



Алексей Лысенков:

Не забывайте себе завидовать

История моих отношений с «Авторадио» началась с того, что я стал его слушать в машине – по тем же причинам, что и все прочие радиослушатели. Когда же я впервые попал на студию «Авторадио», ужасно понравилась атмосфера, которая там царит, – в коридорах витает такая творческая аура, смешанная с табачным дымом. Эта аура мне очень импонирует – поскольку я человек курящий и, надеюсь, что творческий.

Потом было приглашение вести грандиозное шоу в Тушину под названием «Все на Авторадио!». Незабываемая картина – огромные бигфуты дают выставленные участниками на кон автомобили. Когда в результате определился счастливый хозяин «Тахо», он, открывая шампанское, в восторге ухитрился облить мой костюм. Костюм, кстати, я потом долго не мог отстирать.

А потом мне безумно захотелось сделать свой проект на «Авторадио», и я стал буквально досажать этим Александру Варину. Приносил разные варианты радишоу, которые явно вызывали скепсис – тщательно скрываемый, поскольку Александр Александрович человек очень интеллигентный и тактичный. Имея 20-летний опыт работы на телевидении, я, конечно, понимал, что все это никому, кроме меня, не надо, но все-таки продол-

жал упорствовать. Наконец, мое носорожье упрямство довело Александра Александровича до белого каления, – он понял, что легче согласиться, чем объяснять мне, что мои услуги не нужны. И он сказал: хорошо, пусть будет радиопередача Алексея Лысенкова.

Поначалу было совершенно непонятно, а что, собственно, делать-то? Потом появилась идея еженедельного шоу с людьми известными, популярными, чье мнение имеет вес и интересно слушателям. Говорить с ними на самые разные темы, волнующие каждого, начиная с событий в мире кино и заканчивая проблемами воспитания детей. Ведь все люди, как правило, разбираются в спорте, в политике, в медицине и в воспитании детей. И еще в телевидении, конечно. Такой, понимаете ли, разговор профессионалов, который слушают миллионы точно таких же профессионалов.

Долго не могли найти название для этой программы. Были длинные обсуждения, в том числе и телефонные. Как-то я сидел в ресторанчике с друзьями, когда позвонил Александр Александрович с очередным вариантом названия, даже не помню сейчас, каким, потому что вариантов было бесчисленное количество. Потом я позвонил ему оттуда же и предложил свою идею, которая тоже вызвала

скепсис. В общем, мы перезванивались долго, и «Билайн», думаю, благодаря нам прилично обогатился.

В результате тяжелых родовых мук появилась программа «Авторитет». Было



еще одно название, которое мне нравилось, – «Авторитет-а-тет» – от слов «авторитет» и «тет-а-тет», поскольку это разговор по душам и для двоих. В написанном виде это выглядело шикарно, но, увы, совершенно не звучит. Поэтому мы остановились на варианте – просто «Авторитет». В этом слове есть и «авто», и, соответственно, «Авторадио», и собственно «авторитет», то есть человек уважаемый. Были опасения, что это слово будет у кого-то ассоциироваться с совсем другими «авторитетами». Но когда программа вышла в эфир, стало понятно, что в нашей стране, слава богу, бывают авторитеты не только с пистолетами, но и с мозгами.

Я очень боялся, что программа не впишется в формат «Авторадио», потому что мне ужасно нравится команда и хочется и дальше существовать на этом радио. Я не дирижер, не музыкальный редактор, не пою, поэтому единственная возможность удержаться – это делать вот такое разговорное ток-шоу. И вот проекту уже полгода, он благополучно существует, а значит пока это интересно. Те отзывы, что приходят на мой сайт, свидетельствуют: передача нравится, у нее есть свой слушатель. Надеюсь, это будет продолжаться и дальше.

Мне эта работа доставляет огромное удовольствие, я даже не уверен в том, что для меня это просто работа. Потому что в эфире я встречаюсь со своими друзьями, более того – пользуюсь тем, что мы в эфире, могу задавать им разные вопросы, не опасаясь получить по морде. Ведь в обычной беседе за рюмкой чая не всегда удается поговорить о том или другом.

Мне нравится давать людям возможность свободно поговорить в эфире, похвастаться чем-то или высказать свое мнение о чем-то. И мнение это всегда интересно, своеобразно. Меня, например, очень интересует, что думает Леня Ярмольник о сегодняшнем кино, – ведь этот человек имеет большой авторитет в кинемире. Интересно, чем сегодня дышит и живет Гриша Остер, потому что, на мой взгляд, он – один из самых талантливых современных детских писателей. Да и вообще, быть сегодня в России детским писателем уже само по себе если не подвиг, то, по крайней мере, серьезный человеческий поступок. Мне безумно интересно поговорить с Андреем Разбаевым о самолетах – в обычной жизни мы говорим с ним в основном о телевидении. Ужасно интересно встретиться с Артемом Тарасовым. Понять, что он сегодня хочет сделать в России. И он, говоря об этом, понимает, что это не просто приватная беседа, что он обращается к миллиону радиослушателей. И это очень важно. Действительно интересно, что думает ведущий программы «Русское лото» Миша Борисов об азарте. Потому что для меня Михаил Борисов – это прежде всего мой педагог по Шумкинскому училищу. И, надеюсь, что в ближайшее время и режиссер спектакля, который я собираюсь репетировать.

То, что я, волею судеб, в какой-то момент оказался на «Авторадио», стало для



меня большим приобретением. Не говоря уже о том, что благодаря «Авторадио» я смог наконец-то исполнить свою давнюю, заветную мечту и проехать за рулем тысячи километров по Дальнему Востоку.

С идеей автопробега я носился все последние лет восемь, с тех пор как увлекся «гонками на выживание». У меня была идея провести автопробег через всю Россию на «УАЗах». Потому что «УАЗ» на сегодняшний день – и это действительно так, если оставить за скобками качество его производства, – один из лучших внедорожников в мире. «Хаммер» стоит где-то во второй половине второй десятки как внедорожник, а «УАЗ» – на первом месте. На втором, кстати, «Лэнд Крузер 100», на котором мы, собственно, и проводили автопробег. Моя идея с «УАЗами» так и осталась невыполненной. Ульяновский автозавод – это целый город, и я так и не нашел, к кому обратиться за помощью.

Был еще мечта провести автопробег по новой трассе Москва – Дон, с концертами в каждом из городов следования. В общем, с идеей автопробега я носился много лет. И вдруг появляется уникальная возможность проехать за рулем весь Дальний Восток, 4 тысячи км от Хабаровска до Иркутска. Причем не надо самому это продумывать, организовывать, искать деньги. Никакой головной боли – все преподносится мне на блюдечке с голубой каемочкой! Единственная проблема – уговорить ребят-экспертов приключений, чтобы они пустили меня за руль. Но здесь я просто взял и «включил звезду» – сказал, что если меня не пустят за руль, сейчас же улечу в Москву, что это лично согласовано с Александром Варинным: либо за рулем, либо вообще никуда не поеду! Вот так у меня проявилась «звездная» болезнь, и, благодаря этой болезни, я не выходил из-за руля все эти 4 тысячи километров и выпал из машины только в Иркутске. Так что иногда «звездная» болезнь имеет положительные стороны. Автопробег сильно пополнил мой водительский опыт, потому что дорога

была очень разная, природа разная, манера вождения на протяжении этих 4 тысяч км тоже требовалась разная. Раньше я получал такую дорогу только в малых дозах, а здесь вот активно, одним большим куском. Это была совершенно уникальная возможность. И я очень благодарен «экспертам приключений» за школу, которую я прошел, – не знаю, насколько успешно, но, по крайней мере, в конце моего участка пути, в Улан-Удэ, меня таки приняли в команду «экспертов». Торжественно врученный шеврон был в тот же вечер пришит на рукав моей спецовки, и до конца своего пребывания в пробеге я гордо этот шеврон носил. Если посчастливится побывать в следующем пробеге, то я, естественно, буду в этой куртке – уже как настоящий ветеран. Получить этот шеврон мне было лестно: можно получить в своей жизни «Тэфи», «Золотых Остатов», всякие медали за гонки и кубки, но вот этот шеврон красного цвета имеет для меня особую ценность.

Вся жизнь человека – дорога: перед тем, как родиться, он уже едет на «Скорой помощи» в роддом, а когда умирает, он едет на кладбище. И тот участок моей жизненной дороги от Хабаровска до Иркутска останется в моей памяти на всю жизнь, поскольку он дал мне огромный опыт не только вождения, но и человеческого общения. Я никогда не сомневался в Валерии Сюткине, или Марине Хлебниковой, или в Леше Булдакове. Потому что знаю их хорошо, это все прекрасные люди. Помню, была очень смешная ситуация в Хабаровске, когда на пресс-конференции нас с Лешей Булдаковым спросили: «Вот вы собираетесь в пробег, но ведь вы понимаете, что отъедете от Благовещенска, там кончится дорога и дальше уже джакузи не будет?» Мы даже немного ошеломились от такого вопроса. Честно говоря, я джакузи в своей жизни, ну, раза 3-4 пользовался, когда хотелось, так сказать, каково-нибудь «эстэ» – наливал себе

Продолжение на стр. 2

НОВОСТИ

СЕМЕН ЧАЙКА – «ЧЕЛОВЕК ГОДА»

По результатам ежегодного рейтинга «Люди года», подготовленного компанией Rambler, «Человек 2004 года» в категории «Радио» признан радиоведущий Семен Чайка.

Семен Чайка работал радиоведущим на радио «Пионер» (г. Краснодар), являлся соучредителем и художественным руководителем радиостанции «Новое Радио», руководил рекламным агентством «Визави» и продакшн-студией «Аудио-Мастерская Три-Тон». В настоящее время ведет авторскую программу «Чайкино гнездо» на «Радио Диск». Рейтинг «Люди года» составляется уже четвер-



тый год подряд. Самые популярные персоны в тех или иных сферах деятельности определяются путем народного голосования, проходящего весь год на сайте www.rambler.ru.

В СЕМЬЕ «АВТОРАДИО» ПОПОЛНЕНИЕ

Еще в двух городах России зазвучали позывные «Авторадио». В конце 2004 года Первое автомобильное радио начало вещание в городах Петрозаводске (Республика Карелия) и Тихорецке (Краснодарский край). Региональными партнерами «Авторадио» стали компания «Мобил Сити» в Петрозаводске и ООО «Независимая Телекомпания «Тихорецк-ТВ».

