

ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ

« Авторадио - Ярославль »



Случилось это почти два года назад. В преддверии 30 марта – дня рождения «Авторадио – Ярославль» – мы в очередной раз решили: чем бы таким необычным отметить эту дату? Тогда-то и прозвучали слова: «А почему бы нам ни запустить свою «Дискотеку 80-х»? Все решения на «Авторадио – Ярославль» принимаются коллегиально, чем мы особо гордимся. Говорят, что в спорах рождается истина, и мы уже неоднократно убеждались в этом на личном опыте. Вообще-то, споры спорам – рознь. Наши споры, например, всегда выливаются в творческие и в чем-то рационализаторские предложения, именно таким путем и появилось в Ярославле новое для него явление – «Дискотека 80-х».

Ярославский ночной клуб «Авангард» воспринял нашу идею сразу и на ура. С тех пор мы и даем людям среднего возраста, нашей средней преданной аудитории, возможность, как говорится, тряхнуть стариной. И с каждой «Дискотекой» поклонников у нас становится все больше. Порой смотришь в зал, видишь радостные, уже знакомые лица и понимаешь, что музыка нас, действительно, связала, превратила радиостанцию и ее слушателей в единый организм.

Надо сказать, что сегодняшнюю публику заезжими артистами не удивишь. Тем более после того, как в Ярославле появился огромный, подстать лучшим стилистическим площадкам, спортивно-культурный комплекс «Арена-2000-Локомотив». Но наша «Дискотека 80-х» всегда проходит с неременным аншлагом. За время ее существования на сцене «Авангарда» с успехом выступили Наталья Гулькина, Виктор Салтыков, Евгений Осин, Роман Жуков, группы «Кар-Мен», «Технология» и «Комбинация». А в феврале этого года ярославцы отметили День влюбленных в компании Саши Айвазова.

Словом, немало уже вечеров прошло «Авторадио – Ярославль» вместе со своими слушателями под чарующую музыку диско, под любимые хиты 80-х. Но наступило время, когда нам захотелось замануться на нечто большее. Проверить любовь ярославцев к «Дискотеке 80-х» на прочность, мы решились на более грандиозный проект. И перенесли наш традиционный праздник диско из уютного зала клуба «Авангард» в десятиэтажный «Арена-2000-Локомотив».

Шаг этот для нас не был легким. Ведь полный зал «Арена» не собрал даже в день официального открытия. Впрочем, и сомнениям было не место. Проводить наше мероприятие при полупустом зале не хотелось. Ведь привыкли уже наши слушатели к тому, что все, проводимое в Ярославле под маркой «Авторадио», всегда ассоциируется с аншлагом. Тем не менее пришла пора выходить на новый уровень работы, раздвигать привычные рамки «Дискотеки».

Работа над проектом выдалась долгой и хлопотной: провладимониторинг, выясняли, кто из артистов будет особенно востребован в Ярославле, проверяли и выверяли. Наконец, остановились на настоящих звездах отечественной и зарубежной эстрады. Холодным октябрьским днем в Ярославле появились красочные афиши грандиозного фестиваля «Дискотека 80-х».

Хорошо подводить итоги, когда все прошло, и прошло на «платье с плюсом». Мы – «Авторадио – Ярославль» – со своей «Дискотекой 80-х» смогли сделать невозможное и побили рекорд: все 10 тысяч мест в «Арене-2000-Локомотив» были заняты. Такого наш город еще не видел, но будем надеяться, что в обозримом будущем увидит еще не раз. Как говорится, продолжение следует.

Участие Виктора Салтыкова, Натальи Гулькиной, групп «Кар-Мен» и С. С. Catch, а само действо было намечено на 7 ноября 2004 года.

ПРО САМОЕ ИНТЕРЕСНОЕ

« Авторадио - Тольятти »



Давайте поиграем в ассоциации. Что всплывает в вашем воображении при словосочетании «8 марта»? Женщины, весна, цветы. Разумеется – какая же женщина в Международный женский день не хочет получить букет цветов? Один нюанс, дорогие читательницы. С нынешнего года ассоциативный ряд многих тольяттинских автоледи включает в себя еще и слово «Авторадио».

Впрочем – ничего удивительного. Потому что «Весна, Цветы. И Авторадио» – это не просто название акции. Это целое приключение в жизни тех тольяттинских автоледи, которые 8 марта встретились с экипажем Первого автомобильного. Но – все по порядку.

