

Через мовлення в зоні АТО ми регулярно отримуємо погрози

•

«Але разом із цим читаємо й інше: “Тільки завдяки “Радіо 24” тримаємо зв’язок із реальністю», – розповідає програмний директор про відгуки слухачів з Донбасу. Як розвивається мережа «Радіо 24», чи є вона прибутковою, як формує свій контент – в інтерв’ю з Мартою Більською

За останній рік «Радіо 24» приєдналося до «Радіокомітету» і взяло курс на розширення мережі. Радіостанція розпочала мовлення в [Кіровограді](#), [Харкові](#) та [Полтаві](#). А також [придбала](#) черкаську компанію «Агенція відеорішень», що раніше мовила з позивним «Радіо Че». На черзі - відновлення мовлення в Дніпропетровську.

Своєю найсильнішою рисою радіостанція вважає потужний інформаційний блок, адже вона є складовою медіахолдингу «Люкс» (новинний канал «24», «Люкс ФМ» і сайти 24tv.ua та zaxid.net). Така конвергенція та мережа кореспондентів по всій Україні дозволяє «Радіо 24» оперативно отримувати інформацію, а для деяких регіонів (приміром, для Запоріжжя, Луганщини й Донеччини) - готувати окремі програми та випуски новин. Чи не найважче дається мовити в зоні АТО, де «Радіо 24» готує спільні новини з «Громадським радіо».

Втім, окрім розширення ефірної мережі активно триває й експансія в інтернеті. Зокрема, на платформі сайту «Радіо 24» вже працюють потоки Dance24, Rock24, ChillOut24, Fresh24 і «Україна 24». А вже в жовтні запланований старт Jazz24 s Classik24. Назви станцій самі говорять про їхній формат.

Про все це в інтерв’ю «Телекритиці» розповіла програмний директор «Радіо 24» Марта Більська.

- 2015-й став для «Радіо 24» роком стрімкого розширення мережі. Які особливості мовлення радіостанції в нових регіонах? Чи плануєте ви змінювати програмний продукт для цих міст?

- Як не дивно, але в людей, котрі живуть у різних містах і областях, спільного значно більше, ніж того, що їх різнить. Так, різні діалекти, різні смакові вподобання й рецепти приготування борщу, але фундаментальні основи - скрізь однакові: всі хочуть комфортно жити, добре заробляти, весело відпочивати й берегти свою сім'ю від війни. Тому окремо створювати спеціальні програми для кожного окремого міста ми поки що не плануємо - для цього існують регіональні радіостанції, і це їхня ніша, їхній хліб. Завдання такої мережевої радіостанції, як «Радіо 24», - об'єднувати країну. В даному випадку - спільним ефіром, спільними ідеями.

- І взагалі наскільки відрізняється сітка мовлення радіостанцій у різних містах? Чи робити ви локальні проекти або новини для різних регіонів?

- Сітка мовлення єдина й цілісна - музика й новини кожні 15 хвилин. Так, у нас є своя мережа кореспондентів, тому з кожного міста ми оперативно отримуємо інформацію безпосередньо з місця події. Також, нагадаю, «Радіо 24» - це одна зі складових медіахолдингу «Люкс», куди, зокрема, входить і телеканал новин «24», й «Радіо Люкс», і сайти 24tv.ua та zaxid.net. У нашому випадку конвергенція

має великий потенціал і зручність у роботі: всі кореспонденти задіяні, кожен може «включитись» у створення найважливіших фактів на всіх наших медіа.

Так, мати справжню службу інформації на радіо - дороге задоволення, але в нашому випадку над створенням новин для «Радіо 24» фактично працюють близько 90 (!) журналістів і редакторів у всіх регіонах країни! Жодна інша радіостанція не може собі такого дозволити. А все завдяки згаданій раніше конвергенції - всі інформаційні медіа в холдингу працюють у взаємодії. Я пишаюся тим, що «Радіо 24» має найкращі інформаційні випуски серед усіх музичних радіостанцій України.