Теперь жители Тихорецка могут слушать «Авторадио», настроив свои приемники на частоту 107,9 МГц, а в Петрозаводске вещание осуществляется в FM-диапазоне на частоте 103,1 МГц.

ПРЕМИЯ ЗА ОПЕРАТИВНОСТЬ

Радиостанция «Авторадио – Санкт-Петербург» получила специальную премию Комитета по благоустройству и дорожному хозяйству Санкт-Петербурга.

Премия присуждена «Авторадио – Санкт-Петербург» как самой оперативной городской радиостанции, уделяющей большое внимание проблемам благоустройства, озеленения города, строительства и содержания дорог.

Вручение премии состоялось 30 декабря 2004 года на последнем заседании Городского штаба по благоустройству. Коллективу радиостанции премию вручил вице-губернатор Санкт-Петербурга Олег Виролайнен.

НАРОДНЫЙ АРТИСТ – ДВА В ОДНОМ

«Авторадио – Санкт-Петербург» стало генеральным информационным партнером гала-концерта «Два в одном», в котором выступили финалисты проектов «Народный артист» и «Народный артист – 2». В эфире петербургского «Авторадио» прозвучали рекламные ролики гала-концерта, мероприятию были посвящены выпуски программы «Народные новости», а логотип радиостанции был размещен на всей сопутствующей рекламной и полиграфической

продукции. 21 января «народные артисты» двух выпусков, объединившись, выступили в Ледовом Дворце Санкт-Петербурга. В концертной программе приняли участие Алексей Гоман, Александр Панайотов, Алексей Чумаков, Руслан Алехно, Паулина Дмитриенко, Юрий Игнатков, Евгений Анишко, Юлия Вдовенко, группа «Ассорти».

ВСЕРОССИЙСКИЙ СЛЕТ НАРКОВ

15-17 января 2005 года в Нижнем Новгороде состоялся первый Всероссийский слет народных корреспондентов. В слете приняли участие представители Москвы, Нижнего Новгорода, Санкт-Петербурга, Казани, Тулы, Воронежа, Тольятти, Самары, Чебоксар, Новосибирска, Белгорода – всего более 100



человек. Организаторами слета стали «Авторадио – Нижний Новгород» и нижегородский Авторадиклоб, а информационным спонсором – «Авторадио» г. Москвы.

Движение народных корреспондентов – добровольных помощников «Авторадио» – охватило сегодня многие города вещания Первого автомобильного. Наркеры объединяются и создают в своих городах общественные организации – Авторадиклобы. Один только московский Авторадиклоб насчитывает на сегодняшний день более 200 действительных членов.

СЕРЕГА СПОЕТ В ЛУЖНИКАХ

Продюсерский центр «Проф-Музыка», входящий в структуру Вещательной корпорации «Проф-Медиа», выступил организатором первого в Москве сольного концерта Сергея Пархоменко (сценический псевдоним – Серега).

Концертная программа, получившая название «Черный бумер», состоится 19 февраля во Дворце Спорта «Лужники». Серега исполнит как хиты из альбома «Мой двор: спортивные частушки», так и свои новые композиции.

«Радио Энергия», в свою очередь, окажет этому концерту информационную поддержку – в эфире уже звучат ролики с анонсами мероприятия, а логотип радиостанции размещен на всей наружной рекламе и сопутствующей полиграфической продукции.

ГАЗЕТЕ «АВТОРАДИО» – 2 ГОДА

Два года назад вышел в свет первый номер корпоративной газеты «Авторадио». С тех пор редакционным отделом компании «Проф Технолоджиз» выпущено уже 19 номеров газеты.

Сегодня газета Вещательной корпорации «Проф-Медиа» – это еженедельное издание, которое на 6-ти полосах несет информацию о жизни и событиях корпорации, публикует материалы от многочисленной армии региональных вещателей «Авторадио».

Все номера газеты представлены в Интернете на сайте gazeta.ardio.ru.



Поздравляем с юбилеем!



4 января День рождения у Президента ВКПМ Александра Варина. В его адрес пришло множество поздравлений от друзей и коллег из разных СМИ, журналистов, региональных вещателей и радиослушателей. Присоединяясь к огромному числу теплых и искренних пожеланий,

весь коллектив ВКПМ желает своему руководителю воплощения новых замыслов, дальнейших творческих успехов и крепкого здоровья, а поставленные задачи будут выполнены качественно и в срок!

Сотрудники ВКПМ

Зона особого внимания

Коммерческая служба – святая святых каждого предприятия, необходимое условие его существования и показатель успеха. Вот уже год, как рекламно-коммерческая служба преобразована в Департамент по работе с клиентами и выполняет ответственную роль «системы питания» Вещательной корпорации «Проф-Медиа». Рассказать о рабочем процессе этой системы и о людях, обеспечивающих материальную основу большой корпорации, мы попросили Владислава Дорошенко, управляющего агентством «Реклама FM».

ЗАО Агентство «Реклама FM» является юридическим лицом департамента, представляющего собой «сейлз-хауз» Вещательной корпорации «Проф-Медиа», и состоит из нескольких подразделений. Для каждой радиостанции есть отдел продаж со своим руководителем: на «Радио Энергия» это Алексей Зятцкий, на «Радио Диска» – Станислав Лясота. Отдел продаж на «Авторadio» возглавляет вице-президент ВКПМ по работе с клиентами Олег Осташевский. Именно они отвечают за продажи рекламы на этих станциях. Существует также отдел по работе с корпоративными клиентами, в котором работают я и мой помощник Мария Спицына. Есть отдел трафика, обеспечивающий взаимосвязь между рекламным отделом и эфирной службой. Маркетинговой информацией и данными различных исследований снабжает нас отдел маркетинга во главе с Ольгой Прохоровой. Службу финансового учета возглавляет один из старейших сотрудников холдинга Александр Белобородов. Есть также несколько вспомогательных служб: техническая служба в лице Константина Гребенникова, секретари, водители и курьеры.

Костяк коммерческой службы – это менеджеры, которые проработали на «Авторadio» 7-10 лет: Ирина Скворцова, Алла Муравьева, Армен Багиров, Евгения Рослякова и трафик-менеджер Ирина Баландина. Чуть меньше работают у нас Жанна Люкшина и Наталья Болдырева. На этих менеджерах держится продажи «Авторadio». Они направляют молодых, делятся с ними своим опытом. В принципе, каждый молодой менеджер, который у нас работает, является еще и своего рода студентом – учится у более опытных коллег.

Наш отдел это именно команда, которая делает одно общее дело, каждый готов прийти на помощь коллеге и радуется его успеху. Конечно, конкуренция, как и в любой коммерческой работе, присутствует, но это здоровая конкуренция, более того, мы всецело поощряем каждого менеджера в стремлении быть лучшим. Этому способствует, в частности, система вознаграждений. Мы также регулярно проводим тренинги, ставим сложные и интересные задачи. «Взросление» каждого менеджера, его профессиональный рост – одна из важнейших задач коммерческой службы. И надо сказать, что текучесть кадров у нас – в отличие от многих аналогичных структур – довольно низкая.

Ключевой фигурой всего департамента является наш лидер и идеолог вице-президент ВКПМ по работе с клиентами Олег Осташевский. Именно он в свое время основал коммерческую службу – подобрал людей, выстраивал эту структуру, добивался эффективной ее работы. Олег – разносторонний человек, умеющий мыслить нестандартно. Он отлично проводит переговоры, может общаться с клиентом на любые темы, но при этом никогда не теряет из виду главную цель. После общения с ним у потенциального рекламодателя обычно не возникает сомнений, на какую радиостанцию надо направить свой бюджет. Олег хорошо ориентируется на рынке, очень тонко чувствует ситуацию, что очень отслеживает движение конкурентов, отлично понимает настроение в

коллективе. Многие шаги по стратегии продаж были им сделаны исключительно в нужное время или даже с опережением, что и позволило «Авторadio» добиться первого места по объему проданного рекламного времени и второго по объему полученных бюджетов на радиорынке.

В неофициальной обстановке Олег Осташевский всегда является заводилой и настоящей «душой компании». Но в обстановке деловой он умеет ставить задачи и строго следит за их исполнением. Будучи требовательным к сотрудникам, он еще больше работает над собой, в настоящее время Олег получает степень MBA.

За те 8 лет, что я работаю в коммерческой службе, многое изменилось в рекламном бизнесе. Раньше мы находились в совершенно иной конкурентной среде, на первом плане была работа с прямыми рекламодателями. После того, как у радиостанции сильно вырос рейтинг, существенно возросли и рекламные бюджеты. Пришли новые рекламодатели – большие бренды. Немалую роль в последнее время стали играть рекламные агентства – поставщики клиентов. Был создан отдел по работе с корпоративными клиентами, который сейчас обслуживает достаточно большую долю заказчиков.

Главное в коммерческой службе – это люди. Их мы стараемся брать не с других радиостанций, а воспитывать свои кадры. Потому что легче поставить задачу и воспитать специалиста в своем коллективе, чем переучивать чужого. Основные критерии отбора сотрудников коммерческой службы можно сформулировать так. Во-первых, это адекватность – раскрыть это понятие тяжело, просто человек либо адекватен, либо нет. Второе – настрой на успех, желание зарабатывать, поскольку менеджер по рекламе все-таки получает вознаграждение прежде всего за количество проданного. И третье – человек должен иметь активную жизненную позицию, быть готовым хорошо зарабатывать и много тратить.

Кроме этого, наш сотрудник, безусловно, должен быть честен по отношению к себе и к окружающим, честлив, ответственный. Менеджер коммерческой службы должен быть прежде всего продавцом и хорошим психологом, поскольку работать приходится с людьми. Ему необходимы также определенный комплекс знаний, способность оперативно принимать решения, презентабельная внешность, умение подать не только свое рекламное предложение, но и себя самого. И, конечно же, необходима высокая стрессоустойчивость. Потому что в коммерческой службе нет возможности расслабиться, надо работать постоянно – только тогда ты обеспечишь успех и рекламодателю, и радиостанции, и себе.

Работа менеджеров в каждом из отделов нашего департамента имеет свою специфику. Продавать рекламу на «Авторadio», которое в числе лидеров рынка уже много лет и очень популярно, но при этом является дорогой радиостанцией, – это одно. Для молодежной радиостанции «Энергия», где основные рекламодатели – это рестораны, молодежные клубы и молодежные иностранные бренды, надо работать с клиентами по-другому. Что касается «Радио Диска», тут вообще своя специфика: станция молодая, растущая, рейтинг пока еще только набирает обо-

роты, и менеджеры, которые продают рекламу на этой радиостанции, должны завоевывать благосклонность клиента прежде всего за счет личных качеств, умения рассказать не только о том, что есть сегодня, но и что будет завтра. Сам коммерческий отдел на «Радио Диска» создан совсем недавно и до сих пор продолжает формироваться.