В тот день, когда 23 февраля осталось уже позади, а 8 марта еще и не начиналось, мужская часть «Авторадио» – Тольятти стала думать да гадать, чем бы милых поздравить. Сколько времени занял интеллектуальный штурм, неизвестно. Но Господь помыслил, и в чей-то голове появилась картинка: март, восьмое, очертания дороги, ГАИ, жезл – стоп! Автоледи в сматеньях: вместо штрафа – цветы. Справедливые ради, нужно сказать, что не мы авторы идеи. Такое уже было в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи. Но в Тольятти еще одна дама за рулем не получала цветы от «Авторадио». Этот прорыв в истории российского Детройта мы и решили восполнить.

Придумано – сделано. В пасмурный день 8 марта экипаж «Авторадио» и машина сотрудников ГИБДД вышли на дороги Тольятти, чтобы поздравить с праздником весны всех автоледи, встретившихся на пути. Взмах жезла инспектора – и встревоженная дама паркует машину. Строгий инспектор: «Пройдемте, пожалуйста». По пути автоледи уже готовят доку-

рички, и вещам поставленным радийными голосами вникают о том, как все начиналось. В начале было слово. И слово было у Главного. И слово было – главное. И решил Главный: да будет в Тольятти «Авторадио». И стало так. В машинах, в офисах и домах «авторадисты» начали слушать Первое автомобильное радио. Что нравилось? Музыка, умноженная на информацию. Приемник, настроенный на волну 96.0 FM, рассказывал о пробках на дорогах, о новостях города и пел голосами любимых исполнителей. В общем, простое горючее быстро полюбило «Авторадио». А вот почет у высокообразованных профессионалов-интеллектуалов нужно было заслужить. Сказано – сделано. За полтора года новостные выпуски стали не просто хорошими, а лучшими. Первое автомобильное радио первым рассказывало о многих событиях в жизни города. Високосный 2004 год принес авторадисткам заслуженную награду. По его итогам программа «В Тольятти есть новости» стала лучшей информационной программой в сфере радиовещания.

Конечно, за любой программой стоят люди, ее делающие. Тогда это были два человека: редактор Светлана Понкратьева и журналист Татьяна Дорофеева. Именно они колдовали над словами. И причудливый информационный поток превращался в доступные и понятные всем новости. Легко и просто – для слушателя. Кровью и потом – для авторов. Но те, кто находится по ту сторону приемника, не жалуются даже тогда, когда слышат о том, сколько мышечных и интеллектуальных усилий совершают журналисты, чтобы рассказать им про самое интересное.

Тут мы, восьмидесятки, а то и девяностолетние старики, задумаем на несколько мгновений, попивая чай у каминка, над последними словами: «Самое интересное». Действительно, а что же самое интересное тогда было? Ну, конечно «День шофера». В далеком 2005 году эта программа только-только появилась на волнах тольяттинского автомобильного радио. В последнюю пятницу каждого месяца первые лица города отвечали на серьезные вопросы. В студии побывали и исполнители обязанности начальника УВД Тольятти Александр Шелканов, и заместитель руководителя Межрайонной налоговой инспекции города Ольга Николаевна Гаркуша, представитель ГАИ, мэрия. Не будем утомлять дальше имена и названия длинных должностей. Достаточно того, что вопросы, заданные гостям ведущей «Дня шофера» Татьяной Дорофеевой, не оставили равнодушными ни больших начальников, ни простых слушателей. Операторы не успевали принимать звонки от слушателей, пожелавших лично задать вопросы серьезным людям Тольятти. Не обходилось и без курьезов. Одна дама, дозвонившись за две минуты до окончания прямого эфира, чуть не со слезами просила дать ей поговорить с именинным гостем программы. «Я могу повисеть на сотовом чуть 30 минут – мне не жалко денег, только дайте мне поговорить!»

Но, кажется, мы увлеклись воспоминаниями. Да и придуманные вники уже убежали играть в придуманные ими игры. Пора взглянуть правде в глаза: прошлое прекрасно, но будущее всегда лучше. Не зря усилиями совершают журналисты, чтобы рассказать им про самое интересное.

