



Признайся, что любишь

Весенний проект «Авторадио – Нижний Новгород» (стр. 2)



Новички в эфире

В карельской столице почти год звучит Первое автомобильное (стр. 7)



Радио с донским колоритом

Слушателей «Авторадио» стало больше на 4 миллиона (стр. 7)



За пробки – в Париж

Первоапрельский рейд «Авторадио – Серпухов» (стр. 6)

Радиомания 2006

25 мая в ЦКЗ «Россия» прошла 5-я юбилейная церемония вручения национальной премии «Радиомания 2006». Уредителями этой самой престижной для российского радиосообщества награды являются Министерство Российской Федерации по связи и информатизации и МедиаСоюз России. В 2006 году на конкурс было представлено более 200 работ от 90 радиостанций из разных городов России.

В номинации «Юмористическая программа» победу одержал проект «Автошкола Авторадио». В номинации «Детская программа» победителем стала авторская передача композитора Григория Падкова «Друзья детства», выходящая на радиостанции «Юмор FM».

В число финалистов премии вошли также проекты «Вещательной корпорации «Проф-Медиа»: в номинации «Продвижение радиостанции» – «Дискотека 80-х» («Авторадио») и «Энергия Mega Dance» («Радио Энергия»), в номинации «Юмористическая программа» – «Говорит Одесса» (радио «Юмор FM»).

На соискание премии представляются реально лучшие работы от всех главных участников радиодного сообщества. Причем я хочу подчеркнуть, что во многих номинациях в финальные тройки в этом году были выдвинуты по две конкурирующие друг с другом работы от одной корпорации – таким образом корпорация явно лишила себя возможности получить как можно больше наград, но прагматические интересы уступили желанию представить в финале действительно лучшие проекты.

Что касается успеха «Авторадио» на «Радиомании», то он уже стал для нас традицией. «Золотые микрофоны» получаем четвертый год подряд, что приятно и почетно. Мы горды тем, что в номинации «Юмористическая программа» награда нам вручается третий год подряд.

В этом году жюри по достоинству оценило наш проект «Автошкола Авторадио». Это не просто шуточный, развлекательный продукт, а серьезный продюсерский проект. В нем участвовали поющие ведущие «Авторадио» «Мурзилки» вместе с самыми значимыми артистами в нашей стране: хором Турецкого, Николаем

ПРАВИЛА СУПЕРАКЦИИ ЧИТАЙТЕ НА САЙТЕ WWW.AVTORADIO.RU И В ПРЕССЕ. СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ: С 27 ФЕВРАЛЯ ПО 28 АПРЕЛЯ 2006 Г.

МЕЧТЫ НА СУПЕРАКЦИИ АВТОРАДИО СБЫВАЮТСЯ

ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ: ООО ПРЕДПРИЯТИЕ «АВТОРАДИО», ИНН 7717018237, АДРЕС: 127994, МОСКВА, УЛ.ТВЕРСКАЯ, Д.18, КОРП.1

КВАРТИРА В МОСКВЕ, 5 автомобилей, море подарков и НАСТОЯЩЕЕ ЧУДО!

25 апреля на «Авторадио» завершилась самая яркая промоакция в истории отечественного радиовещания. Почти два месяца золотая рыбка была на службе у Первого автомобильного, исполняя мечты самых внимательных и удачливых слушателей. За время проведения акции более 100 человек стали обладателями ценных подарков. Главным из них – однокомнатная квартира в престижном районе Москвы, стоимостью 126 тысяч долларов, досталась военному пенсионеру.

Проект получил всероссийский размах. В нем приняли участие жители практически всех городов вещания «Авторадио». По данным компании «Комстар», обеспечивавшей телефонную связь, «Мечты сбываются на Авторадио» – акция-рекордсмен по количеству человек, принявших в ней участие. Во время звучания в эфире Песни мечты на «Авторадио» одновременно звонили от 400 до 600 тысяч радиослушателей.

Колесо Фортуны
Утром 27 февраля в прямом эфире «Авторадио» о старте проекта торжественно объявил президент «Вещательной корпорации «Проф-Медиа» Александр Варин.

Условия участия в акции были просты и понятны всем. Внимательно слушая эфир «Авторадио», надо было дожидаться условного сигнала, первым дозвониться в студию и пройти несложный тест: из фрагментов трех разных песен угадать ту, которая не соответствует формату Первого автомобильного. Правильные ответы премировались ценными подарками, среди которых были 5 автомобилей («Шевроле Ланос», аудио-, видео- и бытовая техника, романтические сюрпризы из категории «Чудо» и многие другие. Главным же подарком акции стала



квартира в Москве. Условным сигналом, по которому участники начинали дозваниваться в студию, была Песня мечты – каждый день новая. Выбиралась она из числа песен, звучащих на «Авторадио».

Подарок каждого следующего этапа акции определяли сами радиослушатели. Для этого ведущий запускал так называемое Колесо Фортуны, и в эфире на большой скорости звучали названия подарков. Остановив Колесо Фортуны в любой произвольный момент, участник определял подарок, за который и боролся следующий дозвонившийся.

Символом акции «Мечты сбываются на Авторадио» стала золотая рыбка, с момента старта проекта поселившаяся в эфирной студии. Вскоре появился и акции и собственный одноименный гимн. На мотив знаменитого хита Юрия Антонова были положены новые слова, а исполнили песню знаменитые ведущие утреннего шоу на «Авторадио» – «Мурзилки International».

Удача любит упорных
Акция столичного «Авторадио» с первых же дней эфирной жизни обрела общероссийский размах. На радиостанцию дозванивались и москвичи, и жители других, порой очень отдаленных, городов страны. Подарки Первого автомобильного приносили радость не только самим участникам акции, но и их друзьям и близким. К примеру, Елена, модельер-конструктор одного из ателье Новосибирска, хотела сделать сюрприз своим коллегам, с этой целью и позвонила в студию «Авторадио». Ее мечта сбылась: подаренная микроволновая печь нашло свое место в ателье и радует всех коллег Елены.

Многие счастливицы признавались, что своей удачей они обязаны опять же друзьям, коллегам, родственникам, кото-

Продолжение на стр. 2



Победы, ставшие традицией

Александр Варин, президент ВКПМ

Я оцениваю «Радиоманию» вообще как единственную на данный момент профессиональную российскую премию в области радиотворчества. Состав членов жюри не вызывает никакого сомнения – это уважаемые и компетентные люди, профессионалы, признанные мэтры ра-

Басковым, Жасмин, Олегом Газмановым, Надеждой Бабкиной и многими-многими другими. Были специально написаны и аранжированы новые песни. Все это делалось с юмором и очень профессионально. Потому я считаю совершенно объективным и правомочным присуждение «Автошколе Авторадио» профессиональной радионаграды.

Продолжение на стр. 3

Театральный сезон

Только отгремели аплодисменты артистам театра Ленкома, как «Авторадио – Воронеж» принялось «продвигать в массы» классику. В город был привезен спектакль Фонда Станиславского по пьесе Чехова «Вишневый сад». Актерский состав разрушил все представления о том, сколько «звезд» театральной сцены можно собрать в одной постановке.



Продолжение на стр. 6

ДЕНЬ ГОРОДА В АВТОРАДИОГАЗЕТЕ Ярославль



Продолжение на стр. 8

Антарктическая



Одиссея спецкора «Авторадио»

В конце марта в эфир «Авторадио» каждый день выходили эксклюзивные новости с шестого материка планеты – из Антарктиды. Там, в рамках молодежного проекта «Небесная одиссея – Во славу России», находился специальный корреспондент Даниил Николаев, ведущий радиостанции «Юмор FM», а по совместительству режиссер-документалист и, как оказалось, полярник. Даниил 16 раз выходил в прямой эфир, делая впечатлениями о Белом материке, на котором он водрузил флаг «Авторадио».

Продолжение на стр. 6

31 МАРТА НАЧАЛО 20:00 ДО УТРА

dance mega party UNITING NATIONS IAN VAN DAHL SUMMERLOVE CRAZY FROG

MEGA PARTY ЭНЕРГИЯ 104.2 FM

Читайте на стр. 6

Новости ВКПМ

День рождения «Авторадио»

5 апреля Первое автомобильное радио в 13-й раз отметило свой день рождения. «Авторадио» на сегодняшний день вещает более чем в 300 городах России, а также за рубежом и является одним из лидеров российского FM-вещания, входя в тройку самых популярных радиостанций страны.

Первое автомобильное неоднократный лауреат многочисленных профессиональных конкурсов и премий, среди которых «Радиомания», «Профи», «EFFIE 2003», «ZD Awards» газеты «Московский комсомолец», «Овация», «Российский национальный Олимп», «Золотое яблоко» и другие. В 2005 году «Авторадио» стало первой российской радиостанцией, получившей престижную международную премию «NAB 2005 International Broadcasting Excellence Award».

Новые города вещания ВКПМ «Радио Энергия»

Радиостанция получила право на вещание в городе Набережные Челны (Республика Татарстан). Соответствующее решение было принято на заседании Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию 29 марта 2006 года.

Новый региональный партнер «Радио Энергия» – ООО «Современные технологии». Вещание будет осуществляться в FM-диапазоне на частоте 104.8 МГц.

«Юмор FM»

В начале апреля радиостанция «Юмор FM» начала вещание в городе Екатеринбург (Свердловская область). Вещание осуществляется в FM-диапазоне на частоте 102.0 МГц. Партнер – ООО «Радиокомпания «Радио МИГ».

«Энергия Mega Party – Top 20»

«Радио Энергия» подготовило очередной подарок для поклонников электронной музыки. Вышел в свет новый сборник «Энергия Mega Party – Top 20». На диске представлены лучшие танцевальные композиции, занимающие первые строчки еженедельного топ-парада «Радио Энергия». Сборник поступил в продажу в торговые сети страны в апреле.

Навстречу Международному фестивалю юмора

«Авторадио» и «Юмор FM» выступают информационными спонсорами грядущего Международного фестиваля юмора и эстрадного искусства. Фестиваль пройдет в Ялте в середине августа под девизом «Все жанры хороши, кроме скучного».

В эфире обеих радиостанций уже звучат анонсирующие ролики. Логотип «Авторадио» и «Юмор FM» размещены на всей сопутствующей рекламной и полиграфической продукции.

Все хиты XX века

16 апреля в ЦКЗ «Россия» прошел концерт «Все хиты XX века», организованный при активной информационной поддержке «Авторадио». Лучшие композиции ушедшего столетия прозвучали в исполнении Льва Лещенко, Ирины Аллегровой, Вячеслава Добрынина, Надежды Бабкиной, Михаила Шуфутинского, Маши Распутиной, Бориса Моисеева, Александра Серова, Михаила Боярского, Валерия Сюткина, Кати Лель, Фиски Билан, Татьяны Овсиенко, Жанны Фриске, Александра Маршала, Валерии и других звезд российской эстрады.

«Radio Island – 2006»



Как работали и отдыхали на экзотическом Острове Свободы российские гости, Авторадиогазете рассказали президент ВКПМ Александр Варин, вице-президент по связям с общественностью Юрий Костин и Владислав Дорошенко, руководитель департамента по работе с корпоративными клиентами.

С 3 по 10 апреля на Кубе – в Гаване и в районе Варадеро – проходил ежегодный семинар «Вещательной корпорации «Проф-Медиа» для партнеров и друзей холдинга.

Продолжение на стр. 3

Академия «Авторадио»



85 диджеев из 57-ми российских городов получили уникальную возможность поучиться работе с микрофоном и пультом у признанных мэтров радиозэфира – топ-менеджеров и ведущих «Авторадио».

В московской гостинице «Молодежная» состоялся региональный семинар «Авторадио» для ведущих линейного музыкального эфира и шоу-программ.

Продолжение на стр. 4-5

МЕЧТЫ НА АВТОРАДИО СБЫВАЮТСЯ

ПРАВИЛА СУПЕРАКЦИИ ЧИТАЙТЕ НА САЙТЕ WWW.AVTORADIO.RU И В ПРЕССЕ. СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ: С 27 ФЕВРАЛЯ ПО 28 АПРЕЛЯ 2006 Г.

ИНИЦИАТОР АКЦИИ: ООО ПРЕДПРИЯТИЕ «АВТОРАДИО», ИНН 77170182237, АДРЕС: 127994, МОСКВА, УЛЬЯНОВСКАЯ Д.18, КОРП.1

FM 90.3

КВАРТИРА В МОСКВЕ, 5 АВТОМОБИЛЕЙ, МОРЕ ПОДАРКОВ И НАСТОЯЩЕЕ ЧУДО!

Продолжение. Начало на стр. 1

рые убедили их принять участие в акции. Так было с москвичом Алексеем, получившим автомагнитола. Позвонив на «Авторадио» его подбери сотрудницы по работе, которые сами неоднократно пытались дозвониться в студию. «Они мне говорят: «Давай, попробуй, может, у тебя получится!», — рассказывал после «Мурзилкам» в студии Алексей. — Я попробовал, набираю номер и дозваниваюсь, даже не ожидая, что попаду в эфир. Все получилось так неожиданно. На работе у меня был такой восторг, когда они услышали мой голос на радио, такой крик был, просто неопишущий!»

Как сбывались мечты слушателей «Авторадио» можно рассказывать долго. У кого-то это получалось на раз, почти без всяких усилий. Кто-то ставил себе цель — обязательно дозвониться! — и упорно ее добивался.

Наталья из Калининграда, портная по профессии, звонила на «Авторадио» с самого первого дня акции, а дозвонилась только 5 апреля. Причем в тот момент, когда удача ей улыбнулась, на местном «Авторадио» вообще шла реклама. Но Наталья заветную Песню мечты — «чувствовала сердцем, чувствовала душой». «В первый момент, когда, наконец, пошли длинные гудки в телефоне, я даже не поверила, думала, что все-таки ошиблась. Но потом, когда услышала: «Вас приветствует «Авторадио», вы попали на акцию «Мечты сбываются!», я была просто счастлива!»

Из упорных и жителяница Рязани Марина. По ее признанию, дозвон в студию стал для нее почти работой, и когда мечта сбывалась, Марина на какой-то момент даже дар речи потеряла. Но потом все-таки сумела взять себя в руки и правильно определить «неформатную» песню, заслужив домашний кинотеатр. На следующий день, чтобы получить подарок именно из «Мурзилки» в рамках утреннего шоу, Марина Сухова выехала из родной Рязани аж в 5 утра!

«Мурзилки International» на время акции превратились в настоящих дежурных розовых и каждое утро лично вручали при-

лучшем ресторане Москвы, чудо-шопинг, прогулка на великолепном лимузине и даже «тайский букет», под которым подразумевался оздоровительный курс в SPA-салоне.

18 марта в рамках акции «Мечты сбываются на Авторадио» прошел первый «чудо-шопинг». Удача выпала дальнобойщику Сергею, который получил сертификат на покупки в магазине «IKEA» на сумму 30 тысяч рублей.

Товарное изобилие популярного магазина Сергей отправился исследовать вместе с женой и двумя детьми. Полезных и просто необходимых для дома вещей обнаружено было много, однако истратить за один день всю сумму оказалось не так просто — для этого понадобилась целая серия шопинг-походов.

Через 10 дней, 28 марта, состоялась «чудо-превращение» Елены. Посещение салона красоты было подарено ей мужем — призером акции. Вадим, услышав Песню мечты, первым дозвонился на «Авторадио» и из всех предложенных чудес выбрал подарок для своей второй половинки.

В течение 9-ти часов над новым образом Елены работали мастера маникюра и педикюра, косметолог, массажист, стилист и визажист. И все это время муж Елены и две ее дочери Катя и Валерия не без тревоги ожидали окончания смелого эксперимента — придется ли им по душе результат? Но профессионалы не подвели — новая мама дочкам понравилась. Да и Вадим остался доволен — просто глаз от жены не мог оторвать!

А вот радиослушатель Сергей, поймав золотую рыбку, сделал себе и своей любимой экстремальный подарок — полет на воздушном шаре. Вместе с Мариной он пролетел воскресным апрельским днем над еще заснеженными российскими полями и лесами. «Люди — маленькие, как муравьи. Домики — как коробочки. Видимость изумительная!» — делился после полета впечатлениями Сергей. Марине экстрим тоже понравился: «Просто потрясающе! Я такой энергией зарядилась, сама себе удивилась. Потрясающий полет, всем совету! Страх совершенно нет, од-

кого обращения чувствуешь себя королем, ну а девушка чувствовала себя, я уверен, королевой». Неудивительно, что вместе «пары часиков» ужин затянулся на 5 часов.

