



Пролог
 Национальная премия «Радиомания», начинавшаяся как смелый эксперимент в сфере радиовещания, превратилась сегодня в престижный и влиятельный бренд, стала закономерной вехой развития радиобизнеса.

Из достижений, вписанных в историю «Радиомании» за прошлые годы, можно привести следующие факты. Получить премию сразу в трех номинациях удавалось лишь единожды: в 2002 году русскоязычной радиостанции из Финляндии «Радио Спутник». По две номинации получали в разные годы радиостанции «Наше Радио 101,7», «Европа Плюс», «Маяк-24», «Радио России» и продюсерский центр «Профи».

Повышению качества отбора послужило изменение правил номинации в «Радиоманию». Если в первый год на конкурс могло быть заявлено любое число работ, то в 2003-м и 2004-м — не более трех. Данное ограничение позволило сосредоточить внимание жюри на самых сильных конкурсных проектах.

Каждый из членов жюри получал запись радиопрограммы и ставил оценку отслушанному материалу. Таким образом определялись финалисты конкурса, по три лучших проекта в каждой номинации.

В составе жюри представители крупнейших медиахолдингов, радиостанций, прессы, федеральных ведомств. Президент РМГ Сергей Архипов, президент ВКПМ Алек-

сандр Варин, президент радио «ХИТ FM» Борис Зосимов, генеральный директор «Радио России» Алексей Абакумов, зампредела ВГТРК Андрей Быстрицкий, шеф-редактор «Комсомольской правды» Владимир Мамонтов, певец и композитор Андрей Макаревич и другие авторитетные профессионалы — всего 31 человек. Каждый из них проделал огромную работу, отслушав десятки часов конкурсных материалов, прежде чем вынести свое решение.

Номинации
 В конкурсе «Радиомания 2004» приняли участие более 140 радиостанций. Солидный портфель представленных работ включал несколько сот проектов по 17-и номинациям:

1. Информационный ведущий
2. Музыкальный ведущий
3. Оформление эфира
4. Репортер
5. Информационная программа
6. Музыкальная программа
7. Спортивная программа
8. Публицистическая программа
9. Литературная программа
10. Просветительская программа
11. Детская программа
12. Юристическая программа
13. Радиосюжет
14. Радиосюжет
15. PR-проект
16. Рекламная кампания радиостанции
17. Публикация о радио

Отдельным пунктом шла 18-я номинация — «Радиолегенда», кото-

рая подразумевала не соревнование, а выражение признательности и уважения легендарным персонам радиомира.

Триумф
 Завершающая церемония «Радиомании 2004» вылилась в красочное и впечатляющее шоу. Она была открыта вступительным словом председателя жюри конкурса, президента МедиаСоюза России Александра Любимова. Ведущие Лолита Милевская, Андрей Малахов и Гарик Харламов развлекали зрителей, разряжая обстановку в зале своими шутками. Концертная программа изобиловала звездными именами: Газманов, Валерия, Долина, Жасмин, группа «Корни»... Но, как бы ни старались артисты, главный интерес собравшихся в этот вечер в ГКЗ «Россия» был обращен не к ним. Все с волнением ждали объявления лауреатов «Радиомании». Вот объявляется номинация «Юристическая программа».

В тройке финалистов «Шоу-Тайм Раисы Ивановны» («Радио Ультра», Москва), Юристический выпуск новостей «Бабкиньос» («Вико-Радио», Тольятти) и «Необыкновенное новогоднее представление» («Автораддио», Москва). Вскрывается конверт... Лауреат — «Автораддио»! На сцену

наша «Энергия FM»! Ее «Масяня на 104,2 FM» оказалась лучшей среди рекламных кампаний радиостанций, обойдя таких конкурентов, как «Музыкайф» (Радиостанция «Европа плюс» г. Москва) и «Максимум» (Радио Максимум, Москва).

Таким образом, Вещательная корпорация «Проф-Медиа» стала четырехкратным лауреатом, а «Автораддио» показало абсолютный результат: три премии из трех возможных. Таких успехов на «Радиомании» еще не добивался никто.

Говорят лауреаты
Сергей Тихонов, директор по промо-проектам ВКПМ
 Честно говоря, когда ехал на заключительную церемонию «Радиомании», никак не рассчитывал на такой триумф — довольно печальный опыт прошлых лет не давал места слишком радужным надеждам. В 2002-м, на первой «Радиомании», мы 7 раз попали в финальные тройки, но не взяли ни одной премии. Тогда у многих осталось чувство разочарования и недоумения. Но, как бы мы ни относились к этим результатам, не возникло и мысли о том, что можно обидеться и в дальнейшем игнорировать «Радиоманию». Нельзя жить в вакууме, вариться в собственном соку и пре-

дпо оценивать по заслугам. Если бы по правилам можно было участвовать более чем в 3-х номинациях, мы бы участвовали во всех, у нас ведь есть еще столько замечательных проектов!

Отмечу еще очень серьезную конкуренцию, которую встретила в номинации «PR-проект» наша «Дискотека 80-х». Там в тройке финалистов были «Золотой Граммофон» и «Бомба года». Победить таких сильных соперников — очень почетно!

Олег Ломовой, креативный директор ВКПМ
 3-я церемония «Радиомании» прошла просто, достойно и солидно — это хотелось бы отметить. Хотя я не слишком сведущ в таких номинациях, как, например, «Литературная программа» или «Информационный ведущий», но, даже по моему ощущению, попали в тройку финалистов и стали лауреатами самые достойные проекты. Тем более логично, что в трех престижных номинациях победили проекты «Автораддио», а известная своей яркой агрессивностью «Масяня на 104,2 FM» одержала победу в номинации «Рекламная кампания радиостанции».

«Микрофон», за который несую чисто персональную ответственность, — это премия «Необыкновен-



По номинациям. «Операция Утро» — однозначно лучшее утреннее радиосю в России, СНГ, а может и во всей Восточной Европе. То что «Музыкайф» получили «Радиоманию» во второй раз — это естественно. Если никто не придумает ничего лучшего, получат и в третий раз. Акции с Масяней «Энергия» смогла превратить в цельную эфирно-рекламную программу, в отличие от тех, кто пытался эксплуатировать творчество Олега Куваева до нас, производя какой-то суррогат. Радует, что «Новогоднее представление» получило заслуженную оценку, ведь «Автораддио» всегда отличалось юмором, причем хорошим, а не пошлым. «Дискотека 80-х» — это вообще эпохальный проект. Вся страна и даже некоторые зарубежные государства словно с цепи сорвались — наша идея по поводу находить развитие. Но главный итог «Радиомании 2004» — это то, что пресловутая «планка» поднялась еще выше. Надо соответствовать.

Александр Варин, президент ВКПМ
 По какой-то случайности я сел в зале на крайнее место около прохода. Если бы я этого не сделал, было бы трудновато выходить четыре раза на вручение «Золотого микрофона». Поначалу приглашение за наградой в первой из выигранных «Автораддио» номинаций было неожиданным, а потом как-то привык и дальнейшие три уже воспринимал как должное. А если серьезно, то победы нашего «Новогоднего представления» среди юмористических программ я действительно не ожидал. Отрадно, что не только радиослушатели и мы сами, но и авторитетное жюри сочло этот проект действительно смешным. Что же касается «Операции Утро», то я уверен, что многие члены жюри хорошо знают «Музыкайф» и являются их поклонниками, так что тратить много времени на отслушивание их конкурсных материалов, наверное, не пришлось. Очень порадовала награда, присужденная за рекламную кампанию «Масяня на Энергии». Помимо качества самой рекламной кампании, реально продвинувшей радиостанцию, я считаю, что большую роль сыграла проведенная на высоком уровне ее презентация. Это было отмечено всеми, даже конкурентами.

Заключительная церемония в нынешнем году была отменной — и концерт, и ведущие, и сценарий. Очень порадовала награда, присужденная за рекламную кампанию «Масяня на Энергии». Помимо качества самой рекламной кампании, реально продвинувшей радиостанцию, я считаю, что большую роль сыграла проведенная на высоком уровне ее презентация. Это было отмечено всеми, даже конкурентами.