«Портрет» рекламодателя всех трех радиостанций ВКПМ во многом схож. Но имеются и различия. На «Авторadio» в качестве рекламодателей всегда были фирмы, нацеленные на аудиторию взрослую, состоявшуюся. «Портрет» станции –



слушатели в возрасте от 25 до 50 лет. Многие рекламодатели, в принципе, рассчитывают именно на такую аудиторию – в основном на мужчин этого возраста. Что интересует эту аудиторию? Это автомобили и все, что связано с ними, а также квартиры, банковские услуги, страхованы и развлечения: казино, клубы, рестораны.

Что касается рекламы на «Радио Диска», руководит ее продажами коммерческий директор этой радиостанции Станислав Лясота. Он опытный профессионал рекламного бизнеса, работает в нашем коллективе с лета прошлого года. В свое время Стас руководил рекламными отделами таких известных компаний, как «Техносила» и «Центробувь», которые, благодаря его усилиям, стали одними из

первых рекламодателей на молодой радиостанции «Радио Диска». Станислав – человек с большим опытом практической работы, и у него есть все необходимые качества, чтобы в ближайшем будущем вывести продажи на «Радио Диска» высочайший уровень.

Возраст аудитории «Радио Диска» 30-54 года, в ней примерно поровну мужчин и женщин. Коммерческие продажи на этой станции начались 1 сентября, а само радио вещает с 1 июня 2004 года. Сейчас у него самая быстрорастущая аудитория в FM-диапазоне. Мы уже даем на «Диско» рекламу таких известных брендов, как «Техносила», «ПаркетХолл», «Старик Хоттабыч», «ЦентрОбувь». К числу рекламодателей «Радио Диска» присоединились «АМИ-банк» – это банковский сектор, «Редеги» – автосалоны. Очень успешно на этом радио продвигаются рестораны: например, «Бирхауз», рестораны группы «РНП». Вообще, товары и услуги премиум-класса – это точное попадание в целевую аудиторию «Радио Диска», что обеспечивает очень высокую коммерческую отдачу для наших рекламодателей.

На «Радио Энергия» коммерческая служба существует около 2 лет. За это время ею было сделано достаточно много – сегодня станция четко воспринимается



важно уметь найти общий язык, настроить очень энергичных, креативных, подвижных людей на рабочий лад. Что Алексею с успехом удается. На его плечах также – контроль за работой сотрудников, постановка задач, руководство всеми продажами рекламы и услуг по размещению.

Нас часто спрашивают, какие советы мы можем дать региональным партнерам «Авторadio» по продаже рекламы и работе коммерческой службы. Конечно, универсальных рецептов или каких-то секретов, позволяющих заполнить рекламодателя быстро и без проблем, просто не бывает. В каждом случае надо ориентироваться на конкретную ситуацию. Например, в каких-то городах «Авторadio» не имеет еще высоких рейтингов и прочного положения на местном рекламном рынке, где-то нет крупных рекламодателей и приходится рассчитывать только на малобюджетные заказы. Но есть единые принципы, которым следует придерживаться по работе с клиентами ВКПМ.

Прежде всего, это работа менеджеров на местах. Менеджеры должны быть высокопрофессиональными, хорошо знать и любить свою радиостанцию. Все продажи можно разделить на несколько этапов. Первое – это умение «продать себя», расположить к себе потенциальных рекламодателей. Затем надо настроить людей на позитивное отношение к радиостанции, убедить их в ее достоинствах и преимуществах – как объективных, так и субъективных.

И третье – предложить оптимальный медиалан и добиться его грамотного выполнения, убедившись, что по окончании рекламной кампании клиент остался доволен. Ну и, конечно, важна постконтактная работа с клиентом. Если менеджер хорошо проходит все эти этапы, то результат не заставит себя ждать.

Каждый клиент, полученный радиостанцией, это своего рода победа. И каждой такой победой надо гордиться и дорожить. Конечно, клиенты и приходят, и уходят. Кому-то, например, становится не по карману размещаться на высокореги-тировой станции. Но основной костяк составляют те, с кем мы работаем годами, с ними многие сложные вопросы уже решаются легко и быстро – просто потому, что мы хорошо знаем друг друга и доверяем на неформальном уровне.

Каждому клиенту мы стараемся пойти навстречу, максимально проникнуться его собственным представлением о том, какая реклама ему требуется. Но действуем всегда в рамках законодательства и общепринятых морально-этических норм. К тому же для рекламы на «Авторadio» существуют еще традиционные специфические ограничения. В роликах не должно быть раздражающих, пугающих звуков в виде сирен, гудков, ударов разбиваемых машин – того, что может вывести из нормального состояния водителя, когда он

слушает радио в автомобиле. Мы настаиваем, чтобы в нашем эфире такого не было.

Работа менеджеров заключается не только в общении с рекламодателем, после заключения контракта начинаются действия по постановке рекламы в эфир. Это всегда общение с другими отделами: продажам, финансового учета, бухгалтерией. У нас создан определенный аппарат, регламентирующий деятельность, связанную с другими отделами, так, чтобы оказать помощь каждому менеджеру в его работе с рекламодателем. В значительной мере, успех этой работы обеспечивается именно действиями всей команды.

Все внефирменные мероприятия, которые проводятся вещательной службой, бренд-службой, проходят в тесном взаимодействии с коммерческой службой. Это позволяет, что называется, держать руку на пульсе эфира, чувствовать его настроение.

В своей работе мы опираемся на исследования, которые предоставляет Департамент маркетинга ВКПМ, руководимый Ольгой Прохоровой. Ольга – широко известный и признанный профессионал. Раньше она руководила отделом радиоисследований в компании «Комкон», поэтому знает все методики исследований изнутри. Отдел маркетинга готовит презентации радиостанций, работает с данными исследовательских кампаний, представляет рекламодателям различного рода отчеты, обеспечивает менеджеров полной информацией о рынке. Информацией, полученной в этом отделе, пользуются и президент ВКПМ Александр Варин, и руководство «Проф-Медиа», и все топ-менеджеры нашей компании.

Главный принцип, который исповедует Ольга в своей работе, это достоверность предоставляемой информации. Мы тесно сотрудничаем с крупными исследовательскими компаниями, причем не просто закупаем данные регулярных исследований, но и постоянно заказываем собственные. Даже если, допустим, наш потенциальный рекламодатель не слушает наши радиостанции, мы предоставляем ему информацию с такой, не побоюсь этого слова, убийственно выверенной логикой, что ему остается только согласиться с нашими доводами.

Поскольку наши радиостанции коммерческие, и наши партнеры-реklamодатели тоже занимаются бизнесом, – ясно, что наше сотрудничество невозможно без взаимного коммерческого эффекта. Находясь в постоянном контакте с клиентом, мы стараемся определять эффективность работы того или иного ролика и при необходимости вносить коррективы в текущую или в последующую рекламную кампанию. И, к чести Департамента по работе с клиентами ВКПМ, надо сказать, что не только мы дорожим своими клиентами, но и они высоко оценивают партнерство с нами.



Не забывайте себе завидовать

Продолжение. Начало на стр. 1

джакузи и залезал туда с коньяком. А вообще-то, я люблю душ, и его мне вполне достаточно. Если душа нет, то можно и так как-нибудь – в конце концов, всю жизнь ездю на рыбалку, где порой вообще никаких удобств нет, а туалет это две палки – за одну держишься, а другой волком отгоняешь.

Вообще не стоит человеку быть в плену условностей, так же как и суеверий. Хотя, должен признаться, что я тоже не лишен суеверий – не люблю рассказывать о каких-то важных событиях своей жизни, пока они не произойдут. До самого последнего момента. Потому что, если я начинаю рассказывать – ой, вот у меня сейчас должно быть то-то и то-то, – это обязательно не произойдет. Поэтому если уж я и рассказываю о чем-то, то с огромным количеством оговорок: может быть... ну, возможно... хотя далеко не факт, что...

Помимо этого основного суеверия, есть у меня еще кое-какие талисманы. Например, в багажнике моей машины всегда лежит мой автомобильный шлем. Я уже около 10 лет занимаюсь автогонками, и это мой един-

ственный шлем – уже старый, побитый, истертанный, внутренность у него вся рваная. На исполованной поверхности жалкие остатки наклейки «Сам себе режиссер», которым уже больше 10 лет. Но я всегдо «гояюсь» только в этом шлеме. И еще брелок на ключах, который был подарен мне в 89-м году друзьями в Америке – индейский кожаный шнурочек с металлическим солнцем в обрамлении двух лун. Этот шнурок тоже уже полтора десятка лет со мной.

А свою машину я воспринимаю почти как живое существо. У нее, правда, нет имени, но это потому, что иногда она ведет себя как мужчина – порой как мужчина-соперник, чаще – как друг. А иногда она совсем как женщина. Может покартинничать – если, например, не помоешь ее какое-то время. Если долго на ней не едешь, а едешь на другой машине, тоже сильно обижается. И тут надо быть очень тонким дипломатом. С одной стороны, нельзя давать ей взять над собой верх, с другой, нельзя уж совсем загнать в угол. Но все-таки она должна знать свое место и понимать, кто здесь хозяин. Разумеется, в дальней дороге машина – это мужчина, полноправный друг и партнер. Потому что в дальнем пути машина не может

быть женщиной, невозможно заниматься бабскими проблемами в тот момент, когда ты занят тяжелой работой, когда у тебя впереди и сзади по полторы тысячи верст, и дай бог их проехать и не заснуть, даже босыми ногами нажимая на педали. А в Москве, где небольшие расстояния, когда ты расслаблен, можно сделать вид, что она женщина, и дать ей возможность немножко покартинничать.

Могут сказать, что сфера моих интересов сейчас несколько расширилась – помимо телевидения и радио, я добрался еще и до Интернета. Пролет, благодаря стараниям моих друзей. Что из этого получится, не знаю, но пока мне это интересно, доставляет удовольствие, особенно, когда выжи обратную реакцию тех, кто захаживает ко мне на сайт. Очень люблю получать ответную реакцию, причем мне даже больше нравится читать критику в свой адрес. В том случае, конечно, когда она действительно продуктивна, а не является просто голой руганью.