Пять историй с «Шевроле Ланос»

Новеньких «Шевроле Ланос» на Колесе Фортуны было ровно пять. Первый автомобиль перешел в руки участника акции 2 марта.

Галина из Москвы в тот день повезло дважды. Сначала она дозвонилась в эфир в обед и получила микроволновую печь. Удача настолько воодушевила радиослушательницу, что она решила попытаться счастья еще раз. Тем более что на кону теперь стоял автомобиль, который сама же Галина и выбрала из множества призов на Колесе Фортуны.

Прорваться сквозь шквал звонков даже один раз за день — уже явная удача, многие слушатели дозванивались в студию неделями. Но Галина опять опередила всех и менее чем через пять часов после первой своей удачи стала обладательницей «Шевроле Ланос».

Потом Галина призналась в эфире, что обычно ей приходилось делить единственный в семье автомобиль с мужем, так что самой попутить удавалось не так уж часто. Теперь эта проблема решена — в ее распоряжении замечательная иномарка!

В следующий раз счастливая Фортуна выбрала человека, который о победе и не помышлял. Алексей из Костромы — человек, который в чудеса никогда особо не верил, привык всего добиваться своим трудом. Он задержался на заправке из-за технического перерыва, услышал, что на кону у «Авторадио» машина, от нечего делать набрал номер и стал ждать Песню мечты. Когда песня зазвучала, Алексей быстро нажал на кнопку набора и первым «пришел на финиш».

Станиславу из подмосковного города Домодедово повезло как раз перед 1 апреля. Так что ощущение розгрыша не покидало его до самого вручения ключей от «Шевроле». А уж как было трудно убедить жену, что он не шутит! Только услышав в прямом эфире, как Станиславу

поделиться историей своей удачи, проникся ситуацией и разрешил ему немного пожить в машине, чтобы оценить ее, так сказать, изнутри.

«Вечером с женой сидели, обсуждали машину, очень долго смотрели фотографии, — рассказал слушателю «Авторадио» Ярослав. — А потом я всю ночь не мог заснуть, все представлял свой автомобиль и то, как я в нем буду выгуливать». Ярослав всегда мечтал о новеньком авто, и вот мечта сбылась. В студию «Авторадио» он приехал на разбитой «восьмерке», а покинул — владельцем шикарной иномарки.

Квартира в Москве
28 марта на Колесе Фортуны появился главный подарок акции — однокомнатная квартира в Москве. Стоила она на тот момент около 114 тысяч долларов.

Почти месяц удача дразнила радиослушателей — часто казалось, что вот сейчас самый главный, самый желанный подарок окажется на кону! Но случилось это только 24 апреля. К тому времени суперподарок акции оценивался уже в 126 тысяч зеленых.

Участник акции по имени Александр, которому только что достался великолепный LCD-телевизор, сказал: «Стоп!», Колесо остановилось, и на экран страны прозвучало: «Квартира в Москве!»

Каждый раз, когда в эфире «Авторадио» была Песня мечты, одновременно в студию пытались дозвониться около полумиллиона человек. Представьте, что началось, когда выпала квартира! Слушатели дежурили у радиоприемников, пытались «вычислить» время появления заветной песни, и многие продолжали «охоту» и ночью. А Песня мечты, которой на этот раз стала композиция «Мечты сбываются на Авторадио» в исполнении «Мурзилки International», зазвучала 25-го апреля, в 9.20 утра. Поймав удачу вентиль пенсионер Евгений Загоруйко из Москвы.

Евгений Николаевич — подполковник ВДВ в отставке — пришел на следующее утро в гости на «Авторадио» вместе со всей своей семьей. Встретили гостей ведущие утреннего шоу «Мурзилки International» и сам президент «Вещатель-

Радиомания 2006



Продолжение. Начало на стр. 1

Что же касается программы «Друзья детства», выходящей на «Юмор FM», то, напомним, Григорий Гладков в этом году был номинирован уже второй раз. Наконец награда наша героя.

Радио для детей — это сложный и трудный жанр. Победа этой программы, по моему, заслужена и очевидна, ведь сделана она абсолютно непревзойденным авторитетом, мэтром детской музыки, сделана с улыбкой, добротой.

Отрадно, что впервые в истории награду в этой номинации получила FM-радиостанция, ведь традиционно литературное, просветительское и детское вещание — прерогатива вещателей государственных. Станция «Юмор FM» удалось разрушить сложившийся стереотип. «Юмор FM» — это семейная радиостанция, которую много слушают и дети, и взрослые, и старики, и молодежь, получая при этом удовольствие и заряжаясь хорошим настроением.



«Золотой микрофон» — за детскую передачу

Григорий Гладков, автор и ведущий программы «Друзья детства»

Очень жаль, что сейчас, когда радио как информационный носитель очень распространено и популярно, практически нет детских программ в радиозфире, в особенности в FM-диапазоне. Познательные и веселые детские фильмы, мультфильмы, передачи, песни — несчастные гости в эфире и на телеканалах.

Я решил, что нужно бороться с такой тенденцией и придумал программу, в которой ведущий будет рассказывать об истории детского творчества и творчества для детей. Начиная работу с этим проектом, я взял магнитофон и обездвизил с ним всех наших мэтров — композиторов, режиссеров, художников-мультипликаторов — классиков детского жанра. Собрал солидную коллекцию очень интересных рассказов о том, как создавались самые значительные отечественные произведения для малышей.

Изначально сбор информации был основан на личных контактах, но как только программа появилась в эфире, ко мне

стали приходить незнакомые люди, приносить записи детских песен, в результате чего у меня собралась огромная фонотека музыки для детей. На программу стали приходить известные и не очень детские коллективы, начали писать письма и звонить благодарные слушатели, представители совершенно разных поколений. Все это дает обоснованную уверенность в том, что детские программы на FM-волнах востребованы и нужны. Еще одно тому доказательство — этот «золотой микрофон».

Юмор — дело серьезное

Виктор Приворотский, продакшн-директор ВКПМ

Юмор — всегда дело очень серьезное. Это можно отнести и к юмору на «Авторадио», и к радиостанции «Юмор FM» в целом. А серьезное отношение дает свои плоды — отсюда и премия у наших станций. Надо сказать, что не завовавший «Радиоманию» проект радио «Юмор FM» — «Говорит Одесса» — на мой взгляд, тоже очень сильная работа. Она уступила в своей номинации проекту «Автомобиль радиомания», что делать — две работы нашего радиохолдинга сошлись в одной номинации. Но, по моему мнению, программа патриарха отечественного юмора Зиновия Моисеевича Высоковского на радиостанции «Юмор FM» была не менее достойной награды радионного сообщества.

Эта премия является действительным показателем качества эфирных продуктов. При всех критических замечаниях в адрес «Радиомании», это единственная реально существующая премия, авторитет которой признается всеми радиостанциями. Подтверждением тому служит полный зал представителей радиомира, собирающийся на каждую церемонию объявления результатов.

Мы верили, что победим

Максим Забелин, продюсер радио «Юмор FM»

Победа передачи «Друзья детства» в «Радиомании» говорит о том, что радио «Юмор FM» может делать программы, качество которых высоко оценивается профессионалами, программы, интересные для самых разных категорий слушателей.

От души поздравляю Григория Гладкова, это был уже второй его выход в финал «Радиомании», итогом которого на этот раз стала заслуженная победа. Когда мы с ним придумывали детскую программу для радиостанции «Юмор FM» — чтобы она была веселой, динамичной, интересной, — и родился проект «Друзья детства». Причем мы уже тогда знали, что будем выставлять его на премию «Радиомания», и почему-то были уверены, что завоюем эту награду.

Для нашей молодой станции, от начала вещания которой прошло менее года, победа в столь престижном конкурсе — событие очень значимое и радостное.



зерам в студии предназначенные им подарки. Мужественные участники акции галантно ухаживали за Гордеевой, очаровательные участники брали автографы у Брагина и Захара. О знакомстве с любимыми ведущими многие из них давно мечтали, и эта мечта тоже сбывалась.

Одному из участников, Николаю, его жена даже в шутку выговаривала: «Ты так долго добивался встречи с «Мурзилками». Дома у нас никто ничего кроме «Авторадио» не слышал. В машину с тобой садилась — у тебя только «Авторадио» играет. И вот, наконец ты добился своего!»

Чудеса от «Авторадио»

Был на Колесе Фортуны сектор под названием «Чудо». На выбор удачливым участникам предлагались самые разные чудеса: полет на воздушном шаре, прыжок с парашютом, грандиозный фейерверк, романтический ужин на двоих в

ни положительные эмоции».

У подмосковного жителя Алексея была мечта удивить и порадовать своих близких. Превратить мечту в реальность помогла акция «Авторадио». Алексей получил в подарок чудо-праздник и отвез свою семью в один из лучших развлекательных комплексов столицы. А там чудес на целый день хватило! «Мы катались и на машине, и на роликах, и в боулинг поиграли, и в бильярд — да везде мы были, — рассказывал Алексей. — Все довольны. Супер!»

Романтический вечер в ресторане «Пушкин» выбрал для себя и своей девушки Лилии 22-летний Алексей. После Алексей признавался: «Вечер прошел просто идеально. Нам безумно понравилось, огромное спасибо «Авторадио». Все было превосходно. Официанты потрясающе вежливы: к девушке моей обращались «сударыня», ко мне — «сударь». После та-

вручают сертификат на автомобиль, она до конца поверила в случившееся.

Павел из Москвы пытался дозвониться на «Авторадио» более месяца, упорно веря в свою удачу, и Фортуна его за это наградила. В апреле, 13-го числа, Павел дозвонился в эфир с первого же раза, с легкостью определил «неформатную» песню и получил в награду новенькое авто.

За неделю до завершения суперакции в студии Первого автомобильного был вручен сертификат на последний, пятый, автомобиль. Поймав золотую рыбку Ярослав из подмосковного Чехова. Накануне посещения студии Ярослав весь день не мог найти себе места, предвкушая встречу со своей новенькой машиной. Даже зашел в магазин, где проходила какая-то рекламная акция и был выставлен точно такой же автомобиль, — полюбуйтесь. Охранник магазина, с которым Ярослав

ательной корпорации «Проф-Медиа». В прямом эфире Александр Варин вручил Евгению Николаевичу ключи от квартиры в престижном районе Москвы Куркино.

Сразу после прямого эфира вся семья Загоруйко в сопровождении «Мурзилки» и президента ВКПМ села в лимузин и отправилась вступить в права владения. Прямой репортаж из высшего дома в Куркино вскоре услышала вся страна.

Символическую красную ленточку перерезали, и первой в новенькую квартиру вошла... собака Моня. А уж следом за ней порог переступили сам виновник торжества, его близкие, сотрудники «Авторадио», представители СМИ и телевидения. Оценив размеры помещения — 50 квадратных метров! — и прекрасный вид из окна — на рошу, откупорили праздничный шипучий напиток. Первый тост был, конечно, за новоселов!

Признайся, что любишь



Как невесту сосватали

Тортами и шампанским мы не всегда ограничивались. Некоторые любовные признания были столь хороши, что стоили романтической ночи в элитном отеле или ужина на двоих в модном ресторане. Парочке влюбленных — Владимиру и Марте — мы подарили билеты на шоу Лолиты Милявской, так взволновала нас

история их любви. Дело в том, что Марта долгое время не соглашалась выйти за Владимира замуж, объясняя это тем, что у нее уже был опыт неудачного замужества. Владимир упорно пытался убедить девушку, но целых шесть лет Марта была непреклонна. Наконец, отчаявшийся влюбленный решился позвонить на «Авторадио» и попросить у нас помощи.

«Авторадио — Нижний Новгород»

Весенний проект Первого автомобильного в Нижнем Новгороде назывался «Признайся, что любишь, на «Авторадио». Целый месяц в прямом эфире радиостанции звучали слова любви, а популярные ведущие Александр Мартов, Людмила Маслова и Юлия Берестова лично развозили цветы, торты и шампанское тем, кому эти признания дарилась. Помимо вручения подарков, приходилось нашим диджеем и посорившихся влюбленным мирить, и в роли свах выступить, и даже открыть бюро знакомств на «Авторадио».

Мы, естественно, согласились соединить сердца. Пригласили Владимира в студию, а ведущий Александр Мартов с цветами и подарками отправился к Марте домой. Вот такие «мурзилки» со владения получились: имя героини романа — Марта, фамилия нашего диджея — Мартов, и на دوره месяц март. Потом влюбленная пара встретилась в прямом

авторядиом эфире. Владимир признался Марте в любви и попросил ее руки. И она не смогла отказать, пообещала всем радиослушателям, что выйдет за Владимира замуж, а ведущих «Авторадио» обязательно пригласит на свадьбу.

Мистическая тройка

Что касается совпадений, то был у нас еще такой интересный случай. Поздравляли мы одного участника нашего весеннего проекта, у которого главная цифра в жизни — три. Родился он 3 марта 1973 года. На тот момент, когда мы приехали его поздравлять, Максиму исполнилось 33 года. Алина, его жена, рассказавла нам поздравления для мужа, рассказала, как они познакомились и поженились. Когда она дала Максиму свой номер телефона, он сразу понял — это судьба! Ведь номер заканчивался цифрами 3373 — датой его рождения. Ну и, сами понимаете, что свадьба, по воле судьбы, состоялась, опять-таки, третьего числа.

Бюро знакомств на «Авторадио»

Весенний авторядиомный проект пришел по душе влюбленным Нижнего Новгорода. А для тех наших слушателей, кто еще свою любовь не встретил, мы открыли на «Авторадио» бюро знакомств. Руководил амурными делами наш диджей Александр Мартов. Он принимал эзсыски от желающих найти свою «полювинку», изучал анкетные данные — рост, возраст, цвет волос, — подбирая каждому подходящую пару, а потом высылал «клиентам» номера телефонов потенциальных спутников жизни. Остальное зависело уже не только от интуиции Александра, но и от доброй воли участников любовного эксперимента.

Язык любви

Проанализировав признания, прозвучавшие в авторядиом эфире, мы поняли, что, при всем различии, есть между некоторыми из них нечто общее. Так родилась идея наших призовых номинаций. К категории «Green Pease» мы отнесли признания, адресованные «зайке», «рыбке», «киске» и другим симпатичным существам. Самым «гринписовским» эпитетом мы единодушно признали «рыбкунку».

Участники номинации «Радиоактивные»

Участники номинации «Радиоактивные» радовали нас своими сообщениями по 10 и более раз в сутки. В группу «Шифровка» вошли самые загадочные признания, с самыми странными сравнениями. Например: «Люблю его хитренький взгляд, Люблю его нежные ручки, Люблю его добрую душу, Люблю в одной маленькой кучке». Что это была за «кучка», мы выяснили на финальной вечеринке, когда раздалась девушка сказала, что молодой человек ее бросил. Правда, это не помешало ей все-таки прийти на наш праздник... с новым спутником. К категории «Love machine» были отнесены, по всей видимости, ярые автомобилисты, потому что в своих любовных признаниях они сравнивали возлюбленных с запчастями. Причем сравнения эти выливались отнюдь не банально: «Как «Лексус 300» ты красива, Как шина грудь твоя полна, Как диск сцепления худая,

Как обликовка хороша.

Ты горяча как радиатор. Поверь мне, девичья душа, Как новый мой аккумулятор Ты без зарядки хороша!» Влюбленных номинации «За родину!» отличала небылая страстность и самоотверженная преданность. За свою любовь они буквально готовы были жизнь отдать: «Люблю, болею тобой, Но лекарства не нужно. Хочу я этой боли, мучений похучу. Хочу, чтобы сердце стучало наутру». «Люблю тебя, Настя!» — во сне я кричу».

Пятый элемент

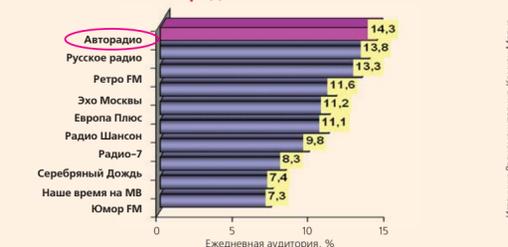
На финальную гала-вечеринку, которая состоялась 17 марта в клубе «Пятый элемент», были приглашены все участники акции «Признайся, что любишь, на «Авторадио». Лучшие ведущие «Авторадио» — Нижний Новгород» всю ночь развлекали гостей песнями и шутками, устраивали веселые конкурсы и раздавали множество призов: наборы элитной парфюмерии, спецпризы от «Авторадио», абонементы в фитнес-клубы, подарки от наших спонсоров. Звучали на вечер и лучшие признания в любви, сделанные нашими слушателями. Победители пяти шутливых номинаций получили заслуженные награды. После чествования призеров в клубе началась настоящая «Дискотека 80-х». Жаркие ритмы закружили влюбленных в эту мартовскую, пока еще по-зимнему холодную ночь.

