в них идет не только непосредственно о медицинском аспекте – организация процесса лечения, вакцинация, тестирование, распространение инфекции в регионе, – но и о социальных вопросах, связанных с пандемией – продление коронавирусных ограничений, проблемы в экономике региона и государственная финансовая поддержка местным пострадавшим компаниям, оказание психологической помощи и др.

**Социально-значимые проблемы** также часто появляются на первой полосе: проблемы беженцев, нехватка кадров в охране и полиции, плохие условия труда у водителей городского транспорта, массовое сокращение людей в связи с закрытием предприятий, пособия и социальные выплаты, проблемы в домах престарелых и др. С нашей точки зрения, такие публикации могут быть интересны читателям не только данного региона, но и за его пределами.

В число приоритетных публикаций входят материалы, посвященные **культуре** региона: возрождение старого музея, репортажи с концертов и различных выставок, обзоры новых книг и др. Анализ титульных страниц показал, что в издании есть место не только негативным, но и позитивным новостям.

Отметим, что в газете на первой полосе присутствует и рекламный материал. Однако реклама размещена не в каждом номере: из 31 проана-

лизированной титульной страницы она была лишь на 16. Под рекламу отводится нижняя часть первой полосы. Она оформляется в постельных тонах и за счет этого не является навязчивой и гармонично «вписывается» в титульную страницу изучаемого издания. Рекламируются не товары, а действительно полезные сервисы и услуги: рестораны, компания по установке навесов для домов, железнодорожная компания, аукцион и др.

Таким образом, первая полоса регионального издания «Göteborgs-Posten» характеризуется визуальной целостностью и представляет собой титульную страницу с центральным фото, заголовками и лидами важнейших публикаций и цитатой из колонки редактора. Чаще всего на первой полосе появляются материалы, посвященные теме преступности, мировым событиям, пандемии, социально-значимым проблемам и культуре региона. Реклама на первой полосе размещена не в каждом номере, занимает нижнюю часть страницы, оформлена в одной цветовой гамме с остальными элементами и представляет действительно полезные сервисы и услуги.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ОПЫТ В ДИСКУРСЕ ЗАРУБЕЖНОЙ НАУЧНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ИСТОКИ И ПРЕДЫСТОРИЯ**

*О. В. Фарберович*

*Интернет-портал «Научная Россия»,  
НП «Международное партнерство распространения научных знаний,  
ул. Ленинские горы, 1/46, 119234, г. Москва, Россия,  
ladyovlada@yandex.ru, o.farberovich@scientificrussia.ru*

Рассмотрены характерные черты первых выпусков научно-популярных журналов «Технион» (TECHNION Souvenir Journal за 1942 г., Израиль) и «Макс Планк Форшунг» («MonattSpiegel» за 1972 г., Германия) – родоначальников научной журналистики, отражающих движение научной мысли немецкого и израильского академических сообществ. Выявлены намеченные закономерности журнальной информационной политики, определившие дальнейшую роль современных версий данных журналов в медиапространстве.

**Ключевые слова:** научный потенциал; научная журналистика; научно-популярные журналы «Макс Планк Форшунг» («MonattSpiegel», Германия) и «Технион» (TECHNION Souvenir Journal, Израиль).