Еще я – может быть, возможно, но это не факт – наконец-то начну репетировать как актер в театре. Возможно, далеко не факт, но, может быть, это случится, – начну сниматься в кино. Я уже достаточно

давно снимаюсь в сериалах, правда, в небольших ролях, и роль практически одна и та же – Алексей Лысенкова. Но на днях у меня состоятся съемки в очередном сериале, и на этот раз есть надежда, что это будет совсем другая роль – просто человека, похожего на Алексея Лысенкова. По крайней мере, я уговариваю сценаристов, чтобы это было так.

Хочется, конечно, участвовать в каком-то большом кино. Возможно, как это часто происходит в моей жизни, придется опять долго и упорно кого-то на это подбивать. Чтобы сначала согласился какой-нибудь хороший сценарист – поняв, что легче согласиться, чем отказаться. Потом сдадутся какой-нибудь продюсер и какой-нибудь режиссер. А какой-нибудь инвестор не сможет отказать в деньгах. В результате, команда людей, которые вроде бы не хотели этого делать, снимет большое кино. Так, в общем, всегда в моей жизни и происходит – когда чего-то хочется, никто этого мне почему-то никогда не предлагает. Приходится предлагать самому, долго, с бараньим упорством этого добиваться.

Фраза, которую я люблю повторять: «Не забывайте себе завидовать, смотрите по утрам в зеркало», – была придумана мною скорее от отчаяния. Случается порой, что, глядя поутру в зеркало, еще не успев почистить зубы, причесть и принять душ, мне кажется, что я вижу там довольно жалкое зрелище. Тогда я повто-

ряю свой афоризм, и настроение сразу улучшается. Потому что данная мне Высшей Силой возможность жить – это огромная ценность. Дружба, друзья, дети,

работа, увлечения – все это входит в понятие жизни. И я не соворю, если скажу, что более всего в жизни ценю саму жизнь.



Сто тысяч за «Ёлочку»

Победительница Открытого народного чемпионата «Авторадио» получила солидный гонорар.

Жители провинциального городка Ефремова суботним декабрьским утром наблюдали необычную картину: прямо на улице, не обращая никакого внимания на прохожих, красивая женщина самозабвенно пела хорошо поставленным голосом в трубку мобильного телефона: «Эй, моряк, ты слишком долго плавал!»

За неделю до того дочь Маша уговорила маму послать эсэмэску на «Авторадио»: «Мам, там в утренней программе конкурс идет – кто лучше споет «В лесу родилась ёлочка». Попробуй, ты же можешь лучше всех!»

Надо сказать, что Татьяна Рыженкая раньше никогда не участвовала в радиальных конкурсах, человек она занятой: работа главным бухгалтером в серьезной фирме и домашние заботы отнимают почти все время. Но любовь к пению, несмотря на всю занятость, – неотъемлемая часть жизни Татьяны, поэтому дочь неспроста сказала, что мама поет лучше всех.

А конкурс, вернее, Открытый народный чемпионат «Ёлочка 2005» уже шел на «Авторадио» полным ходом. По его правилам, каждый радиослушатель мог приписать sms-сообщение на короткий номер 9030 или сделать заявку для участия по тел. 258-33-00. После чего продюсер утреннего шоу Анна Гордеева связывалась по телефону с претендентом и предлагала ему тут же спеть любую песню. Затем Анна выбирала из напелтых по телефону песен три лучшие и в очередном эфире «Операции Утро» демонстрировала эти записи ведущим. А Брагин, Татьяна Гордеева и Захар выносили свой вердикт: кто из троих очередных претендентов достоин петь на следующий день в эфире «Авторадио», представляя свое исполнение «Ёлочки» на суд радиослушателей. Именно сумма голосов, поступивших по sms за очередного участника новогоднего чемпионата, определяла балл, который шел в зачет чемпионата.

Звонок от Анны Гордеевой как раз и застал Татьяну Рыженкую в городе Ефремове, куда она с семьей приехала на вы-

ходные. И, несмотря на не совсем подходящую обстановку, Татьяна спела свою песню про моряка так, что на следующий день «Мурзилки» единогласно присудили ей право приехать в студию, чтобы претендовать на главный приз конкурса – гонорар в 100 000 рублей.

Интрига новогоднего чемпионата тем временем закручивалась не на шутку. Ближе к финишу соперничество становилось все острее, каждый новый претендент, появлявшийся в студии, ориентировался на результат лидера и во что бы то ни стало жаждал его превзойти. Борьба шла бескомпромиссная и самоотверженная, эмоции порой выходили из-под контроля.

Одна из участниц, Елена Подгорская, так усердно тренировалась накануне в надежде поразить всех своим голосом, что умудрилась его сорвать. Но даже это

не остановило претендентку – приехав на «Авторадио», она полухрипом, полупешото спела-таки «Ёлочку» в прямом эфире и, хотя ее результат в итоге замкнул турнирную таблицу, заслужила признательность слушателей и ведущих. Брагин даже сказал, что после ее пения все лор-врачи, наверное, испытали непреодолимое желание предложить конкурсантке свои услуги.

Из прозвучавших на «Авторадио» вариантов знаменитой песенки про ёлочку, знакомой каждому с детского сада, можно смело составить целый сборник. Ни одно исполнение не было похожим на другое, каждый приносил в это бессмертное вокальное произведение что-то свое, оригинальное. Блюз – от Андрея Скирина, соул в стиле Луи Армстронга – от Юрия Баранова, сложные вокальные импровизации и незаурядные актерские



номера в исполнении Юлии Вознесенской и Натальи Сафоновой.

К тому дню, когда пришел черед петь Татьяне Рыженкой, лучший результат – 122 голоса – имела Евгения Толкунова, потеснившая с первого места Марию Патрину (119 голосов). Она уверенно претендовала на победу и 100-тысячный гонорар. Было уже 29 декабря, до финиша Открытого народного чемпионата оставалось совсем чуть-чуть.

И вот, Татьяна в студии «Авторадио»: роскошное атласное концертное платье, облик дышит романтизмом и женственностью, вызывая в памяти эпоху светских балов и жестоких романсов. Именно в стиле романса прозвучала «Ёлочка» у Татьяны. Все в студии были просто покорены, а голосование слушателей дало рекордный результат: 132 голоса!

Но оставался еще один, последний участник Андрей Иванов. Только после его выступления возникла окончательная ясность, кто же получит гонорар в 100 000 рублей. О том, как она на следующий день встретила весть о своей победе, рассказывает сама Татьяна.

– Мы сидим дома, делаем вид, что всем все равно, пьем чай, а сами напряженно ждем результатов Андрея. Муж – что до этого вызывал свое пренебрежительное отношение к моей затее – тоже тянет время, не уезжая по своим делам. И тут Аня объявляет результат голосования: 115 – меньше, чем у меня! Мы все издали такой радостный вопль, что, казалось, дом сейчас рухнет.

На следующий день, 31 декабря, в празднично украшенной студии «Автора-

дио» проходило чествование победительницы. Татьяна была столь же очаровательна, как и накануне. С ней приехала дочь Маша, которая-то и уговорила маму участвовать в конкурсе, а следовательно, имела непосредственное отношение к ее победе. В сопровождении «Мурзилки» Татьяна вновь спела «Ёлочку», это показательное выступление транслировалось в эфире «Авторадио» и на телеканале «М-1».



Ночь в стиле Диско



Совместный проект телеканала СТС и «Радио Диско» подарил миллионам телезрителей в новогоднюю ночь праздничную атмосферу 80-х – знаменитые хиты эпохи диско, блеск и великолепие костюмов, позитивное и жизнеутверждающее настроение.

Новогодняя «Ночь в стиле диско» на канале СТС началась сразу после боя курантов – с традиционной песенки «В лесу родилась ёлочка», исполненной «звездным» участником концерта в нетрадиционном – «дисковом» – звучании. У новогодней елки собиравшиеся звезды российской эстрады: Николай Басков, Леонид Агутин, Катя Лель, Глюк' оза, Ангелика Варум, «Секрет», «Отпетые мошенники», «ВИА ГРА», «Уматурман», «Чай вдвоем» и многие другие популярные группы и исполнители.

А потом с экрана полились песни, которые каждый из нас знает наизусть с детства. Отечественные и зарубежные хиты, исполненные в оригинальных диско-аранжировках, прозвучали совершенно по-новому: ярко, живо, современно. В неожиданном амплуа предстали перед по-

клонниками и звезды современной эстрады.

Ультрамодная группа «Уматурман» исполнила «Главное, ребята, сердцем не стареть», «Глюк' оза» тронула сердца песней из культового фильма «Я шагаю по Москве». Анастасия Стоцкая запела на украинском языке – «Край, мой рідний край», а украинская певица Руслана – победительница конкурса «Евровидение – 2004», – на чистом итальянском спела вечный хит о любви «Besame tu shoo». Настоящим сюрпризом для телезрителей стало воссоединение в полном составе впервые за долгое время участников группы «Секрет», которые встретились на канале СТС, чтобы исполнить знаменитую битловскую песню «Back in the USSR».

Александр Цекало, как продюсер новогоднего шоу, не упустил шанса воспользоваться выгодами своего положения: окружил себя красавицами из группы «Виагра» и разматался на вечную тему: «Если б я был султан...». Борис Моисеев спел с группой «Блестящие», а Леонид Агутин вместе с Ангеликой Варум при поддержке олимпийского

чемпиона Ильи Авербуха не побоялись встать на скользкий путь, чтобы исполнить на льду «Сердце, тебе не хочется покая».

Популярное трио «Мурзилки International», войдя в музыкальный сговор с группой «Чай вдвоем» и актером Александром Семчевым, под задорное пошурри из одесских песен, представало перед телезрителями в образе отъявленных хулиганов и разрушителей спокойствия. А группа «Руки вверх» исполнила сингл из самого нового российского фильма «Ирония судьбы, или С легким паром!».

Новогодняя ночь в стиле диско стала ночью сюрпризов. Молодые увидели своих кумиров в совершенно другом ракурсе, а зрители старшего поколения под знакомые песни вспомнили свою молодость. «Дирижировали» концертом участники О.С.П.–студии и Андрей Бочаров, признанные мастера шуток и пародий.

Разнообразили «Ночь в стиле диско» специально для этого концерта снятые видеоролики – новогодние юмористические заставки-поздравления, выдержанные в жанре шоу Бенни Хилла. Идея и сценарий новогодних сюжетов были разработаны креативной группой «Радио Диско», съемку провел телеканал СТС. А звездой юмористических поздравлений стал Александр Семчев – лицо и голос «Радио Диско».