РЕЙТИНГИ

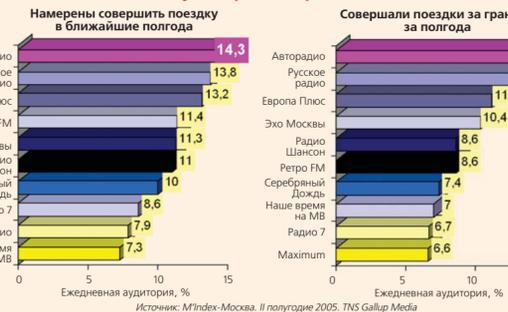
ТОП 15. Рейтинг коммерческих радиостанций. Москва.
Аудитория 12+

Радиостанция	%	Тыс. чел.
Русское радио	12,5	1184
Европа Плюс	11,7	1102
Автораддио	9,9	936
Ретро FM	9,8	925
Эхо Москвы	9,1	855
Радио Шансон	8,2	772
Радио-7 на семи холмах	7,6	721
Love Radio	7,3	691
Радио Максимум	6,5	613
Наше время на MB	6,0	569
Юмор FM	5,9	556
Наше радио	5,8	547
Серебряный Дождь	5,6	524
Радио Энергия	5,1	477
Динамит FM	4,9	465

Аудитория 25 лет и старше с материальным положением выше среднего или высоким



Отдых за границей. Целевая аудитория: возраст 25-55 лет



январь 2006 г.

**НОВОСТИ
мира радио**



Про главное

Президент «Европейской медиагруппы» (ЕМГ) Жорж Полински объявил о завершении сделки по приобретению радиостанций «Радио 7» и «Мелодия» в Москве, а также «Канала Мелодия» и «Эльдорадо» в Санкт-Петербурге и их региональных сетей. Полински отметил, что группа «Галардер» выделила ЕМГ несколько десятков миллионов долларов, часть из которых и пошла на приобретение новых радиостанций.

Руководители ЕМГ сообщили, что приобретенные станции сохранят свой музыкальный формат, однако он будет несколько изменен. Кроме того, стало известно, что ЕМГ для своих радиостанций будет создавать общую информационную службу, сообщает «Интерфакс».

Про рекламу

«Европейская медиагруппа» договорилась с «Газпром-Медиа» и станций «Наше время на милицейской волне» о совместных продажах рекламы. Входящее в ЕМГ агентство «Медиа плюс» стало эксклюзивным продавцом рекламы на станциях ЕМГ, четырех станциях «Газпром-Медиа» («Сити FM», «Тройка», «Попса», «Next») и «Милицейской волне», рассказал гендиректор ЕМГ Александр Полескицкий. Советник гендиректора «Газпром-Медиа» Михаил Зейдельман подтвердил эту информацию, отметив, что в пул не вошла принадлежащая «Газпрому» станция «Эхо Москвы».

Про радио

В Москве началось вещание новой радиостанции, претендующей на то, чтобы полностью удовлетворить информационные голода мегаполиса. «Сити FM» — новый проект «Газпром-Медиа» — возглавили Михаил Зейдельман, бывший среди создателей «Автораддио» и радиостанции «Максимум», и известный журналист Александр Герасимов. Главной изюминкой проекта, по мысли создателей, должны стать новости, которые будут выходить каждые 15 минут.

Про регионы

Специалисты кемеровского управления МЧС внедряют в городе новый проект — городское радио на улице. Новая система отдаст приоритет сигналу спасательных служб: в любую минуту при возникновении необходимости экстренное сообщение услышат все кемеровчане.

Как рассказала корреспонденту ИА «Regnum» заместитель председателя комитета по работе со СМИ мэрии Кемерова Ирина Третьяк, большие возможности открываются теперь для профилактических мероприятий: в эфире уличного радио кемеровчане услышат о необходимых правилах безопасности в различных ситуациях.

Про закон

Одну из крупнейших радиокорпораций США «Entercom Communications», владеющую более чем сотней радиостанций, вещающих на территории страны, обвинили в незаконном получении денег со звукозаписывающих компаний, сообщает ВВС. Как заявил генеральный прокурор штата Нью-Йорк Элиот Спичер, представители радиостанций требовали за появление в эфире песен тех или иных исполнителей по тысяче долларов за эфир.

Расследование подобных случаев американская федеральная комиссия по коммуникациям (Federal Communications Commission) начала еще в 2005 году, тогда такие компании как «Sony BMG» и «Warner Music Group» подтвердили, что заплатили различным радиостанциям 10 и 5 миллионов долларов соответственно за появление в эфире песен своих исполнителей.

В свою очередь, представители «Entercom Communications» уже отвергли все обвинения, сославшись на то, что получение денег за проигрывание песен в эфире запрещено уставом компании.

Про женщин

Проститутки в бразильском городе Сальвадо вскоре получат собственную радиостанцию, передает агентство «Reuters». Ассоциация проституток штата Баия выиграла конкурс на вещание в FM-диапазоне. Таким образом, уже во второй половине 2006 года в эфире появится новое радио «Zopa» для представительниц древнейшей профессии.

«Мы не собираемся извиняться за проституцию, но будем бороться за достоинство профессии», — объяснил координатор проекта Сандро Коррейя, добавив, что радиостанция не собирается вовлекать женщин в занятие проституцией.

Как сообщается, на волнах станции будут обсуждаться права человека, социальные вопросы и сексуальное насилие. Работать на новом радио пригласят не только профессиональных журналистов, но и девушек с улицы, у которых появится возможность сменить профессию. Финансирование будет поступать из фондов Ассоциации, от рекламодателей и спонсоров.

По материалам www.onair.ru

«Radio Island - 2006»

Остров дружбы и успеха

Александр Варин, президент ВКПМ

В этом году мы объявили радиоостровом Кубу и пригласили туда всех наших крупных партнеров и друзей из рекламного бизнеса.

Помимо развлекательной и культурной программы в таких поездках всегда присутствует деловая, рабочая часть. С докладами на семинаре выступили Юрий Костин, Ирина Ипатовна, Ольга Прохорова, Виктор Приворотский, Анна Выборнова, а также управляющий директор компании «Name» Олег Тиханов. Традиционным является и участие в этом проекте представителей исследовательских компаний, в этом году с нами

бое решение, даже самое незначительное — к примеру, повесить шарик или баннер на фасаде гостиницы, приходилось тратить по 4 часа на различные согласования, на то, чтобы заставить людей двигаться и работать. И дело здесь не только и не столько в государственном строе, сколько в менталитете местного населения, в характере, в карибской культуре. Мы, как организаторы программы, были вынуждены ежедневно, ежечасно и ежеминутно преодолевать различные преграды и препоны.

Тем не менее жизнестойкость кубинцев завораживает, климат на Кубе прекрасный, тут удивительный океан, чудесный ром, восхитительные сигары — все это, по-моему, спасает нацию от развала. Хотя, конечно, очень обидно за

моря.

А море на Кубе замечательное, погода нас баловала. Каждый вечер мы устраивали для гостей развлекательные программы — совместные ужины с последующими танцами, вечеринки у моря на пляже, у бассейна, в ботаническом саду, в самых известных кубинских кабаках — «Тропикана», «Матанза». Днем скучать тоже не приходилось — экскурсии по городу, поездки на катамаранах, много моря и солнца.

Один день нашей поездки заняла рабочая семинарская программа. Надо отметить, что она была профессионально подготовлена, и все доклады прошли на ура. Важнейший показатель успеха в том, что 99% рекламодателей на это мероприятие пришли. И это несмотря на то, что проходил семинар в окружении манящей природы и многих соблазнов тропического острова, начинались заседания рано утром, и для того, чтобы добраться до места его проведения, нужно было немного пройти пешком. В ходе семинара мы рассказали партнерам о наших достижениях и планах. Причем информация наша в тропической обстановке воспринималась легко и ненавязчиво. Было много обсуждений, культурных разговоров.

Куба — страна удивительная. Я был искренне поражен безграничным терпением кубинцев по отношению к нашей шумной и веселой компании. Мы даже могли себе позволить петь в холле отеля песни под гитару до 6-ти утра. Не знаю, что бы с нами за это сделали даже в Хорватии, не говоря уже про Америку. На Острове Свободы наши посиделки воспринимались совершенно спокойно. Сами кубинцы тоже веселиться любят. Когда наши гости танцевали во время вечеринки, многие официанты переставали обслуживать и вместе со всеми пукались в пляс. Им было не важно, что кто-то все еще ждет заказ — свободные жители свободного острова наслаждались

ятие. Перед их самоотверженной работой я снимаю шляпу.

По-моему, первоочередная задача таких поездок состоит в том, чтобы наладить общий язык и взаимопонимание с нашими потенциальными и нынешними партнерами. Они должны знать, что такое ВКПМ и что эта компания может. Уровень организации поездки на Кубу наглядно продемонстрировал мощь нашей корпорации. Задачи, которые мы ставили перед собой в связи с этим путешествием, я считаю выполненными.

Куда мы повезем наших клиентов в следующем году, пока точно не скажу, но определенные планы уже есть. После завершения семинара я разговаривал со многими участниками. Все они говорили, что запомнят эту поездку как одно из ярких приключений в своей жизни. Наслаждаться роскошным сервисом на раскрученных «буржуазных» курортах может позволить себе каждый человек, занимающийся серьезным рекламным бизнесом. На Кубе же все мы попали не просто в экзотическую страну, а в компанию единомышленников. Мы не делили друг друга на клиентов и радищиков, это была единая дружная компания российских граждан, которые помнят еще наши социалистические времена, могут сравнить жизнь на Острове Свободы с временами нашей советской юности.

Мы искренне и от всей души сделали подарок людям, которые сотрудничают с нашей компанией, и не ждем взамен какой-то конкретной благодарности. Здесь речь идет, прежде всего, о престиже компании. Если ВКПМ берет за такой сложный маршрут и достойно выполняет его — это огромный плюс в нашу общую копилку.

Партнеры остались довольны

Владислав Дорошенко, руководитель департамента по работе с корпоративными клиентами ВКПМ

Мы пригласили на конференцию более 80-ти представителей ведущих российских рекламных агентств, которые плодотворно сотрудничают с нашей корпорацией. Критерий отбора приглашенных был один — постоянное и продуктивное взаимодействие, а также лояльность к нашему холдингу.

По сравнению с прошлогодней встречей на Мальдивах, состав участников кубинской поездки был более многочисленным и представительным. Нашими гостями стали как топ-менеджеры, так и менеджеры среднего звена. Все пригла-



ездил руководитель компании TNS Gallup Media Владимир Гродский.

На радиоостров приехали люди, имеющие общие интересы, работающие в одном бизнесе, которым есть, о чем поговорить, что обсудить друг с другом. Поэтому все мероприятия в рамках семинара — и работа, и развлечения, — проходили интересно, ярко, весело.

Впечатления от самой Кубы двойственные. С одной стороны — это райское место с удивительной по своей красоте природой. Такого океана и такого песка я не видел нигде. Варadero, на мой взгляд — лучшее курортное место в мире. На Острове Свободы живет замечательный народ. Кубинцы общительные, веселые, музыкальные, они прекрасно относятся к русским. С другой стороны, конечно, поражает, и далеко не всегда приятно, экзотика страны развитого социализма. Если бы не политический строй Кубы, несомненно, могла бы жить гораздо лучше. В любом случае — это была экзотическая поездка и впечатления, которые мы оттуда вынесли, позитивные.

Помимо всего прочего, семинары, проводимые в рамках «Radio Island», имеют практические цели: привлечение большего внимания к радиостанциям ВКПМ, укрепление лояльности клиентов к нашей компании, раскрытие перед партнерами планов компании, в реализации которых они могут принять участие.

По итогам двух мероприятий «Radio Island» мы сделали вывод о том, что это очень успешный и востребованный проект, популярный в среде наших партнеров. Потому практику проведения «Radio Island» ВКПМ предполагает осуществлять и в дальнейшем.

Куба — страна контрастов

Юрий Костин, вице-президент ВКПМ по связям с общественностью

Мероприятие в рамках проекта ВКПМ «Radio Island» мы проводили уже второй раз. В прошлом году приглашали наших партнеров и клиентов на Мальдивские острова, а теперь встретились с ними на Кубе.

Решение о проведении такого мероприятия именно на Острове Свободы далось непросто. Ведь Куба, как известно, непростое направление для туризма вообще, не говоря уже о проведении корпоративного мероприятия с обширной развлекательной и рабочей программой. То, что мы сумели на достойном уровне реализовать кубинский проект, говорит об обоснованной уверенности команды ВКПМ в собственных силах.

Любой человек, впервые попавший на Кубу, сталкивается с рядом удивительных вещей. Ключ к разгадке «кубинской души» был дан нашим первым гидом, встретившим делегацию ВКПМ в аэропорту. «Мы, кубинцы, люди простые, легкие, веселые, у нас не бывает стрессов, потому что мы никогда нигде не торопимся», — рассказал он. Так на поверку и оказалось. Для того чтобы принять лю-

ди людей, живущих в райском уголке планеты, но не имеющих возможности привести его в должный вид. Да, в Гаване царит разруха, а ведь если восстановить этот мир уникальной архитектуры, я уверен, получился бы один из красивейших городов мира. Так оно и будет, правда, неизвестно еще, сохранится ли при этом уникальный дух города.

Самым сложным в путешествии на Кубу была адаптация к местному, мягко скажем, ненавязчивому сервису. Впрочем, это было ожидаемо. Участники семинара жили в одном из лучших отелей Гаваны, пятизвездочном «Navana Libre». Однако, по привычке для туриста гаванца, этот отель тянет лишь звезды на три. Пришлось вспомнить, что мы прибыли не в Лас-Вегас, проникнуться духом этой социалистической страны, вспомнить старое доброе и наивное советское прошлое — словно на машине времени прокатиться. Это добавило некое экзотическое колорита, жили мы там, как комсомольцы в стрелбортке, то есть очень весело. Да и приятно ругать уровень комфорта не стоит, все было вполне прилично. Красивое море и прекрасная программа, которую мы подготовили, уверен, запомнятся нашим гостям надолго.

В этой поездке мы столкнулись с одной из настоящих неприятной ситуаций, серьезной проблемой, «благодарить» за которую мы должны компании «Аэрофлот» — российской авиалинии. «Аэрофлот» по собственной инициативе не погрузил порядка сорока мест багажа нашей делегации. Благодаря стараниям сотрудников московского офиса, туристической компании и нас, организаторов, уже находившихся на Кубе, удалось доставить вещи не в конце поездки, и люди успели насладиться отдыхом. Конечно, два дня без своего багажа — более чем неудобно, но порадовало, что наши клиенты и представители региональных партнеров вели себя в этой ситуации достойно и даже оптимистично. На багаже «Аэрофлот» не остановился и преподнес нам еще один «подарок». Рейс до Москвы задержали на 8 часов. Благо, узнали мы об этом заранее, потому ожидали самолета не в аэропорту, а в отеле у



танцем.

Вообще, путешествие получилось очень интересным. Если бы не «Radio Island», когда бы еще мы посмотрели на революционные лозунги вдоль дорог, послушали песни про команданте Че Гевару, окунались в мир страны с замечательной и самобытной культурой, историей? Куба — это, мягко говоря, все еще экзотическая страна, в которую мало кто просто так поедет. А вот в большой компании, да еще и по такому поводу, как семинар партнеров ВКПМ, — другое дело. В конкурентной среде, когда и другие станции приглашают клиентов на подобные семинары, Куба, бесспорно, была выигрышным направлением. С одной стороны — экзотика, с другой — комфорт на достаточно неплохом уровне. Словом, мы всегда и всех удивляем, и я думаю, это приглашение в замечательную карибскую страну стало удивительно приятным подарком для наших партнеров.