Всеми признается авторитет и престижность этой премии. Что характерно — никем не были оспорены или поставлены под сомнение решения жюри. Конечно, в выборе лауреатов из каждой финальной тройки возможен субъективный момент. Но я считаю, что проекты, которые попали в эти тройки, — самое лучшее, что есть сегодня на радио. И очень почетно, что нас высоко оценили, что мы оказались лучшими среди достойных соперников.

Победа редко бывает случайной. Победа на «Радиомании», когда став жюри отвечает саму возможность разговора о не объективности, неслучайна вдвойне. Когда станции одной корпорации побеждают сразу в четырех номинациях, причем три из них являются ключевыми, можно говорить о реальном творческом лидерстве этой корпорации на сложившемся рынке, где основные конкуренты далеко не новички в радиобизнесе.

Конечно, получение стольких наград стало для меня неожиданностью. Но, с другой стороны, драматический рост рейтинга «Автораддио», появление «Радио Энергии», изменившее расстановку сил в сегменте радиостанций, нацеленных на молодую аудиторию, наши эфирные и внеэфирные спецпроекты — все это привлекло большое внимание общественности к деятельности холдинга. А это позволило профессионалам наконец-то по достоинству оценить креативный и организационный потенциал команды, который всегда был высок.

Когда премии одна за одной стали вручаться «Автораддио», все мы, конечно, вели себя адекватно: кричали, хлопали, вскакивали со своих мест. Это было невероятное чувство и облегчения от напряженного ожидания, и удовлетворения от проделанной колоссальной работы, и гордости за то, что наши уси-

люмом новогоднем представлении». И должен признать, что премия «Радиомании» является адекватной наградой за те гигантские усилия, которые мы все — сочинители и исполнители этого веселого безобразия — вложили в этот проект. Это 15 крепких юмористических программ, места смешных, местами гиперсмешных, разных, интересных, креативных, ярких. Был рад выйти на сцену вместе с президентом и схлопотать этот самый «Золотой микрофон».

Юрий Костин, вице-президент ВКПМ по связям с общественностью
 Победа редко бывает случайной. Победа на «Радиомании», когда став жюри отвечает саму возможность разговора о не объективности, неслучайна вдвойне. Когда станции одной корпорации побеждают сразу в четырех номинациях, причем три из них являются ключевыми, можно говорить о реальном творческом лидерстве этой корпорации на сложившемся рынке, где основные конкуренты далеко не новички в радиобизнесе.

Конечно, получение стольких наград стало для меня неожиданностью. Но, с другой стороны, драматический рост рейтинга «Автораддио», появление «Радио Энергии», изменившее расстановку сил в сегменте радиостанций, нацеленных на молодую аудиторию, наши эфирные и внеэфирные спецпроекты — все это привлекло большое внимание общественности к деятельности холдинга. А это позволило профессионалам наконец-то по достоинству оценить креативный и организационный потенциал команды, который всегда был высок.

Когда премии одна за одной стали вручаться «Автораддио», все мы, конечно, вели себя адекватно: кричали, хлопали, вскакивали со своих мест. Это было невероятное чувство и облегчения от напряженного ожидания, и удовлетворения от проделанной колоссальной работы, и гордости за то, что наши уси-

люмом новогоднем представлении». И должен признать, что премия «Радиомании» является адекватной наградой за те гигантские усилия, которые мы все — сочинители и исполнители этого веселого безобразия — вложили в этот проект. Это 15 крепких юмористических программ, места смешных, местами гиперсмешных, разных, интересных, креативных, ярких. Был рад выйти на сцену вместе с президентом и схлопотать этот самый «Золотой микрофон».

Юрий Костин, вице-президент ВКПМ по связям с общественностью
 Победа редко бывает случайной. Победа на «Радиомании», когда став жюри отвечает саму возможность разговора о не объективности, неслучайна вдвойне. Когда станции одной корпорации побеждают сразу в четырех номинациях, причем три из них являются ключевыми, можно говорить о реальном творческом лидерстве этой корпорации на сложившемся рынке, где основные конкуренты далеко не новички в радиобизнесе.

Конечно, получение стольких наград стало для меня неожиданностью. Но, с другой стороны, драматический рост рейтинга «Автораддио», появление «Радио Энергии», изменившее расстановку сил в сегменте радиостанций, нацеленных на молодую аудиторию, наши эфирные и внеэфирные спецпроекты — все это привлекло большое внимание общественности к деятельности холдинга. А это позволило профессионалам наконец-то по достоинству оценить креативный и организационный потенциал команды, который всегда был высок.

ТРИУМФ НА РАДИОМАНИИ



ГОРЯЧИЕ ГОЛОВЫ В ЭФИРЕ «ЭНЕРГИИ»

Морозова и Ржевский знают толк в «утреннем сексе», хороших книгах и велосипедах

Вот уже месяц в эфире радио «Энергия» звучат голоса ведущих утреннего шоу «Горячие головы». Гостевая книга на сайте www.energiya.ru переполнена восторженными отзывами слушателей, пожеланиями «так держать!» Что неудивительно, так как ведут программу Юлия Морозова и Михаил Ржевский – не просто классные диджеи, а по-настоящему обаятельные и творческие личности. Не секрет, что слушатели проявляют живой интерес к «горячим головам»: кто они, чем увлекаются, как отдыхают, почему никогда не бывают в плохом настроении и так мастерски умеют поднять это настроение с утра другим, даже когда и день, вроде бы, не задался с самого начала, да и погода подводит?

Мы встретились с Юлией Морозовой и Михаилом Ржевским, а также программным директором радио «Энергия» Романом Олеговым, чтобы поговорить, что называется, по душам.

Ржевский: Почему нас любят слушатели? Просто нам самим нравится то, что мы делаем в эфире, а когда это нравится – то и получается все! А в жизни мы самые обычные люди, как те, кто нас слушает. Свободное время проводим, наверное, так же, как и многие. Я люблю сходить в боулинг, кино, в барчик заглянуть, ну и, конечно, не остаюсь без внимания девушки...

Морозова: На велике он еще катается.

Ржевский: Да, у меня горный велосипед. Но это не значит, что я еду на нем по горам и по долам, – просто уж очень удобен он для города.

Морозова: Едет он, и никто не знает, что это – Михаил Ржевский!

Ржевский: Да я просто быстро еду, и меня не узнают – размыто изображение. Такие у меня интересы.

Морозова: А я среди них?

Ржевский: Ты где-то между, примерно 8-м и 9-м местами. Да нет конечно, Морозова, ты у меня на первом месте!

Морозова: Даже главнее велосипеда?..

Ржевский: Ну, по крайней мере, не хуже...
– **Что же скрывается под интригующими названиями эфирных рубрик, например, «Холодный душ»?**

Роман Олев: «Холодный душ», который мы устраиваем нашим слушателям в 7.20 – это игра, призванная разбудить с утра. Слушатель звонит в эфир, еще не зная, во что он будет играть, и как ушат холодной воды на голову, получает от диджеев задание, которое тут же должен выполнить. Например, 30 секунд без остановок и повторов говорить про арбузы. Вторая рубрика «Утренний секс» – импровизация в эфире на тему секса: игры, интервью, неожиданное освещение вопроса. Например, недавно бурную дискуссию вызвало обсуждение прав резиновых женщин.

– **Как же удается удерживать**

верный тон и не скатиться к пошлости, рассуждая в эфире про секс?

Роман Олев: Тема секса была одной из важнейших при подготовке утреннего шоу. Она волнует так или иначе всех, интересуют боль-

шество из нас, а для многих является интересом номер один – например, для молодых людей. Потому что, наши «горячие головы» говорят об этом так много – это даже очень хорошо. У них получается говорить о сексе без всякой пошлости. Это

великое искусство, когда люди говорят на эту тему, не стесняясь, совершенно спокойно и без вульгарностей, причем в то время суток, когда говорить об этом вроде бы как и не принято. И никто из слушателей ни разу нам не сказал: фу,

остальные рубрики вашего утреннего шоу?

Морозова: Давайте, я быстро пробежусь по всем. В 8.20 идет «Жёлтые карлики» – игры со звездами. Известному ар-



тисту или музыканту даётся неожиданное задание или задаётся неожиданный вопрос. К примеру, Катю Лель мы попросили рассказать про самое страшное похмелье в её жизни. 8.35 – «Белая горячка» – игры, интервью, опросы и разговоры на грани абсурда. 31 апреля, в день открытия столичных фонтанов, мы провели «открытие сезона

какая пошлость! Вот это действительно большое искусство.