Атмосферу диско создавали не только музыкальные ритмы, но и яркие, стилизованные под 80-е годы декорации, специально созданные по моде тех лет костюмы. Новогодняя ночь на канале СТС стала настоящей феерией звуков и красок.

И хотя Новый год уже позади, многим, наверное, хочется еще раз окунуться в праздничную атмосферу новогодней ночи, снова послушать понравившиеся мелодии. Ничего невозможного в этом нет – уже вышла в свет CD-версия новогоднего шоу под названием «Ночь в стиле диско на СТС». Так что праздник не обязательно должен кончаться. Возможно, кто-то вообще сохранит настроение диско на весь год. Ведь говорят же – как Новый год встретишь, так его потом и проведешь.

Можно добавить еще лишь одно: судя по рейтингам медиаметрической компании TNS Gallup Media, телеканал СТС в новогоднюю ночь вышел на третье место после Первого канала и РТР. Как сказал генеральный директор СТС Александр Роднянский, «то количество иронии, стеба, энергетик и драйва, которые мы позволили себе в новогодних программах, было бы многовато для уважаемых коллег-конкурентов».

Приз симпатий «Авторадио»

Популярное шоу «Народный артист – 2» проходило на телеканале «Россия» при активной поддержке «Авторадио». Участники конкурса имели возможность получить приз слушательских симпатий, причем голосование за них шло в онлайн-режиме на сайте www.avtoradio.ru.

Весьма показательно, что в финал вышли представители трех бывших «братских», а ныне независимых республик: Беларуси, Украины и России. Ведь среди наших западных соседей немало слушателей «Авторадио», но и читатель газеты «Комсомольская правда», подарок от этого издания стал DVD-телевизор.

Юрий Игнатов, который долго шел в лидерах голосования, но в итоге уступил первенство Жене Анишко и стал вторым, не слишком расстроен этим фактом. Он рад уже тому, что приобрел огромный сценический опыт и новых друзей в ходе конкурса:

– Проект мне дал колоссальный опыт, я познакомился с людьми, у которых я могу учиться и хореографии, и вокалу. Эти полезные знакомства мне очень пригодятся в будущем. Я понимаю, что мне нужно еще много работать, чтобы стать настоящим артистом.

Третье место досталось Дарье Уризенко, четвертое Руслану Алехно, а пятой

бук. Но не менее ценным и дорогим для молодого певца оказалось, конечно, признание многотысячной армии радиослушателей, которые отдали ему свои голоса.

– Я просто не ожидал этого, я очень признателен слушателям «Авторадио» за то, что они отдали свои голоса за меня. Я надеюсь, что в дальнейшем так же буду радовать их своим пением. Спасибо им огромное!

Кстати, Евгений Анишко стал обладателем приза симпатий не только слушателей «Авторадио», но и читатель газеты «Комсомольская правда», подарком от этого издания стал DVD-телевизор.

Юрий Игнатов, который долго шел в лидерах голосования, но в итоге уступил первенство Жене Анишко и стал вторым, не слишком расстроен этим фактом. Он рад уже тому, что приобрел огромный сценический опыт и новых друзей в ходе конкурса:

– Проект мне дал колоссальный опыт, я познакомился с людьми, у которых я могу учиться и хореографии, и вокалу. Эти полезные знакомства мне очень пригодятся в будущем. Я понимаю, что мне нужно еще много работать, чтобы стать настоящим артистом.

Третье место досталось Дарье Уризенко, четвертое Руслану Алехно, а пятой

стала Юлия Вдовенко. Этой девушке действительно есть чему радоваться: на старте она замыкала десятку финалистов. Поэтому свое итоговое 5-е место она считает победой и смело строит планы на будущее:

– Мне очень повезло, меня узнали три страны – это просто какой-то подарок свыше, это удивительно! Я считаю, что если каждый из нашей десятки использует этот «лотерейный билет», то нам очень круто повезет окончательно. Вот, какими словами подвел итоги слушательского голосования Александр Варин:

– Приз слушательских симпатий достался, на мой взгляд, самому симпатичному участнику проекта «Народный артист». Жена Анишко очень здорово и искрометно проявил себя во время Дня «Авторадио» на «Народном артисте». Он был там одним из лучших и порастил меня как члена жюри. Очевидно, и наших слушателей порастил этот парень – веселый и искренний, – и это нашло отклик в их сердцах.

Конкурс «Народный артист – 2» стал еще одним важным моментом сотрудничества Вещательной корпорации «Проф-Медиа» и общенационального телеканала «Россия».



РЕЙТИНГИ

Рейтинг коммерческих радиостанций, 12+

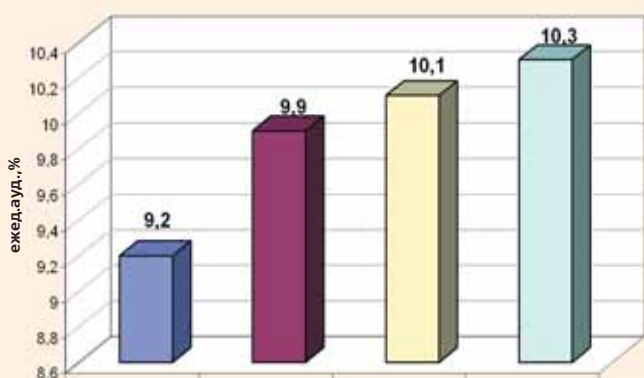
	декабрь, 2004	
	000	%
Русское Радио	900,8	11,9
Авторадио	724,7	9,6
Европа Плюс	722,1	9,6
Ретро FM	610,0	8,1
Радио Шансон	605,9	8,0
Эхо Москвы	507,8	6,7
Наше время на Милешинской волне	492,0	6,5
Love Radio	484,3	6,4
Радио 7 – на семи холмах	461,7	6,1
Динамит FM	434,0	5,8
Радио Энергия	388,9	5,2
Серебряный Дождь	387,5	5,1
MaximFM	376,5	5,0
Русское Радио - 2	363,6	4,8
Наше Радио	345,8	4,6

Показатели рассчитаны за период с 06:00 до 24:00

Источник: Radio Index-Москва. Декабрь 2004. TNS Gallup Media

Динамика объема ежедневной аудитории радиостанции Авторадио

Целевая аудитория: возраст 16+

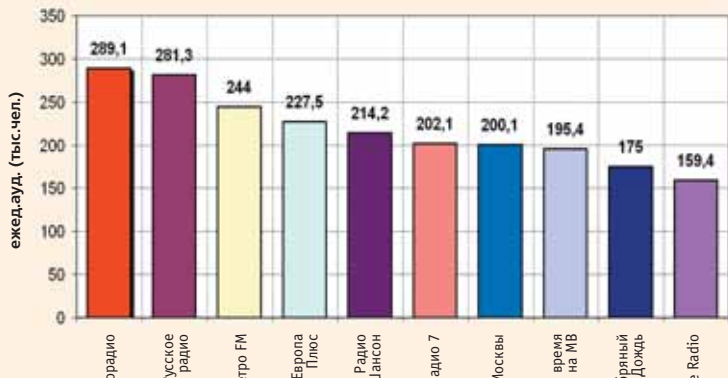


Источник: Радиомониторинг. Комкон Медиа, 2004

Покупатели бытовой техники

Целевая аудитория: возраст 25+

Показатели рассчитаны с 06:00 до 24:00



Источник: Radio Index-Москва. Декабрь 2004. TNS Gallup Media

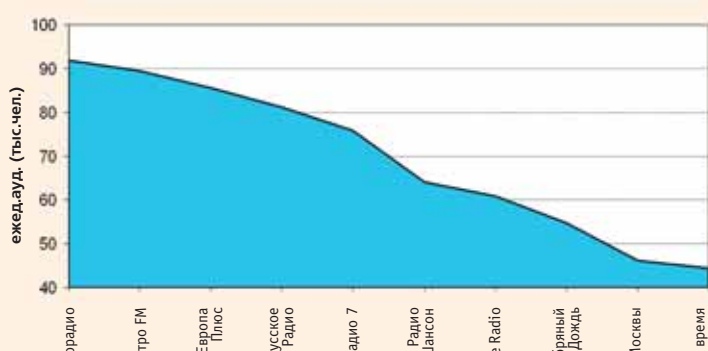
декабрь 2004 г.

Поездки за границу

(совершали за последние 3 месяца или планируют в ближайшие 3 мес.)

Целевая аудитория: возраст 25+

Показатели рассчитаны с 06:00 до 24:00



Источник: Radio Index-Москва. Декабрь 2004. TNS Gallup Media

ПОДАРИТЬ ПРАЗДНИК

«А в т о р а д и о - Т о л ь я т т и»



Новый год позади. Яркие упаковки подарков развернуты, праздничные яства съедены, чудеса Дедом Морозом раздарины. Новый год – праздник, который приходит ко всем без исключения: и к большим, и к маленьким. Но если мы, взрослые, вполне можем сами позаботиться о своем благополучии, то счастье детских сердец – только в наших руках.

Именно поэтому «Авторадио – Тольятти» установило добрую традицию устраивать воспитанникам детских домов маленькое новогоднее чудо в рамках ежегодной благотворительной акции «Подарите детям праздник».

Вы бы только видели восторг ребят, которых привезли в нарядное здание театра «Колесо», где вся атмосфера была пропитана ароматом новогоднего праздника! Деда Мороза и Снегурочку дошколята встретили визгом, выражающим крайнюю степень радости. Подарочки же, поначалу несколько зажатые, очень скоро перестали сдерживаться и радостно водили хороваты, участвовали в конкурсах, пели песни, получали призы.

Ребята внимательно слушали речь мэра Тольятти Николая Уткина. Тинейджеры с благодарностью приняли поздравления градоначальника, а его предположение о том, что в зале может находиться будущий мэр города, было встречено одобрителным гулом.

Кроме первого лица города и Деда Мороза, был на празднике еще один узнаваемый

всеми человек. Этот человек и его команда уже приходили к детям с подарками в 2003 году. Поэтому и встретили его как старого хорошего знакомого. Имя ему – Владимир Анисимкин, генеральный директор «Авторадио – Тольятти». Владимир Анатольевич, или дядя Вова, напомнил собравшимся, что «Авторадио» бросило клич: пусть подарком детям сделают не только крупные компании, но и просто не равнодушные к своим маленьким согражданам тольяттинцы. Полтора месяца радио на своих волнах зывало к людским сердцам. И они отзывались.

