



Эльсинор и проч.

Избранные места
из королевства
Датского **с.14**



«Дизайн и имидж - на первом месте. Только потом - цена»

Интервью Сатохиросу Коно,
финансового директора
Mazda Motor RUS **с.3**



Олег Кесельман

о неожиданных
поворотах **с.8**

Сергей Кастальский

о стариках-
разбойниках **с.6**

Константин Кравцов

о пропавших
и «Пропавших» **с.10**

Алла Кубизова

о королях
и яблоках **с.11**

Стало жарко!

MAZDA SPORT ACADEMY ОТКРЫВАЕТ ЛЕТНИЙ СЕЗОН

Как и в 2009 году, летний курс будет проходить на гоночной трассе в Мячково один раз в неделю, по субботам. Как и прежде, в ходе летнего блока Mazda Sport Academy предложит клиентам два курса: Active Sport и Intensive Sport.

Первый курс, состоящий из двух частей, теоретической и практической, даст пилоту

возможность развить и укрепить навыки спортивного и безопасного вождения. Занятия проводятся на автомобилях Mazda3 с 2-хлитровым мотором (150 л.с.) и автоматической коробкой передач. Состав группы - до 16 человек.

Второй курс (невозможный без прохождения первого) более сконцентрирован на практической части и направлен

на отработку конкретных элементов гоночного вождения. Курс проходит на автомобилях Mazda MX-5 (2.0 л с автоматической и механической коробками передач) и Mazda3 MPS (2.3 л с механической коробкой передач).

Цена базового курса составит 9 000 рублей за занятие. «Продвинутый» курс обойдется в 15 000 рублей.

Алексей Горин, победитель
Zoom-Zoom Challenge 2009



Скоростная сказка

22 и 23 мая проходят первые полуфиналы нового Zoom-Zoom Challenge. В прошлом году на этом мероприятии я получил один из самых ярких впечатлений в жизни - даже на Нюрбургринге погода складывалась так, чтобы подарить ураган эмоций!

Желаю всем участникам попасть в ту скоростную сказку, в которой я оказался благодаря Mazda!

Правильный шум

НОВЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ ЕВРОПЕЙСКОГО ЦЕНТРА
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РАЗРАБОТОК MAZDA

Мazda Motor Europe объявляет о назначении Хироюки Мацумото (Hiroyuki Matsumoto) на должность вице-президента и главного менеджера Европейского центра научно-технических разработок Mazda (Оберурсель, Германия). Хироюки Мацумото сменил на своем посту Норихиро Томита (Norihito Tomita), который займет должность программного менеджера в подразделении разработки автомобилей в Японии.

Хироюки Мацумото 47 лет, и за его плечами многолетний опыт работы в области разработки автомобилей. Он начал свою работу в Mazda в 1985 году в Департаменте тестов и исследований №2 и впоследствии занимал позиции менеджера и главного менеджера в Департаменте по шумам и вибрации в Японии. До назначения в Оберурсель он возглавлял Департамент по разработке шасси. Мацумото-сан окончил университет Киото.

Джефф Гайтон (Jeff Guyton), президент и главный управляющий Mazda Motor Europe: «Я хотел бы поприветствовать Хироюки Мацумото на его новой должности и поблагодарить Норихиро Томита за великолепную работу на посту руководителя

нашей команды инженеров и дизайнеров. Я уверен, что Мацумото-сан, как и его предшественник, принесет большой вклад в развитие компании. Его опыт в сферах

планирования, разработки и сертификации продукта будет способствовать тому, что наши автомобили будут и впредь превосходить ожидания своих владельцев».



Новый, автоматический

В РОССИИ НАЧАЛИСЬ ПРОДАЖИ ОБНОВЛЕННОГО РОДСТЕРА MAZDA MX-5

Главная новость в обновленной машине для России - это появление автоматической коробки передач в сочетании с 2-хлитровым 160-ти сильным мотором. Помимо этой комбинации, автомобиль доступен с двигателем 1.8 л (126 л.с.) и 2.0 л (160 л.с.) с механической коробкой передач.

Самая «доступная» комплектация родстера - Energy - оснащена двигателем 1.8 л (126 л.с.), механической 5-тиступенчатой коробкой передач, системами активной и пассивной безопасности (ABS - антиблокировочная тормозная система; EBA - усилитель экстренного торможения; TCS - противобуксовочная система; DSC - система динамической стабилизации, фронтальные и боковые подушки безопасности), кондиционером, CD-проигрывателем с 6-ю динамиками и прочим оборудованием. Цена комплектации «Energy» - от 1 061 126 рублей.

Самая «топовая» комплектация - Comfort - включает в себя 2-хлитровый двигатель (160 л.с.) в сочетании с 6-тиступенчатой автоматической коробкой передач, кожаный салон,

климат-контроль, системы активной и пассивной безопасности, ксеноновые фары, 17-тидюймовые легкосплавные

диски и CD-чейнджер с 7-ю колонками Bose. Цена автомобиля составляет от 1 251 964 рублей.



«Большие города, большие расстояния»

САТОХИРО КОНО, ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОР MAZDA MOTOR RUSS, - О СВОИХ ПЕРВЫХ ВПЕЧАТЛЕНИЯХ ОТ РОССИИ

С 1 января у Mazda в России - новый финансовый директор, Сатохиро Коно. В интервью Mazda Life он рассказал о планах на будущее и о том, что ему нравится в его новой работе.

Коно-сан, вы не так давно в России. Каковы ваши первые впечатления?

