



Лидерство в эфире

«Авторадио – Владивосток» на 1-й строке рейтинга (стр. 3)



Переходящий кубок NRJ

был разыгран на турнире в Новосибирске (стр. 4)



Каникулы наркоров

Всероссийский слет авторадиклубов в Воронеже (стр. 6)



Дежурный по Кипру

Лето «Авторадио» в самом разгаре (стр. 7)



Репортаж с Северного полюса



Эксклюзивно для «Авторадио-газеты»

Полярная экспедиция «Арктика – 2007», в результате которой на дне Северного Ледовитого океана в точке Северного полюса был установлен российский флаг, вызвала ажиотажный интерес и в России, и за рубежом. О целях и значении этой экспедиции спорят сегодня журналисты и политики, политологи и простые граждане. Специальному корреспонденту «Авторадио» Даниилу Николаеву довелось поехать в состав уникальной экспедиции и все время находиться рядом с учеными, исследователями Севера. Сразу по возвращении с полюса Даниил Николаев рассказал «Авторадиогазете» о своем путешествии к самой северной точке Земли.

Как я попал в «академики»
Корни моего участия в этом проекте растут еще с антарктической экспедиции «Небесная одиссея – Во славу России», которая состоялась в марте прошлого года. Руководитель «Небесной одиссеи» сильно помог мне попасть в состав арктической экспедиции. Вообще же, экспедиция к Северному полюсу оказалась для многих сюрпризом. Слышали, что готовится какой-то грандиозный проект, но не знали, какой именно. Для кого-то обнародование проекта произошло за две недели, ну а я, как человек, представляющий прессу, узнал о нем за три дня до старта. Тут я и проявил, что называется, инициативу и благодаря своим усилиям и личному контакту с Артуром Чилингаровым оказался в составе команды.

В экспедиции я находился как специальный корреспондент «Авторадио». Всего в команде было, не считая

экипажей атомохода «Россия» и научного судна «Академик Федоров», порядка 250-280-ти человек, в числе которых немало журналистов федеральных телеканалов.

Так получилось, что все телевизионщики расположились на «России» и в основном освещали события, происходящие в «элитной» группе путешественников. Ну, а я по распределению попал на научное судно «Академик Федоров» и абсолютно об этом не жалел. Потому что, на самом деле, все события происходили именно там. Если на «России» народ в основном «тусовался», то на «Федорове» постоянно шла научная работа, буквально круглые сутки.

Признаться, на идущем впереди атомоходе нас не очень любили, потому что мы все время останавливались: ученые опускали зонды, проводили исследования. А всем хотелось поскорее попасть на полюс.

Ледокол мощнее, идет быстрее, у него скорость 25 узлов, а у «Федорова» 19. Мы шли за «Россией» по уже прорубленному каналу, и у нас было только трение льда о борт. А на ледоколе, когда он идет, проламывающая двухметровый лед, такая тряска, что порой привинченные полки вырывают с корнем. Я как-то раз ночевал на «России» и проснулся просто от того, что наступала тишина, исчезли все звуки – так это было непривычно.

Уникальный шанс для ученых
Я бы назвал «Арктику – 2007» исторической геополитической экспедицией. У руководства экспедиции, у тех, кто ее финансировал, была своя миссия: установка российского флага на полюсе. А для ученых, которые шли на «Академик Федоров», этот проект был уникальным шансом исследовать Арктику, Северный Ледовитый океан. Юрий Леонов, академик-секретарь Российской Академии наук по океанологии, который был с нами на «Федорове», сказал так: космос исследован в десятки раз полнее, чем мировой океан. То есть о космосе мы знаем больше, чем о том, что скрыто под водой на нашей планете.

На исследовательском судне «Академик Федоров» было около 80-ти ученых: гидрологов, океанологов, орнитологов. За всей пафосностью водружения флага на дно Северного полюса как-то скрыта осталась огромная научная работа, которую проделали эти люди.

Путешествие к полюсу оказалось для ученых настоящим подарком. Ведь им очень сложно исследовать Арктику, ни один институт не может сегодня сам оплатить такую работу. Естественно, когда ученые узнали, что могут в составе полярной экспедиции заниматься своим любимым делом, то побросали все и отправились на полюс. Как говорили орнитологи на «Федорове», они много лет ждали возможности прийти на остров Хейса, чтобы изучать белую полярную чайку. В течение недели, пока они находились на этом острове, была сделана работа за целое десятилетие!

По пути у нас были стоянки по 4-6 часов. Исследователи на каждом градусе широты устанавливали гидрологические и океанологические датчики, выходили на лед, разбивали палатки, производили бурение, еще что-то. Бежали просто с сумасшедшими глазами, не ели, не пили, настолько их распыряло удовольствие от такой работы, от того, что они наконец-то до нее дорвались.

Я тогда понял: именно на таких людях, одержимых своей работой, вся наша наука и держится. Они проводят свои исследования, жертвуют всем ради науки, чтобы получить какие-то данные, которые можно передать новому поколению.

В точке Северного полюса

Самым ярким впечатлением для меня был момент, когда мы стояли в рулевой рубке рядом с капитаном и ждали прибытия на 90-й градус северной широты, где, собственно, и находится Северный полюс. Когда дождался, был такой праздник! С шампанским, просто как Новый год.

Точка полюса, кстати, фиксируется на таких серьезных судах с удивительной точностью. Там стоит аппаратура, которая не может себе позволить даже полуметра отклонения. Наша рубка стояла как раз над земной осью. Хотя, конечно, мы постоянно дрейфовали, подурливали. Льды на полюсе в постоянном движении, и, в принципе, за час можно отклониться метров на 800. Поэтому и ледокол, и «Академик Федоров» непрерывно «гуляли» около точки Северного полюса. А если учесть, что мы еще летали на вертолете над этой самой точкой, можно сказать, что на Северном полюсе я побывал, как минимум, раз 60 и совершил порядка 30-ти кругосветных путешествий.

Из живности на полюсе – белые медведи да нерпы, основной продукт их питания. Чайки отступили после 87-го градуса северной широты. Моржи, более береговые животные, остались на Земле Франца Иосифа, на Новой Земле, на Шпицбергене.

Белые медведи настолько близко к нам подошли, что депутат Гришиных даже покормил одного ступенчато. Не с рук, конечно, он открывал банку и бросал за борт, а мишка подходил и лакомился. Но Никита Овсянников, директор заповедника на острове Врангеля, человек, который уже 30 лет занимается изучением социальной жизни белого медведя, объяснил нам, почему ни в коем случае нельзя человеку кормить медведя. Белый медведь изначально ужасно боится человека, но если его прикармливать, он быстро избавляется от этого страха. В следующий раз он уже сам будет требовать еды. Именно поэтому медведи приходят в поселки, ломают в стены, двери: хотят, чтобы им дали покусать.

Увидеть белого медведя в его естественной среде обитания – это, пожалуй, одно из самых завораживающих зрелищ. Те медведи, которые у нас живут в зоопарках, как утверждает Овсянников, просто сошли с ума. Нормальный медведь не может мотать головой, махать лапами, выпрашивая булку.

Продолжение на стр. 2

3-й слет авторадиклубов России

25-26 августа в Подмосковье прошел 3-й туристический слет авторадиклубов России. В пансионат «Солнечная поляна» съехались около 130-ти наркоров из 10-ти регионов. Традиционный слет добровольных помощников и верных друзей Первого автомобильного радио был насыщен теплым дружеским общением, увлекательными состязаниями и конкурсами, а вечером в субботу в гостях к наркорам приехал президент ВКПМ Александр Варин, который вручил региональным авторадиклубам памятные дипломы и выступил перед участниками слета с приветственным словом.



Александр Варин:

– В следующем году «Авторадио» отмечает 15-летие. «Авторадио» – станция, лидирующая по многим показателям и задающая тон в российском радиовещании. У нас самая быстрорастущая региональная сеть. А сейчас происходит поистине грандиозное событие в истории радиостанции: в мае, июне, июле и по результатам недельных рейтингов августа 2007 года «Авторадио» занимает абсолютное первое место в московском радиозэфире. Эти успехи стали возможными во многом благодаря тому, что на «Авторадио» самая объективная дорожная информация, которую миллионы слушателей получают от вас, народных корреспондентов.

В Москве и других городах России, начиная с 1 сентября, появятся новые информационные знаки: «Радиостанция, передающая информацию о дорожном движении» – с новым логотипом «Авторадио» и его частотой. Этот эксклюзивный проект, как мы надеемся, еще добавит популярности нашей радиостанции и пополнит ваши ряды – народных корреспондентов, помощников и друзей «Авторадио».

Мы встречаемся сегодня здесь под новым логотипом «Авторадио», работа над которым шла в течение года. Замена прежнего логотипа, который вы с гордостью носили и на своих футболках, и на бортах своих машин, произошла не потому, что он был плох. Этот логотип хорошо послужил нам, но он видоизменился, использовался в наших городах вещания во многих вариантах, и сегодня пришла пора нового визуального образа, который бы был современным и в полной мере отражал лидерскую позицию «Авторадио».

Я вижу на вас футболки с новым логотипом «Авторадио» и радуюсь этому. Я думаю, что вы будете нести его с не меньшей гордостью и любовью, чем прежний. В нем сохранилась звезда – символ лидерства, в нем есть движение и цвета российского флага, ведь патриотизм – одна из главнейших черт нас самих и наших слушателей.

Под нашим новым логотипом планируется проведение новых грандиозных мероприятий, и я рад сообщить вам, что буквально вчера получена информация о том, что губернатор Санкт-Петербурга Валентина Матвиенко подписала документ о проведении 23 сентября на Дворцовой площади акции «Авторадио дарит Машину», речь идет о бесплатном концерте легендарной группы «Машина времени», которая для всего нашего поколения, безусловно, является группой номер один. Такой же концерт планируется и в Москве, 22 сентября, решения мэра Лужкова мы ожидаем со дня на день. Мы будем рады видеть всех вас, как всегда, в первых рядах зрительной этих концертов, с флагами «Авторадио».

23 ноября в Москве и 25 ноября в Санкт-Петербурге состоится «Дискотека 80-х», самая грандиозная из всех предыдущих, с беспрецедентным числом зрителей. В Москве, в «Олимпийском», планируется собрать 25 тысяч человек. Достаточно сказать, что хедлайнером с российской стороны выступит Алла Борисовна Пугачева, а также приедут самые легендарные зарубежные «звезды», большинство из которых ранее не принимало участие в «Дискотеке 80-х».

Благодарю всех, кто приехал на этот слет. Каждый раз, встречаясь с вами, наркорами, погружаюсь в неповторимую дружескую, искреннюю и очень теплую атмосферу, которая придает новые силы и дает мощный творческий импульс для нашей работы.

Дипломы за активное участие в слете получили авторадиклубы городов: Тверь, Самара, Петрозаводск, Санкт-Петербург, Москва, Тула, Белгород, Воронеж, Курск, Нижний Новгород.

Доверие – основа нашего бизнеса



Рынок радиорекламы сегодня существенно отличается от того, каким он был еще 5 лет назад. Как стать лидером в борьбе за рекламный бюджет, в интервью нашей газете рассказал **Владислав Дорошенко**, руководитель департамента по работе с корпоративными клиентами «Вещательной корпорации «Проф-Медиа».

Читайте на стр. 3

Немного личного

VII Конференция региональных вещателей «Авторадио» не только дала делегатам важную информацию и стала очередной вехой становления бренда. Она оставила яркие впечатления, которые, просто по-человечески, глубоко запали в душу всем участникам. Не претендуя на полноту картины, мы публикуем лишь немногие отзывы – субъективные, очень личные и искренние.

Читайте на стр. 6



ДЕНЬ ГОРОДА В АВТОРАДИОГАЗЕТЕ



Оренбург

Имея замечательное прошлое, прекрасные традиции, сегодня это крупный индустриальный, административный и культурный центр с населением более полумиллиона человек. Более 6-ти лет в Оренбурге на частоте 102.3 FM звучит Первое автомобильное радио. И делают его люди, объединенные одной целью, готовые все свои знания, умения, душу отдать любимой работе.

Читайте на стр. 8

Можно иметь успех



и не опускайся

Стал ли современный юмор коммерческим? Да и вообще – над чем мы сегодня смеемся? В программе «Авторитет» **Алексей Лысенков** и популярный юморист **Михаил Грушевский** говорили о новых и старых юмористических жанрах, обсуждали острые темы современного юмора.

Читайте на стр. 5

Люди без пятницы



Как возникает та особая звуковая атмосфера, по которой слушатели узнают любимое радио, почему в эфире звучит именно эта музыка, в чем состоит неповторимость музыкальной «картинки», которая задает формат станции, рассказывает музыкальный директор ВКПМ **Наталья Николаева**.

Читайте на стр. 4

РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВОСТИ

Бильярдные баталии стр. 4

Кубок «Авторадио» по бильярду с успехом прошел в Тольятти. Зимний и весенний этапы азартного турнира собрали в автомобильной столице профессионалов и любителей из разных городов России.

Блондинки за рулем стр. 5

29 июня на площади Славы в Твери завершился уникальный проект тверского «Авторадио». Целью акции было развеять миф о беспомощности женщин-автомобилисток, дать автоледи возможность показать на деле свое водительское мастерство.

Новенький «Пежо» и удача в подарок стр. 6

Акция под названием «Формула удачи» проходила в Новосибирске. Стартовала она 2 мая, а финальный этап был приурочен к празднованию Дня города, 24 июня. Именно тогда город узнал имя счастливицы – обладателя нового «Пежо-206».

Гонки к пятилетию стр. 7

Свое пятилетие «Авторадио – Нижний Новгород» отметило азартными гонками по улицам города. Скорость, конечно, имела значение, но главным все-таки было соблюдение ПДД. Самому быстрому и «правильному» водителю полагался от юбиляра завидный приз – 1000 литров бесплатного бензина.

Костромские «бомбилы» стр. 7

В июне этого года впервые в Костроме с успехом прошла акция «Супербомбила 2007». Победителю азартных заездов, самому крутому костромскому «бомбиле», теперь долго не придется платить за бензин – это за него будет делать «Авторадио».

Юбилей с сюрпризом стр. 7

Каждый год, в честь дня рождения «Авторадио – Самара», сотрудники радиостанции устраивают для своих слушателей особенный сюрприз. На этот раз в центре праздничной акции оказались очаровательные участницы дорожного движения – самарские автоледи.

Репортаж с Северного полюса

Продолжение. Начало на стр. 1

При этом беды медведи необычайно любопытны и дружелюбны. Один, например, за нами четыре дня шел: ему было интересно, что такой огромный корабль плывет. Когда мы останавливались, чтобы высадить ученых, мишка всегда прятался за бугорок. А без бинокля его очень сложно разглядеть, ведь он не желто-белый, как медведи в зоопарке, он белый, как снег.

Первые в мире

Главным в этой экспедиции было не столько водружение российского флага



на дно океана в точке полюса, сколько сам факт, что туда впервые в истории опустился человек. И случилось это только благодаря уникальным глубоководным аппаратам «Мир», таких больше нигде, кроме России, нет. Наши «Миры», кстати, использовались в свое время на съемках знаменитого фильма «Титаник» Джеймса Камерона.

Вообще, многие в этой экспедиции делали впервые. Впервые в своей истории глубоководные аппараты «Мир» погружались не со своего судна «Академик Келдыш», а с научного судна «Академик Федоров». Впервые они погружались под лед, такого раньше не было. Впервые «Миры» достигли дна на Северном полюсе, следствием чего и стала установка там флага России. Благодаря военным, которые по орбите переставляли свой спутник в северные широты, впервые в истории по ТВ шли прямые репортажи с Северного полюса. Да, в этой экспедиции было много такого, чего не было раньше, это признают не только все участники, но и многие критики этого проекта.

Один из двух глубоководных аппаратов «Мир», которым управлял Евгений Черняев, был «глазами науки». Он опускался в целях поиска отрогов хребта Ломоносова. Но основная научная работа по изучению хребта идет, на самом деле, прямо сейчас, уже после официального окончания акции «Арктика – 2007». Атомный ледокол «Россия», снабженный двумя глубоководными аппаратами-манипуляторами, вернулся в Арктику для изучения дна и забора грунта, начиная от самой крайней оконечности Чукотки до Северного полюса. Затем эти пробы сравнят с пробами на хребте, с космической спутниковой съемкой дна.

А то, что подняли мы, просто зачерпнув 100 литров грунта со дна, – это такая илесто-глинистая масса. Но ценность ее, наверное, не меньше, чем лунного грунта, поскольку достать эту массу так же сложно. Немного грунта с Северного полюса я привез в подарок президенту «Авторадии» Александру Варину. Додумался взять у биологов закупающиеся пакетики и просто ложкой наложил в них эту уникальную массу. Чилингаров, когда увидел, сказал: «Ну, надо же! Надо Путину тоже подарить!»

Историческое погружение

Мне повезло погружаться на «Мире». Более того – наклеить на аппарат огромную наклейку «Авторадии» рядом с наклейкой Госдумы. Так «Мир» с авторадийной символикой на боку и сплавал на дно океана и обратно, причем она даже не отклеилась.

«Мир» – это такое круглое замкнутое пространство метра два на полтора. Помещаются там три человека: двое лежат по бокам, а посредине тот, кто управляет аппаратом, он стоит на коленях. Можно, конечно, и сесть, в полусогнутом состоянии, но удобнее именно лежать и смотреть в иллюминатор.

«Мир» полностью автономный аппарат, он никак не привязан к кораблю, к внешнему миру. Евгений Черняев, который управлял нашим аппаратом, рассказывал, что однажды они работали в «Мире» 24 часа, когда исследовали жизнь глубоководных акул на глубине 2-2,5 тысячи метров. И при этом еще оставался довольно большой запас времени. В «Мирах» стоит специальная аппаратура, которая сама вырабатывает кислород, и теоретически там можно находиться хоть год. Энергия – электрические батареи. В основном ученые стараются использовать энергию только для подъема аппарата, опускается же он под тяжестью собственного веса. По словам Черняева, электрические батареи рассчитаны где-то на 30 часов работы.

В этот раз аппараты погружались на глубину 4300 метров. Скорость погружения – около 30-ти метров в минуту. В целом погружение продолжалось 9 часов.