Более двух десятков фирм и сотни горожан решили, что невозможно пройти мимо детей, перед которыми жизнь не рассыпалась золотые горы. Количество подарков, купленных на собранные деньги, было таким, что в течение часа бригада из пяти дюжих мужчин переносила их из авторядного автобуса под четырехметровую ель, установленную в праздничный зал, под волшебным деревом их уже ждали сюрпризы: магнитофоны, книги, развивающие игры, магнитолы, мячи, ракетки для тенниса и другие вещи, необходимые в каждой детской жизни. Слезы наворачивались при виде сияющих глаз малышей. Как все-таки мало нужно ребенку для того, чтобы стать счастливым: элементарная уверенность в том, что он кому-то нужен! Это только ударило коллектив «Авторадио

– Тольятти» в мысли, что традиция дарить детям праздник – не просто благое дело для успокоения собственной совести, а насущнейшая необходимость!

Однако небольшое представление в фойе – это только прелюдия. Актеры театра «Колесо» решили, что Новый год невозможен без сказки. И пригласили ребят на новогодний спектакль. Полтора часа детского хохота и живейшего участия в приключениях героев доказали: сказка, пусть на время, но стала былью для каждого из ребят.

Ну а потом – подарки. Каждому! Все до единого получили от «Авторадио» и его помощников наркоры сладости и мягкие игрушки. Удивительное дело – зайчиком, мишкой да цыпленком искренне радовались даже строившие из себя «уже больших» подростки. Свое удовольствие они выражали в свойственной для этого возраста манере: краткими репликами «Круто!». Такая реакция ребят – действительно самая большая похвала организаторам акции.

Когда дети, с конфетами за щекой и игрушками в руках, развлекались, мы стали делиться впечатлениями друг с другом. Состояние наше очень хорошо передала одна из народных корреспондентов, сказав: «Вот берет тебя этот маленький стриженный котенок за ру-

бальный автопробег Владивосток – Москва. Видимо, наркор – это не звание, не просто членство в Авторадиоклубе, а стиль жизни и образ мышления. И основная черта этого стиля – неравнодушие.

Авторадиоклуб в Тольятти – это уже вполне солидная общественная организация. У серьезной организации всегда серьезные планы, а где строятся планы, там подводятся и итоги. Именно в этих целях Авторадиоклуб собрался в конце декабря 2004 года на свое второе, неформальное, заседание.

Заседают народные корреспонденты Тольятти так же задорно, как и живут. Поэтому и место для заседания выбрано было вполне подходящее – пиратский ночной клуб «Джон Сильвер». В этот вечер были обнародованы имена народных корреспондентов, которые по результатам 2004 года были признаны активнейшими членами клуба. Ими стали: Сладкожежа, Данко, Натали, Монстр, Блек Монстр, Блондинка за рулем, Шура, Аквалин, Водолей и Галина-на-Его. Виват победителям!

Но гвоздем программы стали не конкурсы, устроенные Дедом Морозом и расторопной Снегурочкой, а речь генерального директора «Авторадио – Тольятти» Владимира Анисимкина. В своем выступлении он поблагодарил на-



ку, заглядывает в лицо своими лучистыми глазами, что-то рассказывает, перетапываясь с ноги на ногу в ботинках сорок первого размера, а ты стоишь слушаешь, и только одна мысль накатывает: все наши взрослые проблемы – настолько искусственны! Нет, надо, обязательно надо еще не один раз сделать такой праздник для них!»

Что тут добавять? Конечно, «Авторадио» вместе с народными корреспондентами приложат максимум усилий для того, чтобы сохранить свет доброты и искренности в глазах наших малышей.

Кстати, стоит сказать о том, что наркоры – незаменимые помощники радиостанции. Не первый раз они участвуют в событиях авторадийной жизни. Без народных корреспондентов не обходится уже ни одно мероприятие, организованное коллективом радио, будь то предновогодняя благотворительная акция или го-

родных корреспондентов «просто-то за то, что они есть», за то, что «живут жизнью «Авторадио». Речь гендиректор закончил новостью, взорвавшей аудиторию: руководством принято решение, что в 2005 году среди самых активных наркоров будет разыгран автомобиль.

Такое в Тольятти – впервые. Ни одна радиостанция еще не дарила своим помощникам железного коня. И главное, что обладателем машины станет не просто счастливчик, которому улыбнется лотерейная фортуна, а человек, действительно заслуживший награду своим трудом и горячей заинтересованностью в общем деле. Кто это будет – решать самим же наркорам. Они установят критерии оценки и выберут достойнейшего в декабре 2005 года. Остается только пожелать народным корреспондентам свободных дорог и открытых путей – конечно же, в будущее!

КОЛЕСО УДАЧИ

«А в т о р а д и о - Е к а т е р и н б у р г»



– Ну, давай! Бей!
– Сюда, мне! Пас! Да пасуй же!!
– Го-о-о-л!!!

Морозный воздух оглашается громкими возгласами, зрители самозабвенно болеют, прохожие замедляют шаг, с любопытством разглядывая отчаянных футболистов, устроивших свой поединок прямо на снегу. На синих футболках игроков – эмблемы «Авто-

мороз, ни гололед. Организовать не только футбольный матч, но даже настоящие автогонки, когда на градуснике – 20, им вполне по силам.

Соревнование назвали «Ледовая дуэль», подчеркнув этим его честность и бескомпромиссность. На трек в пригороде Екатеринбурга лихими гоночками стали юристы и сварщики, программисты и слесари – самых разных про-



радио». Наркоры Екатеринбург умеют отдать точный пас партнеру и никогда не пасуют перед трудностями.

Мы начали с Авторадиоклуба не случайно. Его появление в Екатеринбурге можно назвать одним из главных событий уходящего года в нашем городе. Атмосферу авторадийного единства народные корреспонденты захотели ощущать и по праздникам, и в будни. Ну а устраивать себе праздники наркорам «Авторадио» не мешают ни снег, ни

фессионалов объединяет в своих рядах Авторадиоклуб. Все происходило почти как в «Формуле 1» – визг тормозов, страстное желание победить и восторженная публика. Эффективнее всякого допинга для пилотов была музыка «Авторадио», звучащая в динамиках автомобилей. Под звуки любимого радио первым к финишу заледенелой трассы прибыл наркор Ангел.

Победитель «Ледовой дуэли» – человек, известный всему городу. Ведь он в составе



тут его встречают диджеи «Авторадио» на нашем фирменном авто и предлагают проехаться при полном параде. Приятно? Еще бы! И все это – в подарок от любимой радиостанции. Слушатель, которому в этот день повезло, преисполнен положительных эмоций. Позитив щедро и прямоофрдно изливался на слушателей Первого автомобильного.

Прохождение на улицах, завидев наше авто, веселятся, ругают, машут, кричат. Водители встречные фары моргают, уступают дорогу. Знают и любят красавицу!

Так авторадийная «Волга» и мы, «Авторадио – Кемерово», радовали горожан в году про-

шедшем и обещаем обязательно продолжить это хорошее дело в наступившем 2005-м.

9 октября в Кемерово возвращалась колонна пробега – не чинно въехала, а именно ворвалась. Мы выехали дорогих гостей встречать – и разминуться, пришлось колонну догонять. В лучших традициях жанра «эксн» кемеровские радиодиджеи на «Волгушке» преследовали участников пробега на «Лэнд Крузерах»: «А-а-а, вот они! Уходят! Быстрее! Гони!» В эфире даже «операцию перехват» объявили – только после этого дорогих гостей удалось остановить. Такая забываемая была встреча.



екатеринбургского экипажа прошел с колонной трансконтинентального пробега «Авторадио» до Москвы.

Если создание Авторадиоклуба мы назвали одним из главных событий, то, по праву, самым значительным в жизни города может считаться этот автопробег. Наркоры встречали колонну в столице Урала через 21 день после дальневосточного старта. Как доставить радость участникам пробега, достойно принять тех, у кого позади 8 тысяч километров трудного пути? Для екатеринбуржцев это было делом

кончились за две недели до концерта. Дворец спорта, рассчитанный на 5000 мест, не смог вместить в себя всех желающих. Ведь побывать здесь означало не просто послушать хорошую музыку, участники «Дискотеки» могли в буквальном смысле прикоснуться к легенде.

Любимых артистов приветствовали громом аплодисментов, лес рук и флагов «Авторадио» раскачивался в такт вечному молодому мелодиям диско.

Горячие зрительские чувства не могли не передаться из зала на сцену. Валерий



чести. На въезде в город колонне осветили путь залпы салюта, а потом – хлеб-соль, дружеские объятия, слезы радости. Марину Хлебникову, сидевшую за рулем головной машины, понесли бы на руках вместе с автомобилем, да «Лэнд Крузер» оказался тяжеловат.

Следующие два дня стали триумфом героев Авторадиопробега в Екатеринбурге. Все хотели видеть звезд пробега, слышать их, общаться с ними.

Сюткин после концерта поделился с нами, что давно не видел такой искренне восторженной публики. А «Мурзилки», храня маску невозмутимых прагматиков, добавили, что качественный звук и свет еще один, несомненный плюс уральской «Дискотеки». Словом, праздник удался в марте и продолжился уже в октябре со звездами автопробега.

Встречая вместе Новый год, коллектив «Авторадио – Ека-



Пресс-конференция, митинг у Храма-памятника Спаса-на-Крови, встречи с горожанами. И, конечно, долгожданный концерт.

С нетерпением ждали этого песенно-танцевального праздника еще и потому, что живы еще у горожан воспоминания о первом концертном шоу, организованном «Авторадио». Свершилось оно 23 марта минувшего года. Тогда город встряхнула грандиозная «Дискотека 80-х», прошедшая во Дворце игровых видов спорта.

Нет ничего удивительного в том, что билеты в кассах за-

теринбург» и его верные помощники наркоры могут с гордостью оглянуться назад. Боевое крещение Авторадиоклуба состоялось, пятьдесят жителей нашего города теперь официально именуются народными корреспондентами. Покатились движение авторадийщиков по земле уральской – словно то колесо, которое на торжественном открытии Авторадиоклуба наркоры подарили любимой радиостанции – как символ неразрывного круга автомобильного братства. Так пусть же станет оно «колесом удачи»!