Боюсь, я буду не оригинален, но первое впечатление от Москвы - какой же это большой город! Я приехал сюда из немецкого Дюссельдорфа - и по сравнению с Москвой он кажется просто крошечным. Нужно отметить тот факт, что для большинства японцев Россия - это нечто бесконечно далекое, хотя в действительности от Японии куда ближе до России, чем до Европы. В массе своей японцы ничего не знают о вашей стране. У русских же все наоборот: они понимают, что наши страны - соседи, они испытывают уважение к японским товарам в целом и автомобилям в частности. Меня это удивило.

Вы уже пробовали водить в Москве?

Я, возможно, был бы не против попробовать. Но по контракту я не имею права водить машину в России. Точнее говоря, я смогу сесть за руль только тогда, когда выучу русский язык. В противном случае, случись что, я не смогу решить проблему без знания языка.

В чем, по вашему, основная разница между россиянами, европейцами и японцами?

Россияне - очень сердечные и добрые люди. В этом плане они куда ближе к японцам, чем те же европейцы. Немцы, к примеру, слишком холодные и спокойные.

А в том, что касается автомобильных пристрастий?

Думаю, я буду не первый, кто скажет, что русские, в отличие от европейцев или японцев, предпочитают большие автомобили. Большие города, большие расстояния, отсутствие глобальных проблем с парковкой - в таких усло-



виях действительно странно было бы любить машины класса супер-мини. Так что даже мне удивительно видеть Mazda2 на московских дорогах. CX-7 - совсем другое дело, здесь он смотрится абсолютно органично. Кроме того, я заметил, что русские уделяют вопросам дизайна и стиля существенно больше внимания, чем японцы - для вас важно, чтобы автомобиль выглядел красиво.

Как вы считаете, почему Mazda удался такой успех именно в России?

Японские продукты в принципе ценятся в России, поэтому у нас изначально была выигрышная позиция. Если же говорить об автомобилях Mazda, то их главные ценности - спортивный имидж и стильный дизайн, - как я уже сказал, очень востребованы русскими. А потому нам было сравнительно лег-



MAZDA NEWS

MAZDA PEOPLE

MAZDA DESIGN

MAZDA MUSIC

MAZDA PHOTO

MAZDA SPORT

MAZDA FILM

MAZDA FOOD

MAZDA DEALERS

MAZDA VOYAGE

MAZDA HOT

ко завоевать этот рынок. Но, разумеется, нельзя не сказать и о замечательной команде в российской Mazda - им принадлежит изрядная доля этого успеха.

Как вашей компании удается пережить кризис?

Для Mazda кризис действительно стал большим ударом. И, к большому сожалению, мы не можем изменить экономическую ситуацию, а потому вынуждены мириться с существующими проблемами. Рынок стагнирует уже год и, вполне вероятно, экономика выйдет на докризисный уровень не раньше, чем через пару-тройку лет. Что мы можем делать сейчас, так это предпринимать определенные меры, которые станут залогом будущего успеха.

Какого рода меры?

Прежде всего, мы должны поддерживать на высоком уровне нашу дилерскую сеть - это один из важнейших факторов. Кроме того, безусловно, мы должны оправдывать ожидания наших клиентов, больше и тщательнее работать с ними, следить, чтобы они оставались довольны Mazda.

Работать с клиентом - значит продавать им машины дешевле?

Цена для клиента очень важна. И мы стараемся делать так, чтобы цена наших ма-

шин была привлекательной. Но, в то же время, автомобили Mazda не должны продаваться по бросовым ценам, это девальвирует ценности марки. Клиент должен понимать, что он приобрел хорошую машину по хорошей цене, а не обычную машину по обычной цене. Быть дискаунтером - это не для нас. И сейчас совместно с дилерами мы разрабатываем как раз такие специальные предложения.

То есть, вы считаете, что для клиента цена - это не главное?

Дизайн и имидж марки все же стоят на первом месте. И лишь потом идет цена.

Давно ли вы работаете в Mazda? Почему выбрали именно эту компанию?

В японской автомобильной индустрии у Mazda особые позиции. Mazda всегда держалась обособленно от других японских марок, старалась развивать собственные интересные

разработки - к примеру, роторные моторы. Когда я устраивался на работу, для меня это было очень важно. Кроме того, я родился и вырос в Хиросиме, где расположена штаб-квартира Mazda - и это тоже повлияло на мое решение. Еще один момент: Mazda - четвертый по величине автопроизводитель в Японии. А быть догоняющим всегда интереснее, чем лидером - когда работаешь в крупнейшей компании, не чувствуешь того духа «челленджа».

Биография

- Декабрь 2009 - настоящее время** - Финансовый директор, Mazda Motor RUS
- Январь 2009** - Старший менеджер, Департамент корпоративного планирования, Mazda Motor Europe
- Апрель 2004** - Главный менеджер, Департамент контроля прибыльности рынков, Mazda Motor Corporation
- Апрель 2000** - Главный менеджер, Департамент администрации зарубежных подразделений, Mazda Motor Corporation
- 1993 - 2000** - Менеджер, Североамериканский департамент, Подразделение внешних продаж, Mazda Motor Corporation
- 1990 - 1993** - Старший координатор, Mazda Motor of America, Ирвайн, Калифорния
- 1981** - Начал работу в Mazda Motor Corporation



Ткань времени

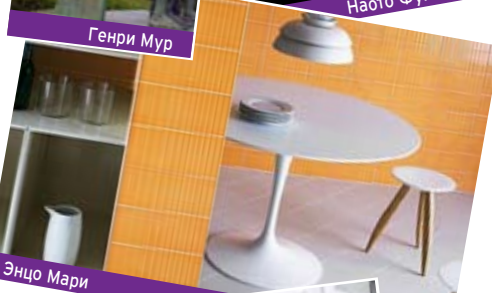
О ДИЗАЙНЕ - НА ОЩУПЬ



Генри Мур



Наото Фукасава



Энцо Мари



Хелла Йонгериус



Захи Хадид



Тадао Андо

ВДОХНОВЕНИЕ

Будучи дизайнером, я вдохновляюсь многим: природой, окружением, людьми. С интересом смотрю на то, как живут люди, на разные культуры, архитектуру, дизайн, моду, искусство и кино. Чтобы получить впечатления, которые затем можно применять в работе, я стараюсь почаще ходить по профессиональным выставкам, мебельным салонам, различным шоу, посвященным дизайну, тканям, архитектуре, и, конечно, автомобильным выставкам. Тенденции, которые мы подмечаем на всех этих мероприятиях, мы стараемся применить при создании концептов. Очень много интересных идей можно найти в Интернете - как на профессиональных дизайнерских сайтах, так и в блогах.

