

ГАЗЕТЫ НОВОЙ ВОЛНЫ: «МЕТРО»

Симпатичные молодые люди в фирменных кепках с надписью «Метро» в вестибюле петербургского метрополитена живо раздавали желающим газеты. Упрашивать никого не приходилось — газету буквально рвали из рук. Красивая, цветная, она издала привлекла внимание пассажиров. Так весной 1997 года началась в Санкт-Петербурге новая газета «Метро». Что это за издание, каковы его планы и перспективы — об этом мы поговорили с одним из учредителей газеты Виктором Натанссоном.



ВИКТОР НАТАНСОН:
«Газета «Метро» — это настоящий носитель информации конца XX века».

История питерской газеты «Метро» началась 2 года назад в Швеции. Внезапно на всех станциях стоковского метро появилась 4-полосная бесплатная газета «Метро». Через два года, то есть к 1997 году, газета «Метро» стала толстым (38 полос) и самым популярным в городе изданием, потеснив другие утренние газеты. Что же произошло?

Газета «Метро» использует работу информационных агентств, тех же самых, что и другие газеты. Внештатные корреспонденты газеты освещают те же события, что и другие газеты, — но сжато, доступно, иллюстрируя инфор-

мацию. Но при этом газета бесплатна. Через некоторое время после «запуска» газета стала выходить 2 раза в неделю, потом 3, и наконец — 6 раз в неделю. Результат очевиден — большинство стоковольцев, раньше читавших другие газеты, переключились на «Метро».

Саму газету делают всего 6 (!) человек. «Метро» нейтральна политически и социально. Факты — это информация для всех. Чтобы быть прочитанными, вечерние газеты в Стокгольме стали выходить утром. У утренних стоковольских газет остался последний плацдарм — воскресные выпуски — наиболее читаемые населением.

У питерской газеты доброе лицо

Виктор Натанссон — шведский гражданин, живет в Стокгольме. Россия — это страна, в которой он делает очередной бизнес. Есть такая профессия — создавать живые работающие предприятия для инвесторов. Для этого нужны идеи, умение предвидеть ситуацию на рынке и организаторские способности.

Петербургская газета «Метро» не связана со шведской одноименной газетой. Идея создания газеты в Санкт-Петербурге вынашивалась примерно год. Шведы, которым Виктор показывал первый выпуск газеты, сказали: «У вашей газеты доброе лицо». Доброе лицо, «белый» стиль в освещении событий, политическую и социальную нейтральность издателя «Метро» хотя и сохранить и впредь, считая, что именно это — стиль газеты будущего.

Печатается «Метро» в Выборге, в типографии «Карелия Принт», руководство которой под этот проект собирается покупать более мощное оборудование. Функции редакции и издателя выполняет питерское рекламно-информационное агентство «Северо-Запад». Учредители, по словам Виктора,

довольны работой коллег, в штате которых — молодые журналисты, не отягощенные опытом работы в старых СМИ. Их не нужно убеждать писать статьи, которые можно было бы прочесть за 3 минуты (максимальный размер материала, принятый в газете).

Сейчас «Метро» выходит раз в неделю тиражом 100 тысяч экземпляров. В начале лета планируется начать выходить 2 раза, а осенью 1997 — 3 раза. Планируется также постепенно поднимать тираж издания.

Под рекламу в «Метро» отведено 40% объема, в том числе последняя полоса, которая, по словам Виктора, очень хорошо работает в метро, потому что ее видят все.

Скоро в вестибюлях метро, по словам Виктора, на металлических барьерах появятся фирменные стеллажи «Метро» — отдельно на вход и на выход, с которых петербуржцы смогут сами брать полюбившуюся им газету.

A.H.



СПРАВКА О ГАЗЕТЕ

Телефон рекламного отдела газеты «Метро» (812) 167-1571



Жители Стокгольма читают бесплатную газету «Метро», заменившую им традиционные утренние издания.