Информационно-аналитическая, развлекательная газета
«АВТОРАДИО»
Выход издания: еженедельно

Газета зарегистрирована в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций
Регистрационное свидетельство
ПИ № 77-16868 от 20.10.03

Гл. редактор: Каневский М.А.
Редакция: Гурьянов В.В., Понкратьева С.В., Горшкова Т.В.
Официальный сайт газеты: <http://gazeta.avtoradio.ru>

Номер отпечатан в типографии ООО «ОИД «Медиа-Пресса»
Редакция: г. Москва, ул. Тверская, д. 18, оф. 705
Тел.: (095) 109-9647, 209-2832
Номер подписан в печать 28.03.05 г.



8 марта свой второй день рождения отметила самая модная сегодня молодежная радиостанция России - «Радио Энергия». Два года назад вещательная корпорация «Проф-Медиа» сделала серьезную ставку на то, чтобы урешиться на новом для себя и уже достаточно насыщенном рынке молодежного вещания. Время, которое главным судьей всему, доказало - ставка оказалась выигрышной.

Два года для радиостанции - период показательный. Первые двенадцать месяцев период становления, он дает возможность позиционировать себя в подчас агрессивном медиасрединстве, тем самым заложив фундамент будущих свершений. А вот вторые двенадцать месяцев вещания призваны показать «товар лицом» и построить основу долгосрочности успеха, доказать, что достижение хороших рейтинговых позиций отнюдь не эффект новизны продукта, а результат работы команды профессионалов.

О том, что представляет собой сегодняшняя, двухлетняя радиостанция-имениница, мы решили рассказать устами людей, которые заложили основу всему тому, что сегодня звучит на волне 104.2 FM.

Александр Варин, президент ВКПМ:
- Сегодня радиостанция «Радио Энергия» занимает значительное, очень важное место в общей структуре холдинга. Дело в том, что наша первая радиостанция, «Автораддио», имеет устоявшуюся, но взрослую аудиторию, средний возраст которой где-то за 30 лет. Это слушатели с

консервативными взглядами, воспитанные в советский период. А «Энергия» имеет совершенно иной посыл. Это радио нового поколения, ориентированное на молодых взрослых в возрасте от 18-ти до 30-ти, воспитанных уже в совершенно иную эпоху, в иной культуре, и ориентированных на другие ценности. Нам было очень важно захватить новый рынок, который мы не могли охватить «Автораддио».

Сейчас уже сформирован определенный положительный имидж «Радио Энергия». Это стильное, продвинутое молодежное радио, которое воплощает все новое, прогрессивное, модное. Такой имидж на рынке приобретен, он имеет место быть в умах слушателей и рекламодателей - в этом наше главное достижение.

Что предстоит сделать - достичь тех рейтинговых позиций, которых «Энергия» достойна. Сейчас она находится на грани десятка, и мы должны ее зафиксировать среди десяти наиболее популярных станций московского диапазона, а затем диверсифицировать в другие регионы. Кстати, на последней федеральной конкурсной комиссии мы выиграли с концепцией «Энергии» первый город - Курган. И теперь можно уже говорить о том, что начинается сетевое вещание «Радио Энергии».

Руслан Николаев, генеральный продюсер «Радио Энергии»:
- На мой взгляд, основное отличие

огромной победы - собранной команды профессионалов-единомышленников, основное достижение, конечно, цифры рейтингов. Сейчас находимся на грани десятки музыкальных коммерческих станций. Следующий рубеж, который мы, на мой взгляд, тоже должны преодолеть, следующая планка - это войти в пятерку.

Ну а если не закириваться на цифрах, собственные грандиозные имиджевые мероприятия, ставшие визитной карточкой: например, внеэфирный проект «Энергия Mega Dance», которому мы придали статус ежегодного. И в то же время у нас существуют и эфирные акции в рамках общих рекламных кампаний, таких как «Масяня на улицах города», «Энергия лета» и многие другие. Главный ориентир - наша целевая аудитория - молодые, активные люди. Мы провели ряд исследований образа жизни слушателей «Энергии» и, исходя из их результатов, строим стратегию продвижения нашего бренда.