– **А как же быть с признаниями вам в любви в прямом эфире?**

Ржевский: Когда Морозовой признаются в любви, я говорю, что она очень толстая!

Морозова: А я – что Ржевский курит, пьет и бабник!

– **А что из себя представляют**



фонтанчиков»: три слушателя-участника пускали фотнотанчики в эфире – кто дольше. В 9.20 – «Труженики секса» – опять всё на тему секса (похоже на «Утренний секс», с участием слушателей или знаменитостей). 9.35 – «Ни свет, ни заря...» – игра из дорожной рубрики. Как правило, участвуют 2 человека, которые стоят в разных пробках на улицах Москвы и которым скучно. Игры типа: кто больше вспомнит и споёт песен про небо, кто назовёт больше самых невкусных блюд из пионерлагеря.

– **Что еще, кроме пионерских воспоминаний, греет душу «горячих голов»? Какие книги, какую музыку любите?**

Ржевский: Вот купил и вам очень рекомендую! Хавьер Мориа – отличный испанский писатель, по-хорошему интеллектуальный, у него классный стиль. Это третий его роман «Все души», который я с удовольствием буду читать. Вообще у меня к книгам физиологическая любовь! Понимаете, о чем я говорю?.. А из музыки предпочитаю, с одной стороны, старые песни, на-

писанные в 50–60 годах, по стилю они между джазом и поп-музыкой. С другой стороны, увлекаюсь инди-роком, очень мрачной музыкой. Можно сказать, во мне сочетаются прямо противоположные музыкальные вкусы.

Морозова: К музыке я отношусь спокойно, специально ничего не слушаю, хотя могу под настроение и Верку Сердючку послушать и «Король и шут», «Пятницу» – вообще что-нибудь их махровой попы.

– **Ребята, у вас довольно напряженный график работы: надо успеть к утреннему эфиру, а он начинается в семь. Как выдерживаете?**

Ржевский: Да, вставать приходится рано. В семь уже начинается эфир, который надо держать до десяти. И нельзя показывать, что ты не выспался, что у тебя настроение может быть плохим. Спать ложусь в одиннадцать. Поэтому в выходные люблю подряхнуть подольше. Конечно, нелегко быть «жворонком», с участием слушателей или знаменитостей). 9.35 – «Ни свет, ни заря...» – игра из дорожной рубрики. Как правило, участвуют 2 человека, которые стоят в разных пробках на улицах Москвы и которым скучно. Игры типа: кто больше вспомнит и споёт песен про небо, кто назовёт больше самых невкусных блюд из пионерлагеря.

– **Что еще, кроме пионерских воспоминаний, греет душу «горячих голов»? Какие книги, какую музыку любите?**

Ржевский: Вот купил и вам очень рекомендую! Хавьер Мориа – отличный испанский писатель, по-хорошему интеллектуальный, у него классный стиль. Это третий его роман «Все души», который я с удовольствием буду читать. Вообще у меня к книгам физиологическая любовь! Понимаете, о чем я говорю?.. А из музыки предпочитаю, с одной стороны, старые песни, на-

писанные в 50–60 годах, по стилю они между джазом и поп-музыкой. С другой стороны, увлекаюсь инди-роком, очень мрачной музыкой. Можно сказать, во мне сочетаются прямо противоположные музыкальные вкусы.

Интервью провел Константин Липихин

ВСЕ НА АВТОРАДИО! СУПЕРФИНАЛ!

Игра для самых азартных! Хочешь выиграть иномарку? Слушай «Авторадио»!



29 мая суперфинал акции «Все на Авторадио!» В суперфинале примут участие 12 претендентов. Ставка участника – его автомобиль (он должен быть на ходу и принадлежать лично участнику игры). Финал состоится на Тушинском аэродроме. Автомобили финалистов будут утилизированы. И только один из участников станет обладателем джипа «Шевроле Тахо» стоимостью 70 тысяч долларов. Именно такую награду 29 мая получит один из двенадцати участников финальной акции «Авторадио».

Уже известны первые суперфиналисты, претендующие на суперджип и поставившие на кон свои автомобили. Елена Подосенова, автомобиль «Москвич 2141» 1998 года выпуска, с пробегом 90 тыс. км. Как призналась Елена, конечно, она волнуется, но шанс, который предоставляет «Авторадио», дает ей возможность не сомневаться в победе.

Николай Морозов пожертвовал «Фольксваген Пассат» 1987 года выпуска, с пробегом 200 тыс. км. Говорит, что не боится рискнуть, чтобы стать претендентом на обладание суперприза от «Авторадио». Конечно, как и любому человеку, ему немного жаль утилизировать свой автомобиль, но суперприз от «Авторадио» стоит того.

Для тех, кто не совсем понимает или не знает, какой приз разыгрывается в эфире «Первого автомобильного», поясним в двух словах – крутой джип, в котором есть абсолютно все. Все – это значит, что в нем можно в буквальном смысле слова жить! Вы не верите? Еще бы! Но спросите у специалистов, что такое «Шевроле Тахо», и они вам скажут, что дело даже не в цене. Просто это автомобиль-мечта! На таком джипе можно ездить по любому бездорожью и по любой дороге с максимальным комфортом! Пятилитровый двигатель, «неубиваемая» подвеска, салон, от которого дух захватывает...

Следующий автомобиль против «Шевроле Тахо» выставил Валерий Некрасов. Его «АВ-24» 1982 года выпуска, с пробегом 80 тыс. км. поражает как своим внешним видом, так и внутренним ходовым содержанием. Единственным изъяном явилось то, что корпус немного под-

портила ржавчина, которая, как шампанское, окатила белую и гладкую поверхность машины желтыми брызгами. В остальном «Волга» сохранилась практически в своем первозданном виде: и красная обивка салона, и радио, и двигатель – все в отличном состоянии. Даже молдинги блестят, как новые! Валерий Некрасов признался «Мурзилкам», что всю жизнь ждал такого шанса и поэтому бережно хранил свою двадцатидвулетнюю «Волгу».



Геннадий Сенчинов пригнал на «Авторадио» свой «ВАЗ 2101» 1972 года выпуска, с пробегом 250 тыс. км. Геннадий сообщил, что автомобиль ему дорог как память, потому что десять лет из тридцати двух «копейка» принадлежала ему. Он за ней ухаживал до последнего момента и использовал как семейный автомобиль. Особенной любовью к машине прониклась собака Геннадия, потому что она могла путешествовать, растянувшись во весь рост: в автомобиле отсутствует правое пассажирское сиденье.

Другой претендент Дмитрий Ермаков считает, что его «ВАЗ 2108» 1997 года вы-

пуска, с пробегом 96 тыс. км также достоин суперприза. Несмотря на то, что из всех представленных ранее автомобилей его «Лада» моложе других, автомобиль, судя по обширному ражам дырам, повидал многое. Сам участник суперфинала акции честно признался, что немного отказывал тормоза, но автомобиль заводился и находится вполне в рабочем состоянии.

К сожалению, эксперты и руководители «пункта приема автомобилей «Авторадио» не засчитали одну ставку, от радиослушателя Владимира Королева. Как следует из правил, участвовать в конкурсе могут только автомобили в рабочем состоянии. «Пятерка» же, которая должна была стать шестой ставкой против «Шевроле Тахо», не смогла доехать до студии «Авторадио».

А вот Алексей Меренков из подмосковного города Клин доехал до нашей студии на своем «ВАЗ 2109» 1992 года выпуска, с пробегом 62 тыс. км. Алексей долго не мог поверить в свою удачу. Он готов выставить свой автомобиль, чтобы участвовать в суперфинале акции «Все на Авторадио!», ведь такой шанс выпадает раз в жизни!

Еще одной машиной, прошедшей приемку для суперфинала, была «Волга 2401» 1975 года выпуска с нештучным пробегом в 200 тыс. км. Братья Безбородовы, которые пригнали эту машину на площадку «Авторадио», поделились с Татьяной Гордеевой небольшим секретом: у машины по дороге сломался бензонасос. Починить его, по их словам, нет проблем, но при демонстрации машины перед ведущими «Операции Утро» братьям пришлось вручную наливать бензин в карбюратор.