Щодо окремих програм, проектів, випусків новин, то вони окремо готуються в деяких містах, як-от у Запоріжжі, на Луганщині й Донеччині. Але, звісно, найпомітніше це в Києві - столиця потребує нашої окремої уваги :)

- Чи подаватиметеся ви на інші конкурси Нацради? Які подальші плани щодо розширення мережі?

- Досвід показує, що такими планами не варто ділитися :) Так, є ще багато міст, де б ми хотіли звучати і де на нас чекають. Будемо працювати над розширенням!

- Чи продовжує радіо мовити в Донецькій області? В яких саме містах ви мовите? Якою є сітка мовлення для цих областей? І, на вашу думку, яким чином варто подати інформацію для східних областей, щоб вона сприймалася місцевими мешканцями?

- Так, ми пишаємося тим, що саме нам надали право вести мовлення для слухачів у зоні АТО. Сигнал [поширюється](#) на частоті 103,1 FM із Костянтинівки Донецької області. Причому зробили ми таке включення «не для галочки», а так, щоби справді було добре чути на всю територію АТО і в окупованих Горлівці й Донецьку: потужний 5 кВт передавач працює через спрямовану на ці міста антену. З нами в тісній співпраці - «Громадське радіо», яке робить спеціально для Донбасу 12 випусків новин на день - окремі випуски новин, які виходять для слухачів зони АТО, називаються [«Хроніки Донбасса»](#), і в них якомога повніша інформація, яка може допомогти нашим слухачам зорієнтуватися в ситуації. Редактор цієї служби новин - досвідчений журналіст Сергій Коркушко. З ним щодня співпрацюють до шести журналістів - як ведучі новин, так і репортери.

- Чому тимчасово припинено мовлення радіостанції в Дніпропетровську (згідно з картою покриття на сайті радіостанції)?

- Мовлення в Дніпропетровську вели у співпраці з холдингом УМХ до його продажу Курченку. Пізніше вони припинили співпрацю з нами. Зараз готуємося відновити мовлення в Дніпропетровську, але не буду забігати наперед, дізнаєтеся про все згодом.

- Чи продовжуєте співпрацю з «Громадським радіо»?

- Так, саме в співпраці з нашими колегами з «Громадського» ми й створюємо випуски новин, які, паралельно із загальномережевими, виходять на території АТО. Це дуже важлива місія. І величезна відповідальність. Ми регулярно отримуємо погрози на зразок: «Вот подождите, мы как к вам придем, то первым делом "Радио 24" сотрем с земли!». Але разом із цим і читаємо інше: «Друзі, дякуємо, знайшли вас, слухаємо, тільки завдяки "Радіо 24" тримаємо зв'язок із реальністю. Слава Україні!».



- Концепт «Радіо 24» - інформація плюс музика. При цьому інформація на першому місці. Ви вже тривалий час в ефірі; наскільки виправданим, за вашими оцінками, був обраний формат?

- Повністю виправданий. Ця ніша була в Україні незаповнена. Ідеальний варіант для активних чоловіків, які не мають часу на зайве - лише найважливіші факти з найважливіших для чоловіків галузей життя. Адже час - це тепер найдорожче :) - ваш, мій, слухачів... До речі, новий слоган «Радіо 24» - «Найкраща музика і факти. Для чоловіків!»

- Чи потребує зараз цей формат оновлення?

- Як ви розумієте з попередньої відповіді - ні. Оновлюється музична база. Оновлюється «обшивка» радіо - джінгли, віспери, лайнери. Можна оновлювати, чи радше, доповнювати, новини світлими ідеями та журналістами. Формат - це наша особливість на ринку України. В ефірі лише те, що гарантовано цікаво і сподобається чоловікам віком 35 плюс-мінус 10 років.

- Чи бачите ви перспективу в доповненні музичної складової елементами розмовного радіо?

- Поки - ні. Не так багато є гостей, які будуть цікаві для довгої розмови в ефірі. І не так багато часу, щоб відмовлятися від улюбленої музики, заради якої ти так любиш вмикати «Радіо 24» у своєму приймачі. Ми відходимо від таких правил тільки у вирішальні для країни дні - революція, загострення військових дій. Але навіть у такі моменти залишаємося максимально лаконічними. Адже дуже поважаємо нашого слухача і вважаємо, що оцінки й висновки від має робити сам, спираючись на наші достовірні факти.