Всплывать в условиях льда таким аппаратам очень сложно, так как иллюминаторы направлены в основном вниз и вбок. Чтобы «Миры» могли ориентироваться, перед погружением мы вылетали с полярниками на ледовую разведку на вертолете, поставили в точку Северного полюса на близлежащих льдинах 3 зави-

гационных датчика на глубине 200 метров, такие «мячики». Тем не менее при всплытии аппараты ударились о лед, у одного оторвало верхнюю крышку люка, декоративную по сути. Немного подвела навигация. Но «Миры» быстро сориентировались и затем вышли в нужной точке прямо перед кораблем, в огромной, вырубленной ледоколом, полыне.

Кстати, по словам ученых с «Академик Келдыш», которые занимаются уникальными глубоководными аппаратами, для «Миров» это погружение может оказаться последним. И дело вовсе не в их изношенности: если аппараты поддер-

жуются, другая. Если зимой в России купаешься в воде с температурой плюс 2 градуса, то на полюсе было на воздухе минус 12, а вода в Северном Ледовитом океане – минус 4 градуса.

Со мной купались депутаты Госдумы Грищенко, Груздев, многие спонсоры экспедиции. Самое удивительное: среди спонсоров-моржей был один арабский шейх. Он вообще очень выделялся на фоне остальных: все были в полярной одежде, пуховиках, а он ходил в белом арабском платье и в платке, «карафатке». Для этого человека даже снег в диковинку, и можно только догадываться, какие эмоции доставило ему купание на Северном полюсе.

Полярные «утки» и арктический быт

Если честно, пока мы были на полюсе, все время ждали «вражеской подводной лодки»: выжидали, смотрели, сейчас вот здесь точно всплывет! Потому что слышали по сообщениям, какую реакцию вызвала наша экспедиция в мире. Канада, мол, чуть ли не армию высылает, чтобы нам помешать.

Пролетел над нами однажды самолет, и кто-то предположил, что это американский самолет-разведчик. Сейчас, вот, возьмем координаты, и нас всех потопят! Один из телеканалов «отличился» и выдал этот слух в эфир. Потом выяснилось, что это был норвежский научный самолет, он занимался изучением

нужного гаечного ключа. Пока вертолет летал в Мурманск, показания датчика сами собой восстановились. Но, дабы избежать повторения, его открутили, проверили, прокачали и закрутили на место. А пресса на ледоколе «Россия», который ушел на 18 часов вперед, решила, что все, мы тонем, и они идут нас спасать.

Что касается бытовой стороны нашей жизни на корабле, для меня, например, большим открытием было, что на судне может быть лифт. И на «Федорове», и на «России» лифты есть.

«Россия» существенно больше «Академик Федорова». Ощущение от ледокола: в порядке он, конечно, поддерживается, но это реально 60-е годы, судя по замкам, подстаканникам, по всему интерьеру. Все – Советский Союз. «Федоров» – более современное судно, недавно вышел из ремонта. Но, как говорил боцман, были б деньги, покрасили бы в Германии. А так, покрасили у нас – через месяц проявилась ржавчина.

Убранство судна зависит в большой степени от команды: команда дружная, сплоченная – судно содержится в порядке. На «Федорове» очень уютные каюты. Я жил вместе с Никитой Овсянниковым, Геннадием Кадачиговым, Юлием Векслером. Геннадий Кадачигов – первый человек в мире, который погрузился с аквалангом на Северном полюсе под лед, очень известный полярник. Юлий Векслер – один из ветеранов полярной авиации, ему 78 лет, но держится бодренько – в 6 утра зарядка на палубе.

Была с нами на «Федорове» также съемочная группа французского «Canale 3». Еще Майкл Макдауэлл, который первым в мире стал возить туристов на Северный полюс. Потом этот бизнес он продал и занялся уже космическим туризмом. Но Северный полюс его по-прежнему очень притягивает, Майкл был на нем 28 раз.

Кормили нас на судне замечательно, 5 раз в день, просто на убой. С утра яичница с беконом, кофе с молоком. На обед – суп-харчо, борщ. На второе отбивные, однажды даже шашлык давали. Полдник – йогурт, фрукты. На ужин еще что-то. Ну и поздний ужин, чай со сладостями. Я вошел в этот режим, и сейчас мне очень тяжело. Непрерывно хочется есть.

Вечерами на «Академик Федорове» читали лекции академики, профессора, показывали научные фильмы. Военные рассказывали про систему космических спутников. Досуг был очень разнообразный, ну и не только в смысле расширения кругозора, конечно. Водка с пивом у нас закончилась, когда мы еще к полюсу не дошли. Я специально держал для полюса бутылку шампанского и две бутылки коньяка. А всю обратную дорогу мы пили так называемый «коктейль Гришина» (по имени человека, который его придумал, Жени Гришина, он тоже был на нашем корабле). Спирт и минеральная вода с газом смешиваются 1 к 3-м, много-много лимона и пачка измельченного активированного угля. Все это взбалтывалось в пятилитровой канистре и отстаивалось. Пьется «коктейль Гришина» холодным. Просто шикарнейший напиток!

Дальше – только космос!

На Северном полюсе со мной побывал флаг «Авторадии», там его подписал Артур Чилингаров, подписали очень многие ученые, участники экспедиции. На флаге проставлены печати всех судов, печать экспедиции, печать Северного полюса. Символика «Авторадии» была на глубоководном аппарате, который погружался к точке Северного полюса. А обратно, в Москву, в подарок руководству Первого автомобильного я привез наклейки экспедиции «Арктика – 2007», фирменную фляжку – из всего было изготовлено 50 штук, и автобиографическую книгу Артура Чилингаров с автографом.

Привез я с собой в Москву и знак отличия «за дальний поход», который мне торжественно вручили капитан научного судна Михаил Калюшин и начальник ледовой разведки Сергей Фролов, заведующий лабораторией института Арктики и Антарктики. Причем «добывать» этот знак мне пришлось со дна граненого стакана, наполненного легендарным «хилом»: спиртом, смешанным с водкой.

Теперь, когда на обоих полюсах я уже побывал с флагом «Авторадии», неосвоенным остается, наверное, только кос-



чего-то и просто залетел посмотреть, что там у нас творится.

Еще была «утка», что «Академик Федоров» сломался и подает сигнал бедствия. На самом деле, у нас просто «сканнул» датчик давления масла в двигателе, и капитан решил провести профилактическую работу. Вертолет поднимали потому, что на корабле просто не оказалось

мас. Но и тут, пожалуй, кое-какие шансы есть. После Антарктиды мы очень сдружились с космонавтами, дружим семьями. И они мне пообещали, что в следующую экспедицию на МКС могут наш авторадийный флаг захватить!

Северный полюс – Москва, август 2007 года.

Эксклюзивно для «Авторадии-газеты»



Новости ВКПМ

Радио для примадонны

20 июля, ровно в полдень, начала вещание новая музыкальная радиостанция. «Вещательная корпорация «Проф-Медиа» совместно с Аллой Борисовной Пугачевой запустили на московской частоте 98.8 FM «Радио Алла».

«Радио Алла» – это уникальная компиляция песен эпохи Примадонны советской и российской эстрады и лучших образов современной отечественной музыки, а в ближайшем будущем еще и эксклюзивные программы от Аллы Пугачевой. Эфир радиостанции пронизан романтическим настроением. В холдинге ВКПМ «Радио Алла» – первая станция, ориентированная на женскую аудиторию.

Клубная версия «Дискотеки 80-х»

«Авторадии» проводит серию вечеринки «Дискотека 80-х». Клубная версия культурного музыкального фестиваля стартовала 19 июля в столичном клубе «Бар 11-71». Сезон вечеринки «Дискотеки 80-х» открыли Александр Барыкин, Рома Жужов и группа «Кар-Мэн» с Сергеем Лемохом.

В танцевальных вечеринках приняли участие поющие ведущие «Авторадии» трио «Музыкалы International», а также группы «Комиссар», «Сладкий сон», солистка группы «Мираж» Светлана Рафина и другие известные исполнители. Ведущий клубной версии «Дискотеки 80-х» – диск-жокей «Василич».

Семинар на Майорке

В июле на испанском острове Майорка прошел III-й семинар для партнеров «Вещательной корпорации «Проф-Медиа». В мероприятии приняли участие представители крупнейших рекламных агентств и компаний, размещающих рекламу в эфире радиостанций ВКПМ.

Открыл семинар президент «Вещательной корпорации «Проф-Медиа» Александр Варин. Он познакомил партнеров с новыми проектами ВКПМ, сделал особый акцент на «Радио Алла». Поскольку эта станция является совместным бизнес-проектом ВКПМ и Аллы Борисовны Пугачевой, певица прислала участникам конференции свое видеообращение с приветствием и пожеланиями.

С планами других радиостанций ВКПМ рекламодатели познакомил главный редактор «Авторадии» Ирина Ипатова, продюсер «Юмор FM» Максим Забелин и продюсер радиостанции «Energy» Денис Сериков. О тенденциях российского радиорынка и показателях ВКПМ как одного из главных его игроков собравшимся рассказала руководитель департамента маркетинга ВКПМ Ольга Прохорова.

Премия «Юмор года»

Радиостанция «Юмор FM» объявила об учреждении первой общероссийской премии «Юмор года». Награда будет вручаться по итогам народного голосования радиослушателей «Юмор FM» в таких номинациях, как «Политика», «Кино», «Музыка», «Телевидение», «Спорт» и т. д.

В настоящее время оргкомитет премии «Юмор года» продолжает работу по выдвижению номинантов. На премию претендуют известные политики, шоумены, спортсмены, музыканты, актеры и журналисты. Экспертный совет, куда вошли мэтры отечественной эстрады и медийного сообщества, на основе анкетного голосования отобран тройки претендентов в каждой номинации. Оцениваться будет яркость и значимость персоны с точки зрения сатиры и юмора.

16 августа в эфире «Юмор FM» стартовало всенародное голосование. Отдать свой голос можно на мобильном портале, интернет-сайте и в смс-центре радиостанции. Итоги двухмесячного голосования будут подведены 15 октября 2007 года. А 16 октября имена лауреатов будут названы на официальной церемонии вручения премии, которая состоится на сцене московского театра Эстрады.

Смешные сборники от «Юмор FM»

16 июля в продажу поступили новые аудиосборники с лучшими анекдотами и афоризмами от «Юмор FM».

В сборник «Ума палата» вошли популярные анекдоты «про Вовочку», «про блондинок», «про медиков», «про спорт», «про деньги», «о работе». Сборник «Знай наших!» содержит анекдоты «по-научному», «про старшее поколение», «про военных», «про детей», а сборник «С миру по шутке» – анекдоты «про женскую логику», «про Одессу-мату», «про умников» и «про ЭТО». Анекдоты звучат в оригинальном исполнении неподражаемых ведущих радиостанции «Юмор FM» Гарри Гуляленко и Яна Розенберга.

Еще одной аудионовинкой от Веселого радио стал сборник «Юмор в сапогах!», который включает лучшие армейские афоризмы и крылатые фразы «котцов-командиров».

«Звезды» 80-х на Пивном фестивале

8 июля в Лужниках при поддержке «Авторадии» прошел грандиозный гала-концерт «Звезды 80-х на Пивном фестивале», который завершил IX Большой Московский фестиваль пива («БМФП 2007»).

Являясь генеральным информационным партнером «БМФП 2007», «Авторадии» пригласило для участников и посетителей фестиваля незабываемый подарок, пригласило на закрытие легендарных исполнителей эпохи 80-х.

Среди участников концерта были: Владимир Маркин, Александр Барыкин, Виктор Салтыков, Сергей Беликов, Саша Айвазов, Сергей Васюта и группа «Сладкий сон», «Кар-Мэн», пев «Самоцветы» и пев «Мираж», а также впервые группы «Принцесса», «Шериф», «Арамис», «Шанхай», «Анонс» и многие другие. Вел концертную программу популярный шоумен Дмитрий Широков.

Автоэкзотика – 2007

«Авторадии» выступило генеральным информационным спонсором крупнейшего автомобильного шоу «Автоэкзотика – 2007», который проходил с 6 по 15 июля на территории аэродрома в Тушино.

В рамках шоу прошли соревнования по тюнингу и аэрографии, конкурс на лучший автозвук, конкурс реставраторов старинных автомобилей, а также «День рейсера», во время которого состоялся соревнования автомобилистов на скорость.

Победа «Авторадии – Липецк»

«Авторадии – Липецк» стало победителем V фестиваля информационных программ «Вместе-радио 2006-2007». В номинации «Ежедневный информационный выпуск» программа радиостанции «У нас есть новости» заняла второе место по Центральному федеральному округу.

Финал V Фестиваля информационных программ «Вместе-радио 2006-2007» проходил в Москве с 23-25 июня.

Расширение сети вещания ВКПМ

«Авторадии»

Первое автомобильное радио получило право на вещание в городах Красноярск, Тюмень. Соответствующее решение принято 27 июня на заседании Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию (ФКК). Услышать лучшие программы московского «Авторадии», легендарные хиты 80-х, музыкальные пародии от «Музыкалы International», актуальную дорожную информацию жители Красноярск смогут на частоте 104.2 МГц, жители Тюмени – на частоте 106.1 МГц. Региональные партнеры «Авторадии» – 000 «Формат» (Красноярск) и 000 «Регион 72» (Тюмень).

27 июня «Авторадии» начало вещание в городе-миллионнике Перми на частоте 90.7 FM. Региональный партнер – 000 «Радио наших дорог». Завоевав Пермь, «Авторадии» отныне вещает во всех городах-миллионниках Российской Федерации.

«Юмор FM»

1 августа Веселое радио зазвучало в Новосибирске, крупнейшем промышленном, культурном и научном центре на востоке России, третьим по численности населения городе страны. Вещание ведется в FM-диапазоне на частоте 99.5 МГц. Региональный партнер – 000 «Радио Хит».

Кроме того, радиостанция «Юмор FM» можно теперь услышать в городе Ржеве Тверской области на частоте 100.0 МГц. Региональный партнер – 000 «Оазис».

Хочу модную тачку!

20 августа в утреннем эфире радио «Energy» стартовали новые игры – «Хочу модную тачку!» и «Supershot».

Проект «Хочу новую тачку!» подготовлен совместно с журналом «AutoNews». Главный приз игры – автомобиль мирового бренда. Чтобы побороться за победу, радиослушателям необходимо найти на страницах журнала «AutoNews» специальную карту, где рядом с названием улиц изображена машина с кодовым словом, и после условного сигнала отправить на мобильный портал 1042 свое сообщение. Тот, кто первым пришлет sms с верным паролем, становится участником отборочного тура – гонок на радиоуправляемых машинах, которые пройдут в сентябре. Победитель гонок и станет обладателем главного приза – автомобиля известного мирового бренда.

В рамках игры «Supershot» слушатели «энергичного» радио присылают фотографии со своих мобильных телефонов на сайт радиостанции www.energyfm.ru. Каждый день среди авторов лучших снимков разыгрывается стильная фоторамка, а один раз в неделю мобильный телефон Sony Ericsson K5501 – суперприз от «Альт Телеком».

«Энергичная» поддержка

Радиостанция «Energy» оказывает информационную поддержку проекту MTV «Life style parties». В программе вечеринки MTV в Москве и Санкт-Петербурге: показ передовых коллекций от молодых российских модельеров, выступление культовых танцевальных коллективов, зажигательные сеты от лучших российских диджеев, конкурс «dress code» среди посетителей, главный приз которого – поездка на двоих на MTV EMA 2007 в Мюнхен.

При информационном спонсорстве «Energy» прошла также акция «Звездные DJ сеты в Октябре». Акция проводилась с 1 августа по 1 сентября 2007 года в «Black October DJ Bar», расположенном в здании современного киноцентра «Октябрь». Каждую пятницу и субботу на сцене диджей-бара столичные знаменитости проповеди себя в роли диджеев. Каждые выходные – две «звездные» представляли на суд москвичей сеты, состоящие из их любимых композиций.

В акции «Звездные DJ сеты в Октябре» участвовали: Анфиса Чехова, Сергей Зверев, Федоров и Венгеров, Стас Пьеха, Ксения Бородина, Маша Малиновская, Дмитрий Дибров, Константин Крюков, Ксения Мерц, Владимир Тишков, Павел Ващенко и многие другие. В эфире «Energy» проходил розыгрыш билетов на мероприятие, информация об акции звучала в программе «Energy News».



НОВОСТИ мира радио

Про индекс свободы

Общественная палата РФ разрабатывает индекс свободы слова и печати. О создании рабочей группы по разработке индекса 18 июля сообщил председатель комиссии ОП по информационной политике и свободе слова в СМИ, главный редактор «МК» Павел Гусев на рабочей встрече с представителями медиаорганизаций. «Конечная цель разработки подобного индекса – самим понять существующую картину и, если надо,бить тревогу с конкретными данными на руках», – подчеркнул Павел Гусев. Он также добавил, что ошибочно сравнивать ситуацию со свободой слова в России, как это делают некоторые западные эксперты, с ситуацией в Северной Корее, где «вообще нет ни одной свободной строчки».

Про конгресс

XI Международный конгресс НАТ «Прогресс технологий телерадиовещания» пройдет 19-22 ноября 2007 года в международном выставочном центре «Крокус Экспо». Центральной темой конгресса станет комплекс проблем перехода на цифровые технологии телерадиовещания. На пленарном заседании будут представлены доклады о федеральной целевой программе «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации», подготовленной рабочей группой при Правительственной комиссии, о результатах организации тестового вещания в цифровом формате в Мордовии и Ханты-Мансийском автономном округе и о практике внедрения цифрового телевидения и радио в США, Великобритании, Франции, Германии, Азиатско-Тихоокеанском регионе. Программа конгресса предусматривает работу как традиционных тематических секций, так и секций по указанным странам, на которых будет представлен опыт решения проблем, возникающих в связи с переходом на цифровые технологии. В пленарных заседаниях примут участие представители EBU, NAV, IABM, Ofcom, Dtdital, uk, Международного союза электросвязи, Высшего аудиовизуального совета Франции.

