



# Евгений РЕВЗИН

Главный редактор  
«Объединённые Медиа»



*Выдвинут на соискание Премии «Медиа-Менеджер России-2009» в номинации «Электронные СМИ» в категории «Радио» «За создание уникального media нового поколения, обладающего большой социальной значимостью и играющего огромную цивилизующую роль в развитии Российского бизнеса»*

**СЧАСТЬЕ – ЭТО** жизнь.

**САМОЕ ПОРАЗИТЕЛЬНОЕ В МОЕЙ ЖИЗНИ – ЭТО** то, что я стал топ-менеджером. В детстве мечтал быть хирургом. Потом ученым. Вообще по своему складу человек интеллигентный и не то, чтобы очень коммуникабельный. Не лучшие качества для руководителя. Но как-то с ними борюсь и вроде даже успешно. Но такие загадки вообще характерны для моего поколения, которое воспитывалось в одной системе координат, а реализовывалось в абсолютно другой.

**В ЛЮДЯХ ОСОБЕННО ЦЕНЮ** – чувство юмора. И трезвую самооценку. Все беды, по-моему, происходят тогда, когда начинаешь считать себя центром мироздания.

**Я ГОРЖУСЬ В ЖИЗНИ ТЕМ, ЧТО** пока неплохо справился со всеми вопросами, которая завала судьба.

**ЧЕМ БЫ Я ХОТЕЛ ЗАНИМАТЬСЯ?** Путешествовать, читать и писать книги. Наверно, еще благотворительностью и просвещением. В общем, стать наконец скучающим миллиардером.

**ОДИНОЧЕСТВО ДЛЯ МЕНЯ – ЭТО** самое комфортное состояние. Если бы не любовь к близким людям и интересным проектам.

**НАСТОЯЩИЕ ДРУЗЬЯ, В МОЕМ ПОНИМАНИИ, ЭТО** те, кто простят тебе что угодно и потом останутся твоими друзьями.

**В ЛЮДЯХ МНЕ** нравится оригинальность, талант, оптимизм, воля, благородство. Категорически неприемлю мелочность, жадность, а также то, что теперь принято называть «двойные стандарты».

**МОЕ ГЛАВНОЕ ДОСТОИНСТВО** – умение принять любую ситуацию и попытаться выжать из нее максимум позитива.

**МОЙ ГЛАВНЫЙ НЕДОСТАТОК** – лень и определенное безразличие к жизни. Ну такого буддистского свойства. Жизнь ведь всегда прекрасна, так чего париться.

**МОЙ ЛЮБИМЫЙ ФИЛЬМ** – я вообще больше читать и слушать люблю. И терпеть не могу такие вопросы. Прекрасных фильмов множество. Мне близки неореализм и постмодерн.

**МОЕ ЛЮБИМОЕ ЗАНЯТИЕ** – см. выше. Любимых занятий много. Любить, например. А также читать, плавать в море, гулять в лесу, слушать дождь, спать, вкусно есть, пить хорошее вино, курить хорошие сигары или трубки. Очень люблю самолеты и поезда. Люблю двигаться, причем свое очарование есть и в трехнедельном

# «КОГДА BUSINESS FM ЗАПУСКАЛСЯ, КОЛЛЕГИ ПРЕДСКАЗЫВАЛИ НАМ НИЗКИЕ РЕЙТИНГИ»

**– На каких принципах Вы строите свою работу и какими результатами гордитесь больше всего?**

– Самое сложное в медиаменеджменте, на мой взгляд, это совместить практику корпоративного управления с творческим началом. То есть с одной стороны медиа – такой же бизнес как любой другой. Его основа – это получение прибыли. Обеспечить результат здесь возможно только при предельно четкой системе планирования, контроле за результатами планирования, жесткой дисциплине, безусловном выполнении обязательств перед инвесторами, партнерами, командой. С другой стороны, медиа – это площадка для творчества. Медиа, лишённое яркого творческого начала, обречено. А творчество предполагает максимальную внутреннюю свободу со всеми ее плюсами и минусами. Синтез творчества и управления – крайне тяжелая задача. И наш основной принцип, мне кажется, – достижение оптимального баланса между творчеством и бизнесом.

И результат, которым я горжусь больше всего – нам удалось такой баланс найти и достичь. Его находка – наша уникальность. Какие еще результаты для меня важны? Нам в рекордный для русского рынка срок – в течение года – удалось выйти на самоокупаемость и даже в нынешних условиях наш проект только увеличивает инвестиционную привлекательность. Когда Business FM запускался, коллеги по цеху единодушно предсказывали нам низкие рейтинги, очень маленькую, пусть и качественную аудиторию. Нам говорили, что мы создаем клубный проект, лишённый возможностей роста. И если иметь в виду европейские аналоги Business FM, такие прогнозы были небезосновательны. Но сегодня наша ежедневная аудитория превышает показатели самых влиятельных деловых газет, нас слушают и в Майбахах, и в Газелях. В наш эфир с удовольствием идут не только участники списка Forbes, к нам с тем же удовольствием приходят госчиновники самого высшего ранга. Мы стали реальным фактором социальной, политической, деловой жизни страны.

Это успех. Но не мой, конечно. Это успех всей нашей команды, которую я считаю лучшей в стране.