- Наскільки успішним бізнес-проектом є зараз «Радіо 24»? І загалом у нинішній ситуації падіння рекламного ринку чи є у радіостанції можливість заробляти?

- Можливості є завжди. І падіння ринку стимулює розвиватися, бути сміливішим в ідеях, у тому числі щодо технологій продаж. Це й крос-каналні (телебачення, радіо, інтернет) розміщення, й багато іншого. «Радіо 24» є успішним бізнес-проектом. А головне - прибутковим.

- Хто наразі є основним конкурентом радіостанції?

- Прямих конкурентів немає, оскільки в галузі інформаційно-музичній ми чи не єдині з мережевих радіостанцій. Стосовно музичного наповнення... «Радіо Рокс» і «Авторадіо». Але в них зовсім інші завдання, зовсім інша місія. Ми радше конкуруємо з новинними порталами чи так званими «чоловічими виданнями». Та ми завжди маємо головний козир - швидкість. Так швидко новину не подасть ніхто - ані інтернет-видання, ані телебачення, бо для прямого включення на радіо не витрачається час на пошук вдалої картини в кадрі чи клавіатури для написання тексту.

А символічно кажучи, ми конкуруємо з актуальністю вимог часу. Бо потрібно весь час відстежувати, як саме змінюється потреба в новинах у слухачів, якої саме форми подачі вони потребують.

- На якого слухача ви орієнтуєтесь?

- «Ядро» аудиторії - чоловіки 28-45, які мають активну життєву позицію, цікаву роботу й амбітні плани. Хоча... я особисто знаю чимало жінок, які почуваються так само :)

- Які оновлення чекають радіостанцію в новому сезоні?

- Новий сезон - осінь 2015-го - вже настав. Ми додали ще більше улюбленої серед чоловіків рок-музики. Запросили на роботу нових - сміливих і талановитих - журналістів. А також першими в Україні починаємо розіграш нового iPhone 6S, який щойно був представлений у США. Нам подобається, коли наші слухачі стають першими й отримують від життя щось особливе першими. Чи не це найсолодше відчуття справжнього чоловіка?

- Які нові проекти ви запускаєте? Чи продовжите програми для військових в зоні АТО?

- Серед нового - запуск низки інтернет-радіо на платформі сайту «Радіо 24». Ще ніколи інтернет-радіо не готувалися з такою ретельністю: кожен нішеву станцію ми готували так, як готуються національні ефірні ефемки - з попередніми музичними дослідженнями, розробкою концепції, написанням авторського звукового логотипу й повним пакетом джінглів... Уже зараз онлайн працюють Dance24, Rock24, ChillOut24, Fresh24 і «Україна 24». Ви можете обрати свій улюблений стиль і слухати їх

у чудовій якості. А вже в жовтні заплановано старт Jazz24 і Classik24. Назви станцій самі говорять про їхній формат.

Щодо проектів для військових у зоні АТО, то ми не лише продовжуємо, але навіть збільшуємо спеціальний проект [«Привіт на Схід»](#), оскільки отримуємо багато листів і есемес-повідомлень. Відтепер програма йтиме у зручніший для воїнів АТО час - із 20:15 аж до 21:30.

- Чи бачите ви перспективи для радіомовлення в цифрі?

- Бачу, але ще не цього року.

- «Радіо 24», як, власне, й весь холдинг «Люкс», активно розвиває мультимедійні платформи.

Як, за вашими даними, змінюється слухання радіостанції через інтернет?

- Ця тема вже не нова :) Була, є і буде велика частка аудиторії, яка слухає радіо онлайн. Зазвичай це молоді люди й офісні працівники. Саме тому «Радіо 24» давно є онлайн - ми доступні на всіх можливих цифрових носіях - комп'ютерах, планшетах, смартфонах. Ми в усіх соцмережах, ми всюди - де і як кому зручно читати й слухати. Але це той самий бренд - «24» - це ті ж самі цінності: найкраща музика, яку люблять чоловіки, і найважливіші для чоловіків факти. Якщо ж вам цікаво, яку з нішевих інтернет-радіостанцій слухають зараз найбільше, то відповідаю - «Україна 24». Зайдіть, послухайте теж!