Наши слушатели не пожалели свои автомобили, чтобы испытать судьбу и попробовать выиграть в супер-игре! Напомним, что проигравший своего любимца назад не получит – все машины будут утилизированы и отправлены на свалку. Одиннадцати финалистам достанутся утешительные призы. Но один счастливчик станет обладателем автомобиля-мечты. И его мечта станет реальностью в супер-игре «Авторадио»!

НОВОСТИ

ПОПОЛНЕНИЕ СЕТИ «АВТОРАДИО»



Региональная сеть «Авторадио» получила в мае очередное пополнение. 1 мая заработал передатчик в г. Мичуринск Тамбовской обл. (частота 106,7 МГц). 5 мая «Автора-

дио» пришло в Воронеж, там его можно слушать на частоте 103,4 МГц. 7 мая авторадийное вещание началось в столице Республики Тыва городе Кызыл (частота 101,9 МГц). А 17 мая к семье вещателей «Авторадио» присоединился Тамбов (102,9 МГц). Таким образом аудитория, охватываемая сигналом «Авторадио» в России выросла в мае более чем на полтора миллиона человек. Пусть как можно больше из них станут постоянными слушателями «Авторадио»!

ПОЗДРАВЛЯЕМ ИМЕНИННИКОВ

В мае отмечают годовщину начала вещания четыре региональные станции. 7 мая первый день рождения у «Авторадио – Серпухов» (генеральный директор Алексей Саводёров, главный редактор Игорь Доставкин, программный директор Татьяна Кордюкова). 17 мая два года исполняется «Авторадио» в Самаре (генеральный директор Валерий Кокнаев, директор Ксения Богусонова, программный директор Алексей Ягунов). 24 мая три года «Авторадио – Оренбург» (директор Раиса Кравченко, программный директор Михаил Леонтьев, зам. директора по спецпроектам Ирина Кеменова). И 28 мая первая годовщина вещания «Авторадио» в г. Сальск, Ростовской области (генеральный директор Анатолий Максак).

Поздравляем именинников и желаем им удачи и процветания!

1-е СОВЕЩАНИЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА ВКПМ

24 мая в московском «Президент-отеле» прошло 1-е совещание топ-менеджмента Вещательной корпорации «Проф-Медиа». Перед собравшимися с приветственным словом, а также расширенной презентацией структуры и планов развития ВКПМ выступил президент корпорации Александр Варин. Доклады по своим направлениям работы сделали вице-президенты и директора департаментов, руководители радиостанций холдинга. Были обсуждены вопросы стратегии корпорации, определены основные цели и направления ее развития. Большое внимание на совещании было уделено программной, маркетинговой и региональной политике, а также дальнейшему продвижению брендов ВКПМ.

НОВЫЕ ПРОГРАММЫ «ЭНЕРГИИ»

С 1 мая в эфире радиостанции «Энергия FM» появились следующие программы: «Электрика» (выходит в ночь с пятницы на субботу, ведущий диджей Иван Рудык), авторская программа диджея Шмеля «Полет шмеля» (выходит в ночь с субботы на воскресенье), а в ночь воскресенья на понедельник в эфире новая программа «Чума», которую

представляет культовый персонаж Рунета Масяня и ее соведущий бойфренд Хрондель. По мнению директора программы «Энергия» Романа Олегова, эти новинки линейки программ призваны сделать ночной эфир радиостанции более «клубными». «Думаю, что настоящие клуберы это обязательно оценят», – сказал Роман Олегов.

РЕЙТИНГИ

апрель 2004 г.

Объем аудитории радиостанций

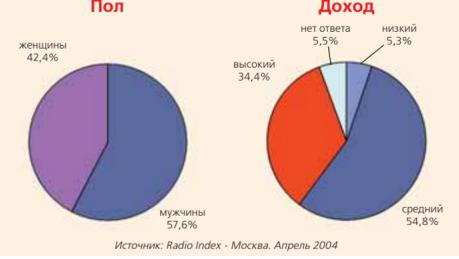
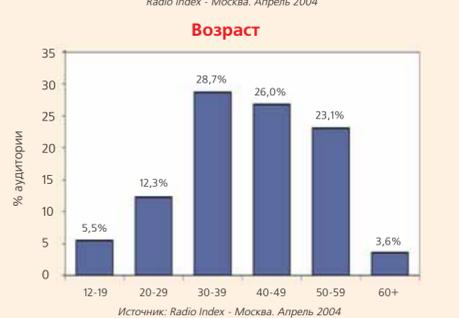
РАДИОСТАНЦИИ	Ежедневная аудитория тыс. чел.	%	Ежедневная аудитория тыс. чел.	%
Русское Радио	1070,7	14,2	2482,7	32,9
Авторадио	763,6	10,1	1819,7	24,1
Европа Плюс	732,1	9,7	1805,1	23,9
Радио Шансон	621,9	8,2	1476,4	19,6
Ретро FM	588,2	7,8	1456,9	19,3
Динамит FM	566,4	7,5	1388,5	18,4
Радио 7	549,8	7,3	1402,5	18,6
Эхо Москвы	517,8	6,9	945	12,5
Love Радио	476,4	6,3	1241,1	16,5
Наше время на МВ	473,3	6,3	1127,4	15
Наше Радио	392,5	5,2	927,4	12,3
Ультра	368,4	4,9	805,3	10,7
Первое Популярное Радио (Полса)	362,3	4,8	820,5	10,9
Maximum	362	4,8	927,6	12,3
Русское Радио - 2	360,4	4,8	907	12

Radio Index - Москва. Февраль - Апрель 2004

Слушание радио в автомобиле

РАДИОСТАНЦИИ	Ежедн. аудит. тыс. чел.	Ежедн. аудит. тыс. чел.
All Radio	3008,3	1502,3
Авторадио	1157,7	439,8
Русское Радио	805,9	227,6
Радио Шансон	620,3	196,4
Европа Плюс	613,2	193,1
Ретро FM	549,4	196,5
Динамит FM	547,7	172,7
Наше время на МВ	410,4	117,2
Радио 7 - на семи холмах	404,8	115,2
Серебряный Дождь	394,8	143,5
Энергия 104.2 FM	372,9	154,6
Maximum	361,7	114,6
Love Радио	340,9	84,2
Первое Популярное Радио (Полса)	319,1	98,8
Ультра	309,7	100,2
Наше Радио	236,6	77,5

Radio Index - Москва. Апрель 2004



ДЕНЬ ПОБЕДЫ

«Авторadio - Сочи»



«Спасибо, «Авторadio», что вы вспомнили о нас, тех, кто 4 года войны день и ночь работал в сочинских госпиталях. Теперь, как видите, многие остались одни, а некоторые и встать-то не могут...»

Великая Победа уходит всё дальше в историю. Всё меньше среди нас участников тех эпохальных событий...

нашу Родину. В этот день ветераны Великой Отечественной войны, забыв про болезни и старые раны, дружными шерегами направляются к Мемориалу, чтобы почтить память не вернувшихся с полей сражений товарищей...

тесью вокруг! Возможно, где-то рядом с вами живёт пожилой заслуженный ветеран, и для него ваша помощь, даже просто сочувственные слова значат очень много.

Когда возле их домов останавливалась машина «Авторadio», эти поблёкшие сединами старики бывали по-юношески взволнованы и удивлены. Громко, на всю улицу мы чествовали их, героев-победителей Второй Мировой, дарили цветы, конфеты, шампанское, вручали подарки спонсоров: сувениры от магазина «Жель», торты от кафе-кондитерской «Прага».

А слушали «Авторadio» вместе с нами переживали эти незабываемые минуты открытий, радости, а порой глубокой боли. Здоровья вам, дорогие ветераны!

ЗАБАЙКАЛЬСКАЯ АРИФМЕТИКА

«Авторadio - Улан-Удэ»



Задача: из пункта «А» в пункт «Б» выезжает автомобиль. Спрашивается: сколько литров пива получит этот водитель, добравшись до пункта назначения?