Понятно, что за всей кажущейся легкостью путешествия скрывалось постоянное напряжение сотрудников ВКПМ, которые организовывали это мероприя-

тие. Мы собирались в основном региональных партнеров, приглашая с собой лишь небольшое количество представителей рекламного рынка Москвы. Теперь, уже второй год, делаем отдельную конференцию — только для коммерческих партнеров — рекламных агентств.

В рамках поездки были проведены семинары, представлен обзор рынка, презентованы новые проекты ВКПМ. Однако польза таких мероприятий, по моему мнению, заключается не только в экономической отдаче. Совместная работа и отдых помогли нам установить более тесный эмоциональный контакт с партнерами, что очень важно. Я уверен, хорошие отношения с клиентами позволяют более эффективно работать над общими проектами.

Важнейшая задача

Для «Автораддио» сейчас важен не столько рейтинг в Москве, сколько общероссийский рейтинг. Именно потому наша компания ежегодно организует обучающие семинары для своих региональных партнеров. Надо отметить, что «Автораддио» – единственная из сетевых российских радиостанций, которая проводит эту работу в таком масштабе.

Сегодня мы открываем семинар для музыкальных ведущих и ведущих шоу-программ «Автораддио», в прошлом году проводили такое же мероприятие для сотрудников информационных служб.

Участников семинара с каждым годом становится все больше. В этом подтверждение того, что мы делаем правильное дело.

Главное, за что ценят «Автораддио», – его неповторимая атмосфера: дружелюбная, но не панибратства, интеллигентности, но не занудства, патриотизма, но не показушности. Нам любят за честность и надежность, юмор и простоту общения, мы ведем разговор со слушателем на равных. За все это на станции отвечаете вы – ведущие эфира и шоу-программ. Вы для слушателя – главные на «Автораддио», вы для него и есть «Автораддио».



Александр Варин,
президент «Автораддио»

На пятую, юбилейную, конференцию региональных вещателей в Санкт-Петербурге мы пообещали провести этот семинар и держим слово, данное нашим региональным партнерам.

Наша важнейшая задача сейчас – укрепление единства бренда «Автораддио», объединение действий Первого автомобильного по всей стране, достижение в них синхронности. Нужно даже не спешить, а уметь усиливать усилия в Москве и регионах по продвижению бренда. Только тогда, когда векторы наших усилий будут направлены в одну сторону, мы получим максимальный эффект. Думаю, что этот семинар поможет нам в достижении поставленных целей.

чащей в линейном эфире. Выход так же красиво и органично должен ложиться в микс, ни в коем случае не раздражать слушателя, не содержать в себе ничего неожиданного и шокирующего.

Еще два наших выхода в часе – это «пробки». Хронометраж «пробки» – примерно одна минута. Здесь подача информации более сдержанная. Чтобы этого добиться, нужно представить себя в роли новостника и попытаться пробыть «пробки» так, будто вы ведущий информационного выпуска. На 100% у вас это все равно не получится, а нужный эффект будет достигнут. Сохранится энергия и драйв обычного линейного эфира, и к этому прибавится некая серьезность информационной составляющей.

Основная задача диджея – не допустить даже малейших пауз в эфире. Одним из компонентов слушательского комфорта как раз и является непрерывность эфирного рада. В этом плане очень помогает, а часто и спасает, привычка прослушивать заранее абсолютно все, что выходит в эфир – песни, голоса для «пробки» и новостей, джинглы. Никогда не пренебрегайте записью своего эфира. Это стоит делать! Когда слушаешь себя со стороны, все ошибки видны сразу.

Помните, нам с вами всегда и во всем приходится рассчитывать только на себя, и только мы с вами несем ответственность за все, что происходит в эфире.

Академия

С 24-го по 27-е марта в московской гостинице «Молодежная» состоялся региональный семинар «Автораддио» для ведущих линейного музыкального эфира и шоу-программ. 85 диджеев из 57-ми российских городов получили уникальную возможность поучиться работе с микрофоном и пультом у признанных мэтров радиозэфира – топ-менеджеров и ведущих «Автораддио».

В течение трех дней участники семинара слушали лекции, работали в студиях, посещали мастер-классы, демонстрировали свое мастерство ведения линейного эфира, программы «Народный хит» и утреннего шоу.



Профессия – диджей «Автораддио»



Влад Кутузов,
ведущий
музыкального эфира «Автораддио»

Для радиоведущего важно быть готовым к работе в любое время, в любом психологическом и физическом состоянии. Приболели вы, расстроены, случилась что-то важное в личной жизни – никто не заменит вас на рабочем месте, смену придется доработать, несмотря ни на что. Поэтому одно из основных правил нашей профессии – никогда не позавидать своего истинного настроения в

эфире, оставляя все неприятности за дверью студии. Надо помнить, что наш эфир принадлежит не нам, а слушателю.

В подаче ведущего «Автораддио» есть несколько обязательных нюансов, изменить которым нельзя никогда. Мы не называем частоту вещания, не говорим о погоде в столице – ведь нас слушает не только Москва. Не упоминаем названий песен и имен исполнителей в линейном эфире. Для того чтобы после вашего появления в эфире хорошее настроение было и у слушателя, и у вас, и что немаловажно, и у начальства, есть простой и годами проверенный способ борьбы с ошибками – всегда заранее дословно прописывать свой выход. Еще одно важное правило: каждый ваш выход в эфир должен содержать только одну законченную мысль, которая, в свою очередь, должна быть четко сформулирована.

На «Автораддио» допускается общение с другими сотрудниками станции в эфире. Поблагодарить друг друга после пересменки, пообщаться с ведущей «Народных новостей» – норма нашей работы. Но и здесь не обойтись без одного очевидного, но очень важного закона – говорить нужно только тогда, когда есть что сказать.

У каждого из сотрудников, выходящих в эфир нашей радиостанции, конечно же, своя манера общения со слушателем, свое лицо, но некая общая «автораддийность» должна быть у всех без исключения. У нас не запрещается шутить, приветствовать добрый, здоровый оптимизм, но без славявности. Сама подача – без излишнего юношеского максимализма, зрелая, спокойная и уверенная.

В стандартном «кlocke» – часе на «Автораддио» – обычно два выхода диджея. Первый – в начале часа, между первой и второй песней, второй выход – примерно на 35-й минуте, после первой песни третьей четверти часа.

Первый выход – это так называемый выход-настроение, или выход-паспорт. Здесь мы называем радиостанцию, представляем себя, желаем радиослушателю хорошего настроения. Плюс к этому в выходе может быть какая-то обязательная информация, к примеру, о проходящей акции.

Во втором выходе возможностей для полета нашей фантазии намного больше. Главное, чтобы у слушателя не возникло ощущения, что ваша речь и эфир «Автораддио» – совершенно разные вещи. Мне кажется, что слова диджея вполне можно приравнять к песне, зву-

Музыкальный эфир «Автораддио»

Формат радиостанции – это стиль вещания, отличающийся определенной музыкальной, информационной, развлекательной направленностью, собственным уникальным оформлением эфира и манерой ведения.

Существует несколько основных форматов:

- информационное радио в чистом виде. Здесь преобладают информационные программы, музыки может быть 10-15%, не более;
- музыкальное радио: 90% музыки и минимум информационных программ;
- так называемые смешанные форматы – музыкально-информационное и информационно-музыкальное радио.

«Автораддио» является информационно-музыкальной радиостанцией, где музыка занимает 70-80% эфирного времени, а остальное время отведено разного рода информационным программам.

Музыкальный формат – неповторимая и уникальная музыкальная картина в эфире, которая обеспечивает целостность бренда станции. Это особая звуковая атмосфера, по которой радиостанцию и узнают слушатели. Музыкальный формат радиостанции характеризуется определенной подборкой музыкального материала и его компоновкой. «Автораддио» – широкоформатная станция, это значит, что наш музыкальный формат не может быть определен или скопирован в рамках одного музыкального жанра, стиля и направления.

Каждая радиостанция работает в сво-



Наталья Николаева,
музыкальный директор ВКПМ

ей нише, то есть ориентирована на конкретную целевую аудиторию – определенного возраста, уровня доходов, интеллекта, образования. Удовлетворять запросы данной целевой аудитории и призван формат.

Подавляющее большинство слушателей «Автораддио» – автомобилисты. Причем 60% аудитории мужчины и 40% женщины. Образование, как правило, высшее или среднее, возраст – 30-49 лет. Вкусам, запросам и музыкальным ожиданиям именно этой целевой аудитории, как показывают специальные исследования, полностью соответствует базовый музыкальный каталог, почти целиком со-

стоящий из «золотых», проверенных временем, русских и зарубежных хитов последних 20-ти лет. Из нескольких тысяч треков в базовом каталоге примерно 2/3 – русские хиты. Однако наша целевая аудитория живет не только воспоминаниями, но и сегодняшним днем. Поэтому в эфире «Автораддио» присутствует и некоторое количество современных острорактуальных хитов.

Каждая песня, прежде чем попасть в базовый каталог, подвергается специальному музыкальному тестированию с точки зрения соответствия ожиданиям нашей аудитории. На основе этого более чем обширного каталога формируется активный музыкальный каталог, в который входят композиции, участвующие в ротации на ближайшие несколько месяцев или полгода. Какие песни войдут в активный каталог – зависит от проходящей в это время акции радиостанции или даже от времени года.

Итак, треки активного музыкального каталога составляют плей-лист нашей радиостанции. Плей-лист – это уже сформированная, спланированная музыкальная составляющая формата. Он делится на четыре музыкальных сегмента, каждый из которых несет определенную смысловую и эмоциональную нагрузку. Первый музыкальный сегмент расположен между новостями в начале часа и информационной «пробкой» и рекламой на 15-й минуте. Состоит он всегда из трех песен, одна из которых непременно зарубежная. Все треки в этом му-

зыкальном сегменте носят статусный характер: это начало часа, заявка музыкального формата – всегда имиджевые хиты базового каталога, абсолютно очевидные и понятные для целевой аудитории.

Второй музыкальный сегмент расположен между информацией о «пробках» и рекламой на 15-й минуте и выпуском «Народных новостей» на 30-й минуте часа. У него другая задача – плавное подвести слушателя к восприятию следующего информационного сегмента – «Народных новостей». Здесь уже уместен более легкий, развлекательный, солнечный музыкальный контекст. Такой окраской можно добиться, например, используя хиты 80-х, что мы и делаем. Третий музыкальный сегмент расположен между выпуском «Народных новостей» с рекламой и погодой и «пробками» с рекламой на 45-й минуте. По продолжительности звучания он довольно короткий, чистого музыкального звучания здесь не более 9-ти минут. В этом сегменте вполне может появиться новый, актуальный современный хит.

Ну и, наконец, четвертый музыкальный сегмент, который расположен между информацией о «пробках» и рекламой на 45-й минуте и следующим началом часа. Здесь, как правило, присутствуют три музыкальные композиции. Пропорции те же: из трех треков один непременно зарубежный.

Таким образом, каждый музыкальный сегмент имеет свой контекст, треки между собой компонуются в плей-листе по определенным правилам, с учетом темпа, ритма, драйва, эмоциональности, настроения и прочих параметрических характеристик.

Праздник работы и общения

Ольга Белкина,
«Автораддио – Вологодск»

Вот и кончился семинар, 3 дня погружения в «Автораддио» с головой. Дни, наполненные феерией чувств, эмоций, переживаний и колоссальным количеством информации. Секретов не осталось вовсе, все профессиональные тайны, что называется, вышли из сумрака, и за это огромное спасибо тем, кто работал с нами! Спасибо Ирине Ипатовой, ведущим линейных эфиров, несравненным «Мурзилкам», технической службе, а также человеку, который на меня произвел неизгладимое впечатление, – Михаилу Брагину!

Конечно, помимо лекций, тренингов и записи, огромное впечатление на меня произвело личное знакомство с большой региональной авторадийной семьей. Тула, Иваново, Морозовск, Иркутск, Белгород, Сальск, Кемерово и все-все – привет вам из Вологодска! Мы нашли, обменялись координатами и теперь будем вместе двигаться к высотам радиозэфира, гордясь тем, что мы – «Автораддио»!

Людмила Маслова,
«Автораддио – Нижний Новгород»

От регионального семинара «Автораддио» для ведущих музыкального эфира и шоу-программ у меня остались очень

приятные и добрые воспоминания. Все было четко организовано, расписана каждая секунда от приезда до отъезда. Благодарю коллег из Москвы за созданные доброжелательной, комфортной атмосферы.

На этом семинаре я убедилась в истинности поговорок: век живи – век учи. Краткость, как оказалось, не только сестра таланта, но еще и верная подруга эмоционального, словоохотливого диджея. Спасибо ведущим семинара за подсказку, что можно разбивать речь на краткие смысловые отрезки, вживляя их в музыкальный ряд. Спасибо организаторам семинара за четкую теорию и классные экзамены!

Вадим Волков,
«Автораддио – Петрозаводск»

Три семинарских дня я и почти сотня моих коллег учились правильно выходить в эфир, чувствовать настроение слушателя, создавать программы и, главное, соответствовать высоким требованиям «Автораддио». Конечно, было очень волнительно повышать квалификацию под руководством таких «зубров» прямого эфира, как Кутузов, Константинов, Аюпан и «Мурзилки». Высокий уровень профессионализма московских коллег требовал от нас стопроцентной выкладки сил и возможностей. Полученные

знания теперь предстоит систематизировать и применять на практике в своем родном городе.

Спасибо всем сотрудникам «Автораддио» Москвы за заботу, профессиональную помощь, позитивные эмоции, новые знакомства и доброе отношение.

Дмитрий Горин,
«Автораддио – Серпухов»

Впечатления самые позитивные. Ощущение такое, что семинар длился не три дня, а год. Теперь я знаю, сколько людей вместе делают «Автораддио» в России. И еще – я самоувердился: делаю нужное дело, и делаю его правильно. Спасибо «Автораддио»!

Кира Максимова,
«Автораддио – Серпухов»

Впечатления радужные! Я очень рада, что «Автораддио» дало каждому из нас шанс показать, на что мы способны. В родном городе ты, бесспорно, звезда эфира, а здесь, на семинаре, нужно свою профпригодность доказать. Если результаты не сильно льстят самолюбию, стоит задуматься и провести «работу над ошибками».

Спасибо организаторам семинара за отличный сервис и заботу о нас, приехавших со всей России. Вдали от дома мы были с родными, с теми, кто сообща делает «радио для всех». Теперь у меня



«Авторadio»

Правила организации утреннего шоу

В завершение учебной программы золотые голоса регионального вещания выдержали профессиональный экзамен, по результатам которого были избраны лучшие из лучших.

Ну а после напряженного трудового марафона диджеи посетили с экскурсией эфирную студию московского «Авторadio», а потом показали столичному клубу «Б2», как авторадийцы умеют веселиться. Да и был для веселья повод: все без исключения участники семинара получили сертификаты о прохождении обучения, а особо отличившиеся – фирменные кубки «Авторadio» – свидетельства профессионализма.



Михаил Брагин, руководитель группы ведущих утреннего шоу

Ведущий – личность
Ведущий утреннего шоу – это человек с неотразимым обаянием, с харизмой, он уникален, неповторим. У нас в шоу, как известно, три человека, у каждого достаточно яркая индивидуальность, которая и сформировала эфирный образ. Я – вечно неунывающий, «зажигатель» публики человек-праздник. Захар – бурчащий, часто не выспавшийся, вставляющий в эфир меткие, порой саркастические замечания. Гордеева привносит в шоу элемент женской логики и вообще очень прекрасного. Образы совершенно разные, отчего слушателю еще интереснее.

Человеку по ту сторону приемника занятно слушать радииную «кухню», это все равно что каждое утро смотреть любимый сериал. Интересно, как мы общаемся друг с другом, посылаем Гордееву за кофе, выслушиваем бурчание Захара относительно вчерашнего футбола. Наша «семейная» авторадийная жизнь становится частью жизни слушателей, благодаря чему «Музыкалки» воспринимаются как давние друзья, почти родные люди.

Яркий и запоминающийся псевдоним
Могу сказать, что до того, как стать Михаилом Брагиным, я был Иваном Простой, Михаилом Огородниковым, Костей Теркиным и Баранкиным.
Так почему же все-таки Брагин? В Ярославле, где началась моя радииная жизнь, есть пьяный, разгульный рабочий район Брагино. Люд, живущий там, составляет процентов 40 от населения города. Став Брагиным в эфире, я 40% горожан сделал своими земляками, практически соседями. Помните, кто победил в нашей суперакции «С Музылками на острова», – Трахониотовские. А почему? 90% их успеха в том, что они крикнули в эфир «Голосуйте за Трахи!», и все стали за это дело голосовать.