СОВРЕМЕННЫЕ ДИЗАЙНЕРЫ

Сложно выбрать кого-то конкретного, потому что дизайнеров очень много. Мне очень нравятся работы Константина Крцика, Энцо Мари. Хелла Йонгериус, голландский дизайнер, интересна своим насмешливым взглядом на дизайн. Конечно, нельзя не упомянуть Наото Фукасава - его мы почитаем всем дизайнерским сообществом. Что касается дизайна одежды, то здесь мои предпочтения достаточно классические, - мне нравятся Jil Sander, Costume National, работы Эннны Капаса.

СОВРЕМЕННАЯ АРХИТЕКТУРА

Примеров множество - от классического японского гуру Тадао Андо или Майса Ван дер Роха до современных Жана Новеля или Захи Хадид. Очень интересны работы Аманды Левете, которая живет в Лондоне и создает очень динамичные здания. Я бы сказала, что архитектура нынче - одна из самых прогрессивных областей (если не самая прогрессивная). В последнее время появилось много новых технологий и материалов, поэтому вся индустрия претерпевает очень важные и интересные изменения.

ХУДОЖНИКИ / СКУЛЬПТОРЫ

Пикассо всегда поражал меня своим талантом и плодотворностью! Кроме художников, меня всегда вдохновляли работы двух совершенно разных по духу скульпторов - Генри Мура с его огромными творениями и Джакометти, который, наоборот, любит небольшие формы.

МУЗЫКА

Слушаю все подряд, без разбора. В зависимости от настроения, у меня в машине крутятся Леонард Коэн, Бьорк, Майлз Девис, Ян Габарек, Джульен Дор, Сюзан Вега или Диана Кролл, много классики: Альбиони, Моцарт, Верди, Григ и так далее.

ДЕНЬ-МЕЧТА

Мне бы очень хотелось проснуться утром и совершенно не иметь никаких планов. В итоге, как говорится, «убить день», безалаберно ничем не занимаясь!



ОБ АВТОПЕ:

Мария Грегер

По национальности я - немка, получила диплом в Германии по специальности «текстильный дизайн». По окончании университета работала на себя, а потом устроилась на работу в компанию, которая занималась подбором и производством текстиля для автомобилей. Так и началась моя карьера в автомобильной промышленности. Отработав три года на стороне поставщика, я перешла на работу в Mazda, где и тружусь уже 14 лет.

ОТЦЫ И ЭТИ

ПОЧЕМУ МАСТОДОНТЫ ПОБЕЖДАЮТ

Если принять за точку отсчета американский хит-парад начала нынешнего года (Тор 200), окажется, что лидерство по продажам дисков и синглов захватили музыканты... даже не пожилые, а просто старые. Би Би Кинг, Боб Дилан, Элтон Джон, Эрик Клэптон, Брюс Спрингстин, Пол Маккартни, Билли Джоэл, «роллинги». Всем им крепко за шестьдесят (или около того), их альбомы хоть и пребывают сейчас в нижней сотне, на первом месте засветиться успели, и, что примечательно, торчат они в хит-параде по полгода и больше.

Следующая возрастная группа (40-50 лет) оккупировала позиции чуть выше, с которых только что отступили старцы - U2, Cheap Trick, Chickenfoot, Oasis (Нозлу Галлахеру уже 42), Dream Theater, Metallica. Их диски столуются в «горячей сотне» тоже не первый месяц и тиражи у них, соответственно, миллионные.

«Молодые и прогрессивные» (от 15-16 до 30 лет) традиционно располагаются в Тор 30, где каждую неделю не только меняется лидер, но и практически полностью обновляется состав участников. И если альбомы старых и пожилых опускаются медленно, задерживаясь на каждой позиции по несколько недель, молодежь падает стремительно и, очутившись на дне, к вершине больше никогда не возвращается. Как выразился Джо Сатриани (сейчас в Chickenfoot), «нам бы только зацепиться за «горячую сотню», остальное сделают благодарные слушатели».

«Был момент, когда мы чуть было не организовали в нашей компании службу демографических исследований, - говорит вице-президент Atlantic Records Майк Карен. - Львиная доля продаж фирмы приходится на ветеранов вроде Фила Коллинза, AC/DC, King Crimson, Yes, Роберта Планта, Пола Роджерса, Genesis и Rush, соответственно, в контрактах этих музыкантов прописаны всевозможные бонусы, которых нет у начинающих артистов. Это становится предметом конфликтов, идут разговоры о дискриминации и зажимании молодежи. Наш предварительный анализ показал, что группа начинает приносить стабильный доход только после пятого-шестого альбома - при условии, что предыдущие были бестселлерами. То есть, звезда моложе 25-30 лет - это, скорее, исключение из правил».

О каких бонусах идет речь? Например, Atlantic Records всячески лоббировала воссоединение Led Zepplin, под которое музыканты и менеджеры получили солидный аванс, а в рекламу предстоящих концертов было вложено более 50 миллионов долларов. Затем лопнула, но компания не потребовала от музыкантов возврата денег, а просто списала их на накладные расходы. Когда же в похожей ситуации оказалась группа The Darkness (возрастная категория от 30 до 40), музыкантов заставили компенсировать затраты компании по финансированию дисков, которые так и не были записаны.