Если вы затруднились с ответом, значит, не живёте у нас в Улан-Удэ. Потому, что в нашем городе каждый знает: 18! Ведь именно такой приз – восемнадцатилитровую бочку с пивом получает победитель популярной ежедневной игры «Перехват» на «Авторadio».

Сегодня мы единственная радиостанция в городе, эфир которой настолько автоматизирован, что количество ошибок, вызываемых человеческим фактором, минимально. Когда мы вступили в борьбу за качество вещания, многие сомневались: стоит ли тратить на неё столько усилий и средств?

под танцевальную музыку конца двадцатого века. На «Авторadio Улан-Удэ» грянули Culture Beat, Кар-Мэн, Dr. Alban, Технолога, Snap, Шура, Dereche Mode, Русский Размер, MC Hammer и другие мастера техно- и евродэнса.

Результат превзошел все ожидания! Создалось впечатление, что все очень долго ждали именно такую программу. «Дискотека 90-х» играла повсюду: в ресторанах, летних кафе, в маршрутных такси, в университетах. Теперь и среди тех, кому от 30-ти до 40-ка «Авторadio» на беспорочном первом месте.

Для тех, кому нравится наша арифметика, приведем еще один пример: среди мужчин доля слушателей «Авторadio» составляет 36%, владельцев отечественных автомобилей – 38%, а среди владельцев иномарок – целых 45%. По всем этим показателям «Авторadio» держит в регионе абсолютное первое место, опережая «Русское радио», «Европу Плюс» и независимую местную радиостанцию «Пулс Радио».

Конечно, впереди у нас еще много работы, ведь удержать за нами горизонт труднее, чем на этот верх забраться. Конкуренция не дремлет, но жизнь тем и интересна, что всегда ставит новые задачи. А про наше «Авторadio Улан-Удэ» уже можно сказать: решать задачи научились, можно переводить в следующий класс.

ПОДАРИ УЛЫБКУ

«Авторadio - Оренбург»



Традиции – дело хорошее. Но к традициям привыкаешь, и тогда кажется, что уже и жизнь стоит на месте, замерев в сонном ожидании.

У нас такого не будет никогда! – решил коллектив «Авторadio - Оренбург». Было это три года назад, когда мы только начинали.

И с тех пор чего только не было в нашем радиозфире! Шутки, розыгрыши, веселье. А какие подарки, начиная от простых сувениров и заканчивая автомобилями! Концерты и своих оренбургских артистов, и звезд эстрады, которых знает вся страна. Грандиозные шоу собрали более 5 000 зрителей!

Праздничные акции вырывались из объятий родного города на широкие просторы Оренбуржья. И что самое приятное – из года в год все это развивается по нарастающей! Вспомни хотя бы только прошлый годний фестиваль радиостанций в г. Орске. Редакция «Авторadio - Оренбург» разыграла среди зрителей пятилитровую бочку бензина и продавала всем желающим пиво – по 12 коп. за банку!

нестя такое количество девушек! Стремясь попасть в эфир, некоторые даже шли на подлог – их истории оказались придуманными. Хотя в условиях конкурса мы ясно дали понять: «лица до 18 лет не...» – это не остановило напыления совсем юных претенденток, которых также пришлось отправить домой. Ведь в некоторые страны несовершеннолетних девушек не пускают без сопровождающего лица. А путевка-то на одного человека. Были и такие, кого в последний момент отпустила перспектива публикации их фотографий в газету и в Интернете.

Мы каждый день наблюдали, как растут или падают рейтинги финалисток. А 29 апреля все 14 участниц конкурса собрались в редакции «Авторadio - Оренбург», чтобы избрать двух суперфиналисток. И уже между ними в прямом эфире была разыграна та самая воледеленная путевка в шикарный отель на берегу моря, где «самая красивая, самая привлекательная» сможет окупиться в море приятных эмоций и удивительных приключений в далекой экзотической стране.

Победительницей стала Малышкина Татьяна. Именно ей судьба вручила наш замечательный приз! Тане досталось увлекательное путешествие, а огромный баннер с ее фотографией украсил центральные улицы нашего города Оренбурга.

Мы надеемся, что в жизни у неё всё сложится хорошо, и улыбка на её лице больше не погаснет никогда. А профессиональные портфолио, которые останутся у всех участниц конкурса, помогут им в дальнейшей карьере.

Закончился очередной проект в нашем эфире. Удался ли он? Об этом судить не нам, а радиослушателям, на лицах которых, может быть, тоже заиграла улыбка. А «Авторadio - Оренбург» – готовится отпраздновать свое трехлетие очередным грандиозным шоу – «Дискотекой 80-х»! Об этом празднике мы обязательно расскажем и читателям газеты «Авторadio».

До встречи в эфире!

«ДЕТРОЙТ» НА ВОЛГЕ

«Авторadio - Тольятти»



В радиозфире города Тольятти, снискавшего славу кочетственного Детройта, где каждый третий житель – автовладелец, «Авторadio» вписалось настолько органично, что сейчас даже не верится: всего год назад по утрам звучало не «Мурзилка» и нельзя было узнать каждые полчаса, где подстерегает дорожная пробка.

До появления «Авторadio» тольяттинский FM-диапазон в основном был нацелен на молодежную аудиторию. Поэтому открытие в автомобильной столице радиостанции, ориентированной на взрослого слушателя, было встречено окружающими с энтузиазмом.

Ныне приехав в Тольятти и не ощутив присутствия здесь «Авторadio» попросту не получится. Привычно колесит по городским магистралям такси и маршрутки, украшенные авторадийными звездами. А с недавнего времени на заднем стекле машин начали появляться и знаки отличия наших народных корреспондентов – наклейки Авторadio-клуба.

ли с генеральным директором «Авторadio - Тольятти» Владимиром Анисимкиным. - Сейчас в тольяттинском эфире «Авторadio» достаточно много уже полюболюбившихся программ. Одной из визитных карточек является проект «Народные пробки». Каким образом удалось организовать работу народных корреспондентов?

Год – это много или мало? Наверное, дело не во времени, а в том, сколько за это время сделано. Показателем же востребованности радиостанции являются не только радиочисла рейтингов. Любая акция, проводимая под эгидой «Первого автомобильного», становится событием для города, жители которого, кажется, давно привыкли к разнообразному шоу.

В.А.: В Тольятти достаточно автомобилистов, которые не только любят свой город, но и занимают активную жизненную позицию, они неравнодушны к проблемам окружающих. В эфире звучат позывные «Витек на черной кошке», «Монстр», «Блондинка за рулем», «Сладкоежка» и многие другие, это реальные люди, которые объединились в Авторadioклуб. Цели, которые ставят перед собой наркеры, у меня лично вызывают глубокое уважение. Они решили своим примером доказать, что соблюдать правила на дороге нужно не умозрительно, а на деле. Для Тольятти это тема очень актуальная. Кроме того, в планах – общение с автомобилистами из других городов, совместные проекты с ГАИ. Было очень приятно, что на открытие Авторadioклуба Юра Гейко привез из Москвы приветственное письмо от Кириленко, начальника автоинспекции России.

О том, каким был этот путь длиною в год, мы побеседовали

с определенное братство людей, объединенных общими целями, идеями. И мы, «Авторadio», всех их с радостью называем своими друзьями. - Если говорить о друзьях, хотелось бы узнать, кого еще Вы можете включить в этот почетный список?

В.А.: Дружба – это способность к совместной деятельности, к общему созиданию. Как известно, друзья познаются в беде. В канун Нового года мы решили помочь тем, кому рано пришла беда: «Авторadio» проводило благотворительную акцию, чтобы подарить праздничным ребятам из детских домов города. Низкий поклон людям, которые откликнулись на наш призыв. Знаете, никакими словами не передать то, как детские глаза наполняются радостью от элементарного внимания и доброго слова. Когда ребенок берет тебя за руку и не отпускает, показывает подарки, спрашивает: «А правда, Дед Мороз настоящий?» – понимаешь, что все это не напрасно.

- Владимир Анатольевич, как Вы оцениваете результаты первого года работы, и что считаете своим главным успехом за этот период?