Утреннее шоу – это будильник
Причем в прямом смысле этого слова. Человек, включающий радио с утра, должен под вас проснуться. Не важно, как

вы спали ночью, что произошло с вами накануне. В эфире ведущий утреннего шоу бодр, весел и заряжает слушателя позитивом.

Утреннее шоу должно совпадать с ритмом жизни человека

Мы в эфире с 7-ми до 11-ти. Мысля логически, можно понять, чем в тот или иной отрезок времени занимается наш слушатель. Подъем, душ, завтрак, дорога на работу – все это должно получить свое отражение в вашем эфире.

С 7-ми до 8-ми можно поговорить о снах, распросить друг друга, как спалось, и так далее. В самый активный период сборов на работу, с 8-ми до 9-ти, – упомянуть завтрак, припомнить что-нибудь веселое о том, как кто-то собрался куда-либо поутру. Главное, чтобы ваши темы не были изо дня в день одними и теми же, а также, чтобы их обсуждение не было нарочитым. Потом, соответственно, можно поговорить о том, как до работы добирались, вспомнить встречу с гаишником или как стояли в «пробке» рядом с машиной шефа. Совпадение графика жизни даст возможность слушателю почувствовать вас не отвлеченным и далеким радиоведущим, а другом, сопричастным к его повседневной жизни.

Больше местных подробностей

В каждом городе есть какие-то свои, принятые в народе, названия местных забегаловок, улиц, клубов. Вот в Ярославле была пирожковая, известная всем

как бар «Титьки». И когда я в эфире скажу это самое название, местный народ поймет, что ведущий «свой чувак», живет в одном с ними городе, разговаривает на одном языке.

Местный жаргон (не путать с говором) тоже вполне применим в эфире. Если вспомнить Ярославль, то там был универсальный местный глагол «дрегаться»: «Чего ты тут ходишь? Дрегаешься, что ли?», «А чего это на столе мусор всякий дрегаешься?». Если этот местный глагол естественно и уместно использовать в эфирной речи, слушатели поймут – ведущий «свой».

Знай своего слушателя
В эфире «Авторadio» утреннему ведущему должно быть примерно столько же лет, сколько и слушателю. Вычитывая среднестатистический возраст освоенной целевой аудитории станции и понимая, что наш эфирный возраст, вне зависимости от паспортного, должен быть где-то около 30-ти.

Помните, что у нас со слушателем было одно детство – пионерия, комсомольские демонстрации, стройотряды, индийское кино, Сан-Ремо. Если ведущий в эфире рассказывает обо всем этом, как и о своем родном то же, не важно, сколько ему лет на самом деле, слушатель проникнется к нему доверием и примет в стан «своих». Даже если вам 20, сделайте так, чтобы в эфире вы были под 30. Не знаете подробностей жизни 80-х сами, расспросите старших товарищей.



Лучшие из лучших

Лучшие ведущие шоу по итогам экзамена

Отличившиеся в утреннем шоу

I место

Эдуард Гаврилов, «Авторadio – Тула»,
Дмитрий Романов, «Авторadio – Саратов»,
Кира Максимова, «Авторadio – Серпухов».

II место

Анна Ружина, «Авторadio – Благовещенск»,
Евгений Шарабарин, «Авторadio – Барнаул»,
Георгий Саламов, «Авторadio – Владикавказ».

III место

Ольга Богатова, «Авторadio – Самара»,
Сергей Борщев, «Авторadio – Тула»,
Екатерина Москвина, «Авторadio – Оренбург».

Марина Кострубина, «Авторadio – Белгород»,
Ольга Шеметова, «Авторadio – Волгодонск»,
Наталья Лекай, «Авторadio – Эссенуки»,
Екатерина Попова, «Авторadio – Липецк»,
Александр Фирстов, «Авторadio – Нижний Новгород»,
Александр Жигалин, «Авторadio – Иваново»,
Станислав Чибриков, «Авторadio – Новосибирск»,
Евгения Куприенко, «Авторadio – Тарко-Сале»,
Максим Левченко, «Авторadio – Южно-Сахалинск»,
Александр Колесов, «Авторadio – Тверь».



Лучшие ведущие линейного эфира

Михаил Леонтьев, «Авторadio – Оренбург»,
Дмитрий Горшков, «Авторadio – Серпухов»,
Людмила Рышкова, «Авторadio – Курск».

Отражение в эфире спецпроектов и акций радиостанции

Программа «Народный хит» – это программа по заявкам радиослушателей, выходящая в эфир ежедневно с 14-ти до 15-ти часов по московскому времени. В течение уже нескольких лет она является одним из самых рейтинговых спецпроектов на «Авторadio». В рамках программы каждый наш слушатель имеет возможность передать в эфир поздравления и приветы. Именно этот элемент общения позволяет аудитории чувствовать свою сопричастность с процессом формирования эфира любимой станции.

Программа по заявкам имеет свои средства связи – пейджер, Интернет, sms, почтовый адрес и телефон прямого эфира. По каким бы каналам ни пришло то или иное сообщение, надо отметить, что все заявки имеют равные шансы прозвучать в программе «Народный хит».



Олег Константинов, руководитель группы ведущих музыкального эфира

В послании должно содержаться как можно больше полезной информации – указаны имена, фамилии, поводы для поздравлений, названия организаций и так далее. Чем больше информации в сообщении, тем больше вероятность, что мы прочитаем его в эфире. Кроме того, необходимо обращать внимание и на смысл заявки. Пожелания и приветы имеют право быть озвученными, но приоритет все-таки отдается поздравлениям со значимыми датами, приходящимися на день выхода программы.

Важным для программы является использование правильной фоновой музыки, так называемого «подклада». «Подклад» используется всегда во время чтения заявки. Кроме фоновой музыки, «кодежды» программы составляют еще и джинглы. Джинглы, в том числе и с указанием телефонов, нужно ставить в эфир между песнями, где нет выхода диджея, а также после рекламных блоков.

Нужно отметить, что программа «Народный хит», как и любой другой час «Авторadio», имеет свой плей-лист. В нем указываются опорные песни, которые будут звучать вне зависимости от заявок. Не нужно идти на поводу у слушателя, даже в рамках программы по заявкам необходимо привносить именно нашу музыку, наш формат. Совсем не обязательно озвучивать в эфире, что именно хочет услышать отпавитель заявки. Можно прочитать сразу несколько сообщений и пустить песню, заявленную в плей-листе.

Еще один важный аспект работы диджея – трудовая деятельность во время масштабных промоакций, которые на «Авторadio» совсем не редкость. Мы должны понимать, что для наших слуша-

телей ведущий эфира – это друг и попугайчик. А когда друг что-то дарит, он делает это искренно и от души. Именно этого эффекта должен достигнуть диджей, вручая тот или иной приз слушателю.

Во время проведения акций в нашем небольшом по хронометражу диджейском выходе нужно уместить больше информации, потому подача меняется на более лаконичную, ясную и доступную. По причине проведения промокампаний, в эфире появляются больше анонсов и различных треков – поставьте их в правильный порядок и не ошибитесь в выборе тоже наша задача. Во время акции у диджея должна быть более плотная совместная работа с новостником, который, наверняка, тоже говорит об акции в новостях и «Народных востехах».

Большая часть успеха зависит от подготовки слушателя, особенно если слушателя выводят в эфир. Человек должен быть в курсе, что ему говорить, как себя вести. От этой подготовки зависит минимум 50% успеха каждого конкретного выхода.



Миссия «Авторadio»

Прошлогодний опыт проведения семинара служил информацией «Авторadio» оказался очень успешным. Сейчас мы наблюдаем прекрасные результаты работы новостных служб в тех регионах, которые прислали на семинар своих представителей. Понятное дело, что после нашей работы в этом году таких же результатов будем ждать от ведущих эфира и шоу-программ.

Сегодня здесь присутствуют делегаты почти из 60-ти городов вещания. Все вы работаете на «Авторadio». Для того чтобы достойно представлять бренд в эфире, необходимо знать идеологию нашей станции.

Прежде всего, «Авторadio» – это друг, единомышленник, собеседник. На нашей радиостанции звучит только понятная, популярная, современная, любимая музыка. Здесь нет никакой агрессии, зато много позитива и юмора.

«Авторadio» – станция для взрослой аудитории. Главная задача диджея – создать приятную, творческую атмосферу, уловить настроение своих слушателей, показать им, что он живет их интереса-

ми. «Авторadio» – информационно-музыкальная радиостанция. Это самые свежие новости, причем рассказанные человеческим языком.

Одной из наших самых сильных сторон является оперативная информация о «пробках» на дорогах. Если взять, скажем, Москву, то на сегодняшний день никто, кроме «Авторadio», не передает информацию о дорожной ситуации в столице столь оперативно и достоверно. «Авторadio» – это станция, где звучит лучшее радиощоу в стране – «Операция Утро». До «Музыкалки» никто и никогда три года подряд не получал «Радиомагнито».

«Авторadio» – станция, которая постоянно предлагает своим слушателям беспрецедентные акции. Одна из наших главных задач – сделать так, чтобы наш слушатель мог сказать: «На «Авторadio» всегда все по-честному!» Ведь «Авторadio» – это радио, которому верят. А верить слушатели должны вам. Именно ведущие музыкального эфира – некие визитные карточки станции, и именно с ва-



Ирина Иванова, главный редактор «Авторadio»

ми слушатели должны захотеть общаться и даже дружить.

Остановлюсь подробнее на позиционировании личности ведущего музыкального эфира на нашей станции. Диджей «Авторadio» – это человек молодой, но, безусловно, не лишенный жизненного опыта. Он весел, жизнерадостен, высказывает дельные мысли. В нем мы узнаем одного из своих близких друзей. Основное требование, которое предъявляется к ведущему музыкально-

го эфира, – адресное обращение к аудитории. Ведущий должен сделать так, чтобы человек по ту сторону приемника захотел с ним встретиться, поговорить за жизнь, пошутить.

Диджей «Авторadio» не имеет права устраивать в эфире радиоспектакль, заигрывать со слушателем, допускать неестественные для обычной человеческой речи интонации. Наши ведущие никогда не говорят о звучащих песнях. Не рассказывают о том, в каком году тот или иной исполнитель выпустил тот или иной альбом. Гораздо важнее, по нашему глубокому убеждению, передать настроение, вызванное музыкальной композицией.

Все высказанное, плюс наличие приятного голоса, хорошая дикция, грамотная речь и, конечно же, опыт звуко-режиссерской работы – те самые критерии, по которым мы выбираем диджеев на нашу радиостанцию.
К ведущим шоу-программ требования такие же, плюс такой «пустячок», как талант. Только одаренные и очень талантливые люди способны сделать хорошее утреннее шоу. В этой связи хочется сказать: нет на радиостанции ярких талантов – не надо делать утреннего или вечернего шоу. Ничего нет более страшно, чем шоу, которое сделано ради шоу.

Антарктическая одиссея спецкора «Авторадио»

Продолжение. Начало на стр. 1

В конце марта в эфир «Авторадио» каждый день выходили эксклюзивные новости с шестого материка планеты – из Антарктиды. Там, в рамках молодежного проекта «Небесная одиссея – Во славу России», находился специальный корреспондент Даниил Николаев, ведущий радиостанции «Юмор FM», а по совместительству режиссер-документалист и, как оказалось, полярник. Даниил 16 раз выходил в прямой эфир, делясь впечатлениями о Белом материке, на котором он водрузил флаг «Авторадио».

Подробностями своей антарктической одиссеи Даниил поделился с «Авторадио» сразу после возвращения из полярной экспедиции.

Почему Антарктида?

В этом году исполняется 50 лет с начала работы первых советских антарктических станций. Еще одна дата – 45 лет договору, который заключили 27 стран по Антарктиде и Антарктическому региону. Согласно основным принципам договора, Антарктида как континент не является ничьей собственностью, никто не имеет права размещать на ней военные базы, не имеет права заниматься добычей полезных ископаемых, хотя они там были найдены – в Антарктиде есть залежи нефти, природного газа, алмазов, золота, множества металлов. Договор был заключен на 50 лет, и через 5 лет его действие заканчивается. По моему субъективному мнению, предстоит борьба за антарктический регион. Уже сейчас идет предварительный дележ земли, и самое обидное, что мы, русские люди, первооткрыватели Антарктиды, как-то очень легко сдаем свои позиции конкурентам.

Команда «Небесной Одиссеи»

В команде экспедиции было 8 человек. Руководитель – Александр Бегак, 32-летний летчик-конструктор, имеет свою авиационную лабораторию в городе Питягорске. Собирает самолеты, разработал уже 3 собственные модели.

Геннадий Руденко – школьник 14-ти лет, живет в проблемном регионе, на Кавказе. Для него это была уже вторая экспедиция. Попал он в состав «Небесной Одиссеи» благодаря Александру Бегаку, собравшему в своем аэроклубе команду ребят из трудных семей, из детских домов – в прошлом году их было 10 человек. Эти дети летали с Александром в Антарктиду и поставили там 2 мировых рекорда, которые занесены в Книгу Гиннесса.

Третий – журналист-обозреватель телеканала «Россия» Борис Остановкин, выполнял функции пресс-атташе экспедиции, он летал в Антарктиду тоже уже во второй раз. Четвертая – Светлана Марченко, преподаватель школы танцев из Санкт-Петербурга. Единственная девушка вошла в команду по приглашению Александра Бегака, который оценил ее мужественный поступок, когда она со своим танцевальным коллективом ездил по Кавказу и давала концерты для детей Чечни, Кабардино-Балкарии – всех проблемных регионов. Оператором, запечатлевшим на видеокамеру наш антарктический поход, был Дмитрий Матрихеев.

Далее идут два космонавта. Первый – действующий космонавт-испытатель Константин Вальков, один из тех 10-ти, кто в следующем году полетит на Международную космическую станцию. Очень крепкий, уравновешенный, умеет и знает все, словом, настоящий космонавт. Второй – Валерий Трунов, генерал авиации, инструктор по выживанию и безопасности Центра подготовки космонавтов, подготовивший не один десяток людей, летавших в космос. В нашей экспедиции Валерий Николаевич отвечал за то, чтобы в самых трудных условиях с нами ничего не случилось.

И, наконец, я, Даниил Николаев, веду-



щий музыкальные программы радиостанции «Юмор FM» и оператор музыкально-го эфира новой радиостанции «Русские песни», поехавший в экспедицию в качестве специального корреспондента «Авторадио». Перед экспедицией я прошел в звездном городке медицинское обследование и психологический тест на совместимость с остальными участниками команды.

Первые впечатления от Антарктиды

Мы прилетели на чилийский аэродром острова Кинг Джордж, прибрежной зоны Антарктиды. Это один из четырех аэродромов материка. Первое, что меня поразило по прилете в Антарктиду, это климат. Нигде не было снега, ландшафт удивительно напоминал кавказский, температура воздуха +7 градусов. Притом очень сухой воздух и очень сильный ветер, 30-35 метров в секунду, дуящий круглосуточно.

Но бесснежная, похожая на Кавказ местность с плюсовой температурой закончилась через 30-40 километров от аэродрома. Дальше мы встретились с ледниками – мощными, огромными, но какими-то серыми и грязными. Как объяснили полярники, этим цветом ледники обязаны потеплению. С каждым годом все больше ледников и айсбергов подтаивают. Мы вочую убедились, что проблема глобального потепления не надумана, Антарктида действительно таит.

Православный храм и уругвайский новый год

На острове Кинг Джордж стоит православный храм, построенный российскими полярниками. Там служат двое батюшек, направленных в Антарктиду по распределению после семинарии. Срок их службы на Белом континенте – год, затем священников меняют. Снаружи церковь выглядит довольно странно, вся об-

тянута деревянными лесами и пленкой – так святыню защищают от ветров. Но, когда заходишь за это ограждение, видишь красивый сруб, как в русской народной сказке. Внутри церкви совершенно фантастическое ощущение чистоты и величия духа.

Посетив храм, мы отправились на уругвайскую полярную станцию. Уругвайцы веселые и жизнерадостные ребята. Мы попали к ним в гости 1 марта, когда в Уругвае отмечали Новый год.