Алексей Зятцкий, коммерческий директор «Радио Энергии»:
- 2 года назад мы вошли в новый для нашего холдинга сегмент рынка, и теперь уже с уверенностью можно сказать, что сумели на нем закрепиться. Именно благодаря наличию в нашей структуре молодежной радиоволны удалось получить новые вливания в бюджет и принци-

ально новых рекламодателей. Партнер «Энергии» - это энергич-

Анна Павлова, шеф-редактор службы информации «Радио Энергии»:
- Основные постулаты работы информационщика «Энергии» - оперативность и креативность. Важно умение грамотно выбрать интересную тему и грамотно отредактировать новости, оставив в выпуске все самое любопытное. Кроме того, не менее важна правильность речи и «энергичность» подачи.



создавать хорошее музыкальное полотно на всех этапах эфирного процесса. И, конечно, диджеи. Они, как правило, тратят большое количество времени на создание удачного «микса». А ведь оригинальные «миксовки» - один из опознавательных знаков «Энергии».

Ведущие утреннего шоу «Горячие головы» Михаил Ржевский и Юлия Морозова:

Ржевский: Драйв в том, что мы делаем только то, что интересно нам самим. Мы и наши слушатели живем одной жизнью. И в итоге получается так, что, когда мы эту жизнь начинаем обсуждать, мы сходимся в интересах с теми, кто настроен на нашу волну. Мы всегда в теме, на одной волне с ними. Это такой очень редкий момент, потому что, как правило, ведущие утреннего шоу сами с собой шутят, беседуют, а слушатели должны это как бы со стороны наблюдать. А у нас все происходит как единое общение.

Морозова: Утром я сажусь к микрофону, для того, чтобы день у наших слушателей прошел на подъеме. Для меня это тоже важно. Давая такой заряд аудитории, я и сама заряжаюсь позитивом вместе с теми, кто настроен на «Энергию». Это процесс взаимомомента слушателя - ведущий, который позволяет целый день ощущать эту обратную связь с теми, для кого ты работаешь.

Ржевский: А сплотиться в дуэт нам помогли прежде всего особенности характеров, которыми мы, собственно, и сошлись. Ведь зачастую происходит так: как бы тепло и искренне ни общались ведущие в эфире, очень сложно предста-

Хорошо летим!

Второй день рождения «Радио Энергии»



«Энергии» от ближайших конкурентов, работающих в области популярной танцевальной музыки, в том, что мы, оставаясь популярной станцией, стремимся сохранить хороший вкус. Есть много не только отечественных, но и зарубежных танцевальных композиций, которые можно назвать некачественными. Мы все-таки стараемся держать более высокую планку. На мой взгляд, отечественные слушатели уже выросли до того, чтобы воспринимать качественную музыку. Конечно, приходится балансировать на гра-



ни, именно в этом основная трудность - остаться популярным, и в то же время не опускаться до дешевых треков. Основной помощник отбора музыки, достойной нашего слушателя, - опыт.

Кроме того, мы зарекомендовали себя как наиболее высокотехнологичная станция. Полностью оправдываете слова «радио нового поколения». У нас первых появился принцип sms-голосования, прямой интерактивный связи. Мы первые сделали открытый, «прозрачный» плейлист. То есть любой человек в любое время может посмотреть у нас на сайте, или узнать, послал эсмэску, какая песня звучит в эфире. Только у нас названия треков идут по РСД в приемнике в графе «радиотекст». Так что без преувеличения можно сказать, что в области технологий мы впереди всех идем. На шаг где-то. Больше оторваться можно, но просто смысла нет. Достаточно быть чуть-чуть впереди. Если мы совсем далеко уйдем, то нас может постигнуть такая судьба: «Помните, была такая радиостанция? Слишком уж далеко она была от народов».

Роман Олегов, генеральный директор «Радио Энергии»:
- Безусловно, энергетический стержень радиостанции - это люди. На мой взгляд, именно команда делает нашу станцию - «Энергией» с большой буквы. Основным критерий при приеме человека на работу, конечно же, профессионализм. Но кроме этого, у того, кто работает на «Энергии», должен быть еще огонек в глазах, некий азарт, инициатива. Помимо

то, на мой взгляд, главное достижение «Энергии» за эти 2 года - это создание велико-лепного имиджа модной, продвинутой и популярной радиостанции, как для слушателей, так и для наших партнеров. И, само собой, особая наша гордость - это целая серия внеэфирных акций, прошедших с большим успехом. Надеюсь, что в эту копилку золотым слитком ляжет и предстоящий в апреле фестиваль «Энергия Mega Dance».