**– Как происходила разработка программ и рубрик? Вы проводили глубокие исследования аудитории? Или помогли интуиция, жизненный опыт команды?**

– Ну, мы вообще-то профессионалы... Start up любого проекта предполагает и глубокие исследования, и мозговые штурмы, и мониторинг продуктов уже существующих на рынке с их достоинствами и недостатками. Интуиция и жизненный опыт, я думаю, незаменимы при принятии любых решений. Надеюсь, в нашем случае они тоже были небезполезны. Хотя, честно говоря, нам в не меньшей степени помогли собственная смелость и наглость. Дело в том, что об идее делового радио в России говорят уже больше десяти лет. Только до нас никто не решался за это браться. Новая ниша, непонятная аудитория и так далее. А мы не только эту идею положили в основу концепции, мы еще использовали абсолютно новые для России радиийные форматы, абсолютно новую скорость, динамику подачи, по сравнению с другими информационными станциями у нас гораздо выше емкость, насыщенность эфира. Для 2006 г., когда только делались первые пилоты, это была игра ва-банк, разумеется. Но мы не сомневались, что в России уже давно пришло время для медиа нового поколения, соответствующего новому языку и новым запросам общества.

**– Заимствуете ли Вы западный опыт? В чем это выражается?**

– Да. Мы очень внимательно изучали лучшие проекты в сфере деловой информации – знаменитую французскую радиостанцию BFM, например. Мы отлично представляем себе нью-йоркскую 10-10-wins – это наверно пример самого успешного радиопроекта за последние десятилетия – и по доходам, и по охвату и по адекватности реакции на динамику изменений в ожиданиях и вкусах слуша-

телей. Мы постоянно общаемся с ведущими европейскими экспертами. На мой взгляд, одна из проблем российских медиа заключается в чисто технологическом отставании от Запада. Мы ведь знаем, что инновационная составляющая в развитии бизнеса – это вообще большая российская беда. При том, что целевая аудитория наша – корпоративный корпус, владельцы компаний, финансисты, юристы, даже малый и средний бизнес неизбежно и быстро европеизируются и американизируются. И так, одна из слабых наших успехов – в хорошем знании зарубежных медийных реалий. Но говорить о прямом заимствовании я бы не стал. Запад ориентируется на четкое, последовательное внедрение заданных технологий и схем и на их постоянную оптимизацию. Мы, я думаю, более креативны и изобретательны. Чисто российская особенность – творческая энергия. То есть, выражаясь высоким «штилем», мы попытались наложить западные технологии на русскую креативность.

**– Каковы ваши планы? Что еще ожидать от “Business FM” в ближайшем будущем?**

– Мы развиваемся по принципу – нужно ставить максимально амбициозные задачи. Чем больше перед тобой оперативного простора, тем большего можно достичь. Business FM изначально задумывался не как самоценная радиостанция. Мы исходили и продолжаем исходить из того, что Business FM является важным элементом полноценного медийного холдинга, имеющего разные площадки – Интернет, принт, телевидение. У нас очень успешный портал, есть новые планы развития в Интернете, у нас готова концепция делового ТВ, реально отвечающего потребностям сегодняшнего дня. Кризис, конечно, скорректировал планы, но кризисы заканчиваются. Сейчас отличное время для экспансии.

**– Как вам удастся достичь баланса между работой и личной жизнью?**



## Евгений РЕВЗИН

Родился 17 мая 1972 года.

Опыт работы: 1998-2000 гг. «Вести» (ВГТРК) – Эксперт, комментатор, начальник информационного вещания на Северном Кавказе.

2000-2006 гг. «РБК» - Начальник службы новостей, зам. ген. директора

(запуск РБК-ТВ и газеты РБК-Daily)

Задачи на занимаемой должности: Обеспечение синергии между различными продуктами холдинга; создание объединённой редакции холдинга, при сохранении уникальности каждого конкретного продукта; общее руководство информационными продуктами холдинга.

– Да кому же удастся. Это вечное противоречие и вечная боль. Конечно, хочется как можно больше времени уделить любимой жене, детям, матери. Хочется плавать в бассейне, читать книги, смотреть фильмы ну и т.д. Как любому нормальному человеку. Баланса нет. Особенно остро это ощущается после 14-15 часов в родном офисе ежедневно. Я стараюсь выкидывать из головы все, что касается работы, как только выезжаю с территории офиса. И максимально интенсивно использовать все личное время. Вот все подбиваю знакомых депутатов проташить законопроект о запрете мобильной связи. Ведь жили как-то без нее и радовались каждому мгновению.

океанском круизе, и в двух часах на машине за город. Да жить – мое любимое занятие.

**БОЛЬШЕ ВСЕГО Я ЖАЛЕЮ** – времени. Жуткая банальность, но его и правда меньше и меньше с каждым годом. Главная человеческая трагедия - время.

**ДЛЯ МЕНЯ ГЛАВНОЕ В РАБОТЕ** – результат. Я категорически против утверждений типа – «работа- это мое предназначение», «работа должна быть любимым делом», «работа – это моя жизнь» и пр. Жизнь куда шире. А работа – это четкая система простых и сложных действий, которые надо уметь вовремя и правильно выполнять. Чем больше сфера ответственности, тем система сложнее, только и всего.

**МОЙ ЖИЗНЕННЫЙ ДЕВИЗ** – show must go on.