- Як 3G вплинув на кількість ваших слухачів?

- Реально таких результатів ще ніхто не має, адже процес переходу на 3G ще триває. Побачимо, логічно передбачити, що це збільшить прослуховування через інтернет. Але завжди будуть люди, які виберуть магію ефіру через радіохвилі - і в Україні, і в усьому світі.

- В контексті цих змін чи бачите ви перспективи для гібридного радіо в Україні? Чи це ще не на часі?

- Всі традиційні медіа зараз гібридні: й ефір, і цифра. Ми будемо всюди, з подальшим повним переходом на цифру. Але не цього року. І не наступного, мабуть :) Головне - не проґавити момент стати першими в цьому. Бренд «24» любить робити щось першим.

- Що ви самі слухаєте? На які радійні тренди у світі ви звертаєте увагу?

- Мій музичний смак, чи смак нашого музичного редактора Михайла Безпалька, не може впливати на радіо. Наш смак не має значення - вирішальним є смак слухачів і їхні потреби. Ми лише можемо дозволити собі пропонувати щось та скеровувати. А для того, щоб робити це фахово, аналізуємо й відстеджуємо всі радійні тренди світу. Та це окрема велика тема, оскільки слухач кожної країни світу - інший, інші потреби радіоринку тощо.

- Чи задоволені ви конкурсом [«Український формат»](#)? Які пісні фіналістів і надалі залишаться в ротатії радіостанції? Наскільки, на вашу думку, радіо сприяє розкриттю артистів?

- Усі фіналісти залишилися. Але для цього нам не потрібно було чекати на конкурс - «Радіо 24» має в ефірі передбачені законом 50 % українського продукту :) Та й самі ми завжди були свідомі того, що без якісної української музики неможливо зробити якісну українську радіомережу. Вже не перший рік в ефірі «Радіо 24» звучав проект «24 хвилини лише української музики» - тричі на день ми пропонували посмакувати вибраним вітчизняним. Підкреслюю, місія «Радіо 24» дуже відповідальна.

- Яка музика зараз втрачає популярність, а яка - навпаки?

- Музичні дослідження, якими щоденно займається окремий відділ нашої компанії, демонструють певну консервативність у музичних смаках українців: ми все ще любимо музику 80-х і 90-х, ми все ще обережні з новими стилями і, на жаль, усе ще тяжіємо до російської поп-музики, хоча вголос говоримо про любов до української. Скільки б нового не з'являлося, Стінг, «Аеросміт», «Скорпіонз», «Океан Ельзи» і «Скрябін» завжди будуть у п'ятірці лідерів. Хоча слід визнати, що цього року ми можемо казати про збільшення зацікавленості до українських груп. Це новий тренд: любити українське сьогодні модно :)

- І які тенденції ви бачите в розвитку сучасної української музики?

- Є три «дороги»: групи, які все ще копіюють московську сцену, бо такий шлях найкомерційніший. Але - найнедалекоглядніший, оскільки жодна з таких композицій не тримається в пам'яті довше кількох місяців, хоча легко і швидко стає популярною.

Друга: групи, які копіюють модні європейські тенденції. Це більш перспективний шлях, який дає добру школу і досвід робити якісне й модне. І є всі шанси «вистрілити» потім зі своїм власним на базі перевіреного.

І третя: групи, що базують свою музику на сучасному етнозвучанні. Вони створюють справжню яскраву Сучасну Українську Музику, яка посідає окреме місце і яка вирізняє нас серед загальної маси світової музичної індустрії. Вона відчуває трендові ритми й модне аранжування, але тримає зв'язок із нашою ментальністю і бажанням чути сильні тексти і глибокі мотиви. Тут головне не втратити відчуття потреби часу, бо надто довго сидіти на «мотивах минулого» теж небезпечно. Можна проґавити майбутнє!

Фото надано Мартою Більською