Как говорил крупнейший промоутер в мире рока Чет Хелмс, «в конце XX века деление групп и певцов по признакам таланта потеряло всякий смысл: новички научились штурмовать хит-



парады и кассы, где выдают гонорары, не хуже ветеранов. Но все определяет публика, а публике нужны имена. При прочих равных, народ идет на имя, а чтобы его создать, требуются годы - вот почему супермодные шустряки обречены проигрывать медлительным и тяжеловесным старикам. Выбирая между Coldplay и «роллингами» (это было сказано в 2001-м - Авт.), обыватель предпочтет группу-легенду, а так как весь мир стоит на обывателе, его слово - закон.

Проще всего сказать, что на самом деле речь идет не о старых и молодых, а о популярных и не очень известных: популярным может быть и очень молодой певец, тогда как какой-либо старик давно уже вышел в тираж - да и на пике его не слишком-то привечали. Но такая ситуация - исключение из правил, как оказавшиеся над законом «цеппелины» или ставшая звездой в 16 лет Бритни Спирз. Правило же гласит, что популярность и опыт - читай, годы и годы, отданные карьере и имени, - неразделимы.

Организатор панк-концертов американка Линда Джеймисон уверена, что, «соберись Sex Pistols, многие сегодняшние герои, включая Green Day и The Offspring, очутились бы в их тени. Казалось бы, что такое один студийный альбом и карьера длиной в полтора года - но для молодежи эта группа перевесит весь современный рок-н-ролл». Агентство Джеймисон не поспешило на финансирование аналитического проекта, результаты которого удивили даже искусственных спецов: в объеме продаж дисков и синглов непосредственно в фойе зала перед концертами доля новой группы, на чье шоу и пришла публика, составляет менее четверти, все остальное приходится на продукцию звезд. «Ситуация пугающая, но факты говорят сами за себя, - продолжает Линда. - Раскручивать новые группы настолько невыгодно, что проще с порога отказывать им в поддержке. Я бы еще поняла позицию покупателей со стажем, которые предпочитают музыку своей молодости, но именно молодежь делает свой выбор в пользу старых групп».

ОБ АВТОРЕ:

Сергей Кастальский.
Советский и российский рок-журналист, автор и переводчик.

С середины 80-х годов и по настоящее время работает в журнале «Ровесник», где опубликовал множество статей о рок-музыке.

Кастальский - автор изданной в 1997 году «Рок-энциклопедии». С 2009 года - автор MazdaLife.

Мимолетный успех

КАК СДЕЛАТЬ УДАЧНЫЙ РЕПОРТАЖНЫЙ СНИМОК



В ФОКУСЕ

КТО: MAZDA CX-7 **ГДЕ:** РЫБИНСК
КОГДА: 2009 ГОД **ФОТОГРАФ:** СЕРГЕЙ КРЕСТОВ



ОБ АВТОРЕ:

Сергей Крестов. 10 лет назад, будучи студентом-первокурсником, Сергей устроился на должность печатника в профессиональную фотолабораторию, а спустя некоторое время стал учеником известного московского фотографа Льва Мелихова. Позже Сергей начал работать фотокорреспондентом в журналах «Эксперт» и «5Колесо», где увлекся автомобильной фотографией. Сейчас большую часть своего времени он посвящает съемке автомобилей.

Репортажная фотография - один из самых распространенных видов съемки в мире: объективами, выдающими снимки разрешением несколько мегапикселей, оснащают сегодня не только телефоны, но, уже кажется, утюги и стиральные машины.

Основная задача такой съемки - рассказать о каком-то событии и, желательно, сделать это интересно и красиво. Одно из важнейших правил репортажной фотосъемки - максимальная информативность: чтобы человек, посмотрев фотографии, как будто окунулся в атмосферу мероприятия. Причем для создания полной картины необходимы как общие кадры с места событий, так и интересные детали, крупные планы.

Традиционно во время репортажа снимается очень много кадров, поэтому на съемку лучше взять дополнительный аккумулятор и большую карту памяти. Так же важно предвидеть будущие события и заранее выбрать сюжет и точку съемки.

Часто, просматривая интересные репортажные съемки с динамичным сюжетом, кажется, что они сняты случайно, а фотографу повезло. Это не так. Чем интереснее кадр, тем лучше фотограф готовился к нему, подбирал точку съемки, лучший свет и, возможно, ждал удачного кадра несколько часов, сидя в сугробе. Например, этот кадр я снял во время проведения зимних занятий Академии спортивного вождения Mazda. Мне очень нравится снимать гонки - это настоящий творческий поиск и вызов.

Я выбрал точку съемки так, чтобы на фоне было видно связку поворотов, а тростник на заднем плане подсвечивался заходящим солнцем.

Дальше оставалось только ждать машину, водитель которой пройдет этот поворот в заносе, а из-под колес будет лететь снег. Важно было подготовиться к кадру заранее, потому что в идеальной точке машина была доли секунды. Для этого кадра мне понадобился телеобъектив, а на фотоаппарате необходимо выставить следящий режим автофокусировки и серийную съемку, чтобы успеть сделать несколько кадров и потом выбрать лучший. Во время репортажной съемки нельзя что-то оставлять на потом, упустите время - условия могут ухудшиться. Например, если вам нравится, как солнце подсвечивает пейзаж, смело снимайте, ведь позже может пойти снег, сесть батарейка или, увлекшись съемкой, вы не заметите, как закончится событие. Поэтому снимайте здесь и сейчас. Если позже кадр будет еще эффективнее, отлично, снимите его еще раз, а про первый забудьте. Только так вы будете уверены, что выжали максимум из обстоятельств.