В.А.: Конечно, год – это только самое начало пути. Тем не менее, заложена та основа, на которой будет строиться дальнейшая работа. Главный успех для меня в том, что на «Авторadio» удалось собрать не просто рабочий коллектив, а команду единомышленников. Люди приходят на работу не для того, чтобы пробить

«от звонка до звонка» и получить зарплату. У всех есть стремление расти профессионально. Каждый знает, зачем и для кого работает. Иначе ничего бы не получилось, ведь радиовещание – это та сфера деятельности, где от работы одного зависит общий успех.

- Подводя промежуточные итоги, обычно строят планы. Каковы планы «Авторadio» на ближайшее будущее?

В.А.: Основная наша задача – работать так, чтобы «Авторadio» оставалось одним из лидеров тольяттинского эфира. Для этого мы работаем над созданием профессиональной студии производства, чтобы наши тольяттинские рекламные ролики звучали достойно.

В ближайшее время планируем выпустить в эфир программу «День шофера» в тольяттинском варианте. Хотим приглашать в студию людей, которые реально смогут ответить на вопросы, волнующие автолюбителей нашего города, да и не только автолюбителей. Конечно, будем оказывать всяческое содействие развитию Авторadioклуба. А главное – дарить больше хорошей музыки тем, кто настроивает свои приемники на волну «Первого автомобильного».

Первомай, который горожане традиционно предпочитают проводить за городом, не помешает верным поклонникам «Авторadio» достойно отметить день рождения любимой радиостанции. Поздравить именинников-авторадийцев прибыл звездный десант «Дискотеки 80-х»: «Комбинация», «Кар-Мэн», Светлана Разина. Ну, а командовали парадом всезнающие любимицы «Мурзилки Интернейшнл». Кстати, альбомы поющих ведущих приправках в музыкальных магазинах города не залеживаются, уж очень любят жители «российского Детройта» творчество этого бодрящего и веселящего трио.

Танцы и музыка, общение, фейерверк, именинный торт, поздравления и подарки – ни один из атрибутов праздника не был забыт. И «виновники торжества» тольяттинские авторадийцы, и слушатели, и гости получили мощный заряд энергии для будущих свершений.

С днем рождения, «Авторadio - Тольятти»! Все только начинается!

ДЕНЬ РАДИО ПО-СИБИРСКИ

«Авторadio - Новосибирск»



Не знаем, как у вас, а у нас в Новосибирске День радио праздновали с истинно сибирским размахом – аж целых два дня, да так, что звезды из глаз сыпались. Ох уж эти звезды – куда было от них деться, если всюду, куда ни глянь, везде они: и в логотипе «Авторadio», и в его «звездных» эфирных программах, и даже на сцене знаменитого новосибирского клуба «Отдых», куда веселая команда авторадийщиков пригласила друзей на свой профессиональный праздник.

Генеральный директор «Авторadio - Новосибирск» Виктор Буланкин появился перед гостями в сопровождении живой «Звезды «Авторadio» – нормальной, пятиконечной, с глазами, улыбающимся ртом и авторадийной частотой 98,7 FM через всю физиономию.

ура пораньше», выдали со сцены спецвыпуск новостей «Народной пробки». А затем разогрели зал, заставив пораскинуть мозгами в игре «Труба зовёт» и разыграв канистру, правда, не с бензином, как в своей эфирной игре «Королева бензоколонки», а с пивом!

Долго раскатывать присутствующих не пришлось, гости быстро освоились и не уступали хозяевам вечера в инициативности и неожиданных выдумках. Началось с того, что приглашенные на сцену Оксана Фадеева постоянные посетители её дневной программы «Коробка передач» гибзёздные начальники Алёна Подзобан и Вячеслав Ушаков, используя своё служебное положение в личных целях, короновали Оксану, присвоив ей внеочередное звание «Принцесса «Авторadio».

После приветственного вступления Виктора Анна Абакумова и номинант премии «Радиомания 2004» Владимир Воронов, знакомые слушателям по утренней программе «С

завалили Виктора Буланкина поздравительными грамотами и подарками. Особо отметим фирменный подарок, который преподнес директору «Авторadio» Ирине Морозовой новосибирский авторadioклуб в лице своего президента Сергея Устинова и вице-президента Игоря Сивкова. Как вы думаете, что дарят даме на её профессиональный праздник предводителя народных корреспондентов? Правильно: большой букет «народных пробок». Самых что ни на есть настоящих – от пивных бутылок! Ведущий популярной вечерней программы «Народный хит» Владимир Зуев предложил гостям воспользоваться уникальной возможностью передать свои поздравления с Днем радио и не просто услышать, а еще и увидеть концерт по заявкам в исполнении шоу-балета «Тодес» и группы «Парадокс». А потом все устремились на танцпол, чтобы под любимые хиты «Ди-

скетки 80-х» в сопровождении группы «Новосибирск» танцевать вокруг «Звезды «Авторadio».

Праздничное утро следующего дня 7 мая для новосибирского «Авторadio» стало особенным: в центральный офис на улице Сибиревка, 14 с поздравлением и роскошным вишневым тортом приехали мэр Новосибирска Владимир Городецкий и руководитель пресс-центра мэрии Лидия Самохина. Владимир Филиппов в дружеской беседе дал высокую оценку профессионализму коллектива радиостанции, подчеркнув, как важна была для него поддержка «Авторadio» в ходе предвыборной кампании, и поблагодарил журналистов за объективное освещение жизни и проблем города.

Гендиректор «Авторadio - Новосибирск» Виктор Буланкин в ответном слове поблагодарил мэра за оказанную честь: что в День радио именно на «Авторadio» высокое городское начальство нанесло первый визит, ну и, конечно, за отменную вкусный торт.

Покончив с официальным чаепитием, вся команда «Авторadio» переместилась в городской парк. Как вы развлекались раньше в парке? Катались на качелях-каруселях? Ничего-то вы тогда не видели! 7 мая в парке культуры и отдыха «Центральный» новосибирца было представлено новое развлечение: парад брендов. А фирменные подарки от «Авторadio» получили те гости парка, кто смог создать друг на друге лучшее созвездие из авторадийных стикеров и дать больше всего ответов на вопрос, где же можно найти авторадийные звезды. Праздничный двухдневный марафон продолжился далеко за полночь. Такой День радио не случился, наверное, даже самому Попову!

РАДИО ЕЩЕ ИЗОБРЕТАТЬ И ИЗОБРЕТАТЬ

Сергей Королёв, технический директор ВКПМ



Неужели в современном радио нужно еще что-то изобретать и создавать? Конечно, можно «подсмотреть» и использовать существующие технические решения и тем самым значительно облегчить себе жизнь. Но тогда надо быть готовым к тому, что ты будешь постоянно в хвосте технического развития и, следовательно, проигрывать в конкурентной борьбе. Техническая служба радиостанции — одна из

ключевых, работа «технарей» должна быть незаметна, но надежна и оперативна. Если такое удаётся — это хорошая служба. Когда передо мной встала задача автоматизации всего производственного цикла «Авторадио», в Москве было несколько «топовых» радиостанций, которые эксплуатировали готовые компьютеризированные комплексы. Но, изучив вопрос, я понял, что эти готовые ре-

шения нам не подходят ни по функциональности, ни по гибкости, ни по стоимости.

Непосвященному человеку может показаться: что тут особенного? Включил микшерный пульт, подключил микрофоны и другие источники звука, подал сигнал в канал передачи на радиодиск — и всё. Да, можно на этом остановиться, если не заниматься задачами резервирования, качества, автоматизации и оптимизации процессов. Специалисты же знают, сколько всего надо придумать и сделать дополнительно, чтобы обеспечить круглосуточную и непрерывную работу всех ключевых подсистем радиовещательного комплекса. А это важная составляющая качества эфира.

Исторически получилось, что рубежными этапами в развитии нашей технологии были смены офисов, в которых размещалось «Авторадио». Оно и понятно: трудно строить и отлаживать новую техническую платформу на «живой» радиостанции, это сродни операции на открытом сердце.