У нас с собой, как говорится, было. Мы подарили уругвайцам арбуз, купленный еще в Чили, а нас в ответ угостили потрясающим уругвайским праздничным коктейлем. Изготавливается он следующим образом: чистый спирт смешивается с кипяченой водой, сгущенным молоком, корицей и карамелью. Все это настаивается 30 суток. Потом получается нечто подобное ликеру «Бейлис», только намного вкуснее и эффективнее.

Есть такая профессия – пингвинов переворачивать

Одним из мест, где мы побывали во время своей антарктической одиссеи, был остров пингвинов, неподалеку от аргентинской научной станции Граль. Сейчас пингвины выводят потомство, готовятся к зиме, живут в норах и линиях. Весь остров в пуху, и по этому пушистому пледу вальжико бродят сотни тысяч пингвинов. Птицы охраняют, наблюдая за ними с высоты маяка, построенного на острове. Помимо охранных на этом птичьем архипелаге живут еще и представители одной из самых редких в мире профессий – переворачиватели пингвинов. Не смеяться, я не шушу, хотя и сам сначала в это не верил.

Пингвины красивые, но несмышленные и любопытные птицы. Сочетание таких качеств в совокупности с их своеобразным телосложением приводит к беде. В нормальных условиях пингвин никогда на спину не упадет: то ли ему хвост мешает, то ли центр тяжести низко расположен. Но любопытные птицы, которые годами не видят ничего кроме снега и таких же особей, как они сами, высоко задирают голову, чтобы посмотреть на летающие объекты – самолеты и вертолеты – и падают. А переворачивать самостоятельно и встать не могут, колена и локтей у них нет. Лежит себе несчастный «мальш» и смотрит в небо, пока не погибнет. И дабы не пали голодной смертью эти экзотические птицы, несут свою службу профессиональные переворачиватели пингвинов. Они косятся по прибрежной зоне на снегоходах и ставят бедных опрокинувшихся животных на ноги. Очень редкая и, вместе с тем, одна из самых добрых профессий на Земле.

Тайна космической таблетки

Чем дальше мы продвигались вглубь материка, тем холоднее становилось. Ветер не прекращался, было очень трудно установить палатку, на ее установку требовалось до 8-ми часов. Двое членов нашей экспедиции – Светлана Марченко и Гена Руденко – очень сильно простудились. Моментально поднялась высокая температура, и ребята лишились сознания. Но с нами были космонавты, специалисты по выживанию, которые дали каждому из ребят по одной волшебной таблетке.

Из каких веществ изготовлен сей медикамент, мне неизвестно. Зато ясно виден был результат. В течение буквально нескольких минут люди пришли в себя, встали и потом пребывали в прекрасном настроении и самочувствии, бодрствуя на протяжении двух суток. Я, конечно, потом спросил у Валерия Трунова, что это был за препарат. Оказалось, используется он тогда, когда что-то экстренное случается с человеком в космосе. Я просил выдать мне по дружбе пару таких таблеток, но, к сожалению, получить их мне не удалось.

Болезнь ребят не позволила нашей команде пройти последние 1800 метров, отделявшие нас от Южного полюса. Ведь за те двое суток, что действовали таблетки, нужно было добраться до врача, который мог бы оказать нашим друзьям настоящую медицинскую помощь. Но в конце 2006 года мы снова будем в Антарктиде, и тогда-то уж, надеюсь, ничто не помешает нам оказаться в самой южной точке планеты. А «Авторадио», конечно, будет освещать этот новый этап нашей антарктической эпопеи.

НОВОСТИ

«Портала региональных вещателей «Авторадио»

Да будет свет!

«Авторадио – Воронеж» Уже в этом году вечерний Воронеж будет выглядеть наряднее и светлее дневного. На данный момент в 540 дворах произведен ремонт сетей и восстановлено освещение. Всего в городе установлено около 30 тысяч новых экономичных ламп, кабельная сеть стала длиннее на 33 км, а воздушная – на 130.

В ближайшее время работы продолжатся на пяти магистральных улицах – Сакко и Ванцетти, Димитрова, Беговой, Либкнехта, Моисеева и в сквере на улице Карла Маркса. Особое внимание предприятие «Воронежгорсвет» планирует уделить частному сектору. На сегодняшний день осталось 24 улицы, где полностью отсутствует наружное освещение. Планируется, что уже к лету здесь появятся новые фонари.

Разработка новых моделей «Lada»

«АвтоВАЗ» планирует взять за прототип своих новых моделей автомобили «Renault», «Fiat» или «Daimler Chrysler». Завод уже ведет переговоры о покупке лицензий на использование платформ этих концернов в собственных машинах, сообщает издание «Ведомости».

Отметим, если из этого ничего не выйдет, то предприятие поручит разработку «Lada» одной из известных европейских инженеринговых фирм. Именно таким путем на свет появились главные хиты волжского автогиганта. Так, прототипом «копейки» стал «Fiat 124», а «восьмерки» и «девятки» заводу помогали разрабатывать центр «Porsche».

Гран-при для Робинсона и Крузо

«Авторадио – Тамбов» Тамбовские актеры получили Гран-при на международном театральном фестивале молодежи, который проходил в польском городе Щецин. На фестиваль приехали 15 коллективов из Польши, Болгарии, Германии и России. По условиям конкурса, участники должны были показать минимум декораций и максимум юмора. Артисты Мичуринского драмтеатра Андрей Зобов и Эльдар Касумов представили постановку в жанре военной анекдота под названием «Робинзон и Крузо». Она и завоевала победу в номинации «Лучший спектакль фестиваля». Андрей Зобов получил также диплом за лучшую мужскую роль.

Ветеранам ко Дню Победы

«Авторадио – Липецк» В ближайшее время улучшить свои жилищные условия смогут сразу 14 липецких ветеранов Великой Отечественной войны. Мэр Липецка Михаил Гувельский принял решение выделить ветеранам – инвалидам 1-й группы квартиры в бывшем Доме ветеранов НИМК на улице Меркулова, 45. Около года назад это здание было передано в муниципальную собственность. Когда часть квартир в нем освободилась, их сразу же предложили этой категории очередников-льготников. Предполагается, что ремонт квартир закончится уже к 9 Мая, и День Победы ветераны отпразднуют в достойных условиях.

Лучший автосалон города

«Авторадио – Новосибирск» Мария Новосибирска предложила всем желающим стать участниками народного жюри и оценить городские автосалоны по 5-ти критериям. Это ассортимент автомобилей, предпродажная подготовка, гарантийное и послегарантийное обслуживание, разнообразие форм и кредитных схем, качество обслуживания и уровень квалификации персонала. Чтобы принять участие в голосовании, достаточно купить журнал «АВТО-Сибирь» или газету «Из рук в руки», заполнить специальный купон и отправить в редакцию. На основе мнения горожан и экспертного жюри, которое начнет свою работу с 1-го мая, будет определен лучший автосалон города. Результаты объявят на выставке «АвтоСиб – 2006».

В Кузбассе откроют школу сноуборда

«Авторадио – Кемерово» Это будет учреждение интернатного типа с круглосуточным пребыванием детей. Предполагается, что в школу сноуборда примут на обучение 300 человек, причем на полный пансион за счет областного бюджета. Дети получат не только бесплатное обучение, но и бесплатное питание, одежду, обувь, а также спортивное снаряжение. Подобная школа будет первой в России. Предполагается, что откроется она уже в следующем году, сообщает НИА – Кузбасс.

Награда за комплексный подход

«Авторадио – Томск» Делегация Томской области приняла участие в первой специализированной выставке-ярмарке «Северная цивилизация. Регион ЭКСПО». Область представляли Ассоциация коренных малочисленных народов Севера Томской области «Колта куп», дворец народного творчества «Авангард» и предприятия тойской промышленности. В ходе ярмарки прошла презентация продукции томских предприятий, были организованы мастер-классы по традиционным видам народных художественных промыслов и ремесел коренных народностей, а также демонстрация моделей национальной одежды. По результатам участия в выставке, экспозиция Томской области была признана лучшей и награждена дипломом «за комплексный подход в организации экспозиции».

За пробки - в Париж!

«Авторадио – Серпухов»

1 апреля «Авторадио – Серпухов» объявило о приеме пробок у населения. Причем не просто так, а в обмен на заманчивые призы. Так и прокричали в эфире: «Несите нам любые пробки, а мы вас отправим в Париж!» Затем, срывав в передвижной приемный пункт, наша команда начала свое веселое путешествие по городу.



Сначала народ нам не верил, подходи-ли, подъезжали и интересовались: правда, что ли? Какие пробки? Какой Париж? Первое апреля!

Наконец, нервы у слушателей не выдержали, и первые пробки были доставлены к нам на бешеной скорости. Тут-то все и раскрылось.

За пробки «Авторадио – Серпухов» действительно отправляет в Париж, но не в столицу Франции, а в одноименный салон красоты. Напряжение первых участников первоапрельской акции разрядилось громким смехом: «А мы-то думали – в чем подвох!»

Удивительно, но после того, как выяснилось, в какой Париж мы отправляем, количество предметов для закупоривания в наших мешках стало расти в геометрической прогрессии. Пришлось даже повышать курс обмена. Но и это не остановило наших слушателей. Несли по 80, по 150, по 300 штук сразу. Кто-то собирал коллекцию и готов был расстаться с ней ради «Авторадио». Кто-то скрутил

пробки со старых аккумуляторов. Принесли пробки от коллекционных вин, крышки от пивных бутылок, от минералки и даже от йогуртов!

За три часа на пяти пунктах приема мы собрали больше двух тысяч пробок. Был и рекорд дня. Наш слушатель Сергей копил пробки, чтобы обшить ими сарай на даче. Но не покусился, не поленился – съездил за город и успел на последний пункт приема.

В общем, в Серпухове пробки есть. И не дорожные, изматывающие, а веселые, разноцветные. А еще, есть чувство юмора у наших слушателей, как и доверие к «Авторадио».

В следующем году решено провести акцию «За пробки в Париж – 2». Каким будет этот Париж, мы еще не решили. Думаем!



Театральный сезон

«Авторадио – Воронеж»



Информационная поддержка – проблема многих СМИ. Порой несколько раз на день к нам обращаются за помощью представители профессиональных или общественных сообществ. И бывает, что буквально «покупаешь kota в мешке», так как никакие гарантии успеха, кроме своего честного имени организаторы не дают. Особенно тяжело с теми акциями, которые проводятся впервые. Еще не

разработана методика, благодаря которой можно безусловно предугадать, соберет ли мероприятие свою аудиторию, будет ли оно успешным, получат ли общественный резонанс.

Да, скользкая штука эта информационная поддержка. С одной стороны, она может привлечь внимание аудитории к бренду, с другой стороны, в случае провала акции, подорвать к нему доверие.

Еще одна проблема – найти хороший повод для проведения рекламной кампании, нацеленной на поддержание информационного поля. И вот, как нам кажется, в марте 2006 года коллектив «Авторадио – Воронеж» вычислил «золотую середину» и успешно провел свою рекламную кампанию.

«Авторадио» представляет

Дело было так. Хмурым март, от зимы все устали, а о скорой весне напоминает только календарь. Такой вот фон для начала рекламной кампании. Конечно, самый простой способ привлечь к себе внимание в это время – устроить праздник. С другой стороны, март – тот месяц, когда все «пока еще дома»: майский воздух не влечет в первое встречного, июньский ветер не зовет на пляж, а августовская прохлада не навевает мысли о скором сборе урожая на грядках «фазенды». Поэтому именно на март-апрель падает последний всплеск театральной и клубной активности в Центральном Черноземье. Это проверено, и это гарантия успеха, если затевать в городе, например, «театральный сезон».

Второй шаг – найти те постановки, которые будут не просто успешны, а станут событием в жизни города. И, о счастье, концертное агентство «Бельканто» хочет организовать гастроли театра Ленком! Причем одним им не справиться: по условиям гастрольной жизни, спектакль должен идти два дня подряд и собирать более двух тысяч зрителей, здесь не обойтись без масштабной рекламной кампании. А это как раз то, что нам надо.

Следующий этап: определить способ подачи бренда. Мы выбрали короткую и емкую фразу: «Авторадио представляет». Эта фраза была использована на всех рекламных носителях. В результате

город украсился афишами «Авторадио представляет гастроли Ленкома», билбордами под тем же слоганом, перетяжками, а по телевизору крутились ролики-анонсы с той же информационной составляющей.

Результат превзошел все ожидания. У населения, даже у опытных журналистов, создалось полное впечатление, что это именно «Авторадио» привозит Ленком. А поскольку «Авторадио» никогда не подводило своих слушателей, мы же стали и гарантией того, что в город придут именно заявленные «звезды» – Янковский, Чурикова, Збруев, а не второй или третий состав.

В итоге все было довольно: у нас – рекламная кампания, у «Бельканто» – проданные почти сразу билеты на два спектакля. Завершением всего стала пресс-конференция с артистами, которую, по договоренности с концертным агентством, также собирало «Авторадио», поэтому все статьи вышли со ссылкой на нашу радиостанцию.

Продвигаем классику

Как только отгремели аплодисменты артистам театра Ленкома, «Авторадио – Воронеж» принялось «продвигать» в массы классику. В город под ищейкой згидой был привезен спектакль Фонда Станиславского по пьесе Чехова «Вишневый сад».

Антерский состав разрушил все представления о том, сколько «звезд» театральной сцены можно собрать в одной постановке. Своей игрой воронежцев порадовали: Евгений Миронов, Людмила Максакова, Владимир Ильин, Алексей Петренко. Почти пять часов шел спектакль, но никто не вышел из зрительного зала уставшим или разочарованным.

И снова все было довольно: зрители – общением с артистами, мы – отдачей от проведенной рекламной кампании. Что ни говори, а нам удалось на практике доказать, что «Авторадио» – не только звук из FM-приемника, это серьезный бренд, который заботится о культурном наследии и сам по себе является определенной социальной ценностью.



Музыкальный фестиваль «Радио Энергия»

Москва, «Гауди Арена», 31 марта 2006 года



Продолжение. Начало на стр. 1

С 8-ми вечера до 6-ти утра на гигантском клубном танцполе вместе с 2,5 тысячами гостей «зажигали» «KLF feat. Wanda Dee», «Ian Van Dahl», «Summerlove», «Uniting Nations», DJ Crazy Frog, а также лучшие российские диджеи. Знание бывшего элеватора изнутри напоминало то ли звездолет, то ли декорацию для какого-то фантастического триллера. Множество коридоров, лестниц, переходов и посредине, как арена римского Колизея, — площадка танцпола. Сцена — вся в экранах, колонках и проекторах.

Танцуют на всех уровнях — повсюду площадки, как корабельные мостики. Удивительную атмосферу — одновременно и танцевального марафона, и клубной вечеринки — создавало и то, что «крулевыми» танцевального шоу выступили участники знаменитого радиопроекта «Модель для сборки».

Программа «Модель для сборки» — музыкальный ряд в стиле психоделик-транс, техно-транса, эмбиента от DJ Psicognito. А под завораживающую музыку слышится еще более завораживающий голос — Влад Копп читает лучшее из зарубежной и российской фантастики. Сочетание этих трех, самих по себе удивительных вещей — музыки, голоса, текста, — дает просто гипнотический эффект. С мая 2004 года программа звучит на «Радио Энергия», 2 раза в неделю по 2 часа.

«Звезды» супервечеринки

- «Uniting Nations»
- «Ian Van Dahl»
- «Summerlove»
- DJ Crazy Frog
- «KLF feat. Wanda Dee»
- «Модель для сборки»
- DJ Рудык
- DJ Шмель
- Martin Landers

Аудитория «Радио Энергия» — это молодежь, которая ведет активный образ жизни и любит тусоваться круглый год. Идея проведения «Mega Party» пришла, когда возникло понимание, что радиостанция мало одного грандиозного концерта в году. Еще одна причина — уход в более качественную клубную музыку. Диджейские сетсы в «Олимпийском»? Лучшие концертные шоу в «Gaudi Arena!»

Выбор артистов был обоснован их актуальностью. Суперхит «Remember» в ис-

драйва. Интеграция радиопроекта «Модель для сборки» в шоу «Энергия Mega Party» является продолжением этой традиции. Несмотря на то, что Влад Копп появлялся на сцене, так сказать, в реальном облике, он оставался по сути виртуальным персонажем и частью программы «Модель для сборки», тем самым создавая эффект визуализации радиозвучания.

«Mega Party» — событие совершенно иного формата и размаха, нежели «Мегаденс». Но вместо зерна мы увидели здесь людей. На самом деле, каждый человек — это тоже зерно, из которого может вырасти литро сорняк, либо хлебный колос, который потом созреет и накормит людей. Так вот, здесь все совбравилось — как чистая высочайшая пшеница, без всякого сора и примесей. В них очень сильный позитивный потенциал!»

Ася: «Я еду на очень разнородные вечеринки, но на такой я, пожалуй, впервые. Это привело меня сюда? Интересные исполнители, в частности Crazy Frog. Я хочу открыть для себя какие-то новые стороны этой электронной музыки!»

Татьяна: «Я до сих пор с восторгом вспоминаю летний open-air «Энергия лет». Думаю, что организаторы хотели сделать нечто подобное, но в условиях закрытого помещения. Мне больше нравятся большие залы, типа «Олимпийского», где можно и послушать выступающих, и как следует поколоситься. А сейчас здесь получается скорее клубная вечеринка в одном из лучших клубов Москвы, это хорошая идея, но «Энергия Mega Dances» все-таки жаль. Я очень люблю «Радио Энергия» и замечательных людей, которые там работают!»

Даша (РИА «Новости»): «Меня удивило, что здесь не только молодежь, но есть и люди более старшего возраста. Оказалось неверным стереотипное мнение, что электронную музыку слушают только тинэйджеры, и это приятно. Как художник-модельер в прошлом, я могу сказать, что на вечеринке очень много по-настоящему стильно одетых людей. Не дорого, а именно стильно. Для многих этот стиль — своего рода образ жизни, и эта музыка, эта обстановка — для них. Сама я пришла сюда скорее пообщаться, посмотреть на все со стороны, здесь много моих друзей, и мне тут интересно. Было бы мне лет 20 — точно до 6-ти утра бы протусовалась!»

Маша: «Мне казалось, что музыка будет немного другой, более популярная. Здесь оказалось не так попсово, как было в прошлом году в «Олимпийском». Но это получилось очень даже неплохо! Спасибо этому клубу, спасибо «Радио Энергия!»

Наталья: «Необычное место для ночного клуба, очень долго добираться, но этот долгий путь потом оправдывается. Настоящая клубная атмосфера, к которой стремились и которая тебя захватывает. Здесь диджеи, которых постоянно слушаешь на «Радио Энергия», и очень приятно, что можно их не только слышать, но и увидеть воочию, посмотреть их работу. Здесь все мои друзья, настроение прекрасное, все здорово, прекрасная динамика. Надеюсь, что в будущем году это повторится!»

Артем Королев, репортер: «Мы ждали хорошего настроения, хорошей тусовки. Пришли сюда и все получили — и настроение, и тусовку. Очень интересные

живые выступления артистов, перформанс. Хотелось бы побольше общения с исполнителями — не только через рампу. А в целом, впечатление просто потрясающее».

Станислав Акимов, зам. главного редактора журнала «Хулиган»: «Поскольку это бывшее здание элеватора, мы ожидали, что здесь все будет засыпано зерном. Но вместо зерна мы увидели здесь людей. На самом деле, каждый человек — это тоже зерно, из которого может вырасти литро сорняк, либо хлебный колос, который потом созреет и накормит людей. Так вот, здесь все совбравилось — как чистая высочайшая пшеница, без всякого сора и примесей. В них очень сильный позитивный потенциал!»

Ася: «Я еду на очень разнородные вечеринки, но на такой я, пожалуй, впервые. Это привело меня сюда? Интересные исполнители, в частности Crazy Frog. Я хочу открыть для себя какие-то новые стороны этой электронной музыки!»

Татьяна: «Я до сих пор с восторгом вспоминаю летний open-air «Энергия лет». Думаю, что организаторы хотели сделать нечто подобное, но в условиях закрытого помещения. Мне больше нравятся большие залы, типа «Олимпийского», где можно и послушать выступающих, и как следует поколоситься. А сейчас здесь получается скорее клубная вечеринка в одном из лучших клубов Москвы, это хорошая идея, но «Энергия Mega Dances» все-таки жаль. Я очень люблю «Радио Энергия» и замечательных людей, которые там работают!»

Даша (РИА «Новости»): «Меня удивило, что здесь не только молодежь, но есть и люди более старшего возраста. Оказалось неверным стереотипное мнение, что электронную музыку слушают только тинэйджеры, и это приятно. Как художник-модельер в прошлом, я могу сказать, что на вечеринке очень много по-настоящему стильно одетых людей. Не дорого, а именно стильно. Для многих этот стиль — своего рода образ жизни, и эта музыка, эта обстановка — для них. Сама я пришла сюда скорее пообщаться, посмотреть на все со стороны, здесь много моих друзей, и мне тут интересно. Было бы мне лет 20 — точно до 6-ти утра бы протусовалась!»

Маша: «Мне казалось, что музыка будет немного другой, более популярная. Здесь оказалось не так попсово, как было в прошлом году в «Олимпийском». Но это получилось очень даже неплохо! Спасибо этому клубу, спасибо «Радио Энергия!»

Новички в эфире



«Авторадио — Петрозаводск»

В карельской столице «Авторадио» появилось 7 сентября прошлого года. Начала вещания шестой по счету FM-радиостанции в городе слушатели ждали с нетерпением, а конкуренты — с опасением. И эти ожидания, судя по всему, оправдались — первые же месяцы вещания вывели «Авторадио — Петрозаводск» на лидирующие позиции в регионе. Немало поспособствовала этому мощная, в чем-то даже агрессивная, промокампания радиостанции. Сначала прошла шумная презентация с участием группы «Земляне». Затем — «Формула Авторадио», в которой принял участие мэр города. Мэр, к слову, проехал трамвай «Формулы» без единого нарушения, но ехал так осторожно, что в итоге занял лишь 15-е место.

Коллектив станции начал формироваться задолго до первого выхода в эфир. Службу информации возглавил самый сильный, без преувеличения, радиный информационщик Карелии Антон Миронов. Автор и ведущая «Народных новостей» Елена Раневская до «Авторадио» успела потрудиться на других станциях и заработать себе доброе имя. Ведущий «Народного хита» Вадим Волков тоже имел опыт работы в прямом эфире — и как эфирный оператор, и как ведущий.

Пожалуй, самым небольшим опытом в том, что им предстояло делать, обладали только два человека. Причем Александр Батов, которому предстояло вывести на пик популярности «Народные пробки», до этого хотя бы работал эфирным оператором и занимался рекламными сценариями. Ну, а программный директор и главный редактор станции Григорий Воеводин до «Авторадио» не работал на радио ни дня.

Директор Гоша

Радиная биография Григория Воеводина исчисляется ровно теми же месяцами и днями, которые прошли с момента начала вещания «Авторадио» в Петрозаводске. Плюс, разве что, несколько месяцев, предшествующих запуску, когда директор-редактор уже был, а станции в эфире еще не было.

Каким образом известный в Карелии журналист оказался на радио, Григорий, или Гоша, как он любит представляться, и сам до сих пор не может понять. Начал фотографом, потом работал на телевидении ассистентом режиссера, режиссером. Ушел с телевидения в газетную журналистику и сделал там себе имя. Потом опять телевидение — заместитель генерального директора в частной телекомпани. Когда через год понял, что попытка дважды войти в одну и ту же воду не удалась, написал заявление об уходе. Планов на будущее еще не было никаких — решил отдохнуть, съездить в Египет.

«Уже на чемоданах сижу, — вспоминает Григорий, — и тут звонит давний приятель, руководитель информационной службы известной радиостанции. Сообщает, что холдинг запускает в Петрозаводске «Авторадио», и предлагает поговорить с генеральным директором. Я

еще трубку не успел положить, а уже понял, что очень хочу работать на «Авторадио!».

В Египет Гоша все-таки съездил. А уже в мае приступил к новым обязанностям на радиостанции, еще не вышедшей в эфир. Первая задача, которая встала перед новоиспеченным руководителем радиостанции — понять самому, что же такое радио. Вторая — сформировать команду, которая это самое радио будет делать. Что важнее — непонятно.

Тем не менее 7 сентября 2005 года в 15.20 на частоте 103.1 FM в Петрозаводске зазвучало «Авторадио». Через две недели вышел первый выпуск региональных новостей. И все стали с нетерпением ждать запуска собственных «пробок».

Проект пошел!

«Народные пробки» стартовали в Петрозаводске 11 октября 2005 года. Но еще в июле Григорий Воеводин сделал Александру Батову предложение: а не поработать ли тебе у нас? Между тем, кандидаты на роль ведущих разных программ уже выстраивались в очередь.

С Батовым был записан пилотный вариант «пробок» и отправлен для утверждения в Москву, в региональную редакцию. Там он слегка «завис». Саша устал ждать и нашел себе другое рабочее место. И тут Москва ответила: программа не просто понравилась, а получила полное одобрение по всем пунктам. В общем, можно было уже выходить в эфир, а ведущий работает на другой радиостанции! Два дня Александр интенсивно звали на «Авторадио», и все-таки дозволили. Изготовили проморолики, и в раннее октябрьское утро наш ведущий впервые проинформировал петрозаводчан о ситуации на городских дорогах.

Сначала выход «пробок» планировался всего один раз в каждые два часа, исключая выходные. Завели журнал учета звонков народных корреспондентов. За первый день таких звонков было ровно восемь. Батов с Воеводиным схватились за голову — если все и дальше пойдет в таком духе, даже раз в два часа будет много. Александр обзавелся всеми возможными телефонами — ГАИ, дорожные службы, милиция, чтобы хоть откуда-то брать информацию. Но уже на следующий день позвонило 20 человек, затем 40, а потом все вздохнули спокойно: проект пошел.

Как пошел! Обычное количество звонков за день — около 60. И это только те, кому удается дозвониться. Перед Новым годом был зарегистрирован рекорд 2005 года: наркоры позвонили 107 раз. Уже в феврале нынешнего года этот рекорд был побит: 122 принятых сообщений за смену! Вот и выходит «Народные пробки» теперь по московскому расписанию — каждые полчаса.

«Порой у нас складывается ощущение, что «пробки» на дорогах Петрозаводска появились с запуском «Авторадио», — шутит Григорий Воеводин. — Или, скорее всего, просто мы вовремя запустили проект».

Радио с донским колоритом

«Авторадио — Ростов»

Ростов-на-Дону — южные ворота России. Именно через эти ворота вошло в эфир Ростовской области «Авторадио». На кровле одного из самых главных зданий города находится сердце радиостанции. Отсюда, с башни Ростовского телеграфа, волны Первого автомобильного, пронзая безоблачное южное небо, несут слушателям радостное и светлое настроение.



Продолжение. Начало на стр. 1

«Авторадио» зазвучало в ростовском эфире 27 октября 2005 года и сразу стало неотъемлемой частью жизни города и области. Можно смело утверждать, что в тот момент, когда позывные Первого автомобильного отразились эхом от донской земли, аудитория «Авторадио» в России увеличилась более чем на 4 миллиона 406 тысяч человек. Такова численность населения Ростовской области.

Радио южного города, «Авторадио — Ростов» несет в себе все черты, присущие нашим жителям. Оно такое же яркое и чистое, как солнце юга, такое же откровенное, эмоциональное, как ростовский говорок. Здесь Первое автомобильное приобрело тот особый донской колорит, его удивительную ауру, которые в первую очередь отличают наш город от других российских городов.

«Авторадио» много: на улицах, в городском транспорте, в наушниках плееров. Оно заполняет жизнь миллионного города и области, на территории которой могли бы разместиться три таких государства, как Бельгия, Голландия и Дания вместе взятые.

А ведь история нашей станции еще очень коротка. Лишь 1 апреля этого года «Авторадио — Ростов» начало свое коммерческое вещание. Но чтобы подготовить это событие, нашему дружному кол-



нута лишь в нашей памяти и всплывают разве что в частной беседе со специалистами других радиостанций в виде дружеских советов и рекомендаций. Главное — мы справились, смогли, мы успели многое.

В такое не простое для станции время нам очень помогла газета «Авторадио». Она стала для нас носителем бесценной информации, самым желанным подарком. В ней мы черпали уверенность, что «Авторадио» — это не просто радио, не просто серьезный бренд, а прежде всего люди, которые делают нашу общую жизнь лучше и светлее.

Коллектив наш пока еще не велик, но здесь, на донской земле, до сих пор очень много значит не число, а умение! Несмотря на достаточно серьезную конкуренцию — кроме нас, в городе вещает 13 радиостанций, — «Авторадио — Ростов» за короткий срок стало полноправным хозяином в эфире Ростовской области. Конкуренция, конечно, остается, и это хорошо — ведь именно она заставляет нас постоянно стремиться вперед, к новым авторадиным вершинам.

Для наших слушателей мы стараемся всегда быть добрым собеседником, остроумным, искренним и неравнодушным другом. Может быть, поэтому волну 104.1 FM здесь слушают не только в машинах и офисах, но и в выходной день где-нибудь на крутом берегу Дона.



На одной из самых модных и стильных клубных площадок Москвы с аншлагом прошла грандиозная клубная супервечеринка, организованная «Радио Энергия». Культовые музыкальные проекты — от «звезд» танцполов 90-х до модных исполнителей этого сезона, а также оригинальное оформление всего клубного пространства создали атмосферу незабываемого танцевального шоу.

Дима и Наташа: «Много хороших танцоров, великолепный свет, музыка — нам все нравится. В этом клубе мы впервые, а на мероприятиях «Радио Энергия» бываем постоянно. Очень прикольно здесь. Все продумано, уютно. Хотелось бы, может быть, только танцпол чуть побольше, а то тесновато. Зато мы нашли в этом клубе уютный уголок для двоих, и таких здесь много. «Радио Энергия» слушаем постоянно, практически с момента начала вещания, и очень любим!»

полнении «Summerlove» и «Uniting Nations» с хитом «Out of touch» в прошлом сезоне звучали буквально везде. Появление «KLF» продиктовано возрастающим интересом к танцевальной музыке 90-х.

Предыдущий опыт «Радио Энергия» по привлечению виртуального персонажа в качестве ведущего шоу оказался очень успешным. И Масяня, и Гоблин были катализаторами, добавлявшими традиционному по форме концерту свежести и

ДЕНЬ ГОРОДА В АВТОРАДИОГАЗЕТЕ

Наш славный град

Ярославль – один из древнейших городов, яркий и в то же время типичный представитель центра России. Здесь на каждом шагу сплетены вековая старина и современность. Церкви и монастыри, купеческие ряды и дома постройки 18-19-го веков гармонично соседствуют с современными гостиницами и офисами, торговыми центрами и спортивно-культурными комплексами.



И это притом, что современный Ярославль уже давно и прочно занимает лидирующие позиции по количеству автомашин. Сегодня каждый третий трудоспособный горожанин является счастливым обладателем легкового автомобиля. А если сюда присоединить и грузовые транспортные средства, то получится, что на каждого второго горожанина приходится по автомобилю!

Богат наш славный град на исторические памятники, на известные люди – и тех, чья слава гремела когда-то, и тех, кто живет в нем сегодня. Немногим более четырех лет отделяет нас от празднования тысячелетия Ярославля. Подготовка к этому событию ощущается сейчас в городе повсеместно.

«Дисотека 80-х»:

от клуба до стадиона

Случилось это три года назад. В преддверии второго дня рождения «Авторадио – Ярославль» мы решили: чем бы таким отметить наш праздник? Тут и родилась мысль попробовать сделать свою «Дисотеку 80-х».

Ночной клуб «Авангард» принял нашу идею на ура. А шаг был рискованным. Судите сами: в

дате с непереносимым аншлагом, на них с успехом выступали Наталья Гулькина, Евгений Осин, Роман Жуков, Александр Айвазов, группы «Кар-Мен», «Технология» и «Комбинация». А Виктор Салтыков так полюбился ярославцам, что получал от нас приглашения трижды. С Александром Айвазовым теперь переписываемся и знакомимся с его новыми песнями чуть ли не самими первыми.

В ноябре 2005-го рамки ночного клуба стали тесными для нашей «Дисотеки 80-х», а потому мы пригласили горожан на самую большую и лучшую площадку Ярославля – в спорткомплекс «Арена – 2000 – Локомотив». 10 тысяч зрителей аплодировали асам отечественной и зарубежной эстрады. Виктор Салтыков, Наталья Гулькина и Маргарита



Ярославль постоянно приезжают прекрасные исполнители, как отечественные, так и зарубежные. Порой на одной неделе проходит по три-четыре концерта. Как привлечь публику на новое мероприятие? Но оказалось, что опасения были напрасными.



Суханкина, «Кар-Мен» и С. С. Сatch, мэтры зарубежной эстрады группа «London Beat» – такой звездный состав собрал фестиваль. Живой звук и зажигательное действие не оставили равнодушными ни одного из тех, кто смог купить билет на «Дисотеку», а это, поверьте, удалось далеко не всем желающим.

Постоянные партнеры «Авторадио – Ярославль»:

- Компания «Билайн»
- Компания МТС
- Компания «Мегафон»
- Сеть магазинов цифровой техники «Диксис»
- Торговый дом «Олимпия»
- Страховая компания «Росгосстрах»
- Сеть магазинов автозапчастей «Паритет мотор»
- Ночной клуб «Авангард»

Этапы становления

30 марта 2001 года – первый эфир «Авторадио – Ярославль» на 105.6 FM.

Май 2001 года – из рук Александра Варина, президента «Авторадио», радиостанция получает награду «Народный герой» – «За лучший проект».

Октябрь 2001 года – первая коммерческая презентация «Авторадио – Ярославль». После этой серьезной акции с розыгрышами призов продажи выросли почти в два раза.

Май 2002 года – для «Авторадио – Ярославль» становится доброй традицией «выходить в народ» и дарить своим истинным и преданным радиослушателям подарки.

Ноябрь 2002 года – конкурс «Автолеги». Из почти сотни участников мы выбрали девять победителей. А чтобы шоу получилось запоминающимся, финал «Автолеги» соединили с авторадийным конкурсом красоты «Мисс Автошоу».

Март 2003 года – специально к своему второму дню рождения «Авторадио – Ярославль» подготовило для радиослушателей сюрприз: на ярославской земле началось победное шествие

фестиваля «Дисотека 80-х». С этих пор раз в два-три месяца в город приглашаются звездные исполнители, под маркой «Авторадио» звучат хиты 80-х.

Октябрь 2004 года – участие команды «Авторадио – Ярославль» и радиослушателей в автопробеге, подарившем не только массу положительных эмоций, но и много надежных и верных друзей.

Ноябрь 2004 года – 10 тысяч зрителей пришли в культурно-спортивный комплекс «Арена – 2000 – Локомотив» на одно из самых массовых мероприятий, которое когда-либо проходило в нашем городе, – фестиваль «Дисотека 80-х». Среди звезд фестиваля С. С. Сatch, Виктор Салтыков, Наталья Гулькина, группы «Кар-Мен» и «London Beat».

Июль 2005 года – «Авторадио – Ярославль» провело «гонки по правилам». Многие участники акции получили призы и подарки.

31 марта 2006 года – розыгрыш призов по случаю пятилетия радиостанции. Более двух тысяч ярославцев претендовали на главный приз – автомобиль «ВАЗ 21053».

ЯРОСЛАВЛЬ

Визитная карточка



Частота вещания – 105.6 FM.
Мощность передатчика – 250 Вт.
Территория распространения сигнала – Ярославль и 40 км вокруг него.
Численность населения на территории вещания – 1 млн. человек.

- Программы**
- «Новости»
 - «Народный хит»
 - «Народный совет» – программа о товарах и услугах
 - «Новый мир» – программа, посвященная новым технологиям
 - «Погуляем, отдохнем» – афиша городских мест отдыха

Коллектив
Директор радиостанции
Игорь Головин
Редактор
Елена Златоустовская
Заместитель редактора
Вера Жуковская

Офис-менеджер, трафик-менеджер
Ольга Цветкова
Менеджеры отдела продаж:
Александр Галашин, Татьяна Пелевина, Сергей Соколов
Ведущие программ:
Илья Барabanов, Юлия Разина, Антон Голубев
Звукорежиссер Сергей Шишкин
Старший оператор эфира Дмитрий Гаврилов
Оператор эфира Анжела Сергеева
Оператор эфира, музыкальный редактор Сергей Гусев
Оператор эфира, куратор сайта Дмитрий Корнев

Есть что вспомнить

Для каждого из нас «Авторадио» – не просто слово, это целая жизнь, уже пять лет проживаемая с успехом, интересом, юмором, с сильнейшим желанием сделать сегодняшний день чуточку лучше предыдущего.

Дом «под звездой»
Еще в первый год существования станции мы поняли, что сильны только вместе. С тех пор на том, стоим, за что бы ни брались, какие бы цели ни ставили.

Не будем утверждать, что все пять лет с начала вещания «Авторадио» в Ярославле были для коллектива безоблачными и легкими. Это не так. Даже в самой дружной семье бывают разлады и трудности. Наша, авторадийная, не исключение. Зато в том, что мы выстояли и стали еще более профессиональными и целеустремленными, есть заслуга каждого, кто сегодня с гордостью называет себя ярославским авторадийщиком.

шпиль с пятиконечной, почти авторадийной, звездочкой!

Секрет успеха
«Авторадио» объединило людей увлеченных, которые привыкли упорно работать и добиваться поставленной цели. И каждому из них есть что вспомнить.

Сегодня, как и пять лет назад, когда «Авторадио» – Ярославль только зазвучало, станцию возглавляет Игорь Головин. «Как все начиналось? Хорошо, весело, с задором, – говорит Игорь Георгиевич. – Всем было интересно, наверное, поэтому и получилось то хорошее, что сегодня вызывает во меня гордость».

Роль коммерческой службы на радио переоценить трудно. Четыре человека делают ярославский эфир «Авторадио» не только интересным для слушателя, но и эффективным для рекламодателя. На этом попроще наши ребята, как говорится, собаку съели.

«Собаку – вряд ли, – смеется менеджер отдела продаж Татьяна Пе-

лаконичная и интеллигентная. Неудивительно, что все больше горожан узнают новости именно из радиоприемников, настроенных на нашу волну. Кстати, большинство местных музыкальных радиостанций вовсе не утруждают себя городскими новостями».

«Информационная насыщенность – это, на мой взгляд, главная отличительная черта «Авторадио», – считает заместитель редактора Вера Жуковская. – Мы не собираемся почитать на лаврах, хотя являемся одной из сильнейших информационных служб города, а это значит, что будут новые программы в эфире «Авторадио!»

«За эти пять лет, наверное, тысяч пять роликов пришлось сделать», – говорит звукорежиссер Сергей Шишкин. – Да кто их считал! Главное, что многие из них и сегодня узнаваемы, востребованы».

Ведущую Юлию Разину многие в городе узнают по голосу. «Иногда видишь, что человек явно мучается,



Часто партнеры, рекламодатели, да и просто слушатели удивляются тому, что у нас практически нет текучести кадров. Почти все, кто начинал работать на «Авторадио» в середине 2001-го, и сегодня трудятся на благо любимой станции. Хотя были и нас и потери – нескольких ребят пришлось отпустить в Москву, так сказать, на повышение. И сделали мы это, надо заметить, с радостью и гордостью за коллег. Помочь друг другу, подставить плечо, а если человек не прав, то сказать ему об этом – в порядке вещей на «Авторадио» – Ярославль». Ведь благодетельный, деловой микроклимат на рабочем месте – это уже 50% успеха.

А свидетельств тому, что успех нам сопутствует, предостаточно. Во-первых, «Авторадио» – Ярославль» прочно входит в тройку лидеров местного радиозырья, во-вторых, только у нас есть так называемая «лестница славы», на которую ступали многие знаменитости. Мы с гордостью демонстрируем более трех десятков фотографий, где коллектив станции запечатлен с самыми известными «звездами». «Синяя птица», Геннадий Хазанов, Борис Моисеев, «Дискоотека Авария», «Гости из будущего», Лариса Долгиева, Михаил Шуфутинский и многие другие – все они, посетив город, не преминули зайти в эфирку «Авторадио» пообщаться с ярославскими авторадийщиками.

Хотя добраться до «Авторадио – Ярославль» довольно нелегко. Радиостанция размещалась в старом здании, где когда-то были военные казармы, поэтому «казармами» наш офис называют в Ярославле до сих пор. Когда объясняем, как нас найти, говорим: «Казармы, пятый этаж, под звездой». Ведь здание венчает

левина. – Мы люди дружелюбные. Зато, скажу без лукавства, раскрутиться многим фирмам помогли. Реклама на «Авторадио» – действенное средство для привлечения клиентов!»

«Когда все только начиналось, трудно было, – обращается к дням минувшим Александр Галашин, – конкуренция слишком большая, ведь в Ярославле на тот момент вполне сформировался рынок радиостанций FM-диапазона. Но почему-то была уверенность, что все получится. Эта уверенность, а еще каждодневная работа помогли создать то, что сегодня знают и любят многочисленные слушатели и рекламодатели – наше «Авторадио».

«Если на работу с утра идти хочется, то жизнь, по-моему, удалась! – улыбается Ольга Цветкова. – Думаю, что все получается здорово из-за того, что мы не только вместе работаем, а еще и дружим».

Сергей Соколов видит секрет коммерческого успеха «Авторадио – Ярославль» во взаимодействии всех служб, работающих на радиостанции: «Рекламодателя обмануть сложно. Если станция не популярна, не узнаваема, не любима, то размещать свою рекламу на ее волнах мало кто захочет. У нас, слава богу, таких проблем нет».

Голоса в эфире
Немалый вклад в общий успех привносит служба информации. Ярославцы знают, что обо всем происходящем в родном городе обязательно расскажут на «Авторадио».

Слово редактору станции Елене Златоустовской: «Новости наши, ярославские, чаще с социальным привкусом. Стараемся донести до слушателя все самое важное. Причем подача новостей – дружеская,

пытается вспомнить: откуда он тебя знает, а не может, – рассказывает Юлия. – Это, наверное, самое трудное в нашей профессии – всегда оставаться в тени. В тени своего голоса».

Ведущий программы «Народный хит» Илья Барabanов своей работой гордится: «Народный хит» – это возможность устроить небольшую «радиомостик» со своими слушателями. Всегда очень приятно дарить людям радость, присоединяться к искренним поздравлениям, приветам и даже признаниям в любви».

Сердце станции
Каждый, кто хотя бы раз побывал на радиостанции, знает, что сердце ее находится не в кабинетах, не в студии, а в эфире. Как запросто называем мы это почти святое для каждого радиодиагона место, в котором у нас правят тоже неординарные люди.

«Работа у нас незаметная, вроде бы: сиди – кнопки нажимаем. Но не все так просто – это тоже творчество, которое требует от тебя всего, что умеешь, что знаешь», – рассказывает Дмитрий Гаврилов, старший оператор эфира «Авторадио – Ярославль».

«Просто люблю свою работу, и все! – включаетесь в разговор оператор Анжела Сергеева. – Так нравиться, когда весь эфир гладенький, без сучка и задоринки. Тогда и сама себя, бывает, похваляешь». «Сидишь целый день, музыку слушаешь, рекламу, информацию море. Трудно? Очень даже, но и кайф испытываешь, потому что здесь все от тебя зависит!» – вторит Анжеле ее коллега Сергей Гусев, который по совместительству еще и музыкальный редактор.

«Пятерка»

за первые пять лет



Пять лет – это первый серьезный юбилей. Период становления уже позади, впереди – неоглядный простор для совершенствования. И такой юбилей, ясное дело, отметить нужно громко, ярко, чтобы запомнился горожанам праздник от Первого автомобильного.

Над символом торжества должно думать не пришлось. Надо было только уметь совместить цифру «пять» с автомобильной тематикой. «Водителю две составляющие были сложны и получили автомобиль пятой модели – «ВАЗ 21053» с инжекторным двигателем».

Кажется, еще никто в Ярославле не дарил машину так. Ведь для участия в акции от желающих не требовалось ровным счетом ничего. Одна только мелочь: заполнить карточку – написать фамилию, имя, отчество и контактный телефон. Согласитесь, за такую малость получить возможность стать обладателем авто – редкая удача.

За месяц в нашем юбилейном мероприятии пожелали принять участие более двух тысяч ярославцев. А в момент розыгрыша 31 марта 2006 года у телевизоров собралось, наверное, полгорода – ведь у всех участников есть родные, близкие, друзья, и все они с нетерпением ждали, кто же станет счастливым обладателем «пятерки».

Как сказал Александр Иванов: «Странно ощущать себя в роли Санта Клауса, но так приятно!» Нам, авторадийцам, поверьте, было приятно вдвойне. Ведь наш «юбилейный» подарок достался, как выяснилось, человеку, который без ума от «Авторадио!»

Помимо автомобиля «Авторадио – Ярославль» учредило еще и три поощрительных приза: автомагнитола, музыкальный центр и велосипед. Подарки довольно дорогие и, безусловно, полезные. Их-то и разыграли в первую очередь.

На празднично оформленной сцене, под яркие пиротехнические спецэффекты и задорные танцы в стиле 80-х мы начали наше действо. Вели вечер диджей Илья Барabanов и заместитель редактора Вера Жуковская.

В лототрон поместили все две с лишним тысячи карточек. Для розыгрыша призов пригласили на сцену руководителя СМИ, представителя ГИБДД и солиста группы «Рондо» Александр Иванова. Он и решил судьбу «пятерки». Счастливым обладателем автомобиля от «Авторадио – Ярославль» стал продавец магазина бытовой техники Александр Стульнев. Автомагнитола досталась Владимиру Широкову, музыкальный центр – который, думается, теперь всегда будет настроен на волну «Авторадио», – выиграл Валерий Головачев, а велосипед – Сергей Зарубин.

«Странно ощущать себя в роли Санта Клауса, но так приятно!» Нам, авторадийцам, поверьте, было приятно вдвойне. Ведь наш «юбилейный» подарок достался, как выяснилось, человеку, который без ума от «Авторадио!»

Экзамен за рулем

Городские «гонки по правилам», проведенные «Авторадио – Ярославль» летом прошлого года, стали для ярославских автомобилистов увлекательным экзаменом на знание правил дорожного движения.

Желание погонять по улицам города извлекли и водитель «Газели», и автоледи на «Mini Cooper», и совсем юный участник на большом автомобиле «Land Rover», и счастливый обладатель новенькой «Калины», не успевший даже получить номера. Но все же половина участников ярославского народного чемпионата преодолела все трудности и препятствия намеченной трассы на российских «жигулях» различных моделей и годов выпуска.

Главное правило авторадийных гонок: соблюдать правила. Признанные знатоки ПДД – инструкторы автошколы – дотошно фиксировали малейшие ошибки участников и строго снимали баллы.

Маршрут каждый водитель выбирал сам. На старте все участники получили листы с указанием 4-х контрольных точек, кото-

итоги подводили всем авторадийным коллективом, долго думали над номинациями. И решили, в результате награждать не только абсолютного победителя, показавшего лучший результат, но и тех участников, которые особенно чем-то запомнились или отличились.

В номинации «самый молодой водитель» награду получил тот самый молодой человек на «Land Rover». «Попадающей надежды» признали автоледи, допустившую такое количество ошибок, что инструкторы посоветовали ей полистать на досуге правила дорожного движения. «Прирожденной гонимкой» – лучший временный результат. «Самый нетерпеливый водитель» – добрался до финиша дольше всех. В номинации «самый великий водитель» победила автоледи, пропущившая абсолютно всех пешеходов, которые попадались на ее пути.

Случилось во время гонок и настоящее ДТП. В машину одного из участников во время прохождения маршрута врезался мотоциклист. Время было безвозвратно потеряно, причем не во имя самого гонимца. Поэтому мы решили наградить этого участника в номинации «жертва обстоятельств».

Приз получил также самый дисциплинированный водитель, который не допустил ни одного нарушения! В номинации «мечта сотрудника ГИБДД» победил, разумеется, самый осторожный гонимец. И, конечно же, не были



рые нужно было объехать за минимальное время. Стартовали и финишировали гонимцы у памятника поэту Николаю Некрасову. Это место встречи стало для «Авторадио – Ярославль» уже традиционным – отсюда мы отправляли участников Авторадиопобега, здесь устраивали конкурс «Народный анекдот».

Оказалось, что соблюдение ПДД для ярославских автомобилистов – дело непростое. Кто-то из участников гонок не пристегнул ремеш, кто-то пересек стоп-линию на светофоре, а кто-то и вовсе проехал на запрещающий сигнал.



обойдены вниманием прекрасные дамы – специального приза в номинации «мисс автоочарование» удостоилась самая обаятельная участница.