Евгения Левченко, директор по продвижению «Радио Энергии»:
- Общая концепция продвижения станций в рамках вещательной корпорации «Проф-Медиа» - это бесконечное количество промоакций. Стратегия продвижения «Радио Энергии» строится именно на создании неких информационных поводов. За два года работы мы приобрели



ный, современный и «брендоориентированный» клиент. Наши клиенты - крупные западные компании, работающие в России. Но много и наших, отечественных марок. На «Энергии» представлен практически весь развлекательный сектор, крупные торговые фирмы, чей бизнес строится на товарах для молодежи, а также транснациональные компании, вроде «Кока-Кола».

Беспорно, с точки зрения коммерческой успешности, «Энергия» проект очень удачный и перспективный. На московском рынке станция это уже доказала, и я уверен, что того же эффекта смогут добиться и наши будущие региональные вещатели.

Если говорить о структуре выпуска, то здесь мы используем принцип хит-парада. Выбираем пять самых интересных новостей на заданную тему, и затем формируем выпуск - на первом месте всегда самая яркая информация. Еще один важный аспект - эксклюзивность материалов в «Energy News». Чаще всего этот эксклюзив мы получаем из личных бесед с музыкантами, актерами, режиссерами и персонажами светской хроники. На наших волнах уже звучали интервью с Benny Benassi, «Chemical Brothers», «Danzel», Михаилом Ефремовым, Гойшей Куденко, Эмиром Кустурицей, Ксенией Собчак.

А если говорить о том, как новость преподнести, то здесь всегда одобряются драйв, юмор, ирония, но ни в коем случае не должно быть никакого пафоса. Конечно, первоочередная задача любой новости программы - информировать, но поскольку радиостанция «Энергия» прежде всего музыкальная, развлекательная, новости мы стараемся высказывать интересные именно нашему слушателю.

Ренат Идиатуллин, музыкальный редактор «Радио Энергии»:
- Когда ты хорошо представляешь себе потребности и вкусы своего поколения, то работать намного проще. Ты ходишь в те же клубы, кинотеатры, пользуешься теми же мобильными телефонами, покупаешь джинсы, DVD, портативные компьютеры. При этом ты не отстаешь от ровесников в Европе, Америке, Австралии. С музыкой то же самое. «Радио Энергия» держит молодое поколение в музыкальном тоне, не позволяя ничего упустить. И когда результат твоей работы не просто удачно найденный трек, а небольшой вклад в формирование хорошего музыкального вкуса - это большой кайф.

Песня - хорошо, две песни - лучше, а когда эти песни удачно сведены - замечательно. Сделанная музыкальная картинка становится настоящим «орке»». В этом плане помогают современные технологии компании «Digiton». Они дают возмож-



вить, что они друг с другом проводят вместе свободное время. У нас же очень активное общение не только в эфире, но и за его пределами.

Морозова: Случается порой, что у людей, у которых много друзей и знакомых, нет человека, с которым можно всегда, днем и ночью, поговорить. А у нас с Мишкой такие отношения. Он из тех моих самых близких друзей, на которых я могу положиться, с которым я могу быть и в радости, и в горе. Поэтому эфирное общение очень искреннее. Кроме того, мы



оба Близнецы по гороскопу, поэтому просто не можем всегда работать по одной и той же схеме, у нас постоянно все меняется: и в наших головах, и в отношениях, и в нашей повседневной жизни. Естественно, это не может не отражаться на работе. Потому слушателям «Энергии» скажу не даем.

Ржевский: Ну а всем нашим коллегам, да и друг другу, в честь второй годовщины вещания хотим пожелать, чтобы нам перло так же, как раньше и как сейчас.

Морозова: Чтобы у начальства такой же был настрой, и оно, так же как и сейчас, получало удовольствие от нашей общей работы, готово было вкладывать свои силы и мозги, и деньги в рост станции, в ее перспективы. Чтобы, как взяли старт - и больше никогда нигде никаких провисов, провалов не было. Это, знаете, как стрелу запускают: запустили стрелу, и теперь главное ей не мешать. Был хороший старт, хорошо в свое время тетиву натянули, теперь хорошо летим, стремительно, по направлению к успеху.