Моё знакомство с «Авторадио» произошло в 1996 году. Здание ГДРЗ на Малой Никитской улице, столетний микшерный пульт, три компьютера, дискета для переноса информации, принтер, подключённый непосредственно к телевизионному аппарату, — вот что было. Из того, что печатал принтер, делались вырезки и аппликации для выпуска новостей, с тем и шли в эфир! Как инженер-математик, программист и сетевой администратор, я не мог смотреть на всё это спокойно. Одно только внедрение простой одноранговой компьютерной сети дало потрясающий эффект в удобстве и оперативности обмена и использования информации. Уже тогда мне пришлось напи-

сать небольшие программы для приёма, перекодировки и сортировки информации для эфира, разработать подход к её использованию.

Потом был офис на Сивцевом Вражке и первые попытки перейти на компьютерное вещание, используя программный продукт DBS пилтерской фирмы «Дигитон». В ту пору мы применяли каналы аналоговой передачи сигнала, качество которых не могло нас устраивать: особенно в сырую погоду появлялся дисбаланс каналов, ухудшалась АЧХ. Затем мы приобрели солидный для того времени ФМ-процессор сигнала Optimid 8200 и систему отстройки звука. Было принято решение о трансляции сигнала со спутника, и появились первые города, ретранслировавшие «Авторадио». Среди них хочется отметить первого регионального вещателя — город Тулу, и его неугомонного лидера Олега Козака.

Именно тогда сама жизнь натолкнула меня на идею создания полностью цифрового тракта в подготовке, доставке и трансляции сигнала, перевода работы радиостанции на совершенно другие рельсы. И вот в первой половине 2000 года мы переехали в офис на улице 8-го Марта.

Сейчас убеждаешься, что тогда был принят ряд стратегически правильных решений: выбран удачный цифровой пульт Audioarts RD-20, создана рациональная схема резервирования вещательных комплексов и серверов, осуществлён переход на цифровые каналы передачи сигнала, внедрена цифровая телефония и сетевая структура и, наконец, выбран софтверный партнёр — фирма «Дигитон». Рука об руку с «Дигитон» была автоматизирована и отлажена технология составления музыкальных рас-

писаний (ПУМА), рекламных сеток (АТМ) и вещания (ДТ-ФМ). Именно здесь запустили через Интернет аудиовещание и веб-камеры в реальном времени. С установкой цифрового 4М-возбудителя RVR мы завершили формирование цифрового тракта. Революция свершилась — 99% эфирного звука идёт с компьютера!

Конечно, процесс технического перевооружения не всегда был ровным и беспроblemным. Особая благодарность авторадийному руководству и коллегам, проявлявшим при возникновении трудностей терпимость и понимание. Александр Варин, Александр Павлович, Руслан Николаев и Виктор Приворотский принимали непосредственное участие в постановке и решении многих задач.

Создание в 2003 году Вещательной корпорации «Проф-Медиа» дало возможность объединить технические ресурсы для решения задач и обеспечить работу сразу нескольких радиостанций ВКПМ без численного увеличения технической службы. С учётом новых технологий радио акцент приходится делать на системных администраторах. Опыт научил меня не держать толпу инженеров, более эффективно иметь небольшое число высококвалифицированных специалистов, платить им достойную зарплату и поручать ответственную работу. Наши специалисты снабжены мобильными рабочими местами — ноутбуками, это даёт им возможность подключаться к сети и оперативно решать проблемы в любое время дня и ночи.

Сейчас инфраструктура ВКПМ включает в себя семь удалённых друг от друга филиалов (включая филиал в Санкт-Петербурге), соединённых выделенными сетевыми каналами, более двух сотен рабочих станций, около тридцати серверов (в том числе кластерные узлы и удалённые сервера), три эфирные

студии, средства удалённого мониторинга и управления компонентами. Все радиостанции корпорации имеют хороший запас отказоустойчивости.

Переход на полностью цифровой тракт и компьютерное вещание, увеличение мощности передатчика, возможность управления ФМ-процессором из любого места дали существенное улучшение качества сигнала. Причём я не стремился добиться плотного, агрессивного звука. Формат нашей радиостанции предполагает комфортное, ненавязчивое, но внятное звучание, к которому хочется вернуться, на всём спектре радиоприёмников. Мы внедрили возможность передачи RDS, которые стали давать слушателям дополнительную информацию. Всё это не могло не сказаться на росте рейтинга радиостанции.

Я горжусь тем, что мы первыми адаптировали и применили IP-технологии для «живой» трансляции концертов с эфирным качеством. Таким способом транслировались грандиозные концерты «Дискотека 80-х» и «Мега-Дэкс Энергия» из Лужников, а также из Ледового Дворца в Питере. Мы тем самым возродили замечательную традицию прямых трансляций старого радио, но с использованием новых технологий, которые не зависят от наличия и состояния кабельной сети, а она у многих концертных площадок сегодня устарела и морально, и физически.

Другой предмет нашей гордости — использование наработок «Авторадио» для обеспечения информации СМС хит-парада «Энергия». Эта же технология позволила впервые в России показывать текущие названия исполнителей и песен в поле RT московских приёмников, оборудованных RDS. Попутно эта информация и результаты голосования отображаются на интернет-сайте www.energyfm.ru.

Наша вещательная технология уже начала тиражироваться среди региональных партнёров «Авторадио». В Санкт-Петербурге была полностью перенесена московская схема вещания, включающая всю фонотеку, оборудование и программное обеспечение. Откатанная технология сходу заработала на новом месте и работает поньше. Сейчас применять нашу технологию начинают Тверь, Воронеж и другие города.

Специально для того, чтобы облегчить расширение нашей региональной сети, мы перешли на DVB-стандарт спутникового вещания. Сейчас «Авторадио» транслируется в открытом формате со спутников Ямал-100 и Eutelsat W4, и слушать его можно, если у вас есть спутниковый приёмник хотя бы за 80\$, принимающий НТВ+. А раньше региональным партнёрам приходилось приобретать ресивер примерно за 2500\$ и ставить тарелку не 60-80 см, как сейчас, а целых 3 м в диаметре.

В ближайшем будущем планируем переход вещания «Авторадио» на новое программное обеспечение «Ультра». В более дальней перспективе — завершение создания единого информационного поля корпорации на базе аппаратных средств последнего поколения, создание единой фонотеки радиостанций, одного единого программного для всех, единой системы многоступенчатой безопасности и так далее. Среди первоочередных работ — система извещения инженеров посредством СМС и почты обо всех параметрах программно-технического комплекса ВКПМ. И очень хочется опробовать последнее слово в индустрии радиовещания — единый модульный микшерный и аудиореcурс на основе СКС (структурированных кабельных сетей).

Уверен, что если серьёзных недочётов у этого подхода не окажется, то эта технология даст мощный толчок в развитии технологии радио, сравнимый с революцией при появлении компьютеров в эфирных студиях.

ВЫИГРЫВАЮТ И СЛУШАТЕЛИ, И КЛИЕНТЫ

Интервью с Ольгой Прохоровой, директором по маркетингу ВКПМ

- На взгляд непосвященного, маркетолог чем-то сродни астрологу: колдует с какими-то непонятными цифрами и знаками. А на самом деле — насколько достоверны и объективны бывают данные маркетинговых исследований?

- Достоверность данных целиком зависит от квалификации и добросовестности того, кто исследование провел. Уважаемым исследовательским кампаниям, несомненно, можно полностью доверять. Более того, работа тех, кто связан с радио, невозможна без использования «Мониторинга аудитории радиостанций», проводимого «Комкон — медиа» и «Radio Index» «TNS Gallup Media». Эти две компании проводят лучшие на сегодняшний день регулярные исследования радиорынка в России. Когда же мы проводим специальные исследования, я лично контролирую все этапы процесса, многие провожу сама.

И, конечно, никакого колдовства тут нет. Отдел маркетинга занимается не только и не столько «кнопочными цифрами и знаками». Опираясь только на цифры, очень сложно понять процессы, происходящие на рынке, можно понаделать множество ошибок. Рынок нужно

знать изнутри, причем не только узкий, радиийный, но и весь рынок СММ и рекламы, отслеживать и анализировать процессы, происходящие в обществе. Нужно представлять потребности своих слушателей и очень хорошо изучить конкурентов. Маркетолог должен быть максимально объективен и беспристрастен. Даже когда твоя компания делает такие головокружительные успехи, когда весь коллектив — большая дружная семья, в которой столько талантов и гениев, важно не подпасть под их обаяние и уметь беспристрастно критиковать самые прекрасные идеи.