КОРОЛЕВА ДОРОГ

«А в т о р а д и о - К е м е р о в о»



На любом радио есть такой – главный арт-объект, эталон талисман, приносящий удачу. К выбору своего мы подошли более чем тщательно. Было понятно, что им точно станет автомобиль – все-таки, мы «Авторадио». Но какой выбрать? На «Запорожец» согласиться мы не пожелали, а «Хаммер» – уж очень пафосно и непатриотично. Выбор пал на нее, красавицу. Сегодня нашу звезду узнают на улицах, оборачиваются в след, улыбаются при встрече. Хотя она леди балзакского возраста, сорока пяти лет с момента сборки, но по мобильности молодым не уступает. Добавьте к этому особенный шик шестидесятых – и вот он, портрет нашей любимицы, «Волги ГАЗ-21». Уже три года как она – в лицо «Авторадио – Кемерово». Когда теперешняя королева дорог попала к нам, вид

ее был, мягко говоря, не очень. Но за дело взялись мастера – перекрасили в цвет «хамелеон», обили салон кожей и велюром, поставили навороченную звуковую систему с сабвуферами. Теперь антикварный автомобиль и не узнать: появились новые зеркала, хромированная выхлопная труба, новые колеса с красивыми литыми дисками – в общем, полный тонинговый комплект. Выполнено и главное условие автореставрации: полностью сохранены все ходовая часть и двигатели.

Наша «Волга» – обязательный участник всех авторадийных мероприятий и розыгрышей. Совсем недавно она «зажигала» на акции «Скажи: Новый год!». Машина подъезжала к условленному месту, а в это время в эфире объявлялось, куда именно нужно было добраться участникам. На-



иболее проворные получали призы от «Авторадио» – фирменные календари с нашей символикой. Награжденные выходили в прямой эфир, дабы поздравить родных, друзей и, конечно, любимое радио с наступающим.

Без «Волгушки» нельзя было представить и акцию «Под завязку». Она проходила на наших волнах в течение всего лета. Ежедневно мы предлагали слушателям приехать туда, где их поджидала авторадийная «Волга» и получить стикер «Я слушаю Авторадио». Самые мобильные наклеивали приз на стекло своего авто и становились участниками розыгрыша. В прямом эфире ежедневно объявлялся победитель. Каждый мечтал услышать свое имя и не включал «Авторадио» практически круглосуточно. Потому что тот, кого называли, получал

почетное право залить полный бак бензина, что называется, «под завязку» на автозавках наших партнеров.

А в марте мы организовали веселое шоу «Авторадио-лимузин. На работу и с работы», после которой наша фирменная «Волга» стала просто суперзвездой. Утром в эфире проходили выборы претендентов на заказ праздничного лимузина. Слушатели звонили и рассказывали, почему именно их просьба должна быть выполнена. У кого-то день рождения, кому-то нужно забрать жену с новорожденным из роддома, у кого-то свадьба – в общем, поводы находились самые что ни на есть веские.

Только представьте: у человека день рождения, и друзья заказали для него Авторадиолимузин. Он, ни о чем не подозревая, выходит из дома, а

В Питере встреча 2005 года проходила при активном участии «Авторадио»

Новый год – самый волшебный праздник. И Санкт-Петербург в это время непередаваемо прекрасен. Такое ощущение, что сказочная аура окутывает улицы, проникает в каждый дом, и меняются сами жители города – глаза у всех сияют яркими рождественскими огоньками. И, конечно, очень хочется настоящей рождественской сказки, даже если знаешь, что под елку подарки кладет не Дед Мороз. Мы, сотрудники питерского «Авторадио», решили сказки не ждать, а стать ее непосредственными творцами.

Эпизод первый, с Дедом Морозом, лимузином и броневиком

Все началось с прибытия в Санкт-Петербург главного Деда Мороза России. В канун Нового года, 26 декабря, он появился в городе на Неве, чтобы открыть длинную череду новогодних и рождественских праздников. Его приезд в Питер – кульминация Всероссийской межрегиональной эстафеты «Новогоднее путешествие Деда Мороза», ежегодно проходящей под патронажем Администрации Президента РФ. «Авторадио» Санкт-Петербурга не могло остаться в стороне от столь захватывающего новогоднего события и вместе с Центром фестивальных программ «Летрофест» приняло участие в организации праздничного мероприятия.

Основные события волшебного спектакля разворачивались на территории исторического центра города. Чтобы понаблюдать карнавальное шествие по Невскому, принять участие в празднике на Двор-

цовой и воочию увидеть, как Дед Мороз расцветит огнями главную елку Санкт-Петербурга, питерцы съехались со всех, даже самых отдаленных, «спальных» районов города задолго до прибытия Деда Мороза. Такого скопления празднично настроенного народа не бывало здесь ни во время парада в честь 9-го мая, ни в День города.

Праздник был фантастическим – от самого начала и до самого конца. Под фанфары «Авторадио», мы, авторадийный эскорт Деда Мороза, продали весь путь – от аэропорта Пулково, куда прибыл специальный самолет новогоднего главкомандующего, до Петропавловской крепости, откуда на голубом «волшебном» вертолете Дед Мороз отправился в дальнейшее путешествие по стране.

Если кто-то считает, что новогоднее путешествие Деда Мороза – выдумка или бутафория, он ошибается. В этом мы убедились лично. Пока собравшиеся в зале прилета аэропорта Пулково ждали у новогодней елки дорогого гостя, музыка, звучащая в зале, постоянно прерывалась объявлениями о ходе перелета Деда Мороза из Москвы в Санкт-Петербург. И вот наступил момент встречи. На летном поле выстроился почетный караул – дети в карнавальных костюмах снеговиков. Грянул «Новогоднюю фанфару» оркестр петербургских Дедов Морозов.

Самолет в Пулково прилетел самый что ни на есть реальный, дед-морозовский. На фоне встречающих официальных лиц во главе с вице-губернатором, одетых по протоколу в черное, голубые расшитые шубы Деда Мороза и Снегурочки выглядели особенно эффек-

тно. И встреча была настоящей: радостные дети, руководство города, вся питерская пресса. Прием оказался столь горячим, что в пору было беспокоиться, как бы посланцы Ледяного царства не растаяли прямо тут, у трапа самолета.

Первой елкой, которую главный Дед Мороз страны зажег в Питере, стала нарядная зеленая красавица в аэропорту Пулково. После этого Дед Мороз вместе со своей новогодней свитой сел в «волшебный» лимузин, предоставленный «Авторадио» – Первым новогодним радио Санкт-Петербурга – и отправился в город зажигать остальные елки, в том числе и самую главную, установленную на Дворцовой площади.

О «волшебном» авторадийном лимузине Деда Мороза надо рассказать особо. Этот белоснежный суперкар длиной с хороший автобус и надписью «Авторадио» на борту производил на всех впечатлительные неизгладимые и на всем протяжении поездки, вплоть до площади Восстания, где дедушка пересел в традиционные «волшебные сани», вызвал у публики не меньше восторга, чем все карнавальное шествие в целом.

Традиционный парад Деда Мороза по Невскому проспекту к Дворцовой площади стал настоящим карнавальным шоу. Начался он с включения на Невском новой праздничной иллюминации, а потом Дедушка Мороз продвигался по проспекту в огромных саних, зажигая елки, дарил подарки и творил традиционные новогодние чудеса.

В качестве глшаатая Деда Мороза мы решили использовать самый мощный в Питере саунд-броневик – победитель всех мыслимых и немыслимых

конкурсов по автозвуковому спорту. Такой реальный броневичок с панелями из 6-сантиметровой стали, чтобы от горячим, что в пору было беспокоиться, как бы посланцы Ледяного царства не растаяли прямо тут, у трапа самолета. Первой елкой, которую главный Дед Мороз страны зажег в Питере, стала нарядная зеленая красавица в аэропорту Пулково. После этого Дед Мороз вместе со своей новогодней свитой сел в «волшебный» лимузин, предоставленный «Авторадио» – Первым новогодним радио Санкт-Петербурга – и отправился в город зажигать остальные елки, в том числе и самую главную, установленную на Дворцовой площади.

О «волшебном» авторадийном лимузине Деда Мороза надо рассказать особо. Этот белоснежный суперкар длиной с хороший автобус и надписью «Авторадио» на борту производил на всех впечатлительные неизгладимые и на всем протяжении поездки, вплоть до площади Восстания, где дедушка пересел в традиционные «волшебные сани», вызвал у публики не меньше восторга, чем все карнавальное шествие в целом.

Традиционный парад Деда Мороза по Невскому проспекту к Дворцовой площади стал настоящим карнавальным шоу. Начался он с включения на Невском новой праздничной иллюминации, а потом Дедушка Мороз продвигался по проспекту в огромных саних, зажигая елки, дарил подарки и творил традиционные новогодние чудеса.

В качестве глшаатая Деда Мороза мы решили использовать самый мощный в Питере саунд-броневик – победитель всех мыслимых и немыслимых

конкурсов по автозвуковому спорту. Такой реальный броневичок с панелями из 6-сантиметровой стали, чтобы от горячим, что в пору было беспокоиться, как бы посланцы Ледяного царства не растаяли прямо тут, у трапа самолета. Первой елкой, которую главный Дед Мороз страны зажег в Питере, стала нарядная зеленая красавица в аэропорту Пулково. После этого Дед Мороз вместе со своей новогодней свитой сел в «волшебный» лимузин, предоставленный «Авторадио» – Первым новогодним радио Санкт-Петербурга – и отправился в город зажигать остальные елки, в том числе и самую главную, установленную на Дворцовой площади.

О «волшебном» авторадийном лимузине Деда Мороза надо рассказать особо. Этот белоснежный суперкар длиной с хороший автобус и надписью «Авторадио» на борту производил на всех впечатлительные неизгладимые и на всем протяжении поездки, вплоть до площади Восстания, где дедушка пересел в традиционные «волшебные сани», вызвал у публики не меньше восторга, чем все карнавальное шествие в целом.

Традиционный парад Деда Мороза по Невскому проспекту к Дворцовой площади стал настоящим карнавальным шоу. Начался он с включения на Невском новой праздничной иллюминации, а потом Дедушка Мороз продвигался по проспекту в огромных саних, зажигая елки, дарил подарки и творил традиционные новогодние чудеса.

В качестве глшаатая Деда Мороза мы решили использовать самый мощный в Питере саунд-броневик – победитель всех мыслимых и немыслимых

конкурсов по автозвуковому спорту. Такой реальный броневичок с панелями из 6-сантиметровой стали, чтобы от горячим, что в пору было беспокоиться, как бы посланцы Ледяного царства не растаяли прямо тут, у трапа самолета. Первой елкой, которую главный Дед Мороз страны зажег в Питере, стала нарядная зеленая красавица в аэропорту Пулково. После этого Дед Мороз вместе со своей новогодней свитой сел в «волшебный» лимузин, предоставленный «Авторадио» – Первым новогодним радио Санкт-Петербурга – и отправился в город зажигать остальные елки, в том числе и самую главную, установленную на Дворцовой площади.