Мой совет - не забывать про информативность кадров, качество и творческий подход. Это важнейшие составляющие хорошей репортажной съемки. Главное в репортаже - показать событие максимально полно. Для этого нужно много снимать и, главное, много разных кадров, как общих планов, говорящих, где происходило событие, так и кадров самого события, крупных планов, например эмоции людей, детали, говорящие об особенностях события. Качество должно быть всегда высоким, но в репортаже добиться высокого качества сложно, т.к. события развиваются стремительно и, зачастую, удачный сюжет может не повториться.

«Не попадать в экстремальные ситуации»

АКАДЕМИК ГОНОЧНЫХ НАУК ОЛЕГ КЕСЕЛЬМАН - О ТОМ, ЧЕМУ ОН УЧИТ

Хотите получить удовольствие и повысить уровень водительского профессионализма? Обращайтесь в Академию спортивного вождения Mazda, где учат управлять скоростью.

Зачем человеку идти обучаться в Академию Mazda? Чему вы его там учите?

В Академии органичнее всего будут чувствовать себя люди, для которых автомобиль - больше чем средство передвижения. Интересно будет тем, кто хочет не догадываться о том, как правильно управлять автомобилем, а точно знать, как это делать.

А не провоцируете ли вы своими курсами экстремальное вождение на дорогах?

Мы не готовим автогонщиков, а занимаемся подготовкой продвинутых водителей - тех, кто может выйти практически из любой ситуации без аварий. Не надо путать экстремальное вождение со спортивным. Спортивные навыки учат тому, как не попадать в экстремальную ситуацию.

Изменились ли методики за три года существования Академии?

Базовые принципы не изменились - мы учим по принци-

пу «от простого к сложному». По-прежнему используем настоящие автодромы с зонами безопасности. И, как и раньше, ездим на высоких скоростях.

За три года существования Академии мы разработали четыре курса: зимний курс для полноприводных автомобилей, зимний курс для переднеприводных автомобилей и два летних курса на автодроме Мячково - Intensive Sport и Active Sport. Накопленный опыт позволил ввести в парк школы мощные автомобили для «продвинутого» курса - Mazda3 MPS. И, наконец, «кульминация» нашего обучающего процесса - курс на Нюрбургринге - отработан до малейших мелочей.

Есть ли разница между занятиями в этом году и прошлым?

В прошлом году мы занимались на полноприводных автомобилях, в этом году - на переднеприводных. Новинка этого года - использование автомобилей с измененными углами установки колес и разными типами резины, что позволяет сделать реакции автомобиля более ярко выраженными.



ОБ АВТОРЕ:

Олег Кесельман
Советский и российский автомобильный гонщик, неоднократный победитель и призер российских кольцевых гонок, соревнований по картингу, автокроссу. Руководитель Академии спортивного вождения Mazda



Поменялись ли клиенты по сравнению с предыдущими годами? Стали ли более требовательными или капризными?

Я бы так не сказал. Скорее, стало больше владельцев Mazda. Раньше приходило много активных водителей других марок, а теперь 80% группы - это клиенты, имеющие автомобиль Mazda. Отлично, что люди начали приходить не за куражом, а за знаниями, так что стало даже легче.

Из чего состоит занятие Академии?

Например, зимнее занятие состоит из двух частей. Первая - теоретическая, в ходе которой я объясняю основные принципы и физику движения автомобиля. Вторая, практическая, делится две части: тренировочную и спортивную. В ходе тренировки отрабатываются отдельные упражнения ученик знакомится и привыкает бороться с такими распространенными явлениями на зимних скользких дорогах как снос передней оси и занос задней оси. В ходе «спортивной» части мы переходим к езде по специальной спортивной трассе, состоящей из множества поворотов - тут уже приходится применять все полученные навыки, да еще и думать о выборе ско-

рости входа в поворот, правильной траектории, своевременном замедлении и прочих аспектах.

В чем отличие между вашей Академией и остальными?

Прежде всего в том, что мы обучаем вождению на новых современных автомобилях, пользуемся лучшими мировыми технологиями и применяем комплексный подход к обучению. В результате ученик начинает с правильной посадки в автомобиль и про-

стых упражнений - разгонов, торможений, змеек и прочего, а затем переходит к более сложным упражнениям, таким как, например, прохождение поворотов различной степени сложности, замедлений перед препятствиями.

Возможно ли научить человека хорошо водить автомобиль всего за 3 часа?

Конечно, научиться правильно ездить за одно занятие сложно. Никто и не обещает, что из водителя начального

уровня быстро получится продвинутый пилот. Однако мы можем привить определенные навыки и дать инструменты для правильного общения с автомобилем и дорогой. Если человек, пришедший к нам, думающий и адекватный, он легко использует то, что он получил. Автоспорт, как и любой вид спорта, подразумевает регулярные тренировки. А тренировка - это многократное повторение простейших упражнений. Так что я бы рекомендовал проходить наш зимний и летний курс каждый сезон.

Автомобильный спорт для многих - это Формула 1 и прочие спортивные мероприятия. Там принципы такие же?

Очень сильно упрощая, принципы можно назвать теми же, но автомобили все-таки другие. Пилоты Формулы 1 - профессиональные спортсмены, работают на других скоростях и должны за тысячную долю секунды реагировать на происходящее.

Как может развиваться гощик в России в сегодняшнее время?

В России пока не решена главная проблема - не хватает современных автодромов, с их появлением спортивная жизнь возможно закипит. Начинать я бы посоветовал с любительского картинга и участия в любительских чемпионатах - например, Zoom-Zoom Challenge. Занятия в Mazda Sport Academy тоже будут не лишними.