- В чем основное различие методов и результатов исследований, проводимых компаниями «Комкон» и «TNS Gallup»?

- Обе компании входят в крупнейшие в мире сетевые исследовательские консорциумы, являются членами всех мыслимых исследовательских сообществ и проводят действительно хорошие исследования. «Комкон — медиа» использует технологию «Вспоминание вчерашнего слушания» — ежедневный телефонный опрос плюс раз в квартал дневниковую панель. «TNS Gallup media» использует только дневники. Данные телефонного опроса более оперативны, а



по дневникам можно получить более детальные показатели (AQN, данные по эксклюзивным и лояльным аудиториям и пр.), к тому же компании предоставляют различные пакеты услуг.

Нельзя говорить о том, какая методика более правильная и достоверная, и в той и в другой есть свои достоинства и недостатки. Но наилучшее подтверждение объективности то, что результаты опросов обеих компаний практически идентичны.

- Сколько времени Вы уже ведёте наблюдение за развитием «Авторадио»? Все ли замеченные за этот период тенденции укладываются в классические каноны или «Авторадио» в чём-то опровергает нормы?

- Я помню первые исследования, которые проводились для «Авторадио» много лет назад. За эти годы качественно поменялся состав аудитории: от образа вдовилы на «копейке» до солидного, успешного владельца престижной иномарки. Наши слушатели стали богаче, они пересели на дорогие машины, заняли руководящие посты. Но они все так же ценят искренность, заботу, доброту и хорошую музыку. В течение 11 лет аудитория «Авторадио» только растёт — такого успеха не добивалась ни одна из московских радиостанций.

- Использует ли коммерческий отдел данные исследований или

достаточно одних высоких позиций в рейтинге? Как удаётся достичь баланса между коммерческой выгодой и успехом у слушателей?

- Коммерческий успех радиостанции зависит далеко не только от позиции в рейтинге. На московском рынке есть примеры радиостанций с высоким рейтингом и при этом с неудачным опытом продаж.

Одна из задач отдела маркетинга — поддержка коммерческого отдела. Не раскрывая коммерческих тайн, скажу лишь, что в этой области мы внедрились на рынке множеству полезных новшеств. В своих презентационных материалах и коммерческих предложениях мы используем только абсолютно достоверную информацию, никогда не спекулируем данными, как это иногда позволяют себе делать некоторые наши конкуренты. Для менеджеров коммерческой службы регулярно проводятся тренинги, они всегда в курсе последних исследований, в том числе и специализированных.

Каждой рекламной кампании мы подходим с точки зрения ее пользы для рекламодателя и соответствия потребностям наших слушателей. Поэтому клиенты нам полностью доверяют, рекламные кампании на наших радиостанциях — одни из самых эффективных на рынке. Мы стремимся к тому, чтобы

свести к минимуму раздражающие факторы, чтобы реклама воспринималась как информационная составляющая формата.

Например, ни одна из радиостанций ВКПМ не поставит в рекламный блок никаких пошлостей и откровенного хамства, даже если клиент на этом упорно настаивает. Мы ценим своих клиентов, но, прежде всего, уважаем своих слушателей. Такой подход полностью оправдывает себя, в результате выигрывают все — и слушатели и клиенты.

- Должность директора по маркетингу ВКПМ, появление в Вашем ведении новых радиостанций дали новые возможности или только добавили обязанностей?

- У меня появилось много новых захватывающих дел, добавилось азарта. Такое счастье стоять у истоков создания новых проектов, брендов и бороться за их успех. Это необыкновенно интересно еще и с научной точки зрения: наш рынок бурно развивается, многие процессы, которые описаны в классических учебниках по маркетингу, происходят на твоих глазах и при твоём участии.

Мне очень нравятся наши новые радиостанции, я ничуть не сомневаюсь, что их ждет большой успех. Перед корпорацией стоят амбициозные задачи, компания многого достигла, но впереди — новые горизонты.

Интервью провел Владимир Гурьянов

ФЕСТИВАЛЬ ТВОРЧЕСКИХ НАХОДОК

Ирина Герасимова, председатель Гильдии радио МедиаСоюза, заместитель руководителя Департамента радиовещания ВГТРК, член оргкомитета Национальной премии «Радиомания»

До создания Национальной премии «Радиомания» у радио отсутствовал достаточно престижный и профессиональный отраслевой конкурс. Существовала и существует премия Попова, и ее организаторы, конечно, много сделали. Но пир отрасли в целом требовал много, более масштабного действия. Если можно так выразиться, радиоотрасль переросла масштабы этой премии.

МедиаСоюз смог привлечь достаточно мощных спонсоров, чтобы «Радиомания» и в информационном плане, и в смысле размаха соответствовала радио, как самой динамично развивающейся отрасли российских медиа. Много было сделано для того, чтобы «Радиомания» воспринималась профессиональным сообществом как объективный конкурс в таких тонких аспектах, как критерии оценки работ и состав жюри. Мы ведь не считаем «голы, очки, секунды», оценивать работы, представляемые на «Ра-

диоманию», достаточно сложно. Именно поэтому было предложено «мягкое» голосование по 25-балльной шкале, долго согласовывалась каждая кандидатура из 30 человек состава жюри. Наконец, подчет голосов осуществляет известная аудиторская фирма «Усков и партнеры». Думаю, радиосообщество, признавая «Радиоманию» реальным национальным конкурсом, учтывало всю проведенную работу в целом.

Что касается рейтингов конкретных радиопроектов, представленных на конкурс, то по опыту «Маяка» можно сказать, что все участники выдвигали на соискание премии действительно самые слушаемые проекты. Но, конечно, рейтинговые показатели сильно зависят от номинации. Было бы странно сравнивать рейтинги просветительской программы и, например, музыкальной. Судя по тому материалу, который мне удалось прослушать, на конкурс были представле-

ны в том числе и работы, возможные, не самые рейтинговые на своих станциях. Но зато эти работы в полной мере несут в себе новые творческие подходы.

Известно, что далеко не всегда и художественные фильмы, выставленные на кинофестивали, собирают самые большие кассы. И, тем не менее, они зачастую остаются в истории кино, а кассовые блокбастеры быстро устаревают. В этом ценность и «Радиомания», которая стала не только парадом самых успешных работ, но фестивалем творческих находок. В конце концов, эти находки, опережающие время, — залог завтрашних рейтингов.

«Радиомания» способствует росту радиорынка в целом, она пропагандирует радио во всех его форматах, демонстрирует наличие радио, как отрасли. В каком направлении сегодня развивается радиорынок — вопрос отдельного серьезного разговора. Например, хотелось бы перехода к специализиро-

ванным форматам, способным удовлетворить запросы более конкретных аудиторий. Это позволит уточнить и многие аспекты работы с рекламодателями. Но это невозможно без укрепления радиорынка вообще — и «Радиомания» здесь играет свою немаловажную роль.

Мы видим серьезный рывок в развитии региональных станций, производящих собственный продукт. «Радиомания» отражает эту тенденцию: много номинаций уходит к регионалам. Примеры можно приводить долго. Таким образом, «Радиомания», как профессиональный конкурс, с одной стороны, отражает тенденции развития радио в России, а с другой стороны, безусловно, поддерживает его развитие.

Мы уже касались темы жюри. Именно присутствие в жюри представителей конкурирующих станций не позволяет создать сговор, поделить призы «между своими», формирует стимул противоборства.

Кроме того, представители радиобизнеса составляют не более 30-40% членов жюри. Остальные — известные деятели культуры, признанные специалисты из исследовательских структур — достаточно маститы, чтобы результаты конкурсов признавались всеми как авторитетные и беспристрастные.

Как бы много ни было на радио свежих идей, их всегда не хватает. В этом году было меньше явных прорывов, чем раньше. С одной стороны, это хорошо — почти исчезли явные аутсайдеры. С другой — меньше стало явных лидеров. На мой взгляд, мы услышали слишком много «усредненных» форматов, когда отличить радиоконпанию друг от друга становится сложно. Понятно, что быстрая динамика развития нашей отрасли диктует свои жесткие законы конкуренции, но иногда хочется остановиться и посмотреть на «дело рук своих» как бы со стороны. Вот это, по-моему, получается не у всех.