О «волшебном» авторадийном лимузине Деда Мороза надо рассказать особо. Этот белоснежный суперкар длиной с хороший автобус и надписью «Авторадио» на борту производил на всех впечатлительные неизгладимые и на всем протяжении поездки, вплоть до площади Восстания, где дедушка пересел в традиционные «волшебные сани», вызвал у публики не меньше восторга, чем все карнавальное шествие в целом.

Традиционный парад Деда Мороза по Невскому проспекту к Дворцовой площади стал настоящим карнавальным шоу. Начался он с включения на Невском новой праздничной иллюминации, а потом Дедушка Мороз продвигался по проспекту в огромных саних, зажигая елки, дарил подарки и творил традиционные новогодние чудеса.

В качестве глшаатая Деда Мороза мы решили использовать самый мощный в Питере саунд-броневик – победитель всех мыслимых и немыслимых

конкурсов по автозвуковому спорту. Такой реальный броневичок с панелями из 6-сантиметровой стали, чтобы от горячим, что в пору было беспокоиться, как бы посланцы Ледяного царства не растаяли прямо тут, у трапа самолета. Первой елкой, которую главный Дед Мороз страны зажег в Питере, стала нарядная зеленая красавица в аэропорту Пулково. После этого Дед Мороз вместе со своей новогодней свитой сел в «волшебный» лимузин, предоставленный «Авторадио» – Первым новогодним радио Санкт-Петербурга – и отправился в город зажигать остальные елки, в том числе и самую главную, установленную на Дворцовой площади.

О «волшебном» авторадийном лимузине Деда Мороза надо рассказать особо. Этот белоснежный суперкар длиной с хороший автобус и надписью «Авторадио» на борту производил на всех впечатлительные неизгладимые и на всем протяжении поездки, вплоть до площади Восстания, где дедушка пересел в традиционные «волшебные сани», вызвал у публики не меньше восторга, чем все карнавальное шествие в целом.

Традиционный парад Деда Мороза по Невскому проспекту к Дворцовой площади стал настоящим карнавальным шоу. Начался он с включения на Невском новой праздничной иллюминации, а потом Дедушка Мороз продвигался по проспекту в огромных саних, зажигая елки, дарил подарки и творил традиционные новогодние чудеса.

В качестве глшаатая Деда Мороза мы решили использовать самый мощный в Питере саунд-броневик – победитель всех мыслимых и немыслимых

конкурсов по автозвуковому спорту. Такой реальный броневичок с панелями из 6-сантиметровой стали, чтобы от горячим, что в пору было беспокоиться, как бы посланцы Ледяного царства не растаяли прямо тут, у трапа самолета. Первой елкой, которую главный Дед Мороз страны зажег в Питере, стала нарядная зеленая красавица в аэропорту Пулково. После этого Дед Мороз вместе со своей новогодней свитой сел в «волшебный» лимузин, предоставленный «Авторадио» – Первым новогодним радио Санкт-Петербурга – и отправился в город зажигать остальные елки, в том числе и самую главную, установленную на Дворцовой площади.

О «волшебном» авторадийном лимузине Деда Мороза надо рассказать особо. Этот белоснежный суперкар длиной с хороший автобус и надписью «Авторадио» на борту производил на всех впечатлительные неизгладимые и на всем протяжении поездки, вплоть до площади Восстания, где дедушка пересел в традиционные «волшебные сани», вызвал у публики не меньше восторга, чем все карнавальное шествие в целом.

Традиционный парад Деда Мороза по Невскому проспекту к Дворцовой площади стал настоящим карнавальным шоу. Начался он с включения на Невском новой праздничной иллюминации, а потом Дедушка Мороз продвигался по проспекту в огромных саних, зажигая елки, дарил подарки и творил традиционные новогодние чудеса.

В качестве глшаатая Деда Мороза мы решили использовать самый мощный в Питере саунд-броневик – победитель всех мыслимых и немыслимых

ПЕРВОЕ НОВОГОДНЕЕ РАДАО



пой вдоль проспекта грохотало: «Сейчас на связи студия «Авторадио»! Первое новогоднее радио». Что и говорить, от гордости распирало.

А тем временем на Дворцовой площади уже разворачивался общегородской семейный праздник «2005 новогодних огней». Кульминацией праздника стало прибытие на площадь кортежа Деда Мороза. Дед Мороз, как водится, произнес волшебное заклинание – и на макушке елки засверкали шпиль – герб Санкт-Петербурга. А потом началось световое, проекционное и лазерное шоу. Торжественная церемония зажигания главной новогодней елки превратилась в великолепный светомузыкальный спектакль.

Праздник длился до самой ночи. Казалось, что само время подчинилось волшебным законам: взрослые словно вернулись в детство, а дети, в полном восторге от новогодней феерии, самозависимо путешествовали по сказочному царству Деда Мороза.

Уже заполночь с вертолетной площадки Петропавловской крепости Дед Мороз со своей свитой, погрузившись в «волшебный вертолет», пилотируемый знаменитым летчиком Вадимом Базыкиным, отправился зажигать елки в другие города России. А мы, авторадийцы, проводив главного Деда Мороза страны, смахнули со щек сосульки слез и направились в родной офис. Отдыхать было некогда, ведь предстоял главный праздник – встреча Нового года на стрелке Васильевского острова, в котором «Авторадио» Санкт-Петербурга приняло самое непосредственное участие.

Эпизод второй, под бой курантов и гимн «Авторадио»

Каждая хозяйка знает, как непросто сделать хороший праздник у себя дома – сколько нужно всего приготовить, прибрать и украсить, чтобы все прошло гладко, без сры-

вов и досадных оплошностей. А что такое устроить встречу Нового года в масштабах многомиллионного города? Тут у кого хочешь голова пойдет кругом. Но питерское «Авторадио» в эту авантюру ввязалось, и результат, что называется, превзошел ожидания. Надо сказать отдельные спасибо Центру фестивальных программ «Летрофест» – за то, что доверили нам ведущую роль в этом празднике. И, по общему мнению, «Авторадио» с этой ролью справилось на отлично.

31 декабря погода питерцев баловала, и народу на стрелке Васильевского острова, где проходило главное новогоднее городское гуляние, собралось никак не меньше полумиллиона. Праздничная программа началась в 23.00 с музыкальной игры «Новогодняя увертюра», затем прозвучали новогодние видеопоздравления от известных петербуржцев.

После теплых слов и сердечных новогодних пожеланий от губернатора Санкт-Петербурга Валентины Матвиенко зрители стали свидетелями светомузыкального лазерно-пиротехнического спектакля на музыку Глиэра, Глинки, Чайковского и Вангелиса. А потом наступило время «Бала новогодних огней», и эстафету праздника приняли ведущие новогоднего шоу – знаменитое авторадийное трио Брагин, Захар и Татьяна Гордеева, специально прилетевшие из Москвы, чтобы принять участие в концерте, подготовленном питерским «Авторадио».

Когда на сцену вышел Олег Ломовой, Ростральные колонны зажглись яркими огнями, по окружности парапета Биржевого сквера вспыхнули фонтаны фейерверка. По приказу Деда Мороза засияла огнями новогодняя елка. Над сценой загорелась огромная цифра «2004» – символические часы, отсчитывающие последние минуты уходящего года. Во время боя курантов цифра «4» огромных электрон-

ных часов начала мигать и вместе с последним ударом, сопровождаемым залпом салюта, сменилась на цифру «5». Зазвучал гимн России. И потекли минуты уже нового 2005 года.

Даже нас, видавших виды «матерых журналист», до слез пронял этот пронзительно-трогательный момент всеобщего ликования. И еще – пафос искренней гордости за то, что мы причастны ко всему этому великолепию.

Новогодний бал начался с гимна «Авторадио». В эту праздничную ночь на стрелке Васильевского острова в Санкт-Петербурге звучало много хорошей музыки и песен. Питерцы с восторгом встречали выступления популярных эстрадных исполнителей: Игоря Корнелюка, Дианы Шагаевой, Игоря Скляра, группы «Гости из прошлого». Разыграли свое новогоднее представление актеры театра «Маска». Специально для жителей Санкт-Петербурга – прозвучали видеопоздравления звезд «Дискотеки 80-х». И, конечно, весь вечер на сцене загорались загорные «Музыкальные Интернационалы».

Были в программе новогоднего бала, конечно, и игры, и розыгрыши призов от «Авторадио», поскольку – что за Новый год без подарков? А завершился праздник под утро – великолепным пиротехническим шоу под названием «Свет нового дня». Засверкало и грохнуло так, что народ ахнул! Такого салюта питерцы не видели никогда в жизни. Так что эта новогодняя ночь с «Авторадио» запомнится всем.

Ольга Волобуева,
пиар-директор «Авторадио»
Санкт-Петербург»

ВПЕЧАТЛЕНИЯ
МОСКОВСКОГО ГОСТЯ

Мы с «Музилками» приехали в Питер, чтобы провести новогоднее концертно-развлекательное шоу. По сценарию концертная часть стартовала сразу после торжествен-

ной церемонии открытия примерно в 0.30. Санкт-Петербург хорошо подготовился к встрече Нового года: огромная сцена на стрелке Васильевского острова, многотысячная толпа горожан. Здание Биржи и Ростральные колонны стали элементами гигантской праздничной декорации, удачная подсветка и потрясающие по красоте спецэффекты производили ошеломляющее впечатление и создавали одновременно праздничную и торжественную атмосферу. Встреча Деда Мороза, парад гористов, обращение президента России и губернатора Санкт-Петербурга, грандиозный фейерверк – стали достойным началом новогоднего праздника. Дальше на сцене закружилась эстрадно-развлекательная феерия с нашим скромным участием.

Как профессионал не могу не отметить прекрасную организацию праздника: звуковое оформление, постановка действия – все было сделано на высоком уровне. Порадовал сценарий, в котором официальная часть органично сочеталась с развлекательной – играми, танцами, конкурсами. Люди вокруг радовались и веселились от души, и это очень вдохновляло артистов. «Музилки», которые работали в течение всего концерта несколькими блоками, зрители встречали исключительно горячо, все их номера проходили на ура.

От московских артистов хочу поблагодарить организаторов за чудесный праздник и всех жителей Санкт-Петербурга за теплый прием! Гимн в финале пели всем народом, хором, а значит «Авторадио» – действительно Первое Новогоднее Радио. И если верить приметам – новый 2005 год проведем мы весело и музыкально – так же, как встречали его в ночь с 31-го на 1-е на стрелке Васильевского острова.

Олег Ломовой,
креативный директор ВКПМ