В омут с головой

«ПРОПАВШИЕ» КАК НАРКОТИК

Если для вас Дженуария, сеньор Леонсио и фазенда - слова, наполненные смыслом, значит, вы застали тот период в истории нашей страны, когда в обиход проникло понятие «сериал». Первым западным «мылом» была «Рабыня Изаура». С рейтингами, для отечественного ТВ невиданными, она проторила дорогу для «Богатых тоже плачут», «Просто Марии» и, конечно, «Санта-Барбары». Если есть быстро, много и неразборчиво, то происходит несварение желудка. Ничего удивительного, что когда на нас нахлынули килочасы теленовелл, у публики они ничего, кроме аллергической реакции, не вызвали. Так продолжалось почти 15 лет, пока продвинутому человечеству не предложили «Пропавших».

Для телеиндустрии «Пропавшие» (они же - «Остаться в живых», в нелепой адаптации «Первого канала») - это «Аватар» для Голливуда, продукт, перевернувший индустрию, навсегда разделив ее на «до» и «после». Сюжет вкратце, если вас каким-то чудом миновала эта история, - на неизвестно какой остров в Тихом океане попадает группа переживших авиакатастрофу. Шестой год они занимаются выяснением того, что это за остров, что на нем происходит, при этом - без уверенности в том, живые ли они в принципе. В феврале в США стартовал заключительный сезон. И это первый случай в истории российского телевидения, когда новые серии выходят в эфир с минимальной, трехдневной, задержкой (на торрентах они вообще появляются в 24 часа). Как человек телевизионный, я долго и нудно могу плеваться по поводу «Пропавших». Его создатели взяли гнуснейшие, самые простые, самые заезженные сценарные, операторские, какие угодно, ходы и сделали непрерывную интригу длиной шесть сезонов. Действует это как наркотик, причем из сильней-



ших. Не удивительно, что сериал, начавшийся в 2004 году, за время своего существования вознес собственных создателей в первые эшелоны мировой теле- и кинопродукции. Главного идеолога «Пропавших» Джей Джей Абрамса называют одновременно Кэмероном, Спилбергом и Лукасом следующего десятилетия. Главные герои-актеры смотрят на вас с десятков реклам самых разных продуктов, начиная с мужской косметики и заканчивая телевизорами.

Сюжет оказался настолько закручен, что даже фанатское сообщество взмолилось: «Хватит, требуем развязки». Которая и ожидается в конце мая.

ОБ АВТОПЕ:

Константин Кравцов.

Генеральный директор студии «Главмонтаж», в которой за последние несколько лет были сняты и смонтированы многие фильмы и ролики о Mazda в России. На страницах MazdaLife Константин рассказывает о фильмах, которые вы, возможно, забыли посмотреть или просто «пропустили».

В КАДРЕ

LOST («ПРОПАВШИЕ», «ОСТАТЬСЯ В ЖИВЫХ»),

СЦЕНАРИСТЫ:
ДЖЕЙ ДЖЕЙ АБРАМС,
ДЖЕФРИ ЛИБЕР,
ДЕЙМОН ЛИНДОФ И ДР.

В РОЛЯХ: МЭТЮ ФОКС,
ДЖОРДЖ ГАРСИА,
ДЖОШ ХАЛЛОУЭЙ И ДР.
США - 2004-2010



Яблоки по-королевски

КАК СДЕЛАТЬ ИДЕАЛЬНУЮ ШАРЛОТКУ

Считается, что шарлотка - блюдо английское, хотя на деле его родина находится по другую сторону Ла-Манша. Английским оно стало после того, как полюбилось при дворе английских королей, а именно - Георга III.

Вернее даже сказать, его супруги. И звали ее, разумеется, Шарлоттой. Впрочем, менее романтичная версия (и несколько не исключая королевскую) состоит в том, что название происходит от староанглийского слова charlyt, что в переводе означает блюдо, приготовленное из взбитых яиц, сахара и молока. Историю запутывают разрозненные, но достоверные сведения о том, что тем же словом в Великобритании XV века называлось мясное блюдо, приготовленное по тому же принципу. В любом случае, шарлотку как таковую на родине не помнят так, как в далекой России, где она стала одним из основных десертов.

Комплектующие:

- 8 средних яблок;
- 3 столовых ложки сливочного масла;
- 200 гр сахара;
- 150 гр муки;
- 6 яиц;
- 2 пакетика ванильного сахара;
- 1 пакетик разрыхлителя для теста.

Эксплуатация:

1. взбить яйца миксером;
2. через 5 минут, продолжая взбивать, добавить сахар и 2 пакетика ванильного сахара;
3. продолжая взбивать, добавить муку и разрыхлитель для теста;
4. взбивать до получения однородной пышной массы;
5. форму для выпекания обильно смазать сливочным маслом;
6. яблоки очистить и мелко нарезать, выложить их в форму для выпекания;
7. яблоки равномерно залить полученной массой так, чтобы она полностью их накрыла;
8. выпекать в духовке 20-25 минут при температуре 130 градусов (духовку необходимо предварительно разогреть).

Рекомендация повара: во время выпекания духовку открывать нельзя, чтобы тесто не упало и было пышным.



PRO ПИТАНИЕ

В российском офисе Mazda Алла Кибизова трудится со дня его основания и является бессменной ведущей кулинарной рубрики на страницах MazdaLife.



«Обмануть меня невозможно!»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ДИЛЕРСКОГО ЦЕНТРА MAZDA «КЛАРУС ТРЕЙДИНГ»
ЕВГЕНИЙ СЕРЕДА О ТОМ, ЧТО НАДО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ИЗ ПРОСТЫХ ВОДИТЕЛЕЙ
ВЫРАСТИ В БОЛЬШИЕ НАЧАЛЬНИКИ



Обычный автолюбитель редко сталкивается напрямую с компаниями, которые производят автомобили. Основное и главное «пятно контакта» с маркой - дилерские центры и их сотрудники.

