

Радиостанция «Диполь FM»

Радиостанция, которую по праву принято считать первопроходцем музыкальных эфиров Тюмени, обновила свои позывные 1 июня 2006 года. Без предварительных «раскачек, тестовых и технических эфиров» — единовременно, с подготовленной программной сеткой, коллективом опытных ведущих и редакторов, «Диполь FM» вышла в эфир на освоенной частоте. Одновременно стартовала впечатляющая рекламная кампания под девизом «Иногда

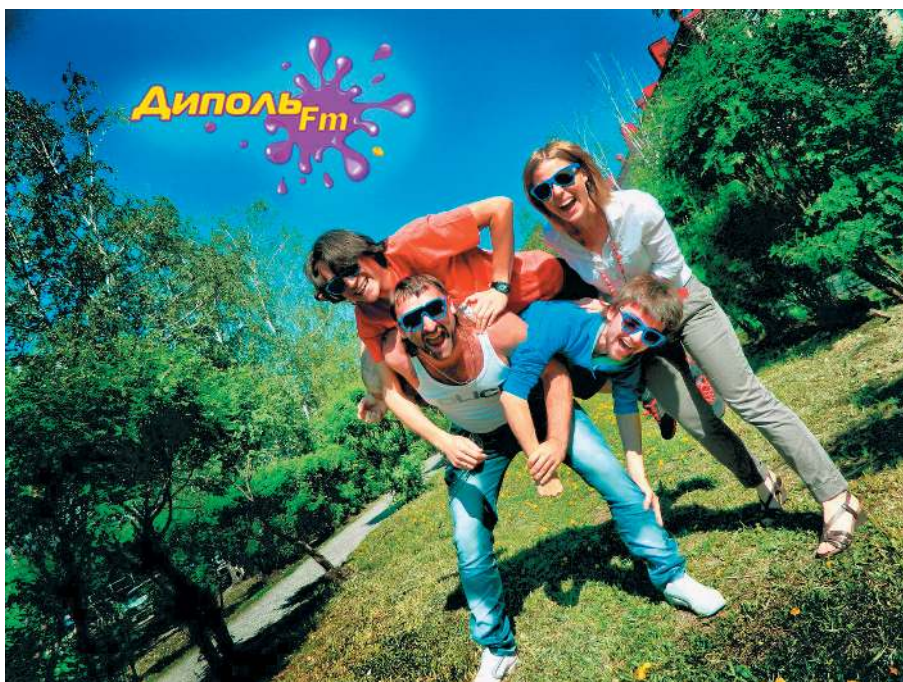
они возвращаются... Легенды эфира». Безусловно, в рамках этой концепции начал разворачиваться и музыкальный формат вновь создаваемого радио. В основе вещания лучшие хиты 80-х, диско-классика, итальянская эстрада и недостающие хиты популярных стилей.

Казалось бы, что нового? Слоган «В ритме города!» частично ответит на этот вопрос. Динамика звучания, соответствие радиоведущих предложенному



настроению быстро нашли своего преданного слушателя. А решения в части «нового звучания» золотого фонда радиостанции делают «Диполь FM» узнаваемым и популярным. Огромный объем предварительно проделанной работы по подготовке музыкальных мини-сетов, поиску свежих ремейков и кавер-версий знакомых и любимых песен, многие из которых были записаны специально по заказу радиостанции, позволили говорить о новом звучании «Золотого фонда», что делает радиостанцию узнаваемой и популярной.

16 октября 2006 г. в истории «Диполь FM» появилась новая отметка — старт утреннего шоу «Контора». Практически отдельная строка в истории радиостанции, которая пишется до сих пор. В основе программы — жизнь «рядового офиса» в режиме реального времени, но со всеми неурядицами, которые могут происходить с необычными радиоведущими



Утреннее шоу «Контора»

ми. Проще говоря – «Первое реалити-шоу на тюменском радио!» Программа работала двумя бригадами – выездной и студийной. Осуществлялась постоянная связь с «Диполь-мобилем» (фирменный автомобиль, забрендированный в стиле радиостанции), который активно работал на местах и стал одним из самых узнаваемых автомобилей города. Бессменным директором утреннего шоу «Контора» стал радиоведущий Роман Ильич.

В 2008 году музыкальная концепция «Диполь FM» вбирает в себя хиты 90-х в стиле евро-дэнс, музыку итало-диско и NRJ. Начинается новый виток звучания радиостанции под девизом «Евро-дэнс хит радио!» Это стало естественным

продолжением выбранного вектора звучания. Начинается долгое и плодотворное сотрудничество с французским радиоведущим, ди-джем, саундпродюсером, продакшн-менеджером Yan Harris. Самый русский среди французских, как впоследствии стали его называть, начинает производство цикла программ для «Диполь FM».