Про юбилей

Радиовещанию Московской области исполнилось 75 лет. 14 августа 1932 года постановлением президиума Московского областного исполнительного комитета Советов депутатов был образован Московский областной комитет по радиовещанию. С этого дня и ведет отсчет своей истории областное радио, пережив за три четверти века череду преобразований и реорганизаций. Ныне его представляет государственное учреждение Московской области «Телерадиовещательная компания «РТВ-Подмосковье», которую слышат 500 тысяч абонентов проводного вещания и около 4,5 млн. тех, кто принимает сигнал на средних волнах и в УКВ-диапазоне. В 40-ка городах и поселках области работают филиалы ГТРК «РТВ-Подмосковье».

Про Индию

7 июля этого года в одной из самых популярных туристических «мекк» мира Агре появилась первая FM-радиостанция. Агра, небольшой индийский город, превратился в место, известное на всех континентах, благодаря Тадж-Махалу. Символическая дата 07.07.07 стала днем начала эфирной трансляции первой городской FM-радиостанции Агры – «Радио Мантра». В городе в одночасье возник ажиотажный спрос на FM-приемники, а на улицах к привычному шуму добавились звуки радио, звучащие из автостанций, магазинов и ресторанов.

Про «Би-Би-Си»

Глава Федеральной службы по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия Борис Боярский заявил, комментируя решение о прекращении вещания программ Русской службы «Би-Би-Си» в эфире FM-радиостанции «Большое радио», что «Би-Би-Си» всегда может вернуться на FM-частоту. Для этого «Би-Би-Си» должна урегулировать вопрос с самим вещателем, а кроме того, принять участие в конкурсе, проводимых Россвязьохранкультуры по Москве. Правда, как отметил Боярский, «пока планов выставления частоты по Москве нет». Боярский также пояснил, что в программной концепции «Большого радио» не было указано, что «Би-Би-Си» будет осуществлять вещание на его частоте. Чтобы урегулировать вопрос, «Большое радио» должно подать в Россвязьохранкультуру соответствующее заявление по изменению концепции вещания, указав в нем СМТ, которые будет вещать на его частоте. «Мы рассмотрим это заявление в установленном порядке, в том числе на заседании Федеральной конкурсной комиссии, и можем дать согласие, а можем не дать. Но такое заявление должно к нам поступить, а пока таких обращений не было», – добавил Боярский.

В свою очередь, представители Всемирной службы «Би-Би-Си» заявили, что в полном комплекте документов по концепции вещания «Большого радио» четко оговаривается, что только 60% от полного объема вещания станции будет производиться непосредственно «Большим Радио» и еще 18% будет являться программами иностранного производства.

По материалам интернет-ресурсов NAT.ru, OnAir.ru

Доверие – основа нашего бизнеса

Рынок радиорекламы сегодня существенно отличается от того, каким он был еще 5 лет назад. Как стать лидером в борьбе за рекламные бюджеты, в интервью нашей газете рассказал Владислав Дорощенко, руководитель департамента по работе с корпоративными клиентами «Вещательной корпорации «Проф-Медиа».

– В чем особенность нынешней ситуации?

– Сейчас на радиорынке очень обострилась конкуренция между холдингами. Три крупнейших радиохолдинга – ЕМГ, РМГ и ВКПМ контролируют более 60% рекламных бюджетов, охватывая около 45% аудитории Москвы (по последним данным TNS Gallup). Эти холдинги продают рекламу более эффективно, чем остальные игроки. В состав каждой такой корпорации входят несколько станций с разными аудиториями, различными форматами. С помощью нескольких станций любой холдинг может решить задачу рекламодателя по охвату его целевой аудитории. Именно поэтому сейчас конкуренция все больше идет не на уровне отдельных радиостанций, а на уровне радиохолдингов.

– Какие функции выполняет ваша служба?

– У каждой станции ВКПМ есть свой отдел продаж, в задачи которого входит привлечение прямых клиентов и обеспечение доходности каждой конкретной радиостанции. Департамент по работе с корпоративными клиентами занимается самыми крупными рекламодателями, а также работой с рекламными агентствами.

Основное отличие нашей службы от отделов продаж той или иной радиостанции в том, что мы преследуем интересы всего холдинга в целом, стараясь эффективно использовать возможности всех радиостанций «Вещательной корпорации «Проф-Медиа».

– Чем отличается работа с корпоративными клиентами?

– Обычно такие клиенты, приходя к нам, уже хорошо понимают, чего хотят. Им зачастую не надо уговаривать, необходимо лишь проконсультировать, обеспечить сервис. Мы должны максимально удобно и комфортно для партнеров провести сделку, сопроводить ее.

Нам есть, что предложить клиенту. Все продукты нашей компании сейчас очень популярны, входят в топ-10 радиостанций Москвы (среди более 40-ка радиостанций FM-диапазона). Это действительно добротные, качественные продукты, востребованные рекламодателями.

Таким образом, одна из основных наших задач – наладить контакт и установить партнерские отношения с рекламными агентствами – крупнейшими поставщиками рекламных бюджетов, создать им максимально благоприятную среду для общения с нашей корпорацией. Чтобы, решая вопрос, куда именно направить деньги рекламодателя, рекламное агентство знало, что всегда можно прийти к нам, «купить» сразу две или три станции, это будет удобно и выгодно, а главное – эффективно для клиента.

– Как ваш департамент складывался в отдельную структуру? Что за это время уже удалось сделать, какие задачи стоят на очереди?

– Департамент складывался постепенно. Изначально работой с рекламными агентствами занимался коммерческий директор «Авторадио», ныне вице-президент по работе с клиентами ВКПМ, Олег Остаевский. Потом часть этой работы он переделал на меня. Активность рекламных агентств на радиорынке при этом росла. Работы становилось все больше и больше. Четкое понимание необходимости этого отдела сложилось, когда у нас помимо «Авторадио» появились еще радиостанции. Возникла потребность в отдельной службе, чтобы работать с



агентствами и с клиентами, которые хотели размещать свою рекламу сразу на нескольких станциях холдинга.

На сегодняшний день в нашем департаменте кроме меня работают три менеджера. Нам удалось наладить хорошие отношения с крупнейшими рекламными агентствами, мы эффективно конкурируем с другими радиохолдингами.

Ну а предстоит нам наращивать объемы продаж на относительно молодых, но весьма перспективных станциях – «NRJ» и «Юмор FM». В скором времени ожидается запуск четвертой радиостанции ВКПМ – «Радио Алла». Наладить продажи на ней, проинформировать партнеров о начале этих продаж – тоже дело ближайшего будущего.

– Каким способом вы собираетесь добиваться увеличения объемов продаж?

– Работа с профессионалами, которыми, безусловно, являются наши партнеры, заниматься навязыванием чего бы то ни было – дело бессмысленное. Самая главная наша задача – дать контрагентам как можно более полную и функциональную информацию по услугам, которые мы можем предложить, оперативно оказать консультативную помощь. Наш сервис должен быть на очень высоком уровне.

– Какие типы корпоративных клиентов вы могли бы выделить?

– Первый, самый крупный тип корпоративных клиентов, как я уже сказал, это рекламные агентства, которые в Москве не одна сотня. Несколько десятков крупнейших агентств, занимающихся рекламой на радио, приходят к нам со своими заказчиками. Они – профессионалы в области рекламы, и зачастую сами проводят медиаланирование. От нас, по большому счету, требуются только консультации по выбору радиостанции, по подбору тех или иных радиопрограмм, где можно разместить рекламу, по дисконтной политике и помощи в постановке и сопровождении рекламы на эфире.

партнерами, чтобы деньги, направленные на их рекламные кампании, приходили именно в ВКПМ.

Конкуренция на российском радиорынке сейчас очень высокая, и год от года она становится все жестче. Роль корпоративных клиентов для станции растет вместе с ее рейтингом. И чем шире охват аудитории, выше рейтинг станции, больше городов вещания, чем эффективнее и объемнее реклама, тем более привлекательной становится станция для рекламных агентств.

В принципе, у агентств нет особых проблем при выборе той или иной радиостанции для своего рекламодателя. Они профессионалы и могут обоснованно убедить клиента в целесообразности заменить одну станцию другой. Так вот, чтобы у агентств не возникло желания отдать наших потенциальных рекламодателей другим игрокам, чтобы была заинтересованность отнестись к нам, необходимо строить с ними отношения доверительные и партнерские.

– Каким образом вы этого достигаете?

– У нашей компании выработана определенная политика на рынке. Ее основной постулат: мы понимаем роль рекламных агентств и хотим, чтобы они работали с нами, добивались успеха и зарабатывали с нами и на нас.

Еще одна важная принципиальная позиция – предельная открытость и прозрачность ВКПМ для всех игроков рынка. Рекламные агентства не боятся доверять нам своих клиентов. Ведь, придя к нам, можно быть на сто процентов уверенным в том, что менеджеры «Проф-Медиа» не попытаются пойти в обход рекламных агентств, не попытаются переманить их клиентов к себе.

Агентства имеют полную гарантию точности, четкости, принципиальности и, главное, честности нашей политики во время тендеров. Партнеры, пришедшие с одним и тем же запросом, всегда получают у нас одинаковые условия. ВКПМ осознанно ведет достаточно жесткую дисконтную политику, в особенности по отношению к «Автомобильному» холдингу – «Авторадио». Мы готовы пойти даже на то, чтобы потерять отдельный заказ от агентства, требующего от себя особых, привилегированных условий в ситуации тендера, поскольку твердо уверены, что репутация нашей компании на рынке стоит намного дороже, чем сиюминутная прибыль.

«Вещательная корпорация «Проф-Медиа» имеет репутацию профессионального, надежного и принципиального партнера. При достижении договоренностей мы требуем их безусловного исполнения и гарантируем то же со своей стороны. Нам доверяют, и это основа, на которой строится бизнес.

– Всегда ли серьезные партнерские отношения с клиентами удаются дружеским?

– Безусловно, да. Наши партнеры – молодые, энергичные, умные и интересные люди. С ними практически всегда складываются очень хорошие личные отношения. Эти отношения мы с удовольствием поддерживаем и развиваем: приглашаем наших партнеров на всевозможные мероприятия, отмечаем вместе праздники, выезжаем на семинары, участвуем в их мероприятиях. Мы готовы проводить презентации у наших партнеров, делимся своим опытом, вместе обсуждаем ситуацию на рынке. Наши мероприятия для партнеров считаются на рынке самыми лучшими, они направлены на дружеское общение. Ведь именно дружба, взаимопонимание и уважение – основные составляющие успеха в любом бизнесе. А уж эффективность и взаимовыгодность наших деловых отношений мы обеспечим, причем на самом высоком уровне.

Интервью провела Светлана Понкратова

РЕЙТИНГИ. Июль 2007 г.

Москва. Аудитория 12+. Рейтинг коммерческих радиостанций. Июль 2007.

Аудитория	Ежедневная аудитория		Еженедельная аудитория	
	Тыс.чел.	%	Тыс.чел.	%
Авторадио	1191	12,6	2696	28,6
Русское радио	1178	12,5	2629	27,9
Европа Плюс	1157	12,3	2588	27,4
Ретро FM	1095	11,3	2349	24,9
Радио Шансон	1020	10,8	2284	24,2
Милицейская Волна	902	9,6	1980	20,8
Эхо Москвы	891	9,4	1543	16,4
Юмор FM	741	7,9	1727	18,3
Energy	682	7,2	1276	13,5
Радио 7/Радио 7 на семи холмах	679	7,2	1637	17,4
Наше радио	632	6,7	1394	14,7
Love Radio	628	6,7	1555	16,5
Радио Максимум	579	6,1	1405	14,9
Хит FM	570	6,0	1349	14,3
Радио Дача 92.4 FM	531	5,6	1090	11,6

Москва. ЦА: аудитория среднего возраста (25-50 лет)

Аудитория	Ежедневная аудитория		Еженедельная аудитория (тыс. чел.)	
	Тыс.чел.	%	в	%
Авторадио	779	17,1	779	17,1
Русское радио	744	16,4	744	16,4
Ретро FM	727	16,0	727	16,0
Радио Шансон	599	13,2	599	13,2
Европа Плюс	587	12,9	587	12,9
Милицейская Волна	569	12,5	569	12,5
Юмор FM	465	10,2	465	10,2
Радио 7	454	10,0	454	10,0
Радио Дача 92.4 FM	352	7,7	352	7,7
Наше радио	347	7,6	347	7,6

Авторадио – абсолютный лидер среди покупателей автомобильных товаров. Покупали за полгода/Ежедневная аудитория в % от целевой группы

Шины	Авторадио
Авторадио	15,8
Ретро FM	15
Радио Шансон	14,2
Милицейская волна	14,6
Русское радио	12,7

Автомобильные масла	Авторадио
Авторадио	16,9
Ретро FM	14,7
Радио Шансон	13,9
Милицейская волна	12,7
Русское радио	12,3

Автопринадлежности	Авторадио
Авторадио	16,5
Радио Шансон	14,7
Ретро FM	13,8
Милицейская волна	12,4
Русское радио	11,2

Автосметика	Авторадио
Авторадио	18,3
Ретро FM	16,5
Радио Шансон	14
Русское радио	12,9
Милицейская волна	11,9

Лидерство в эфире



Первое автомобильное радио уверенно занимает первую строчку в официальном рейтинге радиостанций Владивостока. Таковы данные недавнего исследования компании «TNS Gallup Media».

«TNS Gallup Media» проводит исследования «Radio Index» в крупнейших городах России каждые полгода. В рамках исследования предоставляется информация по объемам и характеристикам аудитории радиостанций. Выборка построена по вероятностному принципу

и репрезентирует взрослое население, то есть от 16 и старше. Измерение радиоаудитории проводится с использованием индивидуальных однедневных дневников по методике Day-After Recall.

Согласно результатам исследования радиорынка Владивостока «Radio Index», которое проводилось в период с декабря 2006 года по апрель 2007 года, «Авторадио» по объему аудитории уверенно занимает первое место в регионе и при этом почти на 5% опережает своего ближайшего конкурента. Что касается

остальных радиостанций, а их во Владивостоке насчитывается около 15-ти, они идут плотно друг за другом с разрывом меньше 1%.

Объем аудитории «Авторадио – Владивосток» выше объема аудитории государственных радиостанций более чем на 3%. Особо стоит подчеркнуть, что подобная тенденция отмечена на радиорынке Владивостока впервые – до этого

численным выражении. Таким образом, получается, что на волну 88.3 FM ежедневно насстраивается практически каждый пятый взрослый житель столицы Приморья. А если учесть количество автомашин, зарегистрированных в городе (их насчитывается примерно 300 тысяч), то получается, что Первое автомобильное слушают практически все автолюбители Владивостока.



ни одной радиостанции не удалось обойти по объему аудитории проводные радиоканалы.

По данным «TNS Gallup Media», объем аудитории «Авторадио» в настоящее время составляет 12% взрослого населения города, или почти 60 тысяч человек в

Кроме того, основная часть аудитории «Авторадио» – это люди с высоким уровнем дохода и стабильным достатком, уверенные в себе, стремящиеся к новым целям и желающие развиваться, а также обладающие высокой потребительской активностью.

Люди без пятницы

Вся музыка мира под маркой ВКПМ

В нашем холдинге четыре разноформатные радиостанции. Раньше музыкальный редактор каждой из станций имел свою базу и обрабатывал музыкальный материал так, как хотел. Но сегодня мы используем современные технологии, наши станции вещают в цифровом режиме, и очевидно, что вся музыкальная составляющая нашего эфира должна иметь единые стандарты. В первую очередь это относится к музыкальным архивам: с ними должно быть удобно работать, а значит, необходимо иметь общую базу фонограмм, звуковых файлов, при наличии которой музыкальный редактор может легко сделать плей-лист для любого формата. Музыкальный материал, который мы аккумулируем, используется не только для создания плей-листов, он нужен также для производства рекламы, авторских программ, промомероприятий и т. д. Поэтому так важен полноценный «живой» архив – не просто его наличие, а чтобы им действительно можно было быстро и эффективно пользоваться.

Кроме того, необходимо было выработать единый корпоративный стиль, единые стандарты работы с музыкальным материалом. Очень важными здесь являются технологические моменты, а именно: наша колоссальная база музыкальных треков должна быть четко структурирована, а каждая единица информации, хранящаяся на сервере, – подробнейшим образом описана. Чтобы любой человек, обратившийся к этой базе, быстро нашел то, что ему нужно. Это подразумевает единую систему обозначения треков, грамотное заполнение всех информационных полей.

Музыкальный материал приходится к нам самыми разными путями, записывается с разных носителей, но при его оцифровке требуется соблюдать заданные технические стандарты и по битрейту, и по разметке песни, чтобы данный трек мог пойти в наш эфир.

Хранилище треков во многом напоминает библиотеку: на каждый заводится карточка, где подробно описываются все его параметры. Данные с обложки диска, атрибутика принадлежности по авторским и смежным правам – все это исключительно важная информация, которую необходимо хранить в базе.

При создании системы архивации музыкального материала мы работали в тесном взаимодействии с техническим департаментом. Согласование всех параметров с вещательным программно-техническим комплексом было необходимо, чтобы хранившиеся в нашем архиве треки звучали в эфире только с наилучшим качеством.

Но выработать стандарты, настроить и освоить программное обеспечение – это было лишь началом работы. Оцифровать, обработать, описать и занести в базу все наши треки (их в данный момент, по самым скромным подсчетам, накопилось не менее 100 тысяч) – это огромный труд, который сейчас выполнен где-то на две трети.

Есть в нашем музыкальном архиве то, чем мы особенно гордимся, – уникальная коллекция дисков, которые каталогизированы так же подробно, как и оцифрованные треки. Среди этих дисков есть и настоящие раритеты, представляющие уже ценность даже для истории.

«Ручная» работа

Формирование музыкального каталога и его регулярное обновление является первейшей и наиважнейшей обязанностью музыкального редактора. Вторая, также крайне важная, обязанность музреда – ежедневное программирование эфира. Проще говоря, именно он решает, как часто, какие именно треки из музыкального каталога и, что очень важно, в какой последовательности должны пойти в эфир.