Вас называют универсальным сотрудником. Что это значит, в чем именно заключается ваша универсальность?

Я уже достаточно давно работаю в одной фирме - дилерском центре «Кларус трейдинг». И здесь я прошел путь от простого водителя до руководителя отдела продаж и генерального директора. Всю эту работу, все те функции, которые выполняют сотрудники моего салона, я могу сделать сам, ведь я когда-то этим занимался. Обмануть меня невозможно: я знаю, к примеру, сколько времени занимает та или иная работа, чего конкретно она требует, и не поверю, если сотрудник будет пытаться доказать мне обратное. С другой стороны, я никогда не навешиваю на людей лишнего и не ставлю невыполнимых задач.

А как вам удалось пройти столь внушительный путь?

Между водителем и директором немалая разница.

Нужно понимать, что моя карьера началась в 90-е годы. Тогда время было такое: кто-то торговал на рынке, кто-то ездил за границу за вещами на продажу, кто-то работал водителем. Позже мне, разумеется, пришлось много учиться и самосовершенствоваться, я до сих пор не прекращаю это делать. Останавливаться ведь нельзя: как только человек тормозит в своем развитии, он, считайте, умирает. По крайней мере, как профессионал и ценный сотрудник.

Что вам доставляет удовольствие в работе?

Можно сказать, что я стоял у самых истоков компании «Кларус трейдинг», она мне родная. А работать над тем, чтобы очень важное и близкое для тебя дело было успешным, всегда приятно. Я никуда не хочу отсюда уходить, а значит, должен и буду делать все, что позволит компании процветать. Кроме того, мне очень импонирует тот факт, что в процессе работы мне постоянно приходится решать все новые, не похожие друг на друга задачи.

Изменились ли дилеры, ведь раньше им нужно было просто клиентов в очередь к каске ставить, а сейчас нужно работать...

Это отчасти правда. Тот бум, что мы наблюдали еще два года назад, закончился и вряд ли когда-либо повторится. Это, возможно, и к лучшему - в противном случае Москва бы окончательно встала. Ну а в плане продаж... Сейчас действительно на первый план выходит такая вещь, как репутация компании и ее умение работать с клиентами. В будущем успешным может быть только тот, кто предоставляет качественный комплекс услуг по продаже машины и ее последующему обслуживанию. Клиент должен быть уверен, что со всеми его проблемами разберутся, все работы выполнят на высшем уровне и в срок - и тогда он будет возвращаться в эту компанию снова и снова. Безусловно, сотрудников приходится готовить к новым реалиям, мы, например, проводим собственные программы обучения. Этим сейчас нужно заниматься очень активно - к сожалению, все мы, включая импортера, потеряли на буме очень много времени, которое можно было бы вложить в развитие продаж и подготовку кадров.

На подчиненных вы как предпочитаете воздействовать - кнутом или пряником?

Предпочитаю микс. Все ведь зависит от конкретного человека - кому-то нужно больше сладкого, кому-то, напротив, нужно подгорчить. Есть, к примеру, на сегодня такая

тенденция: старые продавцы костенеют, не сразу адаптируются к новым условиям - им можно иногда показать и кнут. Рынок труда сейчас достаточно большой, так что, если люди хотят оставаться работать в компании, нужно принимать те условия, которые им предлагают. Жить вчерашним днем сейчас невозможно...

А какие качества в сотруднике вы считаете самыми важными?

Честность, порядочность и умение вписаться в коллектив. Лучше иметь много хороших продавцов, чем одного супер-продавца, который вносил бы дисбаланс в команду. Я могу назвать своими друзьями многих своих коллег - когда на работу приходишь как домой, это всегда хорошо для работы.

Какая у вас лично машина?

У меня Mazda BT-50. Почему? Наверное, потому, что я ее очень сильно люблю. Она мне подходит и по характеру и по стилю жизни: я живу за городом, имею частный дом, выезжаю на природу, занимаюсь рыбалкой.

А какой автомобиль вы могли бы назвать машиной мечты?

Я бы с удовольствием вернул ту машину, что была у меня (а точнее, у моей жены) до кризиса - Mazda MX-5. Ее в свое время пришлось продать из-за экономической ситуации.

Ваши основные хобби, помимо рыбалки?

Когда-то я занимался техническими видами спорта и мотокроссом - но сейчас все это в прошлом. Теперь у меня простой набор: баня, пиво, шашлыки.

«Кларус Трейдинг»

«Кларус Трейдинг» - один из самых больших автоцентров в Москве и в России. Расположен на юге Москвы. Автоцентр оснащен всем оборудованием, необходимым для проведения любого планового или гарантийного ремонта автомобилей. Весь персонал сервиса и салона прошел обучение на специализированных курсах.



Датское место

ЗАЧЕМ ЕХАТЬ В КОПЕНГАГЕН



Копенгаген полон жизни и драйва. Моя любимая часть города - район Вестербро. Когда-то давно он был районом синих воротничков и красных фонарей, но за последние десять лет он был полностью изменен, и теперь это один из самых модных кварталов датской столицы. Также не проходите мимо королевского дворца Амалиенбург, зимней резиденции королевы и места проведения знаменитых балконных появлений монаршей семьи. Дворцовые помещения (по крайней мере те, что не используются каждый день) открыты для публики. Также советую вам посетить Круглую башню - древнейшую, действующую с 1642 года, обсерваторию Европы. Вокруг нее находится открытая смотровая площадка с лучшими видами на исторический центр города. И не пройдите мимо центра современного искусства Ny Carlsberg Glyptotek, в котором находятся более 10 тысяч экспонатов.