В том же году вечерний проект «Посторонним Ж» начинает своё существование. «Посторонним Ж» – это сугубо мужской проект с двумя ведущими мужского пола и с легендарными фамилиями Петров и Васечкин.

С начала 2009 года после удачного эксперимента на ближайшие пять лет устанавливается традиция запи-

си «Новогодних гимнов». В основах – хиты 80-х с авторскими текстами и непременно с участием радиоведущих «Диполь FM». Но последний из них – «Gungnum Новый год» в исполнении «Конторы» – сломал сложившийся стереотип и был воспринят слушателями особенно горячо.

В 2011 году в программной политике происходят существенные изменения, которые в первый же год становятся качественными. Ставшее уже легендарным утреннее шоу «Контора» после небольшого перерыва возвращается в эфир в новом составе (Роман Ильич по-прежнему в его составе), на смену «Посторонним Ж» приходит новое вечернее шоу и почти полностью обновляется состав ведущих. Руководством взят курс на прочную ассоциацию радиостанции «Диполь FM» с праздником (в широком смысле этого слова). Поэтому изменения коснулись и логотипа. Символом нового направления радиостанции стала цветная клякса.

Кардинальные изменения затронули и музыкальную составляющую «Диполь FM». Теперь золотые хиты ушли на второй план, став приятным дополнением, а в основу музыкального формата легли более современ-



Чемпионат по метанию мобильных, 2013 г.

ные песни. Как результат — более динамичное и современное звучание радиостанции.

В 2012 году команда «Диполь FM» начинает активно наращивать присутствие на интернет-площадках, превращаясь в группу радиостанций «Диполь», в числе которых классический «Диполь FM» (вещающий и на 105.6 FM), а так-

же его жанровые варианты — «Диполь-Рок», «Диполь-Реп», «Диполь-Хит» и «Диполь-Пати». Первые шаги в интернет-вещании оказались весьма успешными: согласно статистическим данным, наиболее востребованными у аудитории оказались «Диполь-Рок» и «Диполь-Рэп».

Одновременно с развитием вещания в Интере-

те происходит и внедрение новых технологий в работу радиостанции. Появляются возможности оперативной записи выходов в эфир и дистанционной работы. К примеру, прямое вещание с улицы, из другого города или страны. В перспективе это позволит «Диполь FM» значительно расширить границы своих возможностей.

БЫВАЛЬЩИНЫ

АХЕЗ

Это сейчас Интернет позволяет в короткие сроки пополнить фонотеку радиостанции. А раньше за музыкой приходилось бегать в магазин. Разумеется, новинки достать было просто невозможно, так как на федеральных станциях они появлялись до того, как диски уходили в печать. Выход был найден простой: песни записывались прямо с федерального эфира, затем переносились на диск и отдавались в студию. Исполнители некоторых песен оставались загадкой, и их отмечали на диске аббревиатурой АХЕЗ, что означало: а хрен его знает. Ведущие, видя эту аббревиатуру, просто объявляли новую песню и

не указывали исполнителя. Это делали все, кроме одного — Тимура Шквала, который долгое время прямо так и объявлял: «А сейчас в эфире группа АХЕЗ с новой песней»...

Жертвы розыгрышей

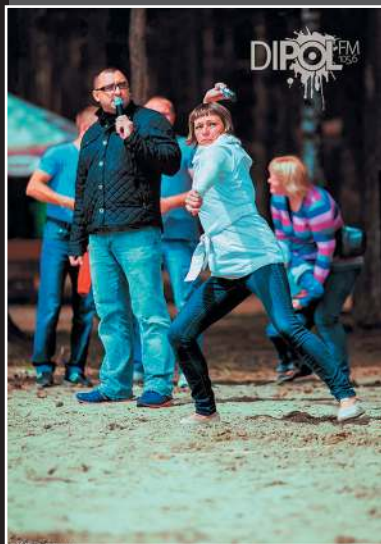
Чаще всего жертвами розыгрышей становились ведущие новостей. Во-первых, они редко заходили в студию и имели не очень большой опыт импровизации в эфире, во-вторых, им нужно было читать без остановки в течение 2–3-х минут, в-третьих, их информация почти всегда была очень серьезной. Что только не делали с ними! Корчили рожицы, щекотали на самых ответственных

новостях (например, про губернатора или ЧП), отодвигали от микрофона вместе со стулом и т.д.

«Прочитать два раза»

До сих пор неизвестно, почему в объявлениях для ведущих — после указания номера телефона, вместо его дублирования, пишут: «Прочитать два раза». Разумеется, имеется в виду, что два раза надо прочитать номер телефона. Это знали все, кроме ведущей Киры Шеремет. Которая, прочитав объявление, после фразы «прочитать два раза», еще раз прочла всё объявление целиком.

Второй чемпионат Тюменской области по метанию мобильных телефонов, 2014 г.



«Кляксомания», 2012 г.



«Сумасшедший лёд», 2013 г.