Естественно, создание плей-листа происходит не вручную, а с помощью специальных компьютерных программ. Эти замечательные программы сильно облегчают нелегкую жизнь музреда. Они берут на себя всю «черную работу» при формировании плей-листа, а также ведут учет количества выходов той или иной песни, того или иного исполнителя и т. п. Однако компьютерная программа не умеет определять стратегию радиостанции, у нее нет интуиции, она не способна на «прорыв», на неожиданное талантливое решение. Поэтому очень часто музыкальный редактор производит ручную корректировку плей-листа. Это придает тонкую индивидуальность музыкальному формату радиостанции и позволяет «оживить» его.

Чтобы блистательно справляться с такой работой, мало безукоризненно владеть софтом. Музыкальный редактор должен знать историю музыки, обладать вкусом, чувством ритма, музыкальным слухом. Разбираться в направлениях и стилях, знать исполнителей, включая их биографию и дискографию. Есть еще такая трудная и предельная вещь, без которой также не обойтись, – это музыкальная интуиция, музыкальное воображение. Спрограммированный плей-лист необходимо уметь быстро «прокрутить» внутри себя и представить, как он будет восприниматься слушателем. А еще хороший музред должен уметь заранее угадать в «просто песне» будущий хит.

Мера ответственности

В современном радиобизнесе формат существует под постоянным влиянием ситуации на рынке радио. Где ты находишься по отношению к конкурентам? На что ты рассчитываешь: хочешь сде-

лать узконаправленную «нишевую» радиостанцию или добиваешься массового охвата? Появляются и перестраиваются станции, происходят изменения аудитории – все это сказывается на работе музыкального редактора.

В нашей корпорации все радиостанции рассчитаны на массовую аудиторию, а значит, это заявка на самые высокие места в рейтингах, что задает для музыкальных редакторов повышенную меру ответственности. Быть в курсе происходящего в музыкальном мире, отслеживать ситуацию с музыкальным эфиром у конкурентов – неотъемлемая часть их работы.

Как в спектакле есть сюжетная линия, есть режиссура, есть игра актеров, так и в формате радиостанции существует множество составляющих, из которых складывается общее впечатление. Возможно, что-то со стороны кажется несущественным, но профессионал знает:

Рассказывает музыкальный директор ВКПМ Наталья Николаева



На радиостанциях ВКПМ есть люди, которые всегда точно знают, почему в эфире звучит именно эта музыка, в чем состоит неповторимость музыкальной «картинки», которая задает формат станции. Как в эфире возникает та особая звуковая атмосфера, по которой слушатели узнают любимое радио, тоже знают они – музреды. В последний рабочий день недели, когда все уходит домой пораньше, музыкальные редакторы программируют эфир минимум на трое суток, включая понедельник. У людей, выбравших себе такую стезю, пятницы нет, а выходные начинаются, в лучшем случае, в субботу.



даже мелочи порой имеют решающее значение.

Важнейшим качеством музыкального редактора является знание своей аудитории, ее социального, возрастного состава, умение работать с медиаметрическими данными, материалами музыкальных тестов. Сейчас практически все составляющие музыкального потока, который звучит в эфире или распространяется на носителях, имеют определенные параметры соответствия той или иной категории слушателей.

Цена ошибки музыкального редактора очень высока. Одна неправильно поставленная песня может испортить все 24 часа работы. Когда в эфире звучат 24 станции твоих конкурентов, радиослушатель не составляет труда уйти. «Мне не нравится», – говорят они, и просто меняют частоту на своем приемнике. Все, до свидания, ты его упустил!

Работа над ошибками

Самая ужасная ошибка, которую может допустить музред, это пристрастность. У себя дома каждый может слушать, что угодно, но музыкальная политика стан-

ции – это святое. Зачастую музыкальный редактор не принадлежит к целевой аудитории радиостанции, и это, наверное, даже хорошо. Поскольку на работе он просто обязан быть беспристрастным профессионалом своего дела, быть «вне всяких форматов».

Музыкальный редактор должен относиться к своей работе как к бизнесу, он должен использовать максимум данных о предпочтениях той аудитории, на которую ориентирован его формат. То есть руководствоваться в подборе музыки не тем, что нравится или не нравится ему самому, а четкими объективными данными, которые каждой радиостанции предоставляют маркетологи.

Ошибка номер два в профессии музреда – неправильное соотношение технологий и ручного вмешательства. Нужно уметь чувствовать «золотую середину». С одной стороны, ни в коем случае нельзя позволить технологиям убить творче-

Дарья Блохина. Опытнейший сотрудник, давно работающий в ВКПМ. Начиная с работы в службе трафика, сейчас музыкальный редактор «Авторадио», высочайший профессионал. У Даши великолепно получается общаться с артистами, поэтому она одновременно в течение 7-ми лет является продюсером программы «Хит-парад». Не могу не отметить совершенно фантастическую работоспособность Даши, ее стопроцентную «безотказность».

Ренат Идиатуллин. Также очень давно у нас работает, начинал с информационных программ. Ныне музыкальный редактор радио «Energy» и один из лучших музыкальных редакторов в формате молодежной музыки вообще. Таких, как он, в Москве, может быть, всего двое. Непревзойденный специалист по поиску редкого материала. Есть у Рената какие-то свои «секретные» места во Всемирной паутине, и когда ни один из наших конкурентов не найдет музыку – он отыщет.

Елена Коритич. Недавно заняла должность музыкального редактора новой станции «Радио Алла». До этого работала музредом на «Юмор FM» и сделала все возможное для того, чтобы Веселое радио вошло в десятку лучших. Елена удивительно творческий человек, с безукоризненным музыкальным вкусом. Она все пытается довести до идеала, и на «Юмор FM» просто достигла предела. Мы дали ей возможность еще раз начать с нуля, показать себя в новом качестве. И потом, кто, как не женщина, должен программировать станцию с названием «Радио Алла»?

Андрей Палин. Сменил Елену Коритич на радио «Юмор FM». Андрей – человек с совершенно колоссальными горизонтами, человек команды, который сейчас просто всем своим существом вживается в контент станции. Сейчас мы с Андреем пытаемся сделать так, чтобы радио «Юмор FM» заиграло новыми красками. Кроме всего прочего, Андрей великолепно овладевает любым софтом, а когда он это умеет делать, никто не знает.

Александр Лавров. Очень важная, ключевая фигура для музыкальной редакции. Саша задействован в цифровом проекте на 101.1г, ведет совершенно потрясающий детский канал «Baby box». Кроме того, он музыкальный редактор-архивариус ВКПМ. Саша аккумулирует всю музыку на огромном сервере, отвечает за то, чтобы она была доступна, записана с необходимыми техническими требованиями, принятыми в нашем эфире. Здесь от Саши зависит очень многое, он не имеет права на малейшую ошибку, поскольку она повлечет за собой целую цепь ошибок на все станции, где используется трек.

Екатерина Митрофанова. Музыкальный редактор, ведет две цифровые радиостанции на 101.1г. Без Кати нам не выжить, потому что она знает «все про всех», в том числе все, что касается авторских, смежных прав на песни. Это очень важно в наше время, особенно с учетом количества наших станций. У Кати колоссальная база, и она ее постоянно дополняет. Катя может назвать автора любого трека, сказать, когда песня была написана, в какой компании был выпущен альбом, предоставить его обложку. Еще Катя – наш внешний коммуникатор: она принимает огромное количество звонков, огромное количество материала. При этом всегда может дать очень корректный ответ, в духе корпорации, ни с кем не поссорившись, никого не обидев, а напротив, настроив человека на новые свершения.

Есть у нас еще совершенно замечательные люди, которые, работая на разных участках нашего холдинга, при этом являются музыкальными редакторами очень высокой квалификации, они задействованы на проекте 101.1г. Это продюсер утреннего шоу Анна Гордеева, ведущий дизайнер Сергей Вершинин, программный директор Дмитрий Юдин, музыкальный продюсер Руслан Николаев, звукорежиссер Антон Силин, дизайнер Александр Паршин, журналист Лев Малхазов, шоумен Дмитрий Широков, звукорежиссер Анатолий Стулов, ведущие музыкального эфира Александр Балашов и Александр Белов, музыкальный редактор департамента New Media Антон Панкратов, руководитель информационно-развлекательных программ «Авторадио» Марина Мишина. Отмечу сразу, что цифровое радио сделать ничуть не легче, чем любой эфирный продукт, и программировать его надо очень серьезно. Пожалуй, не будь у нас такой структуры, как музыкальная редакция, не делай мы всего того, что делаем сейчас, вряд ли бы нам удалось запустить сразу 35 радиоканалов в Интернете.

Люди творческие одинаковыми не бывают. И наши «хранители» формата и творцы эфирного строения, являясь высококвалифицированными специалистами, при этом талантливы по-разному. Кто-то с удовольствием отслушает сотню-другую дисков, оцифрует, занесет в каталог, но потратит полдня на поиск нужной фонограммы в Интернете. Другой, наоборот, найдет нужное за пять минут, а вот разговаривать с артистами не любит. Третий с радостью ходит по презентациям, легко общается с исполнителями, мастерски берет любые интервью и... может не заметить очевидный хит. Четвертый, напротив, с ходу определяет будущий бестселлер, но при работе с каталогом способен наделать кучу ошибок. А вместе они – сила и мощь, хорошо организованная структура, способная быстро и эффективно решать любые поставленные задачи!

Творцы эфирного настроения Углубляться в тонкости работы музыкального редактора можно до бесконечности. Скажу одно: квалификация всех наших музредов сейчас такова, что каждый из них способен, при необходимости, взять на себя управление эфиром в самой сложной ситуации.

Бильярдные баталии

Кубок «Авторадио» по бильярду с успехом прошел в Тольятти. Зимний и весенний этапы азартного турнира собраны в автомобильной столице профессионалов и любителей из разных городов России.

Претенденты на чемпионский титул Кубка «Авторадио» и награду в размере 71 тысяча рублей съезжались в январе в Автоград из Волгограда, Ульяновска, Самары, Оренбурга, Дмитровграда, Жигулевска, Новокуйбышевска. Даже из дальних городов народ не поленился и нагрянул к нам в гости. За бильярдными столами клуба «Динамо» собрались в результате 45 маститых игроков – каждый второй из них был мастером спорта или кандидатом в мастера. Самому молодому спортсмену оказалось всего 14 лет, а самому зрелому – под 50.

Разумеется, «балам правили» опытные игроки, не раз становившиеся призерами российских соревнований. В «Динамо» «звездный десант» высадился что надо! В график соревнований были заявлены чемпионы мира 2002 года, мастер спорта международного класса волгоградец Илья Киричков, чемпионка Европы, обладательница кубка мира Анастасия Лупова из Казани, чемпионы России среди юниоров и ряд других именитых спортсменов.

Настоящую сенсацию на первом турнире произвел тольяттинский школьник Ярослав Щербинин, который обыграл в

игроков из разных городов страны, на кону стояло более 100 тысяч рублей. Драм и сенсаций на «зеленой ниве» и в этот раз хватало с лихвой. К примеру, титулованный спортсмен самарец Артем Зотов под занавес турнира оказался лишь на 6-м месте, проиграв в финале Гамлету Агееву из Оренбурга.

В полуфинале Агееву проиграл и его земляк, явный претендент на кубок 22-летний Вадим Агеев. Поначалу ход поединка складывался в пользу Вадима,



«Авторадио – Тольятти»

но при счете 32:28 с его кия от удара слетела наклейка, и партия сразу перестала «клеиться». Ведь даже дилетантам известно: наклейка – самая главная часть бильярдного кия и залог хорошей игры. В итоге Агеев проиграл со счетом 33:40.

Впрочем, в финале Вадиму удалось взять реванш у соперника, да еще с рекордным разрывом в 44 шара! Так что кубок «Авторадио» и почти половина призовых по праву достались Вадиму Агееву. Гамлет Агеев занял в соревнованиях 2-е место. 3-е и 4-е места достались кандидатам в мастера 19-летнему Алексею Корнееву из Ульяновска и 33-летнему тольяттинцу Дмитрию Казакову.

Настоящим украшением весеннего Кубка стала единственная девушка, самарчанка Алиса Таркан. Несмотря на ряд проигрышей, она все же сумела собраться и составила серьезную конкуренцию опытному игроку, 49-летнему тольяттинцу Владимиру Чижме. Партия завершилась со счетом 40:28 в пользу Алисы. И хотя Алисе не удалось прорваться в число полуфиналистов, начинающая спортсменка может быть довольна собой. Ее личный результат на турнире можно считать вполне успешным.

Шанс получить свою порцию славы у бильярдного стола есть у всех, уверен генеральный директор «Авторадио» – Тольятти Владимир Анисимкин. «Чем хороши бильярд», – поясняет он, – так это возможностью начать «с нуля» в любом возрасте. А если вспомнить о том, что каждый из нас пропитан азартом и духом соперничества, стол под зеленым сукном – отличный способ доказать себе и другим, чего ты стоишь. Тем более, когда на кону солидный призовой фонд».



1/8 самого Кириčkова. Искушенные бильярдисты aplодировали 16-летнему подростку, сумевшему отстоять победу в нелегкой схватке с ассом. Но финальные игры расставили все по своим местам – пальму первенства завоевал мастер спорта самарец Сергей Плетнев. На 2-м и 3-м местах расположились гости из Оренбурга: мастер спорта Денис Смирнов и Вадим Агеев. Но наш юный земляк Ярослав Щербинин, все же, сумел серьезно заявить о себе, обыграв 4-е место.

С этого момента в Тольятти начался настоящий бильярдный бум. Поэтому азартные баталии было решено продолжить уже в апреле.

Весенний этап Кубка «Авторадио» собран в престижном клубе «ЦБК» 47

Переходящий кубок NRJ

26 июня в столице Сибири состоялось награждение и чествование победителей Первого открытого турнира по боулингу среди студенческих команд на кубок NRJ.

Открыли церемонию генеральный директор «Energy» в Новосибирске Виктор Буланкин и исполнительный директор радиостанции Ирина Морозова. Представители «энергичного» радио еще

дарственного университета экономики и управления (НГУЭУ) Александр Слободский.

Целью месяца студенты новосибирских вузов боролись за право обладания кубком NRJ. Турнир был полон неожиданностей и сюрпризов и для участников, которые в основной своей массе только постигали азы мастерства этой сложной игры, и для организаторов чемпионата. Четыре воскресных дня за игрой участники увлеченно наблюдали посетители боулинг-центра, бурно реагируя на удачные «страйки» и обидные промахи. По двум десяткам дорожек катались разноцветные шары, и почти каждый бросок сопровождался подбадривающими криками болельщиков.

Под динамичную музыку радио «Energy» и комментарии ведущих радиостанции Кати Рыковой и Дениса Чижова за право называться сильнейшими боролись 24 команды. В итоге победителями турнира стали студенты Новосибирской государственной консерватории. Второе и третье место поделили между собой НГУЭУ и бизнес-колледж при этом же вузе.

Организаторы и партнеры спортивного события обещали новосибирцам всячески содействовать турниру и в будущем. Планируется сделать кубок NRJ переходящим, а из лучших игроков сформировать студенческую лигу, которой предстоит бороться с участниками из других городов.

«На следующий год мы организуем боулинг-турнир для студентов всей Сибири. Так что история переходящего кубка NRJ и сибирского боулинга только начинается», – отметил генеральный директор новосибирского «Energy» Виктор Буланкин.



«Energy – Новосибирск»

раз поблагодарили всех за активное участие и пожелали успеха начинающим спортсменам. Поздравить пионеров сибирского боулинга собрались также начальник управления физической культуры и спорта Новосибирской области Александр Слободкин, главный партнер турнира и управляющий боулинг-центром «Аполло 24» Анатолий Пономарев, заместитель начальника управления по делам молодежи Александр Шепилов, помощник ректора Новосибирского госу-

Михаил Грушевский: Можно иметь успех и не опускаясь

В программе «Авторитет» Алексей Лысенков и популярный юморист Михаил Грушевский обсудили острые темы современного юмора.

Алексей Лысенков: – В последнее время на российском телевидении с каждым сезоном растет процент юмористических шоу. Также участились случаи привлечения известных юмористов в качестве ведущих, даже в программах, не имеющих к юмору никакого отношения. Например, резиденты «Comedy Club» всюду распевают популярные песни со «звездами» отечественной эстрады, Сергей Белоголовцев рассказывает про тайны шоу-бизнеса, а известный пародист Михаил Грушевский решает совсем не шуточные проблемы взаимоотношения полов.

Не за горами новый телевизионный сезон, который предложит зрителям немало революционных юмористических проектов. Очевидно, что сегодня в погоне за рейтингами ставки делаются именно на юмористические шоу, а лица известных юмористов стали гарантом успеха любой телепередачи. Так ли это на самом деле? Стал ли современный юмор коммерческим? Да и вообще – над чем мы сегодня смеемся?

Михаил Грушевский: – Леша, ты чертовски прав в этой формулировке вопроса. Я немного пустил дальше ход твоей мысли и представил себе такое неожиданное применение юмористов в серьезных программах. Ну, например, на месте Познера – Ефим Шифрин, который со своей характерной интонацией говорит «Вот такие сегодня «Времена» или «Джордж Буш вчера выступил с заявлением – это чудовищно!»

А. Л.: – А вечерние новости кто, по-твоему, из юмористов мог бы озвучить?

М. Г.: – Конечно, Винокур. Проглатывая гласные, что-то типа: «вчера президент Российской Федерации прилетел с официального визитом и, пока мы с Левичком отдыхали, длгласн сглашение о скращении... потому что, ну, куда уже увеличивать-то, на...».

А. Л.: – Вот, что отличает настоящего артиста, – умение сходу выдать импровизацию.

М. Г.: – Я же не зря сюда шел, знал, что меня похвалят. А если серьезно, может, поэтому и привлекают сейчас юмористов для ведения телепрограмм, что они привыкли напрямую работать с аудиторией. Классический пример тому Ян Арлазов, который целиком выстраивает свои номера на прямом взаимодействии, на обращении к конкретному зрителю.

А. Л.: – Кстати, а Яна куда бы ты определил в качестве телеведущего?

М. Г.: – В «Погоду»: «завтра в Москве хорошая погода, –15... –18... Мужик, у тебя рожка такая радостная? Ты чо, снеговик, в натуре?»

А. Л.: – Скажи, а ты мог бы сформулировать, над чем сегодня смеются? Ведь у каждого времени есть какие-то свои особенности. В чем особенность именно сегодняшнего смеха?

М. Г.: – Начну с того, что есть «вечные» темы и «нетленные» герои. Если говорить о жанре пародии, то такой персонаж, как Жириновский, не теряет юмористической привлекательности своего политического творчества на протяжении уже 15-ти лет. Но сегодня к этим «вечным» темам добавились новые, например, тема глобализации. Раньше, когда мы жили за «железным занавесом», и потом, в перестроечные годы, такая тема, как советский человек за границей, была экзотической. И восприятие этого было у большинства довольно умозрительным. Сегодня тот же Задорнов, рассказывая свои знаменитые байки об американцах, уже апеллирует к людям, которые побывали, как минимум, в Турции и в Египте. Мы видим и американцев, и европейцев как у себя здесь, так и там, у них, и можем составить о них свое собственное мнение.

А. Л.: – Это вносит какие-то коррективы даже в юмористические репризы?

М. Г.: – Конечно. Чтобы ты представил себе, расскажу, как мы с женой прилетели однажды в Кейптаун. В аэропорту нас встречает какая-то машина с водителем европейского вида. Я с ним начинаю раз-

говор по-английски, а через какое-то время он так робко говорит: «Извините, можете говорить со мной по-русски». «Откуда вы родом?» – спрашиваю. «Ну, вы, наверное, не знаете... Алтайский край, город Бийск». «И как же вы оказались здесь?» «Мы с женой были не вполне удовлетворены жизнью в Бийске, – рассказывает он с почти оксфордскими интонациями, – и решили что-то поменять, куда-нибудь недалеко уехать... И оказались в Мозамбике, но там нам не понравилось отношение к белым людям». Клянусь, именно так он и говорил. Представляешь, насколько эта картина сегодняшнего мира отличается от той, что была в советские времена.

А. Л.: – Да, так и вспоминаются сюжеты программы «Время» о притеснениях чернокожих в Америке.

М. Г.: – Кстати, об Америке. Я тут заполнял анкету для получения визы, и там, среди множества очень дотошных вопросов о родственниках, о странах, которые посещал, был один, совершенно замечательный: «Планируете ли вы проведение террористического акта на территории США?» Представляешь себе нашего человека, для которого «планирование» – понятие уважительное, связанное с чем-то из экономики? Так и хочется додумать, как он рассуждает: «Планирую ли? Пожалуй, что да... Но не уверен в своих силах, прошу оказать содействие». Или представим себе Бен-Ладена, который пишет в этой графе: «А сами-то вы как думаете, ребята?»

А. Л.: – Скажи, по-твоему, в самой сути профессиональной работы юмориста что-то изменилось за последние годы?

М. Г.: – Я думаю, что да, меняется, конечно. Те же ребята из «Comedy Club» представляют собой не только новые лица, но какую-то другую «систему координат» в юморе. Причем другую даже по отношению к КВН, из которого эти ребята, собственно, и пришли. И те приемы, которые они используют, – тоже совершенно новое явление. Если бы еще несколько лет назад такие же ребята – молодые, умные, – позволили себе так шутить и так обыгрывать рискованные темы, используя при этом все богатство русского языка, думаю, это не было бы принято и не имело бы успеха. То есть и время, и аудитория должны были созреть для этого.

А. Л.: – Недавно прошел опрос, который в целом негативно оценил качество телевизионных шуток. Чаще всего в этом опросе отмечали их пошлость, непристойность, обилие ненормативной лексики, а также чрезвычайно примитивность юмора. С другой стороны, например, известный юморист Геннадий Ветров отмечает иные качества юмора: по его мнению, юмор стал более музыкальным и, что называется, коллективным. Появились дуэты, трио, ансамбли и целые театральные труппы. Что ты можешь сказать по этому поводу?

М. Г.: – Возражу уважаемому Геннадию Ветрову: коллективным юмор стал уже достаточно давно. Можно вспомнить хотя бы театр Райкина и тот же КВН, которым уже более полувека.

А. Л.: – Ну, согласись, сегодня участились случаи, когда бывшие солисты-юмористы сбиваются в дуэты и в группы. Кстати, такая же тенденция заметна и среди эстрадных певцов.

М. Г.: – Все правильно, это, пожалуй, даже мировая тенденция, причем наш шоу-бизнес, как всегда, идет следом за всеми с некоторым опозданием. И у юмора то же самое.

А. Л.: – А с чем связана, по-твоему, такая тенденция к коллективизации?

М. Г.: – Ну, дуэт дает возможность полнее проявить себя артисту. Ведь монолог – это просто рассуждение на заданную тему. В лучшем случае, ты играешь его в форме диалога с воображаемым собеседником. Совсем другое дело, когда есть реальный партнер, с репликами, с оценками и яркой реакцией. Вот, например, Юрий Гальцев и Елена Воробей разыгрывают вдвоем целый спектакль. Мы видим все богатство красок, игру эмоций, это, безусловно, впечатляет. Не думаю, что эта тенденция возникла сегодня, просто пришло новое поколение, которое менее разобщено, в отличие от предыдущего. Я

не могу себе представить, к примеру, дуэт Геннадия Хазанова и Евгения Петросяна.

А. Л.: – А что можно сказать по поводу музыки и юмора? Все запели: и Клара Новикова, и Ефим Шифрин...

М. Г.: – Ну, погоди, давай разграничим этот вопрос. Шифрин и Новикова поют всерьез, а не в комическом жанре. Это лирические и, я бы даже сказал, иногда драматические песни. Такие, кстати, песни были у великого Аркадия Райкина. Помнишь, «Добрый зритель в девятом ряду»? Трогательная и лирическая песня, отнюдь не рассчитанная на то, чтобы

здесь играет очень большую роль. Как, например, здорово смотрелся номер, когда Сергей пел дуэтом с Владимиром Жириновским. Притом, что Владимир Вольфович – человек с гениальным отсутствием слуха. Я бы тоже с удовольствием с ним спел.

А. Л.: – Вернемся к вопросу о деградации современного юмора. Согласись, наличие в репертуаре мата, пошлости, сомнительных, с точки зрения этики, тем – факт, который уже никем не оспаривается.

М. Г.: – Я бы поостерегся от слова «деградация». На мой взгляд, происхо-



публика смеялась. Вообще все очень поразному. У Гальцева есть песни, над которыми зал хохочет. Лена Воробей использует песню как краску, часто прибегая к музыкальной пародии. То же самое мастерски делает и Максим Галкин. Но Шифрин и Новикова – они просто поют всерьез.

Музыкальные номера в юмористическом концерте дают зрителю «второе дыхание», он начинает свежее реагировать. Дальше уже встает вопрос вкуса, качества музыкального материала и исполнения. И мое мнение: если публике это нравится, то бессмысленно подходить к этому с позиции строгой критики и рассуждать, насколько профессионально поет тот или иной юморист. Более того, момент неожиданности, оригинальности

дид упрощение или даже примитивизация многих сфер шоу-бизнеса, и юмора в том числе. Помню, в давние времена сам фанател от классической репризы Жванецкого «ход-ход-ход – одесский пароход», которая шла минут 20. Я думаю, что сегодня сам Жванецкий не только не читал бы такую вещь со сцены, но даже вряд ли стал бы ее писать. Просто в то время мы жили в такой неспешной, мало-подвижной обстановке. Не было такого бешеного темпа, как сейчас, и мы имели возможность слушать. Это была эпоха, когда мы любили смаковать слова, выстраивать фразы. «Моя благодарность вам будет безгранична, в предлах разумного». «Штапельное надо, ребята».

«Может, в консерватории надо что-то подправить?»

А. Л.: – А сейчас, по-твоему, юмор стал примитивнее и опустился «ниже пояса»?

М. Г.: – Не будем смешивать две разные вещи. «Ниже пояса» просто стало дозволено, как и многое другое, после краха советской государственной идеологии. Прорвало эту плотину, за которой долгие десятилетия накапливалось все недозволенное. Все ринулись в эту дыру и стали на эту тему шутить. В какой-то момент возникло даже ощущение, что со сцены можно материться. Но я бы разделил проблему того, что юмористы стали использовать пошлую или ненормативную лексику, с проблемой примитивизации и убогости тем. Бывают ситуации, где в определенном контексте употребление вульгаризмов может быть очень органично, убедительно и абсолютно не пошло. А с другой стороны, можно шутить абсолютно литературным языком на избитые замусоленные темы, и это, как раз, будет

А. Л.: – Нет ли в этом опрощении юмора и движении юмористов к примитивному моменту какого-то заигрывания со зрителем?

М. Г.: – Есть, безусловно. Причем парадокс в том, что тот же зритель, который в опросах показывает себя таким принципиальным поборником высоких критериев в юморе, приходит на концерты и смеется над убогими пошлыми шутками. Ребята, вы определяйтесь: или вы не ходите на такие концерты, или тогда уж в опросах не кокетничайте, говорите, что и вам нравятся простецкие шутки!

А. Л.: – Но не только же примитив привлекает публику. Вот, к примеру, Максим Галкин. Никто его не упрекнет в примитивности и дешевом юморе. А успех огромен.

М. Г.: – Это говорит о том, что даже если работать на высоком уровне требовательности к себе и на умном юморе, можно иметь феерический успех, какой имеет Максим Галкин. Притом, что он может позволить себе достаточно рискованные и лексические, и тематические шулки на грани фола. Но когда это делается интеллигентно и со вкусом, то не воспринимается как пошлость. Значит, можно иметь успех, и не опускаясь. Но порой, опустившись, добиваешься его быстрее. Это же бизнес. Кто-то добивается успеха кропотливым трудом над качеством своей продукции, а кто-то нагло, агрессивно и словочесным поведением на рынке. Агрессивная политика сейчас в моде – вот, они и есть такие агрессоры.

А. Л.: – Так можно ли это делать или нельзя? И Галкин с его непримитивным умным юмором – это ориентир для всех остальных или исключение?

М. Г.: – Разве только один Галкин? У нас немало юмористов высокого уровня. Мне, например, нравится, как работает Грушевский... А если серьезно, то многие наши мэтры, прежде всего Михаил Жванецкий, долгие годы держат эту высокую планку, и ни разу ее не снизили. Я обожаю программу «Дежурный по стране», где Жванецкий выступает не в качестве юмориста и даже не как писателя, а скорее в роли философа, оригинально и под неожиданным углом зрения рассматривающим разные темы. Мне просто нравится, как это человек мыслит. Но я, в то же время, признаю, что уже образовалось целое поколение публики, неспособной воспринимать этот образ мышления, равно как и этот юмор. Быть может, они когда-нибудь дорастут до него, быть может, нет. И не надо их за это попрекать. Потому что тот поток низкопробного юмора, который на них сейчас обрушивается, и формирует их вкус.

А. Л.: – Можно ли говорить, что взлет твоей популярности начался с пародий?

М. Г.: – А как же! Я бы даже уточнил: с пародий на Михаила Сергеевича Горбачева. Это был мой «трамплин».

Собственно, в пародии я себя нашел давно, еще со старших классов школы. Но круг персонажей в те годы был классический: популярные артисты, певцы, того же Аркадия Райкина я показывал достаточно узнаваемо. Все это делалось для многих артистов эстрады. «Своего» персонажа я нашупал где-то в середине 80-х, и сначала показывал Горбачева друзьям и однокурсникам. А потом

риснул, и вынес это на эстраду. В тот момент, когда казалось, что этого нельзя делать – все же первое лицо государства, Генеральный секретарь ЦК КПСС! Однако я был на гастролях, куда меня пригласил очень популярный в то время юморист Александр Иванов, и к нам в гостиницу зашел первый секретарь местного пародиста партии. Он обратился ко мне с гневным упреком: как мне не стыдно пародировать самого Генерального! На что Александр Александрович очень оригинально ответил: «А пародия – это же реклама. Вы что, против рекламы Горбачева в массах?» Партийного босса как ветром сдуло.

Так это стало моей «книшей», меня идентифицировали как человека, который первым стал пародировать генерального секретаря.

А. Л.: – Давай еще поговорим о новых веяниях в нашем юморе. В Америке жанр под названием «Stand Up Comedy» существует достаточно давно. У нас в этом жанре работает «Comedy Club». Ты можешь объяснить, что это за жанр, с чем его едят, и почему вдруг он стал популярным в России?

М. Г.: – «Stand Up Comedy» означает, что к микрофону в некоем клубе выходят разные люди и начинают разговаривать со зрителями в таком интерактивном режиме. Предполагается, что их шулки могут быть достаточно фривольными, допустимы даже грубые реплики в адрес публики – это правила игры. Я и сам последние несколько лет активно использую этот жанр, так как очень люблю разговаривать и обожаю, когда зал подключается ко мне и выступает со мной, ну, не в перебранку, конечно, но в такую жесткую полемику.

Умение «держать» зал и молниеносно реагировать на его реплики – одна из составляющих этого жанра. Но блистательный артист, не имеющий равных в своей юмористической нише, может, тем не менее, и не уметь импровизировать, вступать в диалог с залом. Но тогда это уже не «Stand Up Comedy». С другой стороны, я не могу, например, так «надевать маски» и менять образы, как это делал Аркадий Райкин. Но Райкин никогда не импровизировал со сцены, терпеть не мог отклонений от сценария, не вступал в полемику со зрителем – ни-ког-да! Это был знаменитый райкинский парадокс: все думали, что он обращается лично к кому-то, сидящему в зале, а Райкин всегда смотрел поверх голов.

А. Л.: – Должны происходить, на твой взгляд, какие-то видоизменения телевизионного юмора сегодня? Или то, что сформировалось, крепко стоит на долгие годы?

М. Г.: – Рассуждать про телевизионный юмор было бы некорректно с моей стороны, я лишь скажу об одной программе, в которой сам принимал участие, это «Аншлаг». Здесь я считаю, что любые попытки радикально видоизменить и модернизировать эту программу приведут только к провалу. Старые поклонники «Аншлага» не примут нововведений, а фанаты «Comedy Club» никогда не придут им на смену. Телепрограммы не могут имитировать, они существуют в своем привычном виде, пока есть рейтинг, пока руководство канала считает возможным их существование. А потом уходят из эфира, но все равно остаются как некая классика. И даже через десятки лет зрители будут помнить и эти программы, и участвовавших в них артистов.

А. Л.: – Миша, я видел твою программу «Бабий бунт», и как человек, испорченный 20-ю годами работы на телевидении, следил не за сюжетом, а смотрел: как выстроен свет, как поставлены декорации, как работают ведущие. И ты как ведущий, по-моему, абсолютно на своем месте.

М. Г.: – Спасибо! Хотя я сам до сих пор сильно сомневаюсь в своей профпригодности. А сидя напротив такого «зубра», как Алексей Лысенков, вообще чувствую себя дебютантом, по-армейски – салагой. Одно дело болтать языком, выходя со своим номером, и совсем другое, когда на тебе держится вся программа.

А. Л.: – Спасибо тебе за эту беседу в эфире «Автораддио», и успехов на твоём поприще!

Блондинки за рулем

29 июня на площади Славы в Твери завершился уникальный проект тверского Первого автомобильного «Блондинка за рулем». Целью акции было развеять миф о беспомощности женщин-автомобилисток, дать автоледи возможность показать на деле свое водительское мастерство.

А также бронетки и шатенки

По статистике, в России более 70% ДТП происходит с участием водителей-мужчин, а на женскую долю приходится всего лишь 29% аварий. А все потому, что женщины более дисциплинированы и осторожны, редко «хвоят» на дороге и не садятся пьяными за руль. Однако многие представительницы сильного пола ставят дамам в вину «чрезмерную осторожность и техническую безграмотность». Первое – без комментариев, ну а насчет второго скажем так: для этого и существует авто-сервисы.

Захватывающее реалии-шоу, которое «Автораддио – Тверь» проводило совместно с газетой «Аргументы и факты в Твери», Тверским информационным агентством и телеканалом «ТВЦ-Тверь», стартовало 20 апреля. В конкурсе участвовало 18 автоледи. Активную поддержку конкурсанткам оказывала дружная «звездная» семейная пара – Марина Дюжева и Юрий Гейко.

Актриса Марина Дюжева – блондинка, за рулем 12 лет. И за эти годы, тьфу-тьфу-тьфу, у нее не было ни одной аварии. Марина с удовольствием делилась с нашими слушателями «женскими хитростями» и поучительными историями из своей автомобильной жизни в рубрике «Минута автоледи». Ее муж – известный журналист, ведущий «Автораддио», мастер спорта по автоспорту Юрий Гейко – давал участницам актуальные советы, проводил конкурс для эрудитов на странице «Аргументов и фактов».

Всего лишь за две недели, пока шел кастинг, к нам обратилось более 50-ти претенденток. Автоледи горели желанием принять участие в конкурсе. Мотивы у всех были разные. Кто-то хотел доказать водителем-мужчинам, что блондинка за рулем – это надежно и безопасно, кто-то

вали мы большого значения и тому, на каких машинах ездят конкурсантки. Главным и неперемным условием было – соблюдение правил дорожного движения – это надежно и безопасно, кто-то



решил попробовать свои силы, кому-то был интересен сам процесс.

Поскольку в нашем конкурсе, несмотря на название, цвет волос значения не имел, среди участниц оказались и блондинки, и бронетки, и шатенки. Не прида-

вали мы большого значения и тому, на каких машинах ездят конкурсантки. Главным и неперемным условием было – соблюдение правил дорожного движения – это надежно и безопасно, кто-то

«кокушка», внедорожник «Тойота» и даже грузовичок «Фольксваген транспортёр». Возраст участниц тоже сильно варьировался: от 18-ти до 48-ми. По профессии же и роду занятий конкурсантки, думается, уже переплелились сильный пол. Были среди них бухгалтеры и банкиры, профессиональные водители, врачи, экономисты, помощник адвоката и бизнес-леди, директоры фирм, студентка, повар, дворник, учитель, менеджеры, спортсменки, домохозяйки и, наконец, просто мамы. Водительский стаж тоже оказался у всех разным: от полугода до 18-ти лет и больше.

Два месяца драйва

Девчата составили парами. Сами соревнования проходили по пятницам в прямом эфире «Автораддио – Тверь» с 15.00 до 16.00. И этот час был полон настоящим драйвом! В ходе отборочных туров автоледи управляли водителями в автозонах, мыли на скорость стекла, накачивали спустившиеся шины, толкали свои «заглохшие машины», выпрашивали бензин, буксировали автомобили, работали продавцами автомасел, менеджерами в автосалоне, диспетчерами в такси, соревновались на картингах, придумывали новые дорожные знаки, пели гимн «Автораддио», оказывали первую медицинскую помощь пострадавшим. При подготовке домашнего задания, «визитки», участницы проявляли свои многочисленные таланты: танцевали, сочиняли стихи, привлекали группы поддержки, делали композиции из воздушных шаров и ком-

пьютерные мультики, придумывали различные сценки и розыгрыши, летали на дельтапланах.

С тесью справлялись соперницы с заданиями на точность парковки, маневрирование и чувство габаритов своих «железных коней»: выполняли на время «змейку», «кроссмерку» с флягой воды на капоте, давили колесами помидоры. Ну, и конечно же, езда по городу – прохождению маршрута.

И момент истины

В финале, 29 июня, на площади Славы встретились 11 лучших участниц: Полина Зорина, Ольга Козлова, Лиля Матюхина, Надежда Карташова, Елена Буракова, Марина Фокина, Юная Белоусова, Алла Григорьева, Ирина Беляева, Наталья Лапина и Галина Трубикина. Перед началом соревнований все конкурсантки проехали торжественной автоколонной по улицам города. Зрелище получилось красочное: 18 машин, украшенных флагами, в сопровождении ГИБДД. Кстати, поздравить девушек с окончанием конкурса на площадь Славы прибыл заместитель начальника УГИБДД УВД по Тверской области Юрий Бридун. Он вручил конкурсанткам цветы и благодарственные письма. Еще одним сюрпризом стало награждение участницы самого первого заезда – студентки факультета журналистики ТГУ Александры Зининой. Саше немного не повезло, и она проигра-

ла в своем заезде. Зато она получила от «Автораддио» приз зрительских симпатий – сотовый телефон. За Александру в ходе sms-голосования слушатели отдали самое большое количество голосов – около 500.

Но на кону еще стоял главный приз, ради которого и собралась на площади наша финалистка. В борьбе за победу им предстояло справиться с тремя непростыми заданиями. Оценивали достижения и результаты Юрий Гейко и Марина Дюжева, генеральный директор «Автораддио – Тверь» Игорь Аксенов, директор и редактор газеты «АИФ в Твери» Татьяна Неделькина.

Первое испытание – «змейка». Причем обезьянать конусы девушкам пришлось как в прямом, так и в обратном направлениях, то есть задним ходом. Далеко не каждый водитель справится с этим с первой попытки. Но все наши автоледи выполнили задание без проблем, играючи.

Тем не менее на второй этап были допущены только 6 участниц – соревнование есть соревнование. Их ожидал конкурс от Юрия Гейко. Юрий Васильевич предложил автоледи тронуться с места и проехать несколько метров, не прикасаясь к педали газа. Чтобы урвать шансы, мы предоставили девушкам две наших машины, так что «трогаться» участницам пришлось в чужих автомобилях. В итоге в финал вышли двое – Елена Буракова и Алла Григорьева.

Последнее задание – припарковаться задним ходом. Здесь все решило даже не сантиметры, а миллиметры. Елена так переволновалась, что переехала ориентир, и победу в реалии-шоу «Блондинка за рулем» заслуженно одержала Алла Григорьева. А вместе с победой Алла достигла почетное звание первой автоледи Твери, сертификат на 20 тысяч рублей для приобретения турпоездки и телевизор.

Немного личного

VII Конференция региональных вещателей «Авторадио», прошедшая 24-27 июля в Турции, не только дала делегатам важную информацию и стала очередной вехой становления бренда. Она оставила яркие впечатления, которые, просто по-человечески, глубоко запали в душу всем участникам. Не претендуя на полноту картины, мы публикуем здесь лишь немногие отзывы – субъективные, очень личные и искренние.

Владимир Анисимкин, генеральный директор «Авторадио – Тольятти»

Кемер, море, горы, необычный простор. И над всем этим заграничным раздолбайством звучит такое русское, родное: «Мы – Авторадио!» 72 часа чистого времени были использованы нами по полной. Ведь шанс представился редкий: встретиться всем вместе, поделиться успешным опытом, обсудить актуальные



мешала купаться в лучах обаяния коллег со всей нашей необъятной Родины. И, несмотря на то, что время иногда словно останавливалось, пообщаться со всеми, к сожалению, так и не удалось.

Что касается программы, много полезного удалось узнать о новых проектах ВКПМ. Ну и, конечно, о новом «сераписто-молоткастом» логотипе «Авторадио». Плюс эстрадные «звезды», старые и новые друзья, непрерывное общение с коллегами по цеху. Все это сделало три жарких дня на турецких берегах поистине незабываемыми.

Алёна Архарова, генеральный директор «Авторадио – Кузнецкая»

Бедные, в смысле обделённые, англоязычные народы! Для бурного выражения восторга у них не так уж много вариантов: beautiful да wonderful. То ли дело наш великий и могучий. Тут вам и «отлично» с «потрясающе», и «прекрасно» с «замечательно», и «здорово» с «грандиозно». А если кому-то покажется мало, то можно дополнить народными: «классно», «клёво», «обалденно», «офигительно» и «просто зашибись!»



Продолжать можно практически бесконечно. И все эти определения вполне подходят для впечатлений, полученных за три коротких дня конференции.

Но оставим эмоции и перейдем к конкретике. Хочется прежде всего поблагодарить организаторов конференции. Так совместить полезное с приятным может только команда ВКПМ. Огромное вам спасибо! Работать было комфортно, а отдыхать приятно. Все было на пять с плюсом!

Григорий Воеводин, программный директор и главный редактор «Авторадио – Петрозаводск»

Пусть звучит банально, но три дня конференции пролетели даже не как один день – как одно мгновение. Завидуя коллегам, которым по возвращении домой не пришлось сразу окунуться в работу, которым еще предстояло хотя бы несколько отпускных дней. Потому что сразу после столь насыщенного события мероприятия выходить на работу и пытаться что-то делать – выше сил обычного человека.

Солнце, море... Если учесть, что в родной Карелии первые два летних месяца были холодными и дождливыми, можно смело сказать, что мы попали в сказку. Могу представить себе ощущения людей, которые впервые стали участниками подобного форума.

Что касается рабочей части, главной темой для меня стал визуальный ребрендинг «Авторадио». Признание, первое ощущение от нового образа радиостанции бархатилось где-то между недоумением и активным неприятием. Но трех дней в Турции мне вполне хватило для того, чтобы сначала привыкнуть к новому логотипу, а затем безоговорочно принять его и по достоинству оценить. Не исключаю, что именно в этом и



заклучался «коварный замысел» московских коллег, устроителей конференции. Похоже, и впрямь трудно было найти лучшее место, время и повод, чтобы презентовать новый логотип.

Но если к тому, что на конференции будет много говорить о ребрендинге, я был готов с самого начала, то вручение нашей радиостанции второй год подряд диплома «Лучший региональный вещатель Авторадио» стало для меня очень приятным сюрпризом. Особенно если учесть, что и вещаю-то мы всего только те самые два года. Теперь редакцию укорачивают два диплома: один с прежним логотипом, второй – с новым. А «Авторадио – Петрозаводск» активно готовится к «сенатарским событиям» – празднованию двухлетия вещания в столице Карелии. Стоит ли говорить о том, что все предстоящие праздничные и промомероприятия – отличный повод представить петрозаводчанам новый визуальный образ любимой радиостанции!

Наталья Маркова, главный редактор «Авторадио – Санкт-Петербург»

Любые вопросы гораздо лучше решаются не по телефону, а при личной встрече. За общением, делом и не деловым, мы и ездим на конференции. И в общении в Турции было все в порядке.

Очень приятно было поведать знакомых. Интересно узнать, как выглядят те, с кем регулярно общаешься по работе, но



еще не встречался. Не буду лукавить, была очень рада получить диплом «Лучшего регионального вещателя Авторадио». Довезла его до нашего нового офиса в целостности и сохранности, порадовав своих коллег.

А вот привезенное из Турции вино, скажу честно, у нас раскритиковали, обозвали уксусом. Но это нормально, про турецкое вино всем все понятно. Зато какое у них мясо необычайно вкусное, только успевай за добавкой бежать! Словом, все очень понравилось, хоть и было в эти три дня жарковато. Правда, я теперь с большой опаской отношусь к предложениям «совершить небольшую морскую прогулку на теплоходе». Но надеюсь, что к следующей конференции это пройдет, потому как нам пообещали «другое море».

Регина Степаняк, главный редактор «Авторадио – Тихорецк»

Это мегапутешествие для меня оказалось во многом знакомым. А еще во всех отношениях первым. Просто мистика какая-то! Это моя первая поездка за рубеж. Затем, мой первый полет на самолете, первое знакомство с Турцией и Средиземным морем. В общем, всего и не перечислишь. Поэтому впечатлений осталось масса.

Итак, три дня с «Авторадио». Не в запаре на работе, как остальные 362 дня в году, а на море. Для себя их условно именую: день 1-й – на яхте; день 2-й – с пиратами; и день прощальный – с «Авторадио». Названия давала не специально, как-то так само собой получилось. И прижилось. Теперь коллеги, когда просят что-нибудь рассказать «из Турции», запрос формулируют четко по дням: «А расскажи-ка нам, Регина, про пиратский день». Я и вещаю. Снова и снова. Рассказываю о том, как колонна абorigineнов с факелами сопроводила нас на пляж, где передавала в руки заботливым барышням с алыми платками, кушаками и «наглазниками». Здесь же



нас наряжали, усаживали, угощали и, разумеется, развлекали. Фокусы, игры, танцы, огненное шоу, фейерверк – действия на любой вкус.

Или рассказываю тихорецким авторадийщикам о том, как в первый же «турецкий» день мы отправились в морское путешествие. Развлекались, купались, а потом дружно плакали от вдвое большей солиности Средиземного моря в сравнении с такими привычными черноморскими 17-ю промилле. А как только проплакали – сразу начали «зажигать». Вместе с «Музыкалкой», «Серебром», «Чили», Александром Маршалом и, разумеется, коллегами со всей матушки России.

Еще я вспоминаю о том, как меня мучила строгая авторадийская совесть, когда в наш третий и, увы, последний день я сбежала с последнего доклада и рывью отправилась по окрестным турецким лавочкам за сувенирами для коллег по цеху. Но из всех моих подарков тихорецких авторадийцев больше всего обводила обычная сложенная четверть салфетка. Почему? Просто именно на ней (ну, не оказалось под рукой блокнота!) три «Музыкалки International» оставили свои автографы и написали: «Авторадио – Тихорецк» с приветом и пожеланием удачи!»

Школьные каникулы наркоров

В конце июля в Воронеже прошел большой общероссийский слет народных корреспондентов «Авторадио». Он собрал более 80-ти участников со всей страны. Автомобилисты приехали крепить дружбу, а заодно вспомнили золотые школьные денки. О том, как это было, нам рассказали «семиклассники» из Москвы Эзра, Боярыня и Бешеный Хоттабыч.

Пятничным вечером 27-го июля наркоровы из разных городов вещания «Авторадио» съезжались в воронежский пансионат «Энергетик». Московский филиал прибыл в 0 часов 30 минут, успев по пути побрататься с гостеприимными представителями ППС. Встреча в «Энергетике» была теплой, даже жаркая: с праздничным ужином, с большой «Дискотекой 80-х». Однако слишком уж засиживаться наркоровы не стали – в 9 утра у них начи-

щий воронежского Первого автомобильного.

И вот 7-й «А» начал свое выступление. Строгие юмры с одобрением отметили стройность рядов и громкость исполнения песни. Остальные классы действовали в том же направлении. Особенно понравилась школьная общественности речёвка и девиз 7-го «В»: «Нет, халаяя нам не нужно! Мы приехали за дружбой!» А песню из мультфильма про бременских музыкантов вся школа исполнила хором.

Следующий урок – рисование. С завязанными глазами надо было написать название класса и изобразить всех учеников. «Юные художники» немедленно приступили к творчеству. Сколько было советов, шуток, смеха! Намеялись мы, наверное, на весь оставшийся год.

А солнце тем временем поднималось все выше и выше, но нас ожидал любимый предмет – «физкультура».

Желающих попрыгать через скакалку оказалось так много, что образовалась очередь. «Физкультурники», однако, не скушали: фотографировались с друзьями и валились на травке. Очень хотелось окунуться в водоем, но строгий директор никого не отпускал!

Но «кученки» поменяли место дислокации и оказались на берегу могучей реки Воронеж, где состоялся дружеский матч по волейболу. А затем все, наконец, дорвались до воды, и начались заплывы, ныряние, сбор и дарение кувшинки, а также фигурное кидание палочки в воду. Палочки с поразительной виртуозностью

доставлял на берег талантливый длиннорукий представитель «таксопарка».

В это время «работники школьной столовой» Тарас и Матильда начали отдавать первые команды «поваряткам».

После занятий группа школьниц отправилась на экскурсию по Воронежу. Вернувшись с прогулки, «семиклассники» шумно делились впечатлениями и хвалились сувенирами.



нались «занятия». Поэтому все дисциплинованно разошлись по отведенным домикам и легли спать.

Утро началось жеребьевкой, которая поделила всех прибывших наркоров на «учебные» классы – от 7-го «А» до 7-го «Е». В нашем классе собрались представители Москвы и Воронежа. В других – смешались москвичи, самарцы, тверчане, воронежцы, туляки и впервые приехавшие на слет наркоров представители курского Авторадиокулаба.

Пока шла распределение, немало разговоров было сказано. Не только новички куряне, но и многие продвинутые «старички» заворожено слушали наши истории о команде по мини-футболу, о турнире Автомобильной футбольной лиги. Мы поделились с друзьями нашими спортивными победами и неудачами, впечатлениями от других слетов, рассказали о добрых делах московского Клуба. Много было вопросов об автопробегах, завершившемся 9 мая на Поклонной горе – 2007 был посвящен победе в Великой Отечественной войне и 310-й годовщине со дня рождения ВМФ России. Организатором акции памяти стала общественная организация «Авторадиоклуб» при поддержке правительства Москвы и «Авторадио». За две недели участники пробега преодолели более 12-ти тысяч километров и посетили все 13 городов-героев на территории России, Беларуси и Украины.

Однако в Воронеже мы приехали не только для отдыха и общения, всех нас ожидала еще насыщенная «школьная» программа.

Директор «школы» Игорь Трубочников, широко известный среди «семиклассников» как Контролер, открыл «учебный год». И на первом же уроке было нам задание – придумать название класса, песню, речёвку и девиз. За подготовкой к зачету строго следили завучи: Матильда (Людмила Шевякова), Гонщик (Артур Проняев), Жаба (Ирина Никулина, сотрудник «Авторадио – Воронеж») и Андрей Литвинов, веду-



Но вот наступила вечерняя линейка, и строгий «директор» подвел итоги «учебного года» и rozdal заслуженные награды. При этом оказалось, что в изобразительном искусстве отличился буквально все «кученки», а исключительным талантом выразив свои «глубокие мысли» на полотне.

Лучшей наградой за усердную учебу, по мнению «кученников», стал потрясающе вкусный узбекский плов, приготовленный «работниками столовой». Ароматное блюдо, точно по волшебству, появилось сразу после подведения итогов.

На следующий день школа закрылась, и ученики начали потихоньку разбегаться по своим городам. Расставаться с «одноклассниками» было немного грустно. Но ушла мысль, что в следующем году мы обязательно снова встретимся на гостеприимной воронежской земле вокруг казана с фирменным пловом.

Новенький «Пежо» и удача в подарок

Третий год «Авторадио – Новосибирск» проводит совместно с сетью АЗС «Беркут» акцию, главным призом которой является новенький автомобиль. В этом году акция проходила под названием «Формула удачи». Стартовала она 2 мая, а финальный этап был приурочен к празднованию Дня города, 24 июня. Именно тогда город узнал имя счастливицы – обладателя новенького «Пежо-206».

Все участники акции внимательно слушали «Авторадио» и заправлялись на АЗС «Беркут». Попадание в финал обеспечивали три разноцветных купона,

которые вместе и составляли «формулу удачи».

Красный купон любой автовладелец мог выиграть каждое утро, приехав в определенное время на АЗС «Беркут» и приняв участие в конкурсе, проводимом ведущим «Авторадио». Правда, при этом надо было еще оказаться в числе первых трех участников – опоздавшие водители могли лишь с интересом наблюдать за происходящим. К слову сказать, никто из претендентов на купон не отказывался от веселого задания ведущих «Авторадио», будь то наддувание шариков, прыжки через скакалку или поедание лимонов во время.

Во второй половине дня по улицам Новосибирска мчалась серебристая «Волга» с флагом «Авторадио». Выездная команда Первого автомобильного останавливала машину, на заднем стекле которой красовался стикер акции, и одаривала ее владельца 10-ю литрами бензина. Ну а если у счастливица кроме стикера оказались еще и чеки от АЗС «Беркут» не менее чем на 30 литров со штампом акции, он получал в придачу к бензину «железный купон удачи». Зеленые купоны получали все участники, заправившиеся на 30 литров бензина на АЗС «Беркут».

Таким образом новосибирские автомобилисты собирали свою «формулу удачи», которая помогла некоторым из них выиграть призы от «Авторадио – Новосибирск», а самому удачливому принесла автомобиль «Пежо».

24 июня, в 114-й день рождения столицы Сибири, на площадке в центральной парке собралось огромное количество горожан. На сцене – новенький «Пежо», впечатляющее количество призов, зажигательные ведущие и четверка экспертов. В тиражную комиссию вошли директор сети АЗС

«Беркут» Михаил Сенчук, генеральный директор «Авторадио – Новосибирск» Виктор Буланкин, директор центрального городского парка Сергей Емельянов и подполковник милиции, начальник отделения пропаганды и безопасности движения ГИБДД Новосибирской области Елена Подзюбан.

После розыгрыша автохолдильника, магнитов, наборов инструментов, автомобильных аптечек, огнетушителей, настал главный момент акции.

– Стаценко Ирина Васильевна! – громко объявила ведущие, развернув вынутый из лототрона купон.

Эмоции победительницы невозможно передать словами: радость, слезы, волнение.

– Я очень переживаю, – призналась Ирина. – Вы не поверите, я предчувствовала победу! Когда мне вручили на завтрак первый купон, вдруг отчетливо представила эту картину: я стою у деревянной сцены, на ней девочка лет шестидесяти достает купон, и звучит моя фамилия!

Чтобы удача и дальше сопровождала Ирину, номер счастливого купона – 232 – станет теперь номером ее новенького авто. Такая сложилась у нашей акции традиция.



Гонки к пятилетию

Свое пятилетие «Авторадио – Нижний Новгород» отметило азартными гонками по улицам города. Скорость, конечно, имела значение, но главным все-таки было соблюдение ПДД. Самому быстрому и правильному водителю полагался от юбиляра заветный приз – 1000 литров бесплатного бензина.

Хорошее знание города, уверенность в собственных силах и соблюдение правил дорожного движения, по мнению представителей ГИБДД и участников «Формулы Авторадио», – это признаки настоящего автомобильного аса. Целый месяц новгородские водители сражались за звание чемпиона. Сначала отборочные туры, потом полуфинальные заезды и, наконец, суперфинал. Стартовав с площади Минина и Пожарского, участники «гонок по правилам» должны были преодолеть заданную дистанцию без нарушений ПДД. За действиями гонщиков с заднего сидения каждого автомобиля наблюдали опытные экс-

пион прошлого сезона «Формулы Авторадио», народный корреспондент Сергей Стулов, автоледи Наталья Фетисова или Владимир Содомовский, водитель с двадцатилетним стажем, – на старте предсказать было сложно.

Когда на финише показались десятая модель «жигулей» Наталья Фетисовой, у всех представительниц женского пола на площади перехватило дыхание. Неужели девушка сможет обойти трех сильных игроков-мужчин и стать чемпионкой? Да, именно единственная автоледи суперфинала показала лучший результат в решающем заезде. Свой путь она проехала с зачетным временем в 43 минуты. Удивительно, что и стартовала Наталья первой, под номером 43! Это число оказалось для участницы счастливым. Наталье торжественно вручили сертификат на 1000 литров бензина, и теперь она может ездить бесплатно почти целый год. Как призналась взволнованная автоледи, победа в авторадийных гонках была для нее полной неожиданностью – ведь, узнав, с кем ей придется столкнуться в финале, она свела свои шансы к минимуму.

Второе место в финальном заезде занял Алексей Яценко. Ему не повезло уже на старте: инспектор ГИБДД оштрафовал Алексея на 3 минуты за непристегнутый ремень. В результате чемпион прошлого года одолел дистанцию за 50 минут, отстав от Натальи на 7 минут. За второе место Алексею досталась шикарная магнитола. А сами гонки на приз «Авторадио – Нижний Новгород» и свое участие в них призера оценил так:

– В прошлом году я легко одержал победу, а в этот раз соперники оказались очень серьезными. Уровень гонок заметно вырос. Здорово подтянулись и девушки. В финале своими основными конкурентами я считал опытных мужчин, и вдруг победила девушка. В любом случае, большое спасибо «Авторадио» за подобные мероприятия! И не только за них. Регулярная информация о «пробках», например, позволяет избежать ненужной потери времени.



перты – инспекторы ГИБДД. Каждое нарушение фиксировалось на специальных бланках и оценивалось штрафными минутами. В полуфинальных заездах задача усложнилась. Водителям полагалось обязательно отменить на пит-стопах и только затем финишировать. При этом о расположенных пит-стопов участника сообщалось за 30 секунд до старта.

В юбилейной акции «Авторадио», посвященной безопасности на дорогах, участие приняли также известные люди города: директор департамента транспорта в Нижнем Новгороде Владимир Грибов, заместитель мэра города по социальным вопросам Татьяна Беспалова, 1-й заместитель ген. директора популярной нижегородской телекомпании «Волга» Сергей Лаптев и Михаил Фридман, генеральный директор «Авторадио – Нижний Новгород». «Звездный» заезд задумывался как показательный, и в общем зачете его итоги не учитывались.

«Авторадио – Нижний Новгород»



Лучшие результаты в показательном заезде продемонстрировал Михаил Фридман, допустивший в процессе гонки небольшое нарушение. Вторым стал Владимир Грибов, также не избежавший штрафных санкций от бдительного эксперта ГИБДД. И только Сергей Лаптев, прибывший к финишу с некоторым опозданием, оказался единственным, кто обошелся без нарушений правил.

Татьяна Беспалова, как оказалось, выбрала самый сложный маршрут. Она попала аж в три «пробки». С одной штрафной минутой, Татьяна Николаевна финишировала последней в «звездном» заезде. Правда, по словам самой гонщицы, она и не торопилась к финишу – просто хотела оценить дорожную ситуацию в городе.

1 августа, в день пятилетия «Авторадио – Нижний Новгород», состоялся долгожданный суперфинал. Старт и финиш находились в одном месте – на легендарной площади Минина и Пожарского. На пути к победе финалисты должны были преодолеть два пит-стопа – ТЦ «Скала» в П. Печерах и ГИБДД Приокского района. Главный приз – 1000 литров бензина, предоставленных компанией «Сибнефть-Нижний Новгород», ожидал одного из четырех участников. Но кто именно стал победителем: Алексей Яценко, чем-

Третье место в авторадийной «Формуле» досталось Сергею Стулову, народному корреспонденту «Авторадио». К сожалению, он получил больше всех штрафных минут, и общее время прохождения дистанции составило 58 минут 25 секунд. Призом для наркора стал сертификат на 5000 рублей в магазин автозапчастей. И, надо сказать, Сергей своим третьим местом был доволен:

– Третье место в подобном чемпионате – это здорово!

Четвертому участнику суперфинала, Владимиру Содомовскому, не повезло больше всех: на обратном пути он попал в жуткую «пробку» из-за аварии на пр. Гагарина. Его зачетное время – 59 минут 37 секунд. Владимир получил утешительный автомобильный приз – сабувер.

Надеясь, что участие в городских «гонках по правилам» принесло финалисту кроме победы и заслуженных призов еще и драгоценный опыт. Что наша «Формула Авторадио» станет формулой успеха для всех автомобилистов, ведь ее составляющими являются знание и умение, здоровый азарт и задорное настроение, а также огромная тяга к победе.

Дежурный по Кипру

Эфирная акция «Лето Авторадио» началась 28 мая. За пять игровых недель слушатели автомобильной волны получили 120 замечательных летних призов, среди которых были гаммаки, футбольные мячи, барбекю, скутеры, а главное – 10 путевок на Кипр от крупнейшего российского туроператора «Наталли Турс». Самые везучие участники акции отправились вместе со своими «вторыми половинками» в шикарную отель «Atlantica Miramar Beach». А там, помимо солнца и моря, их ожидала еще встреча с любимыми хитами 80-х и популярнейшими «звездами» российской эстрады.

На Кипре мы с женой оказались впервые. В египтах с турциями тоже до сих пор замечены не были. Поэтому решили сразу, не дожидаясь утра, выйти в город.

Нейл Армстронг, выходя из лунного модуля, наверное, испытывал примерно такое же волнение, что и мы, выходя из отеля во влажную душную темноту пригорода Лимассола. В тяжелом воздухе пахло пальмами, неизвестными пряностями и приключениями. Но ни пряностей, ни пальм, ни приключений особенно не хотелось – хотелось есть. Осторожно зашли в первую же попавшуюся на таверну: почему-то практически все рестораны на Кипре называются тавернами.

тайны-загадки. Такое ощущение, куда лопату ни воткни – везде можно откопать античную колонну или амфору с монетами. И все это на территории немого больше Москвы!

Это мог бы быть фантастический рай на земле. Однако, при ближайшем рассмотрении, райской оказалась только разница в цене на воду и вино. Литр обычной питьевой воды в отеле стоил два с половиной фунта, литр же обычного кипрского вина в ближайшем магазине – всего 65 центов. В остальном же, trotz разодранной турецко-кипрской границей остров пронизан духом какой-то послевоенной разрухи. Облезающая штукатурка старинных полуразрушенных домов в самом центре Лимассола, заколоченные окна, проржавевшие решетки, котлованы и непонятного назначения бетонные блоки. И особого рвения вытаскивать лопаты и откапывать античные колонны основная масса ленивых добродушных киприотов не испытывает.

Да ладно, колонны! Вы знаете, почему в море практически никто не купается? Почему даже туристы, приехав на остров, окруженный потрясающим Средиземным морем, плещутся в хлорированном бассейне? Из-за морской ежи! Если отойти от берега в море метров на двадцать и внимательно посмотреть под ноги, в прозрачной голубой воде с ужасом видишь камни, облепленные

жуткими, колючими, по слухам, ядовитыми морскими гадами. Говорят, наступивши на такого – учишь следующие пару месяцев прыгать на одной ноге. Так что редкого туриста можно увидеть здесь купающимся в море. В одном из таких смельчаков я узнал Владимира Маркина.



Серия зажигательных вечеров в стиле диско, организованных «Авторадио», стартовала на Кипре 15 июня, а завершится 28 сентября. На средиземноморском курорте уже выступили такие ведущие «Музыка International», Виктор Салтыков, Сергей Васюта и группа «Сладкий сон», Рома Жуков, Ваим Казаченко, Марина Хлебникова, Владимир Маркин, Сергей Беликов, Кай Метов, «Кар Мэн», Александр Барыкин. Ведут выездные «Дискотеки 80-х» лучшие диджеи «Авторадио», поочередно сменяя друг друга на боевом посту. Один из этих «дежурных» диджеев, Александр Лавров, который бывал там вместе с «Музыками», вернулся с «вахты», рассказал нам о том, что он увидел на кипрских берегах.

Четвертый час ночи. Кроме нас и сонного киприота в uniforme в холле легендарного «Atlantica Miramar Beach Hotel» никого не было. Захар только что закончил очередную «Дискотеку 80-х», мы же, с большим опозданием, только что появились в отеле: пришлось пять часов в Домодедово внимательно рассматривать добродушную морду 747-го «Боннинга» и гадать о причинах задержки рейса. Так что, кроме острого информационного, мы испытывали и обыкновенный человеческий голод.

– Столовая там, – устало махнул рукой Захар, – но она уже закрыта. Кухня, кстати, так себе. Бары на веранде, но они тоже закрыты. В общем, все откроется только утром.

– Так, может, пойдём на море? Пива выпьем, расскажем, как тут все!

У меня был душевный подъем только что прилетевшего туриста.

– Не-е-е! – Захар вмял окурок в массивную стеклянную пепельницу. – Мы сегодня рано утром едем на поющие фонтаны, так что надо поспать немного. Вы поедете на поющие фонтаны?

– Не знаю.

– Обязательно ежайте! – внезапно оживился он и посмотрел на нас сияющими диджейскими глазами. – Это что-то потрясающее!



– Hello! We'd like to have dinner here, – самоуверенно заявил я на хорошем американском английском подошедшей к нам официантке.

– Ну фуд, – на добротном украинском английском ответила та. – Онли бир.

– Do speak Russian, may be? – озадаченно уточнил я и посмотрел в светлые глаза барышни. В ее глазах застыла прохлада ростовских полей и добродушное кипрское непонимание.

– Ну рашин, – невозмутимо отвечала она. – Онли бир. Мэй би уи хэв салат. Ай вил аск.

Греческий салат оказался, в моем понимании, вовсе не греческим, но вполне съедобным. Пиво же было на удивление неплохим. Мы сидели одни в пустой таверне и не понимали, где же толпы расслабленных туристов. Туристов не было. Как рассказала официантка, жизнь здесь замирает в полночь. То ли жару тому виной, то ли бесконечная тея киприотов, то ли то, что со временем туристы становятся такими же ленивыми, как киприоты, однако после полуночи курортная жизнь на улицах города замирает, исчезают туристы и, как следствие, еда в ресторанах. Лимассол – не Сочи. Ночью в Лимассоле ни шумных праздничных толп не встретишь, ни громкой музыки на улицах не услышишь. Англичане, немцы и, как это ни парадоксально, русские исправно ложатся спать в полночь. Лишь кое-где на окраинах тусуются у своих праворуких «хонд» и «тойот» смуглая кипрская молодежь.

Вообще, на Кипре многое кажется парадоксальным. Да взять хотя бы сам Кипр, ведь это же не просто остров в море. Это колыбель мировых религий, место рождения Афродиты, Диониса, десятка прочих уважаемых богов. Апостолы, святые, замки, храмы, монастыри,

– А морских ежей не боитесь? – уточнил я у страдной «звезды», качающейся в форме морской звезды на поверхности Средиземного моря.

Тот с удивлением посмотрел на меня сквозь черные очки.

– А что, они тут есть?..

Вообще, надо сказать, что, пожалуй, самыми приятными впечатлениями от поездки на Кипр стали выступления наших «звезд» – мне выпали Марина Хлебникова и Владимир Маркин. «Звезды» «Авторадио» и «Дискотеки 80-х» выступили в «Atlantica Miramar Beach» каждую субботу, о чем свидетельствовали многочисленные красочные афиши, развешенные и расклеенные по всему отелю.

Признаюсь, не часто приходится работать в столь тесном контакте со столь именитыми персонами. Однако все было настолько просто и душевно, что очень быстро появилось ощущение, что я этих людей давным-давно знаю и, самое удивительное, они знают меня.

Лень киприотов на наших «звездах» никак не сказывалась. Марина Хлебникова отработала честно, «живую» и с полной отдачей. Захар, который в течение всего концерта выступал в роли звукорежиссера, не отрываясь, постоянно что-то настраивал на микшерном пульте и, утирая лоб, бормотал что-то вроде:

«Лето Авторадио» в разгаре

Танцевать естественно, просто и с большим удовольствием. И никаких вопросов у людей не возникало! «Комбинация», С. С. Catch, «Ласковый Май», «Modern Talking». А если бы вы только видели, с каким удовольствием и российской туристы, и местные киприоты отплясывали под заводной «Казачок» «Dschinghis Khan»!

Впрочем, самой любимой песней киприотов, бесспорно, была греческая народная «Disco Bouzouki», а бесспорным лидером народного хит-парада россиянкам осталась классическая ламбада. И даже невозмутимый бармен-эстонец Артур, виртуозно готовя очередной зеленый махито, пританцовывал под очередного Fanny.

Одним словом, вывод один: «Дискотека 80-х» – не только беспроигрышный радиозфир или феерический концерт в «Олимпийском». Это еще и море удовольствия на настоящей танцевальной площадке. В особенности, если прямо за стенами дискотеки во влажной жаркой кипрской темноте шестистит волнами самое настоящее море. Да-да, именно так. Море удовольствия на берегу Средиземного моря. Наверное, это и есть настоящее лето. Лето «Авторадио».

Юбилей с сюрпризом

В конце весны – начале лета «Авторадио – Самара» отмечало пятилетие рождения радиостанции, самарские авторадийщики устраивают для своих слушателей особенный сюрприз. На этот раз в центре праздничной акции оказались очаровательные участницы дорожного движения – самарские автоледи.

Ежедневно в течение двух недель мы абсолютно бесплатно направляли автомобили девушек на АЗС города, дарили милым автоледи сувениры и цветы. Это было только начало – на втором этапе разыгрывалось огромное количество подарков, участницы получали возможность посетить салоны красоты, центры коррекции фигуры, фитнес-клубы,

выбрать себе модный купальник в магазинах элитного женского белья.

Самое проведение розыгрыша было предельно простым. В любой момент диджей «Авторадио» мог позвонить одной из участниц первого этапа и попросить назвать последние три песни, звучавшие в эфире. И, надо сказать, все автоледи отлично справлялись с поставленной задачей.

Юбилейная акция «Авторадио – Самара» вызвала огромный резонанс в городе. Каждый день на АЗС, где мы направляли автомобили автоледи, царил настоящий столпотворение. Очень приятно было вновь увидеть слушательниц, которые ранее уже принимали участие в наших

«Авторадио – Самара»



акциях. Так, несколько раз к нам на zappravку приезжала обладательница желтого «Дуа Матиза», разыгранного в честь трехлетия «Авторадио» в Самаре. А на втором этапе акции, дабы не допустить ошибок, отвечая на вопросы диджея, девушки исправно записывали песни, звучащие в нашем эфире, просили об этом своих коллег и друзей, некоторые даже покупали переносные приемники – чтобы всегда быть вместе с «Авторадио».

В результате мы заправили 150 автомобилей, 50 автомобилистов получили ценные призы, а уж букеты, подаренные милым дамам, никто из нас не считал. С этими букетами, кстати, было связано немало курьезных моментов. По словам наших участниц, некоторые ревнивые супруги автомобилистов специально приезжали на место акции, чтобы убедиться в том, что цветы действительно от «Авторадио».

Вручение призов в финале прошло в самой торжественной обстановке, в одном из ресторанов города. Мы подготовили развлекательную программу, закупили море цветов и плюшевых игрушек. До момента встречи на авторадийном торжестве наши участницы не были знакомы друг с другом, и мы немного волновались: получится ли по-настоящему теплый праздник? Но уже минут через 15 минут после начала банкета между гостями завязалась оживленная беседа. Весь вечер в адрес «Авторадио» звучали тосты и поздравления. Дамы благодарили за отличный праздник, за внимание, оказанное женщинам за рулем. Разошлись все далеко за полночь.

Очень приятно сознавать, что праздник нам удался. Как «Авторадио – Самара» отметит свой день рождения в будущем году, пока не знаем и мы сами. Одно можем обещать твердо – это обязательно будет что-то особенное!

Костромские «бомбилы»

В июне этого года впервые в нашем городе с успехом прошла акция «Супербомбила 2007». Победителям азартных заездов, самому крутому костромскому «бомбилу», теперь долго не придется платить за бензин – это за него будет делать «Авторадио».

Анонс «Супербомбилы» зазвучал в эфире «Авторадио – Кострома» 3 июня. И сразу же на sms-номер радиостанции стали поступать заявки от желающих принять участие в конкурсе. Оказалось, что азартных автомобилистов в Костроме хоть отбавляла, да и главный приз – целый год бесплатной zappravки – будоражил воображение автомобильного населения. Многие костромские водители признавались, что и просто прокачаться за рулем автомобиля «Авторадио» – уже почетно и престижно. Красавец «Ford Focus» второй модели, украшенный логотипами акции и спонсоров, на протяжении двух недель до начала заездов колесил по улицам города, вызывая восторг у прохожих и зависть у конкурентов.

Все претенденты на звание «супербомбилы» проходили строгий отбор: возраст от 25-ти лет, водительский стаж не менее 5 лет, безупречная репутация в ГИБДД. Однако идеальных водителей, как показала проверка, отыскать не так просто: любят костромские быстрые езду. Поэтому было принято решение о допуске к участию в акции тех водителей, у кого за текущий год накопилось не более 6-ти «строгих» нарушений. Тут конвейер по отбору «бомбил» заработал на ускорение. Даже экс-мэр Костромы изъявил желание поучаствовать – и был принят в ряды участников вне конкурса.

Всего набралось 14 «бомбил», в том числе две автоледи. Перед участниками стояла задача: за 2 часа отведенного времени «набомбить» на дорогах Костромы как можно больше звонков монет. Оговаривать заранее стоимость поездки запрещалось. Автомобилисты должны были не только продемонстрировать мастерство вождения, но и блеснуть личным обаянием, понравиться

пассажиру и получить от него приличный гонорар.

Конкурсные заезды начались 18 июня. Первым отправился «бомбить» улицы Костромы водитель такси. Без рации ему удалось заработать всего 150 рублей, но этого хватило, чтобы закрепить за собой лидерство в погоне за главным призом – 2000 рублей. Рекорды «бомбежки» устанавливались ежедневно: 280, 300, 530, 600 руб. Простое правило: не удивляйся пассажира – не заработал денег, участника уяснили быстро. И каждый новый день акции приносил пассажирам авторадийного такси новые сюрпризы: конфеты, прохладительные напитки, веселые анекдоты, абонементы в солярий, а от бывшего мэра получились достались авторские книги с автографом экс-градоначальника.

В самый последний день, когда казалась, что заработать больше 811-ти рублей никому уже не удастся, участник Александр Замяткин превзошел все наши ожидания. Он «набомбил» на костромских дорогах 820 рублей и получил за свой рекорд обещанную «Авторадио» награду.

«Авторадио – Самара»



ДЕНЬ ГОРОДА В АВТОРАДИОГАЗЕТЕ

Связующая точка России

Начало Оренбургу было положено в 1743 году. Восемь лет центр губернии искал свое место на карте государства российского. Трижды столицу обширнейшей территории империи переносили на новое место, пока не выбрали оптимальную точку, связующую торговый Восток с мастеровым Уралом и Центральной Россией. От Волги до Сибири, от Камы до Каспийского моря были раскинуты владения губернии. Сегодня эта территория относится к Оренбургской, Челябинской, Екатеринбургской, Самарской областям, Башкортостану и Казахстану.

Оренбургский пуховый платок вдохновил композитора Григория Пономаренко на создание истин-



Строился Оренбург как город-крепость, опорный пункт линий крепостей по Яику, Самаре и Самару, охранявших юго-восточную границу России. Одновременно он должен был служить центром хозяйственно-экономического общения с народами востока, что, в первую очередь, предполагало торговлю. Поэтому жизнь города носила и военный, и торговый характер.

Приграничное положение Оренбурга, центра международной торговли со времени своего образования, наложило отпечаток на его судьбу. Наш город уникален тем, что вобрал в себя традиции и культуру Европы и Азии, сотни лет оттачивая навыки мирного развития и сотрудничества.

На протяжении всей истории города с ним были связаны имена многих выдающихся россиян. В Оренбурге творили композитор Василий Соловьев-Седой, поэт-песенник Алексей Фатьянов.

Имея замечательное прошлое, прекрасные традиции, непрерывную связь с мастерами мирового искусства, науки, материального производства, Оренбург преуспевает во всех сферах жизни. Сегодня это крупный индустриальный, административный и культурный центр с населением более полумиллиона человек. 27 мая 2001 года в Оренбурге на частоте 102.3 FM впервые зазвучали позывные Первого автомобильного радио.

Постоянные партнеры «Авторадио – Оренбург»

- Компания «Билайн»
- Компания «МТС»
- Компания «Мегафон»
- «Сбербанк»
- Меховой салон «Версави»
- Группа компаний «Евростиль»
- Сеть магазинов «Бытовая техника»
- Сеть мебельных магазинов «Столлит»
- Мебельные магазины «Офелия»
- Строительная компания «Лист»

100 подарков к юбилею

Для любимых радиослушателей нам не жалко ничего. Ну а в мае 2006-го, в честь первого юбилея «Авторадио – Оренбург» – пятилетия с начала вещания, мы устроили настоящий фейерверк призов. Пять подарков каждый день – стало нормой этого весеннего месяца.

неплохо. Буквально на второй день нашей праздничной акции офис стал заполняться ответными презентами. Автомобилей, вилл на Канарах и бриллиантовых колец, конечно, среди них не было. Но подарки от слушателей были нам дороги тем, что в каждом из них передавалась частичка души человека, его дарившего.

За двадцать дней юбилейной акции было разыграно 100 приятных сюрпризов. Огромные праздничные торты, романтические ужины в лучших ресторанах города, семейные походы в боулинг-центр и кино, микроволновки, плазменные телевизоры, мебельные гарнитуры и золотые украшения каждый день находили своих обладателей.



Для участия, а самое главное, для победы требовалось немного: внимательно слушать любимое «Авторадио» и первым дозвониться в эфир.

Кто-то, как семья Поповых, признавался в любви к «Авторадио» стихами:
«В машине, в бане, на работе, На даче, отдыхе, везде – Я с «Авторадио» на взлете, И на любимый я волне».

Кто-то дарил великолепные поделки, творения собственных рук. А кто-то радовал нас своими кулинарными талантами. Соленые грибочки, пирожки, беляши, торты, чак-чак и настоящее домашнее вино не переводились на нашем столе в обеденный перерыв даже через месяц после окончания акции.

За все подарки, за все внимание, теплоту и участие мы еще раз говорим спасибо всем нашим слушателям. «Авторадио» действительно объединяет! Проверено в Оренбурге.

О Р Е Н Б У Р Г

Визитная карточка



Частота вещания – 102.3 FM
Мощность передатчика – 500 Вт
Территория распространения сигнала – 100 км
Численность населения на территории вещания – 600 тысяч человек
Начало вещания – 27 мая 2001 г.

- Программы**
- «Народный хит»
 - «Новости»
 - «Народные пробки»
 - «Дела денежные»
 - «Автогороскоп»
 - «Труба зовет»
 - «Люди дела»

Коллектив радиостанции
Директор Раиса Кравченко
Начальник коммерческой службы Александр Янкин
Программный директор, ведущий музыкального эфира Михаил Леонтьев

Технический директор Виталий Кузьмин
Редактор службы информации, ведущая новостей Светлана Рычина
Ведущий музыкального эфира Алексей Власов
Звукоорежиссер Валерий Злобин
Операторы эфира: Владимир Пономарев, Александр Жуков, Дмитрий Кузьмин
Бухгалтер: Наталья Нестерова, Светлана Полякова
Менеджеры: Дмитрий Кокорев, Ирина Кеменева, Татьяна Гелан

Пять лет в одном составе

Чтобы любое дело спорилось – необходима команда. Сообщество людей, объединенных одной целью, готовых все свои знания, умения, душу отдать любимой работе. И большая удача, если такие люди собираются в одном месте в одно время.

Нам в этом смысле действительно повезло. Вот уже пять лет, практически без изменений в составе, каждый день бок о бок мы делаем «Авторадио» в Оренбурге.

Радио невозможно без лицензий, передатчиков, компьютеров и так далее, далее, далее. Всего не перечислишь, и разобраться во всем этом нелегкая задача. Но есть в нашей команде человек, чувствующий себя в подобных вопросах, как рыба в воде. Виталий Кузьмин, технический директор. Скромный, умный и безотказный. К нему обращаются с самыми разными вопросами, от «куда пропал сигнал?» до «зачем кулер когда-нибудь начнет нормально работать?», и он находит решение любой проблемы.

Эфирная служба радиостанции начинается со звукорежиссера Валеры Злобина. Вопреки своей фамилии, Валера очень добрый и покладистый человек. Настоящий мастер своего дела. Добрая половина рекламных роликов, крутящихся в оренбургском радиоэфире, – его рук дело.

Ведущие музыкального эфира «Авторадио – Оренбург» Алексей

Дима Кокорев – люди, о которых конкуренты слагают завистливые легенды. Не просто менеджеры по продажам, а настоящие друзья, советчики, консультанты для своих клиентов. Авторитетности и творческий подход к своей работе позволяют коммерческой службе «Авторадио – Оренбург» привлекать все больше и больше рекламодателей. И, наконец, человек, который когда-то собрал нас всех вместе, объединил и заразил авторадоманией – наш директор Раиса Кравченко. Хотя директор – слишком сухо и официально. Наша мама. Без шуток, на полном серьезе. Раиса Афанасьевна проживает вместе с нами не только профессионально, а просто всю свою жизнь. Не бывает минуты, когда дверь ее кабинета закрыта для нас, наших проблем, вопросов, горестей и радостей.

Именно с приходом Раисы Кравченко на «Авторадио» связан взлет популярности и народной любви к авторадийной волне в Оренбурге. Став в 2002 году директором, она смогла, казалось бы, невозможное – превратить небольшую и в то время убыточную компанию в одну из



Власов и Михаил Леонтьев. Их профессиональное и жизненное кредо – оптимизм и хорошее настроение в любое время суток.

Редактор службы информации и одновременно ведущая новостей – Светлана Рычина. Студентка, отличница и просто красавица. Тот редкий случай, когда человек тут же вливается в коллектив. После всего полугодия совместной работы ощущение, что она всегда была с нами. Пожалуй, главные лица нашей команды – сотрудники коммерче-

мобильной волне в Оренбурге. Став в 2002 году директором, она смогла, казалось бы, невозможное – превратить небольшую и в то время убыточную компанию в одну из

мощнейших и популярнейших радиостанций нашего города, в станцию, приносящую прибыль. Последнее, кстати, было, по ее собственным словам, самым трудным, но и самым ценным, что удалось сделать. На вопрос же о том, какой момент в авторадийной истории был самым приятным, наш директор всегда отвечает так: «Все только начинается, и все еще впереди!»



Солдатская каша и танцы на снегу

февраля на набережной реки Урал, в любимом месте отдыха оренбуржцев, благодаря стараниям офицеров и курсантов Оренбургского зенитно-ракетного училища, развернулась самая настоящая полевая кухня.

Несмотря на, прямо скажем, неслыханный мороз – градусник в тот день показывал минус 25, пессимистический прогноз относительно количества желающих отведать солдатской пищи не суждено было сбываться. Порции гречки с тушенкой и горячий чай расходились на ура.

Вспомним, как 23 февраля 2007 года Оренбург поддержал всероссийскую акцию «Полевая кухня «Авторадио».

Несмотря на кажущуюся простоту акции: сварил кашу и угощай всех подряд, – на деле необходимо было предусмотреть массу мелочей, правильно выбрать место установки полевой кухни, договориться с воинской частью, а главное – угадать количество необходимых продуктов. Ведь не оставлять же кого-то без порции вкусной армейской каши!

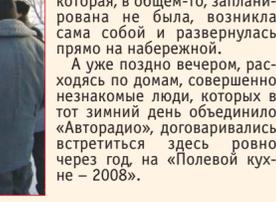
Как говорят в армии, с поставленными задачами мы справились на «отлично». И 23

За неполных два часа было наготовлено около 400 человек, пришедших не только отпраздновать вместе с любимым радио День защитника Отечества, но и отдохнуть на свежем воздухе, да и потанцевать на снегу под музыку «Авторадио». Дискотека, которая, в общем-то, запланирована не была, возникла сама собой и развернулась прямо на набережной.

Вечером в 17.00 наша дискотека открыла свои двери для всех желающих вновь окунуться в эпоху восьмидесятых и от души потанцевать под мелодии и ритмы диско. Каждый пришедший на праздник сразу попал в незабываемую атмосферу тех лет, когда все мы жили в одной большой и дружной стране. Даже советские деньги на один вечер вернули свою ценность. Гости дискотеки могли

Венчал незабываемый праздник двухчасовой концерт Светланы Разиной, который по накалу и драйву превзошел абсолютно все ожидания. «Новый герой», «Видео», «Музыка нас связала» – на одном дыхании, всей огромной толпой, исполнялись знаменитые хиты. В самом финале, на последних нотах, в небо грянул великолепный салют, который и завершил наш первый фестиваль.

К слову сказать, та первая дискотека настолько пришлась по вкусу оренбуржцам, что очень скоро получила свое продолжение, но уже в зимнем варианте. Спустя полгода, в помещении того же ночного клуба «Гараж» состоялась «Дискотека 80-х. Зимняя версия». Была она столь многочисленной (клуб 700 мест, но не менее веселой, зажигательной и душевной.



Летопись славных дел

Шесть лет в оренбургском эфире на частоте 102.3 FM звучит Первое автомобильное радио. За эти годы нашу волну хорошо узнали и полюбили не только автомобилисты, но и все, кто ценит качественную музыку и всегда позитивный настрой.

станции приняли участие в уникальном автопробеге «Авторадио» Владивосток – Москва. А 5 июня 2004 года «Авторадио – Оренбург» под открытым небом провело первый в городе фестиваль «Дискотека 80-х». Мероприятие прошло с гипертантрагом. О нем до сих пор слагают легенды. А те, кому не довелось побывать на этом грандиозном шоу, завидуют счастливицам.



На протяжении всех шести лет достижения «Авторадио – Оренбург» регулярно отмечались и высоко оценивались на различных конкурсах и фестивалях. Работы нашей продакшн-студии становились лауреатами и призерами фестивалей малобюджетной рекламы «Идеи», Московского международного фестиваля рекламы, Национальной премии в области рекламы «Профи». Три года подряд станция признавалась победителем областной премии «Серебряный шар» в номинациях «Лучшее СМИ», «Лучший промопроект на радио» и «Лучший проект в сфере медиабизнеса». А ведущий музыкального эфира Михаил Леонтьев в марте 2006 года стал лучшим ведущим сети «Авторадио» в России.

Безусловным свидетельством успеха «Авторадио – Оренбург» является стремительный выход радиостанции на лидирующие позиции в городе. Мы признанные лидеры и во всем, что касается внеэфирных промопроект.

Акции с розыгрышем автомобиля вошли в традицию на нашей радиостанции. Осенью 2002 года в рамках проекта «9 с половиной недель» среди слушателей автомобильной волны был разыгран новенький «Дэу Матиз». Спустя полгода, весной 2003-го, стартовал проект «Восьмерка», главным призом которого стал автомобиль ВАЗ 2108. А осенью того же года в рамках акции «Звездный автомобиль» слушатели «Авторадио – Оренбург» смогли принять участие в розыгрыше еще одного авто: ВАЗ 2114 был вручен победителю на концерте Александры Ивановой и группы «Рондо», организованном специально по этому поводу.

В октябре 2004-го – самые активные народные корреспонденты Оренбурга вместе с представителями коллектива радио-

группы «Рондо», организованном специально по этому поводу. В октябре 2004-го – самые активные народные корреспонденты Оренбурга вместе с представителями коллектива радио-

Успех «Авторадио – Оренбург» – это успех людей, которые его делают. Всей нашей командой единомышленников и профессионалов, для которых радио – любимая работа, а «Авторадио» – судьба.

Успех «Авторадио – Оренбург» – это успех людей, которые его делают. Всей нашей командой единомышленников и профессионалов, для которых радио – любимая работа, а «Авторадио» – судьба.

Диско-80 в «Гараже»

5 июня 2004 года на территории ночного клуба «Гараж» состоялась первая в Оренбурге «Дискотека 80-х». Это сейчас город изоблаван различными мероприятиями и концертами под открытым небом. А тогда такие шоу были еще в новинку, и фестиваль «Авторадио» стал настоящим событием для Оренбурга.

приобрести на старые дензнаки пиво и прохладительные напитки, подкрепиться «классическими» блюдами из меню советских забегаловок – беляшами, чебуреками, мороженым за 15 копеек. А потом принять участие в конкурсе «Мода 80-х» и других веселых затеях, организованных авторадийцами.

Подготовка к столь масштабному мероприятию началась за три месяца до концерта и заняла все

Всех дискотечных чудес и не перечислишь. Но главное действо происходило все-таки на сцене. Час спустя час после открытия фестиваля прозвучал гимн «Дискотеки 80-х» и началось то, ради чего и собрался в этом месте более шести тысяч человек. Один концертный номер сменял другой.



Танцы, песни, всевозможные конкурсы с вполне современными призами и подарками, аукционы и, конечно же, сюрпризы и презенты в адрес «Авторадио – Оренбург». Ведь нам тогда исполнилось три года.

рабочее, да и личное, время авторадийцев. Но, поверьте, это того стоило.

В шестичасовую программу музыкального фестиваля вошли лучшие номера самых известных и популярных оренбургских вокальных и танцевальных коллективов. А «воздем» шоу мы решили сделать выступлением экс-солистки группы «Мираж» Светланы Разиной.

В назначенный день ровно в 17.00 наша дискотека открыла свои двери для всех желающих вновь окунуться в эпоху восьмидесятых и от души потанцевать под мелодии и ритмы диско. Каждый пришедший на праздник сразу попал в незабываемую атмосферу тех лет, когда все мы жили в одной большой и дружной стране. Даже советские деньги на один вечер вернули свою ценность. Гости дискотеки могли

Венчал незабываемый праздник двухчасовой концерт Светланы Разиной, который по накалу и драйву превзошел абсолютно все ожидания. «Новый герой», «Видео», «Музыка нас связала» – на одном дыхании, всей огромной толпой, исполнялись знаменитые хиты. В самом финале, на последних нотах, в небо грянул великолепный салют, который и завершил наш первый фестиваль.