Мой любимый ресторан - Fiske Vagnen, «Рыбный бар». Он находится в самом центре старинного квартала мясников. Не пропустите модный бар «K», в меню которого самый необычные коктейли. Он находится рядом со зданием парламента. Хорошее место для того, чтобы остановиться на пару ночей, - гостиница Admiral. Он сочетает в себе датское качество в международном преломлении, плюс архитектурный бонус: здание отеля - историческая постройка 1780-х годов.

Информация для путешествующих на автомобиле: парковка есть, но она дорогая. Система общественного транспорта работает вполне надежно, но она не слишком необходима, поскольку большинство районов города находятся в пешеходной доступности из центра города. Старинные улочки - тихие и узкие, на них находится множество уютных магазинчиков. Главная пешеходная улица, Строгет, начинается от Ратушной площади к Kongens Nytorv. На ней всегда толпы народа и уличных артистов. Парк Тиволи - очень приятное место для того, чтобы посидеть и расслабиться, если, конечно, вам не хочется немного адреналина во время поездки на аттракционе американских гонок «Демон», титульным спонсором которых является Mazda. Город хорош в любое время года. Если у вас есть свободный день, отправляйтесь в Эльсинор, замок шекспировского Гамлета.

Яник Ольсен, PR-менеджер, Mazda Motor Denmark



Круглая башня

РЕСТОРАНЫ

Brasserie Bleue (Hotel Skt.Petri)

1172 Copenhagen, Krystalgade 22

Тел.: +45 (0)33 459 100

Факс: +45 (0)33 459 110

www.hotelsktpetri.com

Бывший ресторан Gråbrødre Torv 21 переехал в отель Hotel Skt. Petri и теперь называется Brasserie Bleue.

Открыто: с 08.00 до 24.00

Restaurant Nimb

1577 Copenhagen V, Bernstorffsgade 5

Тел.: +45 (0)88 700 010

www.nimb.dk

Расположен в саду Тиволи и, на самом деле, представляет собой два разных ресторана: рыбный ресторан La Crevette, где подают блюда из морепродуктов французско-датской кухни; и более традиционный датский Brasserie Nimb, который превосходно подходит для обеда.

Открыто: с 11.30 до 22.00

The Paul

1630 Copenhagen, Vesterbrogade 3

Тел.: +45 (0)337 507 75

www.thepaul.dk

Здесь можно отведать закуски из моллюсков, рыбы и овощей с тем, чтобы затем перейти к легким мясным блюдам и завершить вечер сырами или чем-нибудь сладким.

Открыто: с 12.00 до 14.00 и с 18.00 до 24.00

ГОСТИНИЦЫ

Copenhagen Admiral Hotel

1253 Copenhagen, Toldbodgade 24-28

Тел.: +45 (0)33 741 414

Факс: +45 (0)33 741 416

www.admiralhotel.dk

Расположена в центре Копенгагена, по соседству с королевским дворцом Амалиенбург в бывшем здании военного склада. Стоит на берегу канала, где пришвартовываются живописные шхуны и яхты.

Ни один из номеров не похож на другой. Огромные, деревенского вида балки придают комнатам индивидуальность и шик. Дизайн интерьера заслуживает отдельного упоминания. Его соавторы - компания датского классического дизайна Trip Trap, которая наполнила каждую комнату буквой мебели по индивидуальному заказу.

Находится в центре города, в 10 км от аэропорта.

Hotel Skt.Petri

1172 Copenhagen, Krystalgade 22

Тел.: +45 (0)33 459 100

Факс: +45 (0)33 459 110

www.hotelsktpetri.com

Современный дизайнерский отель в центре Копенгагена.

Zoom-Zoom Challenge 2010: на старт!

РОССИЙСКОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ КОМПАНИИ MAZDA НАЧИНАЕТ ВСЕРОССИЙСКИЕ СОРЕВНОВАНИЯ ZOOM-ZOOM CHALLENGE 2010

Zoom-Zoom Challenge - гонки для владельцев и клиентов Mazda, проводящиеся уже в третий раз. С момента начала соревнований в 2008 году, в них приняло участие более 12 тысяч человек. Победители Zoom-Zoom Challenge отправляются на специальный курс гоночного вождения на один из знаменитых европейских спортивных треков под руководством Олега Кесельмана, генерального директора Mazda Sport Academy.

По сравнению с предыдущими годами, в регламенте Zoom-Zoom Challenge 2010 появился ряд нововведений. Соревнования проводятся между 24 командами по 5 человек в каждой. Команды проходят в полуфинал по итогам отборочных мероприятий,

проводящихся клубами любителей Mazda (Russian Mazda Community) во всероссийском масштабе. Каждая команда должна продемонстрировать быструю езду на автомобилях как с автоматической, так и с механической коробкой передач. Гонка проводится на родстерах Mazda MX-5 с 2-хлитровым мотором (160 л.с.)

В обязательную программу входит специальный этап для женщин (по условиям соревнования, в состав каждой команды включена как минимум одна владелица автомобиля Mazda).

Отдельная роль отведена болельщикам, которые могут добавить баллов своей команде, а также активным участием «заработать» поездку вместе с командой.



Полуфиналы проходят на автодроме «Мячково» 22 мая, 23 мая, 17 июля, 18 июля 2010 года.

Каждый полуфинал состоит из двух частей: тренировочных заездов и непосредственно гонки. В полуфинале участвует шесть

команд, из которых лишь одна проходит в финал. Таким образом, в финале в середине августа встретятся четыре команды владельцев Mazda и две команды журналистов, для которых будет проведен отдельный отборочный этап.



MX-5 Open